

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

กลุ่มปรีชา ธีรกิจพงศ์ และผู้ร่วมธุรกิจ ร่วมกันก่อตั้ง บริษัท ปรีชากรุป จำกัด (มหาชน) เพื่อเน้นให้บริการด้านที่อยู่อาศัยเป็นหลัก โดยมุ่งมั่นที่จะพัฒนาธุรกิจทางด้านอสังหาริมทรัพย์ให้เจริญก้าวหน้าด้วยมาตรฐานและความรับผิดชอบต่ออย่างสูง ด้วยทุนจดทะเบียน 336,000,000 บาท ปัจจุบันบริษัทได้ดำเนินงานมาแล้วกว่า 40 ปี

บริษัทได้รับความเชื่อถือและความไว้วางใจจากประชาชนด้วยดีมาโดยตลอด ปัจจุบันบริษัทสร้างโครงการคุณภาพมาแล้วมากมาย เราพร้อมตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจสูงสุดสำหรับลูกค้าด้วยโครงการคุณภาพที่เราสร้างสรรค์ด้วยความพิถีพิถันบนทำเลศักยภาพสูง ในหลากหลายโครงการ อาทิ ปรีชา ร่มเกล้า, ปรีชา สุวินทวงศ์, ปรีชา ไพเวทบีช ระยอง, อาคารสำนักงานปรีชาคอมเพล็กซ์และปรีชาราม 1, ปรีชาราม 2, ปรีชาราม 3

พร้อมกันนี้บริษัทยังได้ขยายธุรกิจมาพัฒนาโครงการในแนวสูงประเภทคอนโดมิเนียมในเมือง เพื่อให้สามารถตอบสนองทุกความต้องการได้อย่างสมบูรณ์แบบ ภายใต้ชื่อโครงการ PG RAMA 9 CONDOMINIUM และ PG2 RAMA 9 CONDOMINIUM

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ และกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัทและบริษัทย่อย

วิสัยทัศน์

เราเป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ มีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจให้ได้รับความนิยมนับและเชื่อถือจากลูกค้าและประชาชนทั่วไป ดำเนินธุรกิจด้วยการบริหารจัดการที่เข้มแข็ง มีการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพสูงสุดให้เป็นที่ยอมรับในตลาดอสังหาริมทรัพย์ และ มุ่งเน้นพัฒนาบุคลากรขององค์กรให้เป็นมืออาชีพและมีประสิทธิภาพในด้านบริการที่เป็นเลิศ

พันธกิจ

เราเชื่อว่าที่พักอาศัยเป็นได้มากกว่าคำว่าบ้านสำหรับการพักผ่อนของครอบครัว เราจึงมุ่งมั่นที่จะสร้างสรรค์และพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งมอบที่อยู่อาศัยที่มีคุณภาพ มั่นคง แข็งแรง รูปแบบบ้านที่ทันสมัย สวยงาม ให้กับลูกค้า เพื่อให้ บ้าน เป็นสถานที่แห่งความสุขอันอบอุ่น และผ่อนคลาย รู้สึกปลอดภัย และเป็นศูนย์รวมจิตใจของสมาชิกในครอบครัว



เป้าหมายและกลยุทธ์

ในปีนี้ บริษัทฯ มีกลยุทธ์ที่จะสร้างการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เพื่อผลตอบแทนอย่างยั่งยืน ภายใต้การบริหารความเสี่ยงและหลักการธรรมาภิบาล

1. ขยายธุรกิจหลักในอสังหาริมทรัพย์เพื่อขาย และขยายฐานไปยังกลุ่มลูกค้าฐานรายได้ใหม่โดยบริษัทฯ ตั้งเป้าหมายที่จะปิดการขายทั้งหมดสำหรับโครงการที่ยังมีบ้านค้างสต็อกอยู่ และพัฒนาโครงการบนที่ดินเปล่าของบริษัทฯ ประกอบไปด้วย โครงการปรีชา ราม 3, โครงการ PG1, 2 และโครงการปรีชาคอมเพล็กซ์ นอกจากนี้ บริษัทฯ มีนโยบายลงทุนซื้อที่ดินเพื่อพัฒนาโครงการใหม่ โดยจะพิจารณาทำเลที่มีศักยภาพที่ดี และสามารถพัฒนาโครงการได้ทันที

2. ขยายการลงทุนไปยังธุรกิจใหม่ที่สามารถสร้างรายได้ต่อเนื่อง (Recurring income)

3. มุ่งพัฒนาองค์กรที่มีความเป็นมืออาชีพ เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

4. เสริมสร้างพัฒนาบุคลากรให้มีความเข้มแข็ง ทันสมัย ในด้านพัฒนาเชิงกลยุทธ์สามารถแข่งขันในตลาดอสังหาริมทรัพย์

5. มุ่งเน้นในการออกแบบที่ให้ประโยชน์ต่อผู้อยู่อาศัยเกิดประสิทธิภาพสูงสุด พร้อมถึงงานด้านก่อสร้างที่แข็งแรง คงทน คำนึงค่าต่อการตัดสินใจซื้อโครงการที่มากด้วยประสบการณ์มากกว่า 40 ปี

1.2 การเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาที่สำคัญ

บริษัทมีการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาที่สำคัญในการประกอบธุรกิจและการบริหารงาน ดังนี้

ปี 2539 : วันที่ 18 เมษายน 2539 ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รับหุ้นสามัญ 60 ล้านหุ้น มูลค่าตราไว้ หุ้นละ 10 บาท รวม 600 ล้านบาท ของบริษัท ปรีชา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เป็นหลักทรัพย์จดทะเบียน

ปี 2544 : ในเดือนมีนาคม 2544 บริษัท ปรีชา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เข้าเกณฑ์ต้องจัดทำแผนฟื้นฟูกิจการตามข้อบังคับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในเดือนกรกฎาคมและตุลาคม 2544 เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 60 ล้านหุ้น เป็น 134.4 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 10 บาท รวม 1,344 ล้านบาท แต่ทุนชำระแล้ว เป็น 1,112 ล้านบาท

ปี 2547 : เรียกชำระทุนเพิ่ม จำนวน 23.2 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท รวม 232 ล้านบาท รวมเป็นทุนชำระแล้วรวม 1,344 ล้านบาท

ปี 2549 : วันที่ 7 มีนาคม 2549 พันเหตุเพิกถอน โดยย้ายการซื้อขายหลักทรัพย์จากหมวด REHABCO ไปยังกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง หมวดพัฒนาอสังหาริมทรัพย์



- ปี 2550 : ลงทุนในหุ้นสามัญของ บริษัท รวยล้านล้าน จำกัด จำนวน 199,994 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 242.05 บาท รวมเป็นจำนวน 48.40 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 100
- ปี 2551 : ลดทุนโดยลดมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จากหุ้นละ 10 บาท คงเหลือเป็นมูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 2.50 บาท และได้เปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 2.50 บาท เป็นหุ้นละ 1 บาท ดังนั้น ทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว รวมเป็นจำนวน 336,000,000 บาท

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่ม

บริษัทประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ปัจจุบันมีการลงทุน 100 เปอร์เซ็นต์ ในบริษัทย่อยที่มีวัตถุประสงค์เพื่อทำธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ เช่นเดียวกัน รวม 3 บริษัท ดังนี้

- 1) บริษัท เฮ้าส์ซิ่ง คอมเพล็กซ์ จำกัด
- 2) บริษัท รวยล้านล้าน จำกัด
- 3) บริษัท พี.บี. เอสเตท จำกัด



โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

ชื่อและที่ตั้งบริษัท	ลักษณะธุรกิจ	ทุนชำระแล้ว	สัดส่วนการถือหุ้น
บริษัท เฮ้าส์ซิ่ง คอมเพล็กซ์ จำกัด 1919 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ 0-2722-8855 โทรสาร 0-2722-8844	พัฒนา อสังหาริมทรัพย์	100,000,000 บาท แบ่งเป็น หุ้นสามัญ 1,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท	100%
บริษัท รวยล้านล้าน จำกัด 1919 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ 0-2722-8855 โทรสาร 0-2722-8844	พัฒนา อสังหาริมทรัพย์	20,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 200,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท	100%
บริษัท พี.บี.เอสเตท จำกัด 1919 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ 0-2722-8855 โทรสาร 0-2722-8844	พัฒนา อสังหาริมทรัพย์	2,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 20,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท	100%

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

รายได้ของ บริษัท ปรีชากรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยประกอบด้วย รายได้จากการขาย และ รายได้อื่น โดยโครงสร้างรายได้ทั้งสิ้นสามารถแยกตามสายผลิตภัณฑ์หลักได้ดังนี้

ผลิตภัณฑ์	ปี 2559		ปี 2560		ปี 2561	
	จำนวน (พันบาท)	สัดส่วน (%)	จำนวน (พันบาท)	สัดส่วน (%)	จำนวน (พันบาท)	สัดส่วน (%)
1) รายได้จากการขายและบริการ						
- ขายที่ดินเปล่า	-	-	-	-	-	-
- ขายบ้านพร้อมที่ดิน	71,397.00	65.46	32,200.00	50.41	46,630.00	51.49
- ขายอาคารชุด	4,050.00	3.71	5,508.97	8.63	28,774.13	31.77
- ค่าเช่าและบริการ	22,649.83	20.77	24,173.29	37.85	13,950.00	15.40
รวมรายได้จากการขายและบริการ	98,096.83	89.94	61,882.26	96.88	89,354.13	98.66
2) รายได้อื่นๆ	10,975.39	10.06	1,996.91	3.12	1,210.71	1.34
รวม	109,072.22	100.00	63,879.17	100.00	90,564.84	100.00

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.1.1 ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์และการให้บริการหลักของบริษัท

1) โครงการปรีชาราม 3



เป็นโครงการริมถนนราชบุรีพัฒนา ต่อเนื่องจากความสำเร็จของโครงการปรีชาราม 1 และโครงการปรีชาราม 2 โดยพัฒนาเป็นโครงการโฮมออฟฟิศ และบ้านเดี่ยวทรงทันสมัย (Modern) เพื่อให้ใช้ชีวิตได้ตามรูปแบบของชนเมืองด้วยทำเลสุดสะดวก เพียง 300 เมตร ออกสู่ถนนวงแหวนรอบนอกฝั่งตะวันออก มุ่งสู่สนามบินสุวรรณภูมิเชื่อมต่อถนนพระราม 9 และทางด่วน กรุงเทพฯ-ชลบุรี (มอเตอร์เวย์) เดินทางสะดวก ไม่ว่าจะเข้าหรือออกเมืองแวดล้อมด้วยความเจริญเต็มรูปแบบมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น ห้างสรรพสินค้า, โรงพยาบาล (นพรัตนราชธานี, สันแพทย์), สถานการศึกษา (เตรียมอุดมศึกษาน้อมเกล้า), และสถานที่ราชการ (สำนักงานเขต, สำนักงานที่ดิน, สถานีตำรวจ, การประปา, การไฟฟ้า) เพื่อตอบสนองความต้องการที่อยู่อาศัยของคนในวัยทำงานที่เป็นผู้บริหารระดับกลางขึ้นไป หรือเจ้าของกิจการที่ต้องการความลงตัวการอยู่อาศัยและการทำงานอยู่ในที่เดียวกัน

2) โครงการพีจี 1 พระราม 9 คอนโดมิเนียม



คอนโดมิเนียมกลางเมืองติดถนนพระราม 9 ในรูปแบบวิถีชีวิตคนเมืองที่สมบูรณ์แบบ สอนองความต้องการที่อยู่อาศัยของคนในวัยทำงานที่มีความสามารถในการใช้จ่ายด้านที่อยู่อาศัยตั้งแต่เดือนละ 8,000 บาท โดยทำเลใกล้รถไฟฟ้าใต้ดิน ห่างจากทางด่วนไม่เกิน 500 เมตร และใกล้สถานีรถไฟ Air Port Link

3) โครงการพีจี 2 พระราม 9 คอนโดมิเนียม



คอนโดมิเนียมกลางเมืองติดถนนพระราม 9 ในรูปแบบวิถีชีวิตคนเมืองที่สมบูรณ์แบบ สอนองความต้องการที่อยู่อาศัยของคนในวัยทำงาน ที่มีความสามารถในการใช้จ่ายด้านที่อยู่อาศัยตั้งแต่เดือนละ 8,000 บาท โดยทำเลใกล้รถไฟฟ้าใต้ดิน ห่างจากทางด่วนไม่เกิน 500 เมตร และใกล้สถานีรถไฟ Air Port Link

4) โครงการปรีชาคอมเพล็กซ์



อาคารสำนักงานให้เช่าทำเลดี ติดถนนรัชดาภิเษก ใกล้กับสถานีรถไฟใต้ดินสุทธิสารอยู่ในเขตใจกลางหรือศูนย์กลางธุรกิจ สะดวกในการเดินทางด้วยระบบคมนาคมที่ทันสมัย ครบครันด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกที่สมบูรณ์แบบ พร้อม ใกล้ร้านอาหารและแหล่งช้อปปิ้ง



2.1.2 โครงการของบริษัทที่ผ่านมา

- 1) หมู่บ้านปรีชาโครงการ 1 บนถนนพัฒนาการ ในรูปแบบของบ้านเดี่ยว
- 2) หมู่บ้านปรีชาโครงการ 2 บนถนนพัฒนาการ ในรูปแบบของบ้านเดี่ยว
- 3) หมู่บ้านปรีชาโครงการ 3 บนถนนสุขาภิบาล 1 ในรูปแบบของอาคารพาณิชย์ และบ้านเดี่ยว
- 4) หมู่บ้านปรีชาโครงการ 4 บนถนนสุขาภิบาล 1 ในรูปแบบของอาคารพาณิชย์ บ้านเดี่ยว และทาวน์เฮาส์
- 5) หมู่บ้านปรีชาโครงการ 5 บนถนนพัฒนาการ ในรูปแบบของบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮาส์
- 6) หมู่บ้านปรีชาโครงการ 6 บนถนนพัฒนาการ ในรูปแบบของอาคารพาณิชย์และบ้านเดี่ยว
- 7) หมู่บ้านปรีชาโครงการ 7 บนถนนพัฒนาการ ในรูปแบบของบ้านเดี่ยว
- 8) หมู่บ้านปรีชาโครงการอาคารชุด บนถนนพัฒนาการ ในรูปแบบของอาคารชุด
- 9) หมู่บ้านปรีชาโครงการ 8 บนถนนรามคำแหง ในรูปแบบของอาคารพาณิชย์และทาวน์เฮาส์
- 10) หมู่บ้านปรีชาโครงการ 9 บนถนนสุขาภิบาล 3 ในรูปแบบของอาคารพาณิชย์และทาวน์เฮาส์
- 11) หมู่บ้านปรีชาโครงการ 10 บนถนนสุขาภิบาล 3 ในรูปแบบของอาคารพาณิชย์และทาวน์เฮาส์
- 12) หมู่บ้านปรีชาโครงการ 11 บนถนนรามอินทรา ในรูปแบบของอาคารพาณิชย์และทาวน์เฮาส์
- 13) หมู่บ้านปรีชาโครงการ 12 (โครงการปรีชาลำเพชร) บนถนนรามคำแหง (สุขาภิบาล 3) ในรูปแบบของอาคารพาณิชย์และบ้านเดี่ยว
- 14) หมู่บ้านปรีชาโครงการ 13 บนถนนบางกอกน้อย-นครชัยศรี ในรูปแบบของบ้านเดี่ยว
- 15) หมู่บ้านปรีชาคอมเพล็กซ์ บนถนนรัชดาภิเษก ในรูปแบบของอาคารสำนักงาน
- 16) โครงการปรีชารามคำแหง บนถนนรามคำแหงในรูปแบบบ้านเดี่ยว
- 17) โครงการปรีชาพุทธมณฑล บนถนนพุทธมณฑลสาย 4 นครปฐม ในรูปแบบของบ้านเดี่ยวและบ้านแฝด
- 18) โครงการปรีชาศรีนครินทร์ ซอยวัดหนามแดง สมุทรปราการ ในรูปแบบของบ้านเดี่ยว
- 19) โครงการปรีชาไพรเวทPIX ระยอง ถนนเรียบชายหาดแม่รำพึง จังหวัดระยอง ในรูปแบบของบ้านเดี่ยวและทาวน์โฮม

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีการชะลอตัวลงจากเหตุการณ์ทางการเมือง อีกทั้งยังได้ผลกระทบด้านเศรษฐกิจจากตลาดโลก และอัตราค่าจ้างแรงงานรวมถึงค่าวัสดุอุปกรณ์ที่สูงขึ้น แต่ตลาดอสังหาริมทรัพย์ยังคงได้รับความสนใจอย่างต่อเนื่องทั้งจากผู้ประกอบการรายเล็กและรายใหญ่ โดยเฉพาะในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา ตลาดเข้าสู่ภาวะการแข่งขันรุนแรง โดยมีการเปิดโครงการเพิ่มขึ้นสูง ประกอบกับพฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ทำให้ผู้ประกอบการต่างๆ มีการแข่งขันกันทั้งตัวสินค้าและราคา



2.2.1 การทำการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญ

1) กลยุทธ์การตลาด

เพิ่มความสามารถทางการแข่งขันโดยเน้นสร้างบ้านเสร็จก่อนขาย ซึ่งนับว่าเป็นกลยุทธ์การตลาดที่สำคัญของบริษัท เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ที่ได้เป็นสภาพแวดล้อมจริงและสามารถเข้าอยู่ได้ทันที ไม่ต้องกังวลเรื่องความล่าช้าในการก่อสร้าง อีกทั้ง กลยุทธ์นี้ยังส่งผลดีต่อการดำเนินงานของบริษัท คือ มีความได้เปรียบในการกำหนดราคาขาย เพราะรู้ต้นทุนที่แท้จริงก่อนขาย ซึ่งถือว่าเป็นผลประโยชน์แก่ทั้ง 2 ฝ่าย คือ ผู้ซื้อและผู้ขาย

2) การตลาด

การตลาดถือกระบวนการทางสังคมของการสื่อสารคุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการไปยังลูกค้า ซึ่งผู้บริโภคจะได้รับสิ่งที่ต้องการโดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยน โดยจัดให้มีการทำการตลาด การสื่อสารการตลาด และกิจกรรมทางการตลาด

- (1) การตลาดทางตรง (Direct Marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารส่วนตัว ระหว่าง นักการตลาด และกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้การส่งจดหมายตรง โทรศัพท์ หรือวิธีการอื่นๆ ผ่านสื่ออย่างใดอย่างหนึ่งหรือ หลายอย่างร่วมกัน โดยนักการตลาดสามารถวัดผลการตอบสนองจากผู้บริโภคได้ โดยมีรูปแบบ 2 กลุ่ม คือ การใช้สื่อโดยตรง และการใช้สื่อมวลชน
- (2) โฆษณาและประชาสัมพันธ์ คือ การเสนอขายสินค้า บริการ หรือความคิดโดยการใช้สื่อเพื่อให้ เข้าถึงลูกค้าจำนวนมากได้ ในเวลาอันรวดเร็ว ทำให้สามารถสื่อสารได้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด สื่อโฆษณาที่สำคัญประกอบด้วย โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสารป้ายโฆษณาโดยมุ่งเน้นจัดทำโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ โดยพิจารณาเลือกสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุดและสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายบริเวณโดยรอบโครงการและบริเวณใกล้เคียง รวมถึง ภายในห้างสรรพสินค้า สถานีรถไฟฟ้า เป็นต้น
- (3) ออกบูธแสดงสินค้า เป็นการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักที่มีความสำคัญมาก เนื่องจากการประชาสัมพันธ์โครงการในเชิงรุกอีกทางหนึ่ง ที่ได้รับความสนใจจากกลุ่มลูกค้า ผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น เพราะการออกบูธแสดงสินค้ายังให้ผลตอบรับและตอบแทนอย่างดีมาก โดยเน้นการออกบูธย่านใกล้เคียงโครงการ และย่านใจกลางธุรกิจ เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น เพิ่มช่องทางและ โอกาสในการขาย และ โชว์ศักยภาพสินค้าได้อย่างเต็มที่ เป็นต้น
- (4) มอบสิทธิพิเศษให้แก่ลูกค้าที่ซื้อโครงการในแต่ละช่วงของกิจกรรม เช่น ราคาพิเศษ รับส่วนลด แคมเปญรีโนเเจอร์ แคมเปญปรับอากาศ เป็นต้น



(5) จัดกิจกรรมที่จะกระตุ้นยอดขายและคืนกำไรให้กับลูกค้า

3) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นเจ้าของกิจการหรือผู้ที่ทำงานในบริเวณใกล้เคียงกับโครงการที่ต้องการใช้ทำเลที่ตั้งของโครงการเป็นที่พักอาศัยและ/หรือตั้งสำนักงาน โดยมีกำลังซื้อในระดับกลางขึ้นไป

4) ลักษณะของลูกค้า

ลักษณะของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย มีความแตกต่างกัน ไปขึ้นอยู่กับที่ตั้งของโครงการ ลักษณะของโครงการ ที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า มีสัดส่วนประเภทของลูกค้าต่างๆ แตกต่างกันไป อันเนื่องมาจากนโยบายการกระจายความเสี่ยงในทำเลที่ตั้งของโครงการและกลุ่มลูกค้าให้ครอบคลุมในทุกทำเล โดยเน้นจากกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อในระดับกลางขึ้นไปเป็นหลัก

5) การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

เป็นการจำหน่ายในลักษณะขายตรงโดยทีมงานขาย ซึ่งประกอบด้วย พนักงานขายที่มีประสบการณ์ด้านการขาย มีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์และบริการเป็นอย่างดี สามารถให้ข้อมูลและคำแนะนำเพื่อประกอบการตัดสินใจ แก่ลูกค้าได้ในทุกโครงการ นอกจากนั้น ยังคงให้ความสำคัญกับการตกแต่งสำนักงานขาย ซึ่งเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายหลัก รวมทั้ง มีบ้านสร้างเสร็จพร้อมขาย บ้านตัวอย่าง ห้องตัวอย่าง เพื่อแสดงรายละเอียดโครงการ เพื่อสร้างความประทับใจและความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าที่ชมโครงการ

2.2.2 ภาวะการแข่งขัน

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ปี 2561 ที่ผ่านมามีอยู่ในภาวะที่ดีขึ้นหลังรัฐบาลออกมาตรการกระตุ้นโครงการบ้านล้านหลัง ด้วยการสนับสนุนเงินกู้เพื่อซื้อที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย และลดค่าธรรมเนียมโอน ตลาดจึงเติบโตขึ้นจาก ปี 2560 ประมาณ 8 เปอร์เซ็นต์ แต่มีความผันผวนจากสถานการณ์ทางการเมืองและความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจมากมาย ในขณะที่มีสินค้าประเภทคอนโดมิเนียมที่ยังคงค้างขายล้นตลาดในช่วง 2 ปีก่อนหน้า และยังคงเกิดสถานการณ์ปฏิเสธสินเชื่อ เงินกู้เพื่อซื้อที่อยู่อาศัยจากธนาคารมากกว่า 40 เปอร์เซ็นต์ ผู้ประกอบการจึงต้องทำการส่งเสริมการขายเพิ่มมากขึ้นกว่าปกติที่ทำ เช่น อยู่ฟรี 1-2 ปี ดอกเบี้ย 0 เปอร์เซ็นต์ ปีแรก ส่วนลดเงินสด เป็นต้น เพื่อให้ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อ แม้ภาพรวมตลาดจะทรงตัว แต่สินค้าระดับบนกลับเป็นตัวทำตลาด อาทิเช่น คอนโดมิเนียมลักซ์ซัวรี่ ซูเปอร์ลักซ์ซัวรี่ และมีโครงการใหม่เปิดต่อเนื่อง

ส่วนแนวโน้ม ปี 2562 สถานการณ์น่าจะกระเตื้องขึ้นตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจตามที่รัฐบาลได้ประกาศไว้ อย่างไรก็ตามหากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไม่เกิดขึ้นจริง ก็จะส่งผลให้กำลังซื้อลดลง การพัฒนาที่อยู่อาศัยก็อาจลดลงได้เช่นกัน ซึ่งเชื่อว่าตลาดยังขยายตัวต่อเนื่องคาดว่าตลาดจะขยายตัว ไม่น้อยกว่า 5 เปอร์เซ็นต์ จากปีก่อนหน้า โดยปัจจัยเด่นที่สุด คือ การขยายตัวแนวสูง ราคาในระดับกลาง 2 – 5 ล้านบาทยังเป็นที่ต้องการอยู่ และแนวราบทาว์โฮม 2 ชั้นและ 3 ชั้น เดิมโตขึ้นกว่าเดิม ไม่น้อยกว่า 10 เปอร์เซ็นต์ ผู้ประกอบการ

จะทำการส่งเสริมการขายอย่างมาก เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจผู้ซื้อ ก่อนมาตรการกระตุ้นอสังหาริมทรัพย์จะสิ้นสุดลง ต้องดูว่านโยบายรัฐบาลใหม่จะมีแนวโน้มส่งเสริมภาคอสังหาริมทรัพย์อย่างไร

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

2.3.1 ขั้นตอนการพัฒนาโครงการ

1) ศึกษาภาวะแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจและสังคม โดยการวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ รวมทั้ง การวิเคราะห์ทิศทางการขยายตัวของเมือง สภาพความเป็นอยู่ของประชากร

2) ศึกษาความเป็นไปได้เบื้องต้นของโครงการ

- (1) วิเคราะห์ทำเลที่ตั้งเพื่อพิจารณาการจัดซื้อที่ดิน รูปร่าง ขนาดและประเภทของโครงการ
- (2) กำหนดเป้าหมายทางการตลาดเพื่อให้ทราบถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายการแข่งขันและภาวะตลาด
- (3) วางแผนทางการเงิน การหาแหล่งเงินทุน และวิเคราะห์ผลตอบแทน
- (4) ศึกษากฎหมายควบคุมต่างๆ ของทั้งภาครัฐบาล รัฐวิสาหกิจ และเอกชนที่มีผลกระทบต่อโครงการ

3) ที่ดินที่ตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม มีความสอดคล้องและเหมาะสมต่อการลงทุน อีกทั้งมีศักยภาพต่อการพัฒนาทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

4) จัดทำแผนงานโครงการ

- (1) วางผังและออกแบบโครงการโดยสถาปนิกและวิศวกร เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายทางการตลาดและถูกต้องตามข้อกำหนดของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
- (2) จัดโครงสร้างการบริหารงานโครงการ กำหนดนโยบายการดำเนินงานโครงการ รวมทั้งบุคลากรในด้านต่างๆ ที่จะรับผิดชอบในแต่ละโครงการ
- (3) กำหนดราคาขาย
- (4) กำหนดทีมงานขาย พร้อมอบรมพนักงานขาย
- (5) วางแผนการโฆษณาประชาสัมพันธ์พร้อมสื่อต่างๆ รวมทั้งการจัดทำเอกสารประกอบการขาย
- (6) จัดหาแหล่งเงินกู้ให้กับลูกค้าเมื่อมีการโอนกรรมสิทธิ์

5) งานบริหารโครงการ

- (1) ติดต่อหน่วยงานราชการ สำนักส่งเสริมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เตรียมยื่นแบบขออนุญาตจัดสรร ยื่นขอคำ, ตรวจสอบรูปแบบโครงสร้างตรงตามระเบียบจัดสรร
- (2) ติดต่อหน่วยงานราชการและขออนุญาตก่อสร้าง เพื่อดำเนินการปลูกสร้างตามขั้นตอนที่กฎหมายกำหนด
- (3) ตรวจสอบแนวเขตที่ดินให้ชัดเจน ตรงตามโฉนดที่ดินหรือไม่



- (4) คัดเลือกผู้รับเหมาที่เชี่ยวชาญงานก่อสร้างและกำหนดวิศวกรควบคุมดูแลงานก่อสร้างต่างๆ รวมถึงงานระบบสาธารณูปโภค
- (5) ดำเนินการขายตามแผนงานที่กำหนดไว้ พร้อมเริ่มการก่อสร้างโครงการ โดยใช้ระยะเวลาต่างกันขึ้นอยู่กับขนาดและประเภทของโครงการ
- (6) ปรับกลยุทธ์ทางการตลาด (หากจำเป็น) เช่น แผนส่งเสริมการขาย
- 6) การส่งมอบและโอนกรรมสิทธิ์ โดยจดทะเบียนและ/ หรือโอนกรรมสิทธิ์และส่งมอบให้ลูกค้าเมื่องานก่อสร้างเสร็จ
- 7) การให้บริการหลังการขายแต่ละ โครงการจะจัดเตรียมการให้บริการหลังการขาย เช่น สาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของโครงการ
- 8) เตรียมการส่งมอบสาธารณูปโภคให้แก่นิติบุคคลอาคารชุด หรือนิติบุคคลหมู่บ้านจัดสรร

2.3.2 ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุดิบในการประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

- 1) ที่ดินเพื่อการพัฒนาปัจจัยที่ใช้เป็นหลักเกณฑ์ในการพิจารณาเพื่อจัดซื้อที่ดิน
 - (1) ปรับกลยุทธ์ทางการตลาด (หากจำเป็น) เช่น แผนส่งเสริมการขาย เป็นต้น
 - (2) ทิศทางการขยายตัวของเมือง จะพิจารณาว่ามีแนวโน้มการเติบโตของเมืองไปในทิศทางใด เพื่อให้ได้ที่ดินที่มีศักยภาพสูงในการพัฒนาโครงการ
 - (3) ทำเลของที่ดิน เลือกซื้อที่ดินที่มีทำเลติดถนนมีการคมนาคมสะดวก และอยู่ไม่ห่างไกลจากตัวเมืองมากนัก
 - (4) สาธารณูปโภค พิจารณาเลือกที่ดินที่มีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานรองรับ เช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ เป็นต้น
 - (5) ขนาดแปลงที่ดิน พิจารณาเลือกซื้อที่ดินที่มีแปลงขนาดเหมาะสมเพียงพอ สำหรับการพัฒนาโครงการได้
 - (6) ลักษณะที่ดินสูงหรือต่ำกว่าระดับถนนเมนหรือระดับน้ำท่วม และแนวคลอง
 - (7) ระดับราคาของที่ดินต้องเป็นราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด ซึ่งจะทำให้ต้นทุนการพัฒนาไม่สูงนัก
- 2) การจัดหาที่ดินในอดีตเพื่อนำมาพัฒนาโครงการ
 - (1) ติดต่อผ่านตัวแทนนายหน้า
 - (2) สืบหาและติดต่อเจ้าของที่ดิน ในที่ดินแปลงที่สนใจ

- (3) เจ้าของที่ดินติดต่อกับทางบริษัทโดยตรง
- 3) การจัดหาที่ดินในอนาคต
 - (1) ติดต่อกับตัวแทนนายหน้า
 - (2) สืบหาและติดต่อเจ้าของที่ดิน ในที่ดินแปลงที่สนใจ
 - (3) เจ้าของที่ดินติดต่อกับทางบริษัทโดยตรง
 - (4) ประกาศแจ้งความจำนงค์ผ่านสื่อมวลชนต่างๆ
 - (5) ประมูลซื้อจากกรมบังคับคดี และสถาบันการเงินต่างๆ

2.3.3 วัสดุก่อสร้าง

โครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่ทาง บริษัท ปรีชา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ดำเนินการอยู่นั้น ส่วนใหญ่จะมอบหมายให้ผู้รับเหมาเป็นผู้ดำเนินการก่อสร้างและจัดหาวัสดุก่อสร้างเอง ดังนั้น จึงเป็นความรับผิดชอบของผู้รับเหมาก่อสร้างในการจัดหาวัสดุก่อสร้าง ทำให้ไม่ต้องเผชิญกับความยุ่งยากในการเก็บสต็อกวัสดุก่อสร้าง และสามารถบริหารงานก่อสร้างได้ตามแผนงาน ทั้งระยะเวลาและต้นทุนที่กำหนดไว้

ความสัมพันธ์และผลกระทบของผู้รับเหมา โดยกำหนดให้ผู้รับเหมาแต่ละรายสร้างบ้าน เฉลี่ยรายละ 10-20 หลัง ซึ่งถ้าผู้รับเหมารายใดก่อสร้างบ้านได้คุณภาพตามที่ต้องการและเสร็จทันตามกำหนดเวลา จะทำการต่อสัญญาในการก่อสร้างไปเรื่อยๆ จึงทำให้สามารถควบคุมระยะเวลาและคุณภาพการก่อสร้างได้

2.3.4 การวิจัยและพัฒนา

บริษัทได้ตระหนักถึงการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึง การพัฒนากระบวนการจัดการ เพื่อเป็นการลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

1) ด้านการวิจัยและพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์

เป็นการมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ความเชื่อมั่น ที่มีต่อหมู่บ้านปรีชา และยังคงรักษาระดับราคาขายให้ตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมาย แม้ว่าจะอยู่ในสถานการณ์ที่มีการแข่งขันสูงและต้นทุนผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2) การวิจัยและพัฒนาด้านคุณภาพ

ทำการศึกษาและพัฒนารูปแบบที่อยู่อาศัยให้มีคุณภาพ โดยคำนึงถึงโครงสร้างอาคารที่แข็งแรง งดงามและใช้วัสดุที่มีคุณภาพดีเยี่ยม เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาในระยะยาว อีกทั้ง ยังจัดให้มีการควบคุมการก่อสร้างให้ได้มาตรฐาน ซึ่งมีการตรวจสอบคุณภาพในทุกๆ ขั้นตอน เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าเป็นโครงการที่อยู่อาศัยที่มีคุณภาพ

3) การพัฒนาด้านการออกแบบ

การออกแบบผลิตภัณฑ์จะต้องให้คำนึงถึงการใช้วัสดุที่เหมาะสม และทรัพยากรอย่างประหยัด และเหมาะสม จึงได้ทำการพัฒนาการออกแบบบ้านอยู่สม่ำเสมอ ส่งผลให้งานออกแบบจึงออกมาในลักษณะที่เรียบง่ายและสอดคล้องกับวัสดุที่นำมาใช้งานเพื่อให้เกิดความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจ เพื่อตอบสนองการดำเนินชีวิตของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อีกทั้ง การเลือกวัสดุต่างๆ ที่จะนำมาใช้งานต้องมีความเหมาะสมและทำให้เกิดประโยชน์ในการใช้สอย ความคงทนถาวร จึงต้องเลือกให้เหมาะสมและถูกต้อง สวยงาม ทนทาน ถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุด เนื่องจาก รูปแบบเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และกลุ่มลูกค้าต่างมีความพึงพอใจในการพัฒนารูปแบบที่มีความหลากหลาย เพื่อให้ตอบรับกับความต้องการในแต่ละกลุ่มเป้าหมายได้ดี

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทและบริษัทย่อย มีจำนวนรายการและมูลค่าขายตามสัญญา ที่ยังไม่ได้ส่งมอบ ดังนี้

ชื่อโครงการ	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561	
	จำนวนรายแปลง	จำนวนเงิน (ล้านบาท)
โครงการปรีชา ราม 3	10	57.48

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ปี 2561 ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ยังมีความเสี่ยงที่ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจสังคม และการเมือง ที่มีความไม่แน่นอนค่อนข้างสูง โดยเฉพาะจากปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ อาทิเช่น ปัญหาความวุ่นวายทางการเมือง ปัญหาการขาดแคลนแรงงานและคุณภาพของแรงงาน ค่าแรงงานสูง ที่กระทบต่อต้นทุนการประกอบธุรกิจ ทำให้ลูกค้าขาดความเชื่อมั่นและชะลอการลงทุน ซึ่งได้มีการติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด โดยเพิ่มความระมัดระวังในการประกอบธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจสามารถเติบโตอย่างมั่นคงต่อไปได้

3.1 ความเสี่ยงจากภาวะการแข่งขันทางธุรกิจ

ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันสูง มีผู้ประกอบการในตลาดมากมายทำให้ปริมาณการก่อสร้างบ้านและคอนโดมิเนียมมีการขยายตัวมากในขณะนี้กำลังซื้อที่ภาคเอกชนลดลงอย่างมาก อันเนื่องมาจากภาวะเศรษฐกิจ การเมือง และการลงทุนของภาคเอกชนอยู่ในเกณฑ์ต่ำ

อย่างไรก็ตาม นโยบายการเงินแบบผ่อนคลายเป็นคณะกรรมการนโยบายการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย ภายใต้สถานการณ์เศรษฐกิจและสภาวะการเมืองในปัจจุบัน มีผลให้อัตราดอกเบี้ยนโยบายทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งจะเป็ปัจจัยหนุนประการหนึ่งต่อธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ขณะที่การชะลอการลงทุนของผู้ประกอบการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์น่าที่จะช่วยลดภาวะความเสี่ยงของปัญหาอุปทานที่อยู่อาศัยล้นตลาดในระดับหนึ่ง

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงมาก เพราะมีผู้ประกอบการในตลาดมีหลายรายและจำนวนมาก แต่ละรายเน้นที่จะเพิ่มยอดขายและกำไร ทำให้ปริมาณการก่อสร้างที่อยู่อาศัยมีมากกว่ากำลังซื้อ จึงจำเป็นต้องสร้างเป็นการล่วงหน้าและกว่าจะแล้วเสร็จต้องใช้เวลาหลายเดือน และถ้าหากเกิดภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว กำลังซื้อตกลง จะทำให้เหลือบ้านในสต็อกจำนวนมาก ดังนั้น เพื่อให้ขายบ้านได้จึงจำเป็นต้องลดราคาลง ทำให้การแข่งขันยิ่งรุนแรงขึ้น ยอดขายโดยรวมจะลดลง ขณะที่ต้นทุนยังสูงอยู่ รวมถึง การติดตามสถานการณ์ตลาดอสังหาริมทรัพย์และทิศทางภาวะเศรษฐกิจอย่างใกล้ชิด สร้างที่อยู่อาศัยที่มีคุณภาพ ควบคุมต้นทุน ลดค่าใช้จ่าย เน้นการบริการและเพิ่มความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ใช้การตลาดและสร้างความแตกต่าง เพื่อรักษายอดขาย

3.2 ความเสี่ยงจากการจัดหาที่ดินเพื่อพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ในอนาคต

ผู้ประกอบการในธุรกิจการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ต่างเร่งเปิดโครงการใหม่ๆ ในช่วงจังหวะที่ตลาดอสังหาริมทรัพย์ยังมีปัจจัยสนับสนุนการเติบโต มีส่วนในการผลักดันราคาที่ดินและต้นทุนการประกอบธุรกิจให้เพิ่มขึ้น และผลักดันให้ราคาที่อยู่อาศัยปรับตัวสูงขึ้นตามไปด้วย ซึ่งจะทำให้อำนาจการซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคลดลง

ประกอบกับนโยบายของรัฐบาลในการพัฒนาและลงทุนในระบบขนส่งมวลชน จึงเป็นสาเหตุให้ราคาของที่ดินปรับตัวสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งในบางพื้นที่มีราคาที่ดินปรับตัวขึ้นไปสูงกว่ากำลังซื้อของประชาชนในบริเวณดังกล่าว ทำให้ตลาดอสังหาริมทรัพย์ในบางพื้นที่กำลังเผชิญกับปัญหาอุปทานส่วนเกิน

ทำเลที่ตั้งของโครงการถือเป็นยุทธศาสตร์หลักที่สำคัญอย่างหนึ่งในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ จึงต้องมีการเลือกทำเลที่ตั้งที่มีศักยภาพสูง มีเส้นทางคมนาคมที่สะดวกและอยู่ไม่ห่างจากแหล่งธุรกิจและย่านชุมชน ซึ่งที่ดินดังกล่าวเป็นที่ต้องการสูงในตลาดอสังหาริมทรัพย์และมีราคาที่สูงขึ้นแพง ทำให้ต้องเผชิญความเสี่ยงจากการที่ไม่สามารถจัดหาที่ดินลักษณะดังกล่าวมาพัฒนาโครงการได้

ทางบริษัทมีนโยบายที่จะเลือกซื้อที่ดินตามแนวรถไฟฟ้า BTS หรือ MRT เพื่อสำหรับการทำโครงการคอนโดมิเนียม ในส่วนของบ้านเดี่ยวจะเน้นบริเวณวงแหวนรอบนอกและบริเวณปริมณฑลที่ชุมชนมีศักยภาพในการเจริญเติบโต ใกล้แหล่งที่ทำงาน และเพื่อลดความเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจและการเมือง จึงมีนโยบายที่

จะซื้อที่ดินเพื่อพัฒนาในทันที นอกจากนั้น การเกิดขึ้นของ AEC จะเปิดโอกาสให้ความต้องการอสังหาริมทรัพย์ในพื้นที่ต่างๆ เพิ่มขึ้นเช่นกัน

บริษัทไม่มีนโยบายถือครองที่ดินเปล่าที่ยังไม่พร้อมจะพัฒนาโครงการหรือซื้อที่ดินมาเก็บไว้เพื่อรอการพัฒนาโครงการที่ยังไม่ได้มีการวางแผนไว้ จึงมีความเสี่ยงในการจัดหาที่ดินเพื่อพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ จึงเห็นว่าการลงทุนซื้อที่ดินมาเก็บไว้ใน ขณะที่ยังไม่มีแผนการพัฒนาโครงการบนพื้นที่นั้น จะทำให้ มีความเสี่ยงจากการที่สภาพคล่องลดลง ไม่สามารถนำเงินทุนดังกล่าวไปใช้หมุนเวียนภายในหรือพัฒนาโครงการอื่นๆ ได้ และยังทำให้เกิดต้นทุนในการพัฒนาโครงการเพิ่มขึ้นจากต้นทุนทางการเงินที่ต้องใช้ไปในการซื้อที่ดินมาเก็บไว้ซึ่งจะทำให้ไม่ได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนได้ตามเป้าหมายที่วางแผนไว้

เพื่อบริหารความเสี่ยงดังกล่าว จึงมีการศึกษาความเป็นไปได้ในระยะยาว เพื่อกำหนดแผนการซื้อที่ดินอย่างเหมาะสมทั้งในช่วงเวลาที่เหมาะสมในการซื้อที่ดินและการพัฒนาโครงการ ราคาที่ดินที่เหมาะสมในการพัฒนา โครงการรูปแบบต่างๆ ในแต่ละทำเล ให้สอดคล้องกับแผนธุรกิจและสภาพคล่องทางการเงินแล้วจึงดำเนินการ คัดเลือกและจัดซื้อที่ดินดังกล่าว โดยเน้นทำเลที่มีแนวโน้มการเติบโตของศักยภาพสูง และการแข่งขันในการซื้อที่ดินกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ยังต่ำ ส่งผลให้สามารถจัดซื้อที่ดินในราคาไม่แพงและเงินที่ใช้วางมัดจำที่ค่อนข้างต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับโอกาสการพัฒนาโครงการในอนาคต เพื่อสร้างผลตอบแทนจากการพัฒนาให้สูงกว่าต้นทุนทางการเงินใน การถือครองที่ดินระยะยาว นอกจากนี้ ยังมีความสัมพันธ์ที่ดีกับนายหน้าจัดหาที่ดิน จึงคาดว่าจะสามารถจัดหาที่ดินเพื่อพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ที่มีศักยภาพ และสร้างผลประกอบการที่ดีในอนาคตได้

3.3 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงกฎหมายระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

การเปลี่ยนแปลงในกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จะส่งผลกระทบต่อแผนงาน ต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ อาทิเช่น การเปลี่ยนแปลงในข้อบังคับของผังเมือง เรื่องอัตราส่วนพื้นที่อาคารรวมต่อพื้นที่ที่ดิน (FAR) นโยบายการกำหนดพื้นที่ส่วนกลางและการจัดทำรายงานผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (EIA) ซึ่งปัจจุบันยังไม่มีหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนจากคณะกรรมการผู้ชำนาญการ พิจารณารายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม (ชชก.) ว่าต้องจัดทำมาตรการลดผลกระทบสิ่งแวดล้อมอย่างไรจึงจะผ่านการพิจารณาเห็นชอบ

อย่างไรก็ตาม บริษัทได้ทำการศึกษาและติดตามการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับกฎระเบียบต่างๆ และนโยบาย ของหน่วยงานราชการที่อาจเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องอย่างละเอียด และได้ศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการโดยพิจารณาตามข้อกำหนด ข้อบังคับ และกฎหมายต่างๆ เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการปรับเปลี่ยนการดำเนินการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้นดังกล่าว ควบคู่ไปกับการศึกษาสถานะตลาดอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งจากการเตรียมความพร้อมดังกล่าว โดยมั่นใจว่า

สามารถปรับเปลี่ยนได้ทันต่อเหตุการณ์ และจะไม่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญจากการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบดังกล่าว

3.4 ความเสี่ยงจากการขาดแคลนผู้รับเหมา

ธุรกิจสังหาริมทรัพย์ในปัจจุบันมีการขยายตัวมาก จึงทำให้เกิดปัญหาการขาดแคลนผู้รับเหมาและแรงงาน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการพัฒนาโครงการทั้งในด้านของต้นทุนและระยะเวลาในการส่งมอบงาน

เนื่องจาก บริษัท ไม่มีทีมงานก่อสร้าง ดังนั้น ในการก่อสร้างโครงการต่างๆ จึงต้องว่าจ้างผู้รับเหมาก่อสร้างจากภายนอก ซึ่งอาจเผชิญกับความเสี่ยงกรณีที่ขาดแคลนผู้รับเหมาก่อสร้างที่มีคุณภาพหรือผู้รับเหมาส่งมอบงานล่าช้า อันเนื่องมาจากผู้รับเหมาอาจไม่มีความชำนาญหรืออาจมีปัญหาด้านแรงงาน หรือผู้รับเหมาส่งมอบงานไม่ทันตามกำหนดเวลา

อย่างไรก็ตาม เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงดังกล่าว จึงมีการกำหนดนโยบายในการคัดเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างที่มีคุณภาพ ให้มีผู้ยื่นเสนอราคาอย่างน้อย 3 รายขึ้นไป และมีการกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้รับเหมา โดยจะพิจารณาจากประสบการณ์ การทำงาน ชื่อเสียง และผลงานในอดีตที่ผ่านมา ความเรียบร้อยของงานก่อสร้าง ความตรงต่อเวลาในการส่งมอบงาน รวมถึง ความพร้อมในการทำงานและฐานะการเงินของผู้รับเหมาก่อสร้าง เพื่อประกอบการพิจารณาการคัดเลือกผู้รับเหมา

3.5 ความเสี่ยงอันเนื่องมาจากการลดลงของกำลังซื้อ

ภาคสังหาริมทรัพย์ นั้นนับเป็นภาคธุรกิจที่มีการเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิด และมีทิศทางเคลื่อนไหวในทิศทางเดียวกันกับภาวะเศรษฐกิจ ดังนั้น ภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวในช่วงปีที่ผ่านมา ทำให้มีผลกระทบต่อการส่งออกอย่างมีสาระสำคัญ เมื่อการส่งออกลดลงมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศค่อนข้างมาก เพราะการเติบโตทางเศรษฐกิจพึ่งพาการส่งออกในอัตราที่สูงทำให้เกิดปัญหาการว่างงาน ประกอบกับมีปัญหาหนี้ครัวเรือน ด้านสังคมและการเมือง ค่อนข้างหนักจึงอาจทำให้ผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่น และระมัดระวังเรื่องการใช้จ่ายมาก

จึงต้องเน้นการสร้างที่อยู่อาศัยให้ได้คุณภาพและในราคาที่แข่งขันได้ โดยใช้นวัตกรรมต่างๆ เข้ามาช่วยให้มากขึ้น ทั้งรูปแบบวัสดุ และกระบวนการก่อสร้าง โดยต้องใช้การตลาดให้หลากหลายมากขึ้น เพื่อกระตุ้นยอดขาย ในขณะที่ยังมีข้อดี คือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยังคงทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ อาจเป็นตัวกระตุ้นให้ลูกค้าเร่งซื้อบ้านได้ รวมถึง หากการลงทุนภาคเอกชนขยายตัว น่าจะก่อให้เกิดการจ้างงาน และกำลังซื้ออาจกลับมาฟื้นตัวได้ ความเสี่ยงเรื่องกำลังซื้อ ก็จะลดลง อย่างไรก็ดี บริษัทต้องติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด



3.6 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายการบัญชีและมาตรฐานการรายงานทางการเงินที่ปรับปรุงใหม่

ในปี 2561 สภาวิชาชีพบัญชีได้ออกประกาศสภาวิชาชีพบัญชีให้ใช้มาตรฐานการบัญชี มาตรฐานการรายงานทางการเงิน และการตีความมาตรฐานการบัญชี การตีความมาตรฐานการรายงานทางการเงิน และแนวปฏิบัติทางการบัญชีที่ออกและปรับปรุงใหม่ ซึ่งมีผลต่องบการเงินของบริษัทแต่ไม่เป็นสาระสำคัญ และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2562 ดังต่อไปนี้

- มาตรฐานการบัญชี 2 ฉบับ และการตีความมาตรฐานการบัญชี 4 ฉบับ (ปรับปรุง 2560) เริ่มปฏิบัติวันที่ 1 มกราคม 2562 รวม 6 ฉบับ

- มาตรฐานการรายงานทางการเงิน 3 ฉบับ และการตีความมาตรฐานการรายงานทางการเงิน 2 ฉบับ ที่มีผลบังคับใช้สำหรับงบการเงินที่มีรอบบัญชี เริ่มปฏิบัติวันที่ 1 มกราคม 2563 รวมจำนวน 5 ฉบับ

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินที่มีไว้เพื่อขาย

1) รายการทรัพย์สิน ประเภทที่ดินสำหรับพัฒนาโครงการ (รวมถึงปลูกสร้าง)

เจ้าของกรรมสิทธิ์	ชื่อโครงการ	ที่ตั้งโครงการ	เนื้อที่ (ไร่-งาน-ตร.ว.)	ราคาตลาดหรือราคาขาย (ล้านบาท)	จำนวนแปลงคงเหลือ	ภาระผูกพัน
1) บริษัท ปรีชากรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	ปรีชาไพรเวทบีช	จ.ระยอง	3-3-00	41.8	18 แปลง	ไม่มี
	ปรีชาราม 3	ถ.ราษฎร์พัฒนา	10-0-83	402.17	68 แปลง	ค้ำประกันวงเงินกู้จากสถาบันการเงิน BBL BANK
	คอนโดมิเนียม-พีจี 1 พระราม 9 (8 ชั้น)	ถ.พระราม 9	372.52 ตร.ม.	28.78	6 ยูนิต	ไม่มี
2) บริษัท รวยล้านล้าน จำกัด	คอนโดมิเนียม-พีจี 2 พระราม 9	ถ.พระราม 9	47.35 ตร.ม.	4.01	1 ยูนิต	ไม่มี

2) รายการทรัพย์สิน ประเภทที่ดินรอการพัฒนา

เจ้าของกรรมสิทธิ์	ที่ตั้งโครงการ	เนื้อที่ดิน (ไร่-งาน-ตร.ว.)	ราคาประเมิน/ ราคาทุน (ล้านบาท)	ผู้ประเมิน ราคา	ภาระ ผูกพัน
บริษัท ปรีชากรุป จำกัด (มหาชน)	ถ.ร่มเกล้า	20-0-0	30.00	บจก.ชาลแมนน์ (ฟาร์อีสท์)	ไม่มี
บริษัท เฮาส์ซิ่ง คอมเพล็กซ์ จำกัด	มีนบุรี (แสนแสบ)	2-0-0	1.83	-	ไม่มี

4.2 ทรัพย์สินที่มีไว้เพื่อการลงทุน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทมีทรัพย์สินที่มีไว้เพื่อการลงทุน ดังนี้

เจ้าของกรรมสิทธิ์	ชื่อโครงการ	ที่ตั้ง โครงการ	เนื้อที่ (ไร่-งาน- ตร.ว.)	จำนวน	ราคา ประเมิน (ล้านบาท)	ผู้ประเมิน ราคา	ภาระ ผูกพัน
บริษัท ปรีชากรุป จำกัด (มหาชน)	ปรีชาคอมเพล็กซ์	ถ.รัชดาภิเษก	0-3-63.6	16 ชั้น (รวมชั้น ใต้ดิน)	341.70	บจก.จี.พี.วี. โก ลบอล พร็อพ เพอร์ตี้ แวกูเอชั่น	LH Bank
บริษัท เฮาส์ซิ่ง คอมเพล็กซ์ จำกัด	คอนโดมิเนียม-พีจี 1 พระราม 9 (15 ชั้น)	ถ.พระราม 9	0-0-63.77	1 ห้องชุด	17.35	บจก.จี.พี.วี. โก ลบอล พร็อพ เพอร์ตี้ แวกูเอชั่น	ไม่มี

4.3 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อย ที่ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ รวม 3 บริษัท มูลค่ารวม 130.09 ล้านบาท สัดส่วนเงินลงทุนในบริษัทย่อยทั้งหมดคิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์ ของสินทรัพย์รวม โดยบริษัทถือหุ้น 100 เปอร์เซ็นต์ ในแต่ละบริษัทย่อย

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทมีคดีความจากการถูกฟ้องร้องจำนวน 3 คดี

คดีที่ 1 ฐานความผิดให้เพิกถอนนิติกรรมการโอนที่ดินเป็นสาธารณะประโยชน์ ดูแลสาธารณูปโภค และบริการสาธารณะ และดำเนินการขออนุญาตจัดสรรที่ดินโครงการ คดีอยู่ระหว่างพิจารณาศาลอุทธรณ์



คดีที่ 2 ทุนทรัพย์ 259.44 ล้านบาท ศาลชั้นต้นได้มีคำพิพากษาตามสัญญาประนีประนอมยอมความ โดยให้บริษัทจัดทำสาธารณูปโภคตามฟ้องให้แล้วเสร็จภายใน 6 เดือน

คดีที่ 3 บริษัทและบริษัทย่อยถูกฟ้องร้องเรียกให้โอนกรรมสิทธิ์สาธารณูปโภคโครงการแห่งหนึ่ง ฐานความผิดสัญญาจะซื้อขาย ค้ำประกัน โอนกรรมสิทธิ์ส่วนกลาง ค่าเสียหาย คดีอยู่ระหว่างยื่นอุทธรณ์คำพิพากษาของศาลชั้นต้น

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญ

6.1 ข้อมูลทั่วไป

ในปี พ.ศ. 2518 ถึงปัจจุบัน หมู่บ้านปรีชา ได้ริเริ่มและพัฒนาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เกือบทุกรูปแบบกว่า 20 โครงการ ทั้งประเภทหมู่บ้านจัดสรร ทาวน์เฮาส์ อาคารพาณิชย์ อาคารสำนักงาน บ้านพักตากอากาศ โรงแรมและรีสอร์ท ซึ่งตลอดระยะเวลากว่า 40 ปี ทำให้ชื่อเสียงของหมู่บ้านปรีชา เป็นที่เชื่อถือและไว้วางใจจากประชาชนมาโดยตลอด และเพื่อให้ง่ายต่อการบริหารธุรกิจและองค์กรหมู่บ้านปรีชา ภายหลังจึงได้มีการปรับตัวที่ถือว่าเป็นครั้งสำคัญที่สุด คือ การได้รวมกลุ่มบริษัทในเครือ ทั้งหมด 9 บริษัท เข้าเป็นหนึ่งเดียว เมื่อวันที่ 3 มกราคม 2537 โดยมี บริษัท พัฒนาการ โภชนาการ จำกัด เป็นบริษัทแม่ ซึ่งต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ปรีชา กรุ๊ป จำกัด เมื่อวันที่ 25 ตุลาคม 2537 ทั้งนี้ เพื่อให้การบริหารงานของบริษัทมีความเป็นปึกแผ่นและมีฐานความมั่นคงในด้านการเงินมากยิ่งขึ้น จึงได้กำหนดให้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 5 ล้านบาท เป็น 500 ล้านบาท เมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2537

จากความสำเร็จเหล่านี้ ทำให้คณะกรรมการของบริษัทมั่นใจในการที่พัฒนาโครงการใหม่ๆ ขึ้นมาเพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภค และเพื่อให้ประชาชนทั่วไป ได้เข้ามามีส่วนร่วมในความสำเร็จของกลุ่ม บริษัท ปรีชากรุ๊ป คณะกรรมการบริษัทจึงมีมติให้นำ บริษัท ปรีชา กรุ๊ป จำกัด จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน โดยเปลี่ยนเป็น บริษัท ปรีชา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 5 มิถุนายน 2538 และเมื่อวันที่ 18 เมษายน 2539 ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้อนุมัติให้หุ้นสามัญของบริษัททำการซื้อ-ขายในตลาดหลักทรัพย์ได้ ในหมวดอสังหาริมทรัพย์ โดยใช้ชื่อย่อว่า PRECHA

1) บริษัทที่ออกหลักทรัพย์

ชื่อบริษัท : บริษัท ปรีชา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
Preecha Group Public Company Limited
ลักษณะการประกอบธุรกิจ : พัฒนาอสังหาริมทรัพย์
ทุนจดทะเบียน : 336,000,000 บาท



ที่ตั้งสำนักงาน : เลขที่ 1919 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง
กรุงเทพมหานคร 10250

เลขทะเบียนบริษัท : บมจ.553

โทรศัพท์ : 02-722-8855

โทรสาร : 02-722-8844

เว็บไซต์ : www.preecha.com

2) บริษัทย่อย

ชื่อบริษัท : บริษัท เฮ้าส์ซิ่ง คอมเพล็กซ์ จำกัด

ลักษณะการประกอบธุรกิจ : พัฒนาอสังหาริมทรัพย์

ทุนจดทะเบียน : 100,000,000 บาท

ที่ตั้งสำนักงาน : เลขที่ 1919 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง
กรุงเทพมหานคร 10250

โทรศัพท์ : 02-722-8855

โทรสาร : 02-722-8844

ชื่อบริษัท : บริษัท รวยล้านล้าน จำกัด

ลักษณะการประกอบธุรกิจ : พัฒนาอสังหาริมทรัพย์

ทุนจดทะเบียน : 20,000,000 บาท

ที่ตั้งสำนักงาน : เลขที่ 1919 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง
กรุงเทพมหานคร 10250

โทรศัพท์ : 02-722-8855

โทรสาร : 02-722-8844

ชื่อบริษัท : บริษัท พี.บี.เอสเตท จำกัด

ลักษณะการประกอบธุรกิจ : พัฒนาอสังหาริมทรัพย์

ทุนจดทะเบียน : 2,000,000 บาท

ที่ตั้งสำนักงาน : เลขที่ 1919 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง
กรุงเทพมหานคร 10250

โทรศัพท์ : 02-722-8855

โทรสาร : 02-722-8844



3) นายทะเบียนหลักทรัพย์

ชื่อบริษัท : บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ที่ตั้งสำนักงาน : อาคารสถาบันวิทยาการตลาดทุน
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2/1 หมู่ที่ 4 (โครงการนอร์ธปาร์ค) ถนนวิภาวดีรังสิต กม.27
แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร 10210
โทรศัพท์ : 02-596-9000
โทรสาร : 02-832-4994-5
ชื่อบริษัท : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ที่ตั้งสำนักงาน : 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร
10400
โทรศัพท์ : 02-009-9000
โทรสาร : 02-009-9991

4) ผู้สอบบัญชี

ชื่อบริษัท : บริษัท พีวี ออดิท จำกัด
ที่ตั้งสำนักงาน : 100/19 ชั้น 14 อาคารว่องวานิชบี ถนนพระราม 9
แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310
ผู้สอบบัญชี : นางสาวชมภูณัฐ แซ่दै
ผู้สอบบัญชีอนุญาต เลขทะเบียน 8382
โทรศัพท์ : 02-645-0080
โทรสาร : 02-645-0020

5) ผู้ตรวจสอบภายใน

ชื่อบริษัท : บริษัท ไอ.เอ.พี อินเทอร์เน็ต ออดิท จำกัด
ที่ตั้งสำนักงาน : 976/10 ซอยแสงแจ่ม ถนนพระราม 9 แขวงบางกะปิ
เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310
ผู้ตรวจสอบ : นายวัฒนา จันทน์นาคิน
โทรศัพท์ : 02-408-4366
โทรสาร : 02-408-4367



6) ที่ปรึกษากฎหมาย

ชื่อ-นามสกุล : นายสมชาย เลิศวิริยจิตต์
ที่ตั้งสำนักงาน : 294-296 ถนนพระราม 4 ซอยจุฬา 38 แขวงวังใหม่
เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร

7) ช่องทางการติดต่อสอบถาม/ ช่องทางนักลงทุนสัมพันธ์

ชื่อ-นามสกุล : นางจุฑาทิพย์ วันไชย
ชื่อบริษัท : บริษัท ปรีชา กรุป จำกัด (มหาชน)
ที่ตั้งสำนักงาน : เลขที่ 1919 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง
กรุงเทพมหานคร 10250
โทรศัพท์ : 02-722-8855
โทรสาร : 02-722-8844
เว็บไซต์ : www.preecha.com

8) ช่องทางการร้องเรียน/ ช่องทางการแจ้งเบาะแส

ชื่อบริษัท : บริษัท ปรีชา กรุป จำกัด (มหาชน)
ที่ตั้งสำนักงาน : เลขที่ 1919 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง
กรุงเทพมหานคร 10250
โทรศัพท์ : 02-722-8855
โทรสาร : 02-722-8844
เว็บไซต์ : www.preecha.com

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่นที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุน

- ไม่มี