

## 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

**บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)** ก่อตั้งเมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2532 โดยเริ่มจากการรวมกลุ่มของผู้ก่อตั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ **กลุ่มนายธีรชัย ปัญจทรัพย์** **กลุ่มนายสุเมธ เดชะไกรศรี** และ**กลุ่มนายศิริชัย เจริญศักดิ์วัฒนา** ด้วยทุนจดทะเบียน 50,000,000 บาท เพื่อพัฒนาโครงการอาคารชุดสำนักงานแห่งแรกบนถนนพระราม 4 ได้แก่ **“อาคารลุมพินี ทาวเวอร์”** ความสูง 38 ชั้น ซึ่งปัจจุบันเป็นที่ตั้งสำนักงานใหญ่ของบริษัท และได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2537 ปัจจุบันบริษัท พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาอาคารชุดพักอาศัยสำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ระดับกลางถึงกลาง-ล่าง โดยเริ่มจากการหาทำเลที่เหมาะสมตามกลยุทธ์ของบริษัท แล้วจึงกำหนดรูปแบบการพัฒนาในด้านต่างๆ รวมถึงการบริหารการขายและการตลาด การบริหารงานก่อสร้างภายใต้การดำเนินงานของบริษัท **ลุมพินี โปรเจค มาเนจเม้นท์ เซอร์วิส จำกัด** และการบริหารชุมชนภายหลังการส่งมอบโดยบริษัท **ลุมพินี พร็อพเพอร์ตี้ มาเนจเม้นท์ จำกัด** ด้วย “ค่านิยมองค์กร” (Core Values) ที่เป็นแกนหลักในการขับเคลื่อนเพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน

สำหรับโครงการอาคารชุดพักอาศัยในเบื้องต้นตามพระราชบัญญัติอาคารชุดกำหนดให้เจ้าของโครงการเป็นผู้ดำเนินการในการบริหารอาคารในระยะแรก บริษัทจึงได้จัดตั้งบริษัท **ลุมพินี พร็อพเพอร์ตี้ มาเนจเม้นท์ จำกัด** ขึ้น ให้เป็นผู้รับผิดชอบงาน “บริหารอาคาร” ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงนโยบายการให้ความสำคัญต่อการบริการหลังการขายและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม ปัจจุบันแนวคิดดังกล่าว ได้มีพัฒนาการจากการ “บริหารอาคาร” โดยปรับเปลี่ยนเป็น “บริหารชุมชน” เพื่อก่อให้เกิดคุณภาพชีวิตที่เหมาะสมต่อผู้อยู่อาศัยภายใต้กลยุทธ์ **“ชุมชนน่าอยู่”** อันเป็นตัวตนที่แท้จริง ซึ่งส่งผลต่อความเชื่อมั่นที่มีต่อแบรนด์ **“ลุมพินี”**

**บริษัท พรสันติ จำกัด** เป็นบริษัทที่บริษัทเคยเข้ารับบริหารโครงการให้เมื่อปี 2536 ต่อมาบริษัทได้ควมรวมเข้ามาเป็นบริษัทย่อยหลังวิกฤติเศรษฐกิจในปี 2544 บริษัทได้ร่วมกับบริษัท ยูนิเวนเจอร์ จำกัด (มหาชน) และบริษัท เยาววงศ์ จำกัด เพื่อจัดตั้ง **บริษัท แกรนด์ยูนิตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด** โดยมีเป้าหมายในการพัฒนาโครงการอาคารสร้างค้าง และมอบหมายให้ บริษัท **ลุมพินี พร็อพเพอร์ตี้ มาเนจเม้นท์ จำกัด** เป็นผู้รับผิดชอบในการดำเนินงาน ด้านการบริหารการขายและการตลาด การบริหารงานก่อสร้าง รวมถึงการบริหารอาคาร ในปลายปี 2550 ได้มีการจัดตั้งบริษัทย่อยขึ้นอีกหนึ่งบริษัท คือ **บริษัท ลุมพินี โปรเจค มาเนจเม้นท์ เซอร์วิส จำกัด** เพื่อรองรับการขยายงานที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

โดยในปี 2552 บริษัทได้ปรับโครงสร้างการบริหารจัดการใหม่ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานของบริษัทและบริษัทย่อย ดังนี้

**บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)** มุ่งเน้นการพัฒนาอาคารชุดพักอาศัยสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่มีรายได้ระดับกลางถึงกลาง-ล่าง

**บริษัท พรสันติ จำกัด** พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในกลุ่มที่มีโครงการอาคารชุดพักอาศัย เพื่อขยายฐานธุรกิจและลดความเสี่ยงในกลยุทธ์มุ่งเน้นเฉพาะกลุ่ม

**บริษัท ลุมพินี โปรเจค มาเนจเม้นท์ เซอร์วิส จำกัด** รับผิดชอบในการบริหารงานก่อสร้างทั้งหมดของกลุ่ม โดยมุ่งเน้นในการส่งมอบ “คุณค่าผลิตภัณฑ์” ให้กับผู้ใช้

**บริษัท ลุมพินี พร็อพเพอร์ตี้ มาเนจเม้นท์ จำกัด** รับผิดชอบในการให้บริการกับลูกค้าหลังการส่งมอบทั้งผู้อยู่อาศัยจริงและนักลงทุน โดยมุ่งเน้นในการส่งมอบ “คุณค่าบริการ” โดยเฉพาะบริหารจัดการให้เกิด “ชุมชนน่าอยู่”

ต่อมา ในปี 2554 บริษัทได้ปรับโครงสร้างการบริหารจัดการองค์กรอีกครั้ง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารงาน โดยได้ย้ายฝ่ายขายและฝ่ายการตลาด จากเดิมที่เคยอยู่ที่บริษัท **ลุมพินี พร็อพเพอร์ตี้ มาเนจเม้นท์ จำกัด** มาไว้ที่บริษัท **แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)** เพื่อการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์อย่างเต็มรูปแบบ

นอกจากนี้ ยังได้จัดตั้ง **บริษัท ลุมพินี พร็อพเพอร์ตี้ เซอร์วิส แอนด์ แคร์ จำกัด** ด้วยการแยกฝ่ายบริหารงานรักษาความสะอาดออกจากบริษัท **ลุมพินี พร็อพเพอร์ตี้ มาเนจเม้นท์ จำกัด** เพื่อรับผิดชอบในงานบริการชุมชน โดยเฉพาะงานบริการทำความสะอาดและความปลอดภัยด้วยการสร้างงานบริการให้กับสตรีด้วยโอกาส ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม องค์กรบวร การ ซึ่งโครงสร้างองค์กรใหม่นี้จะทำให้บริษัทเติบโตในเชิงปริมาณควบคู่ไปกับการเติบโตเชิงคุณภาพและเป็นไปตามนโยบายในการพัฒนาเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน ทั้งนี้บริษัทได้ศึกษาแนวคิด “กิจการเพื่อสังคม” (Social Enterprise) ซึ่งจะเป็นการต่อยอดและขยาย



งานด้านบริการเพิ่มขึ้น เพื่อสร้างรายได้ คุณภาพชีวิต ศักดิ์ศรี และความสุขของพนักงานในบริษัท และสามารถนำผลกำไรคืนให้กับสังคมในรูปแบบที่กำหนดในอนาคต ซึ่งในขณะจัดทำรายงานฉบับนี้ บริษัทอยู่ในระหว่างการศึกษากฎหมายเกี่ยวกับการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมที่จะมีในอนาคต โดยกรอบแนวคิดของวิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นหนึ่งในกิจกรรมที่จะทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง ซึ่งเป็นแนวทางในการส่งเสริมการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืนทุกภาคส่วน โดยเฉพาะในภาคเอกชนให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างเกื้อกูลกันภายใต้รูปแบบของโครงสร้างสังคม โดยเป้าหมายสำคัญของการประกอบธุรกิจ คือ การนำกำไรที่ได้จากการดำเนินการกลับคืนสู่สังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเมื่อกฎหมายมีผลบังคับใช้แล้ว บริษัทจะดำเนินการยื่นขอจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม

### 1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ และกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัทและบริษัทย่อย

บริษัทได้กำหนดวิสัยทัศน์เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจของบริษัทในรอบ 3 ปี เพื่อนำไปสู่เป้าหมายการเติบโตอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงความสมดุลของผลตอบแทนทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม อีกทั้งยังคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมด้วยการดำเนินงานภายใต้หลักธรรมาภิบาล รวมถึงการกำหนดพันธกิจในแต่ละปี เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง ซึ่งขับเคลื่อนด้วยวิถีแอล.พี.เอ็น. (LPN Way) ที่หล่อหลอมมาจากประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

#### 1) วิสัยทัศน์ในช่วงที่ผ่านมาของบริษัท

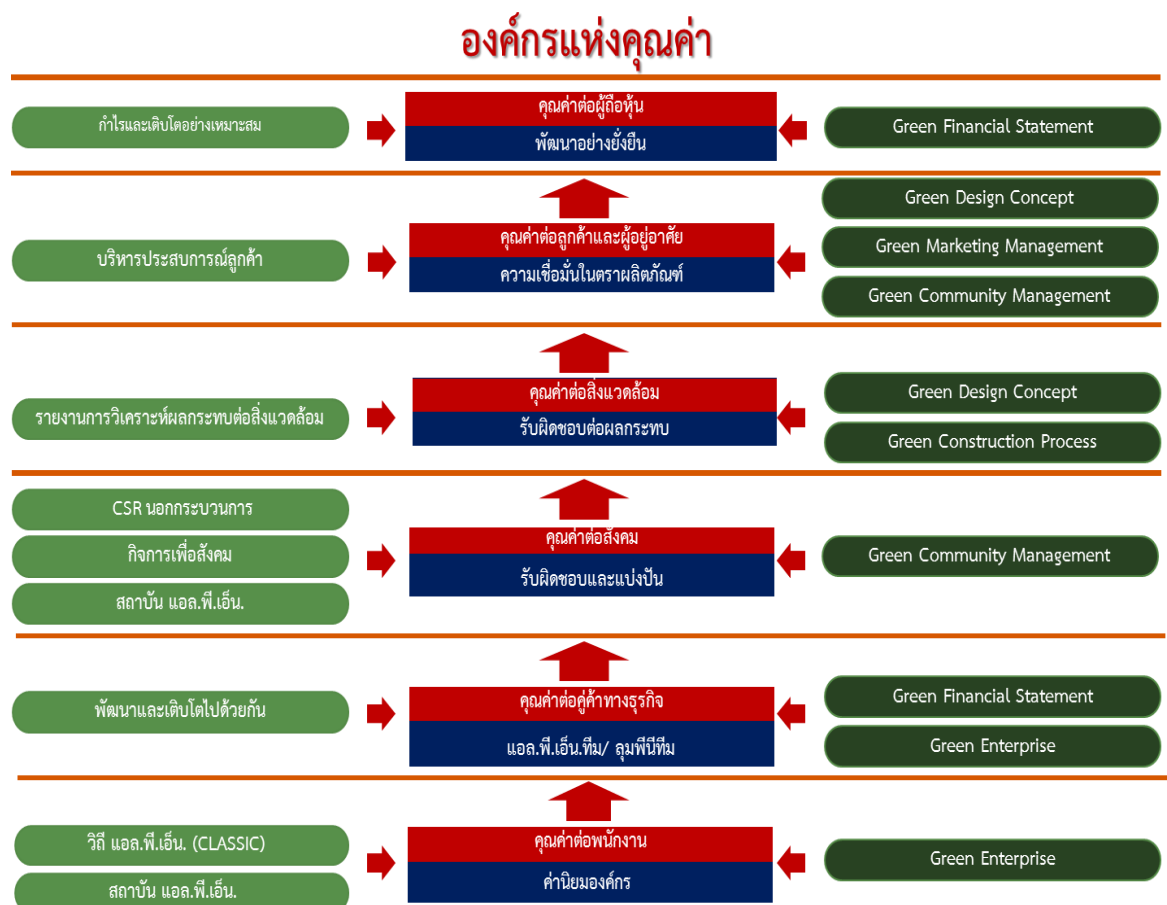
- ช่วงที่ 1 : ปี 2545 - 2547 • ผู้นำด้านการพัฒนาอาคารชุดพักอาศัย สำหรับกลุ่มเป้าหมายระดับกลางถึงกลาง-ล่าง
- ช่วงที่ 2 : ปี 2548 - 2550 • ดำรงไว้ซึ่งความเป็นผู้นำตลาด และเพิ่มพูนประสิทธิภาพด้วยการพัฒนาอาคารชุดพักอาศัยแบบบูรณาการ เพื่อการสร้างสรรค์ชุมชนคุณภาพ
- ช่วงที่ 3 : ปี 2551 - 2553 • มุ่งมั่นดำเนินการในการรักษาภาวะผู้นำด้านการพัฒนาอาคารชุดพักอาศัย ด้วยการสร้างสรรค์คุณค่าแบบบูรณาการ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตที่เหมาะสมและพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยในชุมชน โดยที่ยังคงไว้ซึ่งผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียอย่างยั่งยืน ภายใต้หลักการธรรมาภิบาล
- ช่วงที่ 4 : ปี 2554 - 2556 • เป็นผู้นำในการพัฒนาที่พักอาศัยในเมืองด้วยการสร้างสรรค์และส่งมอบคุณค่าแบบบูรณาการแก่ผู้มีส่วนได้เสียในการดำเนินงาน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาและการเติบโตอย่างยั่งยืน
- ช่วงที่ 5 : ปี 2557 - 2559 • คงไว้ซึ่งสถานะผู้นำในการพัฒนาอาคารชุดพักอาศัยในกลุ่มเป้าหมายระดับกลางถึงกลาง-ล่าง ภายใต้แนวทาง “ชุมชนน่าอยู่” ด้วยการดำเนินการตามวิถี “องค์กรคุณค่า” เพื่อการพัฒนาและเติบโตอย่างยั่งยืน
  - นิยาม “ชุมชนน่าอยู่สำหรับคนทุกวัย” คือ ชุมชนลุ่มพินิจที่ผู้อยู่อาศัยทุกวัยอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข โดยมีองค์ประกอบที่เหมาะสม มีคุณภาพชีวิต สิ่งแวดล้อมและสังคมที่ดี รวมทั้งจิตสำนึกของการอยู่ร่วมกัน ดูแลห่วงใยและแบ่งปัน
  - นิยาม “องค์กรคุณค่า” คือ องค์กรที่ได้มีการพัฒนาคุณค่าแบบบูรณาการในการดำเนินงานทุกภาคส่วน เพื่อส่งมอบให้กับผู้มีส่วนได้เสีย รวมทั้งสิ่งแวดล้อมและสังคม



## 2) พันธกิจ ปี 2559

- ผู้ถือหุ้น** : สร้างการเติบโตอย่างเหมาะสม เพื่อผลตอบแทนอย่างยั่งยืน ภายใต้การบริหารความเสี่ยงและหลักการธรรมาภิบาล
- ลูกค้า / ผู้อยู่อาศัย** : สร้างสรรค์ และส่งมอบ “ชุมชนน่าอยู่” ที่จะนำไปสู่ความสุขที่แท้จริงของการอยู่อาศัยของคนทุกวัย
- สิ่งแวดล้อมและสังคม** : ส่งเสริมและมีส่วนร่วมในจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม ทั้งภายในกระบวนการนอกกระบวนการ และอิงกระบวนการ เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน
- ปริมิตรทางธุรกิจ** : สร้างความเป็นหนึ่งเดียว ภายใต้วัฒนธรรมห่วงใยและแบ่งปัน และเติบโตร่วมกันอย่างต่อเนื่องในผลตอบแทนที่เหมาะสม
- พนักงาน** : เสริมสร้างคุณภาพชีวิต ความรู้ ความสามารถ คุณธรรม และความสัมพันธ์ เพื่อความสุข ความผูกพัน ความก้าวหน้ามั่นคง ผ่าน วิถีแอล.พี.เอ็น. และ สถาบันแอล.พี.เอ็น. ภายใต้วัฒนธรรมห่วงใยและแบ่งปัน ของ “องค์กรแห่งคุณค่า”
- การดำเนินการภายใน** : การปฏิบัติงานที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ และสร้างสรรค์นวัตกรรมร่วมกันผ่านแผนธุรกิจและตัวชี้วัดเชิงประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน ภายใต้ วิถีแอล.พี.เอ็น.

## 3) แผนภูมิกลยุทธ์ของบริษัท ปี 2559





**4) เป้าประสงค์ (Goal) ของบริษัทในเครือ ปี 2559****บจก. พรสันติ (PST)**

กระจายฐานธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่ไม่ใช่อาคารชุด โดยคงไว้ซึ่ง “คุณค่าผลิตภัณฑ์และบริการ” ตามมาตรฐานของ LPN

**บจก. ลุมพินี พร็อพเพอร์ตี้ มาเนจเม้นท์ (LPP)**

บริหารจัดการและพัฒนา “คุณค่าบริการ” ของชุมชนลุมพินี ภายใต้มาตรฐานที่เข้มข้นและต่อเนื่อง เพื่อนำไปสู่ “ชุมชนน่าอยู่ยั่งยืน”

**บจก. ลุมพินี โปรเจค มาเนจเม้นท์ เซอร์วิส (LPS)**

บริหารโครงการและพัฒนา ร่วมกับ LPN TEAM ในการส่งมอบ “คุณค่าผลิตภัณฑ์” แบบบูรณาการให้กับลูกค้า

**บจก. ลุมพินี พร็อพเพอร์ตี้ เซอร์วิส แอนด์ แคร่ (LPC)**

พัฒนา ฝึกอบรม และสร้างงาน ให้กับกลุ่มสตรีด้วยโอกาส เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต โดยมีเป้าหมายไปสู่กิจการเพื่อสังคม

**1.2 การเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาที่สำคัญ****1) การเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาที่สำคัญเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจและการบริหารงาน**

บริษัทมีการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาที่สำคัญในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ และการบริหารงานนับจากวันจัดตั้งบริษัทสรุปได้ดังนี้

- ปี 2532
  - บริษัทถือกำเนิดขึ้นจากบุคคลหลากหลายสาขาอาชีพที่มีความมุ่งมั่นร่วมกันในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่มีคุณภาพให้แก่สังคมไทย โดยก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2532 ด้วยทุนจดทะเบียน 50 ล้านบาท และเริ่มต้นพัฒนาโครงการ “ลุมพินี ทาวเวอร์” อาคารชุดสำนักงานสูง 38 ชั้นแห่งแรกบนถนนพระราม 4 ซึ่งเป็นที่ตั้งของสำนักงานใหญ่จนถึงปัจจุบัน
- ปี 2533
  - นอกจากการพัฒนาโครงการแล้ว ระยะแรกของการดำเนินงานยังเป็นช่วงเวลาของการขยายการลงทุนและการพัฒนาการให้บริการภายใต้การดำเนินงานของบริษัทและบริษัทในเครือ โดยบริษัทได้ลงทุนในบริษัท พรสันติ จำกัด เป็นจำนวนเงิน 10 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนการลงทุนร้อยละ 20 ของทุนชำระแล้ว 50 ล้านบาท เพื่อพัฒนาโครงการพี.เอส.ที.คอนโดวิลล์ มูลค่าโครงการประมาณ 3,600 ล้านบาท
- ปี 2535
  - จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท ลุมพินี พร็อพเพอร์ตี้ มาเนจเม้นท์ จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท โดยบริษัทเป็นผู้ถือหุ้นร้อยละ 99.88 มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้บริการด้านธุรกิจบริหารอสังหาริมทรัพย์ โดยเฉพาะการบริหารอาคารแก้นิติบุคคลอาคารชุดของโครงการต่างๆ ที่บริษัทและบริษัทย่อยพัฒนาขึ้น เป็นการให้บริการหลังการขายและสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพชีวิตของลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท ถือเป็นนโยบายในการสร้างความแตกต่างและเป็นจุดแข็งในการแข่งขัน
- ปี 2536
  - เพิ่มการลงทุนในบริษัท พรสันติ จำกัด เป็นร้อยละ 99.99 ของทุนชำระแล้ว 200 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1,000 บาท
- ปี 2537
  - ภายในระยะเวลา 5 ปีของการดำเนินงานบริษัทได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2537 ทะเบียนเลขที่ บมจ.477 โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้รับบริษัทเข้าเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ใช้ชื่อหลักทรัพย์ว่า “LPN” และได้ออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 9.2 ล้านหุ้น เพื่อจัดสรรให้แก่ประชาชนทั่วไป โดยมีมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท และราคาเสนอขายต่อหุ้น 64 บาท ซึ่งต่อมาได้เพิ่มทุนเป็น 460 ล้านบาท เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2537
  - ร่วมลงทุนในบริษัท Elec & Eltek (Guangzhou) Real Estate Development Ltd. ซึ่งเป็นบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในประเทศฮ่องกงเป็นจำนวนเงิน 12,720,000 บาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10 ของทุนชำระแล้ว



- ปี 2539
- ร่วมลงทุนในบริษัท เอ็น.ที.เอ็น.คอนกรีต จำกัด ซึ่งประกอบธุรกิจประเภทวัสดุก่อสร้างเป็นจำนวนเงิน 10,200,000 บาท หรือ 1,020,000 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 51 ของทุนจดทะเบียนหรือมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท
  - บริษัทลงนามในสัญญากู้เงินตราต่างประเทศกับธนาคารชั้นนำ 5 แห่งของประเทศสิงคโปร์ เป็นยอดเงินรวม 20,000,000 เหรียญ อายุสัญญา 3 ปี ในอัตราดอกเบี้ย SIBOR +1.20 เพื่อนำมาใช้จ่ายพัฒนาโครงการ แอล.พี.เอ็น. สุขุมวิท ทาวเวอร์
- ปี 2540
- บริษัทประสบปัญหาจากวิกฤติเศรษฐกิจและผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยน อีกทั้งสถาบันการเงินหยุดการสนับสนุนเงินกู้เพื่อการก่อสร้าง ในขณะที่บริษัทมีโครงการที่อยู่ระหว่างก่อสร้างถึง 3 โครงการ รวมถึงลูกค้าหยุดการผ่อนชำระ ทำให้ขณะนั้นบริษัทมีหนี้สินเกินกว่าจะชำระได้ บริษัทจึงจำเป็นต้องหยุดการจ่ายดอกเบี้ยกับสถาบันการเงิน รวมถึงปรับเปลี่ยนแผนการก่อสร้าง โดยมุ่งดำเนินงานเฉพาะในโครงการที่ใกล้แล้วเสร็จ ด้วยการสนับสนุนที่ดียิ่งจากปัยมิตรของบริษัท
  - ขยายงานบริการของบริษัท ลุมพินี พร็อพเพอร์ตี้ มาเนจเม้นท์ จำกัด เนื่องจากเล็งเห็นช่องว่างของตลาดในช่วงภาวะซบเซาทางเศรษฐกิจ และเพื่อเป็นการรักษานักกลางจึงได้ขยายส่วนงานบริการต่างๆ ขึ้นเพื่อรองรับความต้องการของตลาด เช่น งานบริการระบบรักษาความปลอดภัย งานบริการรักษาความสะอาด งานซ่อมบำรุงระบบปรับอากาศ เป็นต้น
  - ปรับโครงสร้างองค์กรและพัฒนาประสิทธิภาพของบุคลากร เพื่อให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจ นอกจากนี้ นายจำลอง รัตนกุลเสรีเจริญฤทธิ์ ได้ขอลาออกจากประธานกรรมการบริษัทเนื่องจากปัญหาสุขภาพ และนายพงษ์ สารสิน ขอลาออกจากกรรมการบริษัท เนื่องจากภารกิจในขณะนั้นทำให้ไม่สามารถให้เวลาได้เต็มที่ คณะกรรมการบริษัทจึงได้เรียนเชิญ นายไมรา บุญยผล เข้าดำรงตำแหน่งประธานกรรมการบริษัทแทน
- ปี 2541
- ถอนการลงทุนใน Elec & Eltek (Guangzhou) Real Estate Development Ltd. เนื่องจากมีการชะลอโครงการตามแผนการพัฒนา ประกอบกับสภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ทำให้บริษัทขาดสภาพคล่อง การถอนการลงทุนในครั้งนี้ มีผลทำให้บริษัทกำไรในส่วนต่างอัตราแลกเปลี่ยนประมาณ 3,390,000 บาท
- ปี 2542
- เมื่อวันที่ 26 กรกฎาคม 2542 บริษัทได้แต่งตั้งบริษัท คาเธ่ย์ แอสเซท แมเนจเม้นท์ จำกัด เป็นที่ปรึกษาในการปรับปรุงโครงสร้างหนี้และการเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัท โดยร่วมกันกำหนดแนวทางในการเจรจาปรับปรุงโครงสร้างหนี้กับเจ้าหนี้ทุกราย รวมถึงการวางแผนงานเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัท
  - ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) ได้จัดให้มีการประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2542 เมื่อวันที่ 4 ตุลาคม 2542 ณ ห้องประชุมใหญ่ของบริษัท เพื่อพิจารณาเรื่องการเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัท จากเดิม 460 ล้านบาท เป็น 3,983 ล้านบาท โดยการออกหุ้นใหม่เป็นหุ้นสามัญเพื่อเพิ่มทุนจำนวน 352,300,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท รวมจำนวน 3,523 ล้านบาท
  - ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน 2542 มีมติเป็นเอกฉันท์ให้บริษัทขายเงินลงทุนในหุ้นของบริษัท เอ็น.ที.เอ็น.คอนกรีต จำกัด ในมูลค่าหุ้นละ 0.01 สิบบ้างมาจากภาวะเศรษฐกิจซบเซาในขณะนั้น ทำให้บริษัท เอ็น.ที.เอ็น.คอนกรีต จำกัด ซึ่งดำเนินธุรกิจการค้าวัสดุก่อสร้างต้องประสบภาวะขาดทุน และส่วนของผู้ถือหุ้นติดลบ อีกทั้ง บริษัท เอ็น.ที.เอ็น.คอนกรีต จำกัด ไม่สามารถสนับสนุนการดำเนินงานของบริษัทได้
  - บริษัทสามารถเจรจาปรับปรุงโครงสร้างหนี้กับเจ้าหนี้สถาบันการเงินในปี 2542 คิดเป็นมูลหนี้ทั้งสิ้น 3,132,610,000 บาท และสามารถสรุปแนวทางการปรับปรุงโครงสร้างหนี้ส่วนที่เหลือในมูลหนี้ประมาณ 170 ล้านบาท เรียบร้อยในเดือนกุมภาพันธ์ 2543 จึงถือได้ว่าบริษัทสามารถทำการปรับปรุงโครงสร้างหนี้ได้ทั้งหมดในมูลหนี้รวมทั้งสิ้น 3,305,930,000 บาท
- ปี 2544
- บริษัทริเริ่มการพัฒนาซีดีคอนโดมิเนียม ในขณะที่ยู่ประกอบการรายอื่นต่างชะลอการพัฒนาโครงการใหม่ โดยเริ่มที่โครงการลุมพินี เฟลส สาทร เป็นแห่งแรก และได้รับการตอบรับอย่างดี จนเป็นต้นแบบของการพัฒนาซีดีคอนโดมิเนียมของผู้ประกอบการอื่นๆ ในระยะต่อมา



- เดือนพฤศจิกายน 2544 บริษัทได้ตกลงทำสัญญา่วมทุนกับบริษัท ยูนิเวนเจอร์ จำกัด (มหาชน) บริษัท แชนสิริ จำกัด (มหาชน) และบริษัท เยาววงศ์ จำกัด จัดตั้งบริษัท แกรนด์ ยูนิตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ขึ้น เพื่อพัฒนาโครงการวอเตอร์คลิฟ ซึ่งเป็นโครงการอาคารชุดพักอาศัยสร้างค้างบนถนนรัชดา-พระราม 3 ที่หยุดดำเนินการตั้งแต่ปี 2540 เนื่องจากวิกฤติเศรษฐกิจ โดยบริษัทร่วมทุนดังกล่าวได้เข้าฟื้นฟูและพัฒนาโครงการใหม่ ภายใต้ชื่อ “ลุมพินี เฟลส วอเตอร์คลิฟ” โดยมีบริษัท ลุมพินี พรอพเพอร์ตี้ มาเนจเม้นท์ จำกัด เป็นผู้รับผิดชอบด้านการบริหารการขายและการตลาด การบริหารงานก่อสร้าง รวมถึงการเจรจากับกลุ่มผู้ซื้อเดิม
- ปี 2545
- บริษัทชำระหนี้คืนตามแผนปรับปรุงโครงสร้างหนี้ได้ทั้งหมด กลายเป็นบริษัทที่ “ไม่มีหนี้สิน หากแต่มีบุคลากรซึ่งบริษัทรักษาไว้และได้รับการหล่อหลอมในช่วงวิกฤติให้กลายเป็นทรัพย์สินที่มีคุณภาพและดำรงตัวตนความเป็น LPN จนถึงปัจจุบัน”
  - ชีตี้คอนโดทุกโครงการของบริษัทประสบความสำเร็จอย่างสูง นอกจากนี้บริษัทยังได้ร่วมทุนกับปิยมิตร เพื่อพัฒนาอาคารที่ยังสร้างค้างไว้จนเสร็จสมบูรณ์
  - อนุมัติการลดทุนจดทะเบียนจาก 3,983 ล้านบาท เป็น 460 ล้านบาท โดยเป็นการลดส่วนของหุ้นที่ยังไม่ได้นำออกจำหน่าย และเพิ่มทุนจดทะเบียนจำนวน 750 ล้านบาท คิดเป็นทุนจดทะเบียนรวม 1,210 ล้านบาท พร้อมกับการแก้ไขเพิ่มเติมหนังสือบริคณห์สนธิให้สมบูรณ์สอดคล้องกัน
  - เพิ่มทุนจำนวน 750 ล้านบาท โดยเป็นการออกหุ้นสามัญ 75 ล้านหุ้น แบ่งเป็น
    - (1) 27,600,000 หุ้น สำหรับผู้ถือหุ้นเดิม ในสัดส่วน 5 หุ้นเดิม มีสิทธิซื้อ 3 หุ้นใหม่
    - (2) 29,900,000 หุ้น สำหรับการ行使สิทธิแปลงใบสำคัญแสดงสิทธิเป็นหุ้นสามัญ โดยใบสำคัญแสดงสิทธิจำนวน 29,900,000 หน่วย แบ่งเป็น
      - ก. ใบสำคัญแสดงสิทธิจำนวน 27,600,000 หน่วย จัดสรรแก่ผู้ถือหุ้นเดิมที่行使สิทธิของซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนในอัตราส่วน 1 หุ้นใหม่ต่อ 1 หน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ
      - ข. ใบสำคัญแสดงสิทธิจำนวน 2,300,000 หน่วย จัดสรรแก่กรรมการและพนักงานบริษัทจำนวนไม่เกิน 35 ราย
    - (3) 17,500,000 หุ้น สำหรับการแปลงหนี้เป็นทุนของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
    - (4) บริษัทได้แต่งตั้งบริษัท ยูโนเด็ค แอ็ดไวเซอร์รี เซอร์วิส จำกัด เป็นที่ปรึกษาในการเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัท
- ปี 2547
- จากความสำเร็จของบริษัทในการพัฒนาที่พักอาศัย โดยเฉพาะชีตี้คอนโดใจกลางเมืองในระดับราคาล้านบาทต้นๆ ทำให้บริษัทได้รับการยอมรับให้เป็นผู้นำธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทอาคารชุดพักอาศัยระดับกลาง
  - ที่ประชุมใหญ่สามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2547 ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 7 เมษายน 2547 มีมติให้เปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จากเดิมหุ้นละ 10 บาท เป็นหุ้นละ 1 บาท ทำให้จำนวนหุ้นของบริษัทเพิ่มขึ้นจากเดิม 121 ล้านหุ้น เป็น 1,210 ล้านหุ้น นอกจากนี้ยังได้อนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนจำนวน 276,706,550 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท รวมเป็นทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 1,486,706,550 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 1,486,706,550 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท
  - บริษัทเพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัท แกรนด์ ยูนิตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด จากร้อยละ 25 เป็นร้อยละ 33.33
- ปี 2548
- ศาสตราจารย์โฆรา บุญยผล ประธานกรรมการบริษัท ได้ถึงแก่กรรมเมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม 2548 และมีมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 4/2548 ได้มีมติแต่งตั้ง นายปรกรณ์ ทวีสิน ดำรงตำแหน่งประธานกรรมการบริษัท โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 11 สิงหาคม 2548
- ปี 2549
- ที่ประชุมใหญ่สามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2549 ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 25 เมษายน 2549 มีมติอนุมัติลดทุนจดทะเบียนจาก 1,486,706,550 บาท เป็น 1,475,698,768 บาท โดยตัดหุ้นสามัญส่วนที่เหลือจากการสำรวจไว้ เพื่อรองรับการ行使สิทธิในการแปลงใบสำคัญแสดงสิทธิจำนวน 11,007,782 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท และอนุมัติแก้ไขหนังสือบริคณห์สนธิ ข้อ 4 ของบริษัท เพื่อให้สอดคล้องกับการลดทุนจดทะเบียน



- ปี 2550
- บริษัทได้เปลี่ยนแปลงนโยบายการร่วมลงทุนในบริษัท แกรนด์ ยูนิตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด โดยลดสัดส่วนการถือหุ้นลงจากเดิมร้อยละ 33.33 เป็นร้อยละ 20 ของทุนจดทะเบียน และได้จัดตั้งบริษัท ลุมพินี โปรเจกต์ มาเนจเม้นท์ เซอร์วิส จำกัด ขึ้น เพื่อประกอบธุรกิจให้บริการด้านการบริหารงานก่อสร้าง
- ปี 2551
- จากวิกฤติสินเชื่อซับไพรม์ (Subprime) ที่เกิดขึ้นในประเทศสหรัฐอเมริกาและสถานการณ์ทางการเมืองของประเทศไทยในช่วงปลายปี 2551 มีผลกระทบต่อตลาดเงินในประเทศและก่อให้เกิดความผันผวนในตลาดหลักทรัพย์ สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้ส่งเสริมให้บริษัทจดทะเบียนจัดโครงการซื้อหุ้นคืน (Treasury Stocks) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักลงทุน ดังนั้นที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) ครั้งที่ 6/2551 เมื่อวันที่ 9 ตุลาคม 2551 จึงได้มีมติอนุมัติโครงการซื้อหุ้นคืน เนื่องจากราคาหุ้นในตลาดช่วงนั้นต่ำกว่าปัจจัยพื้นฐานของบริษัท โดยกำหนดวงเงินที่จะใช้ในการซื้อหุ้นเป็นจำนวนเงิน 200 ล้านบาท โดยมีจำนวนหุ้นที่จะซื้อคืนประมาณ 62 ล้านหุ้น คิดเป็นร้อยละ 4.20 ของหุ้นที่จำหน่ายแล้วทั้งหมดคือ 1,475,698,768 หุ้น และเป็นการซื้อเฉพาะในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเท่านั้น โดยมีระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 24 ตุลาคม 2551 ถึงวันที่ 23 เมษายน 2552
- ปี 2552
- ตามมติคณะกรรมการบริษัทที่ให้อำนาจในการซื้อหุ้นคืน (Treasury Stocks) เมื่อปี 2551 นั้น บริษัทได้ซื้อหุ้นคืนจำนวนทั้งสิ้น 8,146,300 หุ้น ในราคาเฉลี่ย 2.19 บาทต่อหุ้น คิดเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 17,841,198 บาท และได้ขายหุ้นซื้อคืนจำนวนดังกล่าวระหว่างวันที่ 3-11 ธันวาคม 2552 ในราคาเฉลี่ย 7.01 บาทต่อหุ้น คิดเป็นจำนวนเงินรวม 57,103,415 บาท ซึ่งบริษัทได้กำไรจากการขายหุ้นซื้อคืนจำนวนเงินทั้งสิ้น 39,262,226 บาท
- ปี 2553
- ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2553 อนุมัติการออกและเสนอขายหุ้นกู้ภายในวงเงินไม่เกิน 2,000 ล้านบาท โดยมอบอำนาจให้คณะกรรมการบริหารมีอำนาจในการกำหนดรายละเอียดและเงื่อนไขต่างๆ เกี่ยวกับหุ้นกู้
  - บริษัทได้เริ่มใช้มาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 18 เรื่องรายได้ (ปรับปรุง 2552) และมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ประกาศใหม่ฉบับที่ 19 เรื่องผลประโยชน์พนักงาน ก่อนที่มาตรฐานบัญชีดังกล่าวให้ถือปฏิบัติได้มีการแสดงอยู่ในงบการเงินปี 2553 และ 2552 เรียบร้อยแล้ว โดยการใช้มาตรฐานบัญชีดังกล่าวไม่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานหรือผลประกอบการของบริษัทในทุกมิติ การบัญชีดังกล่าวมีผลบังคับใช้ 1 มกราคม 2554 มี 22 ฉบับ และ 1 มกราคม 2556 อีก 2 ฉบับ
- ปี 2554
- บริษัทได้แยกฝ่ายรักษาความสะอาดออกมาจากบริษัท ลุมพินี พร็อพเพอร์ตี้ มาเนจเม้นท์ จำกัด และจัดตั้งเป็นบริษัท ลุมพินี พร็อพเพอร์ตี้ เซอร์วิส แอนด์ แคร์ จำกัด ขึ้น เพื่อประกอบธุรกิจให้บริการด้านรักษาความสะอาดเพื่อสร้างอาชีพ รายได้ และคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่สตรีด้วยโอกาส ด้วยทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท โดยมีเป้าหมายระยะยาวของบริษัทดังกล่าวให้ดำเนินงานในลักษณะขององค์กรเพื่อสังคม (Social Enterprise)
  - เพิ่มการลงทุนในบริษัท พรสันติ จำกัด จาก 195,000,000 ล้านบาท เป็น 350,000,000 ล้านบาท
  - ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 6/2554 เมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2554 กำหนดให้บริษัทมีนโยบายในการจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นในอัตราไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ของกำไรสุทธิจากงบการเงินรวม
- ปี 2555
- ในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2555 เมื่อวันที่ 29 มีนาคม 2555 นายธีรชัย ปัญญาทรัพย์ กรรมการบริษัทได้แจ้งความประสงค์ไม่ขอดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) ดังนั้นกรรมการบริษัทจึงมีจำนวนทั้งสิ้น 13 คน นับตั้งแต่วันที่ 29 มีนาคม 2555 เป็นต้นไป
  - ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 6/2555 เมื่อวันที่ 23 สิงหาคม 2555 ได้มีมติตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม โดยแต่งตั้งนายพิเชษฐ สุภกิจจานุสนธิ์ เป็นประธานอนุกรรมการกำกับดูแลกิจการด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม



- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 9/2555 เมื่อวันที่ 14 ธันวาคม 2555 ได้มีมติเปลี่ยน “คณะกรรมการสรรหา และพิจารณาคำตอบแทน” เป็น “คณะกรรมการสรรหา คำตอบแทน และบรรษัทภิบาล” โดยให้มีผลตั้งแต่วันที่ 14 ธันวาคม 2555 เป็นต้นไป โดยองค์คณะของคณะกรรมการยังคงเป็นชุดเดิม
  - บริษัทได้ขอลอนตัวจากเป็นผู้ถือหุ้นของบริษัท แกรนด์ ยูนิตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด โดยการขายหุ้นสามัญให้แก่ บริษัท ยูนิเวนเจอร์ จำกัด (มหาชน)
  - บริษัท พรสันติ จำกัด มีโครงการที่พัฒนาแล้วเสร็จเป็นปีแรก คือ โครงการลุมพินี ทาวน์ เฟส รัชโยธิน-เสนาฯ และโครงการลุมพินี ทาวน์ เรสซิเดนซ์ ลาดพร้าว-สเทชั่น
- ปี 2556
- นางยุพา เตชะไกรศรี ได้ลาออกจากการเป็นกรรมการบริษัทของบริษัท แกรนด์ ยูนิตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด เนื่องจากบริษัทได้ขอลอนตัวจากเป็นผู้ถือหุ้นของบริษัท แกรนด์ ยูนิตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ในปี 2555
- ปี 2557
- นายเทพ รุ่งธนาภิรมย์ ได้ขอลาออกจากการเป็นกรรมการบริษัท กรรมการตรวจสอบ กรรมการสรรหา คำตอบแทน และบรรษัทภิบาล และกรรมการอิสระ โดยให้มีผลนับตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2557 ดังนั้นที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 4/2557 เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2557 จึงมีมติแต่งตั้ง นายชันธิชัย วิจักขณะ ดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัท และกรรมการสรรหา คำตอบแทน และบรรษัทภิบาล แทนนายเทพ รุ่งธนาภิรมย์ โดยมีวาระการดำรงตำแหน่งเท่าที่คงเหลืออยู่ของนายเทพ รุ่งธนาภิรมย์ โดยให้มีผลนับตั้งแต่วันที่ 8 สิงหาคม 2557 เป็นต้นไป
  - ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 5/2557 เมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2557 นายปกรณ์ ทวีสิน แจ้งความประสงค์ ขอลาออกจากการเป็นกรรมการบริษัท ประธานกรรมการบริษัท และกรรมการอิสระ โดยให้มีผลนับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2558 ดังนั้น ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 5/2557 จึงได้มีมติแต่งตั้งการดำรงตำแหน่งของ กรรมการและกรรมการชุดย่อย โดยให้มีผลนับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2558 ดังนี้
    - 1) แต่งตั้ง นายปกรณ์ ทวีสิน ดำรงตำแหน่ง ประธานกิตติมศักดิ์
    - 2) แต่งตั้ง นายอมรศักดิ์ นพรมภา ดำรงตำแหน่ง ประธานกรรมการบริษัท
    - 3) แต่งตั้ง นายวุฒิพล สุริยาภิวัฒน์ ดำรงตำแหน่ง ประธานกรรมการตรวจสอบ และ ประธานกรรมการสรรหา คำตอบแทน และบรรษัทภิบาล
    - 4) แต่งตั้ง นายทวีชัย จิตตสรณชัย ดำรงตำแหน่ง กรรมการตรวจสอบ
  - ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 6/2557 เมื่อวันที่ 11 ธันวาคม 2557 ได้มีมติแต่งตั้ง นายจรัญ เกษร ดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัท แทนนายปกรณ์ ทวีสิน โดยมีวาระการดำรงตำแหน่งเท่าที่คงเหลืออยู่ของนายปกรณ์ ทวีสิน โดยให้มีผลนับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2558 เป็นต้นไป
- ปี 2558
- บริษัทได้ออกหุ้นกู้แบบเสนอขายในกรณีจำกัด (Private Placement หรือ PP) โดยอาศัยมติที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2553 โดยเป็นหุ้นกู้ชนิดระบุชื่อผู้ถือ ไม่ด้อยสิทธิ ไม่มีประกัน และไม่มีผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้ และเป็นการเสนอขายเฉพาะนักลงทุนสถาบัน และ/หรือนักลงทุนรายใหญ่ จำนวนรวมไม่เกิน 850,000,000.-บาท (แปดร้อยห้าสิบล้านบาทถ้วน) ดังนี้
 

ครั้งที่ 1 เสนอขายในวงเงินไม่เกิน 600,000,000.-บาท ครบกำหนดไถ่ถอน ปี พ.ศ. 2560

ครั้งที่ 2 เสนอขายในวงเงินไม่เกิน 250,000,000.-บาท ครบกำหนดไถ่ถอน ปี พ.ศ. 2561

## 2) การพัฒนาการของการประกอบธุรกิจ

ตลอดเวลากว่า 2 ทศวรรษที่บริษัทดำเนินธุรกิจในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โดยยึดหลักของความสมดุลในการดำเนินการ ซึ่งมีพัฒนาการมาโดยลำดับ อันเกิดจากการศึกษาวิจัยพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับการบริการ โดยเฉพาะการบริการหลังการขาย อันได้แก่ “การบริหารอาคารภายหลังการส่งมอบ” ซึ่งเป็นที่มาของแบรนด์ “ลุมพินี” และ “ชุมชนน่าอยู่” ที่ได้รับการยอมรับในปัจจุบัน โดยสามารถแบ่งพัฒนาการที่สำคัญออกเป็นระยะดังนี้



- ปี 2532-2541 • ผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์แบบครบวงจร โดยมีการพัฒนาโครงการในหลากหลายรูปแบบทั้งอาคารชุดสำนักงาน อาคารชุดพักอาศัย มินิออฟฟิศ เซตอุตสาหกรรมขนาดย่อม รวมถึงโครงการจัดสรรย่านชานเมือง โดยโครงการต่างๆ ส่วนมากมักเป็นอาคารสูงตั้งอยู่ใจกลางเมือง จนบริษัทได้รับการขนานนามว่าเป็น **“ผู้ชำนาญด้านอาคารสูง”** (High Rise Expertise) โดยกลยุทธ์ในช่วงแรกเน้นการพัฒนาโครงการด้วยการบุกเบิกทำเลใหม่ๆ ในบริเวณที่มีความหนาแน่นสูง การคมนาคมสะดวกใกล้ทางขึ้น-ลงทางด่วน (Blue Ocean Strategy) เช่น บริเวณถนน พระราม 4 และถนนพระราม 3 โดยบริษัทได้จัดตั้งบริษัทย่อยขึ้นด้วยทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท เพื่อให้บริการด้านธุรกิจบริหารอสังหาริมทรัพย์ โดยเฉพาะการบริหารอาคารแก๊นดิบุคคลอาคารชุดของโครงการต่างๆ ที่บริษัทพัฒนา และยังมีกรรมสิทธิ์ในบริษัท พรสันติ จำกัด เพื่อพัฒนาโครงการ พี.เอส.ที. ในระยะต่อมา ได้มีการเพิ่มการลงทุน จนปัจจุบันบริษัท พรสันติ จำกัด ถือเป็นหนึ่งในบริษัทย่อยของบริษัท
- ปี 2542-2546 • หลังจากปรับโครงสร้างหนี้แล้วเสร็จ บริษัทได้เริ่มกลับมาพัฒนาโครงการอีกครั้งหนึ่ง โดยอาศัยโอกาสทางการตลาดที่มีอยู่ในขณะนั้นด้วยการสร้างกระแสความนิยม “ซิตี้คอนโด” หรือคอนโดมิเนียมในราคาล้านต้นๆ ภายใต้แบรนด์ **“ลุมพินี”** สำหรับผู้มีรายได้ระดับกลางถึงกลาง-ล่าง ในขณะที่ผู้ประกอบการรายอื่นเลือกพัฒนาโครงการแนวราบสำหรับกลุ่มลูกค้าผู้มีรายได้ระดับบน ซึ่งส่วนใหญ่เป็น “บ้านสร้างเสร็จก่อนขาย” ตามกระแสของตลาดในขณะนั้น ซึ่งบริษัทประสบความสำเร็จในการปิดการขายในทุกโครงการที่เปิดตัว ในขณะนั้น โดยสามารถปิดการขายทั้งโครงการภายในระยะเวลาอันสั้น ซึ่งส่งผลให้บริษัทเติบโตตามลำดับ จนได้รับความเชื่อมั่นจากตลาดในฐานะผู้นำด้านการพัฒนาอาคารชุดพักอาศัยในเมือง โดยปัจจัยที่นำมาซึ่งความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง ประกอบไปด้วยกลยุทธ์ทางการตลาด อันได้แก่ **“การกำหนดกลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจง”** (Focus Strategy) **“ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์จากคู่แข่ง”** (Product Differentiation) ภายใต้แนวคิด **“LPN Design”** ที่มีประโยชน์ใช้สอยครบถ้วนภายใต้พื้นที่ห้องชุดขนาด 30 ตร.ม. สำหรับห้องชุดแบบสตูดิโอ และขนาด 60 ตร.ม. สำหรับห้องชุดแบบ 2 ห้องนอนที่ได้พัฒนามาอย่างต่อเนื่อง **“ความแตกต่างทางการบริการ”** (Service Differentiation) อันได้แก่ **“การบริหารอาคารชุด”** ซึ่งถือเป็นการบริการหลังการขาย โดยในระยะหลังได้มีการปรับเปลี่ยนแนวคิดมาเป็น **“การบริหารชุมชน”** ตามกลยุทธ์ **“ชุมชนน่าอยู่”** และปัจจัยสุดท้าย คือ **ผู้นำต้นทุน (Cost Leadership)** โดยทางบริษัทได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายของที่อยู่อาศัยในระดับกลางถึงกลางล่าง ซึ่งมีข้อจำกัดด้านราคาจึงต้องให้ความสำคัญกับการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่าย (Cost Management) ในทุกกระบวนการ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาที่ถูกกลุ่มเป้าหมายของบริษัทสามารถเป็นเจ้าของได้
- เดือนพฤศจิกายน 2544 บริษัทได้ร่วมทุนกับอีก 3 บริษัท จัดตั้งบริษัท แกรนด์ ยูนิटी ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ขึ้น เพื่อพัฒนาโครงการอาคารชุดพักอาศัยสร้างค้างเนื่องจากวิกฤติเศรษฐกิจ โครงการแรกที่เข้าพื้นที่ ได้แก่ **“โครงการลุมพินี เพลส วอเตอร์คลิฟ”** โดยมีบริษัท ลุมพินี พรอพเพอร์ตี้ มาเนจเม้นท์ จำกัด เป็นผู้รับผิดชอบด้านการบริหารการขายและการตลาด การบริหารงานก่อสร้าง รวมถึงการเจรจากับกลุ่มผู้ซื้อเดิม
- ปี 2547-2548 • เริ่มขยายการพัฒนาอาคารชุดพักอาศัยจากโครงการความสูงไม่เกิน 9 ชั้น เป็นการพัฒนาอาคารสูง โดยมีความสูงประมาณ 20 ชั้น (Medium Rise Condominium) เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจและลดข้อจำกัดในการจัดซื้อที่ดิน และได้มีการพัฒนากระบวนการก่อสร้างร่วมกับพันธมิตรทางการก่อสร้าง จนสามารถดำเนินงานก่อสร้างให้แล้วเสร็จภายใน 1 ปี เช่นเดียวกับอาคารความสูงไม่เกิน 9 ชั้น ในขณะที่ยังคงรักษาคุณภาพและส่งมอบให้กับลูกค้าได้ตามกำหนดเวลา



- ขยายขนาดของการพัฒนาจากการพัฒนาอาคารชุดพักอาศัยเป็นการพัฒนา “ชุมชนเมืองขนาดย่อม” (Small Size Township) ที่มี “**ลุมพินี วิลล์ ศูนย์วัฒนธรรม**” เป็นโครงการนำร่อง โดยจัดเป็นโครงการขนาดใหญ่ที่ประกอบไปด้วยอาคารหลายอาคารในโครงการเดียวกัน และมีห้องชุดเป็นจำนวนมาก จึงเปรียบเสมือนชุมชนเมืองขนาดย่อมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ทั้งภายในและภายนอกโครงการ ภายใต้แนวคิด “Total Solution Services”
- ปี 2549-2551 • ต่อยอดแบรนด์ “**ลุมพินี เซ็นเตอร์**” โครงการอาคารชุดพักอาศัยสำหรับผู้มีรายได้ระดับกลาง-ล่าง ด้วยการพัฒนาแบรนด์ “**ลุมพินี คอนโดทาวน์**” ด้วยนโยบายในการสร้างที่อยู่อาศัยหลังแรกและชุมชนคุณภาพให้กับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการที่พักอาศัยเป็นของตนเอง ซึ่งได้เปิดตัวโครงการแรกเมื่อต้นปี 2550 บริเวณถนนรามคำแหงภายใต้ชื่อ “**ลุมพินี คอนโดทาวน์ บดินทรเดชา-รามคำแหง**” โดยปัจจุบันลูกค้าได้เข้าอยู่อาศัยภายใต้การบริหารจัดการ “**ชุมชนน่าอยู่**” เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดี ทั้งด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม มีสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่สมบูรณ์แบบภายในโครงการ ได้รับความอบอุ่น ปลอดภัย เพื่อสร้างความสุขที่แท้จริงจากการอยู่อาศัย ซึ่งบริษัทฯ จะใช้แบรนด์ “**ลุมพินี คอนโดทาวน์**” เป็นเรื่องในการพัฒนา
- ปี 2552-2553 • เดินหน้าพัฒนาโครงการภายใต้แบรนด์ “**ลุมพินี คอนโดทาวน์**” อย่างต่อเนื่อง หลังจากที่มีโครงการภายใต้แบรนด์ดังกล่าวแล้วเสร็จ 3 โครงการ โดยมีการเปิดตัวโครงการ “**ลุมพินี คอนโดทาวน์ รามอินทรา-นวมินทร์**” ที่เป็นอาคารสูงเป็นครั้งแรกในช่วงปลายไตรมาส 2 อีกทั้งยังมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งยังคงคุณค่าภายใต้แนวคิด “**LPN Design**” ได้แก่ ห้องชุดแบบ 1 ห้องนอนขนาด 25 ตร.ม. โดยได้รับการตอบรับที่ดีเช่นเคยท่ามกลางภาวะวิกฤติเศรษฐกิจแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมั่นของตลาดที่มีต่อแบรนด์ “**ลุมพินี**”
  - ในช่วงปลายไตรมาส 4 บริษัทได้ทำการเปิดตัวโครงการ 2 โครงการสุดท้ายของปี โดยหนึ่งในโครงการนั้น คือ “**ลุมพินี พาร์ค ปิ่นเกล้า**” ซึ่งเป็นแบรนด์เฉพาะกิจในขณะนั้นเพื่อแสดงให้เห็นถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่บริษัทมุ่งมั่นในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยในโครงการนี้ประกอบด้วยพื้นที่ส่วนขนาดใหญ่เนื้อที่มากกว่า 4 ไร่ ภายใต้ชื่อ “**สวนรวมใจ**” ที่มุ่งหมายให้เป็นพื้นที่พักผ่อนหย่อนใจสำหรับผู้อยู่อาศัยในโครงการ และเป็นศูนย์รวมของการทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อสร้างวัฒนธรรมอันดีงามในการอยู่อาศัยร่วมกัน และเป็นอีกหนึ่งครั้งที่บริษัทสร้างนวัตกรรมในการเปิดตัวอาคารชุดพักอาศัยด้วยการก่อสร้าง “**สวนรวมใจ**” ให้แล้วเสร็จก่อนการเปิดขายเพื่อให้ผู้ซื้อสัมผัสได้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่บริษัทมุ่งมั่นสร้างสรรค์สร้างและส่งมอบ ต่อมาภายหลังบริษัทได้มีการพัฒนาโครงการภายใต้ แบรนด์ “**ลุมพินี พาร์ค**” อย่างต่อเนื่อง จึงถือได้ว่า “**ลุมพินี พาร์ค**” เป็นหนึ่งในแบรนด์ย่อยของแบรนด์ “**ลุมพินี**”
- ปี 2554-2555 • ในปี 2554 บริษัทได้เริ่มขยายการพัฒนาออกไปยังต่างจังหวัด ด้วยการเปิดตัวโครงการ “**ลุมพินี คอนโดทาวน์ พัทยาเหนือ-สุขุมวิท**” บริเวณริมถนนสุขุมวิท เพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมายในระดับกลาง-ล่าง ที่ต้องการที่พักอาศัยที่มีคุณภาพในราคาที่ไม่สูงมาก (Affordable Price) เพื่อเป็น “บ้านหลังแรก” ซึ่งยังมีการพัฒนาออกสู่ตลาดในเมืองพัทยาไม่มากนัก แนวคิดของบริษัทแตกต่างจากบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ส่วนใหญ่ที่มุ่งสู่ตลาดอาคารชุดตากอากาศที่มีราคาสูง เพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนกรุงเทพฯ ที่ต้องการที่พักตากอากาศ หรืออีกนัยหนึ่งคือ “บ้านหลังที่สอง”
  - หลังจากประสบความสำเร็จจากโครงการลุมพินี คอนโดทาวน์ พัทยาเหนือ-สุขุมวิท ในปี 2555 บริษัทได้เปิดตัวโครงการอาคารชุดพักอาศัยในบริเวณพัทยาก็อีก 2 โครงการ ได้แก่ โครงการ **ลุมพินี วิลล์ นาเกลือ-วงศ์อมตย์** ซึ่งเป็นโครงการที่บริษัทได้นำเสนอแนวคิดใหม่ในการพัฒนาอาคารชุดพักอาศัย **Pleasure Family** เพื่อรองรับกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้สูงอายุ โดยใช้แนวทางการออกแบบ **Universal Design** เพื่อให้เกิดความสะดวกและปลอดภัยในการใช้ชีวิตประจำวัน อีกทั้งยังได้จัดเตรียมพื้นที่ส่วนกลางเพื่อเป็นศูนย์กลางของการพบปะสังสรรค์ การใช้ชีวิตร่วมกันสำหรับผู้อยู่อาศัยทุกเพศทุกวัยตามแนวคิด **Together Care & share** ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของ “**ชุมชนน่าอยู่**” และบริษัทได้เปิดตัวโครงการอีกหนึ่งโครงการภายใต้แบรนด์ใหม่ “**ลุมพินี พาร์คปิ่น**” คอนโดพักตากอากาศที่ผสมผสานระหว่างบรรยากาศของสวนรวมใจและความมีชีวิตชีวาของบรรยากาศ



ชายทะเล โดยเลือกชายทะเลริมหาดจอมเทียนเป็นทำเลแรกในการพัฒนา นอกจากนี้ยังได้พัฒนา “**ลุมพินี เมกะซิตี**” ที่ต่อยอดมาจากแบรนด์ “ลุมพินี คอนโดทาวน์” เพื่อเป็นต้นแบบของโครงการขนาดใหญ่ในลักษณะอาคารสูง โดยยังคงเน้นความสะดวกสบาย ภายใต้แนวคิด “**ชุมชนเมืองขนาดย่อม**” และขยายชุมชนน่าอยู่ไปสู่เมืองชลบุรี ภายใต้แบรนด์ “**ลุมพินี คอนโดทาวน์**” เป็นอีกครั้งหนึ่งที่บริษัทได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ออกสู่ตลาด ได้แก่ ห้องชุดขนาด 21.00 ตร.ม. ซึ่งตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายทั้งในด้านคุณภาพและราคา

- ปี 2556
- บริษัทได้เริ่มขยายการพัฒนาสู่ภาคตะวันออกเชิงเหนือเป็นครั้งแรก เพราะเล็งเห็นถึงศักยภาพการเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยเปิดตัวโครงการ “**ลุมพินี เพลส ยูติ-โพศรี**” บริเวณถนนโพศรี อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี โดยทำเลที่ตั้งของโครงการอยู่ในบริเวณที่เป็นศูนย์กลางของเมืองใหม่ โดยบริษัทยังคงได้รับการตอบรับที่ดีจากชาวอุดรธานี ซึ่งเป็นสิ่งยืนยันถึงความแข็งแกร่งของแบรนด์ “ลุมพินี” ทั้งนี้บริษัทยังได้ร่วมกับสถาบันการศึกษาท้องถิ่นในการให้โอกาสนักศึกษาในการเข้าฝึกปฏิบัติงานกับบริษัทในการให้บริการแก่ลูกค้าในช่วงการจัดงานขายและงานเปิดตัวโครงการ เพื่อเสริมสร้างทักษะและการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติงานจริง
  - หลังจากบริษัทประสบความสำเร็จจากการเปิดตัวโครงการ “ลุมพินี คอนโดทาวน์ ชลบุรี-สุขุมวิท” ซึ่งเป็นโครงการต้นแบบของ “ชุมชนเมืองน่าอยู่” ที่มุ่งเป้าไปยังกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ในระดับกลาง-ล่าง เดือนพฤษภาคมที่ผ่านมา บริษัทได้เปิดตัวโครงการ “**ลุมพินี ทาวน์ชิป รังสิต-คลอง 1**” บนพื้นที่กว่า 100 ไร่ ภายใต้แนวคิด “ชุมชนเมืองน่าอยู่” ที่ประกอบด้วยอาคารชุดมากกว่า 50 อาคาร ห้องชุดกว่า 10,000 ยูนิต พร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ โดยบริษัทได้ร่วมกับบริษัท ซี.พี.ออลส์ จำกัด (มหาชน) และบริษัท สยามฟิวเจอร์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) แบ่งปันคุณค่าองค์กร (Creating Share Value) ในการให้บริการและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้พักอาศัยในโครงการ ซึ่งโครงการพัฒนภายใต้อาณาเขต “ลุมพินี ทาวน์ชิป” จะเป็นหนึ่งในการพัฒนาเชิงกลยุทธ์ในอนาคต เพื่อรักษาการเติบโตของบริษัทในอนาคต
  - นอกจากการเปิดตัวโครงการ “ลุมพินี ทาวน์ชิป รังสิต-คลอง 1” ซึ่งเป็นโครงการขนาดใหญ่ที่พัฒนภายใต้อาณาเขต “ชุมชนเมืองน่าอยู่” แล้ว บริษัทยังได้เปิดตัวโครงการเชิงกลยุทธ์อีกหนึ่งโครงการได้แก่โครงการ “**เดอะ ลุมพินี 24**” (The Lumpini 24) บริเวณซอยสุขุมวิท 24 เพื่อขยายฐานลูกค้าระดับบน ด้วยราคาขายมากกว่าตารางเมตรละ 150,000 บาท
  - เริ่มใช้ระบบหุ่นจำลองฐานข้อมูลอาคาร (BIM: Building Information Modeling) เพื่อพัฒนาระบบบริหารงานออกแบบและก่อสร้างโครงการ
- ปี 2557
- มุ่งสู่ “**องค์กรคุณค่า**” ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณค่าการดำเนินงานในทุกกระบวนการ เพื่อความยั่งยืนในทุกภาคส่วนตามแนวทาง “6 GREEN LPN”
  - ต่อยอดแนวคิดการสร้าง “**ชุมชนต้นแบบ**” เพื่อ “**ชุมชนน่าอยู่**” ที่ยั่งยืน ภายใต้วัฒนธรรมการอยู่อาศัย “**ร่วมใจ ห่วงใย แบ่งปัน**”
  - พัฒนาต้นแบบโครงการสีเขียว LPN Signature Green Project ภายใต้มาตรฐานการออกแบบอาคารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโครงการแรกกับโครงการ **ลุมพินี พาร์ค นวมินทร์-ศรีบูรพา**
- ปี 2558
- เพิ่มความเข้มข้นในการพัฒนาและเติบโตอย่างยั่งยืน ภายใต้กลยุทธ์ 6 Green LPN ที่รับผิดชอบต่อผลกระทบกับผู้มีส่วนได้เสียทั้ง 8 กลุ่ม ใน 10 กระบวนการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์
  - จากการดำเนินงานโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมตลอดมา ทำให้บริษัทได้รับ 5 รางวัลแห่งความภาคภูมิใจด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม รวมถึงด้านความยั่งยืนและธรรมาภิบาล
  - ส่งมอบบ้านหลังแรกให้กับสมาชิก “ชุมชนเมืองน่าอยู่” ที่โครงการ **ลุมพินี ทาวน์ชิป รังสิต-คลอง 1 เฟส 1** ซึ่งตั้งอยู่ใจกลางเมืองนครรังสิต และเป็นโครงการชุดพักอาศัยขนาดใหญ่จำนวน 10,500 ห้องชุด โดยเป็นการส่งมอบบ้านหลังแรกในราคาที่ซื้อได้คุ้มค่ากับแนวคิด “การสร้างความสุขที่แท้จริงของการอยู่อาศัย” ของชุมชนเมือง



## 3) รางวัลที่บริษัทได้รับ

- ปี 2549
- บริษัทได้รับการจัดอันดับให้เป็นบริษัทที่มีการกำกับดูแลกิจการในระดับดีมาก (ระดับ 4 ตราสัญลักษณ์) ติดต่อกันเป็นปีที่ 3 จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)
  - บริษัทเป็น 1 ใน 3 บริษัทที่ได้รับการเสนอชื่อเข้าชิงรางวัล SET Awards 2006 ประเภท Best Performance ในหมวด Property & Construction
- ปี 2550
- บริษัทได้รับการจัดอันดับให้เป็นบริษัทที่มีการกำกับดูแลกิจการในระดับดีมาก (ระดับ 4 ตราสัญลักษณ์) ติดต่อกันเป็นปีที่ 4 จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)
- ปี 2551
- บริษัทได้รับการจัดอันดับให้เป็นบริษัทที่มีการกำกับดูแลกิจการในระดับดีมาก (ระดับ 4 ตราสัญลักษณ์) ติดต่อกันเป็นปีที่ 5 จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)
  - บริษัทได้รับรางวัล “ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่ดีประจำปี 2550-2551” จากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานนายกรัฐมนตรี (สคบ.)
  - บริษัทเป็น 1 ใน 7 บริษัทจดทะเบียนไทยที่ได้รับการจัดอันดับ “200 Best Under A Billion” ของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก จากนิตยสาร Forbes Asia
- ปี 2552
- บริษัทได้รับการจัดอันดับให้เป็นบริษัทที่มีการกำกับดูแลกิจการในระดับดีมาก (ระดับ 4 ตราสัญลักษณ์) ติดต่อกันเป็นปีที่ 6 จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)
- ปี 2553
- บริษัทได้รับการจัดอันดับให้เป็นบริษัทที่มีการกำกับดูแลกิจการในระดับดีเลิศ (ระดับ 5 ตราสัญลักษณ์) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)
  - บริษัทได้รับรางวัลประกาศเกียรติคุณเป็นปีที่ 2 ติดต่อกัน จากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานนายกรัฐมนตรี (สคบ.) ในฐานะ “ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่ดีประจำปี 2552-2553”
  - นายทิมพร เปล่งศรีสุข ประธานกรรมการบริหารและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ได้รับการเสนอชื่อเข้าชิง Set Awards 2010 ในสาขา Best CEO Awards จากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)
  - แคมเปญการสื่อสารการตลาด "30 Happy days" และ "Happiness of Caring" ได้รับรางวัล Certificate of Excellence 2010 ในหมวด Interactive and Digital Media (Web-site Design) จาก Bangkok Art Directors Association (BAD Award)
- ปี 2554
- บริษัทได้รับการจัดอันดับให้เป็นบริษัทที่มีการกำกับดูแลกิจการในระดับดีเลิศ (ระดับ 5 ตราสัญลักษณ์) ติดต่อกันเป็นปีที่ 2 จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)
  - บริษัทได้รับรางวัล Thailand Most Innovative Companies 2011: In Search of Sustainable Innovation โดยบริษัทเป็น 1 ใน 5 บริษัทในกลุ่ม Non-service ที่ได้รับรางวัลนี้ ซึ่งจัดขึ้นโดยคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ
  - หลักทรัพย์ของบริษัท (LPN) ได้รับคัดเลือกให้อยู่ในกลุ่ม SET High Dividend 30 Index (SET HD)
  - บริษัทได้รับผลการประเมินคุณภาพในระดับดีเยี่ยมในการประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี 2554 จากสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย
- ปี 2555
- บริษัทได้รับการจัดอันดับให้เป็นบริษัทที่มีการกำกับดูแลกิจการในระดับดีเลิศ (ระดับ 5 ตราสัญลักษณ์) ติดต่อกันเป็นปีที่ 3 จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)
  - บริษัทได้รับการคัดเลือกให้เป็น 1 ใน 18 บริษัทที่มีสิทธิได้รับรางวัล บริษัทจดทะเบียนด้านผลการดำเนินงานยอดเยี่ยม (Best Company Performance Award) ในกลุ่มบริษัทที่มีมูลค่าหลักทรัพย์สูงกว่า 10,000 ล้านบาท จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



- โครงการลุมพินี วิลล์ แจ้งวัฒนะ-ปากเกร็ด ของบริษัทได้รับโลรางวัลอสังหาริมทรัพย์ดีเด่น ประเภทอาคารชุดราคาอเนกจาก ฯพณฯ นายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง
  - บริษัทได้รับรางวัลประกาศเกียรติคุณจากสำนักการโยธา กรุงเทพมหานคร ในฐานะผู้บริหารจัดการโครงการที่มีความโดดเด่นด้านการบริหารจัดการความปลอดภัย "อาคารปลอดภัย อุ้มน้ำทั้งเมือง" จากโครงการลุมพินีเพลส รัชโยธิน และโครงการลุมพินี เพลส พระราม 9-รัชดา
  - บริษัทได้รับการประเมินคุณภาพในระดับดีเลิศในการจัดการประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี 2555 จากสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย โดยได้คะแนนเต็ม 100 คะแนน
- ปี 2556
- บริษัทได้รับการจัดอันดับให้เป็นบริษัทที่มีการกำกับดูแลกิจการในระดับดีเลิศ (ระดับ 5 ตราสัญลักษณ์) ติดต่อกันเป็นปีที่ 4 จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)
  - บริษัทได้รับรางวัล "บริษัทที่มีอัตราการเติบโตของมูลค่าแบรนด์องค์กรสูงสุด" ในหมวดอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง จากภาควิชาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
  - บริษัทได้รับรางวัลรัฐภากรพัฒน์จากกรมสรรพากร ในฐานะผู้เสียภาษีที่ดีควรค่าแก่การยกย่อง และเป็นการรับรองผู้ประกอบการด้านภาษีอากร
- ปี 2557
- บริษัทได้รับการประเมินระดับการพัฒนาคูณธรรมที่ยั่งยืนจากสถาบันไทยพัฒน์ใน 2 ด้าน โดยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ได้รับการประเมินในระดับ 3 ผลงานเข้ากลยุทธ์ ส่วนด้านการป้องกันการมีส่วนเกี่ยวข้องกับคอร์รัปชัน ได้รับการประเมินในระดับ 2 ประกาศเจตนารมณ์
  - นายทิมมพร เปล่งศรีสุข ประธานกรรมการบริหารและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ได้รับการเสนอชื่อ เข้าชิง Set Awards 2014 ในสาขา Best CEO Awards จากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)
- ปี 2558
- บริษัทได้รับการจัดอันดับให้เป็นบริษัทที่มีการกำกับดูแลกิจการในระดับดีเลิศ (ระดับ 5 ตราสัญลักษณ์) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)
  - บริษัทได้รับรางวัล "บริษัทจดทะเบียนด้านการสนับสนุนกิจการเพื่อสังคมยอดเยี่ยม (SET Social Enterprise Investment Awards)" จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
  - บริษัทเป็น 1 ใน 9 บริษัท ในกลุ่มบริษัทจดทะเบียนที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ระหว่าง 30,000-100,000 ล้านบาท ที่ได้รับคัดเลือกเข้ารับการพิจารณารางวัล "บริษัทจดทะเบียนด้านความยั่งยืนยอดเยี่ยม (SET Sustainability Awards)" จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
  - บริษัทเป็น 1 ใน 51 บริษัทจดทะเบียนที่มีรายชื่อหุ้นยั่งยืน (Thailand Sustainability Investment: THSI) จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
  - บริษัทได้รับรางวัลด้านองค์กรแห่งความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG 100) จากสถาบันไทยพัฒน์
  - บริษัทได้รับรางวัล Recognition จากการประกาศรางวัลรายงานความยั่งยืนประจำปี 2558 (Sustainability Report Awards 2015) จากสมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย
  - บริษัทได้รับการประเมินคุณภาพในระดับดีเลิศในการจัดการประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี 2558 จากสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย โดยได้คะแนนเต็ม 100 คะแนน



### 1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัทได้มีการลงทุนในบริษัทย่อยจำนวน 4 บริษัท โดยบริษัทถือหุ้นมากกว่าร้อยละ 99 และแบ่งลักษณะของการประกอบธุรกิจ ดังนี้

#### 1. บริษัท พรสันติ จำกัด (PST)

ดำเนินธุรกิจการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่ใช้โครงการอาคารชุดพักอาศัย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกระจายความเสี่ยงในการลงทุน และเพื่อช่วยเพิ่มศักยภาพในการพัฒนาของบริษัทสำหรับแปลงที่ดินเปล่าที่ไม่เหมาะสมที่จะพัฒนาเป็นอาคารชุดพักอาศัย

#### 2. บริษัท ลุมพินี พร็อพเพอร์ตี้ มาเนจเม้นท์ จำกัด (LPP)

ดำเนินธุรกิจให้บริการบริหารชุมชนแบบครบวงจรให้แก่โครงการที่พัฒนาโดยบริษัทและบริษัทย่อย

#### 3. บริษัท ลุมพินี โปรเจค มาเนจเม้นท์ เซอร์วิส จำกัด (LPS)

ดำเนินธุรกิจให้บริการบริหารงานก่อสร้างแบบครบวงจรให้แก่โครงการที่พัฒนาโดยบริษัทและบริษัทย่อย

#### 4. บริษัท ลุมพินี พร็อพเพอร์ตี้ เซอร์วิส แอนด์ แคร์ จำกัด (LPC)

ดำเนินธุรกิจการให้บริการด้านบริการชุมชน โดยมีเป้าหมายที่จะพัฒนาไปสู่องค์กรธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) เพื่อสร้างอาชีพให้แก่สตรีด้อยโอกาส ซึ่งเป็นหนึ่งในการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม

ณ สิ้นปี 2558 บริษัทมีพัฒนาการในทุกด้านและมีเป้าหมายในโครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัทย่อย ดังนี้

บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)			
ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในรูปแบบอาคารชุดพักอาศัย			
วันก่อตั้งบริษัท	21 มิถุนายน 2532		
ชนิดของหุ้น	หุ้นสามัญ		
จำนวนหุ้น	1,475,698,768	หุ้น	
ชำระแล้ว	1,475,698,768	หุ้น	
มูลค่าหุ้นละ	1.00	บาท	
ทุนจดทะเบียน	1,475,698,768	บาท	
ทุนชำระแล้ว	1,475,698,768	บาท	

บริษัท ลุมพินี พร็อพเพอร์ตี้ มาเนจเม้นท์ จำกัด		บริษัทย่อย	บริษัทย่อย	บริษัท ลุมพินี โปรเจค มาเนจเม้นท์ เซอร์วิส จำกัด	
ธุรกิจให้บริการ บริหารจัดการชุมชนแบบครบวงจร				ธุรกิจให้บริการ บริหารงานก่อสร้างโครงการ	
วันก่อตั้งบริษัท	2 เมษายน 2535			วันก่อตั้งบริษัท	11 ธันวาคม 2550
ชนิดของหุ้น	หุ้นสามัญ			ชนิดของหุ้น	หุ้นสามัญ
จำนวนหุ้น	10,000	หุ้น		จำนวนหุ้น	10,000
มูลค่าหุ้นละ	100.00	บาท		มูลค่าหุ้นละ	100.00
ทุนจดทะเบียน	1.00	ล้านบาท		ทุนจดทะเบียน	1.00
สัดส่วนการลงทุน	ร้อยละ 99.88			สัดส่วนการลงทุน	ร้อยละ 99.93

บริษัท พรสันติ จำกัด		บริษัทย่อย	บริษัทย่อย	บริษัท ลุมพินี พร็อพเพอร์ตี้ เซอร์วิส แอนด์ แคร์ จำกัด	
ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ในรูปแบบอื่นๆ นอกเหนือจากอาคารชุดพักอาศัย				ธุรกิจให้บริการ งานบริการด้านต่างๆ ในชุมชน	
วันก่อตั้งบริษัท	14 พฤษภาคม 2533			วันก่อตั้งบริษัท	28 มีนาคม 2554
ชนิดของหุ้น	หุ้นสามัญ			ชนิดของหุ้น	หุ้นสามัญ
จำนวนหุ้น	3,500,000	หุ้น		จำนวนหุ้น	10,000
มูลค่าหุ้นละ	100.00	บาท		มูลค่าหุ้นละ	100.00
ทุนจดทะเบียน	350.00	ล้านบาท		ทุนจดทะเบียน	1.00
สัดส่วนการลงทุน	ร้อยละ 99.99			สัดส่วนการลงทุน	ร้อยละ 99.95



## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### 2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทและบริษัทย่อยประกอบธุรกิจใน 2 ส่วน ได้แก่ ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์และธุรกิจด้านงานให้บริการบริหารอสังหาริมทรัพย์แบบครบวงจร โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 2.1.1 ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ประกอบธุรกิจด้านการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการขายและให้เช่าแบบครบวงจร มุ่งเน้นการพัฒนาอาคารชุดพักอาศัยสำหรับผู้ที่มีรายได้ระดับกลางถึงกลาง-ล่าง เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก (Focus Strategy) โดยใช้กลยุทธ์การตลาดในการสร้างความแตกต่างทั้งด้านผลิตภัณฑ์และงานบริการ (Differentiation Strategy) การพัฒนาโครงการภายใต้แนวคิด “LPN Design” ทั้งภายในห้องชุดและพื้นที่ส่วนกลาง ซึ่งพื้นที่ส่วนกลางนั้นได้รับการออกแบบเพื่อให้คนทุกวัยสามารถทำกิจกรรมร่วมกันได้ ทั้งวัยเด็ก วัยรุ่น วัยทำงาน และผู้สูงอายุ รวมถึงการออกแบบ Universal Design ภายในห้องชุดพักอาศัยของผู้สูงอายุที่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ (Independent Elderly: IE) ทั้งยังได้พัฒนางานบริการหลังการขายในรูปแบบการบริหารชุมชนภายใต้กลยุทธ์ “ชุมชนน่าอยู่” ที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัย ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่แตกต่างและสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า

นอกจากนี้ ยังใช้กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านการบริหารต้นทุน (Cost Leadership Strategy) ซึ่งเป็นจุดแข็งของบริษัทมาสนับสนุนให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยบริษัทได้กำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการรับรู้และครอบคลุมกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัท และแยกตามวัตถุประสงค์ในการพัฒนาเป็น 2 รูปแบบ คือ 1) **บ้านหลังแรกในเมือง** และ 2) **บ้านหลังที่ 2 ที่เป็นคอนโดพักตากอากาศ** ซึ่งกลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มลูกค้าของบริษัทที่ต้องการมีคอนโดพักตากอากาศเป็นของตนเอง

#### 1. บ้านหลังแรกในเมือง

นอกจากการพัฒนาอาคารชุดพักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแล้ว ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา บริษัทยังได้ขยายการพัฒนาไปยังต่างจังหวัด ได้แก่ จังหวัดอุดรธานี ชลบุรี เพชรบุรี และเขตการปกครองพิเศษพัทยา ซึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร รวมถึงจังหวัดอุดรธานี และชลบุรี บริษัทได้กำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ไว้ดังนี้คือ

##### 1) “เดอะ ลุมพินี”



แบรนด์ระดับพรีเมียมที่ได้รับการพัฒนาขึ้น เนื่องในโอกาสพิเศษการดำเนินธุรกิจครบรอบ 24 ปี ของ LPN บนทำเลที่มีศักยภาพสูงสุดในซอยสุขุมวิท 24 เขตสุขุมวิทตอนต้นที่แวดล้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกสูงสุด ทั้งยังได้รับการออกแบบที่พิเศษ มีลักษณะอาคารชุดเป็นตัวยู ซึ่งทุกห้องชุดสามารถเปิดมุมมองไปยังทุกส่วนของกรุงเทพมหานครได้ จึงเหมาะสมกับการใช้ชีวิตที่หรูหรา เรียบง่ายตามแบบฉบับของ LPN ที่ช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับสภาพแวดล้อมของถนนสุขุมวิท 24

##### 2) “ลุมพินี สวีท”



แบรนด์ระดับสูงเพื่อตอบสนองความต้องการที่อยู่อาศัยของเจ้าของธุรกิจหรือผู้บริหารระดับสูง ที่ต้องการชีวิตที่สะดวกสบายสูงสุด มีความสามารถในการใช้จ่ายเพื่อที่อยู่อาศัยสูง ทำเลในการพัฒนาโครงการดังกล่าวจึงอยู่ในเขตใจกลางศูนย์กลางธุรกิจ (CBD) สะดวกในการเดินทางด้วยระบบคมนาคมขนาดใหญ่ เช่น สถานีรถไฟฟ้า BTS MRT และทางด่วนสายสำคัญ ฯลฯ



ครบครันด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการที่สมบูรณ์แบบ ด้วยจำนวนยูนิตในแต่ละโครงการที่ไม่สูงมาก ทำให้ผู้อยู่อาศัยมีความเป็นส่วนตัวสูงสุด

### 3) “ลุมพินี เฟลส”



แบรนด์ระดับกลางบน ที่พัฒนาขึ้นสำหรับกลุ่มเป้าหมายคนวัยทำงานที่เป็นผู้บริหาร อายุประมาณ 30-40 ปี ทำเลในการพัฒนาโครงการดังกล่าวจึงอยู่ในเขตที่มีความหนาแน่นสูง ติดถนนใหญ่ อาจอยู่ในเขตใจกลางเมืองหรือรอบศูนย์กลางธุรกิจ (CBD) สะดวกในการเดินทางด้วยทำเลที่ใกล้ระบบคมนาคมขนาดใหญ่ที่ทันสมัย ครบครันด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกที่สมบูรณ์แบบต่อการใช้ชีวิตประจำวัน โดยริเริ่มพัฒนาโครงการแรกที่ “ลุมพินี เฟลส สาทร” บนถนนนราธิวาสราชนครินทร์ ทั้งยังพัฒนาขนาดของห้องชุด 30 และ 60 ตร.ม. ภายใต้แนวคิดในการออกแบบ LPN Design ที่ให้ประโยชน์ใช้สอยสูงสุด โดยแบรนด์ “ลุมพินี เฟลส” ถือเป็นโครงการต้นแบบของซีทีคอนโด โครงการอาคารชุดพักอาศัยเกาะตามแนวรถไฟฟ้าในวาคาล้านต้นๆ ที่บริษัทพัฒนาขึ้นในปี 2544 และได้รับความสำเร็จอย่างสูง เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการในการดำเนินชีวิตของกลุ่มเป้าหมายคนทำงานในเมือง

### 4) “ลุมพินี วิลล์”



แบรนด์ระดับกลาง ซึ่งถูกพัฒนาและต่อยอดมาจากแบรนด์ “ลุมพินี เฟลส” เพื่อคนในวัยทำงานซึ่งอาจเป็นผู้บริหารระดับต้นอายุไม่เกิน 35 ปี ต้องการความสะดวกในการเดินทางและการอยู่อาศัยที่เป็นส่วนตัว ทำเลที่ตั้งโครงการจึงอยู่ในเขตที่มีความหนาแน่นสูง ใกล้แหล่งงาน และสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงเรียน ฯลฯ แบรนด์ “ลุมพินี วิลล์” จึงเป็นทางเลือกสำหรับคนรุ่นใหม่ที่ต้องการใช้ชีวิตในแบบของตนเองขณะที่ยังคงอยู่ใกล้ชิดกับครอบครัวเดิม

### 5) “ลุมพินี เซ็นเตอร์” และ “ลุมพินี คอนโดทาวน์”



แบรนด์ระดับกลางล่าง ที่มุ่งสร้างที่อยู่อาศัยเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับกลุ่มคนวัยเริ่มต้นการทำงาน ผู้ประกอบวิชาชีพอิสระ โดยทำเลที่ตั้งโครงการจะอยู่ในเขตรอยต่อระหว่างใจกลางเมืองกับเขตรอบนอกที่มีความหนาแน่นสูง ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายขนาดใหญ่ที่มีความต้องการที่พักอาศัยสูง บริษัทจึงวางตำแหน่งให้แบรนด์นี้ในกลุ่มดังกล่าวเป็นเป้าหมายหลัก หรือ “เรือธง” (Flagship) ของการพัฒนาอาคารชุดพักอาศัยของบริษัท เพื่อพัฒนาให้เป็นบ้านหลังแรกที่มีคุณภาพ และเป็นจุดเริ่มต้นของครอบครัวที่อบอุ่นสำหรับผู้ที่อยู่ในวัยเริ่มต้นของชีวิตครอบครัว

### 6) “ลุมพินี พาร์ค”



แบรนด์ระดับกลางบน ซึ่งได้รับการพัฒนาขึ้นสำหรับชุมชนขนาดใหญ่ เพื่อเพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่นำไปสู่คุณค่าของงานบริการ ด้วยการพัฒนา “สวนรวมใจ” (Community Park) สวนพักผ่อนขนาดใหญ่ที่ร่มรื่นด้วยพื้นที่สีเขียวและพื้นที่ที่ผู้อยู่อาศัยสามารถทำกิจกรรมร่วมกันได้ ไม่ว่าจะเป็นระหว่างครอบครัวหรือเพื่อนบ้านในโครงการ สอดรับกับแนวคิดของการสร้าง “ชุมชนน่าอยู่” ที่ผู้อยู่อาศัยร่วมกันด้วยวัฒนธรรม “รวมใจ ห่วงใย และแบ่งปัน” โดยเริ่มโครงการแรกที่โครงการลุมพินี พาร์ค ปิ่นเกล้า



## 7) “ลุมพินี ทาว์นชิป”

## LUMPINI Township

แบรนด์ระดับล่าง ที่บริษัทพัฒนาขึ้นเพื่อสร้างโอกาสในการเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยได้โดยง่าย ด้วยราคาที่จับต้องได้ (Affordable Price) ภายใต้กลยุทธ์การสร้าง “ชุมชนเมืองน่าอยู่” (Vibrant Township) สำหรับกลุ่มเป้าหมายระดับล่าง โดยเริ่มพัฒนาที่ทำเลรังสิตเป็นโครงการแรก ภายใต้ชื่อโครงการ “ลุมพินี ทาว์นชิป รังสิต-คลอง 1” ด้วยห้องชุดขนาด 21.50-26.00 ตารางเมตร จำนวนกว่า 10,000 ยูนิต บนพื้นที่ขนาด 100 ไร่ พร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อการใช้ชีวิตภายในโครงการอย่างครบครัน เช่น สันทนาการที่หลากหลายเพื่อรองรับผู้อยู่อาศัยจำนวนมาก ศูนย์การค้าชุมชนด้านหน้าโครงการ ร้านสะดวกซื้อ เพื่อสร้างคุณภาพชีวิต สังคม และสิ่งแวดล้อมที่ดีแก่ผู้อยู่อาศัย

## 8) “ลุมพินี เมกะซิตี” และ “ลุมพินี มิกซ์”

## LUMPINI MegaCity LUMPINI MiXX

แบรนด์สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่มีความหลากหลาย ซึ่งบริษัทพัฒนาขึ้นเมื่อปี 2554 สำหรับโครงการ “ลุมพินี เมกะซิตี บางนา” โครงการขนาดใหญ่ที่ตั้งอยู่บนทำเลศักยภาพบนถนนบางนา-ตราด ใกล้แหล่งงาน ทางขึ้นลงทางด่วน และสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย เช่น เซ็นทรัลบางนา ศูนย์การค้าเมกา บางนา ที่ตั้งของอสังหาริมทรัพย์ เพอร์ซิเจอร์สัญชาติสวีเดนที่มีชื่อเสียง โดยสร้างเป็นอาคารชุดพักอาศัย 5 อาคาร ความสูง 18, 28, 29 ชั้น จำนวนกว่า 4,000 ยูนิต และด้วยราคาที่ไม่สูงมาก จึงทำให้โครงการดังกล่าวประสบความสำเร็จอย่างสูง

สำหรับแบรนด์ลุมพินี มิกซ์ มีโครงการลุมพินี มิกซ์ เทพารักษ์-ศรีนครินทร์ เป็นโครงการนำร่อง ด้วยทำเลที่มีศักยภาพ เชื่อมต่อกับระบบคมนาคมขนาดใหญ่ และยังไม่มีการพัฒนาที่พักอาศัยในลักษณะอาคารชุดพักอาศัย จึงถือเป็นทำเลที่เป็นบลูโอเชียน โดยภายในโครงการยังพร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมสรรพ

## 2. บ้านหลังที่ 2 ที่เป็นคนโตพักตากอากาศ

นอกจากการอยู่อาศัยในเขตเมืองซึ่งใกล้แหล่งงานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อการใช้ชีวิตแล้ว บริษัทยังได้ริเริ่มการพัฒนาบ้านหลังที่ 2 ที่เป็นอาคารชุดพักอาศัยตากอากาศ โดยเริ่มขยายการพัฒนาไปที่เขตการปกครองพิเศษพัทยาเป็นครั้งแรกตามด้วยชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

## 1) “ลุมพินี พาร์คบีช”

## LUMPINI PARK BEACH

แบรนด์ระดับกลางบน ที่ต่อยอดมาจากแบรนด์ “ลุมพินี พาร์ค” ซึ่งผสมผสานระหว่างบรรยากาศของ “สวนรวมใจ” และ ความมีชีวิตชีวาของบรรยากาศชายทะเล โดยพัฒนาเป็นที่แรกที่โครงการ “ลุมพินี พาร์คบีช จอมเทียน” ริมหาดจอมเทียน พัทยา ซึ่งโครงการดังกล่าวยังได้รับการออกแบบให้ห้องชุดทุกห้องสามารถมองเห็นวิวทะเลได้ ด้วยระดับราคาที่ไม่สูง ก็สามารถเป็นเจ้าของห้องชุดตากอากาศที่สะดวกในการเดินทางอย่างมาก เพียง 2 ชั่วโมงจากกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ ยังเป็นการนำการบริหารจัดการ “ชุมชนน่าอยู่” ซึ่งเป็นจุดแข็งของบริษัทนำเสนอแก่ผู้พักอาศัยในพัทยา และ ด้วยความสำเร็จจากการตอบรับที่ดีของลูกค้า บริษัทจึงได้ขยายการพัฒนาไปยังเขตชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ในปี 2558 ที่ผ่านมา



## 2) “ลุมพินี ซีวิว จอมเทียน”



แบรนด์ระดับกลาง เพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมายเพื่อคนในวัยทำงานซึ่งอาจเป็นผู้บริหารระดับต้นอายุไม่เกิน 35 ปี ที่ต้องการบ้านหลังที่ 2 ที่บ้านพักตากอากาศสัปดาห์ละ โดยเริ่มพัฒนาโครงการแรกในทำเลพัทยา ภายใต้ชื่อโครงการ “ลุมพินี ซีวิว จอมเทียน” บนทำเลต่อเนื่องมาจากโครงการ “ลุมพินี พาร์คบีช จอมเทียน” ซึ่งเป็นรีสอร์ทคอนโดโครงการแรกของบริษัท เพื่อให้เป็นอาคารชุดพักอาศัยตากอากาศในราคาที่สามารถเป็นเจ้าของได้โดยง่าย สำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ระดับกลาง ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัท พร้อมสัมผัสมุมมองและกลิ่นอายทะเลที่กว้างสุดตา ภายใต้การบริหารจัดการ “ชุมชนน่าอยู่” และการให้บริการที่สนองตอบต่อวิถีชีวิตของคนที่มาพักในรีสอร์ทคอนโด

### 2.1.2 ธุรกิจให้บริการด้านงานบริหารอสังหาริมทรัพย์

บริษัทได้กำหนดนโยบายการบริการหลังการขายเพื่อดูแลลูกค้าอย่างต่อเนื่องในทุกโครงการภายหลังการส่งมอบ โดยได้จัดตั้งบริษัทย่อยคือ บริษัท ลุมพินี พร็อพเพอร์ตี้ มาเนจเม้นท์ จำกัด เป็นผู้รับผิดชอบงานบริหารจัดการชุมชนแบบครบวงจร เพื่อคุณภาพการอยู่อาศัยที่ดีของลูกค้า ที่มุ่งเน้นการเพิ่มคุณค่าของการบริการหลังส่งมอบด้วยกลยุทธ์ “ชุมชนน่าอยู่สำหรับคนทุกวัย” ด้วยวัฒนธรรมการอยู่อาศัย “ร่วมใจ ห่วงใย แบ่งปัน” นอกจากนี้ ยังให้บริการด้านอื่นๆ เพิ่มเติม ไม่ว่าจะเป็นงานบริการซื้อ ขายโอน แลกเปลี่ยน จัดหาผู้เช่า เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและรองรับการเติบโตของบริษัทในอนาคต และในปี พ.ศ. 2550 บริษัทยังได้จัดตั้งบริษัท ลุมพินี โปรเจค มาเนจเม้นท์ เซอร์วิส จำกัด เพื่อให้บริการงานบริหารโครงการและงานก่อสร้างของบริษัท เพื่อเพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์และรองรับการเติบโตของบริษัทในอนาคต นอกจากนี้ ในปี 2554 บริษัทยังได้แยกฝ่ายรักษาความสะอาดออกจากบริษัท ลุมพินี พร็อพเพอร์ตี้ มาเนจเม้นท์ จำกัด และจัดตั้งขึ้นเป็น บริษัท ลุมพินี พร็อพเพอร์ตี้ เซอร์วิส แอนด์ แคร์ จำกัด เพื่อให้บริการชุมชนในด้านต่างๆ เช่น การรักษาความสะอาดทั้งภายในพื้นที่ส่วนกลาง และบริการรักษาความสะอาดภายในห้องชุดด้วยบริการ “แจ๊ว คอนโด” รวมถึงงานต้อนรับชุมชนและงานบริการขับรถชุมชน เป็นต้น เพื่อสร้างอาชีพ รายได้ และคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับสตรี้อย่างโอกาส โดยบริษัทได้แบ่งงานบริหารอสังหาริมทรัพย์ออกเป็น 6 ด้าน ดังนี้

#### 1) งานบริหารงานก่อสร้างโครงการ

ดำเนินงานโดยบริษัท ลุมพินี โปรเจค มาเนจเม้นท์ เซอร์วิส จำกัด (LPS) เพื่อให้บริการงานบริหารโครงการและงานก่อสร้างให้แก่บริษัทและบริษัทในเครือ โดยมุ่งเน้นการบริหารงานก่อสร้างเพื่อการส่งมอบคุณค่าผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้า การควบคุมและบริหารต้นทุน ความรวดเร็วในการส่งมอบ ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงความปลอดภัยของคนงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ภายใต้กลยุทธ์ “Q-C-S-E-S+P”

#### 2) งานบริหารชุมชน

ดำเนินงานโดยบริษัท ลุมพินี พร็อพเพอร์ตี้ มาเนจเม้นท์ จำกัด (LPP) ซึ่งรับผิดชอบในการบริหารจัดการชุมชน ที่มุ่งเน้นการเพิ่มคุณค่าของการบริการหลังการส่งมอบโครงการที่บริษัทพัฒนาขึ้น ด้วยกลยุทธ์ “ชุมชนน่าอยู่สำหรับคนทุกวัย” โดยมีเป้าหมายเพื่อรักษาชื่อเสียง และคุณค่าของโครงการภายใต้การพัฒนาของบริษัทและชุมชนผู้อาศัยด้วยทีมงานบริหารชุมชนมืออาชีพ โดยบริหารจัดการทรัพย์สินภายในโครงการ บริหารจัดการงบประมาณ ดูแลคุณภาพชีวิต สิ่งแวดล้อม รวมทั้งความปลอดภัย และผู้มีส่วนได้เสีย ได้แก่ ผู้อยู่อาศัย ทีมบริหารชุมชน และคณะกรรมการนิติบุคคลอาคารชุด ภายใต้กลยุทธ์ “F-B-L-E-S+P”

#### 3) งานบริหารทรัพย์สินเพื่อเช่า ประเภทพาณิชย์กรรม

ดำเนินงานโดยบริษัท พรสันทิ จำกัด (PST) เพื่อบริหารจัดการทรัพย์สินให้เช่าประเภทพาณิชย์กรรมของบริษัท อันได้แก่ ห้องชุดเพื่อการพาณิชย์ในโครงการอาคารชุดพักอาศัย รวมทั้งบริหารจัดการร้านค้าในศูนย์การค้าชุมชนของบริษัท เพื่อรองรับนโยบายการบริการแบบครบวงจรภายในชุมชน (Total Solutions Service) และอำนวยความสะดวกในการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้อยู่อาศัย ซึ่งการบริหารพื้นที่เพื่อเช่าเหล่านี้ นอกจากจะสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่โครงการแล้ว ยังทำรายได้อย่างสม่ำเสมอ (Recurring Income) จากการเช่าให้กับบริษัทอีกด้วย



**4) งานบริหารทรัพย์สินเพื่อเช่า ประเภทที่พักอาศัย**

ดำเนินงานโดยบริษัท ลุมพินี พร็อพเพอร์ตี้ มาเนจเม้นท์ จำกัด (LPP) รับผิดชอบในการบริหารทรัพย์สินประเภทห้องชุดพักอาศัยที่ผู้ซื้อ (นักลงทุน) ต้องการบริการจัดหาผู้เช่าและผู้ซื้อ เพื่อเป็นศูนย์กลางให้แก่นักลงทุนในการให้บริการซื้อขาย นอกจากนี้ยังดำเนินการตรวจคัดกรองผู้เช่า เพื่อดูแลคุณภาพชีวิตและความปลอดภัยในชุมชน

**5) งานบริหารพื้นที่จอดรถยนต์**

ดำเนินงานโดยบริษัท ลุมพินี พร็อพเพอร์ตี้ มาเนจเม้นท์ จำกัด (LPP) เพื่อบริหารพื้นที่จอดรถยนต์ในอาคารสำนักงานขนาดใหญ่ที่มีที่จอดรถยนต์เป็นจำนวนมากและเป็นทรัพย์สินของบริษัท รวมทั้งให้บริการเช่า จัดเก็บรายได้และบำรุงรักษาเพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ค้าและผู้มาติดต่อทั้งหมดให้มีความคล่องตัว ปลอดภัย และเป็นระเบียบ

**6) งานบริการชุมชน**

ดำเนินงานโดยบริษัท ลุมพินี พร็อพเพอร์ตี้ เซอร์วิส แอนด์ แคร์ จำกัด (LPC) เพื่อให้บริการในเรื่องการดูแลรักษาความสะอาดและการบริการชุมชนอย่างครบวงจร รวมถึงให้บริการในส่วนของการต้อนรับในโครงการ

**2.1.3 โครงการภายใต้การพัฒนาของบริษัท**

- |         |  |
|---------|--|
| ปี 2532 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• พัฒนาโครงการอาคารชุดสำนักงาน <b>ลุมพินี ทาวเวอร์</b> บนถนนพระราม 4<br/>มูลค่าโครงการประมาณ 2,118 ล้านบาท พัฒนาแล้วเสร็จปี 2535</li> </ul>   |
| ปี 2533 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• พัฒนาโครงการอาคารชุดสำนักงาน <b>แอล.พี.เอ็น.ทาวเวอร์</b> บนถนนรัชดาภิเษก<br/>มูลค่าโครงการประมาณ 564 ล้านบาท พัฒนาแล้วเสร็จปี 2535</li> <li>• พัฒนาโครงการอาคารชุดพักอาศัย <b>พี.เอส.ที.คอนโดวิลล์ ทาวเวอร์ 1</b> บนถนนนนทบุรี<br/>พัฒนาแล้วเสร็จปี 2537</li> </ul>   |
| ปี 2534 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• พัฒนาโครงการอาคารชุดพักอาศัย <b>พี.เอส.ที.คอนโดวิลล์ ทาวเวอร์ 2</b> และอาคาร <b>พี.เอส.ที.มินิออฟฟิศ</b> บนถนนนนทบุรี พัฒนาแล้วเสร็จปี 2537</li> </ul>  |
| ปี 2535 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• พัฒนาโครงการอาคารชุดพักอาศัย <b>ลุมพินี เฟลส</b> บนถนนศรีบำเพ็ญ<br/>มูลค่าโครงการประมาณ 408 ล้านบาท พัฒนาแล้วเสร็จปี 2537</li> </ul>  |
| ปี 2537 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• พัฒนาโครงการอาคารชุดพักอาศัย <b>สีพระยา ริเวอร์วิว</b> บนถนนโยธา<br/>มูลค่าโครงการประมาณ 1,100 ล้านบาท พัฒนาแล้วเสร็จปี 2541</li> <li>• พัฒนาโครงการบ้านจัดสรรแห่งแรกภายใต้ชื่อ <b>บ้านลุมพินี บางบัวทอง</b> บนถนนตลิ่งชัน-สุพรรณบุรี จังหวัดนนทบุรี มูลค่าโครงการประมาณ 634 ล้านบาท พัฒนาแล้วเสร็จปี 2539</li> <li>• พัฒนาโครงการอาคารชุดพักอาศัย <b>พี.เอส.ที.ซิดีโฮม</b><br/>มูลค่าโครงการประมาณ 1,374 ล้านบาท พัฒนาแล้วเสร็จปี 2542</li> <li>• พัฒนาโครงการ <b>แอล.พี.เอ็น.มินิออฟฟิศ</b> บนถนนรัชดาภิเษกเชื่อมกับถนนนางลิ้นจี่<br/>มูลค่าโครงการประมาณ 29 ล้านบาท พัฒนาแล้วเสร็จปี 2537</li> </ul> |
| ปี 2538 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ซื้อที่ดินบริเวณถนนนราธิวาสราชนครินทร์ ถนนแฮปปี้แลนด์ และที่ดินบริเวณถนนผดุงกันท์</li> </ul>  |
| ปี 2539 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• พัฒนาโครงการอาคารชุดพักอาศัย <b>ลุมพินี เซ็นเตอร์ แฮปปี้แลนด์</b> อาคารพักอาศัยสูง 7 ชั้น พร้อมทั้งอาคารพาณิชย์ 24 ยูนิต บนถนนแฮปปี้แลนด์ มูลค่าโครงการประมาณ 474 ล้านบาท</li> </ul>  |



- ปี 2540
- ชะลอโครงการลุมพินี เซ็นเตอร์ แอปเปิ้ลแลนด์ โครงการ แอล.พี.เอ็น.เทคโนโลยี โครงการลุมพินี คอมเพล็กซ์ (ที่ดินบริเวณถนนราชมรรคา ซึ่งปัจจุบันคือ ที่ดินโครงการลุมพินี เฟส 3) เนื่องจากภาวะผันผวนทางเศรษฐกิจ ทำให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ซบเซาอย่างมาก ลูกค้าที่ได้มีการทำสัญญาจะซื้อจะขายไว้แล้ว ในแต่ละโครงการชำระเงินค่างวดล่าช้า ในขณะที่เดียวกันการหาลูกค้าใหม่เข้ามา ก็มีความเป็นไปได้ค่อนข้างน้อย ประกอบกับปัญหาของสถาบันการเงิน
  - ยกเลิกสัญญาจะซื้อจะขายที่ดินบริเวณถนนผดุงกษัตริย์ เขตหนองจอก เนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจและปัญหาการพัฒนาที่ดินแปลงนี้ จึงเจรจาทกลงกับผู้ขาย โดยได้ยกเลิกสัญญาและคืนเงินมัดจำ
- ปี 2541
- ชะลอโครงการ **แอล.พี.เอ็น. สุขุมวิท ทาวเวอร์** (บริเวณสุขุมวิทซอย 2) เนื่องจากภาวะผันผวนทางเศรษฐกิจ ทำให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ซบเซาต่อเนื่อง พื้นที่ว่างของอาคารสำนักงานมีปริมาณสูง ประกอบกับมีการ ปิดการค้า ดำเนินกิจการเป็นจำนวนมาก ทำให้พื้นที่อาคารต่าง ๆ ว่างเพิ่มมากขึ้น ซึ่งทำให้ยอดจองพื้นที่โครงการ แอล.พี.เอ็น. สุขุมวิท ทาวเวอร์ ไม่เพิ่มขึ้นจากเดิม ทำให้ต้องชะลอโครงการ และขอยกเลิกสัญญาจะซื้อจะขาย ที่ทำไว้กับลูกค้า โดยเจรจาทกลงเปลี่ยนไปซื้อพื้นที่ในโครงการอื่นของบริษัทแทน
- ปี 2542
- บริษัทได้เปิดขายโครงการลุมพินี เซ็นเตอร์ แอปเปิ้ลแลนด์ ระหว่างวันที่ 26-28 พฤศจิกายน 2542 หลังจากทีชะลอโครงการมาตั้งแต่ปี 2540 อันเนื่องมาจากภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ โดยได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบโครงการ รวมถึง กำหนดราคาขายให้เหมาะสมกับภาวะธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในขณะนั้น ซึ่งจากแคมเปญการขายในครั้งนี้ สามารถทำรายได้เกินเป้าหมาย โดยมีมูลค่าการขายทั้งสิ้น 107 ล้านบาท จากจำนวนยอดขายรวม 302 ยูนิต พัฒนาแล้วเสร็จปี 2543
- ปี 2543
- บริษัทได้เปิดตัวโครงการลุมพินี เซ็นเตอร์ แอปเปิ้ลแลนด์ (เฟส 2) ซึ่งเป็นโครงการต่อเนื่องจากลุมพินี เซ็นเตอร์ แอปเปิ้ลแลนด์ (เฟส 1) ที่เปิดการขายในปลายปี 2542 และประสบผลสำเร็จอย่างสูง โดยบริษัทได้เปิดตัวเฟส 2 ในเดือนพฤศจิกายน 2543 มียอดขายรวมทั้งสิ้น 145 ยูนิต มูลค่าการขาย 61 ล้านบาท พัฒนาแล้วเสร็จปี 2544
- ปี 2544
- เปิดตัวโครงการอาคารชุดพักอาศัย **ลุมพินี เฟส 3 สาทร** อาคารชุดพักอาศัยสูง 9 ชั้น 4 อาคาร จำนวนรวม 603 ยูนิต มูลค่าโครงการประมาณ 750 ล้านบาท ในเดือนมีนาคม ซึ่งเป็นโครงการอาคารชุดพักอาศัยโครงการเดียวที่เปิดตัว ในช่วงภาวะเศรษฐกิจซบเซาต่อเนื่อง แต่ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีตามที่บริษัทคาดการณ์ไว้ การก่อสร้างทั้ง 4 อาคารเสร็จสมบูรณ์ และสามารถรับรู้รายได้ทั้งหมดในต้นปี 2545 โดยได้รับการสนับสนุนเงินกู้จากธนาคารไทยธน จำกัด (มหาชน)
  - เปิดตัวโครงการลุมพินี เซ็นเตอร์ แอปเปิ้ลแลนด์ (เฟส 4) จำนวนรวม 558 ยูนิต มูลค่าโครงการประมาณ 286 ล้านบาท การก่อสร้างเสร็จสมบูรณ์และสามารถรับรู้รายได้ในปี 2545 โดยได้รับการสนับสนุนเงินกู้จากธนาคารทหาร ไทย จำกัด (มหาชน)
- ปี 2545
- บริษัทได้เปิดตัวโครงการอาคารชุดพักอาศัย **ลุมพินี เฟส 4 วอเตอร์คลีฟ** ซึ่งเป็นโครงการร่วมทุนระหว่างบริษัท กับบริษัท ยูนิเวนเจอร์ จำกัด (มหาชน) บริษัท แชนสิริ จำกัด (มหาชน) และบริษัท เยาววงศ์ จำกัด โดยบริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 25 และรับผิดชอบด้านการบริหารงานโครงการทั้งหมด โดยสามารถปิดการขายรวม 620 ยูนิต จำนวน 4 อาคาร ภายในระยะเวลา 3 เดือน และพัฒนาโครงการต่อจนเสร็จสมบูรณ์ พร้อมทั้งสามารถโอนกรรมสิทธิ์ให้แก่ลูกค้าได้ในปีเดียวกัน
  - บริษัทได้เปิดตัวโครงการอาคารชุดพักอาศัยแห่งใหม่จำนวน 4 โครงการคือ ลุมพินี เซ็นเตอร์ ลาดพร้าว 111 ลุมพินี เซ็นเตอร์ แอปเปิ้ลแลนด์ (เฟส 4) ลุมพินี เฟส 3 สวนพลู-สาทร และลุมพินี เฟส 3 พระราม 4-สาทร พัฒนาแล้วเสร็จปี 2546 มูลค่ารวมทั้ง 4 โครงการ ประมาณ 1,339 ล้านบาท



- ปี 2546 • บริษัทได้เปิดตัวโครงการอาคารชุดพักอาศัยแห่งใหม่จำนวนทั้งสิ้น 8 โครงการคือ ลุมพินี เฟลส นราธิวาส 24 ลุมพินี เฟลส พระราม 3-เจริญกรุง พัฒนาแล้วเสร็จปี 2546 และลุมพินี วิลล์ พระแม่มาลี-สาทร ลุมพินี เฟลส นราธิวาสราชนครินทร์ ลุมพินี เซ็นเตอร์ ลาดพร้าว 111 (เฟส 2 อาคาร E) ลุมพินี สวีท รัชดา-พระราม 3 ลุมพินี สวีท สุขุมวิท 41 และลุมพินี เซ็นเตอร์ ลาดพร้าว 111 (เฟส 2 อาคาร F และ G) พัฒนาแล้วเสร็จปี 2547 มูลค่ารวมทั้ง 8 โครงการ ประมาณ 2,800 ล้านบาท
- ปี 2547 • บริษัทได้เปิดตัวโครงการอาคารชุดพักอาศัยแห่งใหม่จำนวนทั้งสิ้น 4 โครงการคือ ลุมพินี เซ็นเตอร์ สุขุมวิท 77 ลุมพินี วิลล์ รัชดา-ลาดพร้าว ลุมพินี เฟลส พระราม 3-ริเวอร์วิว ลุมพินี วิลล์ พหล-สุทธิสาร พัฒนาแล้วเสร็จปี 2548 และลุมพินี วิลล์ สุขุมวิท 77 พัฒนาแล้วเสร็จปี 2549 มูลค่ารวมทั้ง 4 โครงการ ประมาณ 5,610 ล้านบาท
- ปี 2548 • บริษัทได้เปิดตัวโครงการอาคารชุดพักอาศัยแห่งใหม่จำนวนทั้งสิ้น 4 โครงการ คือ ลุมพินี เซ็นเตอร์ นวมินทร์ พัฒนาแล้วเสร็จปี 2548 และลุมพินี เฟลส ปิ่นเกล้า ลุมพินี วิลล์ ศูนย์วัฒนธรรม พัฒนาแล้วเสร็จปี 2549 และ ลุมพินี เฟลส นราธิวาส-เจ้าพระยา พัฒนาแล้วเสร็จปี 2550 มูลค่ารวมทั้ง 4 โครงการ ประมาณ 6,930 ล้านบาท
- บริษัทได้แจ้งสารสนเทศเรื่องการได้รับอนุมัติรายงานผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากสำนักงานคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ (สวล.) ของโครงการลุมพินี วิลล์ รัชดา-ลาดพร้าว ต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 17 พฤษภาคม 2548 และบริษัทได้วางแผนเริ่มงานก่อสร้าง แต่หลังจากเริ่มงานเพิ่มไปเพียงเล็กน้อย ได้มีกลุ่มบุคคลยื่นฟ้องต่อศาลปกครอง ขอให้ตรวจสอบเรื่องการรวมโฉนดที่ดิน ศาลปกครองจึงมีคำสั่งเมื่อวันที่ 29 กรกฎาคม 2548 ขอให้บริษัทระงับการก่อสร้างไว้จนกว่าจะมีคำสั่งเปลี่ยนแปลง เพื่อดำเนินการในเรื่องการรวมโฉนดของกรมที่ดิน
- ปี 2549 • บริษัทได้เปิดตัวโครงการอาคารชุดพักอาศัยแห่งใหม่จำนวนทั้งสิ้น 4 โครงการคือ ลุมพินี เฟลส พหล-สะพานควาย พัฒนาแล้วเสร็จปี 2550 และลุมพินี เฟลส รัชดา-ท่าพระ ลุมพินี วิลล์ รามคำแหง 44 และลุมพินี เฟลส ปิ่นเกล้า 2 พัฒนาแล้วเสร็จปี 2551 มูลค่ารวมทั้ง 4 โครงการ ประมาณ 6,200 ล้านบาท
- ปี 2550 • บริษัทได้เปิดตัวโครงการอาคารชุดพักอาศัยแห่งใหม่จำนวนทั้งสิ้น 6 โครงการ คือ **ลุมพินี คอนโดทาวน์ บดินทรเดชา-รามคำแหง** (โครงการแรกที่พัฒนาภายใต้แบรนด์ ลุมพินี คอนโดทาวน์) ลุมพินี คอนโดทาวน์ รามอินทรา-หลักสี่ ลุมพินี วิลล์ รามอินทรา-หลักสี่ พัฒนาแล้วเสร็จปี 2551 และลุมพินี วิลล์ ประชาชื่น-พงษ์เพชร ลุมพินี สวีท ปิ่นเกล้า และลุมพินี คอนโดทาวน์ รัตนภิเษม พัฒนาแล้วเสร็จปี 2552 มูลค่ารวมทั้ง 6 โครงการ ประมาณ 9,000 ล้านบาท
- ปี 2551 • บริษัทได้เปิดตัวโครงการอาคารชุดพักอาศัยแห่งใหม่จำนวนทั้งสิ้น 5 โครงการ คือลุมพินี วิลล์ รามคำแหง 26 ลุมพินี สวีท พระราม 8 ลุมพินี เฟลส พระราม 8 พัฒนาแล้วเสร็จปี 2552 และลุมพินี เฟลส พระราม 9-รัชดา (เฟส 1) ลุมพินี วิลล์ บางแค พัฒนาแล้วเสร็จปี 2553 มูลค่ารวมทั้ง 5 โครงการ ประมาณ 6,910 ล้านบาท
- ปี 2552 • บริษัทได้เปิดตัวโครงการอาคารชุดพักอาศัยแห่งใหม่จำนวนทั้งสิ้น 5 โครงการคือ ลุมพินี เฟลส รามอินทรา-หลักสี่ พัฒนาแล้วเสร็จปี 2552 และลุมพินี คอนโดทาวน์ รามอินทรา-นวมินทร์ ลุมพินี วิลล์ ราษฎร์บูรณะ-ริเวอร์วิว ลุมพินี วิลล์ ลาดพร้าว-โชคชัย 4 พัฒนาแล้วเสร็จปี 2553 และ**ลุมพินี พาร์ค ปิ่นเกล้า** (โครงการแรกที่พัฒนาภายใต้แบรนด์ ลุมพินี พาร์ค) พัฒนาแล้วเสร็จปี 2554 มูลค่ารวมทั้ง 5 โครงการประมาณ 9,210 ล้านบาท



- ปี 2553 • บริษัทได้เปิดตัวโครงการอาคารชุดพักอาศัยแห่งใหม่จำนวนทั้งสิ้น 6 โครงการคือ ลุมพินี คอนโดทาวน์ บางแค พัฒนาแล้วเสร็จปี 2553 และลุมพินี เฟลส รัชโยธิน ลุมพินี เฟลส พระราม 4-กล้วยน้ำไท ลุมพินี คอนโดทาวน์ รามอินทรา-นวมินทร์ (อาคาร D) ลุมพินี เฟลส พระราม 9-รัชดา (เฟส 2) พัฒนาแล้วเสร็จปี 2554 และลุมพินี พาร์ค ริเวอร์ไซด์-พระราม 3 พัฒนาแล้วเสร็จปี 2555 มูลค่ารวม 6 โครงการ ประมาณ 14,030 ล้านบาท
- ปี 2554 • บริษัทได้เปิดตัวโครงการอาคารชุดพักอาศัยแห่งใหม่จำนวนทั้งสิ้น 11 โครงการคือ ลุมพินี คอนโดทาวน์ นิติ-เสรีไทย ลุมพินี วิลล์ ลาซาล-แบร์ง ลุมพินี คอนโดทาวน์ นิติ-เสรีไทย 2 ลุมพินี วิลล์ ฟื้นฟูสงคราม-ริเวอร์วิว ลุมพินี วิลล์ แจ้งวัฒนะ-ปากเกร็ด ลุมพินี วิลล์ พัฒนาการ-เพชรบุรีตัดใหม่ ลุมพินี คอนโดทาวน์ พญาเหนือ-สุขุมวิท และ ลุมพินี คอนโดทาวน์ รามอินทรา-ลาดปลาเค้า พัฒนาแล้วเสร็จปี 2555 และลุมพินี เมกะซิตี บางนา (เฟส 1) ลุมพินี พาร์คบีช จอมเทียน ลุมพินี วิลล์ นาเกลือ-วงศ์อมตย์ (เฟส 1) พัฒนาแล้วเสร็จปี 2556 มูลค่ารวม 11 โครงการ ประมาณ 14,480 ล้านบาท
- ปี 2555 • บริษัทได้เปิดตัวโครงการอาคารชุดพักอาศัยแห่งใหม่จำนวนทั้งสิ้น 8 โครงการคือ ลุมพินี วิลล์ สุขุมวิท 109-แบร์ง ลุมพินี เมกะซิตี บางนา (เฟส 2) ลุมพินี วิลล์ สุขุมวิท 77 (2) ลุมพินี วิลล์ นาเกลือ-วงศ์อมตย์ (เฟส 2) และลุมพินี คอนโดทาวน์ ชลบุรี-สุขุมวิท พัฒนาแล้วเสร็จปี 2556 ลุมพินี พาร์ค รัตนวิเศษ-งามวงศ์วาน ลุมพินี วิลล์ ประชาชื่น-พงษ์เพชร (2) และลุมพินี วิลล์ รามคำแหง 60/2 พัฒนาแล้วเสร็จปี 2557 มูลค่ารวม 8 โครงการ ประมาณ 16,300 ล้านบาท
- ปี 2556 • บริษัทได้เปิดตัวโครงการอาคารชุดพักอาศัยแห่งใหม่จำนวนทั้งสิ้น 10 โครงการคือ ลุมพินี เมกะซิตี บางนา (อาคาร C) พัฒนาแล้วเสร็จปี 2556 ลุมพินี คอนโดทาวน์ ชลบุรี-สุขุมวิท (เฟส 2) ลุมพินี คอนโดทาวน์ รามอินทรา-ลาดปลาเค้า 2 ลุมพินี เฟลส ยูที-โพศรี ลุมพินี วิลล์ อ่อนนุช-ลาดกระบัง และลุมพินี ทาวน์ชิป รังสิต-คลอง 1 (เฟส 1) พัฒนาแล้วเสร็จปี 2557 ลุมพินี เฟลส สุขสวัสดิ์-พระราม 2 ลุมพินี พาร์ค พระราม 9-รัชดา ลุมพินี เฟลส ศรีนครินทร์-หัวหมาก สเตชั่น และเดอะ ลุมพินี 24 พัฒนาแล้วเสร็จปี 2558 มูลค่ารวม 10 โครงการ ประมาณ 19,255 ล้านบาท
- ปี 2557 • บริษัทได้เปิดตัวโครงการอาคารชุดพักอาศัยแห่งใหม่จำนวนทั้งสิ้น 8 โครงการ คือ ลุมพินี วิลล์ อ่อนนุช 46 ลุมพินี วิลล์ อ่อนนุช-พัฒนาการ ลุมพินี ซีวีวี จอมเทียน พัฒนาแล้วเสร็จปี 2557 ลุมพินี เฟลส บรมราชชนนี-ปิ่นเกล้า ลุมพินี วิลล์ อ่อนนุช-ลาดกระบัง (2) พัฒนาแล้วเสร็จปี 2558 และลุมพินี พาร์ค นวมินทร์-ศรีบูรพา ลุมพินี พาร์ค เพชรเกษม 98 (เฟส 1) ลุมพินี คอนโดทาวน์ ร่มเกล้า-สุวรรณภูมิ พัฒนาแล้วเสร็จปี 2559 มูลค่ารวม 8 โครงการ ประมาณ 13,000 ล้านบาท
- ปี 2558 • บริษัทได้เปิดตัวโครงการอาคารชุดพักอาศัยแห่งใหม่จำนวนทั้งสิ้น 4 โครงการ คือ ลุมพินี พาร์คบีช ชะอำ ลุมพินี วิลล์ นครินทร์-ริเวอร์วิว ลุมพินี มิกซ์ เทพารักษ์-ศรีนครินทร์ พัฒนาแล้วเสร็จปี 2558 และลุมพินี วิลล์ สุขุมวิท 76-แบร์ง สเตชั่น พัฒนาแล้วเสร็จปี 2559 มูลค่ารวม 4 โครงการ ประมาณ 5,900 ล้านบาท



## 2.1.4 รายละเอียดโครงการที่พัฒนาเสร็จสมบูรณ์

1) ตารางแสดงรายละเอียดโครงการที่พัฒนาเสร็จสมบูรณ์ของบริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)

(1.1) โครงการที่พัฒนาเสร็จสมบูรณ์ ประเภทอาคารชุดพักอาศัย

ลำดับ	โครงการ	เนื้อที่ โครงการ (ไร่-งาน-วา)	ความสูง (ชั้น)	จำนวน (อาคาร)	จำนวน (ยูนิต)	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ระยะเวลา พัฒนา
1	ลุมพินี เฟลส (ซอยไกรสิทธิ์)	1-3-26.00	19	1	34	408.00	2534-2537
2	สี่พระยา ริเวอร์วิว	2-0-16.60	31	1	310	1,100.00	2537-2541
3	ลุมพินี เซ็นเตอร์ แอปปี้แลนด์ อาคาร A-H	12-2-26.00	7, 8	20	1,765	857.00	2542-2545
4	ลุมพินี เฟลส สาทร อาคาร A-D	3-2-52.60	9	4	603	726.00	2544-2545
5	ลุมพินี เรสซิเดนซ์ สาทร	0-1-99.00	9	1	37	95.00	2545-2546
6	ลุมพินี เซ็นเตอร์ ลาดพร้าว 111 อาคาร A-G	6-2-17.00	8	7	856	663.00	2545-2547
7	ลุมพินี เฟลส สวนพหล-สาทร	2-2-22.50	9	2	281	372.00	2545-2546
8	ลุมพินี เฟลส พระราม 4-สาทร	2-0-38.00	9	2	231	405.00	2545-2546
9	ลุมพินี เฟลส นราธิวาส 24	2-0-25.00	9	2	190	353.00	2545-2546
10	ลุมพินี วิลล์ พระแม่มาลี-สาทร	2-3-65.00	9	2	300	457.00	2546-2547
11	ลุมพินี เฟลส พระราม 3-เจริญกรุง	2-3-79.00	9	2	312	485.00	2546-2547
12	ลุมพินี เฟลส นราธิวาสราชชนรินทร์	2-2-11.20	9	2	233	481.00	2546-2547
13	ลุมพินี สวีท สุขุมวิท 41	1-2-78.00	9	2	159	486.00	2546-2547
14	ลุมพินี เฟลส พระราม 3-ริเวอร์วิว	3-0-65.10	19	1	497	1,031.00	2547-2548
15	ลุมพินี เซ็นเตอร์ สุขุมวิท 77	6-2-30.20	9	5	872	898.00	2547-2548
16	ลุมพินี วิลล์ พหล-สุทธิสาร	5-0-76.90	21	2	861	1,408.00	2547-2548
17	ลุมพินี เซ็นเตอร์ นวมินทร์	3-2-65.70	8	3	442	389.00	2548-2549
18	ลุมพินี วิลล์ สุขุมวิท 77	4-3-29.80	23	3	987	1,561.00	2547-2549
19	ลุมพินี เฟลส ปิ่นเกล้า	3-0-33.00	22	1	580	1,107.00	2548-2549
20	ลุมพินี วิลล์ ศูนย์วัฒนธรรม	12-2-63.00	8	9	1,324	1,956.00	2548-2549
21	ลุมพินี เฟลส นราธิวาส-เจ้าพระยา	9-0-72.00	29	3	1,306	3,598.00	2548-2550
22	ลุมพินี เฟลส พหล-สะพานควาย	7-1-68.00	29	2	1,093	2,237.00	2549-2550
23	ลุมพินี เฟลส ปิ่นเกล้า 2	3-3-83.30	26	1	651	1,138.00	2549-2550
24	ลุมพินี เฟลส รัชดา-ท่าพระ	6-2-26.00	29, 4	3	898	1,650.00	2549-2551
25	ลุมพินี วิลล์ รามคำแหง 44	4-2-56.00	23	2	827	1,304.00	2549-2551
26	ลุมพินี คอนโดทาวน์ บดินทรเดชา-รามคำแหง	32-3-28.00	8	14	3,445	3,074.00	2550-2551
27	ลุมพินี คอนโดทาวน์ รามอินทรา-หลักสี่	13-0-40.00	8	7	1,568	1,272.00	2550-2551
28	ลุมพินี วิลล์ รามอินทรา-หลักสี่	7-2-58.30	14	1	1,271	1,388.00	2550-2551
29	ลุมพินี วิลล์ ประชาชื่น-พงษ์เพชร	7-3-83.80	19	2	958	1,360.00	2550-2552
30	ลุมพินี คอนโดทาวน์ รัตนธิเบศร์	19-0-59.10	8	8	1,944	1,796.00	2550-2552
31	ลุมพินี สวีท ปิ่นเกล้า	3-1-67.00	21	1	547	1,353.00	2550-2552
32	ลุมพินี วิลล์ รามคำแหง 26	10-2-74.00	8	5	998	1,388.00	2551-2552
33	ลุมพินี เฟลส พระราม 8	9-3-4.40	13	2	1,131	1,956.00	2551-2552
34	ลุมพินี สวีท พระราม 8	1-3-55.90	12	1	182	518.00	2551-2552
35	ลุมพินี เฟลส รามอินทรา-หลักสี่	4-1-96.30	14	1	516	925.00	2552-2552
36	ลุมพินี เฟลส พระราม 9-รัชดา เฟส 1	6-0-19.00	25, 30	2	1,165	2,910.00	2551-2553
37	ลุมพินี วิลล์ บางแค	1-2-68.00	22	1	271	318.00	2552-2553
38	ลุมพินี วิลล์ ราษฎร์บูรณะ-ริเวอร์วิว	5-0-38.80	29, 31	2	1,028	1,317.00	2552-2553
39	ลุมพินี คอนโดทาวน์ รามอินทรา-นวมินทร์ อาคาร A, B	6-1-51.58	25	2	1,120	1,028.00	2552-2553



ลำดับ	โครงการ	เนื้อที่ โครงการ (ไร่-งาน-วา)	ความสูง (ชั้น)	จำนวน (อาคาร)	จำนวน (ยูนิต)	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ระยะเวลา พัฒนา
40	ลุมพินี คอนโดทาวน์ บางแค	7-3-94.00	8	4	795	702.00	2553-2553
41	ลุมพินี คอนโดทาวน์ รามอินทรา-นวมินทร์ อาคาร C	3-1-29.50	25	1	739	732.00	2552-2553
42	ลุมพินี วิลล์ ลาดพร้าว-โชคชัย 4	7-1-70.00	18	2	1,026	1,438.00	2552-2553
43	ลุมพินี เฟลส พระราม 9-รัชดา เฟส 2	5-0-95.00	29, 24	2	1,165	2,649.00	2552-2553
44	ลุมพินี คอนโดทาวน์ รามอินทรา-นวมินทร์ อาคาร D	3-3-5.00	24	1	709	576.00	2553-2554
45	ลุมพินี พาร์ค ปิ่นเกล้า	12-0-11.20	30	2	2,702	3,793.00	2552-2554
46	ลุมพินี เฟลส พระราม 4-กล้วยน้ำไท	4-1-4.00	26	1	887	1,580.00	2553-2554
47	ลุมพินี เฟลส รัชโยธิน	15-1-78.00	20	4	1,827	3,217.00	2553-2554
48	ลุมพินี คอนโดทาวน์ นิด้า-เสรีไทย	6-2-00.00	5, 8	4	598	472.00	2554-2555
49	ลุมพินี วิลล์ ลาซาล-แบร์ง	7-1-58.00	15, 20	4	1,032	927.00	2554-2555
50	ลุมพินี คอนโดทาวน์ นิด้า-เสรีไทย 2	7-2-46.50	5, 8	6	696	590.00	2554-2555
51	ลุมพินี พาร์ค ริเวอร์ไซด์-พระราม 3	14-1-42.10	3, 5, 36	4	2,405	5,963.00	2553-2555
52	ลุมพินี วิลล์ พิบูลสงคราม-ริเวอร์วิว	3-1-41.70	27	1	768	952.00	2554-2555
53	ลุมพินี วิลล์ พัฒนาการ-เพชรบุรีตัดใหม่	13-2-96.80	8	7	1,489	1,761.00	2554-2555
54	ลุมพินี วิลล์ แจ้งวัฒนะ-ปากเกร็ด	6-0-75.00	32	1	1,622	1,754.00	2554-2555
55	ลุมพินี คอนโดทาวน์ พญาเหนือ-สุขุมวิท	7-0-66.80	32	2	1,448	1,305.00	2554-2555
56	ลุมพินี คอนโดทาวน์ รามอินทรา-ลาดปลาเค้า	9-3-46.40	8	4	1,035	1,046.00	2554-2555
57	ลุมพินี วิลล์ สุขุมวิท 109-แบร์ง	6-2-0.00	8	4	742	952.00	2554-2556
58	ลุมพินี เมกะซิตี บางนา	17-2-29.00	18,28,29	5	4,046	4,466.00	2554-2556
59	ลุมพินี พาร์คบีช จอมเทียน	*19-1-33.00	30	1	1,846	4,254.00	2554-2556
60	ลุมพินี วิลล์ นาเกลือ-วงศอมาศย์	12-2-65.90	20,28,30	3	2,168	2,914.00	2554-2556
61	ลุมพินี วิลล์ สุขุมวิท 77 (2)	6-1-46.00	16, 18	4	956	1,197.00	2555-2556
62	ลุมพินี คอนโดทาวน์ ชลบุรี-สุขุมวิท	37-2-25.00	8	19	4,101	2,743.00	2555-2556
63	ลุมพินี วิลล์ รามคำแหง 60/2	8-0-89.40	15, 25	3	1,212	1,503.00	2555-2556
64	ลุมพินี คอนโดทาวน์ รามอินทรา-ลาดปลาเค้า 2	4-3-78.00	8	2	532	563.00	2556-2557
65	ลุมพินี วิลล์ อ่อนนุช-ลาดกระบัง	11-3-40.00	8	4	1,118	1,091.00	2556-2557
66	ลุมพินี วิลล์ ประชาชื่น-พงษ์เพชร 2	10-0-80.70	32	2	1,395	2,027.00	2555-2557
67	ลุมพินี วิลล์ อ่อนนุช 46	14-2-30.90	8	7	1,450	1,436.00	2557-2557
68	ลุมพินี วิลล์ อ่อนนุช-พัฒนาการ	15-3-0.00	8	7	1,594	1,948.00	2557-2557
69	ลุมพินี ซีวิว จอมเทียน	*19-1-33.00	30	1	1,154	1,303.00	2557-2557
70	ลุมพินี เฟลส ยูดี-โพศรี	13-1-53.50	14	3	1,370	2,114.00	2556-2557
71	ลุมพินี เฟลส สุขสวัสดิ์-พระราม 2	4-0-18.00	32	1	750	1,100.00	2556-2558
72	ลุมพินี เฟลส ศรีนครินทร์-หัวหมาก สเตชั่น	7-1-77.00	25	1	1,613	3,000.00	2556-2558
73	ลุมพินี พาร์ค รัตนภิเษก-งามวงศ์วาน	14-2-75.60	29, 30	5	2,826	4,000.00	2555-2558
74	ลุมพินี พาร์ค พระราม 9-รัชดา	9-3-90.30	24	1	1,540	2,600.00	2556-2558
75	ลุมพินี วิลล์ อ่อนนุช-ลาดกระบัง (2)	10-3-69.00	8	4	1,043	1,100.00	2557-2558
76	ลุมพินี ทาวน์ชิป รังสิต-คลอง 1 (เฟส 1)	*89-1-10.70	8	16	3,472	2,400.00	2556-2558
77	ลุมพินี เฟลส บรมราชชนนี-ปิ่นเกล้า	6-1-0.00	25	1	992	1,660.00	2557-2558

หมายเหตุ: \* หมายถึง พื้นที่รวมทุกเฟส



## (1.2) โครงการที่พัฒนาเสร็จสมบูรณ์ ประเภทอาคารสำนักงาน

ลำดับ	โครงการ	เนื้อที่ โครงการ (ไร่-งาน-วา)	ความสูง (ชั้น)	จำนวน (อาคาร)	จำนวน (ยูนิต)	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ระยะเวลา พัฒนา
1	ลุมพินี ทาวเวอร์	2-3-33.00	38	1	113	2,118.00	2532-2535
2	แอล.พี.เอ็น. ทาวเวอร์	1-2-42.00	18	1	76	564.00	2532-2535
3	แอล.พี.เอ็น. มินิออฟฟิศ	0-0-90.00	7	1	1	29.00	2537-2537

## (1.3) โครงการที่พัฒนาเสร็จสมบูรณ์ ประเภทแนวราบ

ลำดับ	โครงการ	เนื้อที่ โครงการ (ไร่-งาน-วา)	ความสูง (ชั้น)	จำนวน (อาคาร)	จำนวน (ยูนิต)	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ระยะเวลา พัฒนา
1	บ้านลุมพินี บางบัวทอง (ทาวน์เฮาส์)	36-1-31.20	-	-	704	725.00	2537-2539
2	บ้านลุมพินี 2 บางบัวทอง (อาคารพาณิชย์)	2-1-84.90	-	-	35	97.00	2540-2542
3	ลุมพินี เซ็นเตอร์ (อาคารพาณิชย์)	1-1-81.20	-	-	23	62.00	2542-2543

## 2) ตารางแสดงรายละเอียดโครงการที่พัฒนาเสร็จสมบูรณ์ของบริษัท พรสันติ จำกัด

## (2.1) โครงการที่พัฒนาเสร็จสมบูรณ์ ประเภทอาคารชุดพักอาศัย

ลำดับ	โครงการ	เนื้อที่ โครงการ (ไร่-งาน-วา)	ความสูง (ชั้น)	จำนวน (อาคาร)	จำนวน (ยูนิต)	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ระยะเวลา พัฒนา
1	พี.เอส.ที. คอนโดวิลล์ ทาวเวอร์ 1,2	6-2-78.70	22	2	1,548	1,944.00	2533-2537
2	พี.เอส.ที. ซิตี้โฮม	4-1-34.20	29	1	764	1,480.00	2537-2542

## (2.2) โครงการที่พัฒนาเสร็จสมบูรณ์ ประเภทอาคารสำนักงาน

ลำดับ	โครงการ	เนื้อที่ โครงการ (ไร่-งาน-วา)	ความสูง (ชั้น)	จำนวน (อาคาร)	จำนวน (ยูนิต)	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ระยะเวลา พัฒนา
1	พี.เอส.ที. มินิออฟฟิศ	4-1-35.00	7	5	10	131.00	2535-2536
2	อาคารพาณิชย์ พหล-สุทธิสาร 2	0-1-87.00	5	1	1	44.00	2552-2553
3	โฮมออฟฟิศ ปิ่นเกล้า	0-1-58.00	4	1	1	36.00	2553-2554

## (2.3) โครงการที่พัฒนาเสร็จสมบูรณ์ ประเภทแนวราบ

ลำดับ	โครงการ	เนื้อที่ โครงการ (ไร่-งาน-วา)	ความสูง (ชั้น)	จำนวน (อาคาร)	จำนวน (ยูนิต)	มูลค่า โครงการ (ล้านบาท)	ระยะเวลา พัฒนา
1	อาคารพาณิชย์ ศูนย์วัฒนธรรม	0-1-50.00	-	-	5	41.00	2550-2550
2	อาคารพาณิชย์ นวมินทร์	0-0-34.30	-	-	1	12.00	2550-2550
3	ทาวน์โฮม รามอินทรา-หลักสี่	0-0-82.00	-	-	4	16.46	2551-2552
4	อาคารพาณิชย์ พหล-สุทธิสาร 1	0-0-49.00	4	1	1	10.00	2552-2553
5	ลุมพินี ทาวน์ เฟลส รัชโยธิน-เสนาง	6-3-39.00	3	-	71	375.00	2554-2555
6	ลุมพินี ทาวน์ เรสซิเดนซ์ ลาดพร้าว สเตชั่น	4-0-79.40	3	-	46	423.00	2554-2555
7	ลุมพินี ทาวน์ เฟลส สุขุมวิท 62	9-0-22.00	3	-	73	470.00	2556-2557
8	ลุมพินี ทาวน์ วิลล์ ศรีนครินทร์-บางรี	7-2-61.00	3	-	93	340.00	2556-2557
9	ลุมพินี ทาวน์ เรสซิเดนซ์ บางนา-ศรีนครินทร์	4-1-60.00	3	-	27	220.00	2556-2557



## 2.1.5 รายละเอียดโครงการที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558

1) ตารางแสดงรายละเอียดโครงการที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันของบริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)

ลำดับ	โครงการ	เนื้อที่โครงการ (ไร่-งาน-วา)	ความสูง (ชั้น)	จำนวน (อาคาร)	จำนวน (ยูนิต)	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ระยะ เวลาพัฒนา
1	ลุมพินี พาร์ค นวมินทร์-ศรีบูรพา	15-1-61.40	15	7	1,831	2,000.00	2557-2559
2	เดอะ ลุมพินี 24	3-0-96.70	8, 46	2	402	3,100.00	2556-2559
3	ลุมพินี คอนโดทาวน์ ร่มเกล้า-สุวรรณภูมิ	18-1-82.00	8	7	1,961	1,570.00	2557-2559
4	ลุมพินี พาร์ค เพชรเกษม 98	19-0-79.50	20, 21	4	2,706	3,350.00	2557-2559
5	ลุมพินี พาร์คปิ่น ชะอำ	15-0-0.00	4	10	413	1,100.00	2558-2559
6	ลุมพินี วิลลัส นครินทร์-ริเวอร์วิว	8-0-51.00	26	1	1,544	2,100.00	2558-2559
7	ลุมพินี มิกซ์ เทพารักษ์-ศรีนครินทร์	22-2-53.00	8	7	2,041	1,900.00	2558-2559
8	ลุมพินี วิลลัส สุขุมวิท 76-แบร์ริง สเตชั่น	8-2-70.00	8	4	895	1,100.00	2558-2559
9	ลุมพินี ทาวน์ชิป รังสิต-คลอง 1 (เฟส 2)	*89-1-10.70	8	18	3,674	2,600.00	2556-2559

หมายเหตุ: \* หมายถึง พื้นที่รวมทุกเฟส

2) ตารางแสดงรายละเอียดโครงการที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันของบริษัท พรสันติ จำกัด

ลำดับ	โครงการ	เนื้อที่โครงการ (ไร่-งาน-วา)	ความสูง (ชั้น)	จำนวน (ยูนิต)	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ระยะ เวลาพัฒนา
1	บ้านลุมพินี สวนหลวง ร.๙	26-0-03.00	3	104	-	2556-2560
2	บ้านลุมพินี ทาวนิลล์ สุขสวัสดิ์-พระราม 2	14-0-40.90	2	143	425.28	2557-2559
3	บ้านลุมพินี ทาวนิลล์ แจ้งวัฒนะ-ติวานนท์	10-1-94.50	2	122	360.28	2557-2559
4	บ้านลุมพินี ทาวนิลล์ เพิ่มสิน-วัชรพล	21-0-27.60	2	255	728.44	2558-2560
5	บ้านลุมพินี ทาวนิลล์ ราชพฤกษ์-นครินทร์	12-2-14.00	2	142	369.49	2558-2560

## 2.1.6 โครงสร้างเงินทุนของบริษัท

ตารางแสดงโครงสร้างรายได้ของกิจการที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 20 ขึ้นไป (สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558, 2557 และ 2556)

ชื่อบริษัท	ทุน ชำระแล้ว (ล้านบาท)	วันที่ได้มา*	สัดส่วน การถือหุ้น (ร้อยละ)	มูลค่าเงินลงทุนตาม วิธีส่วนได้เสีย (ล้านบาท)	มูลค่าต้นทุน เงินลงทุน (ล้านบาท)
<b>บริษัทย่อย</b>					
1. บริษัท พรสันติ จำกัด	350.00	30 ก.ย. 2536	99.99	-	473.0370
2. บริษัท ลุมพินี พร็อพเพอร์ตี้ มาเนจเม้นท์ จำกัด	1.00	25 มี.ค. 2535	99.88	-	0.9988
3. บริษัท ลุมพินี โปรเจกต์ มาเนจเม้นท์ เซอร์วิส จำกัด	1.00	14 พ.ย. 2550	99.93	-	0.9993
4. บริษัท ลุมพินี พร็อพเพอร์ตี้ เซอร์วิส แอนด์ แคร์ จำกัด	1.00	28 มี.ค. 2554	99.95	-	0.9995

หมายเหตุ: \*วันที่จ่ายเงินลงทุน



## 2.1.7 รายได้ของกิจการ

1) ตารางแสดงรายได้แยกตามประเภทธุรกิจหลักของบริษัทและบริษัทย่อย

รายได้จำแนกตามลักษณะผลิตภัณฑ์	รายได้ ปี 2558		รายได้ ปี 2557		รายได้ ปี 2556	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
<b>ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพื่อขาย</b>						
โครงการอาคารชุดพักอาศัย	15,981.26	95.85	12,321.09	95.07	13,871.08	96.32
<b>รวมรายได้จากการขาย</b>	<b>15,981.26</b>	<b>95.85</b>	<b>12,321.09</b>	<b>95.07</b>	<b>13,871.08</b>	<b>96.32</b>
<b>ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อเช่า</b>						
โครงการอาคารสำนักงาน	7.50	0.04	5.72	0.04	7.34	0.05
โครงการอาคารชุดพักอาศัย	60.24	0.36	45.50	0.35	35.76	0.25
<b>รวมรายได้จากการเช่า</b>	<b>67.74</b>	<b>0.41</b>	<b>51.22</b>	<b>0.40</b>	<b>43.10</b>	<b>0.30</b>
รายได้จากการบริหาร	578.18	3.47	494.78	3.82	432.50	3.00
กำไรจากส่วนได้เสียเงินลงทุนในบริษัทร่วม *	-	-	-	-	-	-
รายได้อื่นๆ **	46.46	0.28	92.82	0.72	53.82	0.37
<b>ยอดรวมรายได้ทั้งหมด</b>	<b>16,673.64</b>	<b>100.00</b>	<b>12,959.91</b>	<b>100.00</b>	<b>14,400.50</b>	<b>100.00</b>
<b>อัตราการเติบโต</b>						
รายได้จากการขาย		29.71		(11.17)		7.11
รายได้จากการเช่า		32.25		18.84		7.29
รายได้จากการบริหาร		16.86		14.40		29.15
รายได้รวม		28.66		(10.00)		6.81

หมายเหตุ: \* เริ่มทำการเงินรวมในปี 2536

\*\* รายได้อื่น ๆ ประกอบด้วย ค่าโอนสิทธิเปลี่ยนมือ รายได้ยืมค้ำประกัน ค่าเปลี่ยนแปลงสัญญา ดอกเบี้ยรับ ค่าขายหน้า ค่าที่จอดรถ และอื่น ๆ

2) ตารางแสดงรายได้แยกตามประเภทธุรกิจหลักของบริษัท

รายได้จำแนกตามลักษณะผลิตภัณฑ์	รายได้ ปี 2558		รายได้ ปี 2557		รายได้ ปี 2556	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
<b>ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพื่อขาย</b>						
โครงการอาคารชุดพักอาศัย	15,511.29	97.29	11,726.65	98.81	13,565.98	98.48
<b>รวมรายได้จากการขาย</b>	<b>15,511.29</b>	<b>97.29</b>	<b>11,726.65</b>	<b>98.81</b>	<b>13,565.98</b>	<b>98.48</b>
<b>ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อเช่า</b>						
โครงการอาคารสำนักงาน	12.51	0.08	10.89	0.09	12.50	0.09
โครงการอาคารชุดพักอาศัย	58.60	0.37	44.13	0.37	34.57	0.25
<b>รวมรายได้จากการเช่า</b>	<b>71.11</b>	<b>0.45</b>	<b>55.02</b>	<b>0.46</b>	<b>47.07</b>	<b>0.34</b>
เงินปันผลรับ	319.64	2.00	-	-	-	-
รายได้อื่นๆ **	40.75	0.26	86.68	0.73	161.87	1.18
<b>ยอดรวมรายได้ทั้งหมด</b>	<b>15,942.79</b>	<b>100.00</b>	<b>11,868.35</b>	<b>100.00</b>	<b>13,774.92</b>	<b>100.00</b>
<b>อัตราการเติบโต</b>						
รายได้จากการขาย		32.27		(13.56)		10.48
รายได้จากการเช่า		29.24		16.89		7.86
รายได้รวม		34.33		(13.84)		9.60

หมายเหตุ: \*\* รายได้อื่น ๆ ประกอบด้วย ค่าโอนสิทธิเปลี่ยนมือ รายได้ยืมค้ำประกัน ค่าเปลี่ยนแปลงสัญญา ดอกเบี้ยรับ ค่าขายหน้า ค่าที่จอดรถ และอื่น ๆ



## 2.1.8 โครงสร้างรายได้ของกิจการ

ตารางแสดงโครงสร้างรายได้ของกิจการที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 20 ขึ้นไป (สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558, 2557 และ 2556)

ดำเนินการโดย	ลักษณะธุรกิจ	ร้อยละการถือหุ้นของบริษัท	รายได้ ปี 2558		รายได้ ปี 2557		รายได้ ปี 2556	
			ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)	พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในรูปแบบอาคารชุดพักอาศัย	-	15,610.06	93.62	11,861.63	91.53	13,672.52	94.94
บริษัท พรสันติ จำกัด	พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในรูปแบบอื่น ๆ นอกเหนือจากอาคารชุดพักอาศัย	99.99	477.67	2.86	596.55	4.60	290.42	2.02
บริษัท ลุมพินี พร็อพเพอร์ตี้มาเนจเม้นท์ จำกัด	บริการบริหารจัดการชุมชนแบบครบวงจร	99.88	359.06	2.15	314.90	2.43	285.04	1.98
บริษัท ลุมพินี โปรเจคมาเนจเม้นท์ เซอร์วิส จำกัด	บริการบริหารงานก่อสร้างโครงสร้าง	99.93	1.50	0.01	1.51	0.01	1.48	0.01
บริษัท ลุมพินี พร็อพเพอร์ตี้ เซอร์วิส แอนด์ แคร์ จำกัด	บริการงานบริการด้านต่าง ๆ ในชุมชน	99.95	225.35	1.35	185.32	1.43	151.04	1.05
			16,673.64	99.99	12,959.91	100.00	14,400.50	100.00

\* เป็นข้อมูลจากงบการเงินรวมโดยจำแนกรายบริษัท

## 2.1.9 ตารางแสดงรายละเอียดเงินค้ำชำระสะสม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558

ลูกหนี้ที่ขอผ่อนชำระ	เงินค้ำชำระสะสม	
	จำนวนราย	ล้านบาท
1. โครงการลุมพินี วิลล์ พัฒนาการ-เพชรบุรีตัดใหม่	2	0.128
2. โครงการลุมพินี พาร์ค รัตนภิเษย์-งามวงศ์วาน	2	0.129
3. โครงการลุมพินี คอนโดทาวน์ ชลบุรี-สุขุมวิท	3	0.061
รวม	7	0.318



### 2.1.10 การลงทุนซื้อที่ดินเพื่อพัฒนาโครงการใหม่

ในปี 2558 บริษัทได้ซื้อที่ดินเพื่อพัฒนาโครงการใหม่จำนวน 2 แปลง คิดเป็นเนื้อที่รวม 8,057 ตารางวา มีมูลค่ารวม 472.00 ล้านบาท ดังนี้

#### ตารางสรุปการซื้อที่ดินเพื่อพัฒนาโครงการใหม่ปี 2558

ประเภท	โครงการ	วันที่โอนกรรมสิทธิ์	ขนาด (ตร.ว.)	ราคา (บาท/ตร.ว.)	มูลค่ารวม (ล้านบาท)	ราคาประเมิน (ล้านบาท)
โครงการต่อเนื่อง	ลุมพินี วิลลัส สุขุมวิท 76-แบร์ริ่ง สเตชั่น	2 พ.ย. 2558	3,470	55,900.00	194.00	อยู่ระหว่างประเมิน
โครงการนำร่อง	ลุมพินี วิลลัส ราชพฤกษ์-บางแวก	22 ธ.ค. 2558	4,587	60,600.00	278.00	อยู่ระหว่างประเมิน
รวมปี 2558			8,057		472.00	

**หมายเหตุ:** เนื่องจากบริษัทมีที่ดินในปัจจุบันอยู่ทั้งหมด 7 แปลง มูลค่าโครงการรวมกว่า 12,000 ล้านบาท ซึ่งเพียงพอสำหรับการพัฒนา โดยเฉพาะในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2558 จึงไม่มีความจำเป็นในการซื้อที่ดินจำนวนมากในปีนี้

บริษัทมีนโยบายเพื่อลดความเสี่ยงจากข้อกำหนดทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยก่อนที่บริษัทจะซื้อที่ดิน บริษัทมีหน่วยงานและกระบวนการในการศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการ (Feasibility Study) ทั้งทางด้านการตลาด การก่อสร้าง การออกแบบ ข้อกำหนดทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งทางการเงิน โดยเมื่อพิจารณาแล้วเห็นว่าเหมาะสมและมีความเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการตามแนวทางและกลยุทธ์ของบริษัท บริษัทจึงจะดำเนินการซื้อที่ดิน ทั้งนี้บริษัทมีนโยบายไม่สะสมที่ดิน เพื่อโอกาสในการพัฒนาในระยะยาว

ทั้งนี้ บริษัทมีหลักปฏิบัติว่า ที่ดินทุกแปลงที่บริษัทจัดซื้อ บริษัทได้แจ้งให้ผู้ประเมินอิสระดำเนินการประเมินราคา เพื่อให้เกิดความโปร่งใสและเป็นการสอบทานความเหมาะสมของราคาที่ดินอีกทางหนึ่ง อีกทั้งบริษัทยังได้รายงานข้อสนเทศของการจัดซื้อที่ดินทุกแปลงต่อตลาดหลักทรัพย์ เพื่อให้เป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล โดยที่ดินทุกแปลงที่บริษัทจัดซื้อมีความเหมาะสมตามกลยุทธ์ของบริษัท ทั้งขนาด ราคา และทำเลที่ตั้ง (Strategic Location)

## 2.2 การตลาดและการแข่งขัน

### 2.2.1 การตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการ

#### 1) กลยุทธ์การตลาด

นอกจากขีดความสามารถทางการแข่งขันแล้ว บริษัทยังได้ให้ความสำคัญต่อกิจกรรมการตลาดซึ่งเป็นกลยุทธ์ย่อยในแต่ละโครงการที่มีความแตกต่างกัน โดยเริ่มจาก

- **การวิจัย** เพื่อกำหนดแนวทางและทิศทางของการพัฒนาโครงการ การกำหนดทำเล วิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายจากการสำรวจและเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้เกิดความแม่นยำในการนำสินค้าออกสู่ตลาด นอกจากนี้ หลังลูกค้าเข้าอยู่อาศัยแล้ว ยังได้เก็บข้อมูลประชากรที่อยู่อาศัยในโครงการต่าง ๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์วิถีชีวิตและความต้องการด้านการอยู่อาศัย เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า
- **การกำหนดราคาขาย** ไม่เพียงแต่ราคาขายของคู่แข่งในตลาดในบริเวณใกล้เคียงเท่านั้นที่เป็นปัจจัยพื้นฐานในการกำหนดราคาขาย บริษัทยังคงให้ความสำคัญต่อการควบคุมต้นทุนโครงการทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญเพื่อให้บริษัทสามารถกำหนดราคาได้อย่างเหมาะสมและรักษาผลตอบแทนการลงทุนให้อยู่ในระดับที่กำหนดแม้เผชิญสภาวะการแข่งขันที่รุนแรง
- **การสื่อสารการตลาด** ก่อนที่จะสื่อสารการตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย บริษัทจะทำการสำรวจตลาดและวิเคราะห์คู่แข่งแล้วจึงวางแผนการสื่อสาร โดยเน้นการสื่อสาร การโฆษณา และประชาสัมพันธ์โดยตรงสู่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งกระจายอยู่ในบริเวณโดยรอบโครงการ รวมทั้งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายซึ่งเคยแวะเยี่ยมชมโครงการของบริษัทด้วยป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ขนาดใหญ่และป้ายย่อย รวมถึงได้เรีลเมสส์ให้สิทธิพิเศษในช่วงของการเปิดขาย เป็นช่องทางการสื่อสารที่ได้รับการตอบรับที่ดีมาโดยตลอด และยังสามารถรักษาค่าใช้จ่ายทางการตลาดให้อยู่ในระดับต่ำมาก โดยมีค่าใช้จ่ายทางการตลาดประมาณร้อยละ 1 ของรายได้จากการขาย



- **การบริหารประสบการณ์ลูกค้า** เพื่อเป็นแนวทางในการให้บริการลูกค้า บริษัทได้ออกแบบมาตรฐานของจุดสัมผัสต่าง ๆ อันจะนำมาซึ่งการบริการอันน่าประทับใจ ทั้งตอบสนองต่อข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียนต่าง ๆ และจัดกิจกรรมต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดี สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ได้ก่อให้เกิดความเชื่อมั่นต่อตราสินค้าจนเกิดการบอกต่อได้อย่างเต็มภาคภูมิซึ่งสะท้อนให้เห็นได้จากยอดขายของโครงการเปิดตัวใหม่ที่เกิดจากการแนะนำและบอกต่อที่มีจำนวนที่เพิ่มมากขึ้นในทุกปี ซึ่งโดยเฉลี่ยมียอดขายที่เกิดจากการบอกต่อถึง 50%
- **การบริหารภาพลักษณ์ขององค์กรผ่านการสื่อสารแบรนด์** โดยบริษัทได้วิเคราะห์และค้นหาตัวตนของแบรนด์ “ลุมพินี” ซึ่งจากการศึกษาผ่านผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ทำให้ค้นพบแก่นแท้และตัวตนของแบรนด์อย่างชัดเจนว่าคือ “ความสุขที่แท้จริงของการอยู่อาศัย” (Real Pleasure of Living) ซึ่งได้วางแผนการสื่อสารแบรนด์อย่างต่อเนื่อง และด้วยการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ “ชุมชนน่าอยู่สำหรับคนทุกวัย” ที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้อยู่อาศัย ภายใต้สังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงวัฒนธรรมการอยู่อาศัย “ร่วมใจ ห่วงใย และแบ่งปัน” เมื่อผนวกกับการส่งมอบคุณค่าของทั้งผลิตภัณฑ์และงานบริการ ส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่นของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายต่อแบรนด์ “ลุมพินี” และได้รับการตอบรับที่ดีด้านยอดขายตลอดมา

## 2) การทำการตลาด

บริษัทจัดให้มีการทำการตลาด การสื่อสารการตลาด และกิจกรรมทางการตลาด โดยเฉพาะในช่วงเปิดตัวโครงการซึ่งเป็นช่วงที่ลูกค้าให้ความสนใจและเข้าชมโครงการสูงสุด ดังนี้

- **จดหมายเชิญ (Direct Mail) และส่งข้อความผ่านมือถือ (SMS)** ทุกครั้งที่มีการเปิดตัวโครงการจะมีการส่งจดหมายเชิญและส่งข้อความผ่านมือถือให้แก่ฐานลูกค้าของบริษัท เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการและมอบสิทธิพิเศษเพื่อนำมาใช้เป็นส่วนลดในวันเปิดตัวโครงการ โดยลูกค้าที่สนใจสามารถติดต่อเข้ามาที่ฝ่ายขายของบริษัท หรือเข้าชมรายละเอียดของโครงการ พร้อมห้องตัวอย่างที่บริษัทจัดขึ้นตามรายละเอียดที่แจ้งไว้
- **โฆษณาและประชาสัมพันธ์** โดยมุ่งเน้นจัดทำโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ บริเวณโดยรอบโครงการ รวมถึงภายในห้างสรรพสินค้า อินเทอร์เน็ต ข้อความสั้นผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ แผ่นป้ายโฆษณา และนิตยสารต่าง ๆ เป็นต้น โดยพิจารณาเลือกสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงและสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- **ออกบูธแสดงสินค้า** เป็นการประชาสัมพันธ์โครงการในเชิงรุก โดยเน้นการออกบูธในห้างสรรพสินค้าย่านใกล้เคียงโครงการ และย่านใจกลางธุรกิจ หรืองานมหกรรมบ้านและคอนโดซึ่งจัดต่อเนื่องทุกปี เพื่อให้ได้กลุ่มลูกค้าที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของโครงการ
- **สื่อออนไลน์** ได้แก่ อินเทอร์เน็ต, Mobile App, Social Media, Online Marketing ถือเป็นช่องทางการตลาดรูปแบบใหม่ที่ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคอย่างกว้างขวางว่าเป็นการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคโดยตรงตลอด 24 ชั่วโมง และค่าใช้จ่ายต่ำเมื่อเทียบกับสื่อการตลาดอื่น ๆ ซึ่งบริษัทได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นช่องทางให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของบริษัทได้รับทราบข้อมูลข่าวสารและความเคลื่อนไหวของโครงการได้อย่างรวดเร็วและสะดวกสบาย
- **สิทธิพิเศษ** บริษัทเสนอสิทธิพิเศษสำหรับลูกค้าผู้จองซื้อโครงการในช่วงเวลาเปิดตัวโครงการ เช่น ราคาพิเศษเฉพาะช่วงเปิดโครงการ แคมเปญเฟอร์นิเจอร์ แคมเปญครีโอลหรือเครื่องปรับอากาศ เป็นต้น

## 3) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

บริษัทกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทเป็นผู้ที่ต้องการที่พักอาศัยในทำเลที่มีความหนาแน่น อยู่ไม่ไกลจากระบบขนส่งมวลชนหรือทางด่วนซึ่งง่ายต่อการเดินทาง เพียบพร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก มีรายได้ระดับกลางถึงกลาง-ล่าง และครอบคลุมในทุกกลุ่ม ทั้งวัยเด็ก วัยรุ่น วัยทำงาน และผู้สูงอายุ ซึ่งปัจจุบันพักอาศัยอยู่ในบ้านเช่า หอพัก อพาร์ทเมนต์ หรือพักอาศัยอยู่กับบิดามารดา โดยมีความต้องการที่จะแยกตัวออกมา เพื่อสร้างครอบครัวใหม่ตามวิถีชีวิตปัจจุบันของคนเมือง

นอกจากนี้ ตั้งแต่ปี 2554 เป็นต้นมา บริษัทยังได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อรองรับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในระดับกลางถึงกลาง-ล่าง ที่ต้องการที่พักอาศัยเป็นบ้านพักตากอากาศริมชายทะเลหรือวิวทะเล โดยเริ่มที่เมืองพัทยาและชะอำ



#### 4) ลักษณะลูกค้า ได้จัดแบ่งตามคุณลักษณะ และวัตถุประสงค์ในการซื้อ-เช่า ดังนี้คือ

##### 4.1) กลุ่มผู้ซื้อที่แบ่งตามคุณลักษณะ

1. ลูกค้าที่คาดหวังให้เข้าชมโครงการ (Suspect) คือ กลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมายของบริษัทที่มีข้อมูลชื่อ-นามสกุล สามารถติดต่อกลับได้ โดยที่ยังไม่เคยเข้าชมโครงการ
2. ลูกค้าที่คาดหวังให้ซื้อ (Prospect) คือ กลุ่มลูกค้าที่เข้าชมโครงการแล้ว และมีข้อมูลชื่อ-นามสกุล ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้
3. กลุ่มลูกค้าผ่อนดาวน์ (Customer) คือ กลุ่มลูกค้าที่จองซื้อแล้ว
4. กลุ่มเจ้าของร่วม (Co-owner) คือ ลูกค้าที่โอนกรรมสิทธิ์แล้ว และคงสถานะเป็นเจ้าของร่วม

##### 4.2) กลุ่มผู้ซื้อโครงการอสังหาริมทรัพย์

ลูกค้าในกลุ่มนี้จะเป็นผู้ซื้อเพื่อพักอาศัยเป็นสำคัญ โดยปัจจุบันฐานลูกค้าของบริษัทในกลุ่มนี้มีมากกว่า 100,000 ราย ส่วนหนึ่งของกลุ่มลูกค้ามาจากการแนะนำหรือบอกต่ออันเกิดจากความเชื่อมั่นที่มีต่อแบรนด์ “ลุมพินี” (Trusted Brand) จากการรวบรวมข้อมูลของฝ่ายวิจัยและพัฒนาสามารถแบ่งลูกค้าออกได้ตามวัตถุประสงค์และพฤติกรรมในการซื้อได้ 5 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มผู้ซื้อเพื่อเป็นบ้านหลังแรก เป็นกลุ่มที่อยู่ในช่วงเริ่มต้นของวัยทำงานที่ต้องการมีที่อยู่อาศัยที่มีคุณภาพเป็นของตนเองในราคาที่ไม่สูงมาก
2. กลุ่มผู้ซื้อเพื่อเป็นบ้านหลังที่สอง เป็นกลุ่มลูกค้าที่ต้องการที่พักอาศัยในเขตศูนย์กลางธุรกิจหรือแหล่งงาน เพื่อแก้ไขปัญหาค่าใช้จ่ายและระยะเวลาที่ต้องสูญเสียในการเดินทาง
3. กลุ่มผู้ซื้อเพื่อต้องการขยายครอบครัว เป็นกลุ่มลูกค้าที่ทำการค้าหรือมีธุรกิจอยู่ในบริเวณที่ตั้งโครงการ ซึ่งต้องการที่พักอาศัยอยู่ในบริเวณเดียวกัน หรือเพื่อการขยายครอบครัวของบุตรหลานในอนาคต
4. กลุ่มผู้ซื้อเพื่อบุตรหลาน เป็นกลุ่มลูกค้าที่ซื้อเพื่อเป็นการเตรียมพร้อมสำหรับบุตรหลานที่จะเข้าศึกษาในสถานศึกษาที่มีชื่อเสียง ซึ่งอยู่ไม่ห่างจากโครงการที่บริษัทพัฒนา
5. กลุ่มผู้ซื้อเพื่อการลงทุน เป็นกลุ่มลูกค้าที่ต้องการลงทุนในทรัพย์สินในระยะยาว ซึ่งอาจจะอยู่ในลักษณะของการซื้อเพื่อปล่อยเช่า เนื่องจากโครงการต่าง ๆ ของบริษัทอยู่ในทำเลที่มีศักยภาพและอัตราผลตอบแทนจากการเช่าอยู่ในระดับที่สูงกว่าอัตราดอกเบี้ย
6. กลุ่มเก็งกำไร เป็นกลุ่มลูกค้าที่ต้องการลงทุนในระยะสั้น ซึ่งอาจเป็นลูกค้าในช่วงผ่อนดาวน์ และขายก่อนการโอนกรรมสิทธิ์

##### 4.3) กลุ่มผู้เช่าโครงการอสังหาริมทรัพย์

สำหรับกลุ่มผู้เช่าโครงการอสังหาริมทรัพย์แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1. ผู้เช่าเพื่อการพักอาศัย ลูกค้าในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มของผู้บริหารระดับสูงทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีระดับรายได้ค่อนข้างสูงซึ่งต้องการที่อยู่อาศัยใกล้แหล่งงาน โดยโครงการของบริษัทสามารถรองรับความต้องการในส่วนนี้ได้เป็นอย่างดี
2. ผู้เช่าเพื่อการพาณิชย์ ลูกค้าในกลุ่มนี้คือผู้ประกอบการด้านต่าง ๆ ในห้องชุด เพื่อการพาณิชย์ในโครงการของบริษัท ซึ่งบริษัทมุ่งหวังที่จะสร้างเครือข่ายการค้าปลีกตามนโยบายการบริหารแบบครบวงจร (Total Solutions Services) และเป็นการขยายแหล่งที่มาของรายได้ นอกเหนือรายได้จากการขาย

##### 4.4) กลุ่มผู้รับบริการโครงการอสังหาริมทรัพย์

สำหรับกลุ่มผู้รับบริการโครงการอสังหาริมทรัพย์ ได้แก่ การว่าจ้างบริหารชุมชน ซึ่งดำเนินการโดยบริษัท ลุมพินี พรอพเพอร์ตี้ มาเนจเม้นท์ จำกัด โดยจะบริหารจัดการเฉพาะชุมชนที่บริษัทพัฒนาขึ้นแบบครบวงจร เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี รวมทั้งเป็นกลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่างทางด้านการบริการ



### 5) การจำหน่าย และช่องทางการจำหน่าย

บริษัทใช้วิธีการจำหน่ายหรือการขายโดยทีมงานขายของบริษัท ซึ่งประกอบด้วยพนักงานขายหลักที่มีประสบการณ์ด้านการขาย มีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์และบริการเป็นอย่างดี สามารถให้ข้อมูลและคำแนะนำเพื่อประกอบการตัดสินใจแก่ลูกค้า นอกจากนี้ พนักงานในฝ่ายต่าง ๆ เช่น ฝ่ายบัญชีและการเงิน ฝ่ายธุรการ เป็นต้น ยังสามารถเป็นพนักงานขายเสริมในช่วงเปิดตัวโครงการร่วมกับพนักงานขายหลักได้ โดยพนักงานเหล่านี้จะได้รับการอบรมความรู้ด้านผลิตภัณฑ์และเทคนิคการขายเบื้องต้น อย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญกับการตกแต่งสำนักงานขาย (Office Presentation) ซึ่งเป็นช่องทางจัดจำหน่ายหลักของบริษัท รวมถึงการตกแต่งห้องตัวอย่าง การตกแต่งบริเวณโครงการ (Site Presentation) เพื่อแสดงรายละเอียดโครงการ สร้างความประทับใจและความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าที่ชมโครงการ

### 6) สถานภาพและศักยภาพในการแข่งขัน

ปัจจุบันนอกจากผู้ประกอบการรายใหญ่ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ แล้ว ยังมีผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ที่เริ่มเข้ามาแบ่งสัดส่วนทางการตลาด ทำให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เผชิญการแข่งขันมากยิ่งขึ้น ทั้งในแนวราบและแนวสูง อย่างไรก็ตาม ด้วยกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทที่เน้นกลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจง (Focus Strategy) คือ กลุ่มลูกค้าระดับกลางถึงกลาง-ล่าง ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ที่ต้องการบ้านหลังแรกจำนวนมาก การใช้กลยุทธ์ “ชุมชนน่าอยู่” ซึ่งเป็นจุดแข็งของบริษัทด้านการบริหารชุมชนมาเป็นตัวขับเคลื่อนองค์กร รวมถึงนโยบายของบริษัทในการสร้างบ้านหลังแรกในราคาที่เป็นเจ้าของได้ (Affordable Price) ทำให้บริษัทยังคงเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีสัดส่วนทางการตลาดสูงถึงเกือบ 15% ในกลุ่มดังกล่าว นอกจากนี้ บริษัทยังได้กระจายฐานลูกค้าออกไปในวงกว้าง เพื่อสร้างโอกาสการเติบโตในอนาคต โดยการขยายทำเลในการพัฒนาจากบริเวณศูนย์กลางธุรกิจไปยังเขตรอบต่อระหว่างกรุงเทพและปริมณฑล รวมถึงเขตหัวเมืองทั้งสี่มุมเมือง เช่น ราชบุรี และต่างจังหวัดอีกด้วย โดยบริษัทยังคงเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันเพื่อรักษาส่วนแบ่งทางการตลาด ดังนี้

- 6.1) การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) ซึ่งเป็นจุดแข็งของบริษัท เริ่มตั้งแต่คณะผู้บริหารที่ประกอบด้วยสถาปนิกและวิศวกรที่มีประสบการณ์และเข้าใจในเรื่องต้นทุนอย่างลึกซึ้ง รวมถึงปฎิบัติที่ทำงานร่วมกับบริษัทมาเป็นระยะเวลานานจนเกิดความเข้าใจในทิศทาง และมองเห็นเป้าหมายร่วมกันในการผลักดันให้เกิดประสิทธิภาพในด้านการก่อสร้าง โดยสามารถก่อสร้างโครงการจำนวนมากภายใต้ระยะเวลาที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ นำไปสู่การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จนเกิดเป็นนวัตกรรม ซึ่งเป็นรูปแบบเฉพาะของบริษัท
- 6.2) การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า บริษัทเลือกที่จะสร้างความแตกต่างทางผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) ด้วยการออกแบบผลิตภัณฑ์ภายใต้แนวคิด “LPN Design” ซึ่งมุ่งเน้นการออกแบบให้ห้องชุดขนาดเล็กมีประโยชน์ใช้สอยที่ตอบสนองต่อวิถีชีวิตของผู้อยู่อาศัยได้อย่างครบถ้วน ต้องการการดูแลรักษาน้อย มีการระบายอากาศที่ดี ซึ่งนับเป็นนวัตกรรมสำหรับการออกแบบอาคารชุดพักอาศัยภายใต้การวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จนเป็นต้นแบบให้หลาย ๆ บริษัทนำไปปรับใช้ และความแตกต่างทางการบริการ (Services Differentiation) ซึ่งบริษัทได้ให้ความสำคัญกับการบริการตลอดกระบวนการ เพื่อความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าโดยเน้นที่การบริการหลังการขาย อันได้แก่ การบริหารชุมชนภายใต้กลยุทธ์ “ชุมชนน่าอยู่” ที่มุ่งเน้นคุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัย
- 6.3) การรักษาแนวทางการพัฒนาโครงการชุดพักอาศัยโดยยังคงเน้นกลุ่มเป้าหมาย (Focus) ที่มีรายได้กลางถึงกลางล่างเป็นหลัก ภายใต้แนวคิด “บ้านในราคาที่ซื้อหาได้” (Affordable House) ที่เอื้อประโยชน์ต่อลูกค้า โดยราคาขายของห้องชุดที่พัฒนาออกสู่ตลาดยังคงอยู่ในระดับราคา 0.8 – 1.0 ล้านบาทต่อห้อง



## 2.2.2 สภาพการแข่งขัน

ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่พักอาศัยพอจะแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทหลัก ๆ ได้แก่ โครงการประเภทบ้านเดี่ยว ทาวน์เฮ้าส์ และอาคารชุดพักอาศัย โดยโครงการประเภทบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮ้าส์ จะเรียกรวมๆ กันว่า โครงการที่พักอาศัยประเภทแนวราบ และโครงการอาคารชุดพักอาศัย โดยทั่วไปจะเรียกว่า โครงการแนวสูงซึ่งมีความสูงตั้งแต่ 8 ชั้นขึ้นไป

ในยุคแรกๆ ของการพัฒนาที่พักอาศัย โครงการที่พักอาศัยส่วนใหญ่จะเป็นโครงการประเภทแนวราบ ซึ่งพัฒนาและขยายตัวไปตามการขยายตัวของเมือง ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาการจราจรติดขัดตามมา อันเนื่องมาจากระบบขนส่งมวลชนที่มีอยู่อย่างจำกัดและไม่ค่อยมีประสิทธิภาพของกรุงเทพมหานคร กอปรกับราคาที่ดินที่ปรับตัวสูงขึ้นตามความเจริญและสถานะเศรษฐกิจ โครงการประเภทอาคารชุดพักอาศัยค่อยๆ ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นจากผู้บริโภค ซึ่งพอจะกล่าวได้ว่าบริษัทเป็นผู้จุดกระแสความนิยมของโครงการอาคารชุดพักอาศัยขึ้นอีกครั้งหนึ่ง ภายหลังวิกฤตเศรษฐกิจปี 2540 ด้วยการปฏิวัติแนวคิดของการพัฒนาโครงการอาคารชุดพักอาศัยทั้งในด้านราคา ทำเล ขนาด และการออกแบบห้องชุดภายใต้แนวคิด LPN DESIGN สิ่งอำนวยความสะดวกและส่วนประกอบของโครงการ รวมถึงการให้บริการหลังการขาย อันได้แก่ “การบริหารชุมชน” ส่วนแบ่งการตลาดของโครงการอาคารชุดพักอาศัยค่อยๆ ปรับตัวสูงขึ้น จากเดิมในอดีตประมาณร้อยละ 20-30 ในช่วงหลังวิกฤตเศรษฐกิจ จนถึงจุดสูงสุดในอัตราเกือบร้อยละ 70 จากจำนวนหน่วยที่พักอาศัยที่พัฒนาออกสู่ตลาดในช่วงปี 2556-2557 โดยโครงการอาคารชุดพักอาศัยส่วนใหญ่จะพัฒนาและขยายตัวไปตามแนวของรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนเป็นหลักทั้งเส้นที่เปิดใช้งานแล้วในปัจจุบันและแนวเส้นทางที่กำลังก่อสร้าง หรืออยู่ในแผนงานซึ่งเป็นที่ทราบกันโดยทั่วไป โดยราคาขายต่อหน่วยของอาคารชุดพักอาศัยค่อยๆ ปรับตัวสูงขึ้นตามภาวะการปรับตัวขึ้นของต้นทุนทั้งค่าก่อสร้างและราคาที่ดิน อย่างไรก็ตาม บริษัทก็ยังคงรักษาแนวทางการพัฒนาโครงการอาคารชุดพักอาศัยของบริษัทที่มุ่งกลุ่มเป้าหมายที่มีรายได้กลางถึงกลาง-ล่างเป็นหลัก ภายใต้แนวคิด “บ้านในราคาที่ซื้อหาได้” (Affordable House) โดยตลอดเวลามากกว่า 10 ปีที่ผ่านมา ราคาขายของห้องชุดที่บริษัทพัฒนาออกสู่ตลาดยังคงอยู่ในระดับราคาประมาณ 0.8-1.0 ล้านบาทต่อหน่วย สะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการเป็นผู้นำในด้านการบริหารต้นทุน (Cost Leadership) ของบริษัท

สำหรับปี 2558 มีโครงการอาคารชุดเปิดตัวใหม่ประมาณ 60,000 หน่วย หรือลดลงประมาณร้อยละ 25 จากปี 2557 โดยสถานการณ์ตลาดอาคารชุดพักอาศัยยังคงอยู่ในภาวะปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง อันเนื่องมาจากปัญหาทางด้านเศรษฐกิจทั้งในระดับโลกและระดับประเทศ ผสมกับปัญหานี้ภาคครัวเรือนที่ยังคงตัวอยู่ในระดับสูง ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้ปรับกลยุทธ์และแผนการพัฒนาโครงการ โดยมุ่งเน้นพัฒนาโครงการเพื่อตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายที่มีรายได้สูง ทั้งโครงการแนวราบและอาคารชุดพักอาศัย โดยมีราคาขายมากกว่า 200,000 บาทต่อตารางเมตร หรือมากกว่า 10 ล้านบาทต่อหน่วย และลดสัดส่วนการพัฒนาโครงการที่เป็นอาคารชุดพักอาศัยลง และเพิ่มจำนวนโครงการที่เป็นโครงการแนวราบมากขึ้น โดยปี 2558 โครงการที่พักอาศัยแนวราบครองส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 40 หรือเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 8 จากปี 2557 ส่วนโครงการอาคารชุดพักอาศัยครองส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 60

ตารางเปรียบเทียบโครงการที่พักอาศัยเปิดตัวใหม่ระหว่างปี 2554-2558

ประเภท	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558
อาคารชุดพักอาศัย	50%	60%	67%	68%	60%
แนวราบ	50%	40%	33%	32%	40%

ที่มา: สำนักวิจัยและพัฒนา บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)

โดยทำเลที่มีการเปิดตัวอาคารชุดพักอาศัยมากที่สุด 3 อันดับแรก ยังคงอยู่ในแนวรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน ได้แก่ ทำเลรถไฟฟ้าสายสีเขียว ช่วงแบริ่ง-สมุทรปราการ ทำเลรถไฟฟ้าสายสีม่วง ช่วงบางซื่อ-สะพานพระนั่งเกล้า และทำเลรถไฟฟ้าสายสีเขียว ช่วงอ่อนนุช-แบริ่ง โดยมีจำนวนหน่วยที่เปิดตัวใหม่ประมาณ 6,700 หน่วย 6,200 หน่วย และ 6,000 หน่วย ตามลำดับ

ดังที่ได้กล่าวไว้ตั้งแต่ตอนต้นว่า ในปี 2558 เป็นปีของการพัฒนาโครงการที่มีราคาขายอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยโครงการอาคารชุดพักอาศัยที่มีราคาขายเฉลี่ยต่อหน่วยมากกว่า 3 ล้านบาท ซึ่งส่วนใหญ่เป็นอาคารชุดที่พัฒนาอยู่ในทำเลที่มีศักยภาพ (Prime Area)



ครองส่วนแบ่งการตลาดมากกว่าร้อยละ 30 หรือเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 5 จากปี 2557 ส่งผลให้ส่วนแบ่งการตลาดของโครงการอาคารชุดพักอาศัยที่มีราคาขายเฉลี่ยต่อหน่วย 1.0-1.5 ล้านบาท ลดลงประมาณร้อยละ 15 จากปี 2557 ที่ครองส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 24 อันเนื่องมาจากมุมมองของผู้ประกอบการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่กังวลกับปัญหานี้ภาคครัวเรือนสำหรับลูกค้าในกลุ่มนี้

ส่วนโครงการอาคารชุดพักอาศัยที่มีราคาขายเฉลี่ยต่อหน่วย 1.5-3.0 ล้านบาท ครองส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 10 จากปี 2557 ที่ครองส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 38 โดยโครงการในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะเป็นอาคารชุดที่พัฒนาเกาะแนวรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนส่วนต่อขยายเป็นหลัก

ตารางเปรียบเทียบโครงการที่พักอาศัยเปิดตัวใหม่ระหว่างปี 2554-2558

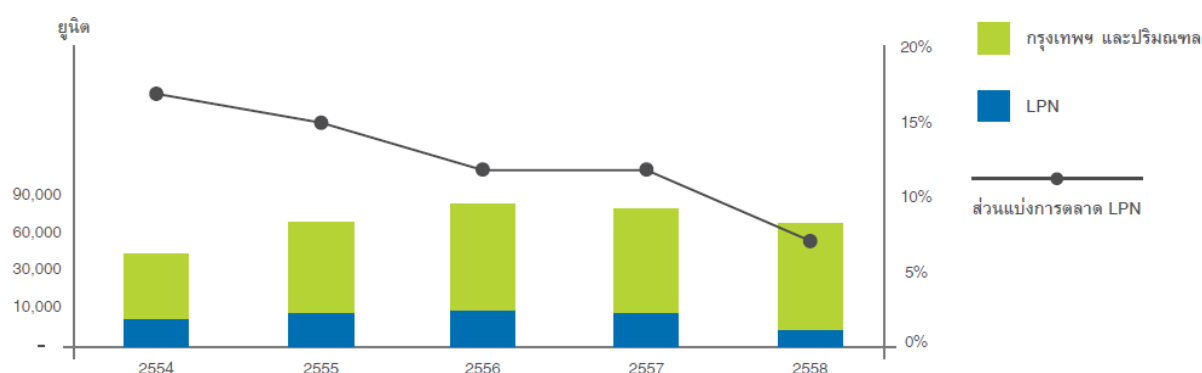
ราคาเฉลี่ยต่อหน่วย	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558
มากกว่า 5 ล้านบาท	7%	6%	8%	9%	15%
3-5 ล้านบาท	7%	12%	10%	16%	15%
1.5-3 ล้านบาท	44%	46%	52%	38%	48%
1.0-1.5 ล้านบาท	25%	30%	18%	24%	9%
ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	17%	6%	12%	13%	13%

ที่มา: สำนักวิจัยและพัฒนา บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)

#### จำนวนคู่แข่งชั้นโดยประมาณ ขนาดของบริษัทเมื่อเทียบกับคู่แข่งชั้น

เนื่องจากในปี 2558 ตลาดอาคารชุดพักอาศัยอยู่ในช่วงซาลง จึงทำให้ยังไม่มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาดมากนัก จากจำนวนโครงการอาคารชุดพักอาศัย 124 โครงการ ที่เปิดตัวใหม่ในปี 2558 จากผู้ประกอบการทั้งหมด 77 ราย ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกับปี 2557 ที่มีผู้ประกอบการพัฒนาสินค้าเข้าสู่ตลาดทั้งสิ้นจำนวน 75 ราย โดยในปี 2558 จำนวนผู้ประกอบการกว่าร้อยละ 65 เป็นผู้ประกอบการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ จากจำนวนโครงการอาคารชุดพักอาศัยเปิดตัวใหม่ที่เข้าสู่ตลาด ในปี 2558 ประมาณ 60,000 หน่วย ซึ่งบริษัทครองส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 7 โดยในปี 2558 บริษัทได้มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในช่วงซาลงที่ต้องดำเนินธุรกิจและพัฒนาโครงการด้วยความระมัดระวัง ส่งผลให้จำนวนโครงการเปิดตัวใหม่และส่วนแบ่งการตลาดต่ำกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ อย่างไรก็ตาม จำนวนโครงการที่ลดลงไม่ส่งผลกระทบต่อแผนรายได้ของบริษัททั้งในระยะสั้นและระยะยาว

#### แผนภูมิแสดงจำนวนหน่วยอาคารชุดพักอาศัยเปิดตัวใหม่ปี 2554-2558





## ตารางแสดงส่วนแบ่งการตลาดอาคารชุดพักอาศัยเปิดตัวใหม่ในปี 2554-2558

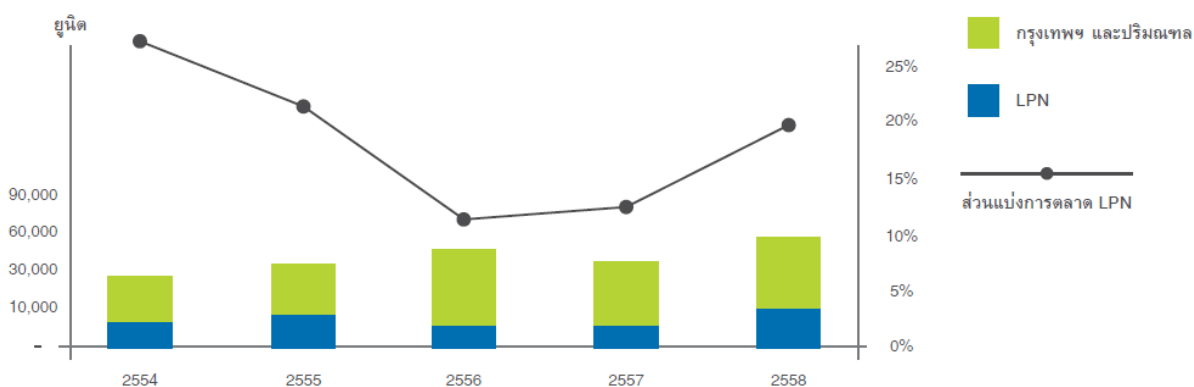
จำนวนหน่วยเปิดตัวใหม่	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558
กรุงเทพและปริมณฑล	45,106	62,860	85,621	78,894	60,017
บริษัท	8,607	9,068	10,753	10,386	4,480
ส่วนแบ่งการตลาดของบริษัท	19%	15%	13%	13%	7%

ที่มา: สำนักวิจัยและพัฒนา บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุ: ไม่รวมจำนวนหน่วยในโครงการของการเคหะแห่งชาติ

สำหรับโครงการอาคารชุดพักอาศัยสร้างเสร็จและจดทะเบียนในปี 2558 มีจำนวนหน่วยรวมทั้งสิ้นประมาณ 60,242 หน่วย เพิ่มขึ้นจากปี 2557 ประมาณร้อยละ 33 โดยบริษัทครองส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดประมาณร้อยละ 20 หากแบ่งตามระดับราคาขายเฉลี่ยต่อหน่วยอาคารชุดพักอาศัยที่สร้างแล้วเสร็จและจดทะเบียนที่มีราคาขายเฉลี่ยต่อหน่วยมากกว่า 3 ล้านบาท ครองส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 10 ในส่วนของอาคารชุดพักอาศัยสร้างเสร็จและจดทะเบียนที่ครองส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดคือ อาคารชุดพักอาศัยที่มีราคาเฉลี่ยต่อหน่วย 1.5-2.0 ล้านบาท ครองส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 29 ส่วนอาคารชุดที่มีราคาเฉลี่ยต่อหน่วย 2-3 ล้านบาท 1.0-1.5 ล้านบาท และต่ำกว่า 1 ล้านบาท ครองส่วนแบ่งการตลาดใกล้เคียงกันประมาณร้อยละ 23, 21 และ 17 ตามลำดับ

## แผนภูมิแสดงจำนวนหน่วยอาคารชุดพักอาศัยสร้างเสร็จและจดทะเบียน ปี 2554-2558



## ตารางเปรียบเทียบอาคารชุดพักอาศัยสร้างเสร็จและจดทะเบียน ปี 2554-2558

จำนวนหน่วยเปิดตัวใหม่	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558
กรุงเทพและปริมณฑล	30,092	44,157	52,280	45,210	60,242
แอล.พี.เอ็น.	7,888	9,613	6,976	6,107	12,236
ส่วนแบ่งการตลาดของบริษัท	26%	22%	13%	14%	20%

ที่มา: สำนักวิจัยและพัฒนา บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)



### สรุปภาวะธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ปี 2558

จากปัจจัยที่รุมเร้าทางด้านเศรษฐกิจทั้งในระดับโลกและระดับประเทศ ความกังวลเรื่องอุปทานอาคารชุดพักอาศัยล้นตลาด ผสมกับปัญหานี้ภาคครัวเรือนของกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ในระดับกลางถึงกลาง-ล่าง ส่งผลให้บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ส่วนใหญ่ปรับเปลี่ยนทิศทางในการพัฒนาโครงการและการทำธุรกิจ โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต่างชะลอการพัฒนาโครงการอาคารชุดพักอาศัยในราคาระดับกลางถึงกลาง-ล่าง และต่างหันไปพัฒนาโครงการที่พักอาศัยสำหรับกลุ่มผู้มีรายได้ระดับบน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นโครงการพักอาศัยแนวราบหรือโครงการอาคารชุดพักอาศัยในทำเลที่มีศักยภาพ (Prime Area) โดยเน้นความหรูหราและความสะดวกสบายเป็นจุดขาย โดยเฉพาะในไตรมาสแรกของปี 2558 ควบคู่ไปกับข่าวการเปิดตัวโครงการในระดับบนที่ราคาขายแพงทำสถิติใหม่ของตลาดอย่างต่อเนื่อง ก็คือ ข่าวการซื้อขายที่ดินที่อยู่ในทำเลใจกลางเมืองที่มีราคาขายแพงทำลายสถิติของผู้ประกอบการเช่นกัน สะท้อนให้เห็นถึงกลยุทธ์การทำตลาด ทิศทาง และแนวโน้มของตลาดอสังหาริมทรัพย์ได้เป็นอย่างดี จนทุกภาคส่วนต่างออกมาแสดงความกังวลถึงภาวะการถดถอยดังกล่าวที่อาจนำไปสู่ภาวะฟองสบู่ของตลาดอสังหาริมทรัพย์ในระดับบน

โดยตลอดปี 2558 มูลค่าโครงการอาคารชุดเปิดตัวใหม่มีมูลค่ารวมประมาณ 240,000 ล้านบาท โดยเติบโตขึ้นจากปี 2557 เกือบร้อยละ 20 ในขณะที่จำนวนหน่วยที่เปิดตัวใหม่ลดลงเกือบร้อยละ 25 สถานการณ์ดังกล่าวยังคงดำเนินอย่างต่อเนื่อง จนเกิดสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเมืองระหว่างประเทศ โดยในวันที่ 17 สิงหาคม 2558 ได้เกิดเหตุระเบิดขึ้นใจกลางเมืองบริเวณแยกราชประสงค์ เหตุการณ์ดังกล่าวส่งผลให้ตลาดชะงักในระยะสั้น โดยผู้ประกอบการต่างชะลอการเปิดตัวโครงการเพื่อดูผลกระทบจากเหตุระเบิด โดยจำนวนหน่วยอาคารชุดพักอาศัยเปิดตัวใหม่ในไตรมาส 3 ลดลงเหลือประมาณ 10,000 หน่วย จากไตรมาส 1 และไตรมาส 2 อาคารชุดพักอาศัยเปิดตัวใหม่มีจำนวนสูงถึง 16,000 หน่วย และ 19,000 หน่วยตามลำดับ ภายหลังเหตุการณ์ระเบิดบริเวณแยกราชประสงค์ สถานการณ์อสังหาริมทรัพย์มีการเปลี่ยนแปลงอีกครั้ง โดยผู้ประกอบการรายใหญ่เริ่มให้ความสำคัญกับการบริหารสินค้าคงเหลือ โดยต่างมีการจัดโปรแกรมการตลาด และการจัดงานขายในพื้นที่ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ใจกลางเมือง โดยให้ส่วนลดและของแถมในมูลค่าที่สูงเพื่อเร่งการตัดสินใจของผู้บริโภคซึ่งมีทั้งที่ประสบผลสำเร็จและไม่ประสบผลสำเร็จ ซึ่งเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั้งทางตรงและทางอ้อมเป็นเครื่องบ่งชี้ว่า ตลาดอสังหาริมทรัพย์กำลังอยู่ในช่วงวงจรขาลง ยอดขายเฉลี่ยสำหรับโครงการเปิดตัวใหม่ในปี 2558 ลดลงต่ำกว่าร้อยละ 40 ซึ่งเป็นเกณฑ์ในการอนุมัติให้สินเชื่อโครงการของสถาบันการเงิน ซึ่งทางภาครัฐตระหนักได้ถึงสัญญาณดังกล่าว โดยในช่วงปลายเดือนตุลาคมรัฐบาลตัดสินใจดำเนินมาตรการกระตุ้นอสังหาริมทรัพย์ในระยะสั้น โดยมีกำหนด 6 เดือน เริ่มวันที่ 29 ตุลาคม 2558 และสิ้นสุดมาตรการวันที่ 28 เมษายน 2559 โดยใช้ทั้งมาตรการทางการเงิน อันได้แก่ การผ่อนปรนเกณฑ์การพิจารณาสินเชื่อ รายย่อยผ่านทางธนาคารอาคารสงเคราะห์ และมาตรการทางด้านการคลัง อันได้แก่ การลดหย่อนภาษีและค่าธรรมเนียมต่างๆ ซึ่งเคยใช้ได้ผลในอดีต อย่างไรก็ตามมาตรการดังกล่าวจะสิ้นสุดในปี 2559 ดังนั้นในช่วงปลายปี 2558 ในเดือนพฤศจิกายนและธันวาคม มาตรการกระตุ้นอสังหาริมทรัพย์ดังกล่าวยังไม่ส่งผลให้เกิดยอดขายใหม่มากนัก แต่มาตรการดังกล่าวเป็นประโยชน์ต่อผู้ซื้ออสังหาริมทรัพย์และผู้ประกอบการที่มีการส่งมอบและโอนกรรมสิทธิ์ในช่วงดังกล่าวเท่านั้น

กล่าวโดยรวมแล้วตลาดอสังหาริมทรัพย์ในปี 2558 อยู่ในภาวะชะลอตัวลงอย่างต่อเนื่อง อันเนื่องมาจากปัญหาเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศที่อัตราการขยายตัวของ GDP อยู่ในระดับต่ำ และไม่เป็นที่คาดการณ์ไว้ การส่งออกที่มีปัญหาอย่างต่อเนื่องจากประเทศคู่ค้าที่ประสบภาวะเศรษฐกิจตกต่ำเช่นกัน ปัญหาการท่องเที่ยวที่ถูกกระทบจากเหตุการณ์ระเบิดกลางเมืองแยกราชประสงค์ การลงทุนของภาครัฐในโครงการขนาดใหญ่ก็ยังติดขัดไม่สามารถเริ่มโครงการได้ รวมถึงผู้บริโภคที่ขาดความเชื่อมั่น อันเนื่องมาจากความเข้มงวดของสถาบันการเงินในการพิจารณาสินเชื่อรายย่อย ในส่วนของบริษัทได้ตระหนักถึงปัญหาต่างๆ เหล่านี้ โดยได้พยายามปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับสถานการณ์อยู่ตลอดเวลา โดยปี 2558 บริษัทได้ปรับเปลี่ยนแนวทางในการพัฒนาโครงการสำหรับโครงการเปิดตัวใหม่ จากการพัฒนาโครงการขนาดใหญ่ที่ใช้เวลาในการพัฒนานาน มาเป็นโครงการขนาดกลางที่มีจำนวนหน่วยประมาณ 1,000 หน่วย ซึ่งสามารถพัฒนาจบได้ภายใน 1 ปี พร้อมทั้งกระจายทำเลในการพัฒนาโครงการให้ครอบคลุมทั้งกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อรองรับอุปสงค์ที่มีอยู่อย่างจำกัดในแต่ละช่วงเวลาในแต่ละทำเล รวมถึงการสำรวจทำวิจัยความต้องการและคู่แข่งในแต่ละพื้นที่เพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจในการซื้อที่ดิน ซึ่งบริษัทไม่มีนโยบายสะสมที่ดินเพื่อรอการพัฒนา โดยยึดหลัก “ซื้อเมื่อพร้อมที่จะพัฒนา” (Just In Time) ควบคู่ไปกับการคาดการณ์ และบริหารการเติบโตในมิติทางด้านรายได้ของบริษัทอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งเร่งระบายสินค้าคงเหลือให้อยู่ในระดับที่ต้องการ จากการปรับกลยุทธ์ดังกล่าว บริษัทจึงได้มีการปรับลดการเปิดตัวโครงการใหม่ โดยการปรับลดการเปิดตัวโครงการใหม่ไม่ส่งผลกระทบต่อรายได้จากการขายของบริษัททั้งในระยะสั้นและระยะยาว



### แนวโน้มภาวะธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ปี 2559

นับตั้งแต่วิกฤตปี 2540 เป็นต้นมา ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ฟื้นตัวอย่างช้าๆ โดยเฉพาะตลาดอาคารชุดพักอาศัยที่ค่อยๆ พัฒนาตัวเองขึ้นจนกลายเป็นสินค้าหลักของตลาด โดยส่วนแบ่งการตลาดของอาคารชุดพักอาศัยค่อยๆ ปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนสามารถครองส่วนแบ่งการตลาดเกือบร้อยละ 70 ของตลาดที่พักอาศัยในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จนหลายครั้งที่หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องออกมาแสดงความกังวลถึงภาวะอุปทานล้นตลาดจนอาจเกิดลู่กลามกลายเป็นภาวะฟองสบู่ แต่ด้วยกลไกต่างๆ ที่ทั้งภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพัฒนาขึ้น ช่วยให้สถานการณ์ต่างๆ คลี่คลายลงและกลับค่อยชะลอตัวลงตามภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซาของประเทศ ทุกครั้งที่เศรษฐกิจอยู่ในภาวะชะลอตัวภาครัฐมักจะใช้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เป็นตัวจักรในการขับเคลื่อนวงจรเศรษฐกิจ ซึ่งในช่วงปลายปี 2558 ภาครัฐได้ตัดสินใจดำเนินมาตรการกระตุ้นอสังหาริมทรัพย์อีกครั้งหนึ่ง เป็นมาตรการระยะสั้นมีอายุ 6 เดือน โดยเริ่มตั้งแต่ปลายเดือนตุลาคม 2558 และจะหมดอายุในปลายเดือนเมษายน 2559 ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักปัจจัยแรกที่ส่งผลต่อทิศทางของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในปีนี้ โดยคาดว่า ใน 4 เดือนแรกของปี 2559 จำนวนโครงการก่อสร้างแล้วเสร็จและจดทะเบียนรวมถึงมูลค่าการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์จะเป็นประวัติการณ์ ปัจจัยหลักปัจจัยที่ 2 ที่ส่งผลต่อภาวะธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในปี 2559 ก็คือโครงการ “บ้านประชารัฐ” ซึ่งเป็นโครงการที่ทางภาครัฐต้องการสนับสนุนให้ผู้มีรายได้น้อยที่ยังไม่มีที่พักอาศัยได้มีบ้านเป็นของตนเอง โดยรายละเอียดของโครงการยังอยู่ระหว่างการศึกษาค้นคว้าเพื่อหาข้อสรุปและอนุมัติจากคณะรัฐมนตรี ซึ่งจากข้อมูลเบื้องต้นโครงการดังกล่าวน่าจะส่งผลดีต่อตลาดที่พักอาศัยสำหรับกลุ่มเป้าหมายระดับกลางถึงกลาง-ล่าง อันเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของบริษัทเช่นกัน หากโครงการดังกล่าวได้รับอนุมัติและมีผลบังคับใช้ก็น่าจะช่วยให้การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่พักอาศัยสำหรับกลุ่มเป้าหมาย ที่มีรายได้ระดับกลางถึงกลาง-ล่างกลับมาคึกคักและน่าจะมีส่วนแบ่งการตลาดในอัตราที่สูงขึ้นจากปี 2558

นอกเหนือจากปัจจัยหลัก 2 ปัจจัยดังกล่าวข้างต้น ภาวะธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ยังอยู่ในภาวะชะลอตัวในวงจรวาลง อันเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศที่ชะลอตัว อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (GDP) อยู่ในระดับต่ำ ภาวะหนี้ภาคครัวเรือนที่ทรงตัวอยู่ในระดับสูง สถาบันทางการเงินที่เพิ่มความเข้มงวดในการพิจารณาสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย รวมถึงภาวะต้นทุนที่ปรับตัวสูงขึ้นตามต้นทุนของราคาที่ดิน จึงพอคาดการณ์ได้ว่า ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์น่าจะยังคงขยายตัวอยู่ในระดับต่ำ โดยคาดว่าโครงการที่จะได้รับการพัฒนาออกสู่ตลาดจะเป็นโครงการที่รองรับกลุ่มเป้าหมายกลาง-บนถึงบนเป็นหลัก อีกส่วนหนึ่งได้แก่ โครงการที่สนับสนุนนโยบาย “บ้านประชารัฐ” ซึ่งจะค่อยๆ ทอยออกสู่ตลาดหลังจากมาตรการดังกล่าวมีความชัดเจนและมีผลบังคับใช้ โดยบริษัทคาดการณ์ว่า ในปี 2559 จะมีอาคารชุดเปิดตัวใหม่ประมาณ 60,000-70,000 หน่วย และมีอาคารชุดพักอาศัยสร้างเสร็จและจดทะเบียนประมาณ 50,000-60,000 หน่วย



### แนวทางการดำเนินงานปี 2559

จากภาวะเศรษฐกิจที่ยังไม่ฟื้นตัวทั้งในระดับมหภาคและจุลภาค ซึ่งส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นและกำลังซื้อของผู้บริโภค ความเข้มงวดในการให้สินเชื่อของสถาบันการเงิน อันเนื่องมาจากปัญหาหนี้ภาคครัวเรือนที่ยังคงเป็นปัญหาต่อเนื่องจากปี 2557 ประกอบกับรัฐบาลได้เล็งเห็นและทราบถึงปัญหาดังกล่าวจึงได้มีนโยบายระยะสั้นเพื่อกระตุ้นตลาดอสังหาริมทรัพย์มีอายุ 6 เดือน ซึ่งจะหมดอายุลงในวันที่ 28 เมษายน 2559 นี้ บริษัทจึงได้กำหนดแนวทางในการดำเนินงานสำหรับปี 2559 ดังนี้

1. กำหนดอัตราดอกเบี้ยของผลประกอบการเชิงตัวเลขในอัตราร้อยละ 10-15
2. กำหนดเป้าหมายรายได้จากการขาย 17,600 ล้านบาท
3. กำหนดเป้าหมายยอดขาย 17,600 ล้านบาท
4. พิจารณาขนาดโครงการที่เหมาะสมต่ออุปสงค์ในแต่ละทำเล พร้อมกระจายทำเลในการพัฒนา เพื่อลดความเสี่ยงของอุปทานล้นตลาด
5. กำหนดเป้าหมายเปิดตัวโครงการใหม่มูลค่ารวมประมาณ 17,600 ล้านบาท
6. ควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างเข้มข้น ทั้งค่าใช้จ่ายในการขาย การตลาด และการบริหาร
7. เพิ่มความเข้มข้นในการบริหารสินค้าคงเหลือ
8. พิจารณาการเปิดตัวโครงการใหม่ในช่วงเวลาที่เหมาะสมและสอดคล้องกับแผนรายได้ของบริษัททั้งในระยะสั้นและระยะยาว รวมถึงแผนการจัดหาที่ดินที่สอดคล้องกับแผนเปิดตัวโครงการใหม่ เพื่อลดความเสี่ยงและภาระทางด้านการเงิน
9. เพิ่มกลยุทธ์ในการบริหารเครดิตลูกค้า โดยเฉพาะลูกค้าที่ถูกปฏิเสธการให้สินเชื่อจากสถาบันการเงิน เพื่อรักษาสถานะลูกค้าไว้
10. พัฒนาบุคลากรอย่างเข้มข้นและต่อเนื่อง ผ่านทาง “สถาบันแอล.พี.เอ็น.” เพื่อรองรับการเติบโตขององค์กรในอนาคต
11. ต่อยอดแนวคิด “ชุมชนน่าอยู่” ด้วยแนวคิด “ชุมชนน่าอยู่สำหรับคนทุกวัย” เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสินค้าและบริการของบริษัทให้แตกต่างจากคู่แข่ง
12. กำหนดแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนให้เป็นรูปธรรมและครอบคลุมทุกมิติของการดำเนินงาน รวมถึงการตั้งเป้าหมายที่จะยื่นขอการรับรองการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันในระดับ 4 Certified

ภายใต้ภาวะการณ์ปัจจุบันดังกล่าวข้างต้น บริษัทได้กำหนดแนวทางในการดำเนินงาน เพื่อรองรับสถานการณ์ที่มีความเปลี่ยนแปลงอย่างเฉียบพลันและผันผวน โดยให้สามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็วและเหมาะสมกับสถานการณ์ ซึ่งจะช่วยให้บริษัทสามารถบรรลุเป้าหมายในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อการพัฒนาและเติบโตอย่างยั่งยืน



## 2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

### 2.3.1 การจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์และบริการ

ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท คือ โครงการอาคารชุดพักอาศัยสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่มีรายได้ระดับกลางถึงกลาง-ล่างที่ต้องการที่อยู่อาศัยที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสม มีความปลอดภัยแวดล้อมด้วยสาธารณูปโภค และอยู่ในทำเลที่ใกล้ระบบขนส่งมวลชนหรือทางด่วนเพื่อความสะดวกในการเดินทาง เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพการแข่งขัน กฎหมาย และต้นทุนที่เปลี่ยนไป บริษัทได้กำหนดแนวทางการพัฒนาโครงการและขั้นตอนต่าง ๆ ไว้ ดังต่อไปนี้

- 1) **สำรวจความต้องการของตลาดในบริเวณต่าง ๆ** ทั้งในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมทั้งจังหวัดที่มีความเติบโตทางเศรษฐกิจ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดทำเลเป้าหมายในการขยายฐานลูกค้าและพื้นที่ในการพัฒนา รวมถึงการสำรวจภาวะตลาด คู่แข่งขัน อุปสงค์ อุปทาน สภาพเศรษฐกิจและสังคมในช่วงเวลานั้น ๆ
- 2) **วิเคราะห์โครงการ** วางเป้าหมายทางการตลาด พิจารณาจัดหาที่ดิน รวมทั้งวิเคราะห์ทำเลที่ตั้ง รูปร่าง ขนาด สภาพแวดล้อมโดยรอบ กฎระเบียบต่างๆ ของทางภาครัฐที่มีผลกระทบต่อโครงการ รวมถึงคู่แข่งขัน เพื่อกำหนดลักษณะ ขนาดของโครงการ และขั้นตอนในการพัฒนา รวมถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้า (Product Value) โดยพิจารณาจากผลตอบแทนการลงทุน ความสอดคล้องเหมาะสมของทำเลที่ตั้งและรูปแบบในการพัฒนาโครงการ
- 3) **วางแผนและออกแบบโครงการให้สอดคล้องกับผลการศึกษา** โดยคัดเลือกสถาปนิกและที่ปรึกษาโครงการที่มีคุณภาพ เข้าใจในแนวทางของบริษัท เนื่องจากผู้ออกแบบทั้งสถาปนิกและวิศวกรอยู่ในส่วนของต้นน้ำที่มีผลโดยตรงต่อต้นทุน โดยเฉพาะต้นทุนทางอ้อม เช่น อัตราส่วนพื้นที่ขายต่อที่ดินที่แสดงถึงประสิทธิภาพในการออกแบบ การควบคุมต้นทุนทางอ้อมถือว่าเป็นหนึ่งในข้อได้เปรียบของบริษัท เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน
- 4) **จัดทำแผนงานการพัฒนาโครงการ** วางแผนทางการเงินและจัดหาแหล่งเงินทุนสำหรับโครงการ (Project Financing) วางแผนการบริหารการขายและการตลาด พร้อมทั้งแผนการบริหารชุมชนภายหลังการส่งมอบ
- 5) **จัดเตรียมทีมงานรวมทั้งกำหนดอัตราค่าจ้างของบุคลากร** เพื่อบริหารโครงการซึ่งดำเนินการโดยบริษัทย่อยตั้งแต่ทีมงานขาย ทีมงานก่อสร้าง ทีมงานโอนกรรมสิทธิ์และส่งมอบ รวมถึงทีมงานบริหารชุมชน
- 6) **การบริหารงานด้านการขายและการตลาด** ได้แก่
  - **การวางแผนการขาย** อันได้แก่ การกำหนดราคาขาย วางแผนการชำระเงินของลูกค้าพร้อมทั้งจัดหาแหล่งเงินทุนให้กับลูกค้าในช่วงโอนกรรมสิทธิ์ (Housing Loan) โดยพิจารณาสถาบันการเงินที่ให้สิทธิประโยชน์สูงสุดแก่ลูกค้า กำหนดเป้าหมายการขาย รวมทั้งอบรมทีมงานขาย
  - **การวางแผนการตลาด** อันได้แก่ การวางแผนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย การจัดทำเอกสารประกอบการขาย รวมถึงกำหนดการและกระบวนการในการเปิดขาย
- 7) **การบริหารงานก่อสร้างโครงการ** โดยมีขั้นตอนที่สำคัญดังนี้
  - **ประสานงานและให้ข้อมูลโครงการ** แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งชุมชนที่อยู่ใกล้เคียงและหน่วยราชการ โดยเฉพาะชุมชนในบริเวณใกล้เคียงที่อาจได้รับผลกระทบและมีความกังวลต่อการพัฒนาโครงการโดยตรง
  - **จัดทำรายงานการศึกษาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม** เพื่อขออนุมัติจากสำนักงานนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม (สผ) และขออนุญาตปลูกสร้างจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามลำดับ
  - **วางแผนการก่อสร้างและคัดเลือกผู้รับเหมา** ในการดำเนินการก่อสร้าง โดยจำกัดระยะเวลาในการก่อสร้างให้แล้วเสร็จภายใน 18 เดือน (Economy of Speed) สำหรับโครงการที่เป็นอาคารสูง และไม่เกิน 12 เดือนสำหรับอาคารที่ไม่เกิน 8 ชั้น โดยนับตั้งแต่เริ่มเปิดขาย ซึ่งบริษัทได้พัฒนาระบบงานก่อสร้างและเทคนิคทางการก่อสร้างด้วยการนำชิ้นส่วนสำเร็จรูปเข้ามาใช้ โดยมีบริษัทย่อยเป็นผู้บริหารและควบคุมงานก่อสร้างในทุกขั้นตอนตามบทบาทและหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย
  - **รายงานความคืบหน้าของโครงการแก่ลูกค้า** อย่างสม่ำเสมอ



- 8) **ประเมินและติดตามผลการขาย** ผลตอบแทนของโครงการ โดยจัดทำรายงานสรุป เพื่อเป็นข้อมูลและกรณีศึกษาของบริษัท สำหรับโครงการต่อไป
- 9) **บริหารชุมชนภายหลังการส่งมอบ** ภายใต้บทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบ และกลยุทธ์ “ชุมชนน่าอยู่สำหรับคนทุกวัย” โดยมีเป้าหมายที่การสร้างคุณภาพชีวิตที่เหมาะสมภายใต้ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม

### 2.3.2 กำลังการผลิตและปริมาณการผลิต

บริษัทได้มีการผลิตหรือปริมาณการผลิตโดยตรง แต่มีการว่าจ้างผู้รับเหมาก่อสร้างที่เป็นพันธมิตรที่มีความน่าเชื่อถือตลอดจนมีประสบการณ์ที่เหมาะสมกับโครงการแต่ละโครงการเป็นผู้ดำเนินการในการก่อสร้าง โดยมีบริษัทย่อยเป็นผู้บริหารงานก่อสร้างและควบคุมดูแลอย่างใกล้ชิด และใช้วิธีการประมูลหรือสืบราคาในการกำหนดมูลค่างานก่อสร้างเพื่อให้ได้ราคาก่อสร้างที่เหมาะสม โดยเป็นการจัดจ้างแบบเหมารวมทั้งวัสดุและค่าแรง เพื่อลดความเสี่ยงในการผันผวนของราคาระดับก่อสร้าง นอกจากนี้บริษัทยังมีนโยบายในการประมูลที่ไม่ผูกติดกับผู้รับเหมาหลัก โดยแยกประมูลเป็นส่วนๆ ตามลักษณะของงาน เช่น งานเสาเข็ม งานโครงสร้าง งานฝ้าเพดาน งานกระจกและอลูมิเนียม งานระบบไฟฟ้าและประปา เป็นต้น เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงและต้นทุนทางอ้อม โดยที่ผู้รับเหมาแต่ละรายจะต้องทำงานได้สอดคล้องกัน เพื่อความรวดเร็วและคุณภาพของ งานก่อสร้างที่ต้องส่งมอบให้แก่ลูกค้า โดยมีผู้รับเหมาหลักและบริษัทย่อยเป็นแกนกลางในการประสานงานด้านต่าง ๆ อีกทั้งในบางกรณีบริษัทจะดำเนินการสั่งซื้อวัสดุบางรายการโดยตรง เช่น ลิฟต์ซึ่งมียี่ห้อสั่งซื้อสูงและเป็นงานที่ต้องใช้บริการจากผู้ขายโดยตรง กระบวนการทั้งหมดดังกล่าวข้างต้นดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งในด้านต้นทุนและระยะเวลาที่เหมาะสม ภายใต้กลยุทธ์กลุ่มปียมิตรที่แข็งแกร่งและเป็นที่ไว้วางใจของทางบริษัท ซึ่งถือเป็นหนึ่งในความได้เปรียบในการแข่งขัน

### 2.3.3 การจัดหาวัตถุดิบ

บริษัทได้จัดจ้างผู้รับเหมาที่เป็นพันธมิตรที่มีความน่าเชื่อถือและมีประสบการณ์ที่เหมาะสมกับแต่ละโครงการเป็นผู้ดำเนินการก่อสร้าง โดยการจัดจ้างรวมทั้งวัสดุและค่าแรง เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงในการผันผวนของราคาระดับก่อสร้าง อย่างไรก็ตาม ที่ดินสำหรับการพัฒนาโครงการเป็นวัตถุดิบที่สำคัญที่สุดในการพัฒนา บริษัทจึงกำหนดปัจจัยที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาที่ดินเพื่อการพัฒนาและแนวทางในการจัดหาที่ดิน ดังนี้

- 1) **ทำเลที่ตั้งของที่ดิน** จะต้องอยู่ในบริเวณที่มีความหนาแน่นและตั้งอยู่ริมถนนสายหลัก มีสาธารณูปโภคครบครัน อยู่ใกล้แหล่งงานหรือแหล่งชุมชนขนาดใหญ่ ใกล้ระบบขนส่งมวลชนหรือทางด่วน โดยมีทางเข้าออกที่สะดวก
- 2) **ขนาดหน้ากว้างของที่ดินและรูปร่างของที่ดิน** ต้องเหมาะสมและสอดคล้องกับพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร เพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์ที่ดินได้สูงสุด นอกจากนี้ยังต้องสอดคล้องกับข้อกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินตามผังเมือง
- 3) **ราคาของที่ดิน** จะต้องไม่อยู่ในเกณฑ์สูงเกินกว่าร้อยละ 30 ของต้นทุนโครงการ เพื่อให้บริษัทยังคงสามารถรักษาระดับราคาขายและผลตอบแทนในการลงทุนให้เป็นไปตามนโยบายและกลยุทธ์การแข่งขันของบริษัท
- 4) **การจัดหาที่ดินโดยการลงประกาศทางสื่อหนังสือพิมพ์** เพื่อติดต่อกับเจ้าของที่ดินโดยตรง หรือผ่านทางตัวแทนนายหน้าหรือเสนอซื้อจากสถาบันการเงิน และสถาบันบริหารทรัพย์สิน (บสท) โดยบริษัทได้จัดให้มีหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรงในการจัดหาและตรวจคุณสมบัติของที่ดินโดยตรง และบริษัทได้ดำเนินการแจ้งข้อสารสนเทศต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อมีการจัดซื้อที่ดินเพื่อความโปร่งใส อีกทั้งยังมีการประเมินราคาโดยผู้ประเมินอิสระ เพื่อเป็นการตรวจสอบอีกชั้นหนึ่ง ซึ่งที่ดินทุกแปลงที่บริษัทจัดซื้อมีราคาต่ำกว่าราคาประเมิน



## 2.4 งานที่ยังไม่ส่งมอบ

ผลิตภัณฑ์ที่ขายไปแล้วแต่ยังไม่ได้โอนกรรมสิทธิ์ให้กับลูกค้า ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558

ลำดับ	โครงการ สร้างเสร็จปี	โครงการ	จำนวน (ยูนิต)	มูลค่า (ล้านบาท)	คาดว่าจะรับรู้รายได้ในปี	
					2559	2560
	ก่อนปี 2559	โครงการอื่นๆ	1,221	1,508.00	1,508.00	
1	2559	เดอะ ลุมพินี 24	363	2,530.00	2,530.00	
2		ลุมพินี พาร์ค นวมินทร์-ศรีบูรพา	1,158	1,429.00	1,429.00	
3		ลุมพินี พาร์ค เพชรเกษม 98 (เฟส 1)	1,010	1,338.00	1,338.00	
4		ลุมพินี คอนโดทาวน์ ร่มเกล้า-สุวรรณภูมิ	1,275	1,008.00	1,008.00	
5		ลุมพินี พาร์คปิ่น ชะอำ	395	1,032.00	1,032.00	
6		ลุมพินี วิลสัน นครินทร์-ริเวอร์วิว	673	889.00	889.00	
7		ลุมพินี มิกซ์ เทพารักษ์-ศรีนครินทร์	1,238	1,162.00	1,162.00	
8		ลุมพินี ทาวน์ชิป รังสิต-คลอง1 (เฟส 2)	1,303	1,015.00	1,015.00	
	2560	ลุมพินี วิลล์ สุขุมวิท 76-แบบริ่ง สเตชั่น	320	377.00	-	377.00
รวม			8,956	12,288.00	11,911.00	377.00



### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

คณะกรรมการบริษัทได้มีมติให้จัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงขึ้น เมื่อวันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2554 ซึ่งประกอบด้วย กรรมการบริหารและกรรมการผู้จัดการของบริษัทและบริษัทย่อย เป็นผู้ดูแลรับผิดชอบในการบริหารความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ให้อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้และสอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง โดยกำหนดให้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงต้อง มีการประชุมและมีการรายงานผลของการบริหารความเสี่ยงต่อคณะกรรมการบริษัท อย่างน้อยไตรมาสละ 1 ครั้ง กรอบการบริหารความเสี่ยง ของบริษัทประกอบด้วยกระบวนการหลัก ดังนี้

1. กำหนดนโยบายและแนวทางในการบริหารความเสี่ยง เพื่อให้ทุกส่วนในองค์กรเข้าใจและมีการบริหารความเสี่ยงไปในทิศทาง เดียวกัน พร้อมทั้งกำหนดระดับของความเสี่ยงที่บริษัทยอมรับได้ หรือความสูญเสียที่ยอมรับได้
2. การประเมิน บริหาร และจัดการความเสี่ยงรวมทั้งการติดตามผลอย่างสม่ำเสมอ ด้วยเครื่องมือการจัดการที่เหมาะสม เพื่อให้ เกิดประสิทธิภาพครอบคลุมความเสี่ยง และผลทั้งหมดที่อาจเกิดขึ้น พร้อมทั้งหาวิธีในการบริหารจัดการความเสี่ยงให้อยู่ใน เกณฑ์ที่บริษัทยอมรับได้
3. การรายงานผลการบริหารความเสี่ยง โดยรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทเป็นประจำทุกไตรมาส และหากมีความเสี่ยงใหม่ เกิดขึ้นโดยมิได้คาดการณ์ไว้ และมีแนวโน้มจะกระทบกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างรุนแรง คณะกรรมการบริษัทอาจต้อง ทบทวนแผนธุรกิจและเป้าหมายใหม่ทั้งหมด เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทยังคงดำเนินต่อไปได้อย่างมั่นคงและปลอดภัย

สำหรับปี 2559 บริษัทกำหนดความเสี่ยงและแนวทางในการบริหารจัดการโดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 1. ความเสี่ยงทางการเงิน

ความเข้มงวดของสถาบันการเงินในการพิจารณาสินเชื่อรายย่อยนับตั้งแต่ปลายปี 2557 เป็นต้นมา ปัญหานี้ภาคครัวเรือนได้ เริ่มก่อตัวขึ้นและปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกลุ่มประชากรที่มีรายได้ในระดับกลางถึงกลาง-ล่าง ซึ่งเป็นลูกค้า กลุ่มเป้าหมายของบริษัท สำหรับกลุ่มลูกค้าที่จองซื้อห้องชุดพักอาศัยในโครงการที่บริษัทพัฒนาประมาณร้อยละ 70-80 เป็นกลุ่ม ลูกค้าที่ชำระงวดสุดท้ายด้วยการขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน ปัญหานี้ภาคครัวเรือนส่งผลให้สถาบันการเงินเข้มงวดและ ระมัดระวังในการพิจารณาสินเชื่อรายย่อยเพิ่มขึ้น ส่งผลให้อัตราการปฏิเสธสินเชื่อรายย่อย (Rejection Rate) ของทั้งตลาด ปรับตัวสูงขึ้น หากไม่มีการบริหารที่ดีเพียงพอ ปัญหาการปฏิเสธสินเชื่อรายย่อยจะส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัท อีกทั้งห้องชุดในส่วนของลูกค้าที่ถูกปฏิเสธสินเชื่อไม่สามารถโอนกรรมสิทธิ์ได้จะกลายเป็นสินค้าคงเหลือต้องนำกลับมาขายใหม่ ซึ่งสร้างภาระด้านค่าใช้จ่ายการตลาด การขาย และการดูแลรักษาที่เพิ่มขึ้น แม้ว่าสินค้าดังกล่าวจะสามารถตั้งราคาขายที่สูงขึ้น ได้ก็ตาม ปัญหาดังกล่าวนอกจากจะกระทบกับรายได้และค่าใช้จ่ายโดยตรงแล้ว โดยทางอ้อมยังกระทบกับต้นทุนทางการเงิน อันเนื่องมาจากต้นทุนทางการเงินที่จมอยู่กับสินค้าคงเหลือ สำหรับอัตราปฏิเสธสินเชื่อรายย่อยของบริษัทที่ผ่านการบริหาร จัดการแล้วมีอัตราประมาณร้อยละ 5-10 ซึ่งต่ำกว่าอัตราปฏิเสธสินเชื่อรายย่อยเฉลี่ยของตลาด ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ ในแต่ละช่วงเวลา ลักษณะของโครงการ รวมถึงระดับราคาขายของโครงการ โครงการที่มีราคาขายค่อนข้างสูง อัตราปฏิเสธ สินเชื่อจะต่ำกว่าโครงการที่มีราคาขายค่อนข้างต่ำ

#### มาตรการในการป้องกันและจัดการแก้ไข

บริษัทได้กำหนดกระบวนการและทีมงานในการแก้ไขปัญหาการปฏิเสธสินเชื่อรายย่อยอย่างเป็นรูปธรรม โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ลูกค้า จองซื้อ บริษัทจะสำรวจรายได้และค่าใช้จ่ายเบื้องต้นเพื่อทำการเปรียบเทียบกับราคาห้องชุดที่ลูกค้าจองซื้อว่า เข้าหลักเกณฑ์ ในการให้สินเชื่อของทางสถาบันการเงินหรือไม่ หากไม่เข้าหลักเกณฑ์ บริษัทจะแจ้งให้ลูกค้าทราบ เพื่อทำการเปลี่ยนห้องชุดที่ ราคาขายเหมาะสมกับความสามารถในการผ่อนชำระของลูกค้า ถัดจากนั้นในช่วงผ่อนเงินดาวน์ บริษัทโดยทีมงานบริหารเครดิต ลูกค้าจะคอยติดตามและให้ข้อมูลลูกค้า พร้อมคอยแจ้งเตือนเมื่อลูกค้าผ่อนชำระล่าช้า เนื่องจากประวัติการผ่อนชำระเงินดาวน์ จะเป็นส่วนหนึ่งของข้อมูลในการพิจารณาสินเชื่อรายย่อยของสถาบันการเงิน ภายใน 6 เดือนก่อนการส่งมอบห้องชุด ทีมงาน บริหารเครดิตจะดำเนินการขอความร่วมมือจากลูกค้าผู้จองซื้อห้องชุดในการยื่นขอตรวจสอบประวัติทางการเงินจากบริษัทข้อมูล เครดิตบูโรแห่งชาติ จำกัด เพื่อตรวจสอบประวัติการผิดนัดชำระทางการเงิน ซึ่งบางครั้งอาจเป็นประเด็นเล็ก ๆ น้อย ๆ ในการ



ผิคนัดชำระ ซึ่งลูกค้าอาจจะเลยจนเป็นเหตุให้ถูกปฏิเสธ หากพบว่าประวัติทางการเงินของลูกค้าจำเป็นต้องได้รับการแก้ไข ทีมงานบริหารเครดิตร่วมกับสถาบันการเงินจะคอยให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าทั้งในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว เพื่อให้สามารถผ่านกระบวนการพิจารณาสินเชื่อจากสถาบันการเงิน และในระหว่างช่วงผ่อนดาวน์ หากพบว่าลูกค้ารายใดไม่สามารถแสดงหรือพิสูจน์ที่มาของรายได้ได้ อันเนื่องจากประกอบอาชีพอิสระ หรือเป็นพนักงานของกิจการขนาดเล็ก บริษัทจะแนะนำให้ลูกค้านำรายได้ทั้งหมดผ่านบัญชีเงินฝากของธนาคารอย่างสม่ำเสมอ สำหรับกรณีที่ไม่สามารถแก้ไขได้ บริษัทจะทำการยกเลิกพร้อมคืนเงินให้กับลูกค้าเต็มจำนวน และนำห้องชุดกลับเข้ากระบวนการขายทันที ส่วนทางด้านสถาบันการเงิน บริษัทได้วางแนวทางการบริหารสถาบันการเงินด้านการจัดเลือกสถาบันการเงินที่มีนโยบายและจุดแข็งที่สอดคล้องกับลูกค้าแต่ละกลุ่มซึ่งมีความแตกต่างกัน เพื่อประโยชน์สูงสุดทั้งของลูกค้าและสถาบันการเงิน

## 2. ความเสี่ยงทางกลยุทธ์

### การมุ่งเน้นสินค้าและกลุ่มเป้าหมายเพียงกลุ่มเดียว

บริษัทดำเนินธุรกิจทางด้านการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในรูปแบบอาคารชุดพักอาศัยโดยมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายที่มีรายได้ระดับกลางถึงกลาง-ล่าง ด้วยการกำหนดกลยุทธ์ดังกล่าวส่งผลให้บริษัทก้าวขึ้นเป็นผู้นำในการพัฒนาตลาดอาคารชุดพักอาศัยและสามารถครองส่วนแบ่งการตลาดในระดับสูงควบคู่ไปกับการเติบโตทางด้านรายได้ โดยบริษัทได้ประเมินว่าอาคารชุดพักอาศัยสำหรับผู้มีรายได้ระดับกลางถึงกลาง-ล่างมีขนาดตลาดที่ใหญ่ตามขนาดของปริมาณรายได้ของประชากร ประกอบกับผู้ประกอบการมักจะให้ความสำคัญและพัฒนาโครงการเพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวในจำนวนที่น้อย จึงเป็นโอกาสของบริษัทแต่ในขณะเดียวกันโอกาสก็นำมาซึ่งความเสี่ยง ในภาวะการณ์ปัจจุบันที่ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์อยู่ในวงจรขาลง ปัญหาเศรษฐกิจในภาพรวมทั้งมหภาคและจุลภาค ปัญหาภาคหนี้ครัวเรือน รวมถึงปัญหาความเข้มงวดของสถาบันการเงินในการพิจารณาสินเชื่อรายย่อยย่อมส่งผลโดยตรงต่อกลุ่มเป้าหมายหลักของบริษัท ทำให้การตอบรับและยอดขายของบริษัทชะลอตัวลงพร้อมกับสินค้าคงเหลือมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น

### มาตรการในการป้องกันและจัดการแก้ไข

เพื่อรองรับความเสี่ยงทางด้านกลยุทธ์ บริษัทจึงได้กำหนดแนวทางในการลดความเสี่ยง อันเนื่องมาจากการมุ่งเน้นสินค้าและกลุ่มเป้าหมายเพียงกลุ่มเดียว ดังนี้

1. กระจายฐานธุรกิจผ่านทางบริษัทย่อย บริษัท พรสันติ จำกัด โดยกำหนดให้บริษัท พรสันติ จำกัด พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในรูปแบบที่มีใช่อาคารชุดพักอาศัย ทั้งรูปแบบการขายและการให้เช่าเพื่อสร้างรายได้ประจำให้แก่บริษัท (Recurring Income) ซึ่งบริษัทตั้งเป้าหมายที่จะให้บริษัท พรสันติ จำกัด สร้างรายได้ให้กับบริษัทในอัตราร้อยละ 10 ของรายได้หลักของบริษัท
2. ขยายฐานลูกค้าจากกลุ่มเป้าหมายหลักที่อยู่ในวัยทำงานไปสู่กลุ่มลูกค้าสูงวัยซึ่งประสบความสำเร็จในชีวิต มีฐานะทางการเงินที่มั่นคง ต้องการมีคุณภาพชีวิต ต้องการได้รับการยอมรับและพร้อมอุทิศตนเพื่อประโยชน์ต่อชุมชนและส่วนรวม และต้องการพักอาศัยในสังคมหรือชุมชนที่มีขนาดใหญ่แวดล้อมด้วยผู้คนที่หลากหลายทั้งเพศและวัย ซึ่งมีแนวโน้มที่เพิ่มจำนวนมากขึ้น ตามการคาดการณ์ของหลายฝ่ายที่เห็นพ้องต้องกันว่า ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมของผู้สูงวัยในไม่ช้า
3. ขยายฐานการพัฒนาโครงการไปสู่โครงการที่มีราคาขายในระดับกลางถึงกลาง-บน โดยมีโครงการเดอะ ลุมพินี 24 เป็นโครงการนำร่อง



### 3. ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน

#### ความเสี่ยงทางด้านต้นทุนอันเนื่องมาจากการปรับตัวขึ้นของราคาที่ดิน

เพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์หลักของบริษัทที่มุ่งเน้นพัฒนาอาคารชุดพักอาศัยสำหรับผู้มีรายได้ในระดับกลาง ถึงกลาง-ล่าง โดยราคาขายห้องชุดของบริษัทจะต้องไม่สูงเกิน (Affordable Price) พร้อมทั้งต้องตั้งอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกในการเดินทาง เพียบพร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน จากผลของการเพิ่มขึ้นของขนส่งมวลชนระบบรางทั้งในปัจจุบันและอนาคต การปรับขึ้นของราคาประเมินที่ดินในต้นปี 2559 การแข่งขันที่ทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้น เป็นเหตุให้ราคาที่ดิน มีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งแปลงที่ดินที่มีขนาดเหมาะสมไม่ใหญ่เกินไปจนยากแก่การพัฒนาเริ่มมีจำนวนลดลง หากขาดการบริหารจัดการที่ดี อาจเป็นอุปสรรคในการเปิดตัวโครงการใหม่ตามแผนงาน

#### มาตรการในการป้องกันและจัดการแก้ไข

สำหรับการจัดหาที่ดินเพื่อพัฒนาโครงการ บริษัทได้กำหนดแนวทางในการดำเนินงานในการจัดหาที่ดินเพื่อลดความเสี่ยงดังนี้

1. บริษัทได้มอบหมายให้สำนักวิจัยร่วมกับฝ่ายการตลาดร่วมกันศึกษาความเป็นไปได้ของแปลงที่ดินที่มีการเสนอขายจากบุคคลทั่วไป เพื่อศึกษาหาความเป็นไปได้ของแปลงที่ดินแต่ละแปลงในทุกมิติ ทั้งด้านกฎระเบียบต่างๆ การตลาด การขาย ราคาขายที่เหมาะสม ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม เพื่อกำหนดราคาที่จะซื้อที่ดินแต่ละแปลงให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายหลักของที่ดินแปลงนั้นๆ โดยอาศัยอำนาจการต่อรองของบริษัท เพื่อให้ได้ที่ดินที่จะพัฒนาในราคาที่เหมาะสม
2. บริษัทได้เพิ่มช่องทางในการจัดหาที่ดิน ด้วยการเพิ่มตัวแทนนายหน้าในการจัดหาที่ดิน การประกาศจัดซื้อจัดหาที่ดินผ่านสื่อต่างๆ ทั้งที่เป็นสื่อมาตรฐานและสื่อออนไลน์ การสร้างระบบการจัดเก็บข้อมูลที่ดินที่ผ่านการพิจารณาของบริษัท เพื่อเป็นการสร้างคลังข้อมูลที่ดินสำหรับใช้ในการเปรียบเทียบทางด้านราคา รวมถึงข้อมูลทางด้านอื่นๆ เพื่อประโยชน์ในการเลือกใช้ในอนาคต
3. สำหรับแปลงที่ดินที่มีขนาดใหญ่ ที่มีความเสี่ยงในการพัฒนาในปัจจุบัน หากแปลงที่ดินดังกล่าวมีความเหมาะสมในการพัฒนาโครงการ หลังจากผ่านการศึกษาความเป็นไปได้แล้วนั้น บริษัทได้วางแนวทางสำหรับการพัฒนาดินที่มีขนาดใหญ่ โดยการแบ่งการพัฒนาออกเป็นส่วนๆ ให้เหมาะสมกับการพัฒนาในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้การแบ่งส่วนการพัฒนาดังกล่าว จะทำให้บริษัทมีความยืดหยุ่นในการจัดหาที่ดินสำหรับการพัฒนา และแนวทางสำหรับการพัฒนามากขึ้น

### 4. ความเสี่ยงด้านวงจรของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ก็มีลักษณะเช่นเดียวกับภาคเศรษฐกิจ หากเศรษฐกิจทั้งในระดับมหภาคและจุลภาคมีปัญหาอยู่ในช่วงวงจรขาลง ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ก็ยังคงปรับตัวลดลงอยู่ในวงจรขาลงเช่นกัน โดยบริษัทอาจประสบปัญหามากกว่าผู้ประกอบการรายอื่น อันเนื่องจากการมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและสินค้าเพียงกลุ่มเดียว เมื่อเทียบกับผู้ประกอบการรายอื่นที่มีฐานธุรกิจที่กว้างกว่า และมีแหล่งที่มาของรายได้หลากหลายมากกว่า

#### มาตรการในการป้องกันและจัดการแก้ไข

เพื่อลดผลกระทบอันเนื่องมาจากวงจรธุรกิจขาลง บริษัทได้กำหนดมาตรการในการดำเนินการดังนี้

1. พิจารณาย้ายฐานการพัฒนาโครงการ ด้วยการขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มประชากรที่สูงวัยที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในสังคมไทย รวมถึงขยายฐานการพัฒนาโครงการที่มีระดับราคาขายอยู่ในระดับกลางถึงกลาง-บน ที่ยังคงมีกำลังซื้ออยู่ในภาวะเศรษฐกิจซบเซา โดยบริษัทใช้โครงการเดอะ ลุมพินี 24 ซึ่งมีราคาขายเฉลี่ยประมาณ 160,000 บาทต่อตารางเมตร เป็นโครงการนำร่อง
2. พิจารณาลดขนาดของโครงการที่จะพัฒนาให้มีขนาดเหมาะสม ไม่มีขนาดใหญ่ หรือมีจำนวนยูนิตมากเกินไปจนเกิดความตึงเครียดในระยะสั้น อันนำไปสู่ปัญหาสินค้าคงเหลือ ด้วยการวิจัยและสำรวจตลาดในเชิงลึกอย่างเข้มข้น
3. พิจารณาควบคุมค่าใช้จ่าย โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายคงที่ (Fix Expenses) อันได้แก่ ค่าใช้จ่ายบริหารในปี 2559 เดบิตในอัตราร้อยละ 0 จากปี 2558 ด้วยการพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ ลดความสูญเสียในกระบวนการดำเนินงาน พร้อมทั้งพัฒนาทักษะและความชำนาญในการปฏิบัติงานของพนักงานผ่านทาง “สถาบันแอล.พี.เอ็น.”



## 5. ความตื่นตัวต่อผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม

โครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โดยเฉพาะโครงการอาคารชุดพักอาศัยเป็นโครงการขนาดใหญ่ที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม รวมถึงชุมชนข้างเคียง หากไม่มีการระมัดระวังและปฏิบัติตามมาตรการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด อาจทำให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญ จนนำไปสู่การฟ้องร้องดำเนินคดี จนถึงการใช้คำสั่งศาลในการระงับการก่อสร้างฉุกเฉิน ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบอย่างใหญ่หลวงต่อแผนการดำเนินงานและการทำธุรกิจของบริษัท รวมถึงภาพลักษณ์องค์กร

### มาตรการในการป้องกันและจัดการแก้ไข

บริษัทได้กำหนดให้ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมเป็นมิติหนึ่งในแผนภูมิกลยุทธ์ขององค์กร และยกระดับความเข้มข้นในการดำเนินงานในมิติดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง เพื่อก่อให้เกิดจิตสำนึกในหมู่พนักงาน พร้อมทั้งการกำกับดูแลติดตาม และแก้ไข โดยบริษัทให้ความสำคัญต่อความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม “ในกระบวนการ” (In Process) เป็นลำดับต้น โดยกำหนดให้เป็นความรับผิดชอบหลักของหน่วยงานส่วนหน้าทุกสายงาน (Front Line) พร้อมทั้งจัดตั้งทีมงาน “ชุมชนสัมพันธ์” เพื่อเป็นช่องทางในการติดต่อในกรณีชุมชนข้างเคียงได้รับผลกระทบและรับผิดชอบต่อกระบวนการบริหารความสัมพันธ์กับชุมชนโดยรอบ ทั้งระหว่างก่อสร้างและหลังส่งมอบ รวมถึงพิจารณาหลักเลี้ยวทำเลที่ตั้งของโครงการที่อยู่ในพื้นที่อ่อนไหวตั้งแต่กระบวนการการจัดซื้อที่ดิน

## 6. การแข่งขันทางด้านสินค้าค้าขายของผู้ประกอบการ

จากภาวะการณ์แข่งขันของผู้ประกอบการในการเร่งระบายสินค้าคงเหลือตั้งแต่กลางปี 2558 เป็นต้นมา ด้วยการจัดกิจกรรมทางการขายอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับในช่วงปลายเดือนตุลาคม 2558 ภาครัฐได้ออกมาตรการกระตุ้นอสังหาริมทรัพย์ในระยะสั้น โดยมาตรการดังกล่าวจะหมดอายุลงประมาณปลายเดือนเมษายน 2559 บริษัทคาดการณ์ว่าในช่วงเวลาประมาณ 4 เดือนก่อนมาตรการกระตุ้นอสังหาริมทรัพย์จะหมดอายุลง ผู้ประกอบการทุกรายต้องเร่งทำการตลาดในกลุ่มสินค้าคงเหลือด้วยการออกแคมเปญการตลาดเพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อแก่ผู้บริโภค ซึ่งเหตุการณ์ดังกล่าวอาจกระทบกับแผนการระบายสินค้าคงเหลือของบริษัทที่มีผลโดยตรงรายได้

### มาตรการในการป้องกันและจัดการแก้ไข

บริษัทได้มอบหมายให้สำนักวิจัยและสายงานบริหารการตลาดติดตามสถานการณ์ดังกล่าวอย่างใกล้ชิด เพื่อประเมินสถานการณ์และกำหนดมาตรการที่เหมาะสมในการดำเนินงาน พร้อมทั้งมอบหมายให้สายงานบริหารชุมชนเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการภายใต้กลยุทธ์ “ชุมชนน่าอยู่” อันเป็นความแตกต่างอย่างเป็นรูปธรรมจากคู่แข่ง ซึ่งกลยุทธ์ “ชุมชนน่าอยู่” ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางสำหรับตลาดอาคารชุดพักอาศัยในระดับกลางถึงกลาง-ล่าง นอกเหนือจากความได้เปรียบทางด้านราคาและทำเลที่ตั้งของโครงการ

## 7. ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบ

### ความเสี่ยงอันเนื่องจากความผิดพลาดของการดำเนินงานที่ขัดต่อกฎระเบียบ

โครงการพัฒนาอาคารชุดพักอาศัยเป็นโครงการที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายหลายฉบับ อีกทั้งมีความซับซ้อนเกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงาน หากขาดความรอบคอบและกระบวนการที่รัดกุมอาจนำมาซึ่งความเสียหายอย่างใหญ่หลวงต่อบริษัท เช่น การจัดซื้อที่ดินที่ผิดพลาดจนไม่สามารถพัฒนาโครงการให้เป็นไปตามแผนงาน

### มาตรการในการป้องกันและจัดการแก้ไข

บริษัทได้มอบหมายสำนักกฎหมายและสำนักวิจัยติดตามตรวจสอบพร้อมทั้งปรับปรุงฐานข้อมูลทางด้านกฎหมายให้มีความทันสมัย ครอบคลุมในทุกๆ ด้าน รวมถึงการให้ความสำคัญในการปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด



## 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

## 4.1 ทรัพย์สินถาวรหลัก

## 4.1.1 รายการทรัพย์สิน บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)

## 1) รายการทรัพย์สิน ประเภทอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

รายการทรัพย์สิน บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)	ที่ตั้งโครงการ	พื้นที่ (ตารางเมตร)	มูลค่า ตามบัญชี (ล้านบาท)	ราคา ประเมิน (ล้านบาท)	ผู้ประเมิน ราคา	ภาระ ผูกพัน
1. ลุมพินี ทาวเวอร์	ถ.พระราม 4	5,625.56	123.23	212.34	ราคาตลาด	TB,BAY,BBL
2. แอล.พี.เอ็น.ทาวเวอร์	ถ.รัชดาภิเษก	799.56	15.84	39.93	ราคาตลาด	TB
3. สีพระยา ริเวอร์วิว	ถ.โยธา	4,409.44	15.06	114.86	ราคาตลาด	-
4. ลุมพินี เฟลด์ สาทร	ถ.นราธิวาสราชนครินทร์	184.14	6.76	10.80	ราคาตลาด	TB
5. ลุมพินี เรสซิเดนซ์ สาทร	ถ.นราธิวาสราชนครินทร์	2,238.55	69.14	69.14	ราคาตลาด	-
6. ลุมพินี วิลล์ พระแม่มาลี-สาทร	ถ.สาทร	44.92	1.72	2.75	ราคาตลาด	-
7. ลุมพินี วิลล์ สุขุมวิท 77	ถ.อ่อนนุช	176.81	4.95	9.23	ราคาตลาด	-
8. ลุมพินี เฟลด์ ปิ่นเกล้า	ถ.บรมราชชนนี	36.95	1.61	2.38	ราคาตลาด	-
9. ลุมพินี เฟลด์ ปิ่นเกล้า 2	ถ.บรมราชชนนี	311.13	11.49	20.22	ราคาตลาด	-
10. ลุมพินี สวีท ปิ่นเกล้า	ถ.บรมราชชนนี	339.80	16.56	27.22	ราคาตลาด	-
11. ลุมพินี พาร์ค ปิ่นเกล้า	ถ.บรมราชชนนี	368.87	11.07	18.08	ราคาตลาด	-
12. ลุมพินี วิลล์ ศูนย์วัฒนธรรม	ถ.ประชาธิปไตย	99.28	3.69	5.31	ราคาตลาด	-
13. ลุมพินี เฟลด์ นราธิวาส-เจ้าพระยา	ถ.พระราม 3	614.16	24.83	35.76	ราคาตลาด	-
14. ลุมพินี เฟลด์ พหล-สะพานควาย	ถ.ประดิพัทธ์	120.52	4.37	8.64	ราคาตลาด	-
15. ลุมพินี วิลล์ รามคำแหง 26	ถ.รามคำแหง	239.44	5.80	13.17	ราคาตลาด	-
16. ลุมพินี วิลล์ รามอินทรา-หลักสี่	ถ.รามอินทรา	50.53	2.28	2.80	ราคาตลาด	-
17. ลุมพินี เฟลด์ รามอินทรา-หลักสี่	ถ.รามอินทรา	194.85	7.11	10.72	ราคาตลาด	-
18. ลุมพินี คอนโดทาวน์ รัตนานิเบศร์	ถ.รัตนานิเบศร์	252.37	6.96	10.42	ราคาตลาด	-
19. ลุมพินี สวีท พระราม 8	ถ.อรุณอมรินทร์	132.19	4.99	8.00	ราคาตลาด	-
20. ลุมพินี เฟลด์ พระราม 8	ถ.อรุณอมรินทร์	181.19	5.30	7.99	ราคาตลาด	-
21. ลุมพินี คอนโดทาวน์ บางแค	ถ.บางแค	72.31	1.90	2.90	ราคาตลาด	-
22. ลุมพินี วิลล์ ราษฎร์บูรณะ	ถ.ราษฎร์บูรณะ	428.43	13.04	20.57	ราคาตลาด	-
23. ลุมพินี วิลล์ ลาดพร้าว-โชคชัย 4	ถ.ลาดพร้าว	163.18	4.35	8.32	ราคาตลาด	-
24. ลุมพินี เฟลด์ รัชโยธิน	ถ.พหลโยธิน	97.79	5.09	6.83	ราคาตลาด	-
25. ลุมพินี เฟลด์ พระราม 4-กัลยาณมิตร	ถ.พระราม 4	173.74	7.12	11.32	ราคาตลาด	-
26. ลุมพินี พาร์ค ริเวอร์ไซด์-พระราม 3	ถ.พระราม 3	200.91	6.11	14.07	ราคาตลาด	-
27. ลุมพินี คอนโดทาวน์ นิด้า-เสรีไทย	ถ.เสรีไทย	153.30	5.01	6.92	ราคาตลาด	-
28. ลุมพินี วิลล์ พัฒนาการ-เพชรบุรีตัดใหม่	ถ.พัฒนาการ	476.39	16.08	33.52	ราคาตลาด	-
29. ลุมพินี วิลล์ พิบูลย์สงคราม ริเวอร์วิว	ถ.พิบูลสงคราม	88.91	3.54	5.07	ราคาตลาด	-
30. ลุมพินี วิลล์ แจ้งวัฒนะ-ปากเกร็ด	ถ.แจ้งวัฒนะ	296.66	12.26	16.97	ราคาตลาด	-
31. ลุมพินี คอนโดทาวน์ นิด้า-เสรีไทย 2	ถ.เสรีไทย	149.91	5.90	8.28	ราคาตลาด	-
32. ลุมพินี คอนโดทาวน์ พทยาเหนือ - สุขุมวิท	ถ.สุขุมวิท	193.05	6.77	9.11	ราคาตลาด	-
33. ลุมพินี คอนโดทาวน์ พทยาเหนือ - สุขุมวิท (Minimall)	ถ.สุขุมวิท	935.16	35.91	35.91	ราคาตลาด	-
34. ลุมพินี เมกะซิตี บางนา	ถ.บางนา	445.59	16.47	24.47	ราคาตลาด	-
35. ลุมพินี วิลล์ นาเกลือ-วงศ์มัตย	ถ.พทยา-นาเกลือ	265.83	8.32	14.58	ราคาตลาด	-
36. ลุมพินี วิลล์ นาเกลือ-วงศ์มัตย (Minimall)	ถ.พทยา-นาเกลือ	545.00	16.37	16.37	ราคาตลาด	-
37. ลุมพินี ซีวี จอมเทียน	ถ.พทยา-จอมเทียน สาย 2	455.77	17.56	26.09	ราคาตลาด	-
38. ลุมพินี วิลล์ รามคำแหง 60/2	ถ.รามคำแหง	274.93	11.17	16.51	ราคาตลาด	-
39. ลุมพินี คอนโดทาวน์ รามอินทรา - ลาดปลาเค้า	ถ.รามอินทรา-ลาดปลาเค้า	168.86	6.61	9.31	ราคาตลาด	-
40. ลุมพินี วิลล์ สุขุมวิท 109 - แบงก์	ถ.สุขุมวิท	245.26	9.18	13.52	ราคาตลาด	-
41. ลุมพินี วิลล์ สุขุมวิท 77 (2)	ถ.สุขุมวิท 77	118.76	4.11	6.54	ราคาตลาด	-
42. ลุมพินี พาร์ค รัตนานิเบศร์-งามวงศ์วาน	ถ.รัตนานิเบศร์	166.80	7.73	10.86	ราคาตลาด	-



รายการทรัพย์สิน บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)	ที่ตั้งโครงการ	พื้นที่ (ตารางเมตร)	มูลค่า ตามบัญชี (ล้านบาท)	ราคา ประเมิน (ล้านบาท)	ผู้ประเมิน ราคา	ภาระ ผูกพัน
43. ลุมพินี คอนโดทาวน์ ชลบุรี-สุขุมวิท	ต.บ้านสวน อ.เมือง	533.32	15.14	17.37	ราคาตลาด	-
44. ลุมพินี เฟลส ศรีนครินทร์-หัวหมาก สเตชั่น	ถ.ศรีนครินทร์	266.26	11.76	17.31	ราคาตลาด	-
45. ลุมพินี วิลด์ ประชาชื่น-พงษ์เพชร 2	ถ.ประชาชื่น	206.93	10.12	15.74	ราคาตลาด	-
46. ลุมพินี เฟลส สุขสวัสดิ์-พระราม 2	ถ.สุขสวัสดิ์	132.79	6.47	9.29	ราคาตลาด	-
47. ลุมพินี เฟลส ยูดี-โพธิ์ (Minimall)	ต.หมากแข้ง อ.เมือง	6,988.00	232.37	232.37	ราคาตลาด	-
48. ลุมพินี วิลด์ อ่อนนุช-ลาดกระบัง	ถ.อ่อนนุช-ลาดกระบัง	268.03	8.74	11.87	ราคาตลาด	-
49. ลุมพินี ทาวน์ชิป รังสิต คลอง 1 อาคาร F	ถ.รังสิต	2,833.15	59.29	59.29	ราคาตลาด	-
50. ลุมพินี ทาวน์ชิป รังสิต-คลอง 1 (พลาซ่า) ชั้น 1-2	ถ.รังสิต	8,867.00	214.04	214.04	ราคาตลาด	-
51. ลุมพินี คอนโดทาวน์ รามอินทรา-ลาดปลาเค้า (2)	ถ.รามอินทรา-ลาดปลาเค้า	134.18	5.38	7.48	ราคาตลาด	-
52. ลุมพินี พาร์ค พระราม 9-รัชดา	ถ.พระราม 9	167.04	6.99	10.03	ราคาตลาด	-
53. ลุมพินี วิลด์ อ่อนนุช 46	ถ. อ่อนนุช	268.03	9.20	13.28	ราคาตลาด	-
54. ลุมพินี วิลด์ อ่อนนุช-พัฒนาการ	ถ. อ่อนนุช	308.09	10.00	16.64	ราคาตลาด	-
55. ลุมพินี วิลด์ เพชรเกษม 98 (อาคารพาณิชย์)	ถ.เพชรเกษม	1,134.90	79.77	79.77	ราคาตลาด	UOB
รวมอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน			1,233.37	1,652.27		

## 2) รายการทรัพย์สิน ประเภททรัพย์สินสำนักงาน

รายการทรัพย์สิน บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)	ที่ตั้งโครงการ	พื้นที่ (ตารางเมตร)	มูลค่า ตามบัญชี (ล้านบาท)	ราคา ประเมิน (ล้านบาท)	ผู้ประเมิน ราคา	ภาระ ผูกพัน
1. ลุมพินี ทาวเวอร์	ถ.พระราม 4	1,450.58	29.60	57.79	ราคาตลาด	TB, BAY
2. อาคารพาณิชย์ บริเวณหน้าโครงการ ลุมพินี คอนโดทาวน์ ชลบุรี-สุขุมวิท	ต.บ้านสวน อ.เมือง	124.00	8.10	8.10	ราคาตลาด	-
3. ลุมพินี ทาวน์ชิป รังสิต-คลอง 1 (พลาซ่า) ชั้น 3	ถ.รังสิต	2,052.00	37.12	37.12	ราคาตลาด	-
รวมทรัพย์สินสำนักงาน			74.82	103.01		

## 3) รายการทรัพย์สิน ประเภทสินค้าเพื่อขาย

รายการทรัพย์สิน บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)	ที่ตั้งโครงการ	พื้นที่ (ตารางเมตร)	มูลค่า ตามบัญชี (ล้านบาท)	ราคา ประเมิน (ล้านบาท)	ผู้ประเมิน ราคา	ภาระ ผูกพัน
1. พี.เอส.ที.คอนโดวิลล์ ทาวเวอร์ 1	ถ.นนทบุรี	81.45	2.13	2.13	ราคาตลาด	-
2. ลุมพินี พาร์ค ปิ่นเกล้า	ถ.บรมราชชนนี	110.32	3.59	5.41	ราคาตลาด	-
3. ลุมพินี วิลด์ ศูนย์วัฒนธรรม	ถ.ประชาอุทิศ	35.85	1.53	1.80	ราคาตลาด	-
4. ลุมพินี เฟลส รามอินทรา-หลักสี่	ถ.รามอินทรา	64.07	2.65	3.52	ราคาตลาด	-
5. ลุมพินี สวีท พระราม 8	ถ.อรุณอมรินทร์	98.73	4.17	5.98	ราคาตลาด	-
6. ลุมพินี เฟลส พระราม 8	ถ.อรุณอมรินทร์	49.93	1.64	2.16	ราคาตลาด	-
7. ลุมพินี วิลด์ ราษฎร์บูรณะ-วิภาวดี	ถ.ราษฎร์บูรณะ	58.89	1.94	2.83	ราคาตลาด	-
8. ลุมพินี พาร์ค วิภาวดี-พระราม 3	ถ.พระราม 3	1,043.11	50.75	103.26	ราคาตลาด	-
9. ลุมพินี วิลด์ พัฒนาการ-เพชรบุรีตัดใหม่	ถ.พัฒนาการ	75.48	2.77	5.50	ราคาตลาด	-
10. ลุมพินี คอนโดทาวน์ พญาเหนือ-สุขุมวิท	ถ.สุขุมวิท	69.88	2.12	3.15	ราคาตลาด	-
11. ลุมพินี เมกะซิตี บางนา	ถ.บางนา	49.21	1.54	2.33	ราคาตลาด	-
12. ลุมพินี วิลด์ นาเกลือ-วงศาคณาธิ์	ถ.พญา-นาเกลือ	12,164.96	439.60	795.94	ราคาตลาด	-
13. ลุมพินี พาร์คปิ่น จอมเทียน	ถ.พญา-จอมเทียน สาย 2	10,000.49	425.04	776.83	ราคาตลาด	-
14. ลุมพินี ซีวีวี จอมเทียน	ถ.พญา-จอมเทียน สาย 2	12,518.24	420.35	757.65	ราคาตลาด	-
15. ลุมพินี วิลด์ รามคำแหง 60/2	ถ.รามคำแหง	98.62	3.77	5.85	ราคาตลาด	-



รายการทรัพย์สิน บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)	ที่ตั้งโครงการ	พื้นที่ (ตารางเมตร)	มูลค่า ตามบัญชี (ล้านบาท)	ราคา ประเมิน (ล้านบาท)	ผู้ประเมิน ราคา	ภาระ ผูกพัน
16. ลุมพินี วิลลส์ สุขุมวิท 109-แบร์จ	ถ.สุขุมวิท	26.12	0.87	1.53	ราคาตลาด	-
17. ลุมพินี พาร์ค รัตนานิเบศร์-งามวงศ์วาน	ถ.รัตนานิเบศร์	9,959.13	413.05	719.28	ราคาตลาด	-
18. ลุมพินี คอนโดทาวน์ ชลบุรี-สุขุมวิท	ต.บ้านสวน อ.เมือง	15,278.06	319.17	550.10	ราคาตลาด	-
19. ลุมพินี เฟลส ศรีนครินทร์-ห้วยหมาก สเตชั่น	ถ.ศรีนครินทร์	215.63	9.71	13.46	ราคาตลาด	-
20. ลุมพินี เฟลส สุขสวัสดิ์-พระราม 2	ถ.สุขสวัสดิ์	264.30	10.62	15.22	ราคาตลาด	-
21. ลุมพินี เฟลส ยูดี-โพศรี	ต.หมากแข้ง อ.เมือง	12,504.95	450.49	903.02	ราคาตลาด	-
22. ลุมพินี วิลลส์ อ่อนนุช-ลาดกระบัง	ถ.อ่อนนุช-ลาดกระบัง	77.60	4.06	5.43	ราคาตลาด	-
23. ลุมพินี ทาวน์ชิป รังสิต-คลอง 1 (เฟส 1)	ถ.รังสิต	45,556.83	999.63	1,584.95	ราคาตลาด	-
24. ลุมพินี คอนโดทาวน์ รามอินทรา-ลาดปลาเค้า (2)	ถ.รามอินทรา-ลาดปลาเค้า	62.85	2.59	3.56	ราคาตลาด	-
25. ลุมพินี พาร์ค พระราม 9-รัชดา	ถ.พระราม 9	434.76	18.18	27.23	ราคาตลาด	-
26. ลุมพินี วิลลส์ อ่อนนุช 46	ถ. อ่อนนุช	155.35	4.82	7.58	ราคาตลาด	-
27. ลุมพินี วิลลส์ อ่อนนุช 46 (อาคารพาณิชย์)	ถ. อ่อนนุช	3,314.50	113.87	150.37	ราคาตลาด	-
28. ลุมพินี วิลลส์ อ่อนนุช-พัฒนาการ	ถ. อ่อนนุช	13,456.25	433.84	950.87	ราคาตลาด	-
29. ลุมพินี เฟลส บรมราชชนนี-ปิ่นเกล้า	ถ.บรมราชชนนี	19,453.89	749.38	1,112.29	ราคาตลาด	-
30. ลุมพินี วิลลส์ อ่อนนุช-ลาดกระบัง (2)	ถ. ลาดกระบัง	13,642.63	445.31	779.28	ราคาตลาด	-

## 4) รายการทรัพย์สิน ประเภททรัพย์สินอยู่ระหว่างการพัฒนา

รายการทรัพย์สิน บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)	ที่ตั้งโครงการ	พื้นที่ (ไร่-งาน-ตารางวา)	มูลค่า ตามบัญชี (ล้านบาท)	ราคา ประเมิน (ล้านบาท)	ผู้ประเมิน ราคา	ภาระ ผูกพัน
1. เดอะ ลุมพินี 24	ถ.สุขุมวิท	3-0-96.70	1,622.75	1,622.75	ราคาตลาด	BBL
2. ลุมพินี พาร์คบิซ ชะอำ	ต.ชะอำ อ.ชะอำ	15-3-88	241.35	241.35	ราคาตลาด	BBL
3. ลุมพินี ซีวี ชะอำ	ต.ชะอำ อ.ชะอำ	8-0-48	161.90	161.90	ราคาตลาด	BBL
4. ลุมพินี ทาวน์ชิป รังสิต-คลอง 1 (เฟส 2,3)	ถ.รังสิต	59-3-72.75	1,871.82	1,871.82	ราคาตลาด	BBL
5. ลุมพินี เฟลส หัวหิน ซอย 7	ถ. หัวหิน ซอย 7	4-0-11.20	135.56	135.56	ราคาตลาด	KTB
6. ลุมพินี วิลลส์ เพชรเกษม 98	ถ. เพชรเกษม	17-2-5.50	1,130.67	1,130.67	ราคาตลาด	UOB
7. ลุมพินี คอนโดทาวน์ ร่มเกล้า-สุวรรณภูมิ	ถ. ร่มเกล้า	18-1-82.00	982.65	982.65	ราคาตลาด	SCB
8. ลุมพินี พาร์ค นวมินทร์-ศรีบูรพา	ถ. นวมินทร์	15-1-61.40	1,500.72	1,500.72	ราคาตลาด	BAY
9. ลุมพินี วิลลส์ นครินทร์-ริเวอร์วิว	ถ.สายวัดนครินทร์	8-0-38.90	512.28	512.28	ราคาตลาด	BAY
10. ลุมพินี มิกซ์ เทพารักษ์-ศรีนครินทร์	ถ.ศรีนครินทร์	22-2-55.00	476.47	476.47	ราคาตลาด	KTB
11. ลุมพินี วิลลส์ สุขุมวิท 76-แบร์จ สเตชั่น	ถ.สุขุมวิท	8-2-70.00	212.92	212.92	ราคาตลาด	-
12. ลุมพินี วิลลส์ ราชพฤกษ์-บางนกแขวก	ถ.ราชพฤกษ์	11-1-9.40	283.24	283.24	ราคาตลาด	-
รวมทรัพย์สินอยู่ระหว่างการพัฒนา			9,497.74	9,497.74		

## 5) รายการทรัพย์สิน ประเภททรัพย์สินรอการพัฒนา (ที่ดิน)

รายการทรัพย์สิน บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)	ที่ตั้งโครงการ	พื้นที่ (ไร่-งาน-ตารางวา)	มูลค่า ตามบัญชี (ล้านบาท)	ราคา ประเมิน (ล้านบาท)	ผู้ประเมิน ราคา	ภาระ ผูกพัน
1. ที่ดินหน้าโครงการบ้านลุมพินี บางบัวทอง 3	ถ.ตลิ่งชัน-สุพรรณบุรี	7-2-38.20	165.11	165.11	ราคาตลาด	-
2. ที่ดินบริเวณหน้าโครงการลุมพินี เฟลส สาทร	ถ.นราธิวาสราชนครินทร์	0-2-6.60	241.72	241.72	ราคาตลาด	TB
3. ที่ดินบริเวณหน้าโครงการลุมพินี เฟลส สาทร	ถ.นราธิวาสราชนครินทร์	0-0-73.00	7.36	7.36	ราคาตลาด	-
4. ที่ดินโครงการลุมพินี ชะอำ	ต.ชะอำ อ.ชะอำ	4-1-26.00	103.69	103.69	ราคาตลาด	-
5. ลุมพินี พาร์ค พระราม 9-รัชดา	ถ.พระราม 9	0-3-34.30	45.91	45.91	ราคาตลาด	-
รวมทรัพย์สินรอการพัฒนา			563.78	563.78		



## 6) รายการทรัพย์สิน ประเภททรัพย์สินสิทธิการเช่าที่ดิน

รายการทรัพย์สิน บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)	ที่ตั้งโครงการ	พื้นที่ (ไร่-งาน-ตารางวา)	มูลค่า ตามบัญชี (ล้านบาท)	ราคา ประเมิน (ล้านบาท)	ผู้ประเมิน ราคา	ภาระ ผูกพัน
1. ลุมพินี เฟลส พระราม 4-รัชดาภิเษก	ถ.รัชดาภิเษก	0-1-195.26	36.45	36.45	ราคาตลาด	-
รวมทรัพย์สินรอการพัฒนา			36.45	36.45		

รวมทรัพย์สินของ บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)	16,745.35	16,745.35	
---	-----------	-----------	--

## 4.1.2 รายการทรัพย์สิน บริษัท พรสันติ จำกัด

## 1) รายการทรัพย์สิน ประเภทอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

รายการทรัพย์สิน บริษัท พรสันติ จำกัด	ที่ตั้งโครงการ	พื้นที่ (ตารางเมตร)	มูลค่า ตามบัญชี (ล้านบาท)	ราคา ประเมิน (ล้านบาท)	ผู้ประเมิน ราคา	ภาระ ผูกพัน
1. พี.เอส.ที.คอนโดวิลด์ ทาวเวอร์ 1	ถ.นนทรี	278.45	0.70	3.48	ราคาตลาด	-
2. พี.เอส.ที.คอนโดวิลด์ ทาวเวอร์ 2	ถ.นนทรี	136.71	3.69	1.71	ราคาตลาด	-
3. พี.เอส.ที.ซิตีโฮม	ถ.นนทรี	11,637.89	67.28	120.60	ราคาตลาด	TB
รวมอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน			71.66	125.79		

## 2) รายการทรัพย์สิน ประเภทสินค้าเพื่อขาย

รายการทรัพย์สิน บริษัท พรสันติ จำกัด	ที่ตั้งโครงการ	พื้นที่ (ตารางเมตร)	มูลค่า ตามบัญชี (ล้านบาท)	ราคา ประเมิน (ล้านบาท)	ผู้ประเมิน ราคา	ภาระ ผูกพัน
1. ลุมพินี ทาวน์ เฟลส สุขุมวิท 62	ถ.สุขุมวิท	126.60	31.99	33.99	ราคาตลาด	-
2. บ้านลุมพินี สวนหลวง ร.9 (เฟส 1)	ถ.เฉลิมพระเกียรติ	870.20	103.88	145.10	ราคาตลาด	BBL
3. บ้านลุมพินี ทาวน์ เรสซิเดนซ์ บางนา-ศรีนครินทร์	ถ.บางนา	366.80	104.93	136.48	ราคาตลาด	KBANK
รวมสินค้าเพื่อขาย			240.80	315.57		

## 3) รายการทรัพย์สิน ประเภททรัพย์สินอยู่ระหว่างการพัฒนา

รายการทรัพย์สิน บริษัท พรสันติ จำกัด	ที่ตั้งโครงการ	พื้นที่ (ตารางเมตร)	มูลค่า ตามบัญชี (ล้านบาท)	ราคา ประเมิน (ล้านบาท)	ผู้ประเมิน ราคา	ภาระ ผูกพัน
1. บ้านลุมพินี สวนหลวง ร.9 (เฟส 1)	ถ.เฉลิมพระเกียรติ	10-0-70.25	18.27	18.27	ราคาตลาด	BBL
2. บ้านลุมพินี สวนหลวง ร.9 (เฟส 2)	ถ.เฉลิมพระเกียรติ	15-3-32.75	343.57	343.57	ราคาตลาด	BBL
3. บ้านลุมพินี ทาวน์วิลล์ สุขสวัสดิ์-พระราม 2	ถ.สุขสวัสดิ์	14-0-93.20	264.52	264.52	ราคาตลาด	SCB
4. บ้านลุมพินี ทาวน์วิลล์ แจ้งวัฒนะ-ติวานนท์	ถ.สุขาประชาสรรค์ 2	10-1-94.50	147.93	147.93	ราคาตลาด	KTb
5. บ้านลุมพินี ทาวน์วิลล์ เพิ่มสิน-สายไหม	ถ.เพิ่มสิน	21-0-27.60	225.03	225.03	ราคาตลาด	KBANK
6. บ้านลุมพินี ทาวน์วิลล์ ราชพฤกษ์-นครินทร์	ถ.ราชพฤกษ์	12-1-68.10	106.84	106.84	ราคาตลาด	KTb
รวมทรัพย์สินอยู่ระหว่างการพัฒนา			1,106.16	1,106.16		

รวมทรัพย์สินของ บริษัท พรสันติ จำกัด	1,418.62	1,547.52	
--------------------------------------	----------	----------	--

รวมทรัพย์สินของบริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) และบริษัท พรสันติ จำกัด	18,163.97	22,699.27	
--	-----------	-----------	--



#### 4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทมีบริษัทย่อยจำนวน 4 บริษัท คือ

1. บริษัท ลุมพินี พร็อพเพอร์ตี้ มาเนจเม้นท์ จำกัด
2. บริษัท ลุมพินี โปรเจค มาเนจเม้นท์ เซอร์วิส จำกัด
3. บริษัท ลุมพินี พร็อพเพอร์ตี้ เซอร์วิส แอนด์ แคร์ จำกัด
4. บริษัท พรสันติ จำกัด

โดยไม่มีบริษัทร่วม

ทั้งนี้ นโยบายในการลงทุนของบริษัทในบริษัทย่อยจะเป็นการลงทุนเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของบริษัทเป็นหลักตามนโยบายการดำเนินงานในทุกส่วนด้วยบุคลากรภายใน (In-House Operation) เพื่อให้บริษัทสามารถควบคุมได้ทั้งคุณภาพและประสิทธิภาพ โดยเริ่มตั้งแต่ธุรกิจในการบริหารงานก่อสร้างธุรกิจให้บริการบริหารชุมชน ธุรกิจการให้บริการด้านรักษาความสะอาดและบริการชุมชน และธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่มีใช้โครงการอาคารชุดพักอาศัย โดยบริษัทถือหุ้นมากกว่าร้อยละ 99

ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อยคิดเป็นร้อยละ 2.59 ของสินทรัพย์รวม

#### 4.3 การประเมินทรัพย์สิน

การประเมินทรัพย์สินของบริษัทและบริษัทย่อย ซึ่งประกอบด้วยทรัพย์สินเพื่อการลงทุน ทรัพย์สินสำนักงาน ทรัพย์สินเพื่อขายและทรัพย์สินเพื่อการพัฒนา ในปี 2558 บริษัทได้มอบหมายให้บริษัทประเมินมูลค่าทรัพย์สินในตลาดทุนที่อยู่ในบัญชีรายชื่อที่สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ให้ความเห็นชอบ ซึ่งประกอบด้วย

1. บริษัท แพนซ์ อินทีเกรตเต็ด พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด
2. บริษัท ซิมส์ พร็อพเพอร์ตี้ คอนซัลแทนท์ จำกัด



## 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายในลักษณะคดีที่บริษัทจะมีผลกระทบทางด้านลบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ



## 6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

## 6.1 ข้อมูลทั่วไป

บริษัทผู้ออกหลักทรัพย์

บริษัท	: บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ประเภทโครงการอาคารชุดพักอาศัย
ทุนจดทะเบียน	: 1,475,698,768 บาท
ทุนชำระแล้ว	: 1,475,698,768 บาท
ที่ตั้งสำนักงาน	: 1168/109 อาคารลุมพินี ทาวเวอร์ ชั้น 36 ถนนพระราม 4 แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร
เลขทะเบียนบริษัท	: 0107537002303 (บมจ. เลขที่ 447)
โทรศัพท์	: (02) 285-5011-6
โทรสาร	: (02) 679-8699
Call Center	: (02) 689-6888
เว็บไซต์	: www.lpn.co.th
ช่องทางติดต่อคณะกรรมการบริษัท	: Email address: director@lpn.co.th
แผนกนักลงทุนสัมพันธ์	: นายสุริยา สุริยาภิวัฒน์ Email address: ir@lpn.co.th (02) 285-5011

บริษัทย่อย

บริษัท	: บริษัท พรสันติ จำกัด ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่มีใช้โครงการอาคารชุดพักอาศัย
ทุนจดทะเบียน	: 350,000,000 บาท (บริษัทถือหุ้นร้อยละ 99.99)
ที่ตั้งสำนักงาน	: 1168/109 อาคารลุมพินี ทาวเวอร์ ชั้น 36 ถนนพระราม 4 แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105533054218 (เดิมเลขที่ 5421/2533)
โทรศัพท์	: (02) 285-5011-6
โทรสาร	: (02) 679-8699
บริษัท	: บริษัท ลุมพินี พรอพเพอร์ตี้ มาเนจเม้นท์ จำกัด ประกอบธุรกิจให้บริการด้านการบริหารชุมชน
ทุนจดทะเบียน	: 1,000,000 บาท (บริษัทถือหุ้นร้อยละ 99.88)
ที่ตั้งสำนักงาน	: 1168/109 อาคารลุมพินี ทาวเวอร์ ชั้น 36 ถนนพระราม 4 แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105535058865
โทรศัพท์	: (02) 285-5011-6
โทรสาร	: (02) 679-8699



**บริษัทย่อย**

<b>บริษัท</b>	<b>:</b>	<b>บริษัท ลุมพินี โปรเจค มาเนจเม้นท์ เซอร์วิส จำกัด</b> ประกอบธุรกิจให้บริการด้านการบริหารงานก่อสร้าง
ทุนจดทะเบียน	:	1,000,000 บาท (บริษัทถือหุ้นร้อยละ 99.93)
ที่ตั้งสำนักงาน	:	1168/109 อาคารลุมพินี ทาวเวอร์ ชั้น 36 ถนนพระราม 4 แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร
เลขทะเบียนบริษัท	:	0105550127691
โทรศัพท์	:	(02) 285-5011-6
โทรสาร	:	(02) 679-8699
<b>บริษัท</b>	<b>:</b>	<b>บริษัท ลุมพินี พร็อพเพอร์ตี้ เซอร์วิส แอนด์ แคร์ จำกัด</b> ประกอบธุรกิจให้บริการด้านการบริการชุมชน
ทุนจดทะเบียน	:	1,000,000 บาท (บริษัทถือหุ้นร้อยละ 99.95)
ที่ตั้งสำนักงาน	:	1168/109 อาคารลุมพินี ทาวเวอร์ ชั้น 36 ถนนพระราม 4 แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร
เลขทะเบียนบริษัท	:	0105554043592
โทรศัพท์	:	(02) 285-5011-6
โทรสาร	:	(02) 679-8699

**ที่ปรึกษากฎหมาย**

<b>บริษัท</b>	<b>:</b>	<b>สำนักงานกฎหมายเสริมศักดิ์ เวชช และเพื่อน</b>
ที่ตั้งสำนักงาน	:	399/365-368 อาคารโชคชัยร่วมมิตร คอนโดมิเนียม ชั้น 12 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร
เลขทะเบียนบริษัท	:	4760/2525
โทรศัพท์	:	(02) 691-5541-5
โทรสาร	:	(02) 691-5545

**ผู้สอบบัญชี**

<b>บริษัท</b>	<b>:</b>	<b>บริษัท สอบบัญชี ดีไอเอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด</b>
ที่ตั้งสำนักงาน	:	316/32 ซอยสุขุมวิท 22 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร
ผู้สอบบัญชี	:	นางสุวิมล กฤตยาเกียรติ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขที่ 2982
โทรศัพท์	:	(02) 259-5300
โทรสาร	:	(02) 260-1550



**นายทะเบียนหลักทรัพย์**

บริษัท	:	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ที่ตั้งสำนักงาน	:	93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400
โทรศัพท์	:	(02) 009 - 9000
โทรสาร	:	(02) 009 - 9991
Call Center	:	(02) 009 - 9999
เว็บไซต์	:	<a href="http://www.set.or.th/tsd">http://www.set.or.th/tsd</a>

**6.2 ข้อมูลสำคัญอื่นที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุน**

-ไม่มี-