

3.2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

3.2.1 ลักษณะการบริการ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจที่มีรายได้จากการถือหุ้นในบริษัทอื่นเป็นหลัก (holding company) ซึ่งมีธุรกิจหลักคือ ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อขาย โดยภายหลังการทำคำเสนอซื้อแล้วเสร็จ บริษัทฯ จะลงทุนในบริษัทที่ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อขายในสัดส่วนร้อยละ 100 ของสินทรัพย์รวมของบริษัทฯ (สามารถพิจารณารายละเอียดการคำนวณได้ในส่วนที่ 1 หัวข้อ 3.1 นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ เรื่องการพิจารณาขนาดของบริษัทในการอนุญาตให้ holding company เสนอขายหุ้นที่ออกใหม่) เนื่องจากบริษัทฯ ยังไม่มีการเข้าลงทุนในธุรกิจที่สร้างรายได้อย่างต่อเนื่อง (recurring income) ซึ่งบริษัทฯ มีแนวทางจะรักษาสัดส่วนเงินลงทุนในบริษัทประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อขายในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 75 โดยภายหลังการปรับโครงสร้างของกิจการ บริษัทฯ จะมีบริษัทย่อยที่ประกอบธุรกิจหลักเพียงบริษัทเดียว คือ PS ซึ่งประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อขาย

ปัจจุบัน PS ประกอบธุรกิจหลัก 2 ส่วน คือ

1. ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ภายในประเทศไทย
2. ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในต่างประเทศ

โดยไม่ว่าจะเป็นธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ทั้งในและต่างประเทศ บริษัทฯ จะดำเนินในธุรกิจที่ PS มีความชำนาญนั้นคือธุรกิจพัฒนาที่อยู่อาศัย และดำเนินธุรกิจอยู่บนความสามารถในการแข่งขันของ PS ที่สะสมมาเป็นระยะเวลานานและมีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันเท่านั้น

1. ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ภายในประเทศไทย

PS ดำเนินธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพื่อที่อยู่อาศัย 3 ประเภท ได้แก่ บ้านเดี่ยว ทาวน์เฮ้าส์/บ้านแฝด และอาคารชุด โดยเน้นการพัฒนาโครงการทุกพื้นที่ของกรุงเทพฯ และปริมณฑล รวมถึงเขตศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพฯ ในทำเลที่มีศักยภาพและการเจริญเติบโตสูง ในปี 2553 PS ได้เริ่มเปิดขายโครงการในต่างจังหวัด ได้แก่ นครปฐม ชลบุรี และภูเก็ต ในปี 2554 ได้เปิดโครงการแรกในขอนแก่น และเปิดขายเพิ่มในจังหวัดภูเก็ต นอกจากนี้ในปี 2557-2558 PS ได้ขยายสินค้าแนวราบไปในกลุ่มตลาดระดับราคาสูงขึ้น พร้อมปรับปรุงภาพลักษณ์ของแบรนด์ให้เกิดความชัดเจนในการบริหารของแต่ละกลุ่มธุรกิจมากยิ่งขึ้นเพื่อให้ธุรกิจยั่งยืน มีการเติบโตต่อเนื่อง และรักษาสถานะทางการเงินที่มั่นคง

2. ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในต่างประเทศ

PS มีนโยบายขยายการลงทุนไปยังตลาดต่างประเทศ โดยเริ่มพัฒนาโครงการแรกในสาธารณรัฐมัลดีฟส์ตั้งแต่ปี 2553 ตามด้วยสาธารณรัฐอินเดียและประเทศเวียดนาม ซึ่งจากการศึกษาและประเมินสถานการณ์การลงทุนอย่าง

ต่อเนื่อง ทั้งในด้านสภาพเศรษฐกิจ ด้านนโยบายการส่งเสริมการลงทุน รวมถึงโอกาสทางธุรกิจในแต่ละประเทศ PS ได้ตั้งเป้าหมายเน้นการพัฒนาโครงการที่สาธารณรัฐอินโดนีเซียเป็นหลัก

การพัฒนาโครงการที่สาธารณรัฐอินโดนีเซีย

หลังวิกฤติสินเชื่อซับไพรม์ซึ่งกระทบเศรษฐกิจโลก PS ได้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์เป็นโครงการบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮ้าส์สำหรับกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางในเมืองบังกอลอร์มูลค่าประมาณ 1,480 ล้านบาท ซึ่งประสบผลสำเร็จด้วยดีและแล้วเสร็จในต้นปี 2559 หลังจาก PS ได้ศึกษาจนเข้าใจอุปสรรคการทำธุรกิจในอินโดนีเซียและเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภค รวมทั้งแนวโน้มตลาดแล้ว PS ได้ปรับกลยุทธ์เพื่อมุ่งเป้าตลาดบ้านเดี่ยวกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลาง และจะมุ่งตลาดอาคารชุดสำหรับกลุ่มผู้มีรายได้น้อยที่มีความต้องการที่อยู่อาศัยสูงมากในเมืองหลักขนาดใหญ่ที่มีการเติบโตสูงอย่างต่อเนื่อง

2.1 สาธารณรัฐอินโดนีเซีย เมืองบังกอลอร์

เป็นโครงการทาวน์เฮ้าส์และบ้านเดี่ยว ภายใต้ตราสินค้า “Pruksa Silvana” (บริษัทย่อยถือหุ้นร้อยละ 100) ซึ่งเป็นโครงการที่พักอาศัยแนวราบจำนวน 401 ยูนิต รวมมูลค่าโครงการ 1,504 ล้านบาท ประกอบด้วยบ้านเดี่ยว 321 หลัง และทาวน์เฮ้าส์ 80 หลัง และเริ่มโอนบ้านหลังแรกตั้งแต่เดือนธันวาคม 2554 เป็นต้นมา โดยในปี 2558 PS สามารถสร้างยอดขาย จำนวน 241 ล้านบาท และมีรายได้ 278 ล้านบาท ทั้งนี้ มียอดขายสะสมของโครงการที่ 1,422 ล้านบาท และยอดรายได้สะสมที่ 1,350 ล้านบาท ทั้งนี้ โครงการในประเทศอินโดนีเซียได้ปิดการขายแล้วและคาดว่าจะสามารถรับรู้รายได้ทั้งหมดได้ภายในปี 2559 ปัจจุบัน PS มีแผนจัดหาที่ดินที่มีศักยภาพแปลงใหม่ เพื่อพัฒนาโครงการต่อไป

2.2 สาธารณรัฐมัลดีฟส์ เมืองสุลุม่าเล่: Coral Ville Condominium

เป็นโครงการร่วมทุนกับ Housing Development Corporation (HDC) โดยที่ PS ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 80 PS ได้พัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมขนาดเล็กในเมืองสุลุม่าเล่ โดยในเฟสแรกประกอบด้วยคอนโดมิเนียม 5 ชั้น จำนวน 9 อาคาร รวมทั้งสิ้น 180 ยูนิต มูลค่า 376 ล้านบาท ซึ่ง PS ได้ดำเนินการก่อสร้างจนแล้วเสร็จ และโอนกรรมสิทธิ์ทั้งหมดให้กับลูกค้าแล้ว อย่างไรก็ตามเนื่องจากสภาพแวดล้อมในการประกอบธุรกิจที่ไม่เอื้ออำนวย เช่น ขนาดตลาดที่ค่อนข้างเล็กภาวะเศรษฐกิจของสาธารณรัฐมัลดีฟส์ที่มีความเปราะบางและปัญหาการขาดแคลนเงินตราต่างประเทศ ในระบบธนาคารจึงทำให้ PS ตัดสินใจไม่ดำเนินการลงทุนในเฟสถัดไป

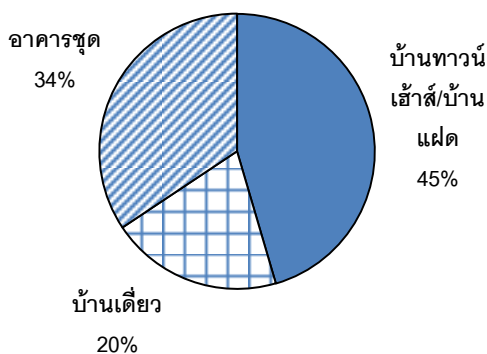
2.3 ประเทศเวียดนาม เมืองไฮฟอง

PS ได้จดทะเบียนตั้งบริษัทร่วมทุน (Pruksa Vietnam Company Limited) กับนักลงทุนท้องถิ่น (Hoang Huy Investment Services Joint Stock Company) เพื่อพัฒนาโครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้มีรายได้ต่ำ และได้รับใบอนุญาตการลงทุนตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2556 โดยถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 85 ของทุนจดทะเบียน อย่างไรก็ตามเนื่องจากบริษัทร่วมทุนประสบปัญหาในการจัดหาที่ดินเพื่อพัฒนาโครงการและเกิดข้อพิพาทขึ้น ทำให้ในปัจจุบัน PS หยุดการประกอบธุรกิจในเวียดนาม ทั้งนี้ PS ได้บันทึกค่าเผื่อการด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัทร่วมทุนดังกล่าวแล้วทั้งจำนวนในปี 2557

ในส่วนของ Prukha Vietnam Construction Company Limited ที่ PS เป็นผู้ถือหุ้นร้อยละ 100 นั้น ได้ดำเนินการปิดบริษัทแล้วเมื่อ 17 ธันวาคม 2558 เนื่องจาก PS หยุดการประกอบธุรกิจในเวียดนาม

ปัจจุบัน PS มีการประกอบธุรกิจใน 3 สายผลิตภัณฑ์ได้แก่ บ้านทาวน์เฮ้าส์/บ้านแฝด บ้านเดี่ยว และอาคารชุด

สัดส่วนรายได้ของ PS ในปี 2558



1. บ้านทาวน์เฮ้าส์/บ้านแฝด

โดยสรุป PS มีโครงการที่เปิดขายแล้วภายใต้ชื่อ (แบรนด์) ดังนี้

บ้านพุกษา	Prukha Silvana (สาธารณรัฐอินโดนีเซีย)	วิลเลต ซิตี้*	ฟรีเว่ ฟิเดลิโอ*
พุกษาวิลล์	วิลเลต ไลท์*	พุกษาทาวน์ พาราดีส*	พุกษาทาวน์ ฟรีเว่*
พาทีโอ	พุกษาทาวน์ เน็กซ์*	พุกษาทาวน์*	พุกษาไลฟ์*
เดอะคอนเนค	เดอะแพลนท์ซิตี*	พุกษาทาวน์ เน็กซ์*	เออร์บาน*

หมายเหตุ: *แบรนด์ที่ยกเลิกการพัฒนาต่อ

PS ได้ดำเนินการก่อสร้างพัฒนาโครงการบ้านทาวน์เฮ้าส์ภายใต้ตราสินค้าต่าง ๆ และรูปแบบบ้านที่แตกต่างกันออกไป โดยตั้งราคาของทาวน์เฮ้าส์ตั้งแต่ 1 ล้านบาท ถึง 5 ล้านบาท และมีกลุ่มเป้าหมายของสินค้ากลุ่มทาวน์เฮ้าส์หลักคือ ลูกค้ายุคใหม่ที่มีรายได้ระดับต่ำจนถึงปานกลาง รวมถึงขยายไปยังผู้มีรายได้ระดับค่อนข้างสูงที่ต้องการมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองและมีใช้เพื่อการเก็งกำไร

ตลาดทาวน์เฮ้าส์ อาคารพาณิชย์และบ้านแฝด มีขนาดประมาณร้อยละ 20 ของตลาดรวมที่อยู่อาศัยจากหน่วยบ้านที่จดทะเบียน และ PS มีสัดส่วนรายได้จากบ้านทาวน์เฮ้าส์ประมาณร้อยละ 45 ของรายได้ก่อสร้างทั้งหมดของ PS โดยปี 2558 และงวด 6 เดือนแรก ปี 2559 PS เปิดขายโครงการทาวน์เฮ้าส์ 34 โครงการและ 25 โครงการ ตามลำดับ

ยอดโอนกรรมสิทธิ์ในโครงการทาวน์เฮ้าส์	2556	2557	2558	งวด 6 เดือนแรก ปี 2559
จำนวน (หลัง)	10,941	10,880	10,696	4,957
รับรู้รายได้ของ PS (ล้านบาท)	20,669	22,791	23,026	11,463
จำนวนบ้านทาวน์เฮ้าส์ อาคารพาณิชย์และบ้านแฝดที่จดทะเบียนเพิ่มในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ¹	23,746	20,082	21,374	15,767

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลสังหาริมทรัพย์ นับเฉพาะที่สร้างโดยผู้ประกอบการ (ปรับปรุงข้อมูลล่าสุด ณ งวด 6 เดือนแรก ปี 2559)

2. บ้านเดี่ยว

โดยสรุป PS มีโครงการที่เปิดขายแล้วภายใต้ชื่อ (แบรนด์) ดังนี้

รหัส	เดอะแกลเลอรี*	พุกษาวิลเลจ*	พุกษาทาวน์ เซเรนิตี้*
เดอะแพลนท์	เนเชอรัล*	พุกษาบูรี*	Prukha Silvana (สาธารณรัฐอินโดนีเซีย)
เดอะปาล์ม	ชีนเนอรี่*	บ้านพุกษานารา*	
เดอะซีซั่น*	ดีไลท์*	วิฑู*	

หมายเหตุ: *แบรนด์ที่ยกเลิกการพัฒนาต่อ

ระดับราคาสำหรับกลุ่มเป้าหมายของสินค้ากลุ่มบ้านเดี่ยวของ PS คือ ลูกค้าในกลุ่มหลักที่ระดับราคา 3-7 ล้านบาท ดังนั้น PS จึงมีนโยบายที่มุ่งเน้นการออกแบบบ้านเดี่ยวทั้งในด้านสถาปัตยกรรมและวิศวกรรม ด้วยการเพิ่มนวัตกรรมต่างๆ และวิธีการก่อสร้างเพื่อให้ได้บ้านที่มีคุณภาพ ภายใต้การบริหารต้นทุนที่เพิ่มประสิทธิภาพมากขึ้น ทำให้ PS สามารถสร้างบ้านได้รวดเร็วกว่าเดิม ประหยัดต้นทุนขึ้น ส่งผลให้ลูกค้าสามารถซื้อบ้านในราคาที่คุ้มค่าขึ้น

นอกจากนี้ PS ยังได้มีการขยายตลาดบ้านเดี่ยวเข้าในตลาดราคา 10 ล้านบาท เพิ่มเติมจากโครงการเดิม (The Palm) คือ โครงการ The Plant Elite ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี PS ได้มีแผนขยายตัวทำโครงการระดับ Premium ซึ่งมีมูลค่าบ้านพร้อมที่ดิน 10 ล้านบาท ขึ้นไปเพิ่มเติมอีกในปี 2559 อีกทั้ง ยังมีการขยายโครงการทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด โดยเพิ่มจำนวนโครงการมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและเพิ่มการเติบโตของ PS

ตลาดบ้านเดี่ยวมีขนาดประมาณร้อยละ 27 ของตลาดรวมที่อยู่อาศัยจากหน่วยบ้านที่จดทะเบียนและ PS มีสัดส่วนรายได้จากบ้านเดี่ยวประมาณร้อยละ 20 ของรายได้สังหาริมทรัพย์ของ PS โดยปี 2558 และงวด 6 เดือนแรก ปี 2559 PS เปิดขายโครงการบ้านเดี่ยว 6 โครงการและ 1 โครงการ ตามลำดับ

ยอดโอนกรรมสิทธิ์ในโครงการบ้านเดี่ยว	2556	2557	2558	งวด 6 เดือนแรก ปี 2559
จำนวน (หลัง)	2,228	2,286	2,319	1,015
รับรู้รายได้ (ล้านบาท)	9,195	9,776	10,135	4,805
จำนวนบ้านเดี่ยวที่จดทะเบียนเพิ่มในเขตกรุงเทพฯ และ ปริมณฑล ¹	13,484	13,443	12,618	4,940

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ นับเฉพาะที่สร้างโดยผู้ประกอบการ (ปรับปรุงข้อมูลล่าสุด ณ งวด 6 เดือนแรก ปี 2559)

3. อาคารชุด (Condominium)

โดยสรุป PS มีโครงการที่เปิดขายแล้ว ภายใต้ชื่อ (แบรนด์) ดังนี้

เดอะรีซิเดนซ์	เดอะ ทรี	Stylish Residence*
ไอวี	แชปเตอร์วัน คอนโด	คอนโดเลต*
เออร์บาน	พลัม คอนโด	ฟิวส์*
เดอะไพรเวซี	ดิ เอดิเตอร์*	

หมายเหตุ: *แบรนด์ที่ยังยกเลิกการพัฒนาต่อ

PS ได้ปรับกลยุทธ์การตลาดและโครงสร้างรายได้จากการเล็งเห็นการเปลี่ยนแปลงของความต้องการที่อยู่อาศัยในกรุงเทพฯ และปริมณฑลอย่างรวดเร็ว ประกอบกับระบบการขนส่งสาธารณะที่เปลี่ยนแปลง เช่น โครงการรถไฟฟ้าทำให้เกิดความต้องการที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดสูงมากตั้งแต่ปี 2550 โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือกลุ่มผู้มีรายได้ระดับน้อยถึงปานกลาง PS ได้มีการพัฒนารูปแบบโครงการภายใต้ตราสินค้าดังกล่าว ซึ่งมีระดับราคาตั้งแต่ 0.7 ล้านบาท จนถึง 15 ล้านบาท โดยภายหลังปี 2555 ที่เศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัวจากภาวะน้ำท่วม และมีความต้องการที่อยู่อาศัยตามเส้นทางที่มีการก่อสร้างทางเดินรถไฟฟ้า ความต้องการมีบ้านที่ 2 เพื่ออยู่อาศัยเป็นครั้งคราว และการเดินทางเข้ามาทำงานในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล เพิ่มขึ้น PS จึงได้เข้าสู่กลุ่มลูกค้าที่เน้นทำเลย่านใจกลางเมือง หรือทำเลที่ใกล้รถไฟฟ้า หรือสถานศึกษา เช่น สารว สพานควาย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ฯลฯ นอกเหนือจากการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของโครงการอาคารชุดระดับราคาต่ำกว่า 1 ล้านบาท และราคา 1-2 ล้านบาท เนื่องจากแนวโน้มของอาคารชุดระดับราคาดังกล่าวเป็นตลาดที่มีแนวโน้มการขยายตัวในอัตราสูงอย่างต่อเนื่อง นอกจากนั้น PS ยังเปิด “เดอะ ไพรเวซี” ซึ่งเน้นอาคารชุดขนาดเล็ก สร้างเสร็จเร็ว และมีทำเลในซอย

ตลาดอาคารชุดในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลมีขนาดร้อยละ 53 ของตลาดรวมที่อยู่อาศัยจากหน่วยบ้านที่จดทะเบียน และ PS มีสัดส่วนรายได้จากอาคารชุดประมาณร้อยละ 34 ของรายได้อสังหาริมทรัพย์ของ PS โดยยอดการโอน 3 ปี ย้อนหลังและงวด 6 เดือนแรกปี 2559 ของ PS มีดังนี้

ยอดโอนกรรมสิทธิ์ในโครงการอาคารชุด	2556	2557	2558	งวด 6 เดือนแรก ปี 2559
จำนวน (หลัง)	3,800	3,800	7,624	4,994
รับรู้รายได้ (ล้านบาท)	8,450	9,694	17,236	7,535
จำนวนอาคารชุดที่จดทะเบียนเพิ่มในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ¹	69,532	75,058	67,424	47,045

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ นับเฉพาะที่สร้างโดยผู้ประกอบการ (ปรับปรุงข้อมูลล่าสุด ณ งวด 6 เดือนแรก ปี 2559)

โครงการปัจจุบันของ PS ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2559 ประกอบด้วย 168 โครงการ แบ่งเป็นมูลค่าทั้งหมด ขายได้แล้วและส่วนที่เหลือขาย ดังนี้

โครงการ ณ ม.ย. 59	จำนวนโครงการ	มูลค่าโครงการ		รายได้		ยอดรอรับรู้รายได้		ยอดขาย		ยอดส่วนที่เหลือขาย	
		เปิดขาย	ยูนิต	ล้านบาท	ยูนิต	ล้านบาท	ยูนิต	ล้านบาท	ยูนิต	ล้านบาท	ยูนิต
บ้านพุกผา	27	9,997	19,718	4,266	8,185	500	1,041	4,766	9,226	5,231	10,492
พาทีโอ	4	897	3,938	192	776	51	229	243	1,004	654	2,934
พุกผาไลฟ์	2	505	1,081	271	565	20	47	291	612	214	469
พุกผาทาวน์	16	4,753	12,300	3,215	7,472	249	797	3,464	8,268	1,289	4,032
พุกผาวิลเลต	1	292	678	97	214	14	39	111	252	181	426
พุกผาวิลลส์	36	9,994	25,184	3,850	9,204	426	1,138	4,276	10,342	5,718	14,842
เดอะคอนเนค	11	3,206	10,661	1,540	4,264	79	256	1,619	4,520	1,587	6,141
เดอะแพลนท์	2	763	2,912	389	1,431	27	109	416	1,540	347	1,372
วิลเลต	3	1,163	3,691	581	1,889	61	223	642	2,112	521	1,579
ยอดรวมทาวน์เฮ้าส์	102	31,570	80,164	14,401	33,998	1,427	3,878	15,828	37,877	15,742	42,287
ภัตตร	9	2,646	11,002	1,005	3,954	148	686	1,153	4,640	1,493	6,362
พุกผาบุรี	1	189	813	126	521	12	57	138	577	51	236
พุกผาวิลเลจ	9	2,524	9,227	1,418	4,956	88	390	1,506	5,346	1,018	3,881
เดอะปาล์ม	2	299	3,509	128	1,549	30	413	158	1,962	141	1,547
เดอะแพลนท์	11	2,177	11,411	1,060	5,182	107	805	1,167	5,987	1,010	5,424
พุกผาทาวน์	3	521	2,447	259	1,097	30	161	289	1,258	232	1,189
พุกผานาวา	2	530	1,847	331	1,168	16	63	347	1,231	183	616
ยอดรวมบ้านเดี่ยว	37	8,886	40,255	4,327	18,427	431	2,574	4,758	21,001	4,128	19,255
แซนด์เบอร์วิน	1	517	1,894	-	0	478	1,732	478	1,732	39	162
คอนโดแลต	3	1,002	3,706	890	3,198	56	251	946	3,448	56	257
ฟิวส์	3	2,323	6,681	1,368	3,543	133	424	1,501	3,967	822	2,714
พลัม คอนโด	10	17,909	21,843	6,577	7,040	5,493	7,755	12,070	14,795	5,839	7,048
ไพรเวซี	7	1,200	2,185	618	1,113	356	611	974	1,724	226	461
สโตร์ริช	1	272	1,886	194	1,293	30	190	224	1,482	48	403
เดอะทรี	3	4,492	11,128	1,492	3,767	1,586	4,262	3,078	8,029	1,414	3,098
เออร์บานโน แอปโซลูท	1	253	2,044	-	0	218	1,646	218	1,646	35	398
ยอดรวมอาคารชุด	29	27,968	51,366	11,139	19,954	8,350	16,870	19,489	36,824	8,479	14,542
โครงการที่กำลังจะปิด						98	363				
ยอดรวมทั้งหมด	168	68,424	171,785	29,867	72,379	10,306	23,685	40,075	95,702	28,349	76,084

3.2.2 โครงสร้างรายได้

บริษัทฯ เพิ่งจัดตั้งเมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2559 ทำให้บริษัทฯ ยังไม่มีผลการดำเนินงานและฐานะการเงินที่เป็นสาระสำคัญอันมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุน อย่างไรก็ตาม ภายหลังจากการปรับโครงสร้างการถือหุ้นแล้วเสร็จ หากบริษัทฯ สามารถซื้อหลักทรัพย์ของ PS ได้ทั้งหมด ฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ จะเหมือนฐานะการเงินและผลการดำเนินงานตามงบการเงินรวมของ PS ณ สิ้นปี 2556-2558 และ สิ้นสุด ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2559 ซึ่งมีโครงสร้างรายได้แยกตามประเภทผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้

ประเภท ผลิตภัณฑ์ ⁽¹⁾	งบการเงินรวม							
	ปี 2556		ปี 2557		ปี 2558		งวด 6 เดือนแรก ปี 2559	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
ทาวน์เฮ้าส์ (ไทย)	20,669	52.9	22,791	53.0	23,023	44.8	11,463	47.8
บ้านเดี่ยว (ไทย)	9,195	23.6	9,776	22.7	10,135	19.7	4,805	20.0
อาคารชุด (ไทย)	8,450	21.6	9,694	22.5	17,236	33.5	7,535	31.4
ต่างประเทศ	497	1.3	441	1.0	278	0.5	85	0.4
รวม	38,811	99.4	42,702	99.2	50,672	98.5	23,888	99.7
อื่นๆ ⁽²⁾	37	0.1	79	0.2	568	1.1	6	0.0
รายได้ อสังหาริมทรัพย์	38,848	99.5	42,781	99.4	51,240	99.6	23,894	99.7
รายได้อื่น	193	0.5	246	0.6	198	0.4	76	0.3
รายได้รวมทั้งหมด	39,041	100.0	43,027	100.0	51,438	100.0	23,970	100.0

หมายเหตุ : (1) หมายเหตุประกอบงบการเงินปี 2558 (ข้อ 22) และงบการเงินไตรมาส 2 ปี 2559 (ข้อ 13) ของ PS ได้นำเสนอรายได้จำแนกตามส่วนงาน ซึ่งเป็นการจำแนกรายได้ตามโครงสร้างองค์กรและการบริหารงาน ในขณะที่ข้อมูลตามตารางด้านบนเป็นการจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์

(2) อื่นๆ ประกอบด้วยรายได้จากการขายที่ดินเปล่าและรายได้จากค่าก่อสร้าง

รายได้หลักของ PS มาจากบ้านทาวน์เฮ้าส์และบ้านเดี่ยว โดยรายได้จากบ้านทาวน์เฮ้าส์คิดเป็นประมาณร้อยละ 53 ของรายได้รวมในปี 2556 – 57 และประมาณร้อยละ 45 – 48 ของรายได้รวมในปี 2558 และงวด 6 เดือนแรกปี 2559 ในขณะที่รายได้จากบ้านเดี่ยวคิดเป็นประมาณร้อยละ 23 – 24 ของรายได้รวมในปี 2556 – 57 และประมาณร้อยละ 20 ของรายได้รวมในปี 2558 และงวด 6 เดือนแรกปี 2559 โดยสาเหตุที่สัดส่วนรายได้จากบ้านทาวน์เฮ้าส์และบ้านเดี่ยวลดลงเป็นเพราะรายได้จากอาคารชุดเติบโตขึ้นมากในช่วงปี 2558 – 59 เนื่องจากมีอาคารชุดที่ก่อสร้างเสร็จและสามารถโอนกรรมสิทธิ์เพื่อรับรู้รายได้เป็นจำนวนหลายโครงการ ทั้งนี้ รายได้จากอาคารชุดคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 22 ในปี 2556 – 2557 และเพิ่มเป็นร้อยละ 32 – 34 ของรายได้รวมในปี 2558 และงวด 6 เดือนแรกปี 2559 จากสาเหตุที่กล่าว

ข้างต้น PS มีรายได้ต่างประเทศจากการพัฒนาโครงการในมัลดีฟส์และอินเดีย อย่างไรก็ตาม โครงการในมัลดีฟส์ได้ดำเนินการขายและรับรู้รายได้ทั้งหมดแล้วในปี 2556 ในขณะที่โครงการในอินเดียกำลังอยู่ระหว่างการพิจารณาลงทุนเพิ่มเติม ทำให้ในปี 2558 และงวด 6 เดือนแรกปี 2559 PS มีรายได้จากต่างประเทศลดลงจากในช่วงปี 2556 – 57

3.2.3 การตลาดและการแข่งขัน

3.2.3.1 นโยบายการตลาด

พุกกะโฮล์ด หรือ PSH

-ไม่มี-

พุกกะโฮล์ด เอสเตท หรือ PS

PS มีการวางนโยบายและกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อส่งเสริมการจำหน่ายดังนี้

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์: PS มีการขยายผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ตั้งแต่ช่วงปี 2550 ให้ครอบคลุม โดยมีเป้าหมายที่จะเป็นผู้นำในตลาดกลาง-ล่าง ในทุกผลิตภัณฑ์ ในพื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล รวมถึงเขตศูนย์กลางธุรกิจและปัจจุบัน PS ยังได้มีการขยายกลุ่มเป้าหมายไปยังตลาดกลาง-บน และตลาดต่างจังหวัด เพื่อตอบสนองความต้องการด้านที่อยู่อาศัยที่มีคุณภาพของลูกค้าทั่วประเทศ PS ยังไม่หยุดยั้งในการแสวงหาเทคโนโลยี การสร้างที่อยู่อาศัยที่มีประสิทธิภาพมาตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อบ้านอยู่เสมอ โดยเฉพาะการใช้องค์ประกอบหรือชิ้นส่วนสำเร็จรูป ซึ่งทำให้สามารถควบคุมคุณภาพได้ตามมาตรฐาน ตั้งแต่ขั้นตอนการผลิต และทำให้สามารถสร้างที่อยู่อาศัยได้รวดเร็วตามกำหนดเวลาที่ตกลงไว้กับลูกค้า อีกทั้ง PS ยังได้ใช้วิธีการบริหารสินค้าคงเหลือ (Inventory Management) เพื่อบริหารสินค้าคงเหลือให้สอดคล้องกับยอดขายที่อยู่อาศัยอีกด้วย

กลยุทธ์ด้านราคา: PS ได้เล็งเห็นถึงช่องว่างในตลาดที่อยู่อาศัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดที่อยู่อาศัยราคาไม่สูงซึ่งเหมาะสำหรับผู้มีรายได้ระดับต่ำถึงปานกลาง PS จึงมุ่งเน้นตลาดที่อยู่อาศัยระดับนี้ PS มีต้นทุนการสร้างบ้านที่ต่ำกว่าผู้ประกอบการรายอื่น เนื่องจาก PS เป็นผู้บริหารจัดการงานก่อสร้างด้วยตัวเอง ประกอบกับการที่ PS ใช้เทคโนโลยีการสร้างบ้านที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ ทำให้มีต้นทุนการผลิตต่ำและสามารถก่อสร้างบ้านได้รวดเร็ว ดังนั้น PS จึงสามารถกำหนดราคาขายได้ต่ำกว่าผู้ประกอบการทั่วไปประมาณร้อยละ 10-15 สำหรับบ้านทาวน์เฮ้าส์ และบ้านเดี่ยว

กลยุทธ์ด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์: PS มุ่งเน้นกลยุทธ์การสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีประสิทธิภาพ โดยการบริหารจัดการงบประมาณการโฆษณาในระดับองค์กรให้เหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด สำหรับแคมเปญการตลาด PS พิจารณาอัตรา SOV (Share of voice) และ SOM (Share of market) เพื่อกำหนดสัดส่วนของประเภทสื่อให้ได้ผลลัพธ์สูงสุด แต่ยังคงช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและสอดคล้องกับรูปแบบวิถีชีวิตของผู้บริโภค สำหรับ

กิจกรรมการตลาดองค์กร ด้านอื่น ๆ PS ยังคงดำเนินการอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าบ้านสังคมและสิ่งแวดล้อม อาทิ โครงการทุนพุกกะโฮล์ม ต่อเนื่องเป็นปีที่ 13 โครงการ “พุกกะโฮล์ม กรีน ลิฟวิ่ง เฮลท์ตี้” (Pruksha Green Living Healthy) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 12 ให้บริการตรวจสอบคุณภาพเคลื่อนที่ฟรีให้กับลูกค้าบ้านและประชาชนทั่วไป และโครงการพุกกะโฮล์ม ใจรักภักดี บริจาคโลหิต ถวายพ่อหลวงของแผ่นดิน ร่วมกับสมาคมกาชาดไทยต่อเนื่องเป็นครั้งที่ 20

กลยุทธ์ด้านการจำหน่าย: PS มีการใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยการขายตรงผ่านสำนักงานขายของ PS เองเป็นหลัก นอกจากนี้ยังมีการเสนอขายบ้านผ่านงานมหกรรมบ้านและที่อยู่อาศัยอีกด้วย รวมทั้งยังมีการส่งเสริมการขายสำหรับโครงการที่จะเปิดขายใหม่เพื่อขยายฐานกลุ่มลูกค้าของ PS หลายวิธี เช่น โครงการ “Member - get - member” โดยลูกค้าที่สามารถแนะนำลูกค้ารายใหม่ให้กับ PS จะได้รับเงินค่าแนะนำ ซึ่งในปัจจุบัน PS มีฐานลูกค้ามากกว่า 80,000 ครัวเรือน

นอกจากนี้ PS ยังมีแผนการที่จะขยายหน่วยธุรกิจเพื่อเป็นหน่วยธุรกิจรองรับและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับธุรกิจหลักของ PS รวมถึงการใช้ประโยชน์จากฐานลูกค้ากว่า 80,000 ครัวเรือน ในการต่อยอดธุรกิจในระยะยาว

ทั้งนี้ ก่อนการพัฒนาโครงการบ้านทาวเฮ้าส์ บ้านเดี่ยว และคอนโดมิเนียม PS มีกลยุทธ์ในการจัดจำหน่ายของแต่ละผลิตภัณฑ์ ดังนี้

กลุ่มทาวเฮ้าส์ / TH

บริษัทจะทำการศึกษาความต้องการของลูกค้าก่อนวางแผนเปิดขาย โดยส่วนมากทางบริษัทจะทำการสร้างบ้านพร้อมอยู่ (ready to move in) จำนวนหนึ่งของโครงการ เพื่อให้ลูกค้าสามารถชมบ้านที่พร้อมอยู่ได้จริง เมื่อลูกค้าทำการจอง (presale) บริษัทก็จะทำการตรวจสอบสถานะทางการเงินของลูกค้า (pre-approval) ซึ่งภายใน 2 อาทิตย์หลังจากกระบวนการ pre-approval บริษัทสามารถโอนกรรมสิทธิ์ (transfer) ให้กับลูกค้าได้เลย

กลุ่มบ้านเดี่ยว / SDH

บริษัทจะศึกษาความต้องการของลูกค้าก่อนวางแผนเปิดขาย ซึ่งกลยุทธ์ในการสร้างและขายของโครงการบ้านเดี่ยวแบ่งเป็น 3 กลยุทธ์หลัก ดังนี้

1. บริษัทจะทำการสร้างบ้านพร้อมอยู่ (ready to move in) จำนวนหนึ่งของโครงการ เพื่อให้ลูกค้าสามารถชมบ้านที่พร้อมอยู่ได้จริง เมื่อลูกค้าทำการจอง (presale)
2. บริษัทสร้างบ้านตัวอย่างเป็นต้นแบบโครงการ แต่จะรอให้ลูกค้าทำการจอง (presale) ก่อน บริษัทจึงจะดำเนินการก่อสร้าง ซึ่งใช้เวลาก่อสร้างประมาณ 1 เดือน ในการสร้างได้แล้วเสร็จ จากนั้นจะเป็นกระบวนการโอนกรรมสิทธิ์ให้ลูกค้า
3. กลุ่มบ้านเดี่ยวระดับพรีเมียม เพื่อเป็นการสร้างทัศนียภาพ บริษัทจะทำการสร้างบ้านพร้อมอยู่ไว้ก่อนจำนวนหนึ่ง จากนั้นทำการ pre-approval ให้กับลูกค้า โดยใช้เวลาประมาณ 2 อาทิตย์ ในการโอนกรรมสิทธิ์ให้ลูกค้า

กลุ่มคอนโดมิเนียม / Condo

หลังจากที่บริษัททำการศึกษาตลาดและสามารถมั่นใจว่าสามารถสร้างและพัฒนาโครงการบนพื้นที่เหล่านั้นได้จริง บริษัทจะทำการเปิดขาย (presale) ให้ลูกค้าเข้ามาจอง และหากพบว่ามีการตอบรับที่ดีจากลูกค้า บริษัทจึงจะทำการพัฒนาและสร้างโครงการ

3.2.3.2 สภาวะตลาดและสภาพการแข่งขัน

แนวโน้มเศรษฐกิจปี 2559

ปี 2559 เศรษฐกิจโลกยังอยู่ในภาวะผันผวน โดยธนาคารกลางประเทศหลักยังคงดำเนินนโยบายการเงินแบบผ่อนคลาย ด้วยการคงอัตราดอกเบี้ยในระดับต่ำถึงติดลบต่อเนื่อง และดำเนินมาตรการอัดฉีดเม็ดเงินกระตุ้นเศรษฐกิจเพิ่มเติม โดยธนาคารกลางสหรัฐฯ (FED) ปรับลดประมาณการ GDP สหรัฐฯ ลงจาก 2.2% เป็น 2.0% อีกทั้งสถานการณ์ BREXIT ยังคงส่งผลกระทบต่อตลาดการเงินทั่วโลก คาดการณ์ต้นทุนของเศรษฐกิจยุโรป อาจชะลอตัวจากความเชื่อมั่นทางธุรกิจที่สั่นคลอน เศรษฐกิจจีนยังมีแนวโน้มชะลอตัวจากปัญหานี้เสีย (NPL) ระดับสูง ส่งผลต่อการขยายตัวของตลาดสินเชื่อและภาคอสังหาริมทรัพย์ นอกจากนี้ เศรษฐกิจญี่ปุ่นยังคงได้รับแรงหนุนจากการกระตุ้นเศรษฐกิจต่อเนื่อง จากปัจจัยดังกล่าว ส่งผลให้มีเม็ดเงินไหลเข้าลงทุนในภูมิภาคเอเชีย รวมถึงประเทศไทยปริมาณมาก ซึ่งกระทบโดยตรงต่อการแข่งขันของเงินบาทจุดภาคการส่งออก ทั้งนี้ เศรษฐกิจไทยยังคงได้รับแรงขับเคลื่อนจากการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐและภาคการท่องเที่ยวที่ยังมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องในช่วงครึ่งปีหลัง รวมถึงสัญญาณการฟื้นตัวดีจากการบริโภคภาคครัวเรือนจากรายได้เกษตรกรที่ปรับตัวดีขึ้น และราคาน้ำมันโลกยังคงทรงตัวในระดับต่ำจากปัญหาอุปทานน้ำมันโลกฉุดตลาด นอกจากนี้ ปัญหานี้ครัวเรือนไทยต่อ GDP มีแนวโน้มลดลงในรอบ 6 ปี จากสินเชื่อโครงการรถคันแรกจะทยอยหมดอายุในเดือนกันยายน 2559 นี้ ส่งผลให้ภาพรวมตลาดอสังหาริมทรัพย์ยังคงมีสัญญาณเชิงบวกอยู่ จากความต้องการที่อยู่อาศัยอย่างชัดเจนของประชากรไทย และกลุ่มนักลงทุนต่างชาติและไทย

มูลค่าตลาดที่อยู่อาศัยในประเทศไทยในปี 2558 ประมาณ 511,000 ล้านบาท โดยกรุงเทพฯ และปริมณฑล มีสัดส่วนมากที่สุดร้อยละ 69 ภาคตะวันออกมีสัดส่วนร้อยละ 12 ภาคกลาง ภาคเหนือ และภาคใต้มีสัดส่วนร้อยละ 5 เท่า ๆ กัน และภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีสัดส่วนร้อยละ 4

ตารางที่ 1 : แสดงมูลค่าตลาดที่อยู่อาศัยในประเทศไทย แบ่งตามภูมิภาค ปี 2558

	ภาคเหนือ ⁽¹⁾	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ⁽¹⁾	ภาคกลาง ⁽¹⁾	ภาคตะวันออก ⁽¹⁾	ภาคใต้ ⁽¹⁾	กรุงเทพฯ ปริมณฑล	รวม
มูลค่าตลาด (ล้านบาท)	23,264	20,590	26,767	60,994	24,805	354,799	511,219
สัดส่วน ร้อยละ	5	4	5	12	5	69	100

หมายเหตุ : (1) มูลค่าตลาดจากการวิเคราะห์โดย สายงานกลยุทธ์และพัฒนาธุรกิจใหม่ บริษัท พุกกะโฮล์ด จำกัด (มหาชน)

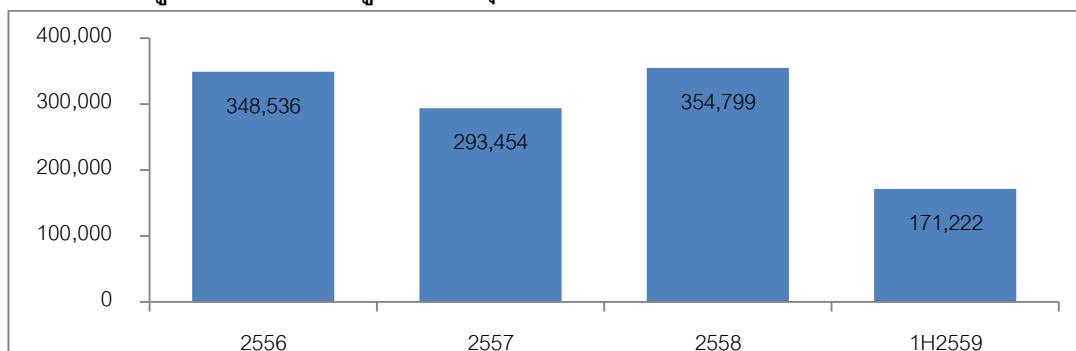
ที่มา : สายงานกลยุทธ์และพัฒนาธุรกิจใหม่ บริษัท พุกกะโฮล์ด จำกัด (มหาชน)

สถานะตลาดที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ปี 2558 ตลาดที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีปริมาณการซื้อขายจากกลุ่มนักลงทุนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมากขึ้น ส่งผลให้ภาพรวมของตลาดที่อยู่อาศัยเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 21 เมื่อเทียบกับปี 2557 ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการที่โครงการเปิดใหม่อยู่ในระดับบนและพรีเมียมมากขึ้น

สำหรับสถานะตลาดที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในครึ่งปีแรกของปี 2559 มีมูลค่าตลาดรวมอยู่ที่ 171,222 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 48 ของมูลค่าตลาดในปี 2558 ซึ่ง PS มีมูลค่ายอดขายอยู่ที่ 19,670 ล้านบาท ทำให้ PS ยังคงเป็นผู้นำตลาดที่อยู่อาศัยอันดับ 1 โดยมีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 11 ของมูลค่าตลาดที่อยู่อาศัยทั้งหมด

แผนภาพที่ 1 : มูลค่าตลาดของที่อยู่อาศัยในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ปี 2556 – ครึ่งปีแรกของปี 2559

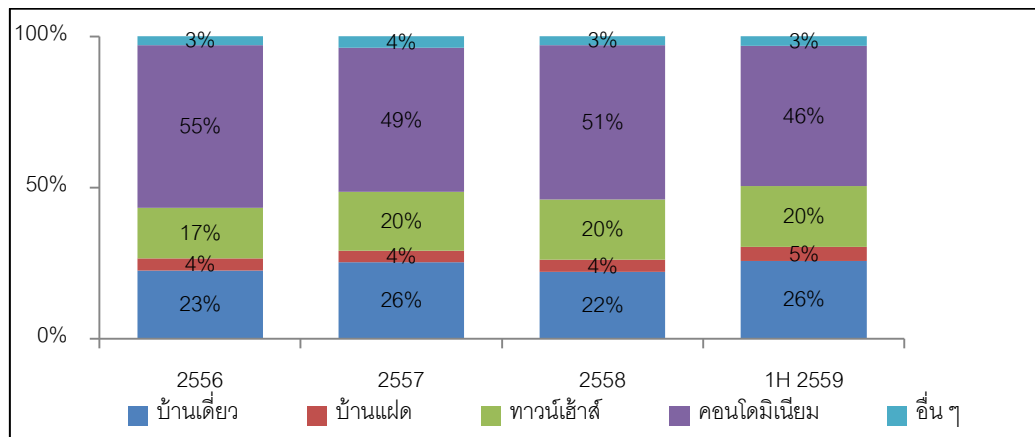


ที่มา : สายงานกลยุทธ์และพัฒนาธุรกิจใหม่ บริษัท พุกกะโฮล์ด จำกัด (มหาชน)

ในปี 2558 ตลาดคอนโดมิเนียมมีสัดส่วนที่อยู่อาศัยอยู่ที่ร้อยละ 51 รองลงมาเป็นบ้านเดี่ยวซึ่งมีสัดส่วนตลาดอยู่ที่ร้อยละ 22 ทาวน์เฮ้าส์มีสัดส่วนตลาดอยู่ที่ร้อยละ 20 บ้านแฝดมีสัดส่วนเท่าเดิมอยู่ที่ร้อยละ 4 ส่วนที่อยู่อาศัยประเภทอื่นๆ มีสัดส่วนตลาดร้อยละ 3

แต่ในครึ่งปีแรกของปี 2559 สัดส่วนตลาดคอนโดมิเนียมลดลง ในขณะที่บ้านเดี่ยว (รวมบ้านแฝด) มีสัดส่วนตลาดเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ในครึ่งปีแรกของปี 2559 สัดส่วนตลาดคอนโดมิเนียมอยู่ที่ร้อยละ 46 บ้านเดี่ยว (รวมบ้านแฝด) มีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 31 ในขณะที่ทาวน์เฮ้าส์มีสัดส่วนตลาดอยู่ที่ร้อยละ 20

แผนภาพที่ 2 : สัดส่วนประเภทที่อยู่อาศัยในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ปี 2556 – ครึ่งปีแรกของปี 2559



ที่มา: สายงานกลยุทธ์และพัฒนาธุรกิจใหม่ บริษัท พุกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน)

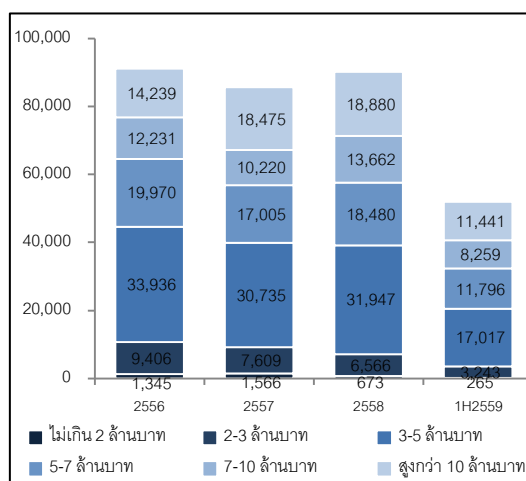
ตลาดบ้านเดี่ยว (รวมบ้านแฝด) ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล

ตลาดบ้านเดี่ยว (รวมบ้านแฝด) ในกรุงเทพฯ และปริมณฑลปี 2558 มีมูลค่า 90,208 ล้านบาท ระดับราคา 3-5 ล้านบาท มีสัดส่วนสูงสุดของตลาดอยู่ที่ร้อยละ 35 ของมูลค่าตลาดบ้านเดี่ยว (รวมบ้านแฝด) ทั้งหมด โดย PS มีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 10 เป็นลำดับที่ 2 ของตลาด

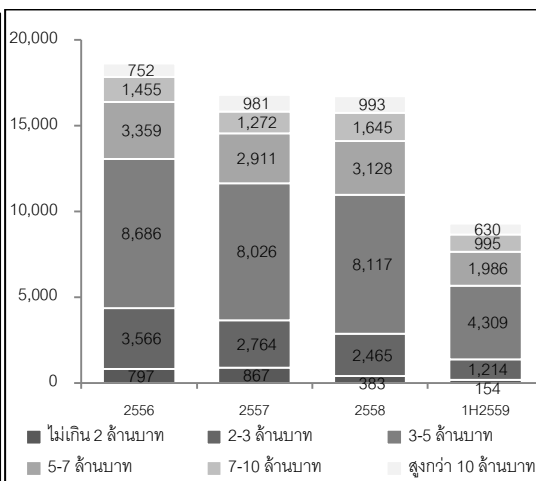
สำหรับในครึ่งปีแรกของปี 2559 ตลาดบ้านเดี่ยว (รวมบ้านแฝด) ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล มีมูลค่าตลาด 52,021 ล้านบาท ประมาณร้อยละ 58 ของมูลค่าตลาดบ้านเดี่ยว (รวมบ้านแฝด) ในปี 2558 โดยระดับราคา 3-5 ล้านบาทมีสัดส่วนลดลงอยู่ที่ร้อยละ 33 ในขณะที่สัดส่วนที่ระดับราคามากกว่า 5 ล้านบาทปรับตัวเพิ่มขึ้นทั้งหมด PS มีส่วนแบ่งตลาดบ้านเดี่ยว (รวมบ้านแฝด) ประมาณร้อยละ 9 เป็นลำดับที่ 3 ของตลาด เนื่องจากมีการเปิดโครงการใหม่มีไม่มากนัก โดยแผนการเปิดโครงการใหม่ในปีนี้อยู่ในช่วงครึ่งปีหลัง และยังคงเน้นการพัฒนาบ้านเดี่ยว (รวมบ้านแฝด) ที่ระดับราคา 3-7 ล้านบาท เป็นหลัก

แผนภาพที่ 3-4 : มูลค่าตลาดและยอดขาย (จำนวนหน่วย) บ้านเดี่ยว(รวมบ้านแฝด) ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ปี 2556 - ครึ่งปีแรกของปี 2559

หน่วย : ล้านบาท



หน่วย : หน่วยขาย



ที่มา: สายงานกลยุทธ์และพัฒนาธุรกิจใหม่ บริษัท พุกกะโฮล์ด จำกัด (มหาชน)

เมื่อเปรียบเทียบยอดขายและราคาขายเฉลี่ยในครึ่งปีแรกของ ปี 2559 ราคาเฉลี่ยปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 อยู่ที่ 5.6 ล้านบาท (ปี 2558 ราคาขายเฉลี่ยอยู่ที่ 5.4 ล้านบาท) เนื่องมาจากราคาบ้านเดี่ยว (รวมบ้านแฝด) ที่ระดับราคา มากกว่า 5 ล้านบาท มีสัดส่วนการขายที่เพิ่มขึ้น

ตลาดทาวน์เฮ้าส์ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล

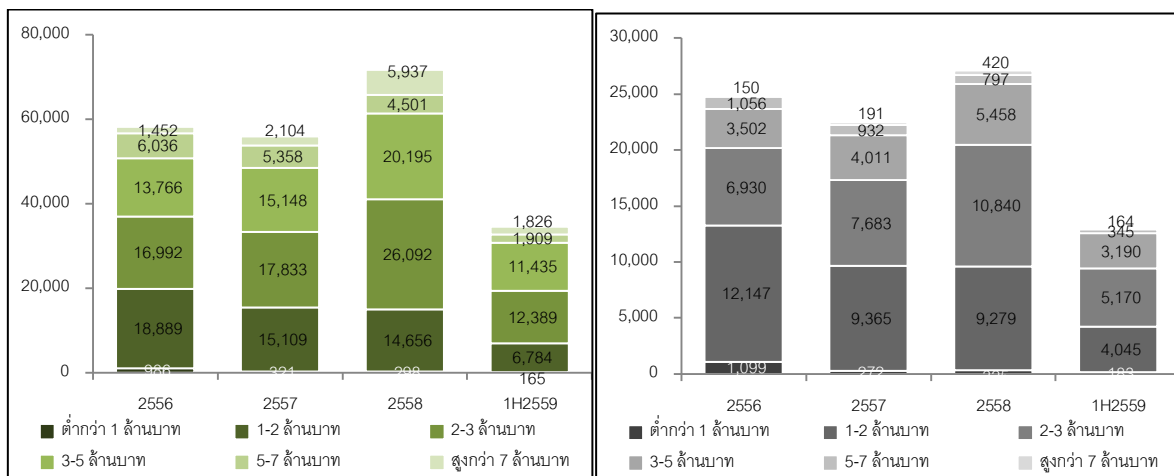
ตลาดทาวน์เฮ้าส์ในกรุงเทพฯ และปริมณฑลปี 2558 มีมูลค่า 71,679 ล้านบาท โดยทาวน์เฮ้าส์ระดับราคา 2-3 ล้านบาท มีสัดส่วนสูงสุดของตลาดอยู่ที่ร้อยละ 36 ของมูลค่าตลาดทาวน์เฮ้าส์ทั้งหมด ทั้งนี้ PS เป็นผู้นำตลาดทาวน์เฮ้าส์ โดยมีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 30

ส่วนในครึ่งปีแรกของ ปี 2559 ตลาดทาวน์เฮ้าส์ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล มีมูลค่าตลาดอยู่ที่ 34,508 ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ 48 ของมูลค่าตลาดทาวน์เฮ้าส์ในปี 2558 ซึ่ง PS มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุดอยู่ที่ร้อยละ 30 และยังเป็น ผู้นำตลาดทาวน์เฮ้าส์ที่ระดับราคาไม่เกิน 5 ล้านบาท

แผนภาพที่ 5-6 : มูลค่าตลาดและยอดขาย (จำนวนหน่วย) ทาวน์เฮ้าส์ ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ปี 2556 - ครึ่งปีแรกของปี 2559

หน่วย : ล้านบาท

หน่วย : หน่วยขาย



ที่มา: สายงานกลยุทธ์และพัฒนาธุรกิจใหม่ บริษัท พุกกะโฮล์ด จำกัด (มหาชน)

เมื่อเปรียบเทียบยอดขายและราคาขายในครึ่งปีแรกของปี 2559 พบว่าราคาขายเฉลี่ยอยู่ที่ 2.6 ล้านบาท ซึ่งไม่เปลี่ยนแปลงจากปี 2558 เนื่องมาจากสัดส่วนโครงการเก่ามีสัดส่วนการขายเพิ่มขึ้น

ตลาดคอนโดมิเนียมในกรุงเทพฯ และปริมณฑล

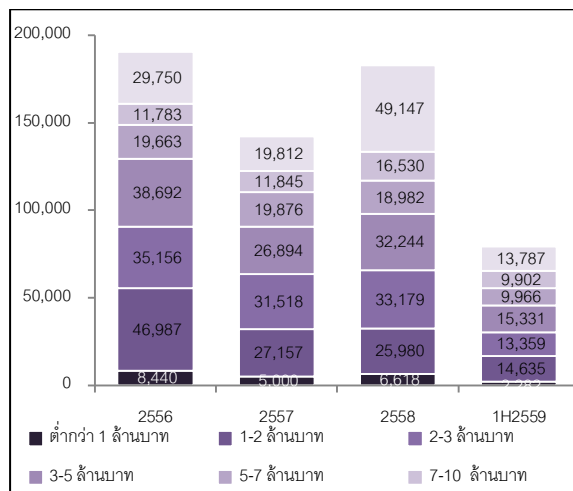
ตลาดคอนโดมิเนียมในกรุงเทพฯ และปริมณฑลปี 2558 มีมูลค่า 182,680 ล้านบาท ในปี 2558 ผู้ประกอบการ เริ่มมีการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจร่วมกันในการพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมที่ระดับมากกว่า 10 ล้านบาทในย่านธุรกิจ

เพิ่มมากขึ้น โดยมีการขยายกลุ่มลูกค้าเป็นกลุ่มนักลงทุนชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดย PS มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 5 อยู่ในลำดับ 5

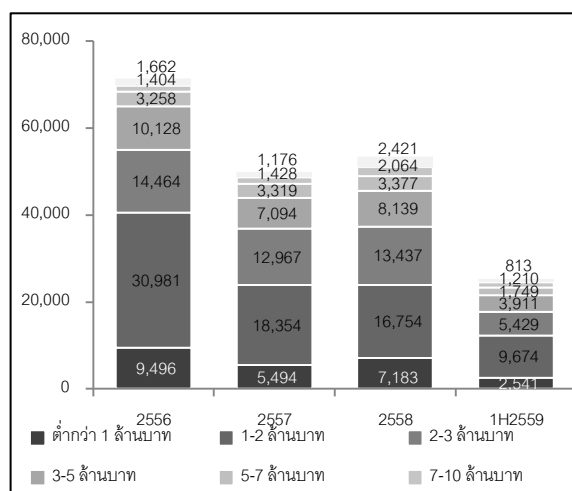
ภาพรวมตลาดคอนโดมิเนียมครึ่งปีแรกของ ปี 2559 ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล มีมูลค่าตลาด 79,263 ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ 43 ของมูลค่าตลาดคอนโดมิเนียมในปี 2558 ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เร่งขายคอนโดมิเนียมที่สร้างเสร็จแล้ว ทั้งนี้ PS ยังรักษาสัดส่วนของส่วนแบ่งตลาดไว้ที่ร้อยละ 6 อยู่ในอันดับที่ 3 ของตลาดคอนโดมิเนียมเช่นเดียวกับครึ่งปีแรกของปี 2558 สำหรับแผนการเปิดโครงการคอนโดมิเนียมใหม่ของ PS ในปี 2559 จะอยู่ในช่วงครึ่งปีหลัง โดยยังคงเน้นตลาดที่ระดับราคาต่ำกว่า 3 ล้านบาท

แผนภาพที่ 7-8 : มูลค่าตลาดและยอดขาย (จำนวนหน่วย) คอนโดมิเนียม ในกรุงเทพฯและปริมณฑล ปี 2556-ไตรมาศที่ 2 ปี 2559

หน่วย : ล้านบาท



หน่วย : หน่วยขาย



ที่มา : สายงานกลยุทธ์และพัฒนาธุรกิจใหม่ บริษัท พุกกะโฮล์ด จำกัด (มหาชน)

เมื่อเปรียบเทียบยอดขายและราคาขายในครึ่งปีแรกของปี 2559 ราคาขายเฉลี่ยปรับลดลงร้อยละ 9 อยู่ที่ 3.1 ล้านบาท (ปี 2558 ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 3.4 ล้านบาท) เนื่องมาจากคอนโดมิเนียมที่ระดับราคามากกว่า 10 ล้านสัดส่วนการขายลดลงมาก (ลดลงจากสัดส่วนร้อยละ 27 ของตลาดคอนโดมิเนียมทั้งหมดในปี 2558 เหลือเพียงร้อยละ 17 ของตลาดคอนโดมิเนียมในครึ่งปีแรกของปี 2559)

สถานะตลาดที่อยู่อาศัยในต่างจังหวัด

เนื่องจากเศรษฐกิจในภูมิภาคชะลอตัวลดลงต่อเนื่อง ทั้งภาคการเกษตร อุตสาหกรรม และการท่องเที่ยว กอปรกับผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่นในโครงการที่ยังสร้างไม่เสร็จ โดยเฉพาะโครงการคอนโดมิเนียมมีการยกเลิกสัญญาสาเหตุหลักคือความล่าช้าในการก่อสร้าง ส่งผลให้ภาพรวมตลาดที่อยู่อาศัยในต่างจังหวัดในปี 2558 ชะลอตัวลงในทุกภูมิภาค ประมาณร้อยละ 28 เมื่อเทียบกับปี 2557 เว้นเพียงจังหวัดระยองที่มีการเติบโตจากปริมาณความต้องการซื้อของ

ผู้ที่ย้ายถิ่นฐานเข้ามาทำงานและเริ่มมีโครงการบ้านจัดสรรเพิ่มขึ้น โดยมูลค่าตลาดต่างจังหวัดประมาณ 156,420 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 31 ของมูลค่าตลาดทั้งประเทศ

ในครึ่งปี 2559 สำหรับตลาดที่อยู่อาศัยจังหวัดหลักในภูมิภาคได้แก่ ชลบุรี , ระยอง , เชียงใหม่ , ขอนแก่น และภูเก็ต เริ่มมีสัญญาณการฟื้นตัวของตลาดแนวราบ เว้นเพียงจังหวัดสงขลา(หาดใหญ่) ตลาดที่อยู่อาศัยยังคงชะลอตัวจากเหตุการณ์ความไม่สงบ

3.2.3.3 แนวโน้มธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ปี 2559

ตารางต่อไปนี้เป็นสรุปดัชนีชี้วัดหลักของสภาวะเศรษฐกิจประเทศไทยในปี 2555-2559

ข้อมูลสำคัญของเศรษฐกิจไทย	2555	2556	2557	2558	2559F
อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (YoY%)	6.5	2.8	0.9	2.8	3.0-4.0
ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศปัจจุบัน (ล้านล้านบาท)	11.37	12.91	13.15	13.53	14.12
อัตราเงินเฟ้อเฉลี่ย (ร้อยละ)	3.02	2.2	1.9	-0.9	1.0-2.0
อัตราดอกเบี้ยนโยบาย (ร้อยละ)	2.75	2.25	2.00	1.50	1.45
อัตราดอกเบี้ยเงินฝากธนาคาร 1 ปีเฉลี่ย 4 ธนาคารใหญ่ (ร้อยละ)	2.43	2.23	1.73	1.40	N.A.
อัตราดอกเบี้ยกู้ยืมสำหรับลูกค้าชั้นดีเฉลี่ย 4 ธนาคารใหญ่ (MLR) (ร้อยละ)	7.0	6.84	6.75	6.52	N.A.
ค่าเงินบาทเฉลี่ย (บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ)	31.07	30.70	32.47	34.29	36.0-37.0
เงินสำรองระหว่างประเทศ (พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ)	181.64	167.52	157.11	156.51	156.04

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

สำหรับเศรษฐกิจไทยปี 2559 นักเศรษฐศาสตร์ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และธนาคารแห่งประเทศไทย คาดการณ์ว่ามีแนวโน้มขยายตัวในช่วงร้อยละ 3.0-4.0 เนื่องมาจากปัจจัยสนับสนุนจากแรงขับเคลื่อนจากการใช้จ่ายและการลงทุนภาครัฐซึ่งจะเร่งตัวขึ้นตามการเพิ่มขึ้นของกรอบการขาดดุลงบประมาณและความคืบหน้าของการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ ๆ ของภาครัฐ และการส่งออกมีแนวโน้มการส่งออกปรับตัวดีขึ้นตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก นอกจากนี้ภาคการท่องเที่ยวและการลงทุนที่ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องจะเป็นปัจจัยสนับสนุนการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยอย่างต่อเนื่อง และการอ่อนค่าของเงินบาทที่จะทำให้รายรับและสภาพคล่องในรูปเงินบาทของ

ผู้ประกอบการปรับตัวดีขึ้น เช่นเดียวกับราคาน้ำมันที่ยังมีแนวโน้มอยู่ในระดับต่ำ อย่างไรก็ตาม การชะลอตัวของเศรษฐกิจจีน แนวโน้มการอ่อนค่าของเงินหยวนและเงินสกุลสำคัญ ๆ ในประเทศคู่ค้าและคู่แข่ง และผลกระทบจากปัญหาภัยแล้งยังเป็นข้อจำกัดและปัจจัยเสี่ยงต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจไทย เสถียรภาพทางเศรษฐกิจยังมีแนวโน้มที่อยู่ในเกณฑ์ดี โดยเงินเฟ้อเริ่มกลับมาขยายตัวเป็นบวกอย่างช้า ๆ ตามแนวโน้มการฟื้นตัวของราคาน้ำมันในตลาดโลก การอ่อนค่าของเงินบาท และอุปสงค์ในประเทศที่เริ่มปรับตัวดีขึ้น อัตราเงินเฟ้อเฉลี่ยทั้งปี 2559 มีแนวโน้มอยู่ในช่วงร้อยละ 1.0-2.0 ถือว่ายังอยู่ในระดับต่ำ เอื้ออำนวยต่อการสนับสนุนการฟื้นตัวและการขยายตัวของอุปสงค์ภายในประเทศ

ปัจจัยสนับสนุนเศรษฐกิจไทยในปี 2559

1. การใช้จ่ายและโครงการลงทุนของภาครัฐ ซึ่งได้รับปัจจัยสนับสนุนจากกรอบการขาดดุลงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ 2559 ในวงเงิน 390,000 ล้านบาท และแนวโน้มความคืบหน้าของโครงการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน
2. แรงขับเคลื่อนจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ (ระยะที่ 3) ในช่วงครึ่งหลังของปี 2558 รัฐบาลได้ประกาศมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจสำคัญ ๆ ประกอบด้วย
 - มาตรการส่งเสริมความเป็นอยู่ของประชาชนผู้มีรายได้น้อยและมาตรการกระตุ้นการลงทุนขนาดเล็กของรัฐบาล
 - มาตรการการเงินการคลังเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในระยะเร่งด่วน
 - มาตรการการเงินการคลังเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจภาคอสังหาริมทรัพย์
 - มาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมการลงทุนในประเทศ
 - มาตรการเร่งรัดการลงทุนของ BOI
 - มาตรการสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชาวนายาง

ถึงแม้ว่าแรงขับเคลื่อนจากวงเงินสินเชื่อและวงเงินงบประมาณส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นในช่วงปี 2558 ก็ตาม แต่แรงขับเคลื่อนจากมาตรการภาษีจะยังคงมีต่อเนื่องไปจนถึงปี 2559

3. การฟื้นตัวอย่างช้า ๆ ของเศรษฐกิจโลกและราคาสินค้าส่งออก ส่งผลให้ภาคการส่งออกปรับตัวดีขึ้นตามแนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและปริมาณการค้าโลก
4. การอ่อนค่าของเงินบาทซึ่งจะช่วยสนับสนุนรายรับและสภาพคล่องในรูปเงินบาทของผู้ประกอบการ ค่าเงินบาทในปี 2559 ยังมีแนวโน้มอ่อนค่าลงอย่างต่อเนื่องตามแนวโน้มการขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบายของธนาคารกลางสหรัฐฯ และแนวโน้มการอ่อนค่าลงของสกุลเงินสำคัญ ๆ ในภูมิภาค ซึ่งจะช่วยให้มูลค่าการส่งออกในรูปเงินบาทขยายตัว
5. ราคาน้ำมันทรงตัวอยู่ในระดับต่ำซึ่งช่วยสนับสนุนกำลังซื้อที่แท้จริงของประชาชนและเอื้ออำนวยต่อการดำเนินนโยบายการเงินผ่อนคลายเป็นอย่างต่อเนื่องเพื่อสนับสนุนการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ

6. การขยายตัวของภาคการท่องเที่ยวในปี 2559 คาดว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้งสิ้นประมาณ 32.5 ล้านคน สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวรวมประมาณ 1.65 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2558 ร้อยละ 7.5 และร้อยละ 9.3 ตามลำดับ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยและชดเชยรายได้จากภาคการส่งออก ในปี 2559 ภาคการท่องเที่ยวยังมีแนวโน้มขยายตัวในเกณฑ์ดีอย่างต่อเนื่อง โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจาก (1) ต้นทุนการเดินทางที่ยังมีแนวโน้มทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ตามสถานการณ์ราคาลงในในตลาดโลก (2) แนวโน้มการอ่อนค่าของเงินบาทซึ่งจะทำให้ต้นทุนการท่องเที่ยวในประเทศไทยปรับตัวลดลง

ปัจจัยเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยในปี 2559

1. การชะลอตัวของเศรษฐกิจจีนและประเทศที่มีปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจอ่อนแอ แม้ว่าในกรณีเศรษฐกิจโลกจะมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นตามแนวโน้มการปรับตัวขึ้นของเศรษฐกิจสหรัฐฯ ในขณะที่เศรษฐกิจจีนมีแนวโน้มชะลอตัวลงเล็กน้อยก็ตาม แต่เศรษฐกิจจีนยังมีความเสี่ยงที่จะชะลอตัวลงเร็วกว่าการคาดการณ์
2. การอ่อนค่าของสกุลเงินสำคัญ ๆ ในประเทศคู่ค้าและคู่แข่ง โดยเฉพาะเงินหยวนซึ่งมีแนวโน้มอ่อนค่าลงตามนโยบายการเปิดเสรีทางเศรษฐกิจและการเงิน เงินยูโรและเงินเยน ซึ่งมีแนวโน้มอ่อนค่าลงตามแนวโน้มการดำเนินนโยบายขยายปริมาณเงินอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งมีความเป็นไปได้ที่จะมีการประกาศขยายปริมาณเงินเพิ่มเติม และการอ่อนค่าของสกุลเงินในภูมิภาค ซึ่งเป็นข้อจำกัดต่อการขยายตัวของปริมาณการส่งออกแม้ว่าเงินบาท จะมีแนวโน้มอ่อนค่าลงก็ตาม รวมทั้งยังเป็นปัจจัยกดดันต่อการฟื้นตัวของราคาสินค้าในตลาดโลก
3. ผลกระทบจากสถานการณ์ภัยแล้ง ซึ่งส่งผลให้เกษตรกรจะต้องงดการเพาะปลูกข้าวนาปรังในปีการเพาะปลูก 2559 เงื่อนไขดังกล่าวทำให้การผลิต ภาคเกษตรและฐานรายได้ครัวเรือนในภาคเกษตรยังมีความเสี่ยงที่จะปรับตัวลดลงต่อเนื่องจากปี 2558

ตารางต่อไปนี้เป็นสรุปดัชนีชี้วัดหลักของสถานะเศรษฐกิจประเทศที่ PS เข้าไปลงทุน (สาธารณรัฐอินเดีย) ในปี 2557-2559

	2557	2558	2559F
อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (YoY) (ร้อยละ)	7.3	7.3	7.5
ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ)	2,051.23	2,090.71	2,384.73
อัตราเงินเฟ้อเฉลี่ย (ร้อยละ)	5.9	4.9	5.5
อัตราดอกเบี้ยนโยบาย (ร้อยละ)	8.00	6.75	6.50
ค่าเงินรูปีเฉลี่ย (รูปีต่อดอลลาร์สหรัฐ)	63.04	64.20	67.13
เงินสำรองระหว่างประเทศ (พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ)	319.71	352.37	351.69

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

เศรษฐกิจอินเดียในปี 2559 IMF คาดการณ์ว่ามีแนวโน้มขยายตัวร้อยละ 7.5 อันมีผลมาจากการปฏิรูปเชิงนโยบายของรัฐบาล อาทิ เช่น การออกกฎหมาย Goods & Service Tax เพื่อกระตุ้นให้การทำธุรกิจได้สะดวกขึ้น การกระจายอำนาจจากส่วนกลางไปยังส่วนท้องถิ่นให้มากขึ้นเพื่อบริหารงานให้คล่องตัวขึ้น นอกจากนี้ยังมีนโยบายสนับสนุน Foreign Direct Investment (FDI) โดยเฉพาะในภาคธุรกิจการก่อสร้าง ส่งผลให้เกิดการขยายตัวทางด้านการลงทุนมากขึ้น อัตราเงินเฟ้อเฉลี่ยทั้งปี 2559 มีแนวโน้มอยู่ที่ร้อยละ 5.5 เป็นผลจากการที่ธนาคารกลางอินเดียดำเนินนโยบายทางการเงินแบบเข้มงวดทำให้ความต้องการของผู้บริโภคชะลอตัวลง ส่งผลให้อัตราดอกเบี้ยนโยบายในปี 2559 มีแนวโน้มปรับลดลงมาอยู่ที่ร้อยละ 6.5 เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ สำหรับค่าเงินรูปีในปี 2559 มีแนวโน้มอ่อนตัวลงอยู่ที่ 67.13 รูปีต่อดอลลาร์สหรัฐ

ภาคอสังหาริมทรัพย์ของอินเดียในปี 2559 มีแนวโน้มอยู่ในสภาวะชะลอตัวต่อเนื่องจากปีก่อนหน้า แม้ว่าสภาพเศรษฐกิจโดยรวมของอินเดียจะขยายตัว แต่บรรยากาศการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ยังซบเซา ความต้องการซื้อบ้านของผู้บริโภคยังไม่เติบโตมากนัก จึงก่อให้เกิดโอเวอร์ซัพพลาย สภาพตลาดยังเป็นของผู้ซื้อ

แนวโน้มตลาดที่อยู่อาศัยปี 2559

จากการพิจารณาปัจจัยสนับสนุนตลาดที่อยู่อาศัยที่คาดการณ์แนวโน้มเศรษฐกิจไทยปี 2559 โดยธนาคารแห่งประเทศไทย ดังนี้ (1) อัตราการเติบโตของ GDP ร้อยละ 3.1 (2) อัตราเงินเฟ้อทั่วไปปรับเพิ่มขึ้นประมาณ 0.8 (3) การลงทุนของภาครัฐขยายตัว ร้อยละ 8.8 และ (4) การลงทุนภาคเอกชนขยายตัวร้อยละ 3.9 ทั้งหมดล้วนเป็นเครื่องชี้วัดที่สะท้อนถึงสัญญาณที่ดีต่อการปรับตัวดีขึ้นของเศรษฐกิจประเทศไทย อนึ่ง ภาครัฐมีความมุ่งมั่นในการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคม จำนวน 19 โครงการ มูลค่า 1.8 ล้านล้านบาท (ที่มา: แผนปฏิบัติการด้านคมนาคมขนส่ง ระยะเร่งด่วน พ.ศ. 2558 (Action Plan) สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร กระทรวงคมนาคม) ซึ่งเป็นเครื่องมือกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุนภายในประเทศและมีความยั่งยืนในการพัฒนาประเทศระยะยาว รวมทั้งมาตรการกระตุ้นอสังหาริมทรัพย์ เป็นแรงส่งต่อความเชื่อมั่นผู้บริโภคเพิ่มขึ้น PS จึงคาดการณ์ว่าแนวโน้มตลาดที่อยู่อาศัยในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ในปี 2559 ขยายตัวร้อยละ 8 มีมูลค่าตลาดประมาณ 383,183 ล้านบาท โดยราคาขายเฉลี่ยของที่อยู่อาศัยแนวราบปรับสูงขึ้น ผันแปรตามต้นทุนค่าที่ดินและค่าก่อสร้างที่ปรับขึ้นไปก่อนหน้านี้ ขณะที่ตลาดคอนโดมิเนียมยังคงสัดส่วนตลาดที่อยู่อาศัยสูงสุดร้อยละ 50-55 สำหรับตลาดที่อยู่อาศัยต่างจังหวัดคาดว่าจะชะลอตัวต่อเนื่อง

ทั้งนี้ จากข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง คาดว่าตลาดอสังหาริมทรัพย์จะขยายตัวร้อยละ 5 ในปี 2559 โดยรายงานไว้ในไตรมาส 2 3 และ 4 จะมีเงินลงทุนของภาครัฐและเอกชนประมาณ 2 ล้านล้านบาท ทั้งจากโครงการลงทุนโครงสร้างขนาดใหญ่ ในขณะที่การลงทุนภาคเอกชนคาดว่าจะขยายตัวเกินร้อยละ 19 โดยการบริโภคยังฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป และคาดว่าจีดีพีของไทยจะขยายตัวร้อยละ 3.3 (ที่มา: กรุงเทพธุรกิจออนไลน์วันที่ 30 พฤษภาคม 2559 รายงานจากงานสัมมนา “นโยบายภาครัฐกับทิศทางการอสังหาริมทรัพย์”) โดยการคาดการณ์ดังกล่าว รวมทั้งข้อมูลปัจจัยสนับสนุนทางเศรษฐกิจ สอดคล้องกับที่ทาง PS คาดการณ์ไว้

ในแง่ของผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากร่างพระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างนั้น เบื้องต้นคาดว่าจะส่งผลกระทบต่อเจ้าของที่ดินบางรายให้นำที่ดินออกมาขายมากกว่าช่วงปกติ สำหรับในมุมมองของผู้ประกอบการด้านอสังหาริมทรัพย์อย่าง PS ไม่น่าจะได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากการพัฒนาที่ดินส่วนใหญ่ของ PS เป็นในลักษณะซื้อที่ดินและนำมาพัฒนาทันที ประกอบกับทาง PS ยังมีที่ดินว่างเปล่ารอการพัฒนาไม่มากนัก

3.2.4 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ (ทุกผลิตภัณฑ์)

การจัดซื้อที่ดิน

PS ไม่มีนโยบายในการสะสมที่ดินเปล่า (Land Bank) ดังนั้น เมื่อ PS มีความสนใจที่จะดำเนินการก่อสร้างและพัฒนาที่ดินบริเวณใด PS จะศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการโดยสำรวจสภาพการณ์ของตลาด และสภาวะการแข่งขัน ตลอดจนความต้องการของลูกค้าในพื้นที่เป้าหมายที่จะดำเนินโครงการ หลังจากนั้น PS จึงจะดำเนินการเจรจาซื้อที่ดิน โดย PS จะดำเนินการซื้อที่ดินจากเจ้าของที่ดินหรือนายหน้าขายที่ดินโดยตรงเพื่อดำเนินการพัฒนาต่อไป โดย PS จะเปรียบเทียบราคาที่ดินกับราคาประเมินหรือราคาตลาด เพื่อให้แน่ใจว่าที่ดินที่ซื้อจะมีราคาที่ไม่แพงเกินไป

วัสดุก่อสร้าง

เนื่องจาก PS เป็นผู้บริหารจัดการงานก่อสร้างโครงการต่าง ๆ ด้วยตัวเอง PS จึงเป็นผู้ดำเนินการจัดซื้อวัสดุก่อสร้างเอง โดยหลังจากที่ฝ่ายจัดซื้อได้รับรายละเอียดของวัสดุก่อสร้างที่ต้องการใช้ในโครงการต่าง ๆ แล้ว โดยส่วนใหญ่ฝ่ายจัดซื้อจะดำเนินการติดต่อกับผู้ผลิตวัสดุก่อสร้างแต่ละแห่งโดยตรงเพื่อตรวจสอบราคาของวัสดุก่อสร้างที่จะซื้อ โดยปกติ PS จะได้ส่วนลดค่อนข้างสูง เนื่องจาก PS ซื้อวัสดุก่อสร้างในปริมาณที่มาก เมื่อ PS สามารถตกลงปริมาณของวัสดุก่อสร้างและราคากับผู้ผลิตได้แล้ว PS จะส่งซื้อวัสดุก่อสร้างผ่านตัวแทนของผู้ผลิตเพื่อดำเนินการส่งวัสดุก่อสร้าง ไปยังโครงการต่าง ๆ โดยตรง ซึ่ง PS จะมีระยะเวลาการจ่ายค่าวัสดุก่อสร้าง (Credit Term) อยู่ในช่วงเวลาระหว่าง 30-60 วัน นอกจากนี้นับตั้งแต่ปี 2549 PS ได้ลดความเสี่ยงด้านวัสดุก่อสร้าง โดยเริ่มดำเนินการเปลี่ยนแปลงการจัดซื้อวัสดุหลักในการก่อสร้างเช่น ปูนซีเมนต์ เหล็ก กระเบื้อง สายไฟ ฯลฯ โดยเป็นการประมูลและตกลงราคาในระยะยาว เช่น 1 ปี หรือ 3-6 เดือน ซึ่งทำให้ PS ลดความเสี่ยงในเรื่องของความผันผวนในราคาและการที่ PS มีความสัมพันธ์อันดีกับผู้จำหน่ายวัสดุก่อสร้าง จึงสามารถส่งซื้อวัสดุก่อสร้างได้ตามปริมาณที่ต้องการและไม่เคยมีปัญหาการขาดแคลนวัสดุก่อสร้างแต่อย่างใด ทั้งนี้ PS มีได้ฟังจากผู้จำหน่ายวัสดุก่อสร้างรายใดรายหนึ่งเป็นพิเศษ รวมทั้ง PS ได้สร้างระบบการวางแผนความต้องการในการใช้งานของวัสดุหลักที่สำคัญทุกประเภทที่สอดคล้องกับแผนการขยายธุรกิจ เพื่อให้มั่นใจว่า PS จะมีวัสดุเพียงพอต่อการใช้งานอย่างต่อเนื่อง และเพื่อวางแผนการสรรหาผู้ค้าวัสดุทั้งรายหลักและรายรองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ PS ได้พัฒนากระบวนการสรรหาและประเมินผู้ค้าเพื่อให้เกิดความโปร่งใสและได้ผู้ค้าที่มีศักยภาพรองรับงาน และได้นำระบบ e-Auction เข้ามาใช้เพื่อให้เกิดการเสนอราคาที่ยุติธรรมต่อผู้ค้าและเพื่อให้ได้ราคาที่เหมาะสมอีกด้วย

ผู้รับเหมาก่อสร้าง

PS เป็นหนึ่งในผู้ดำเนินธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพียงไม่กี่รายที่สามารถบริหารจัดการงานก่อสร้างได้ด้วยตัวเอง โดยในการดำเนินโครงการ PS จะเป็นผู้กำหนดรูปแบบโครงการและรายละเอียดการออกแบบ ส่วนการดำเนินการก่อสร้างโครงการ PS จะบริหารจัดการงานก่อสร้างเอง โดยจะแบ่งงานออกเป็นงาน ๆ เช่น งานฐานราก งานปูน งานติดตั้ง

ขึ้นส่วนอาคาร งานปูพื้นกระเบื้อง และงานหลังคา เป็นต้น โดย PS จะว่าจ้างผู้รับเหมาที่มีความชำนาญเฉพาะด้านเพื่อรับผิดชอบงานดังกล่าว และจะควบคุมการก่อสร้างเองโดยการจัดส่งเจ้าหน้าที่ของ PS อันได้แก่ วิศวกรและผู้ควบคุมงานก่อสร้าง (Foremen) เข้าไปตรวจสอบให้เป็นไปตามรูปแบบและมาตรฐานที่กำหนด ทั้งนี้ PS จะเป็นผู้จัดหาวัสดุก่อสร้างเอง ซึ่งทำให้ PS สามารถบริหารต้นทุนการก่อสร้างได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ดี เพื่อการบริหารจัดการกำลังการก่อสร้าง PS ได้เริ่มว่าจ้างผู้รับเหมาก่อสร้างภายนอกในการสร้างอาคารชุด โดยเริ่มจาก โครงการ “โอวี ทองหล่อ” และได้มีการเพิ่มจำนวนพันธมิตรในการก่อสร้างอาคารชุด เพื่อทำการก่อสร้างในโครงการอื่น ๆ อีกมากมาย

เทคโนโลยีการผลิต

PS ได้ใช้เทคโนโลยีในการก่อสร้างเพื่อช่วยในการก่อสร้างบ้านทาวน์เฮ้าส์ บ้านเดี่ยว และอาคารชุด เช่น ระบบโครงสร้างผนังรับน้ำหนักแบบหล่อในที่ด้วยเทคโนโลยีแบบอุโมงค์ หรือ Tunnel Technology เพื่อใช้ในการก่อสร้างบ้านทาวน์เฮ้าส์แบบสองชั้น

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

สำหรับโครงการอาคารชุดขนาดเล็ก PS ยังได้มีการปรับปรุงกระบวนการก่อสร้าง โดยนำระบบปริศาสที่ที่เป็นจุดแข็งของ PS มาใช้สำหรับการก่อสร้างทั้งโครงการ (Fully Precast) ซึ่งนอกจากชิ้นงานที่ผลิตจากโรงงานที่ทันสมัยและได้คุณภาพทั้งความสวยงามและความแข็งแรงแล้วนั้น ยังสามารถช่วยให้กระบวนการก่อสร้างเป็นไปได้อย่างแม่นยำ รวดเร็ว และลดข้อผิดพลาดที่เกิดจากการทำงานในช่วงของการก่อสร้างอันเนื่องมาจากฝีมือแรงงาน ตลอดจนช่วยบรรเทาปัญหาการขาดแคลนแรงงานฝีมือในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย

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

ในปี 2557 PS ได้นำนวัตกรรมห้องน้ำสำเร็จรูปมาใช้ในงานในกระบวนการก่อสร้าง โดยเฉพาะการก่อสร้างอาคารชุด แบบ Low Rise โดยเริ่มต้นใช้ในโครงการ “พลัม” ซึ่งการใช้ห้องน้ำสำเร็จรูปนี้จะสามารถช่วยลดระยะเวลาและขั้นตอนต่างๆ ที่ยุ่งยากในการก่อสร้างห้องน้ำในอาคารชุดโดยเฉพาะอย่างยิ่งจะทำให้คุณภาพดีขึ้น ด้วยรูปแบบที่สวยงามและมีคุณค่าในสายตาลูกค้า สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้สูงที่สุด

ในปี 2558 PS กำลังศึกษาและพัฒนานวัตกรรมห้องน้ำสำเร็จรูปสำหรับชาวอีสานและบ้านเดี่ยวโดยจ้างที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศมาร่วมทดสอบและออกแบบโรงงานผลิตห้องน้ำสำเร็จรูปที่มีขั้นตอนการผลิตด้วยระบบอัตโนมัติ ซึ่งการผลิตห้องน้ำสำเร็จรูปจากโรงงานนำไปติดตั้งหน้างานนั้นสามารถควบคุมคุณภาพ ต้นทุน และรูปแบบที่สวยงามของห้องน้ำในบ้านทุกหลัง เพื่อส่งมอบบ้านที่มีคุณภาพสูงสุดให้กับลูกค้า

ด้วยเทคโนโลยีการผลิตและการพัฒนากระบวนการก่อสร้างตามที่กล่าวข้างต้น ทำให้ PS สามารถปรับรอบการดำเนินงาน (ตั้งแต่วันจองจนถึงวันโอน) ให้เร็วขึ้นได้อย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2556 ถึงครั้งแรกปี 2559 PS มีรอบการดำเนินงานตั้งแต่วันจองจนถึงวันโอนดังนี้

หน่วย: วัน	2556	2557	2558	ครึ่งปีแรก 2559
ทาวน์เฮ้าส์และบ้านเดี่ยว	146	87	79	78
คอนโดมิเนียม	780	817	739	643

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

การก่อสร้างที่อยู่อาศัยและการก่อสร้างสาธารณูปโภคต่างๆ ของโครงการจะอยู่ภายใต้การควบคุมของประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เรื่อง กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ ระเบียบปฏิบัติและแนวทางในการจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม ซึ่งออกโดยอาศัยอำนาจพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 โดยภายใต้ประกาศดังกล่าวได้กำหนดให้บริษัทที่มีการจัดสรรที่ดินเพื่ออยู่อาศัยหรือเพื่อประกอบการพาณิชย์ในขนาดที่ดินแปลงย่อยตั้งแต่ 500 แปลงขึ้นไป หรือเนื้อที่เกินกว่า 100 ไร่ จะต้องมีการจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อมเพื่อเสนอในขั้นตอนของการขออนุญาตจัดสรรที่ดินตามกฎหมายว่าด้วยการจัดสรรที่ดิน และก่อนเริ่มการก่อสร้างจะต้องยื่นรายงานดังกล่าวต่อสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งในส่วนนี้ PS ได้จัดเตรียมรายงานผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA Report) เพื่อให้เป็นไปตามกฎหมายแล้ว โดยรายงานดังกล่าวได้จัดทำโดยบุคคลผู้เชี่ยวชาญภายนอก

นอกจากนี้ ในการก่อสร้างที่อยู่อาศัยโดยเฉพาะอย่างยิ่งโครงการบ้านเดี่ยว อาจมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยสิ่งที่สำคัญ ได้แก่ ระบบบำบัดน้ำเสีย PS ได้จัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียสำหรับบ้านแต่ละหลัง และระบบบำบัดน้ำเสียส่วนกลาง เพื่อมิให้ส่งผลกระทบต่อแหล่งน้ำสาธารณะ ในส่วนของโรงงานผลิตชิ้นส่วนคอนกรีตเสริมเหล็กสำเร็จรูป (Precast Concrete Factory) จะอยู่ภายใต้การควบคุมของพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 โดย PS ได้มีการกำหนดมาตรฐานและวิธีการควบคุมการปล่อยของเสีย มลพิษหรือสิ่งใดๆ ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมซึ่งเกิดขึ้นจากการประกอบกิจการโรงงานดังกล่าว ซึ่ง PS ได้มีการกำหนดมาตรการควบคุมในเรื่องผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจว่า PS ดำเนินการด้วยความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

PS มีมาตรการควบคุมมลพิษ 3 ประเภทคือ (ก) น้ำเสียจากกระบวนการผลิตคอนกรีตจะถูกควบคุมให้ไหลไปที่บ่อตกตะกอนจากนั้นจะคัดแยกหินและทรายนำกลับไปใช้ ส่วนน้ำก็นำกลับไปใช้ผลิต ไม่มีการปล่อยน้ำเสียสู่ชุมชนหรือที่สาธารณะ (ข) การควบคุมมลพิษทางอากาศได้มีการพ่นสเปรย์พ่นน้ำที่บริเวณโรงผสมคอนกรีตทั้งขณะเทหินทรายเข้ากองสัตก่อนตลอดจนสเปรย์น้ำขณะชักล้างหิน ทราย เพื่อเข้าสู่กระบวนการผสมคอนกรีตเพื่อมิให้เกิดฝุ่นรบกวนชุมชนข้างเคียงและในโรงงาน นอกจากนี้ในกระบวนการผลิตยังได้ติดตั้งเครื่องดูดฝุ่นตลอดจนมีเครื่องขับทำความสะอาดพื้นเพื่อลดฝุ่นตกค้างในอาคารสำหรับพื้นที่ถนนภายในบริเวณโรงงานทั้งหมดได้มีการฉีดพรมน้ำก่อนทำการกวาดถนนเพื่อป้องกันการฟุ้งกระจายของฝุ่น (ค) การควบคุมมลพิษทางเสียง จากการผลิตส่วนใหญ่เกิดจากการใช้เครื่องอัดคอนกรีต โดยในปี 2551 PS ได้ติดตั้งแผ่นซับเสียง (Noise Barrier) เพื่อดูดซับเสียงที่เกิดขึ้นจากการผลิตและต่อมาได้มีการสั่งซื้อเครื่องอัดคอนกรีตแบบใหม่โดยใช้ระบบเขย่า (Shaking System) แทนระบบเดิมที่เป็นระบบสั่น (Vibrating system) ซึ่งสามารถลดความเข้มข้นของเสียงลงได้อย่างมาก นอกจากนี้ PS ยังได้มีการตรวจวัดระดับความดังของเสียงทั้งภายในบริเวณโรงงานและชุมชนข้างเคียงทุกปี

ในปี 2558 โรงงานพุกกะโฮล์ม นวนคร ได้รับการรับรอง Green Industrial (GI) ระดับ 2 จากกระทรวงอุตสาหกรรม พร้อมทั้งได้เริ่มมีการนำระบบ Solar Cell มาใช้กับระบบแสงสว่างและระบบสูบน้ำ เพื่อทำการ Reused น้ำสำหรับรดน้ำต้นไม้ ดูแลสวนในพื้นที่โรงงาน เพื่อลดการใช้ทรัพยากรไฟฟ้าและใช้ทรัพยากรน้ำอย่างคุ้มค่า