

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ไดอิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) เดิมชื่อ บริษัท ไดอิชิ เฮาส์ จำกัด จัดทะเบียนจัดตั้งเมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2537 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรกจำนวน 5 ล้านบาท ซึ่งต่อมาบริษัทฯ ได้จดทะเบียนเข้าตลาดหลักทรัพย์ (MAI) เมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2558 โดยมีทุนจดทะเบียน 130 ล้านบาท และทุนชำระแล้ว 130 ล้านบาท

บริษัทฯ มีการเพิ่มทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว จาก 130 ล้านบาท มาเป็น 1,180.60 ล้านบาท เมื่อวันที่ 17 มกราคม 2560 เนื่องจากบริษัทฯ ได้มีการอนุมัติการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ ให้แก่บุคคลในวงจำกัด (Private Placement) โดยการเข้าทำรายการได้มาซึ่งหลักทรัพย์ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

(1) รับโอนหุ้นทั้งหมดของเนอวานา ซึ่งทรัพย์สินของเนอวานาประกอบด้วยหลักทรัพย์และหนี้สินทั้งปวง ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงสิทธิ หน้าที่ ภาระ ข้อผูกพันต่างๆ และความรับผิดชอบใดๆ ที่ เนอวานาพึงมี ณ วันที่ทำการเข้าทำรายการเป็นผลสำเร็จ รวมถึงหุ้นทั้งหมดที่ เนอวานา ถืออยู่ใน (ก) บริษัท เนอวานา คอนสตรัคชั่น จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 99.99 (ข) บริษัท เนอวานา ยู จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 99.99 และ (ค) บริษัท เนอวานา พระราม 9 จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 99.99 (ง) บริษัท ทรพียรณารินทร์ จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 99.99 และ (จ) บริษัท เนอวานาริเวอร์ จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 70

(2) ธุรกิจการซื้อที่ดิน ซึ่งบริษัทฯ จะรับโอนกรรมสิทธิ์ในที่ดินจำนวน 2 แปลงจาก บมจ. สิงห์ เอสเตท ได้แก่ (1) ที่ดินเปล่า ที่ดินโฉนดเลขที่ 1930, 28508, 28509 และ 43102 เนื้อที่รวม 4 ไร่ 1 งาน 98.2 ตารางวา ตั้งอยู่ติดถนนรัตนวิเบศร์ ตำบลบางรักใหญ่ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี และ (2) ที่ดินเปล่า ที่ดินโฉนดเลขที่ 1922 และเลขที่ 2138 เนื้อที่รวม 7 ไร่ 3 งาน 50.3 ตารางวา ตั้งอยู่ติดถนนรัตนวิเบศร์ ตำบลบางกระสอ อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี

ณ. 31 ธันวาคม 2559 กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ธุรกิจรับสร้างบ้าน ธุรกิจผลิตภัณฑ์ประตูและหน้าต่างอลูมิเนียมสำเร็จรูป หลังจากบริษัทฯ ได้รับโอนหุ้นทั้งหมดของเนอวานา ทำให้ส่วนงานธุรกิจของบริษัทฯ เพิ่มขึ้น ซึ่งกลุ่มบริษัท เนอวานา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โดยเน้นการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อที่อยู่อาศัยเป็นหลัก

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมายหรือกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัทฯ ในภาพรวม

วิสัยทัศน์ (Vision)

ผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป อิฐบล็อก รับสร้างบ้าน รวมถึงประตูหน้าต่างจากญี่ปุ่น คาดการณ์ถึงภาพรวมของบริษัทที่จะเติบโตในอนาคตยิ่งขึ้นไป โดยเน้นหลักการที่เป็น “การสร้างนวัตกรรม เพื่อคุณค่าการอยู่อาศัยอย่างมีคุณภาพ” จากการทำวิจัยลดต้นทุนการผลิตและดัดแปลงนวัตกรรมใหม่ๆ ให้ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์ที่มีราคาประหยัด แต่ยังคงรักษาคุณภาพและความแข็งแรงของผลิตภัณฑ์ไว้ดังเดิม

พันธกิจ (Mission)

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป เพื่อตอบสนองการก่อสร้างยุคใหม่ที่ต้องการวัสดุอุปกรณ์ที่ก่อสร้างได้รวดเร็ว แข็งแรง สวยงาม และประหยัด ภายใต้เครื่องหมายการค้า FENZER และผลิตโครงสร้างสำเร็จรูป คาน เสา ภายใต้เครื่องหมายการค้า NIVA นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังดำเนินธุรกิจรับสร้างบ้านสำเร็จรูปบน

ที่ดินภายใต้แบรนด์ GINZA Home และจัดจำหน่ายและติดตั้งประตูและหน้าต่างอลูมิเนียมสำเร็จรูป Atech Window จากโรงงานผู้ผลิตสัญชาติญี่ปุ่น

นโยบายและเป้าหมายในการดำเนินงานของบริษัท

ในปี 2559 บริษัทฯ มีเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจดังนี้

เป้าหมายด้านการดำเนินธุรกิจ

- 1) รั้วสำเร็จรูป FENZER บริษัทฯ มุ่งเน้นเป้าหมายรักษาความเป็นผู้นำตลาดรั้วสำเร็จรูป โดยการพัฒนารั้วสำเร็จรูปรุ่นต่างๆ เพื่อครอบคลุมกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ทั่วถึงทั้งประเทศ บริษัทฯ มีแผนก่อตั้งโรงงานผลิตสู่ภูมิภาคด้วยเครื่องจักรผลิตรั้วอัตโนมัติ เพื่อลดต้นทุนในการขนส่ง และส่งเสริมระบบ Logistic Network ที่บริษัทฯ กำลังดำเนินการสร้างเครือข่ายให้ครอบคลุมทุกจังหวัดทั่วประเทศ
- 2) ธุรกิจบ้านสำเร็จรูป บริษัทฯ มุ่งเน้นวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์การก่อสร้างบ้านสำเร็จรูป ด้วยเทคโนโลยีการผลิตขั้นสูง จากโรงงานทุกชิ้นส่วนของตัวบ้าน มีเป้าหมายที่จะลดต้นทุนการก่อสร้างบ้านเพื่อรองรับฐานลูกค้าที่กว้างขึ้น และสามารถก่อสร้างในพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศได้
- 3) ธุรกิจประตูหน้าต่างอลูมิเนียมสำเร็จรูป บริษัทฯ มุ่งเน้นการแนะนำสินค้าประตูหน้าต่างอลูมิเนียมคุณภาพสูง เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของตลาดระดับบนและร่วมกับผู้ผลิตในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ประตูหน้าต่างอลูมิเนียมรุ่นประหยัด เพื่อนำเสนอต่อธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และผู้รับเหมาก่อสร้างอาคารบ้าน โดยทั่วไป

เป้าหมายด้านการบริหารงาน

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะดำเนินงานด้วยความโปร่งใส และมีธรรมาภิบาล โดยมีการเปิดเผยข้อมูลตามหลักเกณฑ์ที่เหมาะสม เพื่อสร้างความเป็นธรรมและเสริมสร้างความเท่าเทียมกันระหว่างผู้ถือหุ้นทุกราย รวมทั้งบริษัทฯ มีการจัดวางระบบการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบอิสระภายในและภายนอก เพื่อให้มั่นใจได้ว่าการบริหารงานและการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ มีความถูกต้องและโปร่งใส

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

- | | |
|---------|---|
| ปี 2537 | จดทะเบียนก่อตั้ง บริษัท ไดอิ กรุ๊ป จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท เพื่อประกอบธุรกิจหล่อคอนกรีตสำเร็จรูป ขายให้กับโครงการทั่วไป โดยผู้เริ่มก่อตั้งหลักคือ กลุ่มมีประเสริฐสกุล กลุ่มตันศลารักษ์ และกลุ่มมณีรัตน์ะพร |
| ปี 2538 | บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนชำระแล้วเป็น 30 ล้านบาท เพื่อรองรับการเติบโตของกิจการในธุรกิจคอนกรีตสำเร็จรูป |
| ปี 2540 | บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนชำระแล้วเป็น 32.94 ล้านบาท เพื่อเพิ่มเงินทุนหมุนเวียนของกิจการในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจในปี 2540 |
| ปี 2543 | บริษัทฯ ได้ลดทุนจดทะเบียนชำระแล้วเป็น 26.32 ล้านบาท เพื่อล้างขาดทุนสะสม และขยายสายการผลิตไปสู่ตลาดรั้วสำเร็จรูป โดยบริษัทฯ ได้วิจัยและพัฒนารั้วสำเร็จรูป “เฟนเซอร์” นำเสนอสู่ตลาดเป็นรายแรก |
| ปี 2544 | บริษัทฯ ได้ลดทุนจดทะเบียนชำระแล้วเป็น 12.50 ล้านบาท เพื่อล้างขาดทุนสะสม |

- ปี 2546 บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนชำระแล้วเป็น 56 ล้านบาท เพื่อมุ่งขยายธุรกิจเข้าสู่ตลาดสำเร็จรูปภายหลังจากที่ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้รับการตอบรับอย่างดีจากตลาด
- ปี 2547 จัดตั้งบริษัทย่อยคือ บริษัท คิวเทค โปรดักส์ จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท ประกอบธุรกิจเป็นตัวแทนขายโครงสร้างสำเร็จรูปของบริษัทฯ โดยบริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 80
- จัดตั้งบริษัทย่อยคือ บริษัท เอเทค เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท ประกอบธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่ายประตูหน้าต่างอลูมิเนียมจากโรงงานผู้ผลิตสัญชาติญี่ปุ่น โดยบริษัทฯ ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 80
- บริษัทฯ ได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด โดยมีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 80 ล้านบาท และเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ไดอิ จี คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
- ปี 2550 บริษัทฯ เริ่มเข้าดำเนินกิจการรับสร้างบ้าน ผ่านทางบริษัท คิวเทค โปรดักส์ จำกัด ภายใต้ชื่อ คิวเซฟ ไดมอนด์
- ปี 2551 ได้มีการปรับโครงสร้างการถือหุ้นระหว่างกลุ่มมีประเสริฐสกุล กลุ่มดัตถศาสตร์ และกลุ่มมณีรัตนเพชร ส่งผลให้หลังการปรับโครงสร้างการถือหุ้นครั้งนี้ กลุ่มดัตถศาสตร์และกลุ่มมณีรัตนเพชร ไม่ได้ถือหุ้นของบริษัทฯ
- ปี 2552 บริษัท คิวเทค โปรดักส์ จำกัด ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 5 ล้านบาท และก่อตั้งบริษัทย่อย 3 บริษัท คือ 1) บริษัท คิวเซฟ ไดมอนด์ จำกัด ประกอบธุรกิจรับสร้างบ้านกึ่งสำเร็จรูป 2) บริษัท กินซ่าโฮม จำกัด ประกอบธุรกิจรับสร้างบ้านสำเร็จรูปกินซ่าโฮม และ 3) บริษัท คิวเซฟ เฟรช จำกัด ประกอบธุรกิจรับสร้างบ้าน โดยแต่ละบริษัทมีทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท
- ปี 2553 บริษัทฯ ได้ลงทุนเปิดสำนักงานขายสำหรับธุรกิจรับสร้างบ้าน ที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา สาขาพระราม 3
- ปี 2554 บริษัทฯ ได้ลงทุนเปิดสำนักงานขายสำหรับธุรกิจรับสร้างบ้านที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา สาขาบางนา
- ปี 2556 เปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น บริษัท ไดอิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
- ในเดือนกุมภาพันธ์ บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนชำระแล้วจาก 80 ล้านบาท เป็น 90 ล้านบาท โดยจัดสรรให้กับผู้ลงทุนกลุ่มหนึ่งจำนวน 10 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท โดยบริษัทฯ ได้นำเงินเพิ่มทุนดังกล่าวไปซื้อเครื่องจักรผลิต FENZER รุ่น Sandy และซื้อที่ดินเพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการขยายโรงงานและศูนย์กระจายสินค้า
- ในเดือนธันวาคม บริษัท ดีคอร์ป กรุ๊ป จำกัด ได้ซื้อหุ้นทั้งหมดของบริษัท คิวเซฟ เฟรช จำกัด ซึ่งไม่ได้มีการดำเนินธุรกิจใดๆ จากบริษัท ไดอิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ในราคาตามมูลค่าทางบัญชี และบริษัท ดีคอร์ป กรุ๊ป จำกัด มีนโยบายที่จะปิดบริษัท คิวเซฟ เฟรช จำกัด เนื่องจากบริษัทไม่ได้มีการดำเนินธุรกิจใดๆ
- ปี 2557 ในเดือนสิงหาคม บริษัทฯ ได้ลงทุนเปิดสำนักงานขายสำหรับธุรกิจรับสร้างบ้านที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา สาขาสาละวิน

ในเดือนตุลาคมได้มีการปรับโครงสร้างการถือหุ้นภายในกลุ่มบริษัท โดยบริษัทฯ เพิ่มทุนชำระแล้วจาก 90 ล้านบาท เป็น 100 ล้านบาท และจัดสรรหุ้นจำนวน 10 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท (มูลค่ายุติธรรมหุ้นละ 3.61 บาท) เพื่อชำระค่าหุ้นของบริษัท คิวเทค โปรดักส์ จำกัด จำนวน 300,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท (มูลค่ายุติธรรมหุ้นละ 144.68 บาท) ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนจำนวนหุ้นร้อยละ 30 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้วทั้งหมดของบริษัท คิวเทค โปรดักส์ จำกัด จากนางสาววชิราภรณ์ สกุลจันทร์ นายสุภกิตน์ อัจวงษา และนางปิโยรส เลหาเจริญยศ ซึ่งคิดเป็นอัตราส่วนการแลกเปลี่ยน (Swap Ratio) เท่ากับ 100 : 3 (100 หุ้นของ บมจ. ไดอิ กรุ๊ป ต่อ บจก.คิวเทค โปรดักส์ 3 หุ้น) ซึ่งที่ปรึกษาทางการเงินได้พิจารณาอัตราส่วนการแลกเปลี่ยนหุ้นดังกล่าวและเห็นว่ามีความเหมาะสม จากการปรับโครงสร้างของกลุ่มบริษัท ดังกล่าว ทำให้บริษัทฯ ถือหุ้นของบริษัท คิวเทค โปรดักส์ จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 100 ของทุนชำระแล้ว

ในเดือนตุลาคม บริษัทฯ ได้ซื้อหุ้นของบริษัท เอเทค เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด จากนายพชรวิ มงคลแสงสุริย์ จำนวน 40,000 หุ้น ในราคาหุ้นละ 0.01 บาท เนื่องจากราคาตามมูลค่าทางบัญชีของบริษัท เอเทค เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด น้อยกว่าศูนย์บาท จากการปรับโครงสร้างของกลุ่มบริษัท ดังกล่าว ทำให้บริษัทฯ ถือหุ้นของบริษัท เอเทค เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 100 ของทุนชำระแล้ว

ในเดือนตุลาคม บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 100 ล้านบาท เป็น 130 ล้านบาท และออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 30 ล้านหุ้น เพื่อเสนอขายหุ้นให้แก่ประชาชนเป็นครั้งแรก

ปี 2558 ในเดือนตุลาคม ได้เปิดบริษัท แอเรียวาว โดยถือหุ้นในสัดส่วน ร้อยละ 50 โดยร่วมทุนกับบริษัท เอเจนซีฟอว์ เรียวเอสเตท แอฟแฟร์ส จำกัด เพื่อพัฒนาเว็บไซต์ ชื่อ ขาย เช่า อสังหาริมทรัพย์ ทั้งระบบ ทำให้บริษัทฯ มีช่องทางการใช้สื่อออนไลน์ในการขยายธุรกิจต่อไป

ในเดือนธันวาคม บริษัทฯ ได้ขายบริษัท คิวเซฟ ไดมอนด์ จำกัด ในราคา Book Value และได้เปิดธุรกิจรับสร้างบ้านกึ่งสำเร็จรูป ในชื่อ ดีจี โฮม แทน ดำเนินการโดยบริษัท ดีจี โฮม เซ็นเตอร์ จำกัด

ปี 2559 ในเดือนพฤษภาคม 2560 บริษัทฯ ได้เปิดตัวโชว์รูม กินซ่าโฮม บนถนนประดิษฐ์มนูธรรม เพื่อเป็นโชว์รูมและสำนักงานขายให้ลูกค้าได้สัมผัสบ้านกินซ่าโฮม ของจริง

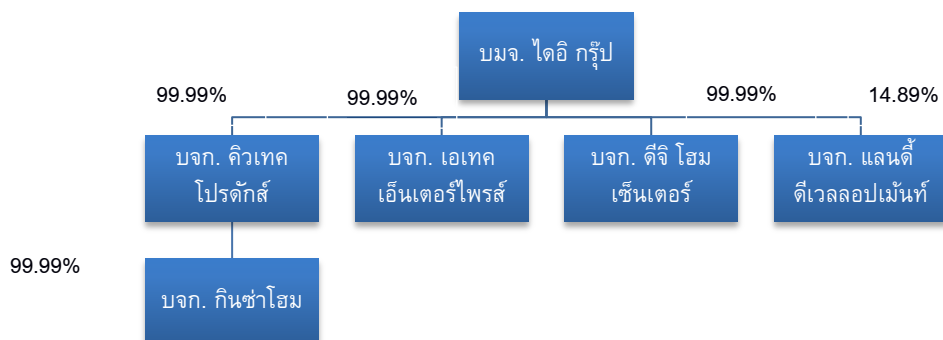
ในเดือนกรกฎาคม บริษัทฯ ได้เปิดตัวโชว์รูม กินซ่าโฮม ตำบลมาบข่า อำเภอเมือง จังหวัดระยอง เพื่อรองรับลูกค้ารับสร้างบ้านในภูมิภาคตะวันออก

ในเดือนตุลาคม บริษัทฯ ได้จำหน่ายหุ้นสามัญของบริษัท แอเรียวาว จำกัด ซึ่งบริษัทฯ ถือหุ้นในอัตรา ร้อยละ 50 ให้แก่บริษัท ดีคอร์ป กรุ๊ป จำกัด ในราคา 500,000 บาท ซึ่งมูลค่าทางบัญชี ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2559 เป็นเงิน 490,117.09 บาท

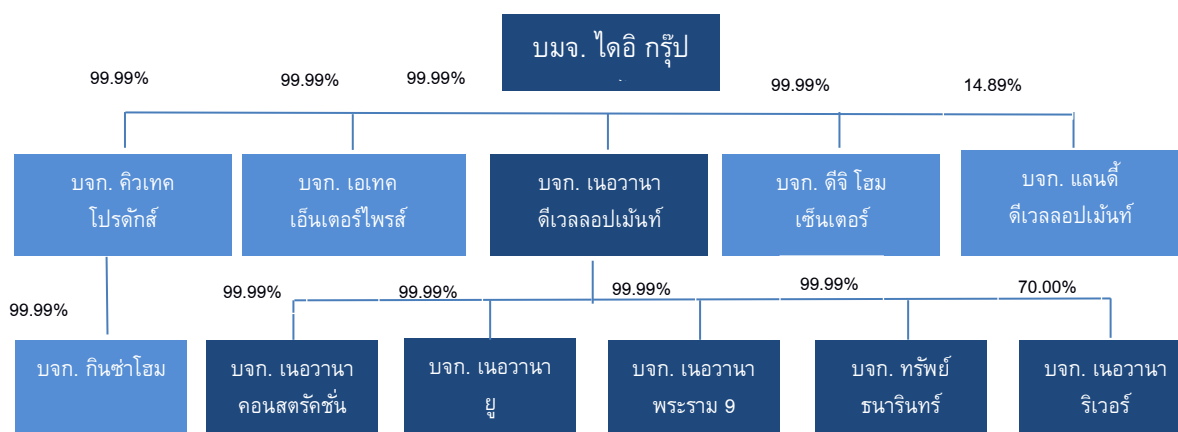
ในเดือนธันวาคม 2559 บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทฯ จาก 130 ล้านบาท เป็น 1,180 ล้านบาท

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทฯ

ณ. 31 ธันวาคม 2559 โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทฯ เป็นดังนี้



ปัจจุบันโครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทฯ เป็นดังนี้



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้

รายการ	ดำเนินการโดย	% การถือหุ้น ของบริษัทฯ	สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่					
			31 ธ.ค. 57		31 ธ.ค. 58		31 ธ.ค. 59	
			ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รั้วสำเร็จรูป	บริษัทฯ	99.99%	166.84	46.61	163.39	41.33	119.71	35.68
รับสร้างบ้าน ¹	คิวเทค และ กินซ่าโฮม	99.99%	165.43	46.21	209.62	53.03	183.54	54.70
ประตู ประตู และหน้าต่าง อลูมิเนียมสำเร็จรูป	เอเทค	99.99%	25.71	7.18	22.31	5.64	32.28	9.62
รวม			357.98	100.00	395.32	100.00	335.53	100.00

หมายเหตุ ¹ รายได้จากธุรกิจรับสร้างบ้านของงวด 12 เดือนสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559 นั้นรวมรายได้จากธุรกิจรับสร้างปกติที่บริษัทฯ รับสร้างบ้านบนที่ดินของลูกค้า กับรายได้ที่รับรู้จากการขายบ้านและที่ดินโครงการเดอะ กินซ่า ซึ่งมีลักษณะคล้ายโครงการบ้านจัดสรร ทั้งนี้มูลค่ารายได้ที่รับรู้จากโครงการเดอะ กินซ่า เท่ากับ 23.97 ล้านบาท

การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

ธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ สามารถแบ่งออกเป็น 3 ธุรกิจย่อย ดังนี้

1. ธุรกิจผลิตภัณฑ์รั้วสำเร็จรูป
2. ธุรกิจรับสร้างบ้าน
3. ธุรกิจผลิตภัณฑ์ประตูและหน้าต่างอลูมิเนียมสำเร็จรูป

ธุรกิจผลิตภัณฑ์รั้วสำเร็จรูป

2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์รั้วสำเร็จรูป ซึ่งประกอบไปด้วย แผ่นรั้วสำเร็จรูป ฐานราก สำเร็จรูป เสา และทับหลัง ผลิตภัณฑ์รั้วสำเร็จรูปของบริษัทฯ ได้รับการออกแบบเพื่อให้ไม่อมน้ำ มีความสวยงาม และทนทานมีอายุการใช้งานนานเกินกว่า 10 ปี ผลิตภัณฑ์ได้รับการออกแบบเพื่อให้การติดตั้งรั้วสำเร็จรูปมีความสะดวกและรวดเร็วในการก่อสร้างกว่ารั้วทั่วไป ทำให้สามารถลดปัญหาและค่าใช้จ่ายด้านแรงงานก่อสร้าง ผลิตภัณฑ์รั้วสำเร็จรูป ของบริษัทฯ แบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์รั้วสำเร็จรูปภายใต้ชื่อ “เฟนเซอร์” (FENZER)

เป็นรั้วสำเร็จรูปที่ผลิตด้วยระบบคอนกรีตเสริมเหล็กแรงดึงสูง (Pre-stressed Concrete) กำลังสูงมากกว่า 300 กิโลกรัมต่อตารางเซนติเมตร (ksc) ด้วยเทคโนโลยีการผลิตชิ้นส่วนสำเร็จรูปที่ทันสมัยจากประเทศญี่ปุ่น ตามหลักมาตรฐาน ACI CODE และ ISO 9001:2008 ประกอบด้วยแผ่นคอนกรีตผิวเรียบเนียนทั้งสองด้าน เสา แผ่นทับหลัง บัวหัวเสา และฐานราก มีคุณสมบัติป้องกันเชื้อรา เหมาะสำหรับรั้วบ้านเดี่ยว โครงการจัดสรรบ้านพักอาศัย รวมถึงทุกพื้นที่ที่ต้องการล้อมรั้ว ผลิตภัณฑ์รั้วสำเร็จรูปภายใต้ชื่อ “เฟนเซอร์” ซึ่งบริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายในปัจจุบัน แบ่งเป็น 6 รุ่น ดังนี้

รุ่นที่ 1 M-Wall FENZER เป็นรั้วสำเร็จรูปรุ่นประหยัด เหมาะกับการก่อสร้างรั้วรอบโครงการอสังหาริมทรัพย์ และโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ มีความแข็งแรง ผิวเรียบเนียนภายในพื้นที่ใช้งาน 1 ด้าน มีความแข็งแรงทนทานสูงกว่ารั้วสำเร็จรูปทั่วไปในตลาด



โครงการแสนสิริ-ฮาบีเทีย



โครงการ Gusto



โครงการ Gusto

รุ่นที่ 2 Anti-Water FENZER เป็นรั้วสำเร็จรูป ที่ถูกพัฒนาหลังจากที่มีน้ำท่วมใหญ่ในปี 2554 บริษัทฯ ได้ออกแบบขึ้นส่วนรั้วรุ่นนี้โดยเฉพาะเพื่อมีความแข็งแรงเพิ่มขึ้นสำหรับรับแรงดันน้ำ เมื่อน้ำท่วมรอบโครงการ อีกทั้งยังสามารถป้องกันการซึมน้ำจากน้ำท่วมได้มากขึ้น มีราคาที่เหมาะสมและเหมาะกับการใช้งานในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงต่อน้ำท่วมในอนาคต



นาคนิวาส



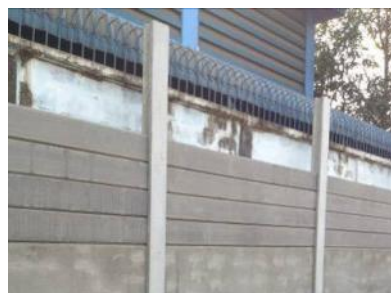
นาคนิวาส



นาคนิวาส



นวมินทร์ 42



นวมินทร์ 42

รุ่นที่ 3 Double S FENZER เป็นรั้วสำเร็จรูปที่ผลิตด้วยเทคโนโลยีขั้นสูง ระบบเปียกที่ทันสมัย มีผิวเรียบเนียนทั้งสองด้าน เหมาะกับการก่อสร้างรั้วที่ต้องการความสวยงามทั้งภายในและภายนอก และสร้างความโดดเด่นของอาคารต่างๆ ผิวของแผ่นรั้วไม่มีรอยแตกกร้าว เนื่องจากใช้คอนกรีตกำลังสูงเช่นกัน



กระถางสาธารณะสุข



กรมการขนส่งทางบก



การรถไฟแห่งประเทศไทย



บจ.ปาร์กเกอร์ (ระยอง)



บจ.ปาร์กเกอร์ (ระยอง)

รุ่นที่ 4 Sandy และ Brick FENZER เป็นผลิตภัณฑ์บล็อกเอนกประสงค์ซึ่งผลิตด้วยเครื่องจักรอัตโนมัติจากประเทศญี่ปุ่น โดยเป็นกระบวนการผลิตระบบแห้ง โดยก้อนบล็อกจะมีขนาด 20x40 เซนติเมตร โดยสามารถนำไปใช้ได้หลายรูปแบบ เช่น รั้วรอบโรงงาน รั้วโครงการ รั้วระหว่างแปลง และเขื่อนกันดิน เป็นต้น ก้อนบล็อกจะมีให้เลือกสรรในหลากหลายรูปแบบตามลักษณะการใช้งานของโครงการต่างๆ เทคโนโลยีดังกล่าวสามารถผลิตชิ้นงานที่ช่วยลดต้นทุนการก่อสร้างของโครงการประเภทต่างๆ ได้เป็นอย่างดี และสามารถขยายกำลังผลิตได้อย่างรวดเร็ว

จุดเด่นของผลิตภัณฑ์

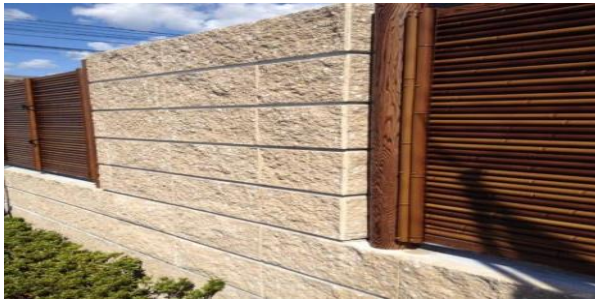
1. ลักษณะสวยงาม โดยมีลวดลายพื้นผิวในตัวจึงไม่ต้องการฉาบปูนทาสี
2. สามารถก่อเป็นรั้วได้โดยไม่ต้องใช้เสาเอ็น และคานเอ็น
3. สามารถฉาบทับด้วยปูนฉาบธรรมดา ไม่ต้องใช้ปูนฉาบชนิดพิเศษเหมือนการฉาบอิฐมวลเบา
4. สามารถก่อสร้างได้อย่างรวดเร็ว และงานเรียบร้อย
5. ต้นทุนการก่อสร้างที่ต่ำกว่าอิฐมวลเบา และการก่ออิฐฉาบปูนทั่วไป
6. คุณภาพคอนกรีตบล็อกมีความแข็งแรงกว่าอิฐทั่วไป มีขนาดก้อนที่มีมาตรฐานสูง มีความแตกต่างของขนาดก้อนน้อยมาก ทำให้ประหยัดปูนฉาบ บางกรณีสามารถโชว์ผิวของคอนกรีตบล็อกใช้งานได้เลย



รุ่น Sandy FENZER โครงการกัลป์ เทพารักษ์



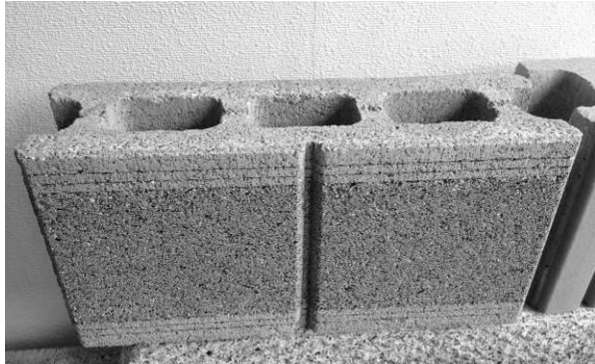
รุ่น Sandy FENZER โครงการอยู่เย็น รามอินทรา



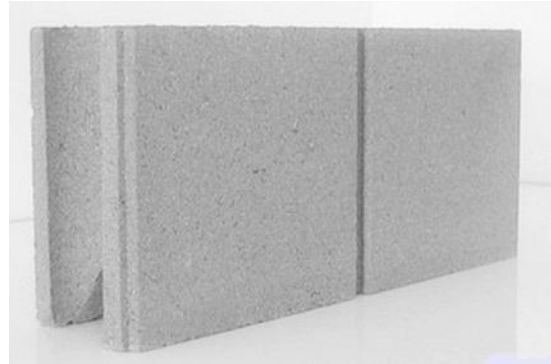
รุ่น Sandy FENZER



รุ่น Sandy FENZER



รุ่น Brick FENZER



รุ่น Brick FENZER

โดยบริษัทฯ ได้มีการนำก้อนบล็อก มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปรุ่นใหม่ของ FENZER ภายใต้รุ่น Brick FENZER และ Sandy FENZER

รุ่นที่ 5 Slim B FENZER เป็นรั้วสำเร็จรูปที่มีน้ำหนักเบาและบาง ใช้สำหรับเป็นรั้วกั้นระหว่างแปลงของบ้านเดี่ยวในโครงการหมู่บ้านจัดสรร ซึ่งผลิตโดยระบบเปียกโดยใช้การหล่อแนวตั้งผิวเรียบสองด้าน โดยใช้แรงงานในการประกอบและถอดแบบเพื่อให้ผิวเรียบทั้งสองด้าน ทั้งนี้ บริษัทฯ คาดว่าจะไม่จำหน่ายรั้วสำเร็จรูปรุ่น Slim B FENZER โดยบริษัทฯ จะผลิตและจำหน่ายรั้วสำเร็จรูปรุ่น Zen FENZER แทน เนื่องจากรั้วรุ่น Zen FENZER ผลิตโดยใช้เครื่องจักรถอดประกอบแบบอัตโนมัติที่มีต้นแบบจากประเทศญี่ปุ่นซึ่งลดการใช้แรงงาน ทำให้คุณภาพของรั้วที่ผลิตได้มีคุณภาพดีกว่า และใช้แรงงานในการผลิตน้อยกว่า



รุ่น Slim B FENZER



รุ่น Slim B FENZER

รุ่นที่ 6 Mac Fenzer เป็นรั้วสำเร็จรูปที่ผลิตด้วยเทคโนโลยีขั้นสูง ระบบเปียกที่ทันสมัย มีผิวเรียบเนียนทั้ง 2 สองด้าน เหมาะกับการก่อสร้างรั้วที่ต้องการความสวยงามทั้งภายใน และภายนอก ราคาประหยัด เหมาะสำหรับรั้วระหว่างแปลงในโครงการบ้านจัดสรร หรือบ้านอยู่อาศัยที่ต้องการเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว

1.



2) ผลิตภัณฑ์รั้วสำเร็จรูปภายใต้ชื่อ “นิวโว” (NUEVO)

เป็นรั้วสำเร็จรูปที่ผลิตด้วยระบบคอนกรีตเสริมเหล็กแรงดึงสูง (Pre-stressed Concrete) เกรด Premium ซึ่งผลิตจากเครื่องจักร โดยใช้เทคโนโลยีการผลิตขั้นสูงสำเร็จรูปซึ่งบริษัทฯ ได้ร่วมวิจัยและพัฒนาในประเทศญี่ปุ่น มีการเคลือบสีพิเศษถึง 7 โทนนี และมีลวดลายให้เลือกทั้งแบบผิวเรียบและลายหินธรรมชาติ เหมาะสำหรับรั้วบ้านเดี่ยวและโครงการจัดสรรบ้านพักอาศัย ที่ต้องการความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม ผลิตภัณฑ์รั้วสำเร็จรูปภายใต้ชื่อ “นิวโว” ซึ่งบริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายในปัจจุบัน แบ่งออกเป็น 2 รุ่น ดังนี้

รุ่นที่ 1 Klassic NUEVO เป็นรั้วสำเร็จรูปที่ผลิตจากเครื่องจักรพิเศษ เรียบสวยทั้งสองด้าน สไตล์กึ่งคลาสสิกโรมัน เคลือบสีพิเศษ 7 โทนนี เหมาะกับอาคารที่ต้องการความโดดเด่นเรียบหรู มีราคาที่สูงกว่ารั้วในกลุ่ม FENZER และต้องตลาดทั่วไปจากคุณสมบัติการออกแบบที่พิเศษและเคลือบสีกันเชื้อราที่มีคุณภาพสูง



วังทวิวัฒนา



สวนสนประดิพัทธ์

รุ่นที่ 2 Roma NUEVO เป็นรั้วสำเร็จรูปที่มีลวดลายหินธรรมชาติทั้งสองด้าน เคลือบสีพิเศษ 7 โทนนี ได้ถูกวิจัยที่มีเทคโนโลยีการผลิตขั้นสูง ที่สามารถทำลวดลายในตัวเนื้อคอนกรีตได้ รั้วสำเร็จรูปรุ่นนี้เหมาะกับการใช้งานเฉพาะความต้องการที่มีเอกลักษณ์ ที่ต้องการความโดดเด่นไม่เหมือนใคร



HomePro โคราซ



HomePro โคราซ



HomePro โคราซ

รายได้จากธุรกิจผลิตภัณฑ์รั้วสำเร็จรูป

	งบการเงินรวม สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่			
	31 ธ.ค. 56	31 ธ.ค. 57	31 ธ.ค. 58	31 ธ.ค. 59
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท
รายได้จากธุรกิจผลิตภัณฑ์รั้วสำเร็จรูป	177.16	166.84	163.39	119.72

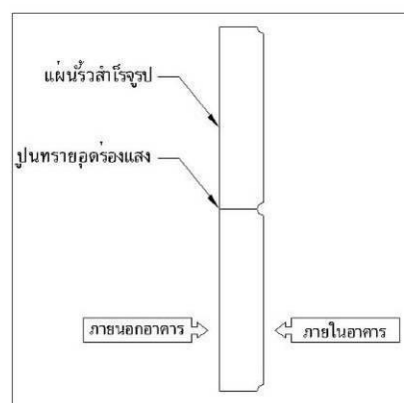
2.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

(1) กลยุทธ์การแข่งขัน

- ด้านคุณภาพสินค้า

รั้วสำเร็จรูปได้ถูกพัฒนาด้วยเทคโนโลยีการผลิตของบริษัทฯ เอง โดยประยุกต์มาจากเทคโนโลยีการผลิตคอนกรีตสำเร็จรูปของประเทศญี่ปุ่น ทำให้สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูง และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว คู่แข่งไม่สามารถที่จะเลียนแบบได้ง่าย

ทีมงานผู้รับเหมาติดตั้งที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะ สามารถติดตั้งรั้วสำเร็จรูปของบริษัทฯ ได้อย่างรวดเร็วและมีคุณภาพมาตรฐาน และได้มีการกำหนดการอบรมกับทางบริษัทฯ เป็นประจำทุกปี



- ด้านราคา

การผลิตสำเร็จรูปของบริษัท ได้นำเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยมาใช้ โดยเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพ มีการวางแผนการจัดการด้านวัตถุดิบ และกระบวนการจัดสายการผลิต ทำให้บริษัท สามารถควบคุมต้นทุนการผลิตได้ และบริษัท ได้กำหนดราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม โดยบริษัท คำนึงถึงการตั้งราคาที่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งที่สำคัญ คือ กลุ่มบริษัท ปูนซีเมนต์ไทย เพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายขนาดใหญ่ที่กำลังเติบโตจากการเปลี่ยนพฤติกรรมการก่อสร้างระบบดั้งเดิม มาใช้สำเร็จรูป เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาแรงงานขาดแคลนและมีค่าแรงที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

เพื่อรักษากำไรของบริษัท บริษัท จึงมีความจำเป็นต้องทำวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อออกสินค้าที่มีต้นทุนที่ถูกลง เพิ่มประสิทธิภาพและลดความสูญเสียจากระบบผลิตที่โรงงาน นอกจากนี้บริษัท ได้ออกสินค้ารุ่นพิเศษที่คู่แข่งไม่สามารถผลิตได้ออกสู่ตลาดเพื่อรักษาความเป็นผู้นำและตั้งราคาสินค้าในราคาที่สูงขึ้นได้

- ด้านบริการ

บริษัท เน้นในด้านบริการ โดยมีนโยบายต่างๆ ดังนี้

1. จัดระบบ Logistic ที่มีคุณภาพรวมถึงการขนส่ง การวางแผนการผลิตเพื่อส่งมอบสินค้าให้ทันเวลาต่อการใช้งานของลูกค้า
2. พัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งส่งผลให้ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าซื้อซ้ำและแนะนำลูกค้ารายอื่น
3. การทำวิจัยและพัฒนาให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าหลัก (Key Account) เพื่อให้ลูกค้าได้สินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ต้นทุนต่ำ คุณภาพที่เหมาะสมต่อการใช้งานตามวัตถุประสงค์ของลูกค้านั้นๆ
4. มีหน่วยงานทางด้านเทคนิคและวิศวกรรม เพื่อให้คำแนะนำและแก้ปัญหาที่ถูกต้อง และทันเวลา

- ด้านระยะเวลาส่งมอบสินค้า

วัสดุผลิตจากเครื่องจักรที่ทันสมัย จึงมีความแน่นอนต่อชิ้นงานที่ผลิตต่อชั่วโมง สามารถกำหนดการรับมอบให้กับลูกค้าทุกรายได้ทันกำหนด การพัฒนาจุดกระจายสินค้าของบริษัท จะเป็นส่วนช่วยส่งเสริมการบริการการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าในท้องที่ต่างๆ ได้เป็นอย่างดี

- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัท ได้จัดแสดงผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปที่สาขาบริษัท ทั้ง 3 สาขา ได้แก่ สาขาเซ็นทรัลพระราม 3 สาขาสาขาเซ็นทรัลบางนา และสาขาเซ็นทรัลศาลายา และแสดงสินค้าผ่านตัวแทนกระจายสินค้า (Distributor) มากกว่า 100 รายทั่วประเทศ รวมทั้งบริษัท ได้ร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติ ซึ่งช่วยให้บริษัท สามารถประชาสัมพันธ์สินค้าของบริษัท ไปยังเจ้าของโครงการและสถาปนิกได้ดียิ่งขึ้น

ในปี 2559 บริษัทได้พัฒนาโชว์รูมแสดงสินค้าอีก 2 แห่ง ได้แก่ โชว์รูมประดิษฐ์มุนธรรม และโชว์รูมระยอง ทั้ง 2 โชว์รูมได้เปิดให้บริการแล้วตั้งแต่มกราคมปี 2559

นอกจากนี้ บริษัท ได้ทำระบบการซื้อขายผ่านออนไลน์ www.daiiBuy.com เพื่อให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมีความสะดวกสบายในการสั่งซื้อสินค้าในกลุ่มของบริษัท



บูธงาน Home Work Expo



บูธงาน Home Work Expo



บูธงานบ้านและสวน



สำนักงานขายสาขาเซ็นทรัลบางนา

- ด้านการรับประกัน

บริษัทฯ รับประกันคุณภาพเฉพาะผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนรั้วสำเร็จรูป เป็นระยะเวลา 1 ปี (ไม่รวมความเสียหายที่เกิดจากการติดตั้ง ซึ่งผู้รับเหมาก่อสร้างรั้วเป็นผู้ดำเนินการเอง) เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า

(2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะกระจายฐานลูกค้าให้ครอบคลุมลูกค้าทุกกลุ่มเพื่อไม่ให้บริษัทฯ พึ่งพิงกลุ่มลูกค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่งมากเกินไป กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของบริษัทฯ สำหรับธุรกิจผลิตภัณฑ์รั้วสำเร็จรูปแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่

1. กลุ่มบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งกลุ่มลูกค้านี้ส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในประเทศ ขนาดใหญ่ ที่มีชื่อเสียงและมีฐานะทางการเงินดี ตัวอย่างกลุ่มลูกค้าบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ได้แก่ บริษัท พฤกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) บริษัท แสตนลีย์ จำกัด (มหาชน) บริษัท เอเชียน พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวล ลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) บริษัท ควอลิตี้ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) บริษัท เสนาดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) บริษัท ปรีญสิริ จำกัด (มหาชน) บริษัท แลนด์แอนด์เฮาส์ จำกัด (มหาชน) และบริษัท สัมมากร จำกัด (มหาชน) เป็นต้น
2. กลุ่มผู้รับเหมาก่อสร้าง ซึ่งกลุ่มลูกค้านี้ประกอบด้วยผู้รับเหมาก่อสร้างทั้งในประเทศและต่างประเทศขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียง ตัวอย่างกลุ่มลูกค้าผู้รับเหมาก่อสร้าง ได้แก่ บริษัท ฤทธา จำกัด บริษัท พรินิลท์ จำกัด (มหาชน) บริษัท ไทยทาเคเนคา สากล ก่อสร้าง จำกัด บริษัท ไทยซิมิส์ จำกัด บริษัท ไทยนากาโน จำกัด และ บริษัท อิตาเลียน ไทย ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) เป็นต้น

3. กลุ่มหน่วยงานราชการ ได้แก่ กระทรวงและกรมต่างๆ เช่น กรมการขนส่ง การรถไฟแห่งประเทศไทย กระทรวงสาธารณสุข และหน่วยงานราชการทหารตำรวจต่างๆ เป็นต้น
4. กลุ่มลูกค้าทั่วไป เป็นกลุ่มลูกค้าที่สร้างบ้าน โรงงาน อาคารคอนโดมิเนียม และอพาร์ทเมนต์ ที่ดินเปล่า ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต สนามกอล์ฟ และศูนย์แสดงสินค้าต่างๆ เป็นต้น

บริษัทฯ มีสัดส่วนรายได้จากการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปจากแต่ละกลุ่มลูกค้า ดังนี้

	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่					
	31 ธ.ค. 57		31 ธ.ค. 58		31 ธ.ค. 59	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์	85.32	51.14	73.61	45.05	1.66	1.39
ผู้รับเหมาก่อสร้าง	14.46	8.67	8.55	5.23	66.12	55.23
หน่วยงานราชการ	1.56	0.94	3.38	2.07	9.54	7.96
ลูกค้าทั่วไป	65.50	39.26	77.85	47.65	42.40	35.42
รวม	166.84	100.00	163.39	100.00	119.72	100.00

(3) ช่องทางการจำหน่าย

ปัจจุบันบริษัทฯ จำหน่ายผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปภายในประเทศทั้งหมด ผ่านช่องทางการจำหน่าย 2 ช่องทาง ได้แก่

1. ผู้จัดจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง (Dealer)

บริษัทฯ จำหน่ายผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปผ่านทางผู้ประกอบธุรกิจค้าส่ง และค้าปลีก ตัวอย่างผู้จัดจำหน่ายวัสดุก่อสร้างที่เป็นเครือข่ายของบริษัท ได้แก่ บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) และตัวแทนจำหน่ายสินค้าวัสดุก่อสร้างทั่วประเทศ ในปี 2558 บริษัทฯ จำหน่ายผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปผ่านผู้จัดจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง ประมาณร้อยละ 90 ของการจำหน่ายสำเร็จรูปทั้งหมด

2. การจัดจำหน่ายผ่านออนไลน์ www.daiiBuy.com โดยผ่านตัวแทนกระจายสินค้า (Distributor) ทั่วประเทศ

เพื่อรองรับการค้าและธุรกิจรูปแบบใหม่ ที่สามารถกระจายกลุ่มเป้าหมายไปได้ทุกพื้นที่ของประเทศ ในปี 2559 บริษัทฯ จำหน่ายผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปผ่านระบบออนไลน์ ประมาณร้อยละ 30 ของการจำหน่ายสำเร็จรูปทั้งหมด

(4) ภาวะการแข่งขัน

ในปัจจุบัน ผู้รับเหมาก่อสร้างและเจ้าของโครงการอสังหาริมทรัพย์ส่วนใหญ่ โดยเฉพาะโครงการอสังหาริมทรัพย์ขนาดใหญ่ เริ่มหันมาใช้ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป เนื่องจากใช้เวลาติดตั้งรั้วน้อยกว่า และใช้แรงงานก่อสร้างน้อยกว่า ผู้บริหารของบริษัทฯ จึงประเมินว่าภาวะการแข่งขันในธุรกิจผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปยังไม่รุนแรงและความต้องการรั้วสำเร็จรูปจะยังคงอยู่ในระดับสูงในระยะ 5 ปี ข้างหน้า โดยคู่แข่งที่มีกำลังการผลิตในระดับเดียวกับบริษัทฯ ซึ่งคาดว่าจะมีกำลังการผลิตมากกว่า 500,000 ตารางเมตรต่อปี มี 2 บริษัท คือ กลุ่มบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย และกลุ่มบริษัทยงสวัสดิ์ คอนสตรัคชั่น

โปรดักส์ ทั้งนี้ ปัจจัยหลักที่ลูกค้าพิจารณาในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป คือ ราคา คุณภาพ และความเร็วในการจัดส่งสินค้า ซึ่งบริษัทฯ ได้กำหนดราคาผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปในระดับที่แข่งขันได้ และบริษัทฯ ได้ควบคุมขั้นตอนการผลิตให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพ รวมทั้งบริษัทฯ มีการรับประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปเพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า

ประมาณการผู้ผลิตรายสำเร็จรูปในประเทศไทย	จำนวนผู้ผลิต
รายใหญ่ (กำลังการผลิตมากกว่า 500,000 ตารางเมตรต่อปี)	3 (รวมบริษัทฯ)
รายกลาง (กำลังการผลิต 150,000 – 500,000 ตารางเมตรต่อปี)	2
รายเล็ก (กำลังการผลิตต่ำกว่า 150,000 ตารางเมตรต่อปี)	มากกว่า 20

ทั้งนี้ บริษัทฯ สามารถแข่งขันกับบริษัทคู่แข่งในธุรกิจนี้ได้อย่างไม่เสียเปรียบ โดยอาศัยคุณภาพด้านสินค้า ซึ่งผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปของบริษัทได้รับการพัฒนาด้วยเทคโนโลยีการผลิตของบริษัทฯ เอง โดยประยุกต์มาจากเทคโนโลยีการผลิตคอนกรีตสำเร็จรูปของประเทศญี่ปุ่น ทำให้สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูง และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว คู่แข่งไม่สามารถที่จะเลียนแบบได้ง่าย

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

โรงงานผลิตสำเร็จรูปของบริษัทฯ ตั้งอยู่บนพื้นที่ประมาณ 30 ไร่ในอำเภอดอนตูม จังหวัดนครปฐม มีแท่นผลิตแผ่นรั้วทั้งหมด 2 โซน รวมกำลังการผลิต ณ 31 ธันวาคม 2559 เท่ากับ 669,162 ตร.ม.ต่อปี โดยในปี 2557 ถึง 2559 บริษัทฯ มีอัตราการใช้กำลังการผลิต ร้อยละ 44.38 ร้อยละ 41.92 และร้อยละ 39.00 ตามลำดับ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังว่าจ้างผู้ผลิตแห่งหนึ่งผลิตเฉพาะแผ่นผนังรั้วสำเร็จรูปรุ่น M-Wall FENZER เพียงรุ่นเดียว เนื่องจากเทคโนโลยีการผลิตแผ่นผนังรั้วสำเร็จรูปดังกล่าวไม่ซับซ้อน โดยบริษัทฯ เป็นผู้ผลิตฐานราก (Footing) เสารั้ว และทับหลังเองทั้งหมด และในปัจจุบันบริษัทฯ ไม่มีนโยบายที่จะว่าจ้างผู้ผลิตสำเร็จรูปรุ่นอื่นๆ นอกเหนือจากแผ่นผนังรั้วสำเร็จรูปรุ่น M-Wall FENZER ทั้งนี้ หากผู้ผลิตรายนี้ไม่สามารถผลิตแผ่นผนังรั้วให้แก่บริษัทฯ หรือไม่สามรถส่งมอบแผ่นผนังรั้วได้ทันตามกำหนด ผู้บริหารเชื่อว่าบริษัทฯ จะสามารถเพิ่มกำลังการผลิตแผ่นผนังรั้วรุ่น M-Wall FENZER ให้เพียงพอกับความต้องการของลูกค้าได้เอง

ตารางต่อไปนี้จะแสดงกำลังการผลิตสำเร็จรูปของบริษัทฯ และแผ่นผนังรั้วของผู้รับจ้างผลิตแผ่นผนังรั้วให้บริษัทฯ (เฉพาะส่วนที่ผลิตให้บริษัทฯ)

	31 ธ.ค. 57		31 ธ.ค. 58		31 ธ.ค. 59	
	ตารางเมตร	ร้อยละ	ตารางเมตร	ร้อยละ	ตารางเมตร	ร้อยละ
โรงงานของบริษัทฯ	431,511	67.14	619,798	71.57	669,162	78.35
ว่าจ้างผู้ผลิตอื่น ¹	211,196	32.86	246,240	28.48	184,869	21.65
รวม	642,707	100.00	866,038	100.00	854,058	100.00

หมายเหตุ ¹ ข้อมูลที่ได้รับแจ้งจากบริษัทผู้ผลิตแผ่นผนังรั้วสำเร็จรูปที่ผลิตให้แก่บริษัทฯ

ตารางต่อไปนี้แสดงปริมาณการผลิตรั้วสำเร็จรูปของบริษัทฯ และแผ่นผนังรั้วของผู้รับจ้างผลิตแผ่นผนังรั้วให้บริษัทฯ

	2557		2558		2559	
	ตารางเมตร	ร้อยละ	ตารางเมตร	ร้อยละ	ตารางเมตร	ร้อยละ
โรงงานของบริษัทฯ	191,514	59.19	259,798	79.08	260,980	95.76
ว่าจ้างผู้ผลิตอื่น	132,040	40.81	68,722	20.92	11,564	4.24
รวม	323,554	100.00	328,520	100.00	272,544	100.00

ขั้นตอนการผลิตรั้วสำเร็จรูป มีดังนี้

ขั้นตอนการผลิตรั้วสำเร็จรูป

การผลิตรั้วแบบเปียก

1. การล้างแบบหล่อ

คนงานใช้น้ำล้างทำความสะอาดโต๊ะหล่อ แบบหล่อ อุปกรณ์ต่างๆ ด้วยเครื่องฉีดน้ำแรงดันสูง และกระดาดทรายละเอียด ให้สะอาดตามที่กำหนด



2. การประกอบแบบ

คนงานทำการทาสียาทาแบบโต๊ะหล่อ แบบหล่อ อุปกรณ์ต่างๆ จากนั้นทำการวางเหล็กประกอบหัวแบบหล่อเข้าลิ้นไม้อัดให้แน่น และทำการร้อยลวด PC Wire ผ่านแท่นตั้งลวด เหล็กประกอบหัวแบบหล่อจนครบตลอดสายผลิต จากนั้นทำการตั้งลวด PC Wire ให้ตั้งตามที่กำหนด



3. การเทคอนกรีต

คนงานนำคอนกรีตผสมเสร็จนำไปเทในแบบหล่อ และสั่นคอนกรีต จากนั้นทำการตกแต่งให้คอนกรีตอยู่ในแบบหล่อตามที่กำหนด รอให้คอนกรีตเริ่มเซ็ทตัว ทำการขัดปูนและชักร่อง



4. การถอดแบบชิ้นส่วน

หลังจากคอนกรีตแห้งและได้เวลาตามที่กำหนด คนงานจะทำการทดสอบกำลังอัดคอนกรีต เมื่อกำลังอัดของคอนกรีตได้ตามที่กำหนด ทางคนงานจะเริ่มทำการตัดลวด PC Wire และนำแบบหล่อแยกออกจากชิ้นงาน และนำชิ้นงานไปดำเนินการในกระบวนการต่อไป



5. การเคลือบผิวหรือเคลือบสี

คนงานทำความสะอาดผิวของชิ้นส่วน นำปูนฉาบผิวบางมาเก็บสก็มไม้ที่ผิวหน้าของชิ้นงาน รอจนปูนฉาบผิวบางแห้ง และทำการขัดให้เรียบ จากนั้นทำการพ่นสี หรือ นำไปแป็คเก็บตามที่กำหนด และทำการเคลื่อนย้ายไปเก็บในพื้นที่เก็บสินค้าคงคลัง



การผลิตรั้วแบบแห้ง

1. การเตรียมวัตถุดิบ

- เริ่มต้นจากการใช้รถตักวัสดุผสมต่างๆ เช่น หินทราย หินประดับ เข้าไปเก็บไว้ในช่องเก็บส่วนผสมเพื่อเตรียมไว้สำหรับการผสมคอนกรีตให้เต็มช่องเก็บส่วนผสม



2. การผสมคอนกรีต

- เจ้าหน้าที่ควบคุมเครื่องทำการเปิดเครื่องผสมคอนกรีตและกดปุ่มสั่งผสม เครื่องผสมคอนกรีตจะนำส่วนผสมที่อยู่ในช่องเก็บส่วนผสมลำเลียงมาตามสายพานลำเลียงเข้าไปซึ่งน้ำหนักในตราส่วนผสม
- หลังจากน้ำหนักส่วนผสมได้ตามสูตรที่กำหนดแล้ว เครื่องจะทำการผสมคอนกรีตโดยอัตโนมัติ เมื่อคอนกรีตผสมเข้ากันอย่างสม่ำเสมอแล้ว เครื่องจะทำการปล่อยคอนกรีตที่ผสมเสร็จแล้วไปตามสายพานลำเลียง เพื่อเตรียมการขึ้นรูปต่อไป



3. การอัดขึ้นรูป

- คอนกรีตที่ผสมเสร็จแล้วถูกลำเลียงโดยสายพานเข้าไปสู่แม่พิมพ์ขึ้นรูป หลังจากนั้น เครื่องขึ้นรูปจะทำการกดส่วนผสมลงในแม่พิมพ์ และสั่นตลอดการกดเพื่อให้ส่วนผสมอัดแน่น และได้หน่วยน้ำหนักของชิ้นงานตามที่ต้องการ
- หลังจากนั้น เครื่องขึ้นรูปจะปล่อยชิ้นงานที่อัดขึ้นรูปไปตามสายพานลำเลียง เจ้าหน้าที่จะทำการยกชิ้นงานที่ขึ้นรูปแล้วเข้าไปเก็บในชั้นเก็บชิ้นงาน



4. การบ่มคอนกรีต

- หลังจากชั้นเก็บชิ้นงานเต็มแล้ว ทำการเคลื่อนย้ายชั้นเก็บชิ้นงานด้วยรถยกเข้าไปในห้องบ่ม รอจนกว่ากำลังอัดคอนกรีตได้กำลังตามที่กำหนด แล้วจึงดำเนินการตามขั้นตอนต่อไป



5. การกดขึ้นรูปลวดลาย

- เมื่อชิ้นงานมีกำลังอัดคอนกรีตได้ตามที่กำหนดแล้ว เจ้าหน้าที่จะนำชั้นเก็บชิ้นงานไปที่เครื่องกดขึ้นรูปลวดลาย ลำเลียงชิ้นงานตามสายพานลำเลียง จากนั้นเครื่องกดขึ้นรูปลวดลายจะดำเนินการเคลื่อนชิ้นงาน และกดชิ้นงานให้แตกตามที่ต้องการ เพื่อให้เกิดเป็นลวดลายตามที่กำหนด จากนั้นเจ้าหน้าที่จะทำการเก็บชิ้นงานที่ขึ้นหน้าลายเรียบร้อยแล้ว เข้าไปสู่กระบวนการต่อไป

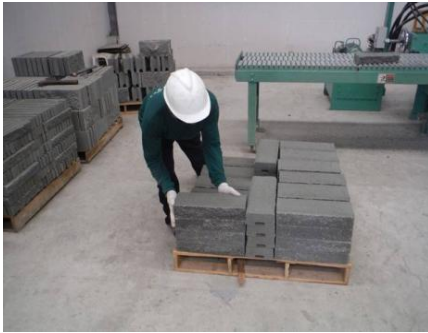


6. การจัดเก็บและเข้าคลัง

- หลังจากชิ้นงานผ่านกระบวนการกดขึ้นรูปลวดลายแล้ว และชิ้นงานที่ได้กำลังอัดคอนกรีตตามที่กำหนดแล้ว เจ้าหน้าที่จะทำการลำเลียงชิ้นงานทั้งหมดจัดเก็บเข้าพาเลท ทำการห่อสินค้าด้วยพลาสติกบางใส และรัดด้วยสายรัด จากนั้นนำไปเก็บในโกดัง

การจัดส่งสินค้า

บริษัทฯ จะว่าจ้างบริษัทขนส่งภายนอกจัดส่งสินค้าไปยังสถานที่ส่งสินค้าและคิดค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้ารวมอยู่ในราคาขายของสินค้าทั้งผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปแบบเปียกและสำเร็จรูปแบบแห้ง หากสินค้าเกิดความเสียหายระหว่างการขนส่ง บริษัทขนส่งภายนอกจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าเสียหาย อย่างไรก็ตาม ลูกค้านางรายจะมารับสินค้าที่โรงงานของบริษัทฯ ซึ่งจะได้รับส่วนลดค่าขนส่งจากราคาขายของสินค้า ทั้งนี้ ลูกค้าจะเป็นผู้ดำเนินการติดตั้งสำเร็จรูป



ธุรกิจรับสร้างบ้าน

2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจรับสร้างบ้านกึ่งสำเร็จรูป ภายใต้ตราสินค้า Deeji Home Center ซึ่งดำเนินการโดย บริษัท ดีจิ โฮมเซ็นเตอร์ จำกัด และ รับสร้างบ้านสำเร็จรูป ภายใต้ตราสินค้า กินซ่าโฮม ซึ่งดำเนินการโดยบริษัท กินซ่าโฮม จำกัด โดยบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจรับสร้างบ้าน อาคารที่อยู่อาศัย และอาคารสำนักงาน ความสูงไม่เกิน 4 ชั้น โดยใช้เทคโนโลยี เสาคาน ผนังสำเร็จรูป ซึ่งผลิตจากโรงงานของบริษัท ไดอิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจรับสร้างบ้าน แบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. Deeji Home

ดำเนินการกิจการภายใต้บริษัท ดีจิ โฮมเซ็นเตอร์ จำกัด ในลักษณะของการรับสร้างบ้านกึ่งสำเร็จรูปที่บริษัทฯ ดำเนินการเฉพาะส่วนของโครงสร้าง คานเสา ผนัง หลังคา และก่ออิฐ ฉาบปูน โดยสามารถตอบสนองตลาดอาคารไม่เกิน 4 ชั้น ที่มีพื้นที่การใช้งาน 50 ถึง 4,000 ตารางเมตร

จุดเด่นของบ้าน Deeji Home สามารถสรุปดังนี้

1. เจ้าของบ้านสามารถเลือกผนังสำเร็จหรือก่ออิฐฉาบปูน
 - ผนังสำเร็จรูปเป็นผนังคอนกรีตอัดแรงจากโรงงานที่ได้มาตรฐาน ISO 9001:2008 ผลิตจากคอนกรีตกำลัง 350 – 400 กิโลกรัมต่อตารางเซนติเมตร (ksc) มีเหล็กเสริมภายในที่ได้รับการออกแบบจากทีมวิศวกรของบริษัทฯ ทำให้ไม่เกิดรอยร้าวที่ผนัง ผนังมีลวดลายเหมือนกับการติดหินประดับที่ผนัง สามารถทำความสะอาดได้ง่าย ทำให้บ้านดูใหม่ ไม่มีตะไคร่น้ำจับ
 - ผนังก่ออิฐฉาบปูนเรียบลง Skim Coat เพื่อผิวหน้าเรียบเนียน ไร้รอยร้าว
2. โครงสร้างเสาคานสำเร็จรูปมีกำลัง 350 กิโลกรัมต่อตารางเซนติเมตร (ksc) มีความแข็งแรงและผ่านการผลิตจากโรงงานที่ได้มาตรฐาน ISO 9001:2008
3. โครงหลังคาทำจากเหล็กรูปพรรณตัวซี และโครงหลังคาสำเร็จรูป เหล็กชุบสังกะสีจากโรงงาน มีความแข็งแรง และทนทาน เหล็กโครงสร้างผ่านการเคลือบด้วยสีกันสนิมอย่างน้อย 2 ครั้ง
4. การฉาบปูนจะใช้สารเคมีชนิดพิเศษทำให้ฉาบแล้วผิวจะเรียบเนียน คล้ายการติด Wall Paper ซึ่งจะทำให้บ้านสวยงามอยู่ และประหยัดค่าตกแต่ง



ตอกเข็ม



คาน



มุงหลังคา



งานก่อ



ก่อ



ฉาบภายใน



งานสถาปัตย์ (ลูกค้าดำเนินการเอง โดยบริษัทฯ มีการแนะนำช่างผู้ชำนาญการให้)

2. บ้านกินซ่า “บ้านโน้ฮาวญี่ปุ่น”

ดำเนินงานโดย บริษัท กินซ่าโฮม จำกัด เป็นการสร้างบ้านสำเร็จรูปเต็มรูปแบบ ทุกชิ้นส่วนมาจากโรงงาน ก่อสร้างโดยใช้ผนังสำเร็จรูปคอนกรีต สไตล์ญี่ปุ่น โดยภายในใช้ผนังสำเร็จรูปทันสมัย พร้อมตกแต่งภายในบางส่วน ทำให้ลูกค้าพร้อมเข้าอยู่ได้ทันที

ระบบการก่อสร้างเป็นการประกอบชิ้นส่วนที่ผลิตจากโรงงาน และช่วยแก้ปัญหาเรื่องความแข็งแรงทนทาน ในสภาวะแผ่นดินไหว สามารถควบคุมคุณภาพได้ตลอดขั้นตอนการผลิตตั้งแต่จากโรงงานถึงการประกอบก่อสร้างที่หน้างาน

จุดเด่นของบ้านกินซ่าโฮมสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผนังภายนอกและภายในเป็นผนังคอนกรีตสำเร็จรูป คอนกรีตกำลังสูง กันเชื้อรา ไม่มีรอยร้าวตลอดการใช้งาน โดยมีลวดลายเหมือนติดหินประดับ สามารถล้างและทาสีใหม่ได้เสมอ พร้อมมีระบบป้องกันแผ่นดินไหว
2. วัสดุตกแต่งห้องน้ำใช้กระเบื้องเกรดพิเศษ
3. เจ้าของบ้านสามารถรับมอบบ้านในระยะเวลาที่รวดเร็วกว่าระบบทั่วไป
4. การควบคุมคุณภาพจากโรงงานที่ได้มาตรฐานกว่าการก่อสร้างโดยใช้แรงงานฝีมือตามท้องตลาด



รายได้จากธุรกิจรับสร้างบ้าน

	งบการเงินรวม สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่		
	31 ธ.ค. 57	31 ธ.ค. 58	31 ธ.ค. 59
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท
รายได้จากธุรกิจรับสร้างบ้าน	165.43	209.62	183.54

หมายเหตุ รายได้จากธุรกิจรับสร้างบ้านของงวด 12 เดือนสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559 นั้นรวมรายได้จากธุรกิจรับสร้างปกติ ที่บริษัทฯ รับสร้างบ้านบนที่ดินของลูกค้า กับรายได้ที่รับรู้จากการขายบ้านและที่ดินโครงการเดอะ กินซ่า ซึ่งมีลักษณะคล้ายโครงการบ้านจัดสรร ทั้งนี้มูลค่ารายได้ที่รับรู้จากโครงการเดอะ กินซ่า เท่ากับ 23.97 ล้านบาท

2.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

(1) กลยุทธ์การแข่งขัน

- ด้านคุณภาพสินค้า

บ้านสำเร็จรูปของบริษัทฯ สร้างโดยโครงสร้างสำเร็จรูปซึ่งผลิตจากโรงงานของบริษัทฯ ทำให้โครงสร้างบ้านแข็งแรง ทนทาน อายุการใช้งานยาวนาน และมีคุณภาพสูง บริษัทฯ มีทีมวิศวกรที่สามารถออกแบบชิ้นส่วนสำเร็จรูป และตรวจสอบความถูกต้องได้ตรงความต้องการของแบบลูกค้า พร้อมส่งรูปแบบไปยังโรงงานผลิตที่มีการควบคุมด้วยระบบ ISO 9001:2008 เมื่อสถานที่ก่อสร้างของเจ้าของบ้านพร้อม ทีมช่างซึ่งมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ตั้งแต่การตอกเสาเข็มจะประกอบโครงสร้างสำเร็จรูป โครงหลังคาสำเร็จรูป และการก่อสร้างผนัง ตามมาตรฐานแบบตามสัญญาของลูกค้า ทางบริษัทฯ มีกระบวนการใช้คู่มือตรวจสอบคุณภาพและทีมงานตรวจสอบคุณภาพโดยเฉพาะ เพื่อรับรองว่าเจ้าของบ้านจะได้รับบ้านที่มีคุณภาพเกรดเอ ตามมาตรฐานของบริษัทฯ

- ด้านระยะเวลาก่อสร้าง

ระยะเวลาในการก่อสร้างของบริษัทฯ มีความรวดเร็วกว่าการสร้างบ้านในระบบทั่วไป เนื่องจากใช้โครงสร้างเสา คาน ผนังสำเร็จรูปในการก่อสร้าง ทำให้การเตรียมงานทำได้สะดวกรวดเร็วเพราะชิ้นส่วนได้ถูกจัดเตรียมไว้เรียบร้อยแล้ว จึงประหยัดเวลา อีกทั้งการติดตั้งยังใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยแทนแรงงานคน จึงทำให้สามารถติดตั้งได้ในปริมาณมากกว่า ในระยะเวลาที่เท่ากันกับระบบการก่อสร้างทั่วไป บริษัทฯ จึงสามารถสร้างบ้านแล้วเสร็จภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ที่แน่นอนและเร็วกว่า โดยไม่ต้องพึ่งพาฝีมือแรงงานจำนวนมากเมื่อเทียบกับระบบการก่อสร้างทั่วไป

- ด้านราคา

บริษัทฯ รับสร้างบ้านโดยใช้โครงสร้าง เสา-คาน-ผนัง สำเร็จรูป ซึ่งผลิตในโรงงานของบริษัทฯ เอง ทำให้บริษัทฯ สามารถควบคุมต้นทุนการผลิตได้ โดยบริษัทฯ มีนโยบายตั้งราคาในระดับที่แข่งขันกับบริษัทรับสร้างบ้านได้ และเป็นระดับราคาที่คุ้มค่าเมื่อเทียบกับคุณภาพบ้าน

- การสร้างตราสินค้า Deeji และกินซ่าโฮม รวมถึงการจัดการส่งเสริมการขาย

บริษัทฯ สร้างตราสินค้า Ginza Home ผ่านการโฆษณาสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ วารสารอินทาเนีย เป็นต้น โดยให้ตลาดรับรู้ถึงการสร้างบ้านกึ่งสำเร็จรูป ระบบที่มีคุณภาพเกรดเอทุกหลัง มีแบบบ้านมาตรฐานให้เลือกมากมาย สร้างเสร็จตามสัญญาทุกหลัง และมีจุดเด่นเฉพาะตัว ในราคาที่คุ้มค่าเมื่อเทียบกับคู่แข่ง บริษัทฯเชื่อว่าการพัฒนาและประชาสัมพันธ์ตราสินค้าของตนเองจะเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในอนาคต



บริษัทฯ มีการจัดรายการส่งเสริมการขายที่ทั้ง 2 สาขา คือ สาขาเซ็นทรัลบางนา และสาขาเซ็นทรัลศาลายา และสำนักงานใหญ่ ซอยลาดพร้าว 19 และปี 2559 นี้มีการขยายโชว์รูม 2 โชว์รูม คือ

1. โชว์รูมระยอง เป็นการสร้างบ้านตัวอย่าง Modules 228 พร้อมอาคารสำนักงานขาย 1 ชั้น เปิดทำการเดือนมีนาคม 2559
2. โชว์รูมประดิษฐ์มนูธรรม เป็นการสร้างบ้านตัวอย่าง Modules 405 พร้อมอาคารสำนักงาน 2 ชั้น เปิดทำการในเดือน พฤษภาคม 2559

- ด้านรับประกัน

บริษัทฯ จะรับประกันการใช้งานทั่วไป 1 ปี และรับประกันการหลุดตัวของเสาเข็มพร้อมความแข็งแรงโครงสร้าง 10 ปี ทำให้ลูกค้าของบริษัทฯ มีความมั่นใจในคุณภาพบ้านที่บริษัทฯ สร้าง

อย่างไรก็ตาม ในการรับประกันการหลุดตัวของโครงสร้างระยะเวลา 10 ปี ที่ผ่านมา ยังไม่มีลูกค้ารายใดมาร้องเรียน เพื่อให้บริษัทฯ ไปซ่อมแซมแต่อย่างใด

- ด้านบริการ

บริษัทฯ เน้นในด้านบริการ โดยมีนโยบายต่างๆ ดังนี้

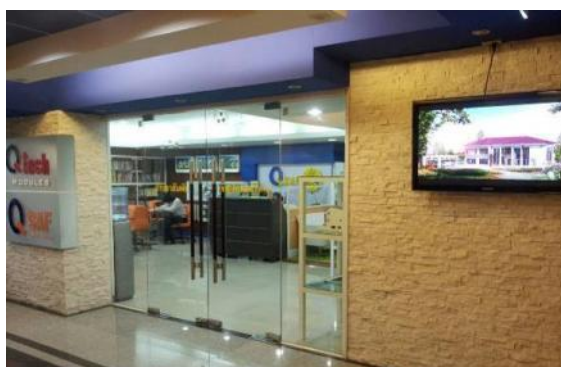
1. จัดระบบ Logistic ที่มีคุณภาพรวมถึงการขนส่ง การวางแผนการผลิตและก่อสร้าง เพื่อส่งมอบบ้านให้ทันตามที่ได้ตกลงกับลูกค้า

2. บริษัทฯ ได้มีหน่วยงานบริการหลังการขายพร้อมประสานงานในระหว่างการก่อสร้าง เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพอใจจากสินค้าที่บริษัทฯ ได้ก่อสร้างและส่งมอบให้

(2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และช่องทางการจำหน่าย

กลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ คือ กลุ่มบุคคลทั่วไปที่มีรายได้ระดับปานกลางถึงค่อนข้างสูง ซึ่งมีความต้องการสร้างที่อยู่อาศัยคุณภาพสูงบนที่ดินของตนเอง หรือมีความต้องการรื้อบ้านเก่าและสร้างบ้านใหม่บนที่ดินเดิม โดยบริษัทฯ มีช่องทางการจำหน่ายหลัก คือ ผ่านทางสำนักงานขายของบริษัทฯ ทั้ง 4 สาขา ได้แก่ สำนักงานใหญ่ สาขาเซ็นทรัลพระราม 3 สาขาเซ็นทรัลบางนา และสาขาเซ็นทรัลศาลายา

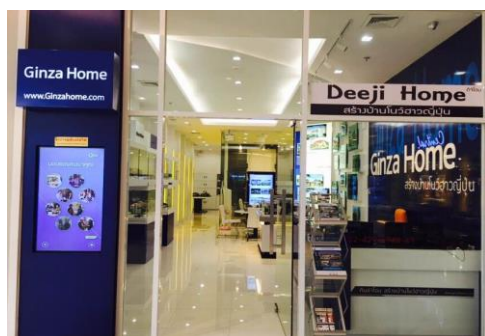
สำหรับบ้านรุ่นใหม่กินซ่าโฮมซึ่งอยู่ในช่วงแนะนำตลาด เป็นบ้านที่เหมาะสมกับคนรุ่นใหม่ ที่ต้องการสร้างบ้านที่มีความรวดเร็ว ราคาประหยัด และยอมรับการสร้างบ้านด้วยเทคโนโลยีขั้นสูง และมีการซื้อบ้านผ่านระบบออนไลน์ www.daiiBuy.com ซึ่งจะเป็นการรับสร้างบ้านที่มีมาตรฐานและส่งมอบได้รวดเร็วกว่าระบบบ้านกึ่งสำเร็จรูป



สำนักงานใหญ่ อาคารแก้วพลูทรัพย์



สาขาเซ็นทรัลบางนา



สาขาเซ็นทรัลศาลายา

(3) ภาวะการแข่งขัน

ในปี 2559 อ้างอิงจากบริษัทซึ่งเป็นสมาชิกของสมาคมธุรกิจรับสร้างบ้าน พบว่าบริษัทที่ประกอบธุรกิจรับสร้างบ้านมีมากกว่า 40 บริษัท อย่างไรก็ตาม มีเพียง 2 ราย คือ บริษัทฯ และกลุ่มบริษัท ปูนซิเมนต์ไทยที่เป็นบริษัทรับสร้างบ้านที่สร้างบ้านโดยใช้โครงสร้างสำเร็จรูปเป็นหลัก และมีโรงงานผลิตโครงสร้างสำเร็จรูปเป็นของตนเอง โดยภาพรวมธุรกิจรับสร้างบ้านมีการเติบโตต่ำกว่าร้อยละ 10 ต่อปี และมีความผันผวนตามภาวะเศรษฐกิจ ทำให้การแข่งขันมีความรุนแรงและผันผวนสูง ฉะนั้นความสามารถในการแข่งขันจะขึ้นอยู่กับปัจจัยและพัฒนาระบบสำเร็จรูปจากโรงงาน

บริษัท ไดอิวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์บ้านสำเร็จรูปกินซ่าโฮม นำเสนอสู่ตลาดในปี 2557 โดยใช้เทคโนโลยีการผลิตจากโรงงานที่สามารถประกอบเป็นบ้านสำเร็จรูปได้ทั้งหมด เพื่อแข่งขันกับบริษัทรับสร้างบ้านขนาดใหญ่ ที่นำเข้าเทคโนโลยีจากต่างประเทศ ในราคาที่ถูกลงกว่าประมาณร้อยละ 50 ของราคาขายบ้านทั้งหมด ซึ่งเป็นโอกาสที่บริษัท จะสามารถขยายการรับสร้างบ้านด้วยเทคโนโลยีรุ่นใหม่ และเติบโตในภาวะการแข่งขันที่สูงมากจากบริษัทรับสร้างบ้านปัจจุบันด้วยรวมถึงมีโอกาสเติบโตจากความนิยมสร้างบ้านสำเร็จรูปทดแทนการสร้างบ้านแบบเดิม (Conventional)

ทั้งนี้ บริษัท สามารถแข่งขันกับบริษัทคู่แข่งในธุรกิจนี้ได้โดยไม่เสียเปรียบ โดยบ้านสำเร็จรูปของบริษัท สร้างโดยโครงสร้างสำเร็จรูปซึ่งผลิตจากโรงงานของบริษัท ทำให้โครงสร้างบ้านแข็งแรง ทนทาน อายุการใช้งานยาวนาน มีคุณภาพสูง รวมถึงสามารถประหยัดต้นทุนในการก่อสร้างบ้านไปได้มาก โดยบริษัท สามารถควบคุมคุณภาพได้ตั้งตั้งแต่ขั้นตอนการผลิตชิ้นส่วนจากโรงงานถึงขั้นตอนในการประกอบชิ้นส่วนเป็นตัวบ้าน

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

1. ออกแบบบ้าน

ทีมงานออกแบบจะออกแบบบ้านให้สวยงามทันสมัย การจัดวางตำแหน่งห้องและขนาดของห้องตรงตามความต้องการของลูกค้า และประหยัดการใช้พลังงาน รวมทั้งทีมงานออกแบบจะออกแบบบ้านในหลากหลายรูปแบบและขนาดเพื่อให้ครอบคลุมความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ ทีมงานฝ่ายขายจะรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าและแจ้งต่อไปยังทีมงานออกแบบ เพื่อพัฒนารูปแบบบ้านให้ตรงตามความต้องการของลูกค้ามากขึ้น

2. ประเมินราคาก่อสร้าง

การประเมินราคาก่อสร้างเป็นขั้นตอนที่สำคัญซึ่งจะมีผลกระทบต่อกำไรของบริษัท โดยหากบริษัท ประเมินราคาสูงเกินไปอาจทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการบริษัทอื่นแทน แต่หากบริษัท ประเมินราคาต่ำเกินไปอาจทำให้ลูกค้าว่าจ้างบริษัท แต่บริษัท อาจจะประสบปัญหาขาดทุน ดังนั้น บริษัท จึงให้ความสำคัญกับการประเมินราคาก่อสร้าง โดยบริษัท จะตรวจสอบราคาวัสดุก่อสร้าง เครื่องมือ ค่าแรง และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ก่อนกำหนดราคาของบ้านแต่ละแบบ ทั้งนี้ เมื่อลูกค้าเลือกแบบบ้านได้แล้ว บริษัท จะสำรวจสถานที่ก่อสร้างก่อนที่จะเสนอราคาก่อสร้างให้แก่ลูกค้า

อย่างไรก็ตาม บริษัท ได้นำผลจากการประเมินราคาเพื่อนำเสนอต่อลูกค้ามาใช้ในการจัดทำงบประมาณการก่อสร้างจริง ซึ่งเป็นเอกสารชุดเดียวกัน การพัฒนาระบบนี้ช่วยลดความเสี่ยงต่อความผิดพลาดต่อต้นทุนการก่อสร้างบ้านทุกหลัง

3. ดำเนินการก่อสร้าง

■ การก่อสร้างบ้านกึ่งสำเร็จรูป ภายใต้ชื่อ Deeji

บริษัท จะส่งปริมาณและรูปแบบเสาและคาน ที่จะใช้ก่อสร้างไปยังโรงงานของบริษัท จากนั้นโรงงานของบริษัท จะวางแผนการผลิตเพื่อควบคุมต้นทุนการผลิตตามงบประมาณและส่งมอบบ้านให้ลูกค้าได้ตรงเวลา เมื่อโรงงานผลิตโครงสร้างเหล่านี้เสร็จ โรงงานจะจัดส่งโครงสร้างเสา-คานไปยังสถานที่ก่อสร้าง ผู้รับเหมาช่วง (Sub Contractor) จะเป็นผู้ติดตั้งโครงสร้างสำเร็จรูป ซึ่งทีมงานก่อสร้างของบริษัท จะควบคุมการประกอบโครงสร้างสำเร็จรูปเหล่านี้ โดยใช้รถเครนและเครื่องมือการประกอบช่วยก่อสร้างแทนแรงงาน หลังจากนั้น ผู้รับเหมาช่วงจะติดตั้งโครงหลังคาสำเร็จรูปและก่ออิฐฉาบปูน รวมทั้งเข้าไปดำเนินการก่อสร้างส่วนที่เหลือตามกำหนดเวลาของแผนงาน เพื่อส่งมอบงานให้ลูกค้าตามกำหนดในสัญญา



■ การก่อสร้างบ้านสำเร็จรูป ภายใต้ชื่อกินซ่าโฮม

บริษัทฯ มีโรงงานหล่อคอนกรีตกำลังสูง เพื่อหล่อผนังบ้านสำเร็จรูปที่สามารถผลิตแผ่นผนังทุกชั้นภายในโรงงานสำหรับบ้านชั้นเดียวและสองชั้นเสร็จภายใน 1 วัน โดยการออกเป็นบ้านมาตรฐานกินซ่า หลังจากตรวจสอบคุณภาพทุกแผ่นที่โรงงานเรียบร้อยแล้ว โรงงานดำเนินการขนส่งด้วยรถเทเลอร์ไปยังหน่วยงานติดตั้งแผ่นผนังและพื้นสำเร็จรูปจากโรงงานด้วยรถเครน ระยะเวลาวันละ 1 ชั้น ประกอบเป็นตัวบ้าน ภายในผนังร้อยสายไฟ ผึงท่อปะปาไว้เรียบร้อยแล้ว ส่วนที่เหลือฝ่ายก่อสร้างดำเนินการติดตั้งหลังคา มุงหลังคา เก็บงานสถาปัตย์จนครบถ้วน โดยระยะเวลาก่อสร้างโดยรวมในการก่อสร้างประมาณ 120 วัน



4. ติดตามผลงาน

วิศวกรโครงการจะทำหน้าที่ตรวจสอบความถูกต้องและความคืบหน้าของการก่อสร้าง และจัดส่งรูปภาพสถานที่ก่อสร้างเพื่อแจ้งความคืบหน้าในการก่อสร้างให้กับให้ลูกค้าตามกำหนดระยะเวลา วิศวกรโครงการจะเปรียบเทียบความคืบหน้าของการก่อสร้างกับแผนการก่อสร้าง และเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริงกับค่าใช้จ่ายที่ประเมินไว้ เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ระยะเวลาและต้นทุนการก่อสร้าง รวมทั้งเพื่อควบคุมคุณภาพการก่อสร้างให้เป็นที่ยอมรับของลูกค้า บริษัท ได้อาจจ้างวิศวกรภายนอกตรวจสอบคุณภาพงานก่อสร้างอีกครั้งหนึ่งในแต่ละงวดงาน

5. ส่งมอบงาน

เมื่อก่อสร้างบ้านแล้วเสร็จ บริษัทฯ จะแจ้งไปยังลูกค้าให้เข้ามาตรวจสอบคุณภาพร่วมกัน พร้อมทั้งส่งเอกสารที่มีความจำเป็นสำหรับลูกค้าในอนาคต เช่น แบบก่อสร้าง ใบอนุญาตก่อสร้าง การโอนน้ำปะปา ไฟฟ้าชั่วคราวและถาวร ใบรับประกันการหลุดตัวของเสาเข็มพร้อมความแข็งแรงโครงสร้างเป็นระยะเวลา 10 ปี ใบรับประกันผลงาน และใบรับประกันกำจัดปลวก เป็นต้น

6. ซ่อมแซมตามการรับประกัน

บริษัทฯ รับประกันการใช้งานทั่วไป 1 ปี และรับประกันการหลุดตัวของเสาเข็มพร้อมความแข็งแรงโครงสร้างเป็นระยะเวลา 10 ปี เพื่อสร้างความพอใจและความมั่นใจในการปลูกสร้างบ้านกับบริษัทฯ

ธุรกิจผลิตภัณฑ์ประตูและหน้าต่างอลูมิเนียมสำเร็จรูป

2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

ธุรกิจผลิตภัณฑ์ประตูและหน้าต่างอลูมิเนียมสำเร็จรูป ดำเนินงานโดย บริษัท เอเทค เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ บริษัท เอเทค เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประตูและหน้าต่างอลูมิเนียมภายใต้ตราสินค้า ATECH ซึ่งผลิตโดย บริษัท ลิกซิล (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตประตูหน้าต่างอลูมิเนียมชั้นนำในประเทศญี่ปุ่น ลักษณะผลิตภัณฑ์เป็นชุดประตูและหน้าต่างอลูมิเนียมสำเร็จรูปผลิตและตัดประกอบจากโรงงาน โดยเป็นสินค้าคุณภาพสูงมีคุณลักษณะพิเศษที่แตกต่างจากประตูและหน้าต่างอลูมิเนียมทั่วไป ในด้านการป้องกันน้ำ 100% ด้วยระบบรางระบายน้ำ สามารถป้องกันเสียงได้อย่างสมบูรณ์ ผ่านการเคลือบสีผิวผลิตภัณฑ์ด้วยวิธีชุบระบบไฟฟ้าที่ทนทาน ทำให้สีไม่ซีดจางตลอดอายุการใช้งาน เพิ่มความปลอดภัยด้วยระบบล็อกพิเศษ และสามารถป้องกันแสงแดด ฝุ่น และลม นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ประตูหน้าต่างอลูมิเนียมยังผลิตตามมาตรฐานการส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น โดยได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001:2000, ISO 14001:1996 และ JIS นอกจากนี้ ในปัจจุบัน บริษัทฯ ได้เริ่มจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประตูและหน้าต่างอลูมิเนียมจากผู้ผลิตในประเทศอีก 2 ราย คือ บริษัท วินเซทอลูมิเนียม จำกัด และบริษัท เอบี แอนด์ ดับบลิว อินโนเวชั่น จำกัด ซึ่งเป็นผู้ผลิตประตูและหน้าต่างอลูมิเนียมสำเร็จรูปภายในประเทศ ที่สินค้ามีคุณสมบัติต่ำกว่าและราคาถูกกว่าสินค้าของบริษัท ลิกซิล (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) โดยบริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะเพิ่มความหลากหลายของสินค้า เพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้าระดับกลางและโครงการอสังหาริมทรัพย์



รายได้จากธุรกิจผลิตภัณฑ์ประตูและหน้าต่างอลูมิเนียม

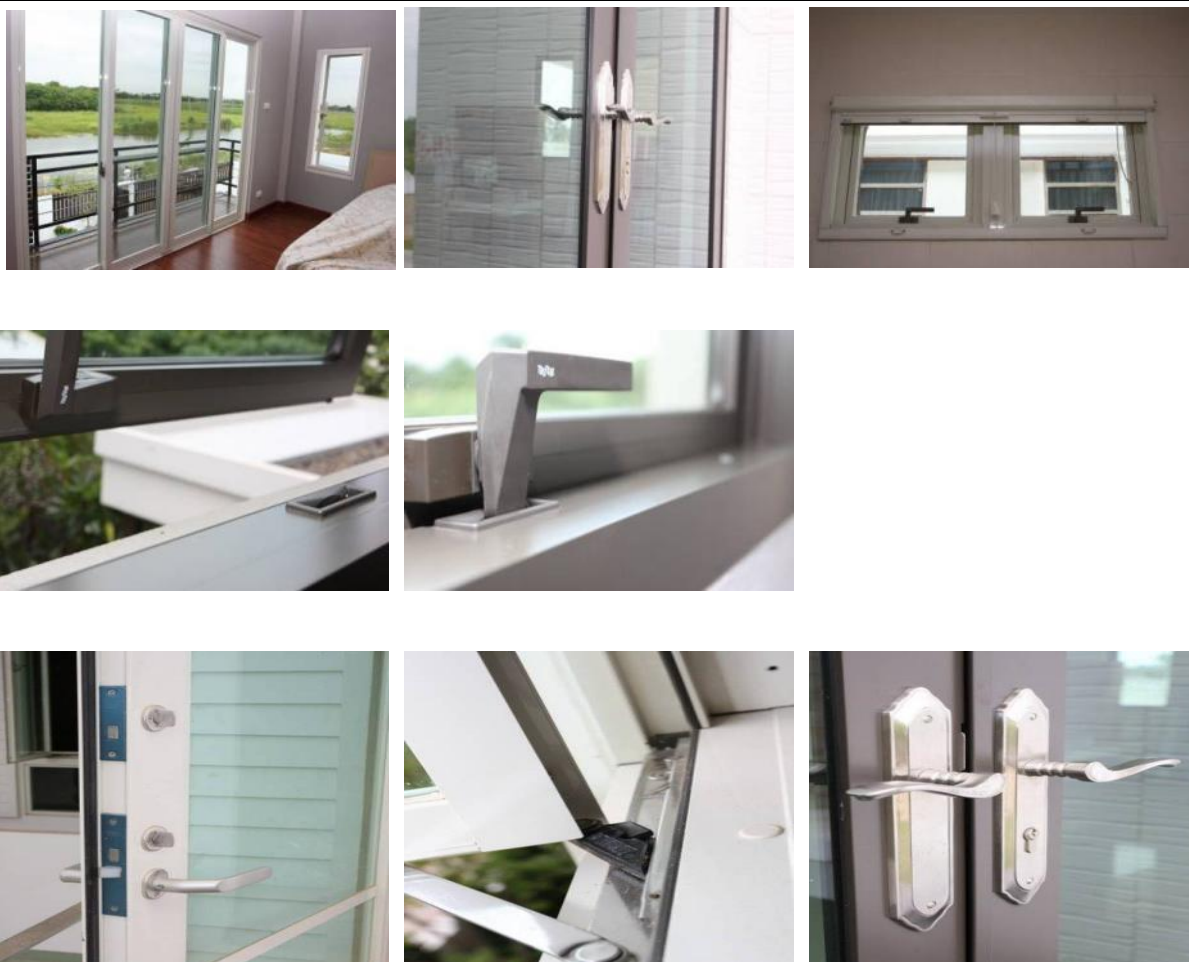
	สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่		
	31 ธ.ค. 57	31 ธ.ค. 58	31 ธ.ค. 59
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท
รายได้จากธุรกิจผลิตภัณฑ์ประตูและหน้าต่างอลูมิเนียม	25.71	21.36	32.28

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

(1) กลยุทธ์การแข่งขัน

- ด้านคุณภาพสินค้า

ประตูหน้าต่างอลูมิเนียมสำเร็จรูปเป็นสินค้าที่บริษัทฯ ได้ร่วมวางแผนการตลาดและออกแบบสินค้ากับบริษัทผู้ผลิตจากประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นผู้นำและผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในการผลิตหน้าต่างอลูมิเนียมมาเป็นเวลานาน เนื่องจากบริษัทฯ มีความใกล้ชิดกับลูกค้าและสามารถทราบถึงความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี โดยผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่นในตลาด ด้วยคุณภาพที่สูงและอายุการใช้งานที่ยาวนาน



- ด้านราคา

ประตูหน้าต่างอลูมิเนียมสำเร็จรูป เป็นสินค้าคุณภาพสูง แตกต่างจากสินค้าทั่วไปในท้องตลาด จึงมีกลุ่มตลาดเป้าหมายอยู่ในระดับบน ราคาสินค้ามีระดับราคาที่ไม่สูงเมื่อเทียบกับสินค้าในระดับเดียวกัน และเป็นราคาที่กลุ่มเป้าหมายยอมรับได้

- ด้านบริการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญด้านการบริการ โดยบริษัทฯ จัดอบรมให้ความรู้พนักงานทั้งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และการให้บริการแก่ลูกค้า บริษัทฯ จัดจำหน่ายในส่วนของบริษัทฯ ประตูหน้าต่างอลูมิเนียมสำเร็จรูป การติดตั้งที่หน่วยงานของลูกค้า โดยทีมงานติดตั้งประตูหน้าต่างที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะ บริษัทฯ ร่วมกับผู้ผลิตได้จัดอบรมให้ความรู้แก่ทีมงานติดตั้ง อย่างสม่ำเสมอ

- ด้านช่องทางการจำหน่าย

บริษัทฯ ได้จัดแสดงผลิตภัณฑ์ประตูและหน้าต่างอลูมิเนียมสำเร็จรูปที่สาขาบริษัทฯ ทั้ง 4 สาขา ได้แก่ สำนักงานใหญ่ สาขาเซ็นทรัลพระราม 3 สาขาเซ็นทรัลบางนา และสาขาเซ็นทรัลศาลายา รวมทั้งบริษัทฯ ได้ร่วมงานแสดงสินค้างานสถาปนิก และใช้โชว์รูมสำนักงานใหญ่ของผู้ผลิต ในการให้บริการข้อมูลของสินค้าแก่ลูกค้า ซึ่งช่วยให้บริษัทฯ สามารถประชาสัมพันธ์สินค้าไปยังเจ้าของโครงการและสถาปนิกได้ดียิ่งขึ้น

(2) ช่องทางการจำหน่าย และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ประตูและหน้าต่างอลูมิเนียมเป็นสินค้าที่มีคุณภาพสูง มีราคาที่สูงกว่าระบบประตูหน้าต่างอลูมิเนียมโดยทั่วไป กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของบริษัทฯ จึงเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้า ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่

(1) กลุ่มเจ้าของบ้าน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นเจ้าของบ้านเดี่ยวขนาดใหญ่ที่มีกำลังซื้อสูง และต้องการใช้สินค้าที่มีคุณภาพ ในปี 2559 บริษัทฯ จำหน่ายประตูและหน้าต่างอลูมิเนียมให้แก่กลุ่มเจ้าของบ้านประมาณร้อยละ 90 ของรายได้จากการจำหน่ายประตูและหน้าต่างอลูมิเนียม

(2) กลุ่มผู้รับเหมาก่อสร้าง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านเดี่ยวขนาดใหญ่ ตัวอย่างกลุ่มลูกค้าผู้รับเหมาก่อสร้าง ได้แก่ รอยัลแอส โฟร์พัฒนา กริไทยโฮมส์ เป็นต้น ทั้งนี้ เจ้าหน้าที่ฝ่ายขายของบริษัทฯ จะนำเสนอสินค้าของบริษัทฯ โดยตรงกับเจ้าของบ้านผ่านสถาปนิกและผู้รับเหมาก่อสร้าง ในปี 2559 บริษัทฯ จำหน่ายประตูและหน้าต่างอลูมิเนียม ให้แก่กลุ่มผู้รับเหมาก่อสร้างประมาณร้อยละ 10 ของรายได้จากการจำหน่ายประตูและหน้าต่างอลูมิเนียม



(3) ภาวะการแข่งขัน

ประตูหน้าต่างอลูมิเนียมสำเร็จรูป เอเทค ซึ่งมีคุณภาพสูง มีคู่แข่งหลายราย ทั้งจากผู้ผลิตภายในประเทศและผู้นำเข้าจากต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม รูปแบบของผู้ขายประตูหน้าต่างอลูมิเนียมแต่ละยี่ห้อ มีคุณสมบัติและรูปแบบการใช้งานที่แตกต่างกัน การตัดสินใจซื้อของลูกค้าก่อสร้างบ้านระดับบน จึงอยู่ที่การให้ข้อมูลของสินค้า จุดเด่น เทคโนโลยีการผลิต ประโยชน์ต่างๆของการใช้ประตูหน้าต่างอลูมิเนียม เป็นจุดตัดสินใจ การให้บริการและความรู้ของพนักงานขายจึงมีความสำคัญต่อการขายและการตลาดเป็นอย่างมาก ผู้บริหารประเมินว่าการแข่งขันของธุรกิจประตูหน้าต่างอลูมิเนียมสำเร็จรูปสำหรับก่อสร้างบ้านระดับบนในปัจจุบันอยู่ในระดับไม่รุนแรง เนื่องจากโดยทั่วไปสถาปนิกจะเป็นผู้กำหนดรูปแบบและยี่ห้อประตูหน้าต่างอลูมิเนียมสำเร็จรูป

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

เจ้าหน้าที่ฝ่ายขายของบริษัทฯ จะติดต่อให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายเทคนิคของบริษัทฯ เข้าวัดขนาดประตูและหน้าต่างที่สถานที่ก่อสร้างเพื่อเสนอราคาแก่ลูกค้า หลังจากนั้นเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายของบริษัทฯ จะส่งขนาดประตูและหน้าต่างไปยังโรงงานผลิตประตูและหน้าต่างอลูมิเนียม เมื่อโรงงานผลิตประตูและหน้าต่างแล้วเสร็จ โรงงานจะส่งประตูและหน้าต่างสำเร็จรูปไปยังสถานที่ก่อสร้าง ถือเป็นการส่งมอบสินค้าเป็นที่เรียบร้อย หลังจากนั้นทีมติดตั้งประตูและหน้าต่างอลูมิเนียม ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ และรับจ้างติดตั้งโดยตรงจากลูกค้า จะเข้าดำเนินการติดตั้งประตูและหน้าต่างให้แก่ลูกค้า เมื่องานติดตั้งแล้วเสร็จ ลูกค้าจะขอความร่วมมือจากฝ่ายตรวจสอบคุณภาพของบริษัทฯ เข้าตรวจสอบความถูกต้องของการติดตั้งประตูและหน้าต่างตามความต้องการของลูกค้าจนครบถ้วน

ภาวะอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้าง

อุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้างนับว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เป็นอย่างมาก เนื่องจากปริมาณความต้องการวัสดุก่อสร้างนั้น จะเปลี่ยนแปลงไปตามการเติบโตของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และทิศทางการเติบโตของอุตสาหกรรมก่อสร้าง โดยในช่วงครึ่งหลังของปี 2559 รัฐบาลได้มีการส่งเสริม ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในหลายๆ ด้าน ส่งผลดีให้เกิดความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อเศรษฐกิจไทยในเชิงบวกมากขึ้น แม้ว่าผู้บริโภคบางส่วนยังประสบกับปัญหาภาระค่าครองชีพที่สูงขึ้นและระดับหนี้ครัวเรือนเพิ่มสูงขึ้น ประกอบกับสภาพเศรษฐกิจไทยยังคงชะลอตัวต่อเนื่องมาจากการปี 2558 จึงส่งผลให้ความต้องการซื้อของตลาดอสังหาริมทรัพย์ยังฟื้นตัวในระดับต่ำ ในขณะที่การลงทุนของภาคเอกชนในด้านพาณิชย์กรรมและอุตสาหกรรมน่าจะปรับตัวได้ดีขึ้น สอดคล้องกับโครงการลงทุนจากภาครัฐที่มีความชัดเจนมากขึ้น ทั้งนี้ ในส่วนของโครงการใหม่ของภาครัฐน่าจะมีการเริ่มดำเนินการได้บางส่วนในปีงบประมาณ 2559 แต่ต้องติดตามความชัดเจนในรายละเอียดของแต่ละโครงการ

ศูนย์วิจัยกสิกรไทยระบุว่า การเติบโตที่ชะลอตัวของอสังหาริมทรัพย์และการก่อสร้างของไทยในปี 2559 มีสาเหตุสำคัญมาจากปัจจัยดังต่อไปนี้

“จำนวนที่อยู่อาศัยรอขายในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ณ สิ้นปี 2559 มีแนวโน้มลดลงจาก ณ สิ้นปี 2558 ซึ่งเป็นผลมาจากมาตรการภาครัฐหนุนให้สถานการณ์การตลาดที่อยู่อาศัยฟื้นตัวในระยะสั้น รวมถึงผู้ประกอบการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์มีแนวโน้มชะลอเปิดขายที่อยู่อาศัยใหม่ โดย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า จำนวนที่อยู่อาศัยคงค้างรอขายในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ณ สิ้นปี 2559 น่าจะมี 150,000-160,000 หน่วย ลดลงร้อยละ 4-10 เมื่อเทียบกับ ณ สิ้นปี 2558

แม้จำนวนที่อยู่อาศัยรอขายมีแนวโน้มลดลง แต่ภาวะเศรษฐกิจที่ยังไม่สามารถฟื้นตัวได้มากนัก ส่งผลให้กำลังซื้อยังอ่อนแอ ประกอบกับมาตรการภาครัฐได้ดูดซับความต้องการจากตลาดซื้อที่อยู่อาศัยไปแล้วส่วนหนึ่ง น่าจะส่งผลให้ความสามารถในการระบายที่อยู่อาศัยรอขายในปี 2559 ใกล้เคียงกับในปี 2558 ที่ 18-22 เดือน

ทั้งนี้ ผู้ประกอบการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์อาจกระตุ้นการซื้อที่อยู่อาศัย ด้วยการนำเสนอโปรโมชั่นด้านอัตราดอกเบี้ย รวมถึงพิจารณาความต้องการและข้อจำกัดของลูกค้าให้ลึกยิ่งขึ้น เพื่อพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ได้อย่างตอบโจทย์ สำหรับ พ.ร.บ. ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างที่คาดว่าจะมีผลบังคับใช้ในปี 2560 น่าจะเป็นปัจจัยเร่งให้ผู้มีที่ดินหมุนเวียนซื้อขายเพื่อสร้างที่อยู่อาศัยมากขึ้น รวมถึงยังเป็นปัจจัยเร่งให้ผู้ประกอบการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่มีที่ดินรอการพัฒนา เลือกพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยใหม่ๆ เร็วขึ้นด้วย

นอกจากนี้ ทางยังศูนย์วิจัยกสิกรไทย สรุปข้อมูลสินเชื่อ เงินฝาก และสภาพคล่อง ของธนาคารพาณิชย์ไทย 14 แห่ง ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2559 จากเอกสารรายการย่อแสดงสินทรัพย์และหนี้สิน (ธ.พ.1.1) “การลงทุนและการบริโภคภาคเอกชนที่ฟื้นตัวอย่างล่าช้า ผ่นวกกับการเปลี่ยนแปลงแหล่งระดมเงินของภาครัฐ ส่งผลให้สินเชื่อสุทธิของธนาคารพาณิชย์ไทยปี 2559 เติบโตในอัตราชะลอลงมาที่ 1.26% เทียบกับปี 2558 ที่ทำได้ 3.43% ซึ่งถือเป็นอัตราการเติบโตที่ต่ำที่สุดในรอบ 7 ปี

โดยในเดือน ธ.ค. 2559 ปัจจัยพิเศษจากการเตรียมถ่ายโอนธุรกิจลูกค้าบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ตไปยังกลุ่มทิสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป กดดันให้สินเชื่อในระบบเพิ่มขึ้นน้อยกว่า 3 หมื่นล้านบาท (น้อยกว่าในเดือน พ.ย. 2559 ที่สินเชื่อเพิ่มขึ้น 5.0 หมื่นล้านบาท) แม้ว่าโดยปกติสินเชื่อในเดือนสุดท้ายของปี มักจะขยายตัวสูงตามปัจจัยด้านฤดูกาล ทั้งนี้ ภาพดังกล่าวส่งผลให้สินเชื่อรวม ณ สิ้นปี 2559 เติบโตต่ำกว่าที่คาดไว้มาก ทั้งนี้ หากไม่รวมปัจจัยพิเศษข้างต้น สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์จะปิดปีที่เพิ่มขึ้น 1.67% เมื่อเทียบกับปีก่อน

นอกเหนือจากปัจจัยพิเศษดังกล่าว ในปี 2559 ภาพรวมสินเชื่อของระบบยังถูกกดดันด้วยการคืนสินเชื่อภาครัฐ และการชำระคืนสินเชื่อของภาคธุรกิจเป็นระยะ ขณะที่สินเชื่อรายย่อยเติบโตอย่างระมัดระวัง โดยธนาคารยังอยู่ในช่วงการประกอบความเสี่ยง อีกทั้งความสามารถในการกู้ยืมใหม่ของครัวเรือนยังอยู่ในกรอบจำกัด จากภาระหนี้ครัวเรือนที่ยังปรับตัวสูงขึ้นแม้จะในอัตราที่ชะลอลงมาบ้างก็ตาม ประกอบกับสินเชื่อผู้ประกอบการเอสเอ็มอี ถูกกระทบจากอำนาจซื้อในประเทศที่เปราะบาง

ตารางแสดงจำนวนสินเชื่อสุทธิของธนาคารพาณิชย์ไทย

Loan	2555	2556	2557	2558	2559
Million Baht	8,591,426	9,723,784	10,122,147	10,469,758	10,602,143
Growth % YoY	14.04	13.18	4.10	3.43	1.26

อุตสาหกรรมที่อยู่อาศัย

ภาคอสังหาริมทรัพย์นับเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญและมีความสอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ กล่าวคือถ้าเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศขยายตัวดี ภาคอสังหาริมทรัพย์ก็จะขยายตัวได้ดีตามไปด้วย นอกจากนี้ การที่ภาคอสังหาริมทรัพย์ขยายตัวได้ดี ยังจะส่งผลให้อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องเติบโตได้ดีตามไปด้วย เช่น อุตสาหกรรมก่อสร้าง อุตสาหกรรมสถาบันการเงินที่เกี่ยวข้องกับการปล่อยสินเชื่อ รวมไปถึงภาวะการจ้างงานภายในประเทศด้วยเช่นกัน ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ ได้แก่ ปัจจัยการเติบโตทางเศรษฐกิจภายในประเทศ อัตราดอกเบี้ย และราคาวัสดุสิ่งก่อสร้าง ซึ่งปัจจัยที่สำคัญดังกล่าวมีการเปลี่ยนแปลงดังต่อไปนี้

สรุปผลประมาณการ			
ร้อยละต่อปี	2558*	2559	2560
อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ	2.8	3.2 (3.2)	3.2 (3.2)
อัตราเงินเฟ้อทั่วไป	-0.9	0.2 (0.3)	1.5 (2.0)
อัตราเงินเฟ้อพื้นฐาน	1.1	0.7 (0.8)	0.8 (1.0)

หมายเหตุ: * ข้อมูลจริง

() รายงานนโยบายการเงินฉบับกันยายน 2559

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กระทรวงพาณิชย์ และประมาณการโดยธนาคารแห่งประเทศไทย

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

การผลิตผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป โครงสร้าง เสา คาน ผนัง สำเร็จรูป และการก่อสร้างบ้านสำเร็จรูปของบริษัทฯไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งบริษัทฯได้ปฏิบัติตามกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัดมาโดยตลอด ทำให้นับตั้งแต่บริษัทฯ เปิดดำเนินการมา บริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาทหรือถูกฟ้องร้องเกี่ยวกับการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และไม่เคยได้รับการตักเตือนหรือการปรับจากหน่วยงานของรัฐเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ มีโครงการก่อสร้างบ้านที่อยู่ระหว่างดำเนินการจำนวน 75 หลัง ซึ่งเป็นมูลค่างานที่ยังไม่ได้รับรู้รายได้ (Backlog) มูลค่า 172.56 ล้านบาท โดยระยะเวลาการก่อสร้างบ้านเฉลี่ยของบริษัทฯ จะอยู่ที่ประมาณ 4-5 เดือนสำหรับบ้านสำเร็จรูป และ 6-8 เดือนสำหรับบ้านกึ่งสำเร็จรูป โดยนับจากวันที่เริ่มตอกเสาเข็ม

ทั้งนี้ ตามมติที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2559 ซึ่งประชุมเมื่อวันที่ 16 ธันวาคม 2559 ได้มีมติอนุมัติการซื้อหุ้นสามัญทั้งหมดของบริษัท เนอวานา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (“เนอวานา”) จำนวน 8,787,681 หุ้น จากผู้ถือหุ้นของเนอวานา คือ บริษัท สิงห์ เอสเตท จำกัด (มหาชน) จำนวน 4,481,717 หุ้น และจากผู้ถือหุ้นรายอื่นอีก จำนวน 28 ราย จำนวน 4,305,964 หุ้น โดยภายหลังจากที่บริษัทฯ เข้าถือหุ้นของเนอวานาแล้ว จะรับโอนกิจการทั้งหมด (Entire Business Transfer) ได้แก่ สิทธิทรัพย์สินและหนี้สินทั้งปวง ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงสิทธิ หน้าที่ ภาระ ข้อผูกพันต่างๆ และความรับผิดชอบใดๆ ที่เนอวานาพึงมี ณ วันโอนกิจการ รวมถึงหุ้นทั้งหมดที่เนอวานาถืออยู่ ทำให้ธุรกิจของบริษัทฯ มีส่วนงานธุรกิจเพิ่มขึ้น คือ ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โดยมีรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

บริษัท เนอวานา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด และบริษัทย่อย ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โดยเน้นการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อที่อยู่อาศัยเป็นหลัก ทั้งในรูปแบบของบ้านเดี่ยว บ้านทาวน์เฮ้าส์ และอาคารพาณิชย์ พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ โดยเนอวานาจะให้ความสำคัญในการออกแบบบ้านที่ดู Modern แตกต่างจากโครงการอื่นๆ ไปกลุ่มเป้าหมาย ลูกค้าจะเป็นกลุ่มระดับผู้บริหารหรือเจ้าของธุรกิจที่เป็นคนรุ่นใหม่ซึ่งมีกำลังซื้อค่อนข้างสูง ราคาบ้านพร้อมที่ดินจะอยู่ในช่วงระดับราคา 4 - 18 ล้านบาท ในแต่ละโครงการเนอวานาจะมีแบบบ้านและขนาดพื้นที่ใช้สอยให้ลูกค้าเลือกหลายรูปแบบ ซึ่งมีให้เลือกทั้งแบบที่สร้างเสร็จพร้อมขายและแบบที่เป็นลักษณะสร้างบนที่ดินที่ลูกค้าซื้อที่ดินของเนอวานา ซึ่งลูกค้าสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการตกแต่งและวัสดุที่ใช้ตามที่ต้องการ ปัจจุบันการดำเนินธุรกิจของกลุ่มเนอวานา สามารถสรุปตามลักษณะการดำเนินธุรกิจได้ดังนี้

1. การซื้อ -ขายที่ดิน เป็นลักษณะการซื้อที่ดินผืนใหญ่แล้วนำมาแบ่งจัดสรรเป็นแปลงๆ จากนั้น จึงนำมาบริหารและพัฒนาโครงการให้มีถนนและระบบสาธารณูปโภคครบถ้วนก่อน แล้วจึงขายแก่ผู้ซื้อรายย่อย
2. การพัฒนาที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างซึ่งนับรวมถึงตั้งแต่การจัดสรรพื้นที่ดิน การออกแบบสิ่งปลูกสร้าง การรับเหมาก่อสร้าง และบริการต่างๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าแก่ที่ดิน เช่น การจัดสรรบ้านพร้อมที่ดิน ซึ่งแบ่งเป็นบ้านเดี่ยว บ้านทาวน์เฮ้าส์ และอาคารพาณิชย์
3. การรับเหมาก่อสร้างบ้านให้แก่ลูกค้า ซึ่งซื้อที่ดินของเนอวานา โดยทำการว่าจ้างผู้รับเหมารายย่อยภายใต้การควบคุมดูแลของเจ้าหน้าที่ของเนอวานา

ปัจจุบันเนอวานามีเงินลงทุนในบริษัทย่อย 5 บริษัทดังนี้

เงินลงทุนในบริษัทย่อย	ลักษณะการดำเนินธุรกิจ	สัดส่วนการถือหุ้น (%)
1. บริษัท เนอวานา คอนสตรัคชั่น จำกัด (NC)	รับเหมาก่อสร้าง	99.99%
2. บริษัท เนอวานา พระราม 9 จำกัด (NR)	พัฒนาอสังหาริมทรัพย์	99.99%
3. บริษัท เนอวานา ยู จำกัด (NU)	พัฒนาอสังหาริมทรัพย์	99.99%
4. บริษัท ทรัพย์ธารินทร์ จำกัด (STR)	พัฒนาอสังหาริมทรัพย์	99.99%
5. บริษัท เนอวานา รีเวอร์ จำกัด (RV)	พัฒนาอสังหาริมทรัพย์	70.00%
รวม		

- บริษัท เนอวานา คอนสตรัคชั่น จำกัด (NC) จัดตั้งบริษัทเมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2549 ด้วยทุนจดทะเบียน 140 ล้านบาท วัตถุประสงค์หลักเพื่อประกอบธุรกิจรับเหมาก่อสร้างให้กับกลุ่มเนอวานา ปัจจุบันมีโครงการภายใต้การดำเนินงานของบริษัท เนอวานา คอนสตรัคชั่น จำกัด ดังนี้ โครงการ Beyond 1 (NU), โครงการ Intro and Tara (STR), โครงการ Beyond 2, โครงการ Beyond 3, โครงการ Beyond 4, โครงการ Beyond 5, โครงการ Wongwaen (ND) และโครงการ Icon/Bylite (NR)
- บริษัท เนอวานา พระราม 9 จำกัด (NR) จัดตั้งบริษัท เมื่อวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2551 ด้วยทุนจดทะเบียน 150 ล้านบาท วัตถุประสงค์หลักเพื่อประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์โครงการ Icon/Bylite (NR)
- บริษัท เนอวานา ยู จำกัด (NU) จัดตั้งบริษัท เมื่อวันที่ 28 กันยายน 2552 ด้วยทุนจดทะเบียน 80 ล้านบาท วัตถุประสงค์หลักเพื่อประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์โครงการ Beyond 1 ซึ่งได้ปิดโครงการไปแล้วตั้งแต่ปี 2556
- บริษัท ทรัพย์ธนารินทร์ จำกัด (STR) จัดตั้งบริษัทเมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2544 ด้วยทุนจดทะเบียน 65 ล้านบาท วัตถุประสงค์หลักเพื่อประกอบกิจการรับเหมาก่อสร้างอาคาร อาคารพาณิชย์ และอาคารที่พักอาศัย และรับบริหารธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โครงการ Intro และโครงการ The Tara
- บริษัท เนอวานา ริเวอร์ จำกัด (RV) จัดตั้งบริษัทเมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน 2556 ด้วยทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท วัตถุประสงค์หลักเพื่อประกอบกิจการค้าและให้บริการรวมถึงการรับจ้างบริหารซึ่งอสังหาริมทรัพย์ ทำการจัดสรรที่ดิน บ้าน อาคาร อาคารชุด และสิ่งปลูกสร้าง เพื่อการจำหน่าย ให้เช่า และให้เช่าซื้อ

โครงการของเนอวานา ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559

โครงการ	ที่ตั้งโครงการ	ประเภทโครงการ	ความคืบหน้าของการขาย		งานที่ยังไม่ส่งมอบ		มูลค่าโครงการ คงเหลือ (ล้านบาท)	ความคืบหน้าของการ ก่อสร้าง (ร้อยละของมูลค่าตามบัญชี)
			จำนวนหน่วย ทั้งหมด	จำนวนหน่วย คงเหลือ	จำนวนหน่วย	มูลค่า (ล้านบาท)		
เนอวานา บียอนด์ โลท์ พระราม 9	พระราม 9	บ้านเดี่ยว 3 ชั้น	39	9	4	46	132	94
เนอวานา บียอนด์ เกษตร-นวมินทร์ (เฟส 1)	เกษตร-นวมินทร์	บ้านเดี่ยว 3 ชั้น	67	4	2	38	79	99
เนอวานา บียอนด์ เกษตร-นวมินทร์ (เฟส 2)	เกษตร-นวมินทร์	บ้านเดี่ยว 3 ชั้น	37	16	1	97	428	76
เนอวานา บียอนด์ แอท บีช พัทยา	พัทยา ชลบุรี	บ้านเดี่ยว 3 ชั้น	21	20	-	¹ ₁	345	52
เนอวานา บียอนด์ ศรีนครินทร์	ศรีนครินทร์	บ้านเดี่ยว 3 ชั้น	58	37	3	86	648	80
เนอวานา บียอนด์ พระราม 2	พระราม 2	บ้านเดี่ยว 3 ชั้น	120	114	2	73	2,584	63
เนอวานา ไอคอน พระราม 9	พระราม 9	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	117	2	2	16	16	100
เนอวานา ไอคอน วงแหวน-พระราม 9	วงแหวน-พระราม 9	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	36	11	7	54	91	99
เดอะ ธารา	รามอินทรา (ช.พระยาสุเรนทร์ 35)	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	53	18	2	11	119	93
เนอวานา อินโทร วงแหวน-เกษตรนวมินทร์	วงแหวน- เกษตรนวมินทร์	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	69	3	-	-	17	100
เนอวานา คัพเวอร์ อ่อนนุช	อ่อนนุช	ทาวน์โฮม	194	24	8	24	75	100
เนอวานา คลัสเตอร์ รามคำแหง	รามคำแหง	ทาวน์โฮม 2 ชั้น และ 3 ชั้น	20	13	-	-	73	98
เนอวานา ดีฟายน์ พระราม 9	รามคำแหง	ทาวน์โฮม	51	51	28	312	604	47
แอทเวิร์ค รามอินทรา	รามอินทรา	โฮมออฟฟิศ	61	55	7	126	955	68
แอทเวิร์ค เลิศหล้า	เลิศหล้า	โฮมออฟฟิศ	56	56	10	248	1,064	58

¹ รายได้จากบ้านสิ่งสร้างที่ยังไม่รับรู้เนื่องจากอยู่ระหว่างงานก่อสร้าง

3. ปัจจัยความเสี่ยง

3.1 ความเสี่ยงจากการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ

ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงต้นทุนวัสดุก่อสร้าง และค่าใช้จ่ายในการก่อสร้าง

วัตถุดิบหลักในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ คือ ปูนซีเมนต์ ลวดเหล็กแรงดึงสูง และเหล็กเส้น ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงของราคาระดับวัสดุก่อสร้างจากที่ประเมินไว้ในช่วงเสนอราคาให้แก่ลูกค้าอาจจะส่งผลกระทบต่อฐานะทางการเงิน และผลการดำเนินงานของบริษัทฯ เนื่องจากโดยทั่วไปบริษัทฯ จะตกลงราคาขายสินค้าและราคาก่อสร้างบ้าน ก่อนผลิตสินค้าหรือก่อสร้างบ้าน นอกจากนี้ โดยปกติ บริษัทฯ ตกลงราคาก่อสร้างบ้านกับลูกค้าก่อนที่จะตกลงค่าใช้จ่ายกับผู้รับเหมาช่วง ทำให้หากค่าใช้จ่ายผู้รับเหมาช่วงจริงแตกต่างจากที่บริษัทฯ ประเมินไว้ อาจจะส่งผลให้บริษัทฯ ไม่ได้ผลกำไรจากการก่อสร้างบ้านตามที่ประเมินไว้

อย่างไรก็ดี บริษัทฯ มีนโยบายทบทวนราคาค่าต้นทุนการก่อสร้างอย่างสม่ำเสมอทำให้สามารถประเมินต้นทุนก่อสร้างให้ใกล้เคียงกับต้นทุนการก่อสร้างจริง โดยฝ่ายบริหารจะติดตามการเปลี่ยนแปลงราคาระดับวัสดุก่อสร้างที่สำคัญอย่างใกล้ชิด หากวัสดุก่อสร้างมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้นมาก บริษัทฯ มีมาตรการเพิ่มเติมเพื่อควบคุมต้นทุนของวัสดุก่อสร้าง กล่าวคือ บริษัทฯ จะสั่งซื้อวัสดุก่อสร้างนั้นเป็นการล่วงหน้าจากผู้จำหน่าย นอกจากนี้ ระยะเวลาการก่อสร้างบ้านของบริษัทฯ มีระยะเวลาไม่นานเพียงประมาณ 6 เดือน

ความเสี่ยงจากการขนส่งสินค้า

การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ จะต้องพึ่งพาการขนส่งสินค้า ทั้งในส่วนของการขนส่งวัตถุดิบเข้าสู่โรงงาน และการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า ทั้งในส่วนของการผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป และโครงสร้างสำเร็จรูปที่จะนำไปใช้ในการสร้างบ้านสำเร็จรูปที่ดินของลูกค้า ซึ่งชิ้นส่วนโครงสร้างสำเร็จรูป เช่น ผนังสำเร็จรูป มีขนาดค่อนข้างใหญ่ โดยรูปแบบการขนส่งของบริษัทฯ จะพึ่งพาการขนส่งโดยรถบรรทุก บริษัทฯ จะเผชิญความเสี่ยงจากการขนส่งสินค้าให้ทันต่อเวลา และความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นระหว่างขนส่งหากเกิดเหตุการณ์ที่ไม่ได้คาดคิด เช่น การเกิดอุบัติเหตุ หรือภัยธรรมชาติ รวมทั้งการขนส่งในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ก็จะมีข้อจำกัดในด้านของเวลาการวิ่งของรถขนส่ง ทำให้บริษัทฯ อาจไม่สามารถขนส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าได้ตามระยะเวลาที่ตกลงไว้

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้มีการกำหนดการส่งมอบสินค้าโดยเมื่อระยะเวลาไว้เป็นอย่างดี และมีระบบการวางแผนการจัดส่งที่แน่นอน มีผู้รับจ้างขนส่งสำรองไว้หลายราย ในกรณีที่เกี่ยวกับขนส่งมีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างมาก

ความเสี่ยงจากผิวน้ำชำระหนี้

บริษัทฯ ได้มีการให้เครดิตทางการค้ากับลูกค้าของบริษัทฯ ดังนั้น บริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงจากการผิวน้ำชำระหนี้ได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้มีนโยบายในการคัดกรองลูกค้าที่เหมาะสม โดยพิจารณาจากฐานะทางการเงิน และความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้า นอกจากนี้ บริษัทฯ มีแผนที่จะมุ่งการขายในรูปแบบที่รับชำระหนี้เป็นเงินสดให้มากขึ้น และบริษัทฯ ได้แต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบเครดิตของตัวแทนจำหน่ายรายสำเร็จรูป FENZER โดยเฉพาะ เพื่อกำหนดวงเงินเพื่อไม่ให้เกิดความเสี่ยงต่อธุรกิจขายวัสดุก่อสร้าง ในส่วนธุรกิจรับสร้างบ้าน บริษัทฯ มีการแบ่งวงงาน โดยบริษัทฯ มีนโยบายที่จะเริ่มการก่อสร้างเมื่อได้รับชำระหนี้ค่างวดล่วงหน้าเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ความเสี่ยงจากผู้รับเหมาช่วงและแรงงาน

ในธุรกิจการรับสร้างบ้านสำเร็จรูปนั้น บริษัทฯ ได้จัดหาผู้รับเหมาช่วงในการดำเนินการก่อสร้างให้เป็นไปตามแบบบ้านที่กำหนด ส่งผลให้บริษัทฯ มีความเสี่ยงในกรณีที่ผู้รับเหมาช่วงไม่สามารถดำเนินการก่อสร้างให้เป็นไปตามมาตรฐาน และภายในระยะเวลาที่กำหนด เนื่องจากการขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือ หรือสาเหตุอื่นๆ ความเสี่ยงดังกล่าวอาจส่งผลต่อ

คุณภาพงานก่อสร้าง ชื่อเสียงของบริษัทฯ และอาจกระทบต่อรายได้ ผลการดำเนินงาน รวมทั้งฐานะทางการเงินของบริษัทฯ ได้

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้มีการพัฒนาสัมพันธ์อันดีกับผู้รับเหมาช่วง จึงทำให้บริษัทฯ มีผู้รับเหมาช่วงที่พร้อมทำงานให้กับบริษัทฯ ในระดับที่เพียงพอ นอกจากนี้การสร้างบ้านสำเร็จรูปของบริษัทฯ จะเน้นใช้วัสดุสำเร็จรูปที่ผลิตจากโรงงาน ทำให้บริษัทฯ สามารถลดการพึ่งพาแรงงานลงได้ และสามารถควบคุมคุณภาพอยู่ในระดับที่เป็นมาตรฐานมาจากโรงงาน

ความเสี่ยงจากคดีฟ้องร้อง

บริษัทฯ อาจถูกฟ้องร้องจากการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะจากธุรกิจรับสร้างบ้าน เช่น บริษัทฯ อาจถูกฟ้องร้องจากลูกค้าเนื่องจากการส่งมอบบ้านให้กับลูกค้าไม่ตรงตามความพึงพอใจของลูกค้า บริษัทฯ ไม่สามารถคาดการณ์ถึงความเป็นไปได้หรือผลลัพธ์ของการดำเนินการดังกล่าว ทั้งนี้ หากบริษัทฯ ไม่สามารถแก้ไขข้อขัดแย้งดังกล่าวเพื่อให้เกิดผลดีกับบริษัทฯ อาจก่อให้เกิดผลกระทบทางลบต่อธุรกิจ ฐานะการเงิน และผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ได้

อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ได้มีทีมวิศวกรที่จะตรวจสอบคุณภาพของงานก่อสร้างให้เป็นไปตามที่ตกลงกับลูกค้าก่อนการส่งมอบ บริษัทฯ ได้ดำเนินธุรกิจรับสร้างบ้าน “ดีอี โฮมเซ็นเตอร์” โดยก่อสร้างบ้านกึ่งสำเร็จรูป ก่ออิฐฉาบปูน และมุงหลังคา ทำให้ข้อโต้แย้งที่เกิดจากการก่อสร้างบ้านมีปริมาณที่ลดน้อยลง ซึ่งจะส่งผลให้คดีฟ้องร้องอาจเกิดขึ้นน้อยมากในอนาคต เมื่อเทียบกับจำนวนและมูลค่างานก่อสร้างต่อปี

นอกจากนี้ ในปัจจุบัน บริษัทฯ ได้ให้บริการรับสร้างบ้านทั้งหลัง โดยรับจ้างก่อสร้างโครงสร้างและงานสถาปัตยกรรมทั้งหลัง โดยใช้ระบบสำเร็จรูปทั้งหมด ภายใต้ชื่อ กินซ่า ระบบบ้านดังกล่าวลูกค้าสามารถสั่งซื้อบ้านได้ โดยไม่สามารถแก้ไขแปลนและรูปแบบบ้านได้หลังจากทำสัญญาแล้ว คาดว่าระบบก่อสร้างดังกล่าวจะช่วยลดปัญหาความขัดแย้งดังกล่าวได้จากการที่ชิ้นส่วนบ้านถูกผลิตจากโรงงาน

ความเสี่ยงจากแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภค

ปัจจุบัน ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะมีการอยู่อาศัยในรูปแบบของสังคมเมือง (Urbanization) ทำให้ความต้องการที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมีเนียมและหมู่บ้านเพิ่มมากขึ้น ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อการสร้างบ้านสำเร็จรูป

อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ได้พัฒนาระบบบ้านสำเร็จรูปทั้งหลังราคาประหยัด ระบบกินซ่าโฮม ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการสร้างบ้านได้ทั่วประเทศ โดยในระบบการก่อสร้างดั้งเดิม และระบบการก่อสร้างบ้านกึ่งสำเร็จรูป จะมีปัญหาในการเคลื่อนย้ายแรงงานไปยังต่างจังหวัดมากกว่าของบริษัทฯ

นอกจากนี้ ในส่วนของรั้วสำเร็จรูปนั้นโอกาสในการเติบโตยังมีอยู่สูง โดยยังสามารถที่จะขยายตลาดสู่ภูมิภาคซึ่งเป็นไปตามแผนการขยายโรงงานออกสู่ภูมิภาคของบริษัทฯ

ความเสี่ยงจากการส่งมอบบ้านให้ลูกค้าไม่ทันตามกำหนดเวลา

ในการทำสัญญาสร้างบ้านกับลูกค้า จะมีการกำหนดระยะเวลาการส่งมอบที่ชัดเจนในข้อตกลงร่วมกัน และในบางครั้งจะมีการระบุการค่าปรับที่เกิดจากการส่งมอบบ้านล่าช้า เนื่องจากความต้องการลูกค้าแต่ละรายอาจมีการเปลี่ยนแปลงในระหว่างการปลูกสร้างอยู่ตลอดเวลา การส่งมอบงานล่าช้าของผู้รับเหมาช่วงหรือการขาดแคลนแรงงานหรือเหตุผลอื่นใด อาจส่งผลกระทบต่อระยะเวลาการส่งมอบตามสัญญา ทำให้บริษัทฯ อาจถูกเรียกร้องความเสียหายจากความล่าช้าได้

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีทีมงานส่วนบริการลูกค้าระหว่างการก่อสร้าง มีสถานิกให้บริการอยู่ตลอดเวลา ทำให้การแก้ไขปัญหาต่างๆ จากความต้องการลูกค้าแต่ละรายที่ไม่เหมือนกันมีความเหมาะสม รวมทั้งในปัจจุบัน บริษัทฯ มีนโยบายที่จะมุ่งเน้นการขายบ้านสำเร็จรูป ซึ่งลูกค้าจะไม่สามารถเปลี่ยนแปลงแบบก่อสร้างได้ ซึ่งจะทำให้ลดความเสี่ยงจากการส่งมอบบ้านล่าช้า นอกจากนี้ ที่ผ่านมามีบริษัทฯ ไม่เคยถูกปรับในมูลค่าที่เกินกว่าร้อยละ 0.50 ของรายได้จากธุรกิจรับสร้างบ้านต่อปี จากการส่งมอบบ้านล่าช้า

3.2 ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อสิทธิหรือการลงทุนของผู้ถือหลักทรัพย์ด้านการบริหารจัดการ

ตามมติที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2559 ซึ่งประชุมเมื่อวันที่ 16 ธันวาคม 2559 ได้มีมติอนุมัติแผนการรวมธุรกิจของบริษัทฯ กับบริษัท เนอวานา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (“เนอวานา”) โดยการรับโอนกิจการทั้งหมด (Entire Business Transfer) โดยการซื้อหุ้นสามัญทั้งหมดของเนอวานาจำนวน 8,787,681 หุ้น จากผู้ถือหุ้นของเนอวานา และอนุมัติการซื้อที่ดินจำนวน 2 แปลง จากบริษัท สิงห์ เอสเตท จำกัด (มหาชน) (“S”) โดยบริษัทฯ จะออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่บุคคลในวงจำกัด (Private Placement) และจัดสรรให้แก่ผู้ถือหุ้นของเนอวานา และ S แทนการชำระด้วยเงินสด

ความเสี่ยงจากความขัดแย้งทางผลประโยชน์ (Conflict of Interest)

เนื่องจากบริษัทฯ จะเข้าไปอยู่ในการควบคุมของ S ในฐานะผู้ถือหุ้นใหญ่รายใหม่ ซึ่งดำเนินธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เช่นเดียวกัน ดังนั้น บริษัทฯ จึงต้องมีการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อแบ่งแยกขอบข่ายกันให้ชัดเจน เพื่อป้องกันประเด็นความขัดแย้งทางผลประโยชน์ โดยที่บริษัทฯ และ S มีการแบ่ง Segment กันอย่างชัดเจน โดย S ทำธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพื่อการพักอาศัย โดยเน้นกลุ่มลูกค้าระดับ Luxury และระดับ Super Luxury, ธุรกิจโรงแรม และธุรกิจให้เช่าพื้นที่อาคาร ในขณะที่ เนอวานาซึ่งเป็นบริษัทย่อยจะทำธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพื่อการพักอาศัยโดยเน้นกลุ่มลูกค้าระดับต่ำกว่า Luxury อย่างไรก็ตาม ปัจจุบัน เนอวานามีแผนที่จะพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่อการพักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ซึ่งเน้นกลุ่มลูกค้าระดับ Super Luxury จำนวน 1 โครงการเท่านั้น ผ่านบริษัท เนอวานารีเวอร์ จำกัด ซึ่งเป็นการร่วมทุนระหว่างเนอวานา และบริษัท บีพี พาร์ทเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 70 และร้อยละ 30 ของจำนวนหุ้นที่ชำระแล้ว ตามลำดับ ทั้งนี้ เนอวานา จะไม่พัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่อการพักอาศัยอื่นที่เน้นกลุ่มลูกค้าระดับ Luxury และ Super Luxury เพิ่มเติมหลังจบโครงการเนอวานารีเวอร์ โดยคณะกรรมการบริษัท จะพิจารณาความจำเป็นและความเหมาะสมผลของการเข้าทำรายการต่างๆ และติดตาม กำกับดูแลและตรวจสอบให้มั่นใจว่า จะไม่มีความขัดแย้งกับผลประโยชน์ที่ดีที่สุดของบริษัทฯ หากจำเป็น บริษัทฯ จะทำการเปิดเผยข้อมูลสำคัญต่อผู้ถือหุ้นและนักลงทุน โดยบริษัทฯ จะดำเนินการให้คณะกรรมการของบริษัทพิจารณาอนุมัตินโยบายการแบ่งแยกธุรกิจ เพื่อป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ระหว่างบริษัทฯ และ S

ความเสี่ยงจากการถือครองหุ้นส่วนใหญ่โดยกลุ่มผู้บริหาร

บริษัทฯ มีความเสี่ยงจากการที่กลุ่ม S ถือหุ้นในอัตราร้อยละ 55.79 (ก่อนทำคำเสนอซื้อ) และกลุ่มผู้ถือหุ้นเดิมของเนอวานาถือหุ้นในอัตราร้อยละ 33.20 จึงทำให้กลุ่ม S และกลุ่มผู้ถือหุ้นเดิมของเนอวานา สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงอาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียง เพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องของผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอได้

อย่างไรก็ตาม เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เป็นไปอย่างโปร่งใส และมีการถ่วงดุลอำนาจในการบริหาร งานของบริษัทฯ อีกทั้งบริษัทฯ ได้มีการจัดโครงสร้างการจัดการ ซึ่งประกอบด้วยคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการตรวจสอบ ซึ่งประกอบไปด้วยบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ และมีการกำหนดขอบเขตการดำเนินงานและการมอบอำนาจให้แก่กรรมการและผู้บริหารอย่างชัดเจน มีการกำหนดมาตรการการทำการรายการที่เกี่ยวข้องกับกรรมการ ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ผู้มีอำนาจควบคุมกิจการ และบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง อีกทั้งยังมีการแต่งตั้งบุคคลภายใน

นอกที่เป็นอิสระเข้าร่วมในคณะกรรมการบริษัทจำนวน 3 ท่าน โดยกรรมการอิสระทั้ง 3 ท่านรับหน้าที่เป็นคณะกรรมการตรวจสอบของบริษัท เพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบ ถ่วงดุลการตัดสินใจ และพิจารณาอนุมัติรายการต่างๆ ก่อนนำเสนอต่อผู้ถือหุ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้จ้างบริษัทตรวจสอบภายในมาทำหน้าที่ตรวจสอบระบบควบคุมภายในเพื่อให้เป็นไปตามระบบงานที่ได้กำหนดไว้

ความเสี่ยงจากสภาพคล่องและอาจมีคุณสมบัติไม่ครบถ้วนในการดำรงสถานะเป็นบริษัทจดทะเบียน

หลังจากที่กลุ่มผู้ถือหุ้น S ทำข้อเสนอซื้อหลักทรัพย์ของบริษัทฯ หากปรากฏว่ามีผู้ถือหุ้นตอบรับข้อเสนอซื้อเป็นจำนวนมาก จะมีผลทำให้สภาพคล่องการซื้อขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ ลดลง และอาจส่งผลให้ผู้ถือหุ้นที่ต้องการขายหุ้นภายหลังการทำข้อเสนอซื้ออาจไม่สามารถขายหุ้นในจำนวน ราคา และในเวลาที่ต้องการได้ รวมทั้งบริษัทฯ อาจมีคุณสมบัติไม่ครบถ้วนในการดำรงสถานะเป็นบริษัทจดทะเบียน โดยบริษัทฯ อาจมีผู้ถือหุ้นรายย่อยถือหุ้นรวมกันไม่ถึงตามคุณสมบัติด้านการกระจายการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นรายย่อย ตามข้อบังคับตลาดหลักทรัพย์ฯ เรื่องการรับหุ้นสามัญหรือหุ้นบุริมสิทธิเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียน พ.ศ. 2558 (รวมทั้งที่ได้มีการแก้ไขเพิ่มเติม) ที่กำหนดให้บริษัทจดทะเบียนต้องดำรงคุณสมบัติเรื่องการกระจายการถือหุ้นโดยต้องมีจำนวนผู้ถือหุ้นสามัญรายย่อยไม่น้อยกว่า 150 ราย และผู้ถือหุ้นดังกล่าวต้องถือหุ้นรวมกันไม่น้อยกว่าร้อยละ 15.00 ของทุนชำระแล้วของบริษัทฯ โดยกรณีที่ Free Float ไม่ครบตามเกณฑ์ในปีที่ 1 ตลาดหลักทรัพย์ฯ จะมีหนังสือแจ้งบริษัทฯ และในปีที่ 2 บริษัทฯ จะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมรายปีส่วนเพิ่ม และต้องนำเสนอรายงานความคืบหน้าในการแก้ไข Free Float ทุก 6 เดือนนับจากวันครบกำหนดนำเสนอรายงานจนกว่าบริษัทจดทะเบียนจะมีคุณสมบัติ Free Float ครบถ้วน

ความเสี่ยงจากการที่ลูกค้าเดิมของบริษัทฯ ยกเลิกการซื้อสินค้าและบริการ

เนื่องจากปัจจุบันกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัทฯ คือ S และผู้ถือหุ้นของเนอวานา ซึ่งดำเนินธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ รวมทั้งบริษัทฯ จะมีธุรกิจหลักเป็นธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ส่งผลให้ลูกค้าบางรายของบริษัทฯ ที่ดำเนินธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เช่นเดียวกัน อาจมองว่าบริษัทฯ เป็นคู่แข่งทางธุรกิจ และลดการสั่งซื้อวัสดุสำเร็จรูป และประตูและหน้าต่างอลูมิเนียมจากบริษัทฯ ทำให้ยอดขายของบริษัทฯ ในอนาคตอาจลดลง อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มั่นใจว่าความเสี่ยงดังกล่าวอาจไม่กระทบต่อผลประกอบการของบริษัทฯ โดยรวมเนื่องจาก บริษัทฯ มีผู้บริหารและทีมการขายเดิมซึ่งมีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า สามารถอธิบายและทำความเข้าใจกับลูกค้าเดิมให้คงการสั่งซื้อสินค้าจากบริษัทฯ ต่อไป ในขณะที่เดียวกันบริษัทฯ จะได้ยอดสั่งผลิตสินค้าจากเนอวานา ซึ่งมี Backlog จำนวนมากในอนาคต ทดแทนยอดขายที่อาจลดลง อย่างไรก็ตาม รายได้หลักของบริษัทฯ จะเปลี่ยนจากการขายวัสดุก่อสร้าง และการรับสร้างบ้านสำเร็จรูป เป็นรายได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์ โดยมีธุรกิจผลิตวัสดุก่อสร้าง และการรับสร้างบ้านสำเร็จรูป เป็นธุรกิจรอง เพื่อสนับสนุนการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรหลัก

ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2559 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ดังนี้

ที่ตั้ง	ลักษณะและขนาดพื้นที่	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าสุทธิหลังหักค่าเสื่อม (ล้านบาท)	วัตถุประสงค์ในการถือครอง	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน อำเภอดอนตูม จังหวัดนครปฐม	พื้นที่รวม 29 ไร่ 3 งาน 97 ตารางวา	เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	7.16	เป็นที่ตั้งของโรงงานและสำนักงานของบริษัทฯ	จดจำนองเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน
	พื้นที่รวม 2 ไร่ 2 งาน 33 ตารางวา	เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	0.65	เป็นที่ตั้งของบ้านพักคนงาน	จดจำนองเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน
2. ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง อำเภอนิคมน้ำจืด จังหวัดระยอง	พื้นที่ 5 ไร่	เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	9.35	เป็นที่ตั้งของโรงงานและสำนักงานของบริษัทฯ	ไม่มีภาระผูกพัน
3. ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง เลียบทางด่วนรามอินทรา กรุงเทพมหานคร	พื้นที่ 200 ตารางวา	เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	49.67	เป็นโชว์รูมแสดงสินค้าของบริษัทฯ	ไม่มีภาระผูกพัน
4. ส่วนปรับปรุงที่ดิน เกษตร-นวมินทร์		เช่า	0.11	เป็นโชว์รูมแสดงสินค้าของบริษัทฯ	
5. อาคารและส่วนปรับปรุง อาคารโรงงาน อำเภอดอนตูม จังหวัดนครปฐม	อาคารโรงงานจำนวน 9 หลัง พื้นที่รวม 10,613 ตารางเมตร อาคารสำนักงาน พื้นที่รวม 124 ตารางเมตร	เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	42.60	เป็นที่ตั้งของโรงงานและสำนักงานของบริษัทฯ	จดจำนองเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน
6. อาคารสำนักงาน อาคารเก้าพุทธทรัพย์ ซอยลาดพร้าว 19 กรุงเทพมหานคร	พื้นที่ 722.03 ตารางเมตร	เช่า	2.83	อาคารสำนักงานเช่าเป็นสาขา	ไม่มีภาระผูกพัน
7. เครื่องจักร	- เครื่องจักรผลิตหัวสำเร็จรูป 3 สายการผลิต - เครื่องจักรผลิตหัวบล็อกสำเร็จรูป 1 สายการผลิต - เครื่องจักรผลิตโรงสร้างสำเร็จรูป 1 สายการผลิต - เครื่องจักรผลิตแผ่นผนังสำเร็จรูป 1 สายการผลิต - เครื่องจักรผลิตบ้านสำเร็จรูปกึ่งสำเร็จรูป 1 สายการผลิต	เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	41.90	เพื่อผลิตหัวสำเร็จรูปและบ้านสำเร็จรูป	ไม่มีภาระผูกพัน

ประเภทสินทรัพย์	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าสุทธิหลังหักค่าเสื่อม (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
เครื่องใช้สำนักงานและเครื่องตกแต่ง	เป็นเจ้าของ	7.48	ไม่มีภาระผูกพัน
เครื่องมือแผนกช่าง	เป็นเจ้าของ	4.71	ไม่มีภาระผูกพัน
ยานพาหนะ	เป็นเจ้าของ	0.34	ไม่มีภาระผูกพัน

สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท

ประเภทสินทรัพย์	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าสุทธิหลังหักค่าเสื่อม (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
โปรแกรมคอมพิวเตอร์	เป็นเจ้าของ	0.85	ไม่มีภาระผูกพัน

สินทรัพย์ที่ไม่ได้ใช้ในการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท

ที่ตั้ง	ลักษณะและขนาดพื้นที่	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าสุทธิหลังหัก ค่าเสื่อม (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
ที่ดิน บางเขน งามอินทรา ซอย 5	พื้นที่ 205 ตรว.	เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	8.71	ไม่มีภาระผูกพัน

เครื่องหมายการค้าที่สำคัญของกลุ่มบริษัท

เครื่องหมายการค้า	ใช้สำหรับ	วันที่จดทะเบียน	วันสิ้นสุด	เจ้าของ
FENZER	ร้ว	20 มิถุนายน 2543	19 มิถุนายน 2563	บริษัท

สัญญาเช่าที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ที่ตั้ง	ลักษณะและขนาดพื้นที่	คู่สัญญา	ระยะเวลาสิ้นสุดของสัญญา	วัตถุประสงค์การเช่า
ชั้น 7 อาคารเก๊าพูลทรัพย์ เลขที่ 1 ถนนลาดพร้าว ซอยลาดพร้าว 19	พื้นที่สำนักงานขนาด 722 ตารางเมตร	บริษัท แลนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ¹	1 มีนาคม 2561	เพื่อเป็นพื้นที่สำนักงาน ใหญ่ของบริษัท
เซ็นทรัลสาละยา	สำนักงานขายขนาด 94 ตารางเมตร	บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน)	3 ปี (12 ส.ค. 57 ถึง 11 ส.ค. 60)	สำนักงานขาย
เซ็นทรัลบางนา	สำนักงานขายขนาด 115 ตารางเมตร	บริษัท บางนา เซลทรัล พร็อพ เพอร์ตี้ จำกัด	3 ปี (19 ก.พ. 59 ถึง 18 ก.พ. 62)	สำนักงานขาย

หมายเหตุ ¹ บริษัท ถือหุ้นร้อยละ 14.89 ในบริษัท แลนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ซึ่งเป็นเจ้าของอาคารเก๊าพูลทรัพย์ ตามสัดส่วนพื้นที่
เช่าสำนักงานของบริษัท กับสัดส่วนพื้นที่ใช้สอยรวมทั้งอาคาร

ทั้งนี้ ตามมติที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2559 ซึ่งประชุมเมื่อวันที่ 16 ธันวาคม 2559 ได้มีมติอนุมัติการซื้อหุ้นสามัญทั้งหมดของบริษัท เนอวานา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ทำให้ธุรกิจของบริษัทฯ มีส่วนงานธุรกิจเพิ่มขึ้น คือ ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โดยมีสินทรัพย์ที่สำคัญสามารถสรุปได้ดังนี้

โครงการ	ประเภทโครงการ	ที่ตั้ง	ขนาดที่ดินทั้งโครงการ (ไร่-งาน-ตร.ว.)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน (จดจำนองทั้งหมด/ บางส่วน ไว้กับ)
เนอวานา บียอนด์ โลท์ พระราม 9	บ้านเดี่ยว 3 ชั้น	ถนนกรุงเทพกรีฑา 32 แขวงสะพานสูง เขตสะพานสูง กรุงเทพฯ	34-3-72.8	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
เนอวานา ไอคอน พระราม 9	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น				ไม่มี
เนอวานา บียอนด์ เกษตรวมินทร์ (เฟส 1)	บ้านเดี่ยว 3 ชั้น	ถนนประเสริฐมนูกิจ (ทล. 351) แขวง คลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม กรุงเทพฯ	20-1-16	เป็นเจ้าของ	BAY
เนอวานา บียอนด์ เกษตรวมินทร์ (เฟส 2)	บ้านเดี่ยว 3 ชั้น	ซอยยอดมณี / ซอยประเสริฐมนูกิจ 33 ถนนประเสริฐมนูกิจ (ทล. 351) แขวง คลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม กรุงเทพฯ	8-1-13	เป็นเจ้าของ	BAY
เนอวานา บียอนด์ แอท บีช พัทยา	บ้านเดี่ยว 3 ชั้น	ซอยนาจอมเทียน 12 ถนนสุขุมวิท (ทล. 13) ตำบลนาจอมเทียน อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี	4-2-41	เป็นเจ้าของ	LHBANK
เนอวานา บียอนด์ ศรีนครินทร์	บ้านเดี่ยว 3 ชั้น	ถนนเฉลิมพระเกียรติ ร.9 แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพฯ	12-2-69	เป็นเจ้าของ	SCB
เนอวานา บียอนด์ พระราม 2	บ้านเดี่ยว 3 ชั้น	ตำบลบางบอน, แสมดำ (บางบอน) อำเภอบางขุนเทียน กรุงเทพฯ	40-3-84.7	เป็นเจ้าของ	SCB
เนอวานา ไอคอน วงแหวน-พระราม 9	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	ซอยกรุงเทพกรีฑา 32 ถนนกรุงเทพกรีฑา แขวงสะพานสูง เขตสะพานสูง กรุงเทพฯ	8-0-25.1	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
เดอะ ธารา	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	ซอยพระยาสุเรนทร์ 35 ถนนพระยาสุเรนทร์ แขวงบางชัน เขตมีนบุรี กรุงเทพฯ	8-3-81	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
เนอวานา อินโทร วงแหวน-เกษตรวมินทร์	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	ถนนเลียบวงแหวนฝั่งตะวันออก แขวง คันนายาว เขตคันนายาว กรุงเทพฯ	11-3-2.4	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
เนอวานา คัพเวอร์ อ่อนนุช	ทาวน์โฮม	ซอยอ่อนนุช 65 (ซอยพัฒนาชุมชน) ถนนอ่อนนุช (สุขุมวิท 77) แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพฯ	17-0-73	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
เนอวานา คลัสเตอร์ รามคำแหง	ทาวน์โฮม 2 ชั้น และ 3 ชั้น	แขวงสะพานสูง เขตสะพานสูง (บางกะปิ) กรุงเทพฯ	14-2-44.5	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
เนอวานา ดีฟายน์ พระราม 9	ทาวน์โฮม 3 ชั้น	แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ	5-2-85	เป็นเจ้าของ	LHBANK
แอทเวิร์ค รามอินทรา	โฮมออฟฟิศ	แขวงอนุเสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ	9-0-31.9	เป็นเจ้าของ	SCB
แอทเวิร์ค เลิศหล้า	โฮมออฟฟิศ	แขวงคลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม กรุงเทพฯ	7-1-1	เป็นเจ้าของ	KBANK

หมายเหตุ BAY = ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

LHBANK = ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

SCB = ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

KBANK = ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

4.2 นโยบายการลงทุนและบริหารงานในบริษัทย่อย และบริษัทร่วม

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และเอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจของบริษัทฯ โดยพิจารณาจากผลตอบแทน และความเสี่ยงของการลงทุนเป็นสำคัญ โดยการพิจารณาการลงทุนจะดำเนินการโดยผ่านการอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ และ/หรือ ที่ประชุมผู้ถือหุ้น แล้วแต่กรณี ทั้งนี้ ในการบริหารงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม บริษัทฯ จะแต่งตั้งตัวแทนจากบริษัทฯ เข้าไปร่วมเป็นกรรมการในบริษัทนั้นๆ ในสัดส่วนที่เหมาะสม เพื่อกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ให้เป็นไปในทิศทางที่เหมาะสม และเกิดประโยชน์สูงสุดแก่กลุ่มบริษัทฯ

ประกันภัยและการประกันภัยทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 กลุ่มบริษัทฯ ได้ทำประกันความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

ประเภทของการประกันภัย	ทุนประกัน (ล้านบาท)	ระยะเวลาประกันภัย	ผู้เอาประกันภัย / ผู้รับ ผลประโยชน์
ประกันอัคคีภัยโรงงาน อ.ดอนตูม จ.นครปฐม	15.36	22 ส.ค. 59 ถึง 22 ส.ค.60	ธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง
ประกันความเสี่ยงทรัพย์สินอันเนื่องมาจาก อัคคีภัย ไฟฟ้า ภัยระเบิด ภัยจากควัน ภัยจาก น้ำ (ยกเว้นน้ำท่วม) การจราจล สำนักงานใหญ่	8.78	10 พ.ย. 59 ถึง 10 พ.ย.60	บริษัทฯ

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

-ไม่มี-

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ข้อมูลทั่วไป ณ เดือน มีนาคม 2560

ชื่อบริษัท	:	บริษัท ไดอิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
ชื่อย่อหลักทรัพย์	:	DAII
สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	123 อาคารชั้นทาวเวอร์ส เอ ชั้น 11 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 โทรศัพท์ : 02-105-6789 โทรสาร : 02-105-6787 www.daiigroup.com
ประเภทธุรกิจ	:	ประกอบธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง
หมายเลขทะเบียนบริษัท	:	0107547000851
ทุนจดทะเบียน	:	1,180,600,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 1,180,600,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท
ทุนชำระแล้ว	:	1,180,599,978 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 1,180,599,978 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท

บุคคลอ้างอิงอื่น

นายทะเบียนหลักทรัพย์	:	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400 โทรศัพท์ : 02-009-9000 โทรสาร : 02-009-9001
ผู้สอบบัญชี	:	บริษัท บัญชีกิจ จำกัด 87/102-103 อาคารโมเดิร์นทาวน์ ชั้น 9 เอกมัยซอย 3 ถนนสุขุมวิท 63 เขตวัฒนา เอกมัย กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์ : 02-382-0414 โทรสาร : 02-381-5849

ข้อมูลทั่วไปของนิติบุคคลที่บริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 10 ขึ้นไป (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559)

ชื่อบริษัท/ที่อยู่	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (บาท)	ชนิด ของหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออก และชำระแล้ว (หุ้น)	มูลค่าหุ้น (บาท)	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)
บริษัท คิวเทค โปรดักส์ จำกัด 123 อาคารชั้นทาวเวอร์ส เอ ชั้น 11 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 โทรศัพท์ : 02-105-6789 โทรสาร : 02-105-6787	พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ เพื่อการค้า	10,000,000	สามัญ	1,000,000	10	99.99
บริษัท เอเทค เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด 123 อาคารชั้นทาวเวอร์ส เอ ชั้น 11 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 โทรศัพท์ : 02-105-6789 โทรสาร : 02-105-6787	จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ประตูหน้าต่าง อลูมิเนียมสำเร็จรูป	7,000,000	สามัญ	700,000	10	99.99
บริษัท ดีจี โฮม เซ็นเตอร์ จำกัด 123 อาคารชั้นทาวเวอร์ส เอ ชั้น 11 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 โทรศัพท์ : 02-105-6789 โทรสาร : 02-105-6787	รับเหมาก่อสร้าง	8,000,000	สามัญ	800,000	10	99.99
บริษัท กินซ่าโฮม จำกัด 123 อาคารชั้นทาวเวอร์ส เอ ชั้น 11 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 โทรศัพท์ : 02-105-6789 โทรสาร : 02-105-6787	รับเหมาก่อสร้าง	5,000,000	สามัญ	500,000	10	99.99

ชื่อบริษัท/ที่อยู่	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (บาท)	ชนิด ของหุ้น	จำนวนหุ้นที่ออก และชำระแล้ว (หุ้น)	มูลค่าหุ้น (บาท)	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)
บริษัท แลนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด 1 ซอยลาดพร้าว 19 ถนนลาดพร้าว แขวงจอมพล เขต จตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 โทรศัพท์ : 02-938-3460	ให้เช่าอาคารสำนักงาน	40,000,000	สามัญ	4,000,000	10	14.89

ตามมติที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2559 ซึ่งประชุมเมื่อวันที่ 16 ธันวาคม 2559 ได้มีมติอนุมัติการซื้อหุ้นสามัญทั้งหมดของบริษัท เนอวานา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (“เนอวานา”) จำนวน 8,787,681 หุ้น จากผู้ถือหุ้นของเนอวานา คือ บริษัท สิงห์ เอสเตท จำกัด (มหาชน) จำนวน 4,481,717 หุ้น และจากผู้ถือหุ้นรายอื่นอีก จำนวน 28 ราย จำนวน 4,305,964 หุ้น โดยภายหลังจากที่บริษัทฯ เข้าถือหุ้นของเนอวานาแล้ว จะรับโอนกิจการทั้งหมด (Entire Business Transfer) ได้แก่ สินทรัพย์และหนี้สินทั้งปวง ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงสิทธิ หน้าที่ ภาระ ข้อผูกพันต่างๆ และความรับผิดชอบใดๆ ที่เนอวานาพึงมี ณ วันโอนกิจการ รวมถึงหุ้นทั้งหมดที่เนอวานาถืออยู่ใน

- (1) บริษัท เนอวานา คอนสตรัคชั่น จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 99.99
- (2) บริษัท เนอวานา ยู จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 99.99
- (3) บริษัท เนอวานา พระราม 9 จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 99.99
- (4) บริษัท ทรีพีธนารินทร์ จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 99.99
- (5) บริษัท เนอวานารีเวอร์ จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 70 (บริษัท เนอวานารีเวอร์ จำกัด เป็นการร่วมทุนระหว่างเนอวานา และบริษัท บีพี พาร์ทเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 70 และร้อยละ 30 ตามลำดับ บริษัท บีพี พาร์ทเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เป็นนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายของประเทศสาธารณรัฐสิงคโปร์ โดยมีผู้ถือหุ้นเพียงรายเดียวคือ นายปาริฉัตร แยมพันธ์ ซึ่งเป็นบุคคลที่ไม่เข้าข่ายเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกันของบริษัทฯ)