

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัท

บริษัท อารีญา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ” หรือ “อารีญา”) ทะเบียนเลขที่ 0107546000431 มีชื่อย่อหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยว่า “A” เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2543 ต่อมาในปี 2546 บริษัทได้แปลงสภาพเป็นบริษัทมหาชนและได้นำหุ้นเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในปี 2547 ประกอบธุรกิจหลักประเภทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งบริษัทมีวิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ในการดำเนินงาน ดังนี้

วิสัยทัศน์

“เป็นผู้นำการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทยที่มุ่งสร้างความสุขที่ยั่งยืน และสร้างความแตกต่างอย่างโดดเด่นในเรื่องการออกแบบ คุณภาพการก่อสร้างและการบริการ เพื่อให้ลูกบ้านชุมชนและสังคมมีความเป็นอยู่ที่ดีและเปี่ยมสุข”

พันธกิจ

ดำเนินธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์อย่างครบวงจร เพื่อเป็นผู้นำในการทำธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยมีพันธกิจในการดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างสมดุล ต่อทั้งพนักงาน ลูกค้า และต่อสังคม โดยมุ่งเน้นคุณลักษณะที่สำคัญ 4 ประการ คือ

1. Aesthetic Design & Premium Quality งานออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นมาพร้อมกับคุณภาพ
2. Sustainable Happiness ความสุขและสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน
3. Innovative Living นวัตกรรมที่เสริมความเป็นอยู่ทุกรูปแบบ
4. Best in Class After Sale Services การเอาใจใส่ดูแลลูกบ้านตั้งแต่เริ่มและหลังการขายอย่างเต็มความสามารถ

กลยุทธ์ในการดำเนินงาน

บริษัทมุ่งเน้นกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

1. โครงการตั้งอยู่ในทำเลที่มีศักยภาพ เช่น อยู่กลางใจเมือง การคมนาคมสะดวก มีระบบขนส่งมวลชนสมัยใหม่ เป็นต้น
2. ลูกค้าสามารถเข้าอยู่อาศัยได้ง่าย มีอุปกรณ์ตกแต่งที่คัดสรรอย่างดีให้พร้อมกัน หรือสามารถเลือกหาเฟอร์นิเจอร์ของตกแต่งที่มีคุณภาพเพิ่มเติมได้
3. แบบบ้าน รายละเอียดของการก่อสร้าง และสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น แบบบ้านที่มีฝ้าเพดานที่สูงโปร่งสบาย มีการเดินสายโทรศัพท์ให้ทุกห้องภายในบ้าน สำหรับคนโคมิเนียมราคาหลักล้านต้นๆ มีสระว่ายน้ำ พร้อมระเบียงส่วนตัวในห้องที่ลูกค้าสามารถลงว่ายน้ำจากในห้องของตนเอง ผนังห้องนั่งเล่นที่สามารถเปิดเชื่อมกับห้องนอนได้ ทำให้ห้องดูกว้าง เมื่อต้องการความเป็นส่วนตัวก็เพียงเลื่อนผนังกลับ เป็นต้น
4. นำเทคโนโลยีการก่อสร้างแบบใหม่เข้ามาใช้ในการก่อสร้างวันละเวลา และลดต้นทุนการก่อสร้างลง
5. ราคาที่สมเหตุสมผลและสามารถแข่งขันได้ ซึ่งบริษัทจะคำนึงถึงต้นทุน และทำเลที่ตั้งเป็นสำคัญ
6. พัฒนาโครงการพักอาศัยครบทุกรูปแบบเพื่อเป็นการสอดคล้องการขยายตัวทางธุรกิจและเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า

7. พัฒนาโครงการพักอาศัยครบวงจร มีการพัฒนาโครงการประเภทธุรกิจศูนย์การค้าหรือคอมมิวนิตีมอลล์ อาคารค้าปลีกค้าส่งและอาคารพาณิชย์กรรม เพื่อเป็นการสร้างองค์ประกอบการพักอาศัยที่ครบครันเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการโครงการที่มีความครบวงจร
8. โครงการบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮ้าส์มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นผู้ที่ทำงานมาแล้วระยะหนึ่ง มีตำแหน่งหน้าที่การงานที่ดีหรือเป็นเจ้าของกิจการ หรือทำงานวิชาชีพอิสระและต้องการที่อยู่อาศัยในเขตเมือง เป็นโครงการที่มีความทันสมัย มีรายได้ระดับปานกลางถึงสูง (Young Executives)
9. โครงการคอนโดมิเนียมมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นผู้ที่เริ่มทำงานและผู้ที่ทำงานมาแล้วระยะหนึ่ง ต้องการที่อยู่อาศัยในเขตเมืองและเป็นโครงการที่มีความทันสมัย มีรายได้ระดับปานกลางถึงสูง

โดยผู้บริหารบริษัทเชื่อว่ากลยุทธ์ดังกล่าว จะนำไปให้บริษัทบรรลุเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ คือการเป็นผู้นำบ้านสำหรับคนรุ่นใหม่ ภายในระยะเวลาประมาณ 5 ปี

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท อารีญา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) (บริษัท) ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2543 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 1 ล้านบาท โดยบริษัทเริ่มประกอบธุรกิจจากการรับจ้างสร้างบ้าน ในปัจจุบันบริษัทประกอบธุรกิจจัดสรรที่ดินพร้อมรับจ้างปลูกบ้านสร้างบ้านเดี่ยวเพื่อขาย โครงการทาวน์เฮ้าส์ตกแต่งพร้อมอยู่ และโครงการคอนโดมิเนียมตกแต่งพร้อมอยู่ โดยมีนายวิศิษฐ์ เลหาพูนรังษี, นางพัชรี พรเจริญชัยศิลป์ และนายวิวัฒน์ เลหาพูนรังษี เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ โดยบริษัทมีประวัติความเป็นมาที่สำคัญ ดังนี้

เหตุการณ์ที่สำคัญของกลุ่มบริษัทในรอบ 3 ปี

ปี	เหตุการณ์ที่สำคัญ
2558	<ul style="list-style-type: none"> 26 กุมภาพันธ์ 2558 ผู้ถือหุ้นมีมติอนุมัติการออกและเสนอขายหุ้นกู้ทุกประเภท ชนิดระบุชื่อผู้ถือหรือไม่ระบุชื่อ มีหรือไม่มีหลักประกัน มีหรือไม่มีผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้ หุ้นกู้ด้อยสิทธิหรือไม่ด้อยสิทธิ เป็นวงเงินรวมไม่เกิน 2,000 ล้านบาท ซึ่งออกเป็นสกุลเงินบาท และ/หรือ สกุลเงินต่างประเทศในจำนวนเทียบเท่า อัตราดอกเบี้ยขึ้นอยู่กับภาวะตลาดในขณะที่ยกออกและเสนอขายหุ้นกู้ในแต่ละครั้ง โดยจะออกและเสนอขายเพียงชุดเดียวหรือหลายชุดในคราวเดียวกัน หรือหลายครั้งก็ได้ 23 เมษายน 2558 ผู้ถือหุ้นอนุมัติเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทเป็น 1,200 ล้านบาท (จำนวน 1,200 ล้านหุ้น มูลค่า หุ้นละ 1 บาท) ณ 30 มิถุนายน 2558 ยังไม่ได้มีการจัดสรรหุ้นเพิ่มทุน 23 เมษายน 2558 ผู้ถือหุ้นอนุมัติการออก และเสนอขาย และจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัท ต่อผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัท อารีญา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) ("บริษัทฯ") ตามสัดส่วนจำนวนหุ้นที่ผู้ถือหุ้นแต่ละรายถืออยู่
2559	<ul style="list-style-type: none"> วันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2559 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2559 มีมติอนุมัติการออกและเสนอขายหุ้นกู้ทุกประเภทชนิดระบุชื่อผู้ถือหรือไม่ระบุชื่อ มีหรือไม่มีหลักประกัน มีหรือไม่มีผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้ หุ้นกู้ด้อยสิทธิหรือไม่ด้อยสิทธิ วงเงินรวมไม่เกิน 3,000 ล้านบาท โดยจะออกและเสนอขายเพียงชุดเดียวหรือหลายชุดในคราวเดียวกัน หรือหลายครั้งก็ได้

ปี	เหตุการณ์ที่สำคัญ
	<ul style="list-style-type: none"> วันที่ 25 เมษายน 2559 ที่ประชุมสามัญประจำปีของผู้ถือหุ้นของบริษัทมีมติอนุมัติการจัดสรรกำไรเป็นเงินปันผลในอัตราหุ้นละ 0.04 บาท เป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 39.2 ล้านบาท เงินปันผลดังกล่าวได้จ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้นในเดือนพฤษภาคม 2559 วันที่ 20 ธันวาคม 2559 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 2/2559 มีมติอนุมัติการออกและเสนอขายหุ้นกู้ทุกประเภทชนิดระบุชื่อผู้ถือหรือไม่ระบุชื่อ มีหรือไม่มีหลักประกัน มีหรือไม่มีผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้ หุ้นกู้ด้อยสิทธิหรือไม่ด้อยสิทธิ วงเงินรวมไม่เกิน 5,000 ล้านบาท โดยจะออกและเสนอขายเพียงชุดเดียวหรือหลายชุดในคราวเดียวกัน หรือหลายครั้งก็ได้
2560	<ul style="list-style-type: none"> วันที่ 24 เมษายน 2560 ที่ประชุมสามัญประจำปีของผู้ถือหุ้นของบริษัทมีมติอนุมัติการจัดสรรกำไรเป็นเงินปันผลในอัตราหุ้นละ 0.05 บาท เป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 49 ล้านบาท เงินปันผลดังกล่าวได้จ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้นในเดือนพฤษภาคม 2560
2561	<ul style="list-style-type: none"> 31 พฤษภาคม 2561 เพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัท อารีญา โฮสพิทอลลิตี้ จำกัด จากเดิม 1 ล้านบาท เป็น 10 ล้านบาท (จำนวน 100,000 ล้านหุ้น มูลค่า หุ้นละ 100 บาท)
2562	<ul style="list-style-type: none"> วันที่ 19 มีนาคม 2562 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2562 มีมติอนุมัติการออกและเสนอขายหุ้นกู้วงเงินรวมไม่เกิน -5,000- ล้านบาท ซึ่งหุ้นกุดังกล่าวมีอายุไม่เกิน 5 ปี วันที่ 2 เมษายน 2562 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 4/2562 มีมติอนุมัติการจัดตั้งบริษัทย่อยใหม่ จำนวน 2 บริษัท คือ บริษัท สุนทรียา เวสซิเดนซ์ จำกัด เพื่อรองรับโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อเช่า ทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท และ บริษัท สุนทรียา เลเซอร์ จำกัด เพื่อรองรับธุรกิจโรงแรม และบริการอื่นๆ ทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท วันที่ 12 ธันวาคม 2562 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 8/2562 มีมติอนุมัติการจัดตั้งบริษัทย่อยใหม่ จำนวน 3 บริษัท คือ บริษัท เมกา สเปซ 1 จำกัด เพื่อรองรับโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียม ทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท , บริษัท เมกา สเปซ 2 จำกัด เพื่อรองรับโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียม ทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท, และ บริษัท มอร์โรว์ 1 จำกัด เพื่อรองรับโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียม ทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท

1.3 ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัท และบริษัทย่อย

บริษัทเริ่มดำเนินธุรกิจด้านการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทจัดสรรที่ดินเพื่อขายและรับจ้างปลูกสร้างบ้านซึ่งเป็นโครงการบ้านเดี่ยวทั้งหมด ต่อมาในปี 2548 บริษัทเริ่มขายบ้านสร้างก่อนขาย ทั้งบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮ้าส์ 3 และ 4 ชั้น และในปี 2549-2554 บริษัทได้เพิ่มสินค้าหลัก อีก 2 ประเภท คือ คอนโดมิเนียมตกแต่งพร้อมอยู่ และทาวน์เฮ้าส์ 2 ชั้น ตกแต่งพร้อมอยู่ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในตลาด นอกจากนี้ในปี 2555 บริษัทได้ออกแบบทาวน์เฮ้าส์ 2 และ 3 ชั้นใหม่ โดยทาวน์เฮ้าส์ 2 ชั้นแบบใหม่ชื่อ เดอะ วิลเลจ และทาวน์เฮ้าส์ 3 ชั้นแบบใหม่ชื่อ เดลี ซึ่งทาวน์เฮ้าส์ทั้ง 2 แบบได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี และสำหรับแบบ เดอะ วิลเลจ บริษัทได้นำมาใช้ในการทำบ้านเดี่ยวด้วย รวมถึงในปี 2557 บริษัทได้ออกแบบบ้านเดี่ยว 2 ชั้นแบบใหม่ ชื่อ อารีญา โคโม ในปี 2558 บริษัทได้ออกแบบทาวน์เฮ้าส์ 3 ชั้น แบบใหม่ชื่อ บริกส์ และในปี 2561 บริษัทได้ออกแบบทาวน์เฮ้าส์ 4 ชั้น แบบใหม่ชื่อ เดอะ พาร์ทิ เกษตร-นวมินทร์ และกลับมาตรรกย้ำแบรนด์แมนดารินาอีกครั้ง ในปี 2562 และในปี 2563 บริษัทได้ออกแบบบ้านเดี่ยว 2 ชั้น แบบใหม่ ชื่อ โคโม บีอังก้า บางนา และ โคโม โบทานิก้า บางนา

ซึ่งปัจจุบันบริษัทฯ และบริษัทย่อยมีโครงการที่ดำเนินการอยู่รวมทั้งสิ้น 55 โครงการ โครงการบ้านเดี่ยว และทาวน์เฮ้าส์มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นผู้ที่ทำงานมาแล้วระยะหนึ่ง มีตำแหน่งหน้าที่การงานที่ดี หรือเป็นเจ้าของกิจการ หรือทำงานวิชาชีพอิสระ และต้องการที่อยู่อาศัยในเขตเมือง เป็นโครงการที่มีความทันสมัย มีรายได้ระดับปานกลางถึงสูง (Young Executives) ส่วนโครงการคอนโดมิเนียม มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นผู้ที่เริ่มทำงาน และผู้ที่ทำงานมาแล้วระยะหนึ่ง ต้องการที่อยู่อาศัยในเขตเมืองและเป็นโครงการที่มีความทันสมัย มีรายได้ระดับปานกลางถึงสูง และคอมมูนิตีโมดูล 2 โครงการนั้น มีชื่อโครงการว่า Pickadaily Bangkok ซึ่งโครงการนี้ถูกก่อสร้างเป็นกลุ่มอาคารเก่าแก่สถาปัตยกรรมสุดคลาสสิกโดยการจำลองบรรยากาศของ English old town และอีกโครงการชื่อ Life Style Club ตั้งอยู่ย่าน เกษตร-นวมินทร์

1.4 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัทฯ ได้ทำการเปิดบริษัทย่อยเพื่อรองรับการขยายตัวของบริษัท และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานต่าง ๆ โดยโครงสร้างการถือหุ้นในบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 คือ บริษัทฯ ถือหุ้นโดยตรงร้อยละ 99.99 ในบริษัทย่อย 7 แห่ง ประกอบด้วย

- | | |
|-------------------------------------|--|
| 1. บริษัท อารีญา เซอร์วิส จำกัด | ประกอบธุรกิจบริการหลังการขาย ด้านอสังหาริมทรัพย์ |
| 2. บริษัท วัน อีพี จำกัด | ประกอบธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง |
| 3. บริษัท อารีญา แมนเนจเม้นต์ จำกัด | ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์และบริหารนิติบุคคล |
| 4. บริษัท คูสสเปซ จำกัด | ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ |
| 5. บริษัท ไวต์ลิฟวิ่ง จำกัด | ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ |
| 6. บริษัท ซิลล์สเปซ จำกัด | ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ |
| 7. บริษัท อารีญา ฮอเทลทอลลิตี จำกัด | ประกอบธุรกิจร้านอาหารและบริการ |

และในวันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ ถือหุ้นโดยตรงร้อยละ 99.97 ในบริษัทย่อย 4 แห่ง ประกอบด้วย

8. บริษัท สุนทรีया เรสซิเดนซ์ จำกัด ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อเช่า
9. บริษัท สุนทรีया เลเซอร์ จำกัด ประกอบธุรกิจโรงแรม และบริการอื่นๆ
10. บริษัท เมกา สเปซ 2 จำกัด ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียม
11. บริษัท มอริโอว์ 1 จำกัด ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียม

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	สัดส่วนการ ถือหุ้น (ร้อยละ)
บจก. อารีญา เซอร์วิส 999 ถนนประดิษฐ์มนูธรรม แขวงสะพาน สอง เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310 โทรศัพท์ 0-2798-9999 โทรสาร 0-2798-9990	บริการหลังการขาย ด้านอสังหาริมทรัพย์	หุ้นสามัญ 1,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท รวมเป็นทุนทั้งสิ้น 10,000,000 บาท	99.99
บจก. วันอัฟ 999 ถนนประดิษฐ์มนูธรรม แขวงสะพาน สอง เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310 โทรศัพท์ 0-2798-9999 โทรสาร 0-2798-9990	บริการรับเหมา ก่อสร้าง	หุ้นสามัญ 10,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท รวมเป็นทุนทั้งสิ้น 100,000,000 บาท	99.99
บจก. อารีญา แมนเนจเม้นต์ 999 ถนนประดิษฐ์มนูธรรม แขวงสะพาน สอง เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310 โทรศัพท์ 0-2798-9999 โทรสาร 0-2798-9990	พัฒนา อสังหาริมทรัพย์ และบริหารนิติบุคคล	หุ้นสามัญ 6,500,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท รวมเป็นทุนทั้งสิ้น 65,000,000 บาท	99.99
บจก. คูลสเปซ 999 ถนนประดิษฐ์มนูธรรม แขวงสะพาน สอง เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310 โทรศัพท์ 0-2798-9999 โทรสาร 0-2798-9990	พัฒนา อสังหาริมทรัพย์	หุ้นสามัญ 6,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท รวมเป็นทุนทั้งสิ้น 60,000,000 บาท	99.99
บจก. ไวลีฟิง 999 ถนนประดิษฐ์มนูธรรม แขวงสะพาน สอง เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310 โทรศัพท์ 0-2798-9999 โทรสาร 0-2798-9990	พัฒนา อสังหาริมทรัพย์	หุ้นสามัญ 6,500,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท รวมเป็นทุนทั้งสิ้น 65,000,000 บาท	99.99

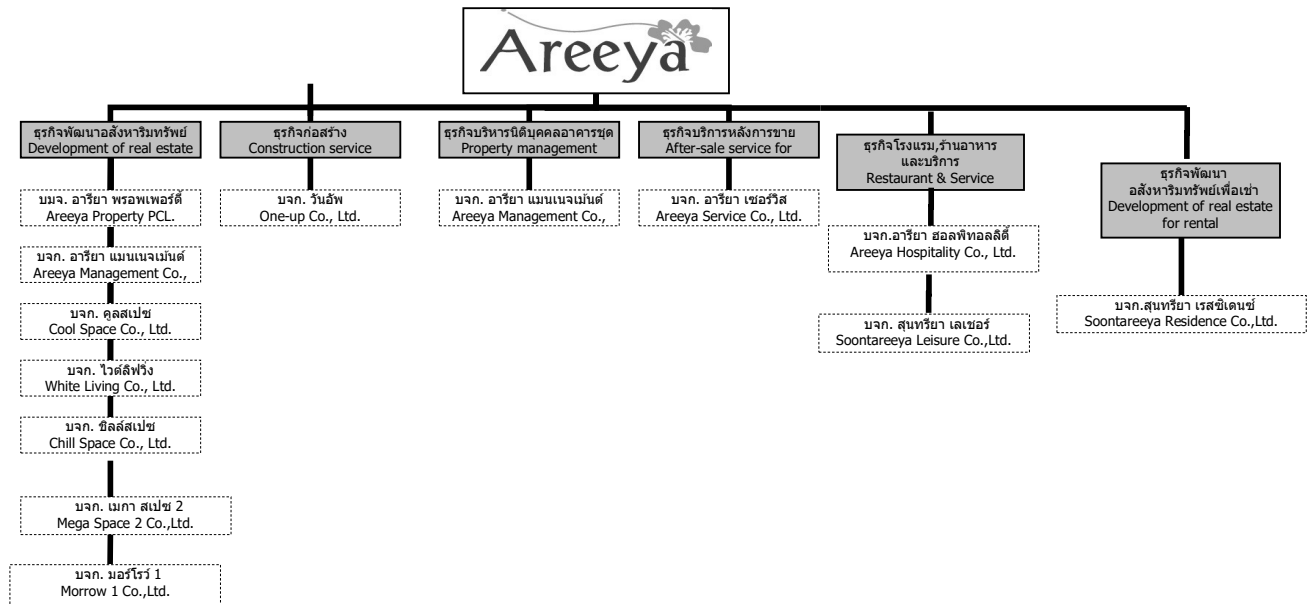
ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)
บจก. ซิลล์สเปซ 999 ถนนประดิษฐ์มนูธรรม แขวงสะพาน สอง เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310 โทรศัพท์ 0-2798-9999 โทรสาร 0-2798-9990	พัฒนา อสังหาริมทรัพย์	หุ้นสามัญ 100,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท รวมเป็นทุนทั้งสิ้น 1,000,000 บาท	99.99
บจก. อารีญา ฮอลพิทออลลิตี 999 ถนนประดิษฐ์มนูธรรม แขวงสะพาน สอง เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310 โทรศัพท์ 0-2798-9999 โทรสาร 0-2798-9990	ร้านอาหารและบริการ	หุ้นสามัญ 100,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท รวมเป็นทุนทั้งสิ้น 10,000,000 บาท	99.99
บจก. สุนทรีया เรสซิเดนซ์ 999 ถนนประดิษฐ์มนูธรรม แขวงสะพาน สอง เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310 โทรศัพท์ 0-2798-9999, โทรสาร 0-2798-9990	พัฒนา อสังหาริมทรัพย์ เพื่อเช่า	หุ้นสามัญ 10,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท รวมเป็นทุนทั้งสิ้น 1,000,000 บาท	99.97
บจก. สุนทรีया เลเซอร์ 999 ถนนประดิษฐ์มนูธรรม แขวงสะพาน สอง เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310 โทรศัพท์ 0-2798-9999 โทรสาร 0-2798-9990	ธุรกิจโรงแรม และบริการอื่นๆ	หุ้นสามัญ 10,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท รวมเป็นทุนทั้งสิ้น 1,000,000 บาท	99.97
บจก. เมกา สเปซ 2 999 ถนนประดิษฐ์มนูธรรม แขวงสะพาน สอง เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310 โทรศัพท์ 0-2798-9999 โทรสาร 0-2798-9990	พัฒนา อสังหาริมทรัพย์ ประเภทคอนโดมิเนียม	หุ้นสามัญ 10,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท รวมเป็นทุนทั้งสิ้น 1,000,000 บาท	99.97
หมายเหตุ ; วันที่ 8 มกราคม 2564 เปลี่ยนชื่อเป็น บจก. เอ็นวี พรอพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์			
บจก. มอริโรว์ 1 999 ถนนประดิษฐ์มนูธรรม แขวงสะพาน สอง เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310 โทรศัพท์ 0-2798-9999 โทรสาร 0-2798-9990	พัฒนา อสังหาริมทรัพย์ ประเภทคอนโดมิเนียม	หุ้นสามัญ 10,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท รวมเป็นทุนทั้งสิ้น 1,000,000 บาท	99.97

ปัจจุบันบริษัทฯ และบริษัทย่อยมีโครงการที่ดำเนินการอยู่รวมทั้งสิ้น 55 โครงการ โดยประกอบด้วย โครงการบ้านเดี่ยว 13 โครงการ, โครงการทาวน์เฮาส์ 32 โครงการ, โครงการคอนโดมิเนียม 10 โครงการ และโครงการคอมมูนิตีมอลล์ 2 โครงการ รวมเป็น 57 โครงการ ซึ่งมีรายละเอียดโครงการ ดังนี้

โครงการบ้านเดี่ยว	โครงการทาวน์เฮาส์	โครงการคอนโดมิเนียม
- อารีญา สwana 3	- เดอะ คัลเลอร์ส แฉงวัฒนะ - ติวานนท์	- เอ สเปซ อโศก-รัชดา
- อารีญา เมทโทร เกษตร	- เดอะ คัลเลอร์ส ฟรีเมี่ยม บางนา	- เอ สเปซ เกษตร
- อารีญา โคม่ บางนา	- เดอะคัลเลอร์ส บางนา กม.10	- เอ สเปซ เฟลล์
- เดอะ วิลเลจ แฉงวัฒนะ - ติวานนท์	- เดอะวิลเลจ บางนา	- เอ สเปซ สุภูมิวิท 77
- เดอะวิลเลจ คอทเทจ กาญจนานิกะ - ราชพฤกษ์	- เดอะคัลเลอร์ส ฟรีเมี่ยม กาญจนานิกะ - ราชพฤกษ์	- เอ สเปซ ไอ.ดี.
- อารีญา โคม่ วงแหวน - รามอินทรา	- เดอะคัลเลอร์ส ฟรีเมี่ยม บางนา - วงแหวนฯ	- เอ สเปซ มี บางนา
- อารีญา โคม่ ลาดกระบัง - สุวรรณภูมิ	- เดอะ คัลเลอร์ส ฟรีเมี่ยม วงแหวน - ราชพฤกษ์	- เอ สเปซ มี สุภูมิวิท 77
- อารีญา โคม่ วงแหวน - ราชพฤกษ์	- เดอะ คัลเลอร์ส วงแหวน - ราชพฤกษ์	- เอ สเปซ มี รัตนธิเบศร์
- ดี เอวา เรสซิเดนซ์	- เดอะ คัลเลอร์ส รังสิต คลอง 4	- เอลิมินิจ อาร์ต เดอ เมฆอง
- อารีญา บุษบา ลาดพร้าว - เสรีไทย	- เดอะวิลเลจ กาญจนานิกะ - ราชพฤกษ์ 2	- สุนทรียา
- อารีญา โคม่ ฟรีม่ บางนา - วงแหวนฯ	- เดอะ เฟลส กาญจนานิกะ - ราชพฤกษ์ 2	
- โคม่ บีฉงก้า บางนา	- เดอะคัลเลอร์ส กาญจนานิกะ - ราชพฤกษ์ 2	
- โคม่ โบทานิก้า บางนา	- เดอะ คัลเลอร์ส ฟรีเมี่ยม กาญจนานิกะ - ราชพฤกษ์ 3	
	- อารีญา บริกข์ บางนา - วงแหวนฯ	
	- เดอะ คัลเลอร์ส วงแหวน - รามอินทรา 2	
	- เดอะ คัลเลอร์ส มิกข์ รังสิต - วงแหวน	
	- เดอะ วิลเลจ รังสิต - วงแหวน	
	- อารีญา บริกข์ รังสิต - คลอง 4	
	- อารีญา บริกข์ รังสิต - วงแหวนฯ	
	- เดอะคัลเลอร์ส บางนา วงแหวน 2	
	- เดอะวิลเลจ หทัยราษฎร์ - วงแหวน	
	- เดอะ วิลเลจ บางนา - วงแหวนฯ 3	
	- เดอะคัลเลอร์ส วงแหวน - ราชพฤกษ์ 2	
	- อารีญา บริกข์ รังสิต - วงแหวนฯ2	
	- เดอะ คัลเลอร์ส บางนา - วงแหวนฯ 3	
	- อารีญา แมนดาริน่า เอกมัย - รามอินทรา	
	- เดอะ พาร์ทิ บาเย อารีญา	
	- เดอะ คัลเลอร์ส บางนา - วงแหวนฯ 4	
	- เดอะคัลเลอร์ส รามอินทรา - หทัยราษฎร์	
	- เดอะวิลเลจ บางนา - วงแหวนฯ 4	

สำหรับโครงการคอมมูนิตีมอลล์ 2 โครงการนั้น มีชื่อโครงการว่า Pickadaily Bangkok ซึ่งโครงการนี้ถูกก่อสร้างเป็นกลุ่มอาคารเก่าแก่สถาปัตยกรรมสุดคลาสสิกโดยการจำลองบรรยากาศของ English old town และอีกโครงการชื่อ Life Style Club ตั้งอยู่ย่าน เกษตร - นวมินทร์ หากรวมทุกโครงการของบริษัท จะมีมูลค่าโครงการรวมทั้งสิ้น 45,897 ล้านบาท (ไม่รวมโครงการคอมมูนิตีมอลล์)

1.5 โครงสร้างเงินทุน ของกลุ่มบริษัท



2 ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทเริ่มดำเนินธุรกิจด้านการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทจัดสรรที่ดินเพื่อขายและรับจ้างปลูกสร้างบ้านซึ่งเป็นโครงการบ้านเดี่ยวทั้งหมด ต่อมาในปี 2548 บริษัทเริ่มขายบ้านสร้างก่อนขาย ทั้งบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮ้าส์ 3 และ 4 ชั้น และในปี 2549 - 2554 บริษัทได้เพิ่มสินค้าหลัก อีก 2 ประเภท คือ คอนโดมิเนียมตกแต่งพร้อมอยู่ และทาวน์เฮ้าส์ 2 ชั้น ตกแต่งพร้อมอยู่ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในตลาด นอกจากนี้ในปี 2555 บริษัทได้ออกแบบทาวน์เฮ้าส์ 2 และ 3 ชั้นใหม่ โดยทาวน์เฮ้าส์ 2 ชั้นแบบใหม่ชื่อ เดอะ วิลเลจ และทาวน์เฮ้าส์ 3 ชั้นแบบใหม่ชื่อ เดลี ซึ่งทาวน์เฮ้าส์ทั้ง 2 แบบได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี และสำหรับแบบ เดอะ วิลเลจ บริษัทได้นำมาใช้ในการทำบ้านเดี่ยวด้วย รวมถึงในปี 2557 บริษัทได้ออกแบบบ้านเดี่ยว 2 ชั้นแบบใหม่ ชื่อ อารียา โคโม ในปี 2558 บริษัทได้ออกแบบทาวน์เฮ้าส์ 3 ชั้น แบบใหม่ชื่อ บริกส์ และในปี 2561 บริษัทได้ออกแบบทาวน์เฮ้าส์ 4 ชั้น แบบใหม่ชื่อ เดอะ พาร์ทิ เกสตร-นวมินทร์ และในปี 2563 บริษัทได้ออกแบบบ้านเดี่ยว 2 ชั้น แบบใหม่ ชื่อ โคโม ป๊อปปี้ บางนา และ เดอะ โคโม โปทานิก้า บางนา

สำหรับการรับรู้รายได้ของบริษัทฯ และบริษัทย่อย จะรับรู้รายได้ในส่วนจากรายได้จากการขายที่ดินและบ้านซึ่งสร้างเสร็จสมบูรณ์และมีไว้พร้อมขาย บริษัทจะรับรู้รายได้เมื่อได้รับชำระค่าที่ดินและบ้านครบถ้วนตามสัญญา และโอนกรรมสิทธิ์ให้กับผู้ซื้อแล้ว ในส่วนของการรับจ้างปลูกสร้างบ้าน บริษัทจะรับรู้รายได้ตามสัดส่วนของงานที่ทำเสร็จ ในส่วนของคนคอนโดมิเนียม บริษัทจะรับรู้รายได้เมื่ออาคารชุดสร้างเสร็จและห้องชุดได้มีการโอนกรรมสิทธิ์ให้แก่ผู้ซื้อและได้รับชำระเงินครบถ้วนตามสัญญา โดยโครงสร้างรายได้หลักของบริษัทมาจากการขายอสังหาริมทรัพย์ เช่น คอนโดมิเนียม, ทาวน์เฮ้าส์ และบ้านเดี่ยว

โครงสร้างรายได้จำแนกตามสายผลิตภัณฑ์หลักตั้งแต่ปี 2561 - 2563 มีดังต่อไปนี้

ผลิตภัณฑ์ / บริการ	งบการเงินรวมประจำปี สิ้นสุด 2563		งบการเงินรวมประจำปี สิ้นสุด 2562		งบการเงินรวมประจำปี สิ้นสุด 2561	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1) รายได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์						
1.1 โครงการแนวราบ	2,305	40.15	2,445	81.80	2,929	72.69
1.2 โครงการแนวสูง	895	15.59	391	13.08	980	24.26
1.3 ที่ดินเปล่า	354	6.17	29	0.97	20	0.50
1.4 โครงการระหว่างก่อสร้าง	1,958	34.10	-	-	-	-
ยอดรวมรายได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์	5,512	96.01	2,865	95.85	3,929	97.45
2) รายได้จากการรับเหมาก่อสร้าง	129	2.25	5	0.17	-	-
3) กลับรายการประมาณการหนี้สินคดีความ			-	-	-	-
4) รายได้อื่น ¹	100	1.74	119	3.98	103	2.55
รวมทั้งสิ้น	5,741	100.00	2,989	100.00	5,057	100.00

¹ รายได้อื่นประกอบด้วยรายได้จากการรับบริหารโครงการ และดอกเบี้ยรับธนาคาร

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัท อารีญา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจโดยแบ่งสินค้าออกเป็น 3 ประเภท มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. โครงการบ้านเดี่ยว โดยบริษัทจะขายที่ดินเปล่าซึ่งเป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัทและรับจ้างปลูกสร้างบ้านบนที่ดินในโครงการดังกล่าว หรือขายที่ดินพร้อมบ้านสร้างเสร็จ โดยในปัจจุบันนี้มีอยู่ด้วยกัน 11 โครงการ อันได้แก่

- อารีญา สวนา 3
- อารีญา เมโทร เกษตร
- อารีญา โคโม่ บางนา
- เดอะ วิลเลจ แจ้งวัฒนะ -ติวานนท์
- เดอะวิลเลจ คอร์ทเทจ กาญจนภิเษก - ราชพฤกษ์
- อารีญา โคโม่ วงแหวน -รามอินทรา
- อารีญา โคโม่ ลาดกระบัง -สุวรรณภูมิ
- อารีญา โคโม่ วงแหวน -ราชพฤกษ์
- ดี เอวา เรสซิเดนซ์
- อารีญา บุษบา ลาดพร้าว-เสรีไทย
- อารีญา โคโม่ ฟรีโม่ บางนา-วงแหวนฯ
- โคโม่ บีอีเอ็ม บางนา
- โคโม่ โบตานิก้า บางนา

2. โครงการทาวน์เฮ้าส์ บริษัทได้พัฒนาทาวน์เฮ้าส์ แบ่งเป็น 2 รูปแบบ

ประเภท	ชื่อโครงการ	รายละเอียด
แบบ 2 ชั้น	<ul style="list-style-type: none"> - อารีญา แอทโฮม - เดอะคัลเลอร์ส แจ้งวัฒนะ-ติวานนท์ - เดอะคัลเลอร์ส ฟรีเมียม บางนา - เดอะคัลเลอร์ส บางนา กม.10 - เดอะวิลเลจ บางนา - เดอะวิลเลจ กาญจนภิเษก – ราชพฤกษ์ - เดอะคัลเลอร์ส ฟรีเมียม กาญจนภิเษก – ราชพฤกษ์ - เดอะคัลเลอร์ส กาญจนภิเษก – ราชพฤกษ์ - เดอะคัลเลอร์ส ฟรีเมียม บางนา - วังหลวงฯ - เดอะคัลเลอร์ส บางนา – วังหลวงฯ - เดอะคัลเลอร์ส ฟรีเมียม วังหลวง - ราชพฤกษ์ - เดอะคัลเลอร์ส วังหลวง - ราชพฤกษ์ - เดอะ คัลเลอร์ส ฟรีเมียม กาญจนภิเษก - ราชพฤกษ์ 2 - เดอะ วิลเลจ บางนา - วังหลวงฯ 2 - เดอะคัลเลอร์ส รังสิต - คลอง 4 - เดอะวิลเลจ กาญจนภิเษก-ราชพฤกษ์ 2 - เดอะ เฟลส กาญจนภิเษก-ราชพฤกษ์ 2 - เดอะคัลเลอร์ส กาญจนภิเษก-ราชพฤกษ์2 - เดอะ คัลเลอร์ส ฟรีเมียม กาญจนภิเษก - ราชพฤกษ์ 3 - เดอะ คัลเลอร์ส วังหลวง-รามอินทรา 2 - เดอะ คัลเลอร์ส มิกซ์ รังสิต-วังหลวง - เดอะ วิลเลจ รังสิต – วังหลวง - เดอะคัลเลอร์ส บางนา วังหลวง 2 - เดอะวิลเลจ หทัยราษฎร์-วังหลวง - เดอะ วิลเลจ บาง นา - วังหลวงฯ 2 - เดอะคัลเลอร์ วังหลวง-ราชพฤกษ์ 2 -เดอะ คัลเลอร์ส บางนา-วังหลวงฯ 3 -เดอะ คัลเลอร์ส บางนา-วังหลวงฯ 4 -เดอะคัลเลอร์ส รามอินทรา-หทัยราษฎร์ -เดอะวิลเลจ บางนา - วังหลวงฯ 4 	<p>เป็นโครงการจัดสรรทาวน์เฮ้าส์ หน้ากว้าง 5.7 เมตร 2 ชั้น เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการที่อยู่อาศัย สำหรับกลุ่มครอบครัวขนาดเล็กและครอบครัวที่เก๋อบใหม่โดยในปัจจุบัน นั้น มีอยู่ด้วยกัน 8 ทำเล อันได้แก่ เกษตร-นวมินทร์, ติวานนท์, บางนา, รังสิต, สรงประภา, ราชพฤกษ์, เสรีไทย และวังหลวง - รามอินทรา โดยบริษัทยังมีแผนในการเพิ่มจำนวนทำเลเพื่อรองรับความต้องการในรูปแบบเดียวกันให้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วกรุงเทพมหานครและปริมณฑล นอกจากนี้บริษัทยังมีทาวน์เฮ้าส์ 2 ชั้นแบบใหม่ที่ชื่อ เดอะ วิลเลจ ซึ่งมีจุดเด่น คือ เป็นทาวน์เฮ้าส์ที่ให้บรรยากาศเหมือนอยู่บ้านเดี่ยว และมีบริเวณสวนรอบบ้าน และหน้าบ้านที่กว้าง ทำให้สามารถจอดรถยนต์ได้ถึง 2 คัน</p>
แบบ 3 ชั้น	<ul style="list-style-type: none"> - อารีญา บริกซ์ บางนา – วังหลวงฯ - อารีญา บริกซ์ รังสิต-คลอง 4 - อารีญา บริกซ์ รังสิต-วังหลวงฯ - อารีญา บริกซ์ รังสิต-วังหลวงฯ 2 	<p>เป็นโครงการจัดสรรทาวน์เฮ้าส์ หน้ากว้าง 5 เมตร และ 5.5 เมตร สูง 3 ชั้น เพื่อตอบสนองความต้องการกลุ่มลูกค้าครอบครัวที่มีขนาดเล็กถึงขนาดปานกลาง เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับผู้บริโภค โดยในปัจจุบันนั้นมีอยู่ด้วยกัน 2 ทำเล อันได้แก่ รังสิต - ลำลูกกา และ บางนา</p>

ประเภท	ชื่อโครงการ	รายละเอียด
แบบ 4 ชั้น	- อาเรีย แมนดารินา เอกมัย-รามอินทรา - เดอะ พาร์ทิ เกษตร-นวมินทร์	เป็นโครงการจัดสรรทาวน์เฮ้าส์ หน้ากว้าง 5 เมตร และ 5.5 เมตร สูง 4 ชั้น เพื่อตอบสนองของกลุ่มลูกค้าทาวน์เฮ้าส์ในเขตปริมณียที่ต้องการพื้นที่ใช้สอยจำนวนมาก และมีความโดดเด่นในเรื่องการออกแบบ เพื่อตอบโจทย์ในเรื่องความต้องการที่แตกต่างของกลุ่มลูกค้าในกลุ่มนี้ ในปัจจุบันนี้มีอยู่ด้วยกัน 2 โครงการ อันได้แก่ อาเรีย แมนดารินา เอกมัย-รามอินทรา และ เดอะ พาร์ทิ เกษตร-นวมินทร์

- 3 โครงการคอนโดมิเนียม โดยจุดเด่นของสินค้าของบริษัท คือ จะตั้งอยู่บนที่ดินที่ใกล้ใจกลางเมือง ใกล้แหล่งคมนาคม ห้างสรรพสินค้า และสถานที่อำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเต็มที่ โดยโครงการคอนโดมิเนียมเน้นพัฒนา เป็น 3 รูปแบบ

ประเภท	ชื่อโครงการ	รายละเอียด
แบบ 8 ชั้น	- เอสเปซ อโศก - รัชดา - เอสเปซ เกษตร - เอสเปซ สุขุมวิท 77 - เอสเปซ มี สุขุมวิท 77 - เอสเปซ เฟลย์ - เอลิมินิจ อาร์ต เดอ เมซง	เป็นโครงการคอนโดมิเนียม 7-8 ชั้น พื้นที่แต่ละอาคารไม่เกิน 10,000 ตร.ม. เป็นโครงการคอนโดมิเนียมขนาดเล็ก โดยในปัจจุบันนี้มีอยู่ด้วยกัน 5 ทำเล อันได้แก่ เกษตร-นวมินทร์, อโศก - รัชดา, สุขุมวิท, สุขุมวิท 53 และสุขุมวิท 77 โดยบริษัทยังมีแผนในการเพิ่มจำนวนทำเลเพื่อรองรับความต้องการในรูปแบบเดียวกันให้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วกรุงเทพมหานคร
แบบเกิน 8 ชั้น แต่ไม่เกิน 30,000 ตร.ม. ต่ออาคาร	- เอสเปซ ไอที อโศก - เอสเปซ มี บางนา - เอสเปซ มี รัตนภิเษย์	เป็นคอนโดมิเนียมขนาดกลางเน้นความเป็นส่วนตัวและสาธารณูปโภคอื่นๆ ที่เพิ่มขึ้น โดยในปัจจุบันนี้มีอยู่ด้วยกัน 3 ทำเล อันได้แก่ อโศก-รัชดา, บางนา, และรัตนภิเษย์
แบบเกิน 8 ชั้น เกิน 30,000 ตร.ม. ต่ออาคาร	- สุนทรีया	เป็นโครงการคอนโดมิเนียมขนาดใหญ่เน้นพัฒนาในพื้นที่ CBD เพื่อเน้นการตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้ากลุ่มพรีเมียม ประกอบกับจุดขายในส่วน Private club เพื่อตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าที่ต้องการบริการระดับพรีเมียมเกรด โดยในปัจจุบันนี้มีอยู่ด้วยกัน 1 ทำเล อันได้แก่ บางนา โดยบริษัทยังมีแผนในการเพิ่มจำนวนทำเลเพื่อรองรับความต้องการในรูปแบบเดียวกันให้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วกรุงเทพมหานคร

สำหรับโครงการคอมมูนิตีฮอลล์ 2 โครงการนั้น มีชื่อโครงการว่า Pickadaily Bangkok ซึ่งโครงการนี้ถูกก่อสร้างเป็นกลุ่มอาคารเก่าแก่สถาปัตยกรรมคลาสสิกโดยการจำลองบรรยากาศของ English old town และอีกโครงการชื่อ Life Style Club ย่าน เกษตร - นวมินทร์

สำหรับปี 2563 บริษัทเปิดตัวโครงการ 4 โครงการดังนี้ คือ สุนทรีया, โคโม บีฮังก้า บางนา, โคโม โบทานิก้า บางนา, เดอะวิลเลจ บางนา-วงแหวนฯ 4

บริษัทมีโครงการปัจจุบันที่ดำเนินงานอยู่ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 จำนวน 55 โครงการ มูลค่า 45,897 ล้านบาท (ไม่รวมโครงการคอมมูนิตีฮอลล์) โดยรายละเอียดของแต่ละโครงการปรากฏดังตารางต่อไปนี้

2.2 โครงการของบริษัทในปัจจุบัน

ชื่อโครงการ	พัฒนาโครงการโดย	วันที่ เริ่ม ขาย	วันที่ เริ่ม โอน	มูลค่าโครงการ*		มูลค่าโอนแล้ว		มูลค่าขายแล้วรอ โอน		มูลค่าขายแล้ว รอโอน		สินค้าคงเหลือ		สินค้าคงเหลือ อยู่ระหว่างการ ก่อสร้าง		ความ คืบหน้า การ ก่อสร้าง (%)
				จำนวนยูนิต	มูลค่า (ลบ)	จำนวน ยูนิต	มูลค่า (ลบ)	สร้างเสร็จแล้ว 100%		อยู่ระหว่างการ ก่อสร้าง		สร้างเสร็จแล้ว 100%		อยู่ระหว่างการ ก่อสร้าง		
								จำนวน ยูนิต	มูลค่า (ลบ)	จำนวน ยูนิต	มูลค่า (ลบ)	จำนวน ยูนิต	มูลค่า (ลบ)	จำนวน ยูนิต	มูลค่า (ลบ)	
บ้านเดี่ยว/บ้านแฝด																
อารียา สวนา 3	บริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี จำกัด (มหาชน)	ก.ค.- 47	ก.ย.- 62	49	525	28	320	-	-	-	-	-	-	21	205	85%
อารียา เมทโทร (เกษตร)	บริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี จำกัด (มหาชน)	พ.ค.- 57	พ.ค.- 57	35	406	33	371	-	-	-	-	-	-	2	35	95%
เดอะวิลเลจ แฉ่งวัฒนะ - ดิวา นนท์	บริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี จำกัด (มหาชน)	ก.ค.- 55	มิ.ย.- 56	150	593	116	447	1	4	-	-	33	142	-	-	100%
อารียา โคโม บางนา	บริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี จำกัด (มหาชน)	ต.ค.- 57	พ.ย.- 57	61	341	61	341	-	-	-	-	-	-	-	-	100%
เดอะวิลเลจ คอทเทจ กาญจนนา ภิเษก - ราชพฤกษ์	บริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี จำกัด (มหาชน)	พ.ย.- 57	เม.ย.- 58	86	307	68	234	5	19	-	-	13	54	-	-	100%
อารียา โคโมวงแหวน-รามอินทรา	บริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี จำกัด (มหาชน)	มี.ค.- 58	ต.ค.- 58	124	512	117	477	-	-	-	-	7	35	-	-	100%
อารียา โคโม ลาดกระบัง -สุวรรณ ภูมิ	บริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี จำกัด (มหาชน)	ก.พ.- 59	เม.ย.- 59	73	513	29	179	-	-	-	-	8	59	36	275	72%
อารียา โคโม วงแหวน - ราช พฤกษ์	บริษัท อารียา แมนเนจ मेंต์ จำกัด	พ.ค.- 59	พ.ค.- 59	115	431	62	216	1	4	-	-	2	12	50	199	88%
ดิ เอวา เรสซิเดนซ์	บริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี จำกัด (มหาชน)	ก.พ.- 60	มี.ค.- 60	35	1,283	6	148	-	-	-	-	8	268	21	867	58%
อารียา ปุษบา ลาดพร้าว-เสรีไทย	บริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี จำกัด (มหาชน)	ก.ย.- 61	ต.ค.- 61	28	292	11	134	-	-	1	14	-	-	16	144	69%

ชื่อโครงการ	พัฒนาโครงการโดย	วันที่ เริ่ม ขาย	วันที่ เริ่ม โอน	มูลค่าโครงการ*		มูลค่าโอนแล้ว		มูลค่าขายแล้ว โอน		มูลค่าขายแล้ว รอโอน		สินค้าคงเหลือ		สินค้าคงเหลือ อยู่ระหว่างการ		ความ คืบหน้า การ ก่อสร้าง (%)
				จำนวน ยูนิต	มูลค่า (ลบ)	จำนวน ยูนิต	มูลค่า (ลบ)	สร้างเสร็จแล้ว 100%		อยู่ระหว่างการ ก่อสร้าง		สร้างเสร็จแล้ว 100%		ก่อสร้าง		
								จำนวน ยูนิต	มูลค่า (ลบ)	จำนวน ยูนิต	มูลค่า (ลบ)	จำนวน ยูนิต	มูลค่า (ลบ)	จำนวน ยูนิต	มูลค่า (ลบ)	
อารียา โคโม่ พรีเม่ บางนา-วงแหวนฯ	บริษัท คูสเปซ จำกัด	พ.ย.-61	ธ.ค.-61	144	1,113	36	259	1	10	3	23	6	53	98	768	51%
โคโม่ บีอีทรี บางนา	บริษัท ไวดิลฟิง จำกัด	พ.ค.-63	มิ.ย.-63	126	749	50	299	4	23	5	31	13	78	54	318	72%
โคโม่ โบทานิก้า บางนา	บริษัท ไวดิลฟิง จำกัด	พ.ย.-63	พ.ย.-63	108	636	2	12	2	11	1	6	2	16	101	591	32%
รวมบ้านเดี่ยว/บ้านแฝด 13 โครงการ	-	-	-	1,134	7,701	619	3,437	14	71	10	74	92	717	399	3,402	
ทาวน์เฮ้าส์																
เดอะคัลเลอร์สแจ่งวัฒนะ-ติวานนท์	บริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)	มิ.ย.-50	เม.ย.-51	187	345	186	342	-	-	-	-	1	3	-	-	100%
เดอะคัลเลอร์ส พรีเมี่ยม บางนา	บริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)	ต.ค.-53	ต.ค.-57	181	372	181	372	-	-	-	-	-	-	-	-	100%
เดอะคัลเลอร์ส บางนา กม.10	บริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)	ม.ค.-55	ต.ค.-57	272	584	272	584	-	-	-	-	-	-	-	-	100%
เดอะวิลเลจ บางนา	บริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)	ก.ค.-55	มี.ค.-56	105	313	104	308	-	-	-	-	1	5	-	-	100%
เดอะวิลเลจ กาญจนภิเษก - ราชพฤกษ์	บริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)	พ.ย.-57	มี.ค.-58	133	353	129	339	-	-	-	-	4	14	-	-	100%
เดอะคัลเลอร์ส พรีเมี่ยม กาญจนภิเษก – ราชพฤกษ์	บริษัท ไวดิลฟิง จำกัด	พ.ย.-57	ส.ค.-60	262	463	261	460	-	-	-	-	1	3	-	-	100%

ชื่อโครงการ	พัฒนาโครงการโดย	วันที่ เริ่ม ขาย	วันที่ เริ่ม โอน	มูลค่าโครงการ*		มูลค่าโอนแล้ว		มูลค่าขายแล้ว รอโอน		มูลค่าขายแล้ว รอโอน		สินค้าคงเหลือ		สินค้าคงเหลือ อยู่ระหว่างการ ก่อสร้าง		ความ คืบหน้า การ ก่อสร้าง (%)
				จำนวน ยูนิต	มูลค่า (ลบ)	จำนวน ยูนิต	มูลค่า (ลบ)	จำนวน ยูนิต	มูลค่า (ลบ)	จำนวน ยูนิต	มูลค่า (ลบ)	จำนวน ยูนิต	มูลค่า (ลบ)	จำนวน ยูนิต	มูลค่า (ลบ)	
เดอะคัลเลอร์ส กาญจนภิเษก - ราช พฤกษ์	บริษัท คูสสเปซ จำกัด	พ.ย.- 57	มี.ค.- 58	263	420	262	417	-	-	-	-	1	3	-	-	100%
เดอะคัลเลอร์ส พรีเมียม บางนา - วง แหวนฯ	บริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)	ก.ย.- 58	ธ.ค.- 58	191	548	191	548	-	-	-	-	-	-	-	-	100%
เดอะคัลเลอร์ส พรีเมียม วงแหวน - ราชพฤกษ์	บริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)	เม.ย.- 59	พ.ค.- 59	265	532	219	435	2	4	-	-	17	36	27	57	99%
เดอะคัลเลอร์ส วงแหวน - ราชพฤกษ์	บริษัท อารียา แมนเนจเม้นต์ จำกัด	เม.ย.- 59	มิ.ย.- 59	225	441	149	272	-	-	-	-	31	69	45	100	96%
เดอะคัลเลอร์ส รังสิต - คลอง 4	บริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)	ก.ค.- 59	ก.ย.- 59	342	744	261	555	-	-	-	-	16	36	65	153	97%
เดอะวิลเลจ กาญจนภิเษก -ราช พฤกษ์ 2	บริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)	ส.ค.- 59	ธ.ค.- 59	128	370	126	364	1	3	-	-	1	3	-	-	100%
เดอะ เฟลส กาญจนภิเษก -ราช พฤกษ์ 2	บริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)	ส.ค.- 59	เม.ย.- 60	117	190	116	190	-	-	-	-	-	-	-	-	100%
เดอะคัลเลอร์ส กาญจนภิเษก- ราช พฤกษ์ 2	บริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)	ธ.ค.- 59	ธ.ค.- 59	215	397	193	354	1	2	-	-	18	35	3	6	99%
เดอะ คัลเลอร์ส พรีเมียม กาญจน ภิเษก - ราชพฤกษ์ 3	บริษัท อารียา แมนเนจเม้นต์ จำกัด	มี.ค.- 60	ส.ค.- 60	219	431	213	419	4	8	-	-	2	4	-	-	100%
อารียา บริกส์ บางนา - วงแหวนฯ	บริษัท อารียา แมนเนจเม้นต์ จำกัด	พ.ค.- 60	ส.ค.- 61	4	21	3	17	-	-	-	-	1	4	-	-	100%
เดอะ คัลเลอร์ส วงแหวน-รามอินทรา 2	บริษัท ไวด์ลิฟวิ่ง จำกัด	มิ.ย.- 60	มิ.ย.- 60	179	442	175	429	-	-	-	-	4	13	-	-	100%

ชื่อโครงการ	พัฒนาโครงการโดย	วันที่ เริ่ม ขาย	วันที่ เริ่ม โอน	มูลค่าโครงการ*		มูลค่าโอนแล้ว		มูลค่าขายแล้ว รอโอน		มูลค่าขายแล้ว รอโอน		สินค้าคงเหลือ		สินค้าคงเหลือ อยู่ระหว่างการ ก่อสร้าง		ความ คืบหน้า การ ก่อสร้าง (%)
				จำนวน ยูนิต	มูลค่า (ลบ)	จำนวน ยูนิต	มูลค่า (ลบ)	สร้างเสร็จแล้ว 100%		อยู่ระหว่างการ ก่อสร้าง		สร้างเสร็จแล้ว 100%		อยู่ระหว่างการ ก่อสร้าง		
								จำนวน ยูนิต	มูลค่า (ลบ)	จำนวน ยูนิต	มูลค่า (ลบ)	จำนวน ยูนิต	มูลค่า (ลบ)	จำนวน ยูนิต	มูลค่า (ลบ)	
ทาวนเฮ้าส์																
เดอะ คัลเลอร์ส มิกซ์ รังสิต-วงแหวน	บริษัท ไวลีฟวิง จำกัด	พ.ค.- 60	มิ.ย.- 60	481	990	177	338	2	4	-	-	28	56	274	592	62%
เดอะ วิลเลจ รังสิต – วงแหวน	บริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)	พ.ค.- 60	ก.ย.- 60	319	1,038	118	353	-	-	-	-	21	66	180	619	56%
อารียา บริกซ์ รังสิต-คลอง 4	บริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)	ธ.ค.- 60	มิ.ย.- 61	7	30	1	4	-	-	-	-	6	26	-	-	100%
เดอะคัลเลอร์ส บางนา วงแหวน 2	บริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)	ต.ค.- 60	ธ.ค.-60	270	651	269	647	-	-	-	-	1	4	-	-	100%
เดอะวิลเลจ หทัยราษฎร์-วงแหวน	บริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)	มี.ค.- 61	พ.ค.- 61	130	607	51	219	-	-	-	-	8	46	71	342	76%
อารียา บริกซ์ รังสิต-วงแหวนฯ	บริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)	ก.ค.- 61	ก.ค.- 61	8	30	5	19	-	-	-	-	3	11	-	-	100%
เดอะวิลเลจ บางนา - วงแหวนฯ 3	บริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)	พ.ค.- 61	ก.ย.- 61	152	629	152	629	-	-	-	-	-	-	-	-	100%
เดอะคัลเลอร์ วงแหวน-ราชพฤกษ์ 2	บริษัท ซิลล์สเปซ จำกัด	ต.ค.- 61	พ.ย.- 61	272	546	31	54	1	2	-	-	5	11	235	479	30%
อารียา บริกซ์ รังสิต-วงแหวนฯ 2	บริษัท ไวลีฟวิง จำกัด	ส.ค.- 61	ธ.ค.-63	8	29	1	4	-	-	-	-	7	25	-	-	100%
เดอะ คัลเลอร์ส บางนา-วงแหวนฯ 3	บริษัท ไวลีฟวิง จำกัด	ม.ค.- 62	เม.ย.- 62	164	533	121	391	1	3	-	-	5	15	37	124	73%

ชื่อโครงการ	พัฒนาโครงการโดย	วันที่ เริ่ม ขาย	วันที่ เริ่ม โอน	มูลค่าโครงการ*		มูลค่าโอนแล้ว		มูลค่าขายแล้ว รอโอน		มูลค่าขายแล้ว รอโอน		สินค้าคงเหลือ		สินค้าคงเหลือ อยู่ระหว่างการ ก่อสร้าง		ความ คืบหน้า การ ก่อสร้าง (%)
								สร้างเสร็จแล้ว 100%		อยู่ระหว่างการ ก่อสร้าง		สร้างเสร็จแล้ว 100%		อยู่ระหว่างการ ก่อสร้าง		
				จำนวน ยูนิต	มูลค่า (ลบ)	จำนวน ยูนิต	มูลค่า (ลบ)	จำนวน ยูนิต	มูลค่า (ลบ)	จำนวน ยูนิต	มูลค่า (ลบ)	จำนวน ยูนิต	มูลค่า (ลบ)	จำนวน ยูนิต	มูลค่า (ลบ)	
อารีญา แมนดารีน่า เอกมัย-ราม อินทรา	บริษัท อารีญา แมนเนจ मेंท์ จำกัด	ม.ค.- 62	มิ.ย.- 62	120	909	56	384	5	42	-	-	11	97	48	386	71%
เดอะ พาร์ที บาย อารีญา	บริษัท อารีญา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)	ม.ค.- 62	เม.ย.- 62	73	910	8	88	-	-	-	-	4	47	61	775	47%
เดอะ คัลเลอร์ส บางนา-วงแหวนฯ 4	บริษัท อารีญา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)	เม.ย.- 62	มิ.ย.- 62	183	536	118	335	1	3	1	3	15	48	48	147	85%
เดอะคัลเลอร์ส รามอินทรา-หทัย ราษฎร์	บริษัท คูสสเปซ จำกัด	ต.ค.- 62	พ.ย.- 62	150	485	38	116	-	-	1	3	12	41	99	325	62%
เดอะวิลเลจ บางนา - วงแหวนฯ 4	บริษัท อารีญา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)	ก.ค.- 63	ธ.ค.- 63	134	612	5	22	-	-	3	15	-	-	126	575	23%
รวมทาว์นเฮ้าส์ 32 โครงการ	-	-	-	5,759	15,501	4,192	10,008	18	71	5	21	224	721	1,319	4,680	
คอนโดมิเนียม																
เอ สเปซ เกษตร	บริษัท อารีญา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)	ต.ค.- 49	พ.ย.- 52	205	326	200	316	-	-	-	-	5	10	-	-	100%
เอ สเปซ อโศก-รัชดา	บริษัท อารีญา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)	พ.ย.- 49	ก.พ.- 52	2,178	4,209	2176	4206	-	-	-	-	2	3	-	-	100%
เอ สเปซ เฟลย์	บริษัท อารีญา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)	ม.ค.- 51	พ.ย.- 53	485	800	483	792	-	-	-	-	2	8	-	-	100%
เอ สเปซ สุขุมวิท 77	บริษัท อารีญา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)	มิ.ย.- 53	มิ.ย.- 53	443	730	433	716	7	8	-	-	3	6	-	-	100%
เอ สเปซ มี สุขุมวิท 77	บริษัท อารีญา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)	มี.ค.- 55	ธ.ค.- 58	832	1,392	795	1,319	7	14	-	-	30	59	-	-	100%

ชื่อโครงการ	พัฒนาโครงการโดย	วันที่ เริ่ม ขาย	วันที่ เริ่ม โอน	มูลค่าโครงการ*		มูลค่าโอนแล้ว		มูลค่าขายแล้ว รอโอน		มูลค่าขายแล้ว รอโอน		สินค้าคงเหลือ		สินค้าคงเหลืออยู่ ระหว่างการก่อสร้าง		ความ คืบหน้า การ ก่อสร้าง (%)
				จำนวน ยูนิต	มูลค่า (ลบ)	จำนวน ยูนิต	มูลค่า (ลบ)	สร้างเสร็จแล้ว 100%		อยู่ระหว่างการ ก่อสร้าง		สร้างเสร็จแล้ว 100%		ระหว่างการก่อสร้าง		
								จำนวน ยูนิต	มูลค่า (ลบ)	จำนวน ยูนิต	มูลค่า (ลบ)	จำนวน ยูนิต	มูลค่า (ลบ)	จำนวน ยูนิต	มูลค่า (ลบ)	
คอนโดมิเนียม																
เอ สเปซ มี บางนา	บริษัท อารีญา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)	มี.ค.- 55	ก.ค.- 58	960	1,090	947	1,032	-	-	-	-	13	58	-	-	100%
เอ สเปซ ไอ.ดี. อโศก-รัชดา	บริษัท อารีญา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)	มี.ค.- 55	เม.ย.- 59	546	2,061	486	1,803	8	30	-	-	52	228	-	-	100%
เอ สเปซ มี รัตนธิเบศร์	บริษัท อารีญา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)	ส.ค.- 56	เม.ย.- 60	406	763	233	430	101	160	-	-	72	173	-	-	100%
เฉลิมนิจ อาร์ต เดอ เมซง	บริษัท อารีญา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)	ส.ค.- 60	ม.ค.- 63	124	1,775	26	371	1	12	22	303	2	21	73	1,068	98%
สุนทรียา	บริษัท อารีญา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)	เม.ย.- 63	พ.ย.- 65	542.00	9,549	-	-	-	-	6	89	-	-	536	9460	5%
รวมคอนโดมิเนียม 10 โครงการ	-	-	-	6,721	22,695	5,779	10,985	124	224	28	392	181	566	609	10,528	-
รวมทั้งหมด 55 โครงการ	-	-	-	13,614	45,897	10,590	24,430	156	366	43	487	497	2,004	2,327	18,610	-

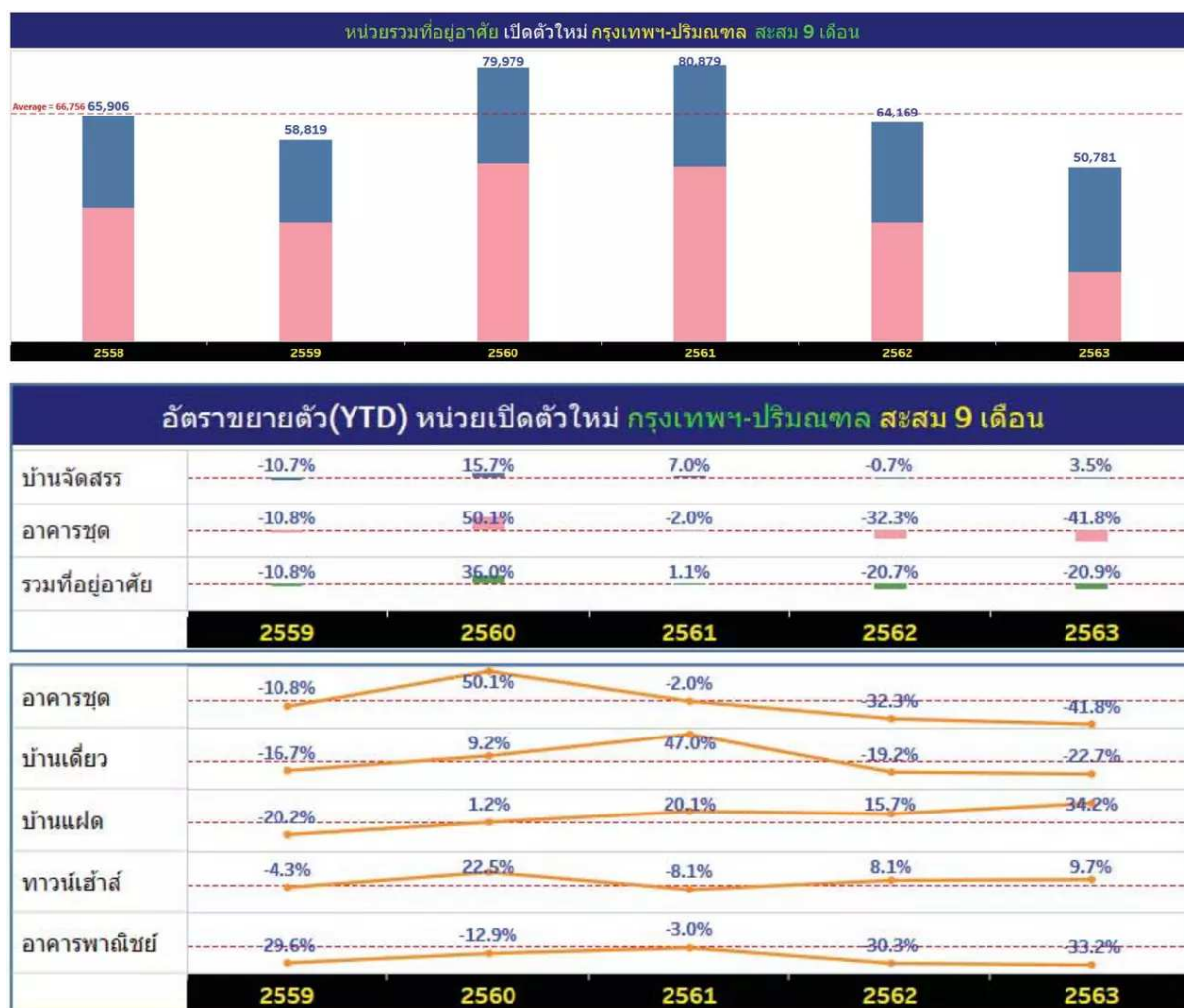
ในปี 2563 บริษัทได้เปิดตัว 4 โครงการดังนี้คือ สุนทรียา, โคโม บีฮังก้า บางนา, โคโม โบทานิก้า บางนา, เดอะวิลเลจ บางนา-วงแหวนฯ 4

2.3 การตลาดและการแข่งขัน

ภาพรวมตลาดอสังหาริมทรัพย์ ปี 2563

ปี 2563 ถือเป็นหนึ่งในปีที่เจ็บหนักที่สุดของอสังหาฯในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา นับตั้งแต่วิกฤตต้มยำกุ้ง ที่ผ่านมามาตลาดอสังหาริมทรัพย์ โดยเฉพาะตลาดที่อยู่อาศัย ตั้งแต่ต้นปีก็เจอกับความท้าทายแบบเต็มๆ ทั้งจากสถานการณ์ Covid-19 และภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว การซื้อขายมีปริมาณที่ลดลง ทำให้ผู้ประกอบการต้องหาวิธีการต่างๆ เพื่อสร้างยอดขายออนไลน์ให้ได้มากที่สุด

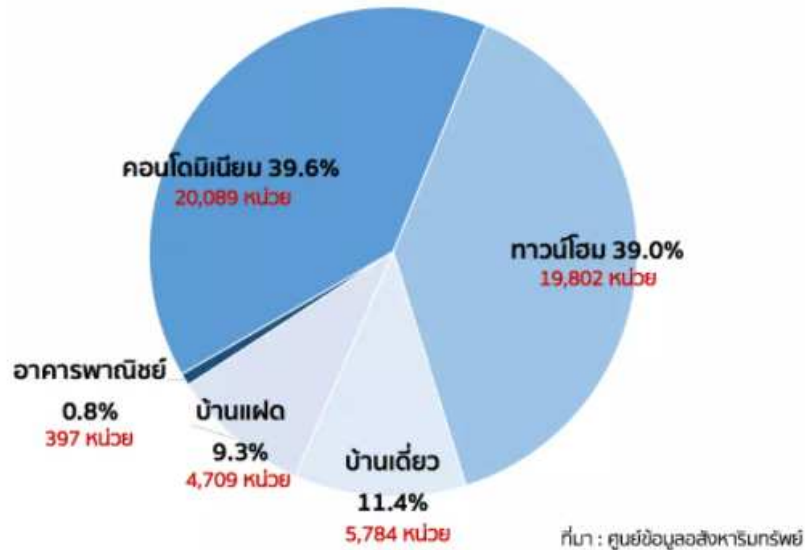
โดยศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ และธนาคารอาคารสงเคราะห์ ได้สำรวจข้อมูลอุปสงค์และอุปทานตลาดที่อยู่อาศัยที่อยู่ระหว่างการขาย (แต่ละโครงการมีหน่วยเหลือขายมากกว่า 6 หน่วย) รวมโครงการของการเคหะแห่งชาติ (กคช.) แต่ไม่รวมบ้านเอื้ออาทรในพื้นที่กรุงเทพฯ - ปริมณฑล ซึ่งศูนย์ข้อมูลฯ ได้ทำการสำรวจเป็นประจำอย่างต่อเนื่องทุกปี ปีละ 2 รอบ ได้แก่ รอบครึ่งปีแรก และรอบครึ่งปีหลัง โดยข้อมูลล่าสุดในปี 2563 มีรายละเอียด ดังนี้



ที่มา : ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ REIC

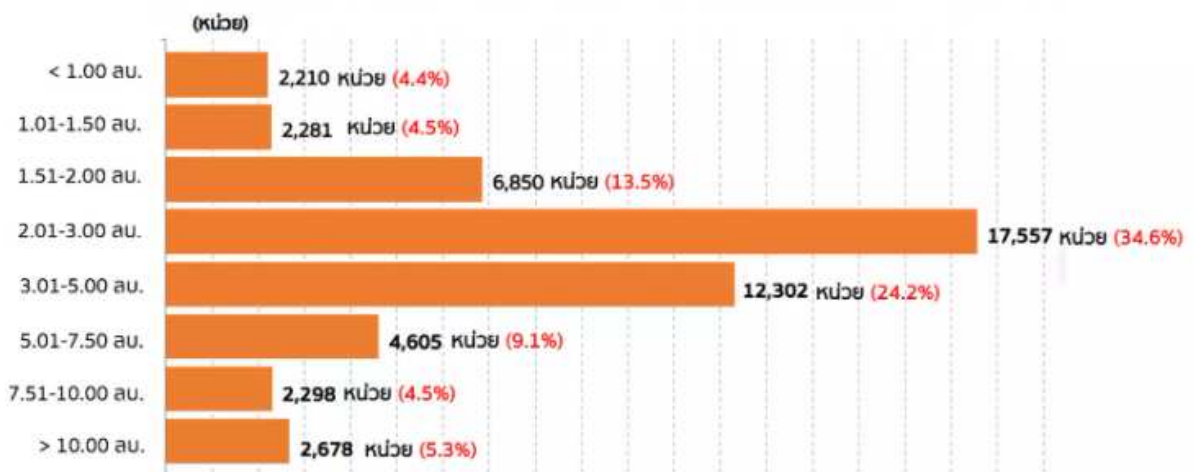
จากการเก็บข้อมูลการเปิดตัวโครงการใหม่ที่ผ่านมา พบว่ามีจำนวนโครงการเปิดใหม่ที่ลดลงต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2561 โดยในพื้นที่ กรุงเทพฯ-ปริมณฑล ในปี 2563 มียอดสะสม 9 เดือน พบว่าจำนวนทั้งสิ้น 50,781 หน่วย มูลค่า 228,949 ล้านบาท มีการปรับตัวลดลง -20.9% ซึ่งจำนวนการลดลงสูงที่สุดในรอบ 5 ปี โดยเป็นการลดลงของโครงการประเภทอาคารชุดมากถึง 41.8% ในขณะที่โครงการประเภทบ้านจัดสรร มีจำนวนที่เพิ่มขึ้น 3.5%

สัดส่วนหน่วยรวมที่อยู่อาศัย เปิดตัวใหม่ กรุงเทพฯ-ปริมณฑล สะสม 9 เดือน ปี 2563



โดยถ้าแยกเป็นประเภทอาคารชุด 20,089 หน่วย คิดเป็น 39.6% ทาวน์โฮม 19,802 หน่วย คิดเป็น 39% บ้านเดี่ยว 5,784 หน่วย คิดเป็น 11.4% บ้านแฝดจำนวน 4,709 หน่วย คิดเป็น 9.3% และอาคารพาณิชย์ 397 หน่วย คิดเป็น 0.8% จะเห็นว่าในช่วงระยะเวลา 9 เดือนที่ผ่านมาโครงการจัดสรรแนวราบยังคงมีการเปิดตัวใหม่มากที่สุดโดยเฉพาะประเภทบ้านทาวน์โฮมที่ยังคงสามารถขายได้ และเป็นที่ต้องการของตลาดที่อยู่อาศัย ส่วนหนึ่งเป็นเพราะด้วยรูปแบบและขนาดของตัวบ้าน ที่เริ่มต้นที่แพ็คเกจราคาไม่แพง ผู้ซื้อสามารถเป็นเจ้าของได้ง่าย เรียกว่าในบางทำเลเริ่มมีงบประมาณเริ่มต้นเพียง 2 – 3 ล้านบาท ก็สามารถมีบ้านเป็นของตัวเองได้แล้ว ซึ่งถ้าเป็นบ้านเดี่ยว หรือบ้านแฝดจะไม่สามารถตั้งราคาเริ่มต้นแบบนี้ได้

ที่อยู่อาศัยเปิดตัวใหม่ กรุงเทพฯ-ปริมณฑล สะสม 9 เดือน ปี 2563 แยกตามช่วงราคา



โดยกลุ่มราคาโดยภาพรวมทั้งแนวราบและแนวสูง ที่มีการเปิดตัวใหม่สูงสุดจะอยู่ที่ระดับราคา 2.01-3.00 ล้านบาท มีจำนวนถึง 17,557 หน่วย คิดเป็น 34.6% ของหน่วยที่เปิดตัวใหม่ทั้งหมด คาดการณ์ว่า ปี 2563 มีแนวโน้มที่จะมีโครงการเปิดตัวใหม่จะลดลงมาอยู่ที่ 71,467 หน่วย ในปี 2563 มีการเปิดตัวใหม่ลดลงจากปีก่อนหน้า 27.3% ซึ่งเป็นการลดลงของโครงการอาคารชุดมากถึง 50% ในขณะที่บ้านจัดสรรเพิ่มขึ้น 1.4%

หน่วยเปิดตัวใหม่ประเภทรวมที่อยู่อาศัย กรุงเทพฯ-ปริมณฑล สะสม 9 เดือน ปี 2563			
ลำดับ	ทำเล	จำนวนหน่วยเปิดตัวใหม่	ร้อยละ (%)
1	ลำลูกกา-คลองหลวง-ธัญบุรี-หนองเสือ	6,153	12.1%
2	เมืองปทุมธานี-ลาดหลุมแก้ว-สามโคก	4,677	9.2%
3	บางใหญ่-บางบัวทอง-บางกรวย-ไทรน้อย	4,210	8.3%
4	เมืองนนทบุรี-ปากเกร็ด	3,799	7.5%
5	บางพลี-บางบ่อ-บางเสาธง	3,495	6.9%

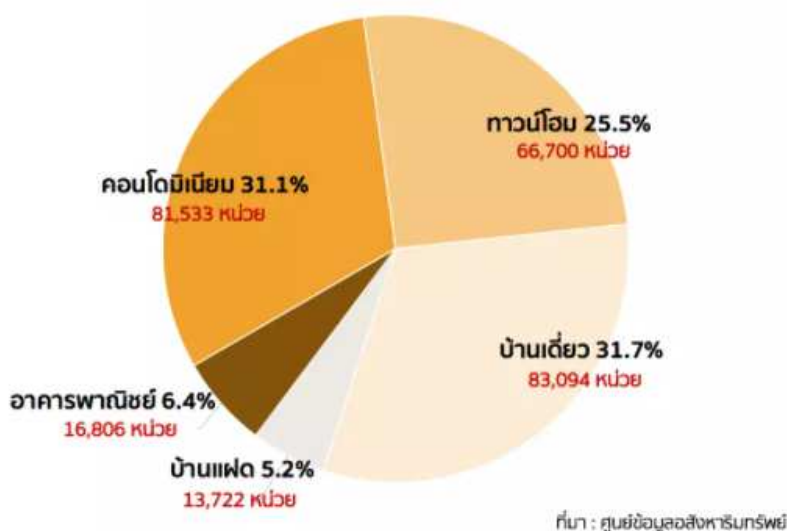
ที่มา : ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ และ ธนาคารอาคารสงเคราะห์

ด้านทำเลที่มีโครงการเปิดตัวใหม่สะสมมากที่สุดในช่วง 9 เดือนแรก จำนวน 5 ทำเล โดยจากภาพรวมจะเห็นว่าจะกระจายไปในพื้นที่ชานเมืองและปริมณฑลเกือบทั้งหมด โดยเฉพาะ ในพื้นที่ของจังหวัด ปทุมธานี นนทบุรี สมุทรปราการ ประกอบด้วย

1. ลำลูกกา-คลองหลวง-ธัญบุรี-หนองเสือ จำนวน 6,153 หน่วย เป็นทำเลที่มีคนอยู่อาศัยเดิมค่อนข้างหนาแน่นอยู่แล้ว โครงการที่เปิดตัวใหม่ในย่านนี้จะเน้นไปที่การขยายตัวของคนในพื้นที่เดิม ทำงานอยู่ใกล้เคียงโดยรอบ มีกลุ่มบ้านราคาจับต้องง่ายให้เลือกเยอะ
2. เมืองปทุมธานี-ลาดหลุมแก้ว-สามโคก จำนวน 4,677 หน่วย เป็นทำเลชุมชนที่อยู่อาศัย เริ่มมีการขยายตัวสูงมากขึ้นติดอันดับจากปีก่อนๆ เน้นผู้ซื้อที่เป็นคนทำงานในพื้นที่และใกล้เคียงเป็นหลัก
3. บางใหญ่-บางบัวทอง-บางกรวย-ไทรน้อย จำนวน 4,210 หน่วย เรียกว่าเป็นทำเลที่แนวรถไฟฟ้าสายสีม่วงเปิดให้บริการไปแล้ว แต่ก็ยังคงมีโครงการใหม่ๆ เกิดขึ้นเรื่อยๆ อยู่เสมอ รองรับการอยู่อาศัยของคนทางฝั่งนนทบุรีที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
4. เมืองนนทบุรี-ปากเกร็ด จำนวน 3,799 หน่วย เป็นทำเลที่มีรถไฟฟ้าสายสีชมพู (แคราย-มีนบุรี) ผ่านเช่นกัน ปัจจุบันเริ่มการก่อสร้างแล้ว คาดว่าจะเปิดในปี 2564 และถนนแจ้งวัฒนะเองก็เป็นที่ตั้งของศูนย์ราชการและหน่วยงานใหญ่ๆ หลายแห่ง จึงทำให้มีปริมาณคนทำงานและมีความต้องการอยู่อาศัยในทำเลนี้อยู่เสมอ
5. บางพลี-บางบ่อ-บางเสาธง จำนวน 3,495 หน่วย เป็นทำเลที่เริ่มมีการขยายตัวของที่อยู่อาศัยมากขึ้น อีกทั้งราคายังถือว่าหยิบจับได้ง่าย โดยเน้นจับกลุ่มคนที่ต้องการขยายครอบครัวและคนทำงานในทำเลนี้โดยเฉพาะ

อย่างไรก็ตามหลังจากที่รัฐบาลมีมาตรการกระตุ้นการใช้จ่ายใช้สอยภายในประเทศ บรรเทาภาระ ค่าใช้จ่ายให้ประชาชน และช่วยเพิ่มสภาพคล่องให้ร้านค้ารายย่อยและกลุ่มธุรกิจ SME สามารถช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศภาพรวมได้ในระดับหนึ่ง ประกอบกับการที่ผู้ประกอบการมีการปรับตัวรับกับ สถานการณ์ตลาดที่กำลังซบเซาลดตัวโดยการลดราคาและค่าใช้จ่ายต่างๆ ทำให้ยอดการโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยของไตรมาส 3 มีจำนวนทั้งสิ้น 93,230 หน่วย มูลค่า 246,066 ล้านบาท มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น จากไตรมาสก่อนหน้า 17.1% การโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยสะสม 9 เดือน มีจำนวนทั้งสิ้น 261,855 หน่วย มูลค่า 668,936 ล้านบาท ปรับตัวลดลงจากปีก่อน -7.9% ซึ่งอยู่ในระดับค่าเฉลี่ย 5 ปี

สัดส่วนหน่วยรวมที่อยู่อาศัย สะสม 9 เดือน ปี 2563 ทั่วประเทศ



ทั้งนี้พบว่าเป็นการโอนกรรมสิทธิ์แนวราบทั่วประเทศ มีจำนวนทั้งสิ้น 180,322 หน่วย มูลค่า 458,280 ล้านบาท ปรับตัวลดลงจากปีก่อนหน้า -6.1% ขณะที่อาคารชุด มีจำนวนทั้งสิ้น 81,533 หน่วย มูลค่า 210,656 ล้านบาท ปรับตัวลดลงจากปีก่อนหน้า -11.6% ซึ่งเป็นการติดลบน้อยลงนับเป็นสัญญาณบวกในด้านอุปสงค์ ที่มีการปรับตัวเข้าสู่สถานการณ์ที่ดีขึ้น และยังพบว่าเป็นการโอนกรรมสิทธิ์ประเภทบ้านใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 131,303 หน่วย มูลค่า 425,134 ล้านบาท มีการปรับตัวจากปีก่อนหน้าลดลง-5.5% บ้านในแนวราบประเภทบ้านเดี่ยวมียอดการโอนมากกว่าบ้านประเภททาวน์โฮม ทั้งที่การเปิดตัวโครงการใหม่ทาวน์โฮมนั้นมีการเปิดตัวมากกว่าบ้านเดี่ยว ส่วนบ้านมือสอง จำนวนทั้งสิ้น 130,552 หน่วย มูลค่า 243,802 ล้านบาท การปรับตัวลดลงจากปีก่อนหน้าเช่นกัน

หน่วยการโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยแนวราบ แยกตามระดับราคา สะสม 9 เดือน ทั่วประเทศ			
ระดับราคา	2561	2562	2563
< 1.00 au.	67,147	68,678	47,319
1.10 – 1.50 au.	31,773	27,472	22,220
1.51 – 2.00 au.	26,273	24,198	26,723
2.01 – 3.00 au.	31,045	33,010	43,335
3.01 – 5.00 au.	23,201	25,380	26,141
5.01 – 7.50 au.	7,055	7,915	8,446
7.51 – 10.00 au.	2,268	2,566	2,903
มากกว่า 10.00 au.	2,772	2,889	3,235
รวม	191,534	192,108	180,322

ที่มา : ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ และ ธนาคารอาคารสงเคราะห์

เมื่อพิจารณาในระดับราคาพบว่าบ้านแนวราบทั่วประเทศในกลุ่มราคา 2.01-3.00 ล้านบาท จะมีการโอนกรรมสิทธิ์ สูงที่สุด คิดเป็น 43,335 หน่วย คิดเป็นสัดส่วน 24% ของการโอนกรรมสิทธิ์แนวราบทั้งหมด และมีอัตราการขยายตัวสูงสุดถึง 31.3% แสดงให้เห็นถึงกลุ่มราคาที่อยู่อาศัยที่ยังได้รับความนิยมและราคาสามารถเข้าถึงได้ในง่ายของผู้ซื้อ รองลงมาจะเป็นกลุ่มช่วงราคา 1.51-2.00 ล้านบาท และ 3.01-5.00 ล้านบาท ในขณะที่ช่วงราคาต่ำกว่า 1 ล้านบาท แม้ในปีนี้จะเทียบกับช่วงราคาอื่นๆจะสามารถโอนได้ดีแต่ถ้าเปรียบเทียบกับยอดโอนจากปีก่อนๆถือว่าอัตราการขยายตัวที่ลดลงเยอะพอสมควรเมื่อเทียบกับช่วงราคาอื่นๆ

เมื่อแยกตามประเภทที่อยู่อาศัยในแนวราบ หน่วยการโอนกรรมสิทธิ์ สะสม 9 เดือน ปี 2563 ทั่วประเทศ จะพบว่า

- บ้านเดี่ยว ช่วงราคาต่ำกว่า 1 ล้านบาท จะมียอดโอนมากที่สุด ที่ 27,674 หน่วย รองลงมาคือ ช่วงราคา 2.01-3.00 ล้านบาท ที่ 16,824 หน่วย ลำดับที่ 3 คือช่วงราคา 3.01-5.00 ล้านบาท ที่ 11,029 หน่วย แต่ถ้ามองที่อัตราการขยายตัว ช่วงราคา 2.01-3.00 ล้านบาท จะมีการขยายตัวมากที่สุดถ้าเทียบกับปีก่อนที่ 12.2% เป็น 54.2%
- บ้านแฝด ช่วงราคา 3.01-5.00 ล้านบาท จะมียอดโอนมากที่สุด ที่ 4,403 หน่วย รองลงมาคือ ช่วงราคา 2.01-3.00 ล้านบาท ที่ 3,801 หน่วย ลำดับที่ 3 คือช่วงราคาต่ำกว่า 1 ล้านบาท ที่ 1,968 หน่วย ส่วนอัตราการขยายตัว ช่วงราคา 2.01-3.00 ล้านบาท และ 3.01-5.00 ล้านบาท จะมีการขยายตัวเทียบกับปีก่อนได้ดีกว่าที่ 25%
- ทาวน์โฮม ช่วงราคา 2.01-3.00 ล้านบาท จะมียอดโอนมากที่สุด ที่ 19,105 หน่วย รองลงมาคือ ช่วงราคาต่ำกว่า 1 ล้านบาท ที่ 14,218 หน่วย ลำดับที่ 3 คือช่วงราคา 1.51-2.00 ล้านบาท ที่ 13,863 หน่วย ส่วนอัตราการขยายตัว ช่วงราคา 2.01-3.00 ล้านบาท จะมีเพิ่มขึ้นมากที่สุดเมื่อเทียบกับช่วงราคาอื่นๆที่ 24.8% จากปีก่อนที่อยู่ 14%

หน่วยการโอนกรรมสิทธิ์คอบโกปีนิยม แยกตามระดับราคา สะสม 9 เดือน ทั่วประเทศ			
ระดับราคา	2561	2562	2563
< 1.00 au.	28,932	31,343	25,840
1.10 – 1.50 au.	16,044	10,309	9,302
1.51 – 2.00 au.	14,337	12,614	10,000
2.01 – 3.00 au.	16,469	18,395	16,725
3.01 – 5.00 au.	12,102	11,484	11,576
5.01 – 7.50 au.	5,145	4,198	4,415
7.51 – 10.00 au.	1,739	1,481	1,571
มากกว่า 10.00 au.	2,427	2,402	2,104
รวม	97,195	92,226	81,533

ที่มา : ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ และ ธนาคารอาคารสงเคราะห์

ในขณะที่กลุ่มอาคารชุดทั่วประเทศระดับราคาไม่เกิน 1 ล้านบาท มีหน่วยการโอนกรรมสิทธิ์สูงสุดจำนวน 25,840 หน่วย คิดเป็นสัดส่วน 31.7% ของการโอนกรรมสิทธิ์อาคารชุดทั้งหมด แต่เป็นการโอนที่มีอัตราลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า -17.6% โดยกลุ่มที่มีอัตราการขยายตัว สูงสุดของหน่วยการโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดคือระดับราคา 7.51-10.00 ล้านบาท มี อัตราการขยายตัว 6.1%

ทั้งนี้ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์คาดการณ์ว่า ปี 2563 มีแนวโน้มที่จำนวนการโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยประมาณ 351,640 หน่วย คิดเป็นมูลค่า 862,500 ล้านบาท มีการปรับตัวลดลงทั้งจำนวนหน่วยและมูลค่า -10.3% และ -7.3% ตามลำดับ

แนวโน้มตลาดอสังหาริมทรัพย์ ปี 2564

จากภาวะเศรษฐกิจไทยในปี 2563 ซึ่งได้รับผลกระทบอย่างหนักจากการแพร่ระบาดของไวรัส โควิด-19 ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ หรือ GDP มีการปรับลดลง 6.1% ซึ่งเป็นการขยายตัวที่ต่ำสุดในรอบ 22 ปี ภาพรวมดังกล่าว ส่งผลกระทบโดยตรงต่อธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ แนวโน้มเศรษฐกิจไทยในปี 2564 จะขยายตัวร้อยละ 3.5 – 4.5 ซึ่งเป็นการขยายตัวจากฐานที่ต่ำผิดปกติในปี 2563

แนวโน้มเศรษฐกิจในปี 2564 ยังคงมีความเสี่ยงในด้านการกลับมาครอบงำของไวรัส โควิด-19 ความขัดแย้งทางการเมือง ความผันผวนทางเศรษฐกิจของทั่วโลก ทำให้ยังมีความเสี่ยงในการชะลอการฟื้นฟูกิจกรรม โดยเฉพาะภาคธุรกิจท่องเที่ยว และโรงแรม ส่งผลให้การจ้างแรงงานกลับเข้าสู่ระบบมีระยะเวลานานมากขึ้น จากปัจจัยดังกล่าวทำให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงอยู่ระดับต่ำสุดในรอบ 5 เดือน หลังจาก ปี 2563 เผชิญกับจุดต่ำสุดในรอบ 10 ปีมาแล้ว โดยพบว่าผู้บริโภคยังคงชะลอการใช้จ่ายตลอดไตรมาสแรกของปี 2564 จนกว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดจะคลี่คลาย

ด้านตลาดอสังหาริมทรัพย์ ส่งผลให้ผู้ประกอบการเปิดตัวที่อยู่อาศัยใหม่ ต่ำที่สุดในรอบ 10 ปี โดยสัดส่วนการเปิดตัวโครงการใหม่เปลี่ยนไป จากเดิมโครงการอาคารชุดมีมากกว่าโครงการบ้านจัดสรร แต่ในปี 2563 สัดส่วนเปิดตัวโครงการบ้านจัดสรรมีจำนวนมากกว่าโครงการอาคารชุด เท่ากับ 57.4 : 42.6 ผู้ประกอบการได้มีการปรับตัว โดยการชะลอการเปิดโครงการใหม่ทั่วประเทศมาตั้งแต่ปี 2562 ก่อนเกิดวิกฤติเศรษฐกิจจากเชื้อไวรัส โควิด-19 เนื่องจากยอดขายที่อยู่อาศัยชะลอตัวจากผลกระทบของการประกาศมาตรการป้องกันการเฝ้าระวังโรคอสังหาริมทรัพย์ หรือ มาตรการ LTV เมื่อเดือนเมษายน 2562 และเมื่อเกิดการล็อกดาวน์ทางเศรษฐกิจในช่วงต้นปี 2563 ทำให้ยอดขายที่อยู่อาศัยมีการปรับตัวลดลง

ทิศทางตลาดในปี 2564 หลังจากจากพบสัญญาณการฟื้นตัวของตลาดในช่วงไตรมาส 3/2563 ปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อย ผ่านการที่รัฐบาลมีมาตรการออกมาตรการกระตุ้นภาพรวมเศรษฐกิจ อาทิเช่น มาตรการลดอัตราดอกเบี้ย, มาตรการพักชำระหนี้, โครงการคนละครึ่ง เฟส 1 และเฟส 2, โครงการเราเที่ยวด้วยกัน ยังคงต้องอาศัยแรงเหวี่ยงสำคัญจากแนวโน้มภาพรวมเศรษฐกิจทั้งระบบ เพื่อเพิ่มรายได้และกำลังซื้อให้กลุ่มคนต้องการมีบ้าน โดยหากอ้างอิงคาดการณ์ของสภาพพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สภาพัฒน์ฯ) ประเมินหากไม่มีปัจจัยลบต่างๆมาเพิ่มเศรษฐกิจไทยในปี 2564 จะฟื้นตัวกลับมาเป็นบวกที่ 4% จากฐานที่ติดลบ 6% ในช่วงปี 2563 ได้

สอดคล้องกับรูปแบบการฟื้นตัวของตลาดที่อยู่อาศัยจะค่อยๆ ฟื้นตัวดีขึ้น โดยเฉพาะในช่วงครึ่งหลังของปี 2564 ภายใต้สมมุติฐาน ไม่มีปัจจัยลบทางการเมืองเข้ามากระทบ และตลาดมีปัจจัยบวกเพิ่มเข้ามา จากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจภาพรวมของรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราดอกเบี้ย ซึ่งยังคงอยู่ในระดับต่ำที่ 0.50% ต่อปี จะเป็นแรงสนับสนุนสำคัญในการขอสินเชื่อของผู้บริโภค โดยกรณีที่ดีที่สุด ตลาดอาจขยายตัวได้ถึง 10.2% ในแง่มูลค่าการโอนกรรมสิทธิ์ ราว 9.5 แสนล้านบาท หรือหากไม่เป็นดังคาดการณ์ มีปัจจัยลบอื่นๆ เข้ามารุมเร้าเพิ่มเติม กรณีเลวร้ายสุด ตลาดคงติดลบ 8.6% มูลค่าการโอนฯ ดิ่งสู่ตัวเลข 7.8 แสนล้านบาท เท่านั้น

แนวโน้มการแก้ไข ทิศทางตลาดอสังหาริมทรัพย์ปี 2564 ว่า การแพร่ระบาดของ COVID-19

โดยแบ่งออกเป็น 3 Scenario โดยคาดการณ์ว่าตลาดอสังหาฯ จะติดลบ 3% ถึงเติบโตได้ 10% ขึ้นกับความสามารถในการควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ของรัฐบาล

1. Best Case Scenario 1 รัฐบาลสามารถควบคุมสถานการณ์ได้เร็วภายในช่วงปลายเดือน

อุปทานและวัคซีนสามารถเข้าถึง 50% ของประชากรไทยภายในปี 2564 ในกรณีนี้คาดว่าเศรษฐกิจจะขยายตัวประมาณ 4-5% จะทำให้มีมูลค่าการเปิดตัวโครงการใหม่ของอสังหาริมทรัพย์ประมาณ 13-15% และ จำนวนหน่วยอสังหาริมทรัพย์เปิดตัวใหม่จะขยายตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 9-10% เนื่องจากผู้ประกอบการจะเริ่มเปิดตัวโครงการใหม่เพิ่มขึ้น ขณะที่ในด้านของกำลังซื้อ คาดว่า จะเริ่มฟื้นตัวตั้งแต่ช่วงปลายไตรมาสแรกปี 2564 โดยประมาณว่า จะมีอัตราการระบายอสังหาริมทรัพย์จะอยู่ที่ 6,500 หน่วยต่อเดือน หรือขยายตัวประมาณ 10% เมื่อเทียบกับระยะเดียวกันของปี 2563 อสังหาริมทรัพย์ในตลาดหลายรายได้ระบายหน่วยคงค้างไปได้จำนวนมากในปี 2563

2. Base Case Scenario 2 รัฐบาลสามารถควบคุมสถานการณ์ COVID19 ได้ภายในเดือนเมษายน ใน

กรณีนี้คาดว่าเศรษฐกิจจะขยายตัวประมาณ 2-3% ด้านตลาดอสังหาริมทรัพย์คาดว่า มูลค่าอสังหาริมทรัพย์เปิดตัวใหม่จะเพิ่มขึ้นประมาณ 5-6% และจำนวนหน่วยอสังหาริมทรัพย์เปิดตัวใหม่จะเพิ่มขึ้นประมาณ 7-9% และ กำลังซื้อจะเริ่มฟื้นตัวตั้งแต่ช่วงกลางปี 2564 คาดการณ์ว่าอัตราการระบายอสังหาริมทรัพย์จะอยู่ที่ 6,000-6,300 หน่วย/เดือน หรือขยายตัว 0-5%

3. Worst Case Scenario เป็นกรณีที่รัฐบาลไม่สามารถควบคุมสถานการณ์ได้ หรือควบคุม

สถานการณ์ได้หลังไตรมาสสองของปี 2564 จะส่งผลกระทบโดยตรงต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ ซึ่งจะทำให้เศรษฐกิจไทยทรงตัวหรือเติบโตต่ำกว่า 2% ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการขยายตัวของตลาดอสังหาริมทรัพย์ทั้งการเปิดตัวโครงการใหม่และกำลังซื้อในตลาด โดยคาดว่าจะทำให้ มูลค่าการเปิดตัวอสังหาริมทรัพย์เปิดตัวใหม่ มีแนวโน้มที่จะติดลบต่อเนื่องจากปี 2563 โดยคาดว่าจะติดลบประมาณ 15-18% และ จำนวนอสังหาริมทรัพย์เปิดตัวใหม่จะติดลบ 8-12%

4. Supply ในตลาด

จากข้อมูลใน ปี 2563 มีจำนวนหน่วย Supply ที่เปิดขายใหม่ (ไม่นับรวมบ้านมือสอง) หดตัวลงร้อยละ -46.6 (จาก 148,639 หน่วย ในปี 2562 เหลือ 79,408 หน่วย ในปี 2563) โดยที่อยู่อาศัยประเภทบ้านจัดสรรหดตัวลงร้อยละ -34.7 และที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดหดตัวลงร้อยละ -59.2 ส่วนมูลค่าที่อยู่อาศัยเปิดขายใหม่ หดตัวลงร้อยละ -30.6 (จาก 608,727 ล้านบาท ในปี 2562 เหลือ 422,243 ล้านบาท ในปี 2563)

ในปี 2564 คาดการณ์ว่าจำนวนหน่วย Supply ที่เปิดขายใหม่จะขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.9 และมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.9 ซึ่งเป็นการเพิ่มจากฐานที่ต่ำในปี 2563 โดยมีบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ เป็นผู้พัฒนาหลัก

ในการเพิ่ม Supply เปิดขายใหม่เข้าสู่ตลาด และคาดว่าที่อยู่อาศัยประเภทบ้านจัดสรรจะมีจำนวนหน่วยเปิดขายใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.1 และอาคารชุดจะจำนวนเพิ่มขึ้นร้อยละ 25.1 (ดูตารางที่ 1 และ 2)

ตารางที่ 1 อัตราการขยายตัวของ GDP กับอุปสงค์-อุปทานตลาดที่อยู่อาศัยปี 2563 และแนวโน้มปี 2564

% YoY	ปี 2562	ประมาณการ	
		ปี 2563	ปี 2564
GDP (CVM)	2.4%	-6.0%	3.5 – 4.5%
Supply เปิดขายใหม่ทั่วประเทศ (หน่วย)	-13.0%	-46.6%	11.9%
Supply เปิดขายใหม่ทั่วประเทศ (มูลค่า)	-15.0%	-30.6%	3.9%
ขายได้ใหม่ทั่วประเทศ (หน่วย)	-23.9%	-25.2%	4.2%
ขายได้ใหม่ทั่วประเทศ (มูลค่า)	-23.9%	-17.0%	3.0%
เหลือขายทั่วประเทศ (หน่วย)	14.6%	6.1%	6.2%
เหลือขายทั่วประเทศ (มูลค่า)	14.4%	18.0%	4.8%

หมายเหตุ : ทั่วประเทศ หมายถึง 26 จังหวัดหลักที่ศูนย์ข้อมูลสังหาริมทรัพย์ทำการสำรวจภาคสนาม

ประกอบด้วย กรุงเทพฯ - ปริมณฑล 5 จังหวัด และภูมิภาค 20 จังหวัด

ที่มา : สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และศูนย์ข้อมูลสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์

ตารางที่ 2 Supply ที่อยู่อาศัยเปิดขายใหม่ปี 2563 และแนวโน้มปี 2564

ประเภทบ้าน	Supply ใหม่					มูลค่า Supply ใหม่				
	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563F	ปี 2564F	AVG. 2Y	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563F	ปี 2564F	AVG. 2Y
บ้านจัดสรร	75,191	76,589	50,004	52,044	75,890	326,472	314,031	268,178	235,900	320,251
YoY บ้านจัดสรร	70.7%	1.9%	-34.7%	4.1%	36.3%	66.9%	-3.8%	-14.6%	-12.0%	31.5%
อาคารชุด	95,677	72,050	29,404	36,784	83,864	389,751	294,696	154,065	202,634	342,223
YoY อาคารชุด	43.3%	-24.7%	-59.2%	25.1%	9.3%	51.6%	-24.4%	-47.7%	31.5%	13.6%
รวมทั่วประเทศ	170,868	148,639	79,408	88,828	159,754	716,222	608,727	422,243	438,534	662,475
YoY รวมทั่วประเทศ	54.2%	-13.0%	-48.6%	11.9%	20.6%	58.2%	-15.0%	-30.6%	3.9%	21.6%

สำหรับที่อยู่อาศัยขายได้ใหม่ ทั่วประเทศ ซึ่งมีการหดตัวตั้งแต่ปี 2562 จากมาตรการ LTV และในปี 2563 มีการหดตัวอย่างต่อเนื่องจากวิกฤติ COVID-19 คาดว่าในปี 2563 จะมีจำนวนหน่วยหดตัวลง -25.2 (จาก 120,673 หน่วยในปี 2562 เหลือ 90,267 หน่วย ในปี 2563) โดยโครงการบ้านจัดสรรคาดว่าจะหดตัวลงร้อยละ -2.8 และโครงการอาคารชุดคาดว่าจะหดตัวลงร้อยละ -47.9 ส่วนมูลค่าของยอดขายใหม่ คาดว่าจะหดตัวลงร้อยละ -17.0 (จาก 473,919 ล้านบาท ในปี 2562 เหลือ 393,198 ล้านบาท ในปี 2563)

คาดว่าในปี 2564 จำนวนหน่วยที่อยู่อาศัยขายได้ใหม่ทั่วประเทศ จะขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.2 และมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.0 ซึ่งเป็นการเพิ่มขึ้นจากฐานที่ต่ำในปี 2563 โดยคาดว่าจำนวนหน่วยขายได้ใหม่ของบ้านจัดสรรจะขยายตัวร้อยละ 2.0 และอาคารชุดจะขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.4 (ดูตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ที่อยู่อาศัยขายได้ใหม่ ปี 2563 และแนวโน้มปี 2564

ประเภทบ้าน	ขายได้ใหม่					มูลค่าขายได้ใหม่				
	ป 2561	ป 2562	ป 2563F	ป 2564F	AVG.2Y	ป 2561	ป 2562	ป 2563F	ป 2564F	AVG.2Y
บ้านจัดสรร	67,591	60,715	59,026	60,191	64,153	272,089	237,735	242,400	256,587	254,912
YoY บ้านจัดสรร	29.2%	-10.2%	-2.8%	2.0%	9.5%	24.9%	-12.6%	2.0%	5.9%	6.1%
อาคารชุด	91,073	59,958	31,241	33,881	75,516	350,372	236,184	150,797	148,471	293,278
YoY อาคารชุด	36.5%	-34.2%	-47.9%	8.4%	1.2%	42.4%	-32.6%	-36.2%	-1.5%	4.9%
รวมทั่วประเทศ	158,664	120,673	90,267	94,072	139,669	622,461	473,919	393,198	405,058	548,190
YoY รวมทั่วประเทศ	33.3%	-23.9%	-25.2%	4.2%	4.7%	34.2%	-23.9%	-17.0%	3.0%	5.2%

ผลจากสถานการณ์การขายที่หดตัวลงดังกล่าวข้างต้น โดยเฉพาะตลาดอาคารชุดที่มียอดขายลดลงมากเกือบเท่าตัว ทำให้ Supply หน่วยเหลือขาย ณ ครึ่งหลังของปี 2563 ในภาพรวมคาดว่าจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.1 (จาก 301,098 หน่วยในปี 2562 เพิ่มขึ้นเป็น 319,528 หน่วย ในปี 2563) โดยอาคารชุดเหลือขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.5 แต่บ้านจัดสรรเหลือขายลดลงร้อยละ -1.1 ส่วนมูลค่าจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.0 (จาก 1,215,299 ล้านบาท ในปี 2562 เพิ่มขึ้นเป็น 1,434,195 ล้านบาท ในปี 2563)

คาดว่าในปี 2564 ตลาดที่อยู่อาศัยโดยรวมหน่วยเหลือขายจะยังคงเพิ่มมากขึ้นร้อยละ 6.2 และมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.8 เนื่องจากมีโครงการเปิดขายใหม่มากกว่าจำนวนหน่วยที่ขายได้ โดยคาดว่าจำนวนหน่วยเหลือขายโครงการอาคารชุดจะขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.5 เนื่องจากยังประสบปัญหากำลังซื้อของชาวต่างชาติที่คาดว่าจะยังหดตัวจนถึงกลางปี 2564 แต่สำหรับโครงการบ้านจัดสรรซึ่งส่วนใหญ่ผู้ซื้อเป็นคนไทยและเป็นกำลังซื้อเพื่ออยู่อาศัยจริง คาดว่าจะมีหน่วยเหลือขายลดลงร้อยละ -1.0 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน (ดูตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 Supply ที่อยู่อาศัยเหลือขาย ณ ครึ่งหลังปี 2563 และแนวโน้มปี 2564

ประเภทบ้าน	เหลือขาย ณ ครึ่งหลังของปี					มูลค่าเหลือขาย ณ ครึ่งหลังของปี				
	ป 2561	ป 2562	ป 2563F	ป 2564F	AVG.2Y	ป 2561	ป 2562	ป 2563F	ป 2564F	AVG.2Y
บ้านจัดสรร	165,400	190,561	188,521	186,611	177,981	693,014	780,472	893,127	816,164	736,743
YoY บ้านจัดสรร	7.8%	15.2%	-1.1%	-1.0%	11.5%	10.0%	12.6%	14.4%	-8.4%	11.3%
อาคารชุด	97,334	110,537	131,006	152,682	103,936	368,987	434,827	541,068	684,519	401,907
YoY อาคารชุด	9.3%	13.6%	18.5%	16.5%	11.4%	21.5%	17.8%	24.4%	26.5%	19.7%
รวมทั่วประเทศ	262,734	301,098	319,528	339,294	281,916	1,062,002	1,215,299	1,434,195	1,502,683	1,138,650
YoY รวมทั่วประเทศ	8.4%	14.8%	6.1%	6.2%	11.5%	13.7%	14.4%	18.0%	4.8%	14.1%

ต่ำกว่า
สมเหตุ

ต้องการพื้นที่ใช้สอยมากขึ้นตอบโจทย์การอยู่บ้านที่มากขึ้น ด้านคอนโดมิเนียมระดับราคา 80,000 – 150,000 บาท

ต่อตารางเมตรยังเป็นระดับที่กลุ่ม Real Demand ให้ความสนใจตลาดอสังหาริมทรัพย์ในปี 2564 จะยังคงมีทิศทางไม่แตกต่างจากปลายปี 2563 ซึ่งเป็นสถานการณ์ที่ผู้ประกอบการต้องพึงพากล้างชีภายใน ประเทศ จึงคาดการณ์ว่ากลยุทธ์ด้านการลดราคาที่อยู่อาศัยจะยังถูกนำมาใช้ต่อไป และผู้ประกอบการจะหันมาพัฒนาโครงการที่ลูกค้าสามารถซื้อได้เฉพาะในทำเลที่มีศักยภาพเท่านั้น โดยในส่วนของที่อยู่อาศัยที่ขับเคลื่อนตลาดยังคงเป็นตลาดแนวราบที่ตอบโจทย์กลุ่มที่ซื้อเพื่ออยู่อาศัยจริง ที่แม้ว่ากำลังซื้อเหล่านี้จะมีอย่างจำกัดแต่มีแรงกระตุ้นจากปัจจัยดอกเบี้ยและราคาที่อยู่ในระดับต่ำทำให้ตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในช่วงนี้

ตลาดบ้านเดี่ยว ราคา 3-5 ล้านบาท จะเป็นระดับราคาที่มีสัดส่วนสูงที่สุด ทั้งนี้ในครึ่งปีหลัง 2563 ทำเลที่มีบ้านเดี่ยวระดับราคาต่ำกว่า 5 ล้านบาท เปิดขายอยู่ในตลาดคือทำเลปทุมธานี-ลำลูกกา และบางบัวทอง สำหรับระดับราคาใกล้เคียงกันคือ 5-7 ล้านบาท มีเปิดขายอยู่ที่ทำเลปทุมธานี-ลำลูกกา เช่นกัน และทำเลบางกะปิ-คลองสามวา ส่วนระดับราคา 7-10 ล้านบาท พบที่ทำเลจตุจักร-ลาดพร้าว, ลาดกระบัง-มีนบุรี, ปากเกร็ด และบางกรวย ส่วนราคา 10 ล้านบาท พบในพื้นที่ คลองสามวา-ทวีวัฒนา, บางแค, ศาลายา-บางใหญ่, สุวรรณภูมิ-บางเสาธง ทั้งนี้ครึ่งหลังปี 2563 พบว่าบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาท มีอุปทานขยายตัวมากที่สุด ขณะที่ระดับราคาสูงกว่า 10 ล้านบาทอุปทานเปิดใหม่ลดลงเมื่อเทียบกับช่วงครึ่งปีแรก 2563

ตลาดทาวน์โฮม จะยังคงมีปัจจัยหนุนจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ทำให้เกิด New Normal ความต้องการพื้นที่ใช้สอยในที่อยู่อาศัยมากขึ้น เพื่อการทำกิจกรรมที่บ้านมากขึ้นและการ work from home ทำให้ผู้ซื้อที่เป็นกลุ่มเริ่มทำงานหันไปซื้อทาวน์โฮมแทนคอนโดมิเนียม เนื่องจากมีพื้นที่ใช้สอยที่มากกว่าในระดับราคาที่เปรียบเทียบกันได้ อีกทั้งระดับราคาของทาวน์โฮมสามารถเข้าถึงได้ง่ายกว่าเมื่อเทียบกับบ้านเดี่ยวในทำเลเดียวกัน รวมถึงส่วนใหญ่จะอยู่ในทำเลที่ใกล้เมืองมากกว่าบ้านเดี่ยว ทาวน์โฮมราคาไม่เกิน 3 ล้านบาทยังคงเป็นอุปทานหลักในตลาด โดยทำเลที่ยังพบการเปิดขายในราคาต่ำกว่า 3 ล้านบาท ได้แก่ ปทุมธานี-ลำลูกกา, กระทุ่มแบน-สามพราน ส่วนราคา 3 – 5 ล้านบาท พบในทำเลบางแค-บางบอน-ราชพฤกษ์, ดอนเมือง-สายไหม ราคา 5-7 ล้านบาท พบที่ทำเลอ่อนนุช-บางนา และราคามากกว่า 7 ล้านบาทพบที่ทำเลจตุจักร-ลาดพร้าว

ตลาดคอนโดมิเนียม คาดการณ์ว่าในปี 2564 Supply จะลดลงต่อเนื่องจากปี 2563 ที่พบว่าครึ่งปีแรก Supply ลดลง 11% มาอยู่ที่ 109,433 ยูนิต สะท้อนการปรับตัวที่ดีของผู้ประกอบการ และเกิดการพัฒนาคอนโดมิเนียมโครงการที่ราคาเอื้อถึงง่ายขึ้น เพื่อช่วยดึงความต้องการของกลุ่ม Real Demand โดยโครงการระดับกลางหรือมีราคาระหว่าง 80,000-150,000 บาทต่อตารางเมตร ที่มีราคาขายต่อยูนิตไม่เกิน 4 ล้านบาท ยังเป็นระดับราคาที่ได้รับความนิยมจากผู้ซื้อ โดยในครึ่งปีหลัง 2563 โครงการคอนโดมิเนียมเปิดตัวใหม่ส่วนใหญ่อยู่ในระดับราคานี้พบบริเวณแนวรถไฟฟ้าสายใหม่ที่กำลังก่อสร้างอยู่ทั้งสายสีเหลือง สายสีส้ม และสายสีชมพู

ที่มา : ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ (REIC)

การแข่งขันทางธุรกิจ

เอฟเฟกต์ต่างชาติยังเดินทางเข้าไทยไม่ได้ ฟันธงโรงแรมพื้นที่ค้าปลีกฟุตต่อ ขณะตลาดคอนโดฯ หน่วยเหลือขาย, โครงการสร้างค้าง เป็นปัญหาใหญ่ ยากขายออก-มีลูกค้าเช่า ต้องพร้อมลดราคา 20-30% พร้อมแนะจับตาราคาที่ดินส่วนต่อขยายรถไฟฟ้า ยังพุ่งแรง

ทิศทางและการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ-ธุรกิจไทย ปี 2564 ที่ขึ้นอยู่กับสถานการณ์โควิด-19 ทั้งในและต่างประเทศ แม้มีข่าวดีเรื่องวัคซีนน่ารอดใช้ รอลงล็อกในหลายประเทศ แต่คาดการณ์ป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสให้ครอบคลุมทั่วโลก อาจต้องใช้เวลานานมากกว่า 2 ปี ปิดประตูธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไทยต่อนั้น กลายเป็นปัจจัยใหญ่ ที่น่ากังวลสำหรับภาพรวมธุรกิจ "อสังหาริมทรัพย์" ในช่วงปีหน้าอย่างน่าจับตามอง ทั้งรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่จะเปลี่ยนไป การอยู่รอดและการเกิดขึ้นของรายได้ในทิศทางข้างต่อนี้ สะท้อนจากการปรับตัวของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะรายใหญ่ที่เริ่มมองหาช่องทางธุรกิจนอกตลาด เพื่อต้องการแสวงหาโอกาสใหม่ๆ แล้ว ยังเป็นไปเพื่อรองรับความเสี่ยง จากวัฏจักรขึ้น-ลงของธุรกิจ และมูลค่าของอสังหาฯ ที่แนวโน้มมีความน่าสนใจน้อยลงด้วย

ในรูปแบบการลงทุนอสังหาฯ ช่วงปี 2564 นั้น จะเกิดภาพการเปลี่ยนแปลงของพอร์ตสินค้าในแต่ละผู้ประกอบการอย่างเห็นได้ชัด ไม่ว่าจะเป็นการเล่นในธุรกิจเดิม หรือการกระโดดข้ามไปยังธุรกิจนอกตลาด เพราะภาพรวมอสังหาฯ ไม่หวือหวาเหมือนในอดีต ต้องใช้เวลาราว 3-4 ปี จึงจะกลับมาฟื้นตัวตามทิศทางเศรษฐกิจ ที่ยังคงรอการกลับเข้ามาของนักท่องเที่ยวต่างชาติและความมั่นใจของผู้บริโภคจากการเมืองและเศรษฐกิจ หนักสุดนอกจากธุรกิจโรงแรม ที่เกิดปรากฏการณ์แห่ฝากขายทั้งเป็นจำนวนมากแล้ว ตลาดที่อยู่อาศัยกลุ่มคอนโดมิเนียม อาจตกอยู่ในภาวะ "ขายเหนื่อย" จากการไม่สามารถปรับขึ้นราคาได้และต้องใช้กลยุทธ์ ราคา พิเศษ - ราคาย้อนหลัง ไปจนถึงยอมหักกำไรเพื่อระบายสต็อกออกต่อ คงมีเพียงกลุ่มโปรเจกต์ที่ราคาถูก และอยู่ในทำเลดีเท่านั้น ที่น่าจะยังสามารถขายได้ ส่วนกลุ่มคอนโดฯ ราคาแพงใจกลางเมือง 2.5 แสนบาทต่อตร.ม.ขึ้นไป และกลุ่มโครงการลีสต์โฮลด์ (สัญญาเช่าระยะยาว) ตลาดมีแนวโน้มซบเซา การซื้อ-ขาย เจียบ จนกว่าต่างชาติ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง จะสามารถเข้ามาช่วยดูดซับในระยะหน้า

ตลาดอาคารสำนักงาน คาดมีแนวโน้มไม่แตกต่างกัน หลังจากหลายบริษัท มีนโยบาย Work From Home ให้ความสำคัญกับพื้นที่ทำงานน้อยลง เพื่อลดค่าใช้จ่าย พบเจ้าของอาคารหลายแห่ง เริ่มได้รับหนังสือบอกเลิกเช่าพื้นที่ท่ามกลางข้อจำกัด ไม่สามารถลดราคาค่าเช่าให้ได้มากนัก เพราะอาจกระทบเป็นห่วงโซ่ไปยังผู้เช่ารายอื่นๆ จึงจำเป็นต้องเปลี่ยนเป็นการงดค่าเช่าตามระยะเวลาที่ตกลงร่วมกัน

จากข้อมูลวิจัยแนวโน้มอสังหาฯ แต่ละเซกเตอร์สำคัญว่า สำหรับตลาดใหญ่อย่าง "ที่อยู่อาศัยนั้น" การลดเปิดขายโครงการคอนโดฯ ใหม่ และเพิ่มสัดส่วนโครงการบ้านจัดสรรให้มากขึ้น ยังจะเป็นมาตรการที่ผู้ประกอบการนำมาใช้ ทำให้จำนวนคอนโดฯ ใหม่ยังชะลอตัว โดยอาจมากกว่าปี 2563 เพียง 10-15% โดยตลาดลงทุนปล่อยเช่า แข่งขันสูงจากโรงแรม หรือเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ เข้ามาแย่งกลุ่มลูกค้าที่หาเช่าคอนโดฯ เพราะโครงการเหล่านี้ ต้องหารายได้เพียงธุรกิจเช่นกัน รวมถึงผู้ประกอบการคอนโดฯเอง ก็พร้อมจะลดราคารายวันเหลือขายแข่งขันเช่นกัน

ส่วนโครงการแนวราบ คาดส่วนใหญ่จะกระจุกตัวในทำเลรอบนอกกทม. และปริมณฑล โดยทาวน์เฮ้าส์ราคา 2.5-4 ล้านบาท จะได้รับความนิยมสูงจากทั้งผู้ประกอบการ โดยเฉพาะจากผู้ประกอบการที่เดิมเน้นพอร์ตโรงแรม และยังไม่สามารถกลับมาขายได้แบบก่อนหน้านี้ จึงต้องพึ่งพาการพัฒนาโครงการบ้านจัดสรร เพื่อพยุงรายได้ปี 2564

ทดแทน ท่ามกลางราคาที่ดิน แนวเส้นทางรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายที่ราคาปรับเพิ่มขึ้นแบบชัดเจน โดยเฉพาะทำเลที่เป็นจุดตัด หรือสถานีร่วมของเส้นทางรถไฟฟ้า หรือทำเลสำคัญๆ ทั่วกรุงเทพฯ เช่น ห้าแยกลาดพร้าว ที่ผ่านมา มีการเติบโตของที่ดิน 40% ต่อปี และ ราคาค่าเช่า ปรับขึ้น 60% ต่อปี เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม เมื่อการพัฒนา ผูกพันกับรายได้ของธุรกิจอสังหาฯ แนวโน้มในแง่การลงทุน และการขาย ที่จะได้รับความสะดวกในอนาคตนั้น 1. ผู้พัฒนาต้องหาที่ดินในราคาไม่สูงมาก หรือใช้โมเดลร่วมทุนกับเจ้าของที่ดิน เพื่อลดต้นทุน 2. โครงการสร้างค่าง จำเป็นต้องลดราคาลงมากกว่า 20-30% เพื่อสร้างแรงจูงใจคนซื้อ 3. อาคารสำนักงาน อัตราการเช่า มักขึ้นอยู่กับทำเลที่น่าสนใจเป็นหลัก 4. ธุรกิจโรงแรม บัณฑิตยอยู่รอด คือ ทำเล และราคาที่ลดลง 20-30% เช่นเดียวกับ 5. เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ คนจะให้ความสนใจกับโครงการ ที่มีทำเลโดดเด่นและราคาที่ลดลง 20-30% ท่ามกลางราคาที่ดิน แนวเส้นทางรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายเพิ่มขึ้นแบบชัดเจน

โดยมีการคาดการณ์ว่าตลาดที่อยู่อาศัยปีนี้ ได้อยู่ในจุดต่ำที่สุดแล้ว และจะค่อยๆ พ้นขึ้นรายไตรมาส สำหรับทิศทางการตลาดปี 2564 จะอยู่ในระดับทรงตัวใกล้เคียงกับปี 2563 นอกเหนือจากเครื่องยนต์ทางเศรษฐกิจอื่นๆ จะกลับมาเดินเครื่องเป็นปกติอีกครั้งแล้ว ยังหมายรวมถึงการแก้ปัญหาที่เป็นจุดบอดสำคัญของตลาดอย่างการเข้าถึงสินเชื่อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค ซึ่งเป็นข้อจำกัดสำคัญด้วย หลังจากพบว่า ทุกทำเลยังมีความต้องการ แต่ผู้บริโภคมีความยากลำบากในการยื่นขอกู้ จากความเปราะบางทางรายได้ และธนาคารรัฐและเอกชนต่างเข้มงวดในการพิจารณา

ที่มา : ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ (REIC)

แผนกลยุทธ์ทางการตลาด

1. พัฒนา Product ใหม่ออกสู่ท้องตลาด

โดยมุ่งเน้นออกแบบสินค้าให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ตรงกลุ่มเป้าหมาย และโดดเด่นเหนือกว่าคู่แข่งในตลาด บนทำเลศักยภาพ จากการ Research ข้อมูลลูกค้าในโซนบางนาพบว่า Concept และแบบบ้าน Style Minimal ECO เป็นเทรนด์ที่ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้า GEN Y ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหลักในโซนนี้ ดังนั้นจึงได้มีการพัฒนา Product Concept, Key Visual และจุดขายด้านความเป็นผู้นำด้านการรักษาสีสิ่งแวดล้อม (Sustainable Happiness) ใหม่ดังนี้

- COMO BIANCA บางนา บ้านแฝด 2 ชั้น Style Minimal ECO ที่ตอบโจทย์ Lifestyle คน GEN Y ได้เป็นอย่างดี เปิดขายครั้งแรก เดือนพฤษภาคม 63 โดยได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี สามารถทำยอดขายในวัน PRE-SALE 250 ล้านบาท และปิดเฟส 1 ได้ภายใน 1 เดือน ปัจจุบันโครงการมียอดขายไปแล้วกว่า 80% โดยมีแผนที่จะพัฒนานำ Product ดังกล่าวขยายไปเปิดยังทำเลศักยภาพอื่นๆ ต่อไป
- COMO BOTANICA บางนา บ้านแฝด 2 ชั้น Style Botanical Home ที่ตอบโจทย์คนรักธรรมชาติ รักต้นไม้ และต้องการพื้นที่สีเขียวภายในบ้าน โดยเน้นต้นไม้ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ใบใหญ่ร่มรื่นเสมือนมีบ้านอยู่ท่ามกลางป่าฝนเขตร้อน ลักษณะรูปแบบบ้านออกแบบ Concept Modern Tropical เปิดขายครั้งแรก เดือน พฤศจิกายน 2563 โดยสามารถทำยอดขายปิดเฟส 1 ได้ภายใน 1 เดือน
- AREN บางนา ทาวน์โฮม 2 ชั้น Style Madly Minimal พร้อม Private courtyard ดีไซน์ใหม่ที่ออกแบบได้อย่างโดดเด่นมีเอกลักษณ์เฉพาะที่ไม่เหมือนใคร เจาะกลุ่มเป้าหมาย Dual income no kids (DINK) ที่มีความคิดริเริ่ม และความคิดสมัยใหม่ เป็นกลุ่มเฉพาะที่มีกำลังซื้อ โดยมีแผนการเปิด PRE-SALE เดือน สิงหาคม 2564

2. พัฒนา Product เดิมที่ได้รับการตอบรับที่ดี

โดยการพัฒนาและอัปเดต แบบบ้าน, Function, New Feature & New Innovation เพื่อให้ Product ทันสมัย และสามารถแข่งขันในตลาดได้ โดยการนำ feedback จากลูกค้ามาปรับปรุงแก้ไข เพื่อเตรียมพร้อมที่จะไปเปิดในทำเลใหม่ๆ อาทิเช่น

- The Colors ทาวน์โฮม 2 ชั้น ที่เราทำแบรนด์นี้มากกว่า 12 ปี มียอดขายและโอนไปแล้วกว่า 4,500 ยูนิต ซึ่งแสดงให้เห็นว่า เราได้รับการตอบรับที่ดีจากตลาด เพราะเรามีฟังก์ชัน และระบบการก่อสร้างที่ดี ทำให้ลูกค้าสามารถจดจำแบรนด์เราได้ และยังคงอยู่มาอย่างยาวนาน ซึ่งในปี 2564 นี้จะมีการพัฒนาปรับแบบบ้านให้มีความหลากหลายและตอบโจทย์การอยู่อาศัยของลูกค้าเป็นหลัก เช่น การพัฒนาแบบบ้าน The Colors ขนาดหน้ากว้าง 5.3 ม. และ New The Color เปิดตัวในทำเลศักยภาพอื่นๆ เป็นต้น
- The Village วิลเลจทาวน์แนวคิดใหม่ และบ้านแฝด สไตล์ Modern Colonial มีสไตล์ที่เป็นเอกลักษณ์ ตอบโจทย์คนที่อยากมีบ้านเดี่ยว แต่งบประมาณอาจจะไม่ถึง ซึ่ง The Village นี้มีฟังก์ชันที่เหมือนบ้านเดี่ยวคือ มีห้องนอนถึง 4 ห้องนอน และผนังบ้านไม่ติดกับใคร ให้ความรู้สึกเหมือนอยู่บ้านเดี่ยว แต่ในความเป็นจริงแล้ว บางโครงการเป็นเพียงทาวน์โฮมเท่านั้น เราเป็นเจ้าของแรกที่ออก Product นี้มา เพื่อเจาะอีกกลุ่มตลาด และได้รับการตอบรับที่ดีเช่นเดียวกัน เพราะเราทำแบรนด์นี้มา 7 ปี

3. เปิดโครงการใหม่ในทำเลเดียวกัน

โดยสร้างโมเดลเปิดพร้อมกัน 3 - 4 Product เพื่อให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็นทาวน์โฮม วิลเลจทาวน์ บ้านแฝด และบ้านเดี่ยว โดยมีช่วงราคาเริ่มตั้งแต่ 1.8 ถึง 6 ล้านบาท

4. สร้าง Brand Awareness อย่างต่อเนื่อง

เพื่อ Remind แบรินด์อารียา ให้เป็นตัวเลือกต้นๆ ที่ลูกค้านึกถึง เพราะแบรนด์อารียานั้น ทุก Product จะมีสไตล์ที่โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ ให้ผู้ที่อยู่ก็รู้สึกภูมิใจ เน้นเจาะเข้าหากลุ่มลูกค้า ด้วยสื่อ Online ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว ตรงกลุ่ม และสอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้าในปัจจุบัน ซึ่งในปี 2563 ที่ผ่านมา เราได้ฐานข้อมูลลูกค้าใหม่จากสื่อ Online ประมาณ 20,000 รายชื่อ ซึ่งฝ่ายขายจะทำการติดตามเพื่อเชิญลูกค้าทั้งหมดเข้ามาเยี่ยมชมโครงการต่อไป แต่ในขณะเดียวกันก็ยังไม่ทิ้ง Local media ได้แก่ Billboard & Cutout ที่ถือเป็นสื่อหลัก ที่ทำให้โครงการประสบผลสำเร็จ เป็นในลักษณะทำควบคู่กันอย่างต่อเนื่องทั้งสื่อ On-line และ Off-line

5. การให้บริการและการดูแลลูกค้า

บริษัทได้มีการจัดระบบการให้บริการ และการดูแลลูกค้าอย่างต่อเนื่อง นับตั้งแต่วันที่ลูกค้าเข้าเยี่ยมชมโครงการของบริษัท จนกระทั่งตัดสินใจซื้อ รับมอบบ้าน และเป็นลูกค้าที่อยู่อาศัยในโครงการ โดยบริษัทได้มีการพัฒนาฐานลูกค้าที่มีประสิทธิภาพ และจัดบุคลากรที่มีหน้าที่เฉพาะเพื่อให้การบริการอย่างทั่วถึง อีกทั้งได้จัดให้มีกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีแก่ลูกค้าที่อยู่อาศัยในโครงการอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทเล็งเห็นความสำคัญในเรื่องนี้ และจะเป็นกลยุทธ์หลักในการทำการตลาด

6. สร้างสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

ด้วยกิจกรรม Workshop แปลกๆ ใหม่ ในทุกเดือน ที่ไม่เหมือน หรือไม่ซ้ำกับใครในตลาด เพื่อให้เกิดการประทับใจ และเกิดการบอกต่อ หรือ เพื่อนแนะนำเพื่อ ซึ่งเรื่องนี้เราก็ให้ความสำคัญในลำดับต้นๆ เนื่องจากฐานเสียงเหล่านี้ เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่แข็งแกร่งให้กับโครงการอย่างมาก

จุดแข็งขั้นของธุรกิจ

แม้ว่าตลาดอสังหาริมทรัพย์จะมีปัจจัยเสี่ยงหลายประการอยู่ข้างหน้าที่ตาม แต่ผู้ประกอบการหลายรายยังคงมองเห็นโอกาสทางธุรกิจ การเปิดโครงการใหม่จึงยังคงมีให้เห็นอย่างต่อเนื่องทั้งจากผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจมานาน และผู้ประกอบการรายใหม่ที่ต้องการเข้ามาทำธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

ซึ่งการพัฒนาโครงการของผู้ประกอบการในปีนี้ คงจะต้องอาศัยองค์ประกอบหลายประการที่จะนำมาซึ่งความสำเร็จ การลงทุนโครงการใหม่ยังเป็นไปในลักษณะของความระมัดระวังมากขึ้น ผู้ประกอบการปรับลดความเสี่ยงหันมาเร่งทำการตลาดกระตุ้นยอดขายโครงการที่เหลือขาย ขณะที่การวางกลยุทธ์การตลาดจึงอาจต้องมีความซับซ้อนเพิ่มขึ้น เนื่องจากปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจมีข้อจำกัดและส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการในระดับที่แตกต่างกันไป โดยยอดขายโครงการเปิดตัวใหม่ในหลายๆ โครงการยังชะลอตัวและใช้ระยะเวลาในการเปิดโครงการที่นานขึ้นกว่าที่ผ่านมา ทำให้ผู้ประกอบการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ต่างระดมแคมเปญการตลาดอย่างหนัก เพื่อกระตุ้นตลาดและจูงใจผู้บริโภคให้ตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยนอกจากนี้การปรับกลยุทธ์การตลาดเพื่อหาความแตกต่างจากคู่แข่งและปรับผลิตภัณฑ์เจาะลูกค้าเฉพาะกลุ่ม หรือการทำตลาดระดับบนอันเป็นเป้าหมายสำคัญท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ขณะที่บางโครงการนอกเหนือจะจับกลุ่มลูกค้าในประเทศแล้ว ยังมีกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในการทำตลาด

จำนวนคู่แข่งแนวราบแยกตามโซน

โซน	ทาวน์โฮม	บ้านเดี่ยว/บ้านแฝด
บางนา - วงแหวนฯ	12	18
ไทรน้อย - บางบัวทอง	8	6
รามอินทรา - หทัยราษฎร์	8	7
รังสิต - ลำลูกกา	11	1
เกษตร - นวมินทร์	-	2
เอกมัย - รามอินทรา	-	9
สุขุมวิท - ศรีนครินทร์	-	3
ลาดพร้าว - เสรีไทย	-	3

จำนวนคู่แข่งคอนโด แยกตามโซน

โซน	คอนโด
บางนา	8
สุขุมวิท 77	40
อโศก-รัชดา	20
รัตนานิเบศร์	14

SWOT ANALYSIS

STRENGTHS

- แปรณดที่แข็งแรง อาทิ The Colors ซึ่งเป็น Core Product ของบริษัทที่จะช่วยผลักดันยอดขาย และยอดโอน และในแต่ละ Product ก็มีฟังก์ชันที่เหนือ หรือเทียบเท่ากับตลาด และเมื่อประกอบกับปัจจัยอื่นๆ ในแต่ละโครงการ แต่ละทำเล ทำให้ภาพรวมสามารถต่อสู้กับคู่แข่งได้ไม่ยาก
- ทำเลที่มีศักยภาพทั้งต่อการอยู่อาศัย และการลงทุนระยะยาว เช่น ทำเลเมกาซิตี บางนา เพียงเดินก็ถึงเมกาบางนา ถูกนำมาใช้เป็นจุดแข็งหลักของสินค้า นอกจากนี้ จุดแข็งด้านการออกแบบพื้นที่ส่วนกลางที่ให้มากกว่า และตอบสนองการใช้ชีวิตของกลุ่มลูกค้า สามารถดึงดูด นักลงทุน และลูกค้าที่ซื้อเพื่ออยู่อาศัยได้ไม่ยาก
- มีการนำเทคโนโลยีการก่อสร้างที่ช่วยเพิ่มคุณภาพที่ดีให้แก่บ้านมาใช้ เช่น ระบบการก่อสร้างแบบลูมิเนียมฟอร์ม ที่ไม่มีรอยต่อของงานโครงสร้าง ลดปัญหาการรั่วซึม และทนทานกว่าการก่อสร้างรูปแบบอื่น

OPPORTUNITIES

- การที่รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุน และกระตุ้นเศรษฐกิจในด้านต่างๆ ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการและผู้บริโภค ทั้งในและต่างประเทศ
- แผนที่ชัดเจนในการลงทุน Infrastructure ของรัฐบาล เช่น รถไฟฟ้า หนุนให้ความต้องการที่อยู่อาศัยตามแนวรถไฟฟ้าเพิ่มมากขึ้น
- การลงทุนของภาครัฐและเอกชนในระบบขนส่งมวลชนให้ครอบคลุมมากขึ้น เช่น การอนุมัติเริ่มการก่อสร้างรถไฟฟ้าในสายต่างๆ
- การเข้ามาที่มากขึ้นของนักลงทุนชาวต่างชาติ เช่น จีน ฮองกง สิงคโปร์ และ มาเลเซีย จะช่วยกระตุ้นอัตราดูดซับของโครงการคอนโดมิเนียมได้เป็นอย่างดี
- สถานการณ์การเมืองภายในฮ่องกงที่ไม่เสถียรและทำให้เกิดปัญหาการชุมนุมที่ดำเนินอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลานาน ส่งผลให้คนฮ่องกง มีแนวโน้มการซื้อที่อยู่อาศัยในต่างประเทศสำหรับการอพยพย้ายถิ่นเพิ่มมากขึ้น ซึ่งประเทศไทยจัดเป็นตัวเลือกอันดับต้นๆ

THREATS

- ต้นทุนธุรกิจสูง (ค่าแรง+ที่ดิน)
 - หนี้ครัวเรือนสูง Bank ระวังปล่อยกู้ แนวโน้มหนี้ภาคครัวเรือนที่สูงขึ้น จะทำให้สภาพคล่องในระบบการเงินตึงตัว
 - สงครามการค้าระหว่างประเทศมหาอำนาจทั้งสองประเทศซึ่งก็คือ จีนและสหรัฐอเมริกา ส่งผลกระทบเชิงลบต่อสภาพเศรษฐกิจของประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชียและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งเป็นตลาดนักลงทุนที่เป็นเป้าหมายหลักของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ทำให้เกิดการชะลอการลงทุน
 - การเกิดขึ้นของโรคระบาดที่ประเทศจีน (COVID-19) มีการแพร่ระบาดไปยังประเทศอื่นๆ ในโซนเอเชียที่เป็นตลาดเป้าหมายของธุรกิจ ซึ่งส่งผลให้กิจกรรมการขายที่มีการวางแผนไว้แล้วในประเทศนั้น ต้องหยุดชะงักลงด้วย
- จากยอดปฏิเสธสินเชื่อ ณ สิ้นปี 2562 เพิ่มขึ้นอยู่ในระดับ 30-40% ทำให้ยังคงเป็นปัจจัยหลักที่จะส่งผลกระทบกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์โดยตรง ซึ่งสำหรับอารีญาเองแล้ว แผนสำหรับปี 2563 คือ

○ แนวรวม

ทุกโครงการเราต้องทำตัวเองให้พร้อม วิเคราะห์ทั้ง 6P ได้แก่ Product, Price, Place (Location), Promotion, Person (Sales) และ Physical Evidence (Sales Office) โดยละเอียด และเมื่อเทียบกับคู่แข่งในตลาดแล้ว ต้องสู้ได้หรือเหนือกว่า เพื่อให้เกิดความมั่นใจในโครงการ เพราะจะส่งผลกับยอดขายโดยตรง เพราะหากมั่นใจแล้ว ก็จะเกิดยอดขาย และเกิดยอดโอนตามมา และด้วยการคัดกรองลูกค้าที่เข้มงวดของแบงก์ สิ่งที่อารีญาจะดำเนินการคือ

- Pre Approve ก่อนการรับจอง เพื่อให้มั่นใจในคุณภาพของลูกค้า ไม่เกิดยอดยกเลิก
- การทำการตลาดที่หนักมากขึ้น เพื่อให้เกิดยอด Walk ให้สูงขึ้นอีกเท่าตัว ซึ่งก็จะทำให้มียอดขายเยอะขึ้น และหากมีการยกเลิก ก็ยังคงมียอดถึงเป้าหมาย ดังเช่นในครึ่งปีแรก

○ แนวสูง

สำหรับโครงการพร้อมอยู่เน้นทำการตลาดกระตุ้นยอดขายทั้งในประเทศ โดย ใช้สื่อออนไลน์ในการเข้าถึง กลุ่มลูกค้า พร้อมเสนอโปรโมชั่นราคาพิเศษ

ซึ่งโครงการทั้งหมดของแนวสูงที่เปิดขายในปัจจุบันนี้มี Potential ที่จะมียอดขายที่สูงขึ้นตามลำดับ เนื่องจากอยู่ในทำเลที่มีศักยภาพ และมีโอกาสในการเติบโต จากการพัฒนา Mass transit ในอนาคต และไม่ว่าจะซื้ออยู่เอง หรือลงทุน หรือปล่อยเช่า ก็สามารถเพิ่ม Value ได้ในอนาคต

กลยุทธ์ทางการตลาด

1. พัฒนา Product เดิมที่มีอยู่แล้วและได้รับการตอบรับอย่างดี ให้ดียิ่งขึ้นไป โดยนำ feedback จากลูกค้ามาปรับปรุงแก้ไข เพื่อเตรียมพร้อมที่จะไปเปิดในทำเลใหม่ๆ อาทิเช่น
 - The Colors ทาวน์โฮม 2 ชั้น ที่เราทำแบรนด์นี้มากกว่า 8 ปี มียอดขายและโอนไปแล้วเกือบ 4,000 ยูนิต ซึ่งแสดงให้เห็นว่า เราได้รับการตอบรับที่ดีจากตลาด เพราะเรามีฟังก์ชัน และระบบการก่อสร้างที่ดี ทำให้คนจำแบรนด์เราได้และยังคงอยู่มาอย่างยาวนาน ซึ่งในปี 2561 นี้จะมีการพัฒนาปรับเปลี่ยนบ้านให้มีความหลากหลายและตอบโจทย์การอยู่อาศัยของลูกค้าเป็นหลัก เช่น การพัฒนาแบบบ้าน The Colors ขนาดหน้ากว้าง 5.3 ม. เป็นต้น
 - The Village วิลเลจทาวน์แนวคิดใหม่ และบ้านแฝด สไตล์ Modern Colonial มีสไตล์ที่เป็นเอกลักษณ์ ตอบโจทย์คนที่อยากมีบ้านเดี่ยว แต่งบประมาณอาจจะไม่ถึง ซึ่ง The Village นี้มีฟังก์ชันที่เหมือนบ้านเดี่ยวคือ มีห้องนอนถึง 4 ห้องนอน และผนังบ้านไม่ติดกับใคร ให้ความรู้สึกเหมือนอยู่บ้านเดี่ยว แต่ในความเป็นจริงแล้วบางโครงการเป็นเพียงทาวน์โฮมเท่านั้น เราเป็นเจ้าแรกที่ออก Product นี้มา เพื่อเจาะอีกกลุ่มตลาด และได้รับการตอบรับที่ดีเช่นเดียวกัน เพราะเราทำแบรนด์นี้มา 5 ปี
 - สำหรับคอนโดมิเนียม การออกแบบค่านึงถึงพฤติกรรมการใช้ชีวิตของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อตอบโจทย์ลูกค้ามากที่สุด นอกจากนี้ พื้นที่ส่วนกลางยังถูกเน้นออกแบบให้มีมากกว่าคู่แข่งในระดับเดียวกัน และให้เกิดประสิทธิภาพการใช้งานที่สูงที่สุด ทั้งหมดนี้ เพื่อตอบโจทย์การใช้ชีวิตจริงของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ
2. เปิด Product ใหม่ๆ ออกสู่ตลาด โดยเจาะกลุ่มไปยัง segment ใหม่ๆ เพื่อให้ Product ครอบคลุมในทุกๆ กลุ่ม
 - Areeya METRO เกษตร-นวมินทร์ บ้านเดี่ยว 2 ชั้น ระดับพรีเมียม ติดถนนใหญ่ ใกล้ทางด่วนและรถไฟฟ้า 3 สาย ซึ่งตั้งอยู่บนทำเลที่ดีที่สุดแห่งหนึ่ง โดยจุดเด่น ของ Phase ใหม่ ที่มีความเป็นส่วนตัว โดยมีเพียง 18 ยูนิตเท่านั้น
 - Como Bianca บางนา เป็นแบรนด์บ้านแฝด/บ้านเดี่ยว ที่พัฒนา Product มาจาก โครงการ Areeya Como ตัวปัจจุบัน โดยนำ Concept ที่เป็น Trend การใช้ชีวิตในยุคใหม่ที่ ลูกค้าหันมาให้ความสนใจในเรื่องของการใส่ใจธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยใช้ Concept Minimal Living ที่มีความเรียบง่าย ไม่เยอะแยะเกินไป แต่ยังคงมีสไตล์ ตอบกับกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบันที่เป็นคู่รักที่แยกครอบครัวออกมาใช้ชีวิต โดยไม่ต้องการมีลูกหรืออาจมีลูกเล็ก โดย Product นี้จะเข้ามาเติมช่องว่างสำหรับคนที่มองหาบ้านที่ตอบโจทย์ทั้งรูปแบบการใช้ชีวิตและราคาอยู่ใน Budget ที่สามารถมีกำลังซื้อจับจองเป็นเจ้าของ

- **เปิดโครงการใหม่ในทำเลเดียวกัน โดยสร้างโมเดลเปิดพร้อมกัน 3 - 4 โครงการ นำ Product ลง 3 - 4 Product เพื่อให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย โดยมีราคาเริ่มต้นตั้งแต่ 1.5 ถึง 6 ล้านบาท เมื่อลูกค้าเข้าเยี่ยมชมโครงการก็มี Product ในทุก Range ราคาให้เลือก ไม่ว่าจะเป็นทาวน์โฮม วิลเลจทาวน์ บ้านแฝด และบ้าน**
- 3. โครงการคอนโดมิเนียม เน้นกระตุ้นยอดขายโครงการที่แล้วเสร็จ คือ เอ สเปซ มี สุขุมวิท 77, เอ สเปซ มี รัตนาธิเบศร์ และ เอ สเปซ โอดี อโศก-รัชดา ทั้ง 3 โครงการปัจจุบันแล้วเสร็จและมีลูกค้าเข้าพักอาศัยแล้วมากกว่า 85% ในภาพรวม
- 4. สร้าง Brand Awareness อย่างต่อเนื่องเพื่อ Remind แบนด์อารีญา ให้เป็นตัวเลือกต้นๆ ที่ลูกค้านึกถึง เพราะแบรนด์อารียานั้น ทุก Product จะมีสไตล์ที่โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ ให้ผู้ที่อยู่รู้สึกภูมิใจ เน้นเจาะเข้าถึงกลุ่มลูกค้าด้วยสื่อ Online ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว ตรงกลุ่ม และสอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้าในปัจจุบัน ซึ่งในปี 2562 ที่ผ่านมา เราได้ฐานข้อมูลลูกค้าใหม่จากสื่อ Online ประมาณ 15,000 รายชื่อ ซึ่งฝ่ายขายจะทำการติดตามเพื่อเชิญลูกค้าทั้งหมดเข้ามาเยี่ยมชมโครงการต่อไป แต่ในขณะเดียวกันก็ยังไม่ทิ้ง Local media ได้แก่ Billboard & Cutout ที่ถือเป็นสื่อหลัก ที่ทำให้โครงการประสบผลสำเร็จ เป็นในลักษณะทำควบคู่กันอย่างต่อเนื่องทั้งสื่อ On-line และ Off-line
- 5. การให้บริการและการดูแลลูกค้า บริษัทได้มีการจัดระบบการให้บริการ และการดูแลลูกค้าอย่างต่อเนื่อง นับตั้งแต่วันที่ลูกค้าเข้าเยี่ยมชมโครงการของบริษัท จนกระทั่งตัดสินใจซื้อ รับมอบบ้าน และเป็นลูกค้าที่อยู่อาศัยในโครงการ โดยบริษัทได้มีการพัฒนาฐานลูกค้าที่มีประสิทธิภาพ และจัดบุคลากรที่มีหน้าที่เฉพาะเพื่อให้การบริการอย่างทั่วถึง อีกทั้งได้จัดให้มีกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีแก่ลูกค้าที่อยู่อาศัยในโครงการอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทเล็งเห็นความสำคัญในเรื่องนี้ และจะเป็นกลยุทธ์หลักในการทำการตลาด
- 6. สร้างสัมพันธ์อันดีกับลูกบ้านอย่างต่อเนื่อง ด้วยกิจกรรม Workshop แปลกๆ ใหม่ ในทุกเดือน ที่ไม่เหมือน หรือไม่ซ้ำกับใครในตลาด เพื่อให้เกิดการประทับใจ และเกิดการบอกต่อ หรือ เพื่อนแนะนำเพื่อ ซึ่งเรื่องนี้เราก็นำมาให้ความสำคัญในระดับต้นๆ เนื่องจากฐานเสียงเหล่านี้ เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่แข็งแกร่งให้กับโครงการอย่างมาก
- 7. เน้นการเปิดโครงการคอนโดมิเนียมบนทำเลใหม่ ๆ หลายทำเลพร้อม ๆ กัน หรือในเวลาใกล้เคียงกัน โดยจะเป็นทำเลศักยภาพใกล้ mass transit ที่มีโอกาสในการเติบโตด้านราคาสูง เพื่อสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าของบริษัท ได้ในวงกว้างอย่างครอบคลุม โดยเน้นทำการตลาดโดยเน้นการขายให้หมดตั้งแต่ช่วงแรกๆ ที่เปิดโครงการ และให้นักลงทุนมีกำไรในการขายต่อในอนาคต

2.4 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

นโยบายการจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

- **นโยบายด้านกำลังคน**

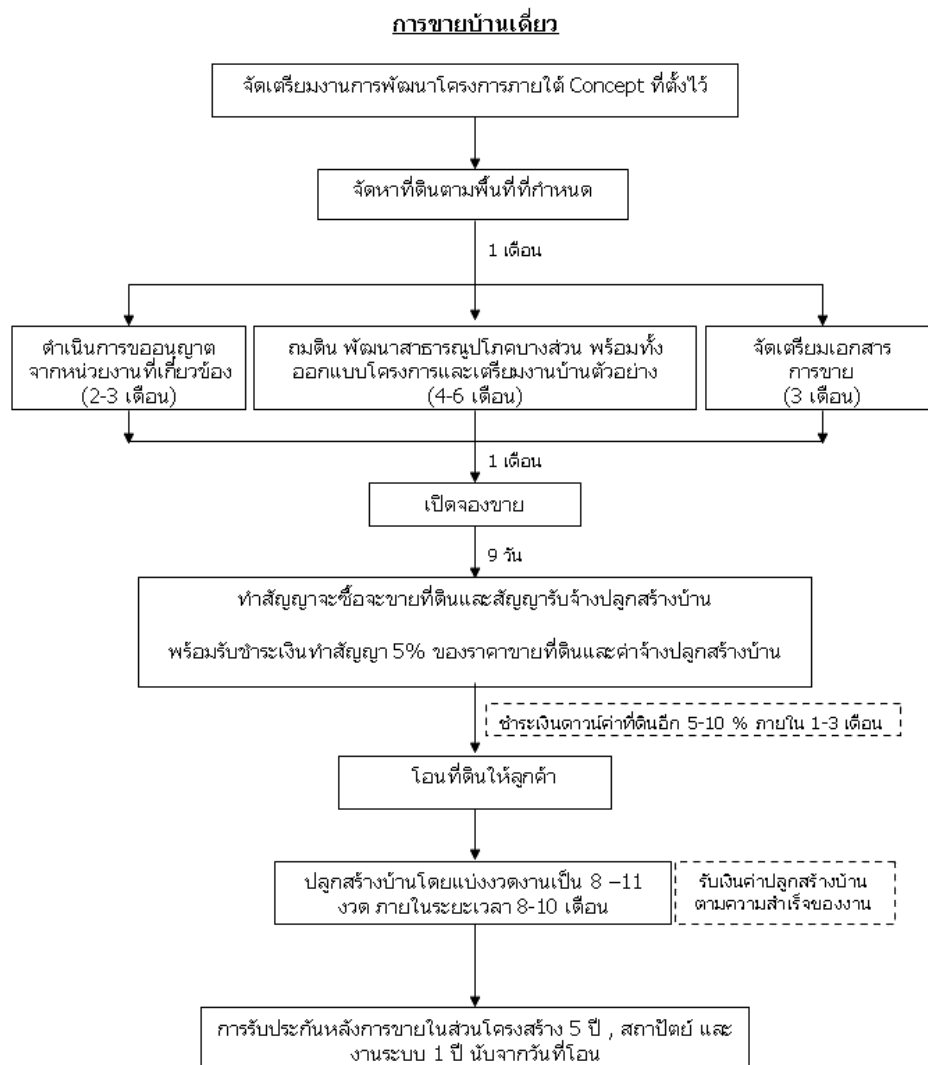
การมีกำลังคนที่สามารถดำเนินการเองได้และพัฒนาคุณภาพฝีมือแรงงานเพื่อการจ้างงานที่ยั่งยืน โดยบริษัทลดความเสี่ยงด้านงานก่อสร้างโดยจัดให้มีทีมงานของตนเองในการก่อสร้างจำนวนหนึ่ง อีกทั้งพัฒนาฝีมือแรงงานควบคู่

ไปกับเทคโนโลยีที่บริษัทฯ นำมาใช้ เพื่อให้คนงานเหล่านั้น สามารถทำงานกับบริษัทฯ ได้ในระยะยาวและมีความสามารถมากขึ้น

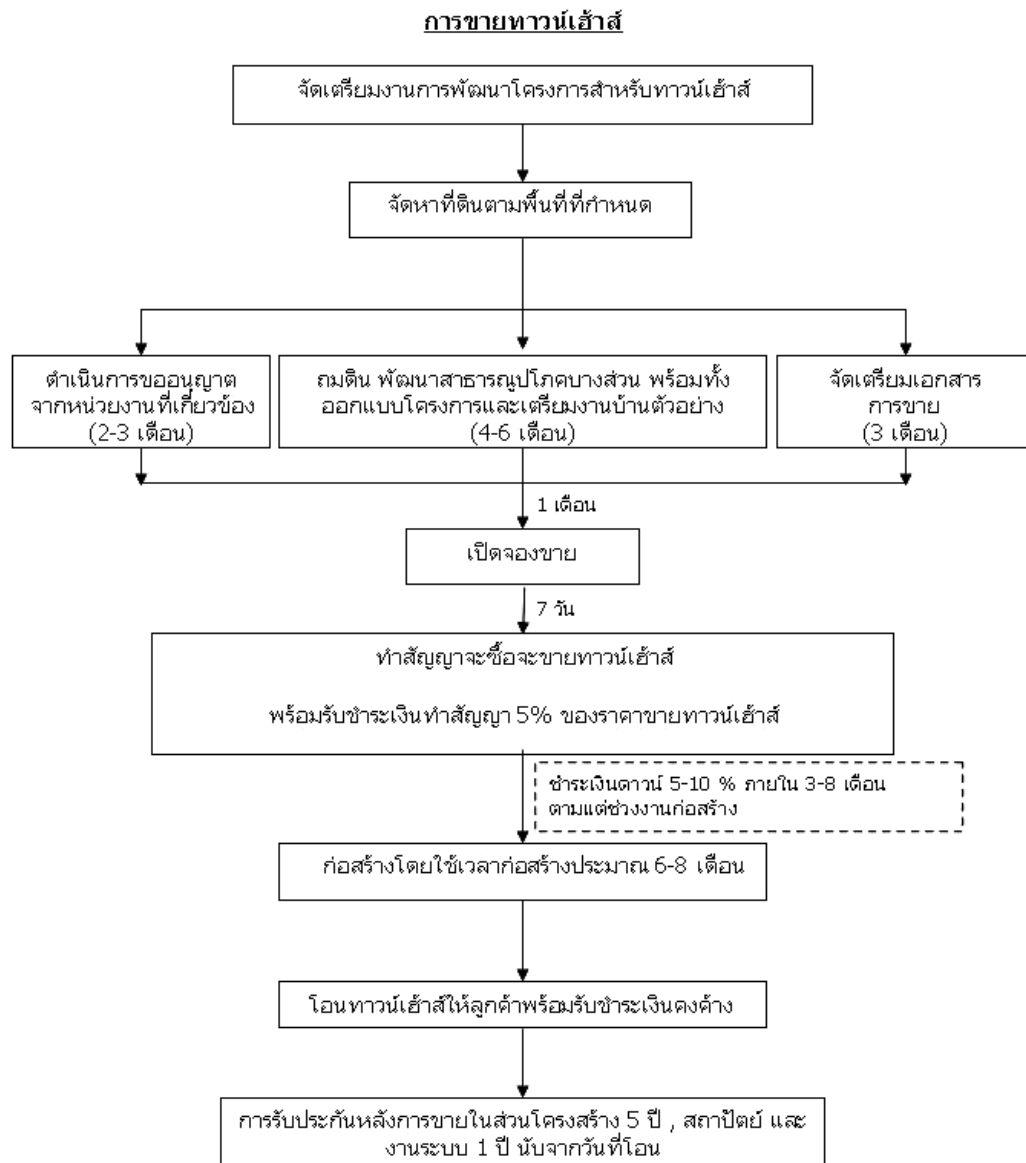
- นโยบายด้านการจ้างผู้รับเหมารายใหญ่และรายย่อยที่มีคุณภาพ
เพื่อให้การส่งมอบสินค้ามีคุณภาพมากขึ้นอย่างต่อเนื่องนอกเหนือจากด้านกำลังคนแล้ว บริษัทมีนโยบายที่จัดจ้างผู้รับเหมาขนาดใหญ่ที่มีคุณภาพสูงและมีประวัติการทำงานที่เห็นได้ชัดมาร่วมเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จด้านคุณภาพ
- นโยบายการจ้างงานแรงงานต่างด้าว
ปัจจุบันบริษัทมีแรงงานต่างด้าวถูกต้องตามกฎหมาย สำหรับแรงงานที่อยู่ระหว่างการขออนุญาต ก็จะต้องอยู่ในเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนดเท่านั้นเช่นกัน
- นโยบายสร้างศูนย์ฝึกฝีมือแรงงาน
จากปัญหาการขาดแคลนแรงงานฝีมือ บริษัทมีนโยบายสร้างศูนย์ทดสอบฝีมือแรงงานเพื่อใช้ประกอบการพิจารณา เพิ่ม – ลด ค่าจ้างให้เหมาะสมกับทักษะฝีมือ และเพื่อเปิดโอกาสให้ช่างฝีมือได้พัฒนาทักษะฝีมือและพัฒนาตนเองไปสู่มาตรฐานที่สูงขึ้นให้สอดคล้องกับมาตรฐานและตรงกับความต้องการของบริษัท เพื่อให้งานก่อสร้างมีคุณภาพที่ดีมากยิ่งขึ้น
- นโยบายการจัดซื้อวัสดุ อุปกรณ์ในงานก่อสร้างและการบริการหลังการขาย
เพื่อการส่งเสริมการขาย บริษัทมีนโยบายในการรับประกันคุณภาพสินค้าให้กับลูกค้ายาวนานขึ้น โดยการเจรจาต่อรองให้ผู้ผลิตสินค้า รับประกันคุณภาพสินค้าตั้งแต่ 3-5 ปี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับชนิดของวัสดุ ตลอดจนมีนโยบายการเอาใจใส่ดูแลลูกค้าตั้งแต่เริ่ม และบริการหลังการขายอย่างเต็มความสามารถ

การพัฒนาโครงการต่าง ๆ ของบริษัท ในแต่ละโครงการจะมีระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับขนาดและรูปแบบของโครงการ ทั้งนี้ระยะเวลาในการดำเนินการของแต่ละโครงการนั้นจะแสดงให้เห็นเป็นแผนภาพ ดังต่อไปนี้

โครงการบ้านเดี่ยว

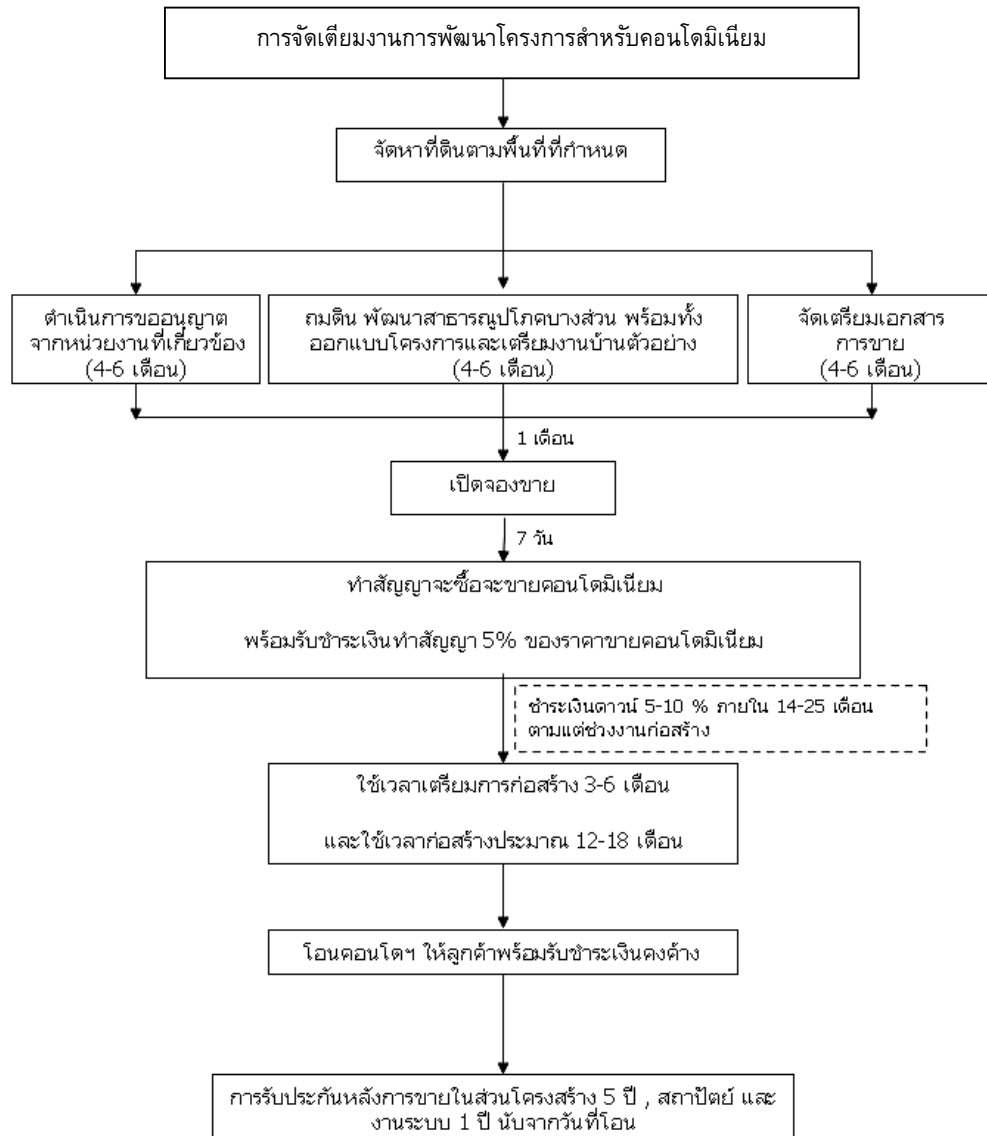


โครงการทาวน์เฮ้าส์



โครงการคอนโดมิเนียม

การขายคอนโดมิเนียม



รายละเอียดขั้นตอนการจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

1. การจัดซื้อที่ดิน

ที่ดินเป็นต้นทุนหลักในการทำธุรกิจของบริษัท คิดเป็นสัดส่วนประมาณ 30-40 % ของต้นทุนทั้งหมด ดังนั้นบริษัทจึงได้ให้ความสำคัญกับการจัดซื้อที่ดินเป็นอย่างมาก การจัดซื้อที่ดินเพื่อทำโครงการนั้น บริษัทจะมองหาที่ดินที่มีศักยภาพ และอยู่ในเขตเมือง ทั้งนี้ เพื่อให้ที่ดินดังกล่าวภายหลังการพัฒนาเป็นโครงการแล้วสามารถขายและปิดโครงการได้ภายในระยะเวลาอันสั้น และก่อนการจัดซื้อที่ดินในแต่ละครั้งจะต้องมีการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ โดยสำรวจสภาพการณ์ตลาดและสภาวะการแข่งขัน รวมทั้งความต้องการของลูกค้าในพื้นที่เป้าหมายที่จะดำเนินโครงการ เพื่อหาโอกาสทางการตลาด และศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ จากนั้นจึงจะดำเนินการเจรจาซื้อที่ดิน โดยบริษัทจะติดต่อซื้อที่ดินผ่านนายหน้าขายที่ดินเป็นส่วนใหญ่ หรือบางกรณีบริษัทอาจติดต่อซื้อจากเจ้าของที่ดินเอง ในราคาที่เหมาะสมเทียบกับราคาประเมิน หรือราคาตลาดแล้วเห็นว่าเหมาะสม และบริษัทไม่มีนโยบายซื้อที่ดินเพื่อสะสมเป็นสต็อกไว้ก่อนการพัฒนาโครงการเป็นระยะเวลานาน

2. การจัดหาผู้รับเหมาและการก่อสร้าง

บริษัทจะเป็นผู้คัดเลือกผู้รับเหมาขนาดกลางและรายย่อยที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งบริษัทจะกำหนดค่าจ้างเหมารวมค่าแรงและค่าวัสดุก่อสร้างให้กับผู้รับเหมา และจะทำการควบคุมคุณภาพของงานและต้นทุนการก่อสร้างให้ได้ตามที่บริษัทกำหนดไว้ โดยความเสี่ยงในเรื่องการขาดแคลนผู้รับเหมาของบริษัทจะสามารถลดลงได้ ดังนี้

- 2.1 บริษัทมีการเจรจาลดค่าวัสดุก่อสร้างหลักส่วนใหญ่กับผู้ค้าวัสดุก่อสร้างให้ผู้รับเหมาและกำหนดยื่น ราคาไว้ให้กับผู้รับเหมาสำหรับช่วงระยะเวลาหนึ่ง และให้ผู้รับเหมาไปซื้อวัสดุจากผู้ค้าที่ได้เจรจาลดไว้แล้ว ส่งผลให้ผู้รับเหมาที่รับงานจากทางบริษัทสามารถกำหนดและควบคุมต้นทุนของตนเองได้แน่นอนขึ้น ทำให้ผู้รับเหมาต้องการที่จะทำธุรกิจกับบริษัท
- 2.2 ปัจจุบันบริษัทมีผู้รับเหมาที่รับทำงานให้กับบริษัทอย่างต่อเนื่องมากกว่า 20 ราย ซึ่งหากผู้รับเหมารายใดไม่สามารถรับงานที่ทำกับบริษัทไว้ได้ บริษัทก็สามารถจัดให้ผู้รับเหมารายอื่นทดแทนได้ทันที
- 2.3 มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่แทนกำลังคน เช่น แบบอลูมิเนียมสำหรับหล่อคอนกรีต (Aluminum formwork) หรือระบบหล่อสำเร็จ เป็นต้น โดยระบบทั้งสองดังกล่าว จะช่วยลดการพึ่งพาแรงงานฝีมือลงได้
- 2.4 ปัจจุบันบริษัทฯ มีการวางแผนล่วงหน้า โดยประสานงานบริษัทจัดหาแรงงาน นำแรงงานต่างด้าวจากประเทศต้นทาง อย่างถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งเป็นแรงงานต่างด้าวแบบมีการรับประกัน ผ่านกระบวนการนำเข้าแรงงานจากประเทศต้นทาง และมีสัญญาค้ำประกันรับรองคุณภาพแรงงาน เป็นระยะเวลาดังแต่ 3 เดือน - 1 ปี และสามารถนำเข้าแรงงานได้ตลอดปี ทำให้มั่นใจได้ว่าหากมีภาวะไม่ปกติ ทางบริษัทฯ ยังคงดำเนินการก่อสร้างได้อย่างราบรื่น
- 2.5 บริษัทให้ความสำคัญกับเรื่องของคุณภาพทั้งแนวราบและแนวสูง โดยบางโครงการได้จัดหาจัดจ้างผู้รับเหมาที่มีคุณภาพสูงเข้ามาดำเนินการ และจัดให้มีการประเมินคุณภาพของผู้รับเหมาเป็นประจำทุกปี

3. การส่งมอบงาน

บริษัทจะชำระเงินค่าก่อสร้างให้กับผู้รับเหมาตามงวดความสำเร็จของงานที่ได้ระบุไว้ในสัญญาการก่อสร้างและหลังจากที่ได้มีการตรวจรับงวดงานร่วมกับลูกค้าแล้วเท่านั้น ซึ่งในการชำระเงินให้กับผู้รับเหมา บริษัทจะหักเงินค่าประกันผลงานไว้ในแต่ละงวดงานร้อยละ 5.0 ของมูลค่างานที่ส่งมอบ โดยผู้รับเหมาที่บริษัทว่าจ้างเป็นผู้รับเหมาก่อสร้างขนาดกลางที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการก่อสร้าง มีคุณภาพของงานที่ดี มีฐานะทางการเงินที่มั่นคงและเครดิตทางการค้าที่ดี จึงทำให้มั่นใจได้ว่างานของผู้รับเหมาที่มีคุณภาพในระดับหนึ่ง บริษัทยังได้กำหนดให้มีคณะทำงานตรวจสอบคุณภาพงานก่อสร้าง โดยว่าจ้างที่ปรึกษาภายนอกมาเป็นผู้ควบคุมคณะทำงาน มีการจัดฝึกอบรมผู้ควบคุมงานและวิศวกรก่อสร้างของทั้งบริษัทและของผู้รับเหมา จัดทำคู่มือว่าด้วยมาตรฐานการก่อสร้างและมาตรฐานการตรวจรับบ้าน ในส่วนของการติดตามความก้าวหน้างานก่อสร้าง ผู้ควบคุมงานก่อสร้างจะคอยรายงานความคืบหน้างานก่อสร้าง เมื่อมีเหตุล่าช้าจะเข้าแก้ไขปัญหาได้ทันเวลา ในกรณีที่ผู้รับเหมารายเดิมไม่สามารถส่งมอบงานได้ตามกำหนด ก็จะจัดหาผู้รับเหมารายอื่นเข้าทำงานแทน

4. การจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัท จะต้องจัดให้ทุกโครงการถูกต้องตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างน้อยซึ่งส่วนใหญ่จะเกี่ยวเนื่องกับสภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อบุคคลภายนอก รวมทั้งกำกับดูแลด้านสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร ซึ่งหมายถึง สภาพแวดล้อมโครงการ ที่ทำงาน ที่พักคนงานด้วย ซึ่งทั้งนี้จะต้องอยู่ในหลักการของ HSE Health Safety and Environment

ในการพัฒนาโครงการและขออนุญาตจัดสรรที่ดิน บริษัทจะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบขององค์กรกำกับดูแลที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายการจัดสรรที่ดิน ซึ่งได้คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในการพัฒนาโครงการ บริษัทมีการดูแลการขุดดินให้ล้างทำความสะอาดรถและถนนเมื่องานเสร็จ มีการฉีดน้ำกันฝุ่นฟุ้งกระจาย และจำกัดเวลาทำงาน

ในส่วนการทำการพัฒนาโครงการและงานก่อสร้างขนาดใหญ่ จะต้องทำรายงานศึกษาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เสนอต่อสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม บริษัทต้องดำเนินการแก้ไขปรับปรุงงานเพื่อลดผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมอยู่แล้ว เมื่อได้หนังสือรับรองจากหน่วยงานดังกล่าวแล้ว บริษัทจึงจะสามารถเริ่มพัฒนาโครงการได้ นอกจากนี้บริษัทได้ร่วมมือกับชุมชนทำความเข้าใจความสะอาดถนนนอกโครงการและปลูกต้นไม้เพื่อดูดซับฝุ่นละออง ส่วนอุปกรณ์ไฟฟ้าที่ใช้ภายในบ้าน ทางบริษัทเลือกใช้อุปกรณ์ไฟฟ้าทั้งที่ติดตั้งให้กับลูกค้า หรือที่จัดเตรียมเป็นของสมนาคุณหรือการส่งเสริมการขายให้ลูกค้าก็ล้วนเป็นแบบประหยัดไฟฟ้าทั้งสิ้น และที่ผ่านมาบริษัทยังไม่เคยมีข้อพิพาททางกฎหมายในเรื่องของสิ่งแวดล้อม

ในทำนองเดียวกันบริษัทก็คำนึงถึงผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมในระหว่างการก่อสร้าง และ หลังจากโครงการแล้วเสร็จ โดยบริษัทมีนโยบายการจัดการด้านความสะอาดของโครงการให้สะอาดอย่างสม่ำเสมอ สภาพแวดล้อมในบริเวณที่พักคนงาน การใช้ชีวิตประจำวันภายในที่พักคนงาน การอยู่ร่วมกันของคนงานต่างต่างหลายเชื้อชาติ โดยมีการจัดแบ่งที่พักไม่ให้ปะปนกันอันอาจเป็นเหตุให้เกิดการทะเลาะวิวาทจากเหตุของความแตกต่างด้านเชื้อชาติ

3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทฯ ตระหนักถึงความจำเป็นในการบริหารความเสี่ยง ดังนั้นบริษัทฯ จึงมีเป้าหมายที่จะบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ ให้อยู่ในขอบเขตที่กำหนด จากลักษณะของธุรกิจของบริษัท ปัจจัยความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นและผลกระทบที่จะมีต่อการดำเนินงานในอนาคตเป็นไปดังนี้

3.1 ความเสี่ยงในเรื่องนโยบายรัฐบาล

3.1.1 ความเสี่ยงในการเปลี่ยนแปลงนโยบาย ระเบียบข้อบังคับและกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริษัท

- ผลกระทบจากมาตรการการควบคุมสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารแห่งประเทศไทยที่เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในภาพรวม
- ผลกระทบจากการเวนคืนที่ดินเพื่อพัฒนาสาธารณูปโภคพื้นฐานของประเทศ ที่ทางหน่วยงานรัฐยังไม่มีแนวเขตเวนคืนที่ชัดเจน มีผลกระทบต่อการวางผังโครงการ แต่อย่างไรก็ตาม ทางบริษัทได้เฝ้าระวังจากแนวเวนคืนออกมา เพื่อป้องกันปัญหาการถูกเวนคืนที่ดินกระทบต่อลูกค้าในอนาคต ซึ่งบริษัทคาดว่าแนวเขตเวนคืนจะมีความชัดเจนภายในปี 2563-2564

3.1.2 ความเสี่ยงในการจัดซื้อที่ดินเพื่อพัฒนาโครงการในอนาคต

เนื่องจากในปีที่ผ่านมาราคาที่ดินมีการปรับตัวสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเนื่องจากการพัฒนาโครงข่ายแนวรถไฟฟ้าและถนนเป็นจำนวนมาก ที่ดินในทำเลต่างๆ โดยเฉพาะที่มีความต้องการในแหล่งชุมชนจึงมีการปรับตัวขึ้นสูง ซึ่งทำให้บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์มีต้นทุนที่สูงขึ้นและราคาตลาดที่อยู่อาศัยก็จะปรับตัวขึ้นสูงตามไปด้วย ซึ่งอาจไม่เหมาะสมกับความสามารถกำลังซื้อของกลุ่มลูกค้าทั่วไป บริษัทฯ จึงได้มีทีมสำรวจวิจัยตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ได้มาซึ่งที่ดินที่มีความคุ้มค่าอย่างสูงสุด

3.2 ความเสี่ยงเกี่ยวกับการผลิต

3.2.1 ความผันผวนของราคาวัสดุก่อสร้าง และการปรับเพิ่มค่าแรงขั้นต่ำ

จากความผันผวนของราคาวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่บริษัทฯ ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น ความผันผวนของราคาน้ำมันในตลาดโลก ทำให้มีผลกระทบกับต้นทุนการผลิตวัสดุก่อสร้างที่สำคัญ อาจทำให้มีการปรับตัวสูงขึ้นหรือลดลงตามที่รัฐบาลประกาศ จึงเป็นปัจจัยเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุน และส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไร บริษัทฯ จึงบริหารจัดการความเสี่ยงนี้ โดยการศึกษาและวิเคราะห์แนวโน้มของราคาวัสดุและค่าแรงก่อสร้างที่มีผลจากการเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำมันเชื้อเพลิง รวมทั้งติดตามข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์ของราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกอย่างใกล้ชิด โดยการกำหนดยี่นราคาวัสดุก่อสร้างหลักไว้ล่วงหน้ากับผู้ค้าวัสดุก่อสร้างรายใหญ่ทั้งหมดทุกโครงการ เพื่อให้ผู้รับเหมาสามารถซื้อวัสดุจากผู้ค้าวัสดุที่บริษัทฯ ได้เจรจาต่อรองราคาไว้แล้ว ทำให้สามารถลดความผันผวนของราคาวัสดุก่อสร้าง และราคาน้ำมันได้ในระยะหนึ่ง จึงสามารถควบคุมต้นทุนที่ใช้ในการก่อสร้างได้ และเพื่อเป็นการป้องกันผู้ค้าวัสดุรายเดิมขึ้นราคา บริษัทฯ ได้จัดตั้งคณะทำงานติดตามราคาวัสดุก่อสร้างและจัดหาวัสดุทดแทนจากผู้ผลิตรายใหม่ เพื่อให้สามารถกำหนดราคารับจ้างก่อสร้างที่ทันต่อสถานการณ์ และในระดับราคาที่แข่งขันได้ในตลาด นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้จัดตั้งทีมวิจัยและพัฒนา เพื่อศึกษาเกี่ยวกับเทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ๆ ที่สามารถลดต้นทุนในการก่อสร้าง และทำให้งานก่อสร้างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อาทิเช่น ไม้ฝาเฌอร่า, ไม้ระแนงคอนกรีต ที่นำมาใช้ทดแทนวัสดุไม้จากธรรมชาติ, Aluminum Formwork System, Precast System, Bathroom Pods, Solar cell System, Design Improvement เป็นต้น ส่งผลให้ระยะเวลาในการก่อสร้างบ้านแบบทาวน์โฮม 2-3 ชั้นสามารถสร้างเสร็จทั้งโครงการภายใน 8-12 เดือน จึงสามารถควบคุมความเสี่ยงเรื่องความผันผวนของราคาวัสดุ และการขาดแคลนวัสดุจากธรรมชาติได้เป็นอย่างดี ส่วนโครงการคอนโดมิเนียมขนาดใหญ่ซึ่งต้องได้เวลาก่อสร้าง 2-3 ปี บริษัทฯ ได้คำนวณ

ความผันผวนดังกล่าวรวมเข้าไปในต้นทุนการก่อสร้างตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอยู่แล้ว และหลังจากพัฒนางานก่อสร้างมาได้ซักระยะหนึ่ง บริษัทฯ ได้เอาประสบการณ์ที่ผ่านมาเพื่อปรับปรุงในส่วนที่มีผลกระทบต่อต้นทุนมาก ทำให้ค่าก่อสร้างมีความชัดเจนมากขึ้น

ส่วนเรื่องค่าแรงขั้นต่ำที่มีการปรับเพิ่มทุกปี อาทิเช่น 1 ม.ค.2560 ปรับค่าแรงขั้นต่ำจาก 300 บาทต่อวันเป็น 310 บาทต่อวัน 1 เม.ย. 2561 ปรับค่าแรงขั้นต่ำเป็น 325 บาทต่อวัน และปัจจุบันได้ปรับค่าจ้างขั้นต่ำประจำปี 2563 เป็น 331 บาทต่อวัน เพิ่มขึ้น 1.8% ซึ่งไม่ได้ส่งผลกระทบกับการจ้างแรงงานมากนัก

3.2.2 ศักยภาพและประวัติการทำงานของผู้รับเหมา

ทางบริษัทฯ ได้มีการว่าจ้างผู้รับเหมาทั้งขนาดกลางและขนาดใหญ่ ที่มีคุณภาพ และมีความมั่นคงทางการเงิน เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจการก่อสร้าง โดยในระยะเวลาที่ผ่านมาทางบริษัทฯ ก็ได้ส่งมอบประสบการณ์และทีมงานที่มีคุณภาพเพื่อดำเนินการก่อสร้างด้วยตนเองเพื่อสร้างความเชื่อมั่น และความไว้วางใจ ในการบริหารจัดการ จึงลดความเสี่ยงที่ทำให้โครงการก่อสร้างล่าช้าและไม่ได้คุณภาพ ซึ่งบริษัทฯ จะกำหนดค่าจ้างเหมารวมค่าแรงและค่าวัสดุก่อสร้างให้กับผู้รับเหมา และจะทำการควบคุมคุณภาพของงาน ระยะเวลาการทำงาน และต้นทุนการก่อสร้างให้เป็นไปตามที่บริษัทฯ กำหนดไว้

นอกจากนี้บริษัทยังได้เริ่มพัฒนานวัตกรรมให้ใช้ระบบ BIM (Building Information Modeling) เป็นเทคโนโลยีใหม่ที่ถูกพัฒนามาขึ้นสำหรับวงการก่อสร้าง ที่สามารถทำงานครอบคลุมการก่อสร้างได้ทั้งหมด เริ่มตั้งแต่การออกแบบอาคาร , การถอดบัญชีปริมาณวัสดุ (BOQ :Bill of quantity) ,การเขียน Shop drawing คือแบบที่เขียนขึ้นมาเพื่อใช้ทำงานจริงๆ เพื่อลดความผิดพลาดระหว่างการทำงาน ตลอดจนถึงใช้ BIM สำหรับการวางแผนงานก่อสร้าง

3.2.3 คุณภาพและมาตรฐานของงานก่อสร้าง

หัวข้อดังกล่าวนี้ ถือเป็นหัวข้อสำคัญ ที่ทางบริษัทฯ มุ่งเน้นมาโดยตลอด โดยทางบริษัทฯ ได้ตั้งทีมงานเพื่อพัฒนาและศึกษาระบบการก่อสร้างรวมถึงการติดตามแก้ไขการก่อสร้างที่ผ่านมาว่ามีส่วนใดที่ต้องพัฒนาเพื่อให้บริษัทฯ ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ ซึ่งปัจจุบันบริษัทฯ ได้มีการจัดฝึกอบรมพัฒนาความรู้, ความสามารถให้กับพนักงาน , ผู้รับเหมา และแรงงาน เพื่อให้เข้าใจถึงขั้นตอนการทำงานที่ถูกต้องแม้เป็นงานที่ทำประจำอยู่แล้ว บริษัทฯ เข้มงวดทั้งในเรื่องของคุณภาพมาตรฐานของงานก่อสร้าง ระยะเวลา และต้นทุน ให้เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ และเนื่องจากปัจจุบันทางบริษัทได้มีการเปิดโครงการใหม่ๆ เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ทำให้ต้องมีการบริหารจัดการด้านจำนวนคนงาน,จำนวนผู้รับเหมา รวมถึงการปรับและกำหนดรูปแบบการทำงานให้ชัดเจนและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น จึงได้มีการจัดตั้งทีมงานที่เรียกว่าทีมงาน Troop ขึ้นมา และปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงาน โดยจัดกลุ่มของงานเพื่อลดจำนวนงานด้านเอกสารลง ลดจำนวนสัญญาการว่าจ้างลง ทั้งนี้ทีมงานจะต้องจัดทำสรุปและติดตามความคืบหน้าของงานในแต่ละงานเพื่อให้รู้แนวโน้มการทำงานว่าสามารถเป็นไปตามแผนงานหรือเร็วกว่า/ล่าช้ากว่าแผนงาน ซึ่งจะช่วยให้ง่ายต่อการบริหารจัดการและประเมินประสิทธิภาพการทำงานของทีมงานได้อีกด้วย อีกทั้งยังมีการจัดสรรคนงานโดยปรับให้คนงานทำงานเฉพาะด้านของตนเองเพื่อลดความผิดพลาดในการทำงานลง ทั้งนี้ทางบริษัทฯ ได้มีการนำระบบการบริหารคุณภาพ ISO เข้ามาใช้กับงานก่อสร้าง ซึ่งจะช่วยลดความซ้ำซ้อนในการใช้ทรัพยากร เพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ นำไปสู่ความเป็นสากล อีกทั้งยังมีทีม QCจาก ส่วนกลาง ที่ทำหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพและปริมาณของงานก่อสร้างให้ถูกต้องตามแบบและตามมาตรฐานงานก่อสร้างของบริษัท อันก่อให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล นอกจากนี้ทางบริษัทฯ ยังได้ตั้งทีมงานหาจุดอ่อนของระบบการก่อสร้างทั่วไปและนำมาพัฒนาการก่อสร้างของทางบริษัทฯ อีกด้วย แต่อย่างไรก็ตามเนื่องจากการก่อสร้างและพัฒนาโครงการจะมีปัจจัยภายนอกเข้ามามีผลกระทบค่อนข้างมาก

เช่น การขาดแคลนแรงงาน การขึ้นค่าแรงงานขั้นต่ำ การปรับราคาของวัสดุก่อสร้าง เป็นต้น ดังนั้นบริษัทจึงใช้กลยุทธ์ในหลากหลายมิติ เพื่อลดปัญหาผลกระทบ เช่น การปรับกลยุทธ์เป็น “สร้างบ้านก่อนขาย” เพื่อสามารถวางแผนได้อย่างต่อเนื่อง

3.2.4 ด้านทรัพยากรบุคคล และการบริหารจัดการ

ด้วยวิสัยทัศน์ของคณะกรรมการและฝ่ายจัดการของบริษัทฯ ในด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลที่ให้ทั้งโอกาสและช่องทางให้พนักงานได้แสดงความสามารถ ถือเป็นแนวคิดหลักที่จะทำให้พนักงานรู้ถึงคุณค่าของตนเอง และมุ่งมั่นที่จะนำองค์ความรู้มาพัฒนาองค์กรให้เจริญเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน เป็นการปลูกจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง (Stakeholder) รวมทั้งจิตวิญญาณแห่งความเป็นเจ้าของ (Entrepreneur spirit)

บริษัทฯ มีการวางแผนสรรหาบุคลากรเชิงรุกตามสถาบันการศึกษา ที่ผลิตนิสิตจบใหม่ตรงตามสายงาน และมีคุณภาพ เพื่อการค้นหาค้นคนรุ่นใหม่ไฟแรงที่มีความรู้ความสามารถ มีมุมมองและมีแนวคิดใหม่ๆ ในการทำงานกับบริษัทฯ พร้อมทั้งจะพัฒนาตนเองและเติบโตไปพร้อมกับบริษัทฯ โดยนำมาฝึกอบรมทั้งทางภาคทฤษฎี และภาคปฏิบัติ เพื่อให้มีความรู้ มีประสบการณ์ เพื่อให้เติบโตและเก่งได้อย่างที่ต้องการ อีกทั้งยังมีการดูแลเรื่องอาหารและที่พักให้กับพนักงานเป็นอย่างดี

และปัจจุบันได้นำระบบ Microsoft Dynamics AX (ERP) มาใช้ในการบริหารงานทำให้ข้อมูลต่างๆ ของทุกฝ่ายงานเป็นระบบออนไลน์ ซึ่งทำให้การสืบค้นข้อมูลต่างๆ ทำได้โดยง่าย สะดวก แม่นยำ และรวดเร็ว ลดปริมาณการใช้กระดาษ ทำให้ลดต้นทุนค่าใช้จ่าย และสามารถลดปัญหาการจัดเก็บเอกสาร หรือเอกสารสูญหาย กรณีพนักงานลาออก

3.2.5 ความเสี่ยงของการขาดแคลนผู้รับเหมา

เนื่องด้วย ทางบริษัทฯ ได้ดำเนินธุรกิจมายาวนานเป็นระยะเวลาพอสมควร ทำให้ทีมงานสั่งสมแรงงาน และผู้รับเหมารายย่อยและรายกลางเป็นจำนวนพอสมควร ซึ่งปัจจุบันจำนวนผู้รับเหมาที่บริษัทฯ จ้าง มีเพียงพออยู่สำหรับรองรับการเปิดโครงการต่างๆ โดยเป็นไปในลักษณะของการจ้างเหมา และปัจจุบันนี้บริษัทฯ ได้รับความร่วมมือจากผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่างๆ มาดำเนินการติดตั้งวัสดุต่างๆ ที่ผู้ผลิตจำหน่ายสินค้านั้นๆ อาทิเช่น จ้างเหมาโครงหลังคาพร้อมมุง, งานเหล็กพร้อมติดตั้ง, งาน Precast พร้อมติดตั้ง เป็นต้น จึงเป็นการถ่วงดุลเพื่อสร้างกำลังการผลิตของบริษัทฯ แต่ความเป็นจริงสถานะเศรษฐกิจนั้น มีทั้งขาขึ้นและขาลง ทางทีมงานจึงไม่ประมาทในการรับมือกับเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นได้ เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของทางบริษัทฯ กลยุทธ์ในการรับมือ คือ ต้องมีการปรับค่าแรงขั้นต่ำให้เป็นไปตามกฎหมาย, ปรับราคาจ้างเหมาให้เหมาะสมตามอัตราตลาด รวมทั้งจัดเกรดผู้รับเหมา เพื่อสามารถปรับอัตราจ้างพิเศษให้แก่ผู้รับเหมาฝีมือดีที่ได้รับความไว้วางใจหลังจากที่ได้ร่วมงานกันมาเรื่อยๆ แล้ว และประการสำคัญต้องใช้ระบบก่อสร้างที่สำเร็จรูปมากขึ้น ทั้งงานโครงสร้าง งานพื้น งานโครงหลังคา และงานก่อฉาบเพื่อลดอัตรา พังพาแรงงานฝีมือให้น้อยลง เป็นวิธีที่จะช่วยแก้ปัญหาการขาดแคลนแรงงานให้บรรเทาได้ แต่ในทางปฏิบัติ ทางทีมงานก็มีการเพิ่มจำนวนผู้รับเหมา และแรงงานฝีมือ (ดังที่เคยกล่าวมาข้างต้น) เพื่อลดผลกระทบดังกล่าว

อีกปัจจัยที่จะมองข้ามไม่ได้ คือกลุ่มผู้ประกอบการที่ปรับตัวด้วยการกระจายการลงทุน โดยเฉพาะกลุ่มที่พัฒนา คอนโดมิเนียม และหันมาลงทุนโครงการแนวราบ ที่จะต้องประสบปัญหาหางานก่อสร้าง เพราะตอนทำตึกสูงมีผู้รับเหมารายได้หลายรายสร้างให้ไม่มีปัญหาด้านคุณภาพ แต่เมื่อทำแนวราบ ผู้รับเหมาเป็นรายย่อย ควบคุมคุณภาพยาก แรงงานขาดแคลน งานก่อสร้างไม่ทันเวลา หรือไม่ได้คุณภาพ จึงอาจการมีการแข่งขันสูงในการดึงตัวผู้รับเหมารายย่อยที่มีคุณภาพ

3.2.6 ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

ความเสี่ยงในด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินและการพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงานมีผลกระทบสำคัญต่อปริมาณงานก่อสร้างและคุณภาพของโครงการก่อสร้าง และชื่อเสียงของบริษัท เพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าว และพัฒนาจุดเสี่ยงให้เป็นจุดแข็งดังนี้

- จัดสวัสดิการด้านดูแลเด็กให้กับพนักงาน และจะขยายการศึกษานอกระบบโรงเรียนให้เหมาะสมกับกลุ่มเด็กซึ่งเป็นบุตรพนักงานก่อสร้าง
- มีการปรับปรุงสวัสดิการเกี่ยวกับที่พักพนักงานในด้านต่าง ๆ โดยการสร้างจิตสำนึกให้พนักงานก่อสร้างรักษาความสะอาดบริเวณที่พักและสิ่งแวดล้อม
- ให้ความรู้กับพนักงานในเรื่องของความปลอดภัยในการทำงาน และจัดฝึกอบรมโดยผู้เชี่ยวชาญที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการฝึกอบรมด้านความปลอดภัยในการทำงาน รวมทั้งส่งเสริมให้เจ้าของกิจการจัดเตรียมอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้ครบถ้วน
- จัดให้มีการให้ความรู้ทางด้านสาธารณสุขกับพนักงาน รวมทั้งจัดรูปแบบการให้บริการสาธารณสุขสำหรับประชากรกลุ่มนี้เป็นพิเศษ จะมีการตรวจสุขภาพก่อนเข้าทำงาน โดยแพทย์แผนปัจจุบันที่ได้รับใบอนุญาตประกอบวิชาชีพเวชกรรมด้านอาชีวเวชศาสตร์ หรือที่ผ่านการอบรมด้านอาชีวเวชศาสตร์ หรือที่มีคุณสมบัติตามที่อธิบดีประกาศกำหนดตามกฎหมายกระทรวงแรงงาน เพื่อจัดให้พนักงานทำงานให้เหมาะสมกับงานที่ทำเพื่อหลีกเลี่ยงการเสี่ยงอันตรายต่อสุขภาพอนามัยและความปลอดภัย
- มีการตรวจสุขภาพอนามัยพนักงานเป็นระยะๆ อย่างน้อย ปีละ 1 ครั้ง หลังจากที่ได้ทำงานไปแล้ว ทั้งนี้ เพื่อเป็นการค้นหาโรคแต่เนิ่นๆ และรักษาได้ทันทั่วถึงเพื่อลดความเสี่ยงต่อสุขภาพอนามัยและความปลอดภัย

3.2.7 ความเสี่ยงด้านการควบคุมต้นทุนก่อสร้างคอนโดเนียม

การเสนอขายคอนโดเนียมก่อนเริ่มการก่อสร้าง ยังคงมีความเสี่ยงด้านการควบคุมต้นทุนก่อสร้าง เนื่องจากการตั้งราคาขายก่อนเริ่มการก่อสร้าง จึงอาจเกิดมีความเสี่ยงที่อัตรากำไรขั้นต้นลดลงหากต้นทุนการก่อสร้างมีความผันผวน ดังนั้น บริษัทจึงลดความเสี่ยงดังกล่าวโดยทำสัญญาจ้างเหมาแบบเบ็ดเสร็จกับผู้รับเหมาและมีการเจรจาซื้อขายวัสดุที่สำคัญล่วงหน้าก่อนเปิดการขายเพื่อป้องกันการเปลี่ยนแปลงของราคาวัสดุและลดความเสี่ยงที่อัตรากำไรขั้นต้นจะกระทบจากความผันผวนของราคาวัสดุก่อสร้าง อีกทั้งการเสนอขายคอนโดเนียมก่อนเริ่มการก่อสร้าง (Pre-sales) นอกจากจะช่วยลดความเสี่ยงด้านการตลาดและเพิ่มความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับสภาพการณ์ที่เปลี่ยนไปแล้ว ยังช่วยให้บริษัทได้นำเงินรับค่างวดจากลูกค้ามาใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนได้อีกด้วย และด้วยเวลาในการพัฒนาโครงการมากกว่า 10 ปี ทำให้การเปิดโครงการใหม่ มีการพัฒนาสินค้าโดยวางแผนคิดตั้งแต่วิธีการก่อสร้าง ซึ่งทำให้บริษัทมีความแม่นยำในต้นทุนสูง อย่างไรก็ตาม บริษัทเริ่มเปิดโครงการคอนโดเนียมตั้งแต่ปี 2549 จนถึงปัจจุบัน ภายใต้ชื่อ “เอ สเปซ” ทั้งหมดมากกว่า 10 โครงการ กว่า 10,000 ยูนิต เป็นสิ่งที่ยืนยันได้ถึงความเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพในตลาดคอนโดเนียม

3.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน

ณ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีเงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจำนวน 427.1 ล้านบาทแบ่งเป็น เงินเบิกเกินบัญชีธนาคาร จำนวน 36.4 ล้านบาท ตัวสัญญาใช้เงินจำนวน 275.3 ล้านบาท และตัวแลกเงิน จำนวน 115.4 ล้านบาท ส่วนเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินจำนวน 1,179.2 ล้านบาท จากสถาบันการเงินเพื่อลงทุนในโครงการคอนโดเนียม, ทาวน์เฮ้าส์ และบ้าน

เดียวของบริษัท และหุ้นจำนวน 5,508.7 ล้านบาท แต่อย่างไรก็ตามปัจจุบันบริษัทมีอัตราส่วนหนี้สินธนาคารต่อส่วนของผู้ถือหุ้นลดลงจาก 2.73 เท่า ในปี 2562 เป็น 2.00 เท่า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 และในขณะเดียวกันอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นลดลงจาก 3.49 เท่า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 เป็น 2.68 เท่า ณ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทจึงมีความเสี่ยงในด้านการเงินเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน

3.3.1 ความเสี่ยงในความผันผวนของอัตราดอกเบี้ย

จากการที่บริษัทต้องมีการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินในประเทศ เพื่อใช้เป็นเงินทุนในการพัฒนาโครงการและดำเนินงาน ดังนั้นอัตราดอกเบี้ยในตลาดเงินจึงมีผลกระทบต่อต้นทุนทางการเงินของบริษัท ถึงแม้ว่าการกู้ยืมเงินดังกล่าวของบริษัทจะคิดในอัตราดอกเบี้ยลอยตัวก็ตาม แต่เป็นการคิดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในระดับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมขั้นต่ำ (MLR) หรือต่ำกว่านั้น ด้วยเหตุนี้บริษัทได้มีมาตรการลดความเสี่ยงของอัตราดอกเบี้ยที่มีความผันผวน โดยการออกหุ้นกู้ระยะยาวที่มีอัตราดอกเบี้ยคงที่เพื่อนำไปชำระคืนเงินกู้ยืมเดิมบางส่วนที่คิดเป็นอัตราดอกเบี้ยลอยตัวและมีต้นทุนดอกเบี้ยที่สูงกว่า รวมถึงการออกตั๋วแลกเงินระยะสั้นที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำ เพื่อให้สามารถควบคุมต้นทุนอัตราดอกเบี้ยของบริษัทให้อยู่ในระดับเหมาะสม

สำหรับความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคนั้น มีผลกระทบเพียงเล็กน้อย เนื่องจากการกู้ซื้อบ้านเป็นการกู้ยืมระยะยาว การปรับขึ้นลงของอัตราดอกเบี้ยจึงส่งผลต่อยอดผ่อนชำระรายเดือนไม่มากนัก อีกทั้งผู้บริโภคได้มีการชำระเงินค่างวดไปแล้วส่วนหนึ่ง นอกจากนี้ บริษัทก็สามารถจัดซื้อเสนอพิเศษด้านอัตราดอกเบี้ยร่วมกับธนาคารพาณิชย์ อีกทั้งการมีสินค้าหลายระดับราคาซึ่งเน้นที่กำลังซื้อจริงของผู้อยู่อาศัยจริงเป็นหลัก ก็เป็นส่วนที่ช่วยลดผลกระทบของความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยที่มีต่อผู้ซื้อด้วย

3.3.2 ความเสี่ยงจากการที่บริษัทต้องดำรงอัตราส่วนหนี้สินสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้นให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่ระบุไว้ในข้อกำหนดสิทธิฯ

บริษัทมีหน้าที่ตามข้อกำหนดสิทธิที่จะต้องดำรงหนี้สินสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้นไว้ไม่เกิน 3:1 เท่า เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่ระบุไว้ในข้อกำหนดสิทธิข้อ 6.2 หน้าที่ที่ผู้ถือหุ้นต้องปฏิบัติ ข้อ 6.2.11 เงื่อนไขทางการเงิน ระบุให้หนี้สินสุทธิที่นำมาคำนวณต้องหักด้วยเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด เงินลงทุนชั่วคราว และเงินฝากธนาคารที่มีภาระค้ำประกัน สำหรับหุ้นกู้ ข้อ 1) – 6) ได้แก่

- 1) หุ้นกู้ชนิดทยอยชำระคืนเงินต้นของบริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) ครั้งที่ 3/2560 ชุดที่ 2 ครบกำหนดไถ่ถอนปี พ.ศ. 2564
- 2) หุ้นกู้ของบริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) ครั้งที่ 1/2561 ครบกำหนดไถ่ถอนปี พ.ศ. 2564
- 3) หุ้นกู้ของบริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) ครั้งที่ 2/2561 ครบกำหนดไถ่ถอนปี พ.ศ. 2565
- 4) หุ้นกู้มีประกันของบริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) ครั้งที่ 1/2562 ครบกำหนดไถ่ถอนปี พ.ศ. 2564 ซึ่งผู้ถือหุ้นกู้มีสิทธิไถ่ถอนหุ้นกู้ก่อนครบกำหนดไถ่ถอน
- 5) หุ้นกู้ของบริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) ครั้งที่ 1/2563 ครบกำหนดไถ่ถอนปี พ.ศ. 2565 ซึ่งผู้ถือหุ้นกู้มีสิทธิไถ่ถอนหุ้นกู้ก่อนครบกำหนดไถ่ถอน
- 6) หุ้นกู้ของบริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) ครั้งที่ 2/2563 ครบกำหนดไถ่ถอนปี พ.ศ. 2566 ซึ่งผู้ถือหุ้นกู้มีสิทธิไถ่ถอนหุ้นกู้ก่อนครบกำหนดไถ่ถอน

และบริษัทมีหน้าที่ตามข้อกำหนดสิทธิที่จะต้องดำรงหนี้สินสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้นไว้ไม่เกิน 3:1 เท่า เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่ระบุไว้ในข้อกำหนดสิทธิข้อ 6.2 หน้าที่ที่ผู้ถือหุ้นต้องปฏิบัติ ข้อ 6.2.12 เงื่อนไขทางการเงิน ระบุให้หนี้สินสุทธินำมาคำนวณต้องหักด้วยเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด เงินลงทุนชั่วคราว และเงินฝากธนาคารที่มีภาระค้ำประกัน สำหรับหุ้นกู้ ข้อ 6)-7)

และบริษัทมีหน้าที่ตามข้อกำหนดสิทธิที่จะต้องดำรงหนี้สินสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้นไว้ไม่เกิน 3:1 เท่า เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่ระบุไว้ในข้อกำหนดสิทธิข้อ 7.2 หน้าที่ที่ผู้ถือหุ้นต้องปฏิบัติ ข้อ 7.2.12 เงื่อนไขทางการเงิน ระบุให้หนี้สินสุทธินำมาคำนวณต้องหักด้วยเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด เงินลงทุนชั่วคราว และเงินฝากธนาคารที่มีภาระค้ำประกัน สำหรับหุ้นกู้ ข้อ 8)

ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2563 บริษัทดำรงอัตราส่วนหนี้สินสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น เท่ากับ 2.00 เท่า สำหรับหุ้นกู้ ข้อ 1) - 8) ตามหน้าที่ในข้อกำหนดสิทธิข้อ 6.2.11 ข้อ 6.2.12 และ ข้อ 7.2.12 ของหุ้นกู้ในแต่ละรุ่น

อย่างไรก็ตามบริษัทได้เตรียมมาตรการทางการเงินรองรับดังนี้คือ 1) แผนเงินทุน 2) แผนการชำระคืนหนี้สถาบันการเงินบางส่วน และ 3) แผนการคืนตราสารหนี้ทั้งระยะสั้นและหรือระยะยาวบางส่วน เพื่อดำรงอัตราส่วนดังกล่าว และบริษัทยังมีนโยบายที่จะรักษาสัดส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นรวม และ โครงสร้างเงินทุนให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม

3.4 ความเสี่ยงในเรื่องการมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท

ปัจจุบันบริษัทมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่อยู่ 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มตระกูลเลาหุนรังษี และกลุ่มตระกูลพรเจริญชัยศิลป์ จะถือหุ้นอยู่ในบริษัทร้อยละ 46.2 และร้อยละ 19.6 ตามลำดับ ซึ่งถ้าหากในอนาคตกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ทั้งสองกลุ่มนี้มีการรวมตัวกันเกิดขึ้นจะสามารถควบคุมเสียงของที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกินครึ่งหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแต่งตั้งกรรมการ หรือ การขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องกฎหมายหรือ ข้อบังคับบริษัท ที่กำหนดต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่น จึงอาจจะไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบ และถ่วงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอได้ แต่อย่างไรก็ตามบริษัทได้ปฏิบัติตามข้อพึงปฏิบัติที่ดีสำหรับกรรมการบริษัทจดทะเบียน โดยมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) มีจริยธรรมในการปฏิบัติงาน มีการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส มีหลักการอนุมัติรายการระหว่างกัน ซึ่งบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์จะไม่สามารถอนุมัติรายการที่เกี่ยวข้องกับตนได้ คณะกรรมการตรวจสอบจะทำการพิจารณาก่อนการลงคะแนนความเห็นก่อนทำรายงานดังกล่าวเพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท และ/หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาอนุมัติต่อไป

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินของบริษัทฯ

สินทรัพย์สำคัญของบริษัท ได้แก่ ที่ดินในโครงการต่าง ๆ รวมทั้งสินทรัพย์ที่ใช้ในการดำเนินงานประเภทที่ดิน อาคารและอุปกรณ์สุทธิ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 1) ที่ดินคงเหลือในโครงการต่าง ๆ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 โดยระบุรายละเอียดโครงการ สถานที่ตั้ง เป็นไปดังตารางต่อไปนี้

ชื่อโครงการ	ที่ตั้งโครงการ	กรรมสิทธิ์	เนื้อที่คงเหลือ ทั้งหมด (ไร่)	มูลค่าที่ดินและ ต้นทุนพัฒนาที่ดิน คงเหลือตามบัญชี ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	ราคาประเมินที่ดิน ¹ ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	ประเมินโดย วันที่ประเมิน	เงินกู้คงค้าง ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	หุ้นกู้คงค้าง ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)
เอ สเปซ เกษตร สวน 7 ไร่ ที่ดินโครงการในอนาคต	ถนนเกษตร-นวมิ นทร์ แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพฯ	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้	10-0-54.5	168	482	บจก. กรุงเทพมหานครประเมินค่าทรัพย์สิน ณ. 30 ธ.ค. 2557, และบจก. กรุงเทพมหานครประเมินค่า ทรัพย์สิน ณ 30 ธ.ค. 2559, บจก. แอดวานซ์ แอฟไพร์ซัล ณ วันที่ 20 ธ.ค. 2561, 23 ธ.ค. 2563	240	-
เอ สเปซ ไอ.ดี. (บางส่วน)	ถนนดินแดง แขวง ห้วยขวาง เขตห้วย ขวาง กรุงเทพฯ	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้	2-1-31.6	165	250	บจก. กรุงเทพมหานครประเมินค่าทรัพย์สิน ณ 20 พ.ย. 62	-	-
อารีญา แมนดารีน่า เอกมัย-รามอินทรา	ถนนเกษตร - นวมิ นทร์ แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพฯ	บจก. อารีญา แมน เนจเม้นด์	9-3-15.8	231	350	บจก. เรียล เอสเตท แอฟไพร์ซัล ณ 29 เม.ย. 2561	93	-
แมนดารีน่า เอ สเปซ เพลย์	ถนนสุทธิสาร วินิจชัย แขวงวัง ทองหลาง เขตวัง ทองหลาง กรุงเทพฯ	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้	0-2-38.56	13	21	บจก. กรุงเทพมหานครประเมินค่าทรัพย์สิน ณ 30 ธ.ค. 2559 และบจก. แอดวานซ์ แอฟ ไพร์ซัล ณ วันที่ 20 ธ.ค. 2561	-	-

ชื่อโครงการ	ที่ตั้งโครงการ	กรรมสิทธิ์	เนื้อที่คงเหลือ ทั้งหมด (ไร่)	มูลค่าที่ดินและ ต้นทุนพัฒนาที่ดิน คงเหลือตามบัญชี ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	ราคาประเมินที่ดิน ¹ ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	ประเมินโดย วันที่ประเมิน	เงินกู้คงค้าง ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	หุ้นกู้คงค้าง ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)
ดิเอวา เรสซิเดนซ์ สุขุมวิท 77 (บางส่วน)	ถนนสุขุมวิท 77 (ซอยอ่อนนุช) แขวง สวนหลวง, เขตสวน หลวง กรุงเทพมหานคร	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้	0-3-69.90	170	186	บจก. เอเจนซี ฟอว์ เรียลเอสเตท แอฟแฟร์ส ณ วันที่ 2 ม.ค. 2563	-	-
เดอะ คลิเอร์ส ดิไวกันท์ ที่ดินโครงการในอนาคต	ถนนดิไวกันท์ อ. ปากเกร็ด นนทบุรี	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้	3-0-40.9	40	57	บริษัท กรุงสยามประเมินค่าทรัพย์สิน จำกัด ณ วันที่ 30 ธ.ค. 2557 และ บจก. แอดวานซ์ แอฟไพร์ล ณ วันที่ 29 ธ.ค. 2560 และ 5 ธ.ค. 2562	-	-
เดอะพาร์ทิ บาโย อารีญา	ถนนวัดลาดปลาเค้า แขวงลาดพร้าว เขต ลาดพร้าว กรุงเทพฯ	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้	8-0-5.7	317	444	บจก. เอเจนซีฟอว์ เรียลเอสเตท แอฟแฟร์ส ณ วันที่ 11 พ.ค. 2561	207	-
เอ สเปซ มี สุขุมวิท 77 เฟส 2	ถนนสุขุมวิท 77 เขต สวนหลวง กรุงเทพฯ	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้	9-0-87.6	442	520	บริษัท แพลน แอฟไพร์ล จำกัด ณ วันที่ 26 ม.ค. 2562	-	-
เอ สเปซ มี สุขุมวิท 77 (บางส่วน)	ถนนสุขุมวิท 77 เขต สวนหลวง กรุงเทพฯ	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้	7-0-11.3	96	125	บริษัท กรุงสยามประเมินค่าทรัพย์สิน ณ วันที่ 6 ธ.ค. 2562	-	-

ชื่อโครงการ	ที่ตั้งโครงการ	กรรมสิทธิ์	เนื้อที่คงเหลือ ทั้งหมด (ไร่)	มูลค่าที่ดินและ ต้นทุนพัฒนาที่ดิน คงเหลือตามบัญชี ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	ราคาประเมินที่ดิน ¹ ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	ประเมินโดย วันที่ประเมิน	เงินกู้คงค้าง ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	หุ้นกู้คงค้าง ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)
เอสเปซ มี รัตนานิเบศร์ (บางส่วน)	ถนนรัตนานิเบศร์ ตำบลบางกระสอ อำเภอนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี	บมจ. อารียา พรอพเพอร์ตี้	2-1-33.8	298	430	บริษัท กรุงสยามประเมินค่าทรัพย์สิน ณ วันที่ 25 ธ.ค. 2562	-	-
เฉลิมนิจ อาร์ต เดอ เมฆอง	ถนนสุขุมวิท 53 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ	บมจ. อารียา พรอพเพอร์ตี้	1-1-77.2	1,058	1,492	บจก. เอเจนซี ฟอว์ เรียลเอสเตท แอฟแฟร์ส ณ วันที่ 15 พ.ค. 2562	398	-
เดอะวิลเลจ คอทเทจ กาญจนานิเชก - ราชพฤกษ์ เดอะวิลเลจ กาญจนานิเชก - ราช พฤกษ์ เดอะ คัลเลอร์ส กาญจนานิเชก - ราช พฤกษ์ 2 เดอะ วิลเลจ กาญจนานิเชก - ราช พฤกษ์ 2	ตำบลไทรน้อย อำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี	บมจ. อารียา พรอพเพอร์ตี้	211-0-8.7	388	546	บริษัท เข้าที่อิสเอเซีย อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด , บริษัท เพ็ชรสยาม แอฟไพร์ซัล ณ วันที่ 3 มี.ค. 2557 และ 27 ก.ย. 2556 , บริษัท แอดวานซ์ แอฟไพร์ซัล จำกัด ณ วันที่ 20 ธ.ค. 2561, 5 ก.พ. 2562, 30 ธ.ค. 2562, 24 ก.ค. 2563, บจก. เอเจนซี ฟอว์เรียล เอสเตส แอฟแฟร์ ณ วันที่ 18 ก.พ. 2562, 14 ส.ค. 2563, บจก. กรุงสยามประเมินค่า ทรัพย์สิน 7 ส.ค. 2563	66	-
เดอะคัลเลอร์ส พรีเมียม กาญจนานิ เชก-ราชพฤกษ์	ตำบลไทรน้อย อำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี	บจก. ไวต์ลิฟวิ่ง						

ชื่อโครงการ	ที่ตั้งโครงการ	กรรมสิทธิ์	เนื้อที่คงเหลือ ทั้งหมด (ไร่)	มูลค่าที่ดินและ ต้นทุนพัฒนาที่ดิน คงเหลือตามบัญชี ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	ราคาประเมินที่ดิน ¹ ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	ประเมินโดย วันที่ประเมิน	เงินกู้คงค้าง ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	หุ้นกู้คงค้าง ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)
เดอะคัลเลอร์ส กาญจนานิเทศ - ราชพฤกษ์	ตำบลไทรน้อย อำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี	บจก.คูลสเปซ						
เดอะ คัลเลอร์ส พรีเมียม กาญจน านิเทศ - ราชพฤกษ์ 3	ตำบลไทรน้อย อำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี	บจก.แมนเจนเมนต์						
เดอะ คัลเลอร์ส พรีเมียม กาญจน านิเทศ - ราชพฤกษ์ 2	ตำบลไทรน้อย อำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้						
เดอะ คัลเลอร์ส กาญจนานิเทศ - ราช พฤกษ์ 3	ตำบลไทรน้อย อำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี	บจก. ซิลล์สเปซ						
เดอะ คัลเลอร์ส กาญจนานิเทศ - ราช พฤกษ์ 4	จังหวัดนนทบุรี							
เดอะ วิลเลจ กาญจนานิเทศ - ราช พฤกษ์ 3	ตำบลไทรน้อย อำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี	บจก. ไวต์ลิฟวิ่ง						

ชื่อโครงการ	ที่ตั้งโครงการ	กรรมสิทธิ์	เนื้อที่คงเหลือ ทั้งหมด (ไร่)	มูลค่าที่ดินและ ต้นทุนพัฒนาที่ดิน คงเหลือตามบัญชี ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	ราคาประเมินที่ดิน ¹ ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	ประเมินโดย วันที่ประเมิน	เงินกู้คงค้าง ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	หุ้นกู้คงค้าง ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)
ที่ดินโครงการในอนาคต	ตำบลไทรน้อย อำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี	บมจ.อารีญา พรอพ เพอร์ตี้, บจก. อารี ญาแมนเนจเม้นต์, บจก. ไวลีฟวิง, บจก. คูสสเปซ, บจก. อารีญา เซอร์วิส						
เดอะ เฟลส กาญจนภิเษก - ราช พฤกษ์ 1 (บางส่วน) เดอะ เฟลส กาญจนภิเษก - ราช พฤกษ์ 2 (บางส่วน)	ตำบลไทรน้อย อำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้	19-0-18.8	55	75	บจก. อัลทิมา แอปไพร์ซัล ณ 2 ส.ค. 2561, บจก. แอดวานซ์ แอปไพร์ ซัล ณ วันที่ 15 ม.ค. 2559 , 15 ก.พ. 2562	-	-
อารีญา โคโมะ วงแหวน – รามอินทรา (บางส่วน)	สุเหล่าคลองหนึ่ง ซ. 15 ถนนสุเหล่า	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้	40-2-97.6	42	55	บจก. อัลทิมา แอปไพร์ซัล ณ 2 ส.ค. 2561, บจก. เซ้าท์อีสเอเชีย อินเตอร์เนชั่นแนล ณ 3 มี.ค. 2557, แอด วานซ์ แอปไพร์ซัล ณ วันที่ 22 พ.ย. 2562	-	-
เดอะคัลเลอร์ส วงแหวน – รามอินทรา 2	คลองหนึ่ง แยกจาก ถนนหทัยราษฎร์ กรุงเทพมหานคร	บจก. ไวลีฟวิง						
เดอะ คัลเลอร์ส พรีเมียม วงแหวน – ราชพฤกษ์ (บางส่วน)	อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้	2-2-06.3	270	375	บจก. ศศิภักดิ์ ณ วันที่ 24 ก.พ. 2563, 25 ก.พ. 2563, 29 ก.พ. 2563, บจก. แอด	-	-

ชื่อโครงการ	ที่ตั้งโครงการ	กรรมสิทธิ์	เนื้อที่คงเหลือ ทั้งหมด (ไร่)	มูลค่าที่ดินและ ต้นทุนพัฒนาที่ดิน คงเหลือตามบัญชี ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	ราคาประเมินที่ดิน ¹ ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	ประเมินโดย วันที่ประเมิน	เงินกู้คงค้าง ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	หุ้นกู้คงค้าง ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)
เดอะ คัลเลอร์ส วังแหวน – ราชพฤกษ์ (บางส่วน) อารีญา โคโมะ วังแหวน-ราชพฤกษ์ (บางส่วน)		บจก.แมนเนจเม้นต์				วานซ์ แอปไพร์ซัล ณ วันที่ 25 ธ.ค. 2562, บจก. กรุงสยามประเมินค่าทรัพย์สิน ณ วันที่ 20 ธ.ค. 2562, 25 ธ.ค. 2562, 6 ม.ค. 2563, บจก. เข้าทีอีสเอเชีย อินเตอร์เนชั่น แนล ณ วันที่ 17 ม.ค. 2563 และบจก. เอ เจนซี ฟอร์ เรียลเอสเตท แอฟแฟร์ ณ วันที่ 2 ม.ค. 2563, 17 มิ.ย. 2563		
เดอะคัลเลอร์ส วังแหวน-ราชพฤกษ์ 2 (บางส่วน)		บจก.ซิลล์สเปซ						
เดอะคัลเลอร์ส วังแหวน-รามอินทรา 2 (บางส่วน)	สุเหล่าคลองหนึ่ง ซ. 15 ถนนสุเหล่า คลองหนึ่ง แยกจาก ถนนหทัยราษฎร์ กรุงเทพมหานคร	บจก.ไวต์ลิฟวิ่ง						
อารีญา บริกค์ บางนา-วงแหวนฯ (บางส่วน)	ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัด สมุทรปราการ	บจก.แมนเนจเม้นต์						

ชื่อโครงการ	ที่ตั้งโครงการ	กรรมสิทธิ์	เนื้อที่คงเหลือ ทั้งหมด (ไร่)	มูลค่าที่ดินและ ต้นทุนพัฒนาที่ดิน คงเหลือตามบัญชี ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	ราคาประเมินที่ดิน ¹ ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	ประเมินโดย วันที่ประเมิน	เงินกู้คงค้าง ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	หุ้นกู้คงค้าง ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)
เอ สเปซ สุขุมวิท 77 (บางส่วน) เอ สเปซ มี สุขุมวิท 77 (บางส่วน)	ถนนสุขุมวิท 77 (ซอยอ่อนนุช) แขวง สวนหลวง, เขตสวน หลวง กรุงเทพมหานคร	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้						
เอ สเปซ ไอ.ดี. อโศก-รัชดา (บางส่วน)	ถนนดินแดง แขวง ห้วยขวาง เขตห้วย ขวาง กรุงเทพฯ	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้						
เอ สเปซ มี รัตนธิเบศร์ (บางส่วน)	ถนนรัตนธิเบศร์ ตำบลบางกระสอ อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้						
อารีญา บริกซ์ บางนา – วงแหวนฯ 2 ที่ดินโครงการในอนาคต	ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัด สมุทรปราการ	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้	32-3-74.8	30	50	บริษัท เซ้าท์อีสเอเชีย อินเทอร์เน็ตชั่นแนล จำกัด ณ วันที่ 25 ก.ย. 2557, บจก. กรุงเทพมหานครประเมินค่าทรัพย์สิน ณ วันที่ 21 กันยายน 2558	-	-
เดอะ คลิเอร์ส รัชสิต - คลอง 4 อารีญา บริกซ์ รัชสิต - คลอง 4	เขตรัชสิต คลอง 4 กรุงเทพฯ	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้	18-2-95.6	116	156	บริษัท แอดวานซ์ แอฟไพร์ซ จำกัด ณ วันที่ 16 ต.ค. 2558, 23 ธ.ค. 2563	0	-

ชื่อโครงการ	ที่ตั้งโครงการ	กรรมสิทธิ์	เนื้อที่คงเหลือ ทั้งหมด (ไร่)	มูลค่าที่ดินและ ต้นทุนพัฒนาที่ดิน คงเหลือตามบัญชี ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	ราคาประเมินที่ดิน ¹ ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	ประเมินโดย วันที่ประเมิน	เงินกู้คงค้าง ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	หุ้นกู้คงค้าง ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)
เดอะ วิลเลจ หทัยราษฎร์ - วงแหวนฯ	แขวงสามวา ตะวันตก เขตคลอง สามวา กรุงเทพมหานคร	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้	21-3-97.9	181	240	บจก. กรุงเทพมหานครประเมินค่าทรัพย์สิน ณ วันที่ 11 กรกฎาคม 2560	12	-
เดอะ วิลเลจ รังสิต วงแหวน อารีญา บริรักษ์ รังสิต วงแหวน	ตำบลลาดสวาย อำเภอลำลูกกา	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้	71-3-38.1	490	634	บจก. กรุงเทพมหานครประเมินค่าทรัพย์สิน ณ วันที่ 9 พ.ย. 2559, 31ม.ค. 2563, 21 พ.ย. 2563	52	-
เดอะ คัลเลอร์ส มิกซ์ รังสิต วงแหวน อารีญา บริรักษ์ รังสิต วงแหวนฯ 2	จังหวัดปทุมธานี	บจก. ไวต์ลิฟวิ่ง						
เดอะ คัลเลอร์ส บางนา วงแหวนฯ 2 ที่ดินโครงการในอนาคต	ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี บาง	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้	11-3-61	80	102	บจก. กรุงเทพมหานครประเมินค่าทรัพย์สิน ณ วันที่ 23 ก.พ. 2560	-	-
อารีญา โคโมะ บางนา วงแหวนฯ 2	พลี(บางพลีใหญ่) จังหวัด สมุทรปราการ	บจก. ไวต์ลิฟวิ่ง						
เดอะ คัลเลอร์ บางนา วงแหวนฯ 4 เดอะ วิลเลจ บางนา วงแหวนฯ 4	ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี,บาง	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้	40-2-24.6	292	309	บจก. เข้าสํิเสธเชีย อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ณ 19 ต.ค. 2560, 12 มี.ค. 2561	98	-
เดอะ คัลเลอร์ บางนา วงแหวนฯ 3	พลี(บางพลีใหญ่) จังหวัด สมุทรปราการ	บจก. ไวต์ลิฟวิ่ง						

ชื่อโครงการ	ที่ตั้งโครงการ	กรรมสิทธิ์	เนื้อที่คงเหลือ ทั้งหมด (ไร่)	มูลค่าที่ดินและ ต้นทุนพัฒนาที่ดิน คงเหลือตามบัญชี ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	ราคาประเมินที่ดิน ¹ ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	ประเมินโดย วันที่ประเมิน	เงินกู้คงค้าง ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	หุ้นกู้คงค้าง ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)
อารีญา โคโมะ พรีเมียม บางนา วงแหวนฯ ที่ดินโครงการในอนาคต	ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัด สมุทรปราการ	บจก.คูลสเปซ	38-0-11.1	294	390	บริษัท แอดวานซ์ แอปไพร์ซ จำกัด ณ วันที่ 2 มี.ค. 2561, 27 มิ.ย. 2561	18	-
ที่ดินโครงการในอนาคต โซนพญา	ตำบลห้วยใหญ่ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี	บจก.คูลสเปซ	37-2-49.9	226	361	บจก. แอดวานซ์ แอปไพร์ซ ณ วันที่ 25 ธ.ค. 2562	4	-
อารีญา โคโมะ ลาดกระบัง-สุวรรณภูมิ	ถนนร่วมพัฒนา แขวงชุมทอง เขต ลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้	96-2-46.1	440	550	บจก. เอเจนซี ฟอว์ริเยลเอสเตท แอปไพร์ซ ณ วันที่ 24,29,30 ก.ค. 2563, บจก. แอด วานซ์ แอปไพร์ซ ณ วันที่ 11,13,14 ส.ค. 2563	-	1,840.0 ³
อารีญา บุษบา ลาดพร้าว – เสรีไทย	ถนนเสรีไทย ตำบล คลองกุ่ม อำเภอบึง กุ่ม กรุงเทพฯ	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้						
อารีญา โคโมะ วงแหวน – ราชพฤกษ์ (บางส่วน) เดอะ คัลเลอร์ส วงแหวน – ราชพฤกษ์	อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี	บจก.แมนเนจเม้นต์						

ชื่อโครงการ	ที่ตั้งโครงการ	กรรมสิทธิ์	เนื้อที่คงเหลือ ทั้งหมด (ไร่)	มูลค่าที่ดินและ ต้นทุนพัฒนาที่ดิน คงเหลือตามบัญชี ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	ราคาประเมินที่ดิน ¹ ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	ประเมินโดย วันที่ประเมิน	เงินกู้คงค้าง ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	หุ้นกู้คงค้าง ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)
(บางส่วน)								
เดอะ คัลเลอร์ส พรีเมียม วงแหวน – ราชพฤกษ์ (บางส่วน)		บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้						
เดอะ คัลเลอร์ส วงแหวน – ราชพฤกษ์ 2 (บางส่วน)		บจก.ซิลส์เปซ						
เดอะ เฟลส กาญจนภิเษก - ราช พฤกษ์ 1	ตำบลไทรน้อย อำเภไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้						
เอสเปซ มี รัตนภิเษก (บางส่วน)	ถนนรัตนภิเษก ตำบลบางกระสอ อำเภอนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้						
พิกเคิลี่	ถนนคูขนน-วง แหวน แขวงบางพลี ใหญ่ สมุทรปราการ ถนนบางบัวทอง-	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้						

ชื่อโครงการ	ที่ตั้งโครงการ	กรรมสิทธิ์	เนื้อที่คงเหลือทั้งหมด (ไร่)	มูลค่าที่ดินและต้นทุนพัฒนาที่ดินคงเหลือตามบัญชี ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	ราคาประเมินที่ดิน' ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	ประเมินโดยวันที่ประเมิน	เงินกู้คงค้าง ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	หุ้นกู้คงค้าง ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)
	สุพรรณบุรี (ทล. 340)							
เมทโทร เกษตร VIP	ถนนวัดลาดปลาเค้า แขวงลาดพร้าว เขต ลาดพร้าว กรุงเทพฯ	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้						
คลับเฮ้าส์ ดิวานนท์	ถนนดิวานนท์ อ. ปากเกร็ด นนทบุรี	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้						
คลับเฮ้าส์ กาญจนานิเทศ-ราชพฤกษ์		บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้						
ที่ดินโครงการในอนาคตดิวานนท์	ถนนดิวานนท์ อ. ปากเกร็ด นนทบุรี	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้						
ที่ดินโครงการในอนาคตกาญจนา นิเทศ-ราชพฤกษ์	ตำบลไทรน้อย อำเภไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี							
เดอะวิลเลจ คอทเทจ กาญจนานิเทศ-ราชพฤกษ์	ตำบลไทรน้อย อำเภไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้	66-0-10.7	1,650	1,922	บจก. เอเจนซี ฟอรั่ เรียวเอสเตท แอฟแฟร์ส ณ วันที่ 2 ม.ค. 2563, 24,29,30 ก.ค. 2563, 3 ส.ค. 2563, บจก. เคแทค	-	1,550.99 ⁴

ชื่อโครงการ	ที่ตั้งโครงการ	กรรมสิทธิ์	เนื้อที่คงเหลือ ทั้งหมด (ไร่)	มูลค่าที่ดินและ ต้นทุนพัฒนาที่ดิน คงเหลือตามบัญชี ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	ราคาประเมินที่ดิน ¹ ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	ประเมินโดย วันที่ประเมิน	เงินกู้คงค้าง ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	หุ้นกู้คงค้าง ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)
คลับเฮาส์บางบัวทอง และที่ดินใน อนาคต	ถนนบางบัวทอง- สุพรรณบุรี (ทล. 340)	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้				<p>แอฟไพร์ซัล แอนด์ เซอร์วิส ณ วันที่ 1 ธ.ค. 2562, บจก. แอดวานซ์ แอฟไพร์ซัล ณ วันที่ 17 ส.ค. 2563, บจก. กรุงสยาม ประเมินค่าทรัพย์สิน ณ วันที่ 3-4 ส.ค. 2563, บจก. ศศิภักดิ์ ณ วันที่ 9 ม.ค. 2563</p> <p>และ</p> <p>บจก. เซ้าส์ฮิลส์เอเชีย อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ณ 29 ม.ค. 2563</p>		
เดอะ คัลเลอร์ส วงแหวน - ราชพฤกษ์ อารีญา โคโมะ วงแหวน-ราชพฤกษ์	อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี	บจก.แมนเนจเม้นต์						
เดอะ คัลเลอร์ส พรีเมียม วงแหวน - ราชพฤกษ์		บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้						
เดอะวิลเลจ แจ้งวัฒนะ-ติวานนท์	ถนนติวานนท์ อ. ปากเกร็ด นนทบุรี	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้						
อารีญา โคโมะ วงแหวน-รามอินทรา	สุเหล่าคลองหนึ่ง ซ. 15 ถนนสุเหล่า คลองหนึ่ง แยกจาก ถนนหทัยราษฎร์ กรุงเทพมหานคร	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้						
เอ สเปซ สุขุมวิท 77 เอ สเปซ มี สุขุมวิท 77 ดิเควา เรสซิเดนซ์ สุขุมวิท 77	ถนนสุขุมวิท 77 (ซอยอ่อนนุช) แขวง สวนหลวง, เขตสวน	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้						

ชื่อโครงการ	ที่ตั้งโครงการ	กรรมสิทธิ์	เนื้อที่คงเหลือ ทั้งหมด (ไร่)	มูลค่าที่ดินและ ต้นทุนพัฒนาที่ดิน คงเหลือตามบัญชี ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	ราคาประเมินที่ดิน ¹ ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	ประเมินโดย วันที่ประเมิน	เงินกู้คงค้าง ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	หุ้นกู้คงค้าง ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)
(บางส่วน)	หลวง กรุงเทพมหานคร							
เอสเปซ ไอ.ดี. อโศก-รัชดา	ถนนดินแดง แขวง ห้วยขวาง เขตห้วย ขวาง กรุงเทพฯ	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้						
ไลฟ์สไตล์มอลล์ เกษตร-นวมินทร์	ถนนลาดปลาเค้า แขวงจระเข้บัว เขต ลาดพร้าว กรุงเทพฯ	บจก. อารีญา แมน เนจเม้นด์						
อารีญา ถนน ลาดปลาเค้า	ถนนเกษตร-นวมิ นทร์ แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพฯ,	บจก. ซิลล์สเปซ						
เดอะวิลเลจ กาญจนานิเทศ-ราชพฤกษ์ ที่ดินในอนาคต ไทรน้อย	ตำบลไทรน้อย อำเภไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้	56-1-12.4	600	800	บจก. เอเจนซี ฟอรั่ เรียวเอสเตท แอฟ แฟร์ส ณ วันที่ 2 ม.ค. 2563, 29 ก.ค. 2563, 17 มิ.ย. 2563, บจก. แอดวานซ์	-	1,000.00 ⁵

ชื่อโครงการ	ที่ตั้งโครงการ	กรรมสิทธิ์	เนื้อที่คงเหลือ ทั้งหมด (ไร่)	มูลค่าที่ดินและ ต้นทุนพัฒนาที่ดิน คงเหลือตามบัญชี ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	ราคาประเมินที่ดิน ¹ ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	ประเมินโดย วันที่ประเมิน	เงินกู้คงค้าง ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	หุ้นกู้คงค้าง ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)
อารีญา เมทโร อารีญา สวนา 3	ถนนเกษตร-นวมิ นทร์ แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพฯ	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้				แอฟไพร์ซัล ณ วันที่ 28 ม.ค. 2563, 30 ก.ค. 2563 ,บจก. กรุงเทพมหานครประเมินค่า ทรัพย์สิน ณ วันที่ 25 พ.ย. 2562, 4 ธ.ค. 2562 และ บจก. เข้าสําสืบเสาะหา อินเทอร์เน็ตชั้นแนล จำกัด ณ 17 ม.ค. 2563, 14 ส.ค. 2563		
อารีญา โคโม โบทานิก้า บางนา	ถนนคู่ขนาน-วง แหวน เขตบางพลี สมุทรปราการ	บจก. ไวต์ลิฟวิ่ง						
เอ สเปซ มี บางนา	ถนนคู่ขนาน-วง แหวน เขตบางพลี สมุทรปราการ	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้						
เอ สเปซ สุขุมวิท 77 ดิเควา เรสซิเดนซ์ สุขุมวิท 77 (บางส่วน)	ถนนสุขุมวิท 77 (ซอยอ่อนนุช) แขวง สวนหลวง, เขตสวน หลวง กรุงเทพมหานคร	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้						
เอ สเปซ มี รัตนธิเบศร์	ถนนรัตนธิเบศร์ ตำบลบางกระสอ อำเภอนนทบุรี	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้						

ชื่อโครงการ	ที่ตั้งโครงการ	กรรมสิทธิ์	เนื้อที่คงเหลือ ทั้งหมด (ไร่)	มูลค่าที่ดินและ ต้นทุนพัฒนาที่ดิน คงเหลือตามบัญชี ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	ราคาประเมินที่ดิน ¹ ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	ประเมินโดย วันที่ประเมิน	เงินกู้คงค้าง ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	หุ้นกู้คงค้าง ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)
	จังหวัดนนทบุรี							
เอสเปซ ไอ.ดี. อโศก-รัชดา	ถนนดินแดง แขวง ห้วยขวาง เขตห้วย ขวาง กรุงเทพฯ	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้						
ที่ดินในอนาคต ลาดปลาเค้า	ถนนวัดลาดปลาเค้า แขวงลาดพร้าว เขต ลาดพร้าว กรุงเทพฯ	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้ , บจก.ไวต์ลิฟวิ่ง						
ที่ดินหน้าโครงการดิเควา เรสซิเดนซ์ สุขุมวิท 77	ถนนสุขุมวิท 77 (ซอยอ่อนนุช) แขวง สวนหลวง, เขตสวน หลวง กรุงเทพมหานคร	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้	12-0-38.2	89	125	บจก. แพลน แอฟไพร์ซัล ณ วันที่ 8 เม.ย. 2563	355	-
ที่ดินหลังโครงการ พิกะเคส สุขุมวิท 77								
ที่ดินโครงการในอนาคต	ตำบลไทรน้อย อำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี	บมจ. อารีญา พรอพเพอร์ตี้ บจก.คูสเปซ บจก.แมนเนจเม้นต์	100-3-58.5	400	480	บริษัท แอดวานซ์ แอฟไพร์ซัล จำกัด ณ วันที่ 30 ม.ค. 2562	119	-

ชื่อโครงการ	ที่ตั้งโครงการ	กรรมสิทธิ์	เนื้อที่คงเหลือ ทั้งหมด (ไร่)	มูลค่าที่ดินและ ต้นทุนพัฒนาที่ดิน คงเหลือตามบัญชี ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	ราคาประเมินที่ดิน ¹ ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	ประเมินโดย วันที่ประเมิน	เงินกู้คงค้าง ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	หุ้นกู้คงค้าง ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)
		บจก.อารีญา เชอร์วิส						
เดอะคัลเลอร์ส รามอินทรา – หทัย ราษฎร์	ถนนสุขเวศน์คลอง หนึ่ง แขวงบางชัน เขตคลองสามวา กรุงเทพมหานคร	บจก.คูลสเปซ	14-0-80.3	161	198	บจก. เอเจนซี ฟอร์ เรียลเอสเตท แอฟ แฟร์ส ณ วันที่ 11 พ.ค. 2561	46	-
อารีญา โคโม่ บางนา - วงแหวนฯ 3 (อารีญา โคโม่ ปิ๊งก้า บางนา) ที่ดินในอนาคต (เฟส 13.1)	ต.บางพลีใหญ่ อ. บางพลี จ. สมุทรปราการ	บจก.ไวต์ลิฟวิ่ง	19-0-15.2	178	250	บริษัท แอดวานซ์ แอฟไพร์ซ จำกัด ณ วันที่ 8 มี.ค. 2562	0	-
ที่ดินโครงการในอนาคต (เฟส 14)	ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี,บาง พลี(บางพลีใหญ่) จังหวัด สมุทรปราการ	บจก. คูลสเปซ	10-2-78.4	75	92	บริษัท แอดวานซ์ แอฟไพร์ซ จำกัด ณ วันที่ 11 มี.ย 2561	43	-
เดอะ คัลเลอร์ บางนา วงแหวนฯ 5 (เฟส 15)	ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี,บาง พลี(บางพลีใหญ่) จังหวัด	บจก. คูลสเปซ	20-1-50.4	140	175	บริษัท แอดวานซ์ แอฟไพร์ซ จำกัด ณ วันที่ 11 มี.ย 2561	73	-

ชื่อโครงการ	ที่ตั้งโครงการ	กรรมสิทธิ์	เนื้อที่คงเหลือ ทั้งหมด (ไร่)	มูลค่าที่ดินและ ต้นทุนพัฒนาที่ดิน คงเหลือตามบัญชี ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	ราคาประเมินที่ดิน ¹ ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	ประเมินโดย วันที่ประเมิน	เงินกู้คงค้าง ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)	หุ้นกู้คงค้าง ณ 31 ธ.ค. 2563 (ล้านบาท)
	สมุทรปราการ							
เดอะ คัลเลอร์ บางนา วงแหวนฯ 6 (เฟส 16)	ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี, บาง พลี(บางพลีใหญ่) จังหวัด สมุทรปราการ	บจก. ไวต์ลิฟวิ่ง	18-2-32.8	130	160	บริษัท แอดวานซ์ แอฟไพร์ซ จำกัด ณ วันที่ 11 มิ.ย 2561	65	-
รวมมูลค่าโครงการ/สินทรัพย์ ทั้งสิ้น				9,325	12,443		1,889 ²	4,391

หมายเหตุ : ¹ราคาประเมินเป็นราคาที่ใช้ปรับมาจากราคาประเมินที่ดิน ตามที่ผู้ประเมินราคาได้ประเมินตามสภาพ ณ วันประเมิน ด้วยค่าพัฒนาที่จ่ายเพิ่มตั้งแต่วันที่ประเมินจนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2563 หักด้วยมูลค่าที่ดินที่โอนให้ลูกค้าแล้วตามราคาประเมินที่ปรับใหม่

²เงินกู้คงเหลือหมายถึงหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยคงเหลือของบริษัทจากการนำสินทรัพย์ที่ระบุในตารางดังกล่าวไปใช้เป็นหลักประกันสำหรับสินเชื่อธนาคาร และหุ้นกู้ เงินกู้คงเหลือ ณ 31 ธันวาคม 2563 ในตารางไม่เท่ากับมูลค่าเงินกู้คงเหลือ ณ วันที่ ณ 31 ธันวาคม 2563 ในงบการเงินของบริษัท เนื่องจากรวมเงินกู้ยืมระยะสั้นโครงการจากสถาบันการเงินในรูปแบบตั๋วสัญญาใช้เงินจำนวน 240 ล้านบาท เพื่อให้เกิดความครบถ้วนและถูกต้องของข้อมูล ซึ่งรายการตั๋วสัญญาใช้เงินดังกล่าวแสดงไว้ในงบการเงินของบริษัท ในรายการเงินเบิกเกินบัญชีธนาคารและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน เงินกู้ยืมระยะยาวจากบุคคลอื่น 474 ล้านบาท แต่ไม่รวมเงินกู้ค่าก่อสร้างสำนักงานใหญ่จำนวน 4 ล้านบาท และมีการจัดประเภทบัญชีใหม่ (Reclassify) จากบัญชีพักโอนเงินกู้ จำนวน 22 ล้านบาท ไปยังบัญชีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดและ บัญชีเงินฝากธนาคารที่มีภาระค้ำประกัน และในตารางดังกล่าวยังไม่รวมตั๋วสัญญาใช้เงิน จำนวน 35 ล้านบาท สำหรับหมุนเวียนโครงการจ้างเหมาก่อสร้าง เอ สเปซ เมกา และ เอ สเปซ เมกา 2

³เป็นหลักประกันหุ้นกู้บริษัท อารีญา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) ครั้งที่ ครั้งที่ 1/2562 ครบกำหนดไถ่ถอนปี พ.ศ. 2565 ที่ผู้ออกหุ้นกู้สามารถไถ่ถอนได้ก่อนครบกำหนด หุ้นกู้มีมูลค่าคงค้าง 1,840 ล้านบาท

⁴เป็นหลักประกันหุ้นกู้บริษัท อารีญา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) ครั้งที่ 1/2563 ครบกำหนดไถ่ถอนปี พ.ศ. 2565 ซึ่งผู้ออกหุ้นกู้มีสิทธิไถ่ถอนหุ้นกู้ก่อนครบกำหนดไถ่ถอน หุ้นกู้มีมูลค่าคงค้าง 1,550.99 ล้านบาท

⁵เป็นหลักประกันหุ้นกู้มีประกันของบริษัท อารีญา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) ครั้งที่ 2/2563 ครบกำหนดไถ่ถอนปี พ.ศ. 2566 ซึ่งผู้ออกหุ้นกู้มีสิทธิไถ่ถอนหุ้นกู้ก่อนครบกำหนดไถ่ถอน หุ้นกู้มีมูลค่าคงค้าง 1,000.00 ล้านบาท

- 2) มูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์หลักประเภท ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 แสดงไว้ในตารางดังต่อไปนี้

สินทรัพย์หลักที่ใช้ในการดำเนินงาน

หน่วย : ล้านบาท

รายการ	สถานที่ตั้ง	กรรมสิทธิ์	กรรมสิทธิ์ กลุ่ม บริษัท ส่วนที่ ปลอด ภาระ ผูกพัน	ภาระผูกพัน เป็น หลักประกัน กับสถาบัน การเงิน	ภาระผูกพัน ตามสัญญา เช่าการเงิน	ราคาทุน สุทธิ
ที่ดิน	ถนนเกษตร-นวมินทร์ แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพฯ	สถาบันการเงิน	-	108	-	108
ที่ดินคลับเฮาส์	โครงการต่างๆ	บริษัทและบริษัท ย่อย/ สถาบัน การเงิน	159	11	-	170
อาคารและงานระบบ	โครงการต่างๆ	บริษัทและบริษัท ย่อย/สถาบันการเงิน	22	-	-	22
อาคารคลับเฮาส์และ อาคารชั่วคราว	สำนักงานใหญ่	บริษัทและบริษัท ย่อย	7	-	-	7
เครื่องตกแต่ง ติดตั้ง และเครื่องใช้สำนักงาน	สำนักงานใหญ่และ โครงการต่าง ๆ	บริษัทและบริษัท ย่อย	27	-	-	27
เครื่องจักรและเครื่องมือ ก่อสร้าง	สำนักงานใหญ่และ โครงการต่าง ๆ	บริษัทและบริษัท ย่อย	-	-	19	19
รวม			215	119	19	353 ²

ที่ดิน¹ หมายถึง ที่ดินที่เป็นที่ตั้งของคลับเฮาส์โครงการต่างๆของบริษัท เป็นส่วนที่ปลอดภาระผูกพันทั้งจำนวน

² 31 ธันวาคม 2563 สินทรัพย์หลักที่ใช้ในการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทมีราคาทุนสุทธิรวม 353 ล้านบาท โดยมีส่วนที่ปลอดภาระผูกพันจำนวน 215 ล้านบาท และมีภาระผูกพัน 138 ล้านบาท

ประชุมคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 28 มีนาคม พ.ศ.2556 คณะกรรมการได้มีมติอนุมัติให้บริษัท (“ผู้เช่า”) ทำสัญญาเช่าเพื่อเช่าที่ดิน (“ทรัพย์สินที่เช่า”) จากคณะกรรมการของบริษัทสอง ท่าน (“ผู้ให้เช่า”) เพื่อนำมาก่อสร้างอาคารสำหรับใช้เป็นสำนักงานใหญ่ของบริษัท สัญญาเช่านี้มีระยะเวลา 10 ปี นับจากวันที่จดทะเบียนการเช่า

ณ ปัจจุบัน บริษัทและผู้ให้เช่าที่ดินที่ตั้งสำนักงานใหญ่ได้มีข้อสรุปเป็นการชัดเจนว่าผู้ให้เช่าและผู้เช่ายินยอมตกลงต่ออายุสัญญาเช่าออกไปได้อีก 10 ปี ส่วนเรื่องกำหนดราคาเช่าในปีที่ 11 ถึงปีที่ 20 จะตกลงค่าเช่ากันใหม่ในราคาตลาดหรือราคาที่เหมาะสมต่อไป และหากผู้เช่าประสงค์ที่จะเช่าที่ดินต่อไปอีก 10 ปี ผู้เช่าต้องแจ้งเป็นหนังสือล่วงหน้าตามที่ระบุในบันทึกข้อตกลง เมื่อครบกำหนดอายุการเช่าหรือครบกำหนดอายุสัญญาเช่าที่จะได้มีการต่ออายุกันออกไปไม่ว่าใครจะก็ตาม หรือสัญญาได้เลิกกันโดยความผิดของผู้เช่า ผู้เช่าจะต้องจัดการทรัพย์สินที่เช่าให้กลับคืนสภาพเดิมเสมือนก่อนมีการเช่า และจะต้องรื้อถอนสิ่งปลูกสร้างทั้งหมดที่สร้างบนทรัพย์สินที่เช่า หากครบกำหนดระยะเวลาแล้ว ผู้เช่าไม่รื้อถอนและขนย้ายทรัพย์สินออกไป หรือรื้อถอนและขนย้ายทรัพย์สินยังไม่แล้วเสร็จภายในเวลาดังกล่าว ผู้เช่าตกลงให้สิ่งปลูกสร้างดังกล่าวตกเป็นส่วนควบของที่ดินทรัพย์สินที่เช่ารวมถึงทรัพย์สินที่อยู่ในสิ่งปลูกสร้างและในทรัพย์สินที่เช่าตกเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ให้เช่าทันทีโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายใดๆ นอกจากนี้หากผู้ให้เช่าไม่ประสงค์รับสิ่งปลูกสร้างดังกล่าวไว้ ผู้เช่ายังต้องรับผิดชอบค่าเสียหายต่างๆ เช่น ค่ารื้อถอนสิ่งปลูกสร้างให้แก่ผู้ให้เช่าตามที่ระบุในบันทึกข้อตกลง

การยินยอมต่ออายุสัญญาเช่าดังกล่าวออกไปอีก 10 ปี มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดความชัดเจนและประโยชน์สูงสุดของบริษัทและผู้ถือหุ้น อย่างไรก็ตาม การแก้ไขเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขและอายุสัญญาเช่าของสัญญาเช่าดังกล่าวไม่มีผลกระทบต่อความเป็นสาระสำคัญต่อการเงินของบริษัท กล่าวคือ ตัวเลขในงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ งบแสดงฐานะทางการเงิน และงบแสดงการเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้น ประจำปี 2556 จนถึงงบการเงินรวมประจำปี 2558 ตัวเลขยังคงเดิม เพียงแต่การจัดประเภทรายการจะเปลี่ยนแปลงไปโดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 และ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2557 อาคารสุทธิ จำนวน 153.41 ล้านบาท และ 161.96 ล้านบาท ในหมวดที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ ได้ถูกจัดประเภทรายการใหม่ (Reclassify) เป็น อาคารบนที่ดินเช่า ทั้งนี้การปรับปรุงรายการดังกล่าว บริษัทได้ปรึกษากับผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแล้ว ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 ยอดรวมของสินทรัพย์รวมจำนวน 12,861.19 ล้านบาท และ ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2557 จำนวน 11,956.52 ล้านบาท ยังคงเท่าเดิม

อย่างไรก็ตามรายการอาคารบนที่ดินเช่าจะถูกเปลี่ยนชื่อเป็นค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า - อาคารบนที่ดินเช่าโดยยอดยังคงเดิม และค่าเสื่อมราคาของอาคารบนที่ดินเช่าในหมายเหตุประกอบงบการเงินจะถูกแก้ไขชื่อบัญชีใหม่เป็น ค่าเช่า ทั้งนี้รายการดังกล่าวจัดอยู่ในหมวดค่าใช้จ่ายในการบริหาร หนึ่งตัวเลขในงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ ณ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 บริษัทได้บันทึกค่าตัดจำหน่ายอาคารบนที่ดินเช่าด้วยรายการค่าใช้จ่ายตัดจ่ายสิทธิการใช้ทรัพย์สิน จำนวน 8.55 ล้านบาท และ 7.2 ล้านบาท ณ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 และ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2557 ตามลำดับ แต่เปิดเผยเป็นค่าเสื่อมราคาในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อที่ 14 หากมีการแก้ไขปรับปรุงรายการเป็นรายการค่าเช่า ยอดรวมของค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายจะลดลงจากจำนวน 50.13 ล้านบาท เป็น 41.58 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 และยอดรวมจะลดลงจากจำนวน 40.22 ล้านบาท เป็น 33.02 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2557 ลดลงด้วยการปรับปรุง (Reclassify) ค่าใช้จ่ายตัดจ่ายสิทธิการใช้ทรัพย์สินเป็นรายการค่าเช่าจำนวน 8.55 ล้านบาท และ 7.2 ล้านบาท ตามลำดับ ส่วนรายการค่าเช่าจะถูกเปิดเผยในหมายเหตุประกอบงบการเงินเพิ่มขึ้นด้วยจำนวนปรับปรุง ทั้งนี้กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมในงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี 2558 จำนวน 216.69 ล้านบาทและสำหรับปี 2557 จำนวน 44.25 ล้านบาท ยังคงเท่าเดิม

ณ 31 ธันวาคม 2559 ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า - อาคารบนที่ดินเช่า ได้ถูกเปิดเผยด้วยชื่อบัญชีหมวด “ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า” ตามงบการเงินสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559 ยอดรวม 144.87 ล้านบาท ปรับลดลงจาก 153.41 ล้านบาท ณ 31 ธันวาคม 2558 ด้วยรายการค่าใช้จ่ายตัดจ่ายสิทธิการใช้ทรัพย์สิน ซึ่งเปิดเผยเป็นค่าตัดจำหน่ายในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อที่ 14 และรวมอยู่ในรายการค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายในหมวดค่าใช้จ่ายในการบริหาร หากมีการแก้ไขปรับปรุงรายการ

เป็นรายการค่าเช่า ยอดรวมของค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายจะลดลงจากจำนวน 53.38 ล้านบาท เป็น 44.83 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2559 และยอดรวมจะลดลงจากจำนวน 50.13 ล้านบาท เป็น 41.58 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 ลดลงด้วยการปรับปรุง (Reclassify) ค่าใช้จ่ายตัดจ่ายสิทธิการใช้ทรัพย์สินเป็นรายการค่าเช่าจำนวน 8.55 ล้านบาท ตามลำดับ ส่วนรายการค่าเช่าจะถูกเปิดเผยในหมายเหตุประกอบงบการเงินเพิ่มขึ้นด้วยจำนวนปรับปรุง ทั้งนี้กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมในงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี 2559 จำนวน 263.34 ล้านบาทและสำหรับปี 2558 จำนวน 216.69 ล้านบาท ยังคงเท่าเดิม

ทั้งนี้ในงบการเงินสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทได้แก้ไขหมายเหตุประกอบงบการเงินเรื่องนโยบายการบัญชีที่สำคัญในหัวข้ออาคารบนที่ดินเช่า เปลี่ยนเป็น “ค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า” และตัดจำหน่ายตามอายุของอาคารบนที่ดินเช่าที่คาดว่าจะให้ประโยชน์ 20 ปี” แล้ว แต่จะเปิดเผยรายการตัดจำหน่ายค่าเช่าจ่ายล่วงหน้า เป็นค่าเช่า (Reclassify) รายการบัญชีให้ถูกต้องตามมาตรฐานการบัญชีและมาตรฐานรายงานทางการเงินที่เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปในงบการเงินประจำปี 2560

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย

บริษัทมีนโยบายลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์เป็นหลักและธุรกิจที่เอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท หากมีธุรกิจใดที่น่าสนใจและมีผลตอบแทนดี บริษัทก็อาจพิจารณาการลงทุน โดยการเข้าลงทุนดังกล่าวจะต้องคำนึงถึงอัตราผลตอบแทนที่เหมาะสม ตามแต่ประเภทของธุรกิจนั้นๆ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้น และผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการบริษัทเป็นสำคัญ

ในปี 2547 บริษัทได้ลงทุนในบริษัทย่อยคือบริษัท อารียา เซอร์วิส จำกัด เป็นจำนวน 10 ล้านบาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการหลังการขายด้านอสังหาริมทรัพย์ ทั้งนี้เพราะบริษัทตระหนักถึงความสำคัญของลูกค้าในความต้องการที่จะได้รับการบริการจากบุคลากรซึ่งได้มาตรฐาน

ในปี 2550 บริษัทได้ลงทุนในบริษัทย่อยอีก 1 แห่ง คือ บริษัท วัน อีพ จำกัด เป็นจำนวนเงิน 7 ล้านบาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการรับเหมาก่อสร้างด้วยวิวัฒนาการที่ทันสมัยให้กับโครงการต่างๆของบริษัทและลูกค้าทั่วไป

ในปี 2551 บริษัทได้ซื้อหุ้นสามัญของบริษัทวันอีพ จำกัด จากบริษัท เอส. ไลฟ์ คอนกรีต จำกัด ทำให้บริษัทถือหุ้นของ บริษัทวันอีพ จำกัด เพิ่มขึ้นร้อยละ 99.99 โดยที่ชำระค่าหุ้นครบจำนวนรวม 60 ล้านบาทเต็มจำนวนทุนจดทะเบียนแล้ว

นอกจากนั้นบริษัทได้ลงทุนเพิ่มในบริษัทย่อย 2 แห่งใหม่ คือ บริษัท อารียา แมนเนจเม้นต์ จำกัด และบริษัท คูสสเปซ จำกัด เพื่อเสริมประสิทธิภาพในการทำงาน และรองรับการขยายตัวของบริษัท ทั้งนี้เมื่อวันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2552 บริษัท คูสสเปซ จำกัด ได้เปลี่ยนชื่อใหม่จากเดิม บริษัท อารียา ดีเวลลอปเม้นต์ จำกัด

ในปี 2552 บริษัทได้ลงทุนในบริษัทย่อยอีก 1 แห่ง คือ บริษัท ไวลีฟวิง จำกัด เพื่อเสริมประสิทธิภาพในการทำงาน และรองรับการขยายตัวของบริษัทเพิ่มเติม

ในปี 2553 บริษัทได้ลงทุนในบริษัทย่อยอีก 1 แห่ง คือ บริษัท ซิลล์สเปซ จำกัด เพื่อเสริมประสิทธิภาพในการทำงาน และรองรับการขยายตัวของบริษัทเพิ่มเติม

ในปี 2557 บริษัทได้ลงทุนในบริษัทย่อยอีก 1 แห่ง คือ บริษัท อารียา คอนวินเนียน สโตร์ จำกัด เพื่อขยายไปยังธุรกิจค้าปลีก

ในปี 2558 ไม่มี

ในปี 2559 ไม่มี

ในปี 2560 บริษัท อารียา คอนเวเนียน สโตร์ จำกัด เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท อารียา โฮลพิทอลลิตี จำกัด เพื่อทำธุรกิจร้านอาหารและบริการ

ในปี 2561 ไม่มี

วันที่ 2 เมษายน 2562 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 4/2562 มีมติอนุมัติการจัดตั้งบริษัทย่อยใหม่ จำนวน 2 บริษัท คือ บริษัท สุนทรียา เรสซิเดนซ์ จำกัด เพื่อรองรับโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อเช่า ทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท และ บริษัท สุนทรียา เลเซอร์ จำกัด เพื่อรองรับธุรกิจโรงแรมและบริการอื่นๆ ทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท

วันที่ 12 ธันวาคม 2562 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 8/2562 มีมติอนุมัติการจัดตั้งบริษัทย่อยใหม่ จำนวน 3 บริษัท คือ บริษัท เมกา สเปซ 1 จำกัด เพื่อรองรับโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียม ทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท , บริษัท เมกา สเปซ 2 จำกัด เพื่อรองรับโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียม ทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท, และ บริษัท มอริโอว์ 1 จำกัด เพื่อรองรับโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียม ทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท

ในเดือนกันยายน ปี 2563 บริษัทได้ขาย บริษัท เมกา สเปซ 1 ออกไปจำนวน 1,000,000 บาท

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทและบริษัทย่อยไม่มีคดีที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทหรือบริษัทย่อยที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น รวมทั้งไม่มีคดีที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญที่ไม่สามารถประเมินผลกระทบเป็นตัวเลขได้

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทและกลุ่มบริษัทมีหนี้สินที่อาจเกิดขึ้นจากการถูกบริษัทอื่นและบุคคลธรรมดาฟ้องร้องรวม 8 คดี จากการผิดสัญญา การเรียกร้องค่าเสียหายและอื่นๆ โดยมีทุนทรัพย์ที่ฟ้องร้องและอาจเรียกได้เป็นจำนวนเงิน 416.07 ล้านบาท ขณะนี้คดีความอยู่ในระหว่างการพิจารณาของศาล โดยมี 2 คดีที่ศาลอุทธรณ์ได้พิพากษาให้บริษัทและกลุ่มบริษัทชำระเงินเป็นจำนวนเงินรวม 10.92 ล้านบาท ซึ่งบริษัทอยู่ระหว่างอุทธรณ์คำพิพากษา

อย่างไรก็ตาม ผู้บริหารของบริษัท คาดว่าจะไม่เกิดผลเสียหายที่เป็นสาระสำคัญ ดังนั้น บริษัทจึงไม่ได้บันทึกประมาณการหนี้สินสำหรับผลเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากคดีดังกล่าวไว้ในงบการเงิน

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

บริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “อารียา”) ประกอบธุรกิจการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทจัดสรรที่ดินเพื่อขาย และรับจ้างปลูกสร้างบ้านซึ่งเป็นโครงการบ้านเดี่ยว และขายบ้านสร้างก่อนขาย ทั้งบ้านเดี่ยว คอนโดมีเนียม ตกแต่งพร้อมอยู่ และทาวน์เฮ้าส์ รวมไปถึงธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนระหว่างก่อสร้าง บริษัทยังให้ความสำคัญในการพัฒนาโครงการที่พักอาศัยที่มีความครบวงจร จึงได้เริ่มมีการพัฒนาโครงการประเภทธุรกิจศูนย์การค้าหรือคอมมูนิตีมอลล์ อาคารค้าปลีกค้าส่ง และอาคารพาณิชยกรรมซึ่งปัจจุบันบริษัทฯ และบริษัทย่อยมีโครงการดำเนินการอยู่รวมทั้งสิ้น 55 โครงการ (ไม่รวมคอมมูนิตีมอลล์) โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นผู้ที่ทำงานมาแล้วระยะหนึ่งประกอบกับมีตำแหน่งหน้าที่การงานที่ดี หรือเป็นเจ้าของกิจการ หรือทำวิชาชีพอิสระ และมีความต้องการที่อยู่อาศัยในเขตเมือง เป็นโครงการที่มีความทันสมัย มีรายได้ระดับปานกลางถึงสูง ซึ่งหากรวมทุกโครงการของบริษัทจะมีมูลค่าโครงการรวมทั้งสิ้น 45,897 ล้านบาท (ไม่รวมโครงการคอมมูนิตีมอลล์)

ชื่อบริษัท	:	บริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)
ประเภทธุรกิจ	:	พัฒนาอสังหาริมทรัพย์
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	999 ถนนประดิษฐ์มนูธรรม แขวงสะพานสอง เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร 10310
ทะเบียนบริษัทเลขที่	:	0107546000431
โฮมเพจบริษัท	:	http://www.areeya.co.th/ ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับโครงการคอนโดมีเนียม ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับโครงการทาวน์เฮ้าส์ เดอะ คัลเลอร์ส ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับโครงการวิลเลจทาวน์ ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับโครงการบ้านเดี่ยว ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับโครงการคอมมูนิตีมอลล์ www.pickadailybkk.com ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับบริการรับฝากซื้อ/ขาย/เช่า www.areeyaagent.com
โทรศัพท์	:	02-798-9999, 1797
โทรสาร	:	02-798-9990
ทุนจดทะเบียน	:	หุ้นสามัญ 1,200,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท รวมเป็นทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 1,200,000,000 บาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563
ทุนที่เรียกชำระแล้ว	:	980,000,000 บาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563)

ผู้สอบบัญชี	: บริษัท สอบบัญชีธรรมนิติ จำกัด 178 อาคารธรรมนิติ ชั้น 6-7 ซอยเพิ่มทรัพย์(ประชาชื่น 20) ถนนประชาชื่น บางซื่อ กรุงเทพมหานคร 10800 โทรศัพท์ 02-596-0500 โทรสาร 02-595-0567
นายทะเบียนหลักทรัพย์	: บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์ : 0 2009-9000 โทรสาร : 0 2009-9991 SET Contact center: 0 2009-9999 Website: http://www.set.or.th/tsd
ที่ปรึกษาทางกฎหมาย	: สำนักงานกฎหมายคุณธรรมทนายความ 72/2-3 ถนนสุทธิสารวินิจฉัย ซอยธรรมบุญสุข แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310 โทรศัพท์ 02-274-7529-30 โทรสาร 02-274-7638
สถาบันการเงิน ที่ติดต่อเป็นประจำ	: ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

บุคคลอ้างอิงอื่นๆ

นายทะเบียน

- หุ้นสามัญ :

- หุ้นกู้

ชื่อหุ้นกู้

ผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้

หุ้นกู้ของบริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) ครั้งที่ 1/2561 ครบกำหนดไถ่ถอนปี พ.ศ. 2564	ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
หุ้นกู้ของบริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) ครั้งที่ 2/2561 ครบกำหนดไถ่ถอนปี พ.ศ. 2565	ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
หุ้นกู้มีประกันของบริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) ครั้งที่ 1/2562 ครบกำหนดไถ่ถอนปี พ.ศ. 2564 ซึ่งผู้ออกหุ้นกู้มีสิทธิไถ่ถอนหุ้นกู้ก่อนครบกำหนดไถ่ถอน"	บมจ.หลักทรัพย์ คันทรี กรุ๊ป
หุ้นกู้มีประกันของบริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) ครั้งที่ 1/2563 ครบกำหนดไถ่ถอนปี พ.ศ. 2565 ซึ่งผู้ออกหุ้นกู้มีสิทธิไถ่ถอนหุ้นกู้ก่อนครบกำหนดไถ่ถอน"	บริษัท หลักทรัพย์เอเชีย พลัส จำกัด
หุ้นกู้มีประกันของบริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) ครั้งที่ 2/2563 ครบกำหนดไถ่ถอนปี พ.ศ. 2566 ซึ่งผู้ออกหุ้นกู้มีสิทธิไถ่ถอนหุ้นกู้ก่อนครบกำหนดไถ่ถอน"	บริษัท หลักทรัพย์เอเชีย พลัส จำกัด
หุ้นกู้ด้อยสิทธิที่มีลักษณะคล้ายทุนไถ่ถอนเมื่อเลิกบริษัทซึ่งผู้ออกหุ้นกู้มีสิทธิไถ่ถอนหุ้นกู้ก่อนครบกำหนด และมีสิทธิเลื่อนชำระดอกเบี้ยโดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ ของบริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) ครั้งที่ 2/2562	ธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน)