

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ วัฒนธรรม และ ค่านิยมของพกษา

วิสัยทัศน์พกษา

พกษามุ่งมั่นที่จะเป็นแบรนด์อันดับหนึ่งในใจลูกค้า ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่อยู่อาศัย และก้าวขึ้นเป็น 1 ใน 10 แบรนด์ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ของทวีปเอเชีย ด้วยการสรรค์สร้างที่อยู่อาศัยที่มีคุณค่า เพื่อทุกคนรอบรู้ได้สัมผัสความสุข ความอบอุ่น และชีวิตที่ดีขึ้นในทุกๆ วัน

พันธกิจพกษา

เรามุ่งมั่นช่วยเหลือลูกค้าทุกราย เติบโตทุกความฝันได้เป็นเจ้าของบ้านที่มีคุณค่า เพื่อชีวิตเปี่ยมสุขทุกคนรอบรู้

วัฒนธรรมพกษา

ฉันมีใจรักเมตตา เต็มใจช่วยเหลือลูกค้า ให้ได้รับในสิ่งที่ปรารถนา

ฉันมีสมาธิ ฉันมีสติระลึกถึงสิ่งที่ลูกค้าต้องการ

ฉันเพียรคิดพิจารณา มีสติ คิดไตร่ตรอง รู้แจ้งเห็นชัดวิธีปฏิบัติงาน

ฉันเร่งลงมือปฏิบัติงาน ให้ลูกค้าได้รับในสิ่งที่ปรารถนา

ลูกค้ามีความสุข ฉันมีความสุข ฉันภูมิใจในผลงานของฉัน

ค่านิยมพกษา

“มุ่งมั่นเพื่อลูกค้า”

เรามุ่งมั่น ค้นหา และเข้าใจเพื่อตอบสนองความต้องการของทุกกลุ่มลูกค้าด้วยบ้านที่มีคุณค่า และบริการที่ประทับใจ

“สร้างนวัตกรรมที่สร้างสรรค์”

เราคิดสรรค์สร้างนวัตกรรมเพื่อสร้างสรรค์สินค้าและบริการชั้นยอดที่เหนือความคาดหมายและประทับใจลูกค้า

“ทำงานร่วมมือร่วมใจเป็นทีม”

เราทำงานร่วมมือร่วมใจเป็นทีม เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันเพื่อให้เกิดผลงานประทับใจลูกค้า

“มีวินัยปฏิบัติงาน”

เรามีวินัยในการปฏิบัติงานที่ถูกต้องตามแผนงาน ให้แล้วเสร็จทันเวลาด้วยผลงานที่มีคุณภาพ

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

1.2.1 ความเป็นมา

บริษัทฯ ก่อตั้งเมื่อวันที่ 20 เมษายน 2536 โดยนายทองมา วิจิตรพงศ์พันธุ์ ภายใต้ชื่อ บริษัท พุกษา เรียลเอสเตท จำกัด เพื่อประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านทาวน์เฮาส์ บ้านเดี่ยวและอาคารชุด มีทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 50.0 ล้านบาท ทั้งนี้ นายทองมา วิจิตรพงศ์พันธุ์ ได้นำประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการดำเนินธุรกิจก่อสร้างให้แก่ทั้งภาครัฐและเอกชนมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ ประกอบกับการมีทีมผู้บริหารมืออาชีพและการว่าจ้างที่ปรึกษาจากบริษัทชั้นนำของประเทศในการพัฒนาระบบสนับสนุนต่างๆ รวมถึงการปรับกลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้บริษัทฯ มีผลการดำเนินงานที่มีกำไรตลอดมา แม้ในช่วงภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในด้านที่อยู่อาศัย โดยเน้นการพัฒนาโครงการทุกพื้นที่ของกรุงเทพฯ และปริมณฑลรวมถึงเขตศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพฯ ในทำเลที่มีศักยภาพและการเจริญเติบโตสูง โครงการของบริษัทฯ ทั้งในและต่างประเทศมีดังนี้

ทาวน์เฮาส์/บ้านแฝด	บ้านเดี่ยว	คอนโดมิเนียม
บ้านพุกษา	เนเชอรัล	ซีดีวิลล์
พุกษาวิลล์	เดอะซีซั่น	ปียู
พุกษาทาวน์	พุกษาวิลเลจ	พลัม คอนโด
วีทู	พุกษาทาวน์ ซีเรนิตี้	เดอะไพรเวซี
เดอะรีโน	บ้านพุกษานารา	คอนโดเลต
เดอะคอนเนค	ซินเนอริตี้	เออร์บาน แอปโซลูท
เออร์บานทาวน์เฮาส์	พุกษาบูรี	เดอะทรี
พุกษาทาวน์ เน็กซ์	ภัสสร	แซปเตอร์วัน
พุกษา ไลฟ์	เดอะแกลเลอรี	เดอะซีดี / Stylish Residence
ฟรีเว	ดีไลฟ์	ฟิวส์
ฟรีเว ฟิเดลิโอ	เดอะแพลนท์	ไอวี
วิลเลต ไลฟ์	เดอะปาล์ม	ดิเอดิเตอร์
วิลเลต ทาวน์โฮม	ซิลวาน่า (อินเดีย)	เดอะรีเชิร์ฟ
เดอะแพลนท์ซีดี		คอรัล วิลล์ (มัลดีฟส์)
วิลเลต ซีดี		
พาทีโอ		
ซิลวาน่า (อินเดีย)		

นอกจากนี้บริษัทฯ เป็นหนึ่งในผู้ประกอบการเพียงไม่กี่รายที่บริหารจัดการงานก่อสร้างด้วยตัวเองในบ้านแนวราบ รวมถึงการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยจากต่างประเทศมาก่อสร้างบ้าน ซึ่งแตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่นที่จะจ้างผู้รับเหมา เพื่อทำการก่อสร้างทั้งโครงการ โดยบริษัทฯ จะเป็นผู้กำหนดรูปแบบ รายละเอียดการออกแบบ และบริหารการก่อสร้างโครงการเอง โดยจะแบ่งงานออกเป็นส่วนใหญ่ๆ เช่น งานฐานราก งานปูน งานติดตั้งชิ้นส่วนอาคาร งานปูพื้นกระเบื้อง และงานหลังคา เป็นต้น โดยงานติดตั้งชิ้นส่วนอาคาร งานปูพื้นกระเบื้องและงานหลังคาบริษัทฯ จะว่าจ้างผู้รับเหมาที่มีความชำนาญเฉพาะด้านและบริษัทฯ จะเข้าควบคุมการก่อสร้าง โดยการจัดส่งวิศวกรและผู้ควบคุมงานก่อสร้าง (Foreman) ของบริษัทฯ เข้าไปตรวจสอบให้เป็นไปตามรูปแบบและมาตรฐานที่กำหนด ทั้งนี้บริษัทฯ จะเป็นผู้จัดหาวัสดุก่อสร้างเองทั้งหมด ซึ่งการที่บริษัทฯ บริหารจัดการงานก่อสร้างด้วยตัวเองและการใช้เทคโนโลยีในการก่อสร้างที่ทำให้บริษัทฯ สามารถควบคุมคุณภาพของงานให้ได้มาตรฐาน ลดระยะเวลาการก่อสร้างและบริหารต้นทุนการก่อสร้างได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจุบันบริษัทฯ มีโรงงานพุกกะา พรีคาสท์ ทั้งหมด 5 โรง แต่เพื่อรองรับการขยายตัวบริษัทฯ จึงได้มีการลงทุนเพิ่มเติมอีก 2,100 ล้านบาทเพื่อสร้างโรงงานพุกกะา พรีคาสท์ แห่งใหม่ 2 โรง โดยเป็นโรงงานผลิตชิ้นส่วนคอนกรีตเสริมเหล็กสำเร็จรูปที่ทันสมัยที่สุดและมีกำลังการผลิตที่สูงที่สุดในประเทศไทย โดยคาดว่าจะแล้วเสร็จในปลายไตรมาสที่ 3 ปี 2557 และทำให้บริษัทฯ มีกำลังการผลิตบ้านรวม 1,120 หน่วยต่อเดือน

บริษัทฯ ได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัดเมื่อวันที่ 27 เมษายน 2548 และจากที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ เมื่อวันที่ 22 เมษายน 2548 ได้อนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 1,700 ล้านบาท เป็น 2,232.5 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 532.50 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท และหลักทรัพย์ของบริษัทฯ ภายใต้สัญลักษณ์ "PS" ได้เข้าทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นครั้งแรกในวันที่ 6 ธันวาคม 2548

1.2.2 พัฒนาการที่สำคัญในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

ปี 2552

- บริษัทฯ ได้ออกแบรนด์ใหม่ คือ “เดอะทรี” “เดอะแพลนท์” “ซีดี” และ “บี ยู”
- วันที่ 29 มกราคม 2552 บริษัทฯ ได้ออกหุ้นกู้ วงเงินรวม 1,500 ล้านบาท อายุ 3 ปี ครบกำหนดไถ่ถอนเมื่อ 29 มกราคม 2555

ปี 2553

- บริษัทฯ ได้เปลี่ยนชื่อภาษาอังกฤษจาก “Preuksa Real Estate Pcl.” เป็น “Pruksa Real Estate Pcl.” รวมทั้งมีการเปลี่ยนแปลงตราเครื่องหมายการค้า เพื่อสะท้อนการเปลี่ยนแปลงในครั้งนี้ด้วย
- บริษัทฯ มียอดขายได้สูงสุดในผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์หลังจากการประกาศงบการเงินปี 2552
- บริษัทฯ ได้ออกแบรนด์ใหม่ในบ้านเดี่ยว “บ้านพุกษานารา” ในต่างจังหวัดที่เป็นหัวเมืองใหญ่ๆ และเมืองท่องเที่ยว ได้แก่ อุดรฯ และ ชลบุรี โดยเริ่มเปิดโครงการบ้านแนวราบที่ จ. อุดรฯ ในเดือนมิถุนายน 2553
- บริษัทฯ ได้ออกแบรนด์ใหม่ในอาคารชุด เช่น “Chapter One”, “Condolette”, “Fuse”, “Urbano” และ แบรนด์แรกในต่างประเทศ คือ “Coral Ville” ในประเทศมัลดีฟส์
- บริษัทฯ เปิดขายอาคารชุด “Coral Ville” ในเมืองฮูลูมาเล่, มัลดีฟส์ โดยร่วมทุนกับ Housing Development Co. (HDC)
- บริษัทฯ ซื้อที่ดินแห่งแรก ประมาณ 65 ไร่ หรือ 26 เอเคอร์ ในเมืองบังกะลอร์ ประเทศอินเดีย พัฒนา เป็นโครงการ ทาวน์เฮาส์ และบ้านเดี่ยว เฟสแรกที่เขต Budigere
- บริษัทฯ ร่วมทุนกับ SOHAM Group of Companies เพื่อร่วมพัฒนาที่ดิน ในเมืองมุมไบ ประเทศอินเดีย เปิดขายทาวน์เฮาส์ และบ้านแฝด ที่เขต Pimplas, Thane
- บริษัทฯ ลงนามสัญญาร่วมทุนในเมืองไฮฟอง ประเทศเวียดนาม ในสัดส่วน 85% กับ Hoang Huy Service Investment Co.Ltd.

- วันที่ 24 มิถุนายน พ.ศ. 2553 บริษัทฯ ได้ออกตราสารหนี้ 2 ชุด รวม 2,500 ล้านบาท แบ่งเป็น อายุ 3 ปี 1,500 ล้านบาท และ 5 ปี 1,000 ล้านบาท โดยมีวันครบกำหนดไถ่ถอนหุ้นกู้ 24 มิถุนายน พ.ศ. 2556 และ วันที่ 24 มิถุนายน พ.ศ. 2558 ตามลำดับ

- วันที่ 10 พฤศจิกายน พ.ศ. 2553 บริษัทฯ ออกหุ้นกู้ 2 ชุด รวม 5,000 ล้านบาท แบ่งเป็น 3 ปี 3,000 ล้านบาท และ 5 ปี 2,000 ล้านบาท ครบกำหนดไถ่ถอนหุ้นกู้ วันที่ 10 พฤศจิกายน พ.ศ. 2556 และ วันที่ 10 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558 ตามลำดับ

- บริษัทฯ ลงทุน 1,050 ล้านบาท ก่อสร้างโรงงานพุกกะา ฟริคาสท์อีก 2 โรงงาน (PCF4 และ PCF5) โดย PCF4 ผลิตชิ้นงาน Facade สำหรับทาวน์เฮาส์ มีกำลังการผลิต 4,000 ลูกบาศก์เมตรต่อเดือน โดยเริ่มดำเนินการผลิตปลายปี 2553 และ PCF5 เป็นโรงงานฟริคาสท์ที่ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สุดในโลกจากประเทศเยอรมนี ใช้หุ่นยนต์ในการประกอบแบบ มีกำลังการผลิตผนังบ้าน 400 หลังต่อเดือน ซึ่งถือว่าเป็นโรงงานที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และเริ่มดำเนินการผลิตในเดือนธันวาคม ทำให้กำลังการผลิตบ้านรวมเพิ่มขึ้นเป็น 640 หลังต่อเดือน

ปี 2554

- โรงงานผลิตแผ่น Precast PCF 4 และ PCF 5 ซึ่งเริ่มดำเนินการผลิตในปลายปี 2553 สามารถขยายกำลังการผลิตให้เต็มที่ได้ ในกลางปี 2554

- บริษัทฯ ได้ออกแบรนด์ใหม่ ดังนี้

- ทาวน์เฮาส์ คือ “วิลเลต” “เดอะ รีโน” และ “พาทีโอ” เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าระดับกลางถึงบน
- บ้านเดี่ยว คือ “เนเชอรัล” และ “พุกกะาบุรี” เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าระดับบน
- อาคารชุด คือ “พลัม” เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าระดับกลางลงมา

- ขยายโครงการออกไปสู่ตลาดต่างจังหวัดเพิ่ม เช่น ภูเก็ต (“พุกกะาวิลล์”) และ ขอนแก่น (บ้านเดี่ยว / บ้านแฝด ในแบรนด์ “บ้านพุกกะานารา”)

- ในเมืองบังกาลอร์ บริษัทฯ ได้เปิดขายบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮาส์ ในชื่อโครงการ Pruksa Silvana มีจำนวนทั้งหมด 401 ยูนิต มียอดจองที่ 469 ล้านบาทในปี 2554 โดยบริษัทฯ เริ่มโอนบ้านยูนิตแรกได้ ในเดือนธันวาคม 2554

- โครงการอาคารชุดโครงการแรก บนเกาะฮูลูมาเล่ (Hulumale') มัลดีฟส์ ชื่อ Coral Ville จำนวน 9 อาคาร เริ่มโอนกรรมสิทธิ์ 2 อาคารแรก

• เดือนพฤศจิกายนเกิดวิกฤติน้ำท่วมใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทำให้เกิดยอดขายเลิกทำการจองและการโอน แม้กระนั้นก็ตามบริษัทฯ ยังสามารถรักษายอดโอนได้สูงเป็นอันดับ 1 ของผู้ประกอบการที่อยู่อาศัย คือที่ 23,231 ล้านบาท ส่วนยอดขายได้ที่ 25,554 ล้านบาท สูงเป็นอันดับ 2 ของยอดขายของบริษัทฯ เคยทำได้ สำหรับ โรงงานพีรคาสท์ได้เตรียมการเพื่อป้องกันน้ำท่วมเป็นอย่างดี ทำให้สามารถป้องกันน้ำไม่ให้เข้าท่วมโรงงานหลัก (PCF1, PCF 5) แต่พื้นที่โดยรอบโรงงานน้ำท่วม ทำให้ต้องหยุดผลิต 40 วัน และเริ่มกลับมาผลิตในต้นเดือนธันวาคม

ปี 2555

• เพื่อลดการพึ่งพิงแรงงาน ลดชั่วโมงทำงาน และใช้แรงงานที่มีอยู่อย่างจำกัด ให้คุ้มค่าที่สุด บริษัทฯ ได้นำเทคโนโลยีการก่อสร้างบ้านแบบ Real Estate Manufacturing (REM) หรืออาร์อีเอ็ม เข้ามาใช้เพื่อควบคุมการก่อสร้างบ้านแนวราบตามลำดับขั้นตอน ในระหว่างการก่อสร้างเพื่อให้บ้านมีคุณภาพ อาร์อีเอ็ม เป็นระบบที่ใช้แรงงานก่อสร้างอย่างมีประสิทธิภาพ โดยจะให้ผู้รับเหมาก่อสร้าง ทำงานก่อสร้างเฉพาะให้ส่วนงานที่ตนเองมีความถนัดเพียงกิจกรรมเดียว จนสำเร็จทั้งเฟส หรือโครงการ ณ จุดดังกล่าว ซึ่งกระบวนการผลิตจะเหมือนกับการผลิตรถยนต์ คาดว่าสามารถย่นระยะเวลาก่อสร้างลงให้เหลือเฉลี่ย 21 วัน จากระยะ เวลาก่อสร้างเฉลี่ย 45 วัน

• ผลจากวิกฤติน้ำท่วม ปี 2554 การเปิดโครงการใหม่ๆ ของบริษัทฯ จะมีข้อปฏิบัติที่ต้องกระทำเพื่อป้องกันความเสี่ยงหรือ เตรียมความพร้อมจากน้ำท่วมในอนาคต เช่น ปรับปรุงสภาพที่ดิน (ที่ราบลุ่ม, ที่ลาดชัน ฯลฯ) การถมที่ดิน (เทียบกับถนนเมน, ระดับน้ำท่วมสูงสุดที่ผ่านมา) ระบบระบายน้ำ

• ในวันที่ 21 กันยายน พ.ศ. 2555 บริษัทฯ ได้ออกหุ้นกู้ 2 ชุด รวม 5,000 ล้านบาท แบ่งเป็น 3.5 ปี 3,000 ล้านบาท และ 5 ปี 2,000 ล้านบาท ครบกำหนดไถ่ถอนหุ้นกู้ในปี 2559 และ พ.ศ. 2560 ตามลำดับ

ปี 2556

• ประกาศวิสัยทัศน์ใหม่ว่า “พุกखा มุ่งมั่นที่จะเป็นแบรนด์อันดับหนึ่งในใจลูกค้า ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ที่อยู่อาศัยและก้าวขึ้นเป็น 1 ใน 10 แบรนด์ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ของทวีปเอเชีย ด้วยการสรรค์สร้างที่อยู่อาศัย ที่มีคุณค่า เพื่อทุกคนครบถ้วนได้สัมผัสความสุข ความอบอุ่นและชีวิตที่ดีขึ้นในทุกๆวัน” พร้อมทำการปรับโครงสร้าง การบริหารงานองค์กรใหม่ เพื่อให้การบริหารธุรกิจตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่มทุกระดับ โดยแบ่งความรับผิดชอบของผู้บริหาร ตาม Segment ของบ้าน เน้นการสร้างสรรคนวัตกรรมในการสร้างบ้านที่มีคุณภาพและบริการที่ดีเลิศและเพื่อความ คล่อง ตัวในการบริหารงานให้สอดคล้องกับภาวะการแข่งขันของตลาดอสังหาริมทรัพย์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และปีนี้องค์ถือได้ว่าเป็นปีที่บริษัทฯ ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากไม่ว่าจะเป็นเรื่องของยอดขาย ยอดโอนกรรมสิทธิ์ และจำนวนหน่วย (unit) ที่โอนที่สูงที่สุดเป็นประวัติการณ์

- พัฒนาห้องน้ำสำเร็จรูปมาใช้กับโครงการคอนโดมิเนียม (เริ่มติดตั้งปี 2557) เพื่อให้ได้รูปแบบที่สวยงาม คุณภาพดีขึ้น ลดปัญหาจากการใช้งานภายหลัง ตลอดจนสามารถส่งมอบได้รวดเร็ว ลดปัญหาการขาดแคลนแรงงาน และปัญหาแรงงานไร้ฝีมือ

- พัฒนารูปแบบการก่อสร้างอาคารคอนโดมิเนียม 8 ชั้น (Low Rise) ด้วยระบบพรีคาสท์ (Fully Precast) ซึ่งเป็นจุดแข็งของพุกษาเพื่อลดรอบระยะเวลาธุรกิจ ในขณะเดียวกันยังช่วย แก้ปัญหาเรื่องขาดแคลนแรงงาน ตลอดจนคุณภาพของการทำงานหน้างานที่เปลี่ยนมาเป็นระบบสำเร็จรูปผลิตจากโรงงาน โดยต่อยอดองค์ความรู้จากทาว์นเฮาส์/บ้านเดี่ยวที่บริษัทมีความเชี่ยวชาญและอยู่ในช่วงการนำระบบการบริหารจัดการ REM มาผนวกเข้ากับเทคนิคการก่อสร้างแบบใหม่นี้ด้วย ตลอดจนให้สถาบัน AIT วิเคราะห์การต้านแผ่นดินไหวของโครงสร้างดังกล่าว

- ผลักดันการใช้ระบบ BIM (Building Information Management) เพื่อช่วยในการเขียนแบบ 3 มิติ BIM ตามสาขาวิชาการ ย่อมาจาก Building Information Modeling เพื่อลดปัญหาความขัดแย้งของแบบที่จะทำให้เกิดปัญหาในขั้นตอนการก่อสร้างทั้งยังช่วยในการประมาณปริมาณวัสดุได้แบบครบวงจร ลดการทำงานหลายขั้นตอนให้เป็นการคำนวณด้วยระบบคอมพิวเตอร์

- เพื่อรองรับการเติบโตตามแผนธุรกิจของบริษัทฯ จึงลงทุนประมาณ 2,100 ล้านบาท ซื้อที่ดิน 130 ไร่ ที่นวนคร จังหวัดปทุมธานี และก่อสร้างโรงงานพุกษา พรีคาสท์ เพิ่มอีก 2 โรงงาน (PCF6 และ PCF7) โดย PCF6 เป็นโรงงานระบบอัตโนมัติทุกขั้นตอน (Fully Automated Carousel System) เป็น Carousel Plant ที่มีกำลังผลิตสูงที่สุดในโลกซึ่งนำเข้าจากประเทศเยอรมนี เพื่อผลิตแผ่นผนังคอนกรีตเสริมเหล็กสำเร็จรูป (Bearing Wall) โดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์ควบคุมการผลิตทุกขั้นตอน อาทิ

- การประกอบแบบข้างและช่องเปิดโดยหุ่นยนต์ (Shuttering & Block out Robot)
- เครื่องทำตะแกรงเหล็กอัตโนมัติพร้อมระบบจัดเก็บและนำไปวางที่โต๊ะหล่อแบบอัตโนมัติ (Automated Mesh Plant with Mesh storage & handling system)
- เครื่องเทคอนกรีตอัตโนมัติ
- ขัดหน้าคอนกรีต โดยระบบอัตโนมัติ
- การถอดแบบข้างโดยหุ่นยนต์ (De shuttering robot)
- ระบบจัดเก็บชิ้นงานอัตโนมัติ (Finished goods Automatic Storage)

นอกจากนี้ยังนำเทคโนโลยี Concrete Recycling System มาใช้เพื่อนำน้ำทิ้งและเศษคอนกรีตจากการทำงานนำกลับมาสู่กระบวนการผลิตอีกครั้งพร้อมทั้งทำการแยกหินทรายนำกลับไปใช้งาน ทำให้ไม่มีเศษวัสดุเหลือทิ้งจากการผลิตจึงเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยโรงงานทั้ง 2 แห่งนี้จะเริ่มผลิตในปลายไตรมาสที่ 3 ปี 2557

- ในวันที่ 15 พฤษภาคม พ.ศ. 2556 บริษัทฯ ได้ออกหุ้นกู้ 2 ชุด รวม 6,000 ล้านบาท แบ่งเป็น 3 ปี 1 เดือน มูลค่า 3,000 ล้านบาท และ 5 ปี มูลค่า 3,000 ล้านบาท ครบกำหนดไถ่ถอนหุ้นกู้ ในปี 2559 และ พ.ศ. 2561 ตามลำดับ

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัทฯ ก่อตั้งเมื่อวันที่ 20 เมษายน 2536 โดยนายทองมา วิจิตรพงศ์พันธุ์ ภายใต้ชื่อ บริษัท พกษา เรียลเอสเตท จำกัด เพื่อประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านทาวน์เฮาส์ บ้านเดี่ยว และอาคารชุด และมีการขยายกิจการอย่างต่อเนื่องทั้งในประเทศและต่างประเทศ

1.3.1) บริษัทย่อย

บริษัทย่อย และ/หรือ บริษัทร่วมทุน ที่จดทะเบียนก่อตั้งแล้ว แบ่งเป็น ภายในและภายนอกประเทศ

บริษัทย่อยและ/หรือบริษัทร่วมทุน แบ่งเป็น ภายในและภายนอกประเทศ (เฉพาะที่จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทฯ แล้ว)

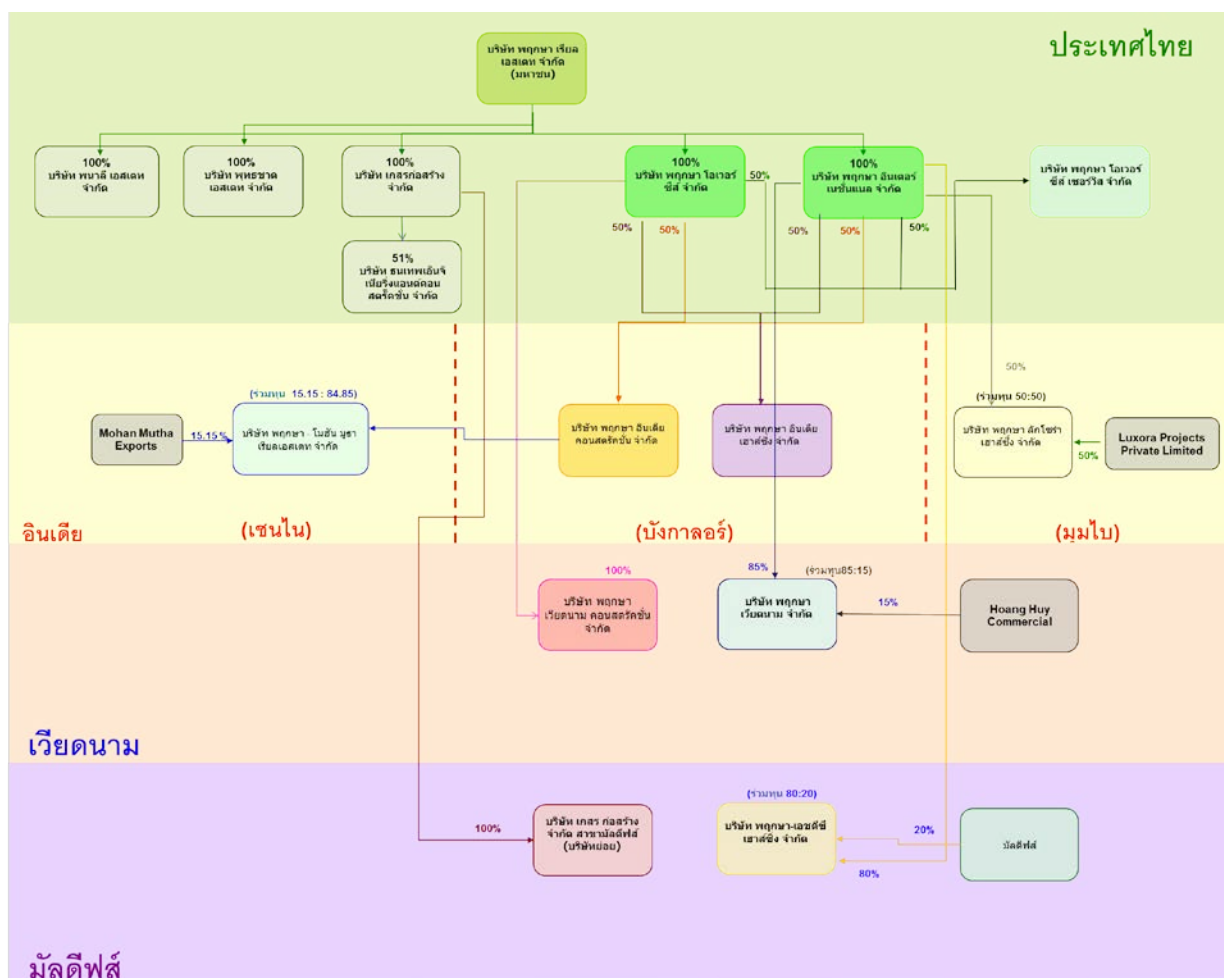
ณ 31 ธันวาคม 2556

ลำดับที่	ปีที่ก่อตั้ง	ชื่อบริษัท / ร่วมทุน	สถานที่	ทุนจดทะเบียน	ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	ส่วนเกินมูลค่าหุ้น	สัดส่วนการถือหุ้น
1	2548	เกสรก่อสร้าง	กทม.	100 ล้านบาท	100 ล้านบาท	-	100%
2	2549	พุทธชาติ เอสเตท	กทม.	1,000 ล้านบาท	650 ล้านบาท	-	100%
3	2549	พนาลี เอสเตท	กทม.	1,000 ล้านบาท	650 ล้านบาท	-	100%
4	2551	พุกาษา โอเวอร์ซีส์	กทม.	600 ล้านบาท	500 ล้านบาท	-	100%
5	2552	พุกาษา อินเตอร์เนชั่นแนล	กทม.	1,000 ล้านบาท	1,000 ล้านบาท	-	100%
6	2552	พุกาษา อินเดีย เฮาส์ซิง	บังกลอร์, อินเดีย	เทียบเท่าที่ 0.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	เทียบเท่าที่ 0.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ¹	เทียบเท่าที่ 9.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ²	100%
7	2553	พุกาษาโอเวอร์ซีส์ เซอร์วิส	กทม.	10 ล้านบาท	2.5 ล้านบาท	-	100%
8	2553	พุกาษา อินเดีย คอนสตรัคชั่น	บังกลอร์, อินเดีย	เทียบเท่าที่ 0.03 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	เทียบเท่าที่ 0.02 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	เทียบเท่าที่ 0.09 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	100%
9	2553	พุกาษา เวียดนาม คอนสตรัคชั่น	โฮฟง, เวียดนาม	เทียบเท่าที่ 1.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	เทียบเท่าที่ 1.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	-	100%
10	2553	พุกาษา ลักโซว์ เฮาส์ซิง	มুমไบ, อินเดีย	เทียบเท่าที่ 1.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	เทียบเท่าที่ 0.01 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	เทียบเท่าที่ 0.006 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	50%
11	2553	พุกาษา เอกซ์ซี เฮาส์ซิง	มัลดีฟส์	เทียบเท่าที่ 10 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	เทียบเท่าที่ 5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	-	80%
12	2553	เกสรคอนสตรัคชั่น สาขามัลดีฟส์ ³	มัลดีฟส์	-	-	-	100%
13	2554	พุกาษา-โมอัน มูธา เรียลเอสเตท	เซไน, อินเดีย	เทียบเท่าที่ 2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	เทียบเท่าที่ 0.02 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	เทียบเท่าที่ 0.09 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	84.85%
14	2556	พุกาษา เวียดนาม	โฮฟง, เวียดนาม	เทียบเท่าที่ 10 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	เทียบเท่าที่ 3.56 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	-	85%
15	2556	ธนะเทพเอ็นจิเนียริง แอนด์ คอนสตรัคชั่น	กทม.	5 ล้านบาท	5 ล้านบาท	-	51%

หมายเหตุ : 1,2 : ทุนจดทะเบียนชำระแล้วและส่วนเกินมูลค่าหุ้น หลังจากการจัดสรรเรียบร้อยแล้ว จะเทียบเท่าที่ 0.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และ 19.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ ซึ่งคาดว่าจะแล้วเสร็จภายใน ม.ค. 57

3 : เป็นสาขาของ บริษัท เกสรก่อสร้าง จำกัด

โดยปัจจุบันมีการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทฯ ในกลุ่มดังนี้



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ มีโครงสร้างทางธุรกิจเป็น 2 ส่วน คือ

1. ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ภายในประเทศไทย
2. ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในต่างประเทศ

โดยไม่ว่าจะเป็นธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ทั้งในและต่างประเทศ บริษัทฯ จะดำเนินในธุรกิจที่บริษัทฯ มีความชำนาญเท่านั้น นั่นคือธุรกิจพัฒนาที่อยู่อาศัยและดำเนินธุรกิจอยู่บนความสามารถในการแข่งขันของบริษัทฯ ที่สะสมมาเป็นระยะเวลานานและมีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันเท่านั้น

1. ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ภายในประเทศไทย

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เป็นที่ยู่ออาศัย 3 ประเภท ได้แก่ บ้านเดี่ยว ทาวน์เฮาส์/ บ้านแฝด และอาคารชุด โดยเน้นการพัฒนาโครงการทุกพื้นที่ของกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมถึงเขตศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพฯ ในทำเลที่มีศักยภาพ และการเจริญเติบโตสูง ในปี 2553 บริษัทฯ ได้เริ่มเปิดขาย โครงการในต่างจังหวัด ได้แก่ นครปฐม ชลบุรี และภูเก็ต ในปี 2554 ได้เปิดโครงการแรกในขอนแก่นและเปิดขายเพิ่มในจังหวัดภูเก็ต การเปิดขายบ้านในต่างจังหวัดที่มีศักยภาพเป็นแผนธุรกิจของบริษัทฯ ต่อเนื่องมาถึงในปัจจุบัน นอกจากนี้ ในปี 2556 มีการปรับเปลี่ยนหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นการประกาศวิสัยทัศน์ใหม่ การรีแบรนด์ และการปรับโครงสร้างองค์กรเพื่อเน้นการบริหารในแต่ละกลุ่มธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจยั่งยืน มีการเติบโตต่อเนื่อง และรักษาสถานะทางการเงินที่มั่นคง

2. ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในต่างประเทศ

บริษัทฯ มีนโยบายขยายการลงทุนไปยังตลาดต่างประเทศ โดยเริ่มพัฒนาโครงการแรกในประเทศมัลดีฟส์ ตั้งแต่ปี 2553 ตามด้วยประเทศอินเดียและประเทศเวียดนาม โดยในปัจจุบันกำลังศึกษาโอกาส ในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ ในประเทศอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น ประเทศอินโดนีเซีย

2.1 ประเทศอินเดีย เมือง บังกะลอร์

เป็นโครงการทาวน์เฮาส์และบ้านเดี่ยว ภายใต้ตราสินค้า “Pruksha Silvana” (บริษัทย่อยถือหุ้น 100%) ซึ่งเป็นโครงการที่พักอาศัยแนวราบ จำนวน 401 ยูนิต รวมมูลค่าโครงการ 1,688 ล้านบาท ประกอบด้วยบ้านเดี่ยว 321 หลัง และทาวน์เฮาส์ 80 หลัง และเริ่มโอนบ้านหลังแรกตั้งแต่เดือนธันวาคม 2554 เป็นต้นมา โดยในปี 2556 บริษัทฯ สามารถสร้างยอดขายจำนวน 229 ล้านบาท และมีรายได้ 376 ล้านบาท ทั้งนี้มียอดขายสะสมของโครงการที่ 949 ล้านบาท และยอดรายได้สะสมที่ 631 ล้านบาท

ปัจจุบันบริษัทฯ ได้ทำการซื้อที่ดินสำหรับพัฒนาโครงการที่ 2 ไว้เรียบร้อยแล้ว และมีแผนพัฒนาเป็นโครงการคอนโดมิเนียม นอกจากนี้ยังมีแผนงานที่จะซื้อที่ดินเพิ่มอีก 1 แปลง เพื่อรองรับการขยายธุรกิจในอนาคตอีกด้วย

2.2 ประเทศมัลดีฟส์ เมืองสุลุม่าเล่ : Coral Ville Condominium

เป็นโครงการร่วมทุน กับ Housing Development Corporation (HDC) โดยที่บริษัทฯ ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 80 บริษัทฯ ได้พัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมขนาดเล็กในเมืองสุลุม่าเล่ โดยในเฟสแรกประกอบด้วยคอนโดมิเนียม 5 ชั้น จำนวน 9 อาคาร รวมทั้งสิ้น 180 ยูนิต มูลค่า 440 ล้านบาท ซึ่งบริษัทฯ ได้ดำเนินการก่อสร้างจนแล้วเสร็จและโอนกรรมสิทธิ์ทั้งหมดให้กับลูกค้าแล้ว อย่างไรก็ตามเนื่องจากสภาพแวดล้อมในการประกอบธุรกิจที่ไม่เอื้ออำนวย เช่น ขนาดตลาดที่ค่อนข้างเล็กภาวะเศรษฐกิจของประเทศมัลดีฟส์ที่มีความเปราะบางและปัญหาการขาดแคลนเงินตราต่างประเทศในระบบธนาคาร จึงทำให้บริษัทฯ ต้องมีการทบทวนแผนการลงทุนว่าจะดำเนินโครงการในเฟสต่อไปหรือไม่

2.3 ประเทศเวียดนาม เมืองไฮฟอง :

เป็นโครงการร่วมทุนกับนักลงทุนท้องถิ่น (Hoang Huy Service Investment Co.) โดยบริษัทฯ ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 85 บริษัทฯ ได้รับใบอนุญาตการลงทุนพัฒนาโครงการที่พักอาศัยแล้วตั้งแต่เดือนมกราคม 2556 ขณะนี้อยู่ระหว่างการเวนคืนที่ดิน ซึ่งมีความก้าวหน้าไปกว่าร้อยละ 80 ของพื้นที่โครงการทั้งหมด โดยมีแผนการพัฒนาเป็นโครงการคอนโดมิเนียมขนาดเล็ก

ตั้งแต่ปี 2536 จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ เปิดโครงการแล้วจำนวน 388 โครงการ โดยบริษัทฯ มีรายได้รวม โดยแยกประเภทผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้

ประเภทผลิตภัณฑ์	รอบปีบัญชีสิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม							
	2553		2554		2555		2556	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
ทาวน์เฮาส์ (ไทย)	11,948	51	11,504	49	14,908	55	20,669	53
บ้านเดี่ยว (ไทย)	7,723	33	7,140	31	8,775	32	9,195	24
อาคารชุด (ไทย)	3,608	15	4,487	19	2,837	10	8,450	22
มัลดีฟส์ (อาคารชุด)	-		77	0.3	178	1	121	0.4
อินเดีย (บ้านแนวราบ)	-		4	0.0	252	1	376	1.0
รายได้อื่นๆ	128	1	210	1	192	1	230	0.6
รายได้รวมทั้งหมด	23,407	100	23,422	100	27,141	100	39,041	100

หมายเหตุ : รายได้ทั้งหมดของบริษัทฯ ได้มีการปรับเปลี่ยนการจัดประเภทของสินค้าตามโครงสร้างใหม่ขององค์กรแล้ว

โครงการปัจจุบัน ณ 31 ธันวาคม 2556 ประกอบด้วย 164 โครงการ แบ่งเป็นมูลค่าทั้งหมด ขายได้แล้วและส่วนที่เหลือขาย ดังนี้

โครงการ 31-Dec-56	จำนวน โครงการที่	มูลค่าโครงการทั้งหมด		ขาย		เหลือขาย	
		ยูนิต	ล้านบาท	ยูนิต	ล้านบาท	ยูนิต	ล้านบาท
บ้านพุกษา	27	10,579	15,310	4,979	7,034	5,600	8,276
พุกษาวิลล์	23	7,786	15,754	4,082	8,310	3,704	7,444
เดอะคอนเนค	13	3,483	9,523	2,335	6,015	1,148	3,507
เดอะแพลนท์ ซิตี้	2	763	2,783	143	524	620	2,259
วิลเลต	3	1,192	3,674	567	1,675	625	2,000
พุกษาไลฟ์	5	1,114	3,523	158	426	956	3,096
พุกษาทาวน์	15	3,691	8,672	2,223	4,858	1,468	3,813
พาทีโอ	3	676	2,793	298	1,245	378	1,549
ไอวี ไซน์ทาวน์	1	19	411	13	238	6	173
ยอดรวมทาวน์เฮาส์	92	29,303	62,443	14,798	30,325	14,505	32,118
พุกษาทาวน์	6	1,202	4,197	830	2,713	372	1,484
พุกษาวิลเลจ	12	3,434	10,743	1,882	5,800	1,552	4,943
กัสสร	8	2,802	10,873	1,582	6,348	1,220	4,525
บ้านพุกษานารา	4	1,219	3,850	671	2,092	548	1,758
พุกษา ปูรี	3	616	2,307	408	1,506	208	801
เดอะแพลนท์	9	2,243	11,097	1,586	8,310	657	2,787
ยอดรวมบ้านเดี่ยว	42	11,516	43,067	6,959	26,769	4,557	16,298
คอนโดเลต	5	1,419	5,967	821	3,366	598	2,601
พลัม คอนโด	4	7,942	7,821	5,153	5,083	2,789	2,737
ฟิวส์	3	3,441	8,388	2,468	5,664	973	2,725
เดอะทรี	3	2,836	6,643	2,608	5,997	228	646
สโตร์ริช	2	512	3,004	453	2,678	59	325
ไอวี	1	289	1,806	245	1,432	44	374
แซปเตอร์วัน	2	2,658	6,078	2,458	5,507	200	571
เฮอร์บาโน้ แอปโซลูท	1	593	2,688	582	2,500	11	188
ไพรเวซี	8	619	1,156	230	440	389	716
ยอดรวมคอนโด	29	20,309	43,552	15,018	32,668	5,291	10,884
ซิลวาน่า (อินเดีย)	1	401	1,338	276	949	125	389
ยอดรวมทั้งหมด	164	61,529	150,400	37,051	90,711	24,478	59,689

2.1 การประกอบธุรกิจในแต่ละสายผลิตภัณฑ์

2.1.1 บ้านทาวน์เฮาส์/บ้านแฝด

โดยสรุป บริษัทฯ มีโครงการที่เปิดขายแล้ว ภายใต้ชื่อ (แบรนด์) ดังนี้

บ้านพุกษา	เออร์บานทาวน์เฮาส์	วิลเลต ซิตี้	พริเว่ ฟิเดลีโอ
พุกษาวิลล์	วีทู	เดอะ รีโน	พริเว่
พุกษาทาวน์	ซิลวาน่า (อินเดีย)	พาทีโอ	เดอะคอนเนค
พุกษา ไลฟ์	วิลเลต ไลฟ์	บ้านพุกษา	เดอะแพลนท์ ซิตี้

ขนาดของตลาดและการแข่งขัน – ทาวน์เฮาส์

ตลาดทาวน์เฮาส์ อาคารพาณิชย์และบ้านแฝด มีขนาดประมาณ 23% ของตลาดรวมที่อยู่อาศัยจากหน่วยบ้านที่จดทะเบียนเพิ่มในปี 2556 และบริษัทฯ มีสัดส่วนรายได้จากบ้านทาวน์เฮาส์ประมาณ 53% ของรายได้ก่อสร้างหจก.ของบริษัทฯ โดยปี 2556 บริษัทฯ เปิดขายโครงการทาวน์เฮาส์ 39 โครงการ

ยอดโอนกรรมสิทธิ์ในโครงการทาวน์เฮาส์	2554	2555	2556
จำนวน (หลัง)	8,384	9,140	10,941
รับรู้รายได้ของบริษัท (ล้านบาท)	12,329	15,603	20,670
จำนวนบ้านทาวน์เฮาส์ อาคารพาณิชย์และบ้านแฝด ที่จดทะเบียนเพิ่มในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ¹	12,995	12,287	23,746

หมายเหตุ 1: ที่มา: ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ นับเฉพาะที่สร้างโดยผู้ประกอบการ

บริษัทฯ ได้ดำเนินการก่อสร้างพัฒนาโครงการบ้านทาวน์เฮาส์ภายใต้ตราสินค้าต่างๆ และรูปแบบบ้านที่แตกต่างกันออกไป โดยตั้งราคาของทาวน์เฮาส์ตั้งแต่ 1 ล้านบาทถึง 5 ล้านบาทต่อหลัง โดยตราสินค้าที่เพิ่งเปิดขายในปี 2556 มีแบรนด์ ใหม่คือ พุกษา ไลฟ์ และ วิลเลต ไลฟ์ มีผลทำให้ส่วนแบ่งตลาดทาวน์เฮาส์รวมของบริษัทฯ ในรูปของหน่วยโอนเป็นอันดับหนึ่งในตลาดหลายปีติดต่อกันแล้ว

โดยบริษัทฯ มุ่งเน้นลูกค้ากลุ่มผู้มีรายได้ระดับต่ำจนถึงปานกลาง รวมถึงขยายไปยังผู้มีรายได้ระดับค่อนข้างสูงที่ต้องการมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองและมีใช้เพื่อการเก็งกำไร ทั้งนี้บริษัทฯ ได้ดำเนินการก่อสร้างบ้านภายใต้แนวคิด “ความสุขที่เป็นไปได้ (Better living / Real living)” โดยก่อสร้างให้บ้านมีคุณภาพที่ทัดเทียมและตอบสนองต่อความต้องการพื้นฐานของผู้ซื้อได้ในราคาที่คุ้มค่า

เมื่อเทียบกับบ้านในรูปแบบขนาดและทำเลที่ใกล้เคียงกันของผู้ประกอบการรายอื่นโดยทั่วไป บ้านทาวน์เฮาส์ของบริษัทฯ จะมีราคาขายที่ต่ำกว่าผู้ประกอบการรายอื่นอยู่ประมาณ ร้อยละ 10-15 อันเนื่องมาจากการที่บริษัทฯ บริหารจัดการงานก่อสร้างด้วยตัวเองทำให้บริษัทฯ สามารถบริหารต้นทุนการก่อสร้างได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพ รวมถึงการใช้วัสดุที่มีคุณภาพดีกว่าบริษัทฯ อื่นๆในระดับราคาบ้านที่เท่ากัน

บริษัทฯ ผลักดันการเติบโตของตลาดทาวน์เฮาส์ที่พัฒนาไว้โดยมีการวิจัยความต้องการลูกค้าแล้วนำมาปรับปรุงในผลิตภัณฑ์และบริการ ทำให้ส่วนแบ่งการตลาดสูงถึงประมาณ ร้อยละ 60 – 70 ซึ่งมีรอบธุรกิจรวมถึงเวลาก่อสร้างที่สั้น ประกอบกับมาตรการกระตุ้นอสังหาริมทรัพย์ที่กระตุ้นความต้องการที่อยู่อาศัย ผ่านนโยบายภาษีโครงการกู้ซื้อบ้าน ดอกเบี้ยต่ำ โครงการช่วยเหลือผู้ที่มีบ้านเรือนอยู่ในชนบท ในรูปแบบดอกเบี้ยหรือระยะเวลาในการกู้ บริษัทฯ จึงมีการพัฒนาโครงการเพื่อให้ผู้ซื้อบ้านรับสิทธิประโยชน์ดังกล่าว

โดยในปี 2553 บริษัทฯ ได้ผลักดันการพัฒนาทาวน์เฮาส์ในตราสินค้าเดิมไปในพื้นที่ตลาดใหม่ๆ โดยครอบคลุมทั่วทั้งกรุงเทพฯ และปริมณฑล เช่น ตราสินค้าใหม่เออร์บาน (Urbano) ซึ่งเป็นทาวน์เฮาส์ในเขตเมืองรูปแบบใหม่และมีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง เช่น บ้านพฤษาขยายธุรกิจไปในต่างจังหวัดภายใต้ชื่อ “พฤษานารา” ในจังหวัดอยุธยา, ชลบุรี, ขอนแก่น “เดอะคอนเนค/ วิตเลต / เฟลลิส ชยายพื้นที่ตลาดใหม่ๆ ในเขตเมืองของกรุงเทพฯ ในพื้นที่ที่บริษัทฯ ยังไม่มีโครงการดำเนินการอยู่และ “พฤษาวิลด์” ขยายธุรกิจไปในต่างจังหวัดเช่นภูเก็ต และ ชลบุรี

ต่อมาบริษัทฯ ได้มีการเปิดขายทาวน์เฮาส์ที่เป็นลักษณะทาวน์โฮมมากขึ้น โดยมีพื้นที่ใช้สอย 3 – 4 ชั้น เช่น แบรินด์ “วิลเลต”, “พาทีโอ”, “วีทู” รวมถึง “เดอะคอนเนค อพาร์ท” เพื่อเจาะลูกค้าระดับกลางถึงบน ใกล้เขตเมืองมากขึ้น ราคาสูงขึ้น เช่น ในเมืองทองธานี ถนนแจ้งวัฒนะ หรือย่านถนนพัฒนาการ ซอย 38 ซึ่งเป็นที่ดินขนาดใหญ่ใกล้แหล่งธุรกิจ เดินทางสะดวก น้ำไม่ท่วมและราคาที่ดึงดูด อีกทั้งยังอ้างดังกล่าว ปัจจุบันผู้ประกอบการรายอื่นมีการเสนอขายบ้านแนวราบน้อยมาก ส่วนใหญ่จะเป็นอาคารชุด แต่เนื่องจากบริษัทฯ มีต้นทุนค่าที่ดินต่ำกว่าการประมูลจาก บรรษัทบริหารสินทรัพย์แห่งประเทศไทย (บสท.) ทำให้ขายบ้านแนวราบตอบสนองความต้องการในราคาที่ดึงดูดผู้ซื้อบ้านได้มาก คือ ราคาเริ่มต้นที่ 2.5 ล้านบาท ทำให้มียอดขายสูงในเวลาอันรวดเร็ว

เริ่มจากปี 2555 หลังเกิดภาวะน้ำท่วม บริษัทฯ ได้พัฒนารูปแบบทาวน์เฮาส์ เพื่อป้องกันปัญหาน้ำท่วมในอนาคต ทั้งในระดับโครงการและระดับตัวบ้าน เช่น การปรับระดับดินถมของโครงการให้สูงขึ้นเทียบเท่าระดับน้ำท่วมสูงสุดที่ผ่านมา การปรับเปลี่ยนรั้วโครงการและรั้วตัวบ้านเป็นรั้วแบบทึบน้ำ, การใช้วัสดุทนน้ำ, การออกแบบระบบสุขาภิบาลใหม่และพัฒนาาระบบป้องกันน้ำท่วม

แผนการในอนาคต – ทาวน์เฮาส์

แผนธุรกิจ ปี 2557 บริษัทฯ ตั้งเป้าเปิดขายทาวน์เฮาส์ทั้งหมด 17 - 29 โครงการซึ่งอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล และในต่างจังหวัด เป้าหมายยอดขาย 22,140- 24,300 ล้านบาท คิดเป็น 54% จากยอดขายทั้งหมด

2.1.2. บ้านเดี่ยว

โดยสรุป บริษัท ฯ มีโครงการที่เปิดขายแล้ว ภายใต้ชื่อ (แบรนด์) ดังนี้

ภัสสร	เดอะแกลเลอรี	เดอะแพลนท์	เนเชอรัล
พุกษาวิลเลจ	ซิลวาน่า (อินเดีย)	พุกษาบุรี	เดอะปาล์ม
พุกษาทาวน์ ซีเรนิตี้	ซินเนอรี่	บ้านพุกษานารา	
เดอะซีซั่น	พุกษา วิลเลจ ดีไลท์		

ขนาดของตลาดและการแข่งขัน – บ้านเดี่ยว

ตลาดบ้านเดี่ยวมีขนาดประมาณ 24% ของตลาดรวมที่อยู่อาศัยจากหน่วยบ้านที่จดทะเบียนเพิ่มในปี 2556 และบริษัทฯ มีสัดส่วนรายได้จากบ้านเดี่ยวประมาณ 24% ของรายได้ก่อสร้างอสังหาริมทรัพย์ของบริษัทฯ โดยปี 2556 บริษัทฯ เปิดขายโครงการบ้านเดี่ยว 4 โครงการ

ยอดโอนกรรมสิทธิ์ในโครงการบ้านเดี่ยว	2554	2555	2556
จำนวน (หลัง)	2,085	2,213	2,228
รับรู้รายได้ (ล้านบาท)	6,315	8,066	9,195
จำนวนบ้านเดี่ยว ที่จดทะเบียนเพิ่มในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ¹	13,999	10,887	13,484

หมายเหตุ 1: ที่มา: ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ นับเฉพาะที่สร้างโดยผู้ประกอบการ

บริษัทฯ ได้พัฒนาสินค้าบ้านเดี่ยวภายใต้แบรนด์แรก ๆ คือ “ภัสสร” ตามมาด้วย “พุกษาวิลเลจ” และ “เดอะแพลนท์” จากการผลักดันตลาดบ้านเดี่ยวของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่องในหลายปีที่ผ่านมา ทำให้บริษัทฯ มีส่วนแบ่งตลาดในบ้านเดี่ยวสูงขึ้นมาก

บริษัทฯ ได้พัฒนาโครงการบ้านเดี่ยวที่เข้าใกล้เมืองเพื่อป้อนตลาดบนมากขึ้น โดยระดับราคาในสินค้าใหม่ที่จะเปิดตัว อยู่ในช่วงราคา 4 – 10 ล้านบาท เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดในบ้านเดี่ยว เจาะกลุ่มผู้ซื้อระดับปานกลางถึงสูง ที่มีอำนาจซื้อในเขตเข้าใกล้เมือง เช่น ย่านพัฒนาการ ซอย 38 หรือย่านแจ้งวัฒนะ ซึ่งเป็นที่ดิน 2 แห่งใหญ่ที่บริษัทฯ เริ่มพัฒนาเต็มในปี 2555 ซึ่งก็ประสบความสำเร็จอย่างสูง ซึ่งบริษัทฯ มั่นใจว่าบ้านเดี่ยวแบรนด์ใหม่ๆ ที่จะเปิดขายด้วยราคาเริ่มต้น 5 ล้านบาท จะได้รับความนิยมจากผู้ซื้อเพราะใกล้เขตเมืองมาก น้ำไม่ท่วม คาดว่าจะเป็นแหล่งใหญ่ของรายได้บ้านเดี่ยวในอนาคต นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาแบรนด์ หรือ รุ่นบ้านใหม่ ในราคาสูงขึ้น เช่น “เดอะปาล์ม” และ “ภัสสร เพอร์สทิจ” โดยนอกจากคุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์แล้วจะเน้นการวางแนวคิดและรูปแบบโครงการที่ชัดเจนในการสร้างความสามารถในการแข่งขันมากยิ่งขึ้น

เริ่มจากปี 2555 หลังเกิดภาวะน้ำท่วม บริษัทฯ ได้พัฒนารูปแบบบ้าน เพื่อป้องกันปัญหาน้ำท่วมในอนาคต ทั้งในระดับโครงการและระดับตัวบ้าน เช่น การปรับระดับดินถมของโครงการให้สูงขึ้นเทียบเท่าระดับน้ำท่วมสูงสุดที่ผ่านมา, การปรับเปลี่ยนรั้วโครงการและรั้วตัวบ้านเป็นรั้วแบบทึบน้ำ, การใช้วัสดุทนน้ำ, การออกแบบระบบสุขาภิบาลใหม่และพัฒนา ระบบป้องกันน้ำท่วม

นอกจากนี้ บริษัทฯ มีแผนเปิดเพิ่มในหัวเมืองต่างจังหวัด เช่น ชลบุรี ขอนแก่น ภูเก็ต เชียงใหม่ สมุทรสาคร อุดรธานี นครปฐม เป็นต้น โดยในปี 2556 มีการเปิดขายโครงการกัสสรในจังหวัดภูเก็ต ทั้งนี้รายได้และยอดจองจากต่างจังหวัดปี 2556 มีสัดส่วนประมาณ 9-10% และจะเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ

แผนการในอนาคต – บ้านเดี่ยว

แผนธุรกิจ ปี 2557 บริษัทฯ ตั้งเป้าเปิดขายบ้านเดี่ยวทั้งหมด 7 -12 โครงการ โดยเปิดในกรุงเทพและปริมณฑล และต่างจังหวัด เป้าหมายยอดขาย 11,480 – 12,600 ล้านบาท คิดเป็น 28% จากยอดขายทั้งหมด

2.1.3 อาคารชุด (Condominium)

โดยสรุป บริษัท ฯ มีโครงการที่เปิดขายแล้ว ภายใต้ชื่อ (แบรนด์) ดังนี้

ชิตีวิลล์	เดอะ ทรี	เออร์บาโน คอนโด	ปี ยู
ไอวี	คอนโดเลต	แชปเตอร์วัน	พลัม
เดอะ ซิตี้	ฟิวส์	คอรัล วิลล์ (มัลดีฟส์)	
เดอะไพรวอร์ (เริ่มเปิดขายปี 2556)	ดิ เอดิเตอร์ (เริ่มเปิดขายปี 2556)	เดอะรีเซพ (เริ่มเปิดขายปี 2556)	

ขนาดของตลาดและการแข่งขัน – อาคารชุด

ตลาดอาคารชุดในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลมีขนาด 53% ของตลาดรวมที่อยู่อาศัยจากหน่วยบ้านที่จดทะเบียนเพิ่มในปี 2556 และบริษัทฯ มีสัดส่วนรายได้จากอาคารชุดประมาณ 22% ของรายได้ข้อสังหาริมทรัพย์ของบริษัทฯ โดยปี 2556 บริษัท ฯ เปิดขายโครงการอาคารชุดรวม 17 โครงการ

ยอดโอนกรรมสิทธิ์ในโครงการอาคารชุด	2554	2555	2556
จำนวน (หลัง)	1,686	930	3,800
รับรู้รายได้ (ล้านบาท)	4,478	2,840	8,450
จำนวนอาคารชุดที่จดทะเบียนเพิ่มในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ¹	34,734	78,391	69,532

หมายเหตุ 1: ที่มา:ศูนย์ข้อมูลข้อสังหาริมทรัพย์ นับเฉพาะที่สร้างโดยผู้ประกอบการ

บริษัทฯ ได้ปรับกลยุทธ์การตลาดและโครงสร้างรายได้จากการเล็งเห็นการเปลี่ยนแปลงของความต้องการที่อยู่อาศัยในกรุงเทพฯและปริมณฑลอย่างรวดเร็ว ประกอบกับระบบการขนส่งสาธารณะที่เปลี่ยนแปลงเช่นโครงการรถไฟฟ้าทำให้เกิดความต้องการที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดสูงมากตั้งแต่ปี 2550

ตั้งแต่ปี 2552 บริษัทฯ มีการพัฒนาตลาดใหม่ๆโดยเริ่มจากการพัฒนารูปแบบโครงการภายใต้ตราสินค้า “เดอะซีด ธีม” (The Seed Theme) ในลักษณะบูติคอาคารชุดไม่ว่าจะเป็น “เดอะซีดมูวี่สุขุมวิท 26” และ “เดอะซีดเมมโมรี่สยาม” ซึ่งถือได้ว่าบริษัทฯ สามารถสร้างการยอมรับในตลาดบนของอาคารชุดได้อย่างน่าประทับใจโดยสะท้อนจากการสามารถปิดการขายได้อย่างรวดเร็วในทั้ง 2 โครงการ High-end Condominium นอกจากนั้นบริษัทฯ ยังมีการพัฒนาโครงการอาคารชุดเพื่อรองรับกฎเกณฑ์ใหม่ของการส่งเสริมการลงทุนที่อยู่อาศัยระดับล่างถึงปานกลางในระดับราคาไม่เกิน 1,000,000 บาทและขนาดพื้นที่ใช้สอยไม่ต่ำกว่า 28 ตารางเมตร โดยในปี 2552 บริษัทฯ ได้ดำเนินธุรกิจใหม่ในตลาดอาคารชุด BOI ภายใต้ตราสินค้า “เดอะทรี” โดยเริ่มโครงการแรกคือ “เดอะทรีลาดพร้าว” ซึ่งได้รับการตอบรับจากลูกค้าอย่างดีและปิดการขายได้อย่างรวดเร็วตามด้วยตราสินค้าป๊อ ต่อมาในปี 2553 บริษัทฯ ได้ขยายธุรกิจในตลาดอาคารชุดอย่างมากและต่อเนื่องไม่ว่าจะเป็นตลาดเดิมที่บริษัทฯ ประสบความสำเร็จ โดยจะเห็นรูปแบบธุรกิจใหม่ๆ ในตลาดอาคารชุดของบริษัทฯไม่ว่าจะเป็นอาคารชุดสำหรับตลาดระดับกลางถึงระดับล่างหรือตลาดอาคารชุด BOI

ในปี 2553 บริษัทฯ มีตราสินค้าใหม่คือ “คอนโดเลต” (Condolette), “แฮปเตอร์วัน”, “ฟิวส์”, “เออร์บาน” คอนโดมิเนียมและ “คอร์วัลลิส” ในมัลติพล์จากความเร็จดังกล่าวข้างต้นต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 4 ปีที่ผ่านมา ทำให้บริษัทฯ สามารถผลักดันส่วนแบ่งการตลาดของบริษัทฯ ในการจองอาคารชุดได้อย่างรวดเร็ว โดยในปี 2553 บริษัทฯ มียอดจองสูงสุด (12,910 ล้านบาท) ในอุตสาหกรรม

ปลายปี 2553 ตลาดอาคารชุดเริ่มส่งสัญญาณชะลอลง จากการที่มีผู้ขายมากราย (oversupply) อีกทั้งสัดส่วนเงินกู้ที่ให้ผู้ซื้อบ้าน (Loan to value) ที่เข้มงวดขึ้น ในปี 2554 บริษัทฯ จึงไม่เน้นการเปิดขายคอนโดมาก และได้เปิดตัวเพียง 1 แปรนด์ใหม่ ชื่อ “เดอะพลัม” ราคา 1 – 2 ล้านบาท เพื่อเจาะตลาดลูกค้าปานกลางถึงต่ำ

โดยตลอดปี 2554 มีหลายปัจจัยที่ไม่เอื้อต่อการเปิดขายอาคารชุด ทั้งในแง่ Oversupply และ มาตรการที่ล่าช้าและไม่แน่นอนจากภาครัฐ ผู้จองซื้อจึงเลิ ทำให้ยอดจองอาคารชุดลดลง ซึ่งก็เป็นไปตามแผนที่วางไว้ โดยบริษัทฯ ได้หันมาเน้นการเร่งโอนอาคารชุดใน Backlog ซึ่งก็ประสบผลสำเร็จอย่างสูง

ในปี 2555 ตลาดอาคารชุดกลับมาสดใส ทั้งจากเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวจากภาวะน้ำท่วม ความต้องการที่อยู่อาศัยริมรถไฟฟ้าตามเส้นทางที่มีการก่อสร้างทางเดินรถไฟฟ้าตามแผน ความต้องการมีบ้านที่ 2 เพื่ออยู่อาศัยเป็นครั้งคราว และการเดินทางเข้ามาทำงานในเขต กรุงเทพฯ และปริมณฑล ส่วนยอดจองและยอดโอนอาคารชุดก็เป็นไปตามแผนธุรกิจที่วางไว้ต่อเนื่องจากการเติบโตของตลาดอาคารชุดในปี 2555 ซึ่งมีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในปี 2556 บริษัทฯ จึงได้เปิดโครงการอาคารชุด ในตลาดกลาง-บน ทั้งแปรนด์เดิมคือ “ฟิวส์” “คอนโดเลต” รวมถึง แปรนด์ใหม่ คือ “เดอะรีเซ็ป” และ “ดิเอดิเตอร์”โดยเน้นทำเลย่านใจกลางเมืองหรือทำเลที่ใกล้รถไฟฟ้าหรือสถานศึกษา เช่น สาทร, สะพานควาย, มหาวิทยาลัย

เกษตรศาสตร์ ฯลฯ ในขณะที่แนวโน้มของอาคารชุดระดับราคา ต่ำกว่า 1 ล้านบาท และ ราคา 1-2 ล้านบาท เป็นตลาดที่มีแนวโน้มการขายตัวในอัตราสูงอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ จึงพัฒนาโครงการเพื่อตอบสนองความต้องการในตลาดระดับดังกล่าว โดย เปิดโครงการ “พลัม พหลโยธิน 89” ในเขตชานเมือง โดยที่บริษัทฯ สามารถสร้างตลาดและยอดขายที่สูงมากในปี 2556 นอกจากนั้นบริษัทฯ ยังเปิด “เดอะ ไพร์เวซี” ซึ่งเน้นอาคารชุดขนาดเล็ก สร้างเสร็จเร็ว และทำเลในซอย

แผนการในอนาคต – อาคารชุด

ในปี 2557 บริษัทฯ มีแผนจะเปิดขายอาคารชุดหลายระดับราคาทั้งหมด 5-8 แห่งในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล คาดว่าจะได้ยอดขาย 6,970 – 7,650 ล้านบาท คิดเป็น 17% จากยอดขายทั้งหมด โดยจะเน้นบุกตลาดคอนโดราคาถูกภายใต้แบรนด์ “พลัม” โดยบางส่วนจะประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการก่อสร้างแบบพรีคาสท์ ตลอดจนเทคโนโลยีในการก่อสร้างแบบใหม่ ที่เป็นจุดแข็งของบริษัทฯ เข้ามาผลักดันให้ส่งมอบได้มีคุณภาพและรวดเร็วขึ้นด้วย

2.2 การบริหารการผลิต

- วัตถุดิบที่ใช้ส่วนใหญ่ คือ ปูนซีเมนต์ หิน เหล็ก ซึ่งหาซื้อได้จากผู้ผลิตและจำหน่ายในประเทศทั่วไป ตั้งแต่ปี 2549 เป็นต้นมา บริษัทฯ ได้ใช้กลยุทธ์คัดเลือกผู้ขายวัสดุก่อสร้างหลักโดยวิธีจัดประกวดราคารายปี หรือ อาจสั้นกว่า ตามความเหมาะสม เพื่อให้บริษัทฯ มีต้นทุนค่าก่อสร้างที่คงที่ได้ตลอดทั้งปี
- ส่วนผู้รับเหมาแรงงาน มีจำนวนอยู่ในระบบของบริษัทฯ ประมาณ 2,500 ราย
- บริษัทฯ ได้พัฒนาความสัมพันธ์กับผู้รับเหมาในงานสำคัญ ซึ่งเป็นที่ต้องการในตลาด เช่น งานถมดิน งานเสาเข็ม งานรับเหมาก่อสร้างอาคาร ให้เป็นคู่ค้าพันธมิตร เพื่อรองรับการขายตัวของบริษัทฯ ตามแผนในอนาคต

2.2.1 การบริหารจัดการงานก่อสร้าง (Construction Management) – บ้านทาว์นเฮาส์

ในการบริหารจัดการงานก่อสร้าง บริษัทฯ ได้แบ่งการบริหารออกเป็น 2 ฝ่าย ได้แก่

- ฝ่ายบริหารงานก่อสร้าง ซึ่งจะทำหน้าที่ดูแลและดำเนินการก่อสร้างโครงการก่อสร้างทุกโครงการให้เป็นไปตามแผนและรูปแบบที่กำหนด นอกจากนี้ยังทำหน้าที่ดูแลค่าใช้จ่ายต่างๆ ให้อยู่ในงบประมาณที่กำหนด รวมทั้งติดต่อประสานงานกับฝ่ายงบประมาณของบริษัทฯ
- ฝ่ายควบคุมคุณภาพ (Quality Assurance) ซึ่งจะทำหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพของบ้านแต่ละหลังที่สร้างเพื่อให้ได้มาตรฐานตามที่กำหนด

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีฝ่ายงานสนับสนุนกลางในการบริหารจัดการงานก่อสร้าง ซึ่งทำหน้าที่สนับสนุนทั้งในส่วน of บ้านทาว์นเฮาส์ และบ้านเดี่ยว โดยฝ่ายสนับสนุนดังกล่าวได้แก่

- ฝ่ายสรรหาผู้รับเหมาซึ่งจะทำหน้าที่หาผู้รับเหมาที่มีความชำนาญเฉพาะด้านและแรงงานเพื่อช่วยในการก่อสร้างตามจำนวนที่ต้องใช้ในแต่ละโครงการ
- ฝ่ายจัดซื้อซึ่งจะทำหน้าที่จัดซื้อวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างเพื่อสนับสนุนให้การบริหารจัดการงานก่อสร้างเป็นไปอย่างคล่องตัวและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ในปี 2556 บริษัทฯ ได้มีการปรับโครงสร้างการบริหารจัดการภายใน โดยโอนย้ายฝ่ายสนับสนุนดังต่อไปนี้ ไปอยู่ภายใต้การบริหารของแต่ละหน่วยธุรกิจ
- ฝ่ายวิจัยและพัฒนาซึ่งจะทำหน้าที่ในการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาปรับใช้ในการออกแบบและการก่อสร้าง
- ฝ่ายวิศวกรรมซึ่งจะทำหน้าที่ออกแบบและแก้ปัญหาทางเทคนิค
- ฝ่ายพัฒนาโครงการซึ่งจะทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานและร่วมพัฒนาการออกแบบที่อยู่อาศัยในโครงการต่าง ๆ

การออกแบบบ้าน ในการออกแบบบ้านในแต่ละโครงการ ฝ่ายการตลาดและการขายจะประสานงานกับฝ่ายพัฒนาโครงการเพื่อกำหนดแนวทาง ลักษณะและรูปแบบ (Conceptual Design) ของบ้านที่ต้องการจะสร้างในแต่ละโครงการ รวมถึงงบประมาณและเทคนิคในการสร้างบ้าน หลังจากนั้น ฝ่ายพัฒนาโครงการจะมอบหมายให้สถาปนิกออกแบบโครงบ้านตามแนวทาง ลักษณะและรูปแบบดังกล่าว เมื่อฝ่ายพัฒนาโครงการเห็นว่าแบบโครงบ้านที่ออกแบบโดยสถาปนิกมีความเหมาะสมแล้ว สถาปนิกจะดำเนินการออกแบบในส่วนที่เป็นรายละเอียด (Detailed Design) เพื่อให้แบบบ้านมีความสมบูรณ์ก่อนที่บริษัทฯ จะเริ่มดำเนินการก่อสร้าง

ในการก่อสร้างบ้านทาวน์เฮาส์ บริษัทฯ จะแบ่งงานก่อสร้างออกเป็นสายการผลิต (Production Line) แต่ละสายการผลิตจะสามารถก่อสร้างบ้านทาวน์เฮาส์ได้ประมาณ 40 หลังต่อเดือน โดยในโครงการหนึ่งๆ อาจมีสายการผลิตมากกว่าหนึ่งสายการผลิต ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับขนาดโครงการ บริษัทฯ จะส่งพนักงานของบริษัทฯ เข้าทำการดูแลควบคุมงานก่อสร้างซึ่งจะมีประมาณ 10 คนต่อสายการผลิต ประกอบด้วยผู้จัดการโครงการเป็นผู้ดูแลโครงการ และจะมีวิศวกรโครงการ วิศวกรสนาม และผู้ควบคุมงานก่อสร้างเป็นผู้ดูแลงานก่อสร้างในแต่ละระดับชั้นของงาน รวมถึงดูแลควบคุมผู้รับเหมาที่มีความชำนาญเฉพาะด้านที่บริษัทฯ ว่าจ้างเพื่อเข้าทำงานที่เป็นรายละเอียดปลีกย่อยต่าง ๆ เช่น งานฐานราก งานปูน งานติดตั้งชิ้นส่วนอาคาร งานปูพื้นกระเบื้องและงานหลังคา เป็นต้น ทั้งนี้ บริษัทฯ จะว่าจ้างผู้รับเหมาที่มีความชำนาญเฉพาะด้านและลูกจ้างรายวันในจำนวนที่บริษัทฯ เห็นสมควรในแต่ละสายการผลิต ในระหว่างการก่อสร้าง ฝ่ายควบคุมคุณภาพจะเข้าตรวจสอบคุณภาพของบ้านเป็นระยะ ๆ รวมทั้งตรวจสอบคุณภาพเมื่อการก่อสร้างบ้านเสร็จสมบูรณ์ก่อนการเสนอขายหรือส่งมอบบ้านให้แก่ลูกค้าต่อไป

บริษัทฯ สามารถสร้างบ้านประเภทนี้ได้ในราคาที่ต่ำกว่าผู้ประกอบการอื่น แต่มีคุณภาพเทียบเท่ากันและมีพื้นที่ใช้สอยมากกว่าบ้านในรูปแบบ ขนาดและทำเลที่ใกล้เคียงกันที่สร้างโดยผู้ประกอบการรายอื่น โดยนอกเหนือจากการที่บริษัทฯ มีความสามารถในการบริหารจัดการงานก่อสร้างได้เองดังที่กล่าวข้างต้นแล้ว ยังมีสาเหตุที่สำคัญอีกประการหนึ่งอันได้แก่การที่บริษัทฯ มีการใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ช่วยลดระยะเวลาการก่อสร้าง ทำให้ประหยัดต้นทุนและค่าแรงงานรวมถึงชิ้นงานที่ได้ยังมีคุณภาพดีอีกด้วย โดยใช้เทคโนโลยีการก่อสร้างบ้านด้วยระบบโครงสร้างผนังรับน้ำหนักแบบหล่อใน

ที่ใช้สำหรับบ้านในโครงการบ้านพุกษา และใช้เทคโนโลยีการก่อสร้างแบบผนังสำเร็จรูปปรับน้ำหนัก ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่บริษัท ใช้ในการก่อสร้างบ้านเดี่ยวมาใช้ในการก่อสร้างบ้านในโครงการพุกษาวิลล์และเดอะคอนเนค

เทคโนโลยีการก่อสร้างบ้านด้วยระบบโครงสร้างผนังรับน้ำหนักแบบหล่อในที่ (Cast-In Situ Load Bearing Wall Structure) บริษัทฯ ใช้เทคโนโลยีการก่อสร้างระบบผนังรับแรงแบบหล่อในที่จากประเทศฝรั่งเศส โดยระบบนี้จะใช้ผนังเป็นตัวรับน้ำหนักแทนเสาและคาน จึงลดขั้นตอนการเทเสาและคานออกไป โดยจะใช้การประกอบและติดตั้งแบบเหล็กเพื่อหล่อผนัง ณ จุดก่อสร้าง จากนั้นจะนำเหล็กผูกมาใส่ในแบบเหล็กและเทปูนลงไป จากนั้นถอดแบบเหล็กออกก็จะได้ผนังรับแรง ทำให้การทำงานรวดเร็วขึ้น ซึ่งบริษัทฯ นับเป็นผู้ประกอบการรายแรก ๆ ที่นำระบบโครงสร้างผนังรับน้ำหนักนี้มาใช้ในการก่อสร้าง โดยระบบนี้เริ่มใช้กับการก่อสร้างบ้านทาวน์เฮาส์แบบชั้นเดียว ทำให้ใช้เวลาในการก่อสร้างทั้งสิ้นประมาณ 30 วันนับจากวันเริ่มก่อสร้างจนแล้วเสร็จทั้งหมด ซึ่งนับว่ามีประสิทธิภาพและรวดเร็วกว่าวิธีการก่อสร้างแบบทั่วไป (Conventional Method) ซึ่งใช้เวลาประมาณ 180 วันต่อหลัง โดยบริษัทฯ ได้ใช้เทคโนโลยีการก่อสร้างนี้กับโครงการบ้านทาวน์เฮาส์ในช่วงแรกซึ่งได้แก่โครงการบ้านพุกษา 1 และบ้านพุกษา 2

ต่อมาด้วยพัฒนาการที่ไม่หยุดยั้ง บริษัทฯ ได้ค้นคว้าหาเทคโนโลยีการก่อสร้างใหม่ๆ ที่จะช่วยที่การดำเนินการก่อสร้างบ้านเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น บริษัทฯ จึงนำระบบโครงสร้างผนังรับน้ำหนักแบบหล่อในที่ ด้วยเทคโนโลยีแบบอุโมงค์ หรือ Tunnel Technology เข้ามาเพิ่มเติม เพื่อใช้ในการก่อสร้างบ้านทาวน์เฮาส์แบบสองชั้น โดยขั้นตอนการก่อสร้างเริ่มตั้งแต่การก่อสร้างโดยประกอบติดตั้งแบบเหล็กผนังและพื้นชั้นบนในขั้นตอนเดียวกัน หลังจากนั้นจึงผูกเหล็กโครงสร้างและทำการเทคอนกรีตพร้อมกันทั้งผนังชั้นล่างและพื้นชั้นบน ขั้นตอนต่อไปจึงสร้างผนังชั้นต่อไปและติดตั้งโครงหลังคาให้ใช้งานได้ภายนอกที่สมบูรณ์ในระยะเวลาที่สั้นกว่าการก่อสร้างทั่วไปเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ยังได้งานที่มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นด้านความแข็งแรงหรือพื้นผิวที่เรียบสวยงาม ทั้งนี้เทคโนโลยีแบบอุโมงค์จะใช้เวลาการก่อสร้างตั้งแต่ต้นจนจบทั้งสิ้นประมาณ 60-80 วัน ซึ่งนับว่ารวดเร็วมากเมื่อเปรียบเทียบกับวิธีการก่อสร้างแบบทั่วไป ซึ่งจะใช้เวลาประมาณ 180 วัน โดยบริษัทฯ ได้ใช้เทคโนโลยีการก่อสร้างนี้กับโครงการ บ้านพุกษา 3 และโครงการต่อไป มาจนถึงปัจจุบัน นอกจากเทคโนโลยีชนิดนี้จะใช้สำหรับการก่อสร้างบ้านทาวน์เฮาส์แล้ว ยังสามารถใช้ในการก่อสร้างอาคารชุดที่มีความสูงประมาณ 8 ชั้นได้อีกด้วย

ทั้งนี้ จุดเด่นของระบบโครงสร้างผนังรับน้ำหนักนี้มีดังนี้

- 1) โครงสร้างมีความมั่นคงแข็งแรง เนื่องจากเป็นผนังคอนกรีตเสริมเหล็ก ซึ่งมีความทนทานกว่าผนังก่ออิฐฉาบปูนในระบบธรรมดา
- 2) สามารถควบคุมคุณภาพได้ดีกว่าเนื่องจากการก่อสร้างด้วยระบบนี้จะมีมาตรฐานขั้นตอนการปฏิบัติงานที่แน่นอน
- 3) สามารถควบคุมระยะเวลาในการก่อสร้างได้ดีกว่า เนื่องจากการลดขั้นตอนการก่อสร้างที่ไม่จำเป็นออกไปทำให้ระยะเวลาการก่อสร้างต่อหน่วยน้อยกว่าการก่อสร้างแบบทั่วไป
- 4) เหมาะกับการก่อสร้างโครงการขนาดใหญ่ ซึ่งแต่ละหลังมีรูปแบบที่เหมือนกัน

- 5) ลดการพึ่งพาแรงงานฝีมือในการทำงาน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนการก่อสร้าง
- 6) ลดขั้นตอนการก่อสร้าง และฉาบปูนสำหรับผนัง นอกจากนี้ ยังลดขั้นตอนการก่อเสาและคาน
- 7) ลดขยะที่เกิดจากการทำงาน ซึ่งเป็นปัญหาใหญ่ในการก่อสร้าง ทำให้สามารถลดค่าใช้จ่ายในการสูญเสียวัสดุโดยไม่จำเป็น อีกทั้งยังช่วยให้หน่วยงานก่อสร้างมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย

เทคโนโลยีการก่อสร้างแบบผนังสำเร็จรูปปรับน้ำหนัก (RC Load Bearing Wall Prefabrication) โปรดดูรายละเอียดเพิ่มเติมในหัวข้อการบริหารงานก่อสร้างบ้านเดี่ยว

นอกจากบริษัทจะใช้เทคโนโลยีดังกล่าวข้างต้นมาใช้ในการก่อสร้างโครงสร้างหลักของบ้านทาวน์เฮาส์แล้ว บริษัท ยังมีโรงงานผลิตรั้วและเสาสำเร็จรูปซึ่งใช้เทคโนโลยีการก่อสร้างด้วยระบบ Battery Mold ในการก่อสร้างรั้วและเสาโซ่สำเร็จรูปสำหรับบ้านเดี่ยวและบ้านทาวน์เฮาส์ (พุกชาวิลล์ และ เดอะคอนเนค)

ดังนั้นทำให้บริษัท สามารถสร้างบ้านทาวน์เฮาส์ได้ในปริมาณมาก (Mass Production) เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด ซึ่งทำให้บริษัท สามารถบริหารต้นทุนการก่อสร้างได้อย่างมีประสิทธิภาพและทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale)

2.2.2 การบริหารจัดการงานก่อสร้าง (Construction Management) – บ้านเดี่ยว

การบริหารจัดการงานก่อสร้างบ้านเดี่ยวจะเป็นไปในลักษณะเดียวกับการบริหารจัดการงานก่อสร้างของโครงการบ้านทาวน์เฮาส์ แต่สำหรับในส่วนการก่อสร้างในแต่ละโครงการ บริษัท จะแบ่งเจ้าหน้าที่รับผิดชอบเป็นแต่ละโครงการ แทนการแบ่งเป็นสายการผลิต เนื่องจากโครงการบ้านเดี่ยวมีจำนวนบ้านในการก่อสร้างต่อโครงการน้อยกว่าของบ้านทาวน์เฮาส์ ทั้งนี้ บริษัท จะส่งพนักงานของบริษัท เข้าทำการควบคุมดูแลงานก่อสร้างประมาณ 30 – 40 คนต่อโครงการ และจะว่าจ้างผู้รับเหมาที่มีความชำนาญเฉพาะด้านและลูกจ้างรายวันในจำนวนที่บริษัท เห็นสมควรในแต่ละโครงการ

เทคโนโลยีการก่อสร้างแบบผนังสำเร็จรูปปรับน้ำหนัก (RC Load Bearing Wall Prefabrication) ในระยะแรก บริษัท ได้ร่วมกับสถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย (Asian Institute of Technology) ในการนำวิธีการก่อสร้างระบบโครงสร้างผนังรับน้ำหนักแบบคอนกรีตเสริมเหล็กสำเร็จรูปหรือ เรียกสั้นๆว่า Precast มาใช้ โดยการหล่อผนังสำเร็จรูปปรับน้ำหนักจะกระทำในพื้นที่ของแต่ละโครงการ ต่อมาในปี 2547 บริษัท ได้สร้างโรงงานผลิตชิ้นส่วนคอนกรีตเสริมเหล็กสำเร็จรูป (Precast Concrete Factory) ขึ้นโดยซื้อเทคโนโลยีดังกล่าวจากประเทศเยอรมันซึ่งใช้ระบบการผลิตแบบ Semi-Automated Pallet Circulating System อันเป็นระบบการผลิตที่ทันสมัยที่สุดในประเทศไทย และได้ใช้เทคโนโลยีการก่อสร้างชนิดนี้สำหรับโครงการบ้านเดี่ยวแบบสองชั้นเนื่องจากบ้านเดี่ยวจะมีรูปแบบผนังที่หลากหลาย โดยบ้านหลังหนึ่งจะมีส่วนประกอบประมาณ 30 – 60 ชิ้นเทคโนโลยีการก่อสร้างแบบนี้เป็นการหล่อชิ้นงานแต่ละชิ้นในโรงงาน จากนั้นจึงขนถ่ายชิ้นงานมาประกอบที่สถานที่ตั้งบ้านแต่ละหลัง

ทั้งนี้จุดเด่นของเทคโนโลยีชนิดนี้ นอกจากจะมีจุดเด่นในทำนองเดียวกับจุดเด่นของเทคโนโลยีการก่อสร้างบ้านด้วยระบบโครงสร้างผนังรับน้ำหนักแบบหล่อในที่แล้วยังมีจุดเด่นอื่นๆ ที่สำคัญ ซึ่งรวมถึงการที่ไม่ต้องเสียพื้นที่คานเสาทำให้พื้นที่ใช้สอยมากขึ้น ผนังมีความต้านทานไฟสูง มีความทึบเสียงมากกว่าการก่อสร้างโดยใช้อิฐมวลเบาหรืออิฐมวลเบา รวมถึงมีความต้านทานการซึมน้ำสูงด้วย นอกจากนี้เทคโนโลยีดังกล่าวต้องการการบำรุงรักษาที่ต่ำเนื่องจากเป็นโครงสร้างสำเร็จและทำให้ผู้อยู่อาศัยเสียค่าเบี้ยประกันภัยต่ำ เนื่องจากบ้านที่สร้างเป็นโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็ก มีความสามารถในการทนไฟสูง มีความแข็งแรงและมีความทนทาน ระบบนี้บริษัทฯ ได้ศึกษาและพัฒนาร่วมกับสถาบัน AIT จนสามารถต้านทานแรงที่เกิดจากแผ่นดินไหวได้ถึงระดับ 6 ริกเตอร์

บ้านที่ก่อสร้างด้วยเทคโนโลยีนี้ จะสามารถก่อสร้างได้ภายในระยะเวลา 75-90 วัน ซึ่งหากเป็นการก่อสร้างด้วยวิธีการก่อสร้างแบบทั่วไปแล้วจะใช้ระยะเวลาประมาณ 180 วัน อย่างไรก็ดี การที่บริษัทฯ นำเทคโนโลยีการก่อสร้างแบบนี้มาใช้ในระยะแรก จะเป็นการหล่อนชิ้นงานแต่ละชิ้นในบริเวณสถานที่ก่อสร้าง และเนื่องจากชิ้นงานที่ผลิตได้ในระยะแรกไม่สามารถผลิตได้ทั้งหมด ดังนั้น การก่อสร้างบ้านในโครงการระยะแรกจึงมีการใช้ชิ้นงานที่ผลิตได้จากการใช้เทคโนโลยีแบบนี้ และการก่อสร้างแบบทั่วไปร่วมกัน (ยกเว้นการก่อสร้างบ้านเดี่ยวในโครงการภัสสร 11 ซึ่งบริษัทฯ ใช้วิธีการก่อสร้างแบบทั่วไปทั้งโครงการ) บริษัทฯ ได้ก่อสร้างโรงงานผลิตชิ้นส่วนคอนกรีตเสริมเหล็กสำเร็จรูปโดยใช้เทคโนโลยีแบบนี้ในการผลิตชิ้นส่วน ซึ่งโรงงานนี้ได้สร้างในปี 2547 แล้วเสร็จเมื่อเดือนมกราคม 2548 ซึ่งโรงงานดังกล่าวมีกำลังการผลิตชิ้นส่วนสำหรับ การก่อสร้างบ้านเดี่ยวสูงสุดจำนวน 3,600 หลังต่อปีและ บริษัททำการปรับปรุงกำลังการผลิต จากเดิม 60% ของการผลิตสูงสุดเป็น 80% ของกำลังการผลิตสูงสุด แล้วเสร็จในเดือนมิถุนายน 2549

บริษัทฯ ยังมีโรงงานผลิตรั้วและเสาสำเร็จรูปโดยใช้เทคโนโลยีการก่อสร้างด้วยระบบ Battery Mold เพื่อใช้ผลิตรั้วและเสาโดยในกระบวนการผลิตจะมีการวางแบบเหล็กซึ่งควบคุมด้วยระบบไฮโดรลิคในการดันและถอดแบบเหล็กให้ประกอบและห่างออกจากกัน หลังจากทีแบบเหล็กประกบกันโดยมีระยะห่างตามที่ต้องการแล้วจะมีการเทปูนลงในแบบเหล็ก หลังจากนั้นจะถอดแบบเหล็กออก เพื่อนำรั้วและเสาสำเร็จรูปไปใช้ในการก่อสร้างบ้านต่อไป โรงงานดังกล่าวมีกำลังการผลิตสูงสุดสำหรับบ้านจำนวน 12 หลังต่อวัน ปัจจุบันโรงงานดังกล่าวได้เพิ่มการผลิตในส่วนเสาและรั้วบ้าน รั้วโครงการ ของโครงการบ้านเดี่ยวและบ้านทาวน์เฮาส์ รวมถึง เสาโซ่ว และ Parapet ของทาวน์เฮาส์ อีกด้วย

ในปี 2550 ทางบริษัทฯ ได้เข้ามาบุกตลาด Condominium จึงได้มีนโยบายให้ก่อสร้างโรงงาน PCF3 เพื่อผลิตชิ้นส่วนผนังภายนอกของคอนโดมิเนียมโดย ผนังภายในและโครงสร้างหลักยังเป็นระบบก่อสร้างระบบเดิม ต่อมาในปี 2553 ได้มีนโยบายการก่อสร้างระบบ Fully Precast ทำให้กำลังการผลิตของ PCF3 ไม่เพียงพอ จึงได้ก่อสร้าง โรงงาน PCF4 เพื่อรองรับงานคอนโดมิเนียม สำหรับโรงงาน PCF3 มีการดัดแปลงโรงงานไปผลิตพื้น Pre-stress เพื่อรองรับแผนความต้องการบ้านเดี่ยวที่มากขึ้น

ปี 2553 บริษัทฯ มีส่วนแบ่งการตลาดของบ้านเดี่ยวมากขึ้น ทำให้กำลังการผลิตของโรงงานที่มีอยู่ไม่เพียงพอ จึงได้ก่อสร้างโรงงาน PCF 4 และ โรงงาน PCF 5 ด้วยเงินลงทุน 1,050 ล้านบาท และ เริ่ม test run ผลิตได้เมื่อ กลางเดือน ธันวาคม 2553 โดยโรง PCF 5 สามารถผลิตบ้านได้ 400 หลังต่อเดือน เมื่อรวมกับกำลังการผลิตปัจจุบันของโรง PCF 1

ทำให้กำลังการผลิตบ้านรวมเป็น 640 หลังต่อเดือน โดยโรง PCF5 ที่สร้างใหม่ เป็นโรงงานผลิตแผ่น Precast ที่ขนาดกำลังการผลิตสูงที่สุดในประเทศไทย

ปี 2554, โรงงาน PCF4 และ โรง PCF5 ที่เริ่มทดลองผลิต (test run) เมื่อ ปลายปี 2553 สามารถขยายความพร้อมกำลังการผลิตให้เต็มที่ได้ในกลางปี 2554 ต่อมาในช่วงปลายเดือน ตุลาคม 2554 เกิดอุทกภัยครั้งใหญ่ใน กทม. และปริมณฑล แต่โรงงานสามารถป้องกันน้ำท่วมในตัวโรงงานไว้ได้ แต่ต้องหยุดผลิต เนื่องจากไม่สามารถขนส่งไปยังโครงการได้ โรงงานได้กลับมาผลิตอีกครั้งในเดือนมกราคม 2555

ปี 2556 ทางบริษัทฯ มีการปรับเปลี่ยน ระบบก่อสร้างทาว์นเฮาส์ จากรูปแบบโครงสร้างผนังรับน้ำหนักแบบหล่อในที่ (Cast In Situ Load Bearing Wall Structure) มาเป็น ระบบผนังสำเร็จรูปรับน้ำหนัก (RC Load Bearing Wall Prefabrication) อีกทั้งมีส่วนแบ่งในตลาดบ้านเดี่ยวมากขึ้น ทำให้ครึ่งปีหลัง โรงงาน PCF1-PCF5 ใช้กำลังการผลิต เกิน 100% เพื่อรองรับการเติบโตของบริษัทตามแผนธุรกิจ จึงมีแผนในการก่อสร้างโรงงานพรีคาสท์ PCF6 และ PCF7 โดยบริษัทฯ ได้ซื้อที่ดิน 130 ไร่ ที่นวนคร จังหวัดปทุมธานี และได้สั่งซื้อเครื่องจักรจากประเทศเยอรมนี และใช้งบลงทุนสำหรับการขยายโรงงานครั้งนี้ ประมาณ 2,100 ล้านบาท โดยคาดว่าจะแล้วเสร็จในปลายไตรมาสที่ 3 ปี 2557 และทำให้บริษัทฯ มีกำลังการผลิตบ้านรวม 1,120 ยูนิตต่อเดือน

โรงงานพุกษา พรีคาสท์ แห่งใหม่นี้ใช้เทคโนโลยีและเครื่องจักรที่ทันสมัยที่สุดในโลกจากประเทศเยอรมนี ใช้ระบบอัตโนมัติ และควบคุมด้วยคอมพิวเตอร์ ทุกขั้นตอนการผลิต ทำให้ได้ชิ้นงานที่มีคุณภาพสูงกว่ามาตรฐานทั่วไป อีกทั้งมีการนำ Robot มาใช้เพื่อลดการใช้แรงงาน และทำให้ผลผลิตภาพสูงขึ้น นอกจากนี้ยังได้นำระบบ Concrete Recycling มาใช้เพื่อนำน้ำทิ้งและเศษคอนกรีตจากการทำงานกลับมาใช้ในขบวนการผลิตอีกครั้ง พร้อมทำการแยกหินทรายนำกลับมาใช้ ทำให้ไม่มีเศษวัสดุเหลือทิ้งจากการผลิตเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และถือว่าเป็น Green Factory แห่งแรกของไทย ที่นำระบบนี้มาใช้ในอุตสาหกรรมผลิต Precast Concrete

ตารางสรุปย่อโรงงาน Pre cast

ที่ตั้ง	โรงงาน	ระบบการผลิต	ผลิตภัณฑ์	กำลังการผลิตตาม คุณสมบัติของ เครื่องจักร (Name Plate Capacity) / เดือน	กำลังการผลิตที่ สามารถปฏิบัติจริง (Expected Capacity) /เดือน
ลำลูกกา	PCF1 (Carrousel I)	Semi Automated Carrousel System	Bearing Wall (ผนังบ้าน/คอนโด)	90,000 ตร.ม. (gross area) หรือบ้าน 300 หลัง	72,000 ตร.ม. (gross area) หรือบ้าน 240 หลัง
	PCF2	Battery Mold System	House/TH Fence (รั้วบ้านเดี่ยว/ ทาวนเฮาส์)	รั้วบ้านเดี่ยว 130 รั้วทาวนเฮาส์ 1,800 หลัง	รั้วบ้านเดี่ยว 100 รั้วทาวนเฮาส์ 1,400 หลัง
	PCF3	Pre-stressed Long Line System	-Slab & Beam House (พื้นและคาน)	พื้น 700 คาน 700 หลัง	พื้น 550 คาน 550 หลัง
	PCF4	Fixed Mold System	- Condo/TH Facade (หน้ากากคอนโด/ ทาวนเฮาส์) -Special Element (ชิ้นงานพิเศษ)	หน้ากาก 25,000 ตร.ม. ชิ้นงานพิเศษ 800 หลัง	หน้ากาก 20,000 ตร.ม. ชิ้นงานพิเศษ 640 หลัง
	PCF5 (Carrousel II)	Fully Automated Carrousel System	Bearing Wall (ผนังบ้าน/คอนโด)	150,000 ตร.ม. (gross area) หรือบ้าน 500 หลัง	120,000 ตร.ม. (gross area) หรือบ้าน 400 หลัง

2.3 การบริหารการตลาด**การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย - ทุกผลิตภัณฑ์**

บริษัทฯ มีกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อส่งเสริมการจำหน่ายดังนี้

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ มีการขยายผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ตั้งแต่ช่วงปี 2550 ให้ครอบคลุมโดยมีเป้าหมายที่จะเป็นผู้นำในตลาดกลาง-ล่าง ในทุกผลิตภัณฑ์ ในพื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล รวมถึงเขตศูนย์กลางธุรกิจและแต่ปัจจุบันบริษัทฯ ยังได้มีการขยายกลุ่มเป้าหมายไปยังตลาดกลาง-บน และ ตลาดต่างจังหวัด เพื่อตอบสนองความต้องการด้านที่อยู่อาศัยที่มีคุณภาพของลูกค้าทั่วประเทศ บริษัทฯ ยังไม่หยุดยั้งในการแสวงหาเทคโนโลยี การสร้างที่อยู่อาศัยที่มีประสิทธิภาพมาตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อบ้านอยู่เสมอ โดยเฉพาะการใช้องค์ประกอบหรือชิ้นส่วนสำเร็จรูป ซึ่งทำให้

สามารถควบคุม คุณภาพได้ตามมาตรฐาน ตั้งแต่ขั้นตอนการผลิต และทำให้สามารถสร้างที่อยู่อาศัยได้รวดเร็วตามกำหนดตามที่ตกลงไว้กับลูกค้า อีกทั้งบริษัทฯ ยังได้ใช้วิธีการบริหารสินค้าคงเหลือ (Inventory Management) เพื่อบริหารสินค้าคงเหลือให้สอดคล้องกับยอดขายที่อยู่อาศัยอีกด้วย

กลยุทธ์ด้านราคา บริษัทฯ ได้เล็งเห็นถึงช่องว่างในตลาดที่อยู่อาศัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดที่อยู่อาศัยราคาไม่สูง ซึ่งเหมาะสำหรับผู้มีรายได้ระดับต่ำถึงปานกลาง บริษัทฯ จึงมุ่งเน้นตลาดที่อยู่อาศัยระดับนี้ บริษัทฯ มีต้นทุนการสร้างบ้านที่ต่ำกว่าผู้ประกอบการรายอื่น เนื่องจากบริษัทฯ เป็นผู้บริหารจัดการงานก่อสร้างด้วยตัวเอง ประกอบกับการที่บริษัทฯ ใช้เทคโนโลยีการสร้างบ้านที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ ทำให้มีต้นทุนการผลิตต่ำและสามารถก่อสร้างบ้านได้รวดเร็ว ดังนั้นบริษัทฯ จึงสามารถกำหนดราคาขายได้ต่ำกว่าผู้ประกอบการทั่วไปประมาณร้อยละ 10 -15 สำหรับบ้านทาวน์เฮาส์และบ้านเดี่ยว นอกจากนี้ การที่บริษัทฯ มีวัตถุประสงค์หลักในการสร้างบ้านสำหรับผู้มีรายได้ต่ำเพื่อช่วยเหลือสังคม บริษัทฯ จึงเป็นผู้ประกอบการหลักในธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจาก BOI โดยได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล สำหรับบ้านราคาไม่เกิน 1,200,000 บาท

กลยุทธ์ด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ ตลอดระยะเวลา 20 ปี ที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้ขยายธุรกิจครอบคลุมทั้งในด้านผลิตภัณฑ์และกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายความต้องการ การสร้างแบรนด์เป็นหนึ่งในกลยุทธ์ของบริษัทฯ จึงตั้งใจทำให้แบรนด์ พุกษาฯ อยู่ในใจผู้บริโภคในฐานะนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ที่มุ่งมั่นสร้างสรรค์คุณค่าของชีวิต และในช่วงเดือนกันยายน ปี 2556 ได้นำเสนอแคมเปญใหม่ภายใต้แนวคิด “Mind Beyond Invention (ใจ...หลายทุกข้อจำกัด) กับผู้บริโภค และนับเป็นครั้งแรกที่ถ่ายทอดแนวคิดแคมเปญออกมาเป็นภาพยนตร์โฆษณา ออกอากาศผ่านทางโทรทัศน์ และสื่อดิจิทัล นอกจากนี้ ยังนำเสนองานโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายโฆษณา ป้ายโฆษณาแอล อี ดี เพื่อรักษาระดับการรับรู้เดิม และยกระดับการเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้าง

สำหรับการทำการตลาดและการสื่อสารของทุกโครงการบ้านเดี่ยว ทาวน์เฮาส์ คอนโดมิเนียม ได้ใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย และเพื่อให้สอดคล้องกับรูปแบบวิถีชีวิตของผู้บริโภค โดยเฉพาะสื่อดิจิทัล สังคมออนไลน์ ที่สามารถสื่อสารตรงและนำเสนอข้อมูลได้รวดเร็วประหยัดค่าใช้จ่ายด้านโฆษณา บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นในการพัฒนาเว็บไซต์ แอปพลิเคชันสำหรับสมาร์ทโฟน

สำหรับกิจกรรมการตลาดด้านอื่นๆ ยังคงดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกบ้าน สังคมและสิ่งแวดล้อม อาทิ ทุนพุกษา ที่ได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลากว่า 12 ปี เพื่อมอบโอกาสที่ดีให้กับบุตรของลูกบ้านพุกษา ทั้งในระดับประถมศึกษาและระดับมัธยมศึกษา โครงการพุกษาอาสา กรีนดี อยู่ดี เพื่อสร้างชุมชนให้น่าอยู่ ส่งเสริมความสมบูรณ์ในระบบนิเวศกับลูกบ้าน ด้วยการพาดันไม้พ่นถักลับคืนสู่ย่านดั้งเดิม นอกจากนี้พุกษาให้ความสำคัญกับชีวิตทุกชีวิต ด้วยโครงการ พุกษา กรีน ลิฟวิ่ง เฮลตี้ (Pruksa Green Living Healty) ที่ให้บริการตรวจสุขภาพเคลื่อนที่ ฟรีให้กับลูกบ้านและประชาชนทั่วไป พร้อมกันนี้ยังได้มอบกล้าไม้มงคล นำกลับไปปลูกเพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวให้กับบ้านและชุมชนของตนเอง รวมถึงโครงการ พุกษา รวมใจรักภักดี บริจาคโลหิต ถวายพ่อหลวงของแผ่นดิน เพราะถือว่าการมอบเลือด คือ การมอบชีวิต นับเป็นกุศลที่ยิ่งใหญ่

กลยุทธ์ด้านการจำหน่าย บริษัทฯ มีการใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยการขายตรงผ่านสำนักงานขายของบริษัทฯ เองเป็นหลัก นอกจากนี้ยังมีการเสนอขายบ้านผ่านงานมหกรรมบ้านและที่อยู่อาศัยอีกด้วย รวมทั้งยังมีการส่งเสริมการขายสำหรับโครงการที่จะเปิดขายใหม่เพื่อขยายฐานกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ หลายวิธี เช่น โครงการ “Member gets member” โดยลูกค้าที่สามารถแนะนำลูกค้ารายใหม่ให้กับบริษัทฯ จะได้รับเงินค่าแนะนำ ซึ่งในปัจจุบันบริษัทฯ มีฐานลูกค้ามากกว่า 80,000 ครอบครัว

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีแผนการที่จะขยายหน่วยธุรกิจเพื่อเป็นหน่วยธุรกิจรองรับและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับธุรกิจหลักของบริษัทฯ รวมถึงการใช้ประโยชน์จากฐานลูกค้ากว่า 80,000 ครอบครัว ในการต่อยอดธุรกิจในระยะยาว

2.4 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ – ในทุกผลิตภัณฑ์

2.4.1 การจัดซื้อที่ดิน

บริษัทฯ ไม่มีนโยบายในการสะสมที่ดินเปล่า (Land Bank) ดังนั้น เมื่อบริษัทฯ มีความสนใจที่จะดำเนินการก่อสร้างและพัฒนาที่ดินบริเวณใด บริษัทฯ จะศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการโดยสำรวจสภาพการณ์ของตลาด และสถานะการแข่งขัน ตลอดจนความต้องการของลูกค้าในพื้นที่เป้าหมายที่จะดำเนินโครงการ หลังจากนั้นบริษัทฯ จึงจะดำเนินการเจรจาซื้อที่ดิน โดยบริษัทฯ จะดำเนินการซื้อที่ดินจากเจ้าของที่ดินหรือนายหน้าขายที่ดินโดยตรงเพื่อดำเนินการพัฒนาต่อไป โดยบริษัทฯ จะเปรียบเทียบราคาที่ดินกับราคาประเมินหรือราคาตลาด เพื่อให้แน่ใจว่าที่ดินที่ซื้อจะมีราคาที่ไม่แพงเกินไป

2.4.2 วัสดุก่อสร้าง

เนื่องจากบริษัทฯ เป็นผู้บริหารจัดการงานก่อสร้างโครงการต่างๆด้วยตัวเอง บริษัทฯ จึงเป็นผู้ดำเนินการจัดซื้อวัสดุก่อสร้างเอง โดยหลังจากที่ฝ่ายจัดซื้อได้รับรายละเอียดของวัสดุก่อสร้างที่ต้องการใช้ในโครงการต่าง ๆ แล้ว โดยส่วนใหญ่ฝ่ายจัดซื้อจะดำเนินการติดต่อกับผู้ผลิตวัสดุก่อสร้างแต่ละแห่งโดยตรง เพื่อตรวจสอบราคาของวัสดุก่อสร้างที่จะซื้อโดยปกติ บริษัทฯ จะได้ส่วนลดค่อนข้างสูง เนื่องจากบริษัทฯ ซื้อวัสดุก่อสร้างในปริมาณที่มาก เมื่อบริษัทฯ สามารถตกลงปริมาณของวัสดุก่อสร้างและราคากับผู้ผลิตได้แล้ว บริษัทฯ จะส่งซื้อวัสดุก่อสร้างผ่านตัวแทนของผู้ผลิตเพื่อให้ดำเนินการส่งวัสดุก่อสร้างไปยังโครงการต่างๆ โดยตรง ซึ่งบริษัทฯ จะมีระยะเวลาการจ่ายค่าวัสดุก่อสร้าง (Credit Term) อยู่ในช่วงเวลาระหว่าง 30- 60 วัน นอกจากนี้ นับตั้งแต่ปี 2549 บริษัทฯ ได้ลดความเสี่ยงด้านวัสดุก่อสร้าง โดยเริ่มดำเนินการเปลี่ยนแปลงการจัดซื้อวัสดุหลักในการก่อสร้างเช่น ปูนซีเมนต์, เหล็ก, กระจก, สายไฟ ฯลฯ โดยเป็นการประมูลและตกลงราคาในระยะยาว เช่น 1 ปี หรือ 3-6 เดือน ซึ่งทำให้บริษัทฯ ลดความเสี่ยงในเรื่องของความผันผวนในราคาและการที่บริษัทฯ มีความสัมพันธ์อันดีกับผู้จำหน่ายวัสดุก่อสร้าง จึงสามารถสั่งซื้อวัสดุก่อสร้างได้ตามปริมาณที่ต้องการและไม่เคยมีปัญหาการขาดแคลนวัสดุก่อสร้างแต่อย่างใด ทั้งนี้บริษัทฯ มิได้พึ่งพาผู้จำหน่ายวัสดุก่อสร้างรายใดรายหนึ่งเป็นพิเศษ รวมทั้งบริษัทฯ ได้สร้างระบบการวางแผนความต้องการในการใช้งานของวัสดุหลักที่สำคัญทุกประเภทที่สอดคล้องกับแผนการ

ขยายธุรกิจ เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ จะมีวัสดุเพียงพอต่อการใช้งานอย่างต่อเนื่อง และ เพื่อวางแผนการสรรหาบุคลากรวัสดุทั้งรายหลัก และ รายรองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.4.3 ผู้รับเหมาก่อสร้าง

บริษัทฯ เป็นหนึ่งในผู้ดำเนินธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพียงไม่กี่รายที่สามารถบริหารจัดการงานก่อสร้างได้ด้วยตัวเอง โดยในการดำเนินโครงการ บริษัทฯ จะเป็นผู้กำหนดรูปแบบโครงการและรายละเอียดการออกแบบ ส่วนการดำเนินการก่อสร้างโครงการ บริษัทฯ จะบริหารจัดการงานก่อสร้างเองโดยจะแบ่งงานออกเป็น ส่วน ๆ เช่น งานฐานราก งานปูน งานติดตั้งชิ้นส่วนอาคาร งานปูพื้นกระเบื้อง และงานหลังคา เป็นต้น โดยบริษัทฯ จะว่าจ้างผู้รับเหมาที่มีความชำนาญเฉพาะด้านเพื่อรับผิดชอบงานดังกล่าว และ จะควบคุมการก่อสร้างเองโดยการจัดส่งเจ้าหน้าที่ของบริษัทฯ อันได้แก่ วิศวกรและผู้ควบคุมงานก่อสร้าง (Foremen) เข้าไปตรวจสอบให้เป็นไปตามรูปแบบและมาตรฐานที่กำหนด ทั้งนี้ บริษัทฯ จะเป็นผู้จัดหาวัสดุก่อสร้างเอง ซึ่งทำให้บริษัทฯ สามารถบริหารต้นทุนการก่อสร้างได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ดี เพื่อการบริหารจัดการกำลังการก่อสร้าง บริษัท ฯ ได้เริ่มว่าจ้างผู้รับเหมาก่อสร้างภายนอกในการสร้างอาคารชุด โดยเริ่มจาก โครงการ “ไอวี ทองหล่อ” และได้มีการเพิ่มจำนวนพันธมิตรในการก่อสร้างอาคารชุด เพื่อทำการก่อสร้างในโครงการอื่นๆอีกมากมาย นอกจากนี้ ทางบริษัทฯ ยังได้มีการจัดตั้งบริษัทร่วมทุนเพื่อรองรับงานก่อสร้างอาคารชุดของบริษัทที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว คือ บริษัท ธนะเทพเอ็นจิเนียริงแอนด์คอนสตรัคชั่น จำกัด

2.4.4. เทคโนโลยีการผลิต

บริษัทฯ ได้ใช้เทคโนโลยีในการก่อสร้างเพื่อช่วยในการก่อสร้างบ้านทาวน์เฮาส์ บ้านเดี่ยว และอาคารชุด เช่น ระบบโครงสร้างผนังรับน้ำหนักแบบหล่อในที่ด้วยเทคโนโลยีแบบอุโมงค์ หรือ Tunnel Technology เพื่อใช้ในการก่อสร้างบ้านทาวน์เฮาส์แบบสองชั้น

ส่วนบ้านเดี่ยวจะใช้เทคโนโลยีการก่อสร้างแบบผนังสำเร็จรูปรับน้ำหนัก (RC Load Bearing Wall Prefabrication) คือ การนำวิธีการก่อสร้างระบบโครงสร้างผนังรับน้ำหนักแบบคอนกรีตเสริมเหล็กสำเร็จรูปหรือ Precast มาใช้ ซึ่งแผ่น Precast สามารถนำมาใช้เป็นผนังและส่วนตกแต่งของอาคารชุดได้ด้วย

สำหรับโครงการอาคารชุดขนาดเล็ก บริษัทฯ ยังได้มีการปรับปรุงกระบวนการก่อสร้าง โดยนำระบบพรีคาสต์ที่เป็นจุดแข็งของบริษัทมาใช้สำหรับการก่อสร้างทั้งโครงการ (Fully Precast) ซึ่งนอกจากชิ้นงานที่ผลิตจากโรงงานที่ทันสมัยและได้คุณภาพทั้งความสวยงามและความแข็งแรงแล้วนั้น ยังสามารถช่วยให้กระบวนการก่อสร้างเป็นไปได้อย่างแม่นยำ รวดเร็ว และลดข้อผิดพลาดที่เกิดจากการทำงานในช่วงของการก่อสร้างอันเนื่องมาจากฝีมือแรงงาน ตลอดจนช่วยบรรเทาปัญหาการขาดแคลนแรงงานฝีมือในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย

เพื่อเป็นการพัฒนาระบบการก่อสร้างแบบ Real Estate Manufacturing (REM) ที่ได้ดำเนินการในปี 2554 และระบบการก่อสร้างแบบเดิม อย่างต่อเนื่อง กระบวนการต่างๆที่เป็น supply chainทั้งหมด เริ่มต้นตั้งแต่การ สรรหาที่ดิน การออกแบบ การทำงานประมาณ การจัดซื้อจัดจ้าง การขนส่ง การจัดการกำลังคน การควบคุมคุณภาพ ต้องดำเนินการให้สอดคล้องกันเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิต ซึ่งจะทำให้สามารถควบคุมต้นทุน เวลา และคุณภาพอย่างมีประสิทธิภาพเช่นเดียวกัน

บริษัทฯ ยังได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการนำห้องน้ำสำเร็จรูปมาใช้งานในระบบการก่อสร้าง โดยเฉพาะการก่อสร้างอาคารชุด ซึ่งคาดการณ์ว่าการใช้ห้องน้ำสำเร็จรูปนี้จะสามารถช่วยลดระยะเวลาที่ต้องใช้ในการก่อสร้างห้องน้ำในอาคารชุดแบบ Low Rise ได้มากกว่า 1 เดือนและทำให้คุณภาพของอาคารชุดที่ได้ดีขึ้นกว่าเดิมเพราะผลผลิตจากโรงงานทำให้ส่งมอบได้เร็วขึ้น และเกิดความพึงพอใจจากลูกค้ามากขึ้น

2.4.5 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

การก่อสร้างที่อยู่อาศัยและการก่อสร้างสาธารณูปโภคต่าง ๆ ของโครงการจะอยู่ภายใต้การควบคุมของประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เรื่อง กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ ระเบียบปฏิบัติและแนวทางในการจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม ซึ่งออกโดยอาศัยอำนาจพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 โดยภายใต้ประกาศดังกล่าวได้กำหนดให้บริษัทฯ ที่มีการจัดสรรที่ดินเพื่ออยู่อาศัยหรือเพื่อประกอบการพาณิชย์ในขนาดที่ดินแปลงย่อยตั้งแต่ 500 แปลงขึ้นไป หรือเนื้อที่เกินกว่า 100 ไร่ จะต้องมีการจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อมเพื่อเสนอในขั้นตอนของการขออนุญาตจัดสรรที่ดินตามกฎหมายว่าด้วยการจัดสรรที่ดิน และก่อนเริ่มการก่อสร้างจะต้องยื่นรายงานดังกล่าวต่อสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งในส่วนนี้ บริษัทฯ ได้จัดเตรียมรายงานผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA Report) เพื่อให้เป็นไปตามกฎหมายแล้ว โดยรายงานดังกล่าวได้จัดทำโดยบุคคลผู้เชี่ยวชาญภายนอก

นอกจากนี้ ในการก่อสร้างที่อยู่อาศัยโดยเฉพาะอย่างยิ่งโครงการบ้านเดี่ยว อาจมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยสิ่งที่สำคัญ ได้แก่ ระบบบำบัดน้ำเสีย บริษัทฯ ได้จัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียสำหรับบ้านแต่ละหลัง และระบบบำบัดน้ำเสียส่วนกลาง เพื่อมิให้ส่งผลกระทบต่อแหล่งน้ำสาธารณะ ในส่วนของโรงงานผลิตชิ้นส่วนคอนกรีตเสริมเหล็กสำเร็จรูป (Precast Concrete Factory) จะอยู่ภายใต้การควบคุมของพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 โดยบริษัทฯ ได้มีการกำหนดมาตรฐานและวิธีการควบคุมการปล่อยของเสีย มลพิษหรือสิ่งใดๆ ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมซึ่งเกิดขึ้นจากการประกอบกิจการโรงงานดังกล่าวซึ่งบริษัทฯ ได้มีการกำหนดมาตรการควบคุมในเรื่องผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจว่าบริษัทฯ ดำเนินการด้วยความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ มีมาตรการควบคุมมลพิษ 3 ประเภทคือ (ก) น้ำเสียจากกระบวนการผลิตคอนกรีตจะถูกควบคุมให้ไหลไปที่บ่อดักตะกอนจากนั้นจะคัดแยกหินและทราย นำกลับไปใช้ส่วนน้ำก็นำกลับไปใช้ในการผลิตไม่มีการปล่อยน้ำเสียสู่ชุมชนหรือที่สาธารณะ (ข) การควบคุมมลพิษทางอากาศได้จัดให้มีการสเปรย์พ่นน้ำที่บริเวณโรงผสมคอนกรีตทั้งขณะเทหินทรายเข้ากองสต็อกตลอดจนสเปรย์น้ำขณะชักลากหิน ทราย เพื่อเข้าสู่กระบวนการผสมคอนกรีตเพื่อมิให้เกิดฝุ่นรบกวนชุมชนข้างเคียงและในโรงงานนอกจากนี้ใน

กระบวนการผลิตยังได้ติดตั้งเครื่องดูดฝุ่นตลอดจนมีเครื่องขัดทำความสะอาดพื้นเพื่อลดฝุ่นตกค้างในอาคารสำหรับพื้นที่ถนนภายในบริเวณโรงงานทั้งหมดได้มีการฉีดพรมน้ำก่อนทำการกวาดถนนเพื่อป้องกันการฟุ้งกระจายของฝุ่น (ค) การควบคุมมลพิษทางเสียง จากการผลิตส่วนใหญ่เกิดจากการใช้เครื่องอัดคอนกรีตโดยในปี 2551 บริษัทฯ ได้ติดตั้งแผ่นซับเสียง (Noise Barrier) เพื่อดูดซับเสียงที่เกิดขึ้นจากการผลิตและต่อมาได้มีการสั่งซื้อเครื่องอัดคอนกรีตแบบใหม่โดยใช้ระบบเขย่า (Shaking System) แทนระบบเดิมที่เป็นระบบสั่น (Vibrating system) ซึ่งสามารถลดความเข้มข้นของเสียงลงได้อย่างมาก นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้มีการตรวจวัดระดับความดังของเสียงทั้งภายในบริเวณโรงงานและชุมชนข้างเคียงทุกปี

2.5 การได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)– บ้านทาว์นเฮาส์ และอาคารชุด

หลักเกณฑ์การให้การส่งเสริมการลงทุนเดิม	หลักเกณฑ์การให้การส่งเสริมการลงทุนใหม่ สำหรับ BOI 1 ล้านบาท (อาคารชุด)	หลักเกณฑ์การให้การส่งเสริมการลงทุนใหม่สำหรับ BOI 1.2 ล้านบาท (ห้องแถวหรือบ้านเดี่ยว)
<ul style="list-style-type: none"> ต้องจัดที่อยู่อาศัยไม่น้อยกว่า 150 หน่วยสำหรับในเขต 1 และไม่น้อยกว่า 75 หน่วย สำหรับเขต 2 และ 3 	<ul style="list-style-type: none"> ต้องจัดที่อยู่อาศัยไม่น้อยกว่า 50 หน่วยทุกเขต 	<ul style="list-style-type: none"> ต้องจัดที่อยู่อาศัยไม่น้อยกว่า 50 หน่วยทุกเขต
<ul style="list-style-type: none"> พื้นที่ต่อหน่วยต้องไม่น้อยกว่า 31 ตารางเมตร 	<ul style="list-style-type: none"> พื้นที่ต่อหน่วยต้องไม่น้อยกว่า 28 ตารางเมตรสำหรับเขต 1 และไม่น้อยกว่า 31 ตารางเมตร สำหรับเขต 2 และ 3 	<ul style="list-style-type: none"> พื้นที่ต่อหน่วยต้องไม่น้อยกว่า 70 ตารางเมตรสำหรับเขต 1
<ul style="list-style-type: none"> ต้องจำหน่ายในราคาต่อหน่วยละไม่เกิน 6 แสนบาท (รวมราคาที่ดิน) 	<ul style="list-style-type: none"> ต้องจำหน่ายในราคาต่อหน่วยละไม่เกิน 1 ล้านบาท (รวมราคาที่ดิน) สำหรับเขตที่ 1 และไม่เกิน 6 แสนบาท สำหรับเขตที่ 2 และ 3 	<ul style="list-style-type: none"> ต้องจำหน่ายในราคาต่อหน่วยละไม่เกิน 1.2 ล้านบาท (รวมราคาที่ดิน) สำหรับเขตที่ 1 และไม่เกิน 6 แสนบาท สำหรับเขตที่ 2 และ 3
<ul style="list-style-type: none"> ต้องได้รับอนุญาตก่อสร้างอาคารตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคารหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง 	<ul style="list-style-type: none"> ต้องได้รับอนุญาตก่อสร้างอาคารตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคารหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง 	<ul style="list-style-type: none"> ต้องได้รับอนุญาตก่อสร้างอาคารตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคารหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

หมายเหตุ : 1) โครงการในเขต 1 ประกอบด้วย 6 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพฯ สมุทรปราการ สมุทรสาคร ปทุมธานี นนทบุรีและนครปฐม
 2) โครงการในเขต 2 ประกอบด้วย 10 จังหวัด ได้แก่ ชลบุรี ฉะเชิงเทรา สมุทรสงคราม นครนายก สระบุรี อโยธยา ราชบุรี อ่างทอง สุพรรณบุรีและกาญจนบุรี
 3)โครงการในเขต 3 ได้แก่ จังหวัดอื่นๆ ที่เหลือและนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง

2.6 แนวโน้มธุรกิจและปัจจัยที่มีผลกระทบ

2.6.1 แนวโน้มเศรษฐกิจประเทศไทยในปี 2556- 2557

ข้อมูลสำคัญของเศรษฐกิจไทย	2550	2551	2552	2553	2554	2555	2556F	2557F
อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (YoY%)	5.0	2.5	-2.3	7.8	0.1	6.5	2.9	2.5 – 3.5
ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศปีปัจจุบัน (ล้านล้านบาท)	8.52	9.08	9.04	10.10	10.54	11.37	11.89	12.59
อัตราเงินเฟ้อเฉลี่ย (%)	2.24	5.47	-0.81	3.28	3.81	3.02	2.18	2.0 – 3.0
อัตราดอกเบี้ยนโยบาย (%)	3.25	2.75	1.25	2.0	3.25	2.75	2.25	2.0
อัตราดอกเบี้ยเงินฝากธนาคาร 1 ปีเฉลี่ย 4 ธนาคารใหญ่ (%)	2.31	1.75	0.70	1.49	2.74	2.43	2.21	2.2 – 2.5
อัตราดอกเบี้ยกู้ยืมสำหรับลูกค้าชั้นดี เฉลี่ย 4 ธนาคารใหญ่ (MLR%)	6.87	6.75	5.86	6.12	7.25	7.0	6.84	6.8 – 7.2
ค่าเงินบาทเฉลี่ย (บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ)	34.50	33.36	34.32	31.70	30.48	31.07	30.72	32.0 – 33.0
เงินสำรองระหว่างประเทศ (ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ)	87,600	110,900	137,800	172,130	175,120	181,640	167,230	167,125

ที่มา : IMF, World Bank, Bloomberg, สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ธนาคารแห่งประเทศไทย, การวิเคราะห์ของนักเศรษฐศาสตร์

โดยรวมเศรษฐกิจไทยปี 2556 นักเศรษฐศาสตร์ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และธนาคารแห่งประเทศไทย คาดการณ์ว่ามีแนวโน้มขยายตัวในช่วงร้อยละ 2.9 ขยายตัวต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้ เมื่อต้นปี 2556 จากความล่าช้าในการลงทุนของภาครัฐและความเชื่อมั่นของภาคเอกชน ที่เริ่มกังวลต่อความขัดแย้งและเสถียรภาพทางการเมืองและจากการชะลอตัวของทุกภาคส่วน ทั้งการบริโภคของภาคครัวเรือน การลงทุนของทั้งภาคเอกชนและภาครัฐและภาคการส่งออก ทั้งนี้ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ประกาศปรับลดอัตราดอกเบี้ยนโยบายมาอยู่ที่ร้อยละ 2.25 โดยอัตราเงินเฟ้อเฉลี่ยทั้งปี 2556 อยู่ที่ร้อยละ 2.18 และค่าเงินบาทเฉลี่ยทั้งปี 2556 อยู่ที่ 30.72 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ

สำหรับเศรษฐกิจไทยปี 2557 นักเศรษฐศาสตร์ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และธนาคารแห่งประเทศไทย คาดการณ์ว่ามีแนวโน้มขยายตัวในช่วงร้อยละ 2.5 -3.5 โดยมองว่าการฟื้นตัวของภาคการส่งออก และการลงทุนของภาครัฐ จะเป็นปัจจัยสำคัญต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจไทย อัตราเงินเฟ้อเฉลี่ยทั้งปี 2557 มีแนวโน้มอยู่ในช่วงร้อยละ 2.0-3.0 ถือว่ายังอยู่ในระดับต่ำและชะลอตัวลงอย่างต่อเนื่อง เอื้ออำนวยต่อการสนับสนุนการฟื้นตัวและการขยายตัวของอุปสงค์ภายในประเทศ ทั้งนี้ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ประกาศปรับลดอัตราดอกเบี้ยนโยบายจากร้อยละ 2.25 มาอยู่ที่ 2.0 เนื่องจากความไม่สงบทางการเมือง ซึ่งคาดการณ์ว่าจะรักษาระดับของอัตราดอกเบี้ยนโยบายไปจนถึงสิ้นปี ขณะที่ค่าเงินบาทเฉลี่ยทั้งปี 2557 มีแนวโน้มอยู่ที่ 32.0-33.0 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ ค่าเงินบาทอาจมีความผันผวนในระยะสั้นๆ จากการปรับลดขนาดของ QE

ปัจจัยสนับสนุนเศรษฐกิจไทยในปี 2557

1. เศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มการฟื้นตัว โดยเฉพาะเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกาและจีน จะช่วยให้ภาคการส่งออกของไทยกลับมาขยายตัวได้
2. ปัจจัยพื้นฐานโครงสร้างของเศรษฐกิจยังคงแข็งแกร่ง
3. อัตราเงินเฟ้อและอัตราดอกเบี้ยนโยบายยังอยู่ในเกณฑ์ต่ำ เนื่องมาจากการดำเนินนโยบายทางการเงินแบบผ่อนคลายและเอื้ออำนวยต่อการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจไทย
4. การบริโภคของภาคครัวเรือนและการลงทุนของภาคเอกชนน่าจะปรับตัวดีขึ้น จากความชัดเจนของการลงทุนจากภาครัฐ หากการเมืองมีเสถียรภาพ

ปัจจัยเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยในปี 2557

1. ปัญหาเพดานหนี้สาธารณะของสหรัฐอเมริกาและมาตรการ QE อาจจะทำให้กลับมาเป็นวิกฤติและส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลกอีกครั้ง
2. การขยายตัวของการบริโภคภาคครัวเรือนยังมีข้อจำกัด จากภาวะหนี้สินภาคครัวเรือนที่เพิ่มสูงขึ้นจนทำให้สถาบันการเงินเพิ่มความระมัดระวังในการปล่อยสินเชื่อ อาจส่งผลกระทบต่อการบริโภคภายในประเทศ
3. การขยายตัวของการลงทุนภาคเอกชนยังมีข้อจำกัด จากการชะลอการลงทุนเพื่อรอความชัดเจนของการลงทุนจากภาครัฐ รวมไปถึงการชะลอการลงทุน เพื่อรอความชัดเจนของนโยบายการส่งเสริมภายใต้ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการลงทุนใหม่จากรัฐบาลชุดใหม่
4. ภาคการส่งออกยังมีความเสี่ยงที่จะขยายตัวต่ำกว่าคาด เนื่องจากการลดลงของขีดความสามารถในการแข่งขันด้านราคาและต้นทุนการผลิต
5. ความเสี่ยงด้านความขัดแย้งและเสถียรภาพทางการเมืองในประเทศ เนื่องจากการขยายตัวของภาคการลงทุนและภาคการท่องเที่ยวมีความอ่อนไหวต่อสถานการณ์ทางการเมืองซึ่งเป็นความเสี่ยงสำคัญต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจ

กลุ่มประเทศที่บริษัทฯ เข้าไปลงทุน

แนวโน้มเศรษฐกิจประเทศอินเดีย

	2555	2556F	2557F
อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (YoY%)	5.0	4.5 - 4.6	5.0 – 5.4
ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ)	1,841,717	1,926,435	2,018,904
อัตราเงินเฟ้อเฉลี่ย (%)	10.4	10.1	8.9
อัตราดอกเบี้ยนโยบาย (%)	8.00	7.75	8.5
ค่าเงินรูปีเฉลี่ย (รูปต่อดอลลาร์สหรัฐ)	53.47	58.60	62.0 – 63.0
เงินสำรองระหว่างประเทศ (ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ)	296,620	291,301	280,231

ที่มา : IMF, World Bank, Bloomberg

เศรษฐกิจอินเดียในปี 2557 นักเศรษฐศาสตร์ IMF คาดการณ์ว่ามีแนวโน้มขยายตัวอยู่ในช่วงร้อยละ 5.0 – 5.4 จากการขยายตัวของการบริโภคภาคครัวเรือนและการขยายตัวของการลงทุนทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน อัตราเงินเฟ้อเฉลี่ยทั้งปี 2557 มีแนวโน้มอยู่ที่ร้อยละ 8.9 ปรับลดลงจากปี 2556 ซึ่งเป็นผลจากการที่ธนาคารกลางอินเดียดำเนินนโยบายทางการเงินแบบเข้มงวดเพื่อควบคุมอัตราเงินเฟ้อและค่าเงินรูปีให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม จึงส่งผลให้อัตราดอกเบี้ยนโยบายในปี 2557 มีแนวโน้มปรับเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ร้อยละ 8.5 สำหรับค่าเงินรูปีเฉลี่ยทั้งปี 2557 มีแนวโน้มอยู่ในช่วง 62 – 63 รูปต่อดอลลาร์สหรัฐ

ภาคอสังหาริมทรัพย์ของอินเดียในปี 2557 มีแนวโน้มอยู่ในช่วงสถานะชะลอตัว ซึ่งเป็นผลจากการที่ธนาคารกลางอินเดียออกนโยบายให้ธนาคารพาณิชย์เข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อ ขณะที่บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ของอินเดียส่วนใหญ่ประสบปัญหาการส่งมอบบ้านที่ล่าช้า จากการก่อสร้างที่ไม่เป็นไปตามกำหนด

แนวโน้มเศรษฐกิจประเทศอินโดนีเซีย

	2555	2556F	2557F
อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (YoY%)	6.2	5.78	5.7 – 5.8
ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ)	878,043	924,579	975,431
อัตราเงินเฟ้อเฉลี่ย (%)	4.3	7.0	7.5
อัตราดอกเบี้ยนโยบาย (%)	5.75	7.50	7.50
ค่าเงินรูเปียห์เฉลี่ย (รูเปียห์ต่อดอลลาร์สหรัฐ)	9,388	10,440	11,000 – 11,500
เงินสำรองระหว่างประเทศ (ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ)	112,781	96,960	93,954

ที่มา : IMF, World Bank, Bloomberg

เศรษฐกิจอินโดนีเซียในปี 2557 นักเศรษฐศาสตร์ IMF คาดการณ์ว่ามีแนวโน้มขยายตัวอยู่ในช่วงร้อยละ 5.7 – 5.8 โดยมีปัจจัยสนับสนุนการขยายตัว จากการเร่งการลงทุนของภาครัฐเป็นหลัก อัตราเงินเฟ้อเฉลี่ยทั้งปี 2557 มีแนวโน้มอยู่ที่ร้อยละ 7.5 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2556 จากการเร่งตัวของหมวดอาหารและพลังงาน ในปี 2556 ธนาคารกลางอินโดนีเซียได้ดำเนินนโยบายทางการเงินแบบเข้มงวด มีการปรับอัตราดอกเบี้ยนโยบายถึง 5 ครั้ง จากร้อยละ 5.75 ปัจจุบันอยู่ที่ร้อยละ 7.5 เพื่อควบคุมอัตราเงินเฟ้อและค่าเงินรูเปียห์ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม และควบคุมการไหลออกของเงินทุนจากการที่ FED จะปรับลดขนาดของ QE สำหรับอัตราดอกเบี้ยนโยบายในปี 2557 คาดว่ามีแนวโน้มคงที่ร้อยละ 7.5 แต่ธนาคารกลางอินโดนีเซียจะยังคงดำเนินนโยบายทางการเงินแบบเข้มงวดต่อไป ขณะที่ค่าเงินรูเปียห์เฉลี่ยทั้งปี 2557 มีแนวโน้มอยู่ในช่วง 11,000 – 11,500 รูเปียห์ต่อดอลลาร์สหรัฐ

ภาคอสังหาริมทรัพย์ของอินโดนีเซียในปี 2557 ธนาคารกลางอินโดนีเซียใช้นโยบายเข้มงวดสำหรับสินเชื่อที่อยู่อาศัยโดยที่ได้กำหนด LTV สำหรับบ้านหลังที่ 2 ไม่เกิน 60% ขณะที่บ้านหลังแรกมีแนวโน้มเติบโตสูง โดยเฉพาะที่อยู่อาศัยประเภทอพาร์ทเมนต์และคอนโดมิเนียม โดยที่มีกำลังซื้อหลักจากกลุ่มประชากรที่มีอายุ 25 - 30 ปี ซึ่งมีจำนวนมากถึง 100 ล้านคน

แนวโน้มเศรษฐกิจประเทศเวียดนาม

	2555	2556F	2557F
อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (YoY%)	5.2	5.09	5.1 – 5.2
ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ)	141,669	149,177	157,233
อัตราเงินเฟ้อเฉลี่ย (%)	9.1	8.8	7.4
อัตราดอกเบี้ยนโยบาย (%)	9.0	9.0	9.0
ค่าเงินดอลลาร์เฉลี่ย (ต่อดอลลาร์สหรัฐ)	20,873	21,030	21,000 – 21,500
เงินสำรองระหว่างประเทศ (ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ)	10,831	27,831	28,749

ที่มา : IMF, World Bank, Bloomberg

เศรษฐกิจเวียดนามในปี 2557 นักเศรษฐศาสตร์ IMF คาดการณ์ว่ามีแนวโน้มขยายตัวอยู่ในช่วงร้อยละ 5.1-5.2 โดยที่การลงทุนโดยตรงจากต่างชาติเป็นปัจจัยสนับสนุนหลักในการขยายตัวของภาคการผลิต ส่งผลให้ภาคการส่งออกขยายตัวอย่างมาก ขณะที่อัตราเงินเฟ้อเฉลี่ยทั้งปี 2557 มีแนวโน้มอยู่ที่ร้อยละ 7.4 ลดลงอย่างต่อเนื่อง เป็นผลจากที่ธนาคารกลางเวียดนามให้ความสำคัญและควบคุมอัตราเงินเฟ้อให้อยู่ในระดับต่ำ ทั้งนี้ได้มีเป้าหมายให้อัตราเงินเฟ้อต่ำกว่าร้อยละ 5.0 ภายในปี 2558 อัตราดอกเบี้ยนโยบายในปี 2557 มีแนวโน้มคงที่อยู่ที่ร้อยละ 9.0 สำหรับค่าเงินดอลลาร์เฉลี่ยทั้งปี 2557 มีแนวโน้มอยู่ในช่วง 21,000 – 21,500 ดอลลาร์สหรัฐ

ภาคอสังหาริมทรัพย์ของเวียดนามในปี 2557 ตลาดอสังหาริมทรัพย์เวียดนามยังคงเข้าสู่ภาวะอุปทานส่วนเกิน ความต้องการซื้อของผู้บริโภคลดลง สำหรับราคาที่อยู่อาศัยระดับล่าง มีการปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะที่อยู่อาศัยแนวราบ ขณะที่ธนาคารกลางเวียดนามได้เคยออกวงเงินสินเชื่อพิเศษ เพื่อหวังกระตุ้นตลาดอสังหาริมทรัพย์ แต่ดูเหมือนตลาดอสังหาริมทรัพย์ยังไม่ได้ดีเท่าที่ควร ธนาคารกลางเวียดนามจึงได้มีการเปลี่ยนแปลงกฎหมายสำหรับชาวต่างชาติในเรื่องของสิทธิการถือครองที่อยู่อาศัยเพิ่มเติม เพื่อดึงดูดให้ชาวต่างชาติเข้ามาลงทุนในตลาดอสังหาริมทรัพย์มากขึ้น

2.6.2 สรุปภาวะตลาดที่อยู่อาศัยไทยปี 2556

ในปี 2556 ตลาดที่อยู่อาศัยไทยมีการเติบโตต่อเนื่องจากปี 2555 โดยปัจจัยหลักมาจากความเจริญเติบโตด้านเศรษฐกิจ การขยายตัวด้านการลงทุน นโยบายภาครัฐและรายได้ครัวเรือนที่เพิ่มขึ้น กอปรกับผู้ประกอบการในกรุงเทพฯ ได้ขยายการพัฒนาสู่ต่างจังหวัดมากขึ้น ส่งผลให้ตลาดที่อยู่อาศัยต่างจังหวัดโดยเฉพาะหัวเมืองใหญ่ยังคงเติบโต ส่วนตลาดกรุงเทพมหานครและปริมณฑลนั้น ถึงแม้จะมีปัจจัยลบด้านเศรษฐกิจ กำลังซื้อของผู้บริโภคและวิกฤตการเมืองในช่วงไตรมาส 4 แต่ในภาพรวมยังคงเติบโตอยู่ในเกณฑ์ดี

มูลค่าของตลาดที่อยู่อาศัยไทยในปี 2556 มีมูลค่าตลาดประมาณ 650,297 ล้านบาท โดยกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีสัดส่วนมากที่สุดร้อยละ 54 ภาคตะวันออกมีสัดส่วนร้อยละ 14 ภาคใต้มีสัดส่วนร้อยละ 11 ภาคกลางมีสัดส่วนร้อยละ 10 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีสัดส่วนร้อยละ 8 และ ภาคเหนือมีสัดส่วน ร้อยละ 3 ตามลำดับ

ตารางที่ 1 : แสดงมูลค่าตลาดที่อยู่อาศัยในประเทศไทย แบ่งตามภูมิภาค ปี 2556

	ภาคเหนือ ^P	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ^P	ภาคกลาง ^P	ภาคตะวันออก ^P	ภาคใต้ ^P	กรุงเทพฯ ปริมณฑล	รวม
มูลค่าตลาด (ล้านบาท)	22,950	55,667	63,891	88,344	70,909	348,536	650,297
สัดส่วนร้อยละ	3	8	10	14	11	54	100

หมายเหตุ P : มูลค่าตลาดจากการวิเคราะห์โดย Consumer & Market Intelligence Division, Corporate Marketing,

บริษัท พุกษา เรียลเอสเตท จำกัด(มหาชน)

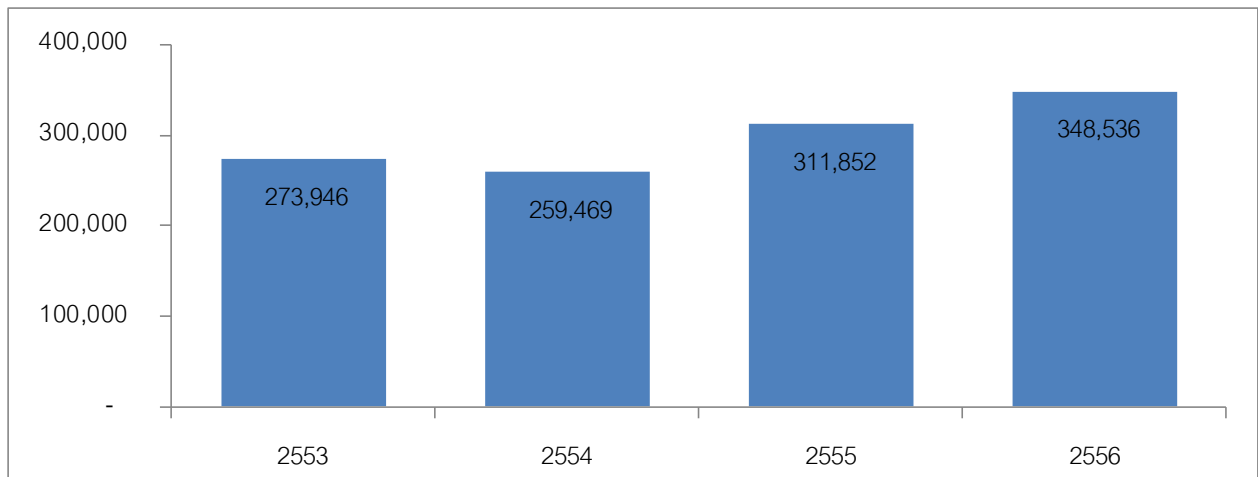
ที่มา : Consumer & Market Intelligence Division, Corporate Marketing,

บริษัท พุกษา เรียลเอสเตท จำกัด(มหาชน)

สภาวะตลาดที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตลาดที่อยู่อาศัยกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในปี 2556 มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น 12% จากปี 2555 เนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจ แหล่งงาน และแหล่งศึกษาขนาดใหญ่ ดังนั้นความต้องการที่อยู่อาศัยจึงมีสูง กอปรกับการพัฒนาโครงข่ายระบบรถไฟฟ้ามวลชนกรุงเทพมหานครและพื้นที่ต่อเนื่อง จากการเปิดใช้รถไฟฟ้าส่วนต่อขยาย ความก้าวหน้าของรถไฟฟ้ามีผลให้โครงการที่อยู่ระหว่างการก่อสร้าง และโครงการในอนาคตที่ผ่านความเห็นชอบจากรัฐสภาแล้ว ส่งผลให้เมืองมีการขยายตัวออกสู่ชานเมืองเพิ่มขึ้น ทำให้ความต้องการที่อยู่อาศัยบริเวณดังกล่าวเติบโตเพิ่มขึ้นเช่นกัน

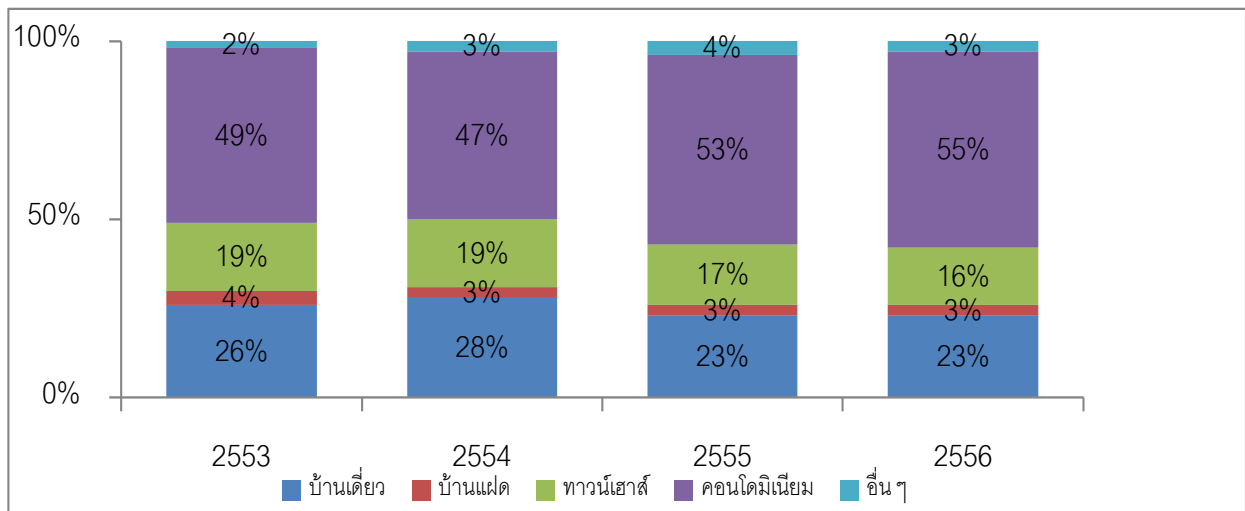
แผนภาพที่ 1 : แสดงมูลค่าตลาดของที่อยู่อาศัยในกรุงเทพฯและปริมณฑล ปี 2553-2556



หมายเหตุ : ที่มา Consumer & Market Intelligence Division, Corporate Marketing, บริษัท พกษา เรียลเอสเตท จำกัด(มหาชน)

โครงสร้างของตลาดที่อยู่อาศัยกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในปี 2556 พบว่า สัดส่วนที่อยู่อาศัยหลักยังคงเป็นคอนโดมิเนียมเช่นเดียวกับในปี 2555 ซึ่งเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 55 รองลงมาเป็นบ้านเดี่ยว มีสัดส่วนร้อยละ 23 ทาวน์เฮาส์ มีสัดส่วนร้อยละ 16 และบ้านแฝดมีสัดส่วนร้อยละ 3 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 2 : แสดงสัดส่วนประเภทสินค้าของที่อยู่อาศัยในกรุงเทพฯและปริมณฑล ปี 2553-2556

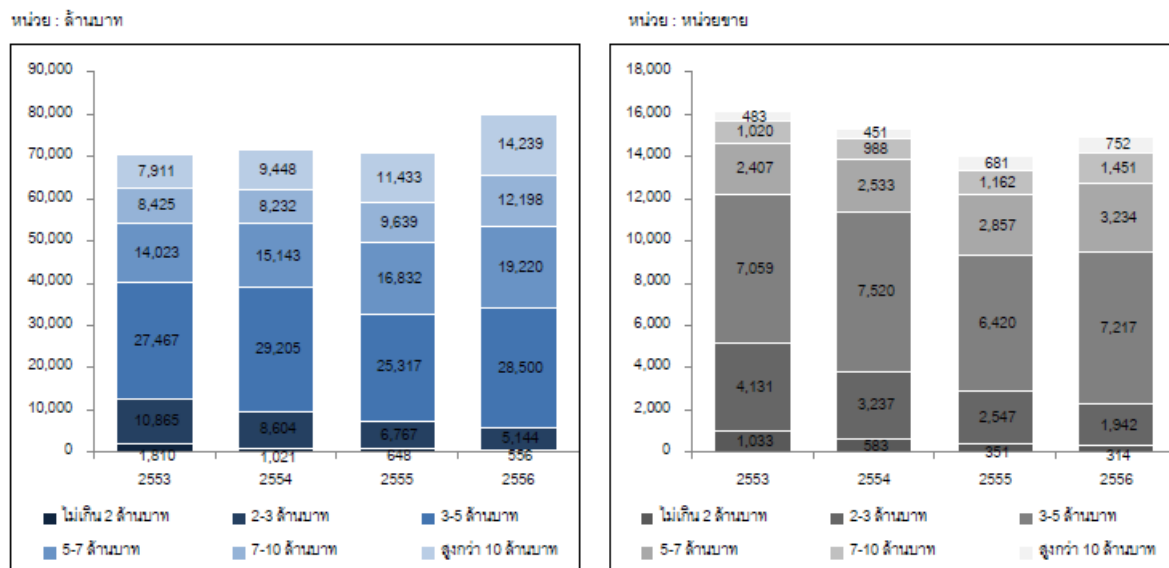


หมายเหตุ : ที่มา Consumer & Market Intelligence Division, Corporate Marketing, บริษัท พกษา เรียลเอสเตท จำกัด(มหาชน)

สถานการณ์ตลาดบ้านเดี่ยวในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

มูลค่าตลาดบ้านเดี่ยวในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลปี 2556 ประมาณ 79,856 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้น 13% จากปี 2555 โดยระดับราคา 7-10 ล้านบาท มีการเติบโตเพิ่มขึ้นสูงสุดที่ร้อยละ 27 ซึ่งระดับราคา 3-5 ล้านบาท ยังคงมีสัดส่วนสูงสุดของตลาดอยู่ที่ร้อยละ 36 ของมูลค่าตลาดบ้านเดี่ยวทั้งหมด

แผนภาพที่ 3 : แสดงมูลค่าตลาดและจำนวนหน่วยขาย บ้านเดี่ยว ในกรุงเทพฯและปริมณฑล ปี 2553-2556



หมายเหตุ : ที่มา Consumer & Market Intelligence Division, Corporate Marketing, บริษัท พุกกะา เรียลเอสเตท จำกัด(มหาชน)

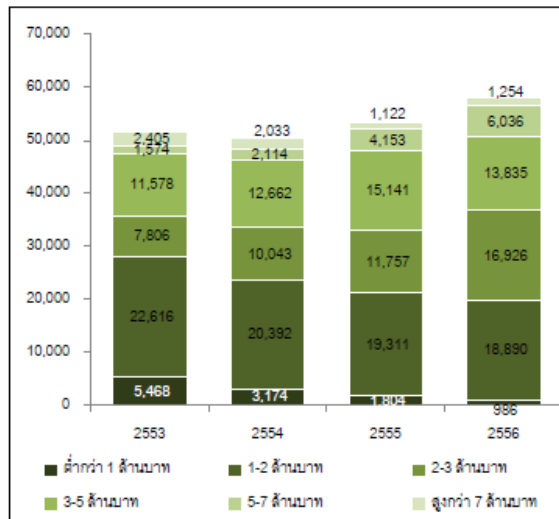
เมื่อเปรียบเทียบจำนวนหน่วยขายที่ขายได้และราคาเฉลี่ยกับปี 2555 พบว่าจำนวนหน่วยขายที่ขายได้เติบโตเพิ่มขึ้น 6% ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 5.36 ล้านบาท ปรับเพิ่มขึ้น 6% (ปี 2555 ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 5.04 ล้านบาท) เนื่องมาจากราคาของโครงการบ้านเดี่ยวเปิดใหม่ปรับตัวสูงขึ้น

สถานการณ์ตลาดทาวน์เฮาส์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

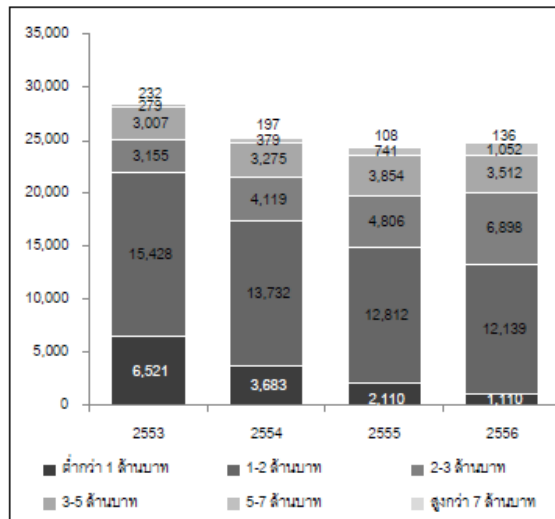
มูลค่าตลาดทาวน์เฮาส์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลปี 2556 ประมาณ 57,927 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้น 9% จากปี 2555 โดยบริษัทมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นเป็น 28% (ปี 2555 มีส่วนแบ่งตลาด 27%) และยังคงครองส่วนแบ่งตลาดสูงสุด เนื่องจากสามารถรักษาสถานะตลาดเดิมที่ระดับราคา 1-2 ล้านบาท ที่มีสัดส่วนสูงสุดของตลาด (ร้อยละ 33) ได้ดีและมีส่วนแบ่งตลาดในระดับราคา 2-3 และ 3-5 ล้านบาทเพิ่มขึ้น

แผนภาพที่ 4 : แสดงมูลค่าตลาดและจำนวนหน่วยขาย ทาวน์เฮาส์ ในกรุงเทพฯและปริมณฑล ปี 2553-2556

หน่วย : ล้านบาท



หน่วย : หน่วยขาย



หมายเหตุ ที่มา : Consumer & Market Intelligence Division, Corporate Marketing, บริษัท พุกกะา เรียลเอสเตท จำกัด(มหาชน)

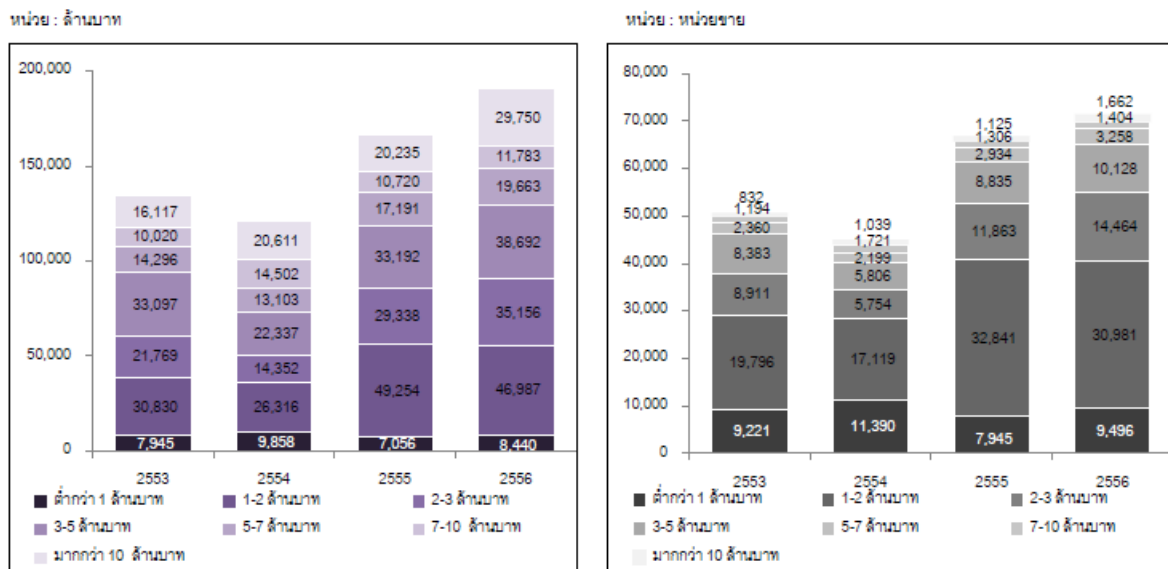
เมื่อเปรียบเทียบจำนวนหน่วยขายที่ขายได้และราคาเฉลี่ยกับปี 2555 พบว่าจำนวนหน่วยขายที่ขายได้เติบโตเพิ่มขึ้น 2% ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 2.33 ล้านบาท ปรับเพิ่มขึ้น 7% (ปี 2555 ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 2.18 ล้านบาท) เนื่องมาจากราคาของโครงการทาวน์เฮาส์เปิดใหม่ปรับตัวสูงขึ้น

สถานการณ์ตลาดคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

เนื่องจากความต้องการที่อยู่อาศัยบริเวณชานเมือง และส่วนต่อขยายของเมืองยังมีปริมาณสูง กอปรกับที่อยู่อาศัยแนวราบปรับราคาสูงขึ้น และการเดินทางเข้าใจกลางเมืองสะดวกมากขึ้น ส่งผลให้มูลค่าตลาดคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลปี 2556 เติบโตเพิ่มขึ้น 14% จากปี 2555 อยู่ที่ 190,471 ล้านบาท โดยบริษัทฯ ได้พัฒนาคอนโดมิเนียมบริเวณชานเมืองและใจกลางเมืองเข้าสู่ตลาด ส่งผลให้มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นเป็น 8% (ปี 2555 มีส่วนแบ่งตลาด 4%) และครองส่วนแบ่งตลาดสูงที่สุดด้วยเช่นกัน

โครงสร้างตลาดคอนโดมิเนียมในปี 2556 นี้ ระดับราคา 1-2 ล้านบาท มีสัดส่วนตลาดสูงสุด อยู่ที่ร้อยละ 25 สำหรับระดับราคาต่ำกว่า 1 ล้านบาท บริเวณชานเมือง และระดับราคา 2-3 ล้านบาท ทำเลใกล้จุดเชื่อมต่อรถไฟฟ้าเดิม ยังคงได้รับความนิยมในตลาดอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้คอนโดมิเนียม ระดับราคาต่ำกว่า 1 ล้านบาทและระดับราคา 2-3 ล้านบาทมีมูลค่าตลาดเติบโตเพิ่มขึ้นเท่ากันที่ร้อยละ 20

แผนภาพที่ 5 : แสดงมูลค่าตลาดและจำนวนหน่วยขาย คอนโดมิเนียม ในกรุงเทพฯและปริมณฑล ปี 2553-2556



หมายเหตุ ที่มา : Consumer & Market Intelligence Division, Corporate Marketing, บริษัท พกษา เรียลเอสเตท จำกัด(มหาชน)

เมื่อเปรียบเทียบจำนวนหน่วยขายที่ขายได้และราคาเฉลี่ยกับปี 2555 พบว่าจำนวนหน่วยขายที่ขายได้เติบโตเพิ่มขึ้น 7% ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 2.67 ล้านบาท ปรับเพิ่มขึ้น 7% (ปี 2555 ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 2.50 ล้านบาท) เนื่องมาจากคอนโดมิเนียมโครงการใหม่ส่วนใหญ่มีราคาสูงขึ้น กอปรกับคอนโดมิเนียมที่ระดับราคาสูงกว่า 10 ล้านบาท เข้าสู่ตลาดเพิ่มขึ้น

สถานการณ์ตลาดที่อยู่อาศัยในต่างจังหวัด

ในปี 2556 ตลาดที่อยู่อาศัยในต่างจังหวัดมีอัตราการเติบโตที่ลดลง เนื่องจากปี 2554 – 2555 ผู้ประกอบการกรุงเทพฯ พัฒนาคอนโดมิเนียมเข้าสู่ตลาดต่างจังหวัดจำนวนมาก ส่งผลให้ตลาดต่างจังหวัดมีอัตราการเติบโตสูงในทุกพื้นที่ตลอด 2 ปีที่ผ่านมา จังหวัดหัวเมืองด้านเศรษฐกิจในแต่ละภาคยังมีปริมาณความต้องการที่อยู่อาศัยสูงและยังคงมีการเติบโตต่อเนื่อง อาจมีเพียงบางจังหวัดที่ชะลอตัวลง ทั้งนี้ ที่อยู่อาศัยแนวราบยังคงเติบโตเพิ่มขึ้น มูลค่าตลาดต่างจังหวัดประมาณ 301,761 ล้านบาท สัดส่วนร้อยละ 46 ของมูลค่าตลาดทั้งประเทศ

แนวโน้มตลาดที่อยู่อาศัยปี 2557

ถึงแม้ในปี 2557 จะมีปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบกับตลาดที่อยู่อาศัยในด้านเศรษฐกิจ การเมือง ความเชื่อมั่นผู้บริโภค รวมถึงหนี้สินภาคครัวเรือนที่เพิ่มขึ้น ซึ่งปัจจัยดังกล่าวทำให้ผู้ที่มีความต้องการที่อยู่อาศัยชะลอการซื้อเท่านั้น เนื่องจากความต้องการที่อยู่อาศัยยังคงมีอยู่และผลกระทบดังกล่าวไม่ได้ส่งผลกระทบกับผู้บริโภคทุกกลุ่ม โดยผู้บริโภคบางกลุ่มไม่ได้ มีความกังวลหรือกังวลเพียงเล็กน้อย หากปัญหาดังกล่าวได้รับการแก้ไขรวดเร็วและไม่ยืดเยื้อคาดการณ์ตลาดที่

อยู่อาศัยในปี 2557 จะเติบโตในกรอบแคบๆใกล้เคียงกับปี 2556 มูลค่าตลาดประมาณ 650,512 ล้านบาท แต่ถ้าปัญหาดังกล่าวมีความรุนแรงเพิ่มขึ้น คาดว่าตลาดที่อยู่อาศัยอาจจะชะลอตัวประมาณ -2%

ตลาดที่อยู่อาศัยต่างจังหวัดนั้น จังหวัดที่มีการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและมีความเป็นเมืองสูง เช่น ชลบุรี ภูเก็ต ฯลฯ โครงการคอนโดมิเนียมและทาวน์เฮาส์จะมีความต้องการมากกว่าจังหวัดอื่น เนื่องมาจากการขยายแหล่งงานและขยายครอบครัว จังหวัดที่เป็นศูนย์กลางด้านการบริหารราชการและมีแนวโน้มเป็นศูนย์กลางการขนส่ง เช่น จังหวัดขอนแก่น มีการขยายเส้นทางคมนาคมขนส่ง เมืองจะขยายตัวออกไปทำให้มีโอกาสเติบโตของตลาดแนวราบสูงขึ้น จังหวัดที่เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจใกล้ชายแดน เช่น อุดรธานี และ สงขลา มีแนวโน้มจะพัฒนาเมืองเป็นประตูสู่ประเทศไทย คาดว่าโอกาสการเติบโตการซื้อที่อยู่อาศัยเพื่อการลงทุนทั้งแนวราบและแนวสูง แต่ความต้องการที่อยู่อาศัยของคนไทยยังคงเป็นบ้านเดี่ยวและที่ดินในบางจังหวัดยังสามารถพัฒนาที่อยู่อาศัยแนวราบได้ ดังนั้นบ้านเดี่ยวจึงยังคงเป็นที่นิยมสูงสุด

ตลาดที่อยู่อาศัยในกรุงเทพฯและปริมณฑล ในปี 2557 คาดว่าจะมีมูลค่าตลาดประมาณ 348,000 ล้านบาท ใกล้เคียงกับปี 2556 ที่อยู่อาศัยแนวราบราคาเฉลี่ยจะสูงขึ้น ผันแปรตามต้นทุนค่าที่ดินและค่าก่อสร้างที่ปรับตัวและคอนโดมิเนียมยังคงครองส่วนแบ่งในตลาดคิดเป็น 55%

ตารางที่ 2 : แสดงประมาณมูลค่าตลาดที่อยู่อาศัยในประเทศไทย แบ่งตามภูมิภาค ปี 2557

	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคกลาง	ภาคตะวันออก	ภาคใต้	กรุงเทพฯ ปริมณฑล	รวม
มูลค่าตลาด (ล้านบาท)	23,964	55,752	63,252	89,353	70,200	348,000	650,521
สัดส่วนร้อยละ	4	8	10	14	11	53	100

ที่มา : Consumer & Market Intelligence Division , Corporate Marketing , บริษัท พกษา เรียลเอสเตท จำกัด(มหาชน)

คาดว่าจะการตลาดที่อยู่อาศัยต่างจังหวัดหัวเมืองเศรษฐกิจยังมีการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ดี เนื่องมาจากแนวโน้มการส่งออก ภาคธุรกิจค้าปลีก ค้าส่ง และการท่องเที่ยว ยังคงคาดว่าจะเติบโตในปี 2557

3 ปัจจัยความเสี่ยง

3.1)ปัจจัยความเสี่ยงในประเทศ

3.1.1) ความเสี่ยงจากผลของการเปลี่ยนแปลงนโยบายการปล่อยสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์

ตารางสรุปย่อจากประกาศข่าวธนาคารแห่งประเทศไทย ฉบับที่ 55/2553 และฉบับที่ 51/2554 ที่บังคับใช้กับธนาคารพาณิชย์

เกณฑ์เดิม	อัตราเงินทุนต่อสินทรัพย์เสี่ยงที่ธนาคารพาณิชย์ต้องดำรงไว้
ที่จำนวนสินเชื่อ > 10 ล้านบาท	
ให้กู้ $\leq 80\%$ ของราคาบ้าน	อย่างต่ำ 35%
ให้กู้ $> 80\%$ ของราคาบ้าน	อย่างต่ำ 75%

เกณฑ์ใหม่ (เพิ่มเติมจากเกณฑ์เดิม)	อัตราเงินทุนต่อสินทรัพย์เสี่ยงที่ธนาคารพาณิชย์ต้องดำรงไว้	มีผลบังคับใช้ กับสัญญาจะซื้อจะขาย ลงวันที่
ที่จำนวนสินเชื่อ < 10 ล้านบาท		
อาคารชุด ที่เงินกู้ $\leq 90\%$ ของราคาบ้าน	อย่างต่ำ 35%	1 มกราคม 2554
อาคารชุด ที่เงินกู้ $> 90\%$ ของราคาบ้าน	อย่างต่ำ 75%	1 มกราคม 2554
บ้านแนวราบ ที่เงินกู้ $\leq 95\%$ ของราคาบ้าน	อย่างต่ำ 35%	1 มกราคม 2556
บ้านแนวราบ ที่เงินกู้ $> 95\%$ ของราคาบ้าน	อย่างต่ำ 75%	1 มกราคม 2556

บ้านหลังแรก	ระยะเวลาเย็นกู้	วันโอนกรรมสิทธิ์บ้าน	ผลประโยชน์ด้านดอกเบี้ย	ผลประโยชน์ด้านภาษี
				(ระยะเวลา 5 ปี)
ไม่เกิน 1 ล้าน	ภายใน 29 มี.ค. 56 (ใหม่)	ภายใน 28 มี.ย. 56 (ใหม่)	ธอส. 0 % 3 ปีแรก	ไม่เกิน 100,000 บาท

ในบ้านแนวราบ บริษัทฯ กำหนดให้ผู้ซื้อบ้านวางเงินดาวน์อย่างต่ำ 5% ส่วนในอาคารชุดที่ขายแล้ว บริษัทฯ กำหนดให้ผู้ซื้อวางเงินดาวน์อย่างต่ำ 10 % ขณะอาคารชุดที่เริ่มขายใน 2 ปีที่ผ่านมา บริษัทฯ กำหนดเงินดาวน์ 12 – 15%

ในบ้านที่เปิดขายทั้งหมดของบริษัทฯ มีเพียง 4 โครงการที่มีบ้านราคาเกิน 10 ล้านบาทจำหน่ายคือ ไอวี ไซนา ทาวน์ เออร์บานโน้ สาทร์ เดอะแพลนท์ พัฒนาการ และเดอะริเวิร์ฟ โดยที่ยอดโอนในประเทศของบริษัทฯ ในปี 2556 ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 2.26 ล้านบาทต่อหน่วย

บริษัทฯ มีการประกอบธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งในปีที่ผ่านมาบริษัทฯ มีรายได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์เป็นจำนวน 38,848 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.5 ของรายได้ทั้งหมด และลูกค้าของบริษัทฯ มากกว่าร้อยละ 90 จะซื้อบ้านและที่ดิน โดยการขอสินเชื่อ ดังนั้นถ้าธนาคารพาณิชย์ หรือธนาคารอาคารสงเคราะห์ ไม่มีนโยบายในการขายหรือต้องการควบคุมการปล่อยสินเชื่อ ก็จะมีผลกระทบกับลูกค้า เนื่องจากไม่สามารถหาแหล่งเงินกู้เพื่อสนับสนุนค่าบ้านและที่ดินได้ ซึ่งจะเป็นการจำกัดอำนาจซื้อของลูกค้าและจะมีผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทฯ โดยตรง

ในการนี้บริษัทฯ จึงได้มีแบบฟอร์มให้พนักงานขายกรอกข้อมูลเบื้องต้นที่สำคัญของผู้ซื้อบ้านเมื่อแสดงความจำนงในการจองบ้านและขอสินเชื่อ เพื่อนำส่งธนาคารเพื่อให้ความเห็นเบื้องต้น (Pre-Approved) จากธนาคารภายใน 7 วันทำการว่าจะสามารถให้เงินกู้ได้หรือไม่ เพื่อลดความเสี่ยงของทั้งผู้ซื้อบ้านและบริษัทฯ อีกทั้งบริษัทฯ มีบ้านราคาในระดับกลางถึงต่ำให้เลือกค่อนข้างมาก ลูกค้ายังสามารถเลือกบ้านที่ราคาต่ำลง ให้สอดคล้องกับกฎหรือนโยบายที่เข้มงวดขึ้น

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ตั้งคณะทำงานเพื่อติดตามภาวะเศรษฐกิจและการกำหนดนโยบายต่างๆ ของธนาคารที่จะมีผลกระทบต่อภาระดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอและปรับกลยุทธ์ของบริษัทฯ ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงกับสถานการณ์ รวมทั้งได้มีการเจรจาร่วมกับธนาคารพาณิชย์ และธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในการติดต่อขอสินเชื่อกับธนาคาร และจัดหามาตรการในการสนับสนุนลูกค้าให้ได้รับสินเชื่ออย่างรวดเร็ว

ทั้งนี้ ตามแผนงานระยะยาวของบริษัทฯ ที่มีความมุ่งหวังเพื่อสนับสนุนให้ลูกค้าสามารถขอสินเชื่อให้ได้มากที่สุด โดยสอดคล้องกับความสามารถในการชำระของลูกค้าแต่ละราย จึงได้มีการหารือร่วมกับธนาคารพาณิชย์หลายแห่ง เพื่อสร้างความร่วมมือในลักษณะพันธมิตร โดยร่วมกันพัฒนากระบวนการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ทั้งเรื่องกระบวนการขอสินเชื่อ ทีมงานสนับสนุนงานสินเชื่อรวมถึงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในด้านสินเชื่อ

3.1.2) ความเสี่ยงเรื่องราคาต้นทุนการก่อสร้างและวัสดุก่อสร้างขาดแคลน

การขายบ้านของบริษัทฯ ส่วนใหญ่เป็นการขายก่อนสร้างบ้าน โดยบริษัทฯ ตั้งราคาขายโดยใช้วิธีบวกกำไรที่ต้องการ (cost plus basis) ดังนั้นถ้าหากเกิดความผันผวนของราคาวัสดุก่อสร้าง หรือมีการปรับเปลี่ยนอัตราค่าจ้างแรงงาน ภายหลังจากที่บริษัทฯ ได้กำหนดราคาขาย และได้มีลูกค้าจองซื้อบ้านและที่ดินไปแล้ว ย่อมจะทำให้ต้นทุนการขายของบริษัทฯ สูงขึ้น ทำให้อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทฯ ลดลง

วัสดุก่อสร้างถือเป็นต้นทุนการก่อสร้างที่สำคัญ ราคาของวัสดุก่อสร้างหลักและน้ำมัน มีการปรับราคาเพิ่มขึ้นบ้างจากความต้องการที่เพิ่มมากขึ้น ในภาคอสังหาริมทรัพย์และโครงการสาธารณูปโภคขนาดใหญ่ต่างๆ ซึ่งได้ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตและต้นทุนการขนส่ง ท้ายที่สุดทำให้บริษัทฯ มีต้นทุนสูงขึ้น บริษัทฯ อาจไม่สามารถปรับราคาขายได้ในทันทีหรือในกรณีที่บริษัทฯ สามารถปรับราคาขายให้สอดคล้องกับต้นทุนที่สูงขึ้นดังกล่าว ก็อาจส่งผลกระทบต่อปริมาณการขาย และเหตุดังกล่าวจะมีผลกระทบต่อฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

นอกจากนี้การที่มีโครงการก่อสร้างเพิ่มมากขึ้น อาจทำให้ปริมาณของวัสดุก่อสร้างมีจำนวนไม่พอกับความต้องการ ซึ่งหากเหตุการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นและบริษัท อาจต้องจ่ายค่าวัสดุแพงขึ้น หรือต้องรอวัสดุ จนไม่สามารถดำเนินการก่อสร้างบ้านได้ครบในเวลาที่กำหนด จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจ สถานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัท ด้วยเช่นกัน

แต่จากการที่บริษัทฯ มีกระบวนการก่อสร้างที่รวดเร็วสามารถสร้างบ้านทาวน์เฮาส์และบ้านเดี่ยวให้เสร็จได้ภายใน 45 และ 70 วัน ตามลำดับ จะช่วยลดความเสี่ยงลงได้ในระดับหนึ่ง โดยบริษัทฯ สามารถกำหนดราคาวัสดุก่อสร้างที่จะต้องใช้ในระยะเวลา 2-3 เดือนล่วงหน้าได้ การกำหนดราคาขายจะปรับไปตามต้นทุนดังกล่าว นอกจากนี้บริษัทฯ มีนโยบายที่จะขายบ้านระหว่างก่อสร้างให้มากขึ้น เพื่อลดความเสี่ยงของต้นทุนที่อาจเปลี่ยนแปลงของบ้านสิ่งสร้าง ในส่วนของอาคารชุด บริษัทฯ ยังคงมีความเสี่ยงอยู่เนื่องจากระยะเวลาการก่อสร้างที่ยาวนานขึ้น อย่างไรก็ตามเพื่อป้องกันความเสี่ยง ตั้งแต่ปี 2549 เป็นต้นมา บริษัทฯ ได้ใช้กลยุทธ์คัดเลือกผู้ขายวัสดุก่อสร้างหลักโดยวิธีจัดประกวดราคาในกลุ่มวัสดุก่อสร้างหลักทั้งหมดเพื่อให้บริษัทฯ มีต้นทุนค่าก่อสร้างที่คงที่ตลอดทั้งปี และเพื่อป้องกันปัญหาการขาดแคลนวัสดุ โดยเฉพาะวัสดุหลักที่มีความสำคัญ บริษัทฯ มีนโยบายในการสร้างคู่ค้าพันธมิตร โดยมีการกำหนดรูปแบบตั้งแต่การคัดเลือก การดูแล การประเมินผล ตลอดจนแนวทางการดำเนินงานร่วมกันที่ชัดเจน นอกจากนี้บริษัทฯ ได้จัดให้มีการประชุมรายงานการเปลี่ยนแปลงราคาวัสดุก่อสร้างหลักเป็นประจำทุกเดือน พร้อมทั้งคำนวณหาผลกระทบต่อต้นทุนขาย เพื่อพิจารณาปรับเปลี่ยนราคาขายหรือจัดหาวัสดุทดแทน

3.1.3) ความเสี่ยงจากการขาดแคลนแรงงาน

ปัญหาการขาดแคลนแรงงานภาคก่อสร้างยังคงเป็นปัญหาใหญ่กับภาคอสังหาริมทรัพย์อีกอย่างน้อย 2 ปี ในขณะนี้ที่มีโครงการก่อสร้างเป็นจำนวนมาก รวมทั้งมีงานก่อสร้างโครงการสาธารณูปโภคขนาดใหญ่อีกเป็นจำนวนมาก จึงอาจจะเกิดภาวะขาดแคลนผู้รับเหมาและแรงงานฝีมือในบางสาขาได้ ซึ่งหากบริษัทฯ ไม่สามารถจัดหาผู้รับเหมาที่มีความชำนาญเฉพาะด้านเพื่อเข้าดำเนินงานในโครงการของบริษัทฯ ได้ อาจทำให้งานก่อสร้างของบริษัทฯ ล่าช้าไม่สามารถโอนบ้านให้แก่ผู้ซื้อได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด

จากวิธีการก่อสร้างบ้านแนวราบ ซึ่งออกแบบให้มีกระบวนการเป็นระบบติดตั้ง ณ สถานที่ก่อสร้าง โดยมีแผ่นคอนกรีตหล่อสำเร็จ (Precast Concrete Panel) เป็นโครงสร้างหลัก และบริษัทฯ เป็นผู้บริหารจัดการงานก่อสร้างหลักของโครงการต่างๆ ด้วยตัวเอง โดยบริษัทฯ มีวิศวกรและผู้ควบคุมงานก่อสร้าง (Foreman) ของบริษัทฯ ทำหน้าที่ควบคุมดูแลงานก่อสร้าง ดังนั้น บริษัทฯ จึงใช้การว่าจ้างผู้รับเหมาที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน หรือผู้รับเหมาแรงงาน เพื่อเข้าดำเนินการก่อสร้างในแต่ละส่วนงาน เช่น งานฐานราก งานติดตั้งชิ้นส่วนอาคาร งานปูพื้นกระเบื้อง งานหลังคา และงานสี เป็นต้น โดยวิศวกรภายใต้การควบคุมดูแลจากบุคลากรของบริษัทฯ ในด้านอาคารชุด เริ่มจากปี 2552 บริษัทฯ ได้มีการจ้างเหมางานแบบเบ็ดเสร็จเป็นครั้งแรกในการก่อสร้างตึกสูงหรือคอนโดมิเนียม ตลอดจนสร้างพันธมิตรกับผู้รับเหมารายที่มีผลงานโดดเด่น คุณภาพสูงเพื่อเป็นการลดความเสี่ยงในการขยายกำลังการผลิตหรือก่อสร้างรองรับการขยายตัวอย่างก้าวกระโดดของบริษัทฯ ในอนาคต

เพื่อลดการพึ่งพิงแรงงาน ลดชั่วโมงทำงาน และใช้แรงงานที่มีอยู่อย่างจำกัด ให้คุ้มค่าที่สุด บริษัทฯ ได้นำเทคโนโลยีการก่อสร้างบ้านแบบ Real Estate Manufacturing (REM) หรืออาร์อีเอ็ม เข้ามาใช้เพื่อควบคุมการก่อสร้างบ้าน แนวราบตามลำดับขั้นตอน ในระหว่างการก่อสร้างเพื่อให้บ้านมีคุณภาพ อาร์อีเอ็ม เป็นระบบที่ใช้แรงงานก่อสร้างอย่างมีประสิทธิภาพ โดยจะให้ผู้รับเหมาก่อสร้างนั้นทำงานก่อสร้าง เฉพาะในส่วนงานที่ตนเองมีความถนัด เช่น งานปูกระเบื้อง พื้นก็จะทำเฉพาะปูกระเบื้อง หรืองานทาสีก็จะทำเฉพาะงานดังกล่าว ซึ่งกระบวนการผลิตจะเหมือนกับการผลิตรถยนต์ คาดว่าสามารถย่นระยะเวลาก่อสร้างลงให้เหลือเฉลี่ย 21 วัน จากระยะเวลาก่อสร้างเฉลี่ย 45 วัน

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ศึกษานวัตกรรมใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยี/ระบบบริหารจัดการงานก่อสร้างใหม่ๆ หรือ การสรรหาวัสดุหรือองค์ประกอบสำเร็จรูป เช่น ห้องน้ำสำเร็จรูป ซึ่งจะช่วยลดการพึ่งพิงแรงงาน ลดระยะเวลาการก่อสร้าง รวมถึงเพิ่มคุณภาพของงานก่อสร้างให้ดียิ่งขึ้น

3.1.4) ความเสี่ยงจากการขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ และความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงาน

กระบวนการผลิตบ้านของบริษัทฯ เป็นการก่อสร้างโดยใช้โครงสร้างผนังรับน้ำหนักแบบหล่อในที่ด้วยเทคโนโลยีแบบอุโมงค์ หรือ Tunnel Technology และเทคโนโลยีการก่อสร้างแบบผนังสำเร็จรูปปรับน้ำหนัก ซึ่งเป็นระบบการก่อสร้างแบบใหม่ ดังนั้นบริษัทฯ ต้องพึ่งพาบุคลากรที่มีประสบการณ์ ความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิศวกรและผู้ควบคุมงานก่อสร้าง ซึ่งหากมีการโยกย้ายของวิศวกรและผู้ควบคุมงานก่อสร้างดังกล่าว อาจส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องของธุรกิจ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อฐานะทางการเงิน และผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

บริษัทฯ จึงมีนโยบายในการพัฒนาความรู้ และความสามารถให้กับพนักงานอย่างต่อเนื่อง โดยให้มีหลักสูตรพัฒนาความสามารถตามตำแหน่งงาน โดยพัฒนารูปแบบของหลักสูตรให้พนักงานสามารถนำไปปฏิบัติงานได้ทันที เช่น หลักสูตรในกลุ่ม Construction in Practice นั้น Pruksa school ได้ทำบันทึกความเข้าใจ (Memorandum of Understanding) กับหลายมหาวิทยาลัยชั้นนำในประเทศ อาทิ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี และ อีกหลายแห่งในการร่วมกันพัฒนาหลักสูตรเพื่อพัฒนาพนักงานในตำแหน่ง Foreman, Site Engineer, Project Engineer และ Project Manager หลักสูตรในกลุ่ม Functional in Practice สำหรับพนักงานในหน้าที่งานต่างๆ รวมทั้งยังได้จัดหลักสูตรทางด้าน Technical Learning อาทิเช่น ทักษะวิชาชีพช่าง งานก่อฉาบ งานปูกระเบื้อง กันซึม และ งานทาสี เพื่อความพร้อมในการปฏิบัติงานของ ผู้รับเหมาที่ Site งาน รวมไปถึงพนักงาน ที่ โรงงาน Precast และมีการติดต่อกับสถาบันการศึกษาเพื่อรับนักศึกษาฝึกงาน ให้ความรู้ในการควบคุมงานก่อสร้างรูปแบบใหม่ เพื่อรองรับการขยายงานในอนาคตของบริษัทฯ

บริษัทฯ ยังได้จัดให้มีการว่าจ้างและสวัสดิการที่เป็นธรรม มีการจัดกิจกรรมแรงงานสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดการจ้างงานที่ต่อเนื่อง เพื่อให้ได้ผู้ที่มีความรู้ความสามารถ และความชำนาญอยู่กับบริษัทฯ

3.1.5) ความเสี่ยงจากการสรรหาที่ดินเพื่อการพัฒนา

บริษัทฯ ไม่มีนโยบายในการสะสมที่ดินเปล่า (Land Bank) ไว้สำหรับโครงการต่างๆ ในอนาคต เนื่องจากบริษัทฯ เห็นว่าการซื้อที่ดินเปล่าโดยยังไม่มีแผนการก่อสร้างโครงการที่ชัดเจนจะทำให้บริษัทฯ มีภาระต้นทุนทางการเงิน ซึ่งอาจเกิดปัญหาเกี่ยวกับสภาพคล่องทางการเงินของบริษัทฯ ได้ โดยที่ผ่านมามีบริษัทฯ จะซื้อที่ดินต่อเมื่อบริษัทฯ มีความประสงค์ที่จะพัฒนาที่ดินดังกล่าวภายใน 4 เดือน ซึ่งเมื่อบริษัทฯ ต้องการซื้อที่ดินในทำเลที่ต้องการ บริษัทฯ อาจต้องซื้อที่ดินในราคาที่สูงกว่าที่บริษัทฯ กำหนด หรืออาจไม่สามารถซื้อที่ดินได้ครบตามจำนวนที่ต้องการ หรืออาจไม่สามารถซื้อที่ดินได้เลย ซึ่งในกรณีดังกล่าว จะส่งผลกระทบต่อทำให้บริษัทฯ มีต้นทุนในการก่อสร้างที่สูงขึ้น เนื่องจากต้นทุนคงที่ของโรงงานผลิตแผ่นผนังสำเร็จรูป ที่จะสูงถ้าไม่สามารถก่อสร้างได้ตามจำนวนที่ต้องการ หรืออาจไม่สามารถก่อสร้างโครงการใดๆ ได้เลย ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานตามแผนธุรกิจ ฐานะทางการเงิน และผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

การดำเนินการจัดซื้อที่ดินที่ผ่านมาของบริษัทฯ เป็นการจัดซื้อผ่านนายหน้าค้าที่ดินหลายราย ตามราคาตลาดที่เหมาะสม จากนั้นนำมาก่อสร้างด้วยต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าผู้ประกอบการรายอื่น ดังนั้นราคาที่ดินที่ซื้อมาในราคาตลาดจะสะท้อนไปในราคาขายบ้านและที่ดินของบริษัทฯ ซึ่งก็จะต่ำกว่าราคาตลาดทั่วไป โอกาสในการขายของบริษัทฯ จึงมีมากกว่าผู้ประกอบการรายอื่น ดังนั้นบริษัทฯ มีโอกาสในการจัดซื้อที่ดินได้มากกว่าผู้ประกอบการรายอื่น ประกอบกับการซื้อสูงกว่าผู้ประกอบการรายกลางถึงเล็ก และการจ่ายชำระค่าที่ดินที่ตรงเวลา นายหน้าที่ดินจึงมีความยินดีที่จะเสนอขายที่ดินให้กับบริษัทฯ ปัจจุบันบริษัทฯ มีนายหน้าจัดหาที่ดินให้กับบริษัทฯ มากกว่า 800 ราย ซึ่งส่วนหนึ่งบริษัทฯ ได้มีการสร้างความร่วมมือและพัฒนาให้อยู่ในกลุ่มนายหน้าพันธมิตร นอกจากนี้บริษัทฯ ยังรับซื้อโดยตรงจากผู้ครอบครองกรรมสิทธิ์ที่ดิน และเพื่อให้การบริหารจัดการข้อมูลที่ดินเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทฯ มีการพัฒนาระบบฐานข้อมูลที่ดิน ให้องค์กรที่เกี่ยวข้องสามารถเข้าถึงข้อมูลและสามารถคัดเลือกที่ดินที่เข้ามาทั้งหมด ให้สอดคล้องตรงกับแผนการพัฒนาของแต่ละหน่วยธุรกิจมากที่สุด

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการวางกรอบในการพิจารณาซื้อที่ดินให้สอดคล้องกับศักยภาพและความสามารถของแต่ละหน่วยธุรกิจในแต่ละช่วง รวมถึงการวิเคราะห์และทบทวนแผนการซื้อที่ดินล่วงหน้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ได้ที่ดินในช่วงเวลาและจำนวนแปลงที่เหมาะสม เพื่อให้สามารถสร้างรายได้ตามแผนธุรกิจที่บริษัทฯ วางไว้ในอนาคตได้

อีกทั้งการที่บริษัทฯ มีการขยายรูปแบบการพัฒนาเป็นบ้านในหลากหลายรูปแบบและหลากหลายราคา ทำให้บริษัทฯ มีความยืดหยุ่นในการพิจารณาจัดซื้อที่ดินให้เหมาะสมกับรูปแบบโครงการที่หลากหลายมากขึ้น

3.1.6) ความเสี่ยงจากการประกอบธุรกิจซึ่งอยู่ภายใต้กฎหมายที่เข้มงวด

การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เกี่ยวข้องกับการก่อสร้างที่อยู่อาศัย จึงอยู่ภายใต้กฎหมายและข้อกำหนดอื่นๆ ที่เข้มงวด ซึ่งต้องมีการขอใบอนุญาตในการจัดสรรที่ดิน ใบอนุญาตค้าที่ดิน ใบอนุญาตก่อสร้างอาคาร จากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องอีกด้วย ในกรณีที่มีการพัฒนาโครงการขนาดใหญ่ ก็จะต้องจัดทำรายงานศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อมเสนอต่อ

คณะกรรมการศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อม และต้องได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการฯ ดังกล่าว ดังนั้นหากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องออกใบอนุญาตต่างๆ ให้แก่บริษัทฯ ล่าช้า หรือไม่ออกใบอนุญาตที่เกี่ยวข้องให้แก่บริษัทฯ อาจทำให้บริษัทฯ ดำเนินโครงการล่าช้ากว่าที่กำหนด หรืออาจไม่สามารถดำเนินโครงการได้เลย ซึ่งจะส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ได้

ดังนั้น การกำหนดหรือการเปลี่ยนแปลงกฎหมาย ข้อกำหนด หรือนโยบายใด ๆ ย่อมมีผลกระทบต่อบริษัทฯ เช่น การที่จะนำกฎหมายการจัดการดูแลผลประโยชน์ของคู่สัญญา (Escrow Account) ซึ่งขณะนี้อยู่ระหว่างการพิจารณาของฝ่ายนิติบัญญัติ จากภาครัฐ เพื่อประกาศเป็นกฎหมาย ซึ่งกฎหมายดังกล่าวกำหนดบังคับมิให้ผู้ประกอบการธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ นำเงินดาวน์ หรือค่ามัดจำที่ได้รับชำระจากผู้ซื้อมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ แต่จะต้องเก็บเงินจำนวนดังกล่าวไว้ในบัญชีดูแลทรัพย์สินแยกต่างหาก ทำให้ผู้ประกอบการต้องมีเงินทุนหมุนเวียนที่เพียงพอ หรือต้องมีแหล่งเงินกู้ที่มากพอที่จะก่อสร้างบ้านให้แล้วเสร็จ ซึ่งถ้าหากบริษัทฯ ไม่สามารถจัดหาแหล่งเงินทุนมาเพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนได้เพียงพอ หรือกู้เงินได้แต่มีอัตราดอกเบี้ยสูง ซึ่งเหตุการณ์ดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ได้

ในการนี้บริษัทฯ ได้มีคณะทำงานศึกษาแนวทางการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายที่เกี่ยวข้องและมีการประชุม เพื่อหาแนวทางปรับปรุงวิธีการทำงานอยู่เป็นประจำ ในส่วนเฉพาะกับกฎหมาย Escrow Account ก็มีผลกระทบกับบริษัทฯ ไม่มากนัก เนื่องจากสำหรับสินค้าทาวน์เฮาส์ และบ้านเดี่ยว บริษัทฯ มีระยะเวลาในการเรียกเก็บเงินดาวน์ที่สั้นเพียง 3 – 4 เดือนในบ้านแนวราบ และในอัตราส่วนที่ไม่มากนัก บริษัทฯ พึ่งพิงเงินทุนของบริษัทฯ ค่อนข้างสูง มีสัดส่วนการกู้ยืมเงินที่ต่ำกว่าผู้ประกอบการรายอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน สำหรับตลาดอาคารชุดซึ่งมีระยะเวลาเรียกเก็บเงินดาวน์ที่ยาวกว่า บริษัทฯ ก็มีนโยบายในการบริหารให้อยู่ในระดับที่สามารถพึ่งพิงเงินทุนของตนเองได้ และจัดหาแหล่งเงินทุนอื่นที่มีต้นทุนทางการเงินต่ำกว่าการกู้ยืมเงินโดยตรงจากสถาบันการเงิน

นอกจากนั้นจากผลกระทบอุทกภัยครั้งใหญ่ในปี 2554 อาจส่งผลทำให้กฎหมายและระเบียบต่างๆ ในธุรกิจอาจเกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ตามมา เช่น ผังเมืองรวมของกรุงเทพมหานคร ที่มีการปรับเปลี่ยนในปี 2556 ที่ส่งผลกระทบต่อราคาที่ดิน และการเลือกที่จะพัฒนาโครงการในรูปแบบทาวน์เฮาส์ บ้านเดี่ยว หรือคอนโดมิเนียม สำหรับกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ของบริษัทฯ

3.2) ปัจจัยความเสี่ยงต่างประเทศ

ในปี 2556 บริษัทฯ ยังคงดำเนินการลงทุนในต่างประเทศจำนวน 3 ประเทศ คือ 1) เมืองบังกอลอร์ สาธารณรัฐอินเดีย 2) เมืองฮูลูมาเล่ สาธารณรัฐมัลดีฟส์และ 3) เมืองไฮฟอง สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

ทั้งนี้ การร่วมทุนในเมืองเซินไนและเมืองมูไบ ในสาธารณรัฐอินเดีย ยังไม่มีความคืบหน้าเนื่องจากผู้ร่วมทุนท้องถิ่นยังไม่สามารถจัดหาที่ดินที่เหมาะสมมาให้กับบริษัทฯ ร่วมทุนเพื่อพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยได้

ความเสี่ยงที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจในต่างประเทศอาจจำแนกได้ดังต่อไปนี้

3.2.1) ความเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจและภาวะตลาด

ประเด็นนี้ทางบริษัทฯ ได้ติดตามดัชนีชี้วัดทางเศรษฐกิจของแต่ละประเทศและติดตามข้อมูลสภาวะธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์และการแข่งขันในตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ สามารถใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้องและสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการในท้องถิ่นนั้นๆ ได้ ในกรณีที่พิจารณาการลงทุนเพิ่มเติมในแต่ละเมือง บริษัทฯ จะติดตามสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและภาวะตลาดอย่างใกล้ชิดเพื่อให้การลงทุนและการใช้ทรัพยากรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดและสอดคล้องกับสถานการณ์ในขณะนั้น

3.2.2) ความเสี่ยงในการสรรหาที่ดินในทำเลที่ดีและในราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์

ประเด็นนี้ทางบริษัทฯ ทราบดีว่ามีความเสี่ยงเปรียบในฐานะที่เป็นบริษัทฯ ต่างชาติอาจจะขาดความรู้ความเข้าใจและประสบการณ์ในการเจรจาติดต่อซื้อที่ดิน ดังนั้นบริษัทฯ จึงได้เร่งสร้างเครือข่ายนายหน้าค้าที่ดิน บริษัทฯ ที่ปรึกษาด้านอสังหาริมทรัพย์และสถาบันการเงินเพื่อให้เป็นผู้แนะนำและประสานงานติดต่อกับผู้ที่สนใจขายที่ดินตลอดจนเป็นผู้ที่รวบรวมที่ดินให้ได้ขนาดตามที่บริษัทฯ ต้องการ ซึ่งในปัจจุบันนี้ การหาที่ดินยังไม่เป็นปัญหามากนัก

3.2.3) ความเสี่ยงในการขาดแคลนช่างฝีมือและแรงงานในการก่อสร้าง

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะยังคงใช้การก่อสร้างที่เป็นระบบผนังคอนกรีตเสริมเหล็กรับน้ำหนักซึ่งจะทำให้งานก่อสร้างรวดเร็วและมีคุณภาพ ซึ่งในปัจจุบัน ฝ่ายก่อสร้างและแรงงานก่อสร้างในอินเดียของบริษัทฯ เริ่มมีความคุ้นเคยกับระบบดังกล่าว ทำให้สามารถลดความเสี่ยงในด้านนี้ลงได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงต้องดำเนินการติดตามการควบคุมคุณภาพงานก่อสร้างอย่างใกล้ชิด และเพิ่มการฝึกอบรมให้กับพนักงานและแรงงานก่อสร้างรุ่นใหม่ที่จะเพิ่มขึ้น เพื่อรองรับการเปิดโครงการใหม่ในเมืองบังกอลอร์

3.2.4) ความเสี่ยงจากกฎระเบียบการดำเนินธุรกิจและการขออนุญาตจากหน่วยงานราชการ

บริษัทฯ มีนโยบายในการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามระเบียบปฏิบัติของทางราชการในแต่ละท้องถิ่นอย่างเคร่งครัด ในกรณีของการร่วมทุน บริษัทฯ มีแนวทางที่จะให้ผู้ร่วมทุนทำหน้าที่ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานราชการ และดำเนินการช่วยเหลือในการขอใบอนุญาตประเภทต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาโครงการจัดสรรเริ่มตั้งแต่การได้มาของที่ดิน การลงทุนต่างๆ การขออนุญาตก่อสร้าง จนถึงการจัดทะเบียนโอนบ้านให้แก่ลูกค้า เป็นต้น โดยเฉพาะในช่วงการพัฒนาโครงการแรกๆ ซึ่งจะช่วยให้การบริหารเวลาของโครงการมีประสิทธิภาพ

3.2.5) ความเสี่ยงจากการขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน

ณ 31 ธันวาคม 2556 บริษัท พุกาษาอินเตอร์ เนชั่นแนล จำกัด และ บริษัท พุกาษาโอเวอร์ซีส์ จำกัด มีเงินทุนจดทะเบียนรวม 1,600 ล้านบาท เพื่อลงทุนในบริษัทฯ ในต่างประเทศ โดยได้ออนเงินลงทุนไปแล้วเป็นเงิน 938.9 ล้านบาท คิดเป็น 1.67 % ของสินทรัพย์รวมจากการเงินรวมของ บมจ.พุกาษา เรียดเอสเตท และมีรายได้จากการโอนบ้านเทียบเท่าเงินบาท 496.7 ล้านบาทหรือคิดเป็น 1.28 % ของยอดโอนรวม

บริษัทฯ ได้ติดตามบริหารความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนผ่าน คณะกรรมการลงทุนต่างประเทศและคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเป็นประจำทุกเดือน นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้กำหนดนโยบายการบริหารอัตราแลกเปลี่ยน (FX Policy) ของบริษัทฯ ซึ่งระบุเครื่องมือทางการเงินที่ได้รับการอนุมัติให้สามารถนำมาใช้บริหารความเสี่ยงทางอัตราแลกเปลี่ยน ได้แก่ สัญญาซื้อขายอัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้า (Forward Contract), สัญญาการใช้สิทธิในการซื้อขายอัตราแลกเปลี่ยนในอนาคต (Options) และสัญญาการแลกเปลี่ยนภาระผูกพันทางการเงิน (Swaps)

ทั้งนี้ บริษัทฯ มีนโยบายที่จะใช้แหล่งเงินทุนภายในแต่ละประเทศและใช้เงินกู้ยืมเป็นเงินสกุลท้องถิ่น ในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นในการพัฒนาโครงการและการขยายธุรกิจโครงการต่อไป สำหรับกรณีการลงทุนเพิ่มเติมในเมืองเดิม หรือในประเทศใหม่ บริษัทฯ จะติดตามแนวโน้มของภาวะเศรษฐกิจและแนวโน้มของค่าเงินในแต่ละประเทศ เพื่อบริหารการลงทุนให้อยู่ในช่วงจังหวะเวลาที่เหมาะสมและลดความเสี่ยงจากการขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนด้วย

3.3. ปัจจัยความเสี่ยงอื่นๆ

3.3.1) ความเสี่ยงจากการดำเนินงานของบริษัทฯ อยู่ภายใต้การควบคุมของกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่

เมื่อ 27 ธันวาคม 2556 กลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่สุด คือ กลุ่มนายทองมา วิจิตรพงศ์พันธุ์ ซึ่งถือหุ้นในบริษัทฯ จำนวน 1,543,086,100 หุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 69.42 % ของทุนชำระแล้วทั้งหมดของบริษัทฯ ทั้งนี้กลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่มายังคงสามารถที่จะควบคุมการลงมติผู้ถือหุ้นในเรื่องที่สำคัญต่างๆ ที่กฎหมายหรือข้อบังคับได้กำหนดให้ต้องได้รับคะแนนเสียงข้างมากของจำนวนเสียงทั้งหมดของผู้ถือหุ้นที่มาประชุม และมีสิทธิออกเสียงลงคะแนน

นอกจากนี้ นายทองมา วิจิตรพงศ์พันธุ์ ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายหนึ่งในกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ โดยถือหุ้นจำนวน 1,208,257,500 หุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 54.36 % ของทุนชำระแล้วทั้งหมดของบริษัทฯ และยังคงดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการผู้จัดการใหญ่ และเป็นกรรมการผู้มีอำนาจลงนามของบริษัทฯ ดังนั้นผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงอาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ได้

3.3.2) ความเสี่ยงเรื่องผลกระทบต่อราคาหุ้นและอำนาจควบคุมจากการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ

บริษัทฯ มีการออกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทฯ (“ใบสำคัญแสดงสิทธิ”) ให้แก่กรรมการและผู้บริหารของบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย ทั้งหมด 3 ชุด คือ PS-WC PS-WD และ PS-WE (รายละเอียดดูได้ในหัวข้อ “ข้อมูลหลักทรัพย์และการถือหุ้น”) ซึ่งอาจยังมีความเสี่ยงเรื่องผลกระทบต่อราคาหุ้นและอำนาจควบคุมจากการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรหลักของบริษัทฯ และบริษัทย่อยของบริษัทฯ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 สินทรัพย์ถาวรที่บริษัทฯ และบริษัทย่อยใช้ในการประกอบธุรกิจ มีมูลค่าสุทธิตามบัญชีหลังหักค่าเสื่อมราคาสะสมและขาดทุนจากการด้อยค่า ตามที่ปรากฏในงบการเงินของบริษัทฯ เท่ากับ 2,702 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดดังนี้

รายการทรัพย์สินถาวร	มูลค่าสุทธิตามบัญชีหลังหัก ค่าเสื่อมราคาสะสมและขาดทุนจาก การด้อยค่า(ล้านบาท)
1. ที่ดินและอาคาร	1,467
2. เครื่องจักรและอุปกรณ์	930
3. เครื่องตกแต่ง ติดตั้ง และเครื่องใช้สำนักงาน	103
4. ยานพาหนะ	9
5. งานระหว่างก่อสร้าง และเครื่องจักรและอุปกรณ์ระหว่างการติดตั้ง	193
รวม มูลค่าสุทธิทางบัญชี	<u>2,702</u>

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีภาระผูกพันโดยมีการนำสินทรัพย์และโครงการอสังหาริมทรัพย์ระหว่างการพัฒนาไปเป็นหลักประกัน ดังนี้

รายการ	มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท)
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ของโรงงานแผ่นคอนกรีตสำเร็จรูป	954
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	128
โครงการอสังหาริมทรัพย์ระหว่างการพัฒนา (ที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง)	11,005
รวม	<u>12,087</u>

รายละเอียดวงเงินสินเชื่อที่ได้นำหลักทรัพย์ดังกล่าวไปค้ำประกัน ดังนี้

- (ก) วงเงินกู้ยืมจากธนาคารจำนวน 5,445 ล้านบาท
- (ข) วงเงินเบิกเกินบัญชีจำนวน 61 ล้านบาท
- (ค) วงเงินหนังสือค้ำประกันที่ออกโดยธนาคารจำนวน 6,909 ล้านบาทและ 65 ล้านอินเดีย रुपียู
- (ง) วงเงินตั๋วสัญญาใช้เงินที่ออกโดยธนาคารจำนวน 13,095 ล้านบาท
- (จ) วงเงินสินเชื่ออื่น 575 ล้านบาท

4.2 สินค้าคงเหลือในโครงการต่างๆ

ชื่อและที่ตั้งโครงการ	ลักษณะกรรมสิทธิ์	พื้นที่ขายคงเหลือ (ไร่-งาน-วา)	ราคาประเมิน	มูลค่าตามบัญชี	มูลค่าตามบัญชี	มูลค่าตามบัญชี	ภาระผูกพัน	
			ณ ธ.ค. 2556	ณ ธ.ค. 2554	ณ ธ.ค. 2555	ณ ธ.ค. 2556	ณ ธ.ค. 2556	
1 บ้านพญา 53	เป็นเจ้าของ	17-3-60.10	N/A	245.99	208.91	169.08	-	ไม่มี
2 บ้านพญาลี 54/2	เป็นเจ้าของ	8-1-96.10	150.50	51.42	66.15	71.98	หนังสือค้ำประกัน	มี
3 บ้านพญา 54/3	เป็นเจ้าของ	0-2-96.60	15.13	11.55	8.32	8.42	-	ไม่มี
4 บ้านพญา 55	เป็นเจ้าของ	4-3-55.90	179.02	190.68	175.8	57.66	หนังสือค้ำประกัน	มี
5 บ้านพญา 56	เป็นเจ้าของ	1-2-95.30	153.99	140.69	153.23	32.69	หนังสือค้ำประกัน	มี
6 บ้านพญา 59/2	เป็นเจ้าของ	5-0-29.30	N/A	11.56	114.42	68.69	-	ไม่มี
7 บ้านพุทธชาด 60	เป็นเจ้าของ	6-0-28.60	N/A	108.34	140.17	71.84	หนังสือค้ำประกัน	มี
8 บ้านพญา 61	เป็นเจ้าของ	1-1-57.20	N/A	173.8	110.65	35.38	-	ไม่มี
9 บ้านพญา 63/1	เป็นเจ้าของ	16-1-33.30	N/A	94.07	154.93	179.45	หนังสือค้ำประกัน	มี
10 บ้านพญา 64/1	เป็นเจ้าของ	6-2-45.50	N/A	86.88	95.89	71.91	หนังสือค้ำประกัน	มี
11 บ้านพญา 65/2	เป็นเจ้าของ	8-0-31.90	N/A	59.83	70.27	110.47	-	ไม่มี
12 บ้านพญา 67	เป็นเจ้าของ	7-3-18.30	N/A	168.35	213.17	132.21	-	ไม่มี
13 บ้านพญา 68	เป็นเจ้าของ	19-2-85.70	N/A	215.5	225.27	205.08	หนังสือค้ำประกัน	มี
14 บ้านพญา 71	เป็นเจ้าของ	7-1-37.70	N/A	109.17	110.37	75.45	หนังสือค้ำประกัน	มี
15 บ้านพญา 72	เป็นเจ้าของ	11-3-84.80	N/A	62.78	59.53	86.63	หนังสือค้ำประกัน	มี
16 บ้านพญา 73	เป็นเจ้าของ	22-0-43.90	N/A	-	79.96	184.23	หนังสือค้ำประกัน	มี
17 บ้านพญา 75	เป็นเจ้าของ	12-3-32.10	N/A	1.19	157.75	81.20	หนังสือค้ำประกัน	มี
18 บ้านพญา 76	เป็นเจ้าของ	3-1-22.30	N/A	0.06	140.59	34.55	หนังสือค้ำประกัน	มี
19 บ้านพญา 78	เป็นเจ้าของ	13-3-72.30	N/A	-	87.24	134.10	หนังสือค้ำประกัน	มี
20 บ้านพญา 80	เป็นเจ้าของ	39-0-46.30	N/A	-	0.43	296.94	หนังสือค้ำประกัน	มี
21 บ้านพญา 81	เป็นเจ้าของ	10-0-19.00	N/A	-	0.05	131.05	หนังสือค้ำประกัน	มี
22 โครงการพญา 74/1	เป็นเจ้าของ	14-3-72.10	N/A	-	-	137.25	หนังสือค้ำประกัน	มี
23 บ้านพญา 88	เป็นเจ้าของ	15-3-13.20	N/A	-	-	127.87	หนังสือค้ำประกัน	มี
24 โครงการพญา 85	เป็นเจ้าของ	24-3-66.72	N/A	-	-	168.32	หนังสือค้ำประกัน	มี
25 บ้านพญา 83	เป็นเจ้าของ	22-1-95.40	N/A	-	-	133.60	หนังสือค้ำประกัน	มี
26 พญา 89	เป็นเจ้าของ	20-1-16.60	N/A	-	-	199.94	หนังสือค้ำประกัน	มี
27 บ้านพญา 82	เป็นเจ้าของ	24-0-76.20	N/A	-	-	219.87	หนังสือค้ำประกัน	มี
28 บ้านพญา 86	เป็นเจ้าของ	21-1-88.50	N/A	-	-	179.29	-	ไม่มี
29 บ้านพญา 84/2	เป็นเจ้าของ	17-3-89.20	N/A	-	-	241.24	หนังสือค้ำประกัน	มี
30 โครงการพญา 79	เป็นเจ้าของ	19-1-89.90	N/A	-	13.32	249.26	หนังสือค้ำประกัน	มี
31 พุทธชาด 29/2	เป็นเจ้าของ	28-1-21.70	N/A	66.23	67.47	2.82	-	ไม่มี
32 พญา วิลล์ 8/1	เป็นเจ้าของ	14-3-51.00	N/A	93.8	98.2	98.69	-	ไม่มี
33 พญาวิลล์ 38/1	เป็นเจ้าของ	18-1-66.30	N/A	0.1	139.92	173.38	หนังสือค้ำประกัน	มี
34 พญาวิลล์ 41/1	เป็นเจ้าของ	19-1-59.60	N/A	0.75	95.54	221.34	หนังสือค้ำประกัน	มี
35 พญาวิลล์ 42	เป็นเจ้าของ	6-0-27.90	N/A	240.72	268.96	148.05	-	ไม่มี
36 พญาวิลล์ 46/1	เป็นเจ้าของ	3-0-68.20	N/A	113.4	102.66	53.83	-	ไม่มี
37 พญาวิลล์ 47/2	เป็นเจ้าของ	2-1-29.80	N/A	64.32	242.55	62.18	หนังสือค้ำประกัน	มี
38 พญาวิลล์ 49	เป็นเจ้าของ	11-0-47.30	N/A	155.02	211.03	105.83	หนังสือค้ำประกัน	มี
39 พญาวิลล์ 50/2	เป็นเจ้าของ	6-0-38.90	N/A	8.67	198.14	138.97	หนังสือค้ำประกัน	มี
40 พญาวิลล์ 51	เป็นเจ้าของ	9-2-46.70	N/A	1.61	80.3	118.80	หนังสือค้ำประกัน	มี
41 พญาวิลล์ 52/1	เป็นเจ้าของ	0-3-73.60	N/A	39.58	157.99	26.06	หนังสือค้ำประกัน	มี
42 พญาวิลล์ 52/2	เป็นเจ้าของ	6-1-75.50	N/A	1.09	114.95	128.09	หนังสือค้ำประกัน	มี
43 พญาวิลล์ 53/2	เป็นเจ้าของ	10-3-19.80	N/A	3.73	201.98	150.73	หนังสือค้ำประกัน	มี
44 พญาวิลล์ 55/1	เป็นเจ้าของ	12-3-20.70	N/A	10.95	134.19	142.64	หนังสือค้ำประกัน	มี
45 พญาวิลล์ 57	เป็นเจ้าของ	29-0-9.10	N/A	-	300.58	400.19	หนังสือค้ำประกัน	มี

	ชื่อและที่ตั้งโครงการ	ลักษณะกรรมสิทธิ์	พื้นที่ขายคงเหลือ (ไร่-งาน-วา)	ราคาประเมิน ณ ธ.ค. 2556	มูลค่าตามบัญชี ณ ธ.ค. 2554	มูลค่าตามบัญชี ณ ธ.ค. 2555	มูลค่าตามบัญชี ณ ธ.ค. 2556	ภาระผูกพัน	
								ณ ธ.ค. 2556	
46	พฤษาวิลด์ 58/1	เป็นเจ้าของ	12-0-79.90	N/A	-	48	114.69	หนังสือค้ำประกัน	มี
47	พฤษาวิลด์ 61	เป็นเจ้าของ	11-1-37.00	N/A	-	2.96	179.53	หนังสือค้ำประกัน	มี
48	พฤษาวิลด์ 60	เป็นเจ้าของ	15-0-41.20	N/A	-	0.7	160.35	หนังสือค้ำประกัน	มี
49	พฤษาวิลด์ 59/1	เป็นเจ้าของ	12-3-86.60	N/A	-	0.01	177.78	หนังสือค้ำประกัน	มี
50	พฤษาวิลด์ 56	เป็นเจ้าของ	10-1-50.20	N/A	-	-	110.25	-	ไม่มี
51	พฤษาวิลด์ 62/2	เป็นเจ้าของ	14-2-47.40	N/A	-	-	189.01	หนังสือค้ำประกัน	มี
52	พฤษาวิลด์ 63/1	เป็นเจ้าของ	16-2-59.00	N/A	-	-	262.82	หนังสือค้ำประกัน	มี
53	พฤษาวิลด์ 65/1	เป็นเจ้าของ	18-0-56.20	N/A	-	-	229.07	หนังสือค้ำประกัน	มี
54	พฤษาวิลด์ 67	เป็นเจ้าของ	23-2-75.50	N/A	-	-	186.61	-	ไม่มี
55	เดอะคอนเนค 11/2	เป็นเจ้าของ	10-1-66.00	N/A	95.37	127.44	163.88	หนังสือค้ำประกัน	มี
56	เดอะคอนเนค 12	เป็นเจ้าของ	9-3-41.00	N/A	15.84	29.41	174.08	หนังสือค้ำประกัน	มี
57	เดอะคอนเนค 13	เป็นเจ้าของ	3-0-3.50	140.25	181.87	152.76	53.42	-	ไม่มี
58	เดอะคอนเนค 14	เป็นเจ้าของ	15-3-15.70	N/A	186.06	212.68	242.70	-	ไม่มี
59	เดอะคอนเนค 15/1	เป็นเจ้าของ	2-1-33.30	N/A	84.4	138.74	39.91	หนังสือค้ำประกัน	มี
60	เดอะคอนเนค 16	เป็นเจ้าของ	5-1-26.80	275.22	198.24	240.39	168.71	หนังสือค้ำประกัน	มี
61	เดอะคอนเนค 19/1	เป็นเจ้าของ	1-3-31.20	N/A	235.74	37.08	45.96	หนังสือค้ำประกัน	มี
62	เดอะคอนเนค 19/2	เป็นเจ้าของ	1-1-18.70	N/A	3.89	203.78	47.80	หนังสือค้ำประกัน	มี
63	เดอะคอนเนค 20	เป็นเจ้าของ	4-0-26.50	N/A	259.87	186.27	109.27	หนังสือค้ำประกัน	มี
64	เดอะคอนเนค 22	เป็นเจ้าของ	15-0-0.60	N/A	376.42	331.47	309.69	หนังสือค้ำประกัน	มี
65	เดอะคอนเนค 23	เป็นเจ้าของ	6-0-17.50	N/A	225.47	237.88	185.72	หนังสือค้ำประกัน	มี
66	The Connect 24 (UP3)	เป็นเจ้าของ	9-1-12.20	N/A	-	-	276.89	-	ไม่มี
67	The Connect 25 สุขสวัสดิ์ 62	เป็นเจ้าของ	11-0-62.00	N/A	-	-	200.68	หนังสือค้ำประกัน	มี
68	ภัสสร 19	เป็นเจ้าของ	23-3-83.90	N/A	306.73	239.98	182.08	หนังสือค้ำประกัน	มี
69	The Plant บางนา กม 13	เป็นเจ้าของ	3-0-32.30	N/A	309.73	173.84	41.88	หนังสือค้ำประกัน	มี
70	ภัสสร 25	เป็นเจ้าของ	5-3-8.60	N/A	143.53	116.46	62.96	หนังสือค้ำประกัน	มี
71	ภัสสร 26 ราชพฤกษ์	เป็นเจ้าของ	48-2-74.40	N/A	426.32	399.67	406.78	หนังสือค้ำประกัน	มี
72	ภัสสร 27 วงแหวนอ่อนนุช/ กรุงเทพฯ	เป็นเจ้าของ	14-2-56.90	402.19	469.76	241.82	178.58	-	ไม่มี
73	ภัสสร 29	เป็นเจ้าของ	29-0-2.00	270.10	296.91	250.06	248.03	หนังสือค้ำประกัน	มี
74	The Plant บางแค	เป็นเจ้าของ	7-0-3.50	313.04	468.65	259.55	138.24	หนังสือค้ำประกัน	มี
75	The Plant บางกะปิ	เป็นเจ้าของ	41-0-88.10	N/A	294.72	302.26	315.71	-	ไม่มี
76	The Plant พระราม 9 วงแหวน 2 กรุงเทพฯ	เป็นเจ้าของ	16-1-27.10	N/A	251.65	217.91	175.34	หนังสือค้ำประกัน	มี
77	The Plant นวมินทร์ (ภัสสร 32)	เป็นเจ้าของ	4-3-89.10	211.75	67.03	225.69	87.42	หนังสือค้ำประกัน	มี
78	The Plant เมืองทอง (ภัสสร 34)	เป็นเจ้าของ	8-3-63.20	N/A	606.16	342.43	170.44	หนังสือค้ำประกัน	มี
79	The Plant กันตนา (ภัสสร 35)	เป็นเจ้าของ	14-1-88.20	N/A	181.35	197.19	165.63	หนังสือค้ำประกัน	มี
80	The Plant พัฒนาการ (ภัสสร 36)	เป็นเจ้าของ	9-1-33.50	N/A	22.27	307.84	190.67	หนังสือค้ำประกัน	มี
81	ภัสสร 38 พัฒนาการ	เป็นเจ้าของ	19-0-1.80	N/A	-	266.61	265.41	หนังสือค้ำประกัน	มี
82	ภัสสร 39 พระราม 5 สิรินคร	เป็นเจ้าของ	30-3-35.70	N/A	-	288.69	346.19	หนังสือค้ำประกัน	มี
83	The Plant ชิดนิวมินทร์ (ภัสสร 40)	เป็นเจ้าของ	15-1-10.50	N/A	0.06	315.38	248.97	หนังสือค้ำประกัน	มี
84	Patio เมืองทองธานี	เป็นเจ้าของ	19-3-89.70	N/A	15.94	333.77	416.59	หนังสือค้ำประกัน	มี
85	Condo Patio (MT2)	เป็นเจ้าของ	1-2-6.00	N/A	203.33	366.23	81.76	หนังสือค้ำประกัน	มี
86	Condo Patio พระราม 2	เป็นเจ้าของ	12-3-70.00	N/A	321.2	414.77	429.21	หนังสือค้ำประกัน	มี
87	Condo Patio พัฒนาการ (พนาลี)	เป็นเจ้าของ	8-0-55.80	N/A	-	176.6	192.63	หนังสือค้ำประกัน	มี
88	โครงการ ภัสสร 46	เป็นเจ้าของ	17-2-6.20	N/A	-	-	174.34	-	ไม่มี
89	พฤษาวิลด์เลข 6 ต.พันท้าย นรสิงห์สมุทรสาคร	เป็นเจ้าของ	29-3-25.90	N/A	75.52	70.48	6.97	หนังสือค้ำประกัน	มี

	ชื่อและที่ตั้งโครงการ	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	พื้นที่ขาย คงเหลือ (ไร่-งาน-วา)	ราคาประเมิน	มูลค่าตามบัญชี	มูลค่าตามบัญชี	มูลค่าตามบัญชี	ภาระผูกพัน	
				ณ ธ.ค. 2556	ณ ธ.ค. 2554	ณ ธ.ค. 2555	ณ ธ.ค. 2556	ณ ธ.ค. 2556	
90	The Plant วัชรพล	เป็นเจ้าของ	3-0-0.60	N/A	70.49	63.52	47.61	หนังสือค้ำประกัน	มี
91	พญาวิลเลจ 15	เป็นเจ้าของ	9-1-51.70	154.60	104.74	78.32	83.59	หนังสือค้ำประกัน	มี
92	พญาวิลเลจ 18/1	เป็นเจ้าของ	0-2-69.70	N/A	23.84	14.39	13.88	หนังสือค้ำประกัน	มี
93	พญาวิลเลจ 18/2	เป็นเจ้าของ	5-0-17.80	N/A	117.04	106.17	77.91	-	ไม่มี
94	พญาวิลเลจ 18/3	เป็นเจ้าของ	6-3-64.10	N/A	105.66	122.09	129.43	หนังสือค้ำประกัน	มี
95	พญาวิลเลจ 24	เป็นเจ้าของ	19-1-82.10	N/A	281.29	295.76	215.63	-	ไม่มี
96	พญาวิลเลจ 25	เป็นเจ้าของ	11-1-64.10	N/A	178.35	169.58	185.04	หนังสือค้ำประกัน	มี
97	พญาวิลเลจ 26	เป็นเจ้าของ	13-2-33.80	N/A	183.47	172.42	144.59	หนังสือค้ำประกัน	มี
98	พญาวิลเลจ 27	เป็นเจ้าของ	2-3-0.80	N/A	158.69	74.78	35.51	หนังสือค้ำประกัน	มี
99	พญาวิลเลจ 28	เป็นเจ้าของ	16-3-76.70	N/A	255.27	220.29	129.10	หนังสือค้ำประกัน	มี
100	พญาวิลเลจ 30	เป็นเจ้าของ	15-2-43.40	N/A	208.17	143.27	134.55	หนังสือค้ำประกัน	มี
101	พญาวิลเลจ 31	เป็นเจ้าของ	24-2-86.30	185.60	193.52	182.09	150.41	หนังสือค้ำประกัน	มี
102	พญาวิลเลจ 32	เป็นเจ้าของ	6-0-53.40	N/A	212.09	211.01	87.09	หนังสือค้ำประกัน	มี
103	พญาวิลเลจ 34	เป็นเจ้าของ	11-0-88.80	383.99	359.45	266.31	208.83	หนังสือค้ำประกัน	มี
104	พญาวิลเลจ 35	เป็นเจ้าของ	29-0-77.60	316.30	203.64	205.99	217.68	หนังสือค้ำประกัน	มี
105	พญาวิลเลจ 36	เป็นเจ้าของ	15-3-42.10	N/A	194.79	212.8	200.88	หนังสือค้ำประกัน	มี
106	พญาวิลเลจ 38	เป็นเจ้าของ	11-0-30.60	N/A	-	60.79	136.73	หนังสือค้ำประกัน	มี
107	พญาวิลเลจ 39	เป็นเจ้าของ	26-1-31.60	N/A	-	0.33	285.65	หนังสือค้ำประกัน	มี
108	พญาแกลอรี่ ปิ่นเกล้า	เป็นเจ้าของ	20-1-55.80	N/A	245.06	306.97	324.34	หนังสือค้ำประกัน	มี
109	พญาทาวน์เน็กซ์ ปิ่นเกล้า - พุทธมณฑล	เป็นเจ้าของ	16-0-51.80	N/A	300.54	330.41	281.32	หนังสือค้ำประกัน	มี
110	พญาทาวน์ เพชรเกษม 81 (TH1)	เป็นเจ้าของ	2-2-59.70	93.00	91.01	75.52	56.55	หนังสือค้ำประกัน	มี
111	พญาทาวน์ เพชรเกษม 81 (SH)	เป็นเจ้าของ	1-3-93.50	61.10	158.75	76.25	29.29	-	ไม่มี
112	พญาทาวน์ เพชรเกษม 81 (TH2)	เป็นเจ้าของ	24-2-71.61	509.20	265.81	293.9	415.29	หนังสือค้ำประกัน	มี
113	พญาทาวน์ เอกมัย-รามอินทรา	เป็นเจ้าของ	0-0-99.80	12.42	39.09	11.38	12.07	หนังสือค้ำประกัน	มี
114	พญาทาวน์ แพรกษา (พุทธชาติ)	เป็นเจ้าของ	16-1-23.30	263.80	103.47	120.51	189.62	หนังสือค้ำประกัน	มี
115	พญาแกลเลอรี่ แพรกษา	เป็นเจ้าของ	7-3-10.80	208.32	189.92	162.74	96.43	หนังสือค้ำประกัน	มี
116	เดอะ รีโน	เป็นเจ้าของ	0-2-72.60	N/A	49.85	16.99	16.30	-	ไม่มี
117	พญาทาวน์เน็กซ์ อ่อนนุช-พระราม 9	เป็นเจ้าของ	14-3-14.10	420.86	351.7	352.04	230.39	หนังสือค้ำประกัน	มี
118	พญาทาวน์เน็กซ์ ดิوانนท์	เป็นเจ้าของ	3-2-16.50	N/A	222.15	154.03	101.44	หนังสือค้ำประกัน	มี
119	พญาทาวน์ พรีเมียร์-รามอินทรา	เป็นเจ้าของ	0-3-18.42	63.18	178.05	146.89	33.03	หนังสือค้ำประกัน	มี
120	พญาทาวน์ พรีเมียร์-รามอินทรา 2	เป็นเจ้าของ	3-1-48.00	N/A	70.29	124.02	124.49	หนังสือค้ำประกัน	มี
121	พญาทาวน์ พระยาสุเรนทร์	เป็นเจ้าของ	6-2-98.00	N/A	160.46	191.66	141.35	หนังสือค้ำประกัน	มี
122	พญาทาวน์เน็กซ์ บางนา กม.5	เป็นเจ้าของ	16-3-40.20	N/A	231.32	365.98	257.33	หนังสือค้ำประกัน	มี
123	ไอวี ไข่มุกทาวน์ ป้อมปราบฯ	เป็นเจ้าของ	0-2-58.60	250.60	215.2	236.72	187.70	หนังสือค้ำประกัน	มี
124	The Tree เกียกาย	เป็นเจ้าของ	6-1-97.00	N/A	131.95	132.67	204.77	เงินกู้	มี
125	Urbano Absolute สาทร	เป็นเจ้าของ	4-2-93.23	2057.77	610.75	1,072.91	385.59	-	ไม่มี
126	ไอวี แอมฟิไอ	เป็นเจ้าของ	8-2-66.00	N/A	393.93	462.55	722.84	หนังสือค้ำประกัน	มี
127	The Tree บางโพ	เป็นเจ้าของ	1-0-12.32	504.00	274.48	540.04	62.68	-	ไม่มี
128	The Tree บางโพ 2	เป็นเจ้าของ	39-1-20.00	N/A	235.02	467.09	702.77	สินเชื่อโครงการ	ไม่มี
129	พลัมคอนโด พหลโยธิน 89	เป็นเจ้าของ	84-0-72.00	N/A	-	1.3	491.96	-	ไม่มี
130	Chapter One River Side ราษฎร์บูรณะ	เป็นเจ้าของ	41-0-86.88	N/A	590.36	940.35	2,467.23	สินเชื่อโครงการ	ไม่มี
131	Edition (BTS สะพานควาย)	เป็นเจ้าของ	4-3-38.16	N/A	-	-	438.66	สินเชื่อโครงการ	ไม่มี
132	Chapter One The Campus	เป็นเจ้าของ	14-0-6.74	N/A	-	-	554.85	สินเชื่อโครงการ	ไม่มี
133	The Reserve เกษมสันต์ 3	เป็นเจ้าของ	6-3-59.22	N/A	-	-	616.41	สินเชื่อโครงการ	ไม่มี
134	Condolette สีลม	เป็นเจ้าของ	1-2-92.76	660.03	219.52	305.22	234.60	-	ไม่มี

	ชื่อและที่ตั้งโครงการ	ลักษณะกรรมสิทธิ์	พื้นที่ขาย คงเหลือ (ไร่-งาน-วา)	ราคาประเมิน ณ ธ.ค. 2556	มูลค่าตามบัญชี ณ ธ.ค. 2554	มูลค่าตามบัญชี ณ ธ.ค. 2555	มูลค่าตามบัญชี ณ ธ.ค. 2556	ภาระผูกพัน	
								ณ ธ.ค. 2556	
135	Condolette ราชเทวี	เป็นเจ้าของ	6-3-93.35	782.90	318.17	412.54	769.30	สินเชื่อโครงการ	ไม่มี
136	Condolette พระราม 4	เป็นเจ้าของ	6-0-67.51	N/A	-	-	268.91	-	ไม่มี
137	Fuse Mobius	เป็นเจ้าของ	17-2-86.39	1449.07	554.19	1,154.11	487.70	-	ไม่มี
138	Fuse Chan-Sathom	เป็นเจ้าของ	28-0-18.25	N/A	-	7.54	850.71	-	ไม่มี
139	FUSE Bangkae	เป็นเจ้าของ	15-1-31.13	N/A	-	2.05	213.79	เงินกู้	ไม่มี
140	Plum Condo Ladprao101	เป็นเจ้าของ	9-3-24.90	N/A	3.44	179.41	332.16	สินเชื่อโครงการ	ไม่มี
141	Plum condo เพชรเกษม	เป็นเจ้าของ	5-0-34.00	N/A	-	50.33	157.93	สินเชื่อโครงการ	ไม่มี
142	Condolette IZE Dwell	เป็นเจ้าของ	5-0-34.78	N/A	298.31	347.53	434.88	สินเชื่อโครงการ	ไม่มี
143	วิลเลต คาญจนาภิเษก	เป็นเจ้าของ	3-1-11.10	N/A	227.23	267.8	101.06	หนังสือค้ำประกัน	มี
144	Condolette พระรามเก้า	เป็นเจ้าของ	16-0-18.11	N/A	-	4.58	476.85	สินเชื่อโครงการ	ไม่มี
145	The Plum บางใหญ่	เป็นเจ้าของ	26-2-36.88	N/A	-	-	306.12	วงเงินกู้ระยะสั้น	มี
146	พญาโลตคอนเมือง	เป็นเจ้าของ	5-2-28.40	N/A	-	-	111.63	หนังสือค้ำประกัน	มี
147	พญาโลตรัตนธิเบศ	เป็นเจ้าของ	11-0-16.80	N/A	-	-	172.77	หนังสือค้ำประกัน	มี
148	พญาโลตบางใหญ่	เป็นเจ้าของ	13-3-67.60	N/A	-	-	93.19	หนังสือค้ำประกัน	มี
149	The Privacyงามวงศ์วาน นนทบุรี	เป็นเจ้าของ	1-2-16.50	N/A	-	-	86.15	สินเชื่อโครงการ	ไม่มี
150	The Privacyงามวงศ์วานซอย 18 B นนทบุรี	เป็นเจ้าของ	1-2-16.50	N/A	-	-	61.28	สินเชื่อโครงการ	ไม่มี
151	The Privacy Tiwanon 50	เป็นเจ้าของ	6-0-66.00	N/A	-	-	22.38	-	0
152	The Privacyงามวงศ์วานซอย 16 D	เป็นเจ้าของ	6-0-66.00	N/A	-	-	44.24	-	0
153	The ไพรวธี เวสติ ซอย 18 C	เป็นเจ้าของ	1-2-16.50	N/A	-	-	21.60	สินเชื่อโครงการ	ไม่มี
154	The ไพรวธี เวสติ ซอย 16 D	เป็นเจ้าของ	1-2-16.50	N/A	-	-	23.06	สินเชื่อโครงการ	ไม่มี
155	The Privacy เวสติ ซอย 18 โครงการ A	เป็นเจ้าของ	1-2-16.50	N/A	-	-	37.44	สินเชื่อโครงการ	ไม่มี
156	The Privacy เวสติ ซอย 18 โครงการ B	เป็นเจ้าของ	1-2-16.50	N/A	-	-	23.66	สินเชื่อโครงการ	ไม่มี
157	พญาโลต พระราม 9 - ศรีนครินทร์	เป็นเจ้าของ	15-3-38.90	N/A	-	-	433.97	-	0
158	พญาโลต เทพารักษ์	เป็นเจ้าของ	10-0-65.80	N/A	-	-	106.77	-	0
159	พญาบุรี 1 กิ่งแก้ว 37	เป็นเจ้าของ	10-2-79.20	241.38	262.16	194.45	115.87	-	ไม่มี
160	พญาบุรี 2	เป็นเจ้าของ	20-2-77.50	N/A	327	324.31	295.36	-	ไม่มี
161	พญาบุรี 3	เป็นเจ้าของ	6-3-57.30	N/A	199.24	170.96	114.13	-	ไม่มี
162	วิลเลต โลท์ พัฒนาการ 32	เป็นเจ้าของ	18-1-70.26	N/A	-	20.35	269.78	หนังสือค้ำประกัน	มี
163	วิลเลตซีดี พัฒนาการ 32	เป็นเจ้าของ	24-3-39.70	N/A	-	285.39	386.88	-	ไม่มี
164	SILVANA BANGALORE (ประเทศอินเดีย)	เป็นเจ้าของ	15-2-85.76	N/A	323.60	305.22	228.60	ไม่มี	ไม่มี

หมายเหตุ เป็นการแสดงมูลค่าสินค้าคงเหลือ 164 โครงการที่เปิดขายในปี 2556

พื้นที่ขายคงเหลือคำนวณจากจำนวนยูนิตคงเหลือของโครงการ ณ 31 ธันวาคม 2556

ประเมินโครงการโดย บริษัท เอเจนซี ฟอร์ เรียลเอสเตท แอฟแฟร์ส จำกัด ระหว่างเดือน กันยายน - พฤศจิกายน 2556

4.3 สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ มีสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน คือ ลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ มีมูลค่าสุทธิตามบัญชี รวมทั้งสิ้น 253 ล้านบาท

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ และบริษัทย่อย ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่ยังไม่ได้สิ้นสุด ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัทฯ และบริษัทย่อยที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น

6. การวิจัยและพัฒนา

บริษัทฯ มีปณิธานในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเสมอมาจึงได้ให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ที่อยู่อาศัยที่จะส่งมอบให้กับลูกค้ามีความสมบูรณ์แบบและสอดคล้องกับความต้องการสูงสุดของลูกค้า โดยปัจจุบันบริษัทฯ ได้จัดให้มีฝ่ายวิจัยการตลาด(CMK) และศูนย์กลางการจัดการนวัตกรรม(INC) ภายใน รวมทั้งมีการว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญจากภายนอก เพื่อการสำรวจวิจัยและวิเคราะห์เกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภค (อุปสงค์) ในแต่ละพื้นที่ รวมทั้งโครงการของผู้ประกอบการรายอื่นๆ (อุปทาน)ในพื้นที่เดียวกัน ตลอดจนศักยภาพของทำเลดังกล่าวในด้านสาธารณูปโภคต่างๆ โดยจากการสำรวจ วิจัยและวิเคราะห์ดังกล่าว ทำให้บริษัทฯ มีฐานข้อมูลเพียงพอในการที่จะทราบถึงความต้องการในตลาดที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค ซึ่งรวมถึงประเภทและรูปแบบที่อยู่อาศัย ทำเลที่ตั้ง และระดับราคา ทั้งนี้ บริษัทฯ จะได้นำผลในการสำรวจดังกล่าวไปใช้ประกอบในการพัฒนาโครงการใหม่ๆ ต่อไปในอนาคต

ในการพัฒนาเทคโนโลยีการก่อสร้างบ้าน บริษัทฯ ได้มีการพัฒนาการก่อสร้างบ้านอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ด้วยระบบโครงสร้างผนังรับน้ำหนักแบบหล่อในที่ ด้วยเทคโนโลยีแบบอุโมงค์(Cast-Institute Load Bearing Wall Structure-Tunnel Technology) สำหรับบ้านทาวน์เฮาส์ ต่อมาในปี พ.ศ.2547 เริ่มนำเอาเทคโนโลยีการก่อสร้างแบบผนังสำเร็จรูปรับน้ำหนัก (RC Load Bearing Wall Prefabrication) สำหรับบ้านเดี่ยวและบ้านทาวน์เฮาส์บางประเภทโดยได้สร้างโรงงานผลิตชิ้นส่วนคอนกรีตเสริมเหล็กสำเร็จรูป (Precast Concrete Factory) ที่อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี บนเนื้อที่ 190 ไร่ ปัจจุบันประกอบด้วย 5 โรงงาน ซึ่งเริ่มจากโรงงานแรกที่เป็นระบบการผลิตแบบ ระบบกึ่งอัตโนมัติ (Semi-automated carousel System) ทำการผลิตผนังสำเร็จรูป (Bearing Wall for house) ต่อมาในปี พ.ศ.2548 ได้พัฒนาและเริ่มใช้การผลิตด้วยระบบ Fixed Mould ที่โรงงานที่ 2 ทำการผลิตรั้ว (Fence) และ Parapet ด้วยระบบ Fixed Mould, โรงงานที่ 3 ทำการผลิต พื้นคอนกรีตเสริมเหล็กสำเร็จรูป, ชิ้นงานพิเศษอื่นๆ (Slab & Special Elements) และ ผนังสำเร็จรูป (Bearing Wall for house) โรงงานที่ 4 ทำการผลิต ผนังสำเร็จรูป (Bearing Wall for Condominium) และ หน้ากากทาวน์เฮาส์ (Townhouse Façade) ในปีพ.ศ.2553 ได้พัฒนาระบบและขยาย โรงงาน 5 เป็นโรงงานพรีคาสท์ ระบบอัตโนมัติทุกขั้นตอน (Fully-automated carousel system) เป็น Carousel Plant ที่มีกำลังผลิตสูงที่สุดในโลกสำหรับผลิตแผ่นผนังคอนกรีตเสริมเหล็กสำเร็จรูปในการผลิตจะใช้เครื่องจักรอัตโนมัติและระบบคอมพิวเตอร์ควบคุมการผลิตทุกขั้นตอน อาทิ การประกอบแบบข้างโดยหุ่นยนต์ (Shuttering Robot), เครื่องทำตะแกรงเหล็กอัตโนมัติ (Automated Mesh Plant), เครื่องเทคอนกรีตอัตโนมัติ เป็นต้น เป็นเครื่องจักรและเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สุดในโลก ทำให้ได้แผ่นคอนกรีตที่มีมาตรฐานและคุณภาพสูง โดยทำการผลิต ผนังสำเร็จรูป (Bearing Wall for house) มีกำลังผลิตรวมในปัจจุบันรวมทั้งหมด 640 หลังต่อเดือน และเมื่อปลายปี พ.ศ.2556 นี้เอง บริษัทฯ ได้ขยายการลงทุนและเริ่มก่อสร้างโรงงาน พุกษา พรีคาสท์ ที่ผลิตด้วยระบบอัตโนมัติทุกขั้นตอน (Fully Automated carousel System)เป็น Carousel Plant และมีกำลังผลิตสูงที่สุดในโลกสำหรับผลิตแผ่นผนังคอนกรีตเสริมเหล็กสำเร็จรูปในการผลิตจะใช้เครื่องจักร อัตโนมัติและระบบคอมพิวเตอร์ควบคุมการผลิตทุกขั้นตอน ตั้งอยู่ที่ ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวงจังหวัดปทุมธานี ใกล้สนามบิน อุตสาหกรรมนวนคร บนเนื้อที่ 130 ไร่ ประกอบด้วยโรงงานจำนวน 2 โรงงาน, อาคารสำนักงาน,คลังวัสดุ,logistic Hub, โรงอาหารและ หอพักพนักงาน ด้วยงบลงทุนประมาณ 2,100 ล้านบาท เพื่อรองรับกำลังการผลิตที่ 1,120 หลังต่อเดือน

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการสำรวจและวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่องในแต่ละด้าน เช่น การขาย การโอนกรรมสิทธิ์ คุณภาพบ้าน การบริการ ตลอดจนวัสดุ หรือผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรมใหม่ๆ นำมาทำ Focus Group เพื่อตรวจสอบและทบทวนให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าก่อนนำไปใช้จริง เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงการให้บริการและส่งเสริมที่อยู่อาศัยที่มีคุณภาพของบริษัทฯ

ที่ผ่านมาบริษัทฯ ได้ทำการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการก่อสร้างที่อยู่อาศัยอย่างต่อเนื่อง โดยมีทั้งการพัฒนาภายในบริษัทฯ และพัฒนาร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ มีผลงานที่เกิดขึ้น อาทิ เช่น

1. การพัฒนาชิ้นส่วนหน้ากากบ้านทาวน์เฮาส์ (Facet) ให้เป็นชิ้นส่วนสำเร็จรูป ซึ่งทำให้ Process การก่อสร้างสามารถทำได้เร็วขึ้น และได้ผลงานก่อสร้างที่มีมาตรฐานงานที่ดีขึ้น
2. การพัฒนาเทคนิคการก่อสร้างแบบใหม่ด้วยเทคนิค Load Bearing Wall with Composite Slab ซึ่งเป็นเทคนิคใหม่ที่ประสมประสานระหว่างการก่อสร้างแบบอุโมงค์เดม (Tunnel Form Technology) กับเทคนิคการทำพื้นสำเร็จรูปแบบใหม่ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ทำให้เราได้เทคนิคการก่อสร้างที่เหมาะสม โดยเฉพาะกับการก่อสร้างอาคารคอนโดมิเนียม 8 ชั้น ทำให้สามารถก่อสร้างได้ง่ายและรวดเร็วขึ้นในปัจจุบันบริษัทฯ ได้นำเทคโนโลยีนี้มาใช้กับอาคารคอนโดมิเนียม 8 ชั้นของบริษัทฯ ในทุกโครงการ
3. การพัฒนาระบบการติดตั้งแผ่น Precast ผนังและพื้นบ้านเดี่ยวให้สามารถติดตั้งได้เสร็จภายใน 2 วัน ซึ่งถือเป็นสถิติใหม่ในการติดตั้งงาน Precast
4. การพัฒนาบ้านต้นแบบระบบ Knock Down ในปีที่ผ่านมาทางทีมวิจัยและพัฒนาได้ประสบความสำเร็จในการพัฒนาบ้านต้นแบบที่สามารถก่อสร้างและตกแต่งอื่นๆ ทั้งหมดพร้อมเสร็จภายใน 30 วัน ณ ปัจจุบันการก่อสร้างบ้านเดี่ยวทั่วไป ที่ส่งมอบให้กับลูกค้ายังต้องใช้เวลาประมาณ 75-90 วัน ความสำเร็จของบ้านต้นแบบระบบ Knock Down นี้ จึงจะเป็นจุดเริ่มต้นที่จะทำให้เราสามารถลดระยะเวลาสร้างบ้านเพื่อส่งมอบให้กับลูกค้าภายใน 45-60 วันต่อไป
5. การพัฒนาศูนย์ Solution Center เพื่อใช้เป็นศูนย์รับเรื่องและปรับปรุงพัฒนาในรายละเอียดและจุดบกพร่องต่างๆ ทางด้านผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ต่อเนื่อง (Continuous Improvement) และทันสมัยให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว อันจะทำให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดต่อผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ
6. การก่อสร้างอาคารที่อยู่อาศัยขนาดกลางและขนาดใหญ่ ด้วยระบบ Fully-precast ที่เป็นเทคโนโลยีที่แพร่หลายในต่างประเทศเช่นญี่ปุ่น สิงคโปร์ และสหรัฐอเมริกา เป็นโครงสร้างผนังรับแรงที่ออกแบบให้

อาคารมีความแข็งแรงกว่าระบบการก่อสร้างในระบบทั่วไป สามารถควบคุมคุณภาพการก่อสร้างได้ดี โครงการที่ได้ดำเนินการก่อสร้างในระบบใหม่มีที่โครงการ The tree ลาดพร้าว, Lette 624, Be You โชคชัย 4 และในอาคารสูงได้แก่ โครงการ Chapter One

7. การพัฒนาการหล่อวงกบพร้อมแผ่น Precast และหล่อพร้อมผนังในระบบ tunnel technology เพื่อช่วยพัฒนาเกี่ยวกับปัญหาการรั่วซึมของน้ำฝนรอบวงกบที่เกิดจากบ้านที่ติดตั้งวงกบในภายหลัง ซึ่งจะเกิดปัญหารั่วซึมได้หลังจากวัสดุยาแนวเสื่อมสภาพ ทั้งนี้การพัฒนาในระบบใหม่ สามารถแก้ปัญหารั่วซึมรอบวงกบได้ตลอดอายุการใช้งานเป็นการลดการบำรุงรักษากันในระยะยาวได้
8. การพัฒนางานด้านคอนกรีตมวลเบา เพื่อใช้ในองค์ประกอบของบ้านในการรับน้ำหนัก เช่น ผนังรับน้ำหนัก ร่วมกับทาง สวทช เพื่อเป็นเทคโนโลยีทางเลือกเพื่อช่วยลดน้ำหนักของชิ้นงานคอนกรีต และเพื่อการทำงานที่สะดวกขึ้น

ค่าใช้จ่ายในการวิจัยตลาด สำรวจความพึงพอใจของลูกค้า และการวิจัยพัฒนาเทคโนโลยีการก่อสร้างได้บันทึกไว้เป็นค่าใช้จ่ายของบริษัท ในงวดที่เกิดรายการ อย่างไรก็ตามค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องดังกล่าวยังคงคิดเป็นสัดส่วนจำนวนน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้รวมทั้งหมดของบริษัท

ตลอดระยะเวลา 20 ปี บริษัทฯ เห็นความสำคัญในการนำเอานวัตกรรมมาสนับสนุนการพัฒนาในกระบวนการต่างๆของบริษัทฯ ให้ครอบคลุมทุกด้านมากขึ้น เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ของบริษัทฯ ในปี พ.ศ.2560 ที่จะบริษัทฯ ที่ติดอันดับรายได้ 1 ใน 10 ในเอเชีย อีกทั้งมีความยั่งยืนในการทำธุรกิจ (Sustainable growth) จากการเติบโตของธุรกิจที่ต่อเนื่องมั่นคง และ มีการกำกับกิจการที่ดี (Good Governance) จนเป็นแบรนด์อันดับหนึ่งในใจลูกค้า

บริษัทฯ ได้มีการปรับปรุงโครงสร้างองค์กรเพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ดังกล่าว มีนโยบายและแผนงาน ในการนำนวัตกรรมด้านต่างๆ มาใช้เพิ่มขีดความสามารถ และสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ โดยนำนวัตกรรม มาใช้ปรับปรุง การบริหารจัดการกระบวนการในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management Process (P0-P16)) ทั้งหมดของบริษัทฯ ซึ่งเรียกว่า Pruksha Creative Innovation Intelligence ให้ครบทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็น Product Creative, Innovation, Process Creative Innovation และ Service Creative Innovation โดยเน้นให้พนักงานทุกฝ่ายมีส่วนร่วมในการพัฒนาผ่านกิจกรรมต่างๆ อาทิ เช่น Small Group Activity (SGA), Continuous Improvement Project (CI Project) ,Best Practice และ กิจกรรม Show and Share เป็นต้น เพื่อให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรที่เป็นองค์กรแห่งการสร้างสรรค์นวัตกรรม (Creative Innovation Organization)

เนื่องจากการสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นและใช้ได้จริงนั้น ไม่สามารถกระทำได้ โดยใคร คนใด คนหนึ่ง การสร้างสรรค์นวัตกรรมจึงต้องได้รับความร่วมมือและการมีส่วนร่วม ตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูงจนถึงพนักงานระดับปฏิบัติการทุกฝ่ายเชื่อมโยงกัน โดยเมื่อกลางปีที่ผ่านมา ได้มีการตั้งหน่วยงานใหม่ที่เรียกว่าสายงานกลยุทธ์ นวัตกรรมและคุณภาพ ที่

เป็นต้นน้ำ ในกำหนดวางแผนกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อช่วยกำหนดทิศทางการดำเนินธุรกิจ ทั้งในกลุ่มธุรกิจและกลุ่มสนับสนุนให้ไปสู่เป้าหมายในทิศทางเดียวกัน ภายในสายงานนั่นเองจะมีหน่วยงานที่มีหน้าที่ เชื่อมโยง สรรหา สนับสนุน ผลักดัน นวัตกรรม ทั้งจากภายในและภายนอกที่ได้ทำการประเมินแล้วว่ามีความค่า มาประยุกต์ใช้อย่างเป็นรูปธรรม หรือจะเรียกว่าเป็นการทำ C&D ก็ได้ คือ Connecting and Development บริษัทฯ ได้มีการกำหนด Road map ทั้งแผนระยะสั้น และระยะยาว ในการนำเอานวัตกรรมมาใช้แก้ปัญหาและเพิ่มประสิทธิภาพ ในกระบวนการก่อสร้าง และเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันให้ได้มาตรฐานสากลมากยิ่งขึ้น ตลอดจนรักษาและขยายธุรกิจให้ครอบคลุมเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในอนาคต และต่อยอดธุรกิจไปสู่กลุ่มลูกค้าใหม่ ในตลาดใหม่ ที่มุ่งเน้นไปที่ Mega Trend ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ Green Revolution, Digital Lifestyle, Aging/Health Society และ Safety Concern เป็นต้น ทั้งนี้บริษัทฯ ได้มีการบูรณาการและการสร้างสรรค์นวัตกรรม จากการมีส่วนร่วมของพนักงานภายในองค์กรในลักษณะ Closed Innovation และการรับนวัตกรรม จากภายนอกองค์กรที่เรียกว่า Open Innovation นำมาประยุกต์ให้เข้ากับผลิตภัณฑ์ โดยเน้นการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ ทั้งจากผู้ผลิตวัสดุก่อสร้าง สถาบันการศึกษา นักวิชาการผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางทั้งในและต่างประเทศ มาร่วมพัฒนาสินค้าให้เป็น Long-term Partnership

ตัวอย่างแผนการพัฒนานวัตกรรมต่างๆในปัจจุบัน ทั้ง 3ด้าน มีดังนี้

1) ในส่วนของการสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านแรก คือ Process Creative Innovation

ถือเป็นต้นน้ำในการสร้างสรรค์ (ปรุงแต่ง) ผ่านนวัตกรรมกระบวนการ ซึ่งนอกเหนือจากที่บริษัทฯ ได้พัฒนานำเอาเทคโนโลยีกระบวนการผลิต Precast Concrete จากประเทศเยอรมันที่มีกระบวนการผลิตที่เน้นระบบ Automation ที่ทันสมัยมาใช้ที่ โรงงาน 1-5 ลำลูกกา คลอง 6 แล้ว ในเดือนธันวาคมปีนี้ จะเริ่มก่อสร้างโรงงานแห่งใหม่อีก 2 โรง ที่นวนคร โดยสามารถเริ่มผลิตได้ปลายปี 2557 ทำให้กำลังผลิตเพิ่มขึ้น เป็น 1,120 หลังต่อเดือน และมีแผนในการสร้าง Mobile Precast Factory ในต่างจังหวัดอีกด้วย บริษัทฯ ยังมีการสร้างสรรค์นวัตกรรมกระบวนการจัดการใน Supply Chain Management ที่เป็นกระบวนการจัดการ ตั้งแต่การเลือกซื้อที่ดิน ต่อรองราคา ศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ และนำไปออกแบบผลิตภัณฑ์ตามกลุ่มลูกค้าที่เหมาะสม ซึ่งปัจจุบันได้เริ่มพัฒนาการออกแบบ,เขียนแบบ ที่เปลี่ยนจากรูปแบบ 2 มิติ เป็น รูปแบบ 3 มิติ ในระบบการออกแบบที่เรียกว่า BIM (Building Information Model) ผ่านการจัดการสารสนเทศ (MIS) ที่จะเชื่อมโยงฐานข้อมูลเดียวกันทั้งหมดผ่านระบบ SAP ไปสู่การถอดแบบประมาณราคา การผลิตแผ่น Precast การจัดซื้อทำให้ลดข้อผิดพลาดของฐานข้อมูลที่ไม่ตรงกันระหว่างหน่วยงาน ซึ่งคาดว่าจะเริ่มดำเนินการได้ประมาณกลางปี 2557 ฐานข้อมูลดังกล่าวจะสามารถนำไปใช้ เพื่อให้สอดคล้องกับกระบวนการก่อสร้างที่บริษัทฯ ได้มีการพัฒนาระบบการก่อสร้างแบบ REM (Real Estate Manufacturing) คือ การประยุกต์ใช้กระบวนการผลิตแบบอุตสาหกรรม การผลิต มาใช้กับกระบวนการผลิตบ้านให้เป็นแบบ Mass Customized เป็นระบบการก่อสร้างบ้านเพื่อให้ได้ความสามารถในการก่อสร้างที่สูงสุดโดยมีการควบคุมกระบวนการทำงานให้เป็นไปตามลำดับขั้นตอนที่เหมาะสม (Work sequence), มีจังหวะการทำงานที่แน่นอน (Track Time), การทำงานอย่างต่อเนื่อง (Continuous Flow) รวมถึงระบบการควบคุมที่ใช้ป้ายและสัญลักษณ์บอกสถานะต่างๆ ของงานแต่ละงาน (Visual Control) เช่นเดียวกับการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรม อีกทั้งยังมีระบบการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพในระหว่างการก่อสร้าง (In process Quality Control)

สอดแทรกอยู่ในทุกขั้นตอน(Quality Built-in Process) เพื่อให้ได้บ้านที่มีคุณภาพที่ดีที่สุด ซึ่งบริษัทฯ ได้กำหนดเป็นนโยบายให้นำการก่อสร้างด้วยระบบ REM ไปใช้กับโครงการก่อสร้างแนวราบทั้งหมด 100 % ทั้งโครงการบ้านเดี่ยว และทาวน์เฮาส์ จากการติดตามและควบคุมผลการก่อสร้างด้วยระบบ REM ทั้งโครงการก่อสร้างบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮาส์ ในปี พ.ศ.2553 - 2555 ที่ผ่านมา พบว่าประสิทธิภาพในการก่อสร้างเพิ่มขึ้นจากเดิมอย่างชัดเจนถึง 30-50% ในขณะเดียวกันคุณภาพการก่อสร้างบ้านดีขึ้นจากเดิมมากกว่า 60% ส่งผลไปจนถึงการโอนส่งมอบให้ลูกค้า ให้ได้ตามแผนธุรกิจ รวมถึงมีกระบวนการบริการหลังการขาย จนไปถึง การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ผ่านกระบวนการ Continuous Improvement Project ซึ่งเป็นการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพดียิ่งๆ ขึ้น โดยเน้นให้พนักงานเข้ามามีส่วนร่วม และมีแผนในการนำผลงานไปประกวดทั้งในระดับโลกและระดับชาติ อย่างเช่นที่เคยส่งประกวดที่ประเทศอเมริกา จนได้รับรางวัลชนะเลิศ American Society For Quality (ASQ) ประเทศสหรัฐอเมริกา ทางด้านการปรับปรุงคุณภาพงานก่อสร้าง “Quality Improvement for Construction” ในขณะนี้เองได้มีการศึกษา เพื่อลงทุนในการทำระบบ Core data สำหรับในการเชื่อมโยงฐานข้อมูลต่างๆในบริษัทฯ ให้มีความถูกต้องและทันสมัยตลอดเวลา สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์ และตรวจสอบป้องกันและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างทันทั่วทั้งที่เป็นการบริหารความเสี่ยงให้ครบในทุกๆด้าน

2) การสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านต่อมาคือ Service Creative Innovation

บริษัทฯ ได้มีแผนการทำงานร่วมกับหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้ามากยิ่งขึ้น โดยที่ผ่านมาได้ทำ MOU กับ การประปานครหลวง และการไฟฟ้านครหลวง ทำให้สามารถลดค่าใช้จ่าย เพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการอย่างรวดเร็วในอนาคตจะขยายการทำ MOU ในลักษณะเดียวกันนี้กับหน่วยงานอื่น เช่น กรมที่ดิน เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกในการติดต่อราชการครบทุกด้าน บริษัทฯ ยังได้จัดให้มีการบริการที่เรียกว่า Better Living Service คือ การบริการแนะนำผู้รับเหมาแก่ลูกค้าและประชาชนทั่วไปในการปรับปรุงต่อเติมบ้าน มี Contact Center 1739 เพื่อรับข้อร้องเรียนต่างๆ และเข้าดำเนินการตรวจสอบ แก้ไข ตามที่นัดหมายกับลูกค้า มีบริการข้อมูลข่าวสารและบริการต่างๆผ่าน www.pruksa.com มีบริการในลักษณะ Online ทั้งการจองบ้าน การนัดหมายต่างๆ นอกจากนี้ บริษัทฯยังอยู่ระหว่างการพัฒนาเชื่อมโยงข้อมูลของผู้ผลิตสินค้า เฟอร์นิเจอร์ อุปกรณ์เครื่องใช้ภายในบ้าน ในWebsiteเพื่อให้ลูกค้าสามารถ ชื้อสินค้าดังกล่าวที่มีคุณภาพดีได้ในราคาที่ถูกลงกว่าท้องตลาดทั่วไป

3) การสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านสุดท้าย คือ Product Creative Innovation

บริษัทฯ มีแนวทางในการพัฒนาสินค้าให้มีมาตรฐานระดับสากล มีคุณภาพเท่ากันทุกหลังและตรงตามความต้องการของลูกค้า ในลักษณะ Mass Customized จึงได้เน้นการพัฒนาให้มีการผลิต ที่ประยุกต์จากการผลิตแบบโรงงานอุตสาหกรรม คือ เน้นการทำชิ้นส่วนต่างๆของบ้านให้เป็นระบบสำเร็จรูปมาจากโรงงานให้มากที่สุดแล้วนำมาประกอบที่หน้างานเสมือนหนึ่งเป็นเฟอร์นิเจอร์ชิ้นหนึ่งของบ้าน เพราะสามารถควบคุมคุณภาพมาจากโรงงาน โดยไม่ต้องพึ่งพาช่างฝีมือและลดแรงงาน ดังนั้นเองพันธมิตรทางธุรกิจ(Strategic Partner)จึงมีส่วนสำคัญอย่างมากในการพัฒนานวัตกรรมทางด้านนี้ เนื่องจากบริษัทฯ เองไม่สามารถลงทุนทำการ วิจัยและพัฒนาได้ทุกเรื่อง บริษัทฯ จึงทำการเชื่อมโยงหาพันธมิตรทางธุรกิจไม่ว่าจะเป็น Supplier ผู้ผลิตและจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง สถาบันการศึกษาและสถาบันทางวิชาการ

อื่นๆ เพื่อทำการวิจัยพัฒนาปรับปรุงคุณภาพของสินค้า ให้มีมาตรฐานและตรงใจลูกค้าในราคาที่เหมาะสมร่วมกัน บริษัทฯ ได้มีการพัฒนาร่วมกับ Supplier อย่างต่อเนื่อง เช่น ที่ผ่านมาได้พัฒนาและนำไปใช้ในเรื่อง สุขภัณฑ์ Design พร้อม ตู้เก็บของ, ธรณีสัณฐานรูป, บันไดสำเร็จรูป, วงกบประตู หน้าต่างสำเร็จรูป, ถังเก็บน้ำชอนปั้ม, Concrete Mixed Design, ผนัง Zolid wall, ถังขยะสำเร็จรูป ในส่วนของการพัฒนา ห้องน้ำสำเร็จรูป ที่ผลิตมาจากโรงงานผ่านการตรวจสอบคุณภาพก่อนนำมาประกอบติดตั้งที่หน้างานจะสามารถเริ่มนำมาติดตั้งจริงในปลายปี 2557 นี้ ระหว่างนี้ยังมีการพัฒนากับนักวิจัยในเรื่อง ถังบำบัดน้ำค.ส.ล.สำเร็จรูป และคอนกรีตที่มีมวลเบา, ในส่วนของสถาบันการศึกษาและสถาบันวิชาการ ก็มีการทำการวิจัยเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าทั้งด้านคุณภาพและสร้างความมั่นใจต่อลูกค้า อาทิ เช่น การออกแบบ Fully Precast การทดสอบบ้านต้านแผ่นดินไหวของบ้านพุกษาว่าสามารถรับแรงแผ่นดินไหวได้, ทาวน์เฮ้าส์ระบายอากาศ, Zero Carbon House, House for Generation เป็นต้น ในการพัฒนานวัตกรรมในส่วนนี้ บริษัทฯ มีแผนในการหาพันธมิตรทางธุรกิจใหม่ๆ ในการร่วมพัฒนาทุกปี และในอนาคตคงจะเน้นเรื่องของวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการลดการใช้พลังงานเป็นหลักตามกระแสของภาวะโลกร้อน

ในการพัฒนาสร้างสรรค์นวัตกรรมทั้ง 3 ด้านนี้ ถือเป็นการสร้างสรรค์นวัตกรรมทุกขั้นตอน ตั้งแต่ กระบวนการผลิต การทำงาน(ปรุงแต่ง) ออกมาเป็นสินค้า และบริการ ทั้งที่จับต้องได้และสัมผัสได้จากความรู้สึกของลูกค้า ส่งผลทำให้ผลิตภัณฑ์บ้านของพุกษาฯ ที่ส่งมอบบ้าน ที่ได้มาตรฐานสากล สวยงาม และมีคุณภาพ เกิดคุณค่าในเชิง Value For Money, Emotional Value, Functional Value, Value of Time ทำให้ลูกค้าชื่นชม มีความสุข มีความภาคภูมิใจที่ได้เป็นเจ้าของ เกิดภาพลักษณ์ที่ดี อีกทั้งยังคำนึง ถึงการรักษาสิ่งแวดล้อม ด้วยการทำ CSR In Process ให้มาเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางธุรกิจ ที่แทรกอยู่ในทุกขั้นตอน ตั้งแต่ การวิจัยพัฒนา การออกแบบ การผลิต การส่งมอบ จนถึงบริการ รวมถึง CSR after process ที่เกิดจากการมีส่วนร่วมขององค์กรและบุคคลภายนอก โดยดึงลูกค้า คู่ค้า/สังคมและชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

เพราะสิ่งสำคัญในธุรกิจนั้น ไม่ใช่เพียงตัวสินค้าหรือบริการนั้นๆ แต่หัวใจสำคัญ คือ “ความคิดสร้างสรรค์” ที่อยู่เบื้องหลังตัวสินค้าหรือบริการ ที่มีคุณค่า เป็นประโยชน์ต่อลูกค้าและสังคมโดยรวม

7. โครงการดำเนินงานในอนาคต

จากการที่ตลาดได้ตอบรับเป็นอย่างดีในผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของบริษัทฯ ทั้งที่เป็นบ้านทาวน์เฮาส์ บ้านเดี่ยว รวมถึงอาคารชุดในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล รวมถึงเขตกรุงเทพฯ ชั้นใน

ปี 2556 บริษัทฯ มีการเปิดโครงการไปแล้วทั้งสิ้น 60 โครงการ มูลค่ารวม 50 พันล้านบาท แบ่งเป็น

- โครงการบ้านทาวน์เฮาส์	39	โครงการ
- โครงการบ้านเดี่ยว	4	โครงการ
- โครงการอาคารชุด	17	โครงการ

ส่วนในปี 2557 บริษัทฯ มีแผนเปิดโครงการ 30 - 50 โครงการ มูลค่ารวม 30 - 50 พันล้านบาท โดยเน้นเจาะกลุ่มลูกค้าที่เป็น Real demand และเน้นพัฒนาโครงการในแนวราบคือ บ้านเดี่ยวและทาวน์เฮาส์เป็นหลัก และขยายในทุกตลาด โดยจะเจาะกลุ่มตลาดระดับล่างถึงกลางและขยายตลาดในระดับบน อีกทั้งขยายตลาดไปยังจังหวัดอื่นๆ เช่น ระยอง, เชียงใหม่ ภูเก็ต, ชลบุรี, พระนครศรีอยุธยา, ขอนแก่นและพัตยา เพื่อเป็นโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ของบริษัทฯ ในอนาคตต่อไป

- โครงการบ้านทาวน์เฮาส์	17 - 29	โครงการ
- โครงการบ้านเดี่ยว	7 - 12	โครงการ
- โครงการอาคารชุด	5 - 8	โครงการ
- โครงการในต่างประเทศ	1	โครงการ

นอกจากนี้ในต่างประเทศ มีการลงทุนในประเทศอินเดีย ซึ่งมีขนาดของตลาดที่มากพอประกอบกับเศรษฐกิจ มีแนวโน้มการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และเหมาะกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ในระยะยาวต่อไป รวมถึงยังอยู่ระหว่างการศึกษาความเป็นไปได้ในการเปิดโครงการในประเทศอื่นๆ ด้วย เช่น อินโดนีเซีย เป็นต้น

8: ข้อมูลทั่วไปของบริษัทฯ

ชื่อบริษัทที่ออกหลักทรัพย์	:	บริษัท พุกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน)
ประเภทธุรกิจ	:	ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้าน ทาวน์เฮาส์ บ้านเดี่ยว และอาคารชุด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	979/83 อาคารเอสเอ็มทาวเวอร์ ชั้น 27 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400
ที่ตั้งโรงงานผลิตชิ้นส่วนคอนกรีตเสริมเหล็ก สำเร็จรูป รั้ว และเสา	:	54/1 หมู่ 4 ถนนลำลูกกา ตำบลลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี
เลขทะเบียนบริษัท	:	ทะเบียนเลขที่ บมจ. 0107548000307
Home Page	:	http:// www.pruksa.com
โทรศัพท์	:	0-2298-0101
โทรสาร	:	0-2298-0102
หุ้นสามัญและทุนจดทะเบียน (หุ้น, บาท)	:	2,265,812,000
หุ้นสามัญและทุนจดทะเบียนชำระแล้ว (หุ้น, บาท)	:	2,222,832,600
วัตถุประสงค์การใช้เงิน	:	ใช้ลงทุนเพื่อดำเนินการพัฒนาโครงการ

ข้อมูลทั่วไปอื่นและบริษัทฯ ย่อย

1) บริษัท พุกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน)

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ เลขที่ 979/83 อาคารเอส เอ็ม ทาวเวอร์ ชั้น 27 ถ.พหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400

ประเภทธุรกิจ ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านทาวน์เฮาส์ บ้านเดี่ยว และอาคารชุด

เลขทะเบียนบริษัท บมจ. 0107548000307

โทรศัพท์ 0-2298-0101 โทรสาร 0-2298-0102

Homepage: www.pruksa.com

2) โรงงาน PS Precast

สถานที่ตั้งโรงงาน 54/1 หมู่ 4 ถนนลำลูกกา ตำบลลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี

ประเภทธุรกิจ โรงงานผลิตชิ้นส่วนคอนกรีตเสริมเหล็กสำเร็จรูป ผลิตรั้ว และเสาสำเร็จรูป

โทรศัพท์ 0-2532-8124 -32 โทรสาร 0-2532-8123

3) บริษัท เกสรก่อสร้าง จำกัด (บริษัทย่อย)

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ เลขที่ 979/95 อาคารเอส เอ็ม ทาวเวอร์ ชั้น 29 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400
ประเภทธุรกิจ รับเหมาและตกแต่ง
โทรศัพท์ 0-2298-0101 ต่อ 172

4) บริษัท พุทธชาติ เอสเตท จำกัด (บริษัทย่อย)

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ เลขที่ 979/99 อาคารเอส เอ็ม ทาวเวอร์ ชั้น 30 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400
ประเภทธุรกิจ พัฒนาอสังหาริมทรัพย์
โทรศัพท์ 0-2298-0820

5) บริษัท พนาลี เอสเตท จำกัด (บริษัทย่อย)

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ เลขที่ 979/97 อาคารเอส เอ็ม ทาวเวอร์ ชั้น 30 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400
ประเภทธุรกิจ พัฒนาอสังหาริมทรัพย์
โทรศัพท์ 0-2298-0010

6) บริษัท พุกาษา โอเวอร์ซีส์ จำกัด (บริษัทย่อย)

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ เลขที่ 979/100 อาคารเอส เอ็ม ทาวเวอร์ ชั้น 30 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400
ประเภทธุรกิจ พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในประเทศ
โทรศัพท์ 0-2298-0101 โทรสาร 0-2298-1000

7) บริษัท พุกาษา อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (บริษัทย่อย)

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ 979/98 อาคารเอส เอ็ม ทาวเวอร์ ชั้น 30 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400
ประเภทธุรกิจ พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในประเทศ
โทรศัพท์ 0-2298-0101 โทรสาร 0-2298-1000

8) บริษัท พุกาษา โอเวอร์ซีส์ เซอร์วิส จำกัด (บริษัทย่อย)

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ เลขที่ 979/84 อาคารเอส เอ็ม ทาวเวอร์ ชั้น 27 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400
ประเภทธุรกิจ ให้บริการสนับสนุนแกวิสาหกิจในเครือ หรือสาขาของตนทั้งภายในและภายนอกประเทศ (ROH)
โทรศัพท์ 0-2298-0101

9) บริษัท พุกษา อินเดีย เฮาส์ซิง จำกัด (Pruksa India Housing Private Limited) (บริษัทย่อย)

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ Ferns Icon, Unit No. 7, 1st Floor, Daddanekundi Village, Next to Akme Ballet, Marathahalli Outer Ring Road, Bangalore-560 037 Karnataka, India

ประเภทธุรกิจ พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในอินเดีย

โทรศัพท์ : +91 9632707654

10) บริษัท พุกษา อินเดีย คอนสตรัคชั่น จำกัด (Pruksa India Construction Private Limited) (บริษัทย่อย)

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ Ferns Icon, Unit No. 7, 1st Floor, Daddanekundi Village, Next to Akme Ballet, Marathahalli Outer Ring Road, Bangalore-560 037 Karnataka, India

ประเภทธุรกิจ รับเหมาก่อสร้างในอินเดีย

โทรศัพท์ : +91 9632707654

11) บริษัท พุกษา – โมฮัน มูธา เรียล เอสเตท จำกัด (Pruksa-Mohan Mutha Real Estate Private Limited) (บริษัทร่วมทุน)

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ Brooklyn Business Centre, 6th Floor West Wing, 103-105, Poonamallee High Road, Chennai-600085 Tamil Nadu, India

ประเภทธุรกิจ พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในอินเดีย

12) บริษัท พุกษา ลักโซรา เฮาส์ซิง จำกัด (Pruksa-Luxora Housing Private Limited) (บริษัทร่วมทุน)

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ Soham House, Hari Om Nagar, Off. Eastern Express Highway, Mulund (East), Mumbai – 400081 Maharashtra, India

ประเภทธุรกิจ พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในอินเดีย

**13) บริษัท พุกษา เวียดนาม จำกัด (Pruksa Vietnam Company Limited) (บริษัทร่วมทุน)
(จดทะเบียนจัดตั้งเมื่อ 2 มกราคม 2556)**

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ Unit A, 8th Floor, No. 116 Nguyen Duc Canh, Cat Dai Ward, Le Chan District, Hai Phong, Vietnam

ประเภทธุรกิจ พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในเวียดนาม

14) บริษัท พุกษา เวียดนาม คอนสตรัคชั่น จำกัด (Pruksa Vietnam Construction Co., Ltd) (บริษัทย่อย)

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ Unit B, 8th Floor, No. 116 Nguyen Duc Canh, Cat Dai Ward, Le Chan District, Hai Phong, Vietnam

ประเภทธุรกิจ รับเหมาก่อสร้างในเวียดนาม

15) บริษัท พุกษา-เอชดีซี เฮาส์ซิง จำกัด (Pruksa-HDC Housing Private Limited) (บริษัทร่วมทุน)

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ Second Floor, HDC Building, Hulhumale, Republic of Maldives

ประเภทธุรกิจ พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในมัลดีฟส์

16) บริษัท เกสร ก่อสร้าง จำกัด สาขามัลดีฟส์ (บริษัทย่อย)

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ Second Floor, HDC Building, Hulhumale, Republic of Maldives

ประเภทธุรกิจ รับเหมาและตกแต่ง

17) บริษัท ธนะเทพเอ็นจิเนียริงแอนด์คอนสตรัคชั่น จำกัด (บริษัทย่อย)

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ เลขที่ 37/1 อาคารลัมเจริญ 2 ชั้นที่ 3 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงสามเสนใน เขตพญาไท

กรุงเทพมหานคร

ประเภทธุรกิจ รับเหมาก่อสร้าง

นายทะเบียนหลักทรัพย์

ชื่อบริษัท บริษัทศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ 62 อาคารสำนักงานตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก

แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110

โทรศัพท์ 0-2229-2800

นายทะเบียนหุ้นกู้ ครั้งที่ 1/2552

ชื่อบริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ 1 ซอยกสิกรไทย ถนนราชวัตรบูรณะ แขวงราชวัตรบูรณะ เขตราชวัตรบูรณะ กรุงเทพมหานคร

เบอร์โทรศัพท์ 0-2222-0000, 0-2888-8888

นายทะเบียนหุ้นกู้ ครั้งที่ 1/2553

ชื่อบริษัท ธนาคารซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน)

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ 44 ถนนหลังสวน แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร

เบอร์โทรศัพท์ 0-2626-7000

ผู้สอบบัญชี

นางสาววิภาวรรณ ปัทวันวิเวก

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่ 4795 และ / หรือ

นางสาวสมบุญ ศรีศิริบุญบุญ

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่ 3731 และ / หรือ

นายสุพจน์ สิงห์เสนห์

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่ 2826 และ / หรือ

นางสาววรรณพร จงพิโรเดชานนท์

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่ 4098 และ / หรือ

นายเจริญ ผู้สัมฤทธิ์เลิศ

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่ 4068

บริษัท บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชยสอบบัญชี จำกัด

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ 195 เอ็มไพร์ทาวเวอร์ ชั้น 22 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร

10120 โทรศัพท์ 0-2677-2000

ที่ปรึกษากฎหมาย

บริษัท เบเคอร์ แอนด์ แม็คเค็นซี จำกัด

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ 990 อาคารอับดุลราฮิมเพลส ชั้น 25 ถนนพระราม 4 กรุงเทพมหานคร 10500

โทรศัพท์ 0-2636-2000