

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ**1.1 วิสัยทัศน์และพันธกิจของบริษัท****วิสัยทัศน์ของบริษัท**

ปริณสิริ มุ่งมั่นในการพัฒนามาตรฐานการจัดการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เชิงรุกสู่การเป็นผู้นำในการสร้างสรรค์ "บ้าน" สำหรับสร้างครอบครัวชุมชน และคุณภาพชีวิตที่สมบูรณ์แบบ

พันธกิจของบริษัท

- การสร้างคุณภาพชีวิตในการทำงานที่สมบูรณ์แบบมีความสุขและส่งเสริมการฝึกอบรมวิจัยและพัฒนาด้านธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพื่อการสร้างนวัตกรรมด้านที่อยู่อาศัยสำหรับอนาคตอย่างต่อเนื่อง
- การพัฒนาระบบมาตรฐานการปฏิบัติงานในด้านการออกแบบการก่อสร้างและการบริหารจัดการที่น่าเชื่อถือและความเป็นมืออาชีพระดับสากล
- การมุ่งเน้นการสร้างความปลอดภัยและความพึงพอใจให้กับลูกค้า คู่ค้า และผู้ถือหุ้นรวมถึงการมุ่งเน้น ในการคืนกำไรสู่ชุมชน สังคม และประเทศ

1.2 ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย

- ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัท ปริณสิริ จำกัด (มหาชน)

บริษัทจดทะเบียนจัดตั้งเมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2543 ภายใต้ชื่อ บริษัท ปริณสิริ (2000) จำกัด และได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน จำกัด เมื่อวันที่ 30 มีนาคม 2547 โดย ณ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีทุนจดทะเบียน 1,220.01 ล้านบาท และมีทุนชำระแล้ว 1,220.01 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 1,220.01 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ประเภทหมู่บ้านจัดสรร และอาคารชุดพักอาศัย ซึ่งบริษัทจะเป็นผู้พัฒนาโครงการและเป็นเจ้าของโครงการ ภายใต้สโลแกน "The Art of Living" โดยที่ผ่านมาบริษัท ได้รับรางวัลการออกแบบบ้านดีเด่น "Awards of Merit" ในปี 2544 และปี 2547 จากงาน PCBC (Pacific Coast Builders Conference) ประเทศสหรัฐอเมริกา อีกทั้งยังได้รับรางวัลชมเชย, รางวัลระดับดี "โครงการบ้านจัดสรรอนุรักษ์พลังงาน ปี 2550 และปี 2551" ตามลำดับจาก กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน กระทรวงพลังงาน และรางวัล BCI Asia Top 10 Developers Awards รางวัลชนะเลิศ Think of Living People's Choice Awards สาขา Best Housing Facilities ในปี 2559 ที่ผ่านมา ภายใต้แนวความคิด "PRINSIRI Oxygen Community" ปัจจุบันบริษัทเป็นผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่ได้รับการยอมรับ และความไว้วางใจจากผู้บริโภค ภายใต้ตราสินค้า "ปริณสิริ" ในปี 2559 บริษัทมีรายได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์ประเภทหมู่บ้านจัดสรร 2,827.90 ล้านบาท

ผลิตภัณฑ์ของบริษัท แบ่งออกได้ ดังนี้

(1) ประเภทหมู่บ้านจัดสรร แบ่งออกเป็นแต่ละเฉพาะตัวผลิตภัณฑ์และกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม โดยจะใช้ชื่อโครงการที่แตกต่างกัน ออกไปและสามารถแบ่งได้ ดังนี้

ประเภท	แบรนด์	ระดับราคา	กลุ่มลูกค้า
1.1 บ้านเดี่ยว/บ้านแฝด (Single Detached House/Duplex House)	- ปริณญ์ (PRINN)	ตลาดบนและกลางราคาประมาณ	รายได้ปานกลาง - สูง
	- ซีเรน (Zerene)	5.00 ล้านบาท/หน่วยขึ้นไป	
	- อิคอนเนเจอร์ (Iconature)		
1.2 ทาวน์เฮ้าส์/ทาวน์โฮม (Town House/Town Home)	ทาวน์เฮ้าส์ 3 ชั้น	ราคาประมาณ 7.99 ล้านบาท/หน่วย	รายได้ปานกลาง - สูง
	- โคราซอน (CORAZON)		
	- ซิกเนเจอร์ (Signature)	ราคาประมาณ 3.00 - 5.00 ล้านบาท/หน่วย	รายได้ปานกลาง
	ทาวน์เฮ้าส์ 2 ชั้น	ระดับราคาประมาณ 2.00 - 3.00 ล้านบาท/หน่วย	รายได้ปานกลาง
	- ซิตี้เซนส์ (Citysense)		

(2) ประเภทอาคารชุดพักอาศัย (Condominium) ซึ่งแบ่งออกเป็นแต่ละเฉพาะตัวผลิตภัณฑ์และกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม โดยจะใช้ชื่อโครงการที่แตกต่างกันออกไป และสามารถแบ่งได้ ดังนี้

ประเภท	แบรนด์	ระดับราคา	กลุ่มลูกค้า
2.1 อาคารชุดพักอาศัยประเภทระดับความสูงของอาคารไม่เกิน 23 เมตร (Low Rise)	บริดจ์ (BRIDGE) เซล (Zelle) เดอะไพรด์ (The Pride) สมาร์ต Z (NonBOI) (Smart Z) - สมาร์ต (Smart)	ราคาประมาณ 1.23 - 3.60 ล้านบาท หน่วย ราคาประมาณ 1.00 ล้านบาท/หน่วย	รายได้ปานกลาง-สูง รายได้ปานกลาง-สูง
2.2 อาคารชุดพักอาศัยประเภทระดับความสูงของอาคารเกิน 23 เมตร (High Rise)	เดอะคอมพลีท (The Complete)	ราคาประมาณ 3.00 - 12.00 ล้านบาท/หน่วย หน่วย	รายได้ปานกลาง-สูง

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจของบริษัทบริษัทมุ่งเน้นความเป็นหนึ่งในผู้นำด้านพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ไทย รวมทั้งการได้การยอมรับและความไว้วางใจจากผู้บริโภคภายใต้ตราสินค้า "ปริณสิริ" และมีเป้าหมายในการขยายโครงการในอนาคต ที่ยังคงเน้นการพัฒนาโครงการประเภทหมู่บ้านจัดสรร และโครงการประเภทอาคารชุดพักอาศัย บริษัทตั้งเป้าหมายการจัดซื้อที่ดินและนำมาพัฒนาโครงการใหม่ ๆ ในด้านการตลาดบริษัทมีเป้าหมายที่จะสร้างการรับรู้ในตราสินค้า "ปริณสิริ" ให้มากขึ้น ดังนั้นบริษัทจึงมุ่งเน้นการคัดเลือกที่ดินในทำเลที่ดี มีความโดดเด่น การพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบโครงการ แบบบ้าน และคุณภาพของงานก่อสร้าง รวมไปถึงการคัดสรรวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ในงานก่อสร้างที่มีคุณภาพดีเหมาะสมในแต่ละโครงการ อีกทั้งยังมุ่งเน้นการบริการหลังการขายที่ดีอีกด้วย

บริษัทและบริษัทย่อยเปิดขายโครงการทั้งสิ้น 26 โครงการ มูลค่ารวมประมาณ 26,405.40 ล้านบาท ปัจจุบันมีมูลค่าที่ขายแล้วรวมประมาณ 15,083.09 ล้านบาท และในปี 2559 มียอดรับรู้รายได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์ 2,872.90 ล้านบาท โดยในปี 2559 มีโครงการเปิดใหม่ 1 โครงการ มูลค่าโครงการประมาณ 1,000 ล้านบาท ทั้งนี้ ในปี 2559 บริษัทมีงบประมาณในการจัดซื้อที่ดินเพื่อทำโครงการ ประมาณ 1,000 ล้านบาท

ในด้านการตลาดบริษัทมีเป้าหมายที่จะสร้างการรับรู้ ในตราสินค้า "ปริณสิริ" (Brand Awareness) ให้มากขึ้น โดยเน้นให้ผู้บริโภครับรู้ถึง บ้านของปริณสิริที่เป็นคำว่า "บ้าน" (Home) อย่างแท้จริง ซึ่งเป็นศูนย์รวมของครอบครัว และ ความอบอุ่นภายใต้สไตล์แกน "The Art of Living" โดยในปี 2559 บริษัทได้รับรางวัล BCI Asia Top 10 Developers Awards รางวัลชนะเลิศ Think of Living People's Choice Awards สาขา Best Housing Facilities ภายใต้แนวความคิด "PRINSIRI Oxygen Community" ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ ป้ายโฆษณา แผ่นพับ เป็นต้น เพื่อเป็นการเน้นย้ำความต้องการของผู้บริโภคในผลิตภัณฑ์ของบริษัท โดยบริษัทได้นำแนวความคิดดังกล่าวไปปฏิบัติจริงทั้งในการวางแผนโครงการ การออกแบบ และการจัดภูมิทัศน์ในแต่ละโครงการ

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ปี 2556

- จัดตั้งบริษัท เพลินนาวิ มอลล์ จำกัด เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2556 เพื่อดำเนินธุรกิจศูนย์การค้า โดยมีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 เท่ากับ 70 ล้านบาท บริษัทถือหุ้นร้อยละ 99.97 (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 ยังไม่เปิดดำเนินการเชิงพาณิชย์)
- พนักงานและผู้บริหารใช้สิทธิของซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน จากใบสำคัญแสดงสิทธิในส่วน of พนักงานและผู้บริหาร ในอัตราส่วน 1 ใบสำคัญแสดงสิทธิ เท่ากับ 1 หุ้นสามัญ โดยมีการจองซื้อหุ้นสามัญจำนวน 668,100 หุ้น และดำเนินการเพิ่มทุนชำระแล้วจาก 1,219.30 ล้านบาท เป็น 1,219.97 ล้านบาท
- จัดตั้งบริษัท ปริณ เอนเนอร์จี จำกัด เมื่อวันที่ 20 กันยายน 2556 เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์และพลังงานทดแทน โดยมีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว จำนวน 1 ล้านบาทบริษัทถือหุ้นร้อยละ 99.97 (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 ยังไม่เปิดดำเนินการเชิงพาณิชย์)



ปี 2557

- ดำเนินการเพิ่มทุนจดทะเบียน บริษัท โกร โยธา กรุ๊ป จำกัด จาก 10 ล้านบาท เป็น 60 ล้านบาท เพื่อใช้ในการลงทุนและขยายธุรกิจ
- จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท เพลินแลนด์ จำกัด ประกอบธุรกิจสวนสนุกและศูนย์การเรียนรู้สำหรับเด็กและบริษัท อีทีเทอร์ จำกัด ประกอบธุรกิจภัตตาคารร้านอาหาร ขึ้น ณ วันที่ 23 พฤษภาคม 2557 (บริษัทในเครือ บริษัท เพลินนารี มอลล์ จำกัด)
- พนักงานและผู้บริหารใช้สิทธิจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน จากใบสำคัญแสดงสิทธิในส่วนของพนักงานและผู้บริหาร ในอัตราส่วน 1 ใบสำคัญแสดงสิทธิ เท่ากับ 1 หุ้นสามัญ โดยมีการจองซื้อหุ้นสามัญจำนวน 40,000 หุ้น และดำเนินการเพิ่มทุนชำระแล้วจาก 1,219.97 ล้านบาท เป็น 1,220.01 ล้านบาท

ปี 2558

- เปิดโครงการบ้านทาวน์เฮ้าส์ ในช่วงไตรมาส 1/2558 ภายใต้ ชื่อ "City Sense งามอินทรา" มูลค่าโครงการประมาณ 600 ล้านบาท
- เปิดโครงการใหม่ forEi ศาลายา รวม 3 โครงการใหญ่ทั้งคอนโด (ภายใต้แบรนด์ Zelle ศาลายา) ในช่วงไตรมาส 1 ทาวน์เฮ้าส์ (ภายใต้แบรนด์ City sense ศาลายา) และ บ้านแนวคิดใหม่ (ภายใต้แบรนด์ Iconature ศาลายา) ในช่วงไตรมาส 3 มูลค่ารวม 3 โครงการ ประมาณ 3,400 ล้านบาท

ปี 2559

- เปิดโครงการบ้านทาวน์เฮ้าส์ ในช่วงไตรมาส 3/2559 ภายใต้ชื่อ "City Sense พระราม2-ท่าข้าม" มูลค่าโครงการประมาณ 1,000 ล้านบาท
- ได้รับรางวัล "BCI Asia TOP 10 Developers Awards 2016" บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ยอดเยี่ยมของไทยประจำปี 2016 โครงการที่ได้รับรางวัล 2 โครงการได้แก่ โครงการปริญญ์ สาทร – ราชพฤกษ์ และ โครงการซิตี้เซ็นส์ ศาลายา
- ได้รับรางวัล "THINK OF LIVING PEOPLE'S CHOICE AWARDS 2016" สาขา BEST HOUSING FACILITIES" โครงการปริญญ์ สาทร-ราชพฤกษ์

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

ปัจจุบันบริษัทปรีญสิริ จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นในบริษัทย่อยจำนวน 7 แห่ง โดยมีสัดส่วนถือหุ้นเกินกว่าร้อยละ 99 ของทุน

จดทะเบียนชำระแล้ว ได้แก่

- (1) บริษัท ปรีญเวนเจอร์ จำกัด
- (2) บริษัท โกร โยธา กรุ๊ป จำกัด
- (3) บริษัท ซีเอ็น เอสพีอาร์ (ประเทศไทย) จำกัด
- (4) บริษัท เพลินนารี มอลล์ จำกัด
- (5) บริษัท เพลินแลนด์ จำกัด
- (6) บริษัท อีทีเทอร์ จำกัด
- (7) บริษัท ปรีญ เอนเนอร์จี จำกัด

นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัท และบริษัทย่อย

บริษัทมีนโยบายแบ่งการดำเนินงาน ในบริษัทและบริษัทย่อยอย่างชัดเจน โดยดำเนินธุรกิจเป็นอิสระต่อกัน ดังนี้

- บริษัท ปรีญสิริ จำกัด (มหาชน) "บริษัท" และบริษัท ปรีญเวนเจอร์ จำกัด ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ประเภท หมู่บ้านจัดสรร และประเภทอาคารชุดพักอาศัย ซึ่งบริษัทจะเป็นผู้พัฒนาโครงการและเป็นเจ้าของโครงการ โดยเน้นการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โดยบริษัท ปรีญเวนเจอร์ จำกัด จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทเมื่อวันที่ 22 เมษายน 2548 ด้วยทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท โดยในระยะแรกเป็นการร่วมทุนกันระหว่างบริษัท และบริษัท ยูนิเวนเจอร์ จำกัด (มหาชน)ซึ่งไม่มีความเกี่ยวข้องใดๆ กับบริษัท มีการถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 51 และ 49 ตามลำดับ ปัจจุบัน บริษัท ปรีญเวนเจอร์ จำกัด มีทุนจดทะเบียน 100 ล้านบาท โดยบริษัทได้ขอซื้อหุ้นคืนจากบริษัท ยูนิเวนเจอร์ จำกัดทั้ง

หมดแล้วทำให้บริษัท เป็นผู้ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 100 ทั้งนี้ บริษัท และบริษัท ปรีญเวนเจอร์ จำกัด มีนโยบายในการดำเนินงานแยกกันอย่างชัดเจนโดย

บริษัท ปรีญเวนเจอร์ จำกัด จะเน้นการลงทุนพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านเดี่ยว ทาวน์เฮ้าส์ และ คอนโดมิเนียม โดยพิจารณาจากศักยภาพความเหมาะสมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของแต่ละทำเลเป็นสำคัญ และเป็นบริษัทที่มีความชำนาญและมีประสบการณ์ในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์แนวราบมากกว่า 10 ปี จะทำหน้าที่เป็นผู้บริหารการก่อสร้าง วางแผนการขาย และการตลาด ตลอดจนการโอนสินค้าในแต่ละโครงการ

ปัจจุบันถือได้ว่าบริษัทเป็นผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่ได้รับการยอมรับ และความไว้วางใจจากผู้บริโภค ภายใต้ตราสินค้า "ปรีญสิริ" ไม่ว่าจะเป็น ด้านทำเลที่ตั้งโครงการที่เหมาะสม ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ราคาที่เหมาะสมและด้านบริการหลังการขาย บริษัทได้มีการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของบริษัทอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอดเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการของลูกค้า เช่น ทำเลที่ตั้งโครงการ การออกแบบรูปลักษณ์โครงการการวางผังโครงการ รูปแบบบ้าน ประโยชน์ใช้สอย การคัดสรรวัสดุก่อสร้าง และอุปกรณ์ตกแต่ง รวมทั้งการออกแบบจัดวางภูมิทัศน์ที่มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมในแต่ละโครงการ การนำเทคโนโลยีการก่อสร้างแบบใหม่ซึ่งจะเพิ่มประสิทธิภาพในการก่อสร้าง โดยจะลดเวลาการก่อสร้าง ที่อยู่อาศัยให้สั้นลง และควบคุมคุณภาพได้ดีขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เร็วขึ้น

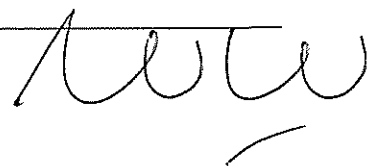
- บริษัท ไกร โยธา กรุ๊ป จำกัด ประกอบธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง และจำหน่ายวัสดุก่อสร้างประเภท ปูนซีเมนต์ สี เหล็กและไม้ เป็นต้น โดยให้บริการ และจำหน่ายสินค้าให้กับบริษัท และผู้รับเหมาก่อสร้างของบริษัทเป็นส่วนใหญ่ บริษัท ไกร โยธา กรุ๊ป จำกัด จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทเมื่อวันที่ 4 มิถุนายน 2545 ด้วยทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน 60 ล้านบาท บริษัทได้ตัดสินใจเข้าไปลงทุนในบริษัท ไกร โยธา กรุ๊ป จำกัด เพื่อต้องการเสริมสร้างศักยภาพและสร้างความเข้มแข็งในการประกอบธุรกิจ รวมถึงเพื่อเป็นการลดความเสี่ยงด้านผู้รับเหมาและลดความผันผวนของต้นทุนการก่อสร้าง

- บริษัท ซีเอ็น เอสพีอาร์ (ประเทศไทย) จำกัด จดทะเบียนจัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2550 ทุนจดทะเบียน 2 ล้านบาท ประกอบธุรกิจให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ และซื้อขายอสังหาริมทรัพย์เพื่อการพัฒนา เช่น การซื้อที่ดินและอสังหาริมทรัพย์เพื่อการค้าและการลงทุน เพื่อแสวงหากำไรจากการเพิ่มค่าของอสังหาริมทรัพย์ การให้เช่าทั้งระยะสั้นและระยะยาว รวมถึงรายได้จากการให้บริการหรือบริหารโรงแรม สถานบริการ ที่พักตากอากาศ และที่พักอาศัย เป็นต้น โดยจะเป็นบริษัทที่สร้างรายได้ที่ไม่ได้มาจากการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อขาย เช่น ค่าเช่า ให้กับบริษัท

- บริษัท เฟลินนารี มอลล์ จำกัด ประกอบธุรกิจศูนย์การค้า โดยบริษัท เฟลินนารี มอลล์ จำกัดได้มีการจัดตั้งบริษัทในเครือคือ บริษัท เฟลินแลนด์ จำกัดประกอบธุรกิจสวนสนุกและศูนย์การเรียนรู้สำหรับเด็กและ บริษัท อีทเทอร์รี่ จำกัด ประกอบธุรกิจภัตตาคารร้านอาหาร ซึ่งเปิดดำเนินการธุรกิจเชิงพาณิชย์เดือนตุลาคม 2557 บริษัท เฟลินนารี มอลล์ จำกัด จดทะเบียนจัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2556 ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท ประกอบธุรกิจศูนย์การค้า ตั้งอยู่ที่ ถนนวิชรพล ซึ่งตั้งอยู่บนที่ดินที่เป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัท ปรีญสิริ จำกัด(มหาชน) ปัจจุบัน บริษัท เฟลินนารี มอลล์ จำกัด มีทุนจดทะเบียน 70 ล้านบาท โดยมี บริษัท ปรีญสิริ เป็นผู้ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 99.97

- บริษัท ปรีญ เอนเนอร์จี จำกัด ประกอบธุรกิจ ผลิตและจำหน่ายไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์และพลังงานทดแทนสำหรับบ้านพักอาศัย อาคารสำนักงาน ออกแบบก่อสร้างโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ ตลอดจนบริการดูแลบำรุงรักษาระบบไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ บริษัท ปรีญ เอนเนอร์จี จำกัด จดทะเบียนจัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 20 กันยายน 2556 ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท

บริษัท ปรีญสิริ จำกัด (มหาชน) ได้ขยายธุรกิจมาอย่างต่อเนื่อง จนปัจจุบันบริษัทมีการประกอบธุรกิจใน 7 กลุ่มธุรกิจ โดยมีมูลค่าการลงทุนรวมในบริษัทที่ประกอบธุรกิจหลักดังกล่าวเกินกว่าร้อยละ 99 ซึ่งสัดส่วนการถือหุ้นตามรายละเอียดดังนี้

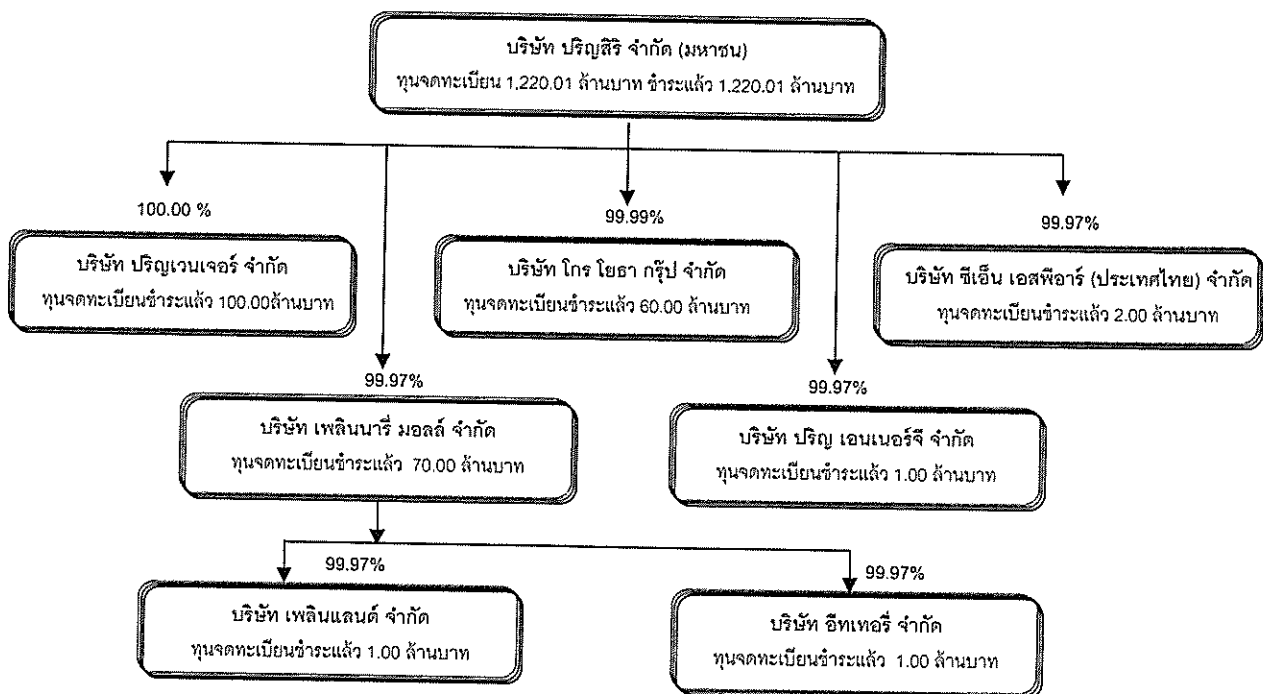


สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท บริษัทย่อย และบริษัทร่วม

บริษัทย่อย / บริษัทร่วม / บริษัทในเครือ	ร้อยละการถือหุ้นของบริษัท	การประกอบธุรกิจ
1. บริษัท ปริญเวนเจอร์ จำกัด	100	พัฒนาอสังหาริมทรัพย์
2. บริษัท โกร โยธา กรุ๊ป จำกัด	99.99	รับเหมาก่อสร้างและจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง
3. บริษัท ซีเอ็น เอสฟิอาร์ (ประเทศไทย) จำกัด	99.97	ให้เช่าคลังสินค้าและศูนย์รวมกิจกรรมที่จอดรถพัฒนา
4. บริษัท เพลินนารี มอลล์ จำกัด	99.97	ศูนย์การค้า
5. บริษัท เพลินแลนด์ จำกัด	99.97*	กิจการสวนสนุกและศูนย์การเรียนรู้สำหรับเด็ก
6. บริษัท ฮีทเธอร์ จำกัด	99.97*	กิจการภัตตาคารร้านอาหาร
7. บริษัท ปริญ เอนเนอร์จี จำกัด	99.97	ผลิตและจำหน่ายไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์และพลังงานทดแทน

หมายเหตุ * บริษัทเพลินนารี มอลล์ จำกัด เป็นผู้ถือหุ้น

ผังโครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท และบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559

PRIN
SIRI

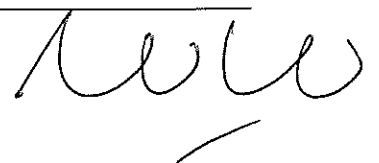
ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

ตารางแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับการดำรงตำแหน่งของผู้บริหารและผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559

รายชื่อ	บริษัท ปรีญศิริ จำกัด (มหาชน)	บริษัท โกร ไชธา กรุ๊ป จำกัด	บริษัท ปรีญเวนเจอร์ จำกัด	บริษัทย่อย		บริษัท เพลินนาเรีย มอลล์ จำกัด	บริษัท เพลินแลนด์ จำกัด	บริษัท อิตเทอริ จำกัด
				บริษัท ซีเอ็น เอสพีอาร์ (ประเทศไทย) จำกัด	บริษัท ปรีญ เอนเนอร์จี จำกัด			
ศ.ดร.วรภัทร ไตรชนะเกษม	/ X 0							
รศ.อัญชลี พิพัฒน์เจริญ	/ , S , @							
ผศ.มนต์ผกา วงษา	/ S , 0							
รศ.วิทยา ตำนานำรงกุล	/ , S , @							
นางสาวสิริลักษณ์ ไกรวิจิตรชัย	/ , // , 0							
นายอุเทน คงสุนทรกิจกุล	/ , // , 0				/ , //			
นายชัยรัตน์ ไกรวิจิตรชัย	// , 0		//				//	//
นายขวัญชัย มงคลกิจทวีผล	/ , // , 0	/ , //		/ , //				
นายชาวี ไกรวิจิตรชัย		/ , //	/ , //					
นายชัยวุฒิ ไกรวิจิตรชัย*	// , 0	/ , //						
นางสาวพัชรี ไกรวิจิตรชัย	// , 0					/ , //	/ , //	/ , //
นางสาวนิภา อภิรัตน์รุ่งเรือง					/ , //			
นายปรีญญา ไกรวิจิตรชัย					/ , //			

หมายเหตุ : / = กรรมการ, X = ประธานกรรมการ, // = กรรมการบริหาร, 0 = ผู้บริหาร, S = กรรมการตรวจสอบ, @ = กรรมการอิสระ

* กรรมการลาออก ณ 30 มิถุนายน 2559



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท ปรีญศิริ จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ประเภทหมู่บ้านจัดสรร และประเภทอาคารชุดพักอาศัยมีโครงการที่เปิดดำเนินการในปี 2559 จำนวน 1 โครงการ ลักษณะเป็นทาวน์เฮ้าส์จากการมุ่งเน้นความเป็นหนึ่งในผู้นำด้านพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ไทย จึงทำให้ได้รับการยอมรับ และความไว้วางใจจากผู้บริโภคภายใต้ตราสินค้า "ปรีญศิริ"

สรุปโครงสร้างรายได้ของบริษัทและบริษัทย่อยโดยมีรายได้มาจากผลิตภัณฑ์ 3 ประเภท ได้แก่ 1.บ้านเดี่ยว/บ้านแฝด 2.ทาวน์เฮ้าส์/โฮมออฟฟิศ และ 3.อาคารชุดพักอาศัย โดยโครงสร้างรายได้ของการขายอสังหาริมทรัพย์แต่ละประเภทประจำปี 2557 - ปี 2559 มีรายละเอียดดังนี้

โครงสร้างรายได้ของบริษัท และบริษัทย่อย

โครงสร้างรายได้ของบริษัท และบริษัทย่อย ได้จัดแสดงรายละเอียดสำหรับ ปี 2557 ปี 2558 ปี 2559 ดังนี้

รายได้	ผู้ดำเนินการ	2557		2558		2559	
		งบการเงินรวม		งบการเงินรวม		งบการเงินรวม	
		ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
บ้านเดี่ยวตลาดบน	บริษัท	508.15	20.34	554.36	20.86	571.70	18.62
บ้านเดี่ยวตลาดกลาง/บ้านแฝด	บริษัท	546.34	21.86	360.72	13.57	682.97	22.48
ทาวน์เฮ้าส์/โฮมออฟฟิศ	บริษัท/ปรีญเวนเจอร์	638.03	25.63	808.04	30.39	1,061.44	34.95
อาคารชุดพักอาศัย	บริษัท/ปรีญเวนเจอร์	680.31	27.22	759.74	28.58	556.79	18.33
รวมรายได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์	บริษัท/ปรีญเวนเจอร์	2,372.83	94.95	2,482.86	93.39	2,872.90	94.58
รายได้จากการให้เช่าและบริการ	เพลินนารี	35.17	1.41	132.46	4.98	133.78	4.41
รายได้จากการขายสินค้า	โกโรโยธา	27.78	1.11	23.67	0.89	11.66	0.39
รายได้จากการรับเหมาก่อสร้าง	โกโรโยธา	23.09	0.92	0.00	0.00	0.00	0.00
รายได้อื่น	บริษัท/บริษัทย่อย	40.14	1.61	19.75	0.74	18.99	0.62
รวมรายได้ทั้งสิ้น		2,499.01	100.00	2,658.74	100.00	3,037.23	100.00

หมายเหตุ : บ้านเดี่ยวตลาดบน ราคาขายตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป

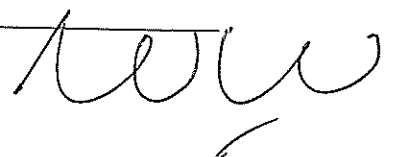
บ้านเดี่ยวตลาดกลาง ราคาขายตั้งแต่ 4.50 - 10 ล้านบาท

บริษัทและบริษัทย่อยมีรายได้ส่วนใหญ่จากการขายอสังหาริมทรัพย์ โดยในปี 2557 ปี 2558 และปี 2559 บริษัทและบริษัทย่อยมีรายได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์คิดร้อยละ 94.95 ร้อยละ 93.39 และ ร้อยละ 94.58 ของรายได้รวมตามลำดับ และในปี 2557 บริษัทมีรายได้จากการขายบ้านเดี่ยว,ทาวน์เฮ้าส์ และอาคารชุดพักอาศัยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 42.20 ,ร้อยละ 25.53 และร้อยละ 27.22 ของรายได้รวมตามลำดับ ใน ปี 2558 บริษัทมีรายได้จากการขายบ้านเดี่ยว,ทาวน์เฮ้าส์ และอาคารชุดพักอาศัย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 34.42,ร้อยละ 30.39 และร้อยละ 28.58 ของรายได้รวม ตามลำดับ และในปี 2559 บริษัทมีรายได้จากการขายบ้านเดี่ยว,ทาวน์เฮ้าส์ และอาคารชุดพักอาศัย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 41.30 ร้อยละ 34.95 และร้อยละ 18.33 ของรายได้รวมตามลำดับ

ในปี 2557 บริษัทมียอดขายรายได้จากการขายบ้านเดี่ยวสูงกว่าทาวน์เฮ้าส์และอาคารชุด เนื่องจากมีการโอนประมาณ 6 โครงการ ซึ่งมีมูลค่า 1,054.49 ล้านบาท ในปี 2558 บริษัทมียอดขายรายได้จาก การขายบ้านเดี่ยวสูงกว่าทาวน์เฮ้าส์และอาคารชุด ซึ่งมีมูลค่า 915.08 ล้านบาท และในปี 2559 บริษัทมีรายได้จากการขายบ้านเดี่ยวสูงกว่าทาวน์เฮ้าส์และอาคารชุดพักอาศัย ซึ่งมีมูลค่า 1,254.67 ล้านบาท

บริษัทและบริษัทย่อยมีรายได้จากการขายวัสดุก่อสร้างประเภท ปูนซีเมนต์ สี เหล็ก ไม้ และการก่อสร้าง เป็นต้น โดยในปี 2557 ปี 2558 และในปี 2559 มีสัดส่วนการขายสินค้าร้อยละ 1.11 ร้อยละ 0.89 และร้อยละ 0.39 ของรายได้รวมตามลำดับ

ในปี 2557 ปี 2558 และในปี 2559 บริษัทมีรายได้ในส่วนใหญ่มากจากเงินค่าจ้างบ้านที่ลูกค้าที่ไม่มาทำสัญญาเมื่อถึงกำหนดเวลา และค่ามัดจำที่ลูกค้าชำระค่าธรรมเนียมหนึ่งแล้วหยุดชำระโดยไม่มาติดต่อบริษัท



ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทประกอบธุรกิจด้านการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ประเภทหมู่บ้านจัดสรร แบบบ้านสร้างเสร็จก่อนขาย และประเภทอาคารชุดพักอาศัย เพื่อจำหน่าย โดยบริษัทจะเป็นผู้พัฒนาและเป็นเจ้าของโครงการ สำหรับทำเลที่ตั้งโครงการที่เลือกนำมาพัฒนานั้น ส่วนใหญ่จะเป็นกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งอยู่ใกล้แหล่งชุมชนที่มีระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการต่างๆ ไร้รองรับการพัฒนาอย่างครบครัน ทั้งระบบไฟฟ้า ระบบการประปา การสื่อสาร การคมนาคมขนส่งที่สะดวก ผลิตภัณฑ์ทุกประเภทที่บริษัททำการพัฒนาจะใช้ตราสินค้า "ปรีณสิริ" ภายใต้แนวความคิด "The Art of Living" โดยใช้สัญลักษณ์ตราสินค้าของบริษัท



บริษัทให้ความสำคัญกับคุณภาพสินค้าเป็นอย่างมาก โดยผลงานทุกรายละเอียด ทุกความประณีต ด้วยวัสดุคุณภาพที่คัดสรรด้วยความตั้งใจในทุกองค์ประกอบของบ้าน อีกทั้งยังมีการตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในทุกๆ ขั้นตอน รวมทั้งมีการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการของลูกค้า



ปัจจุบันการขายผลิตภัณฑ์ของบริษัท จะให้ชำระเงินจอง เงินดาวน์ และเงินทำสัญญา จากลูกค้ารวมทั้งสิ้นประมาณร้อยละ 5-10 ของราคาขาย สำหรับระยะเวลาการผ่อนชำระเงินดาวน์ประมาณ 3 - 12 เดือน ขึ้นอยู่กับระยะเวลาการก่อสร้างและการตกลงกันระหว่างลูกค้ากับบริษัท การส่งมอบบ้านและการโอนกรรมสิทธิ์ให้กับลูกค้าจะกำหนดในวันจองและจะระบุไว้ในสัญญาจะซื้อขาย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความพร้อมของลูกค้าแต่ละรายด้วย

รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ในแต่ละประเภทมีดังนี้




1. ประเภทหมู่บ้านจัดสรร

การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทหมู่บ้านจัดสรรเพื่อจำหน่ายของบริษัทนั้น เป็นการพัฒนาโครงการในลักษณะแนวราบ ซึ่งตัวผลิตภัณฑ์จะมีลักษณะเป็นบ้านหรืออาคารที่สูง ไม่เกิน 4 ชั้น โดยรูปแบบบ้านหรืออาคาร และรูปแบบโครงการ ในแต่ละโครงการจะแตกต่างกันออกไปตามความเหมาะสมของสถานที่ตั้งของโครงการและความต้องการของลูกค้าซึ่งในแต่ละโครงการที่บริษัทพัฒนานั้นจะมีสาธารณูปโภคโครงการอย่างครบครัน โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวกและการรักษาความปลอดภัย เช่น สโมสร์ สระว่ายน้ำ สวนสาธารณะ ระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น ทั้งนี้โครงการประเภทหมู่บ้านจัดสรรของบริษัทยังสามารถแบ่งย่อยตามลักษณะเฉพาะตัวผลิตภัณฑ์และกลุ่มลูกค้าเป้าหมายแต่ละกลุ่ม โดยจะใช้ชื่อโครงการที่ต่างกันออกไป ดังนี้

บ้านเดี่ยว (Single Detached House)

1.1.1 บ้านเดี่ยวตลาดบน	ตราสัญลักษณ์โครงการ	 PRINN
	ชื่อโครงการ	ปรีณญ์
1.1.2 บ้านเดี่ยวตลาดกลางถึงบน	ตราสัญลักษณ์โครงการ	 Zerene iconature
	ชื่อโครงการ	ซีริน และ อิคอนเนเจอร์

ทาวน์เฮ้าส์และโฮมออฟฟิศ (Town House & Home Office)

1.1.3 ทาวน์โฮม แบบ 3 ชั้น	ตราสัญลักษณ์โครงการ	 CORAZON
	ชื่อโครงการ	โคราซอน
1.1.4 ทาวน์โฮมแบบ 3 ชั้น	ตราสัญลักษณ์โครงการ	 SIX nature
	ชื่อโครงการ	ซิกเนเจอร์
1.1.5 ทาวน์เฮ้าส์แบบ 2 ชั้น	ตราสัญลักษณ์โครงการ	 CITY
	ชื่อโครงการ	ซิตีเซนต์

2. ประเภทอาคารชุดพักอาศัย(Condominium)

การพัฒนาล้างหรือทรัพย์สินประเภทอาคารชุดพักอาศัยเพื่อจำหน่ายของบริษัทนั้นเป็นการพัฒนาโครงการในลักษณะแนวสูง โดยรูปแบบอาคารชุดพักอาศัย และรูปแบบโครงการ ใน

แต่ละโครงการจะแตกต่างกันออกไปตามความเหมาะสมของที่ตั้งของโครงการ และความต้องการของลูกค้า ซึ่งในแต่ละโครงการที่บริษัทพัฒนาขึ้นจะมีสาธารณูปโภคโครงการอย่างครบครัน โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวกและการรักษาความปลอดภัย เช่น สระว่ายน้ำล้อมรอบด้วยสวน ลิฟท์ ระบบงานดาวเทียม ระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น ทั้งนี้ บริษัทได้แบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์ออกเป็น 3 ตลาดสินค้า เพื่อให้ชัดเจนในการวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์และง่ายต่อการจดจำ โดยชื่อโครงการ Bridge, Smart, SmartZ, The Pride และ Zelle จะเป็นโครงการอาคารชุดพักอาศัยประเภท Low Rise Condominium (ระดับความสูงของอาคารไม่เกิน 23 เมตร) และ ชื่อโครงการ เดอะคอมพลีท The COMPLETE สำหรับโครงการอาคารชุดพักอาศัยประเภท High Rise Condominium (ระดับความสูงของอาคารเกิน 23 เมตร)

อาคารชุดพักอาศัยประเภทระดับความสูงไม่เกิน 23 เมตร (Low Rise)

ตราสัญลักษณ์โครงการ

ชื่อโครงการ

ตราสัญลักษณ์โครงการ

ชื่อโครงการ

ตราสัญลักษณ์โครงการ

ชื่อโครงการ

ตราสัญลักษณ์โครงการ

ชื่อโครงการ

ตราสัญลักษณ์โครงการ

ชื่อโครงการ

BRIDGE

บริดจ์

smartZ (Non BOI)

สมาร์ท Z

smart (BOI)

สมาร์ท คอนโด

THE PRIDE
CONDOMINIUM PATTAYA
BAY BEACHES PATTAYA BEACHES THE PRIDE

เดอะไพรด์พัทยาสาย 2



เรล

อาคารชุดพักอาศัยประเภทระดับความสูงเกิน 23 เมตร (High Rise)

ตราสัญลักษณ์โครงการ

ชื่อโครงการ



เดอะคอมพลีท

หน่วย: ล้านบาท

ส่วนที่ 1-2 หน้า 10

12/11/20

หน่วย : ล้านบาท

โครงการขายโดยผู้ถือ	ลักษณะโครงการ/พื้นที่โครงการ	รวม			ขายแล้ว			โอนแล้ว			ยอดเงินกู้ยืมการขาย - รดดอกเบี้ย			มูลค่าเงิน		ตามสัญญาที่โอนการก่อสร้าง	
		บูต	บูต	บูต	บูต	บูต	บูต	บูต	บูต	บูต	บูต	บูต	บูต	บูต	บูต	บูต	บูต
ทาวนเฮ้าส์																	
Six sense-ขายบ้านแบบ	ทาวน์โฮม 3 ชั้น (ราคา 3.90-4.10 ล้านบาท)	183	731.52	179	707.56	96.72	178	703.07	96.11	5	28.45	3.89	339.64	338.47	59.66		
Six nature ขายบ้าน	ทาวน์โฮม 3 ชั้น (ราคาเริ่มต้น 3.39 ล้านบาท)	152	562.02	57	189.83	33.78	56	185.64	33.03	96	376.38	66.97	346.32	268.80	77.62		
City sense ขายบ้าน	ทาวน์โฮม 2 ชั้น (ราคา เริ่มต้น 2.25 ล้านบาท)	369	974.95	196	490.75	50.34	195	488.20	50.07	174	486.75	49.93	502.76	391.23	77.82		
City sense บ้าน-ศาลา	ทาวน์โฮม 2 ชั้น 5-1-12.80 ไร่	95	229.01	94	225.61	98.52	94	225.61	98.52	1	3.40	1.48	93.58	93.58	100.00		
City sense บ้านเดี่ยว	ทาวน์โฮม 2 ชั้น (ราคา เริ่มต้น 2.28 ล้านบาท)	243	604.61	109	264.29	43.71	107	259.01	42.84	136	345.60	57.16	347.49	274.15	78.90		
City sense ศาลา	ทาวน์โฮม 2 ชั้น (ราคา เริ่มต้น 2.29 ล้านบาท)	459	1,279.75	104	281.13	21.97	102	274.79	21.47	357	1,004.96	78.53	558.41	264.72	47.41		
City sense บ้านเดี่ยว	ทาวน์โฮม 2 ชั้น (ราคา เริ่มต้น 2.49 ล้านบาท)	425	1,019.02	37	107.09	10.51	18	52.51	5.15	407	966.51	94.85	613.04	193.11	31.50		
Corazon ประชาชื่น	ทาวน์โฮม 3 ชั้น (ราคาเริ่มต้น 7.99 ล้านบาท)	135	886.05	39	256.10	28.90	38	249.61	28.17	97	636.45	71.83	408.34	300.26	73.53		
รวมทาวนเฮ้าส์		2,061.00	6,286.93	815	2,522.36	40.12	788	2,438.44	38.79	1,273	3,848.50	61.21	3,209.58	2,124.32	66.19		

หน่วย : ล้านบาท

[illegible]

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

ด้านการตลาด

กลยุทธ์การแข่งขัน

จากกลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy) ที่บริษัทใช้กลยุทธ์การมุ่งเน้นการสร้างแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ (Differentiation-base Focus) ทั้งยังมุ่งเน้นให้เกิดความเชื่อมั่นในบริษัทและผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภค ดังนั้น ในด้านการตลาดของบริษัทจึงมีกลยุทธ์การแข่งขัน แบ่งออกได้ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์บริษัท

บริษัทให้ความสำคัญอย่างมากในกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ โดยมุ่งเน้นการสร้างแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ภายใต้สโลแกน "The Art of Living" เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีความต้องการที่แตกต่างกัน เช่น ทำเลที่ตั้งโครงการ รูปแบบโครงการ รูปแบบบ้าน ขนาดพื้นที่ใช้สอย เป็นต้น ซึ่งบริษัทได้แยกผลิตภัณฑ์ภายใต้ชื่อโครงการที่แตกต่างกัน เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อที่อยู่อาศัยได้ตรงกับความต้องการเพื่อตอบสนองความพึงพอใจและรองรับความต้องการของลูกค้า จากการควบคุมการทำงานในทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นการเลือกทำเลที่ตั้งในการซื้อที่ดิน การออกแบบบ้าน การออกแบบโครงการและสภาพแวดล้อม การเลือกใช้วัสดุที่มีคุณภาพสินค้า และการก่อสร้าง รวมไปถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้รับการยอมรับและความเชื่อมั่นจากลูกค้าในเรื่องแบบบ้านที่สวยงาม ความลงตัวของพื้นที่ใช้สอย รูปแบบโครงการและสภาพแวดล้อมที่ร่มรื่น ความประณีตในการก่อสร้าง การเลือกใช้วัสดุที่ดีได้มาตรฐาน

2. ด้านการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์

บริษัทมีนโยบายในการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับราคาตลาด และสามารถแข่งขันได้ เปรียบเทียบกับโครงการอื่นๆ บนทำเลเดียวกันหรือใกล้เคียงกันกับโครงการของบริษัท โดยคำนึงถึงคุณภาพสินค้า และต้นทุนโครงการ เช่น ค่าที่ดิน ค่าออกแบบ ค่าก่อสร้าง ค่าใช้จ่ายทางการตลาด เป็นต้น อีกทั้งยังเน้นถึงความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่มากกว่าเมื่อเทียบกับบริษัทอื่นๆ เช่น บ้านพร้อมตกแต่งเข้าอยู่ได้ทันที เป็นต้น

3. ด้านการส่งเสริมการตลาด

กลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาด เป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งที่บริษัทให้ความสำคัญ และนำมาใช้แข่งขัน เพื่อสร้างการรับรู้ต่อตราสินค้าของบริษัท (Brand Awareness) โดยใช้เพื่อจุดมุ่งหมายให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ เพื่อเตือนการจดจำในสินค้า อีกทั้งยังช่วยสร้างความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ และภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัทอีกด้วย บริษัทได้นำเครื่องมือการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญมาใช้ ได้แก่ การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรง และการตลาดทางอ้อม เป็นต้น

บริษัทใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัท ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

กลยุทธ์ Above the Line

- โฆษณาผ่านสื่อป้ายโฆษณา (Cut out) โดยเลือกชั้นป้ายตามถนนสายสำคัญที่อยู่บริเวณโดยรอบโครงการของบริษัท เพื่อใช้ในการดึงดูดความสนใจของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่เข้ามาเยี่ยมชมโครงการ
- โฆษณาผ่านสื่อ รายการ Home Buyer Guide กับ การเจาะลึกทุกข้อมูลที่น่าสนใจของ โครงการ
- โฆษณาผ่านนิตยสาร หนังสือพิมพ์ วิทยุ
- ส่ง SMS ข้อมูลและรายละเอียดต่างๆ ของโครงการใหม่ รวมไปถึงรายการส่งเสริมการขายที่มีในขณะนั้น ไปยังโทรศัพท์มือถือของลูกค้า
- โฆษณาผ่านสื่อเว็บไซต์ www.prinsiri.com
- การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านกลุ่ม Social Network เช่น Facebook , Youtube เป็นต้น

กลยุทธ์ Below the line

- โฆษณาผ่าน Direct mail
- จัดกิจกรรมต่างๆ ให้กับลูกค้าที่อยู่ในโครงการความสัมพันธ์กับลูกค้าและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัท
- จัดบูธออกงานแสดงโครงการของบริษัท ตามสถานที่ต่างๆ เช่น งานมหกรรมบ้านและคอนโด, ห้างสรรพสินค้า และอาคารสำนักงาน เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์โครงการต่างๆ ของบริษัทให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ในปี 2552 และปี 2553 บริษัทได้สร้างตราสินค้าและทำการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการจดจำผลิตภัณฑ์ของบริษัท ภายใต้ชื่อ "Sixnature" ตราสินค้าประเภททาวน์โฮม 3 ชั้น และ ภายใต้ชื่อ "Citysense" ตราสินค้าประเภททาวน์เฮ้าส์ 2 ชั้น ในปี 2554 บริษัทได้สร้างตราสินค้าภายใต้ชื่อ "Zerene" เป็นตราสินค้าประเภทบ้านเดี่ยว ในปี 2556 บริษัทได้สร้างตราสินค้าเพิ่มขึ้น ภายใต้ชื่อ "Iconature" เป็นตราสินค้าประเภทบ้านแฝด และภายใต้ชื่อ "PRINN" เป็นตราสินค้าประเภทบ้านเดี่ยวระดับบน โดยในปี 2557 บริษัทได้เปิดตราสินค้าใหม่ ภายใต้ชื่อ "Zelle" เป็นโครงการ อาคารชุดพักอาศัย ความสูงไม่เกิน 23 เมตร (Low Rise) และ CORAZON เป็นตราสินค้าประเภททาวน์โฮมออฟฟิศระดับปานกลาง - บน

4. ด้านต้นทุนผลิตภัณฑ์

บริษัทมีการบริหารต้นทุนผลิตภัณฑ์ ที่มุ่งเน้นในการควบคุมราคาต้นทุนในการพัฒนาโครงการให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม เพื่อรักษาอัตรากำไรขั้นต้น และเพื่อให้ราคาส่งของผลิตภัณฑ์ของบริษัทอยู่ในระดับที่สามารถแข่งขันได้ โดยเริ่มตั้งแต่การคัดเลือกที่ดินและจัดซื้อที่ดินให้อยู่ในระดับราคาที่เหมาะสม การวิจัยและพัฒนาในการเลือกแบบบ้านที่เหมาะสม มีการใช้วัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์ตกแต่งที่มีคุณภาพดีและได้มาตรฐานโดยมีต้นทุนไม่เกินจากที่กำหนดไว้ การพัฒนาเทคนิคและเทคโนโลยีในการก่อสร้างเพื่อควบคุมต้นทุนในการก่อสร้าง ทั้งนี้ยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้นอีกด้วย

5. บริการหลังการขาย

เพื่อให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ของบริษัท และเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ บริษัทจึงมีบริการหลังการขายสำหรับผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทดังนี้

- รับประกันคุณภาพของบ้านเป็นระยะเวลา 1 ปี นับจากวันที่โอนกรรมสิทธิ์ให้กับลูกค้า สำหรับความบกพร่องที่เกิดจากการก่อสร้าง วัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์ตกแต่ง

ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

จากประเภทของผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซึ่งได้แก่ ประเภทหมู่บ้านจัดสรร และประเภทอาคารชุดพักอาศัย ดังนั้น ลักษณะลูกค้าของบริษัทจะเป็นลักษณะที่เป็นผู้ต้องการที่อยู่อาศัยแห่งใหม่ ลูกค้าในแต่ละรายจะมีความต้องการที่อยู่อาศัยประเภทต่างๆ เช่น บ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮ้าส์/ทาวน์โฮมออฟฟิศ และอาคารชุดพักอาศัย ที่แตกต่างกันออกไปตามเหตุผล เงื่อนไข และข้อจำกัด ทั้งนี้ ถือได้ว่าลูกค้าดังกล่าวนี้เป็นผู้บริโภคขั้นสุดท้าย (End User)

เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อที่อยู่อาศัยได้ตรงกับตามความต้องการ บริษัทจึงได้ผลิตที่อยู่อาศัยให้มีความหลากหลายเพื่อตอบสนองความพึงพอใจและรองรับความต้องการของลูกค้า โดยแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัท ดังนั้นบริษัทได้แบ่งกลุ่มลูกค้าโดยแบ่งตามรายได้ของลูกค้า ดังนี้

- 1) กลุ่มที่มีรายได้สูง สำหรับผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในกลุ่มนี้จะเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทบ้านเดี่ยวตลาดบนในชื่อโครงการ "ปริณญ์ (PRINN)"
- 2) กลุ่มที่มีรายได้ค่อนข้างสูง สำหรับผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในกลุ่มนี้ จะเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทบ้านเดี่ยวตลาดกลาง ในชื่อโครงการ "ซีรีน (Zerene)" และ "อิคอนเนเจอร์ (Iconature)" ประเภททาวน์โฮมออฟฟิศในชื่อโครงการ "โคราซอน (CORAZON)" ประเภทอาคารชุดพักอาศัย ในชื่อโครงการ "บริดจ์ (Bridge)", "เดอะไพรด์ (The Pride)", "เดอะคอมพลีท (The Complete)", "สมาร์ท Z" (SmartZ), และ "เซล (Zelle)"

3) กลุ่มที่มีรายได้ปานกลางลงไป สำหรับผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในกลุ่มนี้ จะเป็นผลิตภัณฑ์ประเภท ทาวน์โฮมในชื่อโครงการ "ซิกเนเจอร์" (Signature) และทาวน์เฮ้าส์ในชื่อโครงการ "ซิตีเซนส์" (Citysense) ประเภทอาคารชุดพักอาศัย ในชื่อโครงการ "สมาร์ท คอนโด" (Smart Condo)

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทจำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยผ่านช่องทางการจำหน่ายแบบช่องทางตรง และเป็นการขายโดยพนักงานขายของบริษัทซึ่งประจำอยู่ที่สำนักงานขายตามโครงการต่างๆ นอกจากนี้ บริษัทมีการขายผ่านพนักงานขายของบริษัทโดยการออกจัดงานแสดงสินค้าตามสถานที่ต่างๆ ที่สำคัญเป็นครั้งคราวอีกด้วย

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในอนาคต

ภาวะอุตสาหกรรม

ปี 2559 นับเป็นอีกปีที่ยากลำบากของผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์เนื่องจากปัจจัยลบสำคัญคือ เศรษฐกิจที่ชะลอตัวอย่างต่อเนื่องในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาทั้งเศรษฐกิจภายในและภายนอกประเทศ แม้ว่าในช่วงต้นปีที่ผ่านมารัฐบาลจะออกมาตรการด้านภาษีเพื่อกระตุ้นภาคธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ นับตั้งแต่วันที่ 19 ตุลาคม 58-28 เมษายน 59 นับว่าได้ผลผู้บริโภคเริ่มซื้อ เร่งโอนเพื่อรับสิทธิพิเศษจนทำให้ตลาดในช่วงดังกล่าวเติบโตขึ้นมาก แต่ภายหลังสิ้นสุดมาตรการทุกฝ่ายคาดการณ์ว่าตลาดจะชะลอตัวลงอย่างชัดเจน เนื่องจากมาตรการได้ดึงกำลังซื้อล่วงหน้าไปแล้ว แม้ว่าผู้ประกอบการต่างออกโปรโมชั่น แคมเปญแรงๆ บางรายใช้โปรโมชั่นเดียวกับมาตรการของรัฐบาลเพื่อรักษายอดขายเอาไว้

อย่างไรก็ตาม แม้ผู้ประกอบการจะพยายามกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคด้วยโปรโมชั่นแรงๆ แล้วก็ตาม แต่ด้วยภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวต่อเนื่องยาวนาน ได้จุดให้หนี้ภาคครัวเรือนปรับสูงขึ้น กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง ประกอบกับธนาคารเข้มงวดการปล่อยสินเชื่อแม้จะพยายามระบุว่าใช้เกณฑ์การพิจารณาให้สินเชื่อตามเดิมแต่ในทางปฏิบัติผู้ประกอบการต่างพูดเป็นเสียงเดียวกันว่าคุณสมบัติที่เคยขอสินเชื่อผ่านในช่วงที่ผ่านมาใช้ไม่ได้ในปัจจุบัน อีกทั้งยังให้สินเชื่อต่อรายได้ต่อเดือนลดลงเช่นจากเดิมให้ 50-60 เท่าของรายได้คงเหลือต่อเดือน ก็ปรับลงมาเหลือเพียง 30-40 เท่า โดยเฉพาะในช่วงครึ่งหลังของปี ส่งผลให้อัตราการปฏิเสธสินเชื่อเพิ่มสูงขึ้นกว่า 50% จากเดิม 25-30%

ตลาดที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดจากภาวะชะลอตัวของเศรษฐกิจ หนี้ครัวเรือน โดยเฉพาะการเข้มงวดปล่อยสินเชื่อ จุดให้ตลาดที่อยู่อาศัยระดับกลางล่าง หรือราคาบ้านต่ำกว่า 3 ล้านบาทได้รับผลกระทบ โดยเฉพาะคอนโดมิเนียมที่มีกลุ่มผู้ซื้อเป็นนักลงทุน 30-40% ขณะที่กลุ่มผู้ที่ต้องการซื้อเพื่ออยู่อาศัยจริง 60-70% นอกจากนี้ ยังเป็นสินค้าที่กลุ่มลูกค้าสามารถรอได้ไม่ต้องรีบซื้อ ทำให้เมื่อใดที่เศรษฐกิจชะลอตัวหรือมีปัจจัยลบตลาดคอนโดมิเนียมจะได้รับผลกระทบก่อนที่อยู่อาศัยประเภทอื่นเสมอ

ก่อนหน้านี้นายสัมมา คีตสิน ผู้อำนวยการศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ (ปัจจุบันเกษียณอายุ) คาดว่า ไตรมาส 4 จะมีโครงการคอนโดมิเนียม ชะลอเปิดกว่า 4,000 ยูนิต ทำให้ในปี 59 มีโครงการคอนโดมิเนียมเปิดใหม่ 20,000 ยูนิต จากเดิมคาดว่าจะมีผู้ประกอบการเปิดโครงการคอนโดมิเนียมใหม่ 24,000 ยูนิต (ที่มา: ผู้จัดการรายวัน 360 องศา วันที่ 22 พฤศจิกายน 2559 http://www.reic.or.th/News/Newspaper_Detail.aspx?newsid=53032)

ทั้งนี้ บริษัท เจเนซิส ฟอริเรียลเอสเตท แอฟแฟร์ส จำกัด ได้รายงาน ภาพรวมอสังหาริมทรัพย์ ตั้งแต่เดือน มกราคม - ธันวาคม 2559 พบว่ามีโครงการอสังหาริมทรัพย์ที่เปิดขายทั้งหมด 522,879 หน่วย มูลค่าโครงการรวม 1,912,271 ล้านบาท มีสัดส่วนของโครงการที่อยู่อาศัยคิดเป็น 100% ของจำนวนหน่วยทั้งหมด ดังนี้

จำนวนหน่วยทั้งหมด Total No. of Units								
ระดับราคา (ลบ.) Price Range (ml.Baht)	บ้านเดี่ยว Detached	บ้านแฝด Duplex	ทาวน์เฮ้าส์ Townhouse	อาคารพาณิชย์ Shophouse	อาคารชุด Condominium	ที่ดินจัดสรร Land Subdy	รวม(ที่อยู่อาศัย) Total Residential	สัดส่วน Proportion
<0.500 mil.Baht					3,367		3,367	1%
0.500-1.000	1,641		2,400		36,080	146	40,267	8%
1.001-2.000	1,162	2,356	48,365	650	87,247	669	140,449	27%
2.001-3.000	8,276	10,690	49,722	2,073	53,748	882	125,391	24%
3.001-5.000	42,557	16,237	23,596	5,507	40,084	578	128,559	25%
5.001-10.000	35,285	1,628	3,741	2,576	22,288	105	65,623	13%
10.001-20.000	5,116	10	283	487	6,748		12,644	2%
>20.000	3,177	38	42	2	3,227	93	6,579	1%
Overall	97,214	30,959	128,149	11,295	252,789	2,473	522,879	100%
Proportion	18.6%	5.9%	24.5%	2.2%	48.3%	0.5%	100%	

มูลค่าโครงการทั้งหมด Development Value (mil.Baht)								
ระดับราคา (ลบ.) Price Range (ml.Baht)	บ้านเดี่ยว Detached	บ้านแฝด Duplex	ทาวน์เฮ้าส์ Townhouse	อาคารพาณิชย์ Shophouse	อาคารชุด Condominium	ที่ดินจัดสรร Land Subdy	รวม(ที่อยู่อาศัย) Total Residential	สัดส่วน Proportion
<0.500 mil.Baht					1,207		1,207	0%
0.500-1.000	1,389		2,139		31,942	123	35,593	2%
1.001-2.000	2,178	4,056	80,900	1,203	133,280	950	222,567	12%
2.001-3.000	21,849	28,469	123,115	5,631	133,359	2,524	314,947	16%
3.001-5.000	171,234	61,385	89,517	22,330	151,261	2,265	497,992	26%
5.001-10.000	236,338	9,462	23,513	16,253	152,010	615	438,192	23%
10.001-20.000	67,831	151	3,747	6,692	94,857		173,279	9%
>20.000	99,522	1,720	2,039	58	122,831	2,325	228,494	12%
Overall	600,341	105,243	324,971	52,167	820,748	8,801	1,912,271	100%
Proportion	31.4%	5.5%	17.0%	2.7%	42.9%	0.5%	100%	

ที่มา: บริษัท เอเจนซี ฟอว์ริเยอเอสเตท แอฟแฟร์ส์ จำกัด

มูลค่าอสังหาริมทรัพย์ที่เปิดใหม่ ตั้งแต่เดือน มกราคม – ธันวาคม 2559 มีจำนวนหน่วยทั้งหมดที่เสนอขาย เป็นอาคารชุด 252,789 หน่วย มีมูลค่า 820,748 ล้านบาท คิดเป็น 43% ของมูลค่ารวม รองลงมาคือ บ้านเดี่ยวและบ้านแฝด 128,173 หน่วย มูลค่า 705,584 ล้านบาท คิดเป็น 37% ของมูลค่ารวม และอันดับที่ 3 คือ ทาวน์เฮ้าส์และอาคารพาณิชย์ 139,444 หน่วย มูลค่า 377,138 ล้านบาทคิดเป็น 20% ของมูลค่ารวม

มูลค่าอาคารชุดส่วนใหญ่เป็นกลุ่มระดับราคา 5-10 ล้านบาท มีมูลค่า 152,010 ล้านบาท คิดเป็น 19% รองลงมาคือ อาคารชุดกลุ่มระดับราคา 3-5 ล้านบาท มูลค่า 151,261 ล้านบาท คิดเป็น 18% และ อันดับที่ 3 เป็นอาคารชุดกลุ่มระดับราคา 2-3 ล้านบาท มูลค่า 133,359 ล้านบาท คิดเป็น 16% ของมูลค่ารวมอาคารชุด

สำหรับบ้านเดี่ยวและบ้านแฝด พบว่าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มระดับราคา 5-10 ล้านบาท มีมูลค่า 245,800 ล้านบาท คิดเป็น 35% อันดับสองคือ ระดับราคา 3-5 ล้านบาท มีมูลค่า 232,619 ล้านบาท คิดเป็น 33% อันดับสาม คือระดับมากกว่า 20 ล้านบาท มีมูลค่า 101,242 ล้านบาท คิดเป็น 14% ของมูลค่ารวมบ้านเดี่ยว

โดยที่ ทาวน์เฮ้าส์และอาคารพาณิชย์ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มระดับราคา 2-3 ล้านบาท มีมูลค่า 128,746 ล้านบาท คิดเป็น 34% รองลงมาคือระดับราคา 3-5 ล้านบาท มีมูลค่า 111,847 ล้านบาท คิดเป็น 30% อันดับสาม คือกลุ่มระดับราคา 1-2 ล้านบาท มีมูลค่า 82,103 ล้านบาท หรือคิดเป็น 22% ของมูลค่ารวมทาวน์เฮ้าส์

จำนวนหน่วยที่ขายได้ของเดือน มกราคม – ธันวาคม 2559

ระดับราคา (ลบ.) Price Range (ml.Baht)	จำนวนหน่วยที่ขายได้						รวม(ที่อยู่อาศัย) Total Residential	สัดส่วน Proportion
	บ้านเดี่ยว Detached	บ้านแฝด Duplex	ทาวน์เฮ้าส์ Townhouse	อาคารพาณิชย์ Shophouse	อาคารชุด Condominium	ที่ดินจัดสรร Land Subdy		
<0.500 mil.Baht					2,769		2,769	1%
0.500-1.000	1,509		1,492		25,814	21	28,836	9%
1.001-2.000	428	1,493	26,315	380	63,690	475	92,781	27%
2.001-3.000	5,283	5,378	29,032	721	38,324	364	79,102	23%
3.001-5.000	25,509	8,747	14,056	3,411	28,933	438	81,094	24%
5.001-10.000	20,449	939	2,438	1,600	16,733	63	42,222	12%
10.001-20.000	3,109	10	127	267	4,861		8,374	2%
>20.000	1,460	13	35	0	1,867	57	3,372	1%
Overall	57,687	16,580	73,495	6,379	182,991	1,418	338,550	100%
Proportion	17.0%	4.9%	21.7%	1.9%	54.1%	0.4%	100.0%	

ที่มา: บริษัท เอเจนซี ฟอร์เรียลเอสเตท แอฟแฟร์ส จำกัด

เมื่อพิจารณาถึงจำนวนหน่วยที่ขายได้ของที่อยู่อาศัยทุกประเภท พบว่าภาพรวมในช่วง 12 เดือนของปี 2559 เท่ากับ 338,550 หน่วย โดยเป็นอาคารชุดรวม 182,991 หน่วย ส่วนใหญ่อยู่ในระดับราคา 1-2 ล้านบาท คิดเป็น 35% ของอาคารชุดรวม อันดับ 2 ทาวน์เฮ้าส์ และอาคารพาณิชย์รวม 79,874 หน่วย ส่วนใหญ่อยู่ในระดับราคา 2-3 ล้านบาท คิดเป็น 37% ของทาวน์เฮ้าส์และอาคารพาณิชย์รวม และอันดับ 3 บ้านเดี่ยวและบ้านแฝดรวม 74,267 หน่วย ส่วนใหญ่อยู่ในระดับราคา 3-5 ล้านบาท คิดเป็น 46% ของบ้านเดี่ยวและบ้านแฝดรวม จะพบว่าในปี 2559 ที่ผ่านมากลุ่มลูกค้ามีการซื้ออาคารชุดสูงกว่ากลุ่มทาวน์เฮ้าส์และบ้านเดี่ยว และส่วนใหญ่อยู่ในระดับราคาระดับกลางยังมีการเจริญเติบโตและเป็นที่ต้องการของกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่

ศักยภาพในการแข่งขัน

จากประสบการณ์ ความรู้ ความสามารถ และความชำนาญ ของบริษัทในอุตสาหกรรมพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยมาอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันทำให้บริษัทถือได้ว่าเป็นผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยที่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค จากการมุ่งเน้นความเป็นเลิศของผลิตภัณฑ์และบริการ ภายใต้โลโก้ "The Art of Living" ด้วยผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีคุณภาพสูง มีความประณีต คัดสรรวัสดุคุณภาพด้วยความตั้งใจในทุกองค์ประกอบของบ้าน จนได้รับการยอมรับและความเชื่อมั่นจากลูกค้า ทำให้บริษัทมีศักยภาพสูงในการแข่งขัน และยังมีปัจจัยที่ส่งผลให้บริษัทมีความสามารถในการแข่งขันได้ ดังนี้

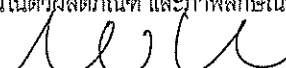
1) บริษัทมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง โดยการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพสูง เน้นรูปแบบที่ตอบสนองประโยชน์การใช้สอย ความทันสมัย ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

2) บริษัทได้รับรางวัลการออกแบบบ้านดีเด่น "Awards of Merit" ในปี 2544 และปี 2547 จากงาน PCBC (Pacific Coast Builders Conference) ประเทศสหรัฐอเมริกา อีกทั้งยังได้รับรางวัลชนะเลิศ "บ้านจัดสรรอนุรักษ์พลังงาน ปี 2550" จากกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงานกระทรวงพลังงาน และรางวัล BCI Asia Top 10 Developers Awards รางวัลชนะเลิศ Think of Living People's Choice Awards สาขา Best Housing Facilities ในปี 2559 ที่ผ่านมา โดยบริษัทฯ เล็งเห็นความสำคัญด้านพลังงานและมีความมุ่งมั่นในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม โดยได้พัฒนาประสิทธิภาพ การดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆ กับความพยายามที่จะลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในทุกกระบวนการทำงานครอบคลุมตั้งแต่การผลิตไปจนกระทั่งผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงาน ผู้รับเหมาประชาชน ในชุมชนรอบข้างโครงการเป็นต้น

3) บริษัทมีนโยบายที่เน้นการสร้างแตกต่าง (Differentiate) ในสินค้าและบริการ เพื่อสร้างรายได้เปรียบด้านการแข่งขัน

4) บริษัทมีการบริหารควบคุมต้นทุนในการก่อสร้าง โดยการบริหารการจัดซื้อ จัดจ้างได้ทันต่อความต้องการ การพัฒนาเทคนิคและเทคโนโลยีการก่อสร้าง การมีบริษัทย่อย (บริษัท โกร โยธา กรุ๊ป จำกัด) ดำเนินธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างเพื่อจัดหาวัสดุก่อสร้างเป็นผู้ผลิตแบบหลักให้กับบริษัทและผู้รับเหมาของบริษัท เป็นต้น

5) บริษัทมีการส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างการรับรู้ต่อตราสินค้าของบริษัท (Brand Awareness) โดยใช้สื่อต่างๆ ให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ เพื่อเตือนความทรงจำในสินค้า อีกทั้งยังช่วยสร้างความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ และภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัท



6) บริษัทมีการเน้นบริการหลังการขาย เพื่อให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ของบริษัท และถือเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้า

แนวโน้มอุตสาหกรรมและการแข่งขันในอนาคต

จากภาวะการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการ การประกาศกฎกระทรวง หรือพระราชบัญญัติ เกี่ยวกับที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ความเข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อของสถาบันการเงิน การประกาศแผนการลงทุนในการคมนาคมต่างๆ ของภาครัฐ รวมถึงภาวะเศรษฐกิจและการเมือง อาจส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อต้นทุนที่ดิน แรงงาน วัสดุก่อสร้าง และการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย ทั้งนี้ บริษัทได้มีการพิจารณาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อโอกาสทางธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อการปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสม โดยพิจารณาปัจจัยต่างๆ ได้แก่

1) จากการที่ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (ธอส.) เตรียมวงเงิน 30,000 ล้านบาท สนับสนุนโครงการบ้านประชารัฐ ตามนโยบายรัฐบาลที่ต้องการสร้างโอกาสให้ประชาชนทั่วไปโดยเฉพาะผู้มีรายได้น้อยที่ไม่เคยมีกรรมสิทธิ์ในที่อยู่อาศัยให้มีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง โดยวงเงิน 10,000 ล้านบาท เป็นสินเชื่อพัฒนาโครงการอัตราดอกเบี้ย 2 ปีแรก 4% ต่อปี และวงเงินอีก 20,000 ล้านบาท เป็นสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยสำหรับประชาชนทั่วไปเพื่อยื่นคำขอและทำนิติกรรมได้ภายในระยะเวลา 2 ปี นับตั้งแต่คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบ วันที่ 22 มีนาคม 2559 แบ่งเป็นกรณีที่ไม่เกิน 700,000 บาท ทั้งนี้ยังมีการให้สินเชื่อเพื่อซ่อมแซม/ต่อเติมวงเงินไม่เกิน 500,000 บาทอีกด้วย คิดอัตราดอกเบี้ยปีแรก 0% ต่อปี และกรณีวงเงินสูงกว่า 700,000 บาทแต่ไม่เกิน 1.5 ล้านบาท คิดอัตราดอกเบี้ยคงที่ปีที่ 1-3 เท่ากับ 3% ต่อปี พร้อมพิจารณาสัดส่วนความสามารถชำระหนี้ต่อรายได้ (Debt Service Ratio หรือ DSR) ในอัตราที่ผ่อนปรน ประชาชนที่มีคุณสมบัติในโครงการสามารถรับวงเงินกู้ที่สูงขึ้นเพียงพอต่อการซื้อบ้าน โดยสามารถยื่นคำขอได้ตั้งแต่วันที่ 23 มีนาคม 2559 เป็นต้นไป (ที่มา ฝ่ายสื่อสารองค์กร ธอส. วันที่ 22 มีนาคม 2559) อย่างไรก็ตามความสำเร็จของนโยบายดังกล่าวจะต้องพิจารณาถึงความเข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อรายย่อยของสถาบันการเงินด้วย

2) การประกาศใช้ราคาที่ดินประเมินใหม่ของกรมธนารักษ์ ตามที่ นายเอกวัฒน์ มานะแก้ว รองอธิบดีกรมธนารักษ์ ได้เปิดเผยถึงการที่ กรมธนารักษ์จะประกาศใช้ราคาที่ดินประเมินใหม่ทั่วประเทศ ซึ่งจะมีผลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2559 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2562 นั้น จะมีราคาประเมินที่ดินทั่วประเทศปรับขึ้นเฉลี่ย 25% ซึ่งที่ดินในเขตกรุงเทพฯจะปรับขึ้นเฉลี่ย 15% พื้นที่ปรับเพิ่มขึ้นมากเป็นแนวรถไฟฟ้าปรับขึ้นเฉลี่ย 75% ขณะที่ในต่างจังหวัดที่ปรับขึ้นมากเป็นที่ดินในเขตเศรษฐกิจพิเศษปรับขึ้นเฉลี่ย 40-50% (ที่มา : ข่าว REIC อ้างอิงหนังสือพิมพ์คมชัดลึก วันที่ 28 ตุลาคม 2558) ทั้งนี้ บริษัทคาดว่า การประกาศใช้ราคาที่ดินประเมินใหม่ดังกล่าวข้างต้นจะทำให้กรมธนารักษ์สามารถเรียกเก็บค่าธรรมเนียมจดทะเบียนโอนกรรมสิทธิ์โดยรวมได้เพิ่มขึ้นในอนาคต

3) การติดตามรายงานนโยบายทางการเงิน นายจาตุรงค์ จันทังษ์ เลขานุการ คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) แถลงผลการประชุม กนง. ในวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2560 มีมติเป็นเอกฉันท์ให้คงอัตราดอกเบี้ยนโยบายไว้ที่ร้อยละ 1.50 ต่อปี ในการตัดสินใจนโยบาย คณะกรรมการฯ ประเมินว่าเศรษฐกิจไทยฟื้นตัวได้ดีกว่าที่ประเมินไว้ในการประชุมครั้งก่อนแม้ยังเผชิญกับความไม่แน่นอนโดยเฉพาะจากด้านต่างประเทศ ขณะที่อัตราเงินเฟ้อมีแนวโน้มปรับสูงขึ้น สำหรับภาวะการเงินโดยรวมยังอยู่ในระดับที่ผ่อนคลายและเอื้อต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจแม้ว่าอัตราผลตอบแทนพันธบัตรจะปรับตัวสูงบ้าง คณะกรรมการฯ จึงเห็นควรให้คงอัตราดอกเบี้ยนโยบายในการประชุมครั้งต่อไป (ที่มา ข่าว ธปท. ฉบับที่ 5/2560 วันที่ 8 กุมภาพันธ์

2560 https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/Documents/PressMPC_72559_EU911G.pdf)

4) การติดตามการเปลี่ยนแปลงมาตรการของธนาคารแห่งประเทศไทยที่มีต่อธนาคารพาณิชย์ เกี่ยวกับเกณฑ์ LTV ของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ตลอดจนหลักเกณฑ์การปล่อยสินเชื่อโครงการ สินเชื่อรายย่อย เพื่อการปรับกลยุทธ์การตลาดและการขายของบริษัทให้เหมาะสมกับสภาพการแข่งขัน

5) การปรับปรุง “ร่างพ.ร.บ.ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง” เปลี่ยนใหม่เป็น “ร่างพ.ร.บ.ภาษีที่ดินเพื่อบำรุงท้องที่” ตัดสิ่งปลูกสร้างออกไป หวังลดกระแสต้านจากประชาชน สูตรจัดเก็บภาษีเป็นอัตราก้าวหน้า การยกเว้น ลดหย่อนภาษีเป็นขั้นบันได เหมือนกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ทำให้คนมีที่ดินมากต้องเสียภาษีมาก การตัดทิ้งคำว่า “สิ่งปลูกสร้าง” จะทำให้ร่าง พ.ร.บ. ใหม่ฉบับนี้ มีความคล่องตัวมากขึ้น และที่สำคัญจะสามารถช่วยลดการใช้ดุลพินิจของเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นในการตีความได้ และยังทำให้เกิดความโปร่งใสอีกด้วย เพราะที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน มีแบบบ้านเป็นจำนวนมาก ทั้งบ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮ้าส์ ทาวน์โฮม อาคารชุด อาคารพาณิชย์ บ้านทรงไทย และยังมีบ้านที่มี

เอกลักษณ์พิเศษของท้องถิ่นเช่น บ้านกาแล เป็นต้น รวม.คลังเตรียมเสนอ ครม.ได้กำหนดอัตราภาษีไว้ 4 ประเภทคือ 1. อัตราภาษีที่ดินเพื่อการเกษตร 2. อัตราภาษีที่ดินเพื่ออยู่อาศัย 3. อัตราภาษีที่ดินเพื่อเชิงพาณิชย์ 4. อัตราภาษีที่ดินรกร้างว่างเปล่า (ที่มา <http://www.realist.co.th/blog/ร่างภาษีที่ดิน>) ซึ่งเมื่อมีการประกาศใช้พระราชบัญญัติดังกล่าวข้างต้นจะส่งผลถึงการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการถือครองที่ดินของเจ้าของที่ดินในอนาคต เพื่อบริษัทใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมในการจัดซื้อที่ดินเพื่อประกอบธุรกิจต่อไป



6) ในปี 2559 นี้ มีโครงการลงทุนด้านคมนาคมขนส่งเปิดประมูลรวม 20 โครงการ เพื่อให้ประเทศมีการขนส่งเชื่อมโยงสะดวกไปทั่วภูมิภาค และเปิดเส้นทางเชื่อมระหว่างประเทศเพื่อการค้า โดยมีเงินลงทุนกว่า 1.79 ล้านล้านบาท ประกอบไปด้วย การคมนาคมทางราง 14 โครงการ, ทางถนน 3 โครงการ, ทางน้ำ 2 โครงการ และทางอากาศ 1 โครงการ โดยทั้ง 20 โครงการยังคงดำเนินไปตามแผนงาน แต่อาจจะมีการล่าช้าไปบ้าง

โดยรถไฟฟ้าเป็นการพัฒนาก่อสร้างเพื่อแก้ปัญหาการจราจรในกรุงเทพฯและปริมณฑลเป็นส่วนใหญ่ รวมถึงกระจายความเจริญของเมืองไปตามแนวรถไฟฟ้า ส่วนเส้นทางรถไฟอื่นๆ รวมถึงเส้นทางมอเตอร์เวย์ ท่าอากาศยาน ท่าเรือ จะเป็นการขนส่งและเชื่อมโยงการค้าระหว่างประเทศให้เดินทางได้ง่าย สะดวกรวดเร็วมากขึ้น (ที่มา: <http://www.realist.co.th/blog/แผนประมูลโครงการคมนาคม>)

ความคืบหน้า 20 โครงการ

รถไฟฟ้า

เงินลงทุน (ล้านบาท)	2559	2560	2561	2562	2563	ปีงบประมาณ (ปี พ.ศ.)
สายสีแดง (บางซื่อ - รามคำแหง)	44,157					2561
สายสีส้ม (ศูนย์ราชการ - ภูเก็ต)	110,118					2563
สายสีชมพู (แคราย - มีนบุรี)	56,680					2564
สายสีม่วง (บางใหญ่ - บางบัวทอง)	54,644					2564
สายสีน้ำเงิน (บางซื่อ - รามคำแหง)	131,004					2564

รถไฟทางคู่

กรุงเทพฯ - ชลบุรี	26,004					2561
กรุงเทพฯ - ภูเก็ต	28,853					2563
กรุงเทพฯ - เชียงใหม่	20,306					2561
กรุงเทพฯ - นครราชสีมา	17,290					2561
กรุงเทพฯ - ปากน้ำโพ	24,840					2562

รถไฟความเร็วสูง

กรุงเทพฯ - เชียงใหม่	94,673					2564
กรุงเทพฯ - ภูเก็ต	152,528					2564
กรุงเทพฯ - เชียงใหม่	449,473					2564
กรุงเทพฯ - เชียงใหม่	380,148					2564
กรุงเทพฯ - เชียงใหม่						N/A

มอเตอร์เวย์

กรุงเทพฯ - บางนา	20,200					2562
กรุงเทพฯ - ภูเก็ต	84,600					2563
กรุงเทพฯ - ปากน้ำโพ	55,620					2563

ท่าเรือขนส่ง

ท่าเรือขนส่งสินค้า	1,864					2561
ท่าเรือขนส่งสินค้า	2,031					2561

ท่าอากาศยาน

ท่าอากาศยาน	51,607					2563
-------------	--------	--	--	--	--	------

รวม 20 โครงการ เงินลงทุน 1,796,648

สิ้นปีงบประมาณ

ปีงบประมาณ (ปี พ.ศ.)	รวม	รวม	รวม	รวม
2559	2560	2561	2562	2563

วันที่ 31 ธันวาคม 2559

รถไฟฟ้า มีความคืบหน้าการก่อสร้าง ดังนี้

รฟฟ.สายสีส้ม (ศูนย์วัฒนธรรม-มีนบุรี) อาจะปรับลดค่าก่อสร้างลงได้อีก ต้องรอกการอนุมัติจากกรม.

รฟฟ.สายสีม่วงใต้ (เตาปูน-ราษฎร์บูรณะ) ยังมีปัญหา EIA ที่เปลี่ยนแปลงเส้นทางต่อขยายจากราษฎร์บูรณะ - ด.กาญจนาภิเษก 5 กม. ต้องเสนอให้คณะกรรมการจัดจรรยาทางบก และรอกการอนุมัติจากคณะกรรมการกรุงรัตนโกสินทร์ บริเวณสถานีสามยอดและผ่านฟ้าที่อยู่ในพื้นที่กรุงรัตนโกสินทร์

รฟฟ.สายสีชมพูและรฟฟ.สายเหลือง ได้ส่งเรื่องให้สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจแล้ว คาดว่าจะประมวลเรื่องเสนอคณะกรรมการนโยบาย PPP และ ครม.เห็นชอบเดือน ก.พ. และเม.ย.นี้จะเริ่มคัดเลือกเอกชนร่วมลงทุน

รถไฟฟ้าความเร็วสูง มีความคืบหน้าการก่อสร้าง ดังนี้

โครงการรถไฟฟ้าความเร็วสูงความร่วมมือระหว่างไทย - จีน ยังคงมีประเด็นการลดขนาดโครงการช่วงนครราชสีมา-หนองคายที่ยังต้องหารือกัน จากเดิมที่จะก่อสร้างเป็นรถไฟทางคู่ความเร็วปานกลาง ในรูปแบบรถไฟที่ใช้ความเร็วตั้งแต่ 160-180 กม./ชม. แบ่งการก่อสร้างเป็น 4 ช่วง งบ 5 แสนล้านบาท เหลือเป็นรถไฟทางเดี่ยว นั่นก็หมายความว่าขบวนรถไฟในช่วงนี้ไม่สามารถวิ่งสวนทางกันได้ ต้องรอกลับหลักเพื่อให้รถไฟอีกขบวนวิ่งผ่านไปก่อน ซึ่งจะเหมือนกับการให้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย (ร.ฟ.ท.) ในปัจจุบัน ที่ต้องใช้เวลาลายชั่วโมงจากกรุงเทพฯถึงจุดหมายปลายทาง เพราะเป็นรถไฟทางเดี่ยว ซึ่งทำให้ต้องเลื่อนระยะเวลาก่อสร้างออกไป แต่ลดต้นทุนได้ 1.6 แสนล้านบาท

โครงการรถไฟฟ้าความเร็วสูงความร่วมมือระหว่างไทย - ญี่ปุ่น นายอาคม เติมพิทยาไพสิฐ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม และ นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ รองอธิบดี กระทรวงที่ดิน โครงสร้างพื้นฐาน การขนส่งและการท่องเที่ยวแห่งญี่ปุ่น ได้เป็นประธานร่วมปล่อยขบวนรถสินค้าทดลองขนส่งคอนเทนเนอร์ขนาดเล็กขนาด 12 ฟุต ออกจากสถานีชุมทางหนองปลาดุกสู่สถานีบางซื่อ เป็นการนำร่องเส้นทางแนวเศรษฐกิจด้านใต้ (รถไฟกาญจนบุรี-กรุงเทพ, กรุงเทพ-ฉะเชิงเทรา-อรัญประเทศ, กรุงเทพ-ฉะเชิงเทรา-แหลมฉบัง) อีกทั้งเป็นการแสดงสัญลักษณ์ภายใต้ความร่วมมือรถไฟไทย-ญี่ปุ่นด้านระบบราง

มอเตอร์เวย์ มีความคืบหน้าการก่อสร้าง ดังนี้

สายพิทยา-มาบตาพุด - ตอนนี้อยู่ระหว่างการประมูลในสัญญา 5 สัญญา จากทั้งหมดที่มี 13 สัญญา ส่วนอีก 8 สัญญาอยู่ระหว่างกระบวนการพิจารณาหาผู้รับจ้างและเจรจาต่อราคา โดยทุกสัญญาจะลงนามได้ประมาณปลายเดือน ก.พ.-ต้นเดือน มี.ค.นี้ ใช้เวลาก่อสร้างได้ใน ก.พ. 2559

สายบางปะอิน-โคราช - อยู่ระหว่างประกวดราคาในบางช่วงเพื่อเริ่มก่อสร้างก่อน เพราะบางช่วงจะต้องมีการพิจารณาในรายละเอียดเพิ่มเติม

สายบางใหญ่-กาญจนบุรี - อยู่ระหว่างทบทวนรายงานผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม (อีไอเอ) เนื่องจากผลการศึกษาเดิมดำเนินการมาประมาณ 10 ปีที่แล้ว จะต้องปรับปรุงให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันมากขึ้น คาดว่าจะประกวดราคาได้ในกลางปีนี้

ท่าเรือ และ ขนส่ง มีความคืบหน้าการก่อสร้าง ดังนี้

โครงการพัฒนาท่าเทียบเรือชายฝั่ง (ท่าเทียบเรือ A) - ตั้งอยู่บริเวณแอ่งจอดเรือที่ 1 อยู่ระหว่างท่าเทียบเรือ A1 และ A0 รองรับเรือชายฝั่งขนาดระวางบรรทุก 1,000-3,000 ตันตัน ยกขนตู้สินค้าคราวละ 100-200 ตันตัน รวมทั้งติดตั้งปั้นจั่นหน้าท่าและปั้นจั่นจัดเรียงตู้สินค้า เพื่อให้สามารถรองรับตู้สินค้าได้สูงถึง 3 แสน TEUs ต่อปี

ศูนย์ขนส่งตู้สินค้าทางรถไฟ - โครงการมี 2 ระยะ ตอนนี้อยู่ในระยะที่ 1 ตั้งอยู่ระหว่างท่าเทียบเรือชุด B และ C มีพื้นที่ประมาณ 600 ไร่ จะทำการก่อสร้างลานขนถ่ายตู้สินค้าทางรถไฟ โดยติดตั้งปั้นจั่นยกตู้สินค้าคร่อมรางรถไฟ จำนวน 6 ราง เพื่อหลีกเลี่ยงการเคลื่อนขบวนรถไฟในระหว่างการขนถ่ายสินค้า อีกทั้งใช้รถคานเคลื่อนที่ยกตู้สินค้า เพื่อจัดเรียงตู้สินค้าในลานกองเก็บตู้สินค้า ซึ่งจะรองรับปริมาณตู้สินค้าได้จำนวน 2 ล้าน TEUs ต่อปี มีผลทำให้การขนส่งตู้สินค้าจากทางบกมาทางรางเพิ่มขึ้นจากเดิม 7% เป็น 15%

ท่าอากาศยาน มีความคืบหน้าการก่อสร้าง ดังนี้

ในส่วนของการก่อสร้างที่ล่าช้าตอนนี้ คือ โครงการสนามบินสุวรรณภูมิเฟส 2 เงินลงทุน 51,607 ล้านบาท แบ่งประมูล 7 สัญญา จะเริ่ม มี.ค. 59 จากเดิมคือ พ.ย.-ธ.ค. ปี58 เพราะต้องส่งเอกสารประกวดราคาให้คณะกรรมการติดตามและตรวจสอบการใช้จ่ายงบประมาณภาครัฐ (คตร.) อนุมัติก่อน หากก่อสร้างทุกส่วนในเฟส 2 แล้วเสร็จในปี 2560-2563 จะทำให้รองรับผู้โดยสารเพิ่มอีก 15 ล้านคน คาดรองในอนาคต สามารถรับผู้โดยสารได้ถึง 85 ล้านคน

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

การก่อสร้างโครงการของบริษัทในทุกๆ โครงการ บริษัทจะเป็นผู้พัฒนาและเป็นเจ้าของโครงการ โดยเริ่มตั้งแต่การจัดซื้อที่ดิน การออกแบบบ้านและโครงการ การยื่นขออนุญาตจัดสรร การยื่นขออนุญาตก่อสร้าง การดำเนินการก่อสร้าง การควบคุมคุณภาพและการตรวจสอบคุณภาพ การขาย ตลอดจนการให้บริการหลังการขาย

การดำเนินการก่อสร้างในแต่ละโครงการจะใช้ระยะเวลาที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งขึ้นอยู่กับประเภท ขนาด รูปแบบของโครงการ ระยะเวลาในการก่อสร้างที่อยู่อาศัยประเภทต่างๆ มีระยะเวลาในการก่อสร้างดังนี้ การก่อสร้างบ้านแต่ละหลังจะใช้เวลาประมาณ 4-6 เดือน การก่อสร้างทาวน์เฮ้าส์ แต่ละแถวจะใช้เวลาประมาณ 4-8 เดือน การก่อสร้างอาคารชุดพักอาศัยใช้เวลาประมาณ 8-18 เดือน

นโยบายการผลิต

บริษัทมีนโยบายการผลิตในการเพิ่มหรือลดกำลังการผลิตตามความต้องการสอดคล้องกับความต้องการที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในแต่ละโครงการ ทั้งนี้ในการดำเนินการก่อสร้างบริษัทจะจ้างผู้รับเหมาเป็นผู้ดำเนินการ ดังนั้นหากในขณะที่มีความต้องการที่อยู่อาศัยในแต่ละโครงการเพิ่มขึ้น บริษัทสามารถเพิ่มกำลังการผลิตโดยการจ้างผู้รับเหมาเพิ่มขึ้นเพื่อให้สัมพันธ์กับความต้องการของลูกค้าได้ และเพื่อเป็นการควบคุมคุณภาพในการก่อสร้างให้มีคุณภาพที่ดีในระดับมาตรฐานเดียวกัน บริษัทจึงมีนโยบายในการควบคุมคุณภาพและการตรวจสอบคุณภาพ ดังนี้

- 1) กำหนดมาตรฐานการก่อสร้างและวัสดุก่อสร้าง ให้กับผู้รับเหมา
- 2) จัดการประชุมแผนการก่อสร้างกับผู้รับเหมาก่อนเริ่มงาน
- 3) จัดให้มีวิศวกรโครงการและหัวหน้าผู้ควบคุมงานประจำแต่ละโครงการเพื่อควบคุมแผนการก่อสร้างและตรวจรับงานของผู้รับเหมา
- 4) จัดให้มีฝ่ายควบคุมคุณภาพโดยจะเข้าทำการตรวจสอบคุณภาพงานก่อสร้างทั้งหมด ให้ตรงตามมาตรฐานที่ได้กำหนดไว้

การจัดซื้อที่ดิน

ที่ดินนับเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งในการนำมาพัฒนาและก่อสร้างโครงการ โดยต้นทุนที่ดินคิดเป็นประมาณร้อยละ 20-30 ของต้นทุนรวมผลิตภัณฑ์

บริษัทจึงมีนโยบายในการจัดซื้อที่ดิน โดยมุ่งเน้นที่ดินที่มีศักยภาพและสามารถนำมาพัฒนาได้ทันที โดยมีปัจจัยในการพิจารณาเลือกซื้อที่ดิน เช่น ศักยภาพในทำเลที่ตั้งของที่ดิน ราคาที่ดิน ผังเมือง ข้อจำกัดทางกฎหมาย ทิศทางการเติบโตของแหล่งที่อยู่อาศัย เส้นทาง การพัฒนาและการขยายตัวของเขตเมือง คู่แข่ง เป็นต้น สำหรับที่ดินที่บริษัทจัดซื้อนั้นมาจากช่องทางต่างๆ คือ นายหน้าค้าที่ดิน เจ้าของที่ดิน และพนักงานของบริษัท

เพื่อให้การจัดซื้อที่ดินเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ก่อนการจัดซื้อที่ดินทุกครั้งบริษัทจะทำการศึกษาถึงความเป็นไปได้ของโครงการ (Feasibility Study) โดยจัดทำเป็นรายงานเพื่อเป็นข้อมูลประกอบในการพิจารณาของคณะกรรมการ บริหาร ในการอนุมัติจัดซื้อที่ดินดังกล่าว

การคัดเลือกและว่าจ้างผู้รับเหมาก่อสร้าง

การดำเนินการงานก่อสร้าง บริษัทจะว่าจ้างผู้รับเหมาก่อสร้างเป็นผู้ดำเนินการ โดยบริษัทจะจัดผู้จัดการโครงการ วิศวกรโครงการ และหัวหน้าผู้ควบคุมงานซึ่งเป็นพนักงานของบริษัทเข้าประจำตามโครงการต่างๆ เพื่อคอยดูแลและควบคุมงานของผู้รับเหมาก่อสร้างให้เป็นไปตามแผนงานและมาตรฐานที่บริษัทกำหนดไว้

การคัดเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างรายใหม่ บริษัทจะพิจารณาจากประสบการณ์ ผลงานและคุณภาพงานที่ผ่านมา ฐานะทางการเงิน เป็นต้น สำหรับผู้รับเหมาก่อสร้างที่เคยรับเหมาก่อสร้างกับบริษัทแล้ว บริษัทจะจัดเก็บข้อมูลต่างๆ ของผู้รับเหมาไว้เป็นฐานข้อมูล เช่น ข้อมูลการทำงาน ข้อมูลการประเมินผลงาน เป็นต้น เพื่อใช้ในการประกอบการพิจารณาว่าจ้างผู้รับเหมาก่อสร้างโครงการใหม่ๆ ต่อไป ปัจจุบันบริษัทมีผู้รับเหมาก่อสร้างทั้งหมดประมาณ 80 ราย ทำให้บริษัทมีความมั่นใจว่าผู้รับเหมาก่อสร้างมีมากพอสำหรับการดำเนินการงานก่อสร้างของบริษัท รวมทั้งยังสามารถรองรับงานก่อสร้างที่มีมากขึ้นของบริษัทในอนาคตได้อีกด้วย

ตารางสัดส่วนมูลค่างานก่อสร้าง ของผู้รับเหมาก่อสร้างรายใหญ่ต่อยอดมูลค่างานก่อสร้างและซื้อสินค้ารวม

รายการ	2557	2558	2559
สัดส่วนมูลค่างานก่อสร้างของผู้รับเหมาก่อสร้างรายใหญ่ (ร้อยละ)	50.11	11.69	19.71
จำนวนผู้รับเหมาก่อสร้างรายใหญ่(ราย)	1	1	1

หมายเหตุ : ผู้รับเหมาก่อสร้างรายใหญ่ หมายถึง ผู้รับเหมาก่อสร้างที่มีสัดส่วนมูลค่างานก่อสร้างเกินร้อยละ 10 ของยอดมูลค่างานก่อสร้างและซื้อสินค้ารวม

ปี 2557 บริษัทมีสัดส่วนมูลค่างานก่อสร้างและซื้อสินค้ารวมของผู้รับเหมารายใดรายหนึ่งเกินร้อยละ 10 ของยอดมูลค่างานก่อสร้างและซื้อสินค้ารวม จำนวน 1 ราย ได้แก่ บริษัทเพาเวอร์ไลน์ เอ็นจิเนียริง จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นผู้รับเหมาลูกในโครงการ เซล คอนโด รัตนานิเบศร์ ซึ่งมีมูลค่าโครงการประมาณ 1,200 ล้านบาท

ปี 2558 บริษัทมีสัดส่วนมูลค่างานก่อสร้างและซื้อสินค้ารวมของผู้รับเหมารายใดรายหนึ่งเกินร้อยละ 10 ของ ยอดมูลค่างานก่อสร้างและซื้อสินค้ารวม จำนวน 1 ราย ได้แก่ บริษัทเพาเวอร์ไลน์ เอ็นจิเนียริง จำกัด (มหาชน)

ปี 2559 บริษัทมีสัดส่วนมูลค่างานก่อสร้างและซื้อสินค้ารวมของผู้รับเหมารายใดรายหนึ่งเกิน ร้อยละ 10 ของยอดมูลค่างานก่อสร้างและซื้อสินค้ารวม จำนวน 1 ราย ได้แก่ บริษัท พรเจริญ ก่อสร้าง จำกัด ซึ่งเป็นผู้รับเหมาลูกโครงการ ปรีญญู สาทร์ - ราชพฤกษ์

การจัดซื้อวัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์ตกแต่ง

บริษัทให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นอย่างมาก ดังนั้นการคัดสรรวัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์ตกแต่งให้เหมาะสม สอดคล้อง มีคุณภาพดีและได้มาตรฐาน จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญในการพิจารณาลงซื้อ ส่วนราคาจะเป็นปัจจัยที่บริษัทใช้พิจารณาประกอบ ทั้งนี้ วัสดุก่อสร้างที่สำคัญ ได้แก่ เสาค้ำคาน คานกั้นเหล็ก เหล็ก Wire mesh โครงหลังคา กระเบื้องมุงหลังคา วัสดุปูพื้นและผนัง สุขภัณฑ์ เป็นต้น

สำหรับการจัดซื้อวัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์ตกแต่งจะแบ่งเป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ ได้ดังนี้

1) วัสดุก่อสร้างที่ผู้รับเหมาก่อสร้างเป็นผู้รับผิดชอบและจัดหาเนื่องจากบริษัทว่าจ้างผู้รับเหมาก่อสร้างเป็นผู้ดำเนินการก่อสร้าง ดังนั้นวัสดุก่อสร้างบางรายการในแต่ละประเภทของงานที่รับดำเนินการในการรับเหมาก่อสร้าง ผู้รับเหมาก่อสร้างจะเป็นผู้จัดหาและจัดซื้อเอง ซึ่งรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับรายการวัสดุและคุณสมบัติของวัสดุ จะต้องได้คุณภาพและตรงกับที่สัญญาว่าจ้างของบริษัทที่ได้กำหนดไว้

2) วัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์ตกแต่งที่บริษัทเป็นผู้จัดหาวัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์ตกแต่งที่บริษัทเป็นผู้จัดหาเอง ส่วนใหญ่จะเป็นวัสดุและอุปกรณ์ตกแต่งที่ต้องใช้เป็นจำนวนมาก หรือต้องสั่งซื้อกับผู้จัดจำหน่ายเฉพาะรายซึ่งจะต้องใช้ระยะเวลาในการสั่งซื้อ ทั้งนี้การดำเนินการดังกล่าวยังทำให้บริษัทสามารถควบคุมต้นทุนการก่อสร้างอยู่ในระดับที่เหมาะสมอีกทั้งเพื่อเป็นการลดภาระของผู้รับเหมาก่อสร้างในการจัดหาและจัดซื้อเอง ปัจจุบันบริษัทมีการสั่งซื้อจากผู้จัดจำหน่ายวัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์ตกแต่งในประเทศทั้งหมดประมาณ 200 ราย

สำหรับการสั่งซื้อวัสดุและอุปกรณ์ตกแต่งในแต่ละประเภท บริษัทจะทำการประเมินปริมาณการใช้รวมทั้งโครงการก่อน และจะสั่งซื้อวัสดุและอุปกรณ์ดังกล่าวตามปริมาณที่ได้ประเมินไว้ แต่ทั้งนี้บริษัทจะให้ผู้จัดจำหน่ายทยอยจัดส่งสินค้าและเรียกเก็บเงินตามความต้องการที่แท้จริง

ในปี 2557 และ 2558 มีผู้จำหน่ายรายใหญ่ 1 ราย ที่มีสัดส่วนการซื้อวัสดุก่อสร้างเกินกว่าร้อยละ 10 ของมูลค่างานระหว่างก่อสร้างรวมของบริษัท ได้แก่ บริษัท อินเด็กซ์ ลิฟวิ่งมอลล์

ในปี 2559 มีผู้จำหน่ายรายใหญ่ 1 ราย ที่มีสัดส่วนการซื้อวัสดุก่อสร้างเกินกว่าร้อยละ 10 ของมูลค่างานระหว่างก่อสร้างรวมของบริษัท ได้แก่ บริษัท ไฟร์ซัมมิต จำกัด

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

การพัฒนาโครงการประเภทหมู่บ้านจัดสรรของบริษัทที่ผ่านมาในแต่ละโครงการ จะมีขนาดพื้นที่ไม่เกิน 100 ไร่ จึงไม่อยู่ภายใต้ข้อบังคับของกฎหมายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตามเพื่อเป็นส่งเสริมการรักษาสิ่งแวดล้อม บริษัทจึงจัดให้มีถังบำบัดน้ำเสียในบ้านแต่ละหลัง และในสโมสรส่วนกลางทุกๆ โครงการของบริษัท เพื่อให้น้ำเสียได้รับการบำบัดก่อนที่จะระบายลงทางน้ำสาธารณะ

สำหรับการพัฒนาโครงการประเภทอาคารชุดพักอาศัยในรูปแบบอาคารสูง และอาคารขนาดกลาง ที่มีจำนวนยูนิตตั้งแต่ 80 ยูนิตขึ้นไป จะอยู่ภายใต้ข้อบังคับของกฎหมายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม โดยบริษัทจะยื่นขออนุญาตปลูกสร้างอาคารต่อสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (ส.ผ.) ซึ่งจะจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อมเพื่อเสนอต่อ ส.ผ. ด้วย ทั้งนี้หาก ส.ผ. พิจารณาแล้วว่าโครงการที่ยื่นขออนุญาตไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ก็จะอนุญาตให้ปลูกสร้างอาคารต่อไปที่ผ่านมาบริษัทไม่มีข้อพิพาทในเรื่องสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

สำหรับปี 2559 บริษัทและบริษัทย่อยมีรายละเอียดการจองซื้อบ้านและยังไม่ได้โอนกรรมสิทธิ์ ดังนี้

ตารางรายละเอียดจำนวนยูนิตและมูลค่าที่จองซื้อแล้วแต่ยังไม่ได้โอนกรรมสิทธิ์

ประเภทของผลิตภัณฑ์	จำนวนโครงการ(โครงการ)	จำนวนยูนิต(หน่วย)	มูลค่า(ล้านบาท)
ประเภทหมู่บ้านจัดสรร	18	37	162.84
ประเภทอาคารชุดพักอาศัย	8	8	19.53
รวมทั้งสิ้น	26	45	182.37

ทั้งนี้ ปี 2559 บริษัทมีมูลค่างานที่ยังไม่ได้ส่งมอบรวมทั้งโครงการของยอดขายได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์ทั้งสิ้น 26 โครงการ ดังนี้

- 1) โครงการประเภทหมู่บ้านจัดสรร จำนวน 18 โครงการ โดยมีจำนวน 37 ยูนิต และมีมูลค่ารวม 162.84 ล้านบาท เนื่องจากปัจจุบันบริษัทใช้นโยบาย สร้างแบบบ้าน Semi-Pre built โดยสร้างบ้านและทำการขายไปพร้อมกัน
- 2) โครงการประเภทอาคารชุดพักอาศัย จำนวน 8 โครงการ โดยมีจำนวน 8 ยูนิต และมีมูลค่ารวม 19.53 ล้านบาท

การวิจัยและพัฒนา

ปัจจุบันภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์มีมากขึ้น ประกอบกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปงานวิจัยและพัฒนา มีบทบาทในการทำการตลาดเป็นอย่างมาก บริษัทจึงให้ความสำคัญกับงานวิจัยและพัฒนามากยิ่งขึ้นเพื่อให้สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากที่สุด อาทิ การออกแบบจัดผังโครงการ ผังภูมิทัศน์ภายในโครงการ การออกแบบรูปลักษณ์โครงการ รูปแบบบ้าน ประโยชน์ใช้สอย การคัดสรรวัสดุก่อสร้าง และ อุปกรณ์ตกแต่งที่มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมในแต่ละโครงการ

การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีดังนี้

1. การพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์และควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยเน้นรูปแบบที่ตอบสนองประโยชน์การใช้สอย ความทันสมัย คุณภาพ และมาตรฐาน ซึ่งสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมเพื่อการอยู่อาศัยที่ดี
2. การคัดสรรวัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์ตกแต่ง ทั้งทางวิศวกรรมและสถาปัตยกรรม ซึ่งเน้นความทันสมัยมีความเหมาะสมสอดคล้อง มีคุณภาพดีและได้มาตรฐาน ทั้งนี้บริษัทยังให้ความร่วมมือกับผู้ผลิตวัสดุก่อสร้างในการออกแบบและพัฒนาวัสดุก่อสร้างที่ใช้กับโครงการของบริษัทด้วย
3. การพัฒนาเทคนิคและเทคโนโลยีการก่อสร้าง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการก่อสร้าง และปรับมาตรฐานผลิตให้สูงขึ้น รวมทั้งเพื่อควบคุมต้นทุนในการก่อสร้าง โดยในปี 2552 บริษัทได้นำเทคโนโลยีการก่อสร้างแบบ Tunnel formwork มาใช้สำหรับการสร้างทาวน์เฮ้าส์ไฮมอฟฟิศ โครงการ บ้านปรีญวิรัชพล Sixnature กัลปพฤกษ์ ซึ่งจะเป็นระบบการก่อสร้างหลักในทุกโครงการทาวน์เฮ้าส์ไฮมอฟฟิศที่จะเปิดขาย และระบบ Pre-fabrication สำหรับโครงการสมาร์ตคอนโด และในปี 2553 บริษัทได้ทำการศึกษาเทคโนโลยีการก่อสร้างแบบ

Pre-fabrication สำหรับการก่อสร้างบ้านเดี่ยวระดับกลาง โดยบริษัทเริ่มนำมาใช้สำหรับการก่อสร้างบ้านเดี่ยวในปี 2554 ร่วมกับระบบก่อสร้างแบบก่ออิฐฉาบปูน

นอกจากนี้ บริษัทยังทำการศึกษาวิจัยความต้องการของลูกค้า เพื่อให้เป็นข้อมูลในการพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์การก่อสร้างวัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์ตกแต่ง โดยการออกแบบรูปแบบการวิจัยให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม อาทิ แบบสอบถาม ไฟล์สกริป (Focus Group) และยังศึกษาติดตามภาวะการตลาดรวมทั้งความเคลื่อนไหวของผู้ประกอบการรายอื่นอย่างต่อเนื่องอีกด้วย

บริษัทมีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านงานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลของลูกค้าในรูปแบบต่าง ๆ ผนวกกับข้อมูลวิจัยที่ได้จากบริษัทภายนอก ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทในแต่ละโครงการมีการปรับปรุงแบบแตกต่างกันตามความเหมาะสมของสถานที่ตั้งโครงการ ขนาดของพื้นที่โครงการ และความต้องการของลูกค้า

บริษัทมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนา ในรูปเงินเดือนของพนักงานในฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนา เช่น ฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ และฝ่ายการตลาด เป็นต้น ทั้งนี้ตลอดปี 2556 บริษัทได้มีการปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงาน และเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยใช้ระบบโปรแกรมประยุกต์ และ ผลิตภัณฑ์ประมวลผลข้อมูล หรือ Systems Application and Products (SAP) เพื่อรองรับการเติบโตของบริษัทและบริษัทในเครือโดยเริ่มใช้ในปี 2557 เป็นต้นไป

นอกจากนี้บริษัทยังได้แต่งตั้งบริษัทที่ปรึกษาที่มีความชำนาญในการวางระบบกระบวนการปฏิบัติงานให้มาเป็นที่ปรึกษาในการปรับปรุงกระบวนการทำงานในปี 2556 - 2557 เพื่อรองรับการทำงานของระบบ SAP และเพื่อการปฏิบัติงานที่เกิดความคล่องตัว มีประสิทธิภาพ เกิดความชัดเจนในการปฏิบัติงานตลอดจนสามารถตรวจสอบและควบคุมการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามนโยบายของบริษัทได้ดียิ่งขึ้นด้วย

โครงการในอนาคต

ในปี 2560 บริษัทมีแผนเปิดโครงการใหม่ทั้งหมด 4 โครงการ มูลค่ารวมประมาณ 1,825 ล้านบาท โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ชื่อโครงการ	รูปแบบโครงการ	ที่ตั้งโครงการ	ยูนิต*	มูลค่าโครงการ* (ล้านบาท)	กำหนดการเปิดขาย*
จิตต์เรนส์ รังสิต	ทาวน์เฮ้าส์	รังสิต	101	260	2560
จิตต์เรนส์ ลำลูกกา	ทาวน์เฮ้าส์	ลำลูกกา	316	895	2560
เรล ตลาดพลู	คอนโด	ตลาดพลู	93	240	2560
คอนโด รัตนธิเบศร์	คอนโด	รัตนธิเบศร์	308	630	2560
รวม*			818	1,825	

*โดยประมาณ

ปี 2559 มีการตั้งงบประมาณเพื่อซื้อที่ดินประมาณ 1,000 ล้านบาท เพื่อนำมาพัฒนาโครงการในส่วนของ บ้านเดี่ยว ทาวน์เฮ้าส์ และคอนโดมิเนียม

อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

สำหรับปี 2559 บริษัทมีที่ดินและค่าพัฒนาที่ดินและอาคารเพื่อการลงทุนในธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์จำนวน 1 แปลง คือ บริเวณซอยวัชรพล แขวงท่าแร้ง เขตบางเขน พื้นที่ 18-3-58.0 ไร่โดยมีราคาประเมินเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2558 เท่ากับ 1,078.74 ล้านบาท

3. ปัจจัยความเสี่ยง

1. ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัสดุก่อสร้างและการขาดแคลนแรงงาน

วัสดุก่อสร้างถือเป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการพัฒนาโครงการ ทั้งนี้ราคาวัสดุก่อสร้างหลักในหลายปีที่ผ่านมามีการปรับราคาเพิ่มขึ้นเนื่องจากหลายปัจจัย เช่น ราคาวัตถุดิบมีการปรับราคา ภาวะอุทกภัย ซึ่งทำให้ผู้ผลิตไม่สามารถผลิตวัสดุก่อสร้างได้ รวมถึงการดำเนินงานก่อสร้างสาธารณูปโภคขนาดใหญ่ของภาครัฐ ส่งผลให้เกิดความต้องการใช้วัสดุก่อสร้างและแรงงานจำนวนมาก ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้เกิดภาวะขาดแคลนวัสดุก่อสร้างและแรงงาน ทำให้เกิดต้นทุนขายสูงขึ้น ทั้งนี้บริษัทไม่สามารถปรับราคาขายได้ในทันที หรือหากบริษัทสามารถปรับราคาขายเพิ่มขึ้นจะทำให้จำนวนที่ขายลดลง ส่งผลกระทบต่อกำลัังซื้อของลูกค้าอาจปรับตัวไม่ทันกับราคาสินค้าที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ปัญหาขาดแคลนแรงงานยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องคำนึงถึงด้วย เพราะหากแรงงานไม่เพียงพอจะทำให้แผนก่อสร้างและส่งมอบบ้านอาจไม่เป็นไปตามเป้าหมาย นอกจากนี้ บริษัทมีนโยบายป้องกันความเสี่ยงจากการขาดแคลนแรงงานในรูปแบบต่างๆ เช่น การพัฒนาฝีมือแรงงานไทยและต่างชาติที่ถูกกฎหมายแรงงาน และการจ้างผู้รับเหมาที่มีแรงงานเพียงพอที่จะช่วยให้บริษัทสามารถดำเนินการก่อสร้างได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าความผันผวนของราคาและความต้องการใช้วัสดุก่อสร้าง อาจส่งผลให้ต้นทุนในการก่อสร้างโครงการของบริษัทเพิ่มขึ้น และการขาดแคลนแรงงานจะทำให้โครงการอาจเกิดความล่าช้าและทำให้มีต้นทุนดำเนินงานเพิ่ม ซึ่งส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัท

อย่างไรก็ตามสำหรับวัสดุก่อสร้างที่ผู้รับเหมาก่อสร้างเป็นผู้รับผิดชอบและจัดหา จะถูกกำหนดราคาการรับเหมาก่อสร้างพร้อมกับราคาวัสดุก่อสร้างไว้ในสัญญาว่าจ้างของบริษัทไว้แล้ว สำหรับวัสดุก่อสร้างที่บริษัทเป็นผู้จัดหานั้น บริษัทมีอำนาจในการต่อรองกับผู้ค้าวัสดุก่อสร้างพอสมควร ทำให้บริษัทยังสามารถควบคุมต้นทุนของวัสดุก่อสร้างอยู่ในระดับที่เหมาะสมได้ โดยบริษัทจะวางแผนการก่อสร้างและทำการประเมินปริมาณการใช้วัสดุแต่ละประเภทตลอดทั้งโครงการ และจะสั่งซื้อวัสดุดังกล่าวตามปริมาณที่ได้ประเมินไว้โดยผ่านการประกวดราคา และยืนยันราคาเป็นรายปี หรือเป็นรายโครงการจากบริษัทที่เป็นพันธมิตรทางการค้า

2. ความเสี่ยงจากนโยบายการจัดซื้อที่ดินเพื่อนำมาพัฒนาโครงการในอนาคต

บริษัทมีนโยบายในการจัดซื้อที่ดิน โดยมุ่งเน้นที่ดินที่มีศักยภาพและสามารถนำมาพัฒนาโครงการได้ทันที ดังนั้นบริษัทจึงไม่มีนโยบายในการซื้อที่ดินสะสม (Land Bank) ไว้เป็นจำนวนมาก สำหรับการก่อสร้างโครงการในอนาคต เนื่องจากบริษัทไม่ต้องการรับภาระต้นทุนทางการเงินมากเกินไป ทั้งนี้การแข่งขันในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่สูงขึ้น จากมีการเปิดตัวโครงการใหม่เพิ่มขึ้น อาจเกิดการแข่งขันทัดที่ดินในระหว่างผู้ประกอบการ ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงจากราคาที่ดินมีการปรับตัวสูงขึ้น หรือไม่สามารถซื้อที่ดินในทำเลที่ต้องการได้ ซึ่งส่งผลให้ต้นทุนในการพัฒนาโครงการของบริษัทสูงขึ้น

อย่างไรก็ตาม บริษัทมีการจัดทำแผนการจัดหาและจัดซื้อที่ดินล่วงหน้าให้สอดคล้องกับการนำไปพัฒนาโครงการของบริษัทในแต่ละปี ดังนั้นบริษัทจะยังคงมีเวลาเพียงพอที่จะจัดหาที่ดินที่มีศักยภาพเพื่อนำมาพัฒนาโครงการในอนาคตของบริษัท และสามารถควบคุมต้นทุนราคาที่ดินให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมได้ อีกทั้ง บริษัทมีนายหน้าค้าที่ดินเป็นจำนวนมากที่ติดต่อกับบริษัทอย่างต่อเนื่องและยาวนาน ซึ่งจะคัดเลือกที่ดินในทำเลที่ดี และราคาที่เหมาะสมมาแนะนำให้กับบริษัทเพื่อพิจารณาพัฒนาโครงการมาโดยตลอด

3. ความเสี่ยงจากนโยบายการปล่อยสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์

มาตรฐานการให้สินเชื่อโดยรวมของธนาคารพาณิชย์มีความเข้มงวดเพื่อป้องกันปัญหานี้เสียในระบบสถาบันการเงินและป้องกันปัญหาการเก็งกำไรในอสังหาริมทรัพย์ โดยเฉพาะมาตรการการอัตราส่วนการให้สินเชื่อต่อมูลค่าบ้าน หรือที่อยู่อาศัย จากธนาคารแห่งประเทศไทย ที่กำหนดให้ผู้ซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทอาคารชุดต้องวางเงินในอัตราร้อยละ 10 ของมูลค่าอสังหาริมทรัพย์ที่จะซื้อ เพื่อป้องกันปัญหาการเก็งกำไร ซึ่งสะท้อนถึงความระมัดระวังในการดำเนินธุรกิจ ท่ามกลางปัจจัยเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลกที่อาจส่งผลกระทบทางอ้อมต่อประเทศไทย ประกอบกับมีความกังวลต่อสถานการณ์ทางการเมืองของประเทศไทยและแนวโน้มภาวะอัตราดอกเบี้ยที่คาดว่าจะมีการปรับตัวสูงขึ้นในอนาคต หากลูกค้าของบริษัทมีคุณสมบัติไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่ธนาคารกำหนดอาจทำให้ลูกค้าได้รับการอนุมัติสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยจากธนาคารพาณิชย์ไม่เพียงพอกับค่าบ้านที่เหลือในวันโอนกรรมสิทธิ์กับบริษัท อาจส่งผลกระทบต่อยอดขายการโอน และการรับรู้รายได้ของบริษัท

อย่างไรก็ตามบริษัท มีการติดตามภาวะเศรษฐกิจและติดตามนโยบายการปล่อยสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ที่จะส่งผลต่อการดำเนินงานของบริษัท และมีการปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว รวมทั้งได้ทำการตรวจสอบข้อมูลลูกค้าก่อนยื่นขอสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์ รวมถึงได้มีการประสานงานกับธนาคารพาณิชย์ในการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในการติดต่อขอสินเชื่อกับธนาคาร เพื่อความรวดเร็วในการขอและการอนุมัติสินเชื่อให้สัมฤทธิ์ผล

4. ความเสี่ยงเรื่องการปฏิเสธสินเชื่อรายย่อยจากสถาบันการเงิน

จากภาวะหนี้สินภาคครัวเรือนที่มีแนวโน้มสูงขึ้นอันเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลให้สถาบันการเงินเพิ่มความเข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อแก่ผู้บริโภครายย่อยอัตราการปฏิเสธสินเชื่อรายย่อยจึงสูงขึ้น ซึ่งการเพิ่มขึ้นของอัตราการปฏิเสธสินเชื่อมาจากการพิจารณาสินเชื่อรายย่อยของโครงการบ้านจัดสรรเป็นหลัก

บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าวจึงวางแผนบริหารความเสี่ยงการเตรียมความพร้อมให้แก่ลูกค้าในการขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินก่อนครบกำหนดการโอนล่วงหน้าโดยบริษัทได้มีการเจรจาร่วมกับธนาคารพาณิชย์เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในการติดต่อขอสินเชื่อธนาคารพาณิชย์สนับสนุนให้ลูกค้าได้รับสินเชื่ออย่างรวดเร็ว

5. ความเสี่ยงเรื่องการผันผวนของอัตราดอกเบี้ย

บริษัทได้มีการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจกับธนาคารพาณิชย์หลายแห่ง เพื่อเปรียบเทียบข้อเสนอที่มีต้นทุนที่เหมาะสมที่สุด สำหรับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมในปี 2559 อยู่ในระดับทรงตัวทำให้ไม่มีความเสี่ยงจากการเพิ่มขึ้นของอัตราดอกเบี้ยอย่างไรก็ดี ในหลายปีที่ผ่านมาบริษัทได้เสนอขายตัวแลกเงิน หุ้นกู้แบบไม่ค้ำยสิทธิ์ ไม่มีประกันและมีอัตราดอกเบี้ยคงที่ ซึ่งตราสารหนี้ที่เสนอขายได้รับการตอบรับจากตลาดเป็นอย่างดี ทำให้บริษัทมีทางเลือกเพิ่มขึ้นสำหรับการระดมทุนที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพต่อการพัฒนาโครงการในอนาคตและยังเป็นการลดความเสี่ยงจากการเพิ่มขึ้นของอัตราดอกเบี้ยในอนาคต

ทั้งนี้บริษัทมีภาระหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยตามงบแสดงฐานะการเงิน ปี 2559 จำนวน 4,474.53 ล้านบาท แต่อย่างไรก็ตามหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยส่วนใหญ่เป็นหุ้นกู้ และตัวแลกเงินระยะสั้นที่มีอัตราดอกเบี้ยคงที่ หากในอนาคตอัตราดอกเบี้ยเพิ่มขึ้น หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยดังกล่าวจะไม่ได้รับผลกระทบจากการเพิ่มขึ้นของอัตราดอกเบี้ย ยกเว้น เงินกู้ประเภทสินเชื่อก่อสร้างโครงการจำนวน 601.92 ล้านบาท ซึ่งมีภาระดอกเบี้ยเป็นอัตราดอกเบี้ยลอยตัว หากอัตราดอกเบี้ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้บริษัทจะมีภาระดอกเบี้ยจ่ายเพิ่มขึ้นจากเดิม ประมาณ 6.01 ล้านบาท

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทและบริษัทย่อยไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายในคดีที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทและบริษัทย่อยที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญของบริษัท

ข้อมูลทั่วไป

บริษัท ปริณสิริ จำกัด (มหาชน)

เลขทะเบียนบริษัท	:	0107547000320
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	123 อาคารชั้นทาวเวอร์ ชั้น 17 อาคารเอ ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900
โฮมเพจบริษัท	:	http://www.prinsini.com
โทรศัพท์	:	02 - 617- 6900 - 9
โทรสาร	:	02 - 617 -6910 -11
ประเภทธุรกิจ	:	พัฒนาอสังหาริมทรัพย์
ทุนจดทะเบียน	:	1,220,011,755.00 บาท
ทุนเรียกชำระแล้ว	:	1,220,011,755.00 บาท
มูลค่าที่ตราไว้	:	1 บาท ต่อหุ้น
สถาบันการเงินที่ติดต่อเป็นประจำ	:	ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

ข้อมูลทั่วไปบริษัทย่อยและบริษัทในเครือ

บริษัท ปริณเวนเจอร์ จำกัด

เลขทะเบียนบริษัท	:	0105548055398
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	123 อาคารชั้นทาวเวอร์ ชั้น 17 อาคารเอ ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900
โฮมเพจบริษัท	:	http://www.prinsini.com
โทรศัพท์	:	02 - 617- 6900 - 9
โทรสาร	:	02 - 617 -6910 -11
ประเภทธุรกิจ	:	พัฒนาอสังหาริมทรัพย์
ทุนจดทะเบียน	:	100,000,000.00 บาท
ทุนเรียกชำระแล้ว	:	100,000,000.00 บาท
มูลค่าที่ตราไว้	:	10 บาท ต่อหุ้น

บริษัท ไกร โยธา กรุ๊ป จำกัด

เลขทะเบียนบริษัท	:	0105545057390
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	123 อาคารชั้นทาวเวอร์ ชั้น 17 อาคารเอ ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900
โฮมเพจบริษัท	:	http://www.prinsini.com
โทรศัพท์	:	02 - 617- 6900 - 9
โทรสาร	:	02 - 617 -6910 -11
ประเภทธุรกิจ	:	รับเหมาก่อสร้างและจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง
ทุนจดทะเบียน	:	60,000,000.00 บาท
ทุนเรียกชำระแล้ว	:	60,000,000.00 บาท
มูลค่าที่ตราไว้	:	100 บาท ต่อหุ้น

บริษัท ซีเอ็น เอสพีอาร์ (ประเทศไทย) จำกัด

เลขทะเบียนบริษัท	:	0105550062410
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	123 อาคารชั้นทาวเวอร์ ชั้น 17 อาคารเอ ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900
โฮมเพจบริษัท	:	http://www.prinsiti.com
โทรศัพท์	:	02 - 617- 6900 - 9
โทรสาร	:	02 - 617 -6910 -11
ประเภทธุรกิจ	:	ให้เช่าอสังหาริมทรัพย์และซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ที่รอการพัฒนา
ทุนจดทะเบียน	:	2,000,000.00 บาท
ทุนเรียกชำระแล้ว	:	2,000,000.00 บาท
มูลค่าที่ตราไว้	:	100 บาท ต่อหุ้น

บริษัท เพลีนารี มอลล์ จำกัด

เลขทะเบียนบริษัท	:	0105556028582
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	242, 244, 246 ถนนวิรัชพล แขวงท่าแร้ง เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร
โฮมเพจบริษัท	:	http://www.plearnary.com
โทรศัพท์	:	02 - 945- 4111
โทรสาร	:	02 - 945- 4011
ประเภทธุรกิจ	:	ศูนย์การค้า
ทุนจดทะเบียน	:	70,000,000.00 บาท
ทุนเรียกชำระแล้ว	:	70,000,000.00 บาท
มูลค่าที่ตราไว้	:	100 บาท ต่อหุ้น

บริษัท เพลีนแลนด์ จำกัด (บริษัทในเครือบริษัท เพลีนารี มอลล์ จำกัด)

เลขทะเบียนบริษัท	:	0105557071597
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	246 ห้องเลขที่B201 ถนนวิรัชพล แขวงท่าแร้ง เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร
โฮมเพจบริษัท	:	http://www.plearnary.com
โทรศัพท์	:	02 - 945- 4111
โทรสาร	:	02 - 945- 4011
ประเภทธุรกิจ	:	สวนสนุกและศูนย์การเรียนรู้สำหรับเด็ก
ทุนจดทะเบียน	:	1,000,000.00 บาท
ทุนเรียกชำระแล้ว	:	1,000,000.00 บาท
มูลค่าที่ตราไว้	:	100 บาท ต่อหุ้น

บริษัท อีทีเอซี จำกัด (บริษัทในเครือบริษัท เพลินนาเรี มอลล์ จำกัด)

เลขทะเบียนบริษัท	:	0105557071589
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	242 ห้องเลขที่A118 ถนนวิสุทธิพล แขวงท่าแร้ง เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร
โฮมเพจบริษัท	:	-
โทรศัพท์	:	02 - 945- 4111
โทรสาร	:	02 - 945- 4011
ประเภทธุรกิจ	:	ภัตตาคารร้านอาหาร
ทุนจดทะเบียน	:	1,000,000.00 บาท
ทุนเรียกชำระแล้ว	:	1,000,000.00 บาท
มูลค่าที่ตราไว้	:	100 บาท ต่อหุ้น

บริษัท ปริณ เอนเนอร์จี จำกัด

เลขทะเบียนบริษัท	:	0105556153263
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	123 อาคารชั้นทาวเวอร์ 17 อาคารเอ ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900
โฮมเพจบริษัท	:	-
โทรศัพท์	:	02 - 617- 6900 - 9
โทรสาร	:	02 - 617 -6910 -11
ประเภทธุรกิจ	:	ผลิตและจำหน่ายไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์และพลังงานทดแทน ออกแบบบริการดูแล บำรุงรักษาระบบไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์
ทุนจดทะเบียน	:	1,000,000.00 บาท
ทุนเรียกชำระแล้ว	:	1,000,000.00 บาท
มูลค่าที่ตราไว้	:	100 บาท ต่อหุ้น

นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป

- ไม่มี

บุคคลอ้างอิงอื่น ๆ

นายทะเบียนหลักทรัพย์

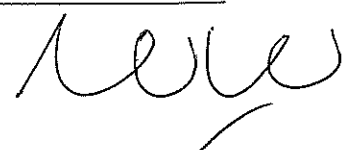
บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

เลขที่ 62 ชั้น 7 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์ : 02-229-2800

โทรสาร: 02-654-5642, 02-654-5645, 02-654-5427

ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ : 02-229-2888

เว็บไซต์: <http://www.tsd.co.th>อีเมล: contact.tsd@set.or.th

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

ชื่อสอบบัญชี : บริษัท สอบบัญชี ดี ไอ เอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

ที่ตั้งสำนักงาน : 316/32 ซอยสุขุมวิท 22 ถนนพระราม 4 แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110

โทรศัพท์ : 02-259-5300-2

โทรสาร : 02-259-8956

เว็บไซต์ : <http://www.diaaudit.com>

ชื่อผู้สอบบัญชี

1. นางวิไลรัตน์ ไรจน์นครินทร์

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3104 หรือ

2. นางสาวสมจินตนา พลวิทยรัตน์

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 5599 หรือ

3. นางสาวสุภาภรณ์ มั่งจิตร

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 8125

