

# THAI condominium news

วารสารสมาคมอาคารชุดไทย ปีที่ 13 ฉบับที่ 75 ประจำเดือน กันยายน-ตุลาคม 2560

## เจาะทิศทางและกลยุทธ์

## ธุรกิจคอนโดมิเนียม กับการปรับตัวของผู้ประกอบการ ปี 2560





## สารสันจากนายกฯ

สวัสดีครับ ท่านสมาชิกสมาคมอาคารชุดไทยทุกท่าน

ภาวะเศรษฐกิจไทยไตรมาสที่ 2 ปี 2560 ส่งสัญญาณการขยายตัวต่อเนื่อง โดยการส่งออกยังเป็นตัวขับเคลื่อนหลัก การบริโภคภาคเอกชนมีสัญญาณปรับตัวดีขึ้นรายได้ที่แท้จริงของเกษตรกรที่ขยายตัวต่อเนื่อง ขณะที่เศรษฐกิจไทยด้านการผลิตได้รับปัจจัยสนับสนุนจากดัชนีผลผลิตสินค้าเกษตรและภาคการท่องเที่ยวต่างประเทศที่ขยายตัวต่อเนื่อง การลงทุนในหมวดก่อสร้าง สะท้อนจากภาษีการทำธุรกรรมอสังหาริมทรัพย์ ในเดือนมิถุนายน 2560 ขยายตัวต่อเนื่องที่ร้อยละ 17.5 ต่อปี ทำให้ไตรมาสที่ 2 ปี 2560 ภาษีการทำธุรกรรมอสังหาริมทรัพย์หดตัวร้อยละ -9.7 ต่อปี แต่เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 1 หลังปรับปัจจัยพิเศษ พบว่าสามารถขยายตัวร้อยละ 1.6 ต่อไตรมาส

ในปี 2560 ตลาดอสังหาริมทรัพย์ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล คาดว่าจะขยายตัวได้ 5-10% โดยมีมูลค่าอยู่ที่ 379,000 ล้านบาท โดยตัวเลขดัชนีราคาห้องชุด และราคาบ้านแนวราบช่วงครึ่งปีแรก 2560 ของศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ระบุว่า ปรับขึ้นจากราคาที่ดิน และต้นทุนก่อสร้างปรับเพิ่มขึ้น โดยดัชนีราคาห้องชุดรายไตรมาส ในกรุงเทพฯ-เขตปริมณฑล

2 จังหวัด นนทบุรี และสมุทรปราการ และดัชนีราคาบ้านแนวราบบ้านเดี่ยว และทาวน์เฮาส์ รายไตรมาส พื้นที่กรุงเทพฯปริมณฑล 3 จังหวัด นนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ ดัชนีราคาห้องชุดทุกระดับราคาพื้นที่กรุงเทพฯ-เขตปริมณฑล 2 จังหวัด นนทบุรี และสมุทรปราการ เพิ่มขึ้นเฉลี่ย 5.8% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยมีพื้นที่ราคาห้องชุดปรับเพิ่มขึ้นมาก 5 ลำดับแรก ได้แก่ 1.สุขุมวิทตอนกลาง 2.สุขุมวิทตอนต้น 3.สุขุมวิทตอนปลาย (เขตพระโขนง และเขตบางนา) 4.พื้นที่เขตพญาไท และเขตราชเทวี และ 5.เขตบางซื่อ และเขตดุสิต

อย่างไรก็ตามในช่วงครึ่งหลังของปี 2560 ผู้ประกอบการมีความมั่นใจในสภาพตลาดมากขึ้น คาดว่าจะมีการเปิดตัวคอนโดมิเนียมใหม่มากขึ้นกว่าครึ่งปีแรก โดยข้อมูลพบว่าหน่วยคอนโดฯ เปิดใหม่ขยายตัวประมาณ 8% มีมูลค่าเพิ่มขึ้น 16% โดยระดับราคาที่สูงกว่า 10 ล้านบาท มีการเติบโตถึง 56% นอกจากนี้ในตลาดจะเห็นการปรับโครงสร้างธุรกิจ รวมถึงสถานการณ์การขาย และการโอน ที่สำคัญกลุ่มทุนขนาดใหญ่ที่เข้ามาสู่ตลาดมากขึ้น ซึ่งจะทำให้การแข่งขันสูงขึ้นด้วย ดังนั้นผู้ประกอบการทั้งหลายคงต้องเตรียมความพร้อมในทุกๆ ด้านเพื่อรับมือกับสถานการณ์ในอนาคตด้วย

ประเสริฐ แต่ดุษฎีสาธิต  
นายกสมาคมอาคารชุดไทย

สมัครสมาชิกสมาคม  
อาคารชุดไทย  
วันนี้



ค่าบำรุงสมาคมเพียงปีละ 2,000.-บาท (ค่าแรกเข้า 500 บาท) จะได้รับสิทธิประโยชน์มากมาย อาทิเช่น

- ✓ การเข้าร่วมสัมมนาของสมาคมอาคารชุดไทย
- ✓ การเข้าร่วมกิจกรรมทัศนศึกษา (ในประเทศ)
- ✓ วารสารสมาคมอาคารชุดไทย (จัดส่งฟรี)
- ✓ การรับรู้ข่าวสารต่างๆ ของสมาคม ฟรี
- ✓ การเข้าร่วมประชุมใหญ่ประจำปี

นอกจากนั้น ยังมีสิทธิเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ในราคาสมาชิก อาทิเช่น การอบรม-สัมมนา, ส่วนลดพิเศษในการซื้ออุปกรณ์บ้านและคอนโด เป็นต้น



สมาคมอาคารชุดไทย Thai Condominium Association

77/146 สีนสาธส ทาวเวอร์ ชั้น 34 E ถนนกรุงธนบุรี แขวงคลองตันใต้ เขตคลองสาน กรุงเทพฯ 10600

77/146 Sinn Sathorn Tower, 34th Fl., Krungthornburi Rd., Klongtongsai, Klongsan, Bangkok 10600

Tel: 0-2862-3344, 0-2862-3341 Fax: 0-2862-3340 E-mail: contact@thaicondo.or.th www.thaicondo.or.th



# เจาะทิศทางและกลยุทธ์ ธุรกิจคอนโดมิเนียม กับการปรับตัวของผู้ประกอบการ ปี 2560



สมาคมอาคารชุดไทยจัดสัมมนาประจำปี **“ทิศทางและกลยุทธ์ธุรกิจคอนโดมิเนียม...การปรับตัวของผู้ประกอบการ ปี 2560”** เมื่อวันพฤหัสบดีที่ 20 กรกฎาคม พ.ศ. 2560 เวลา 12.30 - 17.00 น. ณ ห้อง BALLROOM ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ เพื่อให้ความรู้และวิเคราะห์สถานการณ์ตลาดคอนโดมิเนียม ทั้งในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต

ทั้งนี้เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจได้อย่างถูกต้อง แก่ผู้ประกอบการสมาชิกสมาคม และผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยได้รับเกียรติจากวิทยากรผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจคอนโดมิเนียมที่มาร่วมกันวิเคราะห์ และไขปัญหาต่างๆ ได้แก่

คุณประเสริฐ แต่ดลยสาธิต นายกสมาคมอาคารชุดไทยและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มธุรกิจพุกาษาเรียลเอสเตท-พรีเมียม บริษัท พุกาษาเรียลเอสเตท จำกัด(มหาชน)

คุณโอภาส ศรีพยัคฆ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท แอล.พี.เอ็น. ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด(มหาชน)

คุณพีระพงศ์ จรุงเอก ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ออริจิน พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด(มหาชน)

คุณวรวรรต ศรีस्थาน ประธานบริหาร บริษัท แกรนด์ ยูนิตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด

ดำเนินการอภิปรายโดย คุณปิณฑน์ ปรีदानนท์ รองเลขาธิการสมาคมอาคารชุดไทย

สำหรับการสัมมนาวิทยากรผู้ร่วมสัมมนาต่างเห็นพ้องไปในทิศทางเดียวกัน ภายใต้อุตสาหกรรมที่เปราะบาง การแข่งขันของธุรกิจที่รุนแรง และพฤติกรรมของการอยู่อาศัยของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เพื่อความอยู่รอดอย่างยั่งยืน จำเป็นที่ต้องปรับทั้งโครงสร้างองค์กร-ผู้ถือหุ้น ปรับโครงสร้างธุรกิจ และโปรดักส์ ขยายตลาดคอนโดฯให้ครอบคลุม เข้าถึงฐานลูกค้า ทั้งตลาดบนกลาง และล่าง สร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่ง แสวงหาโอกาสในการขยายการลงทุน ไปยังธุรกิจที่เกี่ยวข้อง พร้อมกับมองว่า

ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์รายใหญ่ๆ ต่างเร่งพัฒนาโครงการมิกซ์ยูส เปลี่ยนโฉมเมืองกรุงเทพฯ ในอนาคต

ดร.อาภา อรรถบูรณวงศ์ ประธานคณะกรรมการจัดงานสัมมนา "ทิศทางและกลยุทธ์ธุรกิจคอนโดมิเนียม การปรับตัวของผู้ประกอบการ ปี 2560" กล่าวว่า เศรษฐกิจไทยค่อยๆฟื้นตัว แต่ยังห่วงเรื่องหนี้ครัวเรือน แม้ประเทศไทยจะมีหนี้ครัวเรือนที่สูง ซึ่งเกิดจากการที่ผู้บริโภคมีการใช้จ่ายเงินล่วงหน้า แต่โอกาสเกิดฟองสบู่คงยาก ขณะที่ผู้บริโภคมีการปรับตัวและการอยู่อาศัยที่เปลี่ยนไป ท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรง เนื่องจากผู้ประกอบการทุกขนาดต่างเข้าสู่ตลาด



## คุณประเสริฐ แต่ดูฉลาด



**คุณประเสริฐ แต่ดูฉลาด** นายกสมภาคมาคารชุตไทย และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มธุรกิจพญาเรียลเอสเตท-พรีเมียม บริษัท พญาเรียลเอสเตท จำกัด(มหาชน) กล่าวว่า จากการสำรวจพบว่าในปี 2560 ตลาดอสังหาริมทรัพย์ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล จะขยายตัวประมาณ 5% โดยมีมูลค่าอยู่ที่ประมาณ 370,000 ล้านบาท เป็นคอนโดมิเนียมที่ขยายตัวประมาณ 35% เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา โดย 13 บริษัทรายใหญ่ครองส่วนแบ่งตลาดกว่า 60% ของมูลค่าทั้งหมด ส่วนเรื่องการเกิดฟองสบู่ นั้น คงจะไม่ซ้ำรอยเหมือนปี 2540 เนื่องจากธุรกิจอสังหาฯ สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ดีขึ้น ขณะที่ผู้ประกอบการรายใหญ่ก็มีข้อมูลทั้งในส่วนของสินค้าคงเหลือ และความต้องการของตลาดที่วิจัยด้วยตนเองทุกบริษัท ทำให้มีการปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว

ในช่วงครึ่งหลังของปี 2560 คาดว่าตลาดคอนโดมิเนียม จะมีการเปิดตัวโครงการใหม่มากขึ้นกว่าครึ่งปีแรก โดยข้อมูลพบว่า หน่วยคอนโดฯ เปิดใหม่เติบโต 8% มีมูลค่าเพิ่มขึ้น 16% โดยระดับราคาที่สูงกว่า 10 ล้านบาท มีการเติบโตถึง 56% ทำให้ตลาดระดับบนยังคงขยายตัวต่อเนื่องอยู่ที่ประมาณ 26,000 ล้านบาท สาเหตุมาจากเพราะผู้ประกอบการจับกลุ่มตลาดระดับบนมากขึ้น ขายของแพงขึ้น ราคา 10 ล้านบาทขึ้นไป ส่วนตัวเลขยอดโอนครึ่งปีแรก ยอดโอนติดลบ 40% เพราะไม่มีมาตรการกระตุ้นอสังหาฯ เหมือนปีที่ผ่านมา ในขณะที่ครึ่งปีหลังจะมีการโอนเข้ามาชดเชยยอดโอนครึ่งปีแรก

นอกจากนี้กลุ่มผู้ประกอบการรายใหญ่หันมาทำทาวน์เฮาส์กันมากขึ้น ตลาดทาวน์เฮาส์มีการเติบโตซึ่งเป็นการเข้ามารองรับกับตลาดคอนโดมิเนียม เจาะกลุ่มตลาดกลาง ทำให้การเปิดตัวทาวน์เฮาส์สูงถึง 62% ขณะที่ยอดขายขยายตัวประมาณ 11% ส่วนตลาดบ้านแฝด-บ้านเดี่ยวขยายตัวประมาณ 20% ส่วนตลาดคอนโดฯ ยังไม่ฟื้นตัวเท่าไร จะฟื้นตัวเพียงบางโครงการ คอนโดฯ ราคาต่ำกว่าล้าน ทำเลย่านรังสิตมีอยู่ประมาณ 8,000 ยูนิต ซึ่งผู้ประกอบการต้องมีการปรับโมเดลพัฒนาโครงการอย่างอื่นไปด้วย ส่วนในตลาดต่างจังหวัดมีการลงทุนน้อยมาก

สำหรับสถานการณ์ตลาดคอนโดมิเนียมในช่วงครึ่งปีแรกที่ผ่านมามีคอนโดมิเนียมที่ขายได้ต้องมีจุดขาย มีแม่เหล็กในการดึงดูดความต้องการของผู้บริโภค เพราะคนไม่อยากจะอยู่ในห้องชุดที่ไม่มีความโดดเด่นของตัวเอง ซึ่งเห็นว่ามีพายุใหญ่สำหรับการเปลี่ยนแปลงธุรกิจอสังหาริมทรัพย์แบบมหาศาสตร์ ทั้งโครงสร้างธุรกิจ โครงสร้างองค์กร หากผู้ประกอบการไม่ปรับตัวจะตกขบวนอย่างแน่นอน จากความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป จากเดิมมีความต้องการที่แท้จริงซื้อเพื่ออยู่อาศัย แต่ปัจจุบันมีความต้องการเพื่อการลงทุนเข้าสู่ตลาดจำนวนมาก ผู้ประกอบการต้องปรับตัวให้ทัน โดยผู้ประกอบการมีการปรับโครงสร้างการเงิน และต้นทุนที่เอื้อกับรายใหญ่

อาทิเช่น ค่า AP (Thailand) จับมือกับ Mitsubishi Estate Group, อนันดาฯ ร่วมทุนกับ Mitsui Fudosan สร้างมูลค่าโครงการ 50,000 ล้านบาท, กลุ่มสยามพิวรรธน์ร่วมกับ CP ทำ Iconsiam, Origin ร่วมกับ Proud Residence ทำตลาดบน, ส่วนพญาฯ ปรับตัวทำ Premium และธุรกิจโรงพยาบาล สำหรับ Property Perfect ถือว่าเป็น Case Study ที่ดีโดยนำแลนด์แบงก์ออกมาขาย เป็นแลนด์ดีเวลอปเม้นต์, ล่าสุดทำซีเนียร์เรสซิเดนซ์ที่ภูเก็ต, Raimon Land ทำ Office Building, Land & Houses โฆษณาให้เลิกลงทุนปรับตัวลงสู่กลุ่มตลาดคนรุ่นใหม่ เป็นต้น

ทุกวันนี้มีหลายราย Joint Venture หรือ M&A การมีพาร์ทเนอร์มีภาวะกดดันเพราะต้องสร้างผลงานให้ประทับใจ ทำให้ต้องระมัดระวัง

ปัจจุบันผู้ประกอบการต่างเห็นสัญญาณความต้องการที่เพิ่มในบางทำเล บางคอนโดฯ การจองและการขายในปัจจุบันจะเหมือนเมื่อ 5 ปีก่อนที่เกิดการเข้าคิวจองคอนโดฯ ในต่างจังหวัด เข้าคิวตั้งแต่ 5 ขายหมดตอน 10 โมงเช้าไม่ขาดตลาดเชียงใหม่ ภูเก็ต อีสาน และขายหมดอย่างรวดเร็วไม่กี่ชั่วโมง แต่สร้างเสร็จถูกค้ำกลับไม่มาโอนกรรมสิทธิ์ สุดท้ายกลายเป็นสต็อกเหลือขาย โดยล่าสุดพบว่ามีคอนโดฯ ระดับกลาง-บน ที่ขายหมด 700 ห้องสร้างเสร็จถึงเวลาโอนฯ ได้ 300 ห้อง กลับคืนมา 400 ห้องโอนไม่ได้ อันนี้เป็นอันตรายต่อผู้ประกอบการ ซึ่งผู้เข้ามาเข้าคิวจองซื้อในพื้นที่กทม. หากสังเกตให้ดีจะพบว่ารูปลักษณะไม่ใช่ผู้ที่จะมาซื้อที่อยู่อาศัยราคา 2-3 แสนบาท/ตารางเมตรอย่างแน่นอน ดังนั้นผู้ประกอบการควรระมัดระวัง หากไม่สกรีนประวัติลูกค้ามากเพียงพออาจจะทำให้โอนห้องชุดไม่ได้ แนวทางแก้ไขจะต้องระบุตัวบุคคลที่ได้รับส่วนลด ห้ามเปลี่ยนมือก่อนวันโอน แต่หากโอนก่อนกำหนดจะถูกตัดสิทธิ์ในเรื่องส่วนลด ซึ่งเป็นวิธีป้องกันดีมานด์เทียม ส่วนโครงการระดับบนหากมีการเข้าคิวจับฉลากเชื่อว่าจะต้องมีลูกค้าเก็งกำไรอย่างแน่นอน ซึ่งคงต้องระมัดระวัง

สำหรับคอนโดระดับตลาดกลาง-ล่างปัจจุบันมีคนซื้อมือสองจำนวนไม่น้อย เนื่องจากการซื้อทดแทนการเช่าบ้าน ห้องละ 1 ล้านกว่าบาท แต่ไม่มีกำลังซื้อมือหนึ่งที่ต้องจ่ายผ่อนดาวน์และค่าเช่า จึงยอมทนรอให้สร้างใกล้เสร็จ และยอมถูกบวก 1-2 แสนบาท/ยูนิต เพื่อจะเอาเข้าแบงก์ แล้วผ่อนเลย ซึ่งถือเป็นอีกกลุ่มเป้าหมายที่เพิ่มขึ้นสำหรับตลาดกลาง-ล่าง

ส่วนตลาดคอนโดฯ ระดับบน ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาขยายตลาดบน 5,000 ล้านบาท ราคา 2 แสนบาท/ตรม. ลูกค้าปัจจุบันพิจารณามาก แต่บริการไม่ดีก็ไม่อยากซื้อ ไม่ต้องพูดเรื่องต่อคิว เดินเข้าสำนักงานขายต้องบริการดี และเห็นสัญญาณบางโครงการในตลาดบนที่เข้าคิว และทำให้สัญญาณอันตรายในระยะยาว โครงสร้างส่วนลดของผู้ประกอบการ ระบุคนนัดวันโอนกรรมสิทธิ์ห้ามเปลี่ยนมือ เช่น เปลี่ยนชื่อตอนโอนกรรมสิทธิ์ผู้ประกอบการต้องไม่เล่นด้วย ให้ส่วนลดวันโอน ถ้าไม่มาตามชื่อไม่ให้ส่วนลดการขายโดยระบุลูกค้า อยู่จริง โอนจริง ขายตรม.ละ 200,000 บาท พิจารณาลูกค้าเลย ไม่ใช่จับฉลาก ใครจะไปรู้ Profile ลูกค้าซื้อห้องละ 10-20 ล้านบาท ซื้อแล้วอยู่แน่ อีกเรื่องคือซื้อแบบเข้าคิวจับฉลาก ไม่เหมาะกับคอนโดฯ ตลาดบน เพราะเป็นการโบกมือต้อนรับคนเก็งกำไร ลูกค้า 100% เก็งกำไรหมด ขายได้สักราคา 2 ใน 10 ของราคาห้อง คือ ซื้อเก็งกำไรที่เหลือผู้ประกอบการก็ต้องรับความเสี่ยงไป



ด้านทิศทางการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในอนาคตจะเกิดการเปลี่ยนแปลง เรียกว่าเป็นการเปลี่ยนโฉมหน้าของเมืองในอีก 2 ปีข้างหน้า โดยเฉพาะที่ดิน ที่ให้สิทธิการเช่า (Leasehold) บนที่ดินขนาดใหญ่ในกรุงเทพฯ ที่ได้نگลงทุน รายใหญ่เข้ามาดำเนินการ รูปแบบจะเป็นโครงการขนาดใหญ่แบบผสมผสาน (มิกซ์ยูส) ที่มีทั้งโรงแรม พื้นที่ค้าปลีก อาคารสำนักงานและคอนโดฯ อย่างน้อย 8 โครงการที่อยู่ระหว่างการพัฒนามาบนที่ดินให้เช่ารวมกว่า 360 ไร่ ซึ่งมีการเซ็นสัญญาไปแล้ว จะอยู่ในพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจ(ซีบีดี) และบางแปลงมีการก่อสร้างแล้วเสร็จมีการเข้าใช้พื้นที่เรียบร้อยแล้ว อาทิ อาคาร FYI, สามย่านมิตรทาวน์, ที่ดินบริเวณห้วยมุ่มแยกราชเทวี, โครงการหลังสวน วิลเลจ ปัจจุบันเปลี่ยนเป็นสินธรวิลเลจ, โครงการบนที่ดินโรงแรมดุสิตธานี เป็นต้น ส่วนที่ต่อสัญญาแล้ว เช่น ที่ดินแปลงถนนวิฑู-พระราม 4, วัดไผ่ลิงหิโต 35 ไร่, กรมธนารักษ์ 52 ไร่, โรงแรมดุสิตธานี 24 ไร่, Bangkok Terminal หมอชิต 63 ไร่ หมดแล้ว

นอกจากนี้ยังมีที่ดินของภาครัฐที่จะทยอยเปิดประมูลให้เช่าที่จะเข้ามาสู่ตลาดอีกหลายแปลง อาทิ ที่ดินโรงงานยาสูบประมาณ 400 ไร่, ที่ดิน กม.11 เนื้อที่ 359 ไร่, ที่ดินสถานีแม่น้ำเนื้อที่ 277 ไร่, ที่ดินท่าเรือ คลองเตย เนื้อที่ 2,000 ไร่, ที่ดินมักกะสันเนื้อที่ 497 ไร่ และที่ดินราชพัสดุ แปลงวังค้างคาว ที่ดินแปลงต่างๆ เหล่านี้จะส่งผลต่อการพัฒนาเมืองและตลาดอสังหาฯอย่างมาก จะทำให้อสังหาฯ มีแนวโน้มเป็นรูปแบบการปล่อยเช่ามากขึ้น ซึ่งที่ดินเหล่านี้จะถูกนำมาพัฒนาโครงการในรูปแบบ Mixed-Use เป็น Hotel Retail ทำให้กรุงเทพฯ อีก 2 ปีหน้าจะเปลี่ยนแปลง และช่วงต่อมาจะเปลี่ยนโฉมหน้า Property Sector ทั้งนี้หากซื้อที่ดิน Freehold ราคาที่ดินจะอยู่ที่ตารางวาละประมาณ 2 ล้าน แต่ที่ดินเช่าสามารถทำราคาได้ 1 ใน 3 หรือ 1 ใน 2 โดยเฉพาะย่าน CBD ซึ่งราคาที่ดินส่วนใหญ่จะเกินล้านหมดแล้ว ซึ่งรัฐบาลควรพิจารณาขยายระยะเวลาเช่าให้มากกว่า 50 ปี เพื่อให้ผู้ซื้อที่อยู่อาศัยในอนาคตสามารถกู้สินเชื่อเพื่อซื้อคอนโดฯ รูปแบบลิสต์โฮลด์ได้

ส่วนที่ภาครัฐกำลังแก้ไขในเรื่องของ พ.ร.บ. อิงลิที้ กม.หลักประกัน หมายถึง สัญญาเช่าฉบับใหม่ที่จะช่วยให้เศรษฐกิจมีสภาพคล่อง เพิ่มมูลค่าทางอสังหาฯ ให้เปิดกว้างและชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิในการเช่าทรัพย์สินมากยิ่งขึ้น และจะช่วยให้สถาบันการเงินมีความมั่นใจในการนำสิทธิการเช่ามาขอสินเชื่อได้ ซึ่งเดิม Lease Term เป็นหลักประกันไม่ได้ วันนี้ต้องทำให้ใช้เป็นหลักประกันได้ เปลี่ยนมือได้ในกรู้กับสถาบันการเงิน ธนาคารยอมปล่อยสินเชื่อ จากเดิมปล่อย 60% ยังกระตุ้นตลาดไม่พอ แต่หากปล่อยได้ 90% เมื่อไหร่ ตลาดจะคึกคักมาก รวมทั้งค่าเช่าจาก 30 ปีเป็น 50-60 ปี ทำให้คนกล้าซื้อที่ดินเช่ามากขึ้นเพราะราคาต่ำลง ทำเลหลังสวน อีก 4-5 ปีหลักประกันสิทธิการเช่าราคาไม่ต่ำลง ส่วนใหญ่ราคาจะต่ำลงในช่วงอายุการเช่า 10 ปีสุดท้าย เป็นเหตุผลที่ให้สัญญาเช่า 50-60 ปี ดาว์น 10% เหมือนโอนกรรมสิทธิ์ ไม่ใช่ดาว์น 40% เหมือนในปัจจุบัน

กรณีสถานทูตออสเตรเลีย พื้นที่ 8 ไร่ มูลค่า 6,000 ล้านบาท จำนวนตัวเลขแล้วเอาแปลงข้างๆ 600 ตารางวา มูลค่าโครงการประมาณ 20,000 ล้านบาท ผู้ประกอบการที่จะพัฒนาโครงการ เจ้าของเดิมตอนซื้อที่ดินกับตอนโอน เป็นคนใหม่ หมายถึง ผู้ซื้อไม่สามารถพัฒนาโครงการไหว จึงคิดว่าซื้อแปลงเล็กแต่ทำหลายโครงการกระจายจะดีกว่า อย่าตื่นเต้นกับตลาดบนเพราะ ความต้องการมีหลักทรัพย์ยูนิต หากพัฒนาหลักพันยูนิต ห้องชุดราคา 14 ล้านบาทขนาด 40 ตรม. เจ้าของธุรกิจหรือแม้แต่ SME ยังซื้อไม่ได้เลย การพัฒนาโครงการไม่ใหญ่ 500 ตารางวา 100 ยูนิต บวกลบ ช่วยกระจายความเสี่ยงได้

ด้านการเงิน ได้รับคำแนะนำจากทริสเครดิตเรตติ้ง ให้ถือครองสภาพคล่องให้มากที่สุด ส่งสัญญาณถึงการเงินเป็นเรื่องหลักที่สำคัญ ส่วนอัตราดอกเบี้ย แม้ปัจจุบันยังเป็นขาขึ้น แต่ยังคงถือว่ายังอยู่ในอัตราต่ำอยู่ในเกณฑ์น่าลงทุน เช่น ออกหุ้นกู้เดิม 3 ปีที่แล้วมีดอกเบี้ย 2% ปีนี้ดอกเบี้ยขยับเป็น 2.6% ถือว่ายังต่ำอยู่

สำหรับเรื่องโครงสร้างภาษีนั้น เป็นอะไรที่ต้องพิจารณา และเป็นเรื่องยุ่งยาก เพราะรัฐบาลกำลังผลักดันเรื่องกฎหมายภาษีลาภลอย (หรือลาภหาย หรือจะทำให้หมดลาภหรือเปล่า เพราะต้องเสียภาษี 5% ของส่วนต่างราคา), ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างฯ โดยกฎหมายทุกฉบับที่เกี่ยวข้องกับที่ดินล้วนส่งผลกระทบและเป็นภาระต่อผู้บริโภคทั้งนั้น ทั้งนี้ หากราคาที่ดินที่ปรับขึ้น 5% จากภาวะภาษีที่สูงขึ้น จะมีผลต่อราคาขายต่อให้ผู้บริโภค 1.5-2% นอกจากนี้ยังมีภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง, ภาษีธุรกิจเฉพาะ ซึ่งต่อไปการโอนทรัพย์สินจะซับซ้อนมากขึ้น ผู้ประกอบการต้องเตรียมตัวรองรับในอนาคต

ส่วนโครงการรถไฟฟ้า สายสีม่วง เมื่อเชื่อมต่อแล้ว อัตราการดูดซับน่าจะยังไม่ดีขึ้น จะเห็นว่าช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา ปลายทางรถไฟฟ้าทำเลบางใหญ่ มี Plum Condo ซึ่งขายราคา 1.5 ล้านบาท แต่อัตรขายไม่ถูกดูดซับ ทั้งนี้รถไฟฟ้าสายสีม่วง วันนี้ค่าเดินทาง 54 บาท/เที่ยว ไปถึง 108 บาท คุณวันทำการ เดินทางมาทำงานนอกจากบางใหญ่ ต้องใช้ค่ารถไฟฟ้าตัวเดือน 2,160 บาท ระยะเวลาในการการเดินทางประมาณ 80 นาทีขึ้นไป ซึ่งจะคำนวณได้ว่าจะต้องมีรายได้เดือนละ 27,000 บาท เป็นค่าอาหาร 14,000 บาท ค่าเดินทาง ห้ามป่วย ห้ามมีลูกเพราะจะเป็น NPL ได้ โดยโครงการพฤษภาฯ ทำ Market Survey Office Building อยู่ในใจกลางเมือง อย่างทำเลบางโพ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายก็ทำงานนอก ค่าเดินทางสูง ข้อเสนอ คือ ค่าเดินทางรัฐบาลต้องดูแลให้คนระดับกลาง-ล่างสามารถเข้าถึงได้ ซึ่งการเชื่อมต่อ 1 สถานีสายสีม่วง (เตาปูน-บางซื่อ) คาดการณ์ว่าจะทำให้มีคนเดินทางมหาศาล ปกติพฤติกรรมที่สำรวจคนจะเดินทางสายยาวสู่จุดเชื่อมต่อมีการขึ้นลงระหว่างทางน้อยมาก ทุกวันนี้ รฟม.ทำโปรโมชันเดินทาง 54 บาท แต่หากยกเลิกโปรฯ เมื่อไหร่ค่าเดินทางจะกลายเป็น 80 บาททันที



## คุณโอภาส ศรีพยัคฆ์

**คุณโอภาส ศรีพยัคฆ์** กรรมการผู้จัดการ บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) กล่าวว่าภาพรวมอสังหาริมทรัพย์ในปัจจุบันว่าตลาดเปลี่ยนแปลงไปค่อนข้างมาก มีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง ผู้ประกอบการจึงต้องมีการปรับตัวเพื่อให้ธุรกิจเดินหน้าต่อไป ซึ่งที่ผ่านมาในส่วนของบริษัทเองมีการวางแผนเพื่อรองรับ และสร้างความมั่นคงให้กับองค์กรมาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการศึกษาความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งพฤติกรรมผู้บริโภคสมัยมีการเปลี่ยนแปลงไปค่อนข้าง จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการต้องปรับตัวเองเพื่อให้ธุรกิจเดินหน้าต่อไปได้

ทั้งนี้ หากบริษัท แอล.พี.เอ็น.ดี. ไม่มีการปรับเปลี่ยน ภายใน 3 ปีหลังจากนี้ เชื่อว่าจะหายออกไปจากตลาด โดยในช่วงที่ผ่านมาบริษัทมีรายได้ที่เพิ่มขึ้น แต่ในยุคที่ตลาดมีการแข่งขันสูง จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการปรับตัว จากรายได้ที่ประมาณ 15,000-16,000 ล้านบาท แต่ในปัจจุบันรายได้เหลืออยู่ที่ 7,000 ล้านบาท ทางบริษัทจึงมีการนำกลับมาพิจารณา โดยการปรับความคิดของภาพรวมองค์กร และต้องปรับแนวคิดในการพัฒนาโครงการเพื่อให้ตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด

ทางบริษัทมีการปรับตัวเข้าสู่ตลาดในซีกใต้มากขึ้น ซึ่งก่อนหน้านี้มีได้โฟกัสกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้ ทำให้เสียโอกาส เพราะทางบริษัทบริหารองค์กรบริหารธุรกิจในเรื่องที่เชื่อมั่น จึงทำให้บริษัทขยับโครงการไปนอกเมือง เนื่องจากต้นทุนจากราคาที่ดิน อย่างไรก็ตาม ทางบริษัทมีการปรับโมเดล จับตลาดราคาหลักแสนบาทต่อตารางเมตรมากขึ้น รวมถึงการมีพันธมิตรอย่างบริษัท อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์ฯ มาร่วมในบริษัทลูมฟินี โปรเจกต์ แมนเนจเม้นท์ เซอร์วิส จำกัด หรือ LPS เพื่อเป็นการเสริมสร้างความแข็งแกร่งและเสริมจุดแข็งมากขึ้น

โดยในปีนี้ทางบริษัทจะเน้นบริหาร สต็อกบ้าน และคอนโดมิเนียม บริหารความเสี่ยงการเปิดตัวโครงการให้สามารถปิดการขายได้เร็วจำนวนยูนิตไม่มาก และกระจายความเสี่ยงไปยังธุรกิจให้บริการหรือเซอร์วิสโพรไวเดอร์มากขึ้น บริษัทมีสองธุรกิจหลัก คือ ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์กับธุรกิจให้บริการอสังหาฯ โดยธุรกิจพัฒนาอสังหาฯ มีสองบริษัท โฟกัสลูกค้ากลุ่มกลาง-ล่าง กับธุรกิจบริการอสังหาฯ ให้บริการเซอร์วิสโพรไวเดอร์ ตอนนี้เริ่มมีลูกค้าเข้ามา เช่น กลุ่มอนันดาฯ, กลุ่มพร็อพเพอร์ตี้ เพอร์เฟค, บริษัทบริหารชุมชน รับบริหารนิติบุคคลให้กับลูกค้าภายนอกกว่า 10 โครงการ

สำหรับธุรกิจหลักยังคงโฟกัสกลุ่มกลาง-ล่าง ปีนี้ต้องยอมรับว่า ต้องปรับกลยุทธ์เข้ามาหาตลาดกลาง-บนมากขึ้น มีการเปิดตัวหลายโครงการที่ราคาหลักแสนบาท/ตารางเมตร เช่น เพชรบุรี-มักกะสัน, ดินแดง, ตรงข้ามม.เกษตรศาสตร์ ซึ่งกลยุทธ์ คือนำเสนอความคุ้มค่า มีอะไรทันสมัยเหมือนคอนโดฯ ค่ายอนันดาฯ ส่วนแอลพีเอ็นเป็นคอนโดฯ ขวัญใจมหาชนเรื่อยๆ มีสิ่งอำนวยความสะดวก กระจายน้ำลอยฟ้า มีสวนส่วนกลางขนาดใหญ่ เรียกว่าสวนรวมใจ, ห้องสมุดมีชีวิต เป็นการพัฒนาต่อยอดมาจากคอนเซ็ปต์ชุมชนน่าอยู่

อย่างไรก็ตามกลุ่มเป้าหมายของบริษัทยังเหมือนเดิม แต่เปลี่ยนออกไปปรับเข้าไปหาเจนเนอเรชั่นของคน ลิปปีทีแล้วคนซื้อคอนโดฯ อายุเฉลี่ย 35-55 ปี ปัจจุบันขยับลงมาเป็น 25-35 ปี และพัฒนาโครงการคอนโดฯ ที่จำนวนยูนิตไม่มากในหนึ่งโครงการ เฉลี่ยประมาณ 300-500 ยูนิต ซึ่งการเจาะตลาดกลาง-ล่าง ระยะยาวหากสามารถจับไว้ได้ อนาคตเวลาหากผู้บริโภคจะเลือกซื้อบ้าน น่าจะเลือกซื้อกับบริษัท เป็นโมเดลการปรับตัวในยุคพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยน ภาวะเศรษฐกิจไม่ค่อยดีนัก ปรับตามบริบทที่เปลี่ยนไป แต่ธุรกิจหลักของบริษัทยังเหมือนเดิม





## คุณพีระพงศ์ จรุงเอก



**คุณพีระพงศ์ จรุงเอก** ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ออริจิ้น พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน นิยมซื้อคอนโดมิเนียมมากขึ้น กลุ่มลูกค้าอายุเฉลี่ย 28 ปีที่นิยมซื้อแนวสูงตามแนวรถไฟฟ้ามากขึ้นมูลค่าตลาดปีละ 3 แสนกว่าล้านบาท แต่ปัจจัยที่กระทบในปัจจุบันในช่วง 3-5 ปีที่ผ่านมา เกิดจากผู้บริโภคมีหนี้ก้อนใหม่จากโครงการรถคันแรก และเป็นปัญหาที่เกิดขึ้น ส่งผลให้หนี้ครัวเรือนที่เคยอยู่ระดับ 40% ขยับเป็น 80% บริษัททำธุรกิจ 8 ปี เจอวิกฤตหลายครั้งไม่ว่าแฮมเบอร์เกอร์ หรือวิกฤตการเมืองภายในประเทศ ในขณะที่ปัจจัยพื้นฐานกรุงเทพฯ เป็นเมืองใหญ่ คนอยู่อาศัย 10 ล้านคนเพิ่มขึ้นทุกปีกลายเป็นมหานคร ทำให้เปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดิน ส่วนหนึ่งเพราะมีการก่อสร้างรถไฟฟ้า ทำให้ดีมานด์คนรุ่นใหม่เปลี่ยนตามไปด้วย

ทางบริษัทได้จากส่วนขยายโครงการรถไฟฟ้าสายใหม่ เดิม 20 ปีที่แล้วเป็นยุคทาวนเฮาส์ ต่อมา 10 ปีที่แล้วเป็นยุคคอนโดฯ ตลาดกลาง-ล่างเดิมออริจิ้นฯ พยายามหาซื้อที่ดินพัฒนาทาวนเฮาส์แต่หายากมาก ที่ดินต้องไม่เกินตารางวาละ 3 หนึ่งบาท หายากจริงๆ โซนรอบเมืองที่ดินตารางวาละ 5 หนึ่งบาทแทบไม่มีซัพพลาย เดิมเคยทำอาร์ทเมนต์ เดือนละ 5,000 บาท ราคาไม่เคยเปลี่ยน ทำให้ต้องปรับธุรกิจหันมาทำคอนโดฯ ขายลูกค้าเป้าหมายกลุ่มชาวต่างชาติทำงานในเมืองไทยยังมีอยู่ ตลาดเฮาส์ซิงก็ยังมีอยู่ในขณะที่คอนโดฯ ศึกษาจากการอยู่จริงของคอนโดฯ ค่าฯ LPN มี 90% คอนโดฯ ของออริจิ้นที่โอนกรรมสิทธิ์แล้ว มีผู้พักอาศัยเฉลี่ย 70% ในขณะที่คอนโดฯ ตารางเมตรละแสนกว่าบาทมีคนอยู่อาศัยน้อยประมาณ 1 ใน 3

ทั้งนี้ คอนโดฯ ถือเป็นปัจจัยสี่เป็นสินค้าที่มีความจำเป็น ทำเลสมุทรปราการ สะพานใหม่ นนทบุรี กลุ่มนี้อยากอยู่ใกล้ภูมิลำเนาเดิม ใกล้บ้านพ่อแม่ เป็นทำเลที่มีความต้องการอยู่แล้ว อยากได้ไม่พอเขาต้องซื้อไหวด้วย และคนต่างจังหวัดมาทำงานในกรุงเทพฯ เป็นกลุ่มเฟรชตีมันต์ ยังไม่ได้ซื้อบ้านซื้อรถ มองหาที่อยู่อาศัย สามารถเดินทางรถไฟฟ้ามาทำงานในเมืองได้ จึงมองการเติบโตส่วนต่อขยาย ไม่ใช่โตกระจุกในตัวเมือง

สำหรับแนวทางในการดำเนินธุรกิจ จะมีการจัดกลุ่ม และแบ่งแยกทำเลให้ชัดเจน ซึ่งที่ผ่านมา โครงการของออริจิ้นจะอยู่รอบนอกเมือง เป็นทำเลที่มีความต้องการ มีการแบ่งโซน A B C D E ซึ่งอาจจะมีโมเดลต่างกับผู้ประกอบการ เช่น หากออริจิ้น ชอบทำเลไหน จะมองหาและจัดซื้อที่ดินในทำเลนั้นค่อนข้างมาก และเมื่อรถไฟฟ้าจะเริ่มมา จะทำให้สามารถพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมได้ ในช่วง 9 ปีที่ผ่านมาทำเลค่อยๆ ขยับ โดยโซนมิดทาวน์ค่อยๆ ขยับ โดยสินค้าออริจิ้นเริ่มทำหลายพื้นที่ ทั้งนี้ โซนซีบีดียังทำน้อยอยู่ โดยเริ่มมีทำเลพร้อมพงษ์, ทองหล่อ โซนซีบีดี 6-8 ล้านบาท/ยูนิิต เคยตั้งคำถามเหมือนกันว่าคนมีเงินจะมาซื้อทำไมคอนโดฯ แต่เมื่อศึกษาตลาดพบว่าดีมานด์อยู่จริง อยากอยู่ใกล้พ่อแม่ อยากมีคอนโดฯของตัวเองใช้ไลฟ์สไตล์ที่เขาโตมาได้ มีข้อดีคือลูกค้าใช้เงินออมโอนคอนโด 70-80% เป็นกลุ่มที่เสถียรด้านการเงินมาก

ส่วนการหาที่ดิน ที่มจัดซื้อที่ดินเริ่มเก่งมากขึ้น เฉลี่ยระยะทาง 275 เมตรจากสถานี โซนไหนที่ไปลูกค้าต้องสามารถซื้อได้ทุกทำเล เช่น แบร์ริงลาซาล บริษัทมี 10 กว่าโครงการ และเปิดตัวโครงการที่ 14 ราคาที่ดินในรอบ 9 ปีปรับสูงขึ้นมากกว่าสิบเท่า จาก 4 หนึ่งบาท/ตร.วา เป็น 4 แสนบาท/ตร.วา ทางบริษัทต้องทำงานหนักขึ้น ทำยังไงจะดีลเวิลด์ผู้ถือหุ้นทำราคาไม่แพงขึ้น ซึ่งทำได้หลายทาง อาศัยเทคโนโลยี การบริหารการตลาด และการขาย ล่าสุดบริษัทเปิดนอติงฮิลล์ เฟสแรก 3 อาคาร ยูนิิตละ 1.7 ล้านบาท ถือว่าราคาต่ำอยู่ โจทย์ยังส่งหา ยังพอทำได้แต่ต้องแลกกับสเกลที่ต้องได้ด้วยเช่นกัน

ทางบริษัทกำลังปรับพอร์ต เพื่อบริหารความเสี่ยง และมีการเติมสินค้าระดับพรีเมียม ผ่านโครงการ ปาร์ค 24 โครงการมูลค่า 17,000 ล้านบาท ซึ่งอยู่ในทำเลซีบีดี เป็นโครงการที่บริษัทฯ ได้เข้าไปซื้อโครงการมา ทำให้เรามีแบรนด์ ปาร์ค เข้ามาเสริมตลาดระดับบน ล่าสุด ได้มีการวางเงินมัดจำไปแล้ว ตารางวาละ 1.6 ล้านบาท เพื่อต่อยอดในแบรนด์ ปาร์ค โครงการที่ 2 ในปี 2561 ทั้งนี้ ออริจิ้นเคยซื้อที่ดินแพงสุด โซนสาทร-นราธิวาส ตร.ว.ละ 7 แสนกว่าบาท เปิดโครงการไนท์บริดจ์ สาทร ขายตารางเมตรละ 1.5-2 แสนบาท ขายหมดในวันแรก มูลค่าโครงการ 3,800 ล้านบาท เป็น impressive ให้กับบอร์דרว่าราคา 1.5-2 แสน/ตารางเมตร ทำได้ ล่าสุดจัดซื้อที่ดินตั้งแต่ปลายปีที่แล้วจนถึงเดือนเจ็ดปีนี้ยังซื้อไม่ได้สักแปลง เพราะตั้งราคาซื้อแต่ราคาขายขยับหนีไปทุกครั้ง

อย่างไรก็ตามทางบริษัทรวบรวมที่ดิน 12 ไร่ ทำได้แล้ว จะเข้ามาเพิ่มแบ็กล็อกทำให้เฮลตี้ จาก 10,900 ล้านบาทในวันที่เราเข้าไปซื้อกิจการแต่โอนทั้งหมดที่ขายแล้ว ส่วนที่เหลือทยอยขาย ปรับราคาสูงขึ้นน่าจะได้ประโยชน์มากขึ้น โดยราคาที่ดินดิบวันนี้ น่าจะตารางวาละ 1.5 ล้านบาท และในอนาคต จาก 9,000 ล้านบาทเป็น 14,000 ล้านบาท และ 17,500 ล้านบาท แบ็กล็อกเพิ่มขึ้น ทำให้สามารถรับรู้รายได้ต่อเนื่อง และเข้าสู่ตลาดคอนโดราคาแพง มีที่มงาน และซัพพลายผู้ผลิตเสริมเข้ามา



นอกจากนี้ การปรับตัวของเรา ด้านเทคโนโลยียังมีการใช้ระบบก่อสร้างสำเร็จรูปมาช่วย ซึ่งจะช่วยให้การก่อสร้างโครงการอาคารชุด 8 ชั้น ใช้เวลาเพียง 10 เดือน ขณะเดียวกัน ยังมีการเพิ่มพอร์ตรูทธุรกิจรายได้จากค่าเช่า โดยมีโครงการโรงแรมที่แหลมฉบัง ซึ่งจะมีการจ้างเชนระดับสากลมาบริหารกลุ่มโรงแรมของออริจิ้นด้วย

ด้านแรงงานต่างด้าว มองว่าเหนื่อยมากขึ้น ปัญหาระยะสั้นเจอเนอแวโน้มขาดแคลนมากขึ้น รวมทั้งปัจจัยเสี่ยงจาก EIA เช่น คอนโดที่สุขุมวิท 105 ที่ปรึกษาไอเอชทุกคนอยากให้เราระบุว่ามีการสร้างตั้งแต่พระอาทิตย์ขึ้นจนถึงพระอาทิตย์ตก ให้เหลือแค่จันทร์-ศุกร์ และแปดโมงเช้า-ห้าโมงเย็น รวมทั้งสร้างไม่ให้เดือดร้อนชาวบ้านชุมชนรอบข้าง ปัจจุบันเป็นโหลดแบร์ริงวอลล์ทั้งหมด ไม่มีการล่อในพื้นที่เป็นการปรับตัวเพื่อการเปลี่ยนแปลงได้

อีกเรื่องคือ EEC (ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก) ออริจิ้นมีคอนโด 4 โครงการมูลค่ารวม 5,000 ล้านบาท ซื้อที่ดิน 4 ปีที่แล้วริมถนนสุขุมวิท เก็บเงินมือ 2-3 แปลง เดิมตารางวาละ 4 หมื่นบาท ปัจจุบันวาละ 1.2-1.6 แสนบาท ตอนแรกเราไปทุกคนไม่เชื่อว่าบริษัทไปทำอะไรที่ศรีราชา มีการพัฒนาคอนโดฯ มอลล์ เป็นโครงการมิกซ์ยูส เจาะลูกค้า expat ญี่ปุ่น ผลตอบรับดีมาก ยอดขายเฉลี่ย 70% เริ่มทยอยโอนตั้งแต่ปลายปีนี้ ซึ่งดีมานด์คอนโดฯ ในศรีราชาวัดนี้เป็นการพัฒนาบนทำเลพื้นที่อุตสาหกรรม ดีมานด์จึงมีความหลากหลาย EEC เป็นพื้นที่ลงทุนภาครัฐในการทำซูเปอร์อินฟราสตรัคเจอร์ มีความชัดเจนขึ้นเรื่อยๆ

แม้ก่อนหน้ายังไม่มีการโปรโมต EEC ลูกค้าก็ตอบรับอย่างดีอยู่แล้ว อายุ 20-30 ปี มีความต้องการบริโภคสินค้าที่มีความเป็นหนึ่งเดียว อย่าทำให้ภาพลักษณ์โครงการดูราคาถูกหรือดูไม่ดี เพราะลูกค้าเป็นกลุ่มมิววะ นิยมเช่า ไม่ชอบซื้อ และไม่มีทางซื้อทาวน์เฮาส์ หากจะปักหลักก็ซื้อบ้านเดี่ยวไปเลย นอกจากนี้อีสเทิร์นซีบอร์ดไม่มีบิสซิเนสโฮเทลดีๆ ตั้งอยู่เลย ระยะทางห่างจากแหลมฉบังไปพัทยาเพียง 15 กม. แต่เดินทางเป็นชั่วโมงเพราะเริ่มมีปัญหาติดขัด จึงเตรียมลงทุนโรงแรม 5 ดาว

ล่าสุดบริษัทมีแผนลงทุนโรงแรมและเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ในทองหล่อใช้อินเทอร์เน็ตชั้นแนลเซนมาบริหาร, มีโรงแรมกับคอนโดฯ ในศรีราชา หากมีสภาพคล่องเหลือจะนำมาลงทุนคอนโดฯ โดยสามารถทำกอง REIT ได้ โดยนำโรงแรมเข้าระดมทุน มีช่วงการขายที่ทองหล่อ ศรีราชา แหลมฉบัง ระยอง งบลงทุนบริษัทต่างๆ ที่มาสร้างในนิคมอุตสาหกรรมมีมหาศาล จะเข้าไปรองรับกลุ่มนี้ สามารถทำ share resource ได้ โดยใช้เซนโรงแรม รายเดี่ยวบริหารทั้งหมด กลายเป็น “คลัสเตอร์โมเดล” ทั้งพัฒนาคอนโดฯ และลงทุนโรงแรม

ในช่วงตุลาคม เตรียมเปิดตัวบ้านเดี่ยวและบ้านแฝด เพราะราคาจับจ่ายซื้อขาย ยังอยู่ในสโตร์ของบริษัท แปรนตบริหารเนี่ย รอเปิดตัวเป็นทางการ ปัจจุบันสร้างบ้าน 20 กว่าหลัง ขายแบบบ้านพร้อมอยู่ ทั้งโครงการมี 100 กว่าหลัง ขาย 4-5 รอบก็หมดโครงการ อีกธุรกิจ คือ บริการซึ่งโมเดลของ LPN มี LPS หรือลุ่มพินี พร็อพเพอร์ตี้ แมนเนจเม้นต์ หรือ แอสสิริมี พลัส พร็อพเพอร์ตี้ ในขณะที่ทางบริษัทมองว่างานบริการหลังการขายไม่สร้างเงินแต่สร้างแบรนด์ได้ จึงพยายามทำอยู่ จากเดิมเป็นคอสต์เซ็นเตอร์ พยายามสร้างรายได้ขึ้นมา เช่น บริการรับทำความสะอาด บริการซ่อมบำรุงรักษาของช่าง ซึ่งลูกค้าต้องการแต่ลำบากในการนัดช่างนัดแม่บ้าน เพราะคอนโดมีข้อกังวลเรื่องความปลอดภัย แต่หากเจ้าของโครงการทำเองจะสบายใจ ปัจจุบันมี 100 กว่าคน ในนามบริษัท พรีเม จำกัด

นอกจากนี้ บริษัทเปลี่ยนไลฟ์ใหม่ในการซื้ออสังหาฯ ของผู้บริโภค จากเดิมซื้อ 1 ครั้งเป็น 2-3 ครั้ง ผ่านบริการหลังการขายที่มีให้ โดยตลาดเช่าสามารถมีผลตอบแทนได้ถึง 6-8% ในบางทำเล โดยมีนักลงทุนต่างชาติเข้ามามาก อีกทั้งบริษัทยังดำเนินธุรกิจไมโครรีเทล 10-20 ร้านค้า ไม่อยากให้คนภายนอกมาใช้บริการมากนัก เพราะจะสร้างความวุ่นวายให้กับผู้อยู่อาศัยในโครงการ อนาคตจะเป็นการต่อยอดให้ลงทุนรีเทลขนาดกลาง-ขนาดใหญ่ในอนาคต ควบคู่กันคือการนำพรอพเพอร์ตี้ ดิงสตาร์ตอัพเข้ามาถือหุ้น 40% บริษัทถือ 60% เพราะการทำเซอร์วิส หากจองใช้บริการแต่เนิ่นๆ ราคาจะต่ำกว่าการจองแบบเร่งด่วนราคาสูงกว่าตามกลไกตลาด

ในขณะที่ลูกค้าคนรุ่นใหม่ เทียบกับอีโคโนคาร์ ราคาไม่แพงแต่มีออปชั่นใหม่ๆ ดึงดูด นี่คือรูปแบบการแข่งขัน เพราะห้องชุดสินค้าในห้องไม่แตกต่างกัน ต้องครีเอทีฟเจอร์ใหม่ เรียกว่าบ้านเศรษฐกิจเอาไปใส่ในคอนโดฯ เรียกว่า another home มีซูเปอร์ฟาสิลิตี้ โดยบ้านเศรษฐกิจลงทุนส่วนกลาง 200-300 ล้านบาท ไปใส่ในคอนโดที่มีมูลค่าโครงการ 2,000 ล้านบาท

เช่น มีครัวส่วนกลางขนาดใหญ่ สระว่ายน้ำใหญ่มีเส้นผ่าศูนย์กลาง 20 เมตร จากเดิมขนาด 5.20 เมตร ฟังก์ชันลอนดรีซึ่งฝรั่งเป็นเรื่องใหญ่ จัดหาให้ ดีไซน์ฟังก์ชัน 35 เมตรได้สองห้องนอน เวลาชออนุญาตจะบอกว่าขนาดไม่เกิน 35 ตารางเมตร ต้องบอกว่าอยู่ 3 คนเพื่ออีไอเอจะได้ไม่ต้องเพิ่มเพราะปกติ 35 ตารางเมตรจะคำนวณ 5 คนซึ่งมีผลต่อการทำสวนส่วนกลาง, ฟังก์ชันฝ้าเพดานสูง 3 เมตร

นอกจากนี้บริษัทยังร่วมกับบัตร์แรบบิท ทำเป็นบัตร์เช่าคอนโดฯ และโดยสารรถไฟฟ้า เดิมออริจิ้นเป็นโลคอลพร็อพเพอร์ตี้ แต่วันนี้ขยายกลุ่มใหม่จับพรีเมียมมากขึ้น ต้องใช้การสื่อสารเข้ามาช่วย สื่อการตลาดใช้มาก ทำคอร์ปอเรตแบรนด์พูดถึงตัวเลข 100 ล้านบาท ผลตอบรับดีมาก เช่น ซื้อเพราะขับรถผ่าน มาจากเว็บไซต์-อินเทอร์เน็ต บิลบอร์ด ในขณะที่วันนี้สื่อด้วยพีริเซนเตอร์ คือ คุณณเดชน์ คูกิมยะ เดิมไม่เชื่อได้คุยกับผู้บริหารแอร์ได้กินบอกว่ายอดขายเพิ่ม 2 เท่า เพราะจับกลุ่มพรีเมียมแมส





## คุณวรวัสส ศรีसान

**คุณวรวัสส ศรีसान** ประธานบริหาร บริษัท แกรนด์ ยูนิตี้ ดีเวล-  
ลอปเม้นท์ จำกัด กล่าวว่า ในส่วนของบริษัท แกรนด์ ยูนิตี้ ดีเวลลอปเม้นท์  
จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือ บริษัท ยูนิเวนเจอร์ จำกัด (มหาชน) ปัจจุบัน  
มีโครงการ กว่า 27 โครงการ มูลค่ากว่า 30,000 ล้านบาท ซึ่งมีกลยุทธ์  
ของการปรับตัว เพื่อรองรับอนาคต ผ่าน 4 กลยุทธ์หลัก ได้แก่ Diversifi-  
cation การขยายตลาดคอนโดให้ครอบคลุม เข้าถึงฐานลูกค้า ทั้งตลาดบน  
กลาง และล่าง พร้อมทั้งแสวงหาโอกาสในการขยายการลงทุน ไปยังธุรกิจ  
ที่เกี่ยวข้อง

ด้าน Strengthen Brand Positioning พัฒนาแบรนด์และสินค้า  
รวมถึงการสร้าง Brand Positioning ที่แข็งแกร่ง นำเสนอความโดดเด่น  
ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด และต่อเนื่อง

ด้าน Leverage Core Competencies of Market Leaders  
บูรณาการในด้านต่างๆ เพื่อสร้างศักยภาพในการเป็นผู้นำในธุรกิจ ไม่ว่าจะ  
เป็นการบริหารพันธมิตร การจัดการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกัน เพื่อการจัดการ  
ต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ หรือบริหารต้นทุนที่ดีกว่า รวมถึงการร่วมมือกับ  
สถาบันการเงินที่มีความน่าเชื่อถือ พร้อมทั้งการต่อยอดในการบริหารจัดการ  
กับลูกค้าเพื่อให้เกิด Brand Loyalty ในระยะยาว

ด้าน Optimize Shareholder Return and Long Term Brand  
Equity การบริหารจัดการผลตอบแทนผู้ถือหุ้น รวมถึงสร้างความมั่นใจที่มี  
ต่อบริษัท ในระยะยาว เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์และการเติบโตอย่างยั่งยืน

สำหรับการขยายตลาดคอนโดให้เข้าถึงความต้องการของฐานลูกค้า  
ครอบคลุมทั้งตลาดบน กลาง ล่าง และแสวงหาโอกาสในการขยายการ  
ลงทุนไปยังธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพิ่มโอกาส ในการเจริญ  
เติบโตของรายได้ที่ต่อเนื่อง ในสภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้น

1) ควบบริหาร ความเสี่ยงจากภาวะตลาดซบเซา ตาม Market  
Cycle ของกลุ่มลูกค้า

2) เพิ่มข้อได้เปรียบในการแข่งขันและการบริหารจัดการต้นทุนที่ดี  
ด้านการตลาด MARKETINTELLIGENCE การหาทำเลที่มีศักยภาพ  
ศึกษาการแข่งขันของตลาด เข้าใจวิถีชีวิต และความต้องการของกลุ่มเป้า-  
หมาย เพื่อพัฒนาแบรนด์ และสินค้า ให้ตรงความต้องการของตลาดอย่าง  
แท้จริง PRODUCTION IDENTITY และ AND UNIQUENESS VALUE  
ต้องสร้างสรรค์ สินค้าให้มีเอกลักษณ์เฉพาะและสร้าง คุณค่าที่โดดเด่น ให้  
ลูกค้าสัมผัสได้ (Brand Identity) สามารถตอบสนองความต้องการ และ  
ไลฟ์สไตล์ของลูกค้าในแต่ละกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน (Brand Value  
Proposition) สร้าง Emotional ให้ลูกค้ารู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งในการ  
ดำเนินชีวิต และพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง

ด้าน INTEGRATED MARKET COMMUNICATION สื่อสารกับ  
ผู้บริโภคทุกช่องทางและเลือกให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ทั้ง Digital  
Marketing และ Conventional Marketing เพื่อสร้าง Brand Positioning  
ที่แข็งแกร่ง นำเสนอ

ความโดดเด่นของสินค้าให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุดและอย่าง  
ต่อเนื่อง

ด้าน COST STRUCTURE ต้นทุนทางการเงินที่ต่ำกว่าทำให้ผู้ประ-  
กอบการรายใหญ่ สามารถนำส่วนต่างนี้ ไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีกว่าในราคา  
ที่แข่งขันได้

KEY RESOURCES โอกาสในการเข้าถึงเงินทุนที่มากกว่า เอื้อให้  
ประกอบการที่มีเครดิตสูง สามารถลงทุนโครงการใหญ่ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง

KEY PARTNERS สร้างพันธมิตรธุรกิจ ทั้งบริษัทภายในประเทศ  
และต่างประเทศ เพื่อส่งเสริมการเจริญเติบโต ของธุรกิจ และความสามารถ  
ด้านการลงทุน

POST FINANCE สถาบันการเงินมีความเชื่อมั่นในการจัดสรร โปร-  
แกรม สินเชื่อที่ดีให้กับลูกค้า

BRAND LOYALTY ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีให้กับแบรนด์หลัก  
ในตลาด เป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจ โดยเฉพาะในช่วงภาวะเศรษฐกิจ  
ซบเซา

SUSTAINABLE GROWTH (เติบโตอย่างยั่งยืน) หมายถึง ผลตอบ-  
แทนผู้ถือหุ้นระยะสั้น ภาพลักษณ์ของบริษัทในระยะยาวผลตอบแทนผู้ถือหุ้น  
ระยะสั้น

Cost Management พัฒนาการบริหารจัดการต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ  
ลดความสูญเสียที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ ใช้ข้อได้เปรียบจาก Economy  
of Scale

อย่างไรก็ตาม เรื่องของภาพลักษณ์ของบริษัทในระยะยาว Brand  
Value Proposition ควรลงทุนสร้างแบรนด์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับ  
ลูกค้า สร้างมูลค่าเพิ่มในสินค้า และความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในระยะยาว  
รักษามาตรฐานของสินค้า และบริการ การลงทุนในทรัพยากรบุคคล และ  
ลงทุนด้านการสื่อสารทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ



# พื้นที่ห้องชุดๆ ไม่ครบ บอกเลิกสัญญาได้หรือไม่



การที่จำเลยเปลี่ยนแปลงผนังห้องชุดจากอิฐฉาบปูนไปเป็นผนังยิปซั่ม ก่อสร้างห้องน้ำสำหรับห้องนอนใหญ่เปลี่ยนไป จนถ้าเข้าไปในเนื้อหาของห้องนอนใหญ่ถึงประมาณครึ่งหนึ่งของเนื้อที่ห้องน้ำรวมทั้งเนื้อที่ของห้องชุดจากทั้งหมด 117 ตารางเมตรเหลือเพียง 96 ตารางเมตรขาดหายไป 21 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 17.95 ของเนื้อที่ตามสัญญาที่กำกับโจทก์นั้น ล้วนแต่เป็นข้อสำคัญ โดยเฉพาะเนื้อที่ที่ขาดตกบกพร่องเกินกว่าร้อยละ 5 แห่งเนื้อที่ทั้งหมด อันเป็นการขาดตกบกพร่อง ถึงขนาดซึ่งหากโจทก์ได้ทราบก่อนแล้ว คงจะมีได้เข้าทำสัญญากับจำเลยอย่างแน่นอน โจทก์จึงมีสิทธิเลิกสัญญาได้ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 46 ฎีกาจำเลยที่ได้เสียงคำพิพากษาศาลอุทธรณ์ ในปัญหาดังกล่าว ไม่มีเหตุที่จะเปลี่ยนแปลงคำวินิจฉัยของศาลอุทธรณ์ได้

ศาลฎีกา โดยความเห็นชอบของรองประธานศาลฎีกา ซึ่งประธานศาลฎีกามอบหมาย เห็นว่าฎีกาของจำเลยข้อนี้ เป็นปัญหาที่ไม่ควรได้รับการวินิจฉัยตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง มาตรา 249 วรรคหนึ่ง ทั้งการที่โจทก์ใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาแก่จำเลย ล้วนมีสาเหตุหลายประการมิใช่เพียงสาเหตุที่จำเลยได้ใช้แผนยิปซั่มเป็นฉาบแต่ประการเดียวตามที่จำเลยอ้างในอุทธรณ์ ดังนั้น แม้ศาลฎีกาจะวินิจฉัยฎีกาของจำเลยในข้อนี้ ก็ไม่ทำให้คำพิพากษาศาลอุทธรณ์เปลี่ยนแปลงไป ฎีกาของจำเลยข้อนี้ จึงไม่เป็นสาระแก่คดีอันควรได้รับการวินิจฉัยจากศาลฎีกาเช่นกัน

โจทก์ฟ้องว่า โจทก์ทำสัญญาซื้อขายอาคารที่พัก หมายเลข 2 ชั้นที่ 8 ห้องชุดเลขที่ ซี เนื้อที่ 117 ตารางเมตร ราคา 2,852,025 บาท ในวันทำสัญญาโจทก์วางเงินมัดจำจำนวน 285,202 บาท และโจทก์ได้ชำระเงินเป็นรายเดือนรวม 19 เดือนรวมเป็นเงินที่โจทก์ได้ชำระแก่จำเลยแล้วจำนวน 1,140,802 บาท คิดเป็นร้อยละ 40 ของราคาซื้อขายทั้งหมด ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 60 จำนวน 1,711,215 บาท โจทก์จะต้องชำระในวันโอนกรรมสิทธิ์ห้องชุด ต่อมาจำเลยมีหนังสือแจ้งกำหนดการรับโอนกรรมสิทธิ์ห้องชุดโครงการคอนโดมิเนียม โดยให้โจทก์ไปทำการรับโอนกรรมสิทธิ์ พร้อมชำระราคาส่วนที่เหลือจำนวน 1,608,572 บาท โจทก์จึงเข้าทำการตรวจห้องชุดปรากฏว่าจำเลยกระทำผิดสัญญาในส่วนสาระสำคัญ โจทก์ไม่สามารถรับโอนกรรมสิทธิ์ห้องชุดดังกล่าวได้

โจทก์บอกกล่าวให้จำเลยแก้ไขให้เป็นไปตามสัญญาจำเลยเพิกเฉย โจทก์ได้มีหนังสือบอกเลิกสัญญา การกระทำของจำเลย ทำให้โจทก์ได้รับความเสียหายเป็นเงิน 171,120 บาท และโจทก์ยังขาดประโยชน์จากการให้เช่าห้องชุดดังกล่าวเดือนละ 29,250 บาทโจทก์ขอคิดเพียง 12 เดือน รวมเป็นเงิน 351,000 บาท ขอให้บังคับจำเลยชำระเงินจำนวน 1,662,922 บาท พร้อมดอกเบี้ยอัตราร้อยละ 15 ต่อปี ของต้นเงิน 1,140,802 บาท นับแต่วันฟ้องเป็นต้นไปจนกว่าจะชำระเสร็จแก่โจทก์

จำเลยให้การว่า โจทก์และจำเลยได้ตกลงเกี่ยวกับเนื้อที่ห้องชุดที่ซื้อขายโดยประมาณ และระบุอย่างชัดเจนในสัญญา โจทก์ไม่อาจเลิกสัญญาเพราะเนื้อที่ขาดหรือเกินราคาอาจปรับเปลี่ยนไปตามส่วนของเนื้อที่ และยังไม่ถึงขนาดที่โจทก์จะต้องบอกปิดหรือปฏิเสธไม่ยอมรับโอนกรรมสิทธิ์ห้องชุด จำเลยไม่ใช่ผู้ผิดสัญญา จำเลยได้ดำเนินการภายใต้สัญญาทุกประการ หากโจทก์ประสงค์จะใช้พื้นที่ส่วนกลางก็สามารถใช้ส่วนที่เสร็จเรียบร้อยแล้วได้ เมื่อโจทก์ยังไม่จดทะเบียนรับโอนกรรมสิทธิ์ตามสัญญา โจทก์จึงเป็นฝ่ายผิดสัญญา เงินที่โจทก์ส่งชำระมาแล้วตกได้แก่จำเลยตามสัญญา โจทก์ไม่มีสิทธิเรียกค่าเสียหาย โจทก์มีได้ฟ้องเรียกห้องชุด สิทธิเรียกค่าขาดประโยชน์จึงไม่เกิดขึ้น ขอให้ยกฟ้อง

ศาลชั้นต้นพิพากษาให้จำเลยชำระเงินจำนวน 1,226,362.15 บาท พร้อมดอกเบี้ยอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปี ของต้นเงิน 1,140,802 บาท นับแต่วันฟ้อง (วันที่ 15 กรกฎาคม 2539) เป็นต้นไปจนกว่าจะชำระเสร็จแก่โจทก์ค่าของโจทก์นอกจากนี้ให้ยก





จำเลยอุทธรณ์  
ศาลอุทธรณ์พิพากษายืน  
จำเลยฎีกา

ศาลฎีกาวินิจฉัยว่า "ฎีกาของจำเลยในปัญหาที่ว่าโจทก์มีสิทธิบอกเลิกสัญญาหรือไม่ ศาลอุทธรณ์ได้วินิจฉัยพยานหลักฐานที่โจทก์ และจำเลยนำมาสืบแล้วฟังว่า จำเลยก่อสร้างห้องชุดพิพาทไม่เป็นไปตามสัญญา ไม่ว่าจะการที่จำเลยเปลี่ยนแปลงผนังห้องชุดพิพาทจากอิฐฉาบปูนไปเป็นผนังแผ่นยิปซัม หรือจำเลยก่อสร้างห้องน้ำสำหรับห้องนอนใหญ่เปลี่ยนไปจนล้าเข้าไปในเนื้อที่ของห้องนอนใหญ่ถึงประมาณครึ่งหนึ่งของเนื้อที่ห้องน้ำ รวมทั้งเนื้อที่ของห้องชุดพิพาทตามสัญญา จากทั้งหมดจำนวน 117 ตารางเมตร เหลือเพียง 96 ตารางเมตร ขาดหายไป 21 ตารางเมตรคิดเป็นร้อยละ 17.95 ของเนื้อที่ตามสัญญา เหตุผลแห่งคำวินิจฉัยของศาลอุทธรณ์ ได้กล่าวไว้โดยละเอียดว่า ล้วนแต่เป็นข้อสำคัญของสัญญาโดยเฉพาะในส่วนเนื้อที่ที่ขาดตกบกพร่องไปซึ่งเกินกว่าร้อยละ 5 แห่งเนื้อที่ทั้งหมด อันได้ระบุไว้ในสัญญา เป็นการขาดตกบกพร่องถึงขนาดซึ่งหากโจทก์ได้ทราบก่อนแล้วคงจะมีได้เข้าทำสัญญากับจำเลยอย่างแน่นอน

โจทก์จึงมีสิทธิบอกเลิกสัญญาตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 466 ฎีกาของจำเลยที่ยกข้อโต้แย้งคำพิพากษาของศาลอุทธรณ์ในปัญหาดังกล่าวไม่มีเหตุผลที่จะเปลี่ยนแปลงคำวินิจฉัยของศาลอุทธรณ์ได้ ศาลฎีกาโดยความเห็นชอบของรองประธานศาลฎีกาซึ่งประธานศาลฎีกามอบหมายเห็นว่า ฎีกาของจำเลยข้อนี้ เป็นปัญหาที่ไม่ควรได้รับการวินิจฉัยจากศาลฎีกาตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง มาตรา 249 วรรคหนึ่ง ฎีกาของจำเลยอีกข้อหนึ่งที่ว่า ศาลอุทธรณ์ไม่รับวินิจฉัยอุทธรณ์ของจำเลยในข้อที่ว่า จำเลยใช้แผ่นยิปซัมเป็นฉาบเท่านั้น

โดยศาลอุทธรณ์เห็นว่าเป็นข้อที่มีโต้แย้งกันว่ากล่าวกันมาแล้วโดยชอบในศาลชั้นต้น ทั้ง ๆ ที่พยานได้เบิกความถึงข้อต่อสู้ดังกล่าวในชั้นพิจารณาแล้วเป็นการไม่ชอบนั้น เห็นว่า เมื่อเหตุที่โจทก์ใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาแก่จำเลยมีสาเหตุหลายประการ มิใช่มีเพียงสาเหตุที่จำเลยยกขึ้นอ้างเป็นข้ออุทธรณ์ดังกล่าวแต่ประการเดียว แม้ศาลฎีกาจะวินิจฉัยฎีกาของจำเลยในข้อนี้ ก็ไม่ทำให้คำพิพากษาของศาลอุทธรณ์เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้น ฎีกาของจำเลยข้อนี้จึงไม่เป็นสาระแก่คดีอันควรได้รับการวินิจฉัยจากศาลฎีกา ศาลฎีกาไม่รับวินิจฉัยเช่นกัน"



พิพากษายกฎีกาจำเลย  
คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 225/2545





# ผลการดำเนินงานและกิจกรรมสมาคม

**CD 24 กรกฎาคม 2560** • คุณฐิติวัฒน์ สุวิวัฒน์ชัย รองเลขาธิการสมาคมฯ เข้าร่วมงานสัมมนาวิชาการ ประจำปี 2560 **“Home Builder 4.0 นวัตกรรม นำคุณค่าสู่ธุรกิจ”** ณ ห้อง Meeting Room 1-2 ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ **จัดโดย** สมาคมธุรกิจรับสร้างบ้าน

**CD 9 สิงหาคม 2560** • คุณภูมิภัทร พรหมมา กรรมการสมาคมฯ เข้าร่วมชี้แจงรายละเอียด และรับฟังการแก้ไขหรือปรับปรุงกฎหมาย ว่าด้วยการบริหารจัดการการทำงานของคนต่างด้าวและรับฟังความคิดเห็นบุคคลที่เกี่ยวข้อง ณ ห้องประชุม ปรีดี พนมยงค์ ชั้น 3 **จัดโดย** สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา

**CD 15 สิงหาคม 2560** • คุณประเสริฐ แต่ดลยสาธิต นายกสมาคมฯ และคุณภูมิภัทร พรหมมา กรรมการสมาคมฯ เข้าร่วมการประชุมระดมความคิดเห็น เรื่อง **“การส่งเสริมและการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าวที่เหมาะสม”** ณ ห้องประชุม ชั้น 2 สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย **จัดโดย** กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ และสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI)

**CD 16 สิงหาคม 2560** • คุณประเสริฐ แต่ดลยสาธิต นายกสมาคมฯ รับโล่เกียรติยศ ประเภท..ผู้ทำคุณประโยชน์เพื่อสังคม ปี 2017 โดย ฯพณฯ พล.อ.อ. ดร. ประจิน จั่นตอง รองนายกรัฐมนตรี และร่วมงานฉลองครบรอบ 20 ปี หนังสือพิมพ์ตลาดวิเคราะห์ และ 8 ปี สถานีโทรทัศน์ IN TV ณ โรงแรมดิ เอ็มเออร์ลด์ รัชดา



**CD 25 สิงหาคม 2560** • คุณประเสริฐ แต่ดลยสาธิต นายกสมาคมฯ คุณรุ่งรัตน์ สิมทองแท่ง อุปนายกสมาคมฯ และคุณวิชัย พูวรลักษณ์ กรรมการสมาคมฯ เข้าร่วมพิธีเปิดงาน **“บ้าน ออส. เอ็กซ์โป @ กรุงเทพฯ”** ประจำปี 2560 และเข้าร่วมงานสัมมนา **“ที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ: จากมุมมองเชิงนโยบายสู่ภาคปฏิบัติ”** ณ ห้อง Plenary Hall และ Meeting Room ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ **จัดโดย** ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์



**CD 17 สิงหาคม 2560** • คุณฐิติวัฒน์ สุวิวัฒน์ชัย รองเลขาธิการสมาคมฯ ร่วมเปิดงานรับสร้างบ้านและวัสดุ Home Builder & Materials Expo 2017 งานอภิมหกรรมบ้าน-คอนโดฯ และสินเชื่อก่อสร้างปี International Realtors@Conference and Real Estate Expo 2017 ณ ห้องเพนารี ฮอลล์ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ **จัดโดย** สมาคมธุรกิจรับสร้างบ้าน



• คุณอนงค์ลักษณ์ แพทยานันท์ อุปนายกสมาคมฯ เข้าร่วมพิธีเปิดงาน **“อภิมหกรรมบ้าน-คอนโดฯ และสินเชื่อก่อสร้างปี”** ประจำปี 2017 ณ เวทีกลางโซนเอเทรียม ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ **จัดโดย** สมาคมสินเชื่อที่อยู่อาศัย



**CD 29 สิงหาคม 2560** • สมาคมอาคารชุดไทย เข้าร่วมงานสัมมนาวิชาการเรื่อง **“เจาะลึกกับภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง”** ณ ห้อง Ballroom 2 ชั้น 3 โรงแรมดิเอมเออร์ลด์ กรุงเทพฯ **จัดโดย** สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย และสมาคมธุรกิจบ้านจัดสรร



**CD 31 สิงหาคม 2560** • สมาคมอาคารชุดไทย จัดการประชุมประจำเดือนครั้งที่ 4/2560 ณ ห้องทานตะวัน ชั้น 3 โรงแรมโกลเดนทิวลิป ซอฟเฟอริน ถ.พหลโยธิน 9 กรุงเทพฯ

