

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัท

วิสัยทัศน์ (VISION)

บริษัทได้กำหนดวิสัยทัศน์ในการดำเนินธุรกิจ ภายใต้แนวคิด มุ่งมั่นที่จะร่วมสร้างครอบครัว ในสังคมที่ร่มรื่น และอบอุ่น ให้แก่ลูกค้าในทุกช่วงจังหวะชีวิตที่ “ธนาสิริ”

พันธกิจ (MISSION)

- 1) พัฒนาโครงการในทำเลที่มีศักยภาพในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมถึงในส่วนภูมิภาคที่มีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง
- 2) เน้นการพัฒนาโครงการที่มีขนาดปานกลางเพื่อเสริมสร้างความอบอุ่นและความเป็นส่วนตัว
- 3) ออกแบบและพัฒนานวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้มีรูปแบบที่ทันสมัย ครบทุกฟังก์ชันการใช้สอยอย่างลงตัว รวมถึงการเลือกใช้วัสดุที่ได้มาตรฐานสวยงาม ง่ายต่อการบำรุงรักษาในอนาคต
- 4) เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ลูกค้าโดยให้ความสำคัญกับการสร้างความคุ้มค่าทางด้านราคา ทำเลที่ตั้งของโครงการ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การให้บริการและภาพลักษณ์โครงการ

ภาพรวมธุรกิจของบริษัทมีความมุ่งมั่นในการสร้างความมั่นคงและความอบอุ่นให้แก่ลูกค้า โดยการสร้างโครงการที่ตอบสนองถึงการมีครอบครัวและสังคมที่ร่มรื่นและอบอุ่นให้แก่ลูกค้า โดยพนักงานของบริษัทมีความรู้และความเข้าใจในวิสัยทัศน์ของบริษัทเป็นอย่างดี ซึ่งบริษัทได้กำหนดนโยบายชัดเจน ถึงเรื่องความพร้อมของการส่งมอบบ้านให้ลูกค้า จะต้องผ่านมาตรฐานของบริษัทก่อนส่งมอบให้ลูกค้า

องค์ประกอบที่สำคัญที่ผลักดันให้นโยบายดังกล่าวประสบความสำเร็จ คือ การมีทีมงานที่เก่งและมีความมุ่งมั่น อีกทั้งมีความเข้าใจในธุรกิจ โดยเชื่อว่าทีมงานจะช่วยสร้างความพึงพอใจในสินค้าและบริการแก่ลูกค้าของบริษัท

บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะเป็นหนึ่งในทางเลือกของลูกค้าเมื่อมองหาสังคม และชุมชนที่มีคุณภาพ โดยมีการพัฒนาสภาพแวดล้อมของโครงการให้มีความสมบูรณ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ (Business goals)

1. ก่อสร้างบ้านที่มีคุณภาพ ภายในเวลาอันสั้น
2. พัฒนาผลิตภัณฑ์และทำวิจัยตลาดอย่างต่อเนื่อง
3. บริษัทมีการขยายโครงการอย่างต่อเนื่อง
4. การบริหารความเสี่ยงมีประสิทธิภาพ
5. บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารและจัดการชุมชนโดยรอบเป็นสำคัญ

ทั้งนี้ นอกเหนือจากกลยุทธ์ที่ได้กล่าวมาทั้งหมดแล้วนั้น สิ่งสำคัญที่ส่งเสริมให้ทีมงานสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างราบรื่นและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันส่งผลให้บริษัทประสบความสำเร็จได้นั้น จำเป็นต้องมีวัฒนธรรมองค์กรภายใต้ชื่อว่า “TSMILE”

- | | | | |
|-----|---|--------------------|--|
| ■ T | = | Trust | ไว้ใจซึ่งกันและกัน |
| ■ S | = | Smiling Service | บริการด้วยรอยยิ้ม |
| ■ M | = | My Accountability | ทำงานทุกอย่างให้สำเร็จ |
| ■ I | = | I will Change | พร้อมเปลี่ยนแปลงเพื่อพัฒนาและปรับปรุงให้ดีขึ้น |
| ■ L | = | Let's win Together | ทำงานร่วมกันเป็นทีมเพื่อความสำเร็จขององค์กร |
| ■ E | = | Energetic | คิดดี ทำดี มีพลังร่วมสร้างสรรค์องค์กร |

กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

บริษัทกำหนดแผนการดำเนินงาน ให้สอดคล้องกันทั้ง 4 ส่วนหลักๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. Efficient Turnover : ประสิทธิภาพในการสร้างรายได้
 - Deposit to Transfer : กำหนดกรอบระยะเวลานับจากวันที่ลูกค้าจองจนถึงวันโอนกรรมสิทธิ์
 - Construction cycle : กำหนดกรอบเวลาของงานก่อสร้างบ้านในระบบการก่อสร้างสำเร็จรูป (Pre-Cast) (Pre-Cast คือ ระบบการก่อสร้างอาคารที่ผลิตขึ้นส่วนอาคารออกเป็นส่วนๆ แล้วนำมาติดตั้งประกอบกัน ณ สถานที่ก่อสร้าง)
2. Compact & Practical with Beautiful Living: ทำสินค้าให้น่าสนใจ
 - Compact Project Size : ลักษณะโครงการที่มีขนาดไม่ใหญ่จนเกินไป โดยเฉลี่ยมีเนื้อที่โครงการประมาณ 15-30 ไร่
 - Beautiful Facilities : จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ ให้มีความเหมาะสมตามแต่ละรูปแบบโครงการ
 - Practical Functions & Design : การออกแบบดีไซน์ฟังก์ชันต่างๆ ทั้งในโครงการ, รูปแบบบ้าน และภายในตัวบ้าน ให้โดดเด่น ใช้งานได้อย่างเหมาะสมและลงตัว
3. Budget Friendly : สร้างงบประมาณของสินค้าให้เหมาะสมและสอดคล้องในแต่ละระดับราคาของสินค้า
 - Affordable Prices : การกำหนดโครงสร้างราคาขายให้เป็นที่น่าสนใจ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า
 - Project Economic Cost Structure: การพัฒนาโครงการโดยคำนึงถึง โครงสร้างของต้นทุนที่เหมาะสม เพื่อให้ได้กำไรตามเป้าหมายที่บริษัทวางไว้ สอดคล้องกับราคาที่ถูกค้าอยากซื้อ
 - One-time Investment vs. Ongoing Costs: การออกแบบโครงการใหม่ บริษัทคำนึงถึงค่าใช้จ่ายโครงการในระยะยาวที่ลูกค้าจะต้องรับภาระค่าใช้จ่ายต่อไป หลังจากส่งมอบนิติบุคคล

4. Individuality: การพัฒนาสินค้าในหลากหลายกลุ่มผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในทุกกลุ่ม

ในปี 2562 บริษัทได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานของบริษัท คือ “Less Is More: ทำในสิ่งที่มี ให้ดีที่สุด” โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. บริหารบ้านคงเหลือรอขาย โครงการที่เปิดขายในปัจจุบัน ซึ่งมีมูลค่ารวมกว่า 1,750 ล้านบาท
2. หาทำเลใหม่ๆ โดยการขยายเข้าสู่ตัวเมืองมากขึ้น ด้วยรูปแบบของสินค้าที่ได้รับการตอบรับ
3. คุณภาพงานและระยะเวลาในการก่อสร้าง โดยการควบคุมงาน Major Defect* ไม่เกินแผนที่กำหนดไว้ รวมถึง ระยะเวลาการก่อสร้างบ้านแต่ละโครงการให้เป็นไปตามแผนงานที่กำหนดตามงบประมาณ
4. คุณภาพและระยะเวลาในการบริการหลังการขาย ยกระดับความพึงพอใจในงานบริการหลังการขาย โดยการจัดทำแบบสอบถามความพึงพอใจในงานบริการหลังการขาย เพื่อประเมินผลและปรับปรุงการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
5. การบริหารรายได้และค่าใช้จ่ายให้สอดคล้องกัน
6. การพัฒนาคนเข้าสู่องค์กรนวัตกรรม เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานร่วมกัน ผ่านนวัตกรรมด้านสินค้าและบริการ

ทั้งนี้ บริษัทได้รณรงค์แนวความคิดในการทำงานปีนี้ให้มีประสิทธิภาพ เรื่อง “SMART...คุณภาพดี ที่ลูกค้าบอกต่อ” โดยเน้นการทำงานในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าทั้งภายในและภายนอก โดยการส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพเพื่อให้ลูกค้าบอกต่อ ในทุกๆ เรื่องที่ดำเนินการ และร่วมกันสร้างบรรยากาศในการทำงานด้วยวัฒนธรรมองค์กร “TSMILE”

สำหรับเป้าหมายการดำเนินธุรกิจของบริษัทใน 3 ปีข้างหน้า บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยที่มีความแตกต่างในระดับราคาที่สามารถแข่งขันได้บนทำเลที่มีศักยภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยของกลุ่มเป้าหมายของบริษัท ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีรายได้ส่วนใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมถึงในส่วนภูมิภาคที่มีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องและยังมีความต้องการที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง โดยการพัฒนาโครงการบริษัทจะเลือกพัฒนาในทำเลที่เหมาะสมและมีศักยภาพตามแนวสาธารณูปโภคที่ดี ให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่า และมีโครงสร้างการลงทุนที่เหมาะสม

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ประวัติความเป็นมาที่สำคัญ

บริษัท ธนาสิริ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เดิมชื่อ “บริษัท ประสิทธิภาพสินค้า จำกัด” โดยมีคุณประสิทธิภาพ ทรัพย์ เป็นผู้ก่อตั้ง เมื่อวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2528 ด้วยทุนจดทะเบียน 50 ล้านบาท มีวัตถุประสงค์ในการประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านจัดสรรที่ดินเพื่อขาย โดยโครงการส่วนใหญ่จะเป็นโครงการอาคารพาณิชย์และทาวน์เฮ้าส์ ภายใต้ชื่อ โครงการประสิทธิภาพวิเศษ

ปี 2545 บริษัทเริ่มดำเนินการต่อโดยทายาทคุณประสิทธิภาพ ทรัพย์ ได้แก่ คุณอารีศักดิ์ ทรัพย์ทรัพย์, คุณกุลพัชร ทรัพย์ทรัพย์ และ คุณสุทธิรักษ์ ทรัพย์ทรัพย์ ได้เข้ามาเป็นผู้บริหารของบริษัท เพื่อสานต่อเจตนารมณ์ของผู้ก่อตั้ง โดยมุ่งเน้นโครงการลักษณะบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮ้าส์เป็นสำคัญ และเปลี่ยนชื่อบริษัทใหม่เป็น “บริษัท ธนาสิริ บ้านและสวน จำกัด” เมื่อวันที่ 11 ธันวาคม 2545 โดยพัฒนาโครงการแรก เป็นโครงการบ้านเดี่ยว ชื่อ “บ้านธนาสิริ รัตนวิเศษ”

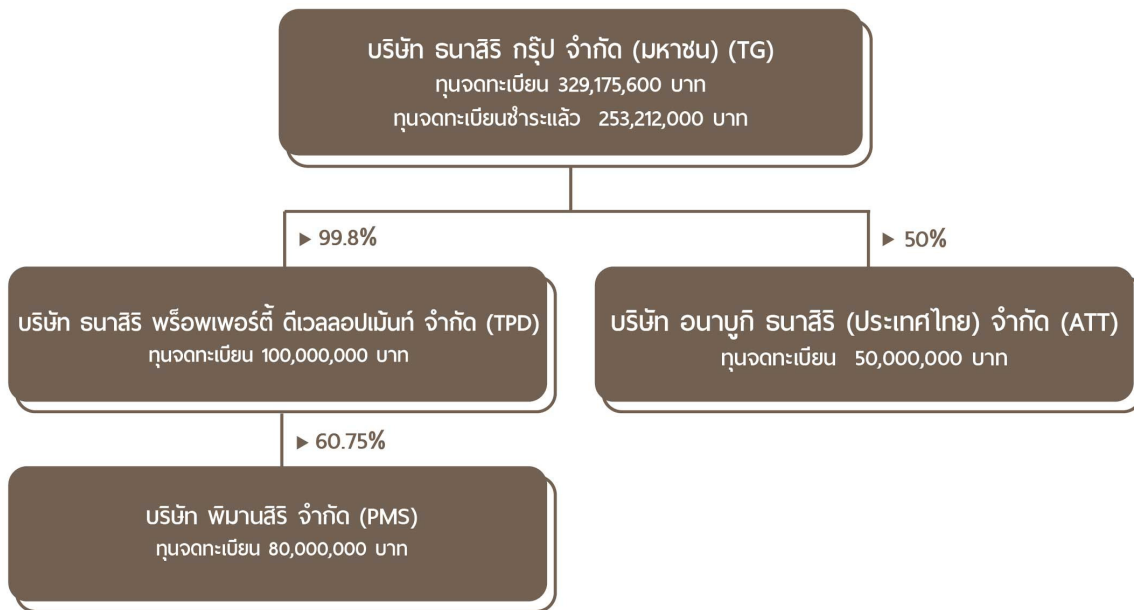
สรุปการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ปี	พัฒนาการที่สำคัญของบริษัท ธนาสิริ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย	
การดำเนินการทางธุรกิจ		
2550	เพิ่มทุนจดทะเบียน	บริษัทมีการเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 200 ล้านบาท (ชำระเต็มมูลค่าแล้ว) เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินการและพัฒนาโครงการบริษัท
2551	เข้าซื้อหุ้นบริษัท TPD	บริษัทเข้าซื้อหุ้น บริษัท ธนาสิริ พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (“TPD”) ทุนจดทะเบียน 50 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ จากกลุ่มตระกูลเสถียรภาพออยุทธ์ ในสัดส่วนร้อยละ 99.6 (TPD ก่อตั้งเมื่อวันที่ 26 มิถุนายน 2533 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการค้าอสังหาริมทรัพย์ แต่ยังไม่มีการพัฒนาโครงการใดๆ จนกระทั่งปี 2551)
2552	เข้าสู่องค์กรมหาชน	ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2552 เมื่อวันที่ 7 เมษายน 2552 มีมติดังนี้ <ul style="list-style-type: none">- แปรสภาพบริษัทเป็นบริษัทมหาชนจำกัด พร้อมทั้งเปลี่ยนชื่อบริษัทใหม่เป็น “บริษัท ธนาสิริ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)”- แปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จากหุ้นละ 100 บาท เป็นหุ้นละ 1 บาท- เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 200 ล้านบาท เป็น 255 ล้านบาท โดยออกเป็นหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 50 ล้านหุ้น เพื่อเสนอขายให้แก่ประชาชน และหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวนไม่เกิน 5 ล้านหุ้น เพื่อรองรับการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทจำนวนไม่เกิน 5 ล้านหน่วยที่ออกและเสนอขายให้แก่กรรมการและพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อย โดยจะเสนอขายพร้อมกับการเสนอขายให้แก่ประชาชนในวันที่ 15 ธันวาคม 2552
2555	เพิ่มทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	เปิดให้ใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท จำนวน 2 ครั้ง คือ ครั้งที่ 1 วันที่ 1 มิถุนายน 2555 และ ครั้งที่ 2 วันที่ 4 ธันวาคม 2555 การเพิ่มทุนจดทะเบียนชำระแล้วจำนวน 250,462,000 บาท เมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2555
2556	เพิ่มทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	เปิดให้ใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท จำนวน 2 ครั้ง คือ ครั้งที่ 3 วันที่ 4 มิถุนายน 2556 และ ครั้งที่ 4 วันที่ 4 ธันวาคม 2556 การเพิ่มทุนจดทะเบียนชำระแล้วจำนวน 251,149,000 บาท เมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2556
2557	จัดตั้งบริษัทย่อย เพิ่มทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	<ul style="list-style-type: none">- จัดตั้งบริษัทย่อย 2 บริษัท คือ บริษัท ธนาสิริ แมเนจเม้นท์แอนด์คอนซัลติ้ง จำกัด และ บริษัท พิมานสิริ จำกัด (บริษัทย่อยทางอ้อม)- เปิดให้ใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ครั้งที่ 6 วันที่ 4 ธันวาคม 2557 การเพิ่มทุนจดทะเบียนชำระแล้ว จำนวน 253,212,000 บาท เมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2557

ปี	พัฒนาการที่สำคัญของบริษัท ธนาสิริ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย	
2560	ลงทุนในบริษัทย่อยเพิ่มเติม (TPD)	บริษัท ธนาสิริ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ลงทุนในหุ้นสามัญเพิ่มทุนของ บริษัท ธนาสิริ พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ซึ่งเดิมมีทุนจดทะเบียน 50,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ จำนวน 500 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100,000 บาท โดยเพิ่มทุนอีก 50,000,000 บาท รวมเป็นทุนจดทะเบียน จำนวน 100,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ จำนวน 1,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100,000 บาท โดยบริษัทเข้าซื้อหุ้นเพิ่มทุนทั้งหมด ทำให้สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท เปลี่ยนแปลงจากเดิม 99.6% เป็น 99.8%
2561	ลดทุน /เพิ่มทุนจดทะเบียน เลิกกิจการและชำระบัญชี บริษัทย่อย (TMC)	<p>ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2561 มีมติอนุมัติให้มีการลดทุนจดทะเบียนของบริษัท จำนวน 1,788,000 หุ้น จากทุนจดทะเบียนเดิม 255,000,000 บาท เป็นทุนจดทะเบียนใหม่ 253,212,000 บาท โดยการตัดหุ้นสามัญที่ยังไม่ได้จำหน่าย จำนวน 1,788,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท และมีมติอนุมัติให้มีการเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัท แบบมอบอำนาจทั่วไป (General Mandate) จำนวน 75,963,600 บาท จากทุนจดทะเบียนเดิม 253,212,000 บาท เป็นทุนจดทะเบียนใหม่ 329,175,600 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุน จำนวน 75,963,600 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท</p> <p>ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 5/2561 เมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน 2561 มีมติอนุมัติให้เลิกบริษัทและให้ดำเนินการชำระบัญชีของบริษัท ธนาสิริ แมเนจเม้นท์แอนด์คอนซัลติ้ง จำกัด (บริษัท ย่อย) โดยจดทะเบียนยกเลิกบริษัทต่อกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 27 พฤศจิกายน 2561 และวันที่ 7 มกราคม 2562 บริษัท ธนาสิริ แมเนจเม้นท์แอนด์คอนซัลติ้ง จำกัด ได้ชำระบัญชีและจ่ายคืน ทุนกับบริษัทแล้ว</p>
ปี 2562		
เมษายน	ลดทุนจดทะเบียน เพิ่มทุนจดทะเบียน	<p>ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2562 มีมติ</p> <ul style="list-style-type: none"> • อนุมัติให้มีการลดทุนจดทะเบียนของบริษัท จำนวน 75,963,600 หุ้น จากทุนจดทะเบียน เดิม 329,175,600 บาท เป็นทุนจดทะเบียนใหม่ 253,212,000 บาท โดยการตัดหุ้นสามัญที่ยังไม่ได้จำหน่าย จำนวน 75,963,600 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท • อนุมัติให้มีการเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัท แบบมอบอำนาจทั่วไป (General Mandate) จำนวน 75,788,000 บาท จากทุนจดทะเบียนเดิม 253,212,000 บาท เป็นทุนจดทะเบียน ใหม่ 329,000,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุน จำนวน 75,788,000 หุ้น มูลค่าที่ ตราไว้หุ้นละ 1 บาท • อนุมัติการออกและเสนอขายหุ้นกู้ภายในวงเงินไม่เกิน 300 ล้านบาท เพื่อใช้ในการประกอบ ธุรกิจทั่วไป และโครงการต่างๆ ของบริษัททั้งในปัจจุบันและในอนาคต และ/หรือ ชำระคืน เงินกู้ และ/หรือ ใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนของบริษัทและบริษัทย่อย หรือเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ ตามที่คณะกรรมการบริษัทเห็นสมควร
ปี 2563		
กุมภาพันธ์	จัดตั้งบริษัทย่อย	ที่จัดตั้งบริษัทย่อย 1 บริษัท คือ บริษัท อนาคตาสิริ (ประเทศไทย) จำกัด ทุนจดทะเบียน 50 ล้านบาท เป็นการร่วมทุนกัน ระหว่าง บริษัท ธนาสิริ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) , บริษัท อนาคตาสิริ โคชัน จำกัด และ บริษัท ไทยโคโนมิเกส คอร์ปอเรชั่น เพื่อพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านจัดสรรเพื่อขาย ในสัดส่วนร้อยละ 50%, 49% และ 1% ตามลำดับ

ปี	พัฒนาการที่สำคัญของบริษัท ธนาสิริ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย	
การพัฒนาโครงการของบริษัท		
2546	เปิดขายโครงการแรก โซนจังหวัดนนทบุรี	เปิดขายโครงการแรก คือ โครงการ ธนาสิริ รัตนานิเบศร์ จำนวน 112 ยูนิต
2549	เปิดโครงการใหม่ โซนจังหวัดนนทบุรี 1 โครงการ	โครงการ ไพรม์เพลส รัตนานิเบศร์ – บางใหญ่ จำนวน 223 ยูนิต
2550	เปิดโครงการใหม่ โซนจังหวัดนนทบุรี 2 โครงการ	โครงการ เดอะคลัสเตอร์ วิลล์ 1 ราชพฤกษ์ จำนวน 46 ยูนิต และ โครงการ เดอะไพรเวจี้ ไพรม์เพลส รัตนานิเบศร์ – บางใหญ่ จำนวน 57 ยูนิต
2551	เปิดโครงการใหม่ โซนจังหวัดนนทบุรี 2 โครงการ	โครงการ เดอะไพรเวจี้ 2 ไพรม์เพลส รัตนานิเบศร์ – บางใหญ่ จำนวน 84 ยูนิต และโครงการ ธนาสิริ ปิ่นเกล้า – ราชพฤกษ์ 1 จำนวน 136 ยูนิต
2552	เปิดโครงการใหม่ โซนจังหวัดนนทบุรี 1 โครงการโซน จังหวัดภูเก็ต 2 โครงการ	โครงการ ธนาสิริ ปิ่นเกล้า – ราชพฤกษ์ 2 จำนวน 112 ยูนิต, โครงการ ไพรม์เพลส เนรมิต – อนุสาวรีย์ 2 จำนวน 72 ยูนิต และ โครงการ ไพรม์เพลส เนรมิต – อนุสาวรีย์ 1 (ส่วนต่อขยาย) จำนวน 32 ยูนิต
2553	เปิดโครงการใหม่ โซนจังหวัดนนทบุรี 2 โครงการ	โครงการ เดอะคลัสเตอร์ วิลล์ 2 ราชพฤกษ์ – พระราม 5 จำนวน 82 ยูนิต และ โครงการ เดอะคลัสเตอร์ วิลล์ 3 ปิ่นเกล้า – ราชพฤกษ์ จำนวน 116 ยูนิต
2554	เปิดโครงการใหม่ โซนจังหวัดนนทบุรี 2 โครงการ โซนจังหวัดภูเก็ต 2 โครงการ	โครงการ ไพรม์เพลส เดอะ กรีนเนอรี่ บางใหญ่ จำนวน 261 ยูนิต, โครงการ บ้านปรารถนา ภูเก็ต – อนุสาวรีย์ จำนวน 12 ยูนิต, โครงการ สิริ วิลเลจ ภูเก็ต – อนุสาวรีย์ จำนวน 81 ยูนิต และ โครงการ เดอะ คลัสเตอร์ วิลล์ 4 ราชพฤกษ์ – สิรินธร จำนวน 177 ยูนิต
2555	เปิดโครงการใหม่ โซนจังหวัดนนทบุรี 1 โครงการ	โครงการธนาสิริ ราชพฤกษ์ – ทำนันทน์ จำนวน 175 ยูนิต
2556	เปิดโครงการใหม่ โซนจังหวัดสกลนคร 1 โครงการ	โครงการสิริ วิลเลจ สกลนคร – แอร์พอร์ต จำนวน 34 ยูนิต
2557	เปิดโครงการใหม่ โซนจังหวัดนนทบุรี 2 โครงการ	โครงการธนาวิลเลจ พระราม 5 – บางใหญ่ จำนวน 82 ยูนิต และ โครงการธนาซิโอ รัตนานิเบศร์ จำนวน 157 ยูนิต
2558	เปิดโครงการใหม่ โซนจังหวัดนนทบุรี 2 โครงการ	โครงการธนาฮาบีแทต ราชพฤกษ์ – สิรินธร จำนวน 92 ยูนิต และ โครงการ ธนาวิลเลจ 2 พระราม 5 – บางใหญ่ จำนวน 86 ยูนิต
2559	เปิดโครงการใหม่ โซนจังหวัดนนทบุรี 2 โครงการ โซนจังหวัดอุดรธานี 1 โครงการ	โครงการสิริวิลเลจ อุดรธานี – แอร์พอร์ต จำนวน 179 ยูนิต, โครงการธนาคลัสเตอร์ ราชพฤกษ์ – สถานีบางพลู จำนวน 77 ยูนิต และ โครงการธนาคลัสเตอร์ สถานีเซ็นทรัล-บางใหญ่ จำนวน 77 ยูนิต
2560	เปิดโครงการใหม่ โซนจังหวัดนนทบุรี 1 โครงการ	โครงการธนาฮาบีแทต ปิ่นเกล้า-สิรินธร ประเภทบ้านเดี่ยว 2 ชั้น จำนวน 95 ยูนิต ราคาเฉลี่ยต่อ ยูนิต 9.2 ล้านบาท
2561-2562	ไม่มีการพัฒนาโครงการใหม่ของบริษัท	

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



ภาพรวมในการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย

บริษัท ธนาสิริ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

บริษัทประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านจัดสรรพร้อมที่ดินเพื่อขายประเภททาวน์เฮ้าส์ บ้านแฝด และบ้านเดี่ยว โดยบริษัทจะเป็นผู้พัฒนาโครงการและเป็นเจ้าของโครงการ เน้นการพัฒนาโครงการในเขตปริมณฑล โดยบริษัทจะเน้นทำเลย่านจังหวัดนนทบุรี เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพ มีการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคต่างๆ อย่างต่อเนื่องจากภาครัฐทั้งระบบการขนส่งมวลชนและสาธารณูปโภคต่างๆ เพื่อรองรับการขยายตัวของชุมชน เช่น โครงการระบบรถไฟฟ้าสายสีม่วง (บางซื่อ – บางใหญ่), การตัดถนนเส้นทางสายใหม่, การขยายทางด่วนพิเศษ, สะพานข้ามแม่น้ำเจ้าพระยานนทบุรี, ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล เวสต์เกตต์ และ อีเกีย บางใหญ่ เป็นต้น

ในการดำเนินงานในแต่ละโครงการ บริษัทจะเป็นผู้กำหนดรูปแบบโครงการและรายละเอียดการออกแบบ โดยศึกษาวิจัยจากความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ ส่วนงานก่อสร้างจะว่าจ้างผู้รับเหมาเพื่อดำเนินงานก่อสร้างที่อยู่อาศัยทั้งโครงการ จำนวนผู้รับเหมาขึ้นอยู่กับขนาดของแต่ละโครงการ โดยบริษัทจะมีวิศวกรและผู้ควบคุมงานก่อสร้าง (Foreman) รวมทั้ง ทีมตรวจสอบคุณภาพ (Quality Control) ของบริษัทเข้าตรวจสอบดูแลงานก่อสร้างให้เป็นไปตามรูปแบบ ให้มีมาตรฐาน และให้ตรงตามเวลาที่กำหนด ทั้งนี้ บริษัทจะเป็นผู้จัดหาวัสดุก่อสร้างหลักเองทั้งหมด เพื่อที่บริษัทจะได้บริหารต้นทุนงานก่อสร้างได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการออกแบบพื้นที่ส่วนกลางของแต่ละโครงการให้มีลักษณะโดดเด่น เพื่อเพิ่มความร่มรื่นให้แก่ผู้อยู่อาศัยในโครงการ

บริษัทจะพัฒนาโครงการในขนาดไม่ใหญ่มากนัก โดยเฉลี่ยจะมีเนื้อที่ประมาณ 15-30 ไร่ อายุโครงการโดยเฉลี่ย 2-3 ปีนับจากวันเปิดโครงการ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยง สร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และความเป็นส่วนตัวให้กับลูกค้าผู้อยู่อาศัย ในการเปิดขายโครงการจะเป็นลักษณะเป็นเฟส เพื่อเป็นการบริหารจัดการโครงการ โดยเน้นการเปิดขายไปพร้อมกับการก่อสร้าง โดยเฟสแรกจะเป็นโซนบ้านตัวอย่างและสำนักงานขาย และบ้านสร้างเสร็จพร้อมขาย

สำหรับการขาย บริษัทจะเรียกเก็บเงินจอง เงินทำสัญญาจากลูกค้า โดยปัจจุบันบริษัทจะก่อสร้างบ้านให้แล้วเสร็จ พร้อมตรวจสอบคุณภาพบ้าน โดยทีมงานตรวจสอบคุณภาพ (Quality Control) ของบริษัท (บ้าน On-Shelf) เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับให้ลูกค้าตรวจรับมอบ และโอนกรรมสิทธิ์บ้านตามระยะเวลาที่กำหนดในสัญญาจะซื้อจะขาย กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อระดับปานกลาง ระดับราคาบ้านของบริษัทเฉลี่ยประมาณ 5.16 ล้านบาท

ในส่วนของลูกค้า บริษัทมุ่งเน้นในการพัฒนาสภาพแวดล้อมของโครงการให้มีความพร้อมสมบูรณ์ มีแบบบ้านเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า และที่สำคัญมีบ้านพร้อมขายที่มีมาตรฐานตามที่บริษัทกำหนดไว้

โดย บริษัทมีบริษัทย่อย ทั้งสิ้น 3 บริษัท ประกอบธุรกิจ ดังนี้

1. บริษัท ธนาสิริ พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (“TPD”)

TPD ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อขาย โดยจะเป็นผู้พัฒนาโครงการและเจ้าของโครงการ เน้นการพัฒนาโครงการในส่วนภูมิภาคที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ในอดีตที่ผ่านมา ได้มีการพัฒนาโครงการในจังหวัดภูเก็ต และ จังหวัดสกลนคร โดยเมื่อปี 2551 บริษัทได้เข้าถือหุ้นร้อยละ 99.6% (TPD ได้ก่อตั้งบริษัทเมื่อปี 2533 ด้วยทุนจดทะเบียน 50 ล้านบาท)

โดยเมื่อปี 2560 TPD ได้มีการเพิ่มทุนจดทะเบียน จำนวน 50 ล้านบาท (แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 500 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100,000 บาท) โดยเพิ่มทุนอีก 50 ล้านบาท รวมเป็นทุนจดทะเบียน 100 ล้านบาท แบ่งเป็น หุ้นสามัญ 1,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้ 100,000 บาท รวมเป็นทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น จำนวน 100 ล้านบาท โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ และเป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ โดยทำให้สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทเปลี่ยนแปลงจากเดิม 99.6% เป็น 99.8%

ทั้งนี้ ในส่วนของการออกแบบก่อสร้างโครงการ บริษัทจะเป็นผู้กำหนดรูปแบบโครงการและรายละเอียดการออกแบบ ว่าจ้างผู้รับเหมาเพื่อดำเนินงานก่อสร้าง รวมถึงเป็นผู้จัดหาวัสดุก่อสร้างหลักเองทั้งหมด แต่ในส่วนของฝ่ายขาย วิศวกรผู้ควบคุมงานก่อสร้าง (Foreman) และฝ่ายจัดการจะดำเนินการโดยพนักงานของ TPD เอง

2. บริษัท พิมานสิริ จำกัด (“PMS”)

PMS เป็นบริษัทย่อยทางอ้อมของบริษัท โดยจัดตั้งเมื่อปลายปี 2557 ด้วยทุนจดทะเบียน 80 ล้านบาท เพื่อประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อขาย โดยจะเป็นผู้พัฒนาโครงการและเป็นเจ้าของโครงการในภาคอีสาน เริ่มต้นที่ จ.อุดรธานี เป็นการร่วมทุนระหว่างบริษัท ธนาสิริ พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด กับ กลุ่มบริษัท อีสานพิมานกรุ๊ป จำกัด และนายธวัช แต้ศิริเวช (พันธมิตรของบริษัทที่ จ.สกลนคร) ในสัดส่วนร้อยละ 51%, 44% และ 5% ตามลำดับ โดยใน ปี 2558 ได้มีการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัท พิมานสิริ จำกัด โดยมีสัดส่วนร้อยละ 60.7% , 34.3% และ 5% ตามลำดับ

ประวัติโดยสังเขปของ กลุ่ม บริษัท อีสานพิมานกรุ๊ป จำกัด เริ่มก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ.2525 โดยนายบุญทร บุริสตระกูล เพื่อดำเนินธุรกิจด้านการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ทั้งในจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดใกล้เคียง ซึ่งจากประสบการณ์อันยาวนานกว่า 33 ปี “พิมานกรุ๊ป” ได้สร้างผลงานและชื่อเสียงจนประสบความสำเร็จกับยอดขายบ้านและที่อยู่อาศัย 8,000 ยูนิต ภายใต้การบริหารงานโดยทีมงานมืออาชีพ โดยมี นายชาญณรงค์ บุริสตระกูล เป็นกรรมการผู้จัดการบริษัท

3. บริษัท อนาบุกิ ธนาสิริ (ประเทศไทย) จำกัด (“ATT”)

ATT เป็นบริษัทย่อยของบริษัท จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2563 ด้วยทุนจดทะเบียน 50 ล้านบาท เพื่อประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อขาย โดยเป็นการร่วมทุนระหว่าง บริษัท ธนาสิริ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) กับ บริษัท อนาบุกิ โคซัน จำกัด และ บริษัท ไทยโคโนอิเกะ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 50%, 49% และ 1% ตามลำดับ

ประวัติโดยสังเขปของผู้ร่วมทุน

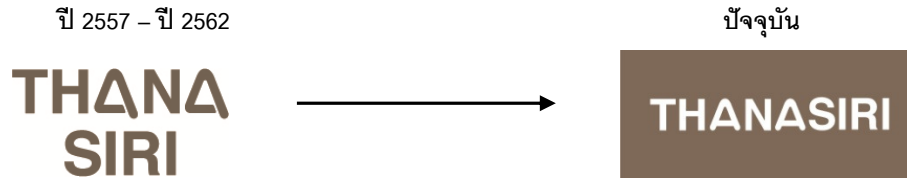
บริษัท อนาบุกิ โคซัน จำกัด ก่อตั้งปี พ.ศ.2507 เป็นกลุ่มบริษัทภายใต้ชื่อ “Anabuki Kosan Group” บริหารงานโดย นายทาเคสุเกะ อะนาบุกิ ซึ่งเป็นกลุ่มบริษัทที่ดำเนินธุรกิจด้านพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ในจังหวัดคาทากะ ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งมีประสบการณ์ด้านอสังหาริมทรัพย์ในประเทศญี่ปุ่นกว่า 50 ปี

บริษัท ไทยโคโนอิเกะ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ก่อตั้งปี พ.ศ. 2525 โดย บริษัท โคโนอิเกะ คอนสตรัคชั่น จำกัด ซึ่งเป็นผู้มีส่วนประกอบในอุตสาหกรรมก่อสร้างของไทยกว่า 30 ปี ที่บริษัทฯ ได้มีบทบาทที่สำคัญในการพัฒนาประเทศไทย ด้วยการส่งมอบผลงานกว่า 370 โครงการ อันได้แก่ อาคารโรงงาน คลังสินค้า ศูนย์การค้า อาคารสำนักงาน โรงพยาบาล

ลักษณะของผลิตภัณฑ์และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1. ภาพแบรนด์หลัก (Corporate Brand)

ทุกโครงการของกลุ่มบริษัทอยู่ภายใต้แนวความคิด “การสร้างครอบครัว สังคม ที่ร่มรื่น อบอุ่น ให้แก่ลูกค้าในทุกช่วงจังหวะชีวิตที่ ธนาสิริ”



ทั้งนี้ หลังจากที่บริษัทได้มีการปรับโครงสร้างแบรนด์ เพื่อสร้างการจดจำในตราสินค้าของกลุ่มบริษัท ผ่านชื่อ “ธนา” (THANA) (เป็นชื่อย่อของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย) โดยใช้เป็นชื่อนำหน้าโครงการต่างๆ ทุกโครงการ ตามด้วยชื่อลักษณะหรือรูปแบบโครงการที่แตกต่างออกไป ตามรูปแบบโครงการผลิตภัณฑ์และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ในปี 2563 บริษัทได้มีการปรับภาพแบรนด์หลัก (Corporate Brand) ใหม่อีกครั้ง เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ภายใต้แนวความคิด “ความสุข เริ่มต้นที่...ความพอดี” (Small Is Beautiful) คือ แบรินด์สังฆาริมทรัพย์ ที่มุ่งเน้นความสำคัญของการสร้างความอบอุ่นและความสุขให้กับทุกคนในครอบครัว ตอบไลฟ์สไตล์ของครอบครัวสมัยใหม่ ที่เน้นความเป็นส่วนตัว ด้วยขนาดโครงการพอดี จึงเน้นการออกแบบที่คำนึงถึงการใช้งานได้จริง ซึ่งนำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดีของลูกค้าอย่างแท้จริง โดยกำหนดคุณสมบัติหลักของแบรนด์ไว้ 4 ประการ ดังนี้


- Small and Practical : เป็นจุดที่สร้างความแตกต่าง (Differentiate) ด้วยการมีขนาดโครงการที่พอดี ที่ทำให้เกิดความอบอุ่นทั้งครอบครัวและสังคม และลูกค้าสามารถออกแบบพื้นที่การใช้ชีวิตของตัวเองได้ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของโครงการ
- Beautiful Living : เน้นการใช้ชีวิตอย่างสุนทรีย์ เรียบง่าย สร้างความสุขให้กับตัวเอง
- Budget Friendly : การยึดแนวทางการออกแบบที่ดูทันสมัย มีสไตล์ เลือกใช้วัสดุคุณภาพ ในราคาที่คุ้มค่า ซึ่งเป็นแนวทางที่ขาดไม่ได้ (Substance) ในทุกโครงการของธนาสิริ
- Individuality : สร้างคุณค่าทางจิตใจ (Esteem) คือ ภูมิใจในการใช้ชีวิตในแบบของตัวเอง เน้นความเป็นส่วนตัว สงบ หลีกหนีความวุ่นวาย

2. แบรินด์ย่อย แบ่งออกเป็น 5 แบรินด์ ดังนี้


1) แบรินด์ “ธนาเรสซิเดนซ์”

ตราสัญลักษณ์แบรนด์	:	
ลักษณะโครงการ	:	บ้านเดี่ยว
ระดับราคา	:	10 ล้านบาทขึ้นไป
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	:	กลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ค่อนข้างสูง B+, A รายได้ต่อเดือน 150,000 – 200,000 บาท
โครงการที่เปิดขาย	:	โครงการในอนาคต

2) แบรินด์ “ธนาฮาบีแทต”

ตราสัญลักษณ์แบรนด์	:	
ลักษณะโครงการ	:	บ้านเดี่ยว, บ้านแฝด
ระดับราคา	:	8 - 10 ล้านบาทขึ้นไป
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	:	กลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ค่อนข้างสูง B+, A รายได้ต่อเดือน 90,000 – 150,000 บาท
โครงการที่เปิดขาย	:	โครงการธนาฮาบีแทต ปิ่นเกล้า – สิรินคร


3) แบรินด์ “ธนาคลัสเตอร์”

ตราสัญลักษณ์แบรนด์	:	
ลักษณะโครงการ	:	บ้านแฝด, ทาวน์โฮม 3 ชั้น
ระดับราคา	:	5 - 10 ล้านบาท
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	:	กลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ค่อนข้างสูง B+, A รายได้ต่อเดือน 90,000 – 150,000 บาท
โครงการที่เปิดขาย	:	โครงการธนาคลัสเตอร์ ราชพฤกษ์ – สถานีบางพลู โครงการธนาคลัสเตอร์ สถานีเซ็นทรัล – บางใหญ่

4) แบรินด์ “ธनावิลเลจ”

ตราสัญลักษณ์แบรนด์	:	
ลักษณะโครงการ	:	บ้านเดี่ยว, บ้านแฝด
ระดับราคา	:	3 – 6 ล้านบาท
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	:	กลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ค่อนข้างสูง B+, A รายได้ต่อเดือน 60,000 – 120,000 บาท
โครงการที่เปิดขาย	:	โครงการโนนาคต

5) แบนด์ “ธนาซิโอ”

ตราสัญลักษณ์แบนด์	:	
ลักษณะโครงการ	:	บ้านแฝด, ทาวน์โฮม
ระดับราคา	:	3 - 5 ล้านบาท
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	:	กลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ปานกลาง C , C+ รายได้ต่อเดือน 60,000 – 100,000 บาท
โครงการที่เปิดขาย	:	โครงการธนาซิโอ รัตนาธิเบศร์

และโครงการในส่วนภูมิภาคต่างๆ ของบริษัท จะใช้แบนด์ “สิริ วิลเลจ” โดยมีรายละเอียดดังนี้

แบนด์ “สิริ วิลเลจ”

ตราสัญลักษณ์แบนด์	:	
ลักษณะโครงการ	:	บ้านแฝด บ้านเดี่ยว และอาคารพาณิชย์ด้านหน้า
ระดับราคา	:	3 – 6 ล้านบาท
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	:	- กลุ่มลูกค้าผู้เริ่มต้นชีวิตครอบครัวที่มีรายได้ปานกลาง C+ , B - รายได้ต่อเดือน 50,000-80,000 บาท
โครงการที่เปิดขายในปัจจุบัน	:	โครงการสิริ วิลเลจ อุดรธานี – แอร์พอร์ต

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้หลักของบริษัทและบริษัทย่อย

โครงสร้างรายได้หลักของบริษัทและบริษัทย่อยมาจากการดำเนินธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์บ้านจัดสรรพร้อมที่ดินเพื่อขาย โดยแบ่งออกตามประเภทสินค้า ปี 2562, ปี 2561 และ ปี 2560 มีรายละเอียด ดังนี้

ประเภทรายได้	ดำเนินการ โดย	ปี 2562*		ปี 2561		ปี 2560	
		ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน
รายได้จากการขาย ¹⁾							
- บ้านเดี่ยว/บ้านแฝด	บริษัท/ บริษัทย่อย	300.6	76.4	428.6	77.0	689.3	82.4
- ทาวน์โฮม/ทาวน์เฮ้าส์	บริษัท/ บริษัทย่อย	91.6	23.3	126.3	22.7	139.0	16.6
รวมรายได้จากการขาย		392.1	99.7	554.9	99.7	828.3	99.0
รายได้อื่น ²⁾		1.3	0.3	1.8	0.3	8.4 ³⁾	1.0
รวมรายได้		393.5	100.0	556.7	100.0	836.7	100.0

หมายเหตุ : 1) รับรู้รายได้จากการขายบ้านและที่ดินเมื่อโอนกรรมสิทธิ์

* ในปี 2562 ปรับการรายงานตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า เริ่มบังคับใช้ 1 มกราคม 2562

2) รายได้อื่นปกติ ประกอบด้วย ดอกเบี้ยรับจากธนาคาร การรับเงินจองจากลูกค้าในโครงการต่างๆ

3) รายได้อื่น ในปี 2560 นอกเหนือจากรายได้อื่นๆ ปกติ คือ ประกอบด้วย เงินชดเชยจากการเวนคืนที่ดินจากกรมทางหลวงชนบท

2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทและบริษัทย่อย มีโครงการทั้งหมดจำนวนรวม 26 โครงการ มูลค่ารวม 10,372 ล้านบาท โดยแบ่งเป็นโครงการที่ปิดแล้วทั้งสิ้น 21 โครงการ มูลค่า 7,621 ล้านบาท และ โครงการที่เปิดดำเนินการขายอยู่ ณ ปัจจุบัน จำนวน 5 โครงการ มูลค่า 2,754 ล้านบาท

โครงการที่ปิดแล้วมีทั้งสิ้น 21 โครงการ (สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562)

โครงการ	ลักษณะโครงการ	เนื้อที่ โครงการ (ไร่)	ระยะเวลา ดำเนินโครงการ	ราคาเฉลี่ย (ล้านบาท)	มูลค่าโครงการ	
					ยูนิต	ล้าน บาท
1. ธนาสิริ รัตนานิเบศร์	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	28-3-74.7	พ.ย.46 – ก.พ.51	5.31	112	595
2. ไพรม์เพลส รัตนานิเบศร์ – บางใหญ่	ทาวน์เฮ้าส์ 2 ชั้น	17-2-22.8	ก.ย.49 – มี.ค.53	1.50	223	344
3. เดอะ คลัสเตอร์ วิลล์ 1 ราชพฤกษ์	ทาวน์เฮ้าส์ สไตล์บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	7-0-0	พ.ค.50 – มี.ค.53	2.78	46	128
4. เดอะ ไพรวะชี ไพรม์เพลส รัตนานิเบศร์ – บางใหญ่	บ้านแฝด สไตล์บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	10-1-11	ก.ย.50 – ก.พ.52	2.65	57	151
5. เดอะ ไพรวะชี 2 ไพรม์เพลส รัตนานิเบศร์ – บางใหญ่	บ้านแฝด สไตล์บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	14-0-63.1	พ.ย.51 – ส.ค.53	2.90	84	244

โครงการ	ลักษณะโครงการ	เนื้อที่ โครงการ (ไร่)	ระยะเวลา ดำเนินโครงการ	ราคาเฉลี่ย (ล้านบาท)	มูลค่าโครงการ	
					ยูนิต	ล้านบาท
6. ธนาสิริ ปิ่นเกล้า – ราชพฤกษ์ 1	- บ้านเดี่ยว 2 ชั้น - บ้านแฝด สไตล์บ้านเดี่ยว 2 ชั้น - ทาวน์โฮม สไตล์บ้านแฝด 2 ชั้น	23-0-31.4	พ.ย.51 – มิ.ย.53	3.84	136	522
7. ธนาสิริ ปิ่นเกล้า – ราชพฤกษ์ 2	ทาวน์โฮม 2 ชั้น	10-3-42.6	พ.ย.52 – มี.ค.54	2.81	112	315
8. เดอะ คลัสเตอร์ วิลล์ 2 ราชพฤกษ์ – พระราม 5	- บ้านเดี่ยว 2 ชั้น - บ้านแฝด สไตล์บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	16-2-74.3	ก.ค.53 – ก.ค.54	4.63	82	380
9. ไพรม์เพลส เนรมิต – อนุสาวรีย์ 2	- บ้านเดี่ยวชั้นเดียว - บ้านแฝดชั้นเดียว	15-1-20	ก.ย.52 – ธ.ค.54	2.76	72	199
10. เดอะ คลัสเตอร์ วิลล์ 3 ปิ่นเกล้า – ราชพฤกษ์	- ทาวน์โฮม 2 ชั้น - ทาวน์โฮม 3 ชั้น	15-2-41	ต.ค.53 – ม.ค.56	3.45	116	400
11. ไพรม์เพลส เนรมิต – อนุสาวรีย์ 1 (ส่วนต่อขยาย)	- อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น - ทาวน์โฮม 3 ชั้น	3-0-30.51	มิ.ย.52 – พ.ค.56	3.53	32	113
12. ไพรม์เพลส เนรมิต – อนุสาวรีย์ 4	- อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น - ทาวน์โฮม 3 ชั้น	1-1-29	เม.ย.54-มิ.ย.55	4.00	12	48
13. บ้านปราน เนรมิต – อนุสาวรีย์ 1	บ้านเดี่ยวชั้นเดียว	4-0-95	ก.ค.54-มิ.ย.57	7.08	12	85
14. สิริ วิลเลจ ภูเก็ต – อนุสาวรีย์	- อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น - บ้านเดี่ยว 2 ชั้น - บ้านแฝด 2 ชั้น	12-3-78	ธ.ค.54-ม.ค.58	3.51	81	284
15. เดอะ คลัสเตอร์ วิลล์ 4 ราชพฤกษ์ – สีรินธร	- บ้านเดี่ยว 2 ชั้น - บ้านแฝด 2 ชั้น - ทาวน์โฮม 2 ชั้น	29-2-14	ก.ย.54-มี.ค.59	4.60	177	816
16. ไพรม์เพลส เดอะ กรีนเนอรี่ บางใหญ่	- บ้านเดี่ยว 2 ชั้น - บ้านแฝด สไตล์บ้าน เดี่ยว 2 ชั้น - ทาวน์โฮม 2 ชั้น	37-3-16	ม.ค.54-ก.ย.59	3.26	261	858
17. ธนาวิลเลจ พระราม 5 – บางใหญ่	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	17-3-3.9	ก.พ.57-ก.ย.59	3.40	82	287

โครงการ	ลักษณะโครงการ	เนื้อที่ โครงการ (ไร่)	ระยะเวลา ดำเนินโครงการ	ราคาเฉลี่ย (ล้านบาท)	มูลค่าโครงการ	
					ยูนิต	ล้านบาท
18. สิริ วิลเลจ สกลนคร – แอร์พอร์ต	บ้านเดี่ยวชั้นเดียว	7-3-7.4	ก.ค.56-มิ.ย.59	2.15	34	74
19. ธนาสาภิเษก ราชพฤกษ์ – สิรินคร	- บ้านเดี่ยว 2 ชั้น - บ้านแฝด สไตล์บ้าน เดี่ยว 2 ชั้น	14.2-55.8	ก.พ.58-ธ.ค.61	4.50	92	457
20. ธนาสิริ ราชพฤกษ์ – ทำนายนนท์	- บ้านเดี่ยว 2 ชั้น - บ้านแฝด สไตล์บ้านเดี่ยว 2 ชั้น - ทาวน์โฮม 2 ชั้น	33-2-94	มิ.ย.55-ก.ย.62	5.41	175	946
21. ธนาวิลเลจ 2 พระราม 5 – บางใหญ่	- บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	16-3-18.4	พ.ย.58-พ.ย.62	4.35	86	375
ยอดรวมโครงการที่ปิดแล้ว					2,084	7,621

โครงการ/ ราคาขาย ต่อยูนิต	ลักษณะโครงการ/ เนื้อที่ดิน/ ปีที่เริ่มเปิดขาย	ที่ตั้งโครงการ	รวม		ขายแล้ว ¹⁾			โอนแล้ว			ยอดคงเหลือยังไม่โอน			มูลค่า เงินลงทุน ใน โครงการ ²⁾	ความคืบหน้า ในการก่อสร้าง	
			ยูนิต	มูลค่า	ยูนิต	มูลค่า	ร้อยละ (ยูนิต)	ยูนิต	มูลค่า	ร้อยละ (ยูนิต)	ยูนิต	มูลค่า	ร้อยละ (ยูนิต)		เงินที่ลงทุน ไปแล้ว	ร้อยละ ของงาน ที่เสร็จ
โครงการที่เปิดขายในปัจจุบัน :																
โครงการที่ดำเนินการโดยบริษัท ธนาสิริ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)																
1. ธนาซิโธ รัตนวิเบศร์ (ราคาเฉลี่ย 2.57 ลบ.)	ทาวนิโฮม 2 ชั้น 15 – 2 – 76 ไร่ กุมภาพันธ์ 2557	ต.บางรักพัฒนา อ.บางบัวทอง จ.นนทบุรี	157	404	153	389	97%	153	389	97%	4	15	3%	310	301	97%
2. ธนาคลัสเตอร์ ราชพฤกษ์ – สถานีบางพลู (ราคาเฉลี่ย 4.48 ลบ.)	ทาวนิโฮม 3 ชั้น 8 – 2 -20 ไร่ กรกฎาคม 2559	ต.บางรักพัฒนา อ.บางบัวทอง จ.นนทบุรี	77	345	27	99	35%	27	98	35%	50	246	65%	250	190	76%
3. ธนาคลัสเตอร์ สถานีเซ็นทรัล – บางใหญ่ (ราคาเฉลี่ย 5.06 ลบ.)	- บ้านแฝด สไตล์บ้าน เดี่ยว 3 ชั้น - ทาวนิโฮม 3 ชั้น 10-1-94.3 ไร่ ตุลาคม 2559	ต.บางแม่นาง อ.บางใหญ่ จ.นนทบุรี	77	390	29	125	38%	29	125	38%	48	265	62%	288	216	75%
4. ธนาฮาบีแทต ปิ่นเกล้า-สีรินธร (ราคาเฉลี่ย 9.21 ลบ.)	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น 26-2-25.9 ไร่ พฤษภาคม 2560	ต.บางสีทอง อ.บางกรวย จ.นนทบุรี	95	875	66	586	69%	55	484	58%	29	289	31%	604	538	89%

โครงการ/ ราคาขาย ต่อหน่วย	ลักษณะโครงการ/ เนื้อที่ดิน/ ปีที่เริ่มเปิดขาย	ที่ตั้งโครงการ	รวม		ขายแล้ว ¹⁾			โอนแล้ว			ยอดคงเหลือยังไม่โอน			มูลค่า เงินลงทุน ใน โครงการ ²⁾	ความคืบหน้า ในการก่อสร้าง	
			ยูนิต	มูลค่า	ยูนิต	มูลค่า	ร้อยละ (ยูนิต)	ยูนิต	มูลค่า	ร้อยละ (ยูนิต)	ยูนิต	มูลค่า	ร้อยละ (ยูนิต)		เงินที่ลงทุน ไปแล้ว	ร้อยละ ของงาน ที่เสร็จ
โครงการที่ดำเนินการโดยบริษัท พิมานสิริ จำกัด (บริษัทย่อย)																
7. สิริวิลเลจ อุดรธานี – แอร์พอร์ต (ราคาเฉลี่ย 4.23 ลบ.)	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น บ้านเดี่ยวชั้นเดียว 39-1-80.2 ไร่ กุมภาพันธ์ 2559	ต.นิคมสงเคราะห์ อ.เมือง จ.อุดรธานี	175	740	47	173	27%	43	155	25%	128	567	73%	540	278	51%
รวมโครงการที่เปิดขายในปัจจุบัน			581	2,754	322	1,371	55%	307	1,252	53%	259	1,383	45%	1,991	1,522	76%

หมายเหตุ :

1) ขายแล้ว มาจากตัวเลขยอดจองซื้อ และรอโอนกรรมสิทธิ์ รวมถึงยูนิตที่โอนแล้ว

2) มูลค่าเงินลงทุนในโครงการมาจากค่าก่อสร้างและค่าพัฒนาสาธารณูปโภคในโครงการ โดยตัวเลขที่แสดงเป็นตัวเลขทางบัญชี ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับตัวเลขของทางก่อสร้างแล้วไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

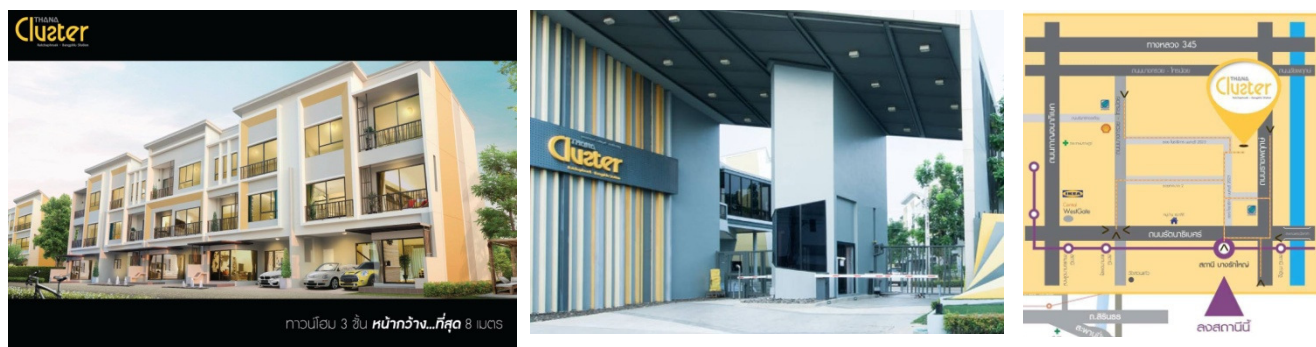
โครงการที่เปิดขายในปัจจุบัน ได้แก่

1) โครงการธานีโอ รัตนาธิเบศร์ (TS1)



ที่ตั้งโครงการ	ตำบลบางรักพัฒนา อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี
พื้นที่โครงการ	15-2-76 ไร่
เจ้าของโครงการ	บริษัท ธนาสิริ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
รายละเอียดโครงการ	ทาวน์โฮม 2 ชั้น จำนวน 157 ยูนิต
จุดเด่นโครงการ	<ul style="list-style-type: none"> - ทำเลใกล้รถไฟฟ้าสายสีม่วง (บางใหญ่ – บางซื่อ) - ทำเลที่ตั้งโครงการใกล้ห้างสรรพสินค้า Central Westgate - เน้นการอยู่อาศัย สังคมร่มรื่น ดูแลกันชนกันที่มิตร - ดีไซน์ 4 ห้องนอน เพิ่มพื้นที่สีเขียว เพื่อความคิดสร้างสรรค์
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	กลุ่มลูกค้าผู้เริ่มต้นชีวิตครอบครัวที่มีรายได้ปานกลาง
ระดับราคาขายต่อหลัง	2.5 – 4.0 ล้านบาท
ประมาณการมูลค่าโครงการ	404 ล้านบาท
ประมาณการมูลค่าเงินลงทุน	310 ล้านบาท
ระยะเวลาก่อสร้าง	ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2556
ระยะเวลาขาย	เปิดตัวโครงการเดือนกุมภาพันธ์ 2557
ความคืบหน้าของการขาย	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ขายไปแล้ว 97%

2) โครงการธนาคารคอนโดมิเนียม ราชพฤกษ์ – สถานีบางพลู (TC1)



ที่ตั้งโครงการ	ตำบลบางรักพัฒนา อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี
พื้นที่โครงการ	8-2-20 ไร่
เจ้าของโครงการ	บริษัท ธนาสิริ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
รายละเอียดโครงการ	ทาวนิโฮม 3 ชั้น หน้ากว้าง 8 เมตร และ หน้ากว้าง 6 เมตร จำนวน 77 ยูนิต
จุดเด่นโครงการ	<ul style="list-style-type: none"> - ทำเลที่ตั้งโครงการใกล้แนวรถไฟฟ้าสายสีม่วง สถานีบางรักใหญ่และสถานีบางพลู - ทำเลที่ตั้งโครงการใกล้ห้างสรรพสินค้า Central Westgate - มีจำนวนหลังเพียง 77 ยูนิต เน้นความเป็นส่วนตัว ใกล้ชิดธรรมชาติ - พื้นที่ส่วนกลางมีทั้ง Social Room และ สวนสาธารณะ เพื่อให้ลูกบ้านพบปะสังสรรค์ - ทาวนิโฮม 3 ชั้น ดีไซน์ใหม่ ทันสมัย เหมาะสำหรับคนรุ่นใหม่ - ทาวนิโฮมทุกหลังสามารถจอดรถได้ 2 คัน - สามารถปรับเปลี่ยนพื้นที่ เป็น Home Office เพื่อทำกิจการขนาดย่อมได้ - ห้อง Master Bedroom มีขนาดใหญ่ระดับเพนท์เฮาส์ ทุกแบบบ้าน
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	กลุ่มลูกค้าที่ต้องการที่อยู่อาศัยที่สามารถปรับเปลี่ยนเป็น Home Office ได้
ระดับราคาขายต่อหลัง	4.0 – 6.0 ล้านบาท
ประมาณการมูลค่าโครงการ	345 ล้านบาท
ประมาณการมูลค่าเงินลงทุน	250 ล้านบาท
ระยะเวลาก่อสร้าง	ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2558
ระยะเวลาขาย	เปิดตัวโครงการเดือนกรกฎาคม 2559
ความคืบหน้าของการขาย	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ขายไปแล้ว 35%

3) โครงการธนาคารสเตอร์ สถานีเซ็นทรัล – บางใหญ่ (TC2)



ที่ตั้งโครงการ	ตำบลบางแม่นาง อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี
พื้นที่โครงการ	10-1-94.3 ไร่
เจ้าของโครงการ	บริษัท ธนาสิริ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
รายละเอียดโครงการ	บ้านแฝด สไตล์บ้านเดี่ยว 3 ชั้น หน้ากว้าง 8 เมตร และ 10 เมตร ทาวนโฮม 3 ชั้น หน้ากว้าง 5.5 เมตร จำนวนทั้งสิ้น 77 ยูนิต
จุดเด่นโครงการ	<ul style="list-style-type: none"> - ทำเลที่ตั้งโครงการใกล้แนวรถไฟฟ้าสายสีม่วง สถานีคลองบางไผ่ - ทำเลที่ตั้งโครงการใกล้ห้างสรรพสินค้า Central Westgate - บ้านแฝดและทาวนโฮม 3 ชั้น ดีไซน์ใหม่ ทันสมัย Loft Style เหมาะสำหรับคนรุ่นใหม่ ที่ต้องการความแปลกใหม่ บนพื้นที่ความสุขส่วนตัว เพียง 77 ยูนิต - สามารถปรับเปลี่ยนพื้นที่ เป็น Home Office เพื่อทำกิจการขนาดย่อมได้ - ทุกหลังสามารถจอดรถได้ 2 คัน โดยเฉพาะบ้านแฝดหน้ากว้าง 10 เมตร จอดรถได้ถึง 3 คัน
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	กลุ่มลูกค้าที่ต้องการที่อยู่อาศัยที่สามารถปรับเปลี่ยนเป็น Home Office ได้
ระดับราคาขายต่อหลัง	4.0 – 7.0 ล้านบาท (ทาวนโฮม 4 ล้านบาท / บ้านแฝด 5 – 7 ล้านบาท)
ประมาณการมูลค่าโครงการ	390 ล้านบาท
ประมาณการมูลค่าเงินลงทุน	288 ล้านบาท
ระยะเวลาก่อสร้าง	ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2558
ระยะเวลาขาย	เปิดตัวโครงการเดือนตุลาคม 2559
ความคืบหน้าของการขาย	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ขายไปแล้ว 38%

4) โครงการธนาสาบิแทต ปิ่นเกล้า – สิรินคร (TH2)



ที่ตั้งโครงการ	ตำบลบางสีทอง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี
พื้นที่โครงการ	26-2-25.9 ไร่
เจ้าของโครงการ	บริษัท ธนาสิริ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
รายละเอียดโครงการ	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น จำนวน 95 ยูนิต
จุดเด่นโครงการ	<ul style="list-style-type: none"> - ทำเลใกล้ทางด่วนพิเศษสายศรีรัช-วงแหวนรอบนอกกรุงเทพมหานคร - โครงการบ้านเดี่ยวคุณภาพดี ไม่แออัด มีความเป็นส่วนตัวเพียง 95 หลัง - เน้นธรรมชาติในการอยู่อาศัย เน้นต้นไม้ขนาดใหญ่และสวนสาธารณะที่ร่มรื่น - สโมสรขนาดใหญ่พร้อมสระว่ายน้ำและฟิตเนสบริเวณหน้าโครงการ - ระบบรักษาความปลอดภัยแบบ Double Gate - บ้านทุกหลังถูกออกแบบให้มีห้องนอนล่างหรือห้องเอนกประสงค์ เพื่อรองรับผู้สูงอายุ หรือแขกผู้มาเยือนได้พักผ่อนอย่างเป็นส่วนตัว
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	กลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูง ผู้ต้องการความเป็นส่วนตัวสูงในทำเลใกล้เมืองหลวง
ระดับราคาขายต่อหลัง	8.0 – 15.0 ล้านบาท
ประมาณการมูลค่าโครงการ	875 ล้านบาท
ประมาณการมูลค่าเงินลงทุน	604 ล้านบาท
ระยะเวลาก่อสร้าง	ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2559
ระยะเวลาขาย	เปิดตัวโครงการเดือนพฤษภาคม 2560
ความคืบหน้าของการขาย	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ขายไปแล้ว 69%

5) โครงการสิริวิลเลจ อุดรธานี – แอร์พอร์ต (UD1)



ที่ตั้งโครงการ	ตำบลนิคมสงเคราะห์ อำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี
พื้นที่โครงการ	39-1-80.2 ไร่
เจ้าของโครงการ	บริษัท พิมานสิริ จำกัด (บริษัทย่อยทางอ้อม)
รายละเอียดโครงการ	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น บ้านเดี่ยวชั้นเดียว จำนวนทั้งสิ้น 175 ยูนิต
จุดเด่นโครงการ	<ul style="list-style-type: none"> - สะดวกสบายในการเดินทาง โครงการติดถนนใหญ่ ใกล้สนามบิน - ทำเลที่ตั้งโครงการ ใกล้ศูนย์ค้าปลีกค้าส่ง - สโมสรขนาดใหญ่ สไตล์รีสอร์ท เชื่อมต่อสวนสวยแบบไร้รอยต่อ - สระว่ายน้ำระบบเกลือ ธรรมชาติคุณภาพดี ใช้งานได้จริง แยกส่วนเด็กและผู้ใหญ่ - บ้านเดี่ยวคุณภาพ ดีไซน์ฟังก์ชันครบ แบบบ้านสไตล์รีสอร์ท - ดีไซน์แบบบ้าน 3 และ 4 ห้องนอน, จอดรถได้ 2 คันทุกแบบบ้าน - มีห้องนอนชั้นล่าง เพื่อตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์คนอุดรอย่างแท้จริง
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	กลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ปานกลาง ผู้ที่ต้องการที่อยู่อาศัยในจังหวัดอุดรธานี
ระดับราคาขายต่อหลัง	2.49 – 8.0 ล้านบาท (บ้านเดี่ยวชั้นเดียว ราคาเริ่มต้น 2.49 – 3.0 ล้านบาท)
ประมาณการมูลค่าโครงการ	740 ล้านบาท
ประมาณการมูลค่าเงินลงทุน	540 ล้านบาท
ระยะเวลาก่อสร้าง	ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2558
ระยะเวลาขาย	เปิดตัวโครงการเดือนกุมภาพันธ์ 2559
ความคืบหน้าของการขาย	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ขายไปแล้ว 27%

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

ลักษณะการตลาด

บริษัทให้ความสำคัญต่อการสำรวจและวิจัยแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคเป็นอย่างมากด้วยหลักการของการออกแบบผลิตภัณฑ์แบบ “Outside-in” การเคลื่อนไหวของตลาด การวิเคราะห์คู่แข่ง และการค้นหาช่องว่างทางการตลาด ตลอดจนนโยบายของรัฐบาลอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ พร้อมผสมผสานความรู้และประสบการณ์ของทีมงานมืออาชีพของบริษัทเพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานโครงการแต่ละโครงการที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า ความต้องการ และช่วงเวลานั้นๆ

1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และราคา

กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy) ที่บริษัทใช้จะมุ่งเน้นการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ (Differentiation - base Focus) รวมถึงการมุ่งเน้นให้เกิดความเชื่อมั่นในบริษัทและผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภค ดังนั้น ในด้านการตลาดของบริษัทจึงมีกลยุทธ์การแข่งขันโดยแบ่งออกได้ดังนี้

- **กลยุทธ์ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ** บริษัทมีนโยบายหลักในการให้ความสำคัญเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งโครงการเป็นอย่างมาก โดยศึกษาจากแนวโน้มการขยายตัวของเส้นทางคมนาคม 2 – 3 ปีข้างหน้าเป็นสำคัญ ซึ่งบริษัทมุ่งเน้นที่จะพัฒนาเฉพาะโครงการที่ตั้งอยู่ในเขตทำเลที่ดี อยู่ใกล้กับสิ่งอำนวยความสะดวก ที่สำคัญไม่ห่างไกลจากย่านชุมชน ที่ตั้งของโครงการส่วนใหญ่มีเส้นทางคมนาคมที่สะดวกสบายและมีแผนขยายเครือข่ายการคมนาคมในอนาคต

ส่วนโครงการของบริษัท ธนาสิริ พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (TPD) และ บริษัท พิมานสิริ จำกัด (PMS) (บริษัทย่อยของ TPD) จะเน้นการพัฒนาโครงการในส่วนภูมิภาคที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันมีโครงการที่อยู่ระหว่างการเปิดขายอยู่ในจังหวัดอุดรธานี ภายใต้การดำเนินงานของ PMS

- **กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์** บริษัทได้กำหนดแนวคิดเฉพาะสำหรับแต่ละโครงการเพื่อสร้างความแตกต่าง โดยออกแบบผังโครงการ รูปแบบสไตล์ที่อยู่อาศัย ประโยชน์ใช้สอยของพื้นที่ โดยใช้ข้อมูลเชิงวิเคราะห์ทางการตลาดเป็นแนวคิดหลักในการพัฒนาแบบ ทั้งนี้ โครงการของบริษัทยังสร้างความแตกต่างโดยการออกแบบพื้นที่ส่วนกลางของแต่ละโครงการให้มีลักษณะโดดเด่น นอกจากนี้ บริษัทยังมีแนวทางในการพัฒนาโครงการของบริษัทในขนาดโครงการที่มีขนาดใหญ่จนเกินไป เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกถึงความเป็นส่วนตัวและอบอุ่น
- **กลยุทธ์ด้านคุณภาพของสินค้า** ในปีที่ผ่านมา บริษัทมีการพัฒนาระบบการควบคุมและตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพบ้านมาใช้ตรวจสอบบ้านสร้างเสร็จในทุกขั้นตอนก่อนที่จะส่งมอบให้กับลูกค้า ทำให้โครงการที่พักอาศัยของบริษัทมีมาตรฐานเดียวกัน เป็นที่ยอมรับของลูกค้าทั่วไป รวมถึงการเลือกใช้วัสดุก่อสร้างที่มีคุณภาพ มีคุณสมบัติที่ดีต่อการก่อสร้างที่อยู่อาศัยที่เต็มเปี่ยม บริษัทใหญ่ชั้นนำทั่วไปในธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์
- **กลยุทธ์การสร้างเชื่อมั่นต่อลูกค้า** บริษัทมีกลยุทธ์สร้างความเชื่อมั่นต่อลูกค้า โดยบริษัทจะเร่งพัฒนาสาธารณูปโภคส่วนกลางให้เสร็จก่อนเปิดการขาย และในส่วนของสินค้าบ้าน บริษัทจะสร้างบ้านตัวอย่างและบ้านสร้างให้เสร็จก่อนขาย เพื่อให้ลูกค้าได้เห็นบ้านและวัสดุ ซึ่งเป็นการกระตุ้นก่อนตัดสินใจซื้อ โดยบริษัทมีบุคลากรที่มีประสบการณ์ รวมถึงการฝึกอบรมเพื่อเสริมทักษะ ความรอบรู้ ในการตรวจสอบงานคุณภาพ เพื่อให้แน่ใจว่างานก่อสร้างบ้านเป็นไปตามมาตรฐานที่บริษัทได้วางไว้

นอกจากนี้ บริษัทมีนโยบายให้ความสำคัญต่อบริการหลังการขาย โดยดูแลและรักษาสภาพชุมชน รวมถึงการรักษาความปลอดภัยให้กับลูกค้าภายหลังพัฒนาโครงการแล้วเสร็จ ซึ่งจะสามารถช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้าผู้อาศัยในโครงการได้อีกทางหนึ่ง นอกจากนี้ บริษัทได้มีการพัฒนาระบบบริการหลังการขายผ่านระบบคอมพิวเตอร์เพื่อสามารถเก็บบันทึกข้อมูลประวัติการซ่อมแซมของลูกค้าที่มาใช้บริการ เพื่อช่วยในการบริหารจัดการเกี่ยวกับการบริการหลังการขายได้เป็นอย่างดี อีกทั้งมีการแต่งตั้งทีมงานที่ดูแลด้านนี้โดยเฉพาะ เพื่อเข้าไปแก้ปัญหาของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

- **กลยุทธ์ด้านราคา** บริษัทใช้นโยบายราคาโดยผสมผสานระหว่างราคาตลาด (Market Approach) และราคาที่คำนวณมาจากต้นทุน (Cost Plus Approach) เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้ โดยพิจารณาจากลูกค้าเป้าหมายและปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ทำเลที่ตั้งโครงการ โอกาสทางการตลาด พฤติกรรมของลูกค้าเป้าหมาย และราคาของคู่แข่งในพื้นที่นั้น เปรียบเทียบต้นทุนในการดำเนินโครงการแล้วจึงกำหนดกลยุทธ์ราคาตามช่องว่างทางการตลาดที่เปิดอยู่ในพื้นที่นั้น

2) การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

การขายในโครงการ : เป็นการขายโดยทีมงานพนักงานขายที่ได้รับการฝึกอบรมพัฒนาตามหลักสูตรมาตรฐานของบริษัท โดยพนักงานขายจะดำเนินกิจกรรมทางการขายภายในสำนักงานของบริษัท ซึ่งตั้งอยู่ในแต่ละโครงการนั้นๆ

การขายภายนอกโครงการ : เป็นการขายและสนับสนุนการขายโดยทีมงานการตลาด ไม่ว่าจะเป็นการออกบูธต่างๆ ตามห้างสรรพสินค้า คอมมูนิตี้ออลล์ชั้นนำ และงานมหกรรมต่างๆ เพื่อเป็นการเพิ่มยอดขาย และ เป็นการเชิญชวนลูกค้าให้เข้ามาแวะชมโครงการ เพื่อให้ทีมงานพนักงานขายดำเนินกิจกรรมทางการขายภายในโครงการต่อไป

การตลาดออนไลน์ : ปัจจุบันผู้บริโภคมีพฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางการสื่อสารออนไลน์เป็นหลักมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การตลาดออนไลน์เริ่มเข้ามามีบทบาทกับการทำธุรกิจต่างๆ และมีการแข่งขันทางด้านการตลาดออนไลน์ที่สูงขึ้น โดยบริษัทได้ดำเนินการจัดทำตลาดออนไลน์ ผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ อาทิเช่น Facebook, Instagram, Line เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด และสามารถลดค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ได้อีกทางหนึ่ง

3) ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

เนื่องจากสินค้าส่วนใหญ่ของบริษัทอยู่ในระดับราคาเฉลี่ยไม่เกิน 5 ล้านบาท ดังนั้น กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัท จึงเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อในระดับปานกลางขึ้นไป ซึ่งมีฐานลูกค้ากระจายอยู่จำนวนมาก โดยครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายในแต่ละระดับรายได้และความต้องการในสินค้าต่างๆ เช่น ทาวน์เฮ้าส์ บ้านแฝด และบ้านเดี่ยว ซึ่งต้องการที่อยู่อาศัยที่มีคุณภาพ ทำเลที่ดี

ภาวะอุตสาหกรรม

เศรษฐกิจไทย ปี 2562

จากรายงานแนวโน้มธุรกิจ ประจำปีไตรมาส 4/2562 จัดทำโดยธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ได้สรุปภาพรวมเศรษฐกิจไทยหดตัวในหลายภาคธุรกิจ โดยแบ่งเป็นรายได้แต่ละภาคธุรกิจ ดังนี้ 1) รายได้ภาคการค้า ปรับตัวลดลงร้อยละ 9% โดยเป็นการหดตัวตามธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ ขณะที่ธุรกิจค้าปลีกค้าส่งได้รับผลดีจากบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ และมาตรการชิมช้อปใช้ 2) รายได้ภาคการผลิต ปรับตัวลดลงร้อยละ 12 โดยเป็นการหดตัวตามรายได้จากการส่งออก เนื่องจากมาตรการกีดกันทางการค้า ภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวและผลของเงินบาทที่แข็งค่าขึ้น 3) รายได้ภาคก่อสร้างหิรัญทรัพย์และก่อสร้าง ปรับตัวลดลงร้อยละ 31 โดยเป็นการหดตัวตามกำลังซื้อภายในประเทศ ผลของมาตรการกำกับดูแลสินเชื่อที่อยู่อาศัย (Loan to Value: LTV) และความเข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อของสถาบันการเงิน และ 4) รายได้ภาคบริการ ปรับตัวลดลงร้อยละ 7 เป็นการหดตัวตามการแข่งขันที่สูงขึ้น และจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลงจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว รวมถึงเงินบาทที่แข็งค่าขึ้น

ทั้งนี้ ผลประกอบการที่แย่งและความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจที่อยู่ในระดับต่ำได้สร้างแรงกดดันต่อการลงทุนรวมถึงการจ้างงานด้วย โดยหลายธุรกิจมีนโยบายไม่เพิ่มการจ้างงานและเปลี่ยนไปจ้างงานแบบชั่วคราวมากขึ้น เนื่องจากช่วยลดต้นทุนและเพิ่มความยืดหยุ่นในการบริหารจำนวนพนักงาน

ในส่วนของภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมไทยในปี 2562 สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ได้ทำแถลงสรุปภาพรวมเศรษฐกิจอุตสาหกรรมในปี 2562 ว่า เมื่อพิจารณาจากดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (MPI) คาดว่าจะหดตัวร้อยละ 3.8 โดยอุตสาหกรรมสำคัญที่หดตัวในปี 2562 อาทิ ผลิตภัณฑ์ยางอื่นๆ ที่มีใช้ยางล้อ ตามปริมาณวัตถุดิบที่เข้าสู่ตลาดลดลง เนื่องจากภัยธรรมชาติและโรคระบาด การชะลอตัวของตลาดจีน และความสามารถในการแข่งขันด้านราคาที่ลดลง ซึ่งเป็นการลดลงของตลาดในประเทศเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจในประเทศที่ชะลอตัว ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากความเข้มงวดของสถาบันการเงินในการอนุมัติสินเชื่อรถยนต์ และตลาดส่งออกเนื่องจากเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า

ชะลอตัว ทั้งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มหลักที่ลดลงจากการชะลอตัวของอุตสาหกรรมต่อเนื่อง เช่น อุตสาหกรรมก่อสร้าง โดยการก่อสร้างที่อยู่อาศัยได้รับผลกระทบจากมาตรการกำกับดูแลสินเชื่อที่อยู่อาศัย (Loan to Value: LTV) ซึ่งเริ่มมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2562 ส่งผลให้ยอดขายและการก่อสร้างที่อยู่อาศัยลดลง

ในส่วนของภาพรวมตลาดอสังหาริมทรัพย์ปี 2562 นั้น แม้ว่าจะเป็นปีที่ค่อนข้างท้าทายสำหรับผู้ประกอบการในการปรับตัวรับมือกับปัจจัยลบต่างๆ ที่เข้ามากระทบ โดยเฉพาะสำหรับตลาดที่อยู่อาศัยทั้งในส่วนของตลาดคอนโดมิเนียมและบ้านจัดสรร ทั้งในเรื่องของภาพรวมเศรษฐกิจภายในและภายนอกที่อยู่ในช่วงชะลอตัว กำลังซื้อทั้งชาวไทยและต่างชาติเกิดการชะลอตัว รวมถึงหลังจากมาตรการกำกับสินเชื่อที่อยู่อาศัย (Loan to Value: LTV) มีการประกาศใช้อย่างเป็นทางการในวันที่ 1 เมษายน 2562 ความตึงเครียดทางการค้าและเศรษฐกิจจากสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีนที่ยังคงยืดเยื้อ ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างฉบับใหม่ รวมถึงค่าเงินบาทที่ยังแข็งค่า ซึ่งการที่เงินบาทแข็งค่ามาก กระทบต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันของการส่งออกไทย ล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยลบที่เข้ามากระทบต่อธุรกิจภาคอสังหาริมทรัพย์ในปี 2562 ทั้งสิ้น แต่ในทางกลับกันก็ถือว่าเป็นปีทองของผู้ซื้อที่มีความพร้อมจริงๆ ที่ได้ซื้ออสังหาริมทรัพย์ในราคาที่ถูกลงทั้งในส่วนของการก่อสร้างแล้วเสร็จพร้อมอยู่ รวมถึงโครงการเปิดขายใหม่สำหรับผู้ประกอบการก็ไม่กล้าที่จะปรับราคามากขึ้น เนื่องจากเกรงว่า หากตั้งราคาขายที่สูงไปจะส่งผลให้โครงการแข่งขันได้ยากในภาวะที่ตลาดชะลอตัว รวมถึงอาจจะส่งผลให้กำลังซื้อไม่สามารถเข้าถึงได้ ถึงแม้ว่าโครงการจะตั้งอยู่บนทำเลที่เป็นที่ต้องการก็ตาม

ทั้งนี้ ผู้ประกอบการมีการปรับตัวกันอย่างต่อเนื่อง ส่วนหนึ่งมาจากมาตรการรัฐที่ออกมากกระตุ้นกำลังซื้อของผู้บริโภค โดยมีเป้าหมายที่จะให้ที่อยู่อาศัยเข้าถึงกลุ่มคนได้หลากหลายมากขึ้น ไปจนถึงปัจจัยทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้ทางภาคเอกชนพยายามปรับตัวทำสินค้าต่างๆ เพื่อให้ออกไปตอบโจทย์กับผู้ซื้อ อย่างไรก็ตาม ตัวเลขของภาพรวมที่อยู่อาศัยทั้งแนวราบและแนวสูงในปี 2562 จะเป็นอีกข้อมูลสำคัญที่จะสามารถสะท้อนถึงตลาดที่อยู่อาศัยได้เป็นอย่างดี และมีผลต่อการพัฒนาโครงการของผู้ประกอบการในปีต่อไป

ทางด้านศูนย์ข้อมูลวิจัยและประเมินค่าอสังหาริมทรัพย์ไทย ได้แถลงสรุปภาวะตลาดอสังหาริมทรัพย์ปี 2562 ว่ามีโครงการอสังหาริมทรัพย์ทุกประเภทเปิดตัวใหม่ 480 โครงการ เพิ่มขึ้นกว่าปี 2561 ที่เปิดตัว 457 โครงการ ในขณะที่จำนวนหน่วยเฉพาะที่อยู่อาศัยที่เปิดตัวใหม่กลับมีน้อยกว่า โดยในปี 2562 เปิดตัว 118,975 หน่วย เมื่อเทียบกับปี 2561 เปิดตัวถึง 125,118 หน่วย หรือลดลงร้อยละ 5 และเมื่อพิจารณาจากมูลค่าโครงการที่อยู่อาศัยที่เปิดใหม่ในปี 2562 อยู่ที่ 476,911 ล้านบาท ลดลงจากปี 2561 ที่เปิดตัวสูงสุดถึง 565,811 ล้านบาท โดยลดลงถึงร้อยละ 16 อาจกล่าวได้ว่าอันที่จริงโครงการที่เปิดตัวในปี 2562 น่าจะลดลงมากกว่าที่สำรวจได้ แต่เนื่องจากในไตรมาสที่ 4/2562 รัฐบาลมีมาตรการกระตุ้นตลาดอสังหาริมทรัพย์จึงมีการเปิดตัวในช่วงปลายปีอย่างคึกคักเป็นพิเศษ ดังนั้น มาตรการกระตุ้นเหล่านี้ จึงเป็นการช่วยระบายสินค้าให้ผู้ประกอบการและเป็นการช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างสินค้าเข้ามาในตลาดได้อย่างต่อเนื่องอีก อุปทานก็ไม่ได้ถูกดูดซับให้ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการก็พยายามปรับตัวโดยทำโครงการที่มีขนาดเล็กลงเพื่อลดความเสี่ยงในการพัฒนาโครงการ อีกทั้ง ยังปรับลดราคาลงเหลือเฉลี่ย 4 ล้านบาทต่อหน่วย ในขณะที่โครงการในปี 2561 มีราคาเฉลี่ยถึง 4.6 ล้านบาทต่อหน่วย

ทิศทางธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ปี 2563

จากสถานการณ์เศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกในปีที่ผ่านมา ยังคงส่งผลกระทบต่อต่อเนื่องมาถึงปี 2563 โดยส่งผลให้ภาคอสังหาริมทรัพย์ยังคงต้องทำงานกันอย่างหนักต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมาที่มีปัจจัยรุมเร้าจากการเติบโต

อย่างไรก็ตามภาคผู้ประกอบการหลายรายได้แสดงความคิดเห็นว่าปี 2563 นี้ น่าจะเป็นปีที่เปราะบางที่สุดของอสังหาริมทรัพย์ หากผ่านปีนี้ได้ก็จะกลับมาสดใสได้ในปี 2564 แต่ถึงแม้ว่าตลาดอสังหาริมทรัพย์จะยังไม่สดใส แต่ความต้องการที่อยู่อาศัยนั้นมียอดตลอดเวลา จะเห็นได้ว่าบางทำเลนั้นยังมีเรียลตี้แมนด์และสามารถขายได้โดดเด่นกว่าทำเลอื่น เช่น โซนบางนา-ตราด ท่าเรือ บางพลี บางเสาธง บางบ่อ ที่ช่วงครึ่งแรกของปีที่แล้ว มียอดขายบ้านเดี่ยวสูงถึง 88% สูงกว่าค่าเฉลี่ยของการตลาดอสังหาริมทรัพย์ในกรุงเทพฯและบริเวณโดยรอบ

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการก็ได้ปรับตัวเพื่อรับมือกับสถานการณ์ด้วยการลดการเปิดโครงการใหม่ลง เน้นระบายโครงการที่กำลังขาย รวมถึงพัฒนาคุณภาพโครงการเพื่อให้ดึงดูดกลุ่มที่มีความต้องการที่แท้จริง ดังนั้นหากใครที่มีความต้องการซื้อที่อยู่อาศัย กำลังมองหาบ้านหลังใหม่ ก็ถือเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้ซื้ออีกปีหนึ่ง ด้วยปัจจัยบวกดังนี้

1. อัตราดอกเบี้ยต่ำแม้ว่าปลายปี 2562 คณะกรรมการนโยบายการเงินจะปรับลดอัตราดอกเบี้ยนโยบายลงเหลือ 1.25% แต่ในปี 2563 ภาพรวมเศรษฐกิจไทยก็ยังไม่ฟื้นตัว การส่งออกยังขยายตัวไม่ดีพอ รวมถึงสถานการณ์ตึงเครียดระหว่างสหรัฐฯและอิหร่านก็มีผลให้ราคาน้ำมัน

สูงขึ้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่ออัตราเงินเฟ้อให้สูงขึ้น ดังนั้นแนวโน้มที่อัตราดอกเบี้ยจะทรงตัวอยู่ในระดับต่ำจึงเป็นไปได้สูงมาก ซึ่งหากมองในมุมผู้บริโภค ก็มีส่วนทำให้มีโอกาสขอสินเชื่อเพื่อซื้ออสังหาริมทรัพย์ที่ได้ดอกเบี้ยต่ำลง

2. ผู้ประกอบการเพิ่มคุณภาพโครงการและจัดโปรโมชั่นดึงดูดลูกค้า แม้ว่าอาจจะไม่ใช่สงครามการลดราคาของผู้ประกอบการอย่างที่คุณผู้อ่านคาดหวัง แต่ก็ยังมีหลายผู้ประกอบการที่มีโปรโมชั่นพิเศษที่ช่วยลดค่าใช้จ่ายมากมาย เช่น ราคาเดียวกันทุกยูนิตทุกมุม ฟรีค่าจดจำนอง รวมทั้งเหล่าผู้ประกอบการก็ได้เน้นการพัฒนาคุณภาพโครงการให้สูงขึ้น จึงถือเป็นโอกาสที่ดีของผู้ซื้อในช่วงนี้สามารถเข้าถึงสินค้าคุณภาพในราคาที่ต่ำลง

3. มีทำเลศักยภาพใหม่ๆ ตามแนวรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายให้เลือกมากขึ้น โดยในช่วงปลายปี 2562 ได้มีข่าวดีสำหรับคนกรุงเทพฯ เกี่ยวกับการเปิดให้บริการรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายทั้งสายสีเขียวและสายสีน้ำเงิน ซึ่งการเปิดให้บริการนี้ไม่เพียงช่วยอำนวยความสะดวกในการเดินทางเท่านั้น แต่ยังเพิ่มทำเลศักยภาพสำหรับที่อยู่อาศัยที่น่าสนใจให้กระจายออกไปตามแนวรถไฟฟ้า เป็นทางเลือกของผู้ซื้อได้มากขึ้น โดยเฉพาะในทำเลส่วนต่อขยายนั้นก็มีราคาที่เข้าถึงได้ง่ายกว่าทำเลใจกลางเมืองอีกด้วย

4. มีมาตรการช่วยเหลือจากภาครัฐ ปี 2563 นี้ ถือว่ามีปัจจัยบวกจากการลดค่าธรรมเนียมการโอนเกือบตลอดทั้งปี โดยปัจจุบันมาตรการนี้ครอบคลุมที่อยู่อาศัยราคาไม่เกิน 3 ล้านบาท แต่ล่าสุดบรรดาผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องก็ได้แสดงความเห็นให้ปรับเพดานไปสูที่อยู่อาศัยราคาไม่เกิน 5 ล้านบาท รวมถึงมีการเสนอให้ผ่อนมาตรการ LTV จากที่เริ่มบังคับใช้กับบ้านหลังที่ 2 ด้วยการกำหนดเพดานกู้ไว้ 80% ให้ปรับไปใช้กับบ้านหลังที่ 3 แทน

5. มี Smart Home ให้เลือกอย่างหลากหลาย จากข่าวที่เริ่มเห็นกันมาปี 2563 ประเทศไทยของเราจะก้าวสู่ยุค 5G ซึ่งการมาของ 5G ก็จะมาซึ่งนวัตกรรมด้านการสื่อสารที่ล้ำสมัยมากขึ้น ซึ่งน่าจะมียุคทองในพลิกโฉมวงการอสังหาริมทรัพย์ให้เข้าสู่ยุคของ Smart Home อย่างเต็มรูปแบบ

อย่างไรก็ตาม แม้สถานการณ์ตลาดอสังหาริมทรัพย์จะยังไม่สดใส แต่หากพิจารณาอย่างรอบด้านและจะเห็นได้ว่า ยังมีปัจจัยบวกอยู่บ้างตามที่กล่าวไปในข้างต้น ดังนั้นสำหรับกลุ่มเรียลตี้มืออาชีพที่มีความต้องการซื้ออย่างแท้จริงย่อมได้รับประโยชน์จากปัจจัยเหล่านี้

ทางด้านศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ และธนาคารอาคารสงเคราะห์ ได้คาดการณ์ว่า ทิศทางอสังหาริมทรัพย์ในปี 2563 นี้ ความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยจะมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยสำคัญ คือ อัตราดอกเบี้ยขาลง และ มาตรการกระตุ้นอสังหาริมทรัพย์ของรัฐบาล จึงทำให้มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องจากปลายปี 2562 แต่อาจจะมีการขยายตัวไม่เกิน 5% และโครงการที่อยู่อาศัยใหม่จะมีการเปิดตัวต่อเนื่องจากช่วงปลายปีรองรับมาตรการรัฐ ซึ่งคาดว่า จะมีจำนวนใกล้เคียงกับยอดการเปิดตัวในปี 2562 ดังนั้น ผู้ประกอบการยังคงต้องให้ความสำคัญกับการบริหารสินค้าที่อยู่อาศัยที่อยู่ระหว่างการก่อสร้างและที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จรอการขาย (Inventory) เพื่อให้อุปทานไม่ค้างอยู่ใน Stock มากเกินไป และยังคงระวังการเปิดตัวโครงการใหม่ๆ ที่มากจนตลาดไม่สามารถดูดซับได้ทัน เพราะว่าการกำลังซื้อในตลาดถึงแม้ยังมีอยู่แต่ไม่มากเท่ากับ 2 ปีก่อน

ส่วนมาตรการการควบคุมสินเชื่อที่อยู่อาศัย (Loan to Value: LTV) ของธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ยังไม่ส่งผลให้ผู้ประกอบการลดราคาที่อยู่อาศัยตามเป้าหมายมาตรการของ ธปท. แต่อาจจะมีส่วนของการจัดโปรโมชั่น การให้ส่วนลดอยู่บ้าง ช่วยให้ผู้ที่เตรียมจะซื้อที่อยู่อาศัยใหม่มีตัวเลือกเพิ่มขึ้น แต่ในภาพรวมราคาที่อยู่อาศัยใหม่จะยังไม่เพิ่มราคา ผู้ประกอบการจะเริ่มปรับตัวมาในตลาดบ้านราคาต่ำมากขึ้น โดยคาดการณ์ว่า ธปท. จะยังไม่ยกเลิกมาตรการ LTV แต่อาจจะมีการผ่อนปรน หรือ ยกเลิกมาตรการในบางพื้นที่ ซึ่งขึ้นอยู่กับพิจารณาของ ธปท. อีกที

ซึ่งเป็นที่สังเกตว่า จากปีก่อนๆ ที่ผ่านมา นอกจากโครงการที่อยู่อาศัยประเภทบ้านและคอนโดมิเนียมแล้วนั้น ยังมีโครงการประเภทมิกซ์ยูส (Mixed-use) ที่เข้ามามีบทบาทในตลาดอสังหาริมทรัพย์ เนื่องจากผู้ประกอบการหลายๆ รายเริ่มเปิดโครงการและเริ่มทยอยสร้างเสร็จ เป็นโครงการที่มีอาคารสำนักงาน คาเฟ่ ที่อยู่อาศัยและโรงแรมอยู่ภายในโครงการเดียวกัน ส่วนหนึ่งก็เพื่อสามารถใช้ประโยชน์จากที่ดินได้อย่างคุ้มค่า โดยเฉพาะที่ดินใจกลางเมือง ตอบโจทย์ที่ให้โครงการเป็นมากกว่าที่อยู่อาศัย และกำลังเป็นที่สนใจของกลุ่มผู้ซื้อที่อยู่อาศัยที่มองหาตัวเลือกใหม่ๆ ที่แตกต่างจากเดิม

ความสามารถในการแข่งขัน

ในกลุ่มผู้ประกอบการที่พักอาศัยที่ดำเนินธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เฉพาะบ้านเดี่ยว บ้านแฝด และทาวน์เฮ้าส์ โดยโครงการที่พัฒนาอยู่ในพื้นที่นนทบุรี และ อุดรธานี เหมือนกับบริษัท มีอยู่เป็นจำนวนมาก ทั้งที่ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ และบริษัทที่ไม่ได้จดทะเบียน

ในตลาดหลักทรัพย์ฯ และผู้ประกอบการรายย่อยอีกหลายราย ซึ่งถือได้ว่าบริษัทมีคู่แข่งอยู่เป็นจำนวนมาก แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทประเมินว่า บริษัทมีศักยภาพสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ได้โดยมีจุดแข็งในการแข่งขันในตลาดได้ดังนี้

ทีมงาน : บริษัทมีทีมงานที่เปี่ยมด้วยความสามารถและทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากองค์กรมีขนาดไม่ใหญ่มาก ดังนั้น จึงมีความคล่องตัวและความยืดหยุ่นในการทำงานค่อนข้างสูง ซึ่งถือเป็นข้อได้เปรียบทางด้านการบริหารและการจัดการ อีกทั้ง บริษัทยังจัดให้มีการอบรมทีมงานอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากหลักสูตรภายในและภายนอกบริษัท รวมถึงการเรียนรู้ข้ามสายงาน ซึ่งมีอยู่อย่างต่อเนื่อง

รูปแบบบ้าน : รูปแบบบ้านของบริษัทจะแตกต่างจากคู่แข่ง โดยบริษัททำการสำรวจความต้องการของลูกค้า เพื่อออกแบบบ้านให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า เช่น โครงการนาคลัสเตอร์ ราชพฤกษ์ – สถานีบางพลู เป็นทาวน์เฮาส์ 3 ชั้น สไตล์บ้านเดี่ยว เพิ่มพื้นที่ใช้สอยมากกว่า นอกจากนี้ บริษัทมีโครงการบ้านแฝด มีรูปแบบสไตล์บ้านเดี่ยว มีฟังก์ชันใช้สอยเหมือนบ้านเดี่ยว แต่ลูกค้าสามารถจ่ายได้ในราคาบ้านแฝด ซึ่งจะต่ำกว่าบ้านเดี่ยวทั่วไป

ทั้งนี้ เมื่อปี 2561 บริษัทได้เข้ารับรางวัล “ASA Real Estate Awards 2018” รางวัลส่งเสริมทรัพย์สินเพื่อคุณภาพชีวิตดีเด่น ประจำปี 2561 ประเภทที่อยู่อาศัย สำหรับระดับราคาไม่เกิน 10 ล้านบาท จากสมาคมสถาปนิกสยาม ในพระบรมราชูปถัมภ์ หรือ อาสา (ASA) โดยพิจารณาจากการออกแบบและการก่อสร้างที่ได้มาตรฐาน เป็นไปตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร และคำนึงถึงคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของผู้อยู่อาศัยในโครงการเป็นหลัก อีกทั้ง ยังต้องเป็นผู้ประกอบการที่มีธรรมาภิบาลในการดำเนินธุรกิจด้วย ทั้งนี้ รางวัลเกียรติยศที่ทางสมาคมฯ จะมอบให้นั้น เป็นรางวัลอันทรงคุณค่า ผ่านการคัดสรร กลั่นกรองอย่างดียิ่งจากผู้ทรงคุณวุฒิในหลากหลายวิชาชีพ

การจัดสรรพื้นที่ส่วนกลาง : การให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตของลูกค้า โดยทุกๆ โครงการของบริษัทไม่ว่าจะเป็นโครงการทาวน์เฮาส์ บ้านแฝด และบ้านเดี่ยว บริษัทได้จัดสรรพื้นที่ส่วนกลางของแต่ละโครงการได้อย่างเหมาะสมกับแต่ละแบรนด์สินค้า โดยมุ่งเน้นความร่มรื่น และการอยู่อาศัยร่วมกันของลูกค้าได้ใช้เป็นพื้นที่พักผ่อน เพื่อให้ลูกค้ามีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ : บริษัทได้นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาพัฒนาใช้ในการบริหารจัดการด้วยระบบคอมพิวเตอร์ เชื่อมโยงกันระหว่างทุกโครงการและสำนักงานใหญ่ ซึ่งปัจจุบันมีระบบที่ใช้อยู่ดังนี้

- **โปรแกรมบริหารข้อมูลโครงการ** ใช้ในการบริหารจัดการข้อมูลของโครงการทั้งหมดของบริษัท ซึ่งทีมผู้บริหารสามารถตรวจสอบข้อมูลที่เกี่ยวข้องการขายและสินค้าคงเหลือทั้งหมดได้ตลอดเวลา
- **โปรแกรมบริหารงานขาย** โปรแกรมสำหรับบันทึกข้อมูลลูกค้ามาเยี่ยมชม โครงการหรือข้อมูลงานขายที่เกิดจากโครงการต่างๆ ของบริษัท มายังสำนักงานใหญ่ เพื่อให้ฝ่ายการตลาดสามารถวิเคราะห์ลักษณะความชื่นชอบและสิ่งที่ลูกค้าต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว
- **โปรแกรมระบบจัดการบริการงานหลังการขาย** สามารถช่วยจัดเก็บประวัติการซ่อมและช่วยบริหารงานซ่อมทั้งหมด ซึ่งสามารถช่วยให้การติดตามสถานะการซ่อมแซม ระยะเวลา และงบประมาณที่ใช้สำหรับบ้านแต่ละหลัง และ/หรือ ในแต่ละหมวดการซ่อมเพื่อนำมาวิเคราะห์หาสาเหตุว่า เกิดจากการใช้งาน หรือวัสดุที่ใช้ หรือจากการออกแบบ
- **โปรแกรมบริหารงานจัดซื้อ** เป็นโปรแกรมในการบริการงานจัดซื้อแบบ Online ช่วยในการจัดทำใบขอซื้อและการอนุมัติผ่านระบบ Online ทำให้มีความสะดวกในการบริหารจัดการงานด้านการสั่งซื้อสินค้าและวัสดุต่างๆ รวมทั้งการตรวจสอบสถานะใบสั่งซื้อได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ลดขั้นตอนการทำงานที่ยุ่งยากและซับซ้อนได้เป็นอย่างดี
- **โปรแกรมระบบบริหารงานก่อสร้างโครงการ** ช่วยในการบริหารงานก่อสร้าง ตั้งแต่เริ่มต้นโครงการ ทั้งในส่วนของงานก่อสร้างบ้านและงานสาธารณูปโภค ช่วยในการเก็บข้อมูลความก้าวหน้าของงานระหว่างการทำงาน และควบคุมการเบิกจ่ายงวดงานผู้รับเหมา

ราคา : บริษัทมีการกำหนดราคาขายอย่างสมเหตุสมผล เนื่องจากราคาเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัย บริษัทจึงมีนโยบายในการกำหนดราคาอย่างยุติธรรม เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่เสนอสินค้าในระดับราคาเดียวกัน สินค้าของบริษัทจะมีฟังก์ชันการใช้สอยที่มากกว่า รูปแบบที่โดดเด่นกว่า และสภาพโครงการ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการที่เหนือกว่า

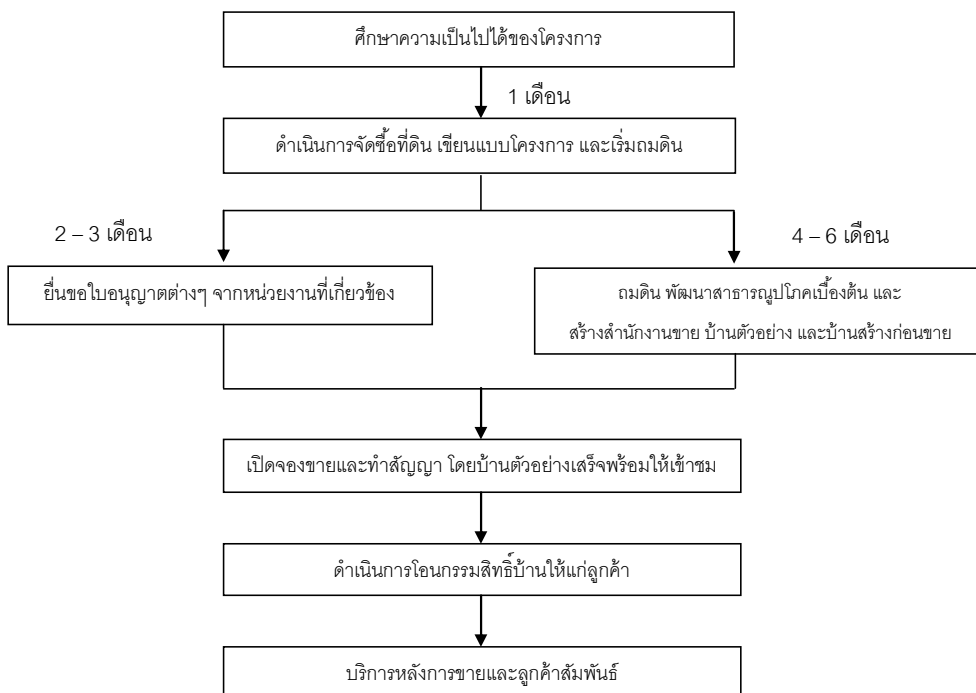
คุณภาพวัสดุที่ใช้ : บริษัทมีนโยบายในการเลือกใช้วัสดุที่มีคุณภาพดีและง่ายต่อการบำรุงรักษาในอนาคต เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและลดภาระของลูกค้าในการบำรุงรักษาหรือซ่อมแซมในอนาคต

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การจัดหาให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

1) ขั้นตอนการบริหารโครงการ

ในแต่ละโครงการจะมีระยะเวลาในการบริหารโครงการแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับขนาดและลักษณะโครงการ แบบบ้าน และขนาดของพื้นที่ใช้สอย โดยปกติระยะเวลาในการดำเนินงานประมาณ 8-10 เดือน โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้



ในการก่อสร้างบ้านแต่ละหลังจะใช้เวลาประมาณ 5-8 เดือน แต่ถ้าเป็นบ้านขนาดเล็กก็จะใช้เวลาในการก่อสร้างบ้านแต่ละหลังประมาณ 4-6 เดือน โดยเฉลี่ยระยะเวลาจากการเปิดจองขายจนถึงวันที่สามารถโอนให้กับลูกค้าประมาณ 45 วัน สำหรับบ้านสร้างเสร็จก่อนขาย

2) การจัดหาที่ดิน

บริษัทมีกระบวนการจัดซื้อที่ดินอย่างเป็นระบบเริ่มจากการพิจารณาที่ดิน ทำเลที่ตั้งของที่ดิน การศึกษาทิศทางการเติบโตของแหล่งที่อยู่อาศัย เส้นทางพัฒนาและการขยายตัวของเขตเมือง มีการคาดการณ์ทิศทางการเติบโตของเมืองเพื่อทำการวิจัยศึกษาความเป็นไปได้ โดยบริษัทมีการติดตามและศึกษาข้อมูลเรื่องที่ดินอย่างใกล้ชิด เพื่อให้ทราบแนวโน้มและศักยภาพในการพัฒนาของที่ดินในทำเลต่างๆ คำนวณสำหรับการพัฒนาโครงการก่อนนำเสนอต่อคณะกรรมการบริหารของบริษัท

การจัดซื้อที่ดินของบริษัทจะดำเนินการจัดซื้อกับเจ้าของที่ดินโดยตรง/ผ่านนายหน้าค้าที่ดิน โดยปัจจุบันบริษัทมีนโยบายการจัดซื้อที่ดินแปลงขนาด 15-30 ไร่ เพื่อพัฒนาโครงการขนาดเล็กที่สามารถดำเนินการโดยใช้ระยะเวลาสั้นในทำเลที่บริษัทมีความชำนาญ โดยที่ดินที่จัดซื้อจะมีระบบสาธารณูปโภคของรัฐรองรับ มีศักยภาพการเติบโตในอนาคตที่ชัดเจนและราคาที่เหมาะสม โดยบริษัทจะมีการเปรียบเทียบราคาซื้อกับราคาประเมินและราคาตลาดอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ได้ราคาที่เหมาะสมในการจัดซื้อที่ดิน ซึ่งก่อนการจัดซื้อที่ดินในแต่ละครั้ง

3) ผู้รับเหมาก่อสร้าง

ผู้รับเหมาก่อสร้างโดยส่วนใหญ่เป็นผู้รับเหมาที่ร่วมงานกับบริษัทมาเป็นเวลานาน มีผลงานและความสามารถในการรับงานสอดคล้องกับมาตรฐานและการเติบโตของบริษัท บริษัทได้จ้างผู้รับเหมาก่อสร้างเป็นผู้ดำเนินการก่อสร้าง โดยบริษัทไม่มีแรงงานในการก่อสร้างเป็นของตนเอง

อย่างไรก็ตาม ในการหาผู้รับเหมาเพิ่มเติม บริษัทจะพิจารณาเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างจากผลงาน คุณภาพงานในอดีต ความสามารถ และศักยภาพในการทำงานให้แล้วเสร็จ รวมทั้งตรวจสอบฐานะทางการเงินของผู้รับเหมา เพื่อให้แน่ใจว่าผู้รับเหมาจะสามารถจัดซื้อวัสดุและอุปกรณ์ในการก่อสร้างได้ตรงตามที่กำหนดในสัญญา นอกจากนี้ บริษัทยังพิจารณาถึงขนาดและแรงงานของผู้รับเหมาแต่ละรายเพื่อให้แน่ใจว่าผู้รับเหมาที่มีศักยภาพที่เหมาะสมกับงานที่จะรับ

โดยปกติผู้รับเหมาก่อสร้างจะเป็นผู้รับผิดชอบในค่าใช้จ่ายดำเนินการ ค่าวัสดุก่อสร้างที่เกี่ยวข้องในงาน (นอกเหนือจากส่วนที่บริษัทจัดหาให้) อุปกรณ์ สัมภาระ เครื่องมือเครื่องใช้ และค่าจ้างเหมาแรงงานก่อสร้าง เป็นลักษณะเหมารวมเบ็ดเสร็จตามขอบข่ายสัญญาที่ได้ทำกันไว้ บริษัทจะเป็นผู้กำหนดราคากลางโดยฝ่ายแบบและฝ่ายประเมินราคา และบริษัทจะพิจารณาจัดหาวัสดุก่อสร้างหลักๆ ให้แก่ผู้รับเหมา ทั้งนี้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารต้นทุนและการควบคุมคุณภาพของวัสดุก่อสร้าง

บริษัทจะจ่ายค่าจ้างเป็นงวดๆ ตามงวดงานที่ก่อสร้างสำเร็จตามสัญญา โดยมีการหักเงินประกันผลงานในแต่ละงวดงาน สำหรับผู้รับเหมาก่อสร้างรายเล็ก บริษัทจะพิจารณาการแบ่งงวดงานและการตรวจรับงานให้ถี่ขึ้น เพื่อแบ่งเบาภาระของผู้รับเหมาในการจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ในการก่อสร้าง โดยทั่วไปผู้รับเหมาที่ติดต่อกับบริษัทจะรับประกันผลงานและมีมือปฏิบัติงาน รวมทั้งคุณภาพของสิ่งของวัสดุอุปกรณ์ที่ทำเสร็จต่อไปอีก 1 ปีหลังจากส่งมอบงานที่ทำเสร็จงวดสุดท้าย หากครบกำหนด 1 ปีและงานที่ผู้รับเหมาส่งมอบไว้ไม่มีปัญหาใดๆ บริษัทจะคืนเงินประกันผลงานที่หักไว้ในแต่ละงวดงานให้แก่ผู้รับเหมา ถึงแม้ว่าบริษัทจะจ้างผู้รับเหมาให้รับผิดชอบการก่อสร้างโครงการของบริษัทแต่บริษัทจะมีวิศวกรโครงการและหัวหน้าผู้คุมงานซึ่งเป็นพนักงานประจำของบริษัทเข้าควบคุมงานของผู้รับเหมาก่อสร้างให้อยู่ในมาตรฐานที่บริษัทกำหนด

บริษัทตระหนักดีถึงความสำคัญของผู้รับเหมาก่อสร้าง ซึ่งเป็นหัวใจหลักของขบวนการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ดังนั้น บริษัทจึงจัดตั้งคณะกรรมการผู้รับเหมาสัมพันธ์ ประกอบด้วยกรรมการ ดังนี้

- | | | |
|---------------|----------------|---|
| 1. ประธานคณะ | ดำรงตำแหน่งโดย | ผู้อำนวยการฝ่ายอำนวยการและก่อสร้างโครงการ |
| 2. หัวหน้าคณะ | ดำรงตำแหน่งโดย | ผู้จัดการฝ่ายอำนวยการ |
| 3. กรรมการ | ดำรงตำแหน่งโดย | ผู้จัดการโครงการ, วิศวกรประมาณราคาอาวุโส |
| 4. เลขานุการ | ดำรงตำแหน่งโดย | รองผู้อำนวยการฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์ |
| 5. ที่ปรึกษา | ดำรงตำแหน่งโดย | กรรมการผู้จัดการ, ที่ปรึกษาทีมบริหาร |

ทั้งนี้ บทบาทและหน้าที่หลักๆ ของคณะกรรมการผู้รับเหมาสัมพันธ์ มีดังนี้

- พิจารณาเรื่องหลักเกณฑ์และการสรรหาผู้รับเหมา
- เป็นศูนย์กลางในการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้รับเหมา กับบริษัท ตลอดจนกิจกรรมต่างๆ ที่ส่งเสริมความเข้าใจอันดี และสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างกัน
- พิจารณาเรื่องระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
- พิจารณาเรื่องการพัฒนาศักยภาพผู้รับเหมา
- พิจารณาเรื่องอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
- คณะกรรมการผู้รับเหมาสัมพันธ์ รายงานตรงต่อคณะกรรมการบริหาร

โดยในปี 2562 บริษัทได้จัดทำนโยบาย พร้อมทั้งกำหนดเป้าหมายในการพัฒนาผู้รับเหมาสัมพันธ์ ดังนี้

- 1) ด้านการสรรหาผู้รับเหมา
 - 1.1 สรรหาผู้รับเหมาเพื่อเป็นพันธมิตรกับบริษัทในระยะยาว
 - 1.2 สรรหาผู้รับเหมาพันธมิตร ไม่เกิน 10 บริษัท ในเขตพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

โดยแบ่งเป็น ผู้รับเหมาก่อสร้างบ้าน Precast และ ผู้รับเหมาก่อสร้างบ้าน Conventional

1.3 สรรหาผู้รับเหมาก่อสร้างบ้าน ไม่เกิน 2 บริษัทต่อ 1 โครงการ

1.4 สรรหาผู้รับเหมา เฉพาะงานสาธารณูปโภค ประเภท งานก่อสร้างสโมสร์ งานซุ้มป้ายโครงการ

ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นผู้รับเหมาหลักในการเปิดโครงการใหม่

1.5 สรรหาผู้รับเหมา งานสาธารณูปโภคทั่วไป ประเภท งานถมดิน งานถนนและท่อระบายน้ำ งานรั้วโครงการ และงานอื่นๆ

2) การเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้รับเหมา

2.1 การอบรมมาตรฐานงานก่อสร้าง และมาตรฐานการทำงานของบริษัท เพื่อให้ได้คุณภาพงานก่อสร้างที่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ของบริษัท

2.2 ให้สิทธิประโยชน์ ทางด้านการเงินต่างๆ อาทิเช่น เงินพิเศษค่าแรงจัดงานก่อสร้าง ส่วนลดพิเศษสำหรับผู้รับเหมาที่สนใจซื้อบ้านของบริษัท

2.3 มอบประกาศเกียรติคุณ ผู้รับเหมาดีเด่น และการให้รางวัลพิเศษต่างๆ เพื่อเป็นความภาคภูมิใจในการมีส่วนร่วมในความสำเร็จของโครงการ

นอกจากนี้ บริษัทยังจัดให้มีการพบปะสังสรรค์ระหว่างผู้รับเหมาและเจ้าหน้าที่ระดับผู้บริหารของบริษัท เป็นระยะ ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้รับเหมารู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของทีมงานของบริษัทและรับรู้ถึงแนวทางการเติบโตของบริษัทต่อไปในอนาคต

4) วัสดุก่อสร้าง

วัสดุก่อสร้างจะแบ่งเป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ คือ วัสดุก่อสร้างที่ผู้รับเหมาก่อสร้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบจัดหาและวัสดุก่อสร้างที่บริษัทเป็นผู้จัดหาเอง โดยเฉลี่ยแล้ววัสดุก่อสร้างที่ผู้รับเหมาก่อสร้างจัดหาเองเปรียบเทียบกับวัสดุที่บริษัทจัดหาให้มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 45 : 55

- วัสดุก่อสร้างที่ผู้รับเหมาก่อสร้างเป็นผู้รับผิดชอบจัดหา ในสัญญาการว่าจ้างระหว่างบริษัทและผู้รับเหมาก่อสร้างจะระบุถึงคุณสมบัติของวัสดุก่อสร้างที่ผู้รับเหมาก่อสร้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบจัดหาเอง ทั้งนี้ ผู้รับเหมาก่อสร้างจะต้องใช้วัสดุก่อสร้างที่ได้คุณภาพตรงกับที่ระบุในสัญญา บริษัทจะมีส่วนช่วยเหลือในการต่อรองราคากับผู้จัดจำหน่ายวัสดุก่อสร้างบางรายการให้กับผู้รับเหมาทุกรายในโครงการ เนื่องจากการรวมปริมาณสั่งซื้อในจำนวนมากจะทำให้บริษัทมีอำนาจในการต่อรองราคามากกว่าการให้ผู้รับเหมาก่อสร้างแต่ละรายสั่งซื้อกันเอง
- วัสดุก่อสร้างที่บริษัทเป็นผู้จัดหาเอง ส่วนใหญ่จะเป็นวัสดุที่ต้องใช้เป็นจำนวนมาก หรือต้องสั่งซื้อกับผู้จัดจำหน่ายเฉพาะราย หรือต้องมีการควบคุมสเปคเป็นกรณีพิเศษ หรืออาจต้องใช้ระยะเวลาในการสั่งซื้อ ดังนั้น เพื่อเป็นการลดภาระของผู้รับเหมาก่อสร้าง บริษัทจึงติดต่อซื้อวัสดุเหล่านั้นกับผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายโดยตรงและให้จัดส่งตรงไปที่โครงการเมื่อถึงเวลาที่ผู้รับเหมาก่อสร้างจะต้องใช้วัสดุเหล่านั้น โดยบริษัทจะไม่ส่งวัสดุมาเก็บไว้ให้เป็นภาระในการเก็บสินค้าคงคลัง

วัสดุก่อสร้างส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่ผลิตในประเทศ หรือในกรณีเป็นสินค้านำเข้า บริษัทจะติดต่อกับผู้นำสินค้าเข้าโดยตรงเพื่อลดภาระในการเก็บสินค้าคงคลัง การจัดหาวัสดุก่อสร้างของบริษัทจะติดต่อกับผู้จัดจำหน่ายและผู้ผลิตโดยตรง บริษัทจะให้ผู้จัดจำหน่ายหลายๆ รายเสนอราคา ตลอดจนเงื่อนไขต่างๆ อาทิเช่น การจัดส่ง การติดตั้ง การให้บริการ ณ โครงการ การรับประกันหลังการขาย เป็นต้น และพิจารณาเลือกผู้จัดจำหน่ายที่ให้ราคาที่คุ้มค่าและมีความน่าเชื่อถือว่าจะสามารถจัดหาวัสดุส่งมอบให้บริษัทได้ตามที่ตกลงกันไว้ และสามารถให้บริการหลังการขาย ณ โครงการได้ภายในเวลาที่กำหนด โดยไม่ได้คำนึงถึงราคาต่ำสุดเพียงอย่างเดียว สำหรับวัสดุก่อสร้างบางรายการบริษัทจะติดต่อผู้จำหน่ายให้รับประกันเกินกว่า 1 ปี (ซึ่งเป็นระยะเวลาประกันตามมาตรฐาน) ซึ่งผู้จำหน่ายจะมีรับประกันสินค้าให้กับบ้านแต่ละหลังและบริษัทจะส่งมอบใบรับประกันดังกล่าวให้แก่ลูกค้า ณ วันโอนกรรมสิทธิ์

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนสัมพันธ์

การพัฒนาโครงการของบริษัทอยู่ภายใต้ขอบข่ายของกฎหมายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม แต่ทั้งนี้ เพื่อให้สภาพแวดล้อมของโครงการอยู่ในสภาพดีและไม่เป็นการทำลายสิ่งแวดล้อม บริษัทมีระบบการจัดการระบบสาธารณูปโภคของโครงการเพื่อไม่ก่อให้เกิดปัญหาที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้ โดยเฉพาะการจัดให้มีถังบำบัดน้ำเสียสำหรับแต่ละบ้านและสำหรับพื้นที่ส่วนกลางทุกโครงการ

ทั้งนี้ ในระยะ 3 ปีที่ผ่านมาบริษัทไม่เคยมีปัญหาหรือถูกร้องเรียนใดๆ เกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมจากชุมชนในละแวกใกล้เคียงและจากหน่วยงานของราชการ นอกจากนี้ บริษัทยังมีการส่วนงานที่คอยดูแลชุมชนสัมพันธ์โดยเฉพาะ เพื่อสร้างสัมพันธ์ที่ดีและคอยรับปัญหาในการที่ชุมชนอาจได้รับผลกระทบระหว่างการก่อสร้าง

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทและบริษัทย่อยมีบ้านที่มีการทำสัญญาจะซื้อจะขายแล้วแต่ยังส่งมอบไม่ได้รวม 2 โครงการ จำนวน 15 ยูนิต ซึ่งมีมูลค่ารวมประมาณ 119.9 ล้านบาท โดยคาดว่าจะรับรู้รายได้ในไตรมาส 1 และ 2 ของปี 2562 ดังนี้

ที่	โครงการ	ดำเนินการ โดย	จำนวน (ยูนิต)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)
1	ธนาฮาบิแทต ปิ่นเกล้า – สิรินคร	บริษัท	11	101.6
2	สิริวิลเลจ อุดรธานี – แอร์พอร์ต	บริษัทย่อย	4	18.3
	รวมทั้งสิ้น		15	119.9

3. ปัจจัยความเสี่ยง

จากลักษณะของธุรกิจของบริษัท ปัจจัยที่อาจทำให้เกิดความเสี่ยงและส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานในอนาคตมีดังนี้ คือ

1. ความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท/บริษัทย่อย

1.1 ความเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจ

จากสภาวะเศรษฐกิจและสภาพแวดล้อมทางมหัพภวิทยาในช่วงที่ผ่านมา ถือเป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับผู้ประกอบการในการปรับตัวรับมือกับปัจจัยลบต่างๆ ที่เข้ามากระทบ โดยเฉพาะสำหรับตลาดที่อยู่อาศัยทั้งในส่วนของตลาดคอนโดมิเนียมและบ้านจัดสรร ทั้งในเรื่องของสภาพรวมเศรษฐกิจภายในและภายนอกที่อยู่ในช่วงชะลอตัว กำลังซื้อทั้งชาวไทยและต่างชาติเกิดการชะลอตัว รวมถึงหลังจากมาตรการกำกับสินเชื่อที่อยู่อาศัย (Loan to Value: LTV) มีการประกาศใช้อย่างเป็นทางการในวันที่ 1 เมษายน 2562 ความตึงเครียดทางการค้าและเศรษฐกิจจากสงครามการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกาและจีนที่ยังคงยืดเยื้อ ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างฉบับใหม่ รวมถึงค่าเงินบาทที่ยังแข็งค่า ซึ่งการที่เงินบาทแข็งค่ามากกระทบต่อขีดความสามารถทางการแข่งขันของการส่งออกไทย ล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยลบที่เข้ามากระทบต่อธุรกิจภาคอสังหาริมทรัพย์ทั้งสิ้น

ดังนั้น บริษัทจึงให้ความสำคัญในการติดตามข่าวสาร ดัชนีชี้วัดทางเศรษฐกิจและอสังหาริมทรัพย์ทั้งภายในและภายนอกประเทศอย่างใกล้ชิด เพื่อนำข้อมูลต่างๆ มาวิเคราะห์และพัฒนากลยุทธ์ของบริษัท เพื่อรับมือกับสถานการณ์ต่างๆ อาทิเช่น การลดการเปิดโครงการใหม่ เน้นระบายโครงการที่กำลังขาย รวมถึงพัฒนาคุณภาพโครงการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

1.2 ความเสี่ยงจากภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้นของตลาดที่อยู่อาศัย

ในปัจจุบันผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ได้ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดมากขึ้น โดยมุ่งเน้นพัฒนาสินค้า เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าทุกระดับ โดยใช้กลยุทธ์การแข่งขันหลายรูปแบบ อาทิเช่น กลยุทธ์การจัดกิจกรรมการส่งเสริมการขายโดยการลดราคาบ้านพร้อมของสมนาคุณต่างๆ รวมถึงการที่คู่แข่งเปิดตัวโครงการก่อนโครงการของบริษัทโดยอยู่ในบริเวณเดียวกัน ซึ่งมีรูปแบบโครงการและมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นกลุ่มลูกค้าเดียวกันกับของบริษัท เป็นต้น ประกอบกับธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในโซนจังหวัดนนทบุรีมีการแข่งขันค่อนข้างสูง เนื่องจากเป็นทำเลที่มีศักยภาพจากการพัฒนาโครงการสาธารณูปโภคของภาครัฐอย่างต่อเนื่อง บริษัทต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงจากคู่แข่งที่เปิดขายโครงการในบริเวณเดียวกันกับโครงการของบริษัท ซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี โดยมีคู่แข่งทั้งจากบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ และบริษัทที่อยู่นอกตลาดหลักทรัพย์ฯ ดังนั้น หากบริษัทไม่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งเหล่านี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทอาจได้รับผลกระทบในทางลบอย่างมีนัยสำคัญต่อฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัท

อย่างไรก็ตาม บริษัทได้มีการพัฒนานวัตกรรมรูปแบบของสินค้าให้มีความหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น โดยบริษัทเน้นการพัฒนาโครงการเฉพาะในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ทำให้บริษัทมีความชำนาญเฉพาะพื้นที่ สามารถเข้าใจและทราบถึงความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี รวมถึงมีการศึกษาและวิจัยสำรวจความต้องการลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ประชาชนในพื้นที่มีความคุ้นเคยกับโครงการจึงส่งผลให้เกิดความไว้วางใจมากขึ้น และในแต่ละโครงการของบริษัทจะอยู่ในพื้นที่ที่ใกล้เคียงกันเพื่อให้เกิดการประหยัดต่อการลงทุนและเป็นการช่วยลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน นอกจากนี้ บริษัทยังมีนโยบายการบริหารงานที่ชัดเจน ทำให้บริษัทสามารถบริหารโครงการในแต่ละโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 ด้านการเงิน และสภาพคล่องทางการเงิน

ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนสูง หากเกิดเหตุการณ์ที่เหนือความคาดหมาย ซึ่งอาจทำให้เกิดผลกระทบปัญหาสภาพคล่องทางการเงินได้ บริษัทจึงถือเป็นนโยบายที่ถือปฏิบัติอย่างต่อเนื่องเรื่องการรักษาสภาพคล่อง โดยมุ่งเน้นการลงทุนพัฒนาโครงการที่มีความเสี่ยงในระดับยอมรับได้ โดยมีความเป็นไปได้ของโครงการอยู่ในระดับสูง นอกจากนี้การเตรียมวงเงินสินเชื่อหมุนเวียนไว้ ก็เป็นแนวทางที่บริษัทได้ดำเนินการไว้ด้วยแล้วเช่นกัน อันจะนำมาซึ่งความเชื่อมั่นในการดำเนินธุรกิจให้มีสภาพคล่องอย่างเพียงพอ เมื่อเกิดเหตุการณ์เหนือความคาดหมาย

แนวโน้มหนี้ภาคครัวเรือนที่สูงขึ้น จะทำให้สภาพคล่องในระบบการเงินตึงตัว ธนาคารมีการปล่อยสินเชื่อลดลง เนื่องจากปัญหาหนี้ครัวเรือนสูงขึ้น ขณะที่รายได้ปรับขึ้นตามไม่ทัน ส่งผลให้กำลังซื้อของผู้บริโภคตกต่ำ ชื้อบ้านได้หลังเล็กลง บางกลุ่มไม่สามารถซื้อได้ นอกจากนี้ ยังมีมาตรการ LTV ที่ทำให้ลูกค้าต้องจ่ายเงินดาวน์มากขึ้น ถือเป็นอุปสรรคสำคัญสำหรับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

อย่างไรก็ตาม บริษัทได้พัฒนาสินค้าที่มีความหลากหลายในระดับราคาที่สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อลดลง ทั้งนี้ เพื่อลดความเสี่ยงในเรื่องดังกล่าวข้างต้น บริษัทได้ทำการประเมินคุณสมบัติเบื้องต้นและตรวจสอบความสามารถในการผ่อนชำระเงินกู้ (Pre-Approve) ของลูกค้าก่อนการจอง ซึ่งจะทำให้ความเสี่ยงจากการอนุมัติสินเชื่อลดลง รวมถึงการเตรียมความพร้อมและให้คำแนะนำกับลูกค้าในการขออนุมัติสินเชื่อและหาแนวทางร่วมกับธนาคารพาณิชย์ที่เป็นพันธมิตร เพื่อหาแนวทางในการช่วยเหลือสำหรับลูกค้าบ้านหลังที่สองและหลังที่สาม

1.4 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

การดำเนินธุรกิจของบริษัทเกี่ยวข้องกับการก่อสร้างที่อยู่อาศัยซึ่งอยู่ภายใต้กฎหมายและข้อกำหนดอื่นๆ ที่เข้มงวดจึงมีความเสี่ยงที่อาจพบได้ เช่น การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบเกี่ยวกับการกำหนดเขตการใช้ประโยชน์ที่ดิน (Zoning) กฎหมายผังเมือง การเปลี่ยนแปลงข้อกำหนดการจัดสรรที่ดินตาม พ.ร.บ.จัดสรรที่ดิน การถูกจำกัดประโยชน์ในการใช้พื้นที่ในการก่อสร้างอาคารบางประเภท การถูกเวนคืนที่ดินเพื่อการก่อสร้างสาธารณูปโภคของภาครัฐ หรือปัญหาอันเกิดจากการแก้ไขกฎหมาย ประกาศ และข้อกำหนดต่างๆ ของทางราชการที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินธุรกิจ ฐานะทางการเงิน และผลการดำเนินงานของบริษัทได้

อย่างไรก็ตาม บริษัทได้ลดความเสี่ยงในเรื่องการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ดังกล่าวด้วยการสำรวจและทำการศึกษาล่วงหน้าข้อจำกัดต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และติดตามการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับกฎระเบียบ ข้อกำหนดทางกฎหมายต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องควบคู่ไปกับการศึกษาภาวะตลาดอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการปรับเปลี่ยนการดำเนินการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.5 ความเสี่ยงจากการประกาศใช้ พรบ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ซึ่งประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2562 โดยจะต้องดำเนินการจัดให้มีการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลตามที่กฎหมายกำหนด โดยจะมีผลบังคับใช้เมื่อพ้นกำหนด 1 ปี นับแต่วันที่ประกาศใช้ในราชกิจจานุเบกษา ซึ่งกฎหมายฉบับนี้เป็นกฎหมายใหม่ที่ไม่เคยมีในระบบกฎหมายไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และเพื่อให้มีมาตรการเยียวยาเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลจากการถูกละเมิดสิทธิในข้อมูลส่วนบุคคล

โดยในส่วนของบริษัทเองนั้น ได้มีการเตรียมความพร้อมในการดำเนินการให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด โดยอาจจะส่งผลกระทบต่อการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคล ไม่ว่าจะเป็น ข้อมูลพนักงาน ลูกค้า คู่ค้า รวมถึงผู้ถือหุ้น

แม้ว่าการดำเนินการดังกล่าวจะทำให้เกิดกระบวนการในการทำธุรกรรมต่างๆ มากยิ่งขึ้น แต่จะทำให้การจัดเก็บข้อมูลต่างๆ มีประสิทธิภาพและมีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น รวมถึง ลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับบริษัทในการกระทำความผิดภายใต้กฎหมายที่เกี่ยวข้องได้

1.6 ความเสี่ยงจากการจัดหาที่ดินเพื่อพัฒนาโครงการในอนาคต

ที่ดินถือเป็นต้นทุนหลักซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาโครงการ ซึ่งบริษัทไม่มีนโยบายในการซื้อที่ดินจำนวนมากเพื่อเก็บไว้สำหรับการพัฒนา ทั้งนี้ เพื่อป้องกันปัญหาการรับภาระด้านต้นทุนทางการเงิน ซึ่งอาจจะก่อให้เกิดปัญหาสภาพคล่องให้แก่บริษัทได้ อีกทั้ง บริษัทต้องการลดความเสี่ยงในเรื่องของการปรับเปลี่ยนผังเมืองและแนวเวนคืน ซึ่งอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ในอนาคต จึงทำให้บริษัทอาจเกิดความเสี่ยงจากการไม่สามารถซื้อที่ดินในทำเลที่ดี ที่เหมาะสมกับการพัฒนาโครงการ หรือ มีต้นทุนในการพัฒนาโครงการที่สูงขึ้น ทำให้บริษัทไม่สามารถพัฒนาโครงการได้ตามที่วางแผนไว้ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัทในอนาคตได้

อย่างไรก็ตาม บริษัทในจัดทำแผนการซื้อที่ดินเพื่อพัฒนาโครงการให้สอดคล้องกับแผนการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยเป็นการกำหนดแผนไว้ล่วงหน้าประมาณ 2-3 ปี เพื่อให้บริษัทมีที่ดินเพื่อพัฒนาโครงการได้อย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทมีการติดตามและศึกษาข้อมูลเรื่องที่ดินอย่างใกล้ชิด เพื่อให้ทราบแนวโน้มและศักยภาพในการพัฒนาของที่ดินในทำเลต่างๆ เพื่อให้คุ้มค่าสำหรับการพัฒนาโครงการ

2. ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อสิทธิหรือการลงทุนของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์

2.1 ความเสี่ยงจากการมีกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ถือหุ้นในบริษัทมากกว่าร้อยละ 65

บริษัทมีกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ คือ กลุ่มเสถียรภาพยุทธ์ ถือหุ้นในบริษัทรวมกันมากกว่าร้อยละ 65 หรือคิดเป็นสัดส่วนการถือหุ้นมากกว่า 3 ใน 4 ทำให้กลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่มิอาจมีอำนาจในการกำหนดนโยบายการบริหารงานและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของบริษัทในทุกเรื่องที่ต้องได้รับอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นของบริษัทจึงมีความเสี่ยงจากการไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นรายใหญ่เสนอให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณา นอกจากนี้ การถือหุ้นในลักษณะกระจุกตัวโดยผู้ถือหุ้นรายใหญ่นี้ยังทำให้โอกาสที่บริษัทจะถูกครอบงำกิจการโดยบุคคลอื่นไม่สามารถเกิดขึ้นได้โดยปราศจากความยินยอมของกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่นี้ แม้ว่าผู้ถือหุ้นกลุ่มอื่นจะเห็นโอกาสที่จะทำให้มูลค่าของกิจการเพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ตาม บริษัทมีการกำหนดโครงสร้างการจัดการเพื่อให้เกิดการถ่วงดุลและสอบทานการบริหารงานอย่างเหมาะสม โดยประกอบด้วย คณะกรรมการทั้งหมด 6 ชุด ได้แก่ คณะกรรมการบริษัท, คณะกรรมการตรวจสอบ, คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน, คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ, คณะกรรมการบริหาร และคณะผู้บริหาร ซึ่งมีการกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการชุดต่างๆ อย่างชัดเจน นอกจากนี้ ในกรณีเข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกับกรรมการ ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ และผู้มีอำนาจควบคุม รวมถึงบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง บุคคลดังกล่าวจะไม่มีสิทธิออกเสียงในการอนุมัติรายการดังกล่าว

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทและบริษัทย่อยมีทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วย สินค้ำคงเหลือ ที่ดิน - อาคาร และอุปกรณ์ และที่ดินรอการพัฒนา มูลค่าเท่ากับ 615.9 ล้านบาท 6.4 ล้านบาท และ 114.8 ล้านบาท ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 ทรัพย์สินถาวรหลัก

1) สินค้ำคงเหลือ

สินค้ำคงเหลือเป็นสินทรัพย์หลักเพื่อใช้ในการประกอบธุรกิจ ได้แก่ ที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง เพื่อขายในโครงการต่างๆ และสินค้ำรอส่งเสริมการขายที่จะส่งมอบให้ลูกค้า เมื่อโอนกรรมสิทธิ์บ้านแล้ว จากงบการเงินรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทและบริษัทย่อยมีสินค้ำคงเหลือสุทธิรวมเท่ากับ 615.9 ล้านบาท ซึ่งรวมสินค้ำรอส่งเสริมการขายแล้ว จำนวน 18.0 ล้านบาท และ ที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง จำนวน 597.9 ล้านบาท โดยที่ดินและสิ่งปลูกสร้างได้รับการประเมินมูลค่าจาก บริษัท เอเจนซี ฟอร์ เรียลเอสเตท แอฟแฟร์ส จำกัด, บริษัท อัลติมา แอฟไพร์ซัล จำกัด, บริษัท ฟิวเจอร์ แอฟไพร์ซัล จำกัด, บริษัท เคแทค แอฟแฟร์ซัล แอนด์ เซอร์วิส จำกัด, บริษัท ไกร เอสทิเมชัน จำกัด และ บริษัท โกลบอล แอสเซ็ท แวลูเออร์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทประเมินอิสระที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงาน ก.ล.ต. โดยมีรายละเอียดดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

ลำดับ	ประเภททรัพย์สิน	ชื่อโครงการ/ที่ตั้ง	มูลค่าตามบัญชี ณ 31 ธ.ค.2562	ราคาประเมิน	วันที่ประเมิน	กรรมสิทธิ์ในที่ดิน	วิธีการประเมิน	ภาระผูกพัน ณ วันที่ 31 ธ.ค.2562		
								ติดจำนอง	วงเงินรวม	ภาระผูกพัน
1	ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง เนื้อที่ 15-2-76 ไร่	โครงการธนาธิโอ รัตนาธิเบศร์ ต.บางรักพัฒนา อ.บางบัวทอง จ.นนทบุรี	10.3	387.2 ¹⁾	21 ม.ค. 56	บริษัท	วิธีการต้นทุน, วิธีการเปรียบเทียบราคาตลาด	-	-	-
2	ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง เนื้อที่ 8-2-20 ไร่	โครงการธนาคลัสเตอร์ ราชพฤกษ์ – สถานีบางพลู ต.บางรักพัฒนา อ.บางบัวทอง จ.นนทบุรี	109.5	339.2 ¹⁾ 58.1 ²⁾	11 มี.ค. 58	บริษัท	วิธีการเปรียบเทียบราคาตลาด วิธีคิดจากมูลค่าคงเหลือตามสภาพ	ธนาคารกรุงศรีอยุธยา	189.4	31.8
3	ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง เนื้อที่ 10-1-94.3 ไร่ (เนื้อที่หน่วยขายคงเหลือ = 4-3-13 ไร่)	โครงการธนาคลัสเตอร์ สถานีเซ็นทรัล – บางใหญ่ ต.บางแม่นาง อ.บางใหญ่ จ.นนทบุรี	118.5	186.4 ¹⁾	4 ต.ค. 61	บริษัท	วิธีการเปรียบเทียบราคาตลาด	ธนาคารทิสโก้	204.5	17.8

ลำดับ	ประเภททรัพย์สิน	ชื่อโครงการ/ที่ตั้ง	มูลค่าตามบัญชี ณ 31 ธ.ค.2562	ราคาประเมิน	วันที่ประเมิน	กรรมสิทธิ์ในที่ดิน	วิธีการประเมิน	ภาระผูกพัน ณ วันที่ 31 ธ.ค.2562		
								ติดจำนอง	วงเงินรวม	ภาระผูกพัน
4	ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง เนื้อที่ 39-1-80 ไร่	โครงการสิริ วิลเลจ อุดรธานี – แอร์พอร์ต ต.นิคมสงเคราะห์ อ.เมือง จ.อุดรธานี	160.1	548.8 ¹⁾ 181.4 ²⁾	5 มิ.ย. 58	บริษัทย่อย	วิธีการเปรียบเทียบ ราคาตลาด วิธีคิดจากมูลค่า คงเหลือตามสภาพ	ธนาคาร เกียรตินาคิน	396.1	69.9
5	ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง เนื้อที่ 26-2-5.9 ไร่	โครงการธนาสาภิเษก ปิ่นเกล้า – สิรินคร ต.บางสีทอง อ.บางกรวย จ.นนทบุรี	199.5	821.5 ¹⁾ 241.7 ²⁾	22 ก.ค. 59	บริษัท	วิธีการเปรียบเทียบ ราคาตลาด วิธีคิดจากมูลค่า คงเหลือตามสภาพ	ธนาคาร กรุงศรีอยุธยา	457.5	4.2
รวมทั้งสิ้น			597.9							

- หมายเหตุ :**
- 1) ใช้ราคาประเมิน มูลค่าเปรียบเทียบราคาตลาดของทรัพย์สินเมื่อโครงการพัฒนาแล้วเสร็จ 100%
 - 2) มูลค่าคงเหลือของทรัพย์สิน ตามสภาพปัจจุบัน (Residual Method of Valuation) = (รายได้รวม – ต้นทุนก่อสร้าง และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน)
 - 3) ราคามูลค่าเปรียบเทียบราคาตลาดของทรัพย์สินตามสภาพการพัฒนาปัจจุบัน
 - 4) มูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2562 ซึ่งรวมต้นทุนอื่นๆ เช่น ค่าธรรมเนียมต่างๆ ค่าใช้จ่ายให้ได้มาซึ่งทรัพย์สิน

2) สินทรัพย์ถาวร

มูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์หลักประเภทที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ของบริษัทและบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 แสดงไว้ในตารางดังต่อไปนี้

หน่วย : ล้านบาท

รายการ	สถานที่ตั้ง	มูลค่าสุทธิตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธ.ค. 62	ระยะเวลาตัดค่าเสื่อม	ภาระผูกพัน
อาคารสำนักงานส่วนปรับปรุงและสำนักงานเช่า	โครงการต่างๆ	0.1	5 ปี	ไม่มี
เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	สำนักงานใหญ่	2.1	5 ปี	ไม่มี
ยานพาหนะ	สำนักงานใหญ่และโครงการต่างๆ	2.5	5 ปี	ไม่มี
เครื่องจักรและอุปกรณ์	สำนักงานใหญ่และโครงการต่างๆ	0.2	3 ปี	ไม่มี
ป้ายโฆษณา	โครงการไพรม์เพลส เดอะ กรีนเนอรี่ บางใหญ่ โครงการธนาสิริ ราชพฤกษ์ – ทำน่านนท์	0.06	5 ปี	ไม่มี
ที่ดินบริเวณที่ตั้งป้ายโฆษณา	ด้านหน้าโครงการธนาสิริ ปิ่นเกล้า – ราชพฤกษ์	0.7	-	ไม่มี
	ด้านหน้าโครงการไพรม์เพลส เดอะ กรีนเนอรี่ บางใหญ่	0.2		
	ด้านหน้าโครงการธนาสิริ ราชพฤกษ์ – ทำน่านนท์	0.6		
รวมทั้งสิ้น		6.4		

3) สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน

มูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนของบริษัทและบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 จำนวนเงินทั้งสิ้น 350,482 บาท ซึ่งเป็นค่าลิขสิทธิ์และค่าพัฒนาซอฟต์แวร์ต่างๆ ที่นำมาใช้ในการดำเนินงานของบริษัท ประกอบด้วยโปรแกรมหลักๆ สำหรับระบบงานบัญชี, ระบบเงินเดือน และระบบปฏิบัติการทั่วไป โดยมีลิขสิทธิ์ในการใช้งานได้ตามเงื่อนไขของเจ้าของลิขสิทธิ์ ซึ่งไม่ได้มีการกำหนดอายุของสิทธิไว้แต่อย่างใด

4) ที่ดินรอการพัฒนา

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทและบริษัทย่อยมีที่ดินรอการพัฒนาตามงบการเงินรวมเท่ากับ 114.8 ล้านบาท (แสดงไว้ในรายการสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น ในหน้างบการเงินรวมของบริษัท) โดยที่ดินรอการพัฒนาของบริษัทจะเป็นที่ดินเปล่า ซึ่งบริษัทหรือบริษัทย่อยลงทุนซื้อไว้เพื่อนำมาพัฒนาเป็นโครงการในอนาคต โดยที่ดินรอการพัฒนาได้รับการประเมินมูลค่าเรียบร้อยแล้วจากบริษัท เอเจนซี ฟอร์ เรียลเอสเตท แอฟแฟร์ส จำกัด (“AREA”) และบริษัท โกลบอล แอสเซท แวลูเออร์ จำกัด โดยใช้วิธีการเปรียบเทียบราคาตลาดและวิธีการสมมติฐานการพัฒนาเป็นวิธีการประเมิน โดยมีรายละเอียดดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

ลำดับ	ที่ตั้ง	เนื้อที่ดิน (ไร่)	มูลค่าบัญชี ณ วันที่ 31 ธ.ค.2562	ราคา ประเมิน	วันที่ ประเมิน	กรรมสิทธิ์ ในที่ดิน	ภาระผูกพัน ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2562		
							ติดจำนอง	วงเงินรวม	ภาระผูกพัน
1	ที่ดินเปล่า ริมถนนรัตนนิเบศร์ ต.บางรักใหญ่ อ.บางบัวทอง จ.นนทบุรี	2-0-87.9	18.5	143.1 ^{a)}	21 พ.ย. 61	บริษัท	ธนาคารไทยพาณิชย์	30.0	2.0
2	ที่ดินเปล่า ในโครงการธนาสิริ รัตนนิเบศร์ ต.บางรักใหญ่ อ.บางบัวทอง จ.นนทบุรี	0-3-94.6	8.4	19.7 ^{b)}	3 ม.ค. 61	บริษัท	ธนาคารกรุงเทพ	8.0	2.9
3	ที่ดินเปล่า ริมถนนซอยวัดไผ่เหลือง ต.บางรักพัฒนา อ.บางบัวทอง จ.นนทบุรี	3-2-80.6	27.5	71.1 ^{c)}	27 พ.ย. 60	บริษัท	เมืองไทยประกันชีวิต	35.0	15.4
4	ที่ดินเปล่า กมลา อ.กระทุ่ม จ.ภูเก็ต	105-2-76.9	60.0	810.0 ^{b)}	29 พ.ย. 61	บริษัทย่อย	ธนาคารธนาชาต	185.0	70.0
5	ที่ดินเปล่า อ.เมืองนนทบุรี จ.นนทบุรี	13-2-9	0.4	-	-	บริษัทย่อย	-	-	-
รวมทั้งสิ้น			114.8	1,043.9					

หมายเหตุ : a) ที่ดินรอพัฒนาได้รับการประเมินมูลค่าทรัพย์สินจากบริษัท เอเจนซี ฟอร์ เรียลเอสเตท แอฟแฟร์ส จำกัด (AREA) โดยใช้วิธีการต้นทุนและวิธีการสมมติฐานการพัฒนาเป็นวิธีการประเมิน

b) ที่ดินรอพัฒนาได้รับการประเมินมูลค่าทรัพย์สินจาก บริษัท เอเจนซี ฟอร์ เรียลเอสเตท แอฟแฟร์ส จำกัด (AREA) โดยใช้วิธีเปรียบเทียบราคาตลาดเป็นวิธีการประเมิน

c) ที่ดินรอพัฒนาได้รับการประเมินมูลค่าทรัพย์สินจาก บริษัท โกลบอล แอสเซท แวลูเออร์ จำกัด โดยใช้วิธีเปรียบเทียบราคาตลาดเป็นวิธีการประเมิน

** นโยบายบัญชี เริ่ม 1 ต.ค. 61 เพื่อที่ดินสำหรับรอพัฒนาโครงการ

= ถือเป็นที่ดินรอพัฒนา หากไม่มีแผนการพัฒนาเกินกว่า 6 เดือน

= ถือเป็นสินค้าคงเหลือ เมื่อยื่นขอจัดสรรที่ดิน

5) สัญญาเช่าพื้นที่อาคารสำนักงาน

บริษัททำสัญญาเช่าอาคารพาณิชย์ 4 ชั้น จำนวน 2 คูหา เพื่อใช้สำหรับเป็นสำนักงานใหญ่ โดยทำสัญญาเช่ากับบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน โดยมีรายละเอียดของสัญญาเช่า ดังนี้

คู่สัญญา	:	ผู้เช่า บริษัท ธนาสิริ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และ บริษัทย่อย ผู้ให้เช่า กลุ่มเสถียรภาพยุทธ์
ที่ตั้งสถานที่ให้เช่า	:	650, 652 ถนนบรมราชชนนี แขวงบางบำหรุ เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร
อายุสัญญา	:	ต่ออายุทุกๆ 3 ปี โดยฉบับปัจจุบัน เริ่มตั้งแต่ 1 ก.ค. 2560 – 30 มิ.ย. 2563
พื้นที่เช่า	:	670 ตารางเมตร
ค่าเช่า	:	0.141 ล้านบาทต่อเดือน (บริษัท 0.127 บาท และ บริษัทย่อย 0.014 ล้านบาท (รวมภาษีหัก ณ ที่จ่าย))

4.2 นโยบายในการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อยต่างๆ ดังนี้

1. บริษัทย่อยทางตรง คือ บริษัท ธนาสิริ พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (“TPD”) ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โดยถือหุ้นในอัตราร้อยละ 99.8 มูลค่าเงินลงทุนเท่ากับ 90.4 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 10.8 ของสินทรัพย์รวม
2. บริษัทย่อยทางอ้อม คือ บริษัท พิมานสิริ จำกัด (“PMS”) ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โดยถือหุ้นผ่านบริษัท ธนาสิริ พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ในอัตราร้อยละ 60.75 มูลค่าเงินลงทุนเท่ากับ 48.6 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 5.8 ของสินทรัพย์รวม

อย่างไรก็ตาม ในอนาคตบริษัทอาจมีการขยายขอบเขตการดำเนินธุรกิจจึงอาจมีการจัดตั้งบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมขึ้น เพื่อเป็นการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจหลักของบริษัท ซึ่งบริษัทมีนโยบายจะส่งกรรมการบริษัทเข้าไปเป็นกรรมการของบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมดังกล่าว เพื่อร่วมกำหนดนโยบายการดำเนินงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันและเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของกลุ่ม

การควบคุมดูแลบริษัทย่อยและบริษัทร่วมนั้น โดยส่วนใหญ่จะมีข้อตกลงกับผู้ร่วมลงทุน เช่น กรณีการลงทุนในกิจการร่วมค้าจะกำหนดจำนวนกรรมการซึ่งเป็นบุคคลที่บริษัทเป็นผู้กำหนด โดยใช้สัดส่วนการถือหุ้นเป็นเกณฑ์กำหนดจำนวนกรรมการที่จะเข้าไปควบคุมดูแล สำหรับบริษัทย่อย บริษัทจะส่งกรรมการเข้าไปเป็นตัวแทนมากกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนคณะกรรมการทั้งหมด หากการดำเนินการมีผลกระทบต่อบริษัทอย่างมีนัยสำคัญจะต้องขออนุมัติจากที่ประชุมกรรมการของบริษัทก่อน

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

เมื่อวันที่ 18 สิงหาคม 2553 บริษัทถูกฟ้องเป็นหนึ่งในจำเลยในคดีอาญาและคดีแพ่ง เรื่องข้อโกงและผิดสัญญา โดยขอให้บริษัทโอนกรรมสิทธิ์ในที่ดินจำนวน 1 แปลงให้แก่นิติบุคคลหมู่บ้านจัดสรรของโครงการแห่งหนึ่ง โดยหากไม่อาจโอนกรรมสิทธิ์ในที่ดินดังกล่าว ให้บริษัทร่วมชดเชยเงินค่าเสียหายจำนวนหนึ่ง ซึ่งในวันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2558, วันที่ 23 มีนาคม 2559 และวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2561 ในส่วนคดีอาญาศาลชั้นต้น, ชั้นอุทธรณ์และศาลฎีกา พิพากษายกฟ้องบริษัทในความผิดฐานข้อโกงตามลำดับ

เมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2560 ในส่วนคดีแพ่งศาลชั้นต้นมีคำพิพากษายกฟ้องบริษัทในความผิดฐานผิดสัญญา โดยบริษัทไม่ต้องโอนกรรมสิทธิ์ในที่ดินให้แก่นิติบุคคลหมู่บ้านจัดสรรโครงการแต่อย่างใด ต่อมาเมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2560 โจทก์ได้ยื่นคำร้องขอคุ้มครองชั่วคราว โดยห้ามบริษัทจดทะเบียนโอนสินทรัพย์ที่ดินแก่ผู้อื่นและห้ามทำนิติกรรมอื่นที่ก่อให้เกิดผลผูกพันใด ๆ ในที่ดินพิพาท

ต่อมาบริษัทได้ยื่นคำร้องคัดค้านคำร้องขอคุ้มครองชั่วคราว เนื่องจากคำร้องขอคุ้มครองชั่วคราวระหว่างการพิจารณาอุทธรณ์ของโจทก์ไม่มีเหตุผลในการเปลี่ยนแปลงคำพิพากษาของศาลชั้นต้นได้ ขอให้ศาลมีคำสั่งยกคำร้องขอคุ้มครองชั่วคราว เมื่อวันที่ 3 พฤษภาคม 2561 ศาลอุทธรณ์มีคำพิพากษายืนตามคำพิพากษาศาลชั้นต้น

วันที่ 3 กรกฎาคม 2561 โจทก์ได้ยื่นคำร้องขอยื่นฎีกาและ ฎีกาต่อศาลจังหวัดนนทบุรี โดยศาลสั่งว่า “สำเนาให้อีกฝ่ายรอไว้ส่งเมื่อศาลฎีกาพิจารณาคำร้องขออนุญาตฎีกาแล้ว”และ ในวันเดียวกันนั้น บริษัทได้ยื่นคำร้องขอยื่นฎีกาและฎีกาต่อศาลจังหวัดนนทบุรี ในประเด็นข้อกฎหมาย เรื่องอายุความ และ อำนาจฟ้อง

ต่อมาเมื่อวันที่ 6 กรกฎาคม 2561 บริษัทได้ตรวจสำนวน เพื่อทราบคำสั่งศาลโดยศาลชั้นต้นมีคำสั่ง “สำเนาให้อีกฝ่ายให้ส่งคำร้องขออนุญาตฎีกาและฎีกาของจำเลยทั้งหมดให้ศาลฎีกาเพื่อพิจารณาสั่ง” ซึ่งการที่ศาลจังหวัดนนทบุรีมีคำสั่งดังกล่าว ฎีกาที่บริษัทยื่นต่อศาลจังหวัดนนทบุรี จะมีผลเป็นการรับฎีกาต่อเมื่อศาลฎีกามีคำสั่งอนุญาตให้บริษัททำฎีกาได้เสียก่อน

เมื่อวันที่ 27 มิถุนายน 2562 ศาลจังหวัดนนทบุรีนัดฟังคำสั่งศาลฎีกา ซึ่งศาลฎีกาไม่อนุญาตให้ฎีกาและยกคำร้องกับไม่รับฎีกาของโจทก์และจำเลยทั้งหมด

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

เกี่ยวกับบริษัท

ชื่อย่อ	:	THANA
ชื่อบริษัท	:	บริษัท ธนาสิริ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
ชื่อภาษาอังกฤษ	:	Thanasiri Group Public Company Limited
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	650, 652 ถนนบรมราชชนนี แขวงบางบำหรุ เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร 10700
ประเภทธุรกิจ	:	พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ด้านธุรกิจบ้านจัดสรรพร้อมที่ดินเพื่อขาย
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107552000073
ทุนจดทะเบียน	:	329,000,000 บาท
ทุนชำระแล้ว	:	253,212,000 บาท
จำนวนหุ้นสามัญ	:	253,212,000 หุ้น (มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ 1 บาท)
โทรศัพท์	:	0-2886-4888
โทรสาร	:	0-2886-4878
Home Page	:	www.thanasiri.com

สำนักเลขานุการบริษัท

เลขานุการบริษัท	:	คุณวิภาณันท์ แย้มคุ้ม
โทรศัพท์	:	0-2886-4888 ต่อ 106
E-mail Address	:	cs@thanasiri.com

หน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์

นักลงทุนสัมพันธ์	:	คุณวิภาณันท์ แย้มคุ้ม
โทรศัพท์	:	0-2886-4888 ต่อ 106
E-mail Address	:	ir@thanasiri.com

บริษัทย่อย

ชื่อบริษัท	:	บริษัท ธนาสิริ พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	650, 652 ถนนบรมราชชนนี แขวงบางบำหรุ เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร 10700
ประเภทธุรกิจ	:	พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ด้านธุรกิจบ้านจัดสรรพร้อมที่ดินเพื่อขาย
เลขทะเบียนบริษัท	:	0105533073026
โทรศัพท์	:	0-2886-4888
โทรสาร	:	0-2886-4878
ชื่อบริษัท	:	บริษัท พิมานสิริ จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	650, 652 ถนนบรมราชชนนี แขวงบางบำหรุ เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร 10700
ประเภทธุรกิจ	:	พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ด้านธุรกิจบ้านจัดสรรพร้อมที่ดินเพื่อขาย
เลขทะเบียนบริษัท	:	0105557188320
โทรศัพท์	:	0-2886-4888
โทรสาร	:	0-2886-4878

บริษัทย่อย (ต่อ)

ชื่อบริษัท	:	บริษัท อนาบุกิ ธนาสิริ (ประเทศไทย) จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	650, 652 ถนนบรมราชชนนี แขวงบางบำหรุ เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร 10700
ประเภทธุรกิจ	:	พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ด้านธุรกิจบ้านจัดสรรพร้อมที่ดินเพื่อขาย
เลขทะเบียนบริษัท	:	0105563020028
โทรศัพท์	:	0-2886-4888
โทรสาร	:	0-2886-4878

นายทะเบียนหลักทรัพย์

ชื่อบริษัท	:	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	93 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก ดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400
โทรศัพท์	:	0-2009-9000 และ TSD Call Center 0-2009-9999
โทรสาร	:	0-2009-9991
Home Page	:	www.set.or.th/tsd

ผู้สอบบัญชี

ชื่อบริษัท	:	บริษัท กรินทร์ ออดิท จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	72 อาคาร กสท โทรคมนาคม ชั้น 24 ถนนเจริญกรุง แขวงบางรัก เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500
ผู้สอบบัญชี	:	นายเจษฎา หังสพฤกษ์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3759 หรือ นางสาวกรรณิการ์ วิภาณูรัตน์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 7305 หรือ นายจิโรจ ศิริโรโรจน์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 5113
โทรศัพท์	:	0-2105-4661
โทรสาร	:	0-2026-3760
Home Page	:	www.karinaudit.co.th

ที่ปรึกษาทางด้านกฎหมาย

ชื่อบริษัท	:	บริษัท สำนักงานกฎหมายธรรมนิติ จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	2/2 อาคารภักดี ชั้น 2 ถนนวิทยุ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330
โทรศัพท์	:	0-2680-9777 / 0-2680-9740
โทรสาร	:	0-2680-9711
Home Page	:	www.dlo.co.th