

1.นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 เป้าหมายการดำเนินธุรกิจในอนาคต

บริษัท

ในปัจจุบันบริษัทมีจุดยืนที่ชัดเจนคือ การเป็นผู้รับเหมาที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องการสร้างบ้าน อาคารทุกขนาด โดยเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องของการก่อสร้างด้วยระบบ Pre-Cast ที่มีลักษณะเฉพาะเป็นของบริษัทเอง จากประสบการณ์ที่บริษัทเรียนรู้และพัฒนามาเกือบ 10 ปี โดยบริษัทมีการตั้งเป้าหมายในอนาคตช่วง 3-5 ปีข้างหน้าไว้ดังนี้

- บริษัทมีเป้าหมายที่จะเพิ่มยอดขายอย่างต่อเนื่อง โดยประมาณร้อยละ 10-20 ต่อปี ในสถานะเศรษฐกิจปกติ ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้แก่ โครงการอสังหาริมทรัพย์ โรงงาน ศูนย์การค้า และหน่วยงานราชการ โดยเน้นงานที่ให้ผลตอบแทนดี เจ้าของโครงการเป็นผู้มีความน่าเชื่อถือ และมีความมั่นคงในเรื่องสถานะทางการเงิน โดยยึดมาตรฐานการปฏิบัติงานที่ดีด้วยการส่งมอบงานที่ตรงตามเวลา และคุณภาพที่กำหนดไว้ เพื่อให้ได้รับความไว้วางใจสูงสุดจากลูกค้า
- บริษัทมีเป้าหมายที่จะนำเสนอระบบการก่อสร้างที่ปลอดภัยทั้งในส่วนที่เป็นบ้านเดี่ยว ทาวน์เฮ้าส์ และอาคารคอนโดมิเนียม ด้วยระบบ Pre-Cast ที่พัฒนาในลักษณะเฉพาะของบริษัทเองให้กับโครงการขนาดใหญ่ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อลดต้นทุนค่าก่อสร้าง ลดระยะเวลาก่อสร้าง และสามารถควบคุมคุณภาพได้ดีขึ้น

พีซีเอ็ม

เนื่องจากตลาดแผ่นพื้นสำเร็จรูปมีการแข่งขันค่อนข้างสูง ใช้เงินลงทุนไม่สูงนัก จึงมีโอกาสที่จะมีผู้ผลิตรายใหม่ๆ เข้ามาแข่งขันในตลาดมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามพีซีเอ็มได้วางแผนงานสำหรับ 3-5 ปีข้างหน้าไว้ดังนี้

- พยายามรักษาตลาดแผ่นพื้นสำเร็จรูปที่มีอยู่ไว้ โดยการรักษาคุณภาพสินค้าและบริการ แม้ว่าพีซีเอ็มจะสามารถคิดค้นวิธีการลดต้นทุนโดยไม่ต้องลงทุนในทรัพย์สินเพิ่ม โดยการใช้ยานุเคราะหการทำงานปฏิกิริยาของคอนกรีต หรือการหาวัสดุที่ราคาถูกกว่า แต่มีคุณภาพเท่าเทียมกันมาใช้ในส่วนผสมในการผลิต พีซีเอ็มก็ยังคงคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ มาปรับปรุงกระบวนการผลิต เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพของสินค้า
- พยายามสร้างตลาด และพัฒนาผลิตภัณฑ์คอนกรีตเสริมใยแก้ว (Glass Fibre Reinforced Concrete) ให้เป็นที่นิยม และเป็นที่รู้จักของผู้รับเหมา และเจ้าของโครงการ ซึ่งในปี 2548 พีซีเอ็มมียอดขายผลิตคอนกรีตเสริมใยแก้วร้อยละ 100 แสดงให้เห็นผลสำเร็จในการผลิตเป็นอย่างดีสูง โดยในปี 2548 ช่วงปลายปีพีซีเอ็มได้พัฒนาฝีมือแรงงานเพิ่มขึ้น ทำให้มียอดขายกำลังการผลิตคอนกรีตเสริมใยแก้วเพิ่มขึ้นเป็น 1.8 ล้านกิโลกรัมต่อปี จากเดิมที่มีประมาณ 1.5 ล้านกิโลกรัมต่อปี นอกจากนี้พีซีเอ็มยังคงพยายามที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ดังกล่าวออกมาในรูปแบบสินค้าที่เป็นสินค้ามาตรฐานเพื่อให้ลูกค้าทุกๆ ไปสามารถซื้อมาใช้งานได้ ซึ่งเมื่อทำเป็น Mass Production แล้วจะช่วยลดต้นทุนลงได้มาก
- พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ร่วมกับบริษัทเพื่อช่วยในการพัฒนาวิธีการก่อสร้างให้มีประสิทธิภาพ รวดเร็ว และมีความคุณภาพต่อไป พร้อมกับสร้างโอกาสทางการตลาดใหม่ให้เกิดขึ้นกับพีซีเอ็ม เช่น ผนังสำเร็จรูป Pre-Cast ซึ่งในปีที่ผ่านมา บริษัทฯเริ่มมีการทำสัญญาล่วงหน้ากับบริษัทคู่ค้าแล้ว และคาดว่าจะมีการเพิ่มกำลังการผลิตอย่างต่อเนื่อง และสร้างฐานลูกค้ารายใหม่ๆ

บิลท์ แลนด์

บริษัทไม่มีแผนที่จะเติบโตอย่างก้าวกระโดดในส่วนของพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ เนื่องจากบริษัทต้องการสร้างความพร้อม โดยพิจารณาจากทิศทางของสถานะเศรษฐกิจในประเทศประกอบกับการวางแผนพัฒนาบริษัทให้เจริญเติบโตอย่างยั่งยืน บริษัทจึงวางแผนงานสำหรับ 3-5 ปีข้างหน้าไว้ดังนี้

- บริษัทมีแผนจะพัฒนาโครงการใหม่ๆ ที่มีความแน่นอนค่อนข้างมากในเรื่องการให้ผลตอบแทนที่ดี โดยในส่วนของอาคารชุด ยังคงเน้นพื้นที่แนวรถไฟฟ้าเป็นสำคัญ ซึ่งต้องเป็นที่ดินที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นที่อยู่อาศัยได้เป็นอย่างดี สำหรับการก่อสร้างอาคารแนวราบ บริษัทก็ยังคงมองหาที่ดินที่มีศักยภาพ ทำเลที่ตั้งไม่ไกลจากความเจริญ มีการคมนาคมสะดวกและอยู่ในความต้องการของตลาด
- บริษัทมีแผนที่จะพัฒนาโครงการอย่างต่อเนื่องแต่ไม่เร่งรีบ โดยบริษัทมีความตั้งใจที่จะผลิตผลงานให้ดีและมีประสิทธิภาพเพื่อให้โครงการเป็นโครงการที่ดี และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยอาจจะพัฒนาโครงการปีละ 1 ถึง 2 โครงการ ซึ่งบริษัทจะพิจารณาขนาดของโครงการ และความพร้อมของบริษัทด้วย
- บริษัทมีแผนในการสร้าง Brand ให้เป็นที่จดจำ และสร้างความมั่นใจให้กับผู้ซื้อของบริษัท ซึ่งจะทำให้เกิดประโยชน์กับลูกค้าโดยรวม การรักษามาตรฐานและส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพให้ลูกค้าภายในกำหนดเวลา ก็เป็นหนึ่งในการสร้าง Brand นอกเหนือจากการพัฒนาในเรื่องอื่นๆ
- ตามที่ประชุมคณะกรรมการ ครั้งที่ 2/2560 ของบริษัท 프리bilt จำกัด(มหาชน) ซึ่งประชุมเมื่อวันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2560 ได้มีมติเห็นชอบและเสนอให้นำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาอนุมัติการขายเงินลงทุนในบริษัท บิลท์ แลนด์ จำกัด (มหาชน) จำนวน 299,999,998 หุ้น (หรือคิดเป็นร้อยละ 99.999%) รวมทั้งบริษัทย่อย อันได้แก่ บริษัท บิลท์ ฮาร์ท จำกัด ซึ่งบริษัท บิลท์ แลนด์ จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ถือหุ้นจำนวน 9,997 หุ้น (หรือคิดเป็นร้อยละ 99.97) ให้กับนายชัยรัตน์ ธรรมพิร ซึ่งเป็นรองประธานกรรมการผู้มีอำนาจ และผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ทั้งหมดเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 899,999,994 บาท

บิลท์ ฮาร์ท

บริษัท บิลท์ ฮาร์ท จำกัด ก่อตั้งขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการรองรับการบริการหลังการขายของ บริษัท บิลท์ แลนด์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โดยช่วยในการบริหารอาคารนิติบุคคล และเป็นนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ ในกรณีที่ลูกค้ามีความประสงค์ที่จะขายต่อหรือให้เช่า ซึ่งมีได้มีวัตถุประสงค์หลักในเรื่องของผลกำไร พร้อมกันนี้ บริษัท บิลท์ ฮาร์ท จำกัด ได้ทำการศึกษาข้อมูลทางการตลาดจากสถานะแวดล้อมจริง พร้อมกับประเมินความเสี่ยง จากปัจจัยต่างๆ ที่จะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาปรับปรุง พัฒนาสินค้าและบริการในกลุ่มบริษัท

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท 프리บิลท์ จำกัด (มหาชน) (“PREB” หรือ “บริษัทฯ”) ก่อตั้งในปี 2538 ผู้ถือหุ้นหลักประกอบด้วย กลุ่มของ นายวิโรจน์ เจริญตรา บริษัท เอเชียน พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด และ กลุ่มเคสท์ แคปปิตอล (ประเภท Financial Investor ในอเมริกา) ประกอบธุรกิจรับเหมาก่อสร้างทุกประเภท ในปี 2540 บริษัทได้นำเทคโนโลยีแบบหล่อสำเร็จ (Pre-cast Technology) คือ ระบบ Pre-Cast Concrete System ซึ่งเป็นเทคโนโลยีการหล่อสำเร็จ เช่น การหล่อเสา คานสำเร็จรูป โดยนำเครื่องจักรและเทคโนโลยีจากประเทศออสเตรเลียเข้ามาแทนการใช้แรงงานคน เพื่อใช้ในงานก่อสร้าง Mass Product ซึ่งเป็นการผลิตส่วนประกอบบางอย่างที่ใช้ในการก่อสร้าง ทำให้เกิดความสะดวก และลดระยะเวลาในการก่อสร้างลง

ปี	เหตุการณ์ และการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ โดยสรุปช่วงปี พ.ศ. 2542 ถึง พ.ศ. 2559
2542	○ บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียน 2 ครั้ง โดยครั้งแรกเพิ่มจาก 15 ล้านบาท เป็น 20 ล้านบาท และครั้งที่สองเพิ่มจาก 20 ล้านบาท เป็น 25 ล้านบาท เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนของบริษัทฯ
2544	○ บริษัทฯ ได้ลดทุนที่ชำระแล้วจาก 25 ล้านบาท เป็น 6.25 ล้านบาท และจาก 6.25 ล้านบาท เป็น 1.56 ล้านบาท เพื่อลดขาดทุนสะสมของบริษัทฯ ○ บริษัท พีซีเอ็ม คอนสตรัคชั่น แมททีเรียล จำกัด (“PCM”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน และได้ซื้อทรัพย์สิน อุปกรณ์ เครื่องจักร ในส่วนของวัสดุก่อสร้างที่อำเภอลำลูกกา จากบริษัท เอเชียน พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของ PCM หรือร้อยละ 99.99 โดย PCM ได้เริ่มดำเนินการผลิตวัสดุก่อสร้างสำเร็จรูป ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2544
2545	○ บริษัทฯ ได้เสนอขายหุ้นเพิ่มทุน จำนวน 343,750 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท ให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสิทธิ ทำให้หุ้นที่ออกและเรียกชำระแล้วของบริษัทเพิ่มเป็น 5,000,000 บาท
2547	○ บริษัทฯ ได้จดทะเบียนแปรสภาพจากบริษัทจำกัด เป็นบริษัทมหาชน ภายใต้ชื่อ “บริษัท 프리บิลท์ จำกัด (มหาชน)” และเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จากหุ้นละ 10 บาท เป็นหุ้นละ 1 บาท เมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2547 ○ บริษัทได้ปรับโครงสร้างการถือหุ้น โดยเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 5 ล้านบาท เป็น 200 ล้านบาท ซึ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 200 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เพื่อเสนอขายให้แก่ผู้ลงทุน ดังต่อไปนี้ ◆ เสนอขายหุ้นเพิ่มทุนจำนวน 8,013,536 หุ้น ในราคาหุ้นละ 1 บาท ให้แก่ บริษัท เอเชียน พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) เพื่อแลก (Swap) กับการซื้อหุ้นสามัญของ บริษัท พีซีเอ็ม คอนสตรัคชั่น แมททีเรียล จำกัด จำนวน 499,993 หุ้นคิดเป็นมูลค่า 8.01 ล้านบาท ◆ เสนอขายหุ้นเพิ่มทุน จำนวน 130,135,362 หุ้น ในราคาหุ้นละ 1 บาท ให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมในอัตราส่วน 1 หุ้นสามัญเดิม ต่อ 10 หุ้นสามัญใหม่ เพื่อนำเงินที่ได้ไปใช้ในการขยายการดำเนินงาน ◆ เสนอขายหุ้นเพิ่มทุนจำนวน 9,851,102 หุ้น ในราคาหุ้นละ 1 บาท ให้แก่นายวิโรจน์ เจริญตรา ซึ่งเป็นกรรมการและผู้บริหารของบริษัท ◆ และส่วนที่เหลือจำนวน 47,000,000 หุ้น จะเสนอขายให้แก่ประชาชนทั่วไป โดยให้บุคคลที่คณะกรรมการมอบหมายเป็นผู้มีอำนาจในการกำหนดรายละเอียดการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนดังกล่าว ดังนั้น ณ เดือนมีนาคม 2547 บริษัทจะมีหุ้นที่ออกและเรียกชำระแล้วเป็น 153 ล้านบาท ซึ่งเป็นหุ้นสามัญ

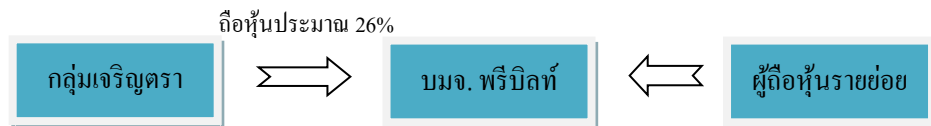
ปี	เหตุการณ์ และ การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ โดยสรุปช่วงปี พ.ศ. 2542 ถึง พ.ศ. 2559
	<p>จำนวน 153 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท และทำให้บริษัท เอเชียน พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) และ บริษัท เอเชียน พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัท โดยถือหุ้นอยู่ร้อยละ 64.73 ของทุนที่ชำระแล้วทั้งหมด นอกจากนั้น ภายหลังการปรับโครงสร้างดังกล่าว สัดส่วนเงินลงทุนของบริษัทในพีซีเอ็ม จะคิดเป็นร้อยละ 99.99 ของทุนชำระแล้วของพีซีเอ็ม</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ ในเดือนมีนาคม 2547 บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนในพีซีเอ็ม จาก 5 ล้านบาท เป็น 30 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท เพื่อชำระคืนเงินกู้ ทำให้สัดส่วนหนี้สินต่อทุนลดลง ○ ในเดือนมิถุนายน 2547 บริษัทได้ลงทุนในบริษัท ทองหล่อ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด โดยซื้อหุ้นสามัญจำนวน 6,000 หุ้น หรือร้อยละ 60 จากบริษัท เอเชียน พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) ในมูลค่าตามบัญชีหุ้นละ 6.17 บาท และได้ดำเนินการจดทะเบียนเปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท ทริลเลียน ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด” พร้อมทั้งเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 100,000 บาท เป็น 100,000,000 บาท มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ○ ในเดือนกรกฎาคม 2547 บริษัท ทริลเลียน ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ได้จดทะเบียนเพิ่มทุนจาก 10,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท เป็น 10 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท บริษัทได้ซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนดังกล่าวจำนวน 5,994,000 หุ้น ทำให้บริษัทถือหุ้นในบริษัท ทริลเลียน ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด รวม 6,000,000 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 60 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อขายในราคาประมาณ 700,000-1,200,000 บาท
2548	<p>ในเดือนสิงหาคม 2548 บริษัทฯ ได้ดำเนินการปรับ โครงสร้างการประกอบธุรกิจ และ โครงสร้างการถือหุ้นใหม่ เพื่อไม่ให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และให้ลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัทมีความชัดเจน โดย</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ บริษัทได้ขายหุ้นของบริษัท ทริลเลียน ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ทั้งหมด จำนวน 6,000,000 หุ้น ในราคาปรับปรุงตามบัญชี (มูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2548 เท่ากับหุ้นละ 9.56 บาท ซึ่งปรับปรุงด้วย ส่วนเกินจากการประเมินราคาที่ดินและอาคาร) หุ้นละ 10.06 บาท ให้แก่บริษัท เอเชียน พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) การประเมินดังกล่าวได้จัดทำโดยบริษัท ไทยประเมินราคา ลิ้นซ์ ฟิลลิปส์ จำกัด ซึ่งเป็นผู้ประเมินที่ได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ○ บริษัท เอเชียน พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) และบริษัท เอเชียน พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด ได้ขายหุ้นของบริษัท รวมจำนวน 51,000,000 หุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 33.33 ของหุ้นชำระแล้วทั้งหมดของฟรีบิลท์ ให้แก่บุคคลดังต่อไปนี้ (คู่ฟ้งโครงสร้างการถือหุ้นประกอบ) <ol style="list-style-type: none"> 1. คุณวิโรจน์ เจริญตรา ซึ่งเป็นกรรมการและผู้บริหารของบริษัท จำนวน 10,000,000 หุ้น 2. กลุ่มเคสท์ แคปปิตอล โดยซื้อในนาม SOMERS (U.K.) LTD. ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้รับฝากหลักทรัพย์ จำนวน 22,000,000 หุ้น และจำนวน 19,000,000 หุ้น จะเสนอขายพร้อมกับการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ประชาชน (IPO) ดังนั้นภายหลังการปรับโครงสร้างการถือหุ้นแล้ว จะทำให้กลุ่มเจริญตรา ถือหุ้นอยู่ร้อยละ 27.40 ของทุนชำระแล้วภายหลังการเสนอขายหลักทรัพย์แก่ประชาชน ในขณะที่บริษัท เอเชียน พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด(มหาชน) มีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 24.02 ○ ในเดือนสิงหาคม 2548 บริษัทได้จ่ายเงินปันผลระหว่างกาลจากกำไรสะสมให้แก่ผู้ถือหุ้นในอัตราหุ้นละ 0.25 บาท ○ วันที่ 15-17 พฤศจิกายน 2548 บริษัทฯ ได้ทำการเปิดจองหุ้นสามัญเสนอขายต่อประชาชนในราคาหุ้นละ 3.25

ปี	เหตุการณ์ และ การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ โดยสรุปช่วงปี พ.ศ. 2542 ถึง พ.ศ. 2559
	<p>บาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท และจดทะเบียนเพิ่มทุนกับกระทรวงพาณิชย์ในวันที่ 28 พฤศจิกายน 2548 ทำให้บริษัทฯ มีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วรวมทั้งสิ้น 200 ล้านบาท</p> <p>○ วันที่ 2 ธันวาคม 2548 หุ้นสามัญของบริษัทฯ ที่เสนอขายต่อประชาชนได้ถูกทำการซื้อขายผ่านระบบการซื้อขายหุ้นของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นวันแรก</p>
2549	ไม่มีเหตุการณ์ และ การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ
2550	ไม่มีเหตุการณ์ และ การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ
2551	<p>○ เดือนตุลาคม 2551 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ได้มีมติจัดตั้งบริษัทย่อย เพื่อดำเนินธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โดยมีทุนจดทะเบียน 20 ล้านบาท บริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 100</p>
2552	<p>○ ตามมติคณะกรรมการครั้งที่ 2/2552 เห็นสมควรเพิ่มทุนจดทะเบียนบริษัทย่อยจาก 20 ล้านบาทเป็น 40 ล้านบาท และวันที่ 12 มีนาคม 2552 บริษัท บิลท์ แลนด์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้จดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์ ด้วยทุนจดทะเบียน 40 ล้านบาท และ เมื่อวันที่ 29 มีนาคม 2554 คณะกรรมการฯ ได้มีการอนุมัติการเพิ่มทุนของบริษัทบิลท์ แลนด์ จำกัด เพิ่มอีก 60 ล้านบาทเป็น 100 ล้านบาท</p> <p>○ บริษัทบิลท์ แลนด์ จำกัด เปิดโครงการแรกชื่อ “โครงการเดอะ เทมโป ร่วมฤดี” มูลค่าโครงการประมาณ 380 ล้านบาท</p>
2553	<p>○ บริษัท บิลท์ แลนด์ จำกัด เปิดโครงการที่ 2 ชื่อ “โครงการเดอะ เทมโป พหลโยธิน” มูลค่าโครงการประมาณ 395.5 ล้านบาท</p> <p>○ บริษัท บิลท์ แลนด์ จำกัด จัดตั้งบริษัทย่อย ชื่อบริษัท บิลท์ ฮาร์ท จำกัด (“BH”) โดยถือหุ้นร้อยละ 99.97 โดยดำเนินกิจการเป็นตัวแทนบริหารอาคารนิคมอุตสาหกรรม และตัวแทนจำหน่ายอสังหาริมทรัพย์ โดยมีทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท</p>
2554	<p>○ บริษัท บิลท์ แลนด์ จำกัด เปิดโครงการที่ 3 ชื่อ “โครงการเดอะ เทมโป รัชดา” มูลค่าโครงการประมาณ 312 ล้านบาท</p> <p>○ บริษัท บิลท์ แลนด์ จำกัด เปิดโครงการที่ 4 ชื่อ “โครงการเทมโป เอ็ม ดิวานนท์” มูลค่าโครงการประมาณ 295.1 ล้านบาท</p> <p>○ บริษัท บิลท์ แลนด์ จำกัด เปิดโครงการที่ 5 ชื่อ “โครงการเทมโป ทาวน์ รัตนธิเบศร์-ไทรมา” มูลค่าโครงการประมาณ 136.3 ล้านบาท เป็นโครงการแนวราบโครงการแรก</p>
2555	○ บริษัท AP ขายหุ้นของบริษัท ทำให้โครงสร้างผู้ถือหุ้นเปลี่ยนไป
2556	<p>○ วันที่ 21 พฤษภาคม 2556 บริษัท บิลท์ แลนด์ จำกัด ได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน ภายใต้ชื่อ บริษัท บิลท์ แลนด์ จำกัด (มหาชน) (“BL”) มีทุนจดทะเบียน 200 ล้านบาท มูลค่าหุ้นละ 1 บาท</p> <p>○ วันที่ 7 มิถุนายน 2556 PCM เพิ่มทุนอีก 67 ล้านบาท เป็นทุนจดทะเบียน 97 ล้านบาท มูลค่าหุ้นละ 10 บาท</p> <p>○ วันที่ 21 มิถุนายน 2556 BL เพิ่มทุนอีก 100 ล้านบาท เป็นทุนจดทะเบียน 300 ล้านบาท มูลค่าหุ้นละ 1 บาท</p>
2557	<p>○ บริษัทฯ มีแผนการในการแยกส่วนงานพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ออกเพื่อนำเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ โดยปัจจุบันอยู่ในขั้นตอนการเตรียมการ</p> <p>○ บริษัทฯ ออกหุ้นกู้มูลค่า 400 ล้านบาท อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 4.99 เป็นหุ้นกู้ ชนิดระบุผู้ถือ ไม่มีประกัน ไม่ค่อยสิทธิ อายุ 3 ปี</p>
2558	○ บริษัท บิลท์ แลนด์ จำกัด(มหาชน) เปิดโครงการที่ 6 ชื่อ “โครงการเดอะ เทมโป แกรนด์ สาทร-วุฒากาศ”

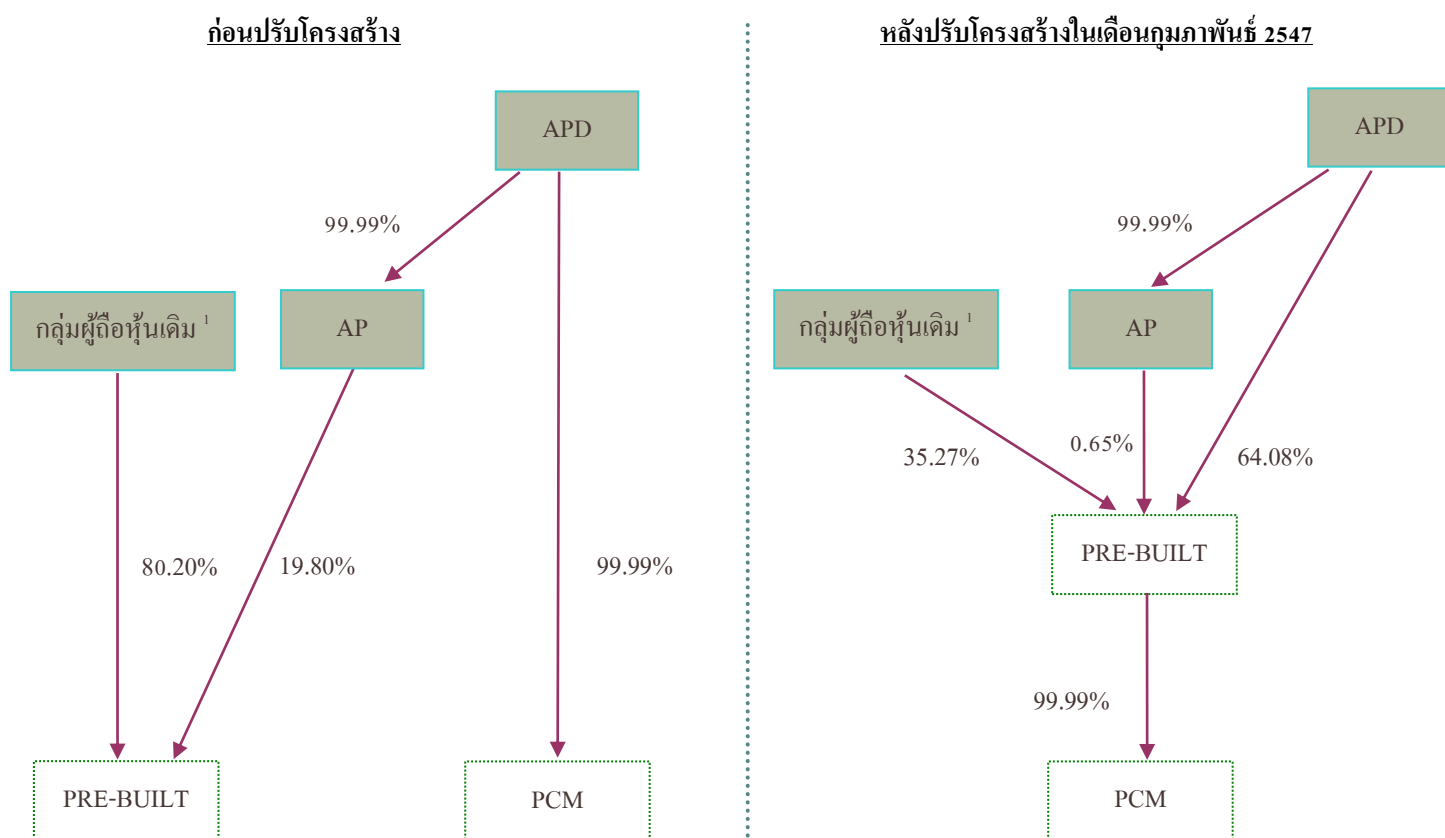
ปี	เหตุการณ์ และ การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ โดยสรุปช่วงปี พ.ศ. 2542 ถึง พ.ศ. 2559
	<p>มูลค่าโครงการประมาณ 2,690.2 ล้านบาท</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ บริษัท บิลท์ แลนด์ จำกัด(มหาชน) เปิดโครงการที่ 7 ชื่อ “โครงการเทมโป วัน รามคำแหง-พระราม 9” มูลค่าโครงการประมาณ 303.2 ล้านบาท ○ บริษัท บิลท์ แลนด์ จำกัด(มหาชน) เปิดโครงการที่ 8 ชื่อ “โครงการเทมโป ควอด (สะพานใหม่)” มูลค่าโครงการประมาณ 347.2 ล้านบาท ○ บริษัท บิลท์ แลนด์ จำกัด(มหาชน) เปิดโครงการที่ 9 ชื่อ “โครงการเลสโต คอนโด สุขุมวิท 113” มูลค่าโครงการประมาณ 1,068.2 ล้านบาท ○ บริษัท บิลท์ แลนด์ จำกัด(มหาชน) เปิดโครงการที่ 10 ชื่อ “โครงการเดอะ ริทโม ซัยพฤกษ์-วงแหวน” มูลค่าโครงการประมาณ 881.1 ล้านบาท
2559	<ul style="list-style-type: none"> ○ บริษัท บิลท์ แลนด์ จำกัด(มหาชน) ในเดือนพฤษภาคม ได้เข้าซื้อที่ดินเพิ่มอีก 1 แปลง มูลค่าประมาณ 169.3 ล้านบาท เพื่อเป็นที่ดินในการพัฒนาในอนาคต ○ บริษัท พีซีเอ็ม คอนสตรัคชั่น แมททีเรียล จำกัด จ่ายเงินปันผลให้ บริษัทฯ มูลค่า 9.99 ล้านบาท ○ 7 พฤศจิกายน 2559 บริษัทฯ ได้ถอนหุ้นกู้มูลค่า 400 ล้านบาทก่อนครบกำหนดอายุหุ้นกู้ ○ บริษัทฯ รับงานราชการอีกครั้งหลังจากหยุดรับงานราชการมานาน โดยรับงานจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มูลค่าโครงการประมาณ 1.5 พันล้านบาท

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท

● โครงสร้างการถือหุ้นในปัจจุบัน



โครงสร้างการถือหุ้นในอดีต ก่อน และ หลังเสนอขาย IPO



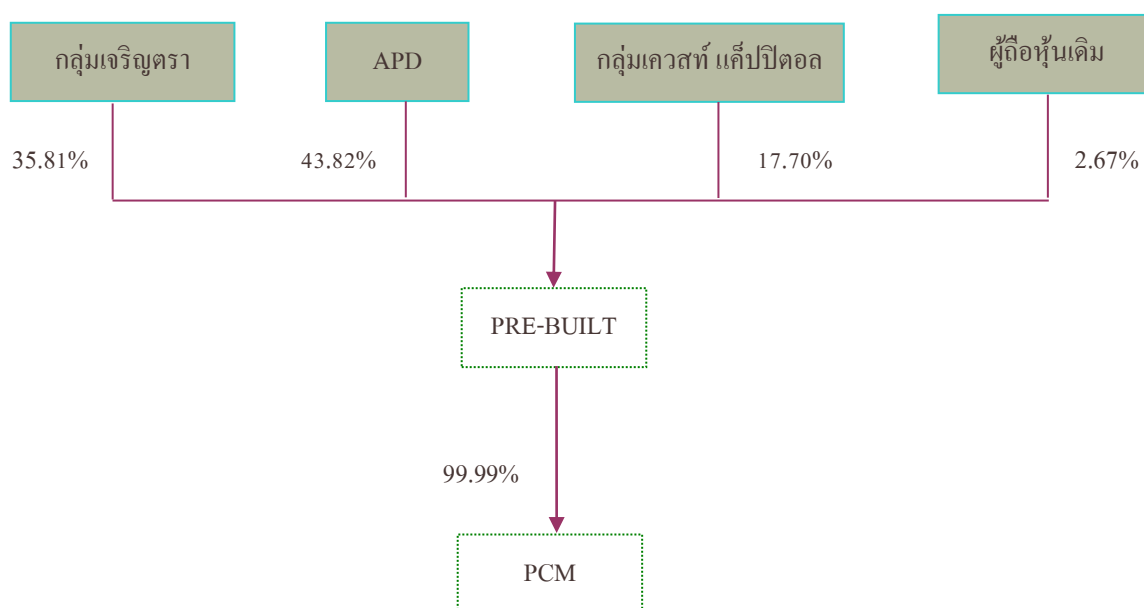
APD = บมจ. เอเชียน พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ AP = บจ. เอเชียน พร็อพเพอร์ตี้
PRE-BUILT = บมจ. 프리บิลท์ PCM = บจ. พีซีเอ็ม คอนสตรัคชั่น แมททีเรียล

¹ ก่อน และหลังปรับโครงสร้างเดือนกุมภาพันธ์ 2547 กลุ่มเจริญตราถือหุ้นร้อยละ 66.26 และ 29.28 ของทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว (153 ล้านบาท) ตามลำดับ

ในเดือนมิถุนายน 2547 บริษัทได้ลงทุนในบริษัท ทริลเลียน ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ร้อยละ 60 ของทุนจดทะเบียน และได้ขายหุ้นทั้งหมดให้แก่บริษัท เอเชียน พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) ในวันที่ 31 สิงหาคม 2548 เพื่อไม่ให้มีความความขัดแย้งทางผลประโยชน์

และต่อมาในเดือนกันยายน 2548 ได้มีการปรับโครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มผู้ถือหุ้น โดย บมจ. เอเชียน พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ และ บจ. เอเชียน พร็อพเพอร์ตี้ ได้ขายหุ้นของฟรีบิลท์ จำนวน 32,000,000 หุ้นให้แก่ นาย วิโรจน์ เจริญตรา และกลุ่มเคสท์ แคปปิตอล ซึ่งทำให้โครงสร้างผู้ถือหุ้นก่อนการเสนอขาย IPO เป็นดังนี้

โครงสร้างผู้ถือหุ้นก่อนเสนอขาย IPO



ภายหลังการขายหุ้น IPO จะทำให้สัดส่วนการถือหุ้นของกลุ่มเจริญตรา, APD และกลุ่มเคสท์ แคปปิตอล ลดลงเป็นร้อยละ 27.40, 24.02 และ 13.54 ตามลำดับ ปัจจุบัน สามารถดูจำนวนหุ้นได้ในส่วนที่ 8 โครงสร้างเงินทุน

ในการคำนวณอัตราส่วนการแลกหุ้น (Share swap ratio) ระหว่างบริษัท และพีซีเอ็ม ซึ่งถูกถือโดย บริษัท เอเชียน พร็อพเพอร์ตี้ จำกัดร้อยละ 99.99 ฝ่ายบริหารของทั้ง 2 บริษัทได้คำนวณมูลค่าบริษัท เพื่อนำมาใช้เปรียบเทียบตามวิธีดังต่อไปนี้ (เป็นการจัดทำเพื่อวัตถุประสงค์ในการ Swap หุ้นเท่านั้น เพื่อให้สัดส่วนการลงทุนไม่มีการเปลี่ยนแปลงหลัง Swap หุ้นแล้ว)

1. มูลค่าของบริษัท ใช้วิธีมูลค่าถัวเฉลี่ยระหว่าง
 - วิธีมูลค่าหุ้นตามบัญชี (Book Value)* จำนวนจากประมาณการงบการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2546 และ
 - วิธีส่วนลดกระแสเงินสด (Discounted Cash Flows) จำนวนจากกระแสเงินสดสุทธิของบริษัท ที่คาดว่าจะได้รับในอนาคต ปี 2547-2551 โดยใช้อัตราส่วนลดร้อยละ 12

2. มูลค่าของพีซีเอ็ม ใช้วิธีมูลค่าถัวเฉลี่ยระหว่าง

- วิธีปรับมูลค่าหุ้นตามบัญชี (Adjusted Book Value)* จำนวนจากประมาณการงบการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2546 ปรับปรุงด้วยส่วนเกินจากการประเมินมูลค่าสินทรัพย์ ซึ่งประเมินโดยบริษัท อินซิกเนี่ย บรูค (ประเทศไทย) จำกัด ในเดือนพฤศจิกายน 2546 และ
- วิธีส่วนลดกระแสเงินสด (Discounted Cash Flows) จำนวนจากกระแสเงินสดสุทธิของพีซีเอ็ม ที่คาดว่าจะได้รับในอนาคต ปี 2547-2551 โดยใช้อัตราส่วนลดร้อยละ 12

* เนื่องจาก 프리บิลท์ ดำเนินธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง สินทรัพย์ส่วนใหญ่มีเพียงเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการก่อสร้าง ซึ่งเสื่อมสภาพตามอายุการใช้งาน จึงไม่มีการประเมินมูลค่าของสินทรัพย์ดังกล่าว ในขณะที่สินทรัพย์ส่วนใหญ่ของ พีซีเอ็ม ประกอบด้วยที่ดิน อาคาร โรงงาน และเครื่องจักร ที่ใช้ในการผลิตและจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง ซึ่งต้องใช้พื้นที่ ขนาดใหญ่ ดังนั้นจึงได้มีการประเมินมูลค่าของสินทรัพย์ เพื่อสะท้อนมูลค่าที่แท้จริง

มูลค่าที่ใช้ในการแลกหุ้นตามวิธีข้างต้น ได้แสดงมูลค่าตามตารางดังต่อไปนี้ (หน่วย : ล้านบาท)

มูลค่า	บมจ. 프리บิลท์	บจ. พีซีเอ็ม คอนสตรัคชั่นแมททีเรียล
วิธีมูลค่าตามบัญชี/วิธีปรับมูลค่าบัญชี ¹	14.366	346.523
วิธีส่วนลดกระแสเงินสด ²	435.689	374.783
มูลค่าเฉลี่ย	225.027	360.653

1. ประมาณการงบการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2546

2. ประมาณการงบการเงินปี 2547 -2551

มูลค่าของ 프리บิลท์ 225.027 ล้านบาท มีหุ้นจำนวน 5 ล้านหุ้น ดังนั้นมูลค่าของพีซีเอ็ม 360.653 ล้านบาท จะแลกกับหุ้นของ 프리บิลท์ ได้ $(5 \times 360.653) / 225.027$ เท่ากับ 8.01 ล้านหุ้น

และจากความเห็นของที่ปรึกษาทางการเงินอิสระในการคำนวณอัตราส่วนการแลกหุ้น ได้ใช้มูลค่าถัวเฉลี่ยระหว่างวิธีปรับมูลค่าตามบัญชี และวิธีส่วนลดกระแสเงินสด ตามอัตราส่วนลดที่ร้อยละ 10, 12, และ 15 ได้ดังนี้

ฟรีบิลท์

อัตราส่วนลด	10%	12%	15%
มูลค่าตามวิธีส่วนลดกระแสเงินสด	465.26	435.69	395.98
มูลค่าตามวิธีปรับมูลค่าหุ้นตามบัญชี	8.41	8.41	8.41
มูลค่าเฉลี่ย	236.84	222.05	202.20

พีซีเอ็ม

อัตราส่วนลด	10%	12%	15%
มูลค่าตามวิธีส่วนลดกระแสเงินสด	402.38	374.78	337.62
มูลค่าตามวิธีปรับมูลค่าหุ้นตามบัญชี	327.34	327.34	327.34
มูลค่าเฉลี่ย	364.86	351.06	332.48

จากมูลค่าถัวเฉลี่ยดังกล่าว จะมีผลให้อัตราส่วนการแลกหุ้นเป็นดังนี้หน่วย: ล้านหุ้น

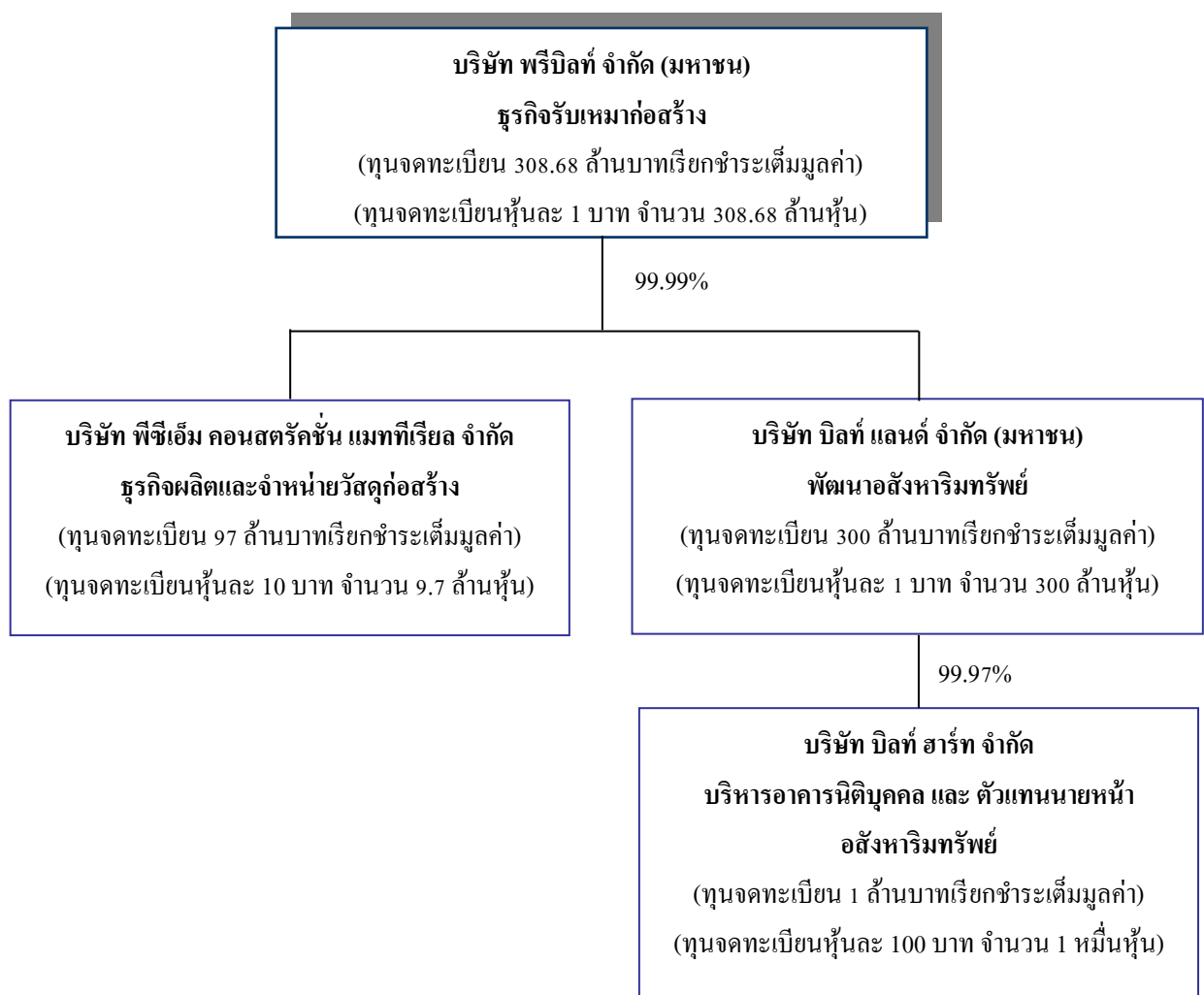
อัตราส่วนลด	10%	12%	15%
อัตราส่วนการแลกหุ้น (หุ้นพีซีเอ็ม 499,993 หุ้นต่อหุ้นฟรีบิลท์)	7.70	7.90	8.22

อัตราส่วนการแลกหุ้น ของการแลกหุ้นสามัญพีซีเอ็ม จำนวน 499,993 หุ้น กับ หุ้นสามัญเพิ่มทุนของฟรีบิลท์ จำนวน 8.01 ล้านหุ้น ซึ่งอยู่ในช่วง 7.70 ถึง 8.22 ล้านหุ้น จึงเป็นราคาที่ยอมรับได้

● ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัท และบริษัทย่อย

บริษัท 프리บิลท์ จำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง บริษัทมีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้ว 308.68 ล้านบาท ในขณะที่บริษัทย่อยคือ บริษัท พีซีเอ็ม คอนสตรัคชั่น แมททีเรียล จำกัด เป็นผู้ผลิต และขายพื้นคอนกรีตอัดแรง วัสดุก่อสร้าง และให้บริการติดตั้งพื้นคอนกรีตอัดแรง และเมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2552 บริษัท บิลท์ แลนด์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยได้จดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์ ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อขาย และเมื่อวันที่ 10 มกราคม 2554 บริษัท บิลท์ ฮาร์ท จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท บิลท์ แลนด์ จำกัด (มหาชน) ได้จดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์ ประกอบธุรกิจตัวแทนบริหารอาคารนิติบุคคล และตัวแทนนายหน้าอสังหาริมทรัพย์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 โครงสร้างการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย แสดงตามแผนผังดังนี้



1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

ไม่มี

2.ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ บริษัทย่อย และบริษัทในเครือ ประกอบธุรกิจด้านรับเหมาก่อสร้าง ผลิตและขายวัสดุก่อสร้าง พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ รับจ้างบริหารอาคารชุดนิติบุคคล และเป็นนายหน้าขายอสังหาริมทรัพย์ โดยสามารถแบ่งการประกอบธุรกิจเป็น 4 ประเภทหลัก ดังนี้

1. ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ซึ่งดำเนินการโดย บริษัท 프리บิลท์ จำกัด (มหาชน) (“PREB”)
2. ธุรกิจผลิตและขายวัสดุก่อสร้าง ซึ่งดำเนินการโดย บริษัท พีซีเอ็ม คอนสตรัคชั่นแมททีเรียล จำกัด (“PCM”)
3. ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งดำเนินการโดย บริษัท บิลท์ แอนด์ จำกัด (มหาชน) (“BL”)
4. ธุรกิจตัวแทนบริหารอาคารนิติบุคคล และนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งดำเนินการโดย บริษัท บิลท์ ฮาร์ท จำกัด (“BH”)

ประเภทรายได้ แบ่งตามกลุ่มลูกค้าและผลิตภัณฑ์ (หน่วย : ล้านบาท)	ดำเนินการ โดย	%	2557		2558		2559	
			งบรวม		งบรวม		งบรวม	
		ถือหุ้น	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%
ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง	PREB							
- กลุ่มบมจ. เอพี (ไทยแลนด์)			-	-	-	-	-	-
- ลูกค้าอื่นๆ			5,612.38	89.96	3,532.06	83.87	3,116.93	58.00
- รายได้จากการขายวัสดุก่อสร้าง			-	-	-	-	-	-
รวมรายได้ของบริษัท			5,612.38	89.96	3,532.06	83.87	3,116.93	58.00
ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์	BL	99.99	193.64	3.10	233.58	5.55	1,889.99	35.17
ธุรกิจผลิตและจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง	PCM	99.99						
- แผ่นพื้นสำเร็จรูป			242.88	3.89	195.65	4.64	183.52	3.41
- รายได้จากการขายสินค้าอื่น			114.58	1.84	170.40	4.05	125.04	2.33
รวมรายได้ของธุรกิจผลิตและจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง			357.46	5.73	366.05	8.69	308.56	5.74
รายได้อื่นๆ ของบริษัทและบริษัทย่อย ⁽³⁾			75.18	1.21	79.56	1.89	58.59	1.09
รวมรายได้ของบริษัท และ บริษัทย่อย			6,238.66	100.00	4,211.25	100.00	5,374.07	100.00

ที่มา : บริษัท 프리บิลท์ จำกัด (มหาชน) , บริษัท พีซีเอ็ม คอนสตรัคชั่น แมททีเรียล จำกัด และ บริษัท บิลท์ แอนด์ จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุ

- (1) ในเดือนมกราคม 2547 พีซีเอ็มได้ขยายกำลังการผลิต โดยเช่าโรงงาน 1 แห่ง จากบุคคลภายนอก ซึ่งไม่มีความเกี่ยวข้องกัน เพื่อใช้ในการผลิตแผ่นพื้นสำเร็จรูป และการผลิตเสาเข็ม
- (2) รายได้จากการขายวัสดุก่อสร้างอื่นๆ ของพีซีเอ็ม เป็นการซื้อมาขายไปวัสดุก่อสร้างทั่วไป เช่น ปูนซีเมนต์ ซึ่งไม่ใช่ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท รวมถึงรายการผลิตที่ไม่ใช่สินค้าหลัก
- (3) รายได้อื่นๆ ของบริษัทและบริษัทย่อย ได้แก่ ดอกเบี้ยรับ รายได้จากการขายอื่นๆ นอกเหนือจากรายการหลัก และรายได้จากการขายเศษวัสดุ เป็นต้น
- (4) พีซีเอ็มขายสินค้าให้กับกลุ่มบมจ. เอพี (ไทยแลนด์) ในปี 2559 และปี 2558 เป็นจำนวนเงิน 18.51 ล้านบาทและ 20.03 ล้านบาทตามลำดับ

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง

PREB ดำเนินธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง งาน โครงสร้างและงานระบบขนาดใหญ่ โดยเน้นงานก่อสร้างอาคาร อาคารสำนักงาน และงานอาคารสูง อีกทั้งยังมีบริการรับเหมาก่อสร้างแบบครบวงจร (Turn-key Project) ซึ่งเป็นการให้บริการตั้งแต่ออกแบบอาคาร ระบบการก่อสร้าง การตกแต่งภายใน ตลอดจนงานสาธารณูปโภค ซึ่งช่วยให้ลูกค้าสามารถประหยัดต้นทุนในการก่อสร้าง ทั้งยังได้สิ่งปลูกสร้างที่ตรงตามความต้องการของลูกค้ายิ่งขึ้น กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทฯ ได้แก่ เจ้าของโครงการต่างๆทั้งภาครัฐและเอกชน โดยการรับงานจะมีทั้งในส่วนของประมูลงาน (ประมาณร้อยละ 40) และการติดต่อโดยตรงจากลูกค้าโดยพิจารณาจากประสบการณ์และผลงานในอดีตของบริษัทฯ (ประมาณร้อยละ 60) ซึ่งบริษัทฯ จะกำหนดราคาค่าก่อสร้างโดยใช้วิธีต้นทุนบวกส่วนต่างกำไรโดยกำหนดอัตรากำไรขั้นต้นของแต่ละโครงการไว้ล่วงหน้าเพื่อให้ได้รับผลตอบแทนที่เหมาะสม

ผลงานที่บริษัทได้รับในลักษณะการประมูลงานในหน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจที่ผ่านมาได้แก่ อาคารเรียน และปฏิบัติการสถาปัตยกรรมของโครงการจัดตั้งวิทยาเขตสุพรรณบุรี อาคารของ SME BANK, Bangkok Airways อาคารสาธารณสุข โรงพยาบาลอำเภอพระพุทธบาท จังหวัดสระบุรี อาคารมหาวิทยาลัย งานก่อสร้างบันไดเลื่อน สถานีรถไฟ BTS TOPS ซุปเปอร์มาร์เก็ต สถานีบริการ B-QUICK โรงพยาบาลที่จังหวัดจันทบุรี โรงพยาบาลกรุงเทพคริสเตียน อาคารในกลุ่ม JAY-MART อาคาร Central world โครงการเดอะรอยัลเรสซิเดนซ์ อาคารจอร์จโรงแรมมิลเลเนียม อาคารสำนักงานของกลุ่ม DTAC อาคารและคลังเก็บสินค้าของกลุ่มบริษัท Athens อาคารชุดที่พักอาศัย 25 ชั้น Le Monaco โครงการ Centric Scene สุขุมวิท 64 โครงการ Condominium D65 โครงการ Centric Scene รัชวิภา อาคารโรงแรม Rayong Marriott Resort & Spa อาคาร Art Museum โรงแรม 24 ชั้น Grand Howard โรงงาน Precision พลาสติก The Oriental Beach Condominium อาคารชุดที่พักอาศัย 42 ชั้น Villa อโศก โรงงาน Oishi Aseptic อาคารโรงงาน Oishi UHT อาคารชุดที่พักอาศัย 30 ชั้น The Trust ปิ่นเกล้า และ The Trust พระราม 3 อาคารจอร์จวัดพระธรรมกาย โรงงานอิซันเพลส 2 โครงการ The Crest สุขุมวิท 34 The Room วงเวียนใหญ่ โครงการ Ideo สาทร-ท่าพระ โครงการ Unixx อาคาร Restaurant Thonglor อาคารพระผู้ปราบมาร อาคารชุดที่พักอาศัย 38 ชั้น AERAS Ashton Chula-silom Whizdom ลาดพร้าว Premio Fresco Ideo Mobi บางซื่อ Mews เย็นอากาศ Beatniq The Loft Asoke (สนข.) และในปี 2559 โครงการก่อสร้างที่เพิ่มขึ้นได้แก่ โครงการ Tela ทองหล่อ โครงการ Sand พระตำหนัก Whizdom ท่าพระ อาคารเรียนรวมเฟส 2 มธ.รังสิต อุทยานเรียนรู้ป๋วย 100 ปี มธ.รังสิต เป็นต้น

ธุรกิจผลิตและขายวัสดุก่อสร้าง

พีซีเอ็ม มีโรงงานอยู่ 3 แห่ง ตั้งอยู่ในเขตจังหวัดปทุมธานี บนถนนพหลโยธิน-ลำลูกกา ดำเนินธุรกิจผลิต และขายวัสดุก่อสร้าง ให้บริการติดตั้งพื้นคอนกรีตอัดแรง ภายใต้ชื่อ **PCM** วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตของ PCM ได้แก่ ปูนซีเมนต์ เหล็ก ลวดแรงดึงสูง หิน และทราย ซึ่ง PCM ได้จัดซื้อจากผู้จำหน่ายภายในประเทศ โดยไม่มีการซื้อวัตถุดิบจากผู้จำหน่ายรายใดเกินกว่าร้อยละ 30 ของต้นทุนวัตถุดิบทั้งหมดผลิตภัณฑ์หลักสามารถแบ่งได้ดังนี้

1. แผ่นพื้นสำเร็จรูปท้องเรียบ (SOLID PLANKS)/ แผ่นพื้นสำเร็จรูป 3 ขา (CORRUGATED PLANKS)
เป็นแผ่นคอนกรีตอัดแรงที่มีขนาดความหนา 5-6 ซม. กว้าง 35 ซม. และยาวตามความต้องการของลูกค้า เมื่อนำมาวางเรียงชิดกันตลอดความยาวคานของอาคาร และเทคอนกรีตทับหน้า (CONCRETE TOPPING) บนแผ่นพื้นสำเร็จรูป จะได้พื้นอาคารที่มีความแข็งแรงทนทาน การใช้แผ่นพื้นสำเร็จรูปชนิดนี้จะทำให้การก่อสร้างรวดเร็ว และประหยัดกว่าการก่อสร้างแบบที่ใช้ไม้แบบ และหล่อคอนกรีตในที่ผลิตกันทั้ง 2 ประเภทมีลักษณะและคุณสมบัติการใช้งานที่คล้ายคลึงกัน ดังต่อไปนี้

- **แผ่นพื้นสำเร็จรูปท้องเรียบ (Solid Planks)**

เป็นแผ่นพื้นคอนกรีตอัดแรงขนาดกว้าง 35 ซม. หนา 5 ซม. ลักษณะพื้นด้านล่างท้องเรียบ เมื่อวางบนคานแล้วสามารถเทปูนทับหน้าได้เลย ถ้าต้องปูบนพื้นที่ขนาดกว้าง อาจต้องใช้ไม้ช่วยค้ำยันด้านล่างเพื่อไม่ให้พื้นแอ่นตัว เนื่องจากลักษณะพื้นท้องที่เรียบ ถ้าใช้ปูพื้นที่ชั้นบนของอาคาร อาจไม่ต้องดีดก็ได้ แผ่นพื้นชนิดนี้เป็นที่นิยมใช้กันแพร่หลายมากที่สุด



- **แผ่นพื้นสำเร็จรูป 3 ขา (Corrugated Planks)**

มีคุณสมบัติเหมือนกับแผ่นพื้นท้องเรียบทุกประการ เพียงแต่มีความหนา 6 ซม. ลักษณะพื้นท้องจะเป็น 3 ขา ดังนั้นเมื่อเปรียบเทียบกับชนิดท้องเรียบแล้ว น้ำหนักของแผ่นจะไม่ต่างกันมากนักแม้จะมีความหนามากกว่า เนื่องจากลักษณะของการเว้าเป็น 3 ขาด้านล่าง จึงช่วยลดน้ำหนักของเนื้อคอนกรีตที่ไม่จำเป็นออกไปด้วยความหนาที่มากกว่าดังกล่าว ทำให้สามารถเพิ่มความยาวของแผ่นพื้นที่จะวางบนคานได้ยาวขึ้นโดยพื้นไม่แอ่นตัว ซึ่งช่วยให้ไม่ต้องใช้ไม้ค้ำยัน เป็นการประหยัดค่าใช้จ่าย และเพิ่มความสะดวกในการติดตั้ง รวมทั้งลดปัญหาเรื่องปลวกที่เกิดจากการใช้ไม้ค้ำยัน



2. แผ่นพื้นสำเร็จรูประบบกลวง (Hollow Core Slab)

เป็นแผ่นคอนกรีตอัดแรงกลวง มีขนาดความกว้าง 1.20 เมตร มีความหนาแตกต่างกัน 5 ขนาด คือ 8, 12, 15, 20 และ 25 ซม. สำหรับความยาวสามารถผลิตได้ตามความต้องการของลูกค้า แผ่นพื้นสำเร็จรูปชนิดนี้ถูกออกแบบมาสำหรับใช้กับอาคารขนาดกลาง และขนาดใหญ่ที่ต้องการรับน้ำหนักมาก



ความแตกต่างระหว่างแผ่นพื้นคอนกรีตชนิดแผ่นพื้นท้องเรียบ และชนิด 3 ขา

ขนาดและลักษณะ

แผ่นพื้นทั้ง 2 ชนิด จัดเป็นแผ่นพื้นคอนกรีตสำเร็จรูป (Precast Concrete) ที่เรียกว่า Planks หล่อด้วยคอนกรีต โดยมีลวดแรงดึงสูงขนาด 4 มม. หรือ 5 มม. เป็นตัวรับน้ำหนักอยู่ในเนื้อคอนกรีต มีขนาดที่นิยมเป็นมาตรฐานในท้องตลาดคือมีความกว้าง 35 ซม. เท่ากันทั้ง 2 ประเภท ความยาวของแผ่นเปลี่ยนแปลงตามความต้องการใช้งาน ลักษณะสำคัญที่ทำให้พื้นทั้ง 2 ประเภทมีคุณสมบัติต่างกันไปบ้างคือ มีความหนาต่างกัน แผ่นพื้นท้องเรียบหนา 5 ซม. แผ่นพื้น 3 ขา หนา 6 ซม.

ลักษณะที่เหมือนแผ่นกระดานของแผ่นพื้นชนิดที่เรียกว่า Planks นี้ทำให้มีความสะดวกในการใช้งาน ผู้ใช้งานสามารถหล่อคานแล้ววางแผ่นพื้นพาดบนคานแล้วเทคอนกรีตทับหน้าได้เลย ทำให้เกิดความสะดวกในการก่อสร้างมากขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับการหล่อพื้นกับที่ ซึ่งต้องตั้งค้ำยันทำไม้แบบแล้วเทคอนกรีต ซึ่งจะเสียทั้งเวลาและโอกาสในการทำงานด้านล่างของพื้นดังกล่าว เนื่องจากติดไม้ค้ำยัน

ข้อจำกัดของแผ่นพื้นท้องเรียบ

ในระยะแรกนั้น แผ่นพื้น Planks มีแต่เฉพาะแบบท้องเรียบเท่านั้น ซึ่งถึงแม้จะช่วยให้ทำงานได้เร็วขึ้นและลดค่าใช้จ่ายในเรื่องไม้แบบและไม้ค้ำยันได้แล้วก็ตาม ข้อจำกัดของแผ่นพื้น Planks ก็มี เนื่องจากแผ่นพื้นมีน้ำหนักของตัวเองอยู่ด้วย เมื่อวางพาดบนคานแล้วถ้าพื้นมีขนาดยาวด้วยน้ำหนักตัวของแผ่นพื้นและด้วยความยาวของแผ่น แผ่นจะมีการแอ่น หรือดกท้องข้าง เหมือนกับการพาดไม้กระดานบนคานเช่นกัน ดังนั้นการก่อสร้างบนขนาดพื้นที่ยาวมากๆ บางครั้งจำเป็นต้องมีการใช้ไม้ค้ำยันเพื่อช่วยพยุงด้านล่างของแผ่นไม่ให้ดกท้องข้างระหว่างการเทคอนกรีตทับหน้า ซึ่งทำให้เกะกะในการทำงานด้านล่างและสิ้นเปลืองไม้ค้ำยันเช่นกัน

การพัฒนาเป็นแผ่นพื้นชนิด 3 ขา

ในปี 2541 เนื่องจากมีงานก่อสร้างสะพาน หรือทางยกระดับเป็นจำนวนมาก ซึ่งต้องมีการเทคอนกรีตด้านบนของทางยกระดับ โดยในระยะแรกเทโดยใช้ไม้แบบซึ่งทำให้ทำงานได้ลำบากเนื่องจากอยู่ในที่สูงและต้องเสียเวลาถอดไม้แบบอีก วิศวกรของพีซีเอ็มจึงพัฒนารูปแบบสินค้าแผ่นพื้นท้องเรียบ โดยตั้งโจทย์ว่า

1. แผ่นพื้นดังกล่าวจะทำหน้าที่แทนไม้แบบ เมื่อเทคอนกรีตทับด้านบนแล้วสามารถเป็นเนื้อเดียวกันไปเลยทำให้ไม่ต้องเสียเวลาถอดไม้แบบ
2. แผ่นพื้นดังกล่าวต้องมีน้ำหนักเบาที่สุด เพื่อไม่ให้เป็นภาระการเพิ่มน้ำหนักบนทางยกระดับดังกล่าว

จากการออกแบบและการทดลองของวิศวกร ได้แผ่นพื้นที่มีลักษณะเป็นลอนมีหลายขา (Corrugated) ออกมา โดยในระยะแรกมี 6 ขา โดยมีหลักการว่าในแผ่นพื้นที่มีลักษณะเหมือนไม้กระดานแต่เดิมนั้น มีเนื้อคอนกรีตที่ไม่มีความจำเป็นอยู่ด้วย การนำเนื้อคอนกรีตดังกล่าวออกไปไม่มีผลให้คุณสมบัติของแผ่นพื้นลดลงแต่อย่างใด แต่กลับทำให้น้ำหนักของแผ่นพื้นลดลงได้เป็นอย่างมาก ซึ่งช่วยให้วิศวกรสามารถเพิ่มความหนาของแผ่นพื้นชนิดหลายขาได้ด้วย โดยไม่ทำให้คุณสมบัติที่ต้องการเสียไป

การที่สามารถทำให้แผ่นพื้นชนิดหลายขามีความหนา (6 ซม.) มากกว่าแผ่นพื้นท้องเรียบแบบเดิม (5 ซม.) โดยไม่ทำให้คุณสมบัติในด้านอื่นๆ เสียไปนั้น ทำให้สามารถแก้ปัญหาในเรื่องการตกท้องช้างหรือการแอ่นตัวลงของแผ่นพื้นกรณีที่ระยะพาดบนคานามีระยะยาวมากๆ ได้ในระดับหนึ่ง เนื่องจากแผ่นที่หนากว่าย่อมมีความแข็งแรงในตัวเองสูงกว่าแผ่นที่บางกว่าอยู่แล้ว

หลังจากนั้น พีซีเอ็ม ได้พัฒนาสินค้าดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง จาก 6 ขา เป็น 5 ขา จนในระยะสุดท้ายเป็นแผ่นพื้นชนิด 3 ขาในปัจจุบันนี้

ความแตกต่างในลักษณะการใช้งานและการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค

1. ในคุณสมบัติของการใช้งานที่เหมือนกันและที่ขนาดของความยาวเกินกว่า 3.90 เมตรขึ้นไป ราคาต่อตารางเมตรของแผ่นพื้น 3 ขา จะแพงกว่า แผ่นพื้นท้องเรียบประมาณตารางเมตรละ 10 บาท (ความยาวตั้งแต่ 3.90 เมตร ลงมา ที่คุณสมบัติเท่ากันราคาจะเท่ากัน) แต่ผู้บริโภคจะลดต้นทุนในเรื่องไม้ค้ำยันและระยะเวลาก่อสร้างได้มาก ดังนั้น ผู้รับเหมาหรือเจ้าของบ้านจะต้องพิจารณาความต้องการว่าในบริเวณดังกล่าวควรใช้พื้นชนิดใด ตัวอย่างเช่น พื้นบ้านชั้นล่าง ถ้าใช้แผ่นพื้นท้องเรียบต้องมีค้ำยันซึ่งต้องปล่อยทิ้งไว้ได้ตัวบ้านไปเลย ถือเป็นต้นทุนที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งเป็นต้นเหตุของปลวกในระยะต่อไป ผู้บริโภคหรือเจ้าของบ้านที่เข้าใจจะเลือกใช้แผ่นพื้น 3 ขา หรือขนาดห้องที่ใหญ่มากเช่นกว้าง 5 เมตร การใช้แผ่นพื้น 3 ขา ก็จะช่วยลดค่าใช้จ่ายโดยรวมลงได้
2. แผ่นพื้นท้องเรียบมีลักษณะแผ่นด้านล่างเรียบ เหมาะกับการใช้งานกับบ้านหรืออาคารที่ไม่มีฝ้าจึงเป็นที่นิยมมากในบ้านหรือที่พักอาศัยราคาถูก ในขณะที่พื้น 3 ขา จำเป็นต้องมีฝ้าเพื่อปกปิดลูกฟูกใต้พื้น จึงเหมาะกับบ้านในระดับราคาปานกลางขึ้นไป
3. แผ่นพื้นท้องเรียบมีจำหน่ายในตลาดมานานแล้วจึงเป็นที่นิยมของผู้รับเหมาและสถาปนิกโดยทั่วไป การออกแบบจึงมักกำหนดคุณสมบัติเป็นแผ่นพื้นท้องเรียบไว้ก่อน ผู้รับเหมาหรือเจ้าของบ้านจึงมักจะใช้แผ่นพื้นท้องเรียบตามที่กำหนด

นอกจากความแตกต่างในเรื่องคุณสมบัติของความหนา ซึ่งช่วยในเรื่องการแอ่นตัวแล้ว คุณสมบัติของพื้นท้อง 2 ชนิด ไม่มีความแตกต่างกันเลย สามารถใช้ทดแทนกันได้ 100% เพียงแต่มีต้นทุนในเรื่องการค้ำยัน

เพิ่มขึ้นสำหรับแผ่นพื้นท้องเรียบเท่านั้น อย่างไรก็ตามที่ความยาวในระดับหนึ่งแล้ว แผ่นพื้น 3 ขา ก็ต้องการค้ำยันเช่นกัน

3. เสาเข็ม

เป็นเสาคอนกรีตอัดแรงหน้าตัดเป็นรูปตัว “I” ผลิตโดยใช้แท่นผลิตและเครื่องจักรชุดเดียวกับที่ใช้ผลิตแผ่นพื้นสำเร็จรูประบบกลวง จึงสามารถสลับหรือปรับเปลี่ยนการผลิตกับแผ่นพื้นสำเร็จรูประบบกลวงได้ตลอดเวลา มีคุณสมบัติเป็นเสาเข็มขนาดเล็กที่ใช้ทำเป็นเสาหัวของบ้านในโครงการอสังหาริมทรัพย์ต่างๆ หรือใช้ตอกเป็นฐานรากของบ้านพักอาศัยหรืออาคารขนาดเล็ก เช่น อาคารพาณิชย์ นิยมใช้กันแพร่หลาย โดยเฉพาะในโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ต่างๆ วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเหมือนกับแผ่นพื้นสำเร็จรูประบบกลวงทุกประการ คือ ประกอบด้วย ปูนซีเมนต์ ทราย หิน น้ำ และลวดอัดแรง



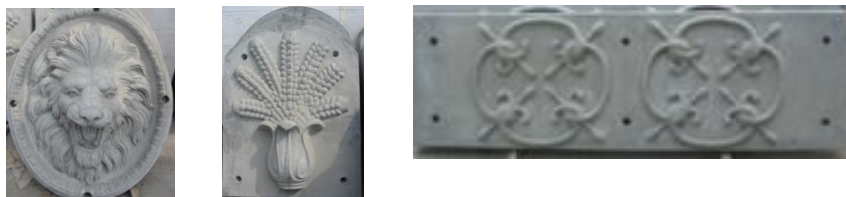
4. คอนกรีตเสริมใยแก้ว (Glass Fibre Reinforced - GRC)

GRC เป็นผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูปอีกชนิดหนึ่ง ที่ผลิตขึ้นจากส่วนผสมของซีเมนต์ ทรายและใยแก้วชนิดพิเศษ เป็นผลิตภัณฑ์ที่รู้จักและใช้กันแพร่หลายในประเทศเยอรมนีและประเทศญี่ปุ่น เป็นผลิตภัณฑ์ตกแต่งที่มีพื้นผิวเรียบสวยงามสามารถทำเป็นรูปแบบต่างๆ ได้ การติดตั้งรวดเร็ว GRC เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีน้ำหนักเบา และสามารถผลิตได้ตามความต้องการของสถาปนิกและวิศวกร ปัจจุบัน GRC ได้ถูกนำไปใช้ในงานต่างๆ ดังนี้:

งานด้านวิศวกรรม ผนังกันเสียงทางด่วน ผนังกันเสียงในอุโมงค์รถไฟใต้ดิน
ผนังภายนอกอาคาร หลังคา กันสาด ฯลฯ

งานด้านสถาปัตยกรรม งานประดับภายนอกอาคารที่ต้องการความละเอียดและความสวยงามเป็นพิเศษ
นอกจากผลิตภัณฑ์หลักข้างต้น พีซีเอ็มยังมีการผลิตบล็อกปูถนน ในช่วงที่มีกำลังการผลิตเหลือจากการใช้ผลิตสินค้าหลัก

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์คอนกรีตเสริมใยแก้ว



นอกจากนี้พีซีเอ็มยังทำธุรกิจซื้อขายสินค้าวัสดุก่อสร้างอื่นๆ เช่น กระเบื้องมุงหลังคา ปูนซีเมนต์ คอนกรีตผสมเสร็จ ซึ่งรายได้จากธุรกิจดังกล่าวในปี 2548 คิดเป็นสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 10 ของรายได้รวมของพีซีเอ็ม วัตถุประสงค์หลักของการดำเนินการดังกล่าวนอกจากเพื่อรักษาสัมพันธ์อันดีระหว่างลูกค้าแล้ว ยังเป็นการเพิ่มยอดขายให้กับผู้ขายวัตถุดิบให้พีซีเอ็มด้วย ซึ่งส่วนใหญ่แล้วมักจะมีส่วนลดจากยอดขายให้กับลูกค้า (Volume Discount) ซึ่งเป็นส่วนที่พีซีเอ็มจะได้ประโยชน์มาจากการซื้อวัตถุดิบมาเพื่อใช้ในการผลิตสินค้าหลัก

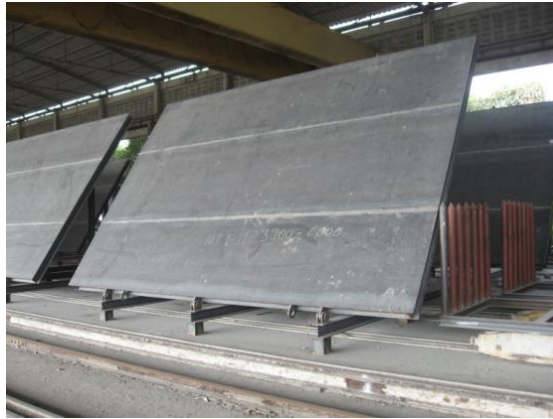
5.คอนกรีตสำเร็จรูป (Pre-Cast Concrete)

Pre-Cast Concrete คือ คอนกรีตสำเร็จรูปที่ผลิตจากโรงงานแล้วนำไปประกอบที่หน้างาน อาทิ เช่น ผนัง พื้น หรือคาน เป็นต้น ในอดีตที่ผ่านมาพีซีเอ็มได้ผลิตผนังคอนกรีตสำเร็จรูป Pre-cast เพื่อใช้กับอาคารสูง เช่น ผนังภายนอกของคอนโดมิเนียม ผนังภายนอกของอาคารสูงที่ใช้เป็นสำนักงาน เป็นต้น มาอย่างต่อเนื่อง แต่ด้วยเหตุที่ว่างงานดังกล่าวเป็นลักษณะของงานว่าจ้างให้ผลิตเป็นครั้งคราวไป (Tailor Made) เมื่อหมดงานก็ต้องหางานใหม่ ต้องทำแบบหล่อใหม่รายได้จากผนังคอนกรีตสำเร็จรูปดังกล่าวจึงไม่สม่ำเสมอ และไม่สูงมากนัก ด้วยการเล็งเห็นว่าปัญหาแรงงานขาดแคลนจะเป็นปัญหาใหญ่ในอนาคต ในปี 2553 ที่ผ่านมามีพีซีเอ็มจึงตัดสินใจลงทุนเพิ่มเติมประมาณ 40 ล้านบาท จัดแปลงโรงงานเดิมและจัดแปลงเครื่องจักรที่มีอยู่เดิมมาเพื่อใช้ผลิตชิ้นส่วนคอนกรีตสำเร็จรูปสำหรับอาคารพักอาศัยที่เป็นแนวราบ ได้แก่ ทาวน์เฮ้าส์ หรือบ้านเดี่ยว ซึ่งตลาดกำลังขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยชิ้นส่วนคอนกรีตดังกล่าว ได้แก่ ส่วนที่เป็นผนังและพื้น สำหรับอาคารทั้งหลัง โดยพีซีเอ็มสามารถจะหาผู้ซื้อซึ่งเป็นเจ้าของโครงการขนาดใหญ่ซึ่งมีความต้องการการใช้วัสดุดังกล่าวปีละหลายพันหลังได้โดยไม่ยาก ซึ่งจะช่วยให้พีซีเอ็มมีรายได้จาก Pre-cast อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เนื่องจากในโครงการเดียวกันจะมีบ้านหลายร้อยหลังซึ่งมีแบบเพียงไม่กี่แบบเท่านั้น โดยปัจจุบันในปี 2554 กำลังการผลิตที่เพิ่มขึ้นสามารถรองรับการสั่งซื้อจากลูกค้าได้แล้ว

รูปภาพการผลิต

Pre-Cast Concrete สำหรับการก่อสร้างแบบ Mass Product





PCM ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้ โดยได้ลงทุนขยายกำลังผลิต
พื้นและผนังคอนกรีตสำเร็จรูปเพื่อประกอบเป็นบ้าน Pre-Cast
โดยจะมีกำลังผลิตประมาณ 250,000 ตร.ม. ต่อปี
หรือคิดเป็นบ้านสำเร็จรูปประมาณ 500 หลังต่อปี



เมื่อมีการใช้ชิ้นส่วนสำเร็จรูป Pre-Cast Concrete System
สำหรับบ้านเดี่ยว 1 หลังจะช่วยลดเวลาก่อสร้างในส่วนองงานโครงสร้าง
ลงได้จากประมาณ 60 วัน/หลัง เหลือ 8 วัน/หลัง



ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

BL ดำเนินธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โดยมีเป้าหมายในการเติบโตอย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยในช่วงแรกจะเป็นการสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับของตลาด โดยมีแนวการพัฒนาพื้นที่ในแนวรถไฟฟ้าเป็นสำคัญ บริษัทฯ มีสัดส่วนของการก่อสร้าง คอนโดมิเนียม และบ้านจัดสรรที่ยังไม่แน่นอนเนื่องจากโครงการเพิ่งจะเริ่มเปิดตัว แต่มีเป้าหมายในการพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมในแนวรถไฟฟ้าเท่านั้น ในขณะที่บ้านจัดสรรยังคงอยู่ในพื้นที่ที่มีความเจริญ การคมนาคมสะดวก โดยในปีที่ผ่านมาสัดส่วนการก่อสร้างคอนโดยังมีสัดส่วนค่อนข้างมากเกือบร้อยละ 90

ธุรกิจตัวแทนบริหารอาคารนิคมอุตสาหกรรม และนายหน้าอสังหาริมทรัพย์

BH ดำเนินธุรกิจในการบริหารอาคารนิคมอุตสาหกรรม และนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ โดย BH ได้ถูกจัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรองรับการให้บริการหลังการขายของ BL โดย BH ดำเนินการบริหารอาคารนิคมอุตสาหกรรม และบริหารห้องชุดในกรณีที่ลูกค้ามีความประสงค์ที่จะขายต่อหรือให้เช่า โดยมีได้มีวัตถุประสงค์หลักในเรื่องของผลกำไร

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

ก การทำการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญ

ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง

บริษัทมีกลยุทธ์ทางการตลาดดังนี้

1. พิจารณาข้อมูลของโครงการ ทำเลที่ตั้งโครงการ วิเคราะห์ฐานะการเงินและประวัติของผู้ว่าจ้าง ก่อนการประมูลงาน เพื่อลดความเสี่ยงจากการรับชำระเงินค่าก่อสร้าง
2. การส่งมอบงานที่ตรงตามเวลา โดยใช้เทคโนโลยีการก่อสร้าง Precast ทำให้สามารถผลิตผลงานที่มีคุณภาพสม่ำเสมอในเวลาที่รวดเร็ว
3. ดำเนินการก่อสร้างโดยใช้วิศวกรที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการควบคุมงานก่อสร้างเพื่อให้งานมีประสิทธิภาพ ได้มาตรฐาน และมีคุณภาพ
4. ความสามารถในการรับงานด้วยราคาค่าก่อสร้างที่ต่ำกว่าเมื่อเทียบกับผู้รับเหมาขนาดใหญ่ เนื่องจากการบริหารค่าใช้จ่ายในการผลิตและการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งความสามารถในการออกแบบและก่อสร้างโดยใช้เทคโนโลยีและความเชี่ยวชาญ ทำให้ราคาต่ำกว่าคู่แข่งในขนาดเดียวกัน
5. การรับเหมาก่อสร้างแบบครบวงจร (Turn-key Project) เป็นการให้บริการตั้งแต่การออกแบบอาคาร ระบบการก่อสร้าง การตกแต่งภายใน ตลอดจนงานสาธารณูปโภค ซึ่งช่วยให้สามารถประหยัดต้นทุนในการก่อสร้าง และได้สิ่งก่อสร้างที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า
6. การให้บริการหลังการขาย ด้วยความรับผิดชอบในทุกโครงการ เพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาวกับลูกค้า

7. การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในการหางาน โดยส่งพนักงานด้านการตลาดไปติดต่อกับสถาปนิกของโครงการต่างๆ โดยให้คำปรึกษาในการออกแบบและวางแผนการก่อสร้าง ซึ่งเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาว

จำนวนและขนาดคู่แข่ง

ในตลาดผู้รับเหมาก่อสร้างในประเทศ ทั้งที่จดทะเบียน และไม่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์มีเป็นจำนวนมาก ยิ่งถ้านับรวมผู้รับเหมารายย่อย จะยิ่งมีจำนวนเพิ่มขึ้นไปอีก แต่อย่างไรก็ตามประเภทของผู้รับเหมา สามารถแยกเป็นตามขนาดได้ประมาณดังนี้คือ 1. ผู้รับเหมารายย่อย (ซึ่งจะรับทั้งงานโครงสร้างและงานระบบ) 2. ผู้รับเหมางานระบบ 3. ผู้รับเหมางานโครงสร้างและงานระบบรายใหญ่ 4. ผู้รับเหมางานโครงสร้างรายใหญ่ โดยจะมีการจัดประเภทของผู้รับเหมาอีกว่าเป็นผู้รับเหมาที่รับทำงานก่อสร้างบ้าน แนวราบ กับผู้รับเหมาที่รับงานก่อสร้างอาคารขนาดใหญ่ และผู้รับเหมาที่รับงานก่อสร้างระบบสาธารณูปโภคขนาดใหญ่อีกด้วย โดยทั่วไปผู้รับเหมาที่รับงานราชการเป็นหลักมักจะไม่ค่อยรับงานเอกชน ในขณะที่ผู้รับเหมางานเอกชนเป็นหลักก็จะไม่ค่อยรับงานราชการ เนื่องจากความชำนาญรวมถึงช่องทางในการติดต่อมีความแตกต่างกัน และผู้รับเหมาที่รับงานก่อสร้างบ้านแนวราบมักจะไม่นค่อยรับงานโครงสร้างอาคารสูงในลักษณะรับงานทั้งโครงการ ซึ่งชนิดของงานแนวราบที่เป็นการสร้างบ้านกับการสร้างอาคารสูงมีความแตกต่างกัน โดยผู้รับเหมาที่รับงานบ้านมักจะเป็นผู้รับเหมารายย่อยที่รับงานตรงกับเจ้าของโครงการ มีความชำนาญเฉพาะด้านไป เช่นงานก่อ งานฉาบ หรือ งานบันได เป็นต้น ซึ่งจำเป็นต้องใช้แรงงานคนมากกว่าเครื่องจักร ในขณะที่ผู้รับเหมางานที่รับงานก่อสร้างอาคารขนาดใหญ่จะใช้เครื่องจักรมากกว่าแรงงานคน ทำให้โอกาสที่ผู้รับเหมางานโครงสร้างอาคารสูงจะรับงานก่อสร้างบ้านแนวราบทั้งโครงการจึงเป็นเรื่องยาก

สำหรับ บมจ.ฟรีบิลท์ ในส่วนงานรับเหมาก่อสร้างในปัจจุบัน ถือว่าเป็นผู้รับเหมางานโครงสร้าง และงานระบบขนาดใหญ่ ที่เน้นงานก่อสร้างอาคาร อาคารสำนักงาน และ งานอาคารสูง โดยมีการก่อสร้างงานบ้านแนวราบบ้างแต่ก็ทำให้เฉพาะกับบริษัทย่อยเท่านั้น โดยคู่แข่งในปัจจุบันจะเป็นผู้รับเหมารายใกล้เคียงกัน ทั้งที่จดทะเบียนอยู่ในตลาดหลักทรัพย์และที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ แต่อย่างไรก็ตามเนื่องจากพฤติกรรมของการว่าจ้างเปลี่ยนแปลงไป จากอำนาจการต่อรองของผู้รับเหมาที่มีเพียงเล็กน้อยได้เพิ่มขึ้นมาอยู่ในระดับที่สามารถต่อรองได้เนื่องจาก ปริมาณความต้องการในการก่อสร้างมีมากขึ้นในขณะที่ผู้รับเหมาที่สามารถผลิตผลงานได้เป็นที่น่าพอใจมีน้อยลง ผู้ว่าจ้างไม่อยากเผชิญกับความเสี่ยงในการควบคุมงานเอง กับการจ้างงานกับผู้รับเหมารายย่อย จึงทำให้อำนาจต่อรองของผู้รับเหมาในปัจจุบันดีขึ้น ซึ่งบริษัทได้เพิ่มอำนาจต่อรองและปรับเปลี่ยนวิธีการรับงานโดยการสร้างพันธมิตรทางการค้าเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้ในปัจจุบันบริษัทได้รับงานต่อเนื่องจากกลุ่มลูกค้าเดิมของบริษัทโดยไม่ต้องมีการประมูลงานแข่งขันราคากันเพิ่มขึ้น

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าเป้าหมายของบริษัทคือ เจ้าของโครงการต่างๆ ทั้งภาครัฐ และเอกชน ที่มีความน่าเชื่อถือ และฐานะการเงินที่มั่นคง บริษัทมีเป้าหมายว่าจะรับงานที่ให้ผลตอบแทนสูง ความเสี่ยงต่ำก่อนเป็นอันดับแรก โดยมีได้สนใจประเภทของงาน และพยายามรับงานต่อเนื่องจากลูกค้าที่มีเครดิตดี เคยทำงานร่วมกันมาก่อน และไม่เคยเกิดปัญหา

นโยบายราคา

บริษัทตั้งเป้าหมายให้สามารถแข่งขันได้ในตลาด ซึ่งจะกำหนดราคาก่อสร้างโดยใช้วิธีต้นทุนบวกส่วนต่างกำไรและกำหนดอัตรากำไรขั้นต้นของแต่ละโครงการไว้ก่อนล่วงหน้าเพื่อให้ได้รับผลตอบแทนที่เหมาะสม หากราคาที่ลูกค้ากำหนดต่ำกว่าที่บริษัทกำหนดไว้ บริษัทจะไม่รับงานนั้นๆ

ต้นทุนและความเสี่ยงที่บริษัทใช้เป็นปัจจัยในการพิจารณารับงานจะรวมไปถึงต้นทุนทางการเงิน และความเสี่ยงด้านการเรียกชำระหนี้ด้วย บริษัทจะปฏิเสธการรับงานที่มีความเสี่ยงดังกล่าวข้างต้นรวมไปถึงความเสี่ยงในการก่อสร้างในสถานที่และวิธีการก่อสร้างที่อาจเกิดความผิดพลาดด้านกฎหมายและสิ่งแวดล้อมได้

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ปัจจุบันบริษัทมีการรับงานหลายรูปแบบซึ่งอาจสามารถแบ่งได้ดังนี้

- งานประกวดราคา ที่ได้รับเชิญจากลูกค้าโดยตรง ประมาณร้อยละ 20
- งานประกวดราคา ที่ได้รับเชิญจากบริษัทที่ปรึกษาหรือบริษัทออกแบบ ประมาณร้อยละ 20
- งานประกวดราคา ที่ได้รับเชิญจากหน่วยงานราชการ ประมาณร้อยละ 0
- การว่าจ้างโดยตรงจากลูกค้า โดยดูจากคุณสมบัติ และผลงานเป็นหลัก เนื่องจากบริษัทมีผลงานมากมาย ซึ่งเป็นปัจจัยให้ลูกค้ามีความมั่นใจ และราคามักจะถูกกำหนดให้ผู้นับเหมาทุกรายในราคาเดียวกัน ประมาณร้อยละ 60

ธุรกิจผลิต และ จำหน่ายวัสดุก่อสร้าง

กลยุทธ์ทางการตลาด

พีซีเอ็มได้ใช้กลยุทธ์ในการแข่งขัน โดยการควบคุมคุณภาพของสินค้าและบริการ โดยสินค้าของพีซีเอ็มเป็นที่รู้จักดีในกลุ่มลูกค้าผู้รับเหมา ซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยพีซีเอ็มมีนโยบายราคาที่ปรับตามต้นทุนการผลิตและสามารถแข่งขันกับผู้ผลิตรายอื่นในตลาดเดียวกันได้

- จุดแข็งของบริษัทพีซีเอ็ม เป็นผู้อยู่ในอุตสาหกรรมมานาน เป็นที่รู้จักและยอมรับในกลุ่มลูกค้า ในเรื่องคุณภาพของสินค้าและบริการ
- จุดอ่อนของบริษัทพีซีเอ็ม ไม่มีกลุ่ม/เครือข่ายที่ผลิตวัตถุดิบครบวงจร

จำนวนและขนาดคู่แข่ง

แผ่นพื้นสำเร็จรูปท้องเรียบมีผู้ผลิตในท้องตลาดอยู่เป็นจำนวนมาก ส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตรายย่อย ปัจจุบันพีซีเอ็ม จัดเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ 1 ใน 2 ราย (มีกำลังการผลิตใกล้เคียงกัน) ร่วมกับ บมจ. ดิคอนโปรดักส์ โดยคาดว่ากำลังผลิตของทั้ง 2 ราย รวมกันไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของตลาดแผ่นพื้นสำเร็จรูปท้องเรียบ สำหรับแผ่นพื้นสำเร็จรูประบบกลวงนั้น พีซีเอ็มมีส่วนแบ่งการตลาดน้อยมาก เมื่อเปรียบเทียบกับ CPAC (บริษัทในเครือปูนซิเมนต์ไทย) ซึ่งเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่

สำหรับผลิตภัณฑ์เสาเข็มนั้น มีผู้ผลิตในตลาดจำนวนมาก เนื่องจากใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ไม่ซับซ้อนนัก

ในส่วนของผู้ผลิตภัณฑ์คอนกรีตเสริมใยแก้ว มีคู่แข่งชั้นน้อยราย คู่แข่งที่มีขนาดใหญ่กว่าพีซีเอ็ม ได้แก่ บมจ. เจนเนอรัล เอนจิเนียริง และ บจ. พรีเมียร์ แต่ถือได้ว่าเป็นการผลิตสินค้าต่างประเภทกัน

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลักษณะของลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นผู้รับเหมา เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร และผู้แทนจำหน่ายที่ขายให้กับงานราชการ โดยมีสัดส่วนจากลูกค้าแต่ละกลุ่มประมาณร้อยละ 18, 76 และ 6 ตามลำดับ

นโยบายราคา

พีซีเอ็มมีการกำหนดราคาขายสำหรับกลุ่มเป้าหมาย และให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าที่ซื้อสินค้าในปริมาณ และเงื่อนไขที่พีซีเอ็มกำหนดโดยมีมาตรฐานของสินค้า ซึ่งถ้าเปรียบเทียบราคาขายสุทธิกับคู่แข่งแล้ว ระดับราคาขายแผ่นพื้นท้องเรียบของพีซีเอ็มจะใกล้เคียงกับคู่แข่งซึ่งจึงมีความสามารถในการแข่งขันทางด้านราคากับคู่แข่งรายอื่นได้

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

พีซีเอ็มจะแบ่งช่องทางการจำหน่ายตามประเภทของผู้ผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีกลุ่มลูกค้าที่ต่างกัน ดังนี้

1. แผ่นพื้นสำเร็จรูปท้องเรียบ/แผ่นพื้นสำเร็จรูป 3 ขา และแผ่นพื้นสำเร็จระบบกลวง และเสาเข็ม – ส่วนใหญ่จะขายผ่านพนักงานขายตรงให้กับลูกค้าโดยตรง หรือขายผ่านผู้แทนจำหน่าย โดยจะมีผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่างๆ นอกจากนั้นยังมีบริการจัดส่งสินค้า บริการรับติดตั้ง พีซีเอ็มมีหลักเกณฑ์หลักๆ ในการแต่งตั้งผู้จัดจำหน่ายดังนี้
 - มีศักยภาพและแนวโน้มในการขายสินค้า โดยพิจารณาจากธุรกิจที่มีอยู่
 - มีฐานะทางการเงินที่เชื่อถือได้ โดยพิจารณาข้อมูลจากสถาบันการเงินประกอบด้วย
2. คอนกรีตเสริมใยแก้ว (GRC) – เนื่องจาก GRC เป็นผลิตภัณฑ์ทดแทนการหล่อคอนกรีตในสถานที่ก่อสร้างและเหมาะสมกับงานสถาปัตยกรรมอย่างยิ่ง ซึ่งต้องอาศัยความรู้ความชำนาญเป็นพิเศษ ดังนั้นการจำหน่ายจะเป็นการแนะนำผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการของสถาปนิก และวิศวกรผู้ออกแบบ เจ้าของโครงการ และผู้รับเหมาก่อสร้าง

ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

กลยุทธ์การแข่งขัน

1. บริษัทจะพิจารณาแหล่งทำเลที่ตั้งของโครงการว่ามีศักยภาพเพียงพอหรือไม่ และต้นทุนของการได้มาซึ่งมูลค่าต่อการลงทุนหรือไม่
2. บริษัทจะมีการเก็บ Land Bank ไว้ในจำนวนที่ไม่ทำให้เกิดปัญหาระยะยาว เพื่อให้บริษัทมีสภาพคล่องเพียงพอ และจะไม่ทำการกู้ยืมเงินเพื่อซื้อที่ดินเก็บไว้จำนวนมาก โดยจะค่อยๆ พัฒนาโครงการไปเรื่อยๆ

และต้องมั่นใจว่าโครงการที่กำลังทำอยู่สามารถผ่านพ้นจุดคุ้มทุน จนสามารถสร้างกำไรได้ในระดับหนึ่ง และสามารถดำเนินการต่อได้อย่างไม่มีปัญหา บริษัทจึงจะเริ่มพัฒนาโครงการอื่นต่อไป (การเริ่มพัฒนาโครงการใหม่ อาจจะเร็วหรือช้า ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ในขณะนั้น)

3. บริษัทจ้างทีมขายที่มีประสิทธิภาพ และมีฐานลูกค้าในมือเพื่อให้เกิดผลตอบแทนที่ดีต่อการขายในบางโครงการ แต่ในขณะเดียวกันบริษัทก็ค่อยๆเพิ่มพนักงาน และฝึกฝนพนักงานเดิมให้มีประสิทธิภาพให้สามารถรองรับงานที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต ปัจจุบันบริษัทมีโครงการที่ขายเองโดยพนักงานของบริษัท และบริษัทฯ ตัวแทนขาย
4. บริษัทมีความตั้งใจในการส่งมอบงานที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน ตรงเวลา และมีความมุ่งมั่นในการให้บริการที่ดีที่สุดกับลูกค้าของบริษัท

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

บริษัทมีกลุ่มลูกค้าแปรเปลี่ยนไปตามโครงการที่บริษัทจะสร้างโครงการขึ้น โดยบริษัทจะใช้ Brand ของโครงการเป็นตัวกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทใช้การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา สื่อ และสิ่งพิมพ์ โดยแบ่งเป็นหัวข้อหลักๆ ได้ดังนี้

- Web site ของโครงการและของบริษัท
- ป้ายโฆษณา สิ่งพิมพ์ หรือ สื่อ media ต่างๆ
- การออกบูธตามงานบ้านและคอนโด
- ผ่านนายหน้าตัวแทน

ข สภาพการแข่งขัน

สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมในปี 2559 (รับเหมาก่อสร้าง วัสดุก่อสร้าง และอสังหาริมทรัพย์)

ปี 2559 ธุรกิจรับเหมาก่อสร้างได้รับประโยชน์จากโครงการก่อสร้างขนาดใหญ่ของรัฐบาลที่ทยอยออกมา เพราะเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญในการผลักดันให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจ โดยในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2558 สัดส่วนการก่อสร้างจากภาครัฐคิดเป็นประมาณ 54% ของมูลค่าการก่อสร้างในประเทศรวม ส่วนโครงการภาคเอกชน และโครงการที่อยู่อาศัยคาดว่าจะไม่ขยายตัวมากนัก ตามทิศทางการลงทุนภาคเอกชนต่างๆ และตลาดที่อยู่อาศัยที่ยังคงชะลอตัว

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมปี 2560 (รับเหมาก่อสร้าง วัสดุก่อสร้าง และอสังหาริมทรัพย์)

รับเหมาก่อสร้าง

ในปี 2560 – 2561 การลงทุนก่อสร้างที่อยู่อาศัยของภาคเอกชนจะปรับตัวดีขึ้น อย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยงานก่อสร้างที่อยู่อาศัย จะเติบโตไปตามแนวเส้นทางรถไฟสายต่างๆ ส่วนการก่อสร้างโรงงานอุตสาหกรรมจะได้รับานิสงค์จากโครงการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ (Border Special Economic Zones : Border SEZs) ที่ภาครัฐจะเร่งดำเนินการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภคในแต่ละพื้นที่ให้แล้วเสร็จในปี 2560 ซึ่งจะทำให้เกิดการลงทุนในโครงการใหม่ๆ เพิ่มขึ้นนับจากครึ่งหลังของปี 2560 ประกอบกับผลจากมาตรการส่งเสริมลงทุนของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (Board of Investment of Thailand : BOI) ขณะที่การก่อสร้างอาคารพาณิชย์คาดว่าจะค่อยๆ ฟื้นตัว ตามภาวะเศรษฐกิจไทยและกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ปรับตัวดีขึ้น

แรงกดดันด้านต้นทุนค่อนข้างลดลง ทั้งด้านแรงงานและต้นทุนวัสดุก่อสร้าง ปัญหาการขาดแคลนแรงงานอาจไม่รุนแรงนัก แม้โครงการภาครัฐเติบโตสูง แต่โครงการภาคเอกชนจะทยอยฟื้นตัว อย่างไรก็ตาม ผู้รับเหมาเริ่มปรับตัวใช้เทคโนโลยีก่อสร้างใหม่ๆ มากขึ้น อาทิ การก่อสร้างแบบสำเร็จรูป (Pre-Fabrication) ซึ่งจะช่วยลดการพึ่งพาแรงงานคนลง ด้านราคาวัสดุก่อสร้างโดยรวมน่าจะขยับขึ้นเล็กน้อย จากที่เคยอยู่ในระดับต่ำมากในอดีต แม้จะมีปัจจัยบวกจากที่ความต้องการใช้วัสดุก่อสร้างมากขึ้น หรือจिनพยายามลดกำลังการผลิตเหล็กก่อสร้างลง แต่ก็มีผลให้ราคาวัสดุก่อสร้างโดยเฉพาะเหล็ก ขยับขึ้นในช่วงสั้นๆ

วัสดุก่อสร้าง

ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจไทยพาณิชย์ รายงานว่าอุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้างปี 2560 มีแนวโน้มได้รับผลดีจากกิจกรรมก่อสร้างที่คาดว่าจะปรับตัวดีขึ้น ทั้งจากการก่อสร้างภาครัฐและภาคเอกชน ส่งผลทางบวกต่ออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัสดุก่อสร้าง ทั้งอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ พลาสติก คอนกรีตหล่อสำเร็จสำหรับงานแลนด์สเคป

อสังหาริมทรัพย์

โดยภาพรวมของตลาดอสังหาริมทรัพย์ในปี 2559 มีอัตราเติบโตลดลงเนื่องจากปัจจัยลบของเศรษฐกิจไทยและอุปทานที่ล้นตลาด โดยเฉพาะตลาดคอนโดมิเนียมและอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้าน อย่างไรก็ตามในปี 2560 มีการคาดการณ์ว่าตลาดจะโตขึ้นจากเศรษฐกิจที่มีแนวโน้มจะฟื้นตัวและการปรับตัวของบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

ทาว์นเฮาส์

เนื่องด้วยมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจต่างๆ ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2559 ส่งผลให้อุปทานตลาดทาว์นเฮาส์สูงขึ้นร้อยละ 23 และยอดขายเติบโตขึ้นร้อยละ 12 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงครึ่งปีแรกของปี 2558 ซึ่งยอดขายปรับตัวสูงสุดในทาว์นเฮาส์กลุ่มราคา 3.00-4.99 ล้านบาทโดยในไตรมาสที่ 3 ปี 2559 มีการออกใบอนุญาตจัดการที่ดินของทาว์นเฮาส์อยู่ที่ประมาณ 10,200 อนุมัติ ซึ่งสูงกว่าช่วงเวลาเดียวกันในปี 2558 ก่อนข้างมาก อันเป็นผลมาจากมาตรการกระตุ้นของรัฐบาล โดยภาพรวมของ 2559 ตลาดทาว์นเฮาส์มียอดขายที่เพิ่มขึ้นสวนทางกับตลาดบ้านเดี่ยวและคอนโดมิเนียม เนื่องจากคอนโดมิเนียมมีราคาที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้กำลังซื้อตามราคาที่สูงขึ้นไม่ทัน รวมถึงแผนการพัฒนาของโครงการคมนาคมที่ขยายตัวไปยังเขตนอกเมือง ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่กลับมาสนใจทาว์นเฮาส์ โดยเฉพาะช่วงราคา 1.5-5 ล้านบาท และถึงแม้ว่าราคาของทาว์นเฮาส์มีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นในปี 2560 จากการเข้าถึง

ของรถไฟฟ้า แต่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 2-3 เท่านั้น เนื่องจากราคาของวัสดุก่อสร้างค่อนข้างคงที่ ไม่มีแนวโน้มที่จะปรับตัวขึ้น

คอนโดมิเนียม

ภาพรวมสถานการณ์ตลาดคอนโดมิเนียมในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2559 มีการชะลอตัวอย่างต่อเนื่องทั้งฝั่งอุป

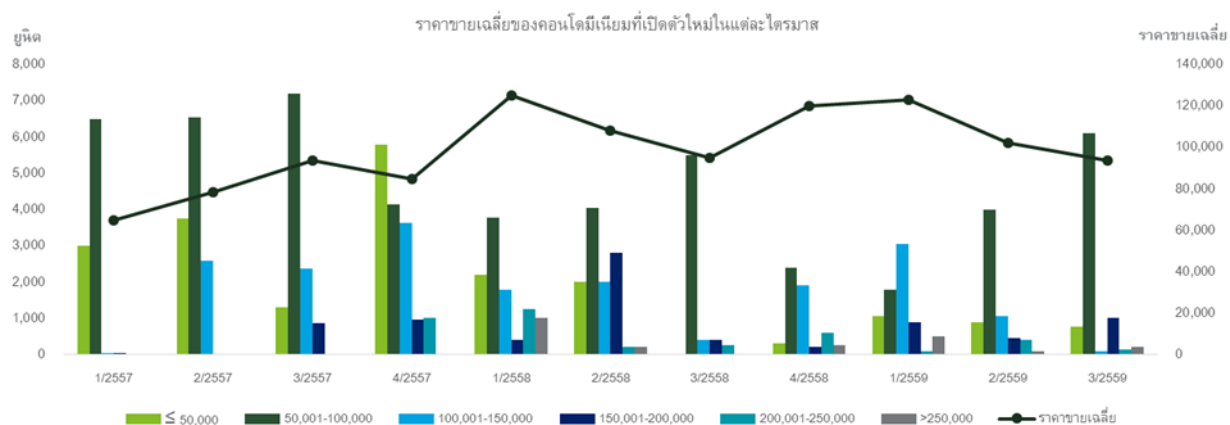


สงค์และอุปทาน ถึงแม้ว่าสถานการณ์ทางการเมืองและเศรษฐกิจจะเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น จากรายงานการสำรวจโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ใหม่โดย บริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด ระบุว่าสาเหตุการชะลอตัวของตลาดอสังหาริมทรัพย์นี้เกิดจากความกังวลต่อปริมาณอุปทานคงค้างที่ในตลาดจำนวนมาก และปัญหานี้ครีวเรือนที่ยังอยู่ในระดับสูง

ที่มา:บริษัท คอลลิเออร์ส อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด

นอกจากนี้จากงานวิเคราะห์ตลาดคอนโดมิเนียมของ บริษัท คอลลิเออร์ส อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัดพบว่า ไตรมาสที่ 3 ปี 2559 ยอดการเปิดตัวโครงการใหม่สูงที่สุดในรอบ 4-5 ปีที่ผ่านมา ซึ่งคิดเป็นจำนวน 8,411 หน่วย ทั้งนี้เป็นผลมาจาก ในไตรมาสที่ 2 ผู้ประกอบการต้องการที่จะระบายอุปทานคงค้างที่ยังอยู่ในตลาด ทำให้ผู้ประกอบการหลายรายชะลอการเปิดตัวโครงการใหม่ในไตรมาสที่ 2 และทยอยเปิดตัวในช่วงไตรมาสที่ 3 เนื่องจากผู้ประกอบการบางรายเล็งเห็นโอกาสและความต้องการของคอนโดมิเนียมแถวเขตกรุงเทพมหานครรอบนอก ซึ่งขายในระดับราคาต่ำกว่า 3 ล้านบาท (คิดเป็นร้อยละ 71 ของจำนวนอุปทานที่เปิดใหม่) ซึ่งประกอบไปด้วยโครงการระดับกลาง-ระดับล่างอยู่เป็นจำนวนมาก โดยเปิดขายตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายใหม่ที่กำลังก่อสร้างหรือมีแผนการเริ่มก่อสร้างในปีหน้า

ส่วนด้านของอุปสงค์ของตลาดคอนโดมิเนียม ตลาดคอนโดมิเนียมช่วงราคาขายต่ำกว่า 100,000 บาทต่อตารางเมตร ยังคงได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่องและยังถือว่ามียอดผู้ซื้อที่ใหญ่ที่สุดของตลาดคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร โดยมีอัตราการขายเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณร้อยละ 75 ซึ่งเหลือขายในตลาดมากกว่า 30,000 ยูนิต ร้อยละ 50 ของจำนวนยูนิตที่เหลือขายนี้เป็นคอนโดมิเนียมที่อยู่ในระดับราคา 50,001-100,000 บาทต่อตารางเมตร ทั้งนี้เนื่องมาจากอุปทานคอนโดมิเนียมในระดับราคานี้มีอยู่มากและสะสมในช่วงหลายปีที่ผ่านมา อัตราการขายเฉลี่ยของคอนโดมิเนียมในช่วงราคาต่ำกว่า 200,000 บาทต่อตารางเมตรอยู่ที่ร้อยละ 80 ในขณะที่อัตราการขายเฉลี่ยของคอนโดมิเนียมระดับราคามากกว่า 200,000 บาทต่อตารางเมตรอยู่ที่ร้อยละ 75 อย่างไรก็ตามเมื่อเปรียบเทียบกับในหน่วยยูนิตของการขาย คอนโดมิเนียมช่วงราคาต่ำกว่า 200,000 บาทต่อตารางเมตรมียอดขายที่มากกว่าผู้ประกอบการยังเห็นโอกาสในตลาดผู้ซื้อต่างชาติ ซึ่งส่วนใหญ่จะสนใจโครงการตามเส้นทางรถไฟฟ้า แนวถนนสุขุมวิท รัชดาภิเษก และพื้นที่ในเขตศูนย์กลางธุรกิจ



ที่มา:บริษัท คอลลิเออร์ส อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด

คอนโดมิเนียมที่เปิดขายใหม่ส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 68 ของคอนโดมิเนียมเปิดใหม่ในไตรมาสที่ 3 นี้ ตั้งราคาอยู่ในช่วงระดับราคาต่ำกว่า 100,000 บาทต่อตารางเมตร อย่างไรก็ตามบางโครงการ โดยเฉพาะตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าที่อยู่ระหว่างการก่อสร้างเปิดขายที่ราคามากกว่า 100,000 บาทต่อตารางเมตร เพื่อตอบสนองความต้องการกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน อีกทั้งราคาที่ดินที่เพิ่มสูงขึ้นทุกปีทำให้ราคาขายคอนโดมิเนียมปรับตัวสูงขึ้นตาม โดยเฉพาะในช่วง 2 - 3 ปีที่ผ่านมา

CBRE ได้สรุปภาพรวมของตลาดคอนโดมิเนียมในปี 2559 ว่าตลาดยังคงชะลอตัวอย่างเห็นได้ชัดเจน อย่างไรก็ตามในปี 2560 มีแนวโน้มที่ตลาดจะฟื้นตัวอย่างเห็นได้ชัดเช่นกันจากการสนับสนุนของรัฐบาลในด้านการใช้จ่ายในส่วนระบบคมนาคม และการลงทุนภาคเอกชนที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นตามความมั่นใจของผู้บริโภค CBRE มีความคิดเห็นว่าในปี 2560 ตลาดระดับบนจะเติบโตได้ดีกว่าตลาดระดับกลางและระดับล่าง เนื่องจากผู้สนใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ในตลาดบนได้รับผลกระทบน้อยกว่า และคาดการณ์ว่าราคาคอนโดมิเนียมในตลาดนี้จะสูงขึ้นอีกจนถึง 400,000 บาทต่อตารางเมตร โดยเฉพาะทำเลแถวทองหล่อและเพลินจิต

ทั้งนี้สมาคมอาคารชุดไทยแนะนำว่า เทคโนโลยีเริ่มเข้ามาบทบาทสำคัญในตลาดอสังหาริมทรัพย์มากขึ้น การนำเทคโนโลยีมาพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดระดับกลางและระดับบนจะทำให้บริษัทมีโอกาสเพิ่มฐานลูกค้าได้มากขึ้น

ที่มา: 1) รายงาน Colliers Bangkok Condominium Market Q3-2016 ของบริษัท คอลลิเออร์ส อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด

2) ข่าว เน็กซ์ส คาดคอน โดยปี60คิดมาดัดโต10%ปัจจัยที่ดินแพงดันต้นทุนโครงการใหม่ ณ วันที่ 22 ธันวาคม 2559 จากเว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ (Real Estate Information Center)

3) CBRE Overall Market view Q3- 2016 และ Residential Market view Q3-2016 ของ บริษัท CBRE (ประเทศไทย) จำกัด

4) ศูนย์วิจัยธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ก ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง

ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

บริษัทใช้วิธีจัดซื้อวัสดุก่อสร้าง ผ่านผู้แทนจำหน่ายหรือผู้ขายในประเทศ หรือจากผู้ผลิตโดยตรง โดยมีนโยบายดังนี้

- ราคาต้องไม่เกินจากราคาในสัญญาราคากลาง หรือราคาทดแทนด้วยวัสดุอื่นของบริษัท ที่ถูกจัดทำขึ้นและปรับปรุงตลอดเวลา
- สินค้าต้องมีคุณภาพตามคุณสมบัติที่ได้มาตรฐานอุตสาหกรรม และตามที่ถูกคำระบุในสัญญา
- สามารถส่งมอบวัสดุได้ตามเวลาที่ระบุในใบสั่งซื้อ
- มีระยะเวลาประกันคุณภาพ ตามมาตรฐานของสินค้านั้นๆ

ทั้งนี้บริษัทไม่มีการซื้อวัตถุดิบจากผู้ผลิตรายใดรายหนึ่งเกินกว่าร้อยละ 30 ของต้นทุนวัตถุดิบทั้งหมด

ในส่วนของการจัดหาแรงงาน บริษัทมีวิธีการดังต่อไปนี้

บริษัทมีการใช้แรงงานภายในบริษัท ที่มีการจ้างงานเป็นพนักงานบริษัทเอง และจ้างผู้รับเหมารายย่อย ซึ่งส่วนใหญ่ทำงานกับบริษัทมานานกว่า 5 ปี โดยคำนึงถึงคุณภาพที่ผู้รับเหมาแต่ละรายจะทำได้ โดยบริษัทมีการช่วยเหลือผู้รับเหมาตามความเหมาะสม เพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้รับเหมาที่ทำงานมีคุณภาพอยู่กับบริษัทเป็นระยะเวลานานๆ โดยบริษัทจะให้เงินตอบแทนพิเศษกับผู้รับเหมาที่มีผลงานดี และสามารถส่งมอบงานได้ตามกำหนด นอกเหนือจากผลตอบแทนปกติ และการจ่ายงวดงานที่ตรงเวลา

สำหรับขั้นตอนการดำเนินงานของบริษัท สามารถสรุปได้ 3 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

1. ขั้นตอนการรับงานและเสนอราคา

บริษัทจะมีการติดต่อหางาน ทั้งจากการประกวดราคา และการว่าจ้างโดยตรงจากลูกค้า โดยจะติดต่อรับเอกสารและสำรวจพื้นที่ เพื่อตรวจสอบเงื่อนไขและอุปสรรคต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น ซึ่งจะถูกนำไปใช้ประกอบการประเมินราคา รวมกับค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ค่าวัสดุก่อสร้าง ค่าใช้จ่ายในการขนส่งวัสดุ จำนวนคนงานที่ต้องใช้ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ เป็นต้น หลังจากนั้นบริษัทจะมีการวิเคราะห์ฐานะทางการเงิน และการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ และถ้าเห็นว่าตรงตามเงื่อนไขที่บริษัทวางไว้ จึงจะทำการเสนอราคาให้แก่เจ้าของโครงการ และดำเนินการเซ็นสัญญาเมื่อบริษัทได้รับการคัดเลือก

2. ขั้นตอนการเตรียมการและการดำเนินการก่อสร้าง

เมื่อบริษัทได้รับงานแล้ว จะดำเนินการแต่งตั้งผู้จัดการโครงการและทีมงาน ซึ่งจะพิจารณากำหนดรายละเอียดของงานและความรับผิดชอบของทีมงานที่เกี่ยวข้อง และผู้จัดการโครงการจะดำเนินการในส่วนต่างๆ ดังนี้

- การจัดทำตารางการทำงาน เพื่อกำหนดระยะเวลาการทำงานให้เสร็จตามกำหนดเวลา
- การวางแผนการจ้างงาน เพื่อกำหนดจำนวนคน ผู้รับเหมารายย่อย ผู้จัดหาวัสดุ เครื่องมือ เครื่องจักรที่ใช้ เพื่อให้บรรลุตามแผนงานที่วางไว้ และตั้งงบประมาณเพื่อให้สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- การจัดเตรียมสำนักงานชั่วคราว เพื่อเป็นที่สำหรับการจัดเตรียมและควบคุมงานก่อสร้าง รวมทั้งสาธารณูปโภคที่ต้องใช้ในการก่อสร้าง
- การจัดเตรียมแผนการทำงานโดยละเอียด เพื่อให้สามารถควบคุมการทำงานให้เป็นไปตามระยะเวลา และคุณภาพตามที่ลูกค้ากำหนด รวมถึงแผนการควบคุมต้นทุนโครงการด้วย

หลังจากการวางแผนงานต่างๆ แล้ว บริษัทจะเริ่มดำเนินการก่อสร้าง โดยมีผู้ควบคุมงานของฝ่ายบริษัท และ/หรือ ผู้ควบคุมงานของฝ่ายลูกค้า ร่วมกันตรวจสอบดูแล และควบคุมความก้าวหน้าของงาน และการจ่ายเงินตามงวดการก่อสร้างที่กำหนดไว้

3. การตรวจสอบความเรียบร้อยและการส่งมอบงาน

การตรวจสอบนี้ จะเป็นการตรวจสอบความเรียบร้อยครั้งสุดท้าย และแก้ไขข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นจากการตรวจสอบของเจ้าของโครงการ หรือลูกค้าของเจ้าของโครงการนั้นๆ ก่อนจะส่งมอบงานให้แก่ลูกค้า นอกจากนี้ในบางกรณี เจ้าของโครงการจะทำการหักค่าเงินประกันผลงาน (Retention) ประมาณร้อยละ 5 ของมูลค่างานก่อสร้างทั้งหมด เพื่อประกันการแก้ไขงานหลังส่งมอบแล้ว โดยจะคืนให้บริษัทประมาณ 1 ปีหลังการส่งมอบงาน

ธุรกิจผลิตและขายสินค้าสำเร็จรูป

วัตถุดิบหลักของพีซีเอ็ม ได้แก่ ปูนซีเมนต์ เหล็ก ลวดแรงดึงสูง หินและทราย ซึ่งผู้จำหน่ายอยู่ภายในประเทศทั้งสิ้น และมีผู้จำหน่ายทราย เพียงพอที่จะทำให้เกิดการแข่งขันกันในเรื่องราคา พีซีเอ็มจึงมีความเสี่ยงในเรื่องของวัตถุดิบน้อยมากรวมทั้งเทคโนโลยีการผลิตซึ่งพัฒนามาจนถึงจุดที่ไม่สามารถจะเปลี่ยนแปลงได้มากกว่านี้อีกแล้ว บริษัทไม่มีการซื้อวัตถุดิบจากผู้ผลิตรายใดรายหนึ่งเกินกว่าร้อยละ 30 ของต้นทุนวัตถุดิบทั้งหมด

กำลังการผลิต

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 พีซีเอ็ม มีโรงงานอยู่ 3 แห่ง เป็นทรัพย์สินของพีซีเอ็ม 2 แห่ง อีก 1 แห่งเป็นการเช่าจากบริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) (เดิมคือบริษัท นครหลวงคอนกรีต จำกัด) ในเดือนมกราคม 2547 โดยมีสัญญาเช่า 3 ปี และมีสิทธิต่อสัญญาอีก 3 ปี เมื่อครบกำหนด 3 ปีแรก สัญญา มีอายุล่าสุดสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561

รายการ	2559	2558	2557
1. แผ่นพื้นสำเร็จรูปท้องเรียบ / แผ่นพื้นสำเร็จรูป 3 ขา กำลังการผลิต (ตารางเมตร)	1,200,000	1,200,000	1,200,000
2. แผ่นพื้นสำเร็จรูประบบกลวง กำลังการผลิต (ตารางเมตร)	108,000	108,000	108,000
3. คอนกรีตเสริมใยแก้ว กำลังการผลิต (กิโลกรัม)*	1,800,000	1,800,000	1,800,000
4. เสาเข็ม กำลังการผลิต (เมตร)	720,000	720,000	720,000
5. Precast กำลังการผลิต (ตารางเมตร)	238,000	238,000	238,000

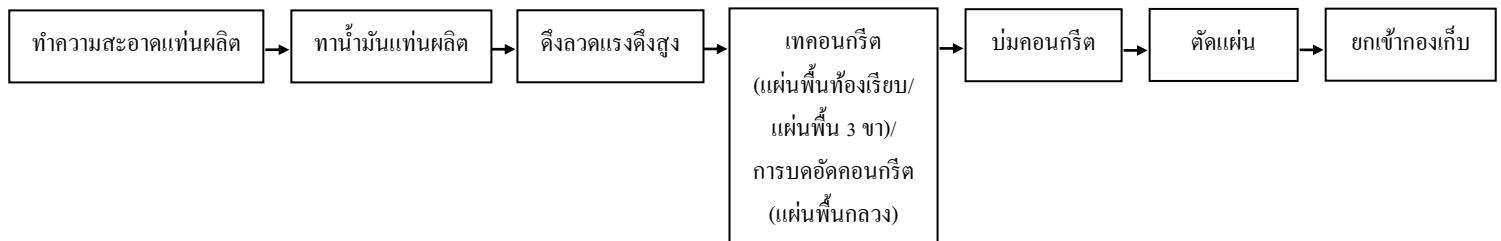
ที่มา : บริษัท พีซีเอ็ม คอนสตรัคชั่น แมททีเรียล จำกัด

- ในปี 2548 บริษัทมีการปรับปรุงช่วงเวลาการผลิตและพัฒนาฝีมือแรงงานเพิ่มขึ้น ทำให้สามารถผลิตได้มากกว่ากำลังการผลิตที่มีอยู่ โดยตั้งแต่ปี 2549 - ปัจจุบัน พีซีเอ็มมีกำลังการผลิตคอนกรีตเสริมใยแก้วที่ประมาณ 1.8 ล้าน กิโลกรัมต่อปี
- ปัจจุบันโรงงานทำการผลิต 1กะทำงาน โดยมีเวลาทำงานเฉลี่ยประมาณ 8 ชั่วโมงต่อวัน

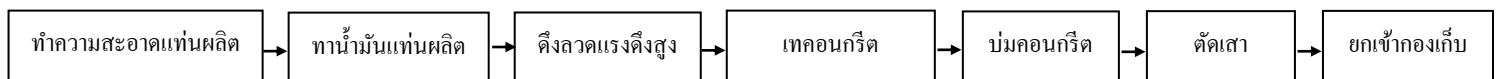
หมายเหตุ (1) เนื่องจากแท่นผลิตที่ใช้ในการผลิตแผ่นพื้นท้องเรียบ และแผ่นพื้นสำเร็จรูป 3 ขา สามารถใช้ร่วมกันได้ จึงรวมแสดงกำลังการผลิตของผลิตภัณฑ์ 2 ชนิด

ขั้นตอนการผลิต

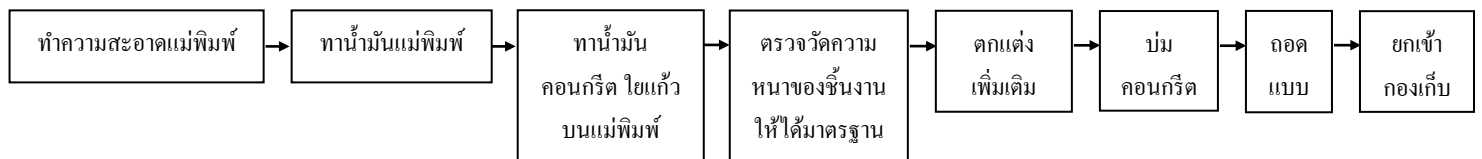
แผ่นพื้นสำเร็จรูปท้องเรียบ/แผ่นพื้นสำเร็จรูป 3 ขา และแผ่นพื้นระบบกลวง



เสาเข็ม



คอนกรีตเสริมใยแก้ว



ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

ปัจจุบันการซื้อที่ดินยังคงเป็นการตัดสินใจจากผู้บริหารระดับสูงที่ได้มีการหารือร่วมกับคณะกรรมการบริษัท ทุกครั้ง โดยมุ่งเน้นที่ดินที่มีศักยภาพ สามารถพัฒนาได้ภายใน 1-3 ปี แนวรถไฟฟ้าเป็นสำคัญ ในขณะที่โครงการบ้านจัดสรรจะมุ่งเน้นในพื้นที่ที่มีความเจริญและการคมนาคมสะดวก

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

วิธีการซื้อที่ดินของบริษัท สามารถแบ่งได้ดังนี้

1. ลงประกาศโฆษณาแสดงความต้องการจะซื้อที่ดินในสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ
2. ให้นายหน้าขายที่ดินไปดำเนินการจัดหาที่ดิน ตามความต้องการที่บริษัทกำหนด
3. ติดต่อไปยังสถาบันการเงินต่างๆ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นที่ดินของลูกค้าที่มีปัญหาของสถาบันการเงินนั้นๆ

วิธีการก่อสร้าง

1. ใช้บริษัทแม่ในการก่อสร้างโครงการเพื่อลดต้นทุนและปัญหาเรื่องการสื่อสาร และคุณภาพของงาน
2. เชิญผู้รับเหมาเข้าร่วมประกวดราคางานก่อสร้าง โดยบริษัทย่อย มีวิศวกรของบริษัทย่อยคอยควบคุมคุณภาพ

ข ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิตหรือการกำจัดวัตถุดิบเหลือใช้

ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง

บริษัทดำเนินนโยบายก่อสร้างให้กับโครงการที่มีคุณภาพและขออนุญาตจัดสรรแล้วเท่านั้น การควบคุมการก่อสร้างและความปลอดภัย รวมทั้งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จะต้องปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เช่น กฎหมายควบคุมการก่อสร้างอาคาร ซึ่งมีข้อกำหนดเกี่ยวกับการอนุญาตปลูกสร้าง การป้องกันวัสดุตกหล่น แผงป้องกันฝุ่น การสุขาภิบาล การตรวจควบคุมการปลูกสร้าง เป็นต้น

ตัวอย่างการดำเนินการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- บริษัทใช้ระบบป้องกันของตกจากชั้นการก่อสร้าง ที่สามารถปรับเปลี่ยนตามพื้นที่ตึกได้จริง
- บริษัทมีระเบียบปฏิบัติงานเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม
- บริษัทมีการจ้างผู้เชี่ยวชาญเพื่อเข้าตรวจสอบไซต์งานก่อสร้างเป็นประจำเพื่อลดปัญหาจากอุบัติเหตุ และผลกระทบจากการก่อสร้าง
- บริษัทได้มีการก่อสร้างเป็นเวลาตามที่กฎหมายกำหนด

- บริษัทมีการบำบัดน้ำเสียก่อนทิ้งน้ำลงสู่พื้นที่สาธารณะ
ฯลฯ

บริษัทไม่เคยได้รับข้อพิพาทหรือ ถูกฟ้องร้องในคดีเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมเลย

ธุรกิจผลิตและจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง

สำหรับธุรกิจผลิตและจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง เนื่องจากสินค้าที่พีซีเอ็มผลิต เป็นวัสดุก่อสร้างที่ผลิตจากคอนกรีต กระบวนการผลิตจึงไม่ซับซ้อนและไม่มีการใช้วัตถุอันตรายที่มีพิษ โดยกระบวนการผลิตวัตถุดิบจะถูกส่งจาก SILO เข้าเครื่องผสมทางท่อและผลิตภัณฑ์อยู่ภายใต้การดูแลของ สมอ. กระทรวงอุตสาหกรรม ของที่เชื่อถือจากกระบวนการผลิตสามารถขายเพื่อไปใช้งานต่อได้

ตัวอย่างการดำเนินการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ด้วยกระบวนการของการผลิต ไม่ได้เป็นปัญหากับสิ่งแวดล้อมอยู่แล้ว จึงทำให้บริษัทใช้การควบคุมการทำงานเพื่อให้ลดผลกระทบต่อพนักงานในมากที่สุด
- บริษัทมีการจัดให้พนักงานสวมอุปกรณ์ที่ปลอดภัยในการทำงาน
- บริษัทจัดให้มีฝัคน้ำควบคุมฝุ่นละอองจากการผลิต
- บริษัทจัดให้มีการควบคุมของเสียที่เกิดจากการผลิตอย่างเป็นระบบ โดยให้สามารถนำกลับมาใช้ได้ใหม่
- บริษัทมีการบำบัดน้ำเสียก่อนทิ้งลงสู่พื้นที่สาธารณะ

บริษัทไม่เคยมีข้อพิพาท หรือถูกฟ้องร้องในคดีเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

สำหรับธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ การก่อสร้างอาจจะมีผลต่อสิ่งแวดล้อม และพื้นที่ใกล้เคียงบริเวณก่อสร้าง ซึ่งบริษัทได้ตระหนักถึงความจำเป็นในการรักษาสิ่งแวดล้อมโดยบริษัทจะมีการปฏิบัติงานก่อสร้างตามข้อบังคับของสิ่งแวดล้อมกรณีที่ต้องมีการปฏิบัติตาม ส่วนกรณีที่ไม่ต้องมีการปฏิบัติตามข้อบังคับเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมบริษัทก็จะดำเนินงานก่อสร้าง และสร้างสิ่งป้องกันที่อาจจะทำให้เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม

ตัวอย่างการดำเนินการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- บริษัทใช้บริษัทแม่ที่มีการควบคุมและพิจารณาประเด็นการรักษาสิ่งแวดล้อม
- บริษัทใช้วิธีการออกแบบเพื่อช่วยลดการใช้พลังงาน และรักษาสิ่งแวดล้อม
- บริษัทดำเนินการติดตั้งออกแบบให้ศีกอาคารมีการกำจัดของเสียก่อนทิ้งออกสู่พื้นที่สาธารณะ

บริษัทไม่เคยมีข้อพิพาท หรือถูกฟ้องร้องในคดีเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

2.4 งานที่ยังไม่ส่งมอบ

โครงการปัจจุบันที่กำลังดำเนินงานอยู่

(หน่วย: ล้านบาท)

ชื่อโครงการ	มูลค่างานตามสัญญา ทั้งสิ้น* (ล้านบาท)	รวมร้อยละของงานที่ทำ เสร็จสะสมถึงสิ้นปี 2559	ร้อยละที่คาดว่าจะ แล้วเสร็จปี 2560	ร้อยละที่คาดว่าจะแล้ว เสร็จปี 2561	ร้อยละที่คาดว่าจะแล้ว เสร็จปี 2562
โครงการ อาคารพระผู้ปราบมาร	1,282	80	20	-	-
โครงการ AERAS	580	65	35	-	-
โครงการ อาคารพระผู้ปราบมาร เฟส 2	1,127	58	42	-	-
โครงการ อาคารพระผู้ปราบมาร เฟส 2 งานระบบ	207	86	14	-	-
โครงการ Ashton Chula-Silom	1,997	21	29	50	-
โครงการ Whizdom ตลาดพร้าว	646	51	49	-	-
โครงการ Ideo Mobi Bangsue	726	27	73	-	-
โครงการ Mews เข็มอากาศ	194	74	26	-	-
โครงการ Beatniq	720	13	87	-	-
โครงการอุทยานเรียนรู้วัย 100 ปี	873	9	31	30	30
โครงการ อาคารเรียนรวมเฟส 2	595	11	29	30	30

ชื่อโครงการ	มูลค่างานตามสัญญา ทั้งสิ้น* (ล้านบาท)	รวมร้อยละของงานที่ทำ เสร็จสะสมถึงสิ้นปี 2559	ร้อยละที่คาดว่าจะ แล้วเสร็จปี 2560	ร้อยละที่คาดว่าจะแล้ว เสร็จปี 2561	ร้อยละที่คาดว่าจะแล้ว เสร็จปี 2562
โครงการ Sand พระตำหนัก	477	15	55	30	-
โครงการ Whizdom ท่าพระ	664	10	60	30	-
โครงการ Tela ทองหล่อ	529	5	35	60	-
โครงการ ทาร์เก็ต เพลซ	477	-	20	50	30

* มูลค่าตามสัญญาทั้งสิ้นเป็นมูลค่าที่นับสะสมรวมงานทั้งหมด(เนื่องจากงานรับเหมาก่อสร้างบ้านและอาคารขนาดกลางจะมีงานเพิ่มเติมและงานลดเป็นปกติของธุรกิจ) และเป็นมูลค่าโดยประมาณ

ธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ และ จำหน่ายวัสดุก่อสร้าง

ไม่มี

ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

โครงการที่กำลังดำเนินการ	พื้นที่ (ไร่-งาน-วา)	จำนวน ยูนิต	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ปีที่เปิดโครงการ	กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ความคืบหน้า การก่อสร้าง ณ 31 ธ.ค.59	ปีที่เสร็จสิ้นการส่ง มอบกรรมสิทธิ์ ในยูนิตสุดท้าย	จำนวนยูนิต ที่ขายแล้ว ร้อยละ ณ 31 ธ.ค.59	จำนวนยูนิต ที่โอนแล้ว ร้อยละ ณ 31 ธ.ค.59
อาคารแนวราบ									
-The Tempo Ruamrudee	0-2-040	78	380	ไตรมาส 4 ปี 2552	ลูกค้าระดับกลาง	100%	ปี 2556	100	100
-The Tempo Phaholyothin	0-3-004	79	396	ไตรมาส 4 ปี 2553	ลูกค้าระดับกลาง	100%	ปี 2558	100	100
-The Tempo Ratchada	0-3-097	109	312	ไตรมาส 3 ปี 2554	ลูกค้าระดับกลาง	100%	ปี 2559	99	99
-Tempo M Tiwanon	0-4-012	166	295	ไตรมาส 4 ปี 2554	ลูกค้าระดับกลาง	100%	ปี 2559	99	99
-Tempo One Ramkhamheng - Rama9	1-0-096	142	303	ไตรมาส 2 ปี 2557	ลูกค้าระดับกลาง	100%	ปี 2559	98	98
-Tempo Quad (Sapanmai)	1-0-13.2	153	347	ไตรมาส 2 ปี 2558	ลูกค้าระดับกลาง	100%	ปี 2561	62	23
- Lesto Condo Sukhumvit 113	7-0-44	791	1,068	ไตรมาส 3 ปี 2559	ลูกค้าระดับกลาง	10.77%	ปี 2561	10	0
อาคารสูง									
-Tempo Grand Sathon - Wutthakat	5-3-53.3	1,004	2,644	ไตรมาส 1 ปี 2557	ลูกค้าระดับกลาง	100%	ปี 2561	81	67
ทาวน์เฮ้าส์									
-Tempo Town Rattana Thibeth-Saima	3-1-19.4	36	136	ไตรมาส 1 ปี 2555	ลูกค้าระดับกลาง	100%	ปี 2558	100	100
- The Ritmo Chaiyapruke-Wongwaen	47-3-25.4	465	881	ไตรมาส 1 ปี 2559	ลูกค้าระดับกลาง	43.29%	ปี 2563	1	0

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง (ดำเนินการโดยบริษัท)

3.1 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่

ปัจจุบันบริษัทมีนโยบายในการเลือกรับงาน โดยพิจารณาจากผลตอบแทน ความเสี่ยงต่างๆ รวมถึงความต่อเนื่องของโครงการที่จะได้รับต่อเนื่องในอนาคต ในปีที่ผ่านมา บริษัทฯรับงานให้กับลูกค้าที่เป็นงานต่อเนื่องมากกว่าร้อยละ 45% โดยจะเลือกลูกค้าหรือผู้ว่าจ้างที่มีศักยภาพทางการเงินและความสามารถในการขายเป็นสำคัญ

(หน่วย : ล้านบาท)

ตารางแหล่งที่มาของรายได้	2557	%	2558	%	2559	%
กลุ่ม AP และบริษัทที่เกี่ยวข้อง	-	-	-	-	-	-
บริษัทย่อย	37.33	0.66%	277.48	7.28%	439.59	12.36%
บริษัทอื่น	5,612.38	99.34%	3,532.06	92.72%	3,116.93	87.64%
รวม	5,649.71	100.0%	3,809.54	100.0%	3,556.52	100.0%

ในปีที่ผ่านมา บริษัทมีสัดส่วนการรับงาน แบ่งตามผู้ว่าจ้างดังนี้

(หน่วย : ล้านบาท)

ผู้ว่าจ้าง	รายได้ปี 2559	%	งานคงเหลือในมือปี 2559	%
รายที่ 1	1,228.98	34.56%	764.25	10.35%
รายที่ 2	370.00	10.40%	1,586.36	21.47%
คละผู้ว่าจ้าง	1,957.54	55.04%	5,036.13	68.18%
รวม	3,556.52	100.00%	7,386.74	100.00%

สรุป : บริษัทฯ ไม่มีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่

3.2 ความเสี่ยงจากการรับเหมาที่อิงกับประเภทก่อสร้างอย่างใดอย่างหนึ่งที่มากเกินไป

การตัดสินใจในการซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคจะขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ อัตราดอกเบี้ย ความเชื่อมั่นในตัวเจ้าของโครงการ กำลังซื้อของผู้บริโภคเอง รวมถึง Life style ของวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไป ซึ่งบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์จะต้องมีวิธีการเลือกและจัดการให้โครงการของตัวเองเป็นที่ตรงกับผู้บริโภคให้มากที่สุด โดยบริษัทจะต้องตัดสินใจในการกำหนดสัดส่วนของการก่อสร้างว่าจะเป็น บ้าน คอนโดมิเนียม หรืออาคารโรงงาน เป็นสัดส่วนเท่าใด ในทำนองเดียวกันผู้รับเหมาก่อสร้างที่รับงานต่อจากผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์จึงมีความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงวิธีการลงทุนของบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์โดยจะต้องมีแนวทางในการสร้างความยืดหยุ่นในการก่อสร้างให้ได้หลากหลายรูปแบบ หรือถ้าเป็นรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งก็จะต้องมีการสร้างความมั่นคงให้กับงานในมือให้มีระดับความต่อเนื่องอย่างสม่ำเสมอ ในปีที่ผ่านมา ระดับการรับงานของบริษัทฯ ระหว่างอาคารสูงกับอาคารทั่วไปจะมีอัตราส่วนประมาณ 80:20 ซึ่งโดยทั่วไปอาคารสูงเป็นคอนโดมิเนียมของผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีผลงาน

การขายที่ดีจากอดีตที่ผ่านมา เป็นผลให้ แม้บริษัทฯ จะรับงานตึกสูงถึง 80% ของงานทั้งหมดก็ตามแต่ก็แทบไม่มีความเสี่ยงในเรื่องของการเก็บเงินหรือการหยุดชะงักระหว่างทางเลย นอกจากนี้ในส่วนของความกังวลว่าการเติบโตของคอนโดมิเนียมหรืออาคารสูงจะหมดไป ซึ่งจะมีผลต่อการว่าจ้างงานนั้น จากการพิจารณาสภาพแวดล้อมและการเติบโตของเมือง รวมถึงความแออัดของการเดินทางแล้ว บริษัทฯ เชื่อว่าความต้องการที่อยู่อาศัยในลักษณะคอนโดมิเนียมจะยังมีความต้องการต่อเนื่องอีกนาน

(หน่วย : ล้านบาท)

โครงสร้างรายได้ - รับเหมาก่อสร้าง	2557	%	2558	%	2559	%
งานอาคารสูง	4,748.89	84.06%	3,136.83	82.34%	2,851.34	80.17%
อาคารขนาดกลาง โรงงาน งานระบบ	900.82	15.94%	672.71	17.66%	705.18	19.83%
รวม	5,649.71	100.0%	3,809.54	100.0%	3,556.52	100.0%

สรุป : บริษัทฯ ไม่มีความเสี่ยงจากการรับเหมาที่อิงกับประเภทธุรกิจอย่างใดอย่างหนึ่งมากเกินไป

3.3 ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัสดุก่อสร้าง

วัสดุก่อสร้างที่เป็นต้นทุนหลัก ได้แก่ ปูนซีเมนต์ และเหล็ก ถ้ามีการปรับราคาของสินค้าดังกล่าวจะมีผลกระทบโดยตรงต่อกำไรของบริษัท แม้บริษัทจะมีการคำนวณราคาเพื่อการขึ้นราคาของวัสดุก่อสร้างก่อนจะมีการตกลงรับงานแล้วก็ตาม โดยวัสดุก่อสร้างข้างต้นจะมีความผันผวนตามภาวะเศรษฐกิจ และความต้องการของตลาด รวมถึงราคาน้ำมัน และอัตราค่าแรงด้วย บริษัทมีนโยบายในการพยายามลดความเสี่ยงดังกล่าวหลายประการ เช่น การรับงานก่อสร้างระยะสั้นในช่วง 1-2 ปีเท่านั้น หรือรับงานและลงนามในสัญญาเป็นเฟส เพื่อให้สามารถปิดโครงการได้เร็ว และสามารถปรับราคาใหม่ได้ทันกับราคาวัสดุก่อสร้างที่เพิ่มขึ้น ในขณะเดียวกันบริษัทจะพยายามทำสัญญาซื้อล่วงหน้าสำหรับวัสดุก่อสร้างหลัก หรือผลักภาระในเรื่องของความผันผวนของราคาวัสดุ โดยให้ลูกค้าเป็นผู้จัดหาวัสดุหลักให้แก่บริษัทแทนในบางโครงการ

สรุป : บริษัทฯ มีนโยบายและมาตรการป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัสดุก่อสร้าง

3.4 ความเสี่ยงจากการขาดแคลนแรงงานและบุคลากร

แรงงานเป็นปัจจัยที่มีผลต่อระยะเวลาการก่อสร้าง และการส่งมอบให้ตรงตามสัญญา ซึ่งบางครั้งอาจประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงานในช่วงเทศกาล เนื่องจากการเดินทางกลับภูมิลำเนาของแรงงาน นอกจากนี้ยังเกิดจากการเปลี่ยนที่ทำงานอันเนื่องมาจากค่าแรงที่ดีกว่า รวมถึงการเปลี่ยนแปลงด้านกฎหมายแรงงาน หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับแรงงาน ดังนั้นบริษัทได้กำหนดวิธีการบริหารงานโดยวางแผนให้สอดคล้องกับช่วงวันหยุดเทศกาล การเพิ่มแรงงานต่างด้าวชดเชยแรงงานที่ขาด การจ่ายค่าจ้างตรงตามเวลา จัดระเบียบและสวัสดิการที่เหมาะสมให้แรงงานตามอายุงานที่ทำงานต่อเนื่องให้บริษัท เพื่อให้แรงงานมีความผูกพันและรู้สึกมั่นคงกับงานที่ทำ รวมถึงการปรับเปลี่ยนวิธีการก่อสร้างให้พึ่งพาแรงงานน้อยลง เช่น การใช้การก่อสร้างระบบสำเร็จรูป Precast เข้ามาช่วยในการก่อสร้างบางส่วนงาน ซึ่งในอดีตที่ผ่านมา บริษัทไม่เคยประสบกับภาวะขาดแคลนแรงงานอย่างรุนแรง

สรุป : บริษัทฯ มีนโยบายและมาตรการป้องกันความเสี่ยงจากการขาดแรงงานและบุคลากร

3.5 ความเสี่ยงด้านเงินทุนหมุนเวียน

ในธุรกิจรับเหมาก่อสร้างนั้น บริษัทจำเป็นต้องใช้เงินทุนหมุนเวียนค่อนข้างสูงสำหรับการขยายการรับงาน เนื่องจากจำเป็นต้องสำรองไว้สำหรับการประมูลงาน การประกันผลงาน และใช้ในการดำเนินงานก่อสร้าง โดยเฉพาะในช่วงเริ่มงานซึ่งเป็นการจ่ายในส่วนของค่าแรง ค่าวัสดุก่อสร้าง ซึ่งบริษัทได้ลดความเสี่ยงดังกล่าวโดยการกระจายการรับงานก่อสร้างเพื่อให้ครอบคลุมทุกประเภทธุรกิจ นอกจากนี้บริษัทยังจัดหาแหล่งเงินทุนจากสถาบันการเงินให้เพิ่มขึ้น เพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการ โดยกำหนดระยะเวลา และเงื่อนไขของการชำระเงินต้นและดอกเบี้ยให้เหมาะสมกับการดำเนินโครงการต่างๆ ของบริษัท รวมไปถึงการปรับปรุงคุณภาพของงานเพื่อสร้างอำนาจต่อรอง โดยให้มีการจ่ายเงินค่าก่อสร้างล่วงหน้า ซึ่งในปัจจุบันบริษัทได้รับเงินล่วงหน้าทุกโครงการ

สรุป : บริษัทฯ มีนโยบาย มาตรการควบคุม และจัดหาแหล่งเงินทุนที่เพียงพอเพื่อลดความเสี่ยงด้านเงินทุนหมุนเวียน

3.6 ความเสี่ยงด้านคดีความ การฟ้องร้องในเรื่องเกี่ยวกับงานก่อสร้าง

ในธุรกิจรับเหมาก่อสร้างนั้น บริษัทอาจจะมีความเสี่ยงด้านคดีความในการก่อสร้าง ที่อาจจะเกิดจากการทำงานไม่ตรงตามกำหนดเวลา หรือเงื่อนไขในสัญญา นอกจากนี้ยังอาจเกิดความเสี่ยงจากการถูกฟ้องร้องจากผู้อยู่อาศัยข้างเคียงกับหน่วยงานก่อสร้างในเรื่องต่างๆ ซึ่งบริษัทพยายามลดความเสี่ยงดังกล่าว โดยการจัดทำประกันภัยให้ครอบคลุมความเสี่ยงดังกล่าว และจัดทำระบบงานต่างๆ ให้สนับสนุนงานก่อสร้างให้เป็นไปตามเงื่อนไขของสัญญา และลดความเสี่ยงต่างๆ จากการก่อสร้าง เช่น เครื่องป้องกันการตกหล่นของเศษวัสดุ เป็นต้น

สรุป : บริษัทฯ มีนโยบาย มาตรการในการป้องกัน และลดความเสี่ยงด้านคดีความ การฟ้องร้องในเรื่องเกี่ยวกับงานก่อสร้าง

3.7 ความเสี่ยงจากความถดถอยของภาวะเศรษฐกิจ

ในธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง บริษัทยังคงต้องเผชิญกับความเสี่ยงจากการถดถอยของภาวะเศรษฐกิจโดยรวม ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ซึ่งผลกระทบดังกล่าวจะทำให้การลงทุนที่จะเกิดขึ้นจากต่างประเทศ และในประเทศลดลง ซึ่งจะมีผลต่อการใช้จ่ายเงิน และกระแสเงินสด ซึ่งบริษัทต้องใช้ความระมัดระวังในการรับงานและควบคุมการใช้จ่ายอย่างมาก

สรุป : บริษัทฯ ติดตามข่าวสาร และพยายามปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ต่างๆ

ธุรกิจผลิตและขายพื้นคอนกรีตอัดแรง วัสดุก่อสร้าง และให้บริการติดตั้งพื้นคอนกรีตอัดแรง (ดำเนินงานโดยบริษัท ย่อย “พีซีเอ็ม”)

3.1 ความเสี่ยงเกี่ยวกับความผันผวนของราคาวัตถุดิบ

วัตถุดิบส่วนใหญ่ที่ใช้ในการผลิตได้แก่ ปูนซีเมนต์ เหล็ก ลวดแรงดึงสูง ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 50-80 ของ ต้นทุนวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตแผ่นพื้นสำเร็จรูป มีความผันผวนของราคาตามกลไกของตลาดทั้งในและต่างประเทศ พีซีเอ็มจึงได้พยายามลดความเสี่ยงดังกล่าว โดยการสั่งซื้อวัตถุดิบในปริมาณที่เหมาะสมกับปริมาณการสั่งซื้อจากลูกค้า ไว้ล่วงหน้าในช่วงระยะเวลาที่มีความผันผวนของราคา ซึ่งฝ่ายจัดซื้อจะติดตามข้อมูลอยู่ตลอดเวลา อย่างไรก็ตามตลาด แผ่นพื้นสำเร็จรูปเป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูง เนื่องจากมีผู้ผลิตรายย่อยเป็นจำนวนมาก ซึ่งราคาและคุณภาพสินค้าของผู้ผลิตแต่ละรายไม่ต่างกัน ดังนั้นการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้า จึงขึ้นอยู่กับความสามารถในการส่งสินค้าได้ตาม กำหนดเวลา และบริการหลังการขาย ซึ่งพีซีเอ็ม ประกอบธุรกิจภายใต้ชื่อ **PCM** มานานกว่า 20 ปี จึงได้รับการ ยอมรับจากลูกค้าทั่วไป โดยฝ่ายบริหารคาดว่าพีซีเอ็มมีส่วนแบ่งทางการตลาดแผ่นพื้นท้องเรียบประมาณร้อยละ 40 ของตลาดแผ่นพื้นท้องเรียบ

สำหรับผลิตภัณฑ์คอนกรีตเสริมใยแก้ว ซึ่งมีใยแก้วเป็นส่วนประกอบสำคัญ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 ของ ต้นทุนวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต พีซีเอ็มได้นำเข้าจากต่างประเทศผ่านผู้แทนจำหน่ายในประเทศ โดยพิจารณาด้านราคา และการขนส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา พีซีเอ็มมีความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบน้อยมาก เนื่องจาก ผลิตภัณฑ์คอนกรีตเสริมใยแก้ว เป็นสินค้าที่ผลิตตามคำสั่งซื้อซึ่งมีรูปแบบแตกต่างกันตามความต้องการของลูกค้าแต่ละ ราย โดยสามารถตั้งราคาแปรผันตามต้นทุนวัตถุดิบได้ ดังนั้นราคาขายของผลิตภัณฑ์จึงค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนวัตถุดิบ การเปลี่ยนแปลงของต้นทุนใยแก้วจึงไม่มีผลกระทบมากนัก

สรุป : บริษัทฯ มีนโยบาย มาตรการลด และป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนของวัตถุดิบ

3.2 ความเสี่ยงจากการแข่งขัน

เนื่องจากธุรกิจผลิตวัสดุก่อสร้างสำเร็จรูป เป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนไม่สูง และเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตไม่ได้มีความซับซ้อน ดังนั้นเมื่อแนวโน้มภาคก่อสร้างมีทรัพยากรที่เพิ่มอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งความต้องการของผู้รับเหมาก่อสร้างที่ต้องการใช้วัสดุก่อสร้างสำเร็จรูปเพิ่มขึ้น เพื่อความรวดเร็วและการควบคุมต้นทุนในการก่อสร้าง จากสถานการณ์ดังกล่าว จึงมีผู้ประกอบการรายใหม่ๆ เกิดขึ้นเพื่อรองรับความต้องการดังกล่าว แต่การดำรงอยู่ของผู้รับเหมาที่เพิ่งเข้ามาใหม่ จะอยู่ในอุตสาหกรรมได้นานหรือไม่จำเป็นต้องสร้างฐานลูกค้าซึ่งเมื่อตลาดมีการหดตัว ผู้ผลิตรายใหม่ไม่สามารถขายสินค้าได้ในราคาสูง ก็จะค่อยๆ ถอนตัวออกจากอุตสาหกรรมไป แต่อย่างไรก็ตาม พีซีเอ็มได้พยายามรักษาส่วนแบ่งการตลาดในส่วน of แผ่นพื้นแบบท้องเรียบ ซึ่งบริษัทเป็น 1 ใน 2 ของผู้ผลิตรายใหญ่ ร่วมกับบมจ. ดิคอนโปรดักส์ โดยฝ่ายบริหารคาดว่า ทั้ง 2 บริษัทมีส่วนแบ่งการตลาดรวมกันประมาณร้อยละ 80 ของ ตลาดแผ่นพื้นท้องเรียบ และแผ่นพื้น 3 ขา บริษัทพยายามรักษาส่วนแบ่งการตลาดโดยการควบคุมต้นทุนการผลิต การ รักษาคุณภาพของสินค้า และการให้บริการหลังการขาย โดยในส่วนของคอนกรีตเสริมใยแก้ว บริษัทพีซีเอ็มได้ พยายามพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้มีหลากหลายรูปแบบมากขึ้น และมีความเป็นสินค้ามาตรฐานมากขึ้น

นอกจากนี้บริษัทฯ ได้พยายามสร้างโอกาสทางการตลาดเพิ่มขึ้น โดยเพิ่มผลิตภัณฑ์ประเภทแผ่นสำเร็จรูป Precast เพื่อการค้า โดยจะมีการผลิตที่โรงงานตามแบบที่ได้ตกลงไว้กับลูกค้า และ มีการทำสัญญาล่วงหน้าในการรับซื้อตามแบบ เป็นจำนวนที่ตกลงกัน ซึ่งในปัจจุบันบริษัท ได้เพิ่มกำลังการผลิตสินค้าในส่วนนี้และเริ่มทำการส่งมอบแล้วตั้งแต่ปี 2555 ซึ่งบริษัทคาดการณ์ว่าจะสามารถปรับปรุงให้มีระบบการผลิต ขนส่ง และ ติดตั้งให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

สรุป : บริษัทฯ มีนโยบาย และมาตรการในการเผชิญความเสี่ยงจากการแข่งขัน

ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ (ดำเนินการโดย บริษัท บิลท์ แอนด์ จำกัด (มหาชน))

3.1 ความเสี่ยงจากความผันผวนทางเศรษฐกิจ

บริษัทมีความเสี่ยงที่จะได้รับผลกระทบจากการตกต่ำของภาวะเศรษฐกิจโดยตรง เนื่องจากภาคอสังหาริมทรัพย์จะมีความผันแปรตามสภาวะเศรษฐกิจ บริษัทจึงวางแผนและปรับกลยุทธ์เพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะเศรษฐกิจในช่วงนั้น ๆ โดยให้ความสำคัญกับการเปิดโครงการ การซื้อที่ดินใหม่ การก่อสร้าง และการบริหารกระแสเงินสดของบริษัท โดยบริษัทจะ ไม่มีการสต็อก Land bank ไว้มากเกินไป และจะค่อยๆพิจารณาเปิดโครงการอย่างค่อยเป็นค่อยไป

สรุป : บริษัทฯ มีนโยบาย และมาตรการในการเผชิญความเสี่ยงจากความผันผวนทางเศรษฐกิจ

3.2 ความเสี่ยงเรื่องราคาค่าต้นทุนวัสดุก่อสร้าง

การก่อสร้างโครงการของบริษัทจะมีความเสี่ยงในเรื่องของราคาวัสดุก่อสร้างที่อาจมีการปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งจะทำให้ต้นทุนเพิ่มขึ้น และกำไรลดลง อย่างไรก็ตามบริษัทได้พยายามลดความเสี่ยงทางด้านราคาวัสดุก่อสร้าง โดยจะพัฒนา และขายแต่ละโครงการให้แล้วเสร็จในช่วงระยะเวลา 1-2 ปี ตั้งแต่เริ่มต้นซื้อที่ดินจนกระทั่งโอน นอกจากนี้ บริษัทพยายามที่จะตกลงราคา และปริมาณวัสดุก่อสร้าง รวมถึงสัญญากับผู้ผลิต / ผู้ขายให้ได้มากที่สุดก่อนที่จะตั้งราคาเพื่อเปิดขายในแต่ละโครงการ

สรุป : บริษัทฯ มีนโยบาย และ มาตรการลดและป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัสดุก่อสร้าง

3.3 ความเสี่ยงเรื่องการแข่งขัน

ความเสี่ยงในหัวข้อนี้ แบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลักๆ คือ ความเสี่ยงเรื่องการส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าที่มีการทำสัญญาล่วงหน้า (บ้านหรือห้องชุด) และ ความเสี่ยงในการขาย

บริษัทฯ เชื่อว่าความเสี่ยงในเรื่องของการก่อสร้างแทบไม่เกิดขึ้นเนื่องจากบริษัทมีความรู้ความสามารถ และทรัพยากรในเรื่องของการก่อสร้างอยู่แล้ว จากการดำเนินงานธุรกิจรับเหมาก่อสร้างเป็นหลัก บริษัทจึงเชื่อว่าบริษัทสามารถปรับเปลี่ยนยึดหยุ่นการบริหารการก่อสร้างให้สอดคล้องกับต้นทุน และการส่งมอบที่อยู่อาศัยให้กับลูกค้าได้ตรงตามกำหนด ส่วนกรณีความเสี่ยงในการขาย บริษัทฯ มีความเข้าใจในการแข่งขันที่สูงอย่างมากของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เนื่องจากมีผู้แข่งขันจำนวนมาก และมีประสบการณ์จนเป็นที่น่าเชื่อถือ บริษัทฯ จึงพยายามลดความเสี่ยงโดยการพิจารณาทำเล ที่ตั้งของโครงการให้อยู่ในแนวที่สะดวกในเรื่องคมนาคม เช่น แนวรถไฟฟ้า หรือส่วนต่อ

ขยาย นอกจากนี้บริษัทยังใช้ความสามารถในการก่อสร้างทำให้ต้นทุนของโครงการต่ำกว่าคู่แข่งได้ ทำให้บริษัทฯ มีส่วนต่างของผลกำไรต่อโครงการที่สามารถลดลงได้เมื่อมีความจำเป็นเพื่อให้จบการขาย

สรุป : บริษัทฯ มีนโยบาย และการศึกษาติดตามข้อมูลตลาดเพื่อลดความเสี่ยงจากการแข่งขัน

4. สินทรัพย์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ลักษณะสำคัญของทรัพย์สิน

ลักษณะสำคัญของทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 ประกอบด้วย

4.1.1 ที่ดินและต้นทุนโครงการระหว่างก่อสร้าง จำนวน 1,255.48 ล้านบาท ประกอบด้วย

	จำนวน (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
สินค้าสำเร็จรูป		
อาคารชุด	680.05	
ที่ดิน	357.44	ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างบางส่วนได้นำไปจดจำนองค้ำประกันเงินกู้ธนาคารและสถาบันการเงิน จำนวน 1,127 ล้านบาท
งานระหว่างก่อสร้าง	210.36	
ดอกเบี้ยจ่ายรอการตัดบัญชี	7.63	
รวม	1,255.48	

4.1.2 สินทรัพย์ที่สำคัญของบริษัทและบริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 สินทรัพย์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจที่สำคัญของบริษัทและบริษัทย่อย ประกอบด้วย

ตารางแสดงทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ (แสดงตามงบรวมหลังปรับมูลค่าจากการตีราคาแล้ว)

สถานที่ตั้ง	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี-สุทธิ (ล้านบาท) *	ภาระจำนอง
1. ที่ดิน			
- ถนนพหลโยธิน-ลำลูกกา ต.ลำลูกกา	พีซีเอ็มเป็นเจ้าของ	175.37	ไม่มีภาระผูกพัน
อ.ลำลูกกา จ. ปทุมธานี เนื้อที่ 57 ไร่			
- ถนนบอนด์สตรีท เมืองทองธานี 3	บริษัทเป็นเจ้าของ	10.63	
ต.บางพูน อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี			
2. อาคาร ส่วนปรับปรุงและสิ่งปลูกสร้าง			
- ถนนพหลโยธิน-ลำลูกกา ต.ลำลูกกา	พีซีเอ็มเป็นเจ้าของ	41.17	
อ.ลำลูกกา จ. ปทุมธานี			
- ถนนบอนด์สตรีท เมืองทองธานี 3	บริษัทเป็นเจ้าของ	9.77	
ต.บางพูน อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี			
- ส่วนปรับปรุงสำนักงานเช่า	บิลท์ แอนด์ เป็นเจ้าของ	0.42	

สถานที่ตั้ง	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี-สุทธิ (ล้านบาท) *	ภาระจำนอง
3. เครื่องมือ เครื่องจักร	พีซีเอ็ม เป็นเจ้าของ บริษัทเป็นเจ้าของ บิลท์ แลนด์เป็นเจ้าของ	40.33 27.43 0.27	
4. เครื่องตกแต่ง อุปกรณ์ และเครื่องใช้ สำนักงาน	ฟรีวิลล์, พีซีเอ็มและบิลท์ แลนด์ เป็นเจ้าของ	14.4	
5. สำนักงานขาย	บิลท์ แลนด์ เป็นเจ้าของ	1.31	
5. ยานพาหนะ	ฟรีวิลล์, พีซีเอ็มและบิลท์ แลนด์ เป็นเจ้าของ	9.12	
6. สินทรัพย์อื่นๆ	ฟรีวิลล์ และ พีซีเอ็ม เป็น เจ้าของ	2.59	
7. โครงการโฆษณา	บิลท์ แลนด์เป็นเจ้าของ	2.94	
รวม		335.75	

- * ณ วันที่ 1 มกราคม 2547 พีซีเอ็มได้ทำสัญญาเช่าที่ดินพร้อมโรงงาน รวมทั้งเครื่องจักรและอุปกรณ์ มีเนื้อที่ 87 ไร่ 7 ตารางวา จากบริษัท นครหลวงคอนกรีต จำกัด ตั้งอยู่ที่ ตำบลลำลูกกา อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี สัญญามีอายุล่าสุดสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 และให้ผู้เช่ามีสิทธิที่จะเช่าทรัพย์สินต่อไปอีกเป็นเวลา 3 ปี เพื่อใช้ในการขยายกำลังการผลิตแผ่นพื้นสำเร็จรูปแบบแผ่นพื้นท้องเรียบ/แผ่นพื้น 3 ขา แผ่นพื้นระบบกลวง และเสาเข็ม

ที่มา : บริษัท 프리วิลท์ จำกัด (มหาชน) บริษัท พีซีเอ็ม คอนสตรัคชั่น แมททีเรียล จำกัด และบริษัท บิลท์ แลนด์ จำกัด (มหาชน)

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทมีนโยบายลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลักของบริษัทและให้ผลตอบแทนที่ดี การพิจารณาลงทุนจะทำได้ผ่านการพิจารณาอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท โดยทั่วไปบริษัทมีนโยบายที่จะลงทุนในฐานะผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ยกเว้นในกรณีที่มีข้อจำกัดในการลงทุนซึ่งบริษัทจะพิจารณาเงื่อนไขและผลตอบแทนจากการลงทุนเป็นรายกรณี

การบริหารงานในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม บริษัทจะส่งกรรมการที่เป็นตัวแทนของบริษัทเข้าร่วมบริหารงานในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมตามสัดส่วนที่บริษัทถือหุ้นอยู่ เพื่อกำหนดนโยบายที่สำคัญและควบคุมการดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมดังกล่าว

4.3 สิทธิหรือข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ

- ไม่มี -

4.4 สิทธิบัตร/สัมปทาน/ลิขสิทธิ์

- ไม่มี -

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทฯฟ้องร้องผู้ว่าจ้างรายหนึ่ง เนื่องจากผิดนัดชำระค่าจ้าง โดยมอบหมายให้สำนักงานทนายความดำเนินคดีต่อผู้ว่าจ้างรายดังกล่าว ศาลชั้นต้นได้พิพากษาให้บริษัทดังกล่าวชำระหนี้ให้กับบริษัทเป็นเงินจำนวน 18 ล้านบาท แต่ทางผู้ว่าจ้างรายดังกล่าวได้ยื่นอุทธรณ์คัดค้านคำพิพากษาของศาลชั้นต้น โดยศาลอุทธรณ์ได้มีคำพิพากษาขึ้นตามคำพิพากษาศาลชั้นต้น และทางผู้ว่าจ้างได้ยื่นฎีกาคัดค้านคำพิพากษาศาลอุทธรณ์อีกครั้ง คดีอยู่ระหว่างการพิจารณาของศาลฎีกา บริษัทพิจารณาแล้วว่า ผู้ว่าจ้างยื่นฎีกาเพื่อประวิงการชำระหนี้ให้แก่บริษัทเท่านั้น ปัญหาข้อเท็จจริงและข้อกฎหมายที่ศาลฎีกาพิจารณาคงไม่อาจเปลี่ยนแปลงคำพิพากษาของศาลชั้นต้น และศาลอุทธรณ์ บริษัทจะเร่งมอบหมายให้สำนักงานทนายความดำเนินการยึดทรัพย์บังคับคดีกับผู้ว่าจ้างต่อไป แต่อย่างไรก็ตามบริษัทได้ทำการตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญไว้แล้วเต็มจำนวนประมาณ 14.9 ล้านบาท

บริษัทฯได้ยื่นฟ้องผู้ว่าจ้างรายหนึ่งฐานผิดสัญญาจ้างเหมาก่อสร้าง จำนวนทุนทรัพย์ 61,356,795.83 บาท ต่อศาลแพ่งกรุงเทพใต้ และบริษัทดังกล่าวได้ปฏิเสธและยื่นฟ้องแย้งด้วยจำนวนทุนทรัพย์ 67,628,075.00 บาท คดียังอยู่ในขั้นตอนพิจารณาจากศาล

บริษัทแห่งหนึ่งฟ้องร้องฐานความผิด ยกเลิกสัญญาจ้าง จำนวนทุนทรัพย์ 19,254,890.53 บาท ต่อศาลจังหวัดนนทบุรี และฟ้องแย้งเนื่องจากผู้รับจ้างผิดเงื่อนไขสัญญาด้วยจำนวนทุนทรัพย์ 1,929,440.49 บาท คดีอยู่ระหว่างรอนัดสืบพยาน ต่อมาเมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2559 ศาลได้มีคำพิพากษาว่า การยกเลิกสัญญา เป็นไปโดยถูกต้อง แต่ให้บริษัทฯ จ่ายค่างวดงานบางส่วนคืนให้แก่โจทก์ เป็นจำนวน 2,811,256.47 บาท ซึ่งบริษัทฯ มีความเห็นต่าง และได้ยื่นอุทธรณ์คดี เมื่อวันที่ 5 เมษายน 2559

6. ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท	:	บริษัท 프리빌ท์ จำกัด (มหาชน) Pre-Built Public Company Limited
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	:	รับเหมาก่อสร้าง
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	503 ชั้น 1 ถนนบอนด์สตรีท ตำบลบางพลู อำเภอปากเกร็ด นนทบุรี 11120
เลขทะเบียนบริษัทเลขที่	:	0107547000061 (เดิม 01075747000068)
โทรศัพท์	:	02-960-1380-9
โทรสาร	:	02-960-1392-4
Home Page	:	www.prebuilt.co.th
จำนวนและชนิดของหุ้นที่ จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท:	:	หุ้นสามัญ 308,676,462 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท
ชื่อบริษัทย่อย	:	บริษัท พีซีเอ็ม คอนสตรัคชั่น แมททีเรียล จำกัด PCM Construction Materials Company Limited
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	:	ผลิตและจำหน่ายแผ่นพื้นคอนกรีตอัดแรง วัสดุก่อสร้าง
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	26/1 หมู่ 4 ถ.พหลโยธิน-ลำลูกกา อ.ลำลูกกา จ.ปทุมธานี 12150
เลขทะเบียนบริษัทเลขที่	:	0135543003969 (เดิมบอจ. ปท. 4398)
โทรศัพท์	:	02-987-1020-8
โทรสาร	:	02-987-0671
Home Page	:	www.pcm.co.th
จำนวนและชนิดของหุ้นที่ จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท:	:	หุ้นสามัญ 9,700,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท
ชื่อบริษัทย่อย	:	บริษัท บิลท์ แลนด์ จำกัด (มหาชน) Built Land Public Company Limited
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	:	พัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อขาย
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	503 ชั้นที่ 5 ถนนบอนด์สตรีท ตำบลบางพลู อำเภอปากเกร็ด นนทบุรี 11120
เลขทะเบียนบริษัทเลขที่	:	0107556000370
โทรศัพท์	:	02-584-0046-8
โทรสาร	:	02-584-2013-4
Home Page	:	www.builtland.co.th
จำนวนและชนิดของหุ้นที่ จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท:	:	หุ้นสามัญ 300,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท

ชื่อบริษัทย่อย	:	บริษัท บิลท์ ฮาร์ท จำกัด Built Heart Company Limited
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	:	บริหารโครงการ
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	503 ชั้นที่ 3-4 ถนนบอนด์สตรีท ตำบลบางพลู อำเภอปากเกร็ด นนทบุรี 11120
เลขทะเบียนบริษัทเลขที่	:	0125554000401
โทรศัพท์	:	02-584-0046-8
โทรสาร	:	02-584-2013-4
จำนวนและชนิดของหุ้นที่ จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท:	:	หุ้นสามัญ 10,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท
นายทะเบียนหลักทรัพย์ ที่ตั้ง	:	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด 93 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ
โทรศัพท์	:	02-009-9999
โทรสาร	:	02-009-9991
Home Page	:	www.set.or.th/tsd
ผู้สอบบัญชี ที่ตั้ง	:	นางสุวิมล กฤตยาเกียรติ บริษัท สอบบัญชี ดี ไอ เอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด 316/32 ซ.สุขุมวิท 22 ถ.สุขุมวิท แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ
โทรศัพท์	:	02-259-5300-2
โทรสาร	:	02-259-8959