

## ข้อมูลสรุป (Executive Summary)

บริษัทฯ จัดทะเบียนจัดตั้งขึ้นในรูปของบริษัทจำกัด ภายใต้ชื่อ บริษัท พุกกา เรียลเอสเตท จำกัด เมื่อวันที่ 20 เมษายน 2536 เพื่อประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โดยการพัฒนาโครงการประเภทบ้านทาวน์เฮาส์ บ้านเดี่ยว และอาคารชุด ครอบคลุมทำเลที่มีศักยภาพ และการเจริญเติบโตสูง ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

บริษัทฯ ได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นมหาชน เมื่อวันที่ 27 เมษายน 2548 ภายหลังจากที่บริษัทฯ ได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด หลักทรัพย์ของบริษัทฯ ภายใต้สัญลักษณ์ “PS” ได้เข้าทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นครั้งแรกในวันที่ 6 ธันวาคม 2548 และปัจจุบันหลักทรัพย์ของบริษัทฯ จัดอยู่ในกลุ่มดัชนีตัวชี้วัดบริษัทขนาดใหญ่หรือ “SET 50”

บริษัทฯ ถือเป็นผู้นำตลาดบ้านทาวน์เฮาส์สำหรับผู้มีรายได้ระดับต่ำถึงปานกลางและบริษัทฯ มีส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดที่สร้างโดยผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้พัฒนาโครงการบ้านทาวน์เฮาส์ภายใต้ชื่อ “บ้านพุกกา”, “พุกกาวิลล์”, “เดอะรีโน”, “เดอะคอนเนค”, “เออร์บาน”, “เดอะแพลนท์ ซิตี้”, “วิลล์เลต” และ “พาทีโอ” นอกจากนั้นบริษัทฯ ยังได้พัฒนาโครงการบ้านเดี่ยวสำหรับผู้มีรายได้ระดับปานกลางถึงสูง ภายใต้ชื่อ “เนเชอรัล”, “พุกกาวิลเลจ”, “พุกกาบูรี”, “ภัสธร” และ “เดอะแพลนท์” และ “เดอะปาล์ม”

ต่อมา ในช่วงปี 2550-2552 บริษัทฯ ได้เล็งเห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของความต้องการที่อยู่อาศัยในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ประกอบกับระบบการขนส่งสาธารณะที่ขยายเส้นทางเพิ่มมากขึ้น บริษัทฯ จึงได้พัฒนาโครงการอาคารชุดเพื่อรองรับความต้องการดังกล่าว ซึ่งบริษัทฯ ได้ประสบความสำเร็จในระดับที่น่าพอใจ จากการที่สามารถเข้าไปมีส่วนแบ่งในตลาดอาคารชุดเพิ่มขึ้น โดยโครงการอาคารชุดของบริษัทฯ ที่พัฒนา จะอยู่ภายใต้ชื่อ “ซิตีวิลล์”, “ปียู”, “พลัมคอนโด”, “คอนโดเลต”, “เออร์บานแอปไซดูล”, “เดอะทรี”, “แซปเตอร์วัน”, “เดอะซี้ด”, “ฟิวส์” และ “ไอวี”

ส่วนในต่างประเทศ ปี 2553 บริษัทฯ ได้เริ่มเปิดขายโครงการเป็นครั้งแรก คือ อาคารชุดที่มัลดีฟส์ ภายใต้แบรนด์ “คอรัลวิลล์” ตามด้วยบ้านแนวราบที่บังกะลอรี ประเทศอินเดีย ภายใต้แบรนด์ “ซิลวาน่า” โดยมีการโอนยูนิตแรกได้ในปี 2554

สำหรับตลาดในประเทศไทย ในปี 2555 บริษัทฯ ได้ทำการเปิดขายทาวน์เฮาส์ที่เป็นลักษณะ Home Office และทาวน์โฮมมากขึ้น โดยมีพื้นที่ใช้สอย 3 – 4 ชั้น โดยใช้ชื่อ แบรนด์ “วิลล์เลต” เพื่อเจาะตลาดลูกค้าระดับกลางถึงบน ส่วนแบรนด์อื่น ๆ เช่น “เดอะรีโน”, “พาทีโอ” เหล่านี้ จะอยู่ในทำเลใกล้เขตเมืองมากขึ้นและระดับราคาจะสูงขึ้น ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังได้นำเทคโนโลยีการก่อสร้างบ้านแบบ Real Estate Manufacturing (REM) หรืออาร์อีเอ็ม เข้ามาเสริมเพื่อควบคุมการก่อสร้างบ้านแนวราบ ให้มีคุณภาพและลดการพึ่งพาการใช้แรงงานที่เริ่มมีการขาดแคลนอีกด้วย

ปี 2556 บริษัทฯ ได้ทำการปรับวิสัยทัศน์ใหม่ โดยมุ่งเน้นในวัตถุประสงค์ที่สำคัญคือ “พุกษา มุ่งมั่นที่จะเป็นแบรนด์อันดับหนึ่งในใจลูกค้า ในธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ เพื่อการอาศัยและก้าวขึ้นเป็น 1 ใน 10 แรนด์ธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ของทวีปเอเชีย ด้วยการสรรค์สร้างที่อยู่อาศัย ที่มีคุณค่าเพื่อให้ทุกคนรอบรู้ได้สัมผัสความสุข ความอบอุ่น และมีชีวิตที่ดีขึ้นในทุกๆ วัน” และปีนี้เองถือได้ว่าเป็นปีทองที่บริษัทฯ ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากไม่ว่าจะเป็นเรื่องของยอดขาย ยอดโอนกรรมสิทธิ์ และจำนวนหน่วย (unit) ที่โอนที่สูงที่สุดเป็นประวัติการณ์ เพื่อเป็นการรองรับกับการเจริญเติบโตของบริษัทฯ บริษัทฯ จึงได้จัดสรรงบประมาณจำนวน 2,300 ล้านบาท เพื่อซื้อที่ดินจำนวน 130 ไร่ ที่บริเวณนิคมอุตสาหกรรมนวนคร จังหวัดปทุมธานี เพื่อทำการก่อสร้างเป็นโรงงานพุกษา พรีคาสท์ เพิ่มอีก 2 โรงงาน (PCF6 และ PCF7) ซึ่งเป็น Green Factory แห่งแรกของประเทศไทย ที่ช่วยลดมลภาวะเรื่องเสียง ฝุ่น และน้ำเสีย มีระบบการผลิตที่ทันสมัยที่สุดและมีกำลังการผลิตสูงที่สุดในประเทศไทย โดยเมื่อรวมโรงงานทั้ง 7 โรงงานแล้วหากทำการผลิตเต็มประสิทธิภาพจะสามารถผลิตบ้านได้ถึงประมาณ 1,120 หลังต่อเดือน

ปี 2557 บริษัทฯ ได้เปิดตัวบ้านเดี่ยวระดับพรีเมียมภายใต้แบรนด์ “เดอะ ปาล์ม” บนถนนพัฒนาการ ราคา 9-25 ล้านบาท ซึ่งเป็นการนำ precast มาใช้กับบ้านระดับพรีเมียมทั้งหลังและได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี นอกจากนี้ทางบริษัทฯ ได้มีการนำ Pruksa Real Estate Manufacturing (REM) มาใช้ ทำให้สามารถควบคุมต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพและลด Business Cycle Time สำหรับแนวราบ เหลือ 87 วัน จาก 146 วันในปี 2556 นอกจากนี้ทางบริษัทฯ มีการนำห้องน้ำสำเร็จรูปมาใช้ในโครงการคอนโดและอยู่ในระหว่างการศึกษาในการนำห้องน้ำสำเร็จรูปมาใช้ในโครงการแนวราบ ซึ่งการนำห้องน้ำสำเร็จรูปมาใช้สามารถช่วยย่นระยะเวลาการก่อสร้าง รวมถึงได้ห้องน้ำที่มีคุณภาพที่ดีขึ้น ถึงแม้ว่าภาพรวมตลาดในกรุงเทพฯ และปริมณฑลในปี 2557 จะปรับตัวลดลง 15.8% เมื่อเทียบกับปี 2556 เนื่องจากสภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง แต่ด้วยความสามารถด้านการบริหารจัดการ ของบริษัทฯ ทำให้ผลประกอบการของบริษัทฯ ยังคงสามารถรักษาการเติบโตได้ดี โดยเฉพาะรายได้รวมที่ทำได้สูงในระดับ 43,027 ล้านบาท เป็นการสร้างสถิติรายได้สูงสุด ต่อเนื่องติดต่อกันเป็นปีที่ 21 และกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทฯ ใหญ่ที่สุดทำได้ 6,655 ล้านบาท เติบโตถึง 14.7% เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา

จากผลการดำเนินงานที่โดดเด่นในทุกๆ ด้าน ส่งผลให้บริษัทฯ ได้รับรางวัลเกียรติยศที่น่าภาคภูมิใจ อาทิ “Best Investor Relations Award” และ “Outstanding Corporate Social Responsibility Award” จาก พิธีประกาศผลรางวัล “SET Awards 2014” จัดโดย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

และจากจุดแข็งของบริษัทฯ ดังกล่าว จึงพอจะสรุปได้ว่าบริษัทฯ เป็นผู้ประกอบการธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่มีการพัฒนาระบบการบริหารและมีการพัฒนาระบบการก่อสร้างอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถบริหารคุณภาพการก่อสร้างได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนั้นยังเป็นผู้นำด้านการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการก่อสร้างบ้าน ทาวน์เฮาส์และบ้านเดี่ยว โดยเริ่มตั้งแต่ พื้นสำเร็จรูป โครงสร้างผนังรับน้ำหนักแบบต่างๆ

เมื่อมองไปถึงเรื่องของการบริหารจัดการงานสร้างบ้านแนวราบด้วยตนเองจากเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้บริษัทฯ สามารถควบคุมได้ทั้งคุณภาพที่ดี ประหยัดระยะเวลาการก่อสร้างได้มากกว่าการก่อสร้างแบบทั่วไป ส่งผลให้บริษัทฯ นำ

จุดแข็งนี้ใช้เป็นกลยุทธ์ที่เด่นกว่า หากเปรียบเทียบกับการสร้างบ้านในรูปแบบ ขนาดและทำเลที่ใกล้เคียงกันกับผู้ประกอบการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในตลาดโดยทั่วไป นอกจากนั้นสำหรับบ้านราคาประหยัด บริษัทฯ ยังสามารถสร้างบ้านที่ได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนจาก BOI ไม่ว่าจะเป็นบ้านทาวน์เฮาส์และอาคารชุด เพื่อรองรับสำหรับผู้มีรายได้น้อย แต่ต้องการมีบ้านอยู่อาศัยเป็นของตนเองอีกด้วย

จากผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ในช่วงเวลาที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่าบริษัทฯ มีผลประกอบการที่ดีส่งผลให้มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง และแม้ว่าจะอยู่ในสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่ตกต่ำ หรือแม้แต่สภาพแวดล้อมทางการเมืองที่มีความไม่แน่นอน หรือแม้แต่เหตุของภัยพิบัติทางธรรมชาติต่างๆ เช่น อุทกภัยฯ แต่บริษัทฯ ก็ยังสามารถบริหารให้ผ่านพ้นวิกฤตไปด้วยดี (ตามข้อมูลทางการเงินที่สำคัญย้อนหลัง 5 ปี ตามตาราง)

ตัวเลขทางการเงินที่สำคัญ	2553	2554	2555	2556	2557
ยอดขาย (ล้านบาท)	38,752	25,554	29,396	41,282	39,090
โอนกรรมสิทธิ์ให้ผู้ซื้อบ้าน (หน่วย)	12,849	12,194	12,444	17,137	17,084
รายได้รวม (ล้านบาท)	23,407	23,422	27,141	39,041	43,027
กำไรสุทธิ (ล้านบาท)	3,488	2,835	3,898	5,801	6,654
กำไรสุทธิ-ส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่ (ล้านบาท)	3,488	2,835	3,898	5,802	6,655

## 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

### 1.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ วัฒนธรรม และ ค่านิยมของพฤษภา

#### วิสัยทัศน์พฤษภา

พฤษภาคมุ่งมั่นที่จะเป็นแบรนด์อันดับหนึ่งในใจลูกค้า ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่อยู่อาศัย และก้าวขึ้นเป็น 1 ใน 10 แแบรนด์ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ของทวีปเอเชีย ด้วยการสรรค์สร้างที่อยู่อาศัยที่มีคุณค่า เพื่อทุกคนรอบตัวได้สัมผัสความสุข ความอบอุ่น และชีวิตที่ดีขึ้นในทุกๆ วัน

#### พันธกิจพฤษภา

เรามุ่งมั่นช่วยเหลือลูกค้าทุกราย เติบโตเติมทุกความฝันได้เป็นเจ้าของบ้านที่มีคุณค่า เพื่อชีวิตเปี่ยมสุขทุกคนรอบตัว

#### วัฒนธรรมพฤษภา

ฉันมีใจรักเมตตา เต็มใจช่วยเหลือลูกค้า ให้ได้รับในสิ่งที่ปรารถนา

ฉันมีสมาธิ ฉันมีสติระลึกถึงสิ่งที่ลูกค้าต้องการ

ฉันเพียรคิดพิจารณา มีสติ คิดไตร่ตรอง รู้แจ้งเห็นชัดวิธีปฏิบัติงาน

ฉันเร่งลงมือปฏิบัติงาน ให้ลูกค้าได้รับในสิ่งที่ปรารถนา

ลูกค้ามีความสุข ฉันมีความสุข ฉันภูมิใจในผลงานของฉัน

#### ค่านิยมพฤษภา

##### “มุ่งมั่นเพื่อลูกค้า”

มุ่งมั่น ค้นหา และเข้าใจเพื่อตอบสนองความต้องการของทุกกลุ่มลูกค้าด้วยบ้านที่มีคุณค่า และบริการที่ประทับใจ

##### “สร้างนวัตกรรมที่สร้างสรรค์”

คิดสรรค์สร้างนวัตกรรมเพื่อสร้างสรรค์สินค้าและบริการชั้นยอดที่เหนือความคาดหมายและประทับใจลูกค้า

##### “ทำงานร่วมมือร่วมใจเป็นทีม”

ร่วมมือร่วมใจทำงานเป็นทีม เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันเพื่อให้เกิดผลงานประทับใจลูกค้า

##### “มีวินัยปฏิบัติงาน”

มีวินัยในการปฏิบัติงาน ให้แล้วเสร็จทันเวลา ตรงตามแผนงานด้วยผลงานที่มีคุณภาพ

##### “ยึดมั่นจริยธรรม”

ใจเราคิด เราพูด เรากระทำ เพื่อประโยชน์ลูกค้า เป็นธรรมและเป็นประโยชน์แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

## 1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

### 1.2.1 ความเป็นมา

บริษัทฯ ก่อตั้งเมื่อวันที่ 20 เมษายน 2536 โดยนายทองมา วิจิตรพงศ์พันธุ์ ภายใต้ชื่อ บริษัท พุกชา เรียลเอสเตท จำกัด เพื่อประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านทาวน์เฮ้าส์ บ้านเดี่ยวและอาคารชุด มีทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 50.0 ล้านบาท โดยนำประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการดำเนินธุรกิจก่อสร้างให้แก่ทั้งภาครัฐและเอกชนมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ ประกอบกับการมีทีมผู้บริหารมืออาชีพ และการว่าจ้างที่ปรึกษาจากบริษัทชั้นนำทั้งในประเทศและในระดับโลก เพื่อพัฒนาระบบสนับสนุนต่างๆ รวมถึงการปรับกลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้บริษัทฯ มีผลการดำเนินงานที่มีกำไรตลอดมา แม้ในช่วงภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำ

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในด้านที่อยู่อาศัย โดยเน้นการพัฒนาโครงการทุกพื้นที่ของกรุงเทพฯ และปริมณฑลรวมถึงเขตศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพฯ ในทำเลที่มีศักยภาพและการเจริญเติบโตสูง โครงการของบริษัทฯ ทั้งในประเทศและต่างประเทศมีดังนี้

ทาวน์เฮ้าส์/บ้านแฝด	บ้านเดี่ยว	คอนโดมิเนียม
บ้านพุกชา	เนเชอรัล	พลัม คอนโด
พุกชาวิลลส์	เดอะซีซั่น	เดอะไพรเวซี
พุกชาทาวน์	พุกชาวิลเลจ	คอนโดเลต
เดอะคอนเนค	พุกชาทาวน์ เซเรนีตี้	เออร์บาน แอปไซลูท
พุกชาทาวน์ เน็กซ์	บ้านพุกชานารา	เดอะทรี
พุกชาไลฟ์	ซินเนอรี่	แชปเตอร์วัน คอนโด
พุกชาทาวน์ ฟรีเวย์	พุกชาบุรี	Stylish Residence
ฟรีเวย์ ฟิเดลีโอ	ภัสสร	ฟิวส์
วิลเลต ไลฟ์	เดอะแกลเลอรี	ไอวี
วิลเลต ทาวน์โฮม	ดีไลฟ์	ดิเอดิเตอร์
เดอะแพลนท์ซีตี้	เดอะแพลนท์	เดอะวีเชิร์ฟ
วิลเลต ซีตี้	เดอะปาล์ม	Coral Ville (สาธารณรัฐมัลดีฟส์)
พาทีโอ	วีทู	
พุกชาทาวน์ พาวาติส	Pruksa Silvana (สาธารณรัฐอินโดนีเซีย)	
เออร์บาน		
Pruksa Silvana (สาธารณรัฐอินโดนีเซีย)		

นอกจากนี้บริษัทฯ เป็นหนึ่งในผู้ประกอบการเพียงไม่กี่รายที่บริหารจัดการงานก่อสร้างด้วยตัวเองในบ้านแนวราบ รวมถึงการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยจากต่างประเทศมาก่อสร้างบ้าน ซึ่งแตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่นที่จะจ้างผู้รับเหมา เพื่อทำการก่อสร้างทั้งโครงการ กล่าวคือบริษัทฯ จะเป็นผู้กำหนดรูปแบบ รายละเอียดการออกแบบ และบริหารการก่อสร้างโครงการเอง โดยจะแบ่งงานออกเป็นส่วนๆ เช่น งานฐานราก งานปูน งานติดตั้งชิ้นส่วนอาคาร งานปูพื้นกระเบื้อง และงานหลังคา เป็นต้น โดยงานติดตั้งชิ้นส่วนอาคาร งานปูพื้นกระเบื้องและงานหลังคาบริษัทฯ จะว่าจ้างผู้รับเหมาที่มีความชำนาญเฉพาะด้านและบริษัทฯ จะเข้าควบคุมการก่อสร้าง โดยการจัดส่งวิศวกรและผู้ควบคุมงานก่อสร้าง (Foreman) ของบริษัทฯ เข้าไปตรวจสอบให้เป็นไปตามรูปแบบและมาตรฐานที่กำหนด ทั้งนี้บริษัทฯ จะเป็นผู้จัดหาวัสดุ ก่อสร้างเองทั้งหมด ซึ่งการที่บริษัทฯ บริหารจัดการงานก่อสร้างด้วยตัวเองและการใช้เทคโนโลยีในการก่อสร้างทำให้ บริษัทฯ สามารถควบคุมคุณภาพของงานให้ได้มาตรฐาน ลดระยะเวลาการก่อสร้างและบริหารต้นทุนการก่อสร้างได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากเดิมที่บริษัทฯ มีโรงงานพุกกาษา ปรินคาสท์ 5 โรง ที่ลำลูกกา แต่เพื่อรองรับการขยายตัวบริษัทฯ จึงได้มีการลงทุนเพิ่มเติมอีก 2,300 ล้านบาทเพื่อสร้างโรงงานพุกกาษา ปรินคาสท์ แห่งใหม่ 2 โรง ที่นวนคร โดยเป็นโรงงานผลิต ชิ้นส่วนคอนกรีตเสริมเหล็กสำเร็จรูปที่ทันสมัยที่สุดและมีกำลังการผลิตที่สูงที่สุดในประเทศไทย

บริษัทฯ ได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัดเมื่อวันที่ 27 เมษายน 2548 และจากที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของ บริษัทฯ เมื่อวันที่ 22 เมษายน 2548 ได้อนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 1,700 ล้านบาท เป็น 2,232.5 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 532.50 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท โดยหลักทรัพย์ของบริษัทฯ ภายใต้สัญลักษณ์ “PS” เข้าทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นครั้งแรกในวันที่ 6 ธันวาคม 2548

## 1.2.2 พัฒนาการที่สำคัญในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

ปี/ 2553

- บริษัทฯ ได้เปลี่ยนชื่อภาษาอังกฤษจาก “Preuksa Real Estate Pcl.” เป็น “Pruksa Real Estate Pcl.” รวมทั้งมีการเปลี่ยนแปลงตราเครื่องหมายการค้า เพื่อสะท้อนการเปลี่ยนแปลงในครั้งนี้ด้วย
- บริษัทฯ มียอดขายได้สูงสุดในผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์หลังจากการประกาศงบการเงินปี 2552
- บริษัทฯ ได้ออกแบรนด์ใหม่ในบ้านเดี่ยว “บ้านพุกษานารา” ในต่างจังหวัดที่เป็นหัวเมืองใหญ่ๆ และเมืองท่องเที่ยว ได้แก่ อยุธยา และ ชลบุรี โดยเริ่มเปิดโครงการบ้านแนวราบที่ จ. อยุธยา ในเดือนมิถุนายน 2553
- บริษัทฯ ได้ออกแบรนด์ใหม่ในอาคารชุด เช่น “Chapter One”, “Condolette”, “Fuse”, “Urbano” และ แบรนด์แรกในต่างประเทศ คือ “Coral Ville” ในสาธารณรัฐมัลดีฟส์
- บริษัทฯ เปิดขายอาคารชุด “Coral Ville” ในเมืองฮูลูมาเล่, สาธารณรัฐมัลดีฟส์ โดยร่วมทุนกับ Housing Development Co. (HDC)
- บริษัทฯ ซื้อที่ดินแห่งแรกประมาณ 65 ไร่ หรือ 26 เอเคอร์ ในเมืองบังกะลอร์ สาธารณรัฐอินเดีย พัฒนา เป็นโครงการ ทาวน์เฮ้าส์ และบ้านเดี่ยว เฟสแรกที่เขต Budigere
- บริษัทฯ ร่วมทุนกับ SOHAM Group of Companies เพื่อร่วมพัฒนาที่ดิน ในเมืองมุมไบ สาธารณรัฐอินเดีย เปิดขายทาวน์เฮ้าส์ และบ้านแฝด ที่เขต Pimplas, Thane
- บริษัทฯ ลงนามสัญญาร่วมทุนในเมืองไฮฟง 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 ก่อสร้างโรงงานพุกกาษา พรีคาสท์อีก 2 โรงงาน (PCF4 และ PCF5) โดย PCF4 ผลิตชิ้นงาน Facade สำหรับทาวน์เฮ้าส์ มีกำลังการผลิต 4,000 ลูกบาศก์เมตรต่อเดือน โดยเริ่มดำเนินการผลิตปลายปี 2553 และ PCF5 เป็นโรงงานพรีคาสท์ที่ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สุดในโลกจากประเทศเยอรมนี ใช้หุ่นยนต์ในการประกอบแบบ มีกำลังการผลิตผนังบ้าน 400 หลังต่อเดือน ซึ่งถือว่าเป็นโรงงานที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และเริ่มดำเนินการผลิตในเดือนธันวาคม ทำให้กำลังการผลิตบ้านรวมเพิ่มขึ้นเป็น 640 หลังต่อเดือน

## ปี 2554

- โรงงานผลิตแผ่น Precast PCF 4 และ PCF 5 ซึ่งเริ่มดำเนินการผลิตในปลายปี 2553 สามารถขยายกำลังการผลิตให้เต็มที่ได้ในกลางปี 2554
- บริษัทฯ ได้ออกแบรนด์ใหม่ ดังนี้
  - ทาวน์เฮ้าส์ คือ “วิลเลต” “เดอะ รีโน” และ “พาทีโอ” เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าระดับกลางถึงบน
  - บ้านเดี่ยว คือ “เนเชอรัล” และ “พุกกาษาปูลิ” เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าระดับบน
  - อาคารชุด คือ “พลัม” เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าระดับกลางลงมา
- ขยายโครงการออกไปสู่ตลาดต่างจังหวัดเพิ่ม เช่น ภูเก็ต (“พุกกาษาวิลลส์”) และ ขอนแก่น (บ้านเดี่ยว / บ้านแฝด ในแบรนด์ “บ้านพุกกาษานารา”)
- ในเมืองบังกาลอร์ บริษัทฯ ได้เปิดขายบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮ้าส์ ในชื่อโครงการ Pruksha Silvana มีจำนวนทั้งหมด 401 ยูนิต มียอดจองที่ 469 ล้านบาทในปี 2554 โดยบริษัทฯ เริ่มโอนบ้านยูนิตแรกได้ ในเดือนธันวาคม 2554
- โครงการอาคารชุดโครงการแรกบนเกาะฮูลูมาเล่ (Hulumale') สาธารณรัฐมัลดีฟส์ ชื่อ Coral Ville จำนวน 9 อาคาร เริ่มโอนกรรมสิทธิ์ 2 อาคารแรก
- เดือนพฤศจิกายนเกิดวิกฤติน้ำท่วมใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทำให้ลูกค้าบางส่วนยกเลิกการจองและการโอน แม้กระนั้นก็ตามบริษัทฯ ยังสามารถรักษายอดโอนได้สูงเป็นอันดับ 1 ของผู้ประกอบการที่อยู่อาศัยคือที่ 23,231 ล้านบาท ส่วนยอดจองได้ที่ 25,554 ล้านบาท สูงเป็นอันดับ 2 ของยอดจองที่บริษัทฯ เคยทำได้สำหรับ โรงงานพรีคาสท์ได้เตรียมการเพื่อป้องกันน้ำท่วมเป็นอย่างดี ทำให้สามารถป้องกันน้ำไม่ให้เข้าท่วมโรงงานหลัก (PCF1, PCF 5) แต่พื้นที่โดยรอบโรงงานน้ำท่วม จึงต้องหยุดการผลิตเป็นเวลา 40 วัน และเริ่มกลับมาผลิตในต้นเดือนธันวาคม



## ปี 2555

- เพื่อลดการพึ่งพาแรงงาน ลดชั่วโมงทำงาน และใช้แรงงานที่มีอยู่อย่างจำกัด ให้คุ้มค่าที่สุด บริษัทฯ ได้นำเทคโนโลยีการก่อสร้างบ้านแบบ Real Estate Manufacturing (REM) หรืออาร์อีเอ็ม เข้ามาใช้เพื่อควบคุมการก่อสร้างบ้านแนวราบ ตามลำดับขั้นตอน ในระหว่างการก่อสร้างเพื่อให้บ้านมีคุณภาพ REM เป็นระบบที่ใช้แรงงานก่อสร้างอย่างมีประสิทธิภาพ โดยจะให้ผู้รับเหมาก่อสร้าง ทำงานก่อสร้างเฉพาะให้ส่วนงานที่ตนเองมีความถนัดเพียงกิจกรรมเดียว จนสำเร็จทั้งเฟส หรือโครงการ ณ จุดดังกล่าว ซึ่งกระบวนการผลิตจะเหมือนกับการผลิตรถยนต์ จึงสามารถย่นระยะเวลาการก่อสร้างลงให้เหลือเฉลี่ย 21 วัน จากระยะเวลาก่อสร้างเฉลี่ย 45 วันได้
- ผลจากวิกฤติน้ำท่วม ปี 2554 การเปิดโครงการใหม่ๆ ของบริษัทฯ จะมีข้อปฏิบัติที่ต้องกระทำเพื่อป้องกันความเสียหายหรือ 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 ปี 6 เดือน 3,000 ล้านบาท และ 5 ปี 2,000 ล้านบาท ครบกำหนดไถ่ถอนหุ้นกู้ในปี 2559 และ พ.ศ. 2560 ตามลำดับ

## ปี 2556

- ประกาศวิสัยทัศน์ใหม่ว่า “ปวกกษา มุ่งมั่นที่จะเป็นแบรนด์อันดับหนึ่งในใจลูกค้า ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ที่อยู่อาศัยและก้าวขึ้นเป็น 1 ใน 10 แบรนด์ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ของทวีปเอเชีย ด้วยการสรรค์สร้างที่อยู่อาศัย ที่มีคุณค่า เพื่อทุกคนครัวได้สัมผัสความสุข ความอบอุ่นและชีวิตที่ดีขึ้นในทุกๆวัน” พร้อมทำการปรับโครงสร้าง การบริหารงานองค์กร ใหม่ เพื่อให้การบริหารธุรกิจตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่มทุกระดับ โดยแบ่งความรับผิดชอบของผู้บริหารตาม Segment ของบ้าน เน้นการสร้างสรรค์นวัตกรรมในการสร้างบ้านที่มีคุณภาพและบริการที่ดีเลิศ เพื่อความคล่องตัวในการบริหารงานให้สอดคล้องกับภาวะการแข่งขันของตลาดอสังหาริมทรัพย์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และปีนี้เองถือได้ว่าเป็นปีที่บริษัทฯ ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากไม่ว่าจะเป็นเรื่องของยอดขาย ยอดโอนกรรมสิทธิ์ และจำนวนหน่วย (unit) ที่โอนที่สูงที่สุดเป็นประวัติการณ์
- พัฒนาห้องน้ำสำเร็จรูปมาใช้กับโครงการคอนโดมิเนียม (เริ่มติดตั้งปี 2557) เพื่อให้ได้รูปแบบที่สวยงามมีคุณภาพดีขึ้น ลดปัญหาจากการใช้งานภายหลัง ตลอดจนสามารถส่งมอบได้รวดเร็ว ลดปัญหาการขาดแคลนแรงงาน และปัญหาแรงงานไร้ฝีมือ
- พัฒนารูปแบบการก่อสร้างอาคารคอนโดมิเนียม 8 ชั้น (Low Rise) ด้วยระบบพรีคาสท์ (Fully Precast) ซึ่งเป็นจุดแข็งของปวกกษาเพื่อลดรอบระยะเวลาธุรกิจ ในขณะเดียวกันยังช่วยแก้ปัญหาเรื่องขาดแคลนแรงงาน ตลอดจนคุณภาพของการทำงานหน้างานที่เปลี่ยนมาเป็นระบบสำเร็จรูปผลิตจากโรงงาน โดยต่อยอดองค์ความรู้จาก

ทาวน์เฮ้าส์/บ้านเดี่ยวที่บริษัทมีความเชี่ยวชาญและอยู่ในช่วงการนำระบบการบริหารจัดการ REM มาผนวกเข้ากับเทคนิคการก่อสร้างแบบใหม่นี้ด้วย ตลอดจนให้สถาบัน AIT วิเคราะห์การดำเนินงานด้านแผ่นดินไหวของโครงสร้างดังกล่าว

- ผลักดันการใช้ระบบ BIM (Building Information Management) เพื่อช่วยในการเขียนแบบ 3 มิติ BIM ตามภาษาวิชาการ ย่อมาจาก Building Information Modeling เพื่อลดปัญหาความขัดแย้งของแบบที่จะทำให้เกิดปัญหาในขั้นตอนการก่อสร้าง ทั้งยังช่วยในการประมาณปริมาณวัสดุได้แบบครบวงจร ลดการทำงานหลายขั้นตอนให้เป็นการคำนวณด้วยระบบคอมพิวเตอร์
- เพื่อรองรับการเติบโตตามแผนธุรกิจของบริษัทฯ จึงลงทุนประมาณ 2,300 ล้านบาท ซื้อที่ดิน 130 ไร่ ที่นคร จังหวัดปทุมธานี และก่อสร้างโรงงานพุกกาษา วิทยาศาสตร์ เพิ่มอีก 2 โรงงาน (PCF6 และ PCF7) โดย PCF6 เป็นโรงงานระบบอัตโนมัติทุกขั้นตอน (Fully Automated Carousel System) เป็น Carousel Plant ที่มีกำลังผลิตสูงที่สุดในโลก ซึ่งนำเข้าจากประเทศเยอรมนี เพื่อผลิตแผ่นผนังคอนกรีตเสริมเหล็กสำเร็จรูป (Bearing Wall) โดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์ควบคุมการผลิตทุกขั้นตอน อาทิ
  - การประกอบแบบข้างและช่องเปิดโดยหุ่นยนต์ (Shuttering & Block out Robot)
  - เครื่องทำตะแกรงเหล็กอัตโนมัติพร้อมระบบจัดเก็บและนำไปวางที่โต๊ะหล่อแบบอัตโนมัติ (Automated Mesh Plant with Mesh storage & handling system)
  - เครื่องเทคอนกรีตอัตโนมัติ
  - ชัดหน้าคอนกรีต โดยระบบอัตโนมัติ
  - การถอดแบบข้างโดยหุ่นยนต์ (De shuttering robot)
  - ระบบจัดเก็บชิ้นงานอัตโนมัติ (Finished goods Automatic Storage)

โรงงานพุกกาษา วิทยาศาสตร์ แห่งใหม่ ที่นคร เป็น Green Factory แห่งแรกของประเทศไทย ที่ช่วยลดมลภาวะเสี่ยง ฝุ่น และน้ำเสีย โดยใช้เทคโนโลยีและเครื่องจักรที่ทันสมัยที่สุดในโลกจากประเทศเยอรมนี โดยใช้หุ่นยนต์(Robot)ในกระบวนการผลิตเพื่อลดเรื่องปัญหาการขาดแคลนแรงงาน และเป็นระบบอัตโนมัติที่ควบคุมด้วยระบบคอมพิวเตอร์ในขั้นตอนการผลิต จึงส่งผลทำให้สามารถผลิตชิ้นงานที่มีคุณภาพสูงกว่ามาตรฐานทั่วไป นอกจากนี้ยังได้นำระบบ Concrete Recycling มาใช้เพื่อนำน้ำทิ้งและเศษคอนกรีตจากการทำงานกลับมาใช้ในกระบวนการผลิตอีกครั้ง ทำให้ไม่มีเศษวัสดุเหลือทิ้งจากการผลิตและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

- 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 ครอบคลุมได้แก่หุ้นกู้ ในปี 2559 และ พ.ศ. 2561 ตามลำดับ

## ปี 2557

- เริ่มทดลองใช้งานโปรแกรม “ตรวจรับบ้านอัจฉริยะ (I-Inspection II)” กับทาวน์เฮ้าส์ภายใต้แบรนด์ “พุกษาวิลล์” ในเดือนกุมภาพันธ์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการตรวจรับบ้านให้กับลูกค้า ผ่านอุปกรณ์แท็บเล็ต (Tablet) ทำให้ส่งมอบบ้านได้รวดเร็วยิ่งขึ้น และได้รับผลเป็นที่น่าพอใจ จึงขยายการใช้งานไปยังแบรนด์อื่นๆ ด้วย
- ใช้กลยุทธ์ขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มผลิตภัณฑ์อื่นๆ ให้ครอบคลุมมากขึ้น ในเดือนมีนาคม ได้เปิดตัวบ้านเดี่ยวระดับพรีเมียมภายใต้แบรนด์ “เดอะ ปาล์ม” บนถนนพัฒนาการ ราคา 9-25 ล้านบาท ซึ่งเป็นการนำ precast มาใช้กับบ้านระดับพรีเมียม และได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี โดยในเฟสที่หนึ่งสามารถขายหมดได้ภายในเวลาอันสั้น
- การบริหารจัดการต้นทุน ได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น นำ Technology Prukha Precast และ Prukha REM (Prukha Real Estate Manufacturing) มาใช้ ทำให้สามารถควบคุมต้นทุนได้ดี ลด Business Cycle Time สำหรับแนวราบ ลงเหลือ 87 วัน จาก 146 วัน ในปี 2556 ทำให้ลูกค้าสามารถได้รับโอนบ้านที่เร็วและทำให้การรับรู้รายได้เป็นไปตามเป้าหมาย นอกจากนี้ทางบริษัทฯ สามารถกำหนดราคาขายที่คุ้มค่ามากกว่าผู้ประกอบการรายอื่น ที่ผลิตสินค้าในระดับเดียวกัน แต่ราคาจะสูงกว่าพุกษา ประมาณ 10-15%
- มีการนำห้องน้ำสำเร็จรูปมาใช้ในโครงการคอนโดมิเนียม อาทิ พหลมคอนโดบางใหญ่และ พหลมคอนโด พระราม 2 รวมถึงอยู่ในระหว่างการศึกษาในการนำห้องน้ำสำเร็จรูปมาใช้ในโครงการแนวราบ ซึ่งการนำห้องน้ำสำเร็จรูปมาใช้สามารถช่วยย่นระยะเวลาการก่อสร้าง รวมถึงได้ห้องน้ำที่มีคุณภาพที่ดีขึ้น
- โรงงานพุกษา ฟอร์คาสท์ นวนคร 2 โรงงาน (PCF6 และ PCF7) เริ่มต้นการผลิตบางส่วน ตั้งแต่เดือนกันยายน 2557 โดยมีกำลังการผลิตบ้านได้ประมาณ 480 หลังต่อเดือน และเมื่อรวมกับโรงงานเดิมจำนวน 5 โรงงาน ที่ลำลูกกา ซึ่งมีกำลังผลิต 640 หลังต่อเดือน ทำให้บริษัทฯ มีกำลังการผลิตรวมสูงถึง 1,120 หลังต่อเดือน ซึ่งสอดคล้องกับแผนการเปิดโครงการใหม่ และแผนการส่งมอบบ้านคุณภาพให้กับลูกค้าที่เพิ่มสูงขึ้นในแต่ละปี
- ในวันที่ 31 มกราคม 2557 บริษัทฯ ได้ออกหุ้นกู้ 1 ชุด มูลค่า 2,000 ล้านบาท ระยะเวลา 3 ปี โดยครบกำหนดไถ่ถอนหุ้นกู้ ในปี 2560
- ในวันที่ 17 กันยายน 2557 บริษัทฯ ได้ออกหุ้นกู้ 2 ชุด มูลค่า 4,000 ล้านบาท แบ่งเป็น 2 ปี 9 เดือน และ 3 ปี 6 เดือน โดยครบกำหนดไถ่ถอนหุ้นกู้ ในปี 2560 และ 2561

### 1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัทฯ ก่อตั้งเมื่อวันที่ 20 เมษายน 2536 โดยนายทองมา วิจิตรพงศ์พันธุ์ ภายใตชื้อ บริษัท พฤษา เรียวเอสเตท จำกัด เพื่อประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านทาวน์เฮ้าส์ บ้านเดี่ยว และอาคารชุด และมีการขยายกิจการอย่างต่อเนื่องทั้งในประเทศและต่างประเทศ

#### 1.3.1) บริษัทย่อย

บริษัทย่อย และ/หรือ บริษัทร่วมทุน ที่จดทะเบียนก่อตั้งแล้ว แบ่งเป็น ภายในและภายนอกประเทศ

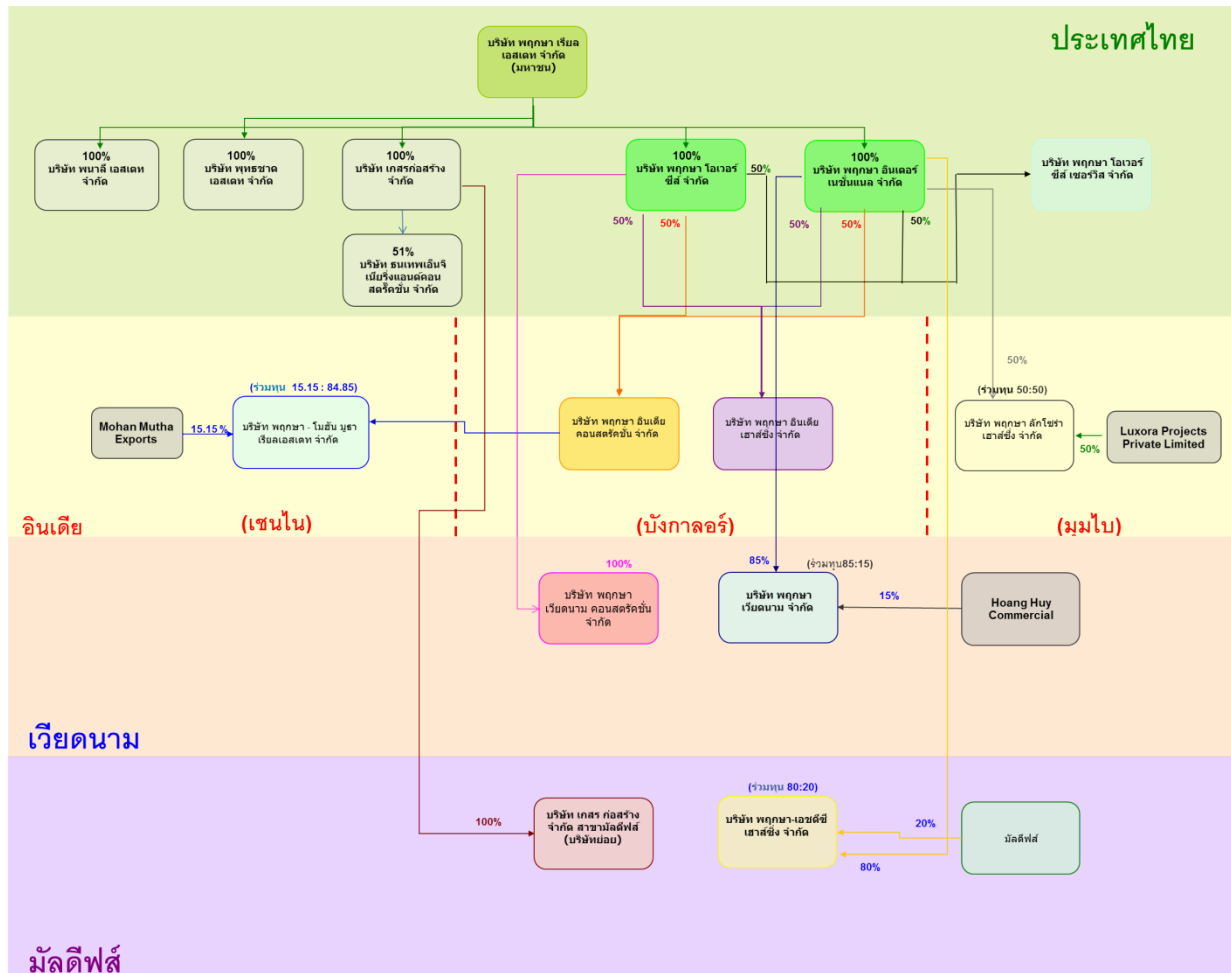
บริษัทย่อยและ/หรือบริษัทร่วมทุน แบ่งเป็น ภายในและภายนอกประเทศ (เฉพาะที่จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทฯ แล้ว) ณ 31 ธันวาคม 2557

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	800 ล้านบาท	-	100%
3	2549	พนาลี เอสเตท	กทม.	1,000 ล้านบาท	800 ล้านบาท	-	100%
4	2551	พุกกา โอเวอร์ซีส์	กทม.	600 ล้านบาท	500 ล้านบาท	-	100%
5	2552	พุกกา อินเตอร์เนชั่นแนล	กทม.	1,000 ล้านบาท	1,000 ล้านบาท	-	100%
6	2552	พุกกา อินเดีย เฮาส์ซิง	บังกลอร์, อินเดีย	เทียบเท่าที่ 0.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	เทียบเท่าที่ 0.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	เทียบเท่าที่ 19.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	100%
7	2553	พุกกาโอเวอร์ซีส์ เซอร์วิส	กทม.	10 ล้านบาท	2.5 ล้านบาท	-	100%
8	2553	พุกกา อินเดีย คอนสตรัคชั่น	บังกลอร์, อินเดีย	เทียบเท่าที่ 0.03 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	เทียบเท่าที่ 0.02 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	เทียบเท่าที่ 0.09 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	100%
9	2553	พุกกา เวียดนาม คอนสตรัคชั่น	ไฮฟอง, เวียดนาม	เทียบเท่าที่ 1.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	เทียบเท่าที่ 1.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	-	100%
10	2553	พุกกา ลักโซว่า เฮาส์ซิง	มুমไบ, อินเดีย	เทียบเท่าที่ 1.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	เทียบเท่าที่ 0.01 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	เทียบเท่าที่ 0.006 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	50%
11	2553	พุกกา เซดซี เฮาส์ซิง	มัลดีฟส์	เทียบเท่าที่ 10 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	เทียบเท่าที่ 5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	-	80%
12	2553	เกสรคอนสตรัคชั่น สาขา มัลดีฟส์ <sup>1</sup>	มัลดีฟส์	-	-	-	100%
13	2554	พุกกา-โมฮัน มูธา เวียลเอสเตท	เซไน, อินเดีย	เทียบเท่าที่ 2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	เทียบเท่าที่ 0.02 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	เทียบเท่าที่ 0.09 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	84.85%
14	2556	พุกกา เวียดนาม	ไฮฟอง, เวียดนาม	เทียบเท่าที่ 10 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	เทียบเท่าที่ 3.56 ล้านดอลลาร์สหรัฐ	-	85%
15	2556	ธนเทพเอ็นจิเนียริง แอนด์ คอนสตรัคชั่น	กทม.	5 ล้านบาท	5 ล้านบาท	-	51%

หมายเหตุ : 1 : เป็นสาขาของ บริษัท เกสรก่อสร้าง จำกัด

## แผนภาพการถือหุ้นของกลุ่มบริษัทฯ

โดยปัจจุบันมีการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทฯ ในกลุ่มดังนี้



## 2 ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ มีโครงสร้างทางธุรกิจเป็น 2 ส่วนคือ

1. ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ภายในประเทศไทย
2. ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในต่างประเทศ

โดยไม่ว่าจะเป็นธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ทั้งในและต่างประเทศ บริษัทฯ จะดำเนินในธุรกิจที่บริษัทฯ มีความชำนาญนั้นคือธุรกิจพัฒนาที่อยู่อาศัย และดำเนินธุรกิจอยู่บนความสามารถในการแข่งขันของบริษัทฯ ที่สะสมมาเป็นระยะเวลานานและมีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันเท่านั้น

### 1. ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ภายในประเทศไทย

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เป็นที่ยู่อาศัย 3 ประเภท ได้แก่ บ้านเดี่ยว ทาวน์เฮ้าส์/ บ้านแฝด และอาคารชุด โดยเน้นการพัฒนาโครงการทุกพื้นที่ของกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมถึงเขตศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพฯ ในทำเลที่มีศักยภาพและการเจริญเติบโตสูง ในปี 2553 บริษัทฯ ได้เริ่มเปิดขายโครงการในต่างจังหวัด ได้แก่ นครปฐม ชลบุรี และภูเก็ต ในปี 2554 ได้เปิดโครงการแรกในขอนแก่น และเปิดขายเพิ่มในจังหวัดภูเก็ต นอกจากนี้ในปี 2556 ถึงปี 2557 บริษัทฯ มีการปรับเปลี่ยนหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านกลยุทธ์องค์กร ด้านการปรับปรุงและพัฒนาแบรนด์ รวมถึงการปรับโครงสร้างองค์กรให้เกิดความชัดเจนในการบริหารของแต่ละกลุ่มธุรกิจมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ธุรกิจยั่งยืน มีการเติบโตต่อเนื่อง และรักษาสถานะทางการเงินที่มั่นคง

### 2. ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในต่างประเทศ

บริษัทฯ มีนโยบายขยายการลงทุนไปยังตลาดต่างประเทศ โดยเริ่มพัฒนาโครงการแรกในสาธารณรัฐคอสตาริกา ตั้งในปี 2553 ตามด้วยสาธารณรัฐอินเดียและประเทศเวียดนาม ซึ่งจากการศึกษาและประเมินสถานการณ์การลงทุนอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านสภาพเศรษฐกิจ ด้านนโยบายการส่งเสริมการลงทุน รวมถึงโอกาสทางธุรกิจในแต่ละประเทศ บริษัทฯ ได้ตั้งเป้าหมายเน้นการพัฒนาโครงการที่สาธารณรัฐอินเดียเป็นหลัก

#### 2.1 สาธารณรัฐอินเดีย เมืองบังกอลอร์

เป็นโครงการทาวน์เฮ้าส์และบ้านเดี่ยว ภายใต้ตราสินค้า “Pruksa Silvana” (บริษัทย่อยถือหุ้น 100%) ซึ่งเป็นโครงการที่พักอาศัยแนวราบจำนวน 401ยูนิต รวมมูลค่าโครงการ 1,504 ล้านบาท ประกอบด้วยบ้านเดี่ยว 321 หลัง และทาวน์เฮ้าส์ 80 หลัง และเริ่มโอนบ้านหลังแรกตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2554 เป็นต้นมา โดยในปี 2557 บริษัทฯ สามารถสร้าง

ยอดขายจำนวน 232 ล้านบาท และมีรายได้ 441 ล้านบาท ทั้งนี้ มียอดขายสะสมของโครงการที่ 1,181 ล้านบาท และยอดขายได้สะสมที่ 1,072 ล้านบาท ปัจจุบันบริษัทฯ ได้ทำการซื้อที่ดินสำหรับพัฒนาโครงการที่ 2 ไว้เรียบร้อยแล้ว และมีแผนพัฒนาเป็นโครงการคอนโดมิเนียม

## 2.2 สาธารณรัฐมัลดีฟส์ เมืองสุลุม่าเล่: Coral Ville Condominium

เป็นโครงการร่วมทุนกับ Housing Development Corporation (HDC) โดยที่บริษัทฯ ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 80 บริษัทฯ ได้พัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมขนาดเล็กในเมืองสุลุม่าเล่ โดยในเฟสแรกประกอบด้วยคอนโดมิเนียม 5 ชั้น จำนวน 9 อาคาร รวมทั้งสิ้น 180 ยูนิต มูลค่า 376 ล้านบาท ซึ่งบริษัทฯ ได้ดำเนินการก่อสร้างจนแล้วเสร็จ และโอนกรรมสิทธิ์ทั้งหมดให้กับลูกค้าแล้ว อย่างไรก็ตามเนื่องจากสภาพแวดล้อมในการประกอบธุรกิจที่ไม่เอื้ออำนวย เช่น ขนาดตลาดที่ค่อนข้างเล็ก ภาวะเศรษฐกิจของสาธารณรัฐมัลดีฟส์ที่มีความเปราะบาง และปัญหาการขาดแคลนเงินตราต่างประเทศ ในระบบธนาคาร จึงทำให้บริษัทฯ ตัดสินใจไม่ดำเนินการลงทุนในเฟสถัดไป

## 2.3 ประเทศเวียดนาม เมืองไฮฟอง

เป็นโครงการร่วมทุนกับนักลงทุนท้องถิ่น (Hoang Huy Service Investment Co.) โดยบริษัทฯ ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 85 บริษัทฯ ได้รับใบอนุญาตการลงทุนพัฒนาโครงการที่พักอาศัยแล้ว ตั้งแต่เดือนมกราคม 2556 ขณะนี้ บริษัทฯ ได้ยุติการลงทุนเนื่องจากกฎหมายไม่เอื้ออำนวยในการเวนคืนที่ดินและอยู่ในระหว่างการยื่นขำระบัญชีเพื่อปิดบริษัท

ตั้งแต่ปี 2536 จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทฯ เปิดโครงการแล้วจำนวน 450 โครงการ โดยบริษัทฯ มีรายได้รวม โดยแยกประเภทผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้

ประเภทผลิตภัณฑ์	รอบปีบัญชีสิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม					
	2555		2556		2557	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
ทาวน์เฮ้าส์ (ไทย)	14,908	54.9	20,669	52.9	22,791	53.0
บ้านเดี่ยว (ไทย)	8,775	32.3	9,195	23.6	9,776	22.7
อาคารชุด (ไทย)	2,837	10.5	8,450	21.6	9,694	22.5
ต่างประเทศ	429	1.6	497	1.3	441	1.0
<b>รวม</b>	<b>26,949</b>	<b>99.3</b>	<b>38,811</b>	<b>99.4</b>	<b>42,702</b>	<b>99.2</b>
อื่นๆ *	75	0.3	37	0.1	79	0.2
<b>รายได้ก่อสร้างิมทรัพย์</b>	<b>27,024</b>	<b>99.6</b>	<b>38,848</b>	<b>99.5</b>	<b>42,781</b>	<b>99.4</b>
รายได้อื่น	117	0.4	193	0.5	246	0.6
<b>รายได้รวมทั้งหมด</b>	<b>27,141</b>	<b>100.0</b>	<b>39,041</b>	<b>100.0</b>	<b>43,027</b>	<b>100.0</b>

หมายเหตุ: \* อื่นๆ ประกอบด้วยรายได้จากการขายที่ดินเปล่าและรายได้จากค่าก่อสร้าง



โครงการปัจจุบัน ณ 31 ธันวาคม 2557 ประกอบด้วย 177 โครงการ แบ่งเป็นมูลค่าทั้งหมด ขายได้แล้วและส่วนที่เหลือขาย ดังนี้

โครงการ 31 ธันวาคม 2557	จำนวนโครงการ เปิดขาย	มูลค่าโครงการ		ยอดขาย		ยอดส่วนที่เหลือขาย	
		ยูนิต	ล้านบาท	ยูนิต	ล้านบาท	ยูนิต	ล้านบาท
บ้านพญา	26	9,212	15,492	4,604	7,407	4,608	8,084
ไอวี ไซนาทาวน์	1	19	398	14	257	5	141
พาทีโอ	2	491	1,973	186	758	305	1,215
พญาไฮท์	4	1,011	3,221	155	327	856	2,894
พญาทาวน์	17	4,337	10,421	2,984	6,897	1,353	3,524
พญาวิลส์	28	8,555	20,159	3,729	8,097	4,826	12,062
เดอะคอนเนค	11	2,578	7,511	1,428	4,016	1,150	3,495
เดอะแพลนท์	2	763	2,783	238	878	525	1,905
วิลเลต	4	1,342	4,096	665	2,015	677	2,080
<b>ยอดรวมทาวน์ไฮส์</b>	<b>95</b>	<b>28,308</b>	<b>66,054</b>	<b>14,003</b>	<b>30,653</b>	<b>14,305</b>	<b>35,400</b>
รัสสร	11	3,675	14,064	1,841	7,554	1,834	6,510
พญานารา	3	926	3,105	514	1,643	412	1,463
พญาบุรี	2	436	1,557	319	1,096	117	462
พญาทาวน์	6	1,202	4,234	1,011	3,402	191	832
พญาวิลเลจ	15	4,079	13,994	2,187	7,165	1,892	6,829
เดอะปาล์ม	1	179	1,952	60	739	119	1,212
เดอะแพลนท์	11	2,366	10,514	819	3,430	1,547	7,084
<b>ยอดรวมบ้านเดี่ยว</b>	<b>49</b>	<b>12,863</b>	<b>49,420</b>	<b>6,751</b>	<b>25,029</b>	<b>6,112</b>	<b>24,391</b>
แซบเตอร์วัน	3	2,838	6,659	2,555	5,861	283	799
คอนโดแลต	4	1,113	4,509	718	2,689	395	1,819
พีวส์	4	3,722	9,367	2,800	6,521	922	2,846
ไอวี	1	289	1,832	255	1,530	34	302
พลัม คอนโด	8	15,489	16,866	8,174	8,480	7,315	8,386
ไพรเวซี	6	1,059	2,074	621	1,200	438	874
สโตนวอลล์	2	514	3,034	443	2,605	71	428
เดอะทรี	3	3,546	9,036	2,670	6,625	876	2,412
เออร์บานโน แอปโซลูท	1	253	2,061	204	1,507	49	555
<b>ยอดรวมอาคารชุด</b>	<b>32</b>	<b>28,823</b>	<b>55,438</b>	<b>18,440</b>	<b>37,018</b>	<b>10,383</b>	<b>18,421</b>
ซิลวาน่า (สาธารณรัฐอินโดนีเซีย)	1	401	1,505	330	1,181	71	324
<b>ยอดรวมต่างประเทศ</b>	<b>1</b>	<b>401</b>	<b>1,505</b>	<b>330</b>	<b>1,181</b>	<b>71</b>	<b>324</b>
<b>ยอดรวมทั้งหมด</b>	<b>177</b>	<b>70,395</b>	<b>172,417</b>	<b>39,524</b>	<b>93,881</b>	<b>30,871</b>	<b>78,536</b>

## 2.1 การประกอบธุรกิจในแต่ละสายผลิตภัณฑ์

### 2.1.1 บ้านทาวน์เฮ้าส์/บ้านแฝด

โดยสรุป บริษัทฯ มีโครงการที่เปิดขายแล้ว ภายใต้ชื่อ (แบรนด์) ดังนี้

บ้านพุกษา	เออร์บานโอ	วิลเลต ซิตี้	พริเว พิคเคิลโอ
พุกษาวิลล์	วิลเลต ทาวน์โฮม	พุกษาทาวน์ พาราดีส	พุกษาทาวน์ พรีเว
พุกษาทาวน์	Pruksa Silvana (สาธารณรัฐอินเดีย)	พาทีโอ	เดอะคอนเนค
พุกษา โลท์	วิลเลต โลท์	พุกษาทาวน์ เน็กซ์	เดอะแพลนท์ ซิตี้

### ขนาดของตลาดและการแข่งขัน – ทาวน์เฮ้าส์

ตลาดทาวน์เฮ้าส์ อาคารพาณิชย์และบ้านแฝด มีขนาดประมาณ 23% ของตลาดรวมที่อยู่อาศัยจากหน่วยบ้านที่จดทะเบียน และบริษัทฯ มีสัดส่วนรายได้จากบ้านทาวน์เฮ้าส์ประมาณ 53% ของรายได้จากรายการทรัพย์สินของบริษัทฯ โดยปี 2557 บริษัทฯ เปิดขายโครงการทาวน์เฮ้าส์ 34 โครงการ

ยอดโอนกรรมสิทธิ์ในโครงการทาวน์เฮ้าส์	2555	2556	2557
จำนวน (หลัง)	9,140	10,941	10,880
รับรู้รายได้ของบริษัท (ล้านบาท)	14,908	20,669	22,791
จำนวนบ้านทาวน์เฮ้าส์ อาคารพาณิชย์และบ้านแฝดที่จดทะเบียนเพิ่มในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล <sup>1</sup>	12,287	23,746	20,105

หมายเหตุ 1: ที่มา:ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ นับเฉพาะที่สร้างโดยผู้ประกอบการ

บริษัทฯ ได้ดำเนินการก่อสร้างพัฒนาโครงการบ้านทาวน์เฮ้าส์ภายใต้ตราสินค้าต่างๆ และรูปแบบบ้านที่แตกต่างกันออกไป โดยตั้งราคาของทาวน์เฮ้าส์ตั้งแต่ 1 ล้านบาท ถึง 5 ล้านบาทต่อหลัง โดยตราสินค้าที่เพิ่งเปิดขายในปี 2556 มีแบรนด์ ใหม่คือ “พุกษา โลท์” และ “วิลเลต โลท์” มีผลทำให้ส่วนแบ่งตลาดทาวน์เฮ้าส์รวมของบริษัทฯ ในรูปของหน่วยโอนเป็นอันดับหนึ่งในตลาดหลายปีติดต่อกันแล้ว

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

เมื่อเทียบกับบ้านในรูปแบบ ขนาด และทำเลที่ใกล้เคียงกันของผู้ประกอบการรายอื่นโดยทั่วไป บ้านทาวน์เฮ้าส์ของบริษัทฯ จะมีราคาขายที่ต่ำกว่าผู้ประกอบการรายอื่นอยู่ประมาณ ร้อยละ 10-15 อันเนื่องมาจากการที่บริษัทฯ บริหารจัดการงานก่อสร้างด้วยตัวเองทำให้บริษัทฯ สามารถบริหารต้นทุนการก่อสร้างได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพ รวมถึงการใช้วัสดุที่มีคุณภาพดีกว่าบริษัทฯ อื่นๆในระดับราคาบ้านที่เท่ากัน

บริษัทฯ ผลักดันการเติบโตของตลาดทาวน์เฮ้าส์ที่พัฒนาไว้ โดยมีการวิจัยความต้องการลูกค้าแล้วนำมาปรับปรุงในผลิตภัณฑ์และบริการ ทำให้ส่วนแบ่งการตลาดสูงถึงประมาณ ร้อยละ 60 – 70 ซึ่งมีรอบธุรกิจรวมถึงเวลาก่อสร้างที่สั้น ประกอบกับมาตรการกระตุ้นอสังหาริมทรัพย์ที่กระตุ้นความต้องการที่อยู่อาศัย ผ่านนโยบายภาษี โครงการกู้ซื้อบ้าน ดอกเบี้ยต่ำ โครงการช่วยเหลือผู้ที่มีบ้านเรือนที่อยู่ในเขตน้ำท่วมในรูปแบบดอกเบี้ยหรือระยะเวลาในการกู้ บริษัทฯ จึงมีการพัฒนาโครงการเพื่อให้ผู้ซื้อบ้านรับสิทธิประโยชน์ดังกล่าว

ในปี 2553 บริษัทฯ ได้ผลักดันการพัฒนาทาวน์เฮ้าส์ในตราค้าเดิมไปในพื้นที่ตลาดใหม่ๆ โดยครอบคลุมทั่วทั้งกรุงเทพฯ และปริมณฑล เช่น ตราค้าใหม่ เออร์บาโน (Urbano) ซึ่งเป็นทาวน์เฮ้าส์ในเขตเมืองรูปแบบใหม่และมีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง เช่น บ้านพฤษาขยายธุรกิจไปในต่างจังหวัดภายใต้ชื่อ “พฤษานารา” ในจังหวัดอยุธยา ชลบุรี ขอนแก่น “เดอะคอนเนค / วิดเลต” ขยายพื้นที่ตลาดใหม่ๆ ในเขตเมืองของกรุงเทพฯ ในพื้นที่ ที่บริษัทฯ ยังไม่มีโครงการดำเนินการอยู่ และ “พฤษาวิลล์” ขยายธุรกิจไปในต่างจังหวัดเช่น ภูเก็ต และชลบุรี ต่อมา บริษัทฯ มีการเปิดขายทาวน์เฮ้าส์ที่เป็นลักษณะทาวน์โฮมมากขึ้น โดยมีพื้นที่ใช้สอย 3 - 4 ชั้น เช่น แบรินด์ “วิลเลต” “พาทีโอ” “วิทู” รวมถึง “เดอะคอนเนค อพาร์ท” เพื่อเจาะลูกค้าระดับกลางถึงบน ใกล้เขตเมืองมากขึ้น ราคาสูงขึ้น เช่น ในเมืองทองธานี ถนนแจ้งวัฒนะ หรือ ย่านถนนพัฒนาการ ซอย 38 ซึ่งเป็นที่ดินขนาดใหญ่ใกล้แหล่งธุรกิจ เดินทางสะดวก น้ำไม่ท่วมและราคาที่ดึงดูด อีกทั้งยังอ้างดังกล่าว ปัจจุบันผู้ประกอบการรายอื่นมีการเสนอขายบ้านแนวราบน้อยมาก ส่วนใหญ่จะเป็นอาคารชุด แต่เนื่องจากบริษัทฯ มีต้นทุนค่าที่ดินต่ำ โดยขอการประมูลจาก บริษัทบริหารสินทรัพย์แห่งประเทศไทย (บสท.) ทำให้ขายบ้านแนวราบตอบสนองความต้องการในราคาที่ดึงดูดผู้ซื้อบ้านได้มาก คือ ราคาเริ่มต้นที่ 2.5 ล้านบาท ทำให้มียอดขายสูงในเวลาอันรวดเร็ว

เริ่มจากปี 2555 หลังเกิดภาวะน้ำท่วม บริษัทฯ ได้พัฒนารูปแบบทาวน์เฮ้าส์ เพื่อป้องกันปัญหาน้ำท่วมในอนาคตทั้งในระดับโครงการ และระดับตัวบ้าน เช่น การปรับระดับดินถมของโครงการให้สูงขึ้นเทียบเท่าระดับน้ำท่วมสูงสุดที่ผ่านมา การปรับเปลี่ยนรั้วโครงการและรั้วตัวบ้านเป็นรั้วแบบทึบน้ำ การใช้วัสดุทนน้ำ การออกแบบระบบสุขาภิบาลใหม่ และพัฒนาระบบป้องกันน้ำท่วม

### แผนการในอนาคต – ทาวน์เฮ้าส์

แผนธุรกิจ ปี 2558 บริษัทฯ ตั้งเป้าเปิดขายทาวน์เฮ้าส์ทั้งหมด 39-41 โครงการซึ่งอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล และในต่างจังหวัด เป้าหมายยอดขายคิดเป็นมูลค่าประมาณ 43% จากยอดขายทั้งหมด

## 2.1.2. บ้านเดี่ยว

โดยสรุป บริษัท ฯ มีโครงการที่เปิดขายแล้ว ภายใต้ชื่อ (แบรนด์) ดังนี้

รหัส	เดอะแกลเลอรี	เดอะแพลนท์	เนเชอรัล
พุกษาวิลเลจ	Pruksa Silvana (สาธารณรัฐอินโดนีเซีย)	พุกษานุริ	เดอะปาล์ม
พุกษาทาวน์ เซเนติ	ซินเนอรี่	บ้านพุกษานารา	
เดอะซีซั่น	ดีไลท์	วีทู	

### ขนาดของตลาดและการแข่งขัน – บ้านเดี่ยว

ตลาดบ้านเดี่ยวมีขนาดประมาณ 26% ของตลาดรวมที่อยู่อาศัยจากหน่วยบ้านที่จดทะเบียนเพิ่มในปี 2557 และบริษัทฯ มีสัดส่วนรายได้จากบ้านเดี่ยวประมาณ 23% ของรายได้จากรายการของบริษัทฯ โดยปี 2557 บริษัทฯ เปิดขายโครงการบ้านเดี่ยว 17 โครงการ

ยอดโอนกรรมสิทธิ์ในโครงการบ้านเดี่ยว	2555	2556	2557
จำนวน (หลัง)	2,213	2,228	2,286
รับรู้รายได้ (ล้านบาท)	8,775	9,195	9,776
จำนวนบ้านเดี่ยว ที่จดทะเบียนเพิ่มในเขตกรุงเทพและปริมณฑล <sup>1</sup>	10,887	13,484	13,449

หมายเหตุ 1: ที่มา: ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ นับเฉพาะที่สร้างโดยผู้ประกอบการ

บริษัทฯ มีการขยายโครงการบ้านเดี่ยวให้ครอบคลุมทุกตลาดมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งได้ขยายเข้าสู่ตลาดบ้านเดี่ยวราคาต่ำกว่า 10 ล้านบาท ภายใต้ชื่อโครงการ “The Palm” ซึ่งตั้งอยู่ในซอยพัฒนาการ 38 ถือเป็นโครงการที่มีราคาบ้านพร้อมที่ดินเฉลี่ยสูงกว่า 10 ล้านบาท ซึ่งเป็นโครงแรกของบริษัทฯ ที่ได้รับการตอบรับอย่างดีมาก บริษัทฯ จึงมีแผนขยายเข้าสู่ตลาดบ้านราคาสูงเพิ่มขึ้นในปี 2558 พร้อมกับขยายบ้านพร้อมเข้าอยู่ในตลาดกลางถึงกลางล่างเช่นกัน

บริษัทฯ ได้มีการปรับปรุงการออกแบบบ้านเดี่ยวทั้งในด้านสถาปัตยกรรมและวิศวกรรม ด้วยการเพิ่มนวัตกรรมต่างๆ และวิธีการก่อสร้างเพื่อให้ได้บ้านที่มีคุณภาพ ภายใต้การบริหารต้นทุนที่เพิ่มประสิทธิภาพมากขึ้น ทำให้บริษัทฯ สามารถสร้างบ้านได้รวดเร็วกว่าเดิม ประหยัดต้นทุนขึ้น ส่งผลให้ลูกค้าสามารถซื้อบ้านในราคาที่คุ้มค่าขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ จะเพิ่มสินค้าบ้านเดี่ยว 3 ชั้นในปี 2558 เพื่อเพิ่มทางเลือกให้แก่ลูกค้ามีทางเลือกในการซื้อบ้านของบริษัทฯ

ปัจจุบันบริษัทฯ ได้ขยายโครงการบ้านเดี่ยวไปยังจังหวัดในหลายจังหวัด ได้แก่ ภูเก็ต เชียงใหม่ ชลบุรี อโยธยา และขอนแก่น ซึ่งมียอดขายได้ประมาณ 11% ของรายได้ของบ้านเดี่ยวของบริษัทฯ ในปี 2557 และจะขยายตัวไปจังหวัดอื่นเพิ่มเติมในปี 2558

## แผนการในอนาคต – บ้านเดี่ยว

แผนธุรกิจ ปี 2558 บริษัทฯ ตั้งเป้าเปิดขายบ้านเดี่ยวทั้งหมด 21-22 โครงการ ซึ่งอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล เป้าหมายยอดขายคิดเป็นมูลค่าประมาณ 25% จากยอดขายทั้งหมด

### 2.1.3 อาคารชุด (Condominium)

โดยสรุป บริษัทฯ มีโครงการที่เปิดขายแล้ว ภายใต้ชื่อ (แบรนด์) ดังนี้

เดอะรีเซิร์ฟ	เดอะ ทรี	เออร์บาโน แอปโซลูท
ไอวี	คอนโดเลต	แชปเตอร์วัน คอนโด
Stylish Residence	ฟิวส์	พลัม คอนโด
เดอะไพรเวซี	ดี เอดิเตอร์	

## ขนาดของตลาดและการแข่งขัน – อาคารชุด

ตลาดอาคารชุดในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลมีขนาด 56% ของตลาดรวมที่อยู่อาศัยจากหน่วยบ้านที่จดทะเบียนเพิ่มในปี 2557 และบริษัทฯ มีสัดส่วนรายได้จากอาคารชุดประมาณ 23% ของรายได้ของสหกรณ์ทรัพย์ของบริษัทฯ โดยปี 2557 บริษัทฯ เปิดขายโครงการอาคารชุดรวม 11 โครงการ

ยอดโอนกรรมสิทธิ์ในโครงการอาคารชุด	2555	2556	2557
จำนวน (หลัง)	930	3,800	3,800
รับรู้รายได้ (ล้านบาท)	2,837	8,450	9,694
จำนวนอาคารชุดที่จดทะเบียนเพิ่มในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล <sup>1</sup>	78,391	69,532	72,921

หมายเหตุ 1: ที่มา: ศูนย์ข้อมูลสหกรณ์ทรัพย์ นับเฉพาะที่สร้างโดยผู้ประกอบการ

บริษัทฯ ได้ปรับกลยุทธ์การตลาด และโครงสร้างรายได้จากการเล็งเห็นการเปลี่ยนแปลงของความต้องการที่อยู่อาศัยในกรุงเทพฯ และปริมณฑลอย่างรวดเร็ว ประกอบกับระบบการขนส่งสาธารณะที่เปลี่ยนแปลง เช่น โครงการรถไฟฟ้า ทำให้เกิดความต้องการที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดสูงมากตั้งแต่ปี 2550

ตั้งแต่ปี 2552 บริษัทฯ มีการพัฒนาตลาดใหม่ๆ โดยเริ่มจากการพัฒนารูปแบบโครงการภายใต้ตราสินค้า “เดอะซี๊ด ธีม” (The Seed Theme) ในลักษณะบูติคอาคารชุดไม่ว่าจะเป็น “เดอะซี๊ดมูวี่สุมวิท 26” และ “เดอะซี๊ดเมมโมรี่สยาม” ซึ่งถือได้ว่าบริษัทฯ สามารถสร้างการยอมรับในตลาดบนของอาคารชุดได้อย่างน่าประทับใจ โดยสะท้อนจากการสามารถปิดการขายได้อย่างรวดเร็วในทั้ง 2 โครงการ High-end Condominium นอกจากนั้นบริษัทฯ ยังมีการพัฒนาโครงการอาคารชุดเพื่อรองรับกฎเกณฑ์ใหม่ของการส่งเสริมการลงทุนที่อยู่อาศัยระดับล่างถึงปานกลางในระดับราคาไม่เกิน 1,000,000 บาท และขนาดพื้นที่ใช้สอยไม่ต่ำกว่า 28 ตารางเมตร โดยในปี 2552 บริษัทฯ ได้ดำเนินธุรกิจใหม่ในตลาดอาคารชุด BOI ภายใต้ตราสินค้า “เดอะทรี” โดยเริ่มโครงการแรกคือ “เดอะทรีลาดพร้าว” ซึ่งได้รับการตอบรับจากลูกค้าอย่างดี และปิดการขายได้อย่างรวดเร็วตามด้วยตราสินค้าป๊อ ต่อมาในปี 2553 บริษัทฯ ได้ขยายธุรกิจในตลาดอาคารชุดอย่างมากและต่อเนื่องไม่ว่าจะเป็นตลาดเดิมที่บริษัทฯ ประสบความสำเร็จ โดยจะเห็นรูปแบบธุรกิจใหม่ๆ ในตลาดอาคารชุดของบริษัทฯ ไม่ว่าจะเป็นอาคารชุดสำหรับตลาดระดับล่างถึงระดับล่างหรือตลาดอาคารชุด BOI

ในปี 2553 บริษัทฯ มีตราสินค้าใหม่คือ “คอนโดเลต” “แซปเตอร์วัน” “ฟิวส์” “เออร์บาโน” คอนโดมิเนียมและ “คอรัลวิลล์” ในสาธารณรัฐมัลดีฟส์ จากความสำเร็จดังกล่าวข้างต้นต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 4 ปีที่ผ่านมา ทำให้บริษัทฯ สามารถผลักดันส่วนแบ่งการตลาดของบริษัทฯ ในการจองอาคารชุดได้อย่างรวดเร็ว โดยในปี 2553 บริษัทฯ มียอดขายสูงสุด (12,340 ล้านบาท) ในอุตสาหกรรม

ปลายปี 2553 ตลาดอาคารชุดเริ่มส่งสัญญาณชะลอตัวลง จากการที่มีผู้ขายมากเกินไป (Oversupply) อีกทั้งสัดส่วนเงินกู้ที่ธนาคารให้แก่ผู้ซื้อบ้าน (Loan to value) มีความเข้มงวดขึ้น ในปี 2554 บริษัทฯ จึงไม่เน้นการเปิดขายคอนโดมากนัก และได้เปิดตัวเพียง 1 แปรณต์ใหม่ คือ “เดอะพลัม” ราคา 1 – 2 ล้านบาท เพื่อเจาะตลาดลูกค้าปานกลางถึงต่ำ

โดยตลอดปี 2554 มีหลายปัจจัยที่ไม่เอื้อต่อการเปิดขายอาคารชุด ทั้งในแง่ Oversupply และมาตรการที่ล่าช้าและไม่แน่นอนจากภาครัฐ ผู้จองซื้อมีความลังเล ทำให้ยอดขายอาคารชุดลดลง ซึ่งก็เป็นไปตามการคาดการณ์ของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ ได้หันมาเน้นการเร่งโอนอาคารชุดใน Backlog ซึ่งก็ประสบผลสำเร็จอย่างสูง

ในปี 2555 ตลาดอาคารชุดกลับมาสดใสอีกครั้ง ทั้งจากเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวจากภาวะน้ำท่วม ความต้องการที่อยู่อาศัยตามเส้นทางที่มีการก่อสร้างทางเดินรถไฟ ความต้องการมีบ้านที่ 2 เพื่ออยู่อาศัยเป็นครั้งคราว และการเดินทางเข้ามาทำงานในเขต กรุงเทพฯ และปริมณฑล ส่วนยอดขายและยอดโอนอาคารชุดก็เป็นไปตามแผนธุรกิจที่วางไว้ ต่อเนื่องจากการเติบโตของตลาดอาคารชุดในปี 2555 ซึ่งมีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

ในปี 2556 บริษัทฯ จึงได้เปิดโครงการอาคารชุด ในตลาดกลาง-บน ทั้งแปรณต์เดิมคือ “ฟิวส์” “คอนโดเลต” รวมถึง แปรณต์ใหม่ คือ “เดอะรีเซฟ” และ “ดิเอดิเตอร์” โดยเน้นทำเลย่านใจกลางเมือง หรือทำเลที่ใกล้รถไฟฟ้า หรือสถานศึกษา เช่น สาทร สะพานควาย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ฯลฯ ในขณะที่แนวโน้มของอาคารชุดระดับราคาต่ำกว่า

1 ล้านบาท และราคา 1-2 ล้านบาทเป็นตลาดที่มีแนวโน้มการขยายตัวในอัตราสูงอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ จึงพัฒนาโครงการเพื่อตอบสนองความต้องการในตลาดระดับดังกล่าว โดยเปิดโครงการ “พลัม พหลโยธิน 89” ในเขตชานเมือง โดยที่บริษัทฯ สามารถสร้างตลาดและยอดขายที่สูงมากในปี 2556 นอกจากนั้นบริษัทฯ ยังเปิด “เดอะ ไพรวี” ซึ่งเน้นอาคารชุดขนาดเล็ก สร้างเสร็จเร็ว และทำเลในซอย

ปี 2557 ในช่วงครึ่งปีแรก เนื่องจากภาวะทางการเมืองที่ไม่แน่นอน ทำให้กระทบตลาดคอนโดมิเนียมเป็นอย่างมาก แต่หลังจากปลายไตรมาส 2 โดยเฉพาะช่วงไตรมาสที่ 3 และ 4 ของปี 2557 ผู้ประกอบการรายใหญ่ใหม่เปิดตัวโครงการใหม่จำนวนมาก ทำให้ตลาดคอนโดมิเนียมในครึ่งปีหลังมีการฟื้นตัวอย่างมาก รวมถึงยอดขายคอนโดมิเนียมของบริษัทฯ ในไตรมาส 3 ที่ฟื้นตัวอย่างมาก

### แผนการในอนาคต – อาคารชุด

ในปี 2558 บริษัทฯ มีแผนจะเปิดขายอาคารชุดหลายระดับราคาทั้งหมด 10-12 แห่ง ซึ่งอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล เป้าหมายยอดขายคิดเป็นมูลค่าประมาณ 31% จากยอดขายทั้งหมด โดยจะเน้นบุกตลาดคอนโดราคาถูกภายใต้แบรนด์ “พลัม” โดยบางส่วนจะประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการก่อสร้างแบบพรีคาสท์ ตลอดจนเทคโนโลยีในการก่อสร้างแบบใหม่ที่เป็นจุดแข็งของบริษัทฯ เข้ามาผลักดันให้ส่งมอบได้มีคุณภาพและรวดเร็วขึ้นด้วย และคอนโดมิเนียมในระดับกลางถึงบนภายใต้แบรนด์ เดอะทรี แชนเดอร์วัน เดอะรีเซฟ

## 2.2 การบริหารการผลิต

- วัตถุดิบที่ใช้ส่วนใหญ่ คือ ปูนซีเมนต์ หิน เหล็ก ซึ่งหาซื้อได้จากผู้ผลิตและจำหน่ายในประเทศทั่วไป ตั้งแต่ปี 2549 เป็นต้นมา บริษัทฯ ได้ใช้กลยุทธ์คัดเลือกผู้ขายวัสดุก่อสร้างหลักโดยวิธีจัดประกวดราคารายปี หรืออาจสั้นกว่าตามความเหมาะสม เพื่อให้บริษัทฯ มีต้นทุนค่าก่อสร้างที่คงที่ได้ตลอดทั้งปี
- ส่วนผู้รับเหมาแรงงานมีจำนวนอยู่ในระบบของบริษัทฯ ประมาณ 2,500 ราย
- บริษัทฯ ได้พัฒนาความสัมพันธ์กับผู้รับเหมาในงานสำคัญ ซึ่งเป็นที่ต้องการในตลาด เช่น งานถมดิน งานเสาเข็ม งานรับเหมาก่อสร้างอาคาร ให้เป็นคู่ค้าพันธมิตร เพื่อรองรับการขยายตัวของบริษัทฯ ตามแผนในอนาคต

### 2.2.1 การบริหารจัดการงานก่อสร้าง (Construction Management) – บ้านทาวน์เฮ้าส์

ในการบริหารจัดการงานก่อสร้าง บริษัทฯ ได้แบ่งการบริหารออกเป็น 2 ฝ่าย ได้แก่

- ฝ่ายบริหารงานก่อสร้าง ซึ่งจะทำหน้าที่ดูแลและดำเนินการก่อสร้างโครงการก่อสร้างทุกโครงการให้เป็นไปตามแผนและรูปแบบที่กำหนด นอกจากนี้ยังทำหน้าที่ดูแลค่าใช้จ่ายต่างๆ ให้อยู่ในงบประมาณที่กำหนด รวมทั้งติดต่อประสานงานกับฝ่ายงบประมาณของบริษัทฯ

- ฝ่ายควบคุมคุณภาพ (Quality Assurance) ซึ่งจะทำหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพของบ้านแต่ละหลังที่สร้างเพื่อให้ได้มาตรฐานตามที่กำหนด

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีฝ่ายงานสนับสนุนกลางในการบริหารจัดการงานก่อสร้าง ซึ่งทำหน้าที่สนับสนุนทั้งในส่วน of บ้านทาวน์เฮ้าส์ และบ้านเดี่ยว โดยฝ่ายสนับสนุนดังกล่าวได้แก่

- ฝ่ายสรรหาผู้รับเหมาซึ่งจะทำหน้าที่หาผู้รับเหมาที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน และแรงงานเพื่อช่วยในการก่อสร้างตามจำนวนที่ต้องใช้ในแต่ละโครงการ
- ฝ่ายจัดซื้อซึ่งจะทำหน้าที่จัดซื้อวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างเพื่อสนับสนุนให้การบริหารจัดการงานก่อสร้างเป็นไปอย่างคล่องตัวและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ในปี 2556 บริษัทฯ ได้มีการปรับโครงสร้างการบริหารจัดการภายใน โดยโอนย้ายฝ่ายสนับสนุนดังต่อไปนี้ไปอยู่ภายใต้การบริหารของแต่ละหน่วยธุรกิจ
- ฝ่ายวิจัยและพัฒนาซึ่งจะทำหน้าที่ในการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาปรับใช้ในการออกแบบและการก่อสร้าง
- ฝ่ายวิศวกรรมซึ่งจะทำหน้าที่ออกแบบและแก้ปัญหาทางเทคนิค
- ฝ่ายพัฒนาโครงการซึ่งจะทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานและร่วมพัฒนาการออกแบบที่อยู่อาศัยในโครงการต่าง ๆ

**การออกแบบบ้าน** ในการออกแบบบ้านในแต่ละโครงการ ฝ่ายการตลาดและการขายจะประสานงานกับฝ่ายพัฒนาโครงการเพื่อกำหนดแนวทาง ลักษณะและรูปแบบ (Conceptual Design) ของบ้านที่ต้องการจะสร้างในแต่ละโครงการ รวมถึงงบประมาณ และเทคนิคในการสร้างบ้าน หลังจากนั้นฝ่ายพัฒนาโครงการจะมอบหมายให้สถาปนิกออกแบบโครงบ้านตามแนวทาง ลักษณะและรูปแบบดังกล่าว เมื่อฝ่ายพัฒนาโครงการเห็นว่าแบบโครงบ้านที่ออกแบบโดยสถาปนิกมีความเหมาะสมแล้ว สถาปนิกจะดำเนินการออกแบบในส่วนที่เป็นรายละเอียด (Detailed Design) เพื่อให้แบบบ้านมีความสมบูรณ์ก่อนที่บริษัทฯ จะเริ่มดำเนินการก่อสร้าง

ในการก่อสร้างบ้านทาวน์เฮ้าส์ บริษัทฯ จะแบ่งงานก่อสร้างออกเป็นสายการผลิต (Production Line) แต่ละสายการผลิตจะสามารถก่อสร้างบ้านทาวน์เฮ้าส์ได้ประมาณ 40 หลังต่อเดือน โดยในโครงการหนึ่งๆ อาจมีสายการผลิตมากกว่าหนึ่งสายการผลิต ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับขนาดโครงการ บริษัทฯ จะส่งพนักงานของบริษัทฯ เข้าทำการดูแลควบคุมงานก่อสร้างซึ่งจะมีประมาณ 10 คนต่อสายการผลิต ประกอบด้วย ผู้จัดการโครงการเป็นผู้ดูแลโครงการ และจะมีวิศวกรโครงการ วิศวกรสนาม และผู้ควบคุมงานก่อสร้างเป็นผู้ดูแลงานก่อสร้างในแต่ละระดับชั้นของงาน รวมถึงดูแลควบคุมผู้รับเหมาที่มีความชำนาญเฉพาะด้านที่บริษัทฯ ว่าจ้างเพื่อเข้าทำงานที่เป็นรายละเอียดปลีกย่อยต่างๆ เช่น งานฐานราก งานปูน งานติดตั้งชิ้นส่วนอาคาร งานปูพื้นกระเบื้องและงานหลังคา เป็นต้น ทั้งนี้บริษัทฯ จะว่าจ้างผู้รับเหมาที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน และลูกจ้างรายวันในจำนวนที่บริษัทฯ เห็นสมควรในแต่ละสายการผลิต ในระหว่างการก่อสร้าง ฝ่ายควบคุมคุณภาพจะเข้าตรวจสอบคุณภาพของบ้านเป็นระยะๆ รวมทั้งตรวจสอบคุณภาพ เมื่อการก่อสร้างบ้านเสร็จสมบูรณ์ก่อนการเสนอขายหรือส่งมอบบ้านให้แก่ลูกค้าต่อไป



บริษัทฯ สามารถสร้างบ้านประเภทนี้ได้ในราคาที่ต่ำกว่าผู้ประกอบการอื่น แต่มีคุณภาพเทียบเท่ากันและมีพื้นที่ใช้สอยมากกว่าบ้านในรูปแบบ ขนาดและทำเลที่ใกล้เคียงกันที่สร้างโดยผู้ประกอบการรายอื่น โดยนอกเหนือจากการที่บริษัทฯ มีความสามารถในการบริหารจัดการงานก่อสร้างได้เองตั้งแต่ที่กล่าวข้างต้นแล้ว ยังมีสาเหตุที่สำคัญอีกประการหนึ่งอันได้แก่ การที่บริษัทฯ มีการใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ช่วยลดระยะเวลาการก่อสร้าง ทำให้ประหยัดต้นทุนและค่าแรงงานรวมถึงชิ้นงานที่ได้ยังมีความปลอดภัยอีกด้วย โดยใช้เทคโนโลยีการก่อสร้างบ้านด้วยระบบโครงสร้างผนังรับน้ำหนักแบบหล่อในที่สำหรับบ้านในโครงการบ้านพทกษ และใช้เทคโนโลยีการก่อสร้างแบบผนังสำเร็จรูปรับน้ำหนัก ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่บริษัทฯ ใช้ในการก่อสร้างบ้านเดี่ยวมาใช้ในการก่อสร้างบ้านในโครงการพทกษวิลล์และเดอะคอนเนค

*เทคโนโลยีการก่อสร้างบ้านด้วยระบบโครงสร้างผนังรับน้ำหนักแบบหล่อในที่ (Cast-In Situ Load Bearing Wall Structure)* บริษัทฯ ใช้เทคโนโลยีการก่อสร้างระบบผนังรับแรงแบบหล่อในที่จากประเทศฝรั่งเศส โดยระบบนี้จะใช้ผนังเป็นตัวรับน้ำหนักแทนเสาและคานา จึงลดขั้นตอนการเทเสาและคานาออกไป โดยจะใช้การประกอบและติดตั้งแบบเหล็กเพื่อหล่อผนัง ณ จุดก่อสร้าง จากนั้นจะนำเหล็กผูกมาใส่ในแบบเหล็กและเทปูนลงไป จากนั้นถอดแบบเหล็กออกก็จะได้ผนังรับแรงทำให้การทำงานรวดเร็วขึ้น ซึ่งบริษัทฯ นับเป็นผู้ประกอบการรายแรกๆ ที่นำระบบโครงสร้างผนังรับน้ำหนักนี้มาใช้ในการก่อสร้าง โดยระบบนี้เริ่มใช้กับการก่อสร้างบ้านทาวน์เฮ้าส์แบบชั้นเดียว ทำให้ใช้เวลาในการก่อสร้างทั้งสิ้นประมาณ 30 วันนับจากวันเริ่มก่อสร้างจนแล้วเสร็จทั้งหลัง ซึ่งนับว่ามีประสิทธิภาพและรวดเร็วกว่าวิธีก่อสร้างแบบทั่วไป (Conventional Method) ซึ่งใช้เวลาประมาณ 180 วันต่อหลัง โดยบริษัทฯ ได้ใช้เทคโนโลยีการก่อสร้างนี้กับโครงการบ้านทาวน์เฮ้าส์ในช่วงแรกซึ่งได้แก่โครงการบ้านพทกษ 1 และบ้านพทกษ 2

ต่อมาด้วยพัฒนาการที่ไม่หยุดยั้ง บริษัทฯ ได้ค้นคว้าหาเทคโนโลยีการก่อสร้างใหม่ๆ ที่จะช่วยให้การดำเนินการก่อสร้างบ้านเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น บริษัทฯ จึงนำระบบโครงสร้างผนังรับน้ำหนักแบบหล่อโดยเทคโนโลยีแบบอุโมงค์ หรือ Tunnel Technology เข้ามาเพิ่มเติม เพื่อใช้ในการก่อสร้างบ้านทาวน์เฮ้าส์แบบสองชั้น ขั้นตอนการก่อสร้างเริ่มตั้งแต่การก่อสร้างโดยประกอบติดตั้งแบบเหล็กผนัง และพื้นชั้นบนในขั้นตอนเดียวกัน หลังจากนั้นจึงผูกเหล็กโครงสร้างและทำการเทคอนกรีตพร้อมกัน ทั้งผนังชั้นล่างและพื้นชั้นบน ขั้นตอนต่อไปจึงสร้างผนังชั้นต่อไป และติดตั้งโครงหลังคาให้ไดงานภายนอกที่สมบูรณ์ในระยะเวลาที่สั้นกว่าการก่อสร้างทั่วไปเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ยังได้งานที่มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นด้านความแข็งแรงหรือพื้นผิวที่เรียบสวยงาม ทั้งนี้เทคโนโลยีแบบอุโมงค์จะใช้เวลาการก่อสร้างตั้งแต่ต้นจนจบทั้งสิ้นประมาณ 60-80 วัน ซึ่งนับว่ารวดเร็วมาก เมื่อเปรียบเทียบกับวิธีการก่อสร้างแบบทั่วไป ซึ่งจะใช้เวลาประมาณ 180 วัน โดยบริษัทฯ ได้ใช้เทคโนโลยีการก่อสร้างนี้กับโครงการบ้านพทกษ 3 และโครงการต่อๆ มาจนถึงปัจจุบัน นอกจากเทคโนโลยีชนิดนี้ จะใช้สำหรับการก่อสร้างบ้านทาวน์เฮ้าส์แล้ว ยังสามารถใช้ในการก่อสร้างอาคารชุดที่มีความสูงประมาณ 8 ชั้นได้อีกด้วย

ทั้งนี้ จุดเด่นของระบบโครงสร้างผนังรับน้ำหนักนี้มีดังนี้

- 1) โครงสร้างมีความมั่นคงแข็งแรง เนื่องจากเป็นผนังคอนกรีตเสริมเหล็ก ซึ่งมีความทนทานกว่าผนังก่ออิฐฉาบปูนในระบบธรรมดา

- 2) สามารถควบคุมคุณภาพได้ดีกว่าเนื่องจากการก่อสร้างด้วยระบบนี้จะมีมาตรฐานขั้นตอนการปฏิบัติงานที่แน่นอน
- 3) สามารถควบคุมระยะเวลาในการก่อสร้างได้ดีกว่าเนื่องจากการลดขั้นตอนการก่อสร้างที่ไม่จำเป็นออกไปทำให้ระยะเวลาการก่อสร้างต่อหน่วยน้อยกว่าการก่อสร้างแบบทั่วไป
- 4) เหมาะกับการก่อสร้างโครงการขนาดใหญ่ ซึ่งแต่ละหลังมีรูปแบบที่เหมือนกัน
- 5) ลดการพึ่งพาแรงงานฝีมือในการทำงาน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนการก่อสร้าง
- 6) ลดขั้นตอนการก่ออิฐและฉาบปูนสำหรับผนัง นอกจากนี้ยังลดขั้นตอนการก่อเสาและคาน
- 7) ลดขยะที่เกิดจากการทำงาน ซึ่งเป็นปัญหาใหญ่ในการก่อสร้าง ทำให้สามารถลดค่าใช้จ่ายในการสูญเสียวัสดุโดยไม่จำเป็น อีกทั้งยังช่วยให้หน่วยงานก่อสร้างมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย

เทคโนโลยีการก่อสร้างแบบผนังสำเร็จรูปน้ำหนัก(RC Load Bearing Wall Prefabrication) โปรดดูรายละเอียดเพิ่มเติมในหัวข้อการบริหารงานก่อสร้างบ้านเดี่ยว

นอกจากบริษัทจะใช้เทคโนโลยีดังกล่าวข้างต้นมาใช้ในการก่อสร้างโครงสร้างหลักของบ้านทาวน์เฮ้าส์แล้ว บริษัท ยังมีโรงงานผลิตรั้วและเสาสำเร็จรูปซึ่งใช้เทคโนโลยีการก่อสร้างด้วยระบบ Battery Mold ในการก่อสร้างรั้วและเสาโซลาร์สำเร็จรูป สำหรับบ้านเดี่ยวและบ้านทาวน์เฮ้าส์ (พฤกษาวิลล์ และ เดอะคอนเนค)

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

## 2.2.2 การบริหารจัดการงานก่อสร้าง (Construction Management) – บ้านเดี่ยว

การบริหารจัดการงานก่อสร้างบ้านเดี่ยวจะเป็นไปในลักษณะเดียวกับการบริหารจัดการงานก่อสร้างของโครงการบ้านทาวน์เฮ้าส์ แต่สำหรับในส่วนการก่อสร้างในแต่ละโครงการ บริษัท จะแบ่งเจ้าหน้าที่รับผิดชอบเป็นแต่ละโครงการแทนการแบ่งเป็นสายการผลิต เนื่องจากโครงการบ้านเดี่ยวมีจำนวนบ้านในการก่อสร้างต่อโครงการน้อยกว่าของบ้านทาวน์เฮ้าส์ ทั้งนี้ บริษัท จะส่งพนักงานของบริษัท เข้าทำการควบคุมดูแลงานก่อสร้างประมาณ 30 – 40 คนต่อโครงการ และจะว่าจ้างผู้รับเหมาที่มีความชำนาญเฉพาะด้านและลูกจ้างรายวันในจำนวนที่บริษัท เห็นสมควรในแต่ละโครงการ

เทคโนโลยีการก่อสร้างแบบผนังสำเร็จรูปน้ำหนัก (RC Load Bearing Wall Prefabrication) ในระยะแรก บริษัท ได้ร่วมกับสถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย (Asian Institute of Technology) ในการนำวิธีการก่อสร้างระบบโครงสร้างผนังรับน้ำหนักแบบคอนกรีตเสริมเหล็กสำเร็จรูปหรือ เรียกสั้นๆว่า Precast มาใช้ โดยการหล่อผนังสำเร็จรูปน้ำหนักจะดำเนินการในพื้นที่ของแต่ละโครงการ ต่อมาในปี 2547 บริษัท ได้สร้างโรงงานผลิตชิ้นส่วนคอนกรีตเสริมเหล็กสำเร็จรูป (Precast Concrete Factory) ขึ้นโดยใช้เทคโนโลยีดังกล่าวจากประเทศเยอรมันซึ่งใช้ระบบการผลิตแบบ Semi-

Automated Pallet Circulating System อันเป็นระบบการผลิตที่ทันสมัยที่สุดในประเทศไทยในขณะนั้น และได้ใช้เทคโนโลยีการก่อสร้างชนิดนี้สำหรับโครงการบ้านเดี่ยวแบบสองชั้นเนื่องจากบ้านเดี่ยวจะมีรูปแบบผนังที่หลากหลาย โดยบ้านหลังหนึ่งจะมีส่วนประกอบประมาณ 30 – 60 ชั้นเทคโนโลยีการก่อสร้างแบบนี้เป็นการหล่อขึ้นงานแต่ละชั้นในโรงงาน จากนั้นจึงขนส่งชิ้นงานมาประกอบเป็นบ้านที่โครงการก่อสร้าง

ทั้งนี้จุดเด่นของเทคโนโลยีชนิดนี้ นอกจากจะมีจุดเด่นในทำนองเดียวกับจุดเด่นของเทคโนโลยีการก่อสร้างบ้านด้วยระบบโครงสร้างผนังรับน้ำหนักแบบหล่อในที่แล้วยังมีจุดเด่นอื่นๆ ที่สำคัญ ซึ่งรวมถึงการที่ไม่ต้องเสียพื้นที่คานเสาทำให้พื้นที่ใช้สอยมากขึ้น ผนังมีความต้านทานไฟสูง มีความทึบเสียงมากกว่าการก่อสร้างโดยใช้อิฐมวลเบาหรืออิฐมวลเบา รวมถึงมีความต้านทานการซึมน้ำสูงด้วย นอกจากนี้เทคโนโลยีดังกล่าวต้องการการบำรุงรักษาที่ต่ำ เนื่องจากเป็นโครงสร้างสำเร็จและทำให้ผู้อยู่อาศัยเสียค่าเบี้ยประกันภัยต่ำ เนื่องจากบ้านที่สร้างเป็นโครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็ก มีความสามารถในการทนไฟสูง มีความแข็งแรงและมีความทนทานต่อระบบนี้ บริษัทฯ ได้ศึกษาและพัฒนาร่วมกับสถาบัน AIT จนสามารถต้านทานแรงที่เกิดจากแผ่นดินไหวได้ถึงระดับ 7 ริกเตอร์

บ้านที่ก่อสร้างด้วยเทคโนโลยีนี้ จะสามารถก่อสร้างได้ภายในระยะเวลา 75-90 วัน ซึ่งหากเป็นการก่อสร้างด้วยวิธีการก่อสร้างแบบทั่วไปแล้วจะใช้ระยะเวลาประมาณ 180 วัน อย่างไรก็ตาม การที่บริษัทฯ นำเทคโนโลยีการก่อสร้างแบบนี้มาใช้ในระยะแรก จะเป็นการหล่อขึ้นงานแต่ละชั้นในบริเวณสถานที่ก่อสร้าง และเนื่องจากชิ้นงานที่ผลิตได้ในระยะแรกไม่สามารถผลิตได้ทั้งหมด ดังนั้นการก่อสร้างบ้านในโครงการระยะแรก จึงมีการใช้ชิ้นงานที่ผลิตได้จากการใช้เทคโนโลยีแบบนี้ และการก่อสร้างแบบทั่วไปร่วมกัน (ยกเว้นการก่อสร้างบ้านเดี่ยวในโครงการภัสสร 11 ซึ่งบริษัทฯ ใช้วิธีการก่อสร้างแบบทั่วไปทั้งโครงการ) บริษัทฯ ได้ก่อสร้างโรงงานผลิตชิ้นส่วนคอนกรีตเสริมเหล็กสำเร็จรูป โดยใช้เทคโนโลยีแบบนี้ในการผลิตชิ้นส่วน ซึ่งโรงงานนี้ได้สร้างในปี 2547 แล้วเสร็จเมื่อเดือนมกราคม 2548 ซึ่งโรงงานดังกล่าวมีกำลังการผลิตชิ้นส่วนสำหรับการก่อสร้างบ้านเดี่ยวการก่อสร้างบ้านเดี่ยวสูงสุดจำนวน 3,600 หลังต่อปี และบริษัทฯ ทำการปรับปรุงกำลังการผลิตจากเดิม 60% ของการผลิตสูงสุดเป็น 80% ของกำลังการผลิตสูงสุด แล้วเสร็จในเดือนมิถุนายน 2549

บริษัทฯ ยังมีโรงงานผลิตรั้วและเสาสำเร็จรูปโดยใช้เทคโนโลยีการก่อสร้างด้วยระบบ Battery Mold เพื่อใช้ผลิตรั้วและเสา โดยในกระบวนการผลิตจะมีการวางแบบเหล็กซึ่งควบคุมด้วยระบบไฮดรอลิกในการดันและถอดแบบเหล็กให้ประกบและห่างออกจากกัน หลังจากทีแบบเหล็กประกบกัน โดยมีระยะห่างตามที่ต้องการแล้วจะมีการเทปูนลงในแบบเหล็ก หลังจากนั้นจะถอดแบบเหล็กออก เพื่อนำรั้วและเสาสำเร็จรูปไปใช้ในการก่อสร้างบ้านต่อไป โรงงานดังกล่าวมีกำลังการผลิตสูงสุดสำหรับบ้านจำนวน 12 หลังต่อวัน ปัจจุบันโรงงานดังกล่าวได้เพิ่มการผลิตในส่วนเสาและรั้วบ้าน รั้วโครงการของโครงการบ้านเดี่ยวและบ้านทาวน์เฮ้าส์ รวมถึงเสาโซลาร์ และParapet ของทาวน์เฮ้าส์อีกด้วย

ในปี 2550 ทางบริษัทฯ ได้เข้ามาบุกตลาด Condominium จึงได้มีนโยบายให้ก่อสร้างโรงงาน PCF3 เพื่อผลิตชิ้นส่วนผนังภายนอกของคอนโดมิเนียมโดย ผนังภายในและโครงสร้างหลักยังเป็นระบบก่อสร้างระบบเดิม ต่อมาในปี 2553 ได้มีนโยบายการก่อสร้างระบบ Fully Precast ทำให้กำลังการผลิตของ PCF3 ไม่เพียงพอ จึงได้ก่อสร้างโรงงาน

PCF4 เพื่อรองรับงานคอนกรีตเสริม สำหรับโรงงาน PCF3 มีการดัดแปลงโรงงานไปผลิตพื้น Pre-stress เพื่อรองรับแผนความต้องการ การ บ้านเดี่ยวที่มากขึ้น

ปี 2553 บริษัทฯ มีส่วนแบ่งการตลาดของบ้านเดี่ยวมากขึ้น ทำให้กำลังการผลิตของโรงงานที่มีอยู่ไม่เพียงพอ จึงได้ก่อสร้างโรงงาน PCF4 และ โรงงาน PCF5 ด้วยเงินลงทุน 1,050 ล้านบาท และเริ่ม test run ผลิตได้เมื่อกลางเดือน ธันวาคม 2553 โดยโรงงาน PCF5 สามารถผลิตบ้านได้ 400 หลังต่อเดือน เมื่อรวมกับกำลังการผลิตปัจจุบันของโรง PCF1 ทำให้กำลังการผลิตบ้านรวมเป็น 640 หลังต่อเดือน โดยโรงงาน PCF5 ที่สร้างใหม่เป็นโรงงานผลิตแผ่น Precast ที่มีกำลังการผลิตสูงที่สุดในประเทศไทยในขณะนั้น

ปี 2554 โรงงาน PCF4 และ โรง PCF5 ที่เริ่มทดลองผลิต (test run) เมื่อปลายปี 2553 สามารถขยายความ พร้อมกำลังการผลิตให้เต็มที่ได้ในกลางปี 2554 ต่อมาในช่วงปลายเดือนตุลาคม 2554 เกิดอุทกภัยครั้งใหญ่ในกทม. และ ปริมณฑล แต่โรงงานสามารถป้องกันน้ำท่วมในตัวโรงงานไว้ได้ แต่ต้องหยุดผลิตเนื่องจากไม่สามารถขนส่งไปยังโครงการได้ โรงงานได้กลับมาผลิตอีกครั้งในเดือนมกราคม 2555

ปี 2556 ทางบริษัทฯ มีการปรับเปลี่ยน ระบบก่อสร้างทาว์นเฮาส์ จากระบบโครงสร้างผนังรับน้ำหนักแบบหล่อในที่ (Cast In Situ Load Bearing Wall Structure) มาเป็น ระบบผนังสำเร็จรูปรับน้ำหนัก (RC Load Bearing Wall Prefabrication) อีกทั้งมีส่วนแบ่งในตลาดบ้านเดี่ยวมากขึ้น ทำให้ครึ่งปีหลัง โรงงาน PCF1-PCF5 ใช้กำลังการผลิตเกิน 100% เพื่อรองรับการเติบโตของบริษัทตามแผนธุรกิจ จึงมีแผนในการก่อสร้างโรงงานพรีคาสท์ PCF6 และPCF7 โดย บริษัทฯ ได้ซื้อที่ดิน 130 ไร่ ที่นวนคร จังหวัดปทุมธานี

ปี 2557 บริษัทฯ ได้ก่อสร้างโรงงานพวกษา พรีคาสท์ แห่งใหม่ขึ้นที่นวนคร จำนวน 2 โรงงาน ประกอบไปด้วย โรงงาน PCF6 และ PCF7 ด้วยเงินลงทุน 2,300 ล้านบาท โดยโรงงาน PCF6 ผลิตแผ่นผนังคอนกรีตเสริมเหล็กสำเร็จรูป มี กำลังการผลิต 480 หลังต่อเดือน เริ่มทำการผลิตในเดือนกันยายน และโรงงาน PCF7 เพื่อผลิตพื้นคอนกรีตเสริมเหล็กอัด แรง (Pre stressed concrete Slab) โดยใช้ระบบ Long Bed System โดยทำการติดตั้งเครื่องจักรในเดือนกันยายน และ จะเริ่ม Testrun ในต้นปี 2558

โรงงานพวกษา พรีคาสท์ แห่งใหม่นี้ใช้เทคโนโลยีและเครื่องจักรที่ทันสมัยที่สุดในโลกจากประเทศเยอรมันนี ใช้ ระบบอัตโนมัติ และควบคุมด้วยคอมพิวเตอร์ ทุกขั้นตอนการผลิต ทำให้ได้ชิ้นงานที่มีคุณภาพสูงกว่ามาตรฐานทั่วไป อีกทั้ง มีการนำRobot มาใช้เพื่อลดการใช้แรงงานและทำให้ผลิตภาพสูงขึ้น นอกจากนี้ยังได้นำระบบ Concrete Recycling มาใช้ เพื่อนำน้ำทิ้งและเศษคอนกรีตจากการทำงานกลับมาใช้ในขบวนการผลิตอีกครั้ง พร้อมทำการแยกหินทรายนำกลับมาใช้ ทำให้ไม่มีเศษวัสดุเหลือทิ้งจากการผลิตเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและถือว่าเป็น Green Factory แห่งแรกของไทย ที่นำระบบ นี้มาใช้ในอุตสาหกรรมผลิต Precast Concrete

ทางบริษัทฯ ได้ขยายไปยังตลาดคอนโดมิเนียมมากขึ้น จึงมีนโยบายให้ใช้ห้องน้ำสำเร็จรูปเพื่อลดเวลาในการก่อสร้าง และปรับเปลี่ยนโรงงาน PCF2 จากเดิมผลิตครัวมาผลิตห้องน้ำสำเร็จรูป ซึ่งเริ่มดำเนินการผลิตในเดือน พฤษภาคม 2557 มีกำลังการผลิตห้องน้ำสำเร็จรูป 4,000 ยูนิต/ปี

### ตารางสรุปย่อโรงงาน Precast

ที่ตั้ง	โรงงาน	ระบบการผลิต	ผลิตภัณฑ์	กำลังการผลิตต่อเดือน
ลำลูกกา	PCF1 (Carrousel I)	Semi Automated Carrousel System	Bearing Wall (ผนังบ้าน/คานโด)	62,400 ตร.ม. หรือบ้าน 240 หลัง
	PCF2		Bathroom Pods (ห้องน้ำสำเร็จรูป)	ห้องน้ำสำเร็จรูป 340 Pods
	PCF3	Pre-stressed Long Line System	Slab & Beam House (พื้นและคาน)	46,000 ตร.ม. หรือ 700 หลัง
	PCF4	Battery Mould system	-Special Element (ชิ้นงานพิเศษ) -รั้วหลังบ้านทาวน์เฮ้าส์	ชิ้นงานพิเศษ 1,120 หลัง รั้วหลังบ้านทาวน์เฮ้าส์ 1,200 หลัง
	PCF5 (Carrousel II)	Fully Automated Carrousel System	Bearing Wall (ผนังบ้าน/คานโด)	105,600 ตร.ม. หรือบ้าน 400 หลัง
	PCF6	Fully Automated Carrousel System	Bearing Wall (ผนังบ้าน/คานโด)	127,200 ตร.ม. หรือบ้าน 480 หลัง
	PCF7	Pre-stressed Long Bed System	Pre stressed concrete Slab (พื้นคานกรีตเสริมเหล็กอัดแรง)	60,000 ตร.ม. หรือ 900 หลัง

## 2.3 การบริหารการตลาด

### การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย - ทุกผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ มีกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อส่งเสริมการจำหน่ายดังนี้

**กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์:** บริษัทฯ มีการขยายผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ตั้งแต่ช่วงปี 2550 ให้ครอบคลุมโดยมีเป้าหมายที่จะเป็นผู้นำในตลาดกลาง-ล่าง ในทุกผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล รวมถึงเขตศูนย์กลางธุรกิจ แต่ปัจจุบันบริษัทฯ ยังได้มีการขยายกลุ่มเป้าหมายไปยังตลาดกลาง-บน และตลาดต่างจังหวัด เพื่อตอบสนองความต้องการด้านที่อยู่อาศัยที่มีคุณภาพของลูกค้าทั่วประเทศบริษัทฯ ยังไม่หยุดยั้งในการแสวงหาเทคโนโลยีการสร้างที่อยู่อาศัยที่มีประสิทธิภาพมาใช้สนองความต้องการของผู้ซื้อบ้านอยู่เสมอ โดยเฉพาะการใช้องค์ประกอบหรือชิ้นส่วนสำเร็จรูปซึ่งทำให้สามารถควบคุม คุณภาพได้ตามมาตรฐานตั้งแต่ขั้นตอนการผลิต และทำให้สามารถสร้างที่อยู่อาศัยได้รวดเร็วตามกำหนด

ตามที่ตกลงไว้กับลูกค้าอีกทั้งบริษัทฯ 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

**กลยุทธ์ด้านโฆษณา/ประชาสัมพันธ์:** ในครึ่งปีแรก 2557 ผู้บริโภคชะลอการตัดสินใจการซื้อสินทรัพย์ที่มีมูลค่าสูง เพราะรู้สึกไม่มั่นใจกับสถานการณ์บ้านเมือง กรอบกับเป็นช่วงเศรษฐกิจถดถอยด้วยเหตุนี้บริษัทฯ จึงปรับกลยุทธ์การสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นโดยการจัดการงบประมาณการโฆษณาในระดับองค์กรให้เหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด

สำหรับแคมเปญการตลาด บริษัทฯ พิจารณาอัตรา SOV (Share of voice) และ SOM (Share of market) เพื่อกำหนดสัดส่วนของประเภทสื่อให้ได้ผลลัพธ์สูงสุด แต่ยังคงช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและสอดคล้องกับรูปแบบวิถีชีวิตของผู้บริโภค ในช่วงเดือนกรกฎาคม-สิงหาคมที่ผ่านมา บริษัทฯ จัดทำโปรโมชั่นแคมเปญ “Best buy moment” หรือ “โอกาสทอง...ของครอบครัวบ้าน” สำหรับโครงการบ้านเดี่ยว 34 โครงการ ซึ่งเป็นรวมกิจกรรมการตลาดของสายงานบ้านเดี่ยวครั้งแรก และจากการประเมินผลลัพธ์พบว่า สามารถกระตุ้นยอดขายได้สูงกว่าเป้าหมาย รวมทั้งบริหารการใช้งบประมาณได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับกิจกรรมการตลาดองค์กร ด้านอื่นๆ ยังคงดำเนินการอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกบ้าน สังคมและสิ่งแวดล้อม อาทิ โครงการทุนพุกษา ต่อเนื่องเนื่องเป็นที่ 13, โครงการ “พุกษา กรีน ลิฟวิ่ง เฮลตี้” (Pruksa Green Living Healthy) ต่อเนื่องจากเป็นที่ 12 ให้บริการตรวจสุขภาพเคลื่อนที่ฟรีให้กับลูกบ้านและประชาชนทั่วไป และ โครงการพุกษา รวมใจรักภักดี บริจาคโลหิต ถวายพ่อหลวงของแผ่นดิน ร่วมกับสภาอากาศไทยต่อเนื่องเป็นครั้งที่ 20

**กลยุทธ์ด้านการจำหน่าย:** บริษัทฯ มีการใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยการขายตรงผ่านสำนักงานขายของบริษัทฯ เองเป็นหลัก นอกจากนี้ยังมีการเสนอขายบ้านผ่านงานมหกรรมบ้านและที่อยู่อาศัยอีกด้วย รวมทั้งยังมีการส่งเสริมการขายสำหรับโครงการที่จะเปิดขายใหม่เพื่อขยายฐานกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ หลายวิธี เช่น โครงการ “Member gets

member” โดยลูกค้าที่สามารถแนะนำลูกค้ารายใหม่ให้กับบริษัทฯ จะได้รับเงินค่าแนะนำ ซึ่งในปัจจุบันบริษัทฯ มีฐานลูกค้ามากกว่า 80,000 ครั้วเรือน

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีแผนการที่จะขยายหน่วยธุรกิจเพื่อเป็นหน่วยธุรกิจรองรับและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับธุรกิจหลักของบริษัทฯ รวมถึงการใช้ประโยชน์จากฐานลูกค้ากว่า 80,000 ครั้วเรือน ในการต่อยอดธุรกิจในระยะยาว

## 2.4 การจัดหาระดับที่ดินหรือบริการ – ในทุกผลิตภัณฑ์

### 2.4.1 การจัดซื้อที่ดิน

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

### 2.4.2 วัสดุก่อสร้าง

เนื่องจากบริษัทฯ เป็นผู้บริหารจัดการงานก่อสร้างโครงการต่างๆด้วยตัวเอง บริษัทฯจึงเป็นผู้ดำเนินการจัดซื้อวัสดุก่อสร้างเอง โดยหลังจากที่ฝ่ายจัดซื้อได้รับรายละเอียดของวัสดุก่อสร้างที่ต้องการใช้ในโครงการต่างๆแล้ว โดยส่วนใหญ่ฝ่ายจัดซื้อจะดำเนินการติดต่อกับผู้ผลิตวัสดุก่อสร้างแต่ละแห่งโดยตรงเพื่อตรวจสอบราคาของวัสดุก่อสร้างที่จะซื้อ โดยปกติบริษัทฯจะได้ส่วนลดค่อนข้างสูง เนื่องจากบริษัทฯ ซื้อวัสดุก่อสร้างในปริมาณที่มาก เมื่อบริษัทฯ สามารถตกลงปริมาณของวัสดุก่อสร้างและราคากับผู้ผลิตได้แล้วบริษัทฯจะสั่งซื้อวัสดุก่อสร้างผ่านตัวแทนของผู้ผลิตเพื่อดำเนินการส่งวัสดุก่อสร้างไปยังโครงการต่างๆโดยตรง ซึ่งบริษัทฯ จะมีระยะเวลาการจ่ายค่าวัสดุก่อสร้าง (Credit Term) อยู่ในช่วงเวลาระหว่าง 30-60 วัน นอกจากนี้นับตั้งแต่ปี 2549 บริษัทฯ ได้ลดความเสี่ยงด้านวัสดุก่อสร้าง โดยเริ่มดำเนินการเปลี่ยนแปลงการจัดซื้อวัสดุหลักในการก่อสร้างเช่น ปูนซีเมนต์, เหล็ก, กระจก, สายไฟ ฯลฯ โดยเป็นการประมูลและตกลงราคาในระยะยาว เช่น 1 ปี หรือ 3-6 เดือน ซึ่งทำให้บริษัทฯ ลดความเสี่ยงในเรื่องของความผันผวนในราคาและการที่บริษัทมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้จำหน่ายวัสดุก่อสร้าง จึงสามารถสั่งซื้อวัสดุก่อสร้างได้ตามปริมาณที่ต้องการและไม่เคยมีปัญหาการขาดแคลนวัสดุก่อสร้างแต่อย่างใด ทั้งนี้บริษัทฯ มิได้พึ่งพาผู้จำหน่ายวัสดุก่อสร้างรายใดรายหนึ่งเป็นพิเศษ รวมทั้งบริษัทฯ ได้สร้างระบบการวางแผนความต้องการในการใช้งานของวัสดุหลักที่สำคัญทุกประเภทที่สอดคล้องกับแผนการขยายธุรกิจ เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ จะมีวัสดุเพียงพอต่อการใช้งานอย่างต่อเนื่อง และเพื่อวางแผนการสรรหาผู้ค้าวัสดุทั้งรายหลัก และรายรองได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ในปีบริษัท ได้พัฒนากระบวนการสรรหาและประเมินคู่ค้าเพื่อให้เกิดความโปร่งใสและได้คู่ค้าที่มีศักยภาพรองรับงาน และเป็นปีแรกที่บริษัท ได้นำระบบ e-Auction เข้ามาใช้เพื่อให้เกิดการเสนอราคาที่ยุติธรรมต่อคู่ค้า และเพื่อให้ได้ราคาที่เหมาะสมอีกด้วย

#### 2.4.3 ผู้รับเหมาก่อสร้าง

บริษัท เป็นหนึ่งในผู้ดำเนินธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพียงไม่กี่รายที่สามารถบริหารจัดการงานก่อสร้างได้ด้วยตัวเอง โดยในการดำเนินโครงการ บริษัท จะเป็นผู้กำหนดรูปแบบโครงการและรายละเอียดการออกแบบ ส่วนการดำเนินการก่อสร้างโครงการ บริษัท จะบริหารจัดการงานก่อสร้างเอง โดยจะแบ่งงานออกเป็นส่วน ๆ เช่น งานฐานราก งานปูน งานติดตั้งชิ้นส่วนอาคาร งานปูพื้นกระเบื้อง และงานหลังคา เป็นต้น โดยบริษัท จะว่าจ้างผู้รับเหมาที่มีความชำนาญเฉพาะด้านเพื่อรับผิดชอบงานดังกล่าว และจะควบคุมการก่อสร้างเองโดยการจัดส่งเจ้าหน้าที่ของบริษัท อันได้แก่ วิศวกรและผู้ควบคุมงานก่อสร้าง (Foremen) เข้าไปตรวจสอบให้เป็นไปตามรูปแบบและมาตรฐานที่กำหนด ทั้งนี้ บริษัท จะเป็นผู้จัดหาวัสดุก่อสร้างเอง ซึ่งทำให้บริษัท สามารถบริหารต้นทุนการก่อสร้างได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ดี เพื่อการบริหารจัดการกำลังการก่อสร้าง บริษัท ได้เริ่มว่าจ้างผู้รับเหมาก่อสร้างภายนอกในการสร้างอาคารชุด โดยเริ่มจาก โครงการ “ไอวี ทองหล่อ” และได้มีการเพิ่มจำนวนพันธมิตรในการก่อสร้างอาคารชุด เพื่อทำการก่อสร้างในโครงการอื่นๆ อีกมากมาย

#### 2.4.4. เทคโนโลยีการผลิต

บริษัท ได้ใช้เทคโนโลยีในการก่อสร้างเพื่อช่วยในการก่อสร้างบ้านทาวน์เฮ้าส์ บ้านเดี่ยว และอาคารชุด เช่น ระบบโครงสร้างผนังรับน้ำหนักแบบหล่อในที่ด้วยเทคโนโลยีแบบอุโมงค์ หรือ Tunnel Technology เพื่อใช้ในการก่อสร้างบ้านทาวน์เฮ้าส์แบบสองชั้น

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

สำหรับโครงการอาคารชุดขนาดเล็ก บริษัท ยังได้มีการปรับปรุงกระบวนการก่อสร้าง โดยนำระบบพรีคาสท์ที่เป็นจุดแข็งของบริษัท มาใช้สำหรับการก่อสร้างทั้งโครงการ (Fully Precast) ซึ่งนอกจากชิ้นงานที่ผลิตจากโรงงานที่ทันสมัยและได้คุณภาพทั้งความสวยงามและความแข็งแรงแล้วนั้น ยังสามารถช่วยให้กระบวนการก่อสร้างเป็นไปได้อย่างแม่นยำ รวดเร็ว และลดข้อผิดพลาดที่เกิดจากการทำงานในช่วงของการก่อสร้างอันเนื่องมาจากฝีมือแรงงาน ตลอดจนช่วยบรรเทาปัญหาการขาดแคลนแรงงานฝีมือในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย



เพื่อเป็นการพัฒนากระบวนการก่อสร้างแบบ Real Estate Manufacturing (REM) ที่ได้ดำเนินการในปี 2554 และกระบวนการก่อสร้างแบบเดิมอย่างต่อเนื่อง กระบวนการต่างๆ ที่เป็น supply chain ทั้งหมด เริ่มต้นตั้งแต่การสรรหาที่ดิน การออกแบบ การทำงานประมาณ การจัดซื้อจัดจ้าง การขนส่ง การจัดการกำลังคน การควบคุมคุณภาพ ต้องดำเนินการให้สอดคล้องกันเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิต ซึ่งจะทำให้สามารถควบคุมต้นทุน เวลา และคุณภาพอย่างมีประสิทธิภาพเช่นเดียวกัน

ในปี 2557 บริษัทฯ ได้นำนวัตกรรมห้องน้ำสำเร็จรูปมาใช้งานในกระบวนการก่อสร้าง โดยเฉพาะการก่อสร้างอาคารชุด แบบ Low Rise โดยเริ่มต้นใช้ในโครงการ “พลัม” ซึ่งการใช้ห้องน้ำสำเร็จรูปนี้จะสามารถช่วยลดระยะเวลาและขั้นตอนต่างๆ ที่ยุ่งยากในการก่อสร้างห้องน้ำในอาคารชุดโดยเฉพาะอย่างยิ่งจะทำให้คุณภาพดีขึ้น ด้วยรูปแบบที่สวยงามและมีคุณค่าในสายตาลูกค้า สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้สูงที่สุด

#### 2.4.5 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

การก่อสร้างที่อยู่อาศัยและการก่อสร้างสาธารณูปโภคต่างๆ 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 ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมซึ่งเกิดขึ้นจากการประกอบกิจการโรงงานดังกล่าว ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการกำหนดมาตรการควบคุมในเรื่องผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจว่าบริษัทฯ ดำเนินการด้วยความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ มีมาตรการควบคุมมลพิษ 3 ประเภทคือ (ก) น้ำเสียจากกระบวนการผลิตคอนกรีตทางโรงงานได้นำระบบ Concrete Recycling มาใช้งานทำให้มีกระบวนการคัดแยกหินและทรายสามารถนำกลับไปใช้งานได้ใหม่ส่วนน้ำปูน จะถูกนำกลับเข้าไปผสมคอนกรีตในกระบวนการผลิตอีกครั้ง ทำให้ไม่มีการปล่อยน้ำเสียสู่ชุมชนหรือที่สาธารณะ (ข)

การควบคุมมลพิษทางอากาศ บริษัทฯ ได้มีการจัดหาโรงผสมคอนกรีตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้งาน โดยมีการพ่นสเปรย์น้ำก่อนที่จะตักหิน ทราวย ลงในระบบสายพานลำเลียง นำไปจัดเก็บยังย้งสต็อกหิน ทราวย ซึ่งกระบวนการทั้งหมดนี้ อยู่ในระบบปิด ทำให้ไม่มีฝุ่น รมกวนชุมชนข้างเคียง นอกจากนี้ในกระบวนการผลิตที่จะทำให้ฝุ่น เช่น ชัดทำความสะอาดแบบหล่อ จะมีการติดตั้งเครื่องดักจับฝุ่น (Dust Collector) ทำให้ไม่มีฝุ่นในโรงงาน สำหรับพื้นที่ถนนภายในบริเวณโรงงานทั้งหมดได้มีการฉีดพรมน้ำก่อนทำการกวาดถนนเพื่อป้องกันการฟุ้งกระจายของฝุ่น (ค) การควบคุมมลพิษทางเสียง จากการผลิตส่วนใหญ่เกิดจากการใช้เครื่องเขย่าคอนกรีต โดยในปี 2551 บริษัทฯ ได้ติดตั้งแผ่นซับเสียง (Noise Barrier) เพื่อดูดซับเสียงที่เกิดขึ้นจากการผลิตและต่อมาได้มีการสั่งซื้อเครื่องเขย่าคอนกรีตแบบใหม่โดยใช้ระบบเขย่า (Shaking System) แทนระบบเดิมที่เป็นระบบสั่น (Vibrating system) ทำให้ไม่มีเสียงในขณะเขย่าคอนกรีต

## 2.5 การได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)– บ้านทาวน์เฮ้าส์ และอาคารชุด

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

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 อุดรธานี ราชบุรี อ่างทอง สุพรรณบุรีและกาญจนบุรี  
 3) โครงการในเขต 3 ได้แก่ จังหวัดอื่นๆ ที่เหลือและนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง

## มาตรการลดผลกระทบสิ่งแวดล้อมของงาน Condominium

มาตรการลดผลกระทบสิ่งแวดล้อม แบ่งออกเป็น 2 ช่วง คือ

1. ช่วงดำเนินการก่อสร้าง
2. ช่วงเปิดดำเนินการ

ทั้งนี้ มาตรการทั้ง 2 ช่วง ส่วนใหญ่จะคล้ายกัน โดยมาตรการในช่วงดำเนินการก่อสร้างจะมีรายละเอียดไม่ค่อยแตกต่างกันมากนักในแต่ละโครงการ ส่วนมาตรการในช่วงเปิดดำเนินการที่ต่างจากช่วงดำเนินการก่อสร้างนั้นจะมีส่วนเป็นตัวกำหนดเรื่องการออกแบบอาคารด้วยส่วนหนึ่ง และจะเป็นส่วนที่มีความต่างกันไปในแต่ละโครงการ

มาตรการ	ช่วงดำเนินการก่อสร้าง	ช่วงเปิดดำเนินการ
1. คุณภาพทางอากาศ	/	/
2. เสียง	/	/
3. การสั่นสะเทือน	/	-
4. การพังทลายของดิน	/	-
5. น้ำใช้	/	/
6. สระว่ายน้ำ	-	/
7. น้ำเสีย	/	/
8. การระบายน้ำ	/	/
9. การจัดการมูลฝอย	/	/
10. ระบบไฟฟ้า	/	/
11. การอนุรักษ์พลังงาน	-	/
12. ระบบป้องกันอัคคีภัย	/	/
13. การจราจร	/	/
14. อาชีวอนามัยและความปลอดภัย	/	/
15. ทัศนียภาพ	-	/
16. การบดบังแสงแดดและทิศทางลม	-	/
17. การบดบังคลื่นวิทยุและโทรทัศน์	-	/

## ตัวอย่างการปฏิบัติตามมาตรการ

### 1. มาตรการคุณภาพทางอากาศ

- โครงการติดตั้งผ้าใบที่ติดตั้งตั้งแต่ชั้นล่างจนถึงชั้นสูงสุดโดยรอบอาคาร เพื่อป้องกันฝุ่นละอองฟุ้งกระจาย
- โครงการจัดให้มีเจ้าหน้าที่จากโครงการเข้าพบผู้พักอาศัยข้างเคียง เพื่อสอบถามถึงผลกระทบจากการก่อสร้างโครงการ

ก่อสร้างโครงการ

### 2. มาตรการทางเสียง

- โครงการก่อสร้างฐานรากโดยใช้เสาเข็มเจาะเพื่อลดผลกระทบด้านความสั่นสะเทือนต่อชุมชนข้างเคียง
- โครงการกำชับผู้รับเหมาไม่ให้เกิดกิจกรรมที่ก่อให้เกิดเสียงดังพร้อมกันในเวลาเดียวกัน เพื่อป้องกันการเกิดเสียงดังเกินควร

เสียงดังเกินควร

### 3. มาตรการการพังทลายของดิน

- ตอกเข็มกันพัง (Sheet Pile) และทำค้ำยัน (Bracing) เพื่อป้องกันการพังทลายของดินรวมทั้งในช่วงการถอนเข็มกันพัง ต้องรีบดำเนินการการกลับร่องที่เกิดขึ้นจากการถอนเข็มกันพังดังกล่าวโดยทันที และบดอัดดินที่กลับให้แน่นเพื่อป้องกันการเคลื่อนตัวของดิน

### 4. มาตรการน้ำเสีย

- โครงการมีถังบำบัดน้ำเสียสำเร็จรูปชนิดเดิมอากาศ เพื่อบำบัดน้ำเสียก่อนระบายออกสู่ท่อระบายน้ำริมถนนของโครงการ

### 5. มาตรการจัดการมูลฝอย

- โครงการมีการจัดเตรียมถังรองรับมูลฝอย วางไว้ในบริเวณพื้นที่ก่อสร้าง และรวบรวมไว้ตามจุดต่าง ๆ เพื่อให้รถเก็บขนมูลฝอยมาเก็บขนไปกำจัดต่อไป

### 6. มาตรการจราจร

- โครงการมีการติดป้ายประชาสัมพันธ์โครงการตามที่มาตรการกำหนดเพื่อให้ผู้พักอาศัยใกล้เคียงสามารถติดต่อได้ กรณีที่ได้รับความเดือดร้อน และมีป้ายชื่อโครงการ ที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน
- โครงการมีเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยคอยอำนวยความสะดวกให้กับรถที่เข้า-ออก ได้โดยสะดวกและปลอดภัย เพื่อไม่ให้กีดขวางการจราจร

### 7. อาชีวอนามัยและความปลอดภัย

- โครงการมีการจัด Safety Talk ในตอนเช้าทุกวัน โดยมีการให้ความรู้ในการดูแลสุขอนามัยส่วนบุคคลให้แก่คนงาน
- โครงการติดป้ายประชาสัมพันธ์บริเวณด้านหน้าพื้นที่ก่อสร้าง เพื่อให้ผู้ที่พักอาศัยอยู่ใกล้เคียงได้รับทราบข้อมูล กรณีได้รับความเดือดร้อนจากพื้นที่ก่อสร้าง

## 2.6 แนวโน้มธุรกิจและปัจจัยที่มีผลกระทบ

### 2.6.1 แนวโน้มเศรษฐกิจประเทศไทยในปี 2557- 2558

ข้อมูลสำคัญของเศรษฐกิจไทย	2554	2555	2556	2557F	2558F
อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (YoY%)	0.1	6.5	2.9	0.7	3.5 – 4.5
ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศปีปัจจุบัน (ล้านล้านบาท)	10.54	11.37	11.90	12.14	12.98
อัตราเงินเฟ้อเฉลี่ย (%)	3.81	3.02	2.2	2.1	1.5 ± 2.5
อัตราดอกเบี้ยนโยบาย (%)	3.25	2.75	2.25	2.0	1.75 - 2.25
อัตราดอกเบี้ยเงินฝากธนาคาร 1 ปีเฉลี่ย 4 ธนาคารใหญ่ (%)	2.74	2.43	2.23	1.73	1.98 – 2.23
อัตราดอกเบี้ยกู้ยืมสำหรับลูกค้าชั้นดีเฉลี่ย 4 ธนาคารใหญ่ (MLR%)	7.25	7.0	6.84	6.75	7.0 – 7.25
ค่าเงินบาทเฉลี่ย (บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ)	30.48	31.07	30.70	32.5	32.5 – 33.5
เงินสำรองระหว่างประเทศ (พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ)	175.12	181.64	167.30	157.11	156.06

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

โดยรวมเศรษฐกิจไทยปี 2557 นักเศรษฐศาสตร์ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และธนาคารแห่งประเทศไทย คาดการณ์ว่าจะขยายตัวร้อยละ 0.7 เทียบกับการขยายตัวร้อยละ 2.9 ในปี 2556 จากความล่าช้าของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก ประกอบกับราคาส่งออกสินค้าเกษตรยังปรับตัวลดลง และการท่องเที่ยวยังฟื้นตัวช้า รวมถึงการจำหน่ายรถยนต์นั่งและการผลิตรถยนต์โดยรวมยังลดลงมากกว่าที่คาดการณ์ไว้ ทั้งนี้ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ประกาศปรับลดอัตราดอกเบี้ยนโยบายมาอยู่ที่ร้อยละ 2.0 โดยอัตราเงินเฟ้อเฉลี่ยทั้งปี 2557 อยู่ที่ร้อยละ 2.1 และค่าเงินบาทเฉลี่ยทั้งปี 2557 อยู่ที่ 32.5 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ

สำหรับเศรษฐกิจไทยปี 2558 นักเศรษฐศาสตร์ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และธนาคารแห่งประเทศไทย คาดการณ์ว่ามีแนวโน้มขยายตัวในช่วงร้อยละ 3.5 - 4.5 โดยมีแนวโน้มการส่งออกปรับตัวดีขึ้นตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก นอกจากนี้ภาคการท่องเที่ยวและการลงทุนที่ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องจะเป็นปัจจัยสำคัญต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจไทย อัตราเงินเฟ้อเฉลี่ยทั้งปี 2558 มีแนวโน้มอยู่ในช่วงร้อยละ  $1.5 \pm 2.5$  ถือว่ายังอยู่ในระดับที่เอื้ออำนวยต่อการสนับสนุนการฟื้นตัวและการขยายตัวของอุปสงค์ภายในประเทศ ทั้งนี้คาดการณ์ว่าอัตราดอกเบี้ยนโยบายมีแนวโน้มอยู่ในช่วงร้อยละ 1.75 ถึง 2.25 ขณะที่นโยบายการเงินของสหรัฐฯ น่าจะกดดันให้เงินบาทอ่อนค่าลงอีกเล็กน้อย คาดการณ์ค่าเงินบาทเฉลี่ยทั้งปี 2557 มีแนวโน้มอยู่ที่ 32.5-33.5 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ

#### ปัจจัยสนับสนุนเศรษฐกิจไทยในปี 2558

1. การปรับตัวดีขึ้นของภาคการส่งออกตามแนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและปริมาณการค้าโลก จากภาวะเศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น ส่งผลให้ปริมาณการค้าโลกขยายตัว
2. การฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวและการลงทุน บรรยากาศการท่องเที่ยวเริ่มปรับตัวดีขึ้น กลับมาขยายตัวต่อเนื่องตั้งแต่ช่วงปลายปี 2557
3. การใช้จ่ายภาครัฐ รัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการเพิ่มประสิทธิภาพการเบิกจ่าย ภายใต้มติคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) และมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจตามมติคณะรัฐมนตรี (ครม.) โดยได้กำหนดวงเงินลงทุนของรัฐบาลเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 20 และเร่งรัดโครงการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญๆ ซึ่งจะช่วยให้การใช้จ่ายภาครัฐสามารถสนับสนุนการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจได้มากขึ้น
4. การลดลงของราคาน้ำมันในตลาดโลก จะช่วยเพิ่มอำนาจซื้อของประชาชนและธุรกิจ และลดแรงกดดันด้านอัตราเงินเฟ้อซึ่งจะสนับสนุนให้สามารถดำเนินนโยบายการเงินผ่อนคลายได้อย่างต่อเนื่อง
5. ผลกระทบจากฐานการขยายตัวที่สูงผิดปกติของปริมาณการจำหน่ายและการผลิตรถยนต์ในประเทศจะหมดไป และปริมาณการผลิตและการจำหน่ายจะเข้าสู่แนวโน้มปกติในปี 2558

#### ปัจจัยเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยในปี 2558

1. ความเคลื่อนไหวอัตราแลกเปลี่ยน การเปลี่ยนแปลงนโยบายเศรษฐกิจ และต้นทุนการผลิตในประเทศคู่ค้าที่สำคัญของไทย
2. รายได้ในภาคเกษตรยังมีแนวโน้มอ่อนตัวเนื่องจากราคาสินค้าเกษตรที่ยังอยู่ในภาวะซบเซา ปี 2557 ดัชนีราคาสินค้าเกษตรและรายได้เกษตรกรลดลง ตามการลดลงของราคาสินค้าเกษตรที่สำคัญๆ โดยเฉพาะข้าว ยางพารา และมันสำปะหลัง
3. การเคลื่อนย้ายเงินทุนและอัตราแลกเปลี่ยนยังมีความเสี่ยงที่จะผันผวน ในขณะที่เศรษฐกิจโลกโดยรวมยังมีความเสี่ยงที่จะขยายตัวต่ำกว่าการคาดการณ์

## ประเทศที่บริษัทฯ เข้าไปลงทุน

### แนวโน้มเศรษฐกิจสาธารณรัฐอินเดีย

	2556	2557F	2558F
อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (YoY%)	5.0	5.6	6.4
ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ)	1,877	1,876	1,899
อัตราเงินเฟ้อเฉลี่ย (%)	9.5	7.8	7.5
อัตราดอกเบี้ยนโยบาย (%)	7.75	8.00	7.75
ค่าเงินรูปีเฉลี่ย (รูปีต่อดอลลาร์สหรัฐ)	61.80	61.81	62.50
เงินสำรองระหว่างประเทศ (พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ)	276.40	321.10	328.60

หมายเหตุ: ที่มา: IMF, World Bank, Bloomberg, Reserve Bank of India

เศรษฐกิจสาธารณรัฐอินเดียในปี 2558 นักเศรษฐศาสตร์ IMF คาดการณ์ว่ามีแนวโน้มขยายตัวร้อยละ 6.4 จากการขยายตัวทางด้านการลงทุนและการส่งออก ซึ่งมีผลดีมาจากภาคเกษตร ผลผลิตมีการเจริญเติบโตมากขึ้นเมื่อเทียบกับผลผลิตเมื่อต้นปีที่ได้รับผลกระทบจากมรสุม อีกทั้งมีการเติบโตด้านอุตสาหกรรมเหมืองแร่ อุตสาหกรรมการผลิต และการบริการ อัตราเงินเฟ้อเฉลี่ยทั้งปี 2558 มีแนวโน้มอยู่ที่ร้อยละ 7.5 ปรับลดลงจากปี 2557 เป็นผลจากการที่ธนาคารกลางสาธารณรัฐอินเดียดำเนินนโยบายทางการเงินแบบเข้มงวดทำให้ความต้องการของผู้บริโภคซบเซาลง ส่งผลให้อัตราดอกเบี้ยนโยบายในปี 2558 มีแนวโน้มปรับลดลงมาอยู่ที่ร้อยละ 7.75 เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ สำหรับค่าเงินรูปีเฉลี่ยทั้งปี 2558 มีแนวโน้มอ่อนตัวลงเล็กน้อยอยู่ที่ 62.50 รูปีต่อดอลลาร์สหรัฐ

ภาคอสังหาริมทรัพย์ของสาธารณรัฐอินเดียในปี 2558 มีแนวโน้มอยู่ในสถานะชะลอตัวต่อเนื่อง แม้ว่าสภาพเศรษฐกิจโดยรวมของสาธารณรัฐอินเดียจะขยายตัว แต่บรรยากาศการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ยังซบเซา ความต้องการซื้อบ้านของผู้บริโภคยังไม่เติบโต จึงก่อให้เกิดโอเวอร์ซัพพลาย อย่างไรก็ตามราคาที่อยู่อาศัยในสาธารณรัฐอินเดียกลับเพิ่มขึ้นเป็นผลต่อเนื่องจากต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น

## 2.6.2 สรุปภาวะตลาดที่อยู่อาศัยไทยปี 2557

เนื่องจากในปี 2557 เศรษฐกิจโลกเศรษฐกิจไทยชะลอตัวและการลงทุนภาครัฐยังไม่สามารถเดินหน้าอย่างเต็มรูปแบบ ส่งผลต่อผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ปรับแผนการลงทุนในไตรมาสแรกและกลับมาจัดกิจกรรมการตลาดเพื่อกระตุ้นการซื้อในช่วงไตรมาส 2 และ 3 แต่ไตรมาส 4 ได้ปรับแผนอีกครั้ง โดยเลื่อนการเปิดโครงการใหม่ออกไปส่งผลให้บรรยากาศการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ในไตรมาส 4 ปรับลดลงสำหรับด้านผู้บริโภคจากสัดส่วนหนี้สินครัวเรือนต่อจีดีพีที่เพิ่มขึ้น การปรับตัวของราคาสินค้าอุปโภคบริโภคสูงขึ้น กระทบโดยตรงกับความเชื่อมั่นผู้บริโภคต่อเศรษฐกิจในช่วงครึ่งปีหลังลดลงส่งผลให้ความสามารถการกู้ซื้อที่อยู่อาศัยลดลงตาม

ตารางที่ 1: แสดงมูลค่าตลาดที่อยู่อาศัยในประเทศไทย แบ่งตามภูมิภาค ปี 2557

	ภาคเหนือ <sup>P</sup>	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ <sup>P</sup>	ภาคกลาง <sup>P</sup>	ภาคตะวันออก <sup>P</sup>	ภาคใต้ <sup>P</sup>	กรุงเทพฯ ปริมณฑล	รวม
มูลค่าตลาด (ล้านบาท)	36,945	33,026	43,686	65,858	37,432	293,454	510,401
สัดส่วนร้อยละ	7	6	9	13	7	58	100

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

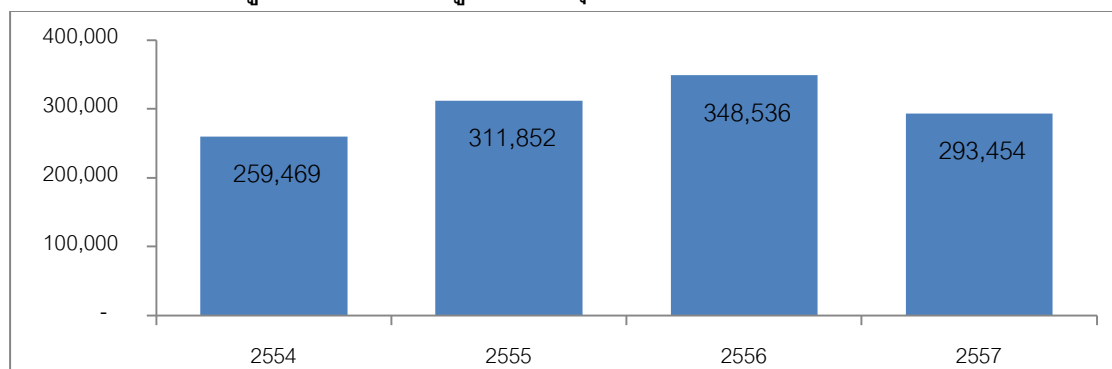
ที่มา : Consumer & Market Intelligence Division, Corporate Marketing, บริษัท พกฯ รีเทลเอสเตท จำกัด (มหาชน)

มูลค่าของตลาดที่อยู่อาศัยไทยในปี 2557 มีมูลค่าตลาดประมาณ 510,401 ล้านบาทโดยกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีสัดส่วนมากที่สุดร้อยละ 58 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีสัดส่วนร้อยละ 13 ภาคกลางมีสัดส่วนร้อยละ 9 ภาคเหนือและภาคใต้มีสัดส่วนร้อยละ 7 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีสัดส่วนร้อยละ 6 ตามลำดับ

### สภาวะตลาดที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตลาดกรุงเทพมหานครและปริมณฑลได้รับผลกระทบจากการชะลอการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค กอปรกับผู้ประกอบการส่วนใหญ่เลื่อนการเปิดโครงการใหม่ออกไปส่งผลต่อภาพรวมของตลาดที่อยู่อาศัยปรับลดลงร้อยละ 16 เมื่อเทียบกับปี 2556

แผนภาพที่ 1 : แสดงมูลค่าตลาดของที่อยู่อาศัยในกรุงเทพฯและปริมณฑล ปี 2554-2557

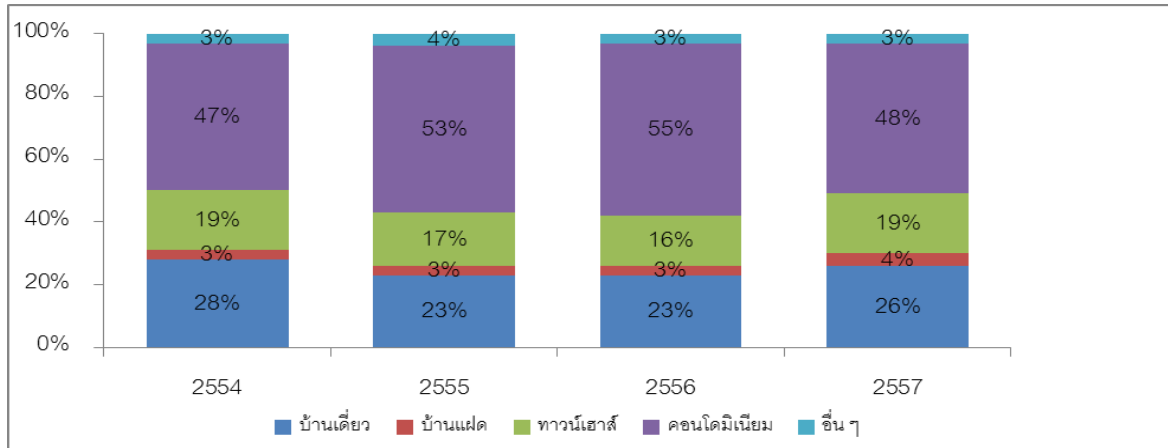


หมายเหตุ: ที่มา Consumer & Market Intelligence Division, Corporate Marketing, บริษัท พกฯ รีเทลเอสเตท จำกัด (มหาชน)



โครงสร้างของตลาดที่อยู่อาศัยกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในปี 2557 พบว่าสัดส่วนของคอนโดมิเนียมลดลงอยู่ที่ร้อยละ 48 รองลงมา คือ บ้านเดี่ยว มีสัดส่วนร้อยละ 26 ทาวน์เฮาส์ มีสัดส่วนร้อยละ 19 และบ้านแฝด มีสัดส่วนร้อยละ 4 ตามลำดับ

แผนภาพที่ 2 : แสดงสัดส่วนประเภทสินค้าของที่อยู่อาศัยในกรุงเทพฯและปริมณฑล ปี 2554-2557



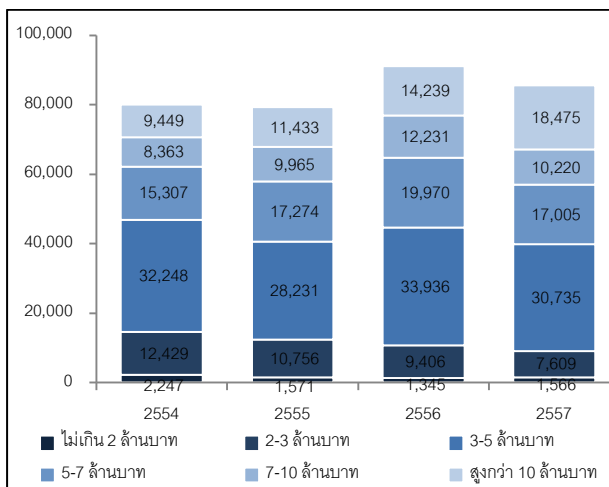
หมายเหตุ: ที่มา Consumer & Market Intelligence Division, Corporate Marketing, บริษัท พกฯ รีเทลเอสเตท จำกัด (มหาชน)

### ตลาดบ้านเดี่ยว (รวมบ้านแฝด) ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

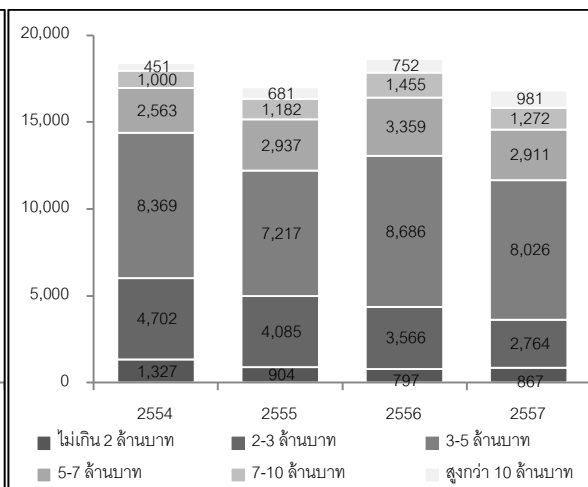
ตลาดบ้านเดี่ยว(รวมบ้านแฝด)ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลปี 2557 มีมูลค่า85,610 ล้านบาทปรับลดลงร้อยละ6 จากปี 2556 โดยระดับราคา 2-3 ล้านบาท ลดลงสูงสุดร้อยละ 19 ซึ่งระดับราคา 3-5 ล้านบาท ยังคงมีสัดส่วนสูงสุดของตลาดอยู่ที่ร้อยละ 36 ของมูลค่าตลาดบ้านเดี่ยว(รวมบ้านแฝด)ทั้งหมด

แผนภาพที่ 3 : แสดงมูลค่าตลาดและยอดขาย (จำนวนหน่วย) บ้านเดี่ยว (รวมบ้านแฝด) ในกรุงเทพฯและปริมณฑล ปี 2554-2557

หน่วย : ล้านบาท



หน่วย : หน่วยขาย



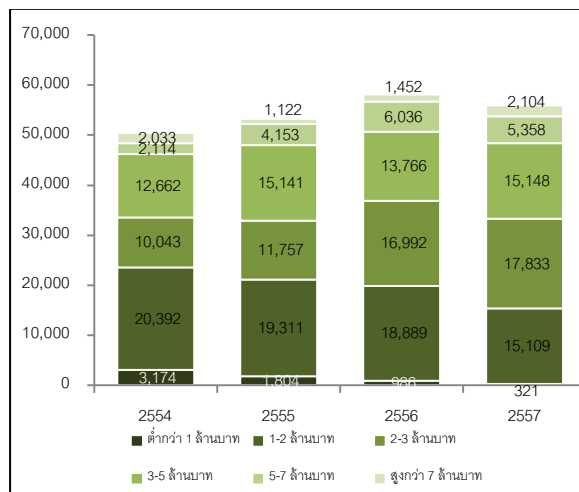
เมื่อเปรียบเทียบยอดขายและราคาขายเฉลี่ยในปี 2557 พบว่าจำนวนยอดขายลดลงร้อยละ 10 ส่วนราคาขายเฉลี่ยปรับเปลี่ยนขึ้นร้อยละ 4 อยู่ที่ 5.1 ล้านบาท (ปี 2556 ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 4.9 ล้านบาท) เนื่องมาจากราคาบ้านเดี่ยว(รวมบ้านแฝด) ของโครงการเปิดใหม่ปรับตัวสูงขึ้น

### สถานการณ์ตลาดทาวน์เฮาส์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

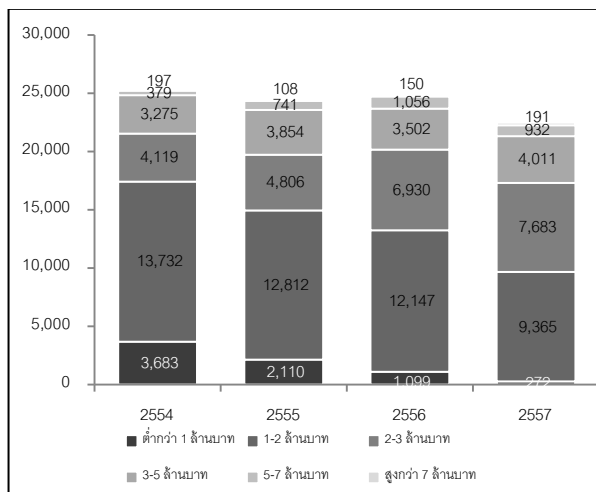
ตลาดทาวน์เฮาส์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลปี 2557 มีมูลค่า 55,873 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 4 จากปี 2556 โดยบริษัท พกษา เรียลเอสเตท จำกัด(มหาชน)มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 32 (ปี 2556 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 28) และยังคงครองส่วนแบ่งตลาดสูงสุด เป็นผู้นำตลาดทาวน์เฮาส์ที่ระดับราคาไม่เกิน 3 ล้านบาทที่มีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 60 นอกจากนี้ยังเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในระดับราคา 3-5 ล้านบาท โดยมีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 24

**แผนภาพที่ 4 : แสดงมูลค่าตลาดและยอดขาย (จำนวนหน่วย) ทาวน์เฮาส์ ในกรุงเทพฯและปริมณฑล ปี 2554-2557**

หน่วย : ล้านบาท



หน่วย : หน่วยขาย



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

เมื่อเปรียบเทียบยอดขายและราคาขายเฉลี่ยในปี 2557 พบว่า จำนวนยอดขายลดลงร้อยละ 10 ส่วนราคาขายเฉลี่ยปรับเปลี่ยนขึ้นร้อยละ 6 อยู่ที่ 2.49 ล้านบาท (ปี 2556 ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 2.34 ล้านบาท) เนื่องมาจากราคาทาวน์เฮาส์ของโครงการเปิดใหม่ปรับตัวสูงขึ้น

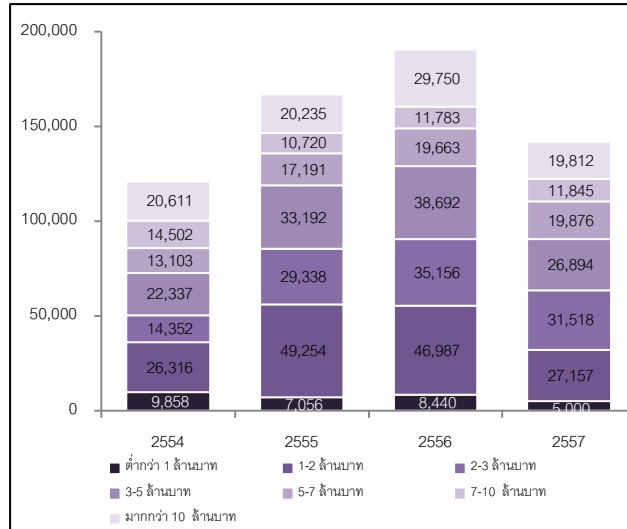
### ตลาดคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

เนื่องจากผลกระทบด้านเศรษฐกิจ และการชะลอตัวการเปิดโครงการคอนโดมิเนียมของผู้ประกอบการ ส่งผลให้ตลาดคอนโดมิเนียมปรับลดลงร้อยละ 14 จากปี 2556 อยู่ที่ 142,102 ล้านบาท โดยระดับราคา 1-2 ล้านบาทลดลงสูงสุดที่ร้อยละ 42

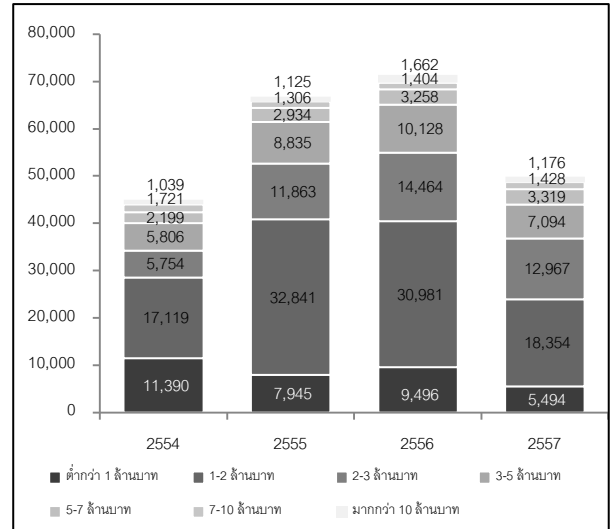
โดยตลาดคอนโดมิเนียมระดับราคา 2-3 ล้านบาท มีสัดส่วนตลาดสูงสุดอยู่ที่ร้อยละ 22 ทำเลใกล้จุดเชื่อมต่อรถไฟฟ้าเดิมยังคงได้รับความนิยมรองลงมาเป็นระดับราคา 3-5 ล้านบาทและ 1-2 ล้านบาท มีสัดส่วนตลาดเท่ากันอยู่ที่ร้อยละ 19

#### แผนภาพที่ 5 : แสดงมูลค่าตลาดและจำนวนหน่วยขาย คอนโดมิเนียม ในกรุงเทพฯและปริมณฑลปี 2554-2557

หน่วย : ล้านบาท



หน่วย : หน่วยขาย



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

เมื่อเปรียบเทียบยอดขายและราคาขายเฉลี่ยในปี 2557 พบว่า จำนวนยอดขายลดลงร้อยละ 30 ส่วนราคาขายเฉลี่ยปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 7 อยู่ที่ 2.85 ล้านบาท (ปี 2556ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 2.67 ล้านบาท) เนื่องมาจากราคาคอนโดมิเนียมของโครงการเปิดใหม่ปรับตัวสูงขึ้น

#### สถานะตลาดที่อยู่อาศัยในต่างจังหวัด

ตลาดที่อยู่อาศัยในต่างจังหวัดมีอัตราการชะลอตัวลงต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2554 – 2556 หลังจากที่ถูกผู้ประกอบการที่มีฐานการทำธุรกิจที่อยู่อาศัยในพื้นที่กรุงเทพฯ ทอยเข้ามาพัฒนาคอนโดมิเนียมในตลาดต่างจังหวัดเป็นจำนวนมากในจังหวัดหัวเมืองใหญ่ เช่น ภูเก็ต ชลบุรี เชียงใหม่ อุดรธานี ฯลฯ ซึ่งในช่วงแรกสามารถกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มนักลงทุน ได้เป็นจำนวนมากแต่เมื่อถึงกำหนดการโอนกรรมสิทธิ์พบว่ามีส่วนการยกเลิกสัญญาสูงผู้ประกอบการบางรายมีการปรับแผนการลงทุนยกเลิกการลงทุนในต่างจังหวัด ส่งผลให้ตลาดที่อยู่อาศัยในต่างจังหวัดที่เคยเติบโตสูงกลับชะลอตัวลง อาทิ จังหวัดเชียงใหม่ ตลาดโดยรวมปรับลดลง ร้อยละ 53 จังหวัดขอนแก่นปรับลดลง ร้อยละ 41 ซึ่งมูลค่าตลาดต่างจังหวัดประมาณ 216,947 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 43 ของมูลค่าตลาดทั้งประเทศ

#### แนวโน้มตลาดที่อยู่อาศัยปี 2558

จากการพิจารณาปัจจัยสนับสนุนตลาดที่อยู่อาศัยทั้งรายงาน แนวโน้มเศรษฐกิจไทยปี2558 ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้คาดการณ์ด้านเศรษฐกิจดังนี้ (1) อัตราการเติบโตของ GDP

ร้อยละ 3.5-4.5 (2) การลงทุนของภาครัฐขยายตัวร้อยละ 9.2 และ (3) การลงทุนภาคเอกชนขยายตัวร้อยละ 4.8 เป็นสัญญาณที่ดีต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวม และส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่จะปรับตัวดีขึ้นกับภาครัฐมีความมุ่งมั่นในการลดสัดส่วนหนี้สินครัวเรือนต่อจีดีพีลง ดังนั้นจึงประเมินแนวโน้มธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในปี 2558 จะเติบโตขึ้นโดยกรุงเทพฯและปริมณฑลเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ10 ส่วนต่างจังหวัดจะเติบโตในอัตราที่ต่ำกว่าโดยคาดการณ์ตลาดที่อยู่อาศัยมูลค่าประมาณ 544,086 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 6

ตลาดที่อยู่อาศัยในกรุงเทพฯและปริมณฑล ในปี 2558 คาดว่าจะมีมูลค่าตลาดประมาณ 322,799 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ10 เมื่อเทียบกับปี 2557 ที่อยู่อาศัยแนวราบราคาขายเฉลี่ยสูงขึ้น ผันแปรตามต้นทุนค่าที่ดินและค่าก่อสร้างที่ปรับไปก่อนหน้านี้และคอนโดมิเนียมยังคงครองส่วนแบ่งตลาดคิดเป็นร้อยละ 40-50

ตลาดที่อยู่อาศัยต่างจังหวัดนั้น คาดว่าความต้องการซื้อคอนโดมิเนียมยังคงชะลอตัวลดลง แต่ทว่าแนวโน้มจะมีความต้องการเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะจังหวัดหัวเมืองใหญ่ เช่น ชลบุรี ระยอง เป็นต้นเนื่องมาจากการขยายแหล่งงานและครอบครัวจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางด้านการบริหารราชการและมีแนวโน้มเป็นศูนย์กลางการขนส่งเช่น จังหวัดขอนแก่น มีการขยายเส้นทางคมนาคมขนส่ง เมืองจะขยายตัวออกไปทำให้มีโอกาสเติบโตของตลาดแนวราบสูงขึ้น จังหวัดที่เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจใกล้ชายแดนและเขตเศรษฐกิจพิเศษ เช่น แม่สอด , สงขลา เป็นต้น มีแนวโน้มจะพัฒนาเมืองเป็นประตูสู่ประเทศไทย คาดว่าจะมีโอกาสการเติบโตการซื้อที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้น แต่ความต้องการที่อยู่อาศัยของคนไทยยังคงเป็นที่อยู่อาศัยแนวราบ และที่ดินในบางจังหวัดยังสามารถพัฒนาที่อยู่อาศัยแนวราบได้ ดังนั้นที่อยู่อาศัยแนวราบจึงยังคงเป็นที่นิยมสูงสุด

ตารางที่ 2 :แสดงประมาณมูลค่าตลาดที่อยู่อาศัยในประเทศไทย แบ่งตามภูมิภาค ปี 2558

	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคกลาง	ภาคตะวันออก	ภาคใต้	กรุงเทพฯ ปริมณฑล	รวม
มูลค่าตลาด (ล้านบาท)	37,683	33,689	44,560	67,175	38,180	322,799	544,086
สัดส่วนร้อยละ	7	6	8	13	7	59	100

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

เนื่องมาจากนโยบายการลงทุนของภาครัฐและการแก้ไขปัญหาโดยรวมของประเทศและมีความชัดเจนขึ้น เช่น แนวโน้มการพัฒนาของจังหวัดเศรษฐกิจพิเศษ งบประมาณด้านการบริหารประเทศด้านการพัฒนาเส้นทางคมนาคมและโลจิสติกที่เป็นรูปธรรม ดังนั้นการลงทุนทั้งภาครัฐและเอกชนจะเป็นเครื่องขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่ดี ส่งผลต่อภาคอสังหาริมทรัพย์ ภาคธุรกิจการส่งออก ภาคธุรกิจค้าปลีก ค้าส่ง และภาคการท่องเที่ยว ปรับตัวดีขึ้นกว่าปี 2557

### 3 ปัจจัยความเสี่ยง

#### 3.1 ปัจจัยความเสี่ยงในประเทศ

##### 3.1.1) ความเสี่ยงจากผลของการเปลี่ยนแปลงนโยบายการปล่อยสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์

ตารางสรุปย่อจากประกาศข่าวธนาคารแห่งประเทศไทย ฉบับที่ 55/2553 และฉบับที่ 51/2554 ที่บังคับใช้กับธนาคารพาณิชย์

เกณฑ์เดิม	อัตราเงินทุนต่อสินทรัพย์เสี่ยงที่ธนาคารพาณิชย์ต้องดำรงไว้
ที่จำนวนสินเชื่อ > 10 ล้านบาท	
ให้กู้ ≤ 80% ของราคาบ้าน	อย่างต่ำ 35%
ให้กู้ > 80% ของราคาบ้าน	อย่างต่ำ 75%

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

ในบ้านแนวราบ บริษัทฯ กำหนดให้ผู้ซื้อบ้านวางเงินดาวน์อย่างต่ำ 5% ส่วนในอาคารชุดที่ขายแล้ว บริษัทฯ กำหนดให้ผู้ซื้อวางเงินดาวน์อย่างต่ำ 10 % ขณะอาคารชุดที่เริ่มขายใน 3 ปีที่ผ่านมา บริษัทฯ กำหนดเงินดาวน์ 12 – 15%

ในบ้านที่เปิดขายทั้งหมดของบริษัทฯ มีจำนวนโครงการที่บ้านราคาเกิน 10 ล้านบาทจำหน่ายไม่มากนัก ได้แก่ “ไอวี”, “คอนโด เออร์บานो แอปโซลูท สาทร”, “เดอะแพลนท์ พัฒนาการ”, “เดอะปาล์ม พัฒนาการ” และ “เดอะรีเวิร์ฟ” โดยที่ยอดโอนในประเทศของบริษัทฯ ในปี 2557 ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 2.49 ล้านบาทต่อหน่วย

บริษัทฯ มีการประกอบธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งในปีที่ผ่านมาบริษัทฯ มีรายได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์เป็นจำนวน 42,781 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.4 ของรายได้ทั้งหมด และลูกค้าของบริษัทฯ มากกว่าร้อยละ 87 จะซื้อบ้านและที่ดิน โดยการขอสินเชื่อ ดังนั้นถ้าธนาคารพาณิชย์ หรือธนาคารอาคารสงเคราะห์ไม่มียุทธศาสตร์ในการขยายหรือต้องการควบคุมการปล่อยสินเชื่อก็จะมีผลกระทบกับลูกค้า เนื่องจากไม่สามารถหาแหล่งเงินทุนเพื่อสนับสนุนค่าบ้านและที่ดินได้ซึ่งจะเป็นการจำกัดอำนาจซื้อของลูกค้า และจะมีผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทฯ โดยตรงในการนี้บริษัทฯ จึง

ได้มีแบบฟอร์มให้พนักงานขายกรอกข้อมูลเบื้องต้นที่สำคัญของผู้ซื้อบ้าน เมื่อแสดงความจำนงในการจองบ้านและขอกู้เงิน เพื่อนำส่งธนาคารให้ความเห็นเบื้องต้น (Pre-Approved) จากธนาคารภายใน 7 วันทำการว่าจะสามารถให้เงินกู้ได้หรือไม่ เพื่อลดความเสี่ยงของทั้งผู้ซื้อบ้าน และบริษัท อีกทั้งบริษัท มีบ้านราคาในระดับกลางถึงต่ำให้เลือกค่อนข้างมาก ลูกค้ายังสามารถเลือกบ้านที่ราคาต่ำลงให้สอดคล้องกับกฎหรือนโยบายที่เข้มงวดขึ้น

นอกจากนี้บริษัท ยังได้ตั้งคณะทำงานเพื่อติดตามภาวะเศรษฐกิจ และการกำหนดนโยบายต่างๆ ของธนาคารที่จะมีผลกระทบต่อภาระดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ และปรับกลยุทธ์ของบริษัท ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงกับสถานการณ์ รวมทั้งได้มีการเจรจาร่วมกับธนาคารพาณิชย์ และธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในการติดต่อขอสินเชื่อกับธนาคาร และจัดหามาตรการในการสนับสนุนลูกค้าให้ได้รับสินเชื่ออย่างรวดเร็ว

ทั้งนี้ตามแผนงานระยะยาวของบริษัท ที่มีความมุ่งหวังเพื่อสนับสนุนให้ลูกค้าสามารถขอสินเชื่อให้ได้มากที่สุด โดยสอดคล้องกับความสามารถในการชำระของลูกค้าแต่ละราย จึงได้มีการหารือร่วมกับธนาคารพาณิชย์หลายแห่ง เพื่อสร้างความร่วมมือในลักษณะพันธมิตร โดยร่วมกันพัฒนากระบวนการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ทั้งเรื่องกระบวนการขอสินเชื่อ ทีมงานสนับสนุนงานสินเชื่อรวมถึงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในด้านสินเชื่อ

### 3.1.2) ความเสี่ยงเรื่องราคาต้นทุนการก่อสร้างและวัสดุก่อสร้างขาดแคลน

การขายบ้านของบริษัท ส่วนใหญ่เป็นการขายก่อนสร้างบ้าน โดยบริษัท ตั้งราคาขายโดยใช้วิธีบวกกำไรที่ต้องการ (cost plus basis) ดังนั้นถ้าหากเกิดความผันผวนของราคาวัสดุก่อสร้าง หรือมีการปรับเปลี่ยนอัตราค่าจ้างแรงงาน ภายหลังจากที่บริษัท ได้กำหนดราคาขาย และได้มีลูกค้าจองซื้อบ้านและที่ดินไปแล้ว ย่อมจะทำให้ต้นทุนการขายของบริษัท สูงขึ้น ทำให้อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัท ลดลง

วัสดุก่อสร้างถือเป็นต้นทุนการก่อสร้างที่สำคัญ ราคาของวัสดุก่อสร้างหลัก และน้ำมัน มีการปรับราคาเพิ่มขึ้นบ้าง จากความต้องการที่เพิ่มมากขึ้นในภาคอสังหาริมทรัพย์ และโครงการสาธารณูปโภคขนาดใหญ่ต่างๆ ซึ่งได้ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตและต้นทุนการขนส่ง ท้ายสุดทำให้บริษัท มีต้นทุนสูงขึ้น บริษัท อาจไม่สามารถปรับราคาขายได้ในทันที หรือในกรณีที่บริษัท สามารถปรับราคาขายให้สอดคล้องกับต้นทุนที่สูงขึ้นดังกล่าว ก็อาจส่งผลกระทบต่อปริมาณการขายและเหตุดังกล่าวจะมีผลกระทบต่อฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัท

นอกจากนี้การที่มีโครงการก่อสร้างเพิ่มมากขึ้น อาจทำให้ปริมาณของวัสดุก่อสร้างมีจำนวนไม่พอกับความต้องการ ซึ่งหากเหตุการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นและบริษัท อาจต้องจ่ายค่าวัสดุแพงขึ้น หรือต้องรอวัสดุ จนไม่สามารถดำเนินการก่อสร้างบ้านได้ครบในเวลาที่กำหนด จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจฐานะทางการเงิน และผลการดำเนินงานของบริษัท ด้วยเช่นกัน

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

### 3.1.3) ความเสี่ยงจากการขาดแคลนแรงงาน

ปัญหาการขาดแคลนแรงงานภาคก่อสร้างยังคงเป็นปัญหาใหญ่กับภาคอสังหาริมทรัพย์อย่างน้อย 2 ปี ในขณะนี้ มีโครงการก่อสร้างเป็นจำนวนมาก รวมทั้งมีงานก่อสร้างโครงการสาธารณูปโภคขนาดใหญ่อีกเป็นจำนวนมาก จึงอาจจะเกิดภาวะขาดแคลนผู้รับเหมาและแรงงานฝีมือในบางสาขาได้ ซึ่งหากบริษัทฯ ไม่สามารถจัดหาผู้รับเหมาที่มีความชำนาญเฉพาะด้านเพื่อเข้าดำเนินงานในโครงการของบริษัทฯ ได้ อาจทำให้งานก่อสร้างของบริษัทฯ ล่าช้าไม่สามารถโอนบ้านให้แก่ผู้ซื้อได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด

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

เพื่อลดการพึ่งพิงแรงงาน ลดชั่วโมงทำงาน และใช้แรงงานที่มีอยู่อย่างจำกัดให้คุ้มค่าที่สุด บริษัทฯ ได้นำเทคโนโลยีการก่อสร้างบ้านแบบ Real Estate Manufacturing (REM) หรืออาร์อีเอ็ม เข้ามาใช้เพื่อควบคุมการก่อสร้างบ้านแนวราบตามลำดับขั้นตอน ในระหว่างการก่อสร้างเพื่อให้บ้านมีคุณภาพ อาร์อีเอ็ม เป็นระบบที่ใช้แรงงานก่อสร้างอย่างมีประสิทธิภาพ โดยจะให้ผู้รับเหมาก่อสร้างนั้นทำงานก่อสร้างเฉพาะในส่วนงานที่ตนเองมีความถนัด เช่น งานปู

กระเบื้องพื้นก็จะทำเฉพาะปูกระเบื้อง หรืองานทาสี ก็จะทำเฉพาะงานดังกล่าว ซึ่งกระบวนการผลิตจะเหมือนกับการผลิตรถยนต์ ซึ่งในปี 2557 สำหรับบ้านแนวราบบริษัทฯ สามารถบริหารระยะเวลาตั้งแต่การจองบ้านจนถึงลูกค้าได้รับบ้าน (Business cycle time) เฉลี่ยอยู่ที่ 87 วัน

นอกจากนี้บริษัทฯ ได้ศึกษานวัตกรรมใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยีระบบบริหารจัดการงานก่อสร้างใหม่ๆ หรือการสรรหาวัสดุหรือองค์ประกอบสำเร็จรูป เช่น ห้องน้ำสำเร็จรูป ซึ่งจะช่วยลดการพึ่งพิงแรงงาน ลดระยะเวลาการก่อสร้าง รวมถึงเพิ่มคุณภาพของงานก่อสร้างให้ดียิ่งขึ้น

### 3.1.4) ความเสี่ยงจากการขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ และความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงาน

กระบวนการผลิตบ้านของบริษัทฯ เป็นการก่อสร้างโดยใช้โครงสร้างผนังรับน้ำหนักแบบหล่อใน ด้วยเทคโนโลยีแบบอุโมงค์ หรือ Tunnel Technology และเทคโนโลยีการก่อสร้างแบบผนังสำเร็จรูปรับน้ำหนัก ซึ่งเป็นระบบการก่อสร้างแบบใหม่ ดังนั้นบริษัทฯ ต้องพึ่งพาบุคลากรที่มีประสบการณ์ ความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิศวกรและผู้ควบคุมงานก่อสร้าง ซึ่งหากมีการโยกย้ายของวิศวกร และผู้ควบคุมงานก่อสร้างดังกล่าว อาจส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องของธุรกิจ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อฐานะทางการเงิน และผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

บริษัทฯ ได้มีนโยบายในการพัฒนาความรู้ และความสามารถให้กับพนักงานอย่างต่อเนื่อง ทั้งการพัฒนาสำหรับการปฏิบัติงานในปัจจุบัน และการพัฒนาสำหรับรองรับการเติบโตของธุรกิจในอนาคต โดยในปี 2557 ที่ผ่านมามีบริษัทฯ ได้จัดหลักสูตรฝึกอบรมภายใน (In-House Training) 442 รุ่น รวมทั้งส่งพนักงานไปฝึกอบรมกับสถาบันภายนอก (Public Training) จำนวน 66 หลักสูตร เฉลี่ยเดือนละ 42 รุ่น (รวมทั้งปี 508 รุ่น) ซึ่งครอบคลุมกับพนักงานทุกสายอาชีพและเน้นการพัฒนาทักษะในเชิงการฝึกปฏิบัติงานหน้างานจริงมากขึ้นตามรูปแบบการพัฒนาตาม Model 70:20:10 (70 : เรียนรู้จากประสบการณ์ตรง 20 : เรียนรู้จากผู้อื่น 10 : เรียนรู้จากห้องเรียน)

โดยหลักสูตรที่บริษัทฯ ได้จัดเตรียมไว้สำหรับพนักงานทุกคน แบ่งออกเป็น 5 หมวดหลัก ได้แก่

1. หมวดวิชาพื้นฐานสำหรับพนักงานใหม่ (On boarding program)
2. หมวดวิชาพื้นฐาน (Foundation)
3. หมวดวิชาตามกลุ่มอาชีพ (Career Group)
4. หมวดวิชาด้านคุณภาพและความปลอดภัย (Quality & Safety)
5. หมวดวิชาพัฒนาภาวะผู้นำและผู้เชี่ยวชาญ (Leadership & Expertise)
6. หมวดวิชาเลือก (Elective)

การพัฒนาสำหรับรองรับการเติบโตของธุรกิจในอนาคต การจัดทำโครงการ Talent & Succession Planning โดยหัวหน้างานร่วมกับสายงานทรัพยากรบุคคล (Human Capital) เพื่อระบุผู้ที่มีความสามารถสูง (Talent) โดยพิจารณาจากระดับผลการปฏิบัติงาน และคุณลักษณะส่วนบุคคลที่มีศักยภาพ ทั้งด้านความสามารถในการบริหารจัดการและ



ความสามารถในการปฏิบัติงาน การระบุจัดทำแผนทดแทนตำแหน่งงานสำหรับผู้บริหารระดับฝ่ายขึ้นไป (Department, Division, SBU/BU) โดยการกำหนดทั้ง Talent และ Successor นั้น ยังคำนึงถึงความจำเป็นทางธุรกิจ โดยวิเคราะห์เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ระยะยาวขององค์กรร่วมด้วย

บริษัทฯ ยังได้จัดให้มีการว่าจ้างและสวัสดิการที่เป็นธรรม มีการจัดกิจกรรมแรงงานสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดการจ้างงานต่อเนื่อง เพื่อให้ได้ผู้ที่มีความรู้ความสามารถ และความชำนาญอยู่กับบริษัทฯ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้จัดโปรแกรม Successor สำหรับตำแหน่งงานที่มีบทบาทสำคัญในบริษัทฯ ซึ่งเป็นการส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรภายในให้เติบโตไปพร้อมกับบริษัทฯ และลดความเสี่ยงในการขาดแคลนบุคลากรในตำแหน่งที่สำคัญ รวมถึงเสริมสร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง

### 3.1.5) ความเสี่ยงจากการสรรหาที่ดินเพื่อการพัฒนา

บริษัทฯ ไม่มีนโยบายในการสะสมที่ดินเปล่า (Land Bank) ไว้สำหรับโครงการต่างๆ ในอนาคต เนื่องจากบริษัทฯ เห็นว่าการซื้อที่ดินเปล่าโดยยังไม่มีแผนการก่อสร้างโครงการที่ชัดเจนจะทำให้บริษัทฯ มีภาระต้นทุนทางการเงิน ซึ่งอาจเกิดปัญหาเกี่ยวกับสภาพคล่องทางการเงินของบริษัทฯ ได้ โดยที่ผ่านมาบริษัทฯ จะซื้อที่ดินต่อเมื่อบริษัทฯ มีความประสงค์ที่จะพัฒนาที่ดินดังกล่าวภายใน 4 เดือน ซึ่งเมื่อบริษัทฯ ต้องการซื้อที่ดินในทำเลที่ต้องการ บริษัทฯ อาจต้องซื้อที่ดินในราคาที่สูงกว่าที่บริษัทฯ กำหนด หรืออาจไม่สามารถซื้อที่ดินได้ครบตามจำนวนที่ต้องการ หรืออาจไม่สามารถซื้อที่ดินได้เลย ซึ่งในกรณีดังกล่าว จะส่งผลกระทบทำให้บริษัทฯ มีต้นทุนในการก่อสร้างที่สูงขึ้น เนื่องจากต้นทุนคงที่ของโรงงานผลิตแผ่นผนังสำเร็จรูป ที่จะสูงถ้าไม่สามารถก่อสร้างได้ตามจำนวนที่ต้องการ หรืออาจไม่สามารถก่อสร้างโครงการใดๆ ได้เลย ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการทำงานตามแผนธุรกิจ 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 ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถเข้าถึงข้อมูลและสามารถคัดเลือกที่ดินที่เข้ามาทั้งหมด ให้สอดคล้องตรงกับแผนการพัฒนาของแต่ละหน่วยธุรกิจมากที่สุด

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการวางกรอบในการพิจารณาซื้อที่ดินให้สอดคล้องกับศักยภาพและความสามารถของแต่ละหน่วยธุรกิจในแต่ละช่วง รวมถึงการวิเคราะห์และทบทวนแผนการซื้อที่ดินล่วงหน้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ได้ที่ดินใน

ช่วงเวลาและจำนวนแปลงที่เหมาะสม เพื่อให้สามารถสร้างรายได้ตามแผนธุรกิจของบริษัทฯ วางไว้ในอนาคตได้

อีกทั้งการที่บริษัทฯ มีการขยายรูปแบบการพัฒนาเป็นบ้านให้หลากหลายรูปแบบและหลากหลายราคา ทำให้บริษัทฯ มีความยืดหยุ่นในการพิจารณาจัดซื้อที่ดินให้เหมาะสมกับรูปแบบโครงการที่หลากหลายมากขึ้น

### 3.1.6) ความเสี่ยงจากการประกอบธุรกิจซึ่งอยู่ภายใต้กฎหมายที่เข้มงวด

การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เกี่ยวข้องกับการก่อสร้างที่อยู่อาศัย อยู่ภายใต้กฎหมายและข้อกำหนดอื่นๆ ที่เข้มงวด ซึ่งต้องมีการขอใบอนุญาตในการจัดสรรที่ดิน ใบอนุญาตค่าที่ดิน ใบอนุญาตก่อสร้างอาคาร จากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องอีกด้วย ในกรณีที่มีการพัฒนาโครงการขนาดใหญ่ ก็จะต้องจัดทำรายงานศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อมต่อคณะกรรมการศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อม และต้องได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการ ดังนั้นหากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องออกใบอนุญาตต่างๆ ให้แก่บริษัทฯ ล่าช้า หรือไม่ออกใบอนุญาตที่เกี่ยวข้องให้แก่บริษัทฯ อาจทำให้บริษัทฯ ดำเนินโครงการล่าช้ากว่าที่กำหนด หรืออาจไม่สามารถดำเนินโครงการได้เลย ซึ่งจะส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ ฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ได้

ดังนั้นการกำหนดหรือการเปลี่ยนแปลงกฎหมาย ข้อกำหนด หรือนโยบายใดๆ ย่อมมีผลกระทบต่อบริษัทฯ เช่น การที่จะนำกฎหมายการจัดการดูแลผลประโยชน์ของคู่สัญญา (Escrow Account) ซึ่งขณะนี้อยู่ระหว่างการพิจารณาของฝ่ายนิติบัญญัติ จากภาครัฐ เพื่อประกาศเป็นกฎหมาย ซึ่งกฎหมายดังกล่าวกำหนดบังคับมิให้ผู้ประกอบการธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ นำเงินดาวน์ หรือค่างวดที่ได้รับชำระจากผู้ซื้อมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ แต่จะต้องเก็บเงินจำนวนดังกล่าวไว้ในบัญชีดูแลทรัพย์สินแยกต่างหาก ทำให้ผู้ประกอบการต้องมีเงินทุนหมุนเวียนที่เพียงพอ หรือต้องมีแหล่งเงินกู้ที่มากพอที่จะก่อสร้างบ้านให้แล้วเสร็จ ซึ่งถ้าหากบริษัทฯ ไม่สามารถจัดหาแหล่งเงินทุนมาเพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนได้เพียงพอ หรือกู้เงินได้แต่มีอัตราดอกเบี้ยสูง ซึ่งเหตุการณ์ดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ได้

ในการนี้บริษัทฯ ได้มีคณะทำงานศึกษาแนวทางการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายที่เกี่ยวข้องและมีการประชุม เพื่อหาแนวทางปรับปรุงวิธีการทำงานอยู่เป็นประจำ ในส่วนเฉพาะกับกฎหมาย Escrow Account ก็มีผลกระทบกับบริษัทฯ ไม่มากนัก เนื่องจากสำหรับสินค้าทาวน์เฮ้าส์ และบ้านเดี่ยว บริษัทฯ มีระยะเวลาในการเรียกเก็บเงินดาวน์ที่สั้นเพียง 3 – 4 เดือน ในบ้านแนวราบ และในอัตราส่วนที่ไม่มากนัก บริษัทฯ พึ่งพิงเงินทุนของบริษัทฯ ก่อนข้างสูงมีสัดส่วนการกู้ยืมเงินที่ต่ำกว่าผู้ประกอบการรายอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน สำหรับตลาดอาคารชุดซึ่งมีระยะเวลาเรียกเก็บเงินดาวน์ที่ยาวกว่า บริษัทฯ ก็มีนโยบายในการบริหารให้อยู่ในระดับที่สามารถพึ่งพิงเงินทุนของตนเองได้ และจัดหาแหล่งเงินทุนอื่นที่มีต้นทุนทางการเงินต่ำกว่าการกู้ยืมเงินโดยตรงจากสถาบันการเงิน

นอกจากนั้นจากผลกระทบอุทกภัยครั้งใหญ่ในปี 2554 อาจส่งผลทำให้กฎหมายและระเบียบต่างๆ ในธุรกิจอาจเกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ตามมา เช่น ผังเมืองรวมของกรุงเทพมหานคร ที่มีการปรับเปลี่ยนในปี 2556 ที่ส่งผลกระทบต่อ

ต่อราคาที่ดิน และการเลือกที่จะพัฒนาโครงการในรูปแบบทาวน์เฮ้าส์ บ้านเดี่ยว หรือคอนโดมิเนียม สำหรับกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ของบริษัทฯ

### 3.2) ปัจจัยความเสี่ยงต่างประเทศ

ในปี 2557 บริษัทฯ มีการดำเนินงานในต่างประเทศเหลือเพียงประเทศเดียว คือ เมืองบังกลอร์ สาธารณรัฐอินเดีย ทั้งนี้การร่วมทุนในเมืองเซไนและเมืองมูมไบในสาธารณรัฐอินเดียยังไม่มีความสำเร็จ เนื่องจากผู้ร่วมทุนท้องถิ่นยังไม่สามารถจัดหาที่ดินที่เหมาะสมมาให้กับบริษัทฯ ร่วมทุนเพื่อพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยได้

**ความเสี่ยงที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจในต่างประเทศอาจจำแนกได้ดังต่อไปนี้**

#### 3.2.1) ความเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจและภาวะตลาด

ประเด็นนี้ทางบริษัทฯ ได้ติดตามดัชนีชี้วัดทางเศรษฐกิจของแต่ละประเทศและติดตามข้อมูลสภาวะธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์และการแข่งขันในตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ สามารถใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้องและสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการในท้องถิ่นนั้นๆ ได้ ในกรณีที่พิจารณาการลงทุนเพิ่มเติมในแต่ละเมือง บริษัทฯ จะติดตามสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและภาวะตลาดอย่างใกล้ชิดเพื่อให้การลงทุนและการใช้ทรัพยากรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงสุด และสอดคล้องกับสถานการณ์ในขณะนั้น

#### 3.2.2) ความเสี่ยงในการสรรหาที่ดินในทำเลที่ดีและในราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์

ประเด็นนี้ทางบริษัทฯ ทราบดีว่ามีความเสี่ยงเปรียบในฐานะที่เป็นบริษัทฯ ต่างชาติอาจจะขาดความรู้ความเข้าใจและประสบการณ์ในการเจรจาติดต่อซื้อที่ดิน ดังนั้นบริษัทฯ จึงได้เร่งสร้างเครือข่ายนายหน้าค้าที่ดิน บริษัทที่ปรึกษาด้านอสังหาริมทรัพย์ และสถาบันการเงินเพื่อให้เป็นผู้แนะนำและประสานงานติดต่อกับผู้ที่สนใจขายที่ดินตลอดจนเป็นผู้ที่รวบรวมที่ดินให้ได้ขนาดตามที่บริษัทฯ ต้องการ ซึ่งในปัจจุบันนี้การหาที่ดินยังไม่เป็นปัญหามากนัก

#### 3.2.3) ความเสี่ยงในการขาดแคลนช่างฝีมือและแรงงานในการก่อสร้าง

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะยังคงใช้การก่อสร้างที่เป็นระบบผนังคอนกรีตเสริมเหล็กกับน้ำหนักซึ่งจะทำให้งานก่อสร้างรวดเร็วและมีคุณภาพ ซึ่งในปัจจุบันฝ่ายก่อสร้างและแรงงานก่อสร้างในสาธารณรัฐอินเดียของบริษัทฯ เริ่มมีความคุ้นเคยกับระบบดังกล่าว ทำให้สามารถลดความเสี่ยงในด้านนี้ลงได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงต้องดำเนินการติดตามการควบคุมคุณภาพงานก่อสร้างอย่างใกล้ชิด และเพิ่มการฝึกอบรมให้กับพนักงานและแรงงานก่อสร้างรุ่นใหม่ ๆ ที่จะเพิ่มขึ้น เพื่อรองรับการเปิดโครงการใหม่ในเมืองบังกลอร์

### 3.2.4) ความเสี่ยงจากกฎระเบียบการดำเนินธุรกิจและการขออนุญาตจากหน่วยงานราชการ

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

### 3.2.5) ความเสี่ยงจากการขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน

ณ 31 ธันวาคม 2557 บริษัท พุกกษาอินเตอร์ เนชั่นแนล จำกัด และ บริษัท พุกกษาโอเวอร์ซีส์ จำกัด มีเงินทุนจดทะเบียนรวม 1,600 ล้านบาท เพื่อลงทุนในบริษัทฯ ในต่างประเทศ โดยได้อินเงินลงทุนไปแล้วเป็นเงิน 938.9 ล้านบาท คิดเป็น 1.67% ของสินทรัพย์รวมจากงบการเงินรวมของ บมจ.พุกกษา เรียลเอสเตท และมีรายได้จากการโอนบ้านเทียบเท่าเงินบาท 441 ล้านบาท หรือคิดเป็น 1.03% ของยอดโอนรวม

บริษัทฯ ได้ติดตามบริหารความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนผ่าน คณะกรรมการลงทุนต่างประเทศและคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเป็นประจำทุก 2 เดือน 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 30 ธันวาคม 2557 กลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่สุด คือ กลุ่มวิจิตรพงศ์พันธุ์ ซึ่งถือหุ้นในบริษัทฯ จำนวน 1,547,499,500 หุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 69.50% ของทุนชำระแล้วทั้งหมดของบริษัทฯ ทั้งนี้กลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่มิสามารถที่จะควบคุมการลงมติผู้ถือหุ้นในเรื่องที่สำคัญต่างๆ ที่กฎหมายหรือข้อบังคับได้กำหนดให้ต้องได้รับคะแนนเสียงข้างมากของจำนวนเสียงทั้งหมดของผู้ถือหุ้นที่มาประชุม และมีสิทธิออกเสียงลงคะแนน นอกจากนี้ นายทองมา วิจิตรพงศ์พันธุ์ ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายหนึ่งในกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ โดยถือหุ้นจำนวน 1,214,000,000 หุ้น หรือคิดเป็น

ร้อยละ 54.52% ของทุนชำระแล้วทั้งหมดของบริษัทฯ และยังคงดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการผู้จัดการใหญ่และเป็นกรรมการผู้มีอำนาจลงนามของบริษัทฯ ดังนั้นผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงอาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ได้

### **3.3.2) ความเสี่ยงเรื่องผลกระทบต่อราคาหุ้นและอำนาจควบคุมจากการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ**

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

## 4 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

### 4.1. ทรัพย์สินถาวรหลักของบริษัทฯ และบริษัทย่อยของบริษัทฯ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 สินทรัพย์ถาวรที่บริษัทฯ และบริษัทย่อยใช้ในการประกอบธุรกิจ มีมูลค่าสุทธิตามบัญชีหลังหักค่าเสื่อมราคาสะสมและขาดทุนจากการด้อยค่า ตามที่ปรากฏในงบการเงินของบริษัทฯ เท่ากับ 3,890 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดดังนี้

รายการทรัพย์สินถาวร	มูลค่าสุทธิตามบัญชีหลังหัก ค่าเสื่อมราคาสะสมและขาดทุนจาก การด้อยค่า(ล้านบาท)
1. ที่ดินและอาคาร	1,438
2. เครื่องจักรและอุปกรณ์	871
3. เครื่องตกแต่ง ติดตั้ง และเครื่องใช้สำนักงาน	87
4. ยานพาหนะ	10
5. งานระหว่างก่อสร้าง และเครื่องจักรและอุปกรณ์ระหว่างการติดตั้ง	1,484
<b>รวม มูลค่าสุทธิทางบัญชี</b>	<b><u>3,890</u></b>

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทฯและบริษัทย่อยมีภาระผูกพันโดยมีการนำสินทรัพย์ และโครงการอสังหาริมทรัพย์ระหว่างการพัฒนาไปเป็นหลักประกัน ดังนี้

รายการ	มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท)
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ของโรงงานแผ่นคอนกรีตสำเร็จรูป	1,498
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	-
โครงการอสังหาริมทรัพย์ระหว่างการพัฒนา (ที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง)	10,287
<b>รวม</b>	<b><u>11,785</u></b>

รายละเอียดวงเงินสินเชื่อที่ได้นำสินทรัพย์ไปเป็นหลักประกัน ดังนี้

- (ก) วงเงินกู้ยืมจากธนาคารจำนวน 6,644 ล้านบาท
- (ข) วงเงินเบิกเกินบัญชีจำนวน 50 ล้านบาท
- (ค) วงเงินหนังสือค้ำประกันที่ออกโดยธนาคารจำนวน 5,302 ล้านบาทและ 4 ล้านเหรียญสหรัฐและ 65 ล้านอินเดียรูปี
- (ง) วงเงินตั๋วสัญญาใช้เงินที่ออกโดยธนาคารจำนวน 8,244 ล้านบาท
- (จ) วงเงินสินเชื่ออื่น 555 ล้านบาท

## 4.2 สิ้นค้าคงเหลือในโครงการต่างๆ

ชื่อและที่ตั้งโครงการ	ลักษณะกรรมสิทธิ์	พื้นที่ขายคงเหลือ (ไร่-งาน-วา)	ราคาประเมิน ณ ธ.ค. 2557	มูลค่าตามบัญชี ณ ธ.ค. 2555	มูลค่าตามบัญชี ณ ธ.ค. 2556	มูลค่าตามบัญชี ณ ธ.ค. 2557	ภาระผูกพัน ณ ธ.ค. 2557	
1 บ้านพุกษา 53 ( PRUKSA NARA )	เป็นเจ้าของ	8-2-86.00	N/A	208.91	169.08	100.94	หนังสือค้ำประกัน	มี
2 บ้านพุกษา 54/3	เป็นเจ้าของ	0-2-78.30	N/A	8.32	8.42	14.31	หนังสือค้ำประกัน	มี
3 บ้านพุกษา 60/1	เป็นเจ้าของ	21-1-55.30	N/A	-	131.34	179.84	หนังสือค้ำประกัน	มี
4 บ้านพุกษา 61	เป็นเจ้าของ	1-1-57.20	23.79	110.65	35.38	33.94	หนังสือค้ำประกัน	มี
5 บ้านพุกษา 63/1	เป็นเจ้าของ	6-0-68.00	N/A	154.93	179.45	87.07	หนังสือค้ำประกัน	มี
6 บ้านพุกษา 64/2	เป็นเจ้าของ	11-3-2.30	136.70	42.47	72.27	108.59	หนังสือค้ำประกัน	มี
7 บ้านพุกษา 68 - ( ซอนแก่น )	เป็นเจ้าของ	12-1-97.30	157.70	225.27	205.08	142.93	หนังสือค้ำประกัน	มี
8 บ้านพุกษา 73	เป็นเจ้าของ	12-2-85.80	N/A	79.96	184.23	116.04	หนังสือค้ำประกัน	มี
9 บ้านพุกษา 74/1	เป็นเจ้าของ	4-1-80.00	N/A	-	137.25	60.04	หนังสือค้ำประกัน	มี
10 บ้านพุกษา 75	เป็นเจ้าของ	4-1-43.00	82.83	157.75	81.20	52.24	หนังสือค้ำประกัน	มี
11 บ้านพุกษา 77/2 สุขสวัสดิ์	เป็นเจ้าของ	7-1-98.40	N/A	20.43	35.57	79.35	หนังสือค้ำประกัน	มี
12 บ้านพุกษา 78	เป็นเจ้าของ	5-0-39.20	N/A	87.24	134.10	66.24	หนังสือค้ำประกัน	มี
13 บ้านพุกษา 80 (พิทย)	เป็นเจ้าของ	33-2-68.60	N/A	0.43	296.94	285.48	หนังสือค้ำประกัน	มี
14 บ้านพุกษา 81	เป็นเจ้าของ	2-0-68.30	N/A	0.05	131.05	36.76	หนังสือค้ำประกัน	มี
15 บ้านพุกษา 82	เป็นเจ้าของ	18-1-5.00	N/A	-	219.87	195.51	หนังสือค้ำประกัน	มี
16 บ้านพุกษา 85	เป็นเจ้าของ	14-2-70.72	N/A	-	168.32	143.28	หนังสือค้ำประกัน	มี
17 บ้านพุกษา 83	เป็นเจ้าของ	6-1-87.00	N/A	-	133.60	66.46	หนังสือค้ำประกัน	มี
18 บ้านพุกษา 86/1	เป็นเจ้าของ	8-2-78.80	N/A	-	179.29	111.11	-	ไม่มี
19 บ้านพุกษา 84/2	เป็นเจ้าของ	11-3-27.10	N/A	-	241.24	208.27	หนังสือค้ำประกัน	มี
20 บ้านพุกษา 88	เป็นเจ้าของ	8-1-4.10	N/A	-	127.87	88.45	หนังสือค้ำประกัน	มี
21 บ้านพุกษา 89	เป็นเจ้าของ	14-0-25.70	N/A	-	199.94	184.51	หนังสือค้ำประกัน	มี
22 บ้านพุกษา 90	เป็นเจ้าของ	8-2-48.70	N/A	-	101.96	157.11	หนังสือค้ำประกัน	มี
23 บ้านพุกษา 91	เป็นเจ้าของ	9-0-73.50	N/A	-	200.47	230.55	หนังสือค้ำประกัน	มี
24 บ้านพุกษา 92	เป็นเจ้าของ	8-0-62.80	N/A	-	71.82	78.53	หนังสือค้ำประกัน	มี
25 บ้านพุกษา 94	เป็นเจ้าของ	21-3-93.40	N/A	-	27.01	253.77	หนังสือค้ำประกัน	มี
26 บ้านพุกษา 96/1	เป็นเจ้าของ	19-0-51.50	N/A	-	-	163.81	-	ไม่มี
27 บ้านพุกษา 54/4	เป็นเจ้าของ	0-1-42.70	N/A	-	-	1.87	-	ไม่มี
28 บ้านพุกษา 87/1	เป็นเจ้าของ	23-1-21.00	N/A	-	227.23	325.77	หนังสือค้ำประกัน	มี
29 บ้านพุกษา 79	เป็นเจ้าของ	11-3-45.20	N/A	13.32	249.26	159.96	หนังสือค้ำประกัน	มี
30 พุกษา วิลล 8/1 (ดอนเมือง)	เป็นเจ้าของ	14-3-51.00	214.74	98.20	98.69	141.57	หนังสือค้ำประกัน	มี
31 พุกษา วิลล 38/1 -(บริษัทพุกษา)	เป็นเจ้าของ	1-3-51.20	N/A	139.92	173.38	28.84	หนังสือค้ำประกัน	มี
32 พุกษา วิลล 41/1 -(บริษัทพุกษา)	เป็นเจ้าของ	9-1-10.40	N/A	95.54	221.34	143.17	หนังสือค้ำประกัน	มี
33 พุกษา วิลล 46/2	เป็นเจ้าของ	6-2-63.10	N/A	33.78	76.28	73.17	หนังสือค้ำประกัน	มี
34 พุกษา วิลล 51 (สายไหม)	เป็นเจ้าของ	1-1-27.60	N/A	80.30	118.80	28.37	หนังสือค้ำประกัน	มี
35 พุกษา วิลล 52/2-(บจก.พุกษา) ภูเก็ต (รัชฎา-ลักกษ)	เป็นเจ้าของ	1-1-43.50	N/A	114.95	128.09	33.71	หนังสือค้ำประกัน	มี
36 พุกษา วิลล 57 พัฒนาการ	เป็นเจ้าของ	18-3-25.00	N/A	300.58	400.19	373.53	หนังสือค้ำประกัน	มี
37 พุกษา วิลล 58/1-(ภูเก็ต-กลาง )	เป็นเจ้าของ	8-2-40.90	N/A	48.00	114.69	151.68	หนังสือค้ำประกัน	มี
38 พุกษา วิลล 59/1 (กระทุ่ม-ป่าตอง)	เป็นเจ้าของ	5-2-79.30	N/A	0.01	177.78	121.88	หนังสือค้ำประกัน	มี
39 พุกษา วิลล 61 (บางม่วง)	เป็นเจ้าของ	5-0-14.80	N/A	2.96	179.53	98.17	หนังสือค้ำประกัน	มี
40 พุกษา วิลล 60 (หลวงแพ่ง)	เป็นเจ้าของ	3-2-86.30	N/A	0.70	160.35	79.71	หนังสือค้ำประกัน	มี
41 พุกษา วิลล 62/2-(นิมิตรใหม่ )	เป็นเจ้าของ	5-3-6.80	N/A	-	189.01	86.63	หนังสือค้ำประกัน	มี
42 พุกษา วิลล 63/1-(พระราม5 )	เป็นเจ้าของ	2-0-55.90	N/A	-	262.82	51.72	หนังสือค้ำประกัน	มี
43 พุกษา วิลล 63/2 (พระราม5-วงศ์สว่าง )	เป็นเจ้าของ	8-3-12.80	N/A	-	123.64	228.22	หนังสือค้ำประกัน	มี
44 พุกษา วิลล 64 (สายไหม )	เป็นเจ้าของ	23-3-58.40	N/A	-	297.79	510.47	หนังสือค้ำประกัน	มี
45 พุกษา วิลล 65/1-(ศรีสมาน )	เป็นเจ้าของ	7-0-75.20	N/A	-	229.07	136.60	หนังสือค้ำประกัน	มี
46 พุกษา วิลล 65/2 (ศรีสมาน )	เป็นเจ้าของ	8-1-94.10	N/A	-	146.70	226.96	หนังสือค้ำประกัน	มี
47 พุกษา วิลล 66/1-(บางนา นวมแดง )	เป็นเจ้าของ	18-3-28.00	N/A	-	179.40	310.24	หนังสือค้ำประกัน	มี

#### 4.2 สิ้นค้าคงเหลือในโครงการต่างๆ

ชื่อและที่ตั้งโครงการ	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	พื้นที่ขาย คงเหลือ (ไร่-งาน-วา)	ราคาประเมิน ณ ธ.ค. 2557	มูลค่าตาม บัญชี ณ ธ.ค. 2555	มูลค่าตามบัญชี ณ ธ.ค. 2556	มูลค่าตามบัญชี ณ ธ.ค. 2557	ภาระผูกพัน ณ ธ.ค. 2557
48 พุกกา วิลด์ 67 (เพชรเกษม 91)	เป็นเจ้าของ	19-0-31.80	N/A	-	186.61	239.36	หนังสือค้ำประกัน มี
49 พุกกา วิลด์ 68	เป็นเจ้าของ	15-0-36.40	N/A	-	346.42	494.62	หนังสือค้ำประกัน มี
50 พุกกา วิลด์ 69 (วัดลาดปลาตก)	เป็นเจ้าของ	5-3-40.30	N/A	-	60.49	121.32	หนังสือค้ำประกัน มี
51 พุกกา วิลด์ 70	เป็นเจ้าของ	13-0-79.80	N/A	-	142.08	215.80	หนังสือค้ำประกัน มี
52 พุกกา วิลด์ 71/1 (แหลมอับัง)	เป็นเจ้าของ	12-3-59.70	N/A	-	135.30	235.31	หนังสือค้ำประกัน มี
53 พุกกา วิลด์ 72 วงแหวนฯ (วัดพระเงิน)	เป็นเจ้าของ	10-3-91.90	N/A	-	126.11	218.56	หนังสือค้ำประกัน มี
54 พุกกา วิลด์ 74 (ชลบุรี บางพระ)	เป็นเจ้าของ	13-1-85.90	N/A	-	49.36	152.44	หนังสือค้ำประกัน มี
55 พุกกา วิลด์ 76	เป็นเจ้าของ	18-1-3.10	N/A	-	354.51	531.79	หนังสือค้ำประกัน มี
56 พุกกา วิลด์ 77	เป็นเจ้าของ	24-3-65.80	N/A	-	-	403.74	หนังสือค้ำประกัน มี
57 พุกกา วิลด์ 78	เป็นเจ้าของ	19-1-40.60	N/A	-	-	163.98	- ไม่มี
58 เดอะ คอนเนค 11/1	เป็นเจ้าของ	0-0-64.20	16.70	24.52	30.64	3.74	หนังสือค้ำประกัน มี
59 เดอะ คอนเนค 11/2 (บจก.พนาลี)	เป็นเจ้าของ	4-3-77.40	183.30	127.44	163.88	132.04	หนังสือค้ำประกัน มี
60 เดอะ คอนเนค 12	เป็นเจ้าของ	1-0-71.50	109.54	29.41	174.08	29.64	หนังสือค้ำประกัน มี
61 เดอะ คอนเนค 16 (บจก.พุทธชาด)	เป็นเจ้าของ	1-0-41.00	N/A	240.39	168.71	51.05	หนังสือค้ำประกัน มี
62 เดอะ คอนเนค 22 (บจก.พุทธชาด)-นิมิตร์ใหม่ สุวิมลวงศ์	เป็นเจ้าของ	7-3-48.80	325.25	331.47	309.69	214.87	หนังสือค้ำประกัน มี
63 เดอะ คอนเนค 23 (รัตนวิเบศร์)	เป็นเจ้าของ	2-3-44.80	223.49	237.88	185.72	115.96	หนังสือค้ำประกัน มี
64 เดอะ คอนเนค 24 (UP3 เอลิมเพรเกียร์ดี)	เป็นเจ้าของ	7-3-10.50	N/A	-	276.89	315.05	- ไม่มี
65 เดอะ คอนเนค 25 (ประจักษ์ 27)	เป็นเจ้าของ	5-0-73.70	N/A	-	200.68	160.63	หนังสือค้ำประกัน มี
66 เดอะ คอนเนค 27 (สวนหลวง-อโณนุช)	เป็นเจ้าของ	12-0-42.10	N/A	-	251.14	341.14	หนังสือค้ำประกัน มี
67 เดอะ คอนเนค 28 (วิรัชพล-เพิ่มสิน)	เป็นเจ้าของ	12-3-28.70	N/A	-	209.48	268.83	หนังสือค้ำประกัน มี
68 เดอะ คอนเนค 29 (สุวรรณภูมิ2)	เป็นเจ้าของ	15-1-33.20	N/A	-	82.80	221.52	หนังสือค้ำประกัน มี
69 พุกกาบุรี (กิ่งแก้ว 37)	เป็นเจ้าของ	3-3-53.40	N/A	194.45	115.87	53.48	- ไม่มี
70 พุกกาบุรี (สุวิมลวงศ์)	เป็นเจ้าของ	17-1-89.70	295.50	324.31	295.36	290.29	- ไม่มี
71 วิลเลจ พัฒนาการ PTP010 - บ.พุทธชาด	เป็นเจ้าของ	17-2-66.00	N/A	285.39	386.88	331.09	- ไม่มี
72 วิลเลจ โลว์ พัฒนาการ	เป็นเจ้าของ	8-1-45.90	N/A	20.35	269.78	137.69	หนังสือค้ำประกัน มี
73 วิลเลจ โลว์ (ราชพฤกษ์-ปิ่นเกล้า)	เป็นเจ้าของ	12-3-25.40	N/A	-	220.61	286.63	หนังสือค้ำประกัน มี
74 วิลเลจ โลว์ (ติวานนท์-แจ้งวัฒนะ)	เป็นเจ้าของ	4-3-23.50	N/A	-	62.64	132.81	หนังสือค้ำประกัน มี
75 พุกกาโลว์ บางใหญ่	เป็นเจ้าของ	8-3-16.10	N/A	-	93.19	96.15	หนังสือค้ำประกัน มี
76 พุกกาโลว์ ล็อกซ์ รัตนวิเบศร์	เป็นเจ้าของ	11-2-91.80	N/A	-	172.77	197.66	หนังสือค้ำประกัน มี
77 พุกกาโลว์ พระราม9-ศรีนครินทร์	เป็นเจ้าของ	15-3-38.90	N/A	-	433.97	577.65	หนังสือค้ำประกัน มี
78 พุกกาโลว์ สุขุมวิท-เทพารักษ์	เป็นเจ้าของ	9-1-71.30	N/A	-	106.77	211.42	หนังสือค้ำประกัน มี
79 บ้านกิสสร 19	เป็นเจ้าของ	11-0-65.60	N/A	239.98	182.08	101.83	หนังสือค้ำประกัน มี
80 บ้านกิสสร 26 (ราชพฤกษ์-ติวานนท์)	เป็นเจ้าของ	43-0-36.70	N/A	399.67	406.78	387.62	หนังสือค้ำประกัน มี
81 บ้านกิสสร 27 (วงแหวน-อโณนุช)	เป็นเจ้าของ	3-1-19.10	N/A	241.82	178.58	53.51	หนังสือค้ำประกัน มี
82 บ้านกิสสร 29 (ถ.รังสิต-นครนายก)	เป็นเจ้าของ	24-1-28.30	N/A	250.06	248.03	229.39	หนังสือค้ำประกัน มี
83 บ้านกิสสร 38 (พัฒนการ)	เป็นเจ้าของ	10-2-82.90	N/A	266.61	265.41	177.83	หนังสือค้ำประกัน มี
84 บ้านกิสสร 39 (พระราม 5 สิรินคร)	เป็นเจ้าของ	25-2-25.50	N/A	288.69	346.19	336.47	หนังสือค้ำประกัน มี
85 บ้านกิสสร 51 (ปิ่นเกล้า-วงแหวน)	เป็นเจ้าของ	32-2-17.70	N/A	-	219.90	313.52	หนังสือค้ำประกัน มี
86 บ้านกิสสร 49 (ศรีนครินทร์-หามแดง)	เป็นเจ้าของ	28-3-5.50	N/A	-	133.53	323.81	- ไม่มี
87 บ้านกิสสร ภูเก็ต (กะทู้-ป่าตอง)	เป็นเจ้าของ	9-3-31.60	N/A	-	174.34	112.75	- ไม่มี
88 บ้านกิสสร ภูเก็ต ศรีนครินทร์-เทพารักษ์	เป็นเจ้าของ	38-1-3.90	N/A	-	80.23	287.57	หนังสือค้ำประกัน มี
89 บ้านกิสสร ภูเก็ต เชียงใหม่ (มทิลเจริญเมือง) - (บจก. พน.)	เป็นเจ้าของ	16-3-69.80	N/A	-	98.40	133.40	- ไม่มี
90 PATIO พระราม 2	เป็นเจ้าของ	12-1-43.80	N/A	414.77	429.21	447.49	- ไม่มี
91 PATIO พัฒนาการ (บจก.พนาลี)	เป็นเจ้าของ	4-1-96.60	N/A	176.60	192.63	111.83	- ไม่มี
92 The Plant ภูเก็ต (กะทู้-ป่าตอง) - (พนาลี)	เป็นเจ้าของ	22-2-11.30	N/A	-	193.42	187.48	- ไม่มี
93 The Plant Light (บางกะดี)	เป็นเจ้าของ	34-3-90.20	N/A	302.26	315.71	256.03	- ไม่มี
94 The Plant (พระราม 9-วงแหวน 2)	เป็นเจ้าของ	8-2-43.30	187.40	217.91	175.34	111.26	- ไม่มี
95 The Plant Resort (พระราม5-กาญจนาภิเษก)	เป็นเจ้าของ	11-0-91.80	N/A	197.19	165.63	146.10	- ไม่มี



#### 4.2 สินค้าคงเหลือในโครงการต่างๆ

ชื่อและที่ตั้งโครงการ	ลักษณะกรรมสิทธิ์	พื้นที่ขายคงเหลือ (ไร่-งาน-วา)	ราคาประเมิน	มูลค่าตามบัญชี	มูลค่าตามบัญชี	มูลค่าตามบัญชี	ภาระผูกพัน	
			ณ ธ.ค. 2557	ณ ธ.ค. 2555	ณ ธ.ค. 2556	ณ ธ.ค. 2557	ณ ธ.ค. 2557	
96 The Palm พัฒนาการ	เป็นเจ้าของ	32-3-50.10	N/A	4.35	492.73	577.13	-	ไม่มี
97 The Plant CITI (นวนิพันธ์)	เป็นเจ้าของ	12-0-49.30	443.60	315.38	248.97	204.45	-	ไม่มี
98 The Plant CITI (แจ้งวัฒนะ)	เป็นเจ้าของ	16-1-24.10	N/A	333.77	416.59	419.10	-	ไม่มี
99 The Plant เชียงใหม่ มหิดล-เจริญเมือง	เป็นเจ้าของ	26-2-74.80	N/A	-	169.00	289.88	-	ไม่มี
100 The Plant ศรีนครินทร์-หามแดง	เป็นเจ้าของ	24-1-67.40	N/A	-	129.20	318.59	-	ไม่มี
101 The Plant Estique (พัฒนาการ)	เป็นเจ้าของ	20-0-39.70	N/A	-	387.43	452.46	หนังสือค่าประกัน	มี
102 The Plant เอ็กเซลซี (สงประภา-แจ้งวัฒนะ)	เป็นเจ้าของ	19-0-72.40	N/A	-	219.50	378.74	-	ไม่มี
103 The Plant Simples (พลโยธิน-สายไหม)	เป็นเจ้าของ	32-2-36.70	N/A	-	333.55	422.39	-	ไม่มี
104 The Plant ซิมพลีส (รามคำแหง)	เป็นเจ้าของ	24-0-92.80	N/A	-	-	245.32	-	ไม่มี
105 พุกกษา วิลเลจ 6	เป็นเจ้าของ	0-1-21.00	N/A	70.48	6.97	2.73	หนังสือค่าประกัน	มี
106 พุกกษา วิลเลจ 12A	เป็นเจ้าของ	2-0-88.40	N/A	63.52	47.61	36.27	หนังสือค่าประกัน	มี
107 พุกกษา วิลเลจ 15	เป็นเจ้าของ	2-1-89.70	N/A	78.32	83.59	38.68	หนังสือค่าประกัน	มี
108 พุกกษา วิลเลจ 18/1 พนาลี	เป็นเจ้าของ	0-2-69.70	22.07	14.39	13.88	22.05	-	ไม่มี
109 พุกกษาทาวน์ 2 (ราชพฤษ) 18/2	เป็นเจ้าของ	4-0-8.10	N/A	106.17	77.91	81.23	-	ไม่มี
110 พุกกษาทาวน์ 3 (ราชพฤษ) 18/3	เป็นเจ้าของ	3-0-88.70	134.98	122.09	129.43	74.66	-	ไม่มี
111 พุกกษา วิลเลจ 24	เป็นเจ้าของ	12-2-39.40	N/A	295.76	215.63	147.15	หนังสือค่าประกัน	มี
112 พุกกษา วิลเลจ 25	เป็นเจ้าของ	6-0-3.80	N/A	169.58	185.04	117.19	-	ไม่มี
113 พุกกษา วิลเลจ 26	เป็นเจ้าของ	6-1-79.70	N/A	172.42	144.59	112.39	-	ไม่มี
114 พุกกษา วิลเลจ 28	เป็นเจ้าของ	9-3-43.30	N/A	220.29	129.10	90.18	หนังสือค่าประกัน	มี
115 พุกกษา วิลเลจ 30	เป็นเจ้าของ	3-0-59.00	N/A	143.27	134.55	47.42	หนังสือค่าประกัน	มี
116 พุกกษา วิลเลจ 31	เป็นเจ้าของ	16-3-67.80	N/A	182.09	150.41	96.36	หนังสือค่าประกัน	มี
117 พุกกษา วิลเลจ 34	เป็นเจ้าของ	3-3-63.30	N/A	266.31	208.83	62.06	หนังสือค่าประกัน	มี
118 พุกกษา วิลเลจ 35	เป็นเจ้าของ	19-2-1.00	N/A	205.99	217.68	154.30	หนังสือค่าประกัน	มี
119 พุกกษา วิลเลจ 36 - Scenery ดอนเมือง-สงประภา	เป็นเจ้าของ	8-1-58.40	N/A	212.80	200.88	120.03	หนังสือค่าประกัน	มี
120 พุกกษา วิลเลจ 37	เป็นเจ้าของ	23-3-63.40	N/A	0.02	167.62	262.45	-	ไม่มี
121 พุกกษา วิลเลจ 38	เป็นเจ้าของ	6-2-32.80	N/A	60.79	136.73	84.39	หนังสือค่าประกัน	มี
122 พุกกษา วิลเลจ 39	เป็นเจ้าของ	20-1-43.30	N/A	0.33	285.65	284.83	หนังสือค่าประกัน	มี
123 พุกกษา วิลเลจ 40	เป็นเจ้าของ	16-2-95.80	N/A	-	192.82	216.73	หนังสือค่าประกัน	มี
124 พุกกษา วิลเลจ 41	เป็นเจ้าของ	29-2-7.00	N/A	-	205.83	291.74	หนังสือค่าประกัน	มี
125 พุกกษา วิลเลจ 43/2	เป็นเจ้าของ	49-3-74.40	N/A	-	175.43	323.34	-	ไม่มี
126 พุกกษา วิลเลจ 44	เป็นเจ้าของ	16-2-42.00	N/A	-	129.53	182.50	หนังสือค่าประกัน	มี
127 พุกกษา แกลเลอรี ปิ่นเกล้า - พุทธมณฑล	เป็นเจ้าของ	14-2-96.30	314.83	306.97	324.34	295.78	หนังสือค่าประกัน	มี
128 พุกกษาทาวน์ (เน็กซ์ ปิ่นเกล้า-พุทธมณฑล) - บจก.พนาลี	เป็นเจ้าของ	9-0-12.10	213.00	330.41	281.32	213.25	หนังสือค่าประกัน	มี
129 พุกกษาทาวน์ (เพชรเกษม 81)	เป็นเจ้าของ	1-2-25.90	N/A	75.52	56.55	33.18	หนังสือค่าประกัน	มี
130 SERENITY (เพชรเกษม 81)	เป็นเจ้าของ	1-2-32.20	N/A	76.25	29.29	32.90	หนังสือค่าประกัน	มี
131 พุกกษาทาวน์ (เน็กซ์ 2 เพชรเกษม 81) - บจก.พนาลี	เป็นเจ้าของ	16-1-70.90	N/A	293.90	415.29	322.63	-	ไม่มี
132 เนเชอรัล สูดวิท - พรหมฯ - บ.พุทธชาด	เป็นเจ้าของ	11-2-31.70	N/A	120.51	189.62	172.94	-	ไม่มี
133 พุกกษา แกลเลอรี-พรหมฯ	เป็นเจ้าของ	5-1-26.40	N/A	162.74	96.43	89.24	-	ไม่มี
134 พุกกษาทาวน์ (เน็กซ์ อ่อนนุช-พระราม 9)	เป็นเจ้าของ	8-1-79.20	N/A	352.04	230.39	174.54	หนังสือค่าประกัน	มี
135 พุกกษาทาวน์ (เน็กซ์ ดิوانนท์-พระราม 5)	เป็นเจ้าของ	1-1-9.60	N/A	154.03	101.44	37.08	หนังสือค่าประกัน	มี
136 พุกกษาทาวน์ (พีวี รัชดา-รามอินทรา)	เป็นเจ้าของ	0-2-15.50	N/A	146.89	33.03	26.98	หนังสือค่าประกัน	มี
137 พุกกษาทาวน์ (พีวี รัชดา-รามอินทรา 2)	เป็นเจ้าของ	2-0-3.50	129.55	124.02	124.49	85.29	หนังสือค่าประกัน	มี
138 พุกกษาทาวน์ (เน็กซ์ พระยาสุเรนทร์)	เป็นเจ้าของ	4-0-22.80	151.74	191.66	141.35	124.65	-	ไม่มี
139 พุกกษาทาวน์ (เน็กซ์ บางนา กม.5)	เป็นเจ้าของ	9-3-92.00	239.82	365.98	257.33	193.50	หนังสือค่าประกัน	มี
140 พุกกษาทาวน์ (เน็กซ์ ลอฟท์ บางนา กม.5)	เป็นเจ้าของ	7-0-70.00	N/A	-	197.25	185.82	หนังสือค่าประกัน	มี
141 พุกกษาทาวน์ (พีวี รามอินทรา 117)	เป็นเจ้าของ	7-0-73.90	N/A	-	0.67	151.97	หนังสือค่าประกัน	มี
142 พุกกษาทาวน์ (พีวี อ่อนนุช ศรีนครินทร์)	เป็นเจ้าของ	6-2-41.80	N/A	-	-	184.06	หนังสือค่าประกัน	มี
143 พุกกษาทาวน์ (เนเชอรัล เทรน ศรีนครินทร์)	เป็นเจ้าของ	25-3-21.90	N/A	-	-	184.82	-	ไม่มี
144 โอวี ไชน่าทาวน์	เป็นเจ้าของ	0-1-7.6	N/A	236.72	187.70	79.05	หนังสือค่าประกัน	มี

## 4.2 สินค้าคงเหลือในโครงการต่างๆ

ชื่อและที่ตั้งโครงการ	ลักษณะกรรมสิทธิ์	พื้นที่ขายคงเหลือ (ตารางเมตร)	ราคาประเมิน ณ ธ.ค. 2557	มูลค่าตามบัญชี ณ ธ.ค. 2555	มูลค่าตามบัญชี ณ ธ.ค. 2556	มูลค่าตามบัญชี ณ ธ.ค. 2557	ภาระผูกพัน ณ ธ.ค. 2557	
145 คอนโด The Tree พริวาต้า	เป็นเจ้าของ	10,642.08	N/A	132.67	204.77	90.27	-	ไม่มี
146 คอนโดไอวี แอมฟิโอ	เป็นเจ้าของ	14,626.93	650.41	462.55	722.84	217.28	สินเชื่อโครงการ	มี
147 THE SIGNATURE BY URBANO	เป็นเจ้าของ	13,055.50	N/A	-	332.38	454.23	สินเชื่อโครงการ	มี
148 The Tree ( อินเดอร์เซ็นจ์ )	เป็นเจ้าของ	62,880.00	2,125.80	467.09	702.77	1,921.48	สินเชื่อโครงการ	มี
149 The Tree วิโอ แอท บางซื่อ สเตชั่น	เป็นเจ้าของ	47,556.50	N/A	-	17.31	617.92	สินเชื่อโครงการ	มี
150 พลัสคอนโด พหลโยธิน 89	เป็นเจ้าของ	134,808.00	N/A	1.30	491.96	422.02	-	ไม่มี
151 พลัสพรีเมียม พหลโยธิน 89 เฟส1	เป็นเจ้าของ	26,664.00	N/A	-	-	57.07	-	ไม่มี
152 Chapter One : Modern Dutch	เป็นเจ้าของ	67,583.82	N/A	940.35	2,467.23	710.67	สินเชื่อโครงการ	มี
153 คอนโดดิ เอติชั่น	เป็นเจ้าของ	7,744.47	N/A	-	438.66	736.65	-	ไม่มี
154 Chapter One The Campus	เป็นเจ้าของ	22,426.95	N/A	-	554.85	1,166.04	สินเชื่อโครงการ	มี
155 Chapter One The Campus-ลาดพร้าว	เป็นเจ้าของ	4,931.57	N/A	-	89.97	167.88	-	ไม่มี
156 เดอะ วีเซิร์ฟ	เป็นเจ้าของ	11,036.89	N/A	-	616.41	867.39	สินเชื่อโครงการ	มี
157 CONDOLETTE โลว์ คอนเวนด	เป็นเจ้าของ	4,938.13	N/A	305.22	234.60	155.04	-	ไม่มี
158 CONDOLETTE พิกเซล สาทร	เป็นเจ้าของ	9,870.04	N/A	-	268.91	562.84	-	ไม่มี
159 CONDOLETTE ดเวล	เป็นเจ้าของ	8,140.27	770.12	347.53	434.88	382.21	สินเชื่อโครงการ	มี
160 CONDOLETTE MIDST RAMA 9	เป็นเจ้าของ	12,836.23	N/A	4.58	476.85	763.71	สินเชื่อโครงการ	มี
161 พลัสคอนโดเอกซ์ตรา พระราม2	เป็นเจ้าของ	56,565.08	N/A	-	669.12	726.90	-	ไม่มี
162 FUSE โมเบียส งามวงศ์มาง สเตชั่น	เป็นเจ้าของ	45,217.84	N/A	1,154.11	487.70	115.88	-	ไม่มี
163 FUSE จันทน์ สาทร	เป็นเจ้าของ	44,873.00	N/A	7.54	850.71	2,128.19	-	ไม่มี
164 FUSE SENSE บางแค	เป็นเจ้าของ	24,524.50	N/A	2.05	213.79	561.46	สินเชื่อโครงการ	มี
165 FUSE มิติ สุทธิสาร-รัชดา	เป็นเจ้าของ	8,773.50	N/A	-	177.94	205.77	สินเชื่อโครงการ	มี
166 พลัสคอนโด ลาดพร้าว 101	เป็นเจ้าของ	15,920.32	380.46	179.41	332.16	255.55	สินเชื่อโครงการ	มี
167 พลัสคอนโด บางใหญ่ สเตชั่น	เป็นเจ้าของ	42,547.50	N/A	-	306.12	762.14	-	ไม่มี
168 พลัสคอนโด พาร์ค รังสิต	เป็นเจ้าของ	91,878.00	N/A	-	-	349.26	-	ไม่มี
169 พลัสสามัคคี	เป็นเจ้าของ	23,153.00	N/A	-	308.21	340.16	-	ไม่มี
170 พลัสคอนโด แพลมมอ้ง 1	เป็นเจ้าของ	21,358.32	N/A	-	-	135.57	-	ไม่มี
171 เดอะไพร์วี่ งามวงศ์มาง ตึก A	เป็นเจ้าของ	2,482.44	N/A	-	86.15	47.42	-	ไม่มี
เดอะไพร์วี่ งามวงศ์มาง ตึก B	เป็นเจ้าของ	2,482.44	N/A	-	61.28	57.40	-	ไม่มี
172 เดอะไพร์วี่ ติวานนท์ซอย50 โครงการ A	เป็นเจ้าของ	2,482.44	N/A	-	22.38	74.01	-	ไม่มี
เดอะไพร์วี่ ติวานนท์ซอย50 โครงการ B	เป็นเจ้าของ	2,466.00	N/A	-	44.24	61.46	-	ไม่มี
173 เดอะไพร์วี่ รัชดา-สุทธิสาร โครงการ A	เป็นเจ้าของ	2,481.74	N/A	-	-	93.33	-	ไม่มี
เดอะไพร์วี่ รัชดา-สุทธิสาร โครงการ B	เป็นเจ้าของ	2,023.00	N/A	-	-	66.84	-	ไม่มี
เดอะไพร์วี่ รัชดา-สุทธิสาร โครงการ C	เป็นเจ้าของ	2,047.20	N/A	-	-	45.80	-	ไม่มี
174 เดอะไพร์วี่เวสต์ ซอย16 โครงการ A	เป็นเจ้าของ	2,482.44	N/A	-	37.44	27.48	-	ไม่มี
เดอะไพร์วี่เวสต์ ซอย16 โครงการ D	เป็นเจ้าของ	2,481.60	N/A	-	23.06	75.67	-	ไม่มี
175 เดอะไพร์วี่เวสต์ ซอย18 โครงการ B	เป็นเจ้าของ	2,482.44	N/A	-	23.66	63.28	-	ไม่มี
เดอะไพร์วี่เวสต์ ซอย18 โครงการ C	เป็นเจ้าของ	2,482.44	N/A	-	21.60	84.69	-	ไม่มี
176 เดอะไพร์วี่ประชาอุทิศ 23 โครงการ A	เป็นเจ้าของ	2,534.51	N/A	-	-	61.08	-	ไม่มี
เดอะไพร์วี่ประชาอุทิศ 23 โครงการ B	เป็นเจ้าของ	2,312.53	N/A	-	-	71.84	-	ไม่มี
เดอะไพร์วี่ประชาอุทิศ 23 โครงการ C	เป็นเจ้าของ	1,874.00	N/A	-	-	27.53	-	ไม่มี

#### 4.2 สินค้าคงเหลือในโครงการต่างๆ

ชื่อและที่ตั้งโครงการ	ลักษณะกรรมสิทธิ์	พื้นที่ขายคงเหลือ (ไร่-งาน-วา)	ราคาประเมิน ณ ธ.ค. 2557	มูลค่าตามบัญชี ณ ธ.ค. 2555	มูลค่าตามบัญชี ณ ธ.ค. 2556	มูลค่าตามบัญชี ณ ธ.ค. 2557	ภาระผูกพัน ณ ธ.ค. 2557	
177 SILVANA BANGALORE (ประเทศอินเดีย)	เป็นเจ้าของ	15-2-85.76	N/A	305.22	228.60	545.12	-	ไม่มี

หมายเหตุ: ในปี 2557 สินค้าคงเหลือทั้งหมด 177 โครงการ ประเมินมูลค่าโครงการโดย บริษัท เอเจนซี ฟอร์ เรียลเอสเตท แอฟแฟร์ส จำกัด ในเดือน ธันวาคม 2557

#### 4.3 สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทฯ มีสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน คือ ลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ มีมูลค่าสุทธิทางบัญชี รวมทั้งสิ้น 271 ล้านบาท

## 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทฯ และบริษัทย่อย ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่ยังไม่ได้สิ้นสุด ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัทฯ และบริษัทย่อยที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น

## 6. การวิจัยและพัฒนา

บริษัทฯ มีปณิธานในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเสมอมาจึงได้ให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ที่อยู่อาศัยที่จะส่งมอบให้กับลูกค้ามีความสมบูรณ์แบบและสอดคล้องกับความต้องการสูงสุดของลูกค้า โดยปัจจุบันฝ่ายวิจัยการตลาด (Consumer & Market Intelligence) และศูนย์กลางการจัดการนวัตกรรม(INC) ได้ประสานการดำเนินการร่วมกัน เพื่อการสำรวจวิจัยและวิเคราะห์เกี่ยวกับความต้องการเชิงลึกของผู้บริโภค (Consumer insight) ในแต่ละกลุ่มลูกค้า (Segmentation) รวมทั้งสำรวจโครงการที่อยู่อาศัยทั้งหมดในตลาด (อุปทาน) ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ และมีฐานข้อมูลที่มากพอในการที่จะทราบถึงจำนวนและความต้องการในตลาดที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค แบ่งตามประเภทรูปแบบที่อยู่อาศัย ทำเลที่ตั้ง และระดับราคา ทั้งนี้ บริษัทฯ จะได้นำผลในการสำรวจดังกล่าวไปใช้ประกอบในการพัฒนาโครงการใหม่ๆ ต่อไปในอนาคต

ในการพัฒนาเทคโนโลยีการก่อสร้างบ้าน บริษัทฯ ได้มีการพัฒนาการก่อสร้างบ้านอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยด้วยระบบโครงสร้างผนังรับน้ำหนักแบบหล่อในที่ ด้วยเทคโนโลยีแบบอุโมงค์ (Cast-Institute Load Bearing Wall Structure-Tunnel Technology) สำหรับบ้านทาวน์เฮาส์ ต่อมาในปี พ.ศ.2547 เริ่มนำเอาเทคโนโลยีการก่อสร้างแบบผนังสำเร็จรูปรับน้ำหนัก (RC Load Bearing Wall Prefabrication) สำหรับบ้านเดี่ยวและบ้านทาวน์เฮาส์บางประเภท โดยได้สร้างโรงงานผลิตชิ้นส่วนคอนกรีตเสริมเหล็กสำเร็จรูป (Precast Concrete Factory) ที่อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี บนเนื้อที่ 190 ไร่ ปัจจุบันประกอบด้วย 5 โรงงาน ซึ่งเริ่มจากโรงงานแรกที่เป็นระบบการผลิตแบบระบบกึ่งอัตโนมัติ (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 ซึ่งปัจจุบันได้ปรับเปลี่ยนเป็นโรงงานผลิตห้องน้ำสำเร็จรูป(คอนกรีต) โรงงานที่ 3 ทำการผลิตพื้นคอนกรีตเสริมเหล็กสำเร็จรูป ชิ้นงานพิเศษอื่นๆ (Slab & Special Elements) และผนังสำเร็จรูป (Bearing Wall for house) โรงงานที่ 4 ทำการผลิตผนังสำเร็จรูป (Bearing Wall for Condominium) และหน้ากากทาวน์เฮาส์ (Townhouse Façade) ในปี พ.ศ.2553 ได้พัฒนาระบบและขยายโรงงาน 5 เป็นโรงงานพรีคาสท์ระบบอัตโนมัติทุกขั้นตอน (Fully-automated carousel system) เป็น Carousel Plant ที่มีกำลังผลิตสูงที่สุดในโลกสำหรับผลิตแผ่นผนังคอนกรีตเสริมเหล็กสำเร็จรูปในการผลิตจะใช้เครื่องจักรอัตโนมัติ และระบบคอมพิวเตอร์ควบคุมการผลิตทุกขั้นตอน อาทิ การประกอบแบบข้างโดยหุ่นยนต์ (Shuttering Robot), เครื่องทำตะแกรงเหล็กอัตโนมัติ (Automated Mesh Plant), เครื่องเทคอนกรีตอัตโนมัติ เป็นต้น เป็นเครื่องจักรและเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สุดในโลก ทำให้ได้แผ่นคอนกรีตที่มีมาตรฐานและคุณภาพสูง โดยทำการผลิตผนังสำเร็จรูป (Bearing Wall for house) มีกำลังผลิตรวมในปัจจุบันรวมทั้งหมด 640 หลังต่อเดือน และเมื่อปลายปี พ.ศ.2556นี้เอง บริษัทฯ ได้ขยายการลงทุนและเริ่มก่อสร้างโรงงานพุกกษา พรีคาสท์ ที่ผลิตด้วยระบบอัตโนมัติทุกขั้นตอน (Fully Automated carousel System) เป็น Carousel Plant และมีกำลังผลิตสูงที่สุดในโลกสำหรับผลิตแผ่นผนังคอนกรีตเสริมเหล็กสำเร็จรูปในการผลิตจะใช้เครื่องจักรอัตโนมัติ และระบบคอมพิวเตอร์ควบคุมการผลิตทุกขั้นตอน ตั้งอยู่ที่ ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี โกลันคิมอุตสาหกรรมนวนครบนเนื้อที่ 130 ไร่ ประกอบด้วยโรงงานจำนวน 2 โรงงาน อาคารสำนักงาน คลังวัสดุ logistic Hub โรงอาหาร และหอพักพนักงาน ด้วยงบประมาณ 2,300 ล้านบาท เพื่อรองรับกำลังการผลิตที่ 1,120 หลังต่อเดือน

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการสำรวจและวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจ และความต้องการของลูกค้าของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่องในแต่ละด้าน เริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการจอง การขาย การโอนกรรมสิทธิ์ คุณภาพบ้าน การบริการ ตลอดจนวัสดุหรือผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อตรวจสอบและทบทวนให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าก่อนนำไปใช้จริง ด้วยระเบียบวิธีวิจัยที่แตกต่างกัน แต่สอดคล้องกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย สามารถนำไปสู่การปรับปรุงการให้บริการ และส่งมอบที่อยู่อาศัยที่มีคุณภาพของบริษัทฯ ต่อไป

ที่ผ่านมาบริษัทฯ ได้ทำการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการก่อสร้างที่อยู่อาศัยอย่างต่อเนื่อง โดยมีทั้งการพัฒนาภายในบริษัทฯ และพัฒนาร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ มีผลงานที่เกิดขึ้น อาทิ เช่น

1. การพัฒนาชิ้นส่วนหน้ากากบ้านทาว์นเฮาส์ (Facet) ให้เป็นชิ้นส่วนสำเร็จรูป ซึ่งทำให้ Process การก่อสร้างสามารถทำได้เร็วขึ้น และได้ผลงานก่อสร้างที่มีมาตรฐานงานที่ดีขึ้น
2. การพัฒนาเทคนิคการก่อสร้างแบบใหม่ด้วยเทคนิค Load Bearing Wall with Composite Slab ซึ่งเป็นเทคนิคใหม่ที่ประสมประสานระหว่างการก่อสร้างแบบอุโมงค์เดิม (Tunnel Form Technology) กับเทคนิคการทำพื้นสำเร็จรูปแบบใหม่ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ทำให้เราได้เทคนิคการก่อสร้างที่เหมาะสม โดยเฉพาะกับการก่อสร้างอาคารคอนโดมิเนียม 8 ชั้น ทำให้สามารถก่อสร้างได้ง่าย และรวดเร็วขึ้นในปัจจุบันบริษัทฯ ได้นำเทคโนโลยีนี้มาใช้กับอาคารคอนโดมิเนียม 8 ชั้นของบริษัทฯ ในทุกโครงการ
3. การพัฒนาระบบการติดตั้งแผ่น Precast ผนังและพื้นบ้านเดี่ยวให้สามารถติดตั้งได้เสร็จภายใน 2 วัน (2 days erection) ซึ่งถือว่าเป็นสถิติใหม่ในการติดตั้งงาน Precast
4. การพัฒนาบ้านต้นแบบระบบ Knock Down ในปีที่ผ่านมาทางทีมวิจัยและพัฒนาได้ประสบผลสำเร็จในการพัฒนาบ้านต้นแบบที่สามารถก่อสร้างและตกแต่งอื่นๆ ทั้งหมดพร้อมเสร็จภายใน 30 วัน ณ ปัจจุบันการก่อสร้างบ้านเดี่ยวทั่วไป ที่ส่งมอบให้กับลูกค้ายังต้องใช้เวลาประมาณ 75-90 วัน ความสำเร็จของบ้านต้นแบบระบบ Knock Down นี้ จึงจะเป็นจุดเริ่มต้นที่จะทำให้เราสามารถลดระยะเวลาสร้างบ้านเพื่อส่งมอบให้กับลูกค้าภายใน 45-60 วันต่อไป
5. การพัฒนาศูนย์ Solution Center เพื่อใช้เป็นศูนย์รับเรื่องและปรับปรุงพัฒนาในรายละเอียด และจุดบกพร่องต่างๆ ทางด้านผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ต่อเนื่อง (Continuous Improvement) และทันสมัยให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว อันจะทำให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดต่อผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ
6. การก่อสร้างอาคารที่อยู่อาศัยขนาดกลางและขนาดใหญ่ ด้วยระบบ Fully-precast ที่เป็นเทคโนโลยีที่แพร่หลายในต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น สิงคโปร์ และสหรัฐอเมริกา เป็นโครงสร้างผนังรับแรงที่ออกแบบให้อาคารมีความแข็งแรงกว่าระบบการก่อสร้างในระบบทั่วไป สามารถควบคุมคุณภาพการก่อสร้างได้ดี
7. การพัฒนาการติดตั้งวงกบพร้อมแผ่น Precast และหล่อพร้อมผนังในระบบ tunnel technology เพื่อช่วยพัฒนาเกี่ยวกับปัญหาการรั่วซึมของน้ำฝนรอบวงกบที่เกิดจากบ้านที่ติดตั้งวงกบในภายหลัง ซึ่งจะเกิดปัญหารั่วซึมได้หลังจากวัสดุยาแนวเสื่อมสภาพ ทั้งนี้การพัฒนาในระบบใหม่ สามารถแก้ปัญหารั่วซึมรอบวงกบได้ตลอดอายุการใช้งานเป็นการลดการบำรุงรักษาบ้านในระยะยาวได้

8. การพัฒนางานด้านคอนกรีตมวลเบา (Lightweight concrete) เพื่อใช้ในองค์ประกอบของบ้านในการรับน้ำหนัก ทั้งที่เป็นผนังรับน้ำหนักและไม่รับน้ำหนัก เพื่อเป็นเทคโนโลยีทางเลือกในการช่วยลดน้ำหนักของชิ้นงานคอนกรีต และเพื่อการทำงานติดตั้งที่สะดวกขึ้น
9. การพัฒนาห้องน้ำสำเร็จรูป เพื่อให้ได้คุณภาพที่ดีขึ้นและเท่าเทียมกันทุกห้อง เนื่องจากมีการตรวจสอบคุณภาพก่อนนำมาติดตั้งหน้างาน และช่วยลดปัญหาการขาดแคลนแรงงาน ในการพัฒนาห้องน้ำสำเร็จรูปนี้ ได้ทำการพัฒนาทั้งภายในบริษัท และร่วมกับ Supplier ที่พันธมิตรทางธุรกิจเพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าแต่ละ Segment

ค่าใช้จ่ายในการวิจัยตลาด สำรองความพึงพอใจของลูกค้า และการวิจัยพัฒนาเทคโนโลยีการก่อสร้างได้บันทึกไว้เป็นค่าใช้จ่ายของบริษัทฯ ในงวดที่เกิดรายการ อย่างไรก็ตามค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องดังกล่าวยังคงคิดเป็นสัดส่วนจํานวนน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้รวมทั้งหมดของบริษัทฯ ดังนั้นในการพัฒนาทางด้านการวิจัย จึงยังสามารถขยายไปยังส่วนงานต่างๆได้อีกมาก

ตลอดระยะเวลา 20 ปี บริษัทฯ เห็นความสำคัญในการนำเอานวัตกรรมมาสนับสนุนการพัฒนาในกระบวนการต่างๆ ของบริษัทฯ ให้ครอบคลุมทุกด้านมากขึ้น เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ของบริษัทฯ ในปี พ.ศ.2560 ที่จะเป็บริษัท ที่ติดอันดับ 1 ใน 10 ในเอเชีย อีกทั้งมีความยั่งยืนในการทำธุรกิจ (Sustainable growth) จากการเติบโตของธุรกิจที่ต่อเนื่อง มั่นคง และมีการกำกับกิจการที่ดี (Good Governance) จนเป็นแบรนด์อันดับหนึ่งในใจลูกค้า (Top of Mind Brand)

บริษัทฯ ได้มีการปรับปรุงโครงสร้างองค์กรเพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ดังกล่าว มีนโยบายและแผนงาน ในการนำนวัตกรรมด้านต่างๆ มาใช้เพิ่มขีดความสามารถ และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ โดยนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ปรับปรุงการบริหารจัดการกระบวนการในห่วงโซ่อุปทาน (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 กิจกรรม Small Group Activity (SGA), Continuous Improvement Project (CI Project), Best Practice และกิจกรรม Show and Share เป็นต้น เพื่อให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรที่เป็นองค์กรแห่งการสร้างสรรคนวัตกรรม (Creative Innovation Organization )

เนื่องจากการสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้น และใช้ได้จริงนั้น ไม่สามารถกระทำได้โดยใคร คนใดคนหนึ่ง การสร้างสรรคนวัตกรรมจึงต้องได้รับความร่วมมือ และการมีส่วนร่วมตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูงจนถึงพนักงานระดับปฏิบัติการทุกฝ่ายเชื่อมโยงกัน โดยมีการตั้งหน่วยงานใหม่ที่เรียกว่า สายงานกลยุทธ์ นวัตกรรมและคุณภาพ ที่เป็นต้นน้ำในกำหนดวางแผนกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อช่วยกำหนดทิศทางการดำเนินธุรกิจ ทั้งในกลุ่มธุรกิจและกลุ่มสนับสนุนให้ไปสู่เป้าหมายในทิศทางเดียวกัน ภายในสายงานนั้นเองจะมีหน่วยงานที่มีหน้าที่ เชื่อมโยง สรรหา สนับสนุน ผลักดัน นำนวัตกรรม ทั้งจากภายในและภายนอกที่ได้ทำการประเมินแล้วว่ามีความเหมาะสมยุคนี้ใช้อย่างเป็นรูปธรรม หรือจะเรียกว่าเป็นการทำ C&D ก็ได้ คือ Connecting and Development บริษัทฯ ได้มีการกำหนด Road map ทั้งแผนระยะสั้น และระยะยาว ในการ

นำเอานวัตกรรมมาใช้แก้ปัญหา และเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการก่อสร้าง และเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในปัจจุบัน ให้ได้มาตรฐานสากลมากยิ่งขึ้น ตลอดจนรักษาและขยายธุรกิจให้ครอบคลุมเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในอนาคต และต่อยอดธุรกิจไปสู่กลุ่มลูกค้าใหม่ในตลาดใหม่ที่มุ่งเน้นไปที่ Mega Trend ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ Green Revolution, Digital Lifestyle, Aging/Health Society และ Safety Concern เป็นต้น ทั้งนี้บริษัทฯ ได้มีการบูรณาการและการสร้างสรรค์นวัตกรรมจากการมีส่วนร่วมของพนักงานภายในองค์กรในลักษณะ Closed Innovation และการรับนวัตกรรมจากภายนอกองค์กรที่เรียกว่า Open Innovation นำมาประยุกต์ให้เข้ากับผลิตภัณฑ์ โดยเน้นการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ ทั้งจากผู้ผลิตวัสดุก่อสร้าง สถาบันการศึกษา นักวิชาการผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางทั้งในและต่างประเทศ มาร่วมพัฒนาสินค้า ให้เป็น Long-term Partnership

ตัวอย่างแผนการพัฒนานวัตกรรมต่างๆในปัจจุบัน ทั้ง 3 ด้าน มีดังนี้

1) ในส่วนของการสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านแรก คือ Process Creative Innovation

ถือเป็นต้นน้ำในการสร้างสรรค์ (ปรุงแต่ง) ผ่านนวัตกรรมกระบวนการ ซึ่งนอกเหนือจากที่บริษัทฯ ได้พัฒนา นำเอาเทคโนโลยีกระบวนการผลิต Precast Concrete จากประเทศเยอรมันที่มีกระบวนการผลิตที่เน้นระบบ Automation ที่ทันสมัยมาใช้ที่โรงงาน 1-5 ลำลูกกา คลอง 6 แล้ว ในเดือนธันวาคมปี 2556 บริษัทเริ่มก่อสร้างโรงงานแห่งใหม่อีก 2 โรง ที่ นคร โดยสามารถเริ่มผลิตได้ในปลายปี 2557 ทำให้กำลังผลิตเพิ่มขึ้นเป็น 1,120 หลังต่อเดือน และมีแผนในการ สร้าง Mobile Precast Factory ในต่างจังหวัดอีกด้วย บริษัทฯ ยังมีการสร้างสรรค์นวัตกรรมกระบวนการจัดการใน Supply Chain Management ที่เป็นกระบวนการจัดการ ตั้งแต่การเลือกซื้อที่ดิน ต่อรองราคา ศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ และนำไปออกแบบผลิตภัณฑ์ตามกลุ่มลูกค้าที่เหมาะสม ซึ่งปัจจุบันได้เริ่มพัฒนาการออกแบบ เขียนแบบ ที่เปลี่ยนจากรูปแบบ 2 มิติ เป็นรูปแบบ 3 มิติ ในระบบการออกแบบที่เรียกว่า BIM (Building Information Model) ผ่านการจัดการสารสนเทศ (MIS) ที่จะเชื่อมโยงฐานข้อมูลเดียวกันทั้งหมดผ่านระบบ SAP ไปสู่การถอดแบบประมาณราคา การผลิตแผ่น Precast การจัดซื้อ ทำให้ลดข้อผิดพลาดของฐานข้อมูลที่ไม่ตรงกันระหว่างหน่วยงาน ฐานข้อมูลดังกล่าวจะสามารถนำไปใช้ในการบริหารงานก่อสร้าง เพื่อให้สอดคล้องกับกระบวนการก่อสร้างที่บริษัทฯ ได้มีการพัฒนาระบบการก่อสร้างแบบ REM (Real Estate Manufacturing) คือ การประยุกต์ใช้กระบวนการผลิตแบบอุตสาหกรรมการผลิตมาใช้กับกระบวนการผลิตบ้านให้เป็นแบบ Mass Customized เป็นระบบการก่อสร้างบ้านเพื่อให้ได้ความสามารถในการก่อสร้างที่สูงสุด โดยมีการควบคุมกระบวนการทำงานให้เป็นไปตามลำดับขั้นตอนที่เหมาะสม (Work sequence) กล่าวคือ มีจังหวะการทำงานที่แน่นอน (Track Time), การทำงานอย่างต่อเนื่อง (Continuous Flow) รวมถึงระบบการควบคุมที่ใช้ป้ายและสัญลักษณ์บอกสถานะต่างๆ ของงานแต่ละงาน (Visual Control) เช่นเดียวกับการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรม อีกทั้งยังมีระบบการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพในระหว่างก่อสร้าง (In process Quality Control) สอดแทรกอยู่ในทุกขั้นตอน (Quality Built-in Process) เพื่อให้ได้บ้านที่มีคุณภาพที่ดีที่สุด ซึ่งบริษัทฯ ได้กำหนดเป็นนโยบายให้นำการก่อสร้างด้วยระบบ REM ไปใช้กับโครงการก่อสร้างแนวราบทั้งหมด 100% ทั้งโครงการบ้านเดี่ยว และทาวน์เฮาส์ จากการติดตามและควบคุมผลการก่อสร้างด้วยระบบ REM ทั้งโครงการก่อสร้างบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮาส์ ในปีพ.ศ.2553-2555 ที่ผ่านมาพบว่าประสิทธิภาพในการก่อสร้างเพิ่มขึ้นจากเดิมอย่างชัดเจนถึง 30-50% ในขณะที่เดียวกันคุณภาพการก่อสร้างบ้านดีขึ้นจากเดิมมากกว่า 60% ส่งผลไปจนถึงการโอนส่งมอบให้ลูกค้าได้ตามแผนธุรกิจ รวมถึงมีกระบวนการบริการหลังการขาย จนไปถึงการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ผ่านกระบวนการ Continuous Improvement Project ซึ่งเป็นการพัฒนาปรับปรุง



ผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้น โดยเน้นให้พนักงานเข้ามามีส่วนร่วม และมีแผนในการนำผลงานไปประกวดทั้งในเวทีระดับโลกและระดับชาติ อย่างเช่น ที่เคยส่งประกวดที่ประเทศอเมริกา จนได้รับรางวัลชนะเลิศ American Society For Quality (ASQ) ประเทศสหรัฐอเมริกา ทางด้านการปรับปรุงคุณภาพงานก่อสร้าง “Quality Improvement for Construction” ในครั้งนี้เองได้มีการศึกษา เพื่อลงทุนในการทำระบบ Core data สำหรับในการเชื่อมโยงฐานข้อมูลต่างๆ ในบริษัทฯ ให้มีความถูกต้องและทันสมัยตลอดเวลา สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์ และตรวจสอบป้องกันและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างทัน่วงทีเป็นการบริหารความเสี่ยงให้ครบในทุกๆ ด้าน

### 2) การสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านต่อมาคือ Service Creative Innovation

บริษัทฯ ได้มีแผนการทำงานร่วมกับหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้ามากยิ่งขึ้น โดยที่ผ่านมาได้ทำ MOU กับการประปานครหลวง และการไฟฟ้านครหลวง ทำให้สามารถลดค่าใช้จ่ายเพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการอย่างรวดเร็ว ในอนาคตจะขยายการทำ MOU ในลักษณะเดียวกันนี้กับหน่วยงานอื่น เช่น กรมที่ดิน เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกในการติดต่อราชการครบทุกด้าน บริษัทฯ ยังได้จัดให้มีการบริการที่เรียกว่า Better Living Service คือ การบริการแนะนำผู้รับเหมาแก่ลูกค้า และประชาชนทั่วไปในการปรับปรุงต่อเติมบ้าน มี Contact Center 1739 เพื่อรับข้อร้องเรียนต่างๆ และเข้าดำเนินการตรวจสอบ แก้ไข ตามที่นัดหมายกับลูกค้า มีบริการข้อมูลข่าวสารและบริการต่างๆ ผ่าน [www.pruksa.com](http://www.pruksa.com) มีบริการในลักษณะ Online ทั้งการจองบ้าน การนัดหมายต่างๆ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังอยู่ระหว่างการพัฒนาเชื่อมโยงข้อมูลของผู้ผลิตสินค้า เฟอร์นิเจอร์ อุปกรณ์เครื่องใช้ภายในบ้าน ใน Website เพื่อให้ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าดังกล่าวที่มีคุณภาพได้ในราคาที่ถูกลงกว่าท้องตลาดทั่วไป

### 3) การสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านสุดท้าย คือ Product Creative Innovation

บริษัทฯ มีแนวทางในการพัฒนาสินค้าให้มีมาตรฐานระดับโลก (World class) มีคุณภาพเท่ากันทุกหลัง และตรงตามความต้องการของลูกค้าในลักษณะ Mass Customized จึงได้เน้นการพัฒนาให้มีการผลิตที่ประยุกต์จากการผลิตแบบโรงงานอุตสาหกรรม คือ เน้นการทำชิ้นส่วนต่างๆ ของบ้านให้เป็นระบบสำเร็จรูปมาจากโรงงานให้มากที่สุด แล้วนำมาประกอบที่หน้างาน เสมือนหนึ่งเป็นเฟอร์นิเจอร์ชิ้นหนึ่งของบ้าน เพราะสามารถควบคุมคุณภาพมาจากโรงงาน โดยไม่ต้องพึ่งพาช่างฝีมือและลดแรงงาน ดังนั้นเองพันธมิตรทางธุรกิจ (Strategic Partner) จึงมีส่วนสำคัญอย่างมากในการพัฒนานวัตกรรมทางด้านนี้ เนื่องจากบริษัทฯ เองไม่สามารถลงทุนทำการวิจัยและพัฒนาได้ทุกอย่าง บริษัทฯ จึงทำการเชื่อมโยง หาพันธมิตรทางธุรกิจไม่ว่าจะเป็น Supplier ผู้ผลิตและจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง สถาบันการศึกษาและสถาบันทางวิชาการอื่นๆ เพื่อทำการวิจัยพัฒนาปรับปรุงคุณภาพของสินค้า ให้มีมาตรฐาน และตรงใจลูกค้า ในราคาที่เหมาะสมร่วมกัน บริษัทฯ ได้มีการพัฒนาร่วมกับ Supplier อย่างต่อเนื่อง เช่น ที่ผ่านมาได้พัฒนาและนำไปใช้ในเรื่องสุขภัณฑ์ Design พร้อมตู้เก็บของ ธรณีสัณฐานรูป บันไดสำเร็จรูป วงกบประตูหน้าต่างสำเร็จรูป ถึงเก็บน้ำชอนบีม Concrete Mixed Design ผังเงาแบบต่างๆ ถังขยะสำเร็จรูป การพัฒนาห้องน้ำสำเร็จรูปที่ผลิตมาจากโรงงานผ่านการตรวจสอบคุณภาพก่อนนำมาประกอบติดตั้งที่หน้างาน ซึ่งเริ่มนำมาติดตั้งจริงในปี 2557 นี้ ระหว่างนี้ยังมีการพัฒนากับนักวิจัยในเรื่องถังบำบัดน้ำ ค.ส.ล.สำเร็จรูป และคอนกรีตที่มีมวลเบา ในส่วนของสถาบันการศึกษาและสถาบันวิชาการ ก็มีการทำการวิจัยเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า ทั้งด้านคุณภาพและสร้างความมั่นใจต่อลูกค้า อาทิเช่น การออกแบบ Fully Precast การทดสอบบ้านต้านแผ่นดินไหวของบ้านพุกษาว่าสามารถรับแรงแผ่นดินไหวได้ ทาวน์เฮ้าส์ระบายอากาศ

Zero Carbon House, House for Generation และ Smart home เป็นต้น ในการพัฒนานวัตกรรมในส่วนนี้ บริษัทฯ มีแผนในการหาพันธมิตรทางธุรกิจใหม่ๆ ในการร่วมพัฒนาทุกปี และในอนาคตคงจะเน้นเรื่องของวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการลดการใช้พลังงานเป็นหลักตามกระแสของภาวะโลกร้อน

ในการพัฒนาสร้างสรรค์นวัตกรรมทั้ง 3 ด้านนี้ ถือเป็นการสร้างสรรค์นวัตกรรมทุกขั้นตอน ตั้งแต่ กระบวนการผลิต การทำงาน(ปรุงแต่ง) ออกมาเป็นสินค้าและบริการ ทั้งที่จับต้องได้และสัมผัสได้จากความรู้สึกของลูกค้า ส่งผลทำให้ พุกกาษา ส่งมอบบ้านได้ตามมาตรฐานสากล สวยงาม และมีคุณภาพ เกิดคุณค่าในเชิง Value For Money, Emotional Value, Functional Value, Value of Time ทำให้ลูกค้าชื่นชม มีความสุข มีความภาคภูมิใจที่ได้เป็นเจ้าของ เกิดภาพลักษณ์ที่ดี อีกทั้งยังคำนึงถึงการรักษาสีเขียวด้วย การทำ CSR In Process ให้มาเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางธุรกิจที่แทรกอยู่ในทุกขั้นตอน ตั้งแต่ การวิจัยพัฒนา การออกแบบ การผลิต การส่งมอบ ตลอดจนถึงการบริการ รวมถึง CSR After Process ที่เกิดจากการมีส่วนร่วมขององค์กรและบุคคลภายนอก โดยดึงลูกค้า คู่ค้า/สังคม และชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

เพราะสิ่งสำคัญในธุรกิจนั้น ไม่ใช่เพียงตัวสินค้าหรือบริการนั้นๆ แต่หัวใจสำคัญ คือ “ความคิดสร้างสรรค์” ที่อยู่เบื้องหลังสินค้าหรือบริการที่มีคุณค่า เป็นประโยชน์ต่อลูกค้าและสังคมโดยรวม เป็นการสร้าง CSV (Creating Shared Value) ที่เน้นการสร้างสรรค์คุณค่าเพิ่มร่วมกันให้กับสังคม และก่อให้เกิดประโยชน์แก่สังคมโดยรวม ทำให้องค์กรธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน (Sustainable growth)

## 7. โครงการดำเนินงานในอนาคต

จากการที่ตลาดได้ตอบรับเป็นอย่างดีในผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของบริษัทฯ ทั้งที่เป็นบ้านทาวน์เฮ้าส์ บ้านเดี่ยว รวมถึงอาคารชุดในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล

ปี 2557 บริษัทฯ มีการเปิดโครงการไปแล้วทั้งสิ้น 62 โครงการ มูลค่ารวม 56.9 พันล้านบาท แบ่งเป็น

- โครงการบ้านทาวน์เฮ้าส์	34	โครงการ
- โครงการบ้านเดี่ยว	17	โครงการ
- โครงการอาคารชุด	11	โครงการ

ส่วนในปี 2558 บริษัทฯ มีแผนเปิดโครงการประมาณ 70-75 โครงการ มูลค่ารวมประมาณ 55.0-61.0 พันล้านบาท โดยเน้นเจาะกลุ่มลูกค้าที่เป็น Real demand และเน้นพัฒนาโครงการในแนวราบคือ บ้านเดี่ยวและทาวน์เฮ้าส์เป็นหลัก และขยายในทุกตลาด โดยจะเจาะกลุ่มตลาดระดับล่างถึงกลางและขยายตลาดในระดับบน อีกทั้งขยายตลาดไปยังจังหวัดอื่นๆ เช่น ระยอง เชียงใหม่ ภูเก็ต ชลบุรี พระนครศรีอยุธยา ขอนแก่นและพัทยา เพื่อเป็นโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ของบริษัทฯ ในอนาคตต่อไป โดยมีแผนการเปิดโครงการดังต่อไปนี้

- โครงการบ้านทาวน์เฮ้าส์ ประมาณ	39-41	โครงการ
- โครงการบ้านเดี่ยว ประมาณ	21-22	โครงการ
- โครงการอาคารชุด ประมาณ	10-12	โครงการ

## 8: ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

### ข้อมูลทั่วไปของบริษัทฯ

ชื่อบริษัทที่ออกหลักทรัพย์	:	บริษัท พุกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน)
ประเภทธุรกิจ	:	ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านทาวน์เฮ้าส์ บ้านเดี่ยว และอาคารชุดในประเทศไทย และประเทศในทวีปเอเชีย อาทิ สาธารณรัฐมาเลเซีย และสาธารณรัฐอินโดนีเซีย
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	979/83 อาคารเอสเอ็มทาวเวอร์ ชั้น 27 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400
ที่ตั้งโรงงานผลิตชิ้นส่วนคอนกรีตเสริมเหล็กสำเร็จรูป รั้ว และเสา	:	54/1 หมู่ 4 ถนนลำลูกกา ตำบลลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี
เลขทะเบียนบริษัท	:	ทะเบียนเลขที่ บมจ. 0107548000307
Home Page	:	<a href="http://www.pruksa.com">http://www.pruksa.com</a>
โทรศัพท์	:	0-2298-0101
โทรสาร	:	0-2298-0102
ทุนสามัญและทุนจดทะเบียน (หุ้น, บาท)	:	2,270,298,800
ทุนสามัญและทุนจดทะเบียนชำระแล้ว (หุ้น, บาท)	:	2,226,675,700
วัตถุประสงค์การใช้เงิน	:	ใช้ลงทุนเพื่อดำเนินการพัฒนาโครงการ

### ข้อมูลของบริษัทฯ และบริษัทย่อย รวมถึงข้อมูลสำคัญอื่น

#### 1) บริษัท พุกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน)

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

ประเภทธุรกิจ ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านทาวน์เฮ้าส์ บ้านเดี่ยว และอาคารชุด

เลขทะเบียนบริษัท บมจ. 0107548000307

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

Homepage: [www.pruksa.com](http://www.pruksa.com)

**2) สำนักงานสาขา ที่ 1****โรงงาน PS Precast (ลำลูกกา)**

สถานที่ตั้งโรงงาน 54/1 หมู่ 4 ถนนลำลูกกา ตำบลลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี  
ประเภทธุรกิจ โรงงานผลิตชิ้นส่วนคอนกรีตเสริมเหล็กสำเร็จรูป ผลิตรั้ว และเสาสำเร็จรูป  
โทรศัพท์ 0-2532-8124 -32 โทรสาร 0-2532-8123

**3) สำนักงานสาขาที่ 2****โรงงาน PS Precast (นวนคร)**

สถานที่ตั้งโรงงาน 69/5 หมู่ 11 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอกองหลวง จังหวัดปทุมธานี  
ประเภทธุรกิจ โรงงานผลิตชิ้นส่วนคอนกรีตเสริมเหล็กสำเร็จรูป ผลิตรั้ว และเสาสำเร็จรูป  
โทรศัพท์ 0-2532-8124-32 โทรสาร 0-2532-8123

**4) บริษัท เกสร์ก่อสร้าง จำกัด (บริษัทย่อย)**

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

**5) 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

**6) 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

**7) บริษัท พุกกา โอเวอร์ซีส์ จำกัด (บริษัทย่อย)**

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

**8) บริษัท พุกษา อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (บริษัทย่อย)**

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ 979/98 อาคารเอส เอ็ม ทาวเวอร์ ชั้น 30 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน

เขตปทุมธานี กรุงเทพมหานคร 10400

ประเภทธุรกิจ พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในต่างประเทศ

โทรศัพท์ 0-2298-0101 โทรสาร 0-2298-1000

**9) บริษัท พุกษา โอเวอร์ซีส์ เซอร์วิส จำกัด (บริษัทย่อย)**

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ เลขที่ 979/84 อาคารเอส เอ็ม ทาวเวอร์ ชั้น 27 ถ.พหลโยธิน แขวงสามเสนใน

เขตปทุมธานี กรุงเทพมหานคร 10400

ประเภทธุรกิจ ให้บริการสนับสนุนแกวิสาหกิจในเครือ หรือสาขาของตนทั้งภายในและภายนอกประเทศ (ROH)

โทรศัพท์ 0-2298-0101

**10) 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, Republic of India

ประเภทธุรกิจ พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในอินเดีย

โทรศัพท์: +91 9632707654

**11) บริษัท พุกษา อินเดีย คอนสตรัคชัน จำกัด (Pruksa India Construction Private Limited) (บริษัทย่อย)**

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ Ferns Icon, Unit No. 7, 1st Floor, Doddanekundi Village, Next to Akme Ballet,

Marathahalli Outer Ring Road, Bangalore-560 037 Karnataka, Republic of India

ประเภทธุรกิจ รับเหมาก่อสร้างในอินเดีย

โทรศัพท์: +91 9632707654

**12) 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, Republic of India

ประเภทธุรกิจ พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในอินเดีย

**13) บริษัท พุกษา ลักโซรา เฮ้าส์ซิง จำกัด (Pruksa-Luxora Housing Private Limited) (บริษัทร่วมทุน)**

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ Soham House, Hari Om Nagar, Off. Eastern Express Highway,

Muland (East), Mumbai – 400081 Maharashtra, Republic of India

ประเภทธุรกิจ พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในอินเดีย

**14) บริษัท พุกษา เวียดนาม จำกัด (Prukha Vietnam Company, Limited) (บริษัทร่วมทุน)**

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

ประเภทธุรกิจ พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในเวียดนาม

**15) บริษัท พุกษา เวียดนาม คอนสตรัคชั่น จำกัด (Prukha Vietnam Construction Company, Limited) (บริษัทย่อย)**

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

ประเภทธุรกิจ รับเหมาก่อสร้างในเวียดนาม

**16) บริษัท พุกษา-เอชดีซี เฮาส์ซิง จำกัด (Prukha-HDC Housing Private Limited) (บริษัทร่วมทุน)**

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ 2<sup>nd</sup> Floor, HDC Building, Hulhumale, Republic of Maldives

ประเภทธุรกิจ พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในมัลดีฟส์

**17) บริษัท เกสร ก่อสร้าง จำกัด สาขามัลดีฟส์ (บริษัทย่อย)**

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ 2<sup>nd</sup> Floor, HDC Building, Hulhumale, Republic of Maldives

ประเภทธุรกิจ รับเหมาและตกแต่ง

**18) บริษัท ธนะเทพเอ็นจิเนียริงแอนด์คอนสตรัคชั่น จำกัด (บริษัทย่อย)**

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ เลขที่ 37/1 อาคารลิ้มเจริญ 2 ชั้นที่ 3 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400

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 ถนนราษฎร์บูรณะ แขวงราษฎร์บูรณะ เขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร

เบอร์โทรศัพท์ 0-222-0000, 0-2888-8888

**นายทะเบียนหุ้นกู้ ครั้งที่ 1/2553**

ชื่อบริษัท ธนาคารซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน)

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ 44 ถนนหลังสวน แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330

เบอร์โทรศัพท์ 0-2626-7000

**ผู้สอบบัญชี**

นางสาววิภาวรรณ บัณฑิตวิเวก

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่ 4795 และ / หรือ

นางสาวสมบุญ ศรีศิริกัญญา

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่ 3731 และ / หรือ

นายสุพจน์ สิงห์เสนห์

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่ 2826 และ / หรือ

นางสาววรรณพร จงพิริยเดชานันท์

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 0-2626-2000