

LPNพนักSFต่อยอดชุมชนน่าอยู่-สร้างมอลล์ในคอนโดใหม่

นายทิมพร เปล่งศรีสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) หรือ LPN เปิดเผยว่า LPN ได้ลงนามกับพันธมิตรธุรกิจคือกลุ่มสยามฟิวเจอร์ (SF) ภายใต้โครงการพัฒนาคอมมิวนิตีมอลล์แห่งใหม่ในโครงการคอนโดมิเนียมของบริษัท แปรนด์ “ลุมพินี ทาวน์ชิป” ทำเลรังสิตคลอง 1 ในอนาคต มีโอกาสขยายผลที่กลุ่มเอสเอฟจะเป็นผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์อื่น ๆ ต่อไป ทั้งนี้ คอนโดแปรนด์ “ลุมพินี ทาวน์ชิป” ถือเป็นโปรเจกต์มาสเตอร์พีซอีกครั้งของค่าย LPN เนื่องจากพัฒนาโครงการเดียวมีห้องชุดจำนวนรวมถึง 10,000 ยูนิต โดยประมาณ สร้างบนพื้นที่รวมประมาณ 100 ไร่ ราคาห้องชุดเริ่มยูนิตละ 6-7 แสนบาท โดยจะกันพื้นที่ด้านหน้าโครงการฝั่งติดถนน เนื้อที่ประมาณ 7 ไร่สำหรับพัฒนาเป็นคอมมิวนิตีมอลล์

“ลุมพินี ทาวน์ชิปจะเป็นโครงการคอนโดที่มีรูปแบบจะเป็นเมืองขนาดย่อม เพราะจะมีผู้อยู่อาศัย 10,000 ครอบครัว คุณสองเข้าไปก็จะตกไม่น้อยกว่า 2 หมื่นคน ขณะเดียวกัน ทำเลที่สร้างมอลล์อยู่ด้านหน้าโครงการ ทำให้สามารถ



2 เจ้าพ่อ - ทิมพร เปล่งศรีสุข ซีอีโอค่าย LPN (ซ้าย) กดโลกเคียงข้าง “นพพร วิฑูรชาติ” ซีอีโอค่าย SF (ขวา) เพื่อสร้างมอลล์แห่งใหม่หน้าคอนโดลุมพินี ทาวน์ชิป

รองรับลูกค้าทั่วไปจากภายนอกโครงการคอนโดฯได้ด้วย”

นายทิมพรกล่าวด้วยว่า ก่อนหน้านี้ LPN เพิ่งจะลงนามเป็นพันธมิตรธุรกิจกับเครือข่ายร้านอิมเมจเวทเชเวนอีเลฟเว่น

ในการลงทุนเปิดร้านเซเว่นฯภายในคอนโดเครือลุมพินี โครงการความร่วมมือกับกลุ่มเอสเอฟจึงเป็นการต่อยอดคอนเซ็ปต์ “ชุมชนน่าอยู่” ซึ่งเป็นจุดขายหลักของ LPN สำหรับโครงการขนาดใหญ่

ประชาชาติ ธุรกิจ

Prachachart Turakij
Circulation: 120,000
Ad Rate: 1,300

Section: First Section/พรีอเพอร์ตี

วันที่: พุธที่ 11 - อาทิตย์ 14 เมษายน 2556

ปีที่: 35

ฉบับที่: 4513

หน้า: 8(กลาง)

Col.Inch: 46.69

Ad Value: 60,697

PRValue (x3): 182,091

คลิ๊ป: สีสี่

หัวข้อข่าว: LPNพื้นที่SFตอยอดชุมชนอายุ-สร้างมอลล์ในคอนโดใหม่

นายพพร วิฑูรชาติ ประธานกรรมการบริหาร บริษัท สยามฟิวเจอร์ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) หรือ SF กล่าวเพิ่มเติมว่า แผนลงทุนครั้งนี้ กลุ่มเอสเอฟเป็นผู้เข้าพื้นที่ 7 ไร่ พัฒนามอลล์ด้านหน้าโครงการ ลุมพินี ทาวน์ชิป ตามแผนที่วางไว้คาดว่าจะมีพื้นที่ขาย 8,000-10,000 ตารางเมตร มูลค่าลงทุน 300-400 ล้านบาท

สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จะเป็นลูกค้าระดับขึ้นไป ซึ่งกลุ่มเอสเอฟไม่ได้มองเพียงให้บริการกับลูกค้าที่พักอาศัยในคอนโดเพียงอย่างเดียว แต่ทำเลที่ได้พื้นที่ด้านหน้าโครงการ ติดถนนใหญ่ สามารถดึงดูดลูกค้าทั่วไปเข้ามาใช้บริการได้ด้วย

“แผนธุรกิจทั่วไปสำหรับโครงการมอลล์ 1 แห่ง จะมีรัศมีการตลาดประมาณ 1.5 กิโลเมตรจากที่ตั้งโครงการ หรือประมาณมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย 25,000 หลังคาเรือน เมื่อพิจารณาจากค่ามาตรฐานการลงทุนแล้ว คอนโดลุมพินี ทาวน์ชิปตอบโจทย์ได้ดีที่สุด เพราะคำนวณแล้วผู้พักอาศัยในคอนโดฯ ก็น่าจะเป็นฐานลูกค้าไม่ต่ำกว่า 40% จากการคำนวณว่ามาใช้บริการมอลล์เดือนละ 6-8 วัน” นายพพรกล่าว