

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท เนอวานา ไดอิ จำกัด (มหาชน) (NVD) เดิมชื่อ บริษัท ไดอิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (DAII)

บริษัทฯ จัดทะเบียนจัดตั้งเมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2537 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรกจำนวน 5 ล้านบาท ซึ่งต่อมาบริษัทฯ ได้จดทะเบียนเข้าตลาดหลักทรัพย์ (MAI) เมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2558 โดยมีทุนจดทะเบียน 130 ล้านบาท และทุนชำระแล้ว 130 ล้านบาท

เมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2559 ได้รับโอนหุ้นทั้งหมดของบริษัท เนอวานา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (“เนอวานา”) และรับโอนกิจการทั้งหมด (Entire Business Transfer) ของเนอวานา มาเป็นของบริษัทฯ โดยมีการเพิ่มทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว จาก 130 ล้านบาท มาเป็น 1,180.60 ล้านบาท

ณ 31 ธันวาคม 2560 กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ธุรกิจรับสร้างบ้าน ธุรกิจผลิตภัณฑ์ประตูและหน้าต่างอลูมิเนียมสำเร็จรูป หลังจากบริษัทฯ ได้รับโอนหุ้นทั้งหมดของเนอวานา ทำให้ส่วนงานธุรกิจของบริษัทเพิ่มขึ้น ซึ่งกลุ่มบริษัท เนอวานา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โดยเน้นการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อที่อยู่อาศัยเป็นหลัก

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมายหรือกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัทฯ ในภาพรวม

วิสัยทัศน์ (Vision)

สร้างนิยามใหม่ของการใช้ชีวิต

พันธกิจ (Mission)

- เราจะเป็นผู้นำในการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าผ่านกระบวนการออกแบบ อย่างเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าในทุกมิติ
- เราจะเป็นแบบอย่างยั่งยืน ผ่านการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ และทางเลือกของการอยู่อาศัยแบบครบวงจร
- เราจะเป็นองค์กรแห่งการสร้างสรรค์ ที่มุ่งเน้นการส่งมอบประสบการณ์ที่ดีต่อลูกค้า
- เรามุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจอย่างคำนึงถึงสังคม และสิ่งแวดล้อม พร้อมสร้างผลตอบแทนกลับสู่ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน

นโยบายและเป้าหมายในการดำเนินงานของบริษัท

ในปี 2560 บริษัทฯ มีเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจดังนี้

เป้าหมายด้านการดำเนินธุรกิจ

- 1) ธุรกิจพัฒนาที่อยู่อาศัยเพื่อขาย บริษัทฯ เน้นการเปิดตัวโครงการที่มีศักยภาพสูง โดยมีการศึกษาสถานะตลาดและความต้องการของผู้บริโภคอย่างละเอียด จำนวนยูนิตและตัวโครงการจะถูกกำหนดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค โดยอ้างอิงจากข้อมูลของการขายและการตลาด เน้นช่องทางการตลาดที่ก่อให้เกิด

เกิดความมีประสิทธิภาพสูงสุดและมีเนื้อหาที่น่าสนใจ เนื่องด้วยสภาวะเศรษฐกิจในปีที่มีความไม่แน่นอนและมีความผันผวน บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการบริหารงานขาย งานก่อสร้าง และการเงินอย่างมีวินัย

- 2) ธุรกิจบ้านสำเร็จรูป บริษัทฯ มุ่งเน้นวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์การก่อสร้างบ้านสำเร็จรูป ด้วยเทคโนโลยีการผลิตชั้นสูงจากโรงงานทุกชิ้นส่วนของตัวบ้าน มีเป้าหมายที่จะออกแบบบ้านให้ทันสมัยและมีฟังก์ชันที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ามากขึ้น และขยายช่องทางการขายให้ครอบคลุมมากขึ้นโดยใช้ประโยชน์จากสำนักงานขายบ้านในโครงการ เนอวานา ที่มีอยู่แล้วในปัจจุบัน
- 3) รั้วสำเร็จรูป FENZER และสินค้าอื่นจากโรงงาน บริษัทฯ มุ่งเน้นเป้าหมายรักษาความเป็นผู้นำตลาดรั้วสำเร็จรูป โดยการพัฒนารั้วสำเร็จรูปรุ่นต่างๆ ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมากขึ้นและมีดีไซน์ที่โดดเด่น เพื่อครอบคลุมกลุ่มลูกค้าเป้าหมายกว้างขึ้น รวมทั้งในปีบริษัทฯ ได้เพิ่มผลิตภัณฑ์อื่นๆ เข้ามาเพิ่มเติม เช่น รั้วพิมพ์ลายในตัว ฯลฯ เพื่อเพิ่มให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค
- 4) ธุรกิจประตูหน้าต่างอลูมิเนียมสำเร็จรูป บริษัทฯ มุ่งเน้นการแนะนำสินค้าประตูหน้าต่างอลูมิเนียมคุณภาพสูงเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของตลาดระดับบนและร่วมกับผู้ผลิตในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นส่วนประกอบของที่อยู่อาศัย เช่น ประตูรั้วอลูมิเนียมสำเร็จรูป ประตูหน้าต่างระบายอากาศ เรือนรับรองส่วนต่อเติม และอื่นๆ ที่เพื่อนำเสนอต่อธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และผู้รับเหมาก่อสร้างอาคารบ้านโดยทั่วไป

เป้าหมายด้านการบริหารงาน

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะดำเนินงานด้วยความโปร่งใส และมีธรรมาภิบาล โดยมีการเปิดเผยข้อมูลตามหลักเกณฑ์ที่เหมาะสม เพื่อสร้างความเป็นธรรมและเสริมสร้างความเท่าเทียมกันระหว่างผู้ถือหุ้นทุกราย รวมทั้งบริษัทฯ มีการจัดวางระบบการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบอิสระภายในและภายนอก เพื่อให้มั่นใจได้ว่าการบริหารงานและการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ มีความถูกต้องและโปร่งใส

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

- ปี 2537 จดทะเบียนก่อตั้ง บริษัท ได้อิ จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท เพื่อประกอบธุรกิจหล่อคานเสาสำเร็จรูป ขายให้กับโครงการทั่วไป โดยผู้เริ่มก่อตั้งหลัก คือ กลุ่มมีประเสริฐสกุล กลุ่มตันศลารักษ์ และกลุ่มมณีรัตน์ะพร
- ปี 2538 บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้วเป็น 30 ล้านบาท เพื่รองรับการเติบโตของกิจการในธุรกิจคานเสาสำเร็จรูป
- ปี 2540 บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้วเป็น 32.94 ล้านบาท เพื่อเพิ่มเงินทุนหมุนเวียนของกิจการในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจในปี 2540
- ปี 2543 บริษัทฯ ได้ลดทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้วเป็น 26.32 ล้านบาท เพื่อล้างขาดทุนสะสม และขยายสายการผลิตไปสู่ตลาดรั้วสำเร็จรูป โดยบริษัทฯ ได้วิจัยและพัฒนารั้วสำเร็จรูป “เฟนเซอร์” นำเสนอสู่ตลาดเป็นรายแรก
- ปี 2544 บริษัทฯ ได้ลดทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้วเป็น 12.50 ล้านบาท เพื่อล้างขาดทุนสะสม
- ปี 2546 บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนชำระแล้วเป็น 56 ล้านบาท เพื่อมุ่งขยายธุรกิจเข้าสู่ตลาดรั้วสำเร็จรูป ภายหลังจากที่ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้รับการตอบรับอย่างดีจากตลาด

- ปี 2547 จัดตั้งบริษัทย่อยคือ บริษัท คิวเทค โปรดัคส์ จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท ประกอบธุรกิจเป็นตัวแทนขายโครงสร้างคาน เสา ผังสำเร็จรูปของบริษัทฯ โดยบริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 80
- จัดตั้งบริษัทย่อยคือบริษัท เอเทค เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท ประกอบธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่ายประตูหน้าต่างอลูมิเนียมจากโรงงานผู้ผลิตสัญชาติญี่ปุ่นโดยบริษัทฯ ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 80
- บริษัทฯ ได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด โดยมีทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว 80 ล้านบาท และเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ไดอิจ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
- ปี 2550 บริษัทฯ เริ่มเข้าดำเนินกิจการรับสร้างบ้าน ผ่านทางบริษัท คิวเทค โปรดัคส์ จำกัด ภายใต้ชื่อ คิวเซฟ ไดมอนด์
- ปี 2551 ได้มีการปรับโครงสร้างการถือหุ้นระหว่างกลุ่มมีประเสริฐสกุล กลุ่มต้นศัลรักษ์ และกลุ่มมณีรัตน์พร ส่งผลให้หลังการปรับโครงสร้างการถือหุ้นครั้งนี้ กลุ่มต้นศัลรักษ์และกลุ่มมณีรัตน์พร ไม่ได้ถือหุ้น ของบริษัทฯ คงเหลือแต่กลุ่มมีประเสริฐสกุลเท่านั้น
- ปี 2552 บริษัท คิวเทค โปรดัคส์ จำกัด ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 5 ล้านบาท และก่อตั้งบริษัทย่อย 3 บริษัท คือ 1) บริษัท คิวเซฟ ไดมอนด์ จำกัด ประกอบธุรกิจรับสร้างบ้านกึ่งสำเร็จรูป 2) บริษัท กินชาโฮม จำกัด ประกอบธุรกิจรับสร้างบ้านสำเร็จรูปกินชาโฮม และ 3) บริษัท คิวเซฟ เฟรช จำกัด ประกอบธุรกิจรับสร้างบ้าน โดยแต่ละบริษัทมีทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท
- ปี 2553 บริษัทฯ ได้ลงทุนเปิดสำนักงานขายสำหรับธุรกิจรับสร้างบ้าน ที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา สาขาพระราม 3
- ปี 2554 บริษัทฯ ได้ลงทุนเปิดสำนักงานขายสำหรับธุรกิจรับสร้างบ้านที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา สาขาบางนา
- ปี 2556 เปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น บริษัท ไดอิจ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
- ในเดือนกุมภาพันธ์ บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้วจาก 80 ล้านบาท เป็น 90 ล้านบาท โดยจัดสรรให้กับผู้ลงทุนกลุ่มหนึ่ง ซึ่งมีจำนวนไม่เกิน 20 ราย และผู้ถือหุ้นกลุ่มใหม่นี้ ไม่มีความสัมพันธ์ใดๆ กับกลุ่มมีประเสริฐสกุล ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ และมีอำนาจควบคุมบริษัทฯ จำนวน 10 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท โดยบริษัทฯ ได้นำเงินเพิ่มทุนดังกล่าวไปซื้อเครื่องจักรผลิต FENZER รุ่น Sandy และซื้อที่ดินเพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการขยายโรงงานและศูนย์กระจายสินค้า
- ในเดือนธันวาคม บริษัทฯ ได้มีการขายหุ้นทั้งหมดของบริษัทย่อย คือบริษัท คิวเซฟ เฟรช จำกัด ซึ่งบริษัทฯ ถือหุ้นในอัตราร้อยละ 99.99 เนื่องจากไม่ได้มีการดำเนินธุรกิจใดๆ จึงขายหุ้นทั้งหมดให้กับบริษัท ดีคอร์ป กรุ๊ป จำกัด ในราคาตามมูลค่าทางบัญชี
- ปี 2557 ในเดือนสิงหาคม บริษัทฯ ได้ลงทุนเปิดสำนักงานขายสำหรับธุรกิจรับสร้างบ้านที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา สาขาศาลายา
- ในเดือนตุลาคม ได้มีการปรับโครงสร้างการถือหุ้นภายในกลุ่มบริษัทฯ โดยบริษัทฯ เพิ่มทุนชำระแล้วจาก 90 ล้านบาท เป็น 100 ล้านบาท และจัดสรรหุ้นจำนวน 10 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท (มูลค่ายุติธรรมหุ้นละ 3.61 บาท) เพื่อชำระค่าหุ้นของบริษัท คิวเทค โปรดัคส์ จำกัด จำนวน 300,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท (มูลค่ายุติธรรมหุ้นละ 144.68 บาท) ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนจำนวนหุ้นร้อยละ 30 ของทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้วทั้งหมดของบริษัท คิวเทค โปรดัคส์ จำกัด จากนั้นนางสาวชราภรณ์ สกุลจันทร์ นายสุภกิตน์ อัจวงษา และนางปิโยรส เลหาเจริญยศ ซึ่งคิดเป็นอัตราส่วนการแลกเปลี่ยน (Swap Ratio) เท่ากับ 100 : 3 (100 หุ้นของ บมจ. ไดอิจ กรุ๊ป ต่อ บจก.คิวเทค โปรดัคส์ 3 หุ้น) ซึ่งที่ปรึกษาทางการเงินได้พิจารณาอัตราส่วน

การแลกเปลี่ยนหุ้นดังกล่าวและเห็นว่ามีความเหมาะสม จากการปรับโครงสร้างของกลุ่มบริษัทฯ ดังกล่าว ทำให้บริษัทฯ ถือหุ้นของบริษัท คิวเทค โปติกส์ จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 100 ของทุนชำระแล้ว

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

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

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

ในเดือนธันวาคม บริษัทฯ ได้ขายบริษัท คิวเซฟ ไดมอนด์ จำกัด ในราคา Book Value และได้เปิดธุรกิจรับสร้างบ้านกิ่งสำเร็จรูป ในชื่อ กินซ่าโฮม ดำเนินการโดยบริษัท กินซ่าโฮม จำกัด

- ปี 2559 ในเดือนพฤษภาคม บริษัทฯ ได้เปิดตัวโชว์รูม กินซ่าโฮม บนถนนประดิษฐ์มนูธรรม เพื่อเป็นโชว์รูมและสำนักงานขายให้ลูกค้าได้สัมผัสบ้านกินซ่าโฮม ของจริง

ในเดือนกรกฎาคม บริษัทฯ ได้เปิดตัวโชว์รูม กินซ่าโฮม ตำบลมาบข่า อำเภอเมือง จังหวัดระยอง เพื่อรองรับลูกค้ารับสร้างบ้านในภูมิภาคตะวันออก

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

ในเดือนธันวาคม บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทฯ จาก 130 ล้านบาท เป็น 1,180.6 ล้านบาท

- ปี 2560 ในเดือนมกราคม บริษัทฯ เพิ่มทุนชำระแล้ว จำนวน 1,050.6 ล้านหุ้น โดยเพิ่มทุนจากหุ้นของบริษัท เนอวานา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด จำนวน 800 ล้านหุ้น และที่ดินจำนวน 2 แปลง (ที่ดินย่านรัตนานิเบิร์ต และที่ดินย่านบางรักใหญ่) จาก บริษัท สิงห์ เอสเตท จำกัด (มหาชน) จำนวน 250.6 ล้านหุ้น ทำให้ทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้วของบริษัทฯ เป็นจำนวน 1,180.6 ล้านบาท

โครงสร้างผู้ถือหุ้นก่อนและหลังการเพิ่มทุนชำระแล้ว

รายชื่อผู้ถือหุ้น	ก่อนเพิ่มทุน (ล้านหุ้น)	%	หลังเพิ่มทุน (ล้านหุ้น)	%
1. บมจ. สิงห์ เอสเตท	-	-	658.60	55.79
2. กลุ่มผู้ถือหุ้นเนอวานา	-	-	392.00	33.20
3. บจก. ดีคอร์ป กรุป และกลุ่มมีประเสริฐสกุล	71.30	54.81	71.30	6.04
4. ผู้ถือหุ้นรายย่อยอื่น	58.70	45.19	58.70	4.98
รวม	130.00	100.00	1,180.60	100.00

ในเดือนเมษายน ตามมติที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น (AGM) บริษัทฯ เปลี่ยนชื่อบริษัทฯ จากเดิม บริษัท ไดอิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เป็น บริษัท เนอวานา ไดอิ จำกัด (มหาชน) พร้อมทั้งเปลี่ยนชื่อย่อหลักทรัพย์จาก DAII เป็น NVD และมีมติเพิ่มทุนจดทะเบียนอีกจำนวน 225 ล้านหุ้น โดยแบ่งเป็นการเพิ่มทุนต่อบุคคลในวงจำกัดจำนวน

200 ล้านหุ้น และการออกเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิให้แก่กรรมการและพนักงานจำนวน 25 ล้านหุ้น (ESOP-Warrant-1)

เดือนมิถุนายน บริษัทฯ เริ่มรับโอนกิจการทั้งหมดจากบริษัท เนอวานา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด และเปิดขายโครงการเนอวานา บียอน พระราม 2 เฟส 2 บ้านเดี่ยวสองชั้นรูปแบบใหม่ของบริษัทฯ

เดือนกรกฎาคม บริษัทฯ จัดทะเบียนเพิ่มทุนชำระแล้ว จาก 1,180.6 ล้านบาท เป็น 1,380.6 ล้านบาท จากการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุน และรองรับการแปลงสภาพ ESOP-Warrant-1

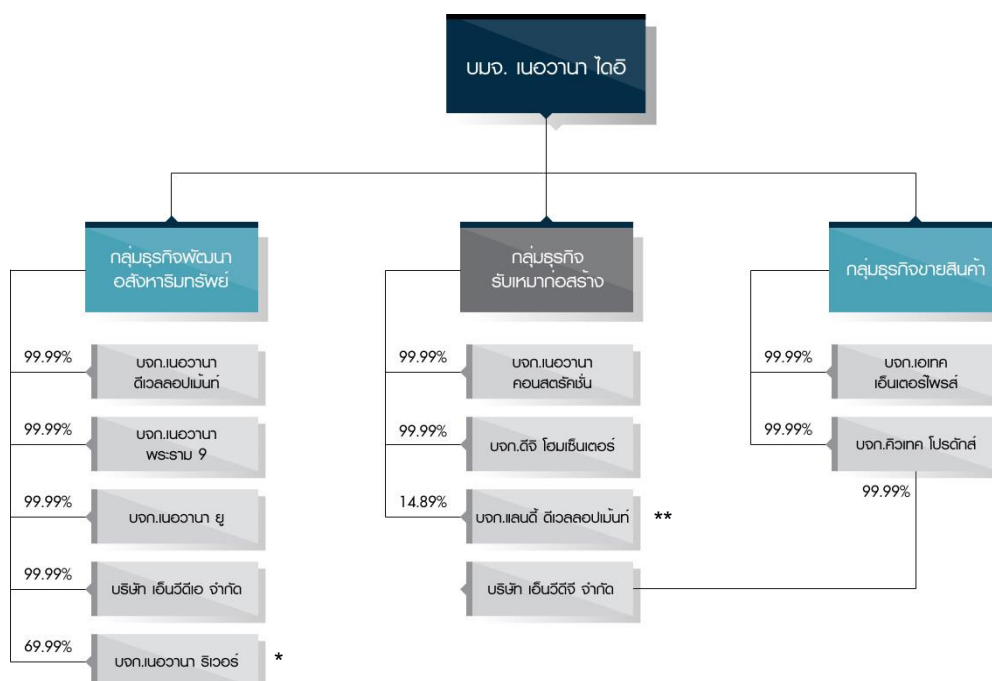
โครงสร้างผู้ถือหุ้นก่อนและหลังการเพิ่มทุนชำระแล้ว

รายชื่อผู้ถือหุ้น	ก่อนเพิ่มทุน (ล้านหุ้น)	%	หลังเพิ่มทุน (ล้านหุ้น)	%
1. บมจ. สิงห์ เอสเตท	658.60	55.79	711.86	51.56
2. กลุ่มผู้ถือหุ้นเนอวานา	392.00	33.20	295.33	21.39
3. บจก. ดีคอร์ป กรุ๊ป และกลุ่มมีประเสริฐสกุล	71.30	6.04	21.00	1.52
4. ผู้ถือหุ้นรายย่อยอื่น	58.70	4.98	152.41	11.04
5. ผู้ถือหุ้นบุคคลในวงจำกัด	-	-	200.00	14.49
รวม	1,180.60	100.00	1,380.60	100.00

เดือนกันยายน บริษัทฯ เปิดขายอย่างไม่เป็นทางการ (Soft Launch) สำหรับโครงการบันยันท์เรสซิเดนซ์ ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ ซึ่งเป็นโครงการคอนโดมิเนียมริมแม่น้ำเจ้าพระยาให้กับลูกค้าเดิมของบริษัทฯ และบริษัทฯ ในเครือ

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทฯ

ปัจจุบันโครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทฯ เป็นดังนี้



- หมายเหตุ**
- * บจก.เนอวานา ริเวอร์ไซด์ จำกัด ถือหุ้นโดย บริษัท เนอวานา ไดอ จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 69.99 และบริษัท บีพี พาร์ตเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 30.00 และนายศรศักดิ์ สมวัฒนา ถือหุ้นร้อยละ 0.01
 - ** บจก.แลนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ ถือหุ้นโดย บริษัท เนอวานา ไดอ จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 14.89 บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 48.87 และ บริษัท แลนด์ โฮม (ประเทศไทย) จำกัด ร้อยละ 36.24

1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

บริษัท เนอวานา ได้อิ จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อการอยู่อาศัยของบริษัทฯ เป็นบริษัทย่อยในเครือบริษัท สิงห์ เอสเตท จำกัด (มหาชน) โดยบริษัท สิงห์ เอสเตท จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นในบริษัทจำนวน 51.56% ซึ่งประกอบธุรกิจอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน คือ กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง เพื่อให้การประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และปราศจากความขัดแย้งทางผลประโยชน์ บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายเพื่อแบ่งแยกขอบข่ายในการดำเนินธุรกิจระหว่างบริษัทฯ ดังนี้

รายการ	บริษัท เนอวานา ได้อิ จำกัด (มหาชน)	บริษัท สิงห์ เอสเตท จำกัด (มหาชน)
กำหนดให้มีการแบ่งแยกธุรกิจระหว่างบริษัทฯ กับ บมจ. สิงห์ เอสเตท	<p>ดำเนินธุรกิจหลัก 3 ธุรกิจ ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> - ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อการพักอาศัย โดยเน้นลูกค้าระดับต่ำกว่า Luxury - ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง - ธุรกิจขายสินค้าวัสดุก่อสร้าง 	<p>ดำเนินธุรกิจหลัก 3 ธุรกิจ ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> - ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อการพักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ในเน้นลูกค้าระดับ Luxury¹ และระดับ Super Luxury² และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพื่อการพักอาศัยประเภทแนวราบ โดยเน้นลูกค้าระดับ Luxury³ - ธุรกิจโรงแรม - ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพื่อการค้า (เช่น พื้นที่ค้าปลีกให้เช่า อาคารสำนักงาน)
การแบ่งแยกการจัดการ	<p>มีทีมผู้บริหารและพนักงานแยกออกจากกัน</p> <p><u>คณะกรรมการบริษัท</u>⁴ ประกอบด้วย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. นายสุทธิชัย สังขมณี 2. ดร.ปรีเปรม นนทสิทธิ์ 3. นางพจนารถ ปริญภัทร์ภากร 4. นายนิติ เชยกลีน 5. นายฐิติ ทองเบญจมาศ 6. นายกฤษณ์ กฤตเมธภูมิเดช 7. นายศรศักดิ์ สมวัฒนา <p><u>ผู้บริหารของบริษัท</u>⁵ ประกอบด้วย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. นายศรศักดิ์ สมวัฒนา 2. นายอนุชาติ อังสุเมธางกูร 3. นายสุรพงษ์ เจียมอ่อน 4. นายนนทชาติ กลีบพิพัฒน์ 5. นายรณชัย ไตรยสุนันท์ 6. นายจิรเดช นุตสถิตย์ 	<p>มีทีมผู้บริหารและพนักงานแยกออกจากกัน</p>

รายการ	บริษัท เนอวานา ได้อ จำกัด (มหาชน)	บริษัท สิงห์ เอสเตท จำกัด (มหาชน)
นโยบายการจัดซื้อที่ดิน	ไม่แข่งขันกันในการจัดซื้อที่ดิน ⁶	ไม่แข่งขันกันในการจัดซื้อที่ดิน
ไม่มีนโยบายช่วยเหลือทางการเงิน	ขึ้นกับความสามารถในการจัดหาเงินทุนของบริษัท	ขึ้นกับความสามารถในการจัดหาเงินทุนของบริษัท สิงห์ เอสเตท จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุ บริษัท มีแผนที่จะพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่อการพักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ซึ่งเน้นกลุ่มลูกค้าระดับ Super Luxury จำนวน 1 โครงการ โดยผ่านบริษัท เนอวานา รีเวอร์ จำกัด ซึ่งเป็นการร่วมทุนระหว่างบริษัท โดยถือหุ้นร้อยละ 69.99 กับบริษัท บีพี พาร์ตเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (“บีพี”) โดยถือหุ้นร้อยละ 30 ทั้งนี้ บีพีเป็นบริษัทที่จดทะเบียนจัดตั้งในประเทศสิงคโปร์ โดยมีนายปาริฉัตร แยมพันธ์ เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่และมีอำนาจควบคุมบริษัท ทั้งนี้ บริษัท จะไม่พัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่อการพักอาศัยอื่นที่เน้นกลุ่มลูกค้าระดับ Luxury และ Super Luxury เพิ่มเติม

¹ อสังหาริมทรัพย์เพื่อการพักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ซึ่งเน้นกลุ่มลูกค้าระดับ Luxury โดยทั่วไปแล้วหมายถึง คอนโดมิเนียมที่มีราคาขายตั้งแต่ 200,000 บาทต่อตารางเมตร ถึง 300,000 บาทต่อตารางเมตร

² อสังหาริมทรัพย์เพื่อการพักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ซึ่งเน้นกลุ่มลูกค้าระดับ Super Luxury โดยทั่วไปแล้ว หมายถึง คอนโดมิเนียมที่มีราคาขายตั้งแต่ 300,000 บาทต่อตารางเมตร ขึ้นไป

³ อสังหาริมทรัพย์เพื่อการพักอาศัยประเภทแนวราบ ซึ่งเน้นกลุ่มลูกค้าระดับ Luxury โดยทั่วไปแล้วหมายถึง สิ่งปลูกสร้างพร้อมที่ดินที่มีราคาขายตั้งแต่ 100 ล้านบาทต่อผืนดิน ขึ้นไป

⁴ คณะกรรมการบริษัท ประกอบด้วย

- | | |
|----------------------------|--|
| 1. นายสุทธิชัย สังขมณี | กรรมการอิสระ ประธานกรรมการ ประธานกรรมการตรวจสอบ และประธานกรรมการสรรหาและพิจารณาตอบแทน |
| 2. ดร.ปรีเปรม นนทสิริรักษ์ | กรรมการอิสระ กรรมการตรวจสอบ และกรรมการบริหารความเสี่ยง |
| 3. นางพจนารถ ปริญภัทรภากร | กรรมการอิสระ รองประธานกรรมการ กรรมการตรวจสอบ กรรมการสรรหาและพิจารณาตอบแทน และประธานกรรมการบริหารความเสี่ยง |
| 4. นายนิรุต เชยกลิ่น* | กรรมการ ประธานกรรมการบริหาร และกรรมการสรรหาและพิจารณาตอบแทน |
| 5. นายศรศักดิ์ สมวัฒนา* | กรรมการ กรรมการบริหาร กรรมการบริหารความเสี่ยง และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร |
| 6. นายวิจิตร ทองเบญจมาศ* | กรรมการ และกรรมการบริหาร |
| 7. นายกฤษณ์ กฤตเมธภูมิเดช | กรรมการ และกรรมการบริหาร |

หมายเหตุ * เป็นกรรมการที่เป็นตัวแทนจากผู้ถือหุ้นใหญ่ คือ บริษัท สิงห์ เอสเตท จำกัด (มหาชน)

⁵ ผู้บริหารของบริษัท ประกอบด้วย

- | | |
|-----------------------------|--|
| 1. นายศรศักดิ์ สมวัฒนา | ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร |
| 2. นายอนุชาติ อังสุเมธางกูร | รองกรรมการผู้อำนวยการ |
| 3. นายสุรพงษ์ เจียมอ่อน | ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการสายงานปฏิบัติการธุรกิจ |
| 4. นายนันทชาติ กลีบพิพัฒน์ | ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการสายงานพัฒนาโครงการ |
| 5. นายธนชัย ไตรยสุนันท์ | ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการสายงานออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ |
| 6. นายจิรเดช นุตสถิตย์ | ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการสายงานสนับสนุนธุรกิจและประธานเจ้าหน้าที่บริหารการเงิน |

หมายเหตุ ไม่มีผู้บริหารท่านใดที่เป็นตัวแทนจากผู้ถือหุ้นใหญ่ คือ บริษัท สิงห์ เอสเตท จำกัด (มหาชน)

⁶ การจัดหาที่ดินเพื่อพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์นั้น ในเบื้องต้นจะมีการพิจารณาศักยภาพของที่ดินว่าสามารถพัฒนาโครงการประเภทใด และเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายระดับใด เพราะการซื้อที่ดินทุกครั้ง NVD จะต้องมีการจัดทำ feasibility study ในกรณีที่ที่ดินแปลงนั้น เหมาะสมที่จะพัฒนาโครงการที่อยู่ในระดับต่ำกว่า Luxury ทาง NVD จะซื้อมาเพื่อพัฒนาโครงการ สำหรับในกรณีที่ที่ดินมีราคาสูง ทาง NVD จะไม่ซื้อ เนื่องจากไม่สามารถนำมาพัฒนาโครงการในระดับต่ำกว่า luxury ได้ เพราะไม่คุ้มทุน และ NVD เน้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต่ำกว่า luxury อยู่แล้ว ดังนั้น ที่ดินย่านใจกลางเมือง ซึ่งมีเนื้อที่ไม่มากนัก จึงไม่เหมาะที่จะนำมาพัฒนาโครงการที่ต่ำกว่า luxury ได้ ดังนั้น NVD จึงไม่เน้นซื้อที่ดินย่านใจกลางเมือง เช่น โอศก สุขุมวิท เป็นต้น ในทางกลับกัน S ทำสินค้าตลาดบน (Luxury and Super Luxury) ดังนั้น S จะไม่ซื้อที่ดินย่านชานเมือง เพราะ S จะกลุ่มลูกค้าตลาดบนเท่านั้น ดังนั้นที่ดินที่ S สนใจซื้อส่วนใหญ่ เป็นย่านใจกลางเมือง ซึ่งมีราคาแพง และทำเลเหมาะสำหรับสินค้าระดับบน

ทั้งนี้ บริษัทฯ จะมีการทบทวนนโยบายเพื่อแบ่งแยกขอบข่ายในการดำเนินธุรกิจระหว่างบริษัทฯ กับบริษัทแม่ ทุก 2 ปี เนื่องจากภาวะตลาดอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ในอนาคต และเป็นการหลีกเลี่ยงความขัดแย้งทางผลประโยชน์ของ บริษัทฯ และบริษัทแม่ โดยที่ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ จะเป็นผู้พิจารณาอนุมัติ ซึ่งการประชุมในเรื่องดังกล่าว จะต้องมีการตรวจสอบทั้ง 3 ท่าน เข้าร่วมประชุมด้วย

สำหรับการอนุมัติรายการที่มีขนาดใหญ่ ที่ต้องผ่านการพิจารณาเห็นชอบจากคณะกรรมการของบริษัทแม่ คือ รายการขนาดใหญ่ทุกรายการที่มีมูลค่าสูงกว่า 1,000 ล้านบาทต่อรายการ จะนำเข้าสู่ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทแม่ เพื่อพิจารณาเห็นชอบ อย่างไรก็ตาม การอนุมัติรายการทุกรายการยังคงเป็นอำนาจของคณะกรรมการบริษัทฯ (NVD) ซึ่ง ปัจจุบัน คณะกรรมการบริษัทฯ ประกอบด้วยกรรมการทั้งหมด 9 ท่าน โดยที่เป็นกรรมการอิสระ 5 ท่าน กรรมการที่เป็นตัวแทนจากบริษัทแม่ จำนวน 3 ท่าน และกรรมการที่เป็นผู้บริหาร จำนวน 1 ท่าน ซึ่งจะเห็นได้ว่า กรรมการที่เป็นตัวแทนจากบริษัทแม่ ไม่สามารถควบคุมมติของคณะกรรมการบริษัทได้ เพราะการอนุมัติรายการจะต้องลงคะแนนเสียงมากกว่า กึ่งหนึ่ง กล่าวคือ ต้องได้รับการอนุมัติจากกรรมการอย่างน้อย 5 ท่าน

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้จำแนกตามกลุ่มธุรกิจตั้งแต่ปี 2560-2558 มีดังต่อไปนี้

ผลิตภัณฑ์	ดำเนินการโดย	การถือหุ้น ของบริษัท (ร้อยละ)	ประจำปีสิ้นสุด		ประจำปีสิ้นสุด		ประจำปีสิ้นสุด	
			2558		2559		2560	
			ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1) ธุรกิจสังหาริมทรัพย์ (เพื่อขาย)								
- ประเภทบ้านเดี่ยว	บมจ. เนอวานา ไดอิ	100	40.0	10	396.5	29	566.9	22
	บจก. เอ็นวีดีเอ	-	-	-	-	-	-	-
	บจก. เนอวานา	99.9	-	-	-	-	-	-
	พระราม 9	99.9	-	-	-	-	-	-
- ประเภททาวน์เฮาส์	บมจ. เนอวานา ไดอิ	100	-	-	161.7	12	501.9	20
- ประเภทโฮมออฟฟิศ	บมจ. เนอวานา ไดอิ	100	-	-	100.3	7	404.2	16
- ประเภทคอนโดมิเนียม	บจก.เนอวานา รีเวอร์	70	-	-	-	-	-	-
- อื่นๆ*	บมจ. เนอวานา ไดอิ	100	-	-	385.8	29	460.5	18
2) ธุรกิจรับก่อสร้างบ้าน	บจก. เนอวานา	99.9	169.6	43	304.1	23	451.5	18
	คอนสตรัคชั่น							
	บจก.เอ็นวีดีจี	99.9	-	-	-	-	-	-
	บจก.ดีจี โฮม	99.9	-	-	-	-	-	-
3) ธุรกิจขายวัสดุก่อสร้าง**								
- รั้วสำเร็จรูป	บจก. คิวเทค โปรดักส์	99.9	163.4	41	-	-	148.6	5
- ประตู หน้าต่าง	บจก. เอเทค เอ็นเตอร์	99.9	22.3	6	-	-	21.5	1
อลูมิเนียม	ไพร์ส							
4) อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	2.5	0
รวม			395.3	100	1,348.4	100	2,557.6	100

หมายเหตุ งบการเงินรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2560 แสดงฐานะการเงินรวมกลุ่มเนอวานาไดอิเข้ามาในการจัดท่างบการเงินรวมสำหรับงวดตั้งแต่วันที่ 17 มกราคม พ.ศ. 2560 (วันที่เข้าทำรายการซื้อธุรกิจแบบย้อนกลับ) และนำมาแสดงเปรียบเทียบเป็นงบการเงินรวมที่แสดงฐานะการเงินรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2559 และแสดงผลการดำเนินงานรวมและกระแสเงินสดรวมสำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกันของกลุ่มเนอวานา

* ในปี 2559 บริษัทฯ ขายที่ดินที่ไม่สามารถนำมาพัฒนาโครงการได้ ซึ่งตั้งอยู่ที่บริเวณถนนศรีนครินทร์-ร่มเกล้า (ตัดใหม่) ส่วนในปี 2560 บริษัทฯ ขายที่ดินที่ไม่สามารถนำมาพัฒนาโครงการได้ ซึ่งตั้งอยู่ที่บริเวณถนนประเสริฐมนูกิจ (เกษตร-นวมินทร์)

** รายได้ธุรกิจขายวัสดุก่อสร้าง เป็นรายได้ของบริษัทย่อยในกลุ่มไดอิ กรุ๊ป เท่านั้น ดังนั้น ในปี 2559 ได้แสดงตัวเลขเฉพาะของกลุ่มเนอวานา จึงทำให้ไม่มีรายได้จากธุรกิจการขายวัสดุก่อสร้าง ทั้งนี้เป็นไปตามการซื้อธุรกิจแบบย้อนกลับและตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 3 (ปรับปรุง 2559) เรื่อง การรวมธุรกิจ

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์ หรือบริการ

กลุ่มบริษัท เนอวานา ไดอิ มีการประกอบธุรกิจหลักแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ (1) ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ (2) ธุรกิจรับก่อสร้างบ้าน (3) ธุรกิจการขายวัสดุก่อสร้าง สำหรับธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ บริษัทฯ ได้แบ่งการพัฒนาโครงการเป็นแบรนด์ต่างๆ ตามรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ราคา และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ในแต่ละทำเล เพื่อ

ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในแต่ละกลุ่ม และความชัดเจนในการพัฒนาโครงการ พร้อมทั้งการรับรู้ของแบรนด์ในสายตาของลูกค้ามากขึ้น ทั้งนี้ลักษณะของผลิตภัณฑ์ของแต่ละกลุ่มธุรกิจมีรายละเอียดดังนี้

2.1.1) ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ (เพื่อขาย)

ระดับราคา	ประเภท			
	บ้านเดี่ยว	ทาวน์เฮาส์	โฮมออฟฟิศ	คอนโดมิเนียม
Super Luxury				>20 ล้านบาท  BANYAN TREE RESIDENCES - RIVERSIDE BANGKOK -
High-End	15-25 ล้านบาท 		15-25 ล้านบาท 	
Upper Mid-Range	8-14 ล้านบาท 	8-14 ล้านบาท 		
Mid-Range	4-7 ล้านบาท 	3-6 ล้านบาท 		

จากการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย พบว่าในแต่ละทำเล ผู้บริโภคจะมีกำลังซื้อที่แตกต่างกัน ดังนั้นบริษัทฯ จึงเลือกพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่อขายในหลากหลายรูปแบบ ภายใต้แบรนด์ต่างๆ โดยมีผลิตภัณฑ์ ทั้งบ้านเดี่ยว ทาวน์เฮาส์ โฮมออฟฟิศ และคอนโดมิเนียม ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ซึ่งครอบคลุมระดับราคาตั้งแต่กลุ่ม mid-range ขึ้นไป (ราคามากกว่า 4 ล้านบาทต่อหน่วย) เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าหลัก ที่ต้องการความแตกต่างของที่อยู่อาศัยที่ใส่ใจในทุกรายละเอียด โดยมีรายละเอียดของโครงการในแต่ละประเภท ดังนี้

- 1) โครงการบ้านเดี่ยวภายใต้แบรนด์ เนอวานา บียอนด์ บ้านเดี่ยว 3 ชั้น และเนอวานา ไอคอน บ้านเดี่ยว 2 ชั้น ซึ่งเน้นการออกแบบที่แตกต่าง ใส่ใจในทุกรายละเอียด เพื่อสร้างความแตกต่าง โดยคำนึงถึงประสบการณ์การอยู่อาศัยเป็นหลัก รวมทั้งมีทำเลที่ตั้งอยู่ในเมือง ตอบรับต่อกลุ่มลูกค้า ให้ได้อยู่อาศัยในสังคมส่วนตัว ได้พักผ่อนอย่างแท้จริง เป็นเสมือนที่สงบที่ซ่อนเร้นอยู่ในเมือง โดยล่าสุดโครงการ เนอวานา บียอนด์ พระราม 2 ได้เปิดตัวบ้านเดี่ยวรูปแบบใหม่ ที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าโซนพระราม 2 และได้รับผลตอบรับเป็นอย่างดี
- 2) โครงการทาวน์โฮม พัฒนาภายใต้แบรนด์ เนอวานา ดีฟายน์ ทาวน์โฮมที่เป็นได้มากกว่าบ้านเดี่ยว ที่ใส่ใจในทุกรายละเอียด ทำเลในเมือง ตอบสนองไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ ที่ต้องการพื้นที่ใช้สอยที่มากกว่าอยู่คอนโดมิเนียมในทำเลที่ไม่แตกต่างกัน เน้นออกแบบให้มีความแตกต่าง ทำให้ผู้อยู่อาศัยรู้สึกโปร่งโล่ง มากกว่าอยู่บ้านเดี่ยวด้วยช่องเปิดที่มากกว่า ซึ่งในปี 2560 บริษัทได้เปิดตัวโครงการ เนอวานา ดีฟายน์ พระราม 9 และได้รับผลตอบรับเป็นอย่างดี สามารถปิดการขายได้ภายใน 2 วัน

- 3) โครงการโฮมออฟฟิศ พัฒนาภายใต้ แบรินด์ เนอวานา แอทเวิร์ค เป็นโฮมออฟฟิศที่ใส่ใจในรายละเอียด ถูกออกแบบให้มีพื้นที่ทำงานที่แตกต่างจากสำนักงานทั่วไป ทำให้ประสบการณ์การทำงานของพนักงานไม่น่าเบื่อ ทำให้พนักงานมีความสุขในการทำงาน และมีความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น อีกทั้งด้วยทำเลศักยภาพ ทำให้เหมาะกับการลงทุนสำหรับผู้ประกอบการ ในปี 2560 บริษัทได้เปิดตัวโครงการ เนอวานา แอทเวิร์ค 2 ทำเล คือ รามอินทรา และ ลาดพร้าว-เกษตรนวมินทร์ ซึ่งโครงการ เนอวานา แอทเวิร์ค ลาดพร้าว-เกษตรนวมินทร์ เป็นโครงการที่ต่อยอดมาจากโครงการแรกที่ประสบความสำเร็จในทำเลนี้คือ เนอวานา แอทเวิร์ค เกษตรนวมินทร์
- 4) โครงการคอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซ์วารี ภายใต้ชื่อแบรนด์ บันยันทรีเรสซิเดนส์ ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพ โครงการคอนโดมิเนียมสูง 45 ชั้น ติดโค้งน้ำเจ้าพระยา ย่านคลองสาน ห่างจากสาทรเพียง 10 นาที อยู่ในทำเลที่เงียบสงบ เป็นเสมือนที่พักผ่อนที่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง แต่หลีกเลี่ยงจากชีวิตที่วุ่นวาย มีระดับราคาขายเฉลี่ย 300,000 บาทต่อตารางเมตร ภายใต้คอนเซ็ปต์ “The sanctuary for your soul” ที่ให้ผู้อยู่อาศัยได้พักผ่อนอย่างแท้จริง ในสังคมส่วนตัวเพียง 133 ยูนิต สำหรับโครงการนี้ได้รับผลตอบรับเป็นอย่างดีจากตลาดต่างประเทศ สร้างยอดขายได้กว่า 27% ก่อนการเปิดขายอย่างเป็นทางการในประเทศไทย ทำให้เห็นถึงมาตรฐานของสินค้าว่ามีศักยภาพที่ตอบรับต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าระดับบนอย่างแท้จริง โดยโครงการเปิดขายอย่างเป็นทางการในเดือน พฤศจิกายน 2560 ซึ่งโครงการนี้มีมูลค่าโครงการกว่า 6,000 ล้านบาท ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2560 บริษัท มีความคืบหน้าการก่อสร้างประมาณร้อยละ 27 และมียอดขายประมาณร้อยละ 50 ของพื้นที่ขายทั้งหมด

โครงการเพื่อขายในปัจจุบัน

ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560

โครงการ	ประเภทโครงการ	กรรมสิทธิ์ในที่ดิน	พื้นที่โครงการ (ไร่)	จำนวนหน่วย	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ความคืบหน้าของการก่อสร้าง	ความคืบหน้าของการขาย
เนอวานา บียอนด์ พระราม 2	บ้านเดี่ยว	บมจ.เนอวานา ได้อ	40-3-84.7	120	2,616	63%	13%
เนอวานา บียอนด์ ศรีนครินทร์	บ้านเดี่ยว	บมจ.เนอวานา ได้อ	12-2-69	58	987	80%	69%
เนอวานา บียอนด์ เกษตรนวมินทร์ เฟส 1	บ้านเดี่ยว	บมจ.เนอวานา ได้อ	20-1-16	67	1,070	99%	99%
เนอวานา บียอนด์ เกษตรนวมินทร์ เฟส 2	บ้านเดี่ยว	บมจ.เนอวานา ได้อ	8-1-13	37	716	78%	92%
เนอวานา บียอนด์ โลท์ พระราม 9	บ้านเดี่ยว	บจก.เนอวานา พระราม 9	34-3-72.8	156	1,193	98%	100%
เนอวานา บียอนด์ แอทบิซ พัทยา	บ้านเดี่ยว	บมจ.เนอวานา ได้อ บจก.เนอวานา พระราม 9 บจก.เอ็นวีดีเอ	4-2-41	21	424	52%	5%
เนอวานา ไอคอน วงแหวน-พระราม 9	บ้านเดี่ยว	บมจ.เนอวานา ได้อ	8-0-25.1	36	502	99%	92%
เนอวานา ไอคอน ปิ่นเกล้า*	บ้านเดี่ยว	บจก.สินหิรัญ		28	218	4%	4%
เนอวานา แอทเวิร์ค รามอินทรา	โฮมออฟฟิศ	บมจ.เนอวานา ได้อ	9-0-31.9	61	1,055	98%	38%

โครงการ	ประเภทโครงการ	กรรมสิทธิ์ในที่ดิน	พื้นที่โครงการ (ไร่)	จำนวนหน่วย	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ความคืบหน้าของการก่อสร้าง	ความคืบหน้าของการขาย
เนอวานา แอทเวิร์ค ลาดพร้าว-เกษตร นวมินทร์	โฮมออฟฟิศ	บมจ.เนอวานา ได้อ	7-1-1	56	1,045	96%	30%
เนอวานา ดีพาร์ตเมนท์ พระราม 9	ทาวน์เฮาส์	บมจ.เนอวานา ได้อ	5-2-85	51	624	97%	90%
เดอะ ธารา งามอินทรา	บ้านเดี่ยว	บจก.เอ็นวีดีเอ	8-3-81	53	275	93%	72%
คัพเวอร์ อ่อนนุช	ทาวน์เฮาส์	บมจ.เนอวานา ได้อ	17-0-73	194	550	100%	99%
คลัสเตอร์ รามคำแหง	ทาวน์เฮาส์	บมจ.เนอวานา ได้อ	14-2-44.5	20	101	99%	55%
บันยันทรี เรสซิเดนซ์ ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ	คอนโดมิเนียม	บจก. เนอวานา ริเวอร์	5-1-10	133	6,515	27%	63%

*หมายเหตุ เป็นโครงการร่วมทุนกับเจ้าของที่ดินเพื่อพัฒนาโครงการ

นอกจากการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่อที่อยู่อาศัยแล้ว บริษัทฯ ยังได้มีการพัฒนาที่ดินเพื่อขายทั้งในโครงการจัดสรร และนอกโครงการจัดสรร ซึ่งบริษัทฯ ได้พัฒนาที่ดินเพื่อขายตั้งแต่บริษัท ประกอบธุรกิจด้านพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งมีระยะเวลามากกว่า 10 ปี และการพัฒนาที่ดินเพื่อขายถือเป็นธุรกิจปกติของบริษัทฯ และบริษัทฯ ยังคงมีนโยบายที่จะพัฒนาที่ดินเพื่อขายต่อไปในอนาคต การพัฒนาที่ดินเพื่อขายแบ่งออกเป็น

1. การขายที่ดินสำหรับในโครงการจัดสรร บริษัทฯ ได้ทำการพัฒนาที่ดินพร้อมสาธารณูปโภค ยื่นผังโครงการเพื่อขออนุญาตจัดสรรที่ดินต่อคณะกรรมการจัดสรรที่ดิน ทำการจัดสรรที่ดินแบ่งขายให้กับลูกค้ารายย่อยต่อไป โดยบริษัทจะทำสัญญาจำนวน 2 ฉบับ โดยแบ่งเป็น สัญญาจะซื้อจะขายที่ดิน และสัญญาว่าจ้างปลูกสร้าง ในส่วนของสัญญาจะซื้อจะขายที่ดิน บริษัทฯ จะรับรู้รายได้เป็นรายได้จากธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพื่อขาย ส่วนสัญญาว่าจ้างก่อสร้าง บริษัทฯ จะรับรู้รายได้เป็นค่างานบริการงานก่อสร้าง โดยจะรับรู้ตามความคืบหน้างานก่อสร้าง

2. การขายที่ดินสำหรับนอกโครงการจัดสรร บริษัทฯ จะดำเนินการพัฒนาที่ดินเพื่อขาย ซึ่งถือว่าเป็นการบริหารจัดการพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากบริษัทฯ ซื้อที่ดินขนาดใหญ่จากเจ้าของคนเดียว ซึ่งที่ดินไม่มีความต่อเนื่องกัน ไม่สามารถนำมาพัฒนาโครงการได้ หรือที่ดินมีหน้ากว้างติดถนนเกินไป ไม่เหมาะต่อการนำมาพัฒนาโครงการ รวมถึงตำแหน่ง ขนาด และรูปร่างของที่ดินที่ไม่มีศักยภาพในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อที่อยู่อาศัย บริษัทฯ จึงพัฒนาที่ดินและจัดจำหน่ายให้แก่บุคคลภายนอกที่สนใจต่อไป โดยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายที่ดิน ดังนี้

รายการ	ดำเนินการโดย	การถือหุ้น ของบริษัท (ร้อยละ)	ประจำปีสิ้นสุด 2558	ประจำปีสิ้นสุด 2559	ประจำปีสิ้นสุด 2560
ที่ดินบริเวณถนนประเสริฐมนูกิจ (เกษตร-นวมินทร์)	บจก. เนอวานา ดีเวลลอปเม้นท์ ¹	99.99	21.40	-	105.42
ที่ดินบริเวณถนนศรีนครินทร์-ร่มเกล้า (ตัดใหม่)	บมจ. เนอวานา ไดอิ/ บริษัทย่อย ²	99.99	-	385.82	355.11
รวม			21.40	385.82	460.53

หมายเหตุ ¹ บริษัท เนอวานา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยได้มีการควบรวมกิจการ (Entire Business Transfer) กับ บมจ. เนอวานา ไดอิ เมื่อปี 2560

² บริษัทย่อย หมายถึง บริษัท เนอวานา ยู จำกัด บริษัท เอ็นวีดีเอ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 99.99

สำหรับการอนุมัติการขายที่ดิน เป็นไปตามอำนาจอนุมัติที่คณะกรรมการบริษัทฯ ได้กำหนดไว้ ซึ่งบริษัทฯ มีนโยบายการขายที่ดินที่ไม่ต่ำกว่าราคาประเมินของผู้ประเมินอิสระ ซึ่งผู้ประเมินอิสระจะต้องเป็นผู้ประเมินที่ได้รับความเห็นชอบจากทางสำนักงาน กสท.

2.1.2) ธุรกิจรับก่อสร้างบ้าน

ในปี 2560 ธุรกิจรับสร้างบ้าน ได้มีการพัฒนาแบบบ้านรูปแบบใหม่ ที่ตอบสนองต่อการอยู่อาศัยมากขึ้น มีรูปแบบที่สวยงาม และแตกต่าง เน้นประสบการณ์การใช้งานจริงของลูกค้า ทำให้บ้านอยู่สบาย โดยใช้เทคโนโลยีการก่อสร้างจากประเทศญี่ปุ่น ด้วยระบบคอนกรีตเสริมเหล็กแรงดึงสูง (pre-stressed concrete) เสา คาน ผัง สำเร็จรูป ที่มีระบบการก่อสร้างเป็นการประกอบชิ้นส่วนที่ผลิตจากโรงงาน มีความแข็งแรงทนทาน แม้ในสภาวะแผ่นดินไหว อีกทั้งยังสามารถควบคุมคุณภาพได้ตลอดขั้นตอนการผลิต ตั้งแต่โรงงานถึงการประกอบอาคารก่อสร้างที่หน้างาน ทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจในคุณภาพงานก่อสร้าง และสามารถส่งมอบให้กับลูกค้าได้ตามกำหนดเวลา

2.1.3) ธุรกิจจากการขายวัสดุก่อสร้าง

1) รั้วสำเร็จรูป บริษัทฯ พัฒนาสินค้ารั้วสำเร็จรูปภายใต้แบรนด์ เฟินเซอร์ (FENZER) ซึ่งเป็นรั้วสำเร็จรูปที่ผลิตด้วยระบบคอนกรีตเสริมเหล็กแรงดึงสูง (pre-stressed concrete) ตามหลักมาตรฐาน ACI code และ ISO9100:2008 ประกอบด้วยแผ่นคอนกรีตผิวเรียบเนียนทั้งสองด้าน เสา แผ่นทับหลัง บัวหัวเสา และฐานราก เพื่อจัดจำหน่ายให้กับโครงการ และบุคคลทั่วไป

2) อลูมิเนียมสำเร็จรูป บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประตู และหน้าต่างอะลูมิเนียมภายใต้แบรนด์ เอเทค (ATECH) ซึ่งสินค้าผลิตโดยบริษัทลิกซิล (ประเทศไทย) จำกัด มหาชน ผู้ผลิตประตูหน้าต่างอลูมิเนียมชั้นนำในประเทศไทยซึ่งเป็นสินค้าที่มีคุณภาพสูงป้องกันน้ำ เสียงได้อย่างสมบูรณ์ และสีไม่ซีดจางตลอดอายุการใช้งาน

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1) กลยุทธ์ทางการตลาด และข้อได้เปรียบในการแข่งขัน

กลยุทธ์ทางการตลาด และข้อได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัท ที่สำคัญ โดยแบ่งตามภาคธุรกิจ ดังนี้

1) ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

ทำเลที่ตั้งโครงการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการเลือกทำเลที่ตั้งโครงการ เนื่องจากทำเลเป็นปัจจัยหลักของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยทำเลที่ตั้งที่เลือกจะต้องใกล้แหล่งคมนาคมที่สำคัญ สามารถเข้าถึงได้สะดวก ใกล้ถนนหลักและทางด่วน อยู่ในย่านชุมชน มีระบบสาธารณูปโภครองรับอย่างทั่วถึง ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล และสถาบันการศึกษา เพื่อเหมาะสมต่อการอยู่อาศัยของลูกค้า โดยบริษัทฯ ได้เลือกทำเลบริเวณถนนหลัก อาทิเช่น ถนนพระราม 9 ถนนพระราม 2 ถนนเฉลิมพระเกียรติ ร.9 ถนนประเสริฐมนูกิจ ถนนรามอินทรา และถนนศรีนครินทร์-ร่มเกล้า เป็นต้น โดยในปี 2560 บริษัทฯ เปิดตัวโครงการใหม่จำนวน 3 โครงการ ได้แก่ โครงการเนอวานา แอดเวิร์ค ลาดพร้าว-เกษตรนวมินทร์ เนอวานา ดีฟายน์ พระราม 9 และโครงการบ้านยันทรี เรสซิเดนซ์ ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพ ซึ่งมีมูลค่าโครงการรวม 8,184 ล้านบาท สูงกว่าปีก่อนถึง 210% โดยเน้นโครงการแนวราบ ระดับไฮเอนด์ มูลค่า 2,184 ล้านบาท และคอนโดมิเนียมของโครงการบ้านยันทรี เรสซิเดนซ์ ริเวอร์ไซด์ ซึ่งจัดอยู่ในระดับซูเปอร์ลักซ์ซัวรี่ จำนวน 1 โครงการ มูลค่า 6,000 ล้านบาท ซึ่งโครงการนี้ เป็นโครงการเดียวที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับบริษัทแม่ คือ บริษัท สิงห์ เอสเตท จำกัด (มหาชน) เนื่องจากบริษัทฯ ได้ดำเนินโครงการนี้ก่อนที่จะเป็นบริษัทย่อยของบริษัท สิงห์ เอสเตท จำกัด (มหาชน)

ทั้งนี้ บริษัทฯ ไม่ได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจมากนัก เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นระดับไฮเอนด์

การออกแบบบ้านที่เน้นรายละเอียด

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการออกแบบบ้านเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง โดยใส่ใจในทุกรายละเอียดในการออกแบบ การจัดวางฟังก์ชันการใช้งานภายในตัวบ้าน การจัดพื้นที่ภายในบ้านได้เป็นสัดส่วนอย่างลงตัว การเข้าถึงของแสงแดด และการถ่ายเทอากาศภายในบ้าน ทำให้บ้าน เนอวานา มีความเป็นเอกลักษณ์ด้วยรูปทรงของบ้านที่แตกต่างกับคู่แข่ง มีความเฉพาะตัวทั้งภายนอกตัวบ้าน และการจัดวางพื้นที่ภายในตัวบ้าน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังลงรายละเอียดเกี่ยวกับวัสดุที่ใช้ และสาธารณูปโภคของโครงการที่ได้จัดเตรียมไว้ให้

บริษัทฯ ได้ใช้องค์ความรู้ในด้านงานก่อสร้าง ซึ่งเป็นไปตามมาตรฐานการก่อสร้างที่ถูกต้องและครบถ้วน ในการส่งมอบสินค้าให้ถึงมือลูกค้าได้อย่างมีคุณภาพ และตรงต่อเวลา เนื่องจากบริษัทฯ มีโรงงานผลิตชิ้นส่วนสำเร็จรูปเป็นของตนเอง ซึ่งสามารถควบคุมต้นทุน คุณภาพ และระยะเวลาในการผลิตได้ อีกทั้งบริษัทฯ ได้ว่าจ้างบริษัทรับเหมาก่อสร้างที่มีประสบการณ์ในการทำงาน ซึ่งได้รับการควบคุมคุณภาพงานก่อสร้างจากวิศวกรอีกที ทำให้การพัฒนาโครงการที่ผ่านมาของบริษัทฯ สามารถส่งมอบบ้านให้กับลูกค้าได้ตรงตามกำหนดระยะเวลา ทำให้บริษัทฯ สามารถบริหารการเงินและต้นทุนการก่อสร้างอย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี

การวางภาพลักษณ์บริษัท

บริษัทฯ ได้วางภาพลักษณ์และตำแหน่งทางการตลาดของบริษัทฯ อย่างชัดเจน โดยบริษัทฯ เน้นการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์แนวราบ เน้นทำเลในเมือง และอยู่ในย่านชุมชน ด้วยการออกแบบบ้านที่ลงรายละเอียดเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง ดังนั้นการวางโครงสร้างการบริหารภาพลักษณ์บริษัท เนอวานา ไดอิจ

จำกัด (มหาชน) จะเป็นการพัฒนาภาพลักษณ์จากแกนหลักของบริษัทฯ ที่ยึดถือมาโดยตลอดคือเรื่องของ การให้ความสำคัญกับในทุกรายละเอียด ซึ่งจะสร้างความพิเศษในการอยู่อาศัย ดังนั้นการวางแผนกลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการตลาดจึงสอดคล้องไปในทางเดียวกันด้วย

การร่วมมือกับพันธมิตรที่ดี

บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับพันธมิตรของบริษัทในการพัฒนารูปแบบการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ ในปี 2560 บริษัทฯ ได้ร่วมมือกับ แปรนด์ชั้นนำระดับโลกไม่ว่าจะเป็น บันยันทรี กรุ๊ป เครือโรงแรม 5 ดาว หรือ SCDA บริษัทออกแบบชื่อดังระดับโลก ในการพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียม ระดับซูเปอร์ลักซ์วารี ภายใต้แบรนด์ บันยันทรี เรสซิเดนซ์ ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพ รวมถึงยังได้ร่วมดำเนินงานก่อสร้างโครงการโดย บริษัท บิวค-ไทย จำกัด บริษัทที่คร่ำหวอดในวงการก่อสร้าง และมีผลงานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล จะเห็นได้ว่าบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับรายละเอียดในการใช้ชีวิตของลูกค้า โดยได้ใช้จุดแข็งของบริษัทฯ ในการพัฒนา เพื่อต่อยอดสินค้าและบริการ ทำให้ลูกค้าได้รับสินค้าที่ตรงใจ ซึ่งนี่จะเป็นพื้นฐานที่มั่นคงที่จะเพิ่มศักยภาพ และความสามารถของบริษัทฯ ให้เติบโตได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

2) ธุรกิจรับก่อสร้างบ้าน

จากเดิมที่บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจรับสร้างบ้าน ภายใต้แบรนด์ กินซ่าโฮม เน้นเจาะตลาดกลุ่มลูกค้า mid-range ลงมานั้น ปัจจุบันบริษัทฯ ได้พัฒนาแบรนด์รับสร้างบ้านใหม่ “เนอวานา โฮม บิวเดอร์” โดยใช้จุดแข็ง และข้อได้เปรียบของบริษัทในเรื่องความต้องการของกลุ่มลูกค้า และการออกแบบที่คำนึงถึงผู้อยู่อาศัยโดยใส่ใจในทุกรายละเอียด โดยได้พัฒนาธุรกิจรับสร้างบ้านรูปแบบใหม่ที่แตกต่าง มีดีไซน์ที่โดดเด่น เน้นฟังก์ชันการใช้งานของผู้อยู่อาศัย และยังคงจุดแข็งของการรับสร้างบ้านแบบเดิมไว้ คือเรื่องความแข็งแรง ความทนทาน และความรวดเร็วของการก่อสร้าง โดยปรับเปลี่ยนสินค้าให้ตอบรับต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายระดับ mid-range ถึง high-end และมีกลยุทธ์ที่สำคัญคือใช้สำนักงานขายของโครงการบ้านจัดสรรทุกโครงการของเนอวานา ไดอิจ เป็นสำนักงานขายของธุรกิจรับสร้างบ้านด้วย ทำให้ธุรกิจรับสร้างบ้านมีสำนักงานขายมากถึงกว่า 10 แห่ง ซึ่งเป็นครั้งแรกของการรับสร้างบ้านที่มีบ้านตัวอย่างจริงทุกแบบให้ดูให้ลูกค้าสัมผัสก่อนตัดสินใจ

บริษัทฯ มีโรงงานเพียงแห่งเดียว ที่อำเภอดอนตูม จังหวัดนครปฐม โดยผลิตสินค้าประเภทสำเร็จรูป และผลิตคอนกรีตสำเร็จรูป (Precast) ซึ่งมีกำลังการผลิตเต็มที่ 62,000 ต้นต่อปี และ 60,000 ต้นต่อปี ตามลำดับ ซึ่งสินค้าทั้ง 2 ประเภทนี้ เป็นธุรกิจเดิมของไดอิจ โดยในปี 2560 นี้ บริษัทฯ ผลิตสินค้าประเภทสำเร็จรูป เป็นจำนวน 30,000 ต้นต่อปี และผลิตคอนกรีตสำเร็จรูป (Precast) จำนวน 15,800 ต้นต่อปี และเริ่มส่งออกคอนกรีตสำเร็จรูป (Precast) เป็นครั้งแรก ในโครงการครอสโรส ที่ประเทศมัลดีฟส์ (CROSSROADS Maldives Project) จำนวน 13,500 ต้น

3) ธุรกิจจากการขายวัสดุก่อสร้าง

จากเดิมที่บริษัทฯ พัฒนาสินค้าสำเร็จรูปภายใต้แบรนด์ เฟินเซอร์ (FENZER) ซึ่งเป็นรั้วสำเร็จรูปที่ผลิตด้วยระบบคอนกรีตเสริมเหล็กแรงดึงสูง (pre-stressed concrete) บริษัทฯ มองเห็นถึงช่องว่างทางการตลาดที่จะเพิ่มมูลค่าสินค้าให้กับธุรกิจนี้ โดยการออกแบบสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าให้มากขึ้น สร้างความแตกต่างด้วยดีไซน์ที่ลูกค้าสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการ รวมทั้งยังมองเห็นโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพิ่มเติม อาทิ แผ่นพื้นตกแต่ง (paving) เคอร์บนถนน และทางเดินพร้อมรางน้ำ (curb) เป็นต้น พร้อมปรับกลยุทธ์เน้นเจาะตลาดระดับบน เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า เน้นทำการตลาดกับกลุ่มผู้บริโภคโดยตรง และยังคงรักษาตลาดกลุ่มผู้ประกอบการเอาไว้

2.2.2) ลักษณะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

การพิจารณาลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย บริษัทฯ ได้มีการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ ความต้องการของลูกค้าในแต่ละทำเล ก่อนที่จะกำหนดรูปแบบการพัฒนาโครงการ และการวางผลิตภัณฑ์ จึงทำให้โครงการที่ผ่านมา บริษัทฯ สามารถเปิดการขายได้ตามแผนที่วางไว้ รวมถึงการรักษาระดับกำไรของบริษัทฯ ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมตามที่บริษัทฯ กำหนด

ทั้งนี้โครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ได้ปรับแบรนด์หลัก ตามลักษณะรูปแบบโครงการ และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กำหนดกลยุทธ์ ดังนี้

แบรนด์ / รูปแบบการพัฒนา โครงการ	กลุ่มลูกค้า	ระดับรายได้ต่อเดือน (บาท/เดือน)	ระดับกลุ่มลูกค้า
บันยันทรี เรสซิเดนซ์ / คอนโดมิเนียม	ผู้บริหารระดับสูง / เจ้าของกิจการ ชาวไทย และชาวต่างชาติ	350,000-1,000,000	ระดับบน (Upper Scale)
เนอวานา บียอนด์ / บ้าน เดี่ยว 3 ชั้น	ผู้บริหารระดับสูง เจ้าของกิจการ / Celebrity	250,000-500,000	ระดับกลางบน – บน (Up Scale)
เนอวานา ไอคอน / บ้าน เดี่ยว 2 ชั้น	ผู้บริหารในองค์กร / กลุ่ม Startup กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จใหม่	120,000-200,000	ระดับกลาง – กลางบน (Mid-Scale)
เนอวานา ดีฟายน์ / ทาวน์ โฮม	ผู้บริหารในองค์กร / กลุ่ม Startup กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จใหม่	120,000-200,000	ระดับกลาง – กลางบน (Mid-Scale)
เนอวานา แอดเวิร์ค / โฮม ออฟฟิศ	เจ้าของกิจการ / กลุ่ม SME Celebrity	250,000-500,000	ระดับกลางบน – บน (Mid-Scale)

2.2.3) การจัดจำหน่าย และช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทฯ ออกแบบประสบการณ์ของลูกค้าให้ดีทั้งกระบวนการ ตั้งแต่ก่อนเข้าชมโครงการ ด้วยสื่อต่างๆที่สื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายทุกรายละเอียดที่ลูกค้าสัมผัส ไม่ว่าจะเป็นสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย สื่อออฟไลน์ เช่น ป้ายโฆษณา บุรุษประชาสัมพันธ์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อ SMS หรือคอลเซ็นเตอร์ของบริษัทฯ ซึ่งเมื่อลูกค้าเข้าชมโครงการ จะพบกับสินค้าและบริการที่ตอบรับกับสิ่งที่บริษัทฯ สื่อสารออกไป ไม่ว่าจะเป็นรายละเอียดต่างๆที่ประกอบขึ้นมาเป็นบ้าน Nirvana หรือบริการที่นำประทับใจจากพนักงานทุกคนที่สำนักงานขาย โดยบริษัทฯ มีทีมงานขายเป็นของตนเอง และมีหน่วยงานพัฒนาการขาย ที่จะอบรม และพัฒนาทักษะของพนักงานขายให้มีความเป็นมืออาชีพ และมีประสิทธิภาพ โดยการเพิ่มความรู้ ความเข้าใจในตัวสินค้าและบริการ รวมถึงแนวคิดของโครงการ เพื่อให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีเมื่อเยี่ยมชมโครงการและตัดสินใจซื้อ หรือกลับมาใหม่อีกครั้งเมื่อยังไม่ตัดสินใจในครั้งแรก ประสบการณ์ที่ดีของลูกค้ายังถูกออกแบบจนถึงลูกค้าตัดสินใจซื้อ และเป็นลูกค้าบ้าน Nirvana ลูกค้าก็จะได้รับประสบการณ์ที่ดีจากทุกส่วนงานที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นทีมงานก่อสร้าง ทีมงานโฮมแคร์เป็นต้น อีกทั้งยังมีส่วนงานลูกค้าสัมพันธ์ ที่จะคอยสนับสนุน และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าบ้าน Nirvana ทุกหลังตลอดมา ไม่ว่าจะเป็นการทำกิจกรรมในชุมชนตามเทศกาลต่างๆ การร่วมกับลูกค้าบ้านในการทำกิจกรรมตอบแทนสังคม หรือกิจกรรมขอบคุณลูกค้าบ้านของบริษัทฯประจำปี

บริษัทฯ ยังมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง ทั้งการกระตุ้นยอดขายผ่าน การลดราคาเพื่อดึงดูดความสนใจ การให้ของแถมที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า เพื่อเป็นเครื่องมือในการปิดการขายได้ดีขึ้น อีกทั้งบริษัทฯ ยังมีการจ่ายเงินพิเศษ (incentive) ให้กับทีมขายเพื่อเป็นขวัญและกำลังใจในการทำงานเมื่อได้เข้าขายตามกำหนด

ทั้งนี้สำหรับโครงการบันยันท์ เรสซิเดนซ์ ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ บริษัทฯ ได้เลือกใช้ตัวแทนขายมืออาชีพที่มีชื่อเสียง และมีคุณภาพมาร่วมงานในการขายของโครงการเพื่อให้ตอบรับกับสินค้า และกลุ่มลูกค้าของโครงการ

2.2.4) ภาพการณ์แข่งขันภายในอุตสาหกรรม และแนวโน้มในอนาคต

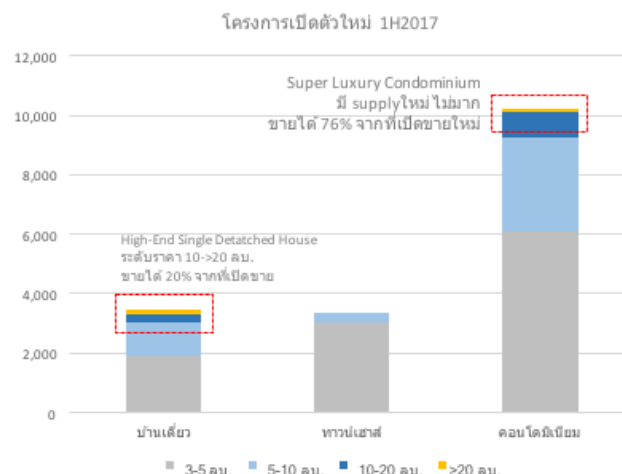
1) ภาพรวมเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ

เศรษฐกิจไทยในปี 2560 คาดว่าจะสามารถขยายตัวได้ร้อยละ 3.8 เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าที่ขยายตัวร้อยละ 3.2 โดยได้รับปัจจัยจากการปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงครึ่งหลังของปีตามเศรษฐกิจคู่ค้าของไทย และการท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มขยายตัวขึ้น ขณะที่การลงทุนภาคเอกชนมีแนวโน้มฟื้นตัวอย่างชัดเจน ในส่วนของการลงทุนภาครัฐมีแนวโน้มดีขึ้นจากการสามารถทยอยเบิกจ่ายและเป็นแรงสนับสนุนเศรษฐกิจในปีถัดไป สำหรับเสถียรภาพเศรษฐกิจภายในประเทศคาดว่า อัตราเงินเฟ้อทั่วไปในปี 2560 จะอยู่ที่ร้อยละ 0.7 (โดยมีช่วงคาดการณ์ที่ร้อยละ 0.5 - 0.9) เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า ตามการฟื้นตัวของอุปสงค์ภายในประเทศ และแนวโน้มต้นทุนจากราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกที่มีทิศทางเพิ่มขึ้น (ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง)

2) ภาพตลาดอสังหาริมทรัพย์

เนื่องจากในปี 2559 มีการกระตุ้นอสังหาริมทรัพย์ครั้งใหญ่ด้วยมาตรการจากรัฐบาล ทำให้ความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยในช่วงครึ่งปี 2560 ชะลอตัว ส่งผลให้ภาพรวมตลาดอสังหาริมทรัพย์ มีการชะลอตัวทั้งในด้านดีมานด์และซัพพลายแต่ที่อยู่อาศัยเปิดตัวใหม่ มีมูลค่ารวมปรับตัวเพิ่มขึ้น ตลอดจนในภาวะปัจจุบัน ที่ดินที่ใช้ในการพัฒนามีจำนวนจำกัด และมีแนวโน้มราคาปรับตัวสูงขึ้น ส่งผลให้ราคาต่อหน่วยมีการปรับตัวเพิ่มขึ้น ซึ่งบริษัทฯ มองเห็นถึงความสำคัญของปัญหานี้มาก่อนหน้า บริษัทฯ จึงมีการซื้อที่ดินขนาดใหญ่โซนกรุงเทพมหานครเพื่อพัฒนาโครงการในอนาคต

โดยภาพรวมตลาดสินค้าประเภทบ้านเดี่ยวกลับมีสัดส่วนที่ลดลง ซึ่งน่าจะมาจากระดับราคาของ Package บ้านที่จะมีระดับราคาที่ค่อนข้างสูง ดังนั้นจึงจำเป็นต้องแข่งขันด้วยความแตกต่างของสินค้า ซึ่งจะส่งผลดีต่อภาพรวมของสินค้าบริษัทฯ ที่โดดเด่นและแตกต่าง คาดการณ์ว่าตลาดอสังหาริมทรัพย์ในปีนี้ น่าจะมีภาวะการเติบโตใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมา และมีความเป็นไปได้ว่าจะมีการปรับตัวดีขึ้นในปี 2561

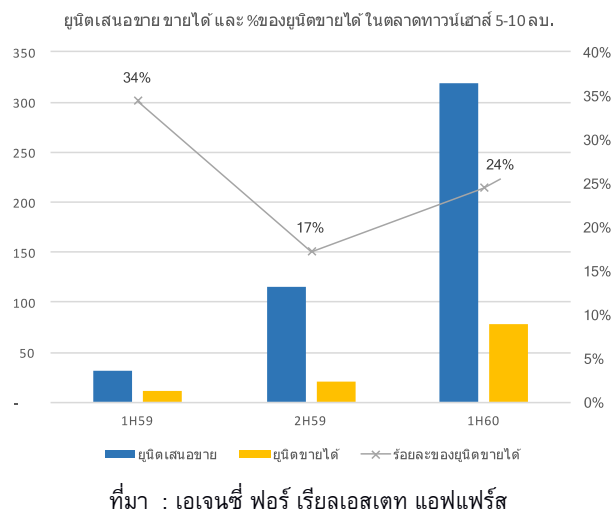


ที่มา : เอเจนซี่ ฟอร์ รีเอสเสตช แอฟแฟร์ส

สำหรับแนวโน้มตลาดอสังหาริมทรัพย์ในช่วงปี 2561 บริษัทฯ คาดการณ์ว่า มีแนวโน้มฟื้นตัวจากปี 2560 โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากความชัดเจนของรัฐบาลในการพัฒนาระบบขนส่งมวลชนทั้งในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ที่มีความชัดเจนมากขึ้น ประกอบกับอัตราดอกเบี้ยที่ยังคงอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในการใช้จ่ายหรือลงทุน ในอสังหาริมทรัพย์เพิ่มขึ้น ประกอบกับผู้ประกอบการมีปัจจัยสนับสนุนหลายประการ อาทิ เทคโนโลยีการก่อสร้างที่ช่วยในการลดระยะเวลาในการก่อสร้างที่ได้คุณภาพมากขึ้นรวมถึงต้นทุนต้นทุนของวัสดุก่อสร้างยังไม่ปรับตัวเพิ่มขึ้นมากนัก

สำหรับตลาดบ้าน High-End ในกรุงเทพฯ ที่มีราคาสูงในทำเลใจกลางเมือง ยังคงเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ศักยภาพของทำเล, ความพรีเมียม และความแตกต่างของสินค้า เป็นปัจจัยหลักที่จะทำให้โครงการประสบความสำเร็จ เช่นเดียวกับคอนโดในระดับซูเปอร์ ลักซ์วรี ที่ราคาไม่ใช่ปัจจัยหลักในการตัดสินใจ แต่เป็นฟังก์ชันการใช้งาน ความมีระดับของสินค้า และความแตกต่างของสินค้าที่สามารถตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของคนกลุ่มนี้ได้

ตลาดบ้านเดี่ยวในระดับราคา 5-10 ลบ. ในทำเลที่สามารถเข้าเมืองได้สะดวกยังคงเติบโตต่อเนื่อง ในขณะที่ทาวน์เฮ้าส์บริเวณรอบใจกลางเมืองในระดับราคาเดียวกันก็ยังได้รับผลตอบรับที่ดีจากลูกค้า เนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้เป็นกลุ่มครอบครัวที่มีรายได้ค่อนข้างมั่นคง และมองหาที่อยู่อาศัยที่มีพื้นที่ใช้สอยที่มากขึ้นสำหรับครอบครัว



3) ภาพการแข่งขันของตลาดอสังหาริมทรัพย์

การแข่งขันในธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่พักอาศัยแนวราบ

ในปี 2560 แนวโน้มการแข่งขันในตลาดที่อยู่อาศัยเป็นไปอย่างรุนแรงมากขึ้น ประกอบกับอัตราดอกเบี้ยมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายใหญ่ เข้ามาช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดที่อยู่อาศัยมากขึ้น ดังนั้น ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการเปิดขายโครงการแนวราบ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นตลาดซื้อที่อยู่อาศัยเพื่ออยู่อาศัยจริง ประกอบกับโครงการแนวราบมีจำนวนหน่วยต่ำกว่าโครงการคอนโดมิเนียม สามารถแบ่งการพัฒนาและขายเป็นเฟสได้ จึงสามารถปิดการขายได้ในเวลาไม่นาน

จากข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทย เห็นว่าผู้ประกอบการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์น่าจะเปิดขายโครงการที่อยู่อาศัยใหม่เพิ่มขึ้นในปี 2560 โดยคาดว่าในกรุงเทพฯ และปริมณฑล น่าจะมีจำนวน 107,000-109,000 หน่วย ขยายตัวร้อยละ 5-7 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา

แม้จำนวนที่อยู่อาศัยเปิดขายใหม่ในปี 2560 จะมีแนวโน้มขยายตัว แต่ก็ยังคงเป็นปีที่ท้าทายสำหรับบริษัทฯ ทั้งการเลือกเซ็กเมนต์และทำเลเพื่อพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัย โดยบริษัทฯ เลือกทำเลที่มีศักยภาพและเซ็กเมนต์ที่อยู่ในระดับไฮเอนด์ โดยเน้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่อยู่ในระดับกลางบน - บน (Up Scale) เพื่อลดปัญหาการปฏิเสธการให้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยจากสถาบันการเงิน

จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบเฉพาะตัว เพื่อตอบสนองต่อลูกค้ากลุ่มเป้าหมายระดับกลางบน - บน ทำให้ระดับราคาโครงการอสังหาริมทรัพย์แนวราบของบริษัทฯ ระดับราคาอยู่ในช่วง 12-30 ล้านบาท สำหรับบ้านเดี่ยว ระดับราคาอยู่ในช่วง 7-15 ล้านบาท สำหรับทาวน์เฮ้าส์ และระดับราคาอยู่ในช่วง 8-20 ล้านบาท สำหรับโฮมออฟฟิศ และเมื่อพิจารณาจากรูปแบบของผลิตภัณฑ์และระดับราคาแล้ว สามารถระบุคู่แข่งของบริษัทฯ ได้ดังนี้

ชื่อบริษัท	ชื่อย่อ	ลักษณะธุรกิจ	ลักษณะการแข่งขัน
บริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)	SIRI	ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โดยแบ่งเป็น ธุรกิจเพื่อขาย โดยพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยแนวราบและแนวสูง และธุรกิจเพื่อให้เช่าอาคารสำนักงาน และอาคารพาณิชย์ ซึ่งเป็นโครงการที่ขายสิทธิการเช่า และธุรกิจบริการอสังหาริมทรัพย์ โดยแบ่งเป็นธุรกิจบริหารงานขายโครงการ ธุรกิจนายหน้า และบริการด้านการบริหารและจัดการโครงการอสังหาริมทรัพย์	ลักษณะผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มีความคล้ายคลึงกับ SIRI ในรูปแบบของบ้านเดี่ยว 2 ชั้น และ 3 ชั้น อาทิเช่น โครงการนาราสิริ พระราม 2 ราคาเริ่มต้น 19 ล้านบาท และโครงการเศรษฐสิริ กรุงเทพมหานคร ราคาเริ่มต้น 8.59 ล้านบาท ซึ่งเทียบเคียงกับโครงการเนอวานา บียอนด์ พระราม 2 และเนอวานา ไอคอน วงแหวน-พระราม 9 ตามลำดับ
บริษัท เอพี (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน)	AP	ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อขาย โครงการที่พัฒนาประกอบไปด้วย ทาวน์เฮ้าส์ บ้านเดี่ยว และคอนโดมิเนียม ซึ่งทำเลที่ตั้งในเขตชุมชน เมืองหรือใกล้ศูนย์กลางทางธุรกิจ สามารถเดินทางได้สะดวก และเน้นแบบบ้านที่ตรงกับความต้องการผู้บริโภคในแต่ละกลุ่ม	ลักษณะผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มีความคล้ายคลึงกับ AP ในรูปแบบของทาวน์เฮ้าส์ 3 ชั้น และโฮมออฟฟิศ 3 ชั้น อาทิเช่น โครงการบ้านกลางเมือง The Edition พระราม 9-อ่อนนุช ราคาเริ่มต้น 6.49 ล้านบาทและโครงการ District เอกมัย-รามอินทรา ราคาเริ่มต้น 7.9 ล้านบาท ซึ่งเทียบเคียงกับโครงการเนอวานา ดีฟายน์ พระราม 9 และเนอวานา แอดเวิร์ค ลาดพร้าว-เกษตรนวมินทร์ ตามลำดับ

ชื่อบริษัท	ชื่อย่อ	ลักษณะธุรกิจ	ลักษณะการแข่งขัน
บริษัท เอสซี แอสเสท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	SC	พัฒนาอสังหาริมทรัพย์อย่างครบวงจร ประกอบด้วย ธุรกิจเพื่อขาย เช่น บ้านเดี่ยว ทาวน์เฮ้าส์ และอาคารชุดพักอาศัย ธุรกิจเพื่อให้เช่า และธุรกิจที่ปรึกษาและบริหารงานด้านการบริหาร เทคนิค วิศวกรรม และระบบงานสนับสนุน	ลักษณะผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มีความคล้ายคลึงกับ SC ในรูปแบบของบ้านเดี่ยว 2 ชั้น 3 ชั้น และโฮมออฟฟิศ อาทิเช่น โครงการแกรนด์บางกอก บลูเลอวาร์ด พระราม 9 ราคาเริ่มต้น 25.9 ล้านบาท และโครงการเฮดควอเตอร์ส เอกมัย-ลาดพร้าว ซึ่งเทียบเคียงกับโครงการเนอวานา บีคอนด์ ไลท์ พระราม 9 และเนอวานา แอดเวิร์ค ลาดพร้าว - เกษตร-นวมินทร์ ตามลำดับ
บริษัท อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)	ANAN	พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ประเภท คอนโดมิเนียมติดสถานีขนส่งมวลชน ระบบรางในเขตกรุงเทพและปริมณฑล และบ้านจัดสรรแนวราบ นอกจากนี้ยังประกอบธุรกิจภายใต้บริษัทย่อยอื่นๆ ได้แก่ ธุรกิจศูนย์ออกกำลังกาย (sport club) ธุรกิจการเป็นตัวแทนการซื้อขายห้องชุด ธุรกิจรับบริหารโครงการอสังหาริมทรัพย์ให้กับนิติบุคคลบ้านจัดสรร และนิติบุคคลอาคารชุด ธุรกิจสนามแข่งรถ พีระ อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต และธุรกิจสนามแข่งรถโก-คาร์ท	ลักษณะผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มีความคล้ายคลึงกับ ANAN ในรูปแบบของบ้านเดี่ยว 3 ชั้น และทาวน์เฮ้าส์ 3 ชั้น อาทิเช่น โครงการอาร์เทล เกษตรนวมินทร์ ราคาเริ่มต้น 17 ล้านบาท และโครงการอาร์เด็น พัฒนาการ ราคาเริ่มต้น 7.89 ล้านบาท ซึ่งเทียบเคียงกับโครงการเนอวานา บีคอนด์ เกษตร-นวมินทร์ และเนอวานา ดีฟายน์ พระราม 9 ตามลำดับ
บริษัท แลนด์แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน)	LH	พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่อยู่อาศัย โดยขายบ้านจัดสรรพร้อมที่ดิน ทั้งบ้านเดี่ยว ทาวน์โฮม และคอนโดมิเนียม โครงการส่วนใหญ่อยู่ในเขตกรุงเทพฯ และตามจังหวัดใหญ่ๆ เช่น เชียงใหม่ นครราชสีมา ขอนแก่น ภูเก็ต เป็นต้น	ลักษณะผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มีความคล้ายคลึงกับ LH ในรูปแบบของบ้านเดี่ยว 2 ชั้น อาทิเช่น โครงการนนทวัน และมณฑนา เป็นต้น

การแข่งขันในธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียม

การแข่งขันในตลาดที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมนั้นมีคู่แข่งหลายราย ซึ่งผู้ประกอบการรายใหญ่ในตลาดหลักทรัพย์ครองสัดส่วนการตลาดสูงกว่าร้อยละ 60 ด้วยความได้เปรียบในด้านการลงทุน และศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากโดยทั่วไปแล้วการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียมต้องใช้เงินลงทุนสูงและใช้ระยะเวลาใน

การพัฒนาค่อนข้างนาน อีกทั้งผู้ประกอบการจำเป็นต้องศึกษาถึงความต้องการของผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน รวมถึงการสร้างแตกต่างของโครงการที่ชัดเจนเพื่อให้โครงการประสบความสำเร็จในการขาย

ภาวะสถานการณ์ทั้งทางด้านต้นทุนที่ปรับตัวสูงขึ้นและการให้สินเชื่อสำหรับผู้ประกอบการที่เข้มงวดมากขึ้น รวมทั้งสถานการณ์การขายโดยรวมที่ยังไม่ฟื้นตัวมากนัก ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องใช้ความสามารถและความมีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านการเงิน การพัฒนาโครงการ และการตลาด รวมทั้งการศึกษาความต้องการผู้บริโภคอย่างจริงจัง จึงจะสามารถชิงส่วนแบ่งการตลาดได้มากขึ้น

หากพิจารณาสภาพการแข่งขันของบริษัทฯ นั้น บริษัทฯ เชื่อว่าทำเลที่ตั้งของโครงการของบริษัทฯ นั้น เป็นโครงการที่ตั้งอยู่บนทำเลที่มีศักยภาพ ที่มีแนวโน้มการเติบโตที่สูง เช่น พื้นที่ส่วนต่อขยายสถานีรถไฟฟ้าสายสีทอง นอกจากนี้ โครงการของบริษัทฯ จะเน้นการออกแบบที่มีการใส่ใจในทุกรายละเอียด เพื่อสร้างนิยามใหม่ของการใช้ชีวิต (Re-Define Living Solutions)

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

1) การจัดหาที่ดินและเลือกรูปแบบการพัฒนาโครงการ

การสรรหาที่ดินนับเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์เป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญที่กลุ่มเป้าหมายใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัย และถือเป็นต้นทุนหลักในการพัฒนาดำเนินธุรกิจของบริษัท บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญในการคัดเลือกที่ดินที่มีศักยภาพนำมาพัฒนาโครงการ โดยพิจารณาจากทำเลที่ตั้ง การเข้าถึงที่ดิน การมีระบบสาธารณูปโภคของรัฐบาลรองรับ ผังเมือง ข้อจำกัดทางด้านกฎหมาย ทิศทางการเติบโตของแหล่งที่อยู่อาศัย และแหล่งชุมชน ในการคัดเลือกที่ดินสำหรับพัฒนาโครงการ บริษัทฯ มีฝ่ายพัฒนาธุรกิจ เป็นหน่วยงานหลักในการสรรหาที่ดิน โดยทำงานร่วมกับฝ่ายกฎหมาย ฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ ฝ่ายการเงิน ฝ่ายขาย และฝ่ายการตลาด เพื่อร่วมกันวิเคราะห์และตัดสินใจเลือกประเภทที่อยู่อาศัย และแบรนด์ที่เหมาะสมกับทำเลนั้นๆ โดยพิจารณาความเป็นไปได้ทางด้านกฎหมาย ผังเมือง ความเป็นไปได้ทางการก่อสร้าง การประมาณการต้นทุนระยะเวลาในการพัฒนาโครงการ ความเป็นไปได้ทางการเงิน อัตราผลตอบแทน และความเป็นไปได้ทางการตลาด เพื่อกำหนดแบรนด์สินค้า และราคาขายให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในบริเวณนั้นๆ โดยการสรรหาที่ดินมีข้อมูลจากเครือข่ายนายหน้าที่เป็นพันธมิตรกับบริษัทฯ ยาวนาน และจากการสำรวจของฝ่ายพัฒนาธุรกิจ นอกจากนี้ยังมีการเปิดรับข้อมูลที่ดิน ผ่านเว็บไซต์ และผ่านระบบคอลเซ็นเตอร์เพื่อเพิ่มความสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

2) การจัดซื้อวัสดุก่อสร้าง

บริษัทมีขั้นตอนในการจัดซื้อวัสดุก่อสร้างที่โปร่งใส และยุติธรรม เพื่อให้ได้วัสดุก่อสร้างที่มีคุณภาพดีตามมาตรฐานที่บริษัทตั้งไว้ ในราคาที่เหมาะสม บริหารความเสี่ยงโดยให้ผู้รับเหมาก่อสร้างโครงการเป็นผู้จัดหาวัสดุก่อสร้างที่มีความผันผวนและความสูญเสียที่ไม่แน่นอนเองแบบเบ็ดเสร็จ ทั้งยังสามารถควบคุมคุณภาพ รูปแบบ และเวลาได้ดี บริษัทจัดซื้อวัสดุก่อสร้างในส่วนที่สำคัญ ราคาสูง และมีลักษณะเฉพาะ เช่น สุขภัณฑ์ วัสดุกรุผิว ประตู-หน้าต่าง นอกจากนี้ยังเป็นการลดภาระของผู้รับเหมาก่อสร้างด้วย โดยขั้นตอนการจัดซื้อวัสดุก่อสร้าง บริษัทจัดให้มีการเปิดซองประมูลราคาหลายรายการ เพื่อให้มีการแข่งขันในด้านราคาและคุณภาพได้ การจัดซื้อวัสดุก่อสร้างจากผู้ผลิตโดยตรงทำให้บริษัทได้ราคาที่ดีกว่าผู้รับเหมาจัดซื้อเอง เนื่องจากมีการสั่งซื้อในปริมาณมาก วัสดุที่บริษัทสั่งซื้อส่วนใหญ่ใช้ในขั้นตอนแยกจากขั้นตอนการทำงานของผู้รับเหมาได้อย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทจึงสามารถควบคุมงานก่อสร้างให้เป็นไปตามแผนงานก่อสร้างที่วางไว้ นอกจากนี้บริษัทยังมีแผนรองรับการผันผวนของราคาวัสดุก่อสร้าง โดย

การกำหนดราคาส่งมอบล่วงหน้า การจัดซื้อในระยะยาว และมีระยะเวลาการจ่ายค่าวัสดุก่อสร้างอยู่ในช่วงเวลา 30-60 วัน ทั้งนี้บริษัทไม่ได้พึ่งพาผู้จำหน่ายวัสดุก่อสร้างรายใดรายหนึ่งเป็นพิเศษ ทำให้ไม่มีปัญหาการขาดแคลนวัสดุที่ผ่าน มา โดยบริษัทมีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ เพื่อให้มั่นใจว่าจะสามารถหาวัสดุได้ตรงตาม มาตรฐาน ตามปริมาณ และสามารถส่งมอบได้ทันตามที่บริษัทกำหนดได้

3) การจัดหาผู้รับเหมา

การดำเนินการก่อสร้าง บริษัทจะว่าจ้างผู้รับเหมาก่อสร้างขนาดใหญ่และขนาดกลางเป็นผู้ดำเนินการ โดยบริษัท จะควบคุมคุณภาพงาน และคุณภาพงานก่อสร้างโดยการจ้างให้ผู้จัดการโครงการ วิศวกรควบคุมงานประจำโครงการ วิศวกรควบคุมคุณภาพ เพื่อคอยดูแล และตรวจสอบงานของผู้รับเหมาให้เป็นไปตามมาตรฐานของบริษัทที่กำหนดไว้ โดยการคัดเลือกผู้รับเหมาใหม่ บริษัทจะพิจารณาจากคุณสมบัติเบื้องต้น ประสบการณ์ ผลงาน และคุณภาพที่ผ่านมา รวมถึงฐานะการเงินของบริษัท เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้บริษัทว่าจะสามารถดำเนินงานก่อสร้างให้แล้วเสร็จตาม กำหนดเวลา และคุณภาพที่มีมาตรฐาน สำหรับผู้รับเหมารายเดิมที่เคยรับงานกับบริษัทมาแล้ว บริษัทจะมีการจัดเก็บ ข้อมูลของผู้รับเหมาไว้เป็นฐานข้อมูล เช่น ข้อมูลการทำงาน คุณภาพงาน การประเมินผลงาน เป็นต้น เพื่อใช้ในการ พิจารณาว่าจ้างในครั้งถัดไป สำหรับการพัฒนาโครงการแนวราบ ประเภทบ้านเดี่ยว ทาวน์เฮาส์ และโฮม ออฟฟิศ บริษัท จะจัดหาผู้รับเหมารายย่อยหลายรายในการดำเนินการก่อสร้าง เพื่อเพิ่มความยืดหยุ่น และสามารถปรับแผนงานการ ก่อสร้างต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างทันท่วงที แต่การพัฒนาโครงการประเภทแนวสูง คอนโดมิเนียม บริษัทจะว่าจ้างผู้รับเหมารายใหญ่เพียงรายเดียว และทำสัญญาก่อสร้างแบบเบ็ดเสร็จ เพื่อให้สามารถควบคุมต้นทุน ระยะเวลา และคุณภาพให้เป็นไปตามที่บริษัทกำหนด ปัจจุบันบริษัทมีการรับสมัครสัมภาษณ์ผู้รับเหมารายใหม่ๆ ที่มี ศักยภาพที่ดีจำนวนมาก เก็บไว้เป็นคู่ค้าขึ้นทะเบียน เพื่อรองรับการขยายตัวของบริษัทในอนาคต

4) เทคโนโลยีการก่อสร้าง

เนื่องจากบริษัท มีผลิตภัณฑ์หลายรูปแบบ ดังนั้นงานก่อสร้างของบริษัทจึงแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ งาน ก่อสร้างบ้านแบบดั้งเดิม งานก่อสร้างบ้านสำเร็จรูป และงานก่อสร้างบ้านแบบกึ่งสำเร็จรูป โดยงานก่อสร้างบ้านแบบ ดั้งเดิมจะใช้กับบ้านเดี่ยวระดับ Hi-end ซึ่งบ้านสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการของลูกค้า ส่วนงานก่อสร้าง บ้านสำเร็จรูป บริษัทใช้เทคโนโลยีการก่อสร้างด้วยระบบผนังคอนกรีตสำเร็จรูป จากโรงงานหล่อคอนกรีตอัดแรงซึ่งเป็น โรงงานของบริษัท ผลิตผนังคอนกรีตและชิ้นส่วนคอนกรีตสำเร็จรูปจากโรงงานแล้วขนส่งมาติดตั้งที่หน้างาน โดย ระยะเวลาก่อสร้างโดยรวมในการก่อสร้างประมาณ 120 วันวิธีการก่อสร้างระบบนี้ สามารถช่วยลดระยะเวลาในการ ก่อสร้าง ควบคุมคุณภาพงานก่อสร้าง อีกทั้งยังช่วยลดการพึ่งพาแรงงาน และสามารถตอบสนองการเติบโตของธุรกิจได้ อย่างทันท่วงที สำหรับงานก่อสร้างบ้านกึ่งสำเร็จรูป บริษัทจะส่งปริมาณและรูปแบบเสาและคาน เพื่อให้โรงงานวาง แผนการผลิต และจัดส่งโครงสร้างเสา-คานไปยังสถานที่ก่อสร้าง ให้ผู้รับเหมาช่วง (Sub-Contractor) เป็นผู้ติดตั้ง โครงสร้างสำเร็จรูป ซึ่งทีมงานก่อสร้างของบริษัทฯ จะควบคุมการประกอบโครงสร้าง การติดตั้งโครงหลังคาสำเร็จรูป และก่ออิฐฉาบปูน รวมทั้งเข้าไปควบคุมการก่อสร้างส่วนที่เหลือให้แล้วเสร็จตามกำหนดเวลา เพื่อส่งมอบงานให้ลูกค้า ตามกำหนด จากความพร้อมในด้านเทคโนโลยีการผลิตและระบบการบริหารจัดการก่อสร้าง จะทำให้บริษัทสามารถส่ง มอบบ้านที่มีคุณภาพให้กับลูกค้าได้ทันตามกำหนด และยังคงรักษาจุดแข็งในการออกแบบบ้านที่มีฟังก์ชันใช้สอยได้ อย่างลงตัว

5) ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

การพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัย ประเภทหมู่บ้านจัดสรรของบริษัทที่ผ่านมา จะมีขนาดพื้นที่ไม่เกิน 100 ไร่ ซึ่งไม่อยู่ภายใต้ข้อบังคับกฎหมายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทก็ตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม ซึ่งผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากการก่อสร้างที่อยู่อาศัยและสาธารณูปโภคโครงการที่สำคัญคือ การระบายน้ำเสียของโครงการ บริษัทจึงจัดให้มีถังบำบัดน้ำเสียในบ้านแต่ละหลัง และสโมสรส่วนกลาง โดยน้ำเสียจากบ้านแต่ละหลังและสโมสรจะได้รับการบำบัดก่อนที่จะลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะ นอกจากนี้ การผลิตวัสดุสำเร็จรูป โครงสร้าง เสา คาน ผนัง สำเร็จรูป และการก่อสร้างบ้านสำเร็จรูปของบริษัทฯ ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งบริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัดมาโดยตลอด ทำให้นับตั้งแต่บริษัทฯ เปิดดำเนินการมา บริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาทหรือถูกฟ้องร้องเกี่ยวกับการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และไม่เคยได้รับการตักเตือนหรือการปรับจากหน่วยงานของรัฐเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีงานก่อสร้างบ้านที่ยังไม่ได้ส่งมอบ ซึ่งประกอบด้วย

1) ลูกค้าย่อยนอกโครงการ ซึ่งเป็นการรับจ้างสร้างบ้านให้กับลูกค้าแต่ละราย โดยอยู่ระหว่างดำเนินการทั้งหมดจำนวน 66 ยูนิต คิดเป็นมูลค่างานที่ยังไม่ได้รับรู้รายได้ (Backlog) มูลค่า 85.54 ล้านบาท โดยระยะเวลาการก่อสร้างบ้านเฉลี่ยของบริษัทฯ จะอยู่ที่ประมาณ 4-5 เดือนสำหรับบ้านสำเร็จรูป และ 6-8 เดือนสำหรับบ้านกึ่งสำเร็จรูป โดยนับจากวันที่เริ่มตอกเสาเข็ม

2) ลูกค้าย่อยในโครงการของกลุ่มเนอวานา ซึ่งอยู่ในระหว่างดำเนินการทั้งหมดจำนวน 115 ยูนิต คิดเป็นมูลค่างานที่ยังไม่ได้รับรู้รายได้ (Backlog) มูลค่ารวม 3,564 ล้านบาท โดยแบ่งเป็น (1) ที่พักอาศัยแนวสูง (คอนโดมิเนียม) จำนวน 84 ยูนิต คิดเป็นมูลค่า 2,938 ล้านบาท และ (2) ที่พักอาศัยแนวราบจำนวน 31 ยูนิต คิดเป็นมูลค่า 626 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดดังตารางด้านล่างนี้

โครงการของเนอวานา ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560

โครงการ	ที่ตั้งโครงการ	ประเภทโครงการ	ความคืบหน้าของการขาย		งานที่ยังไม่ส่งมอบ		มูลค่าโครงการคงเหลือ (ล้านบาท)	ความคืบหน้าของการก่อสร้าง (ร้อยละของมูลค่าตามบัญชี)
			จำนวนหน่วยทั้งหมด	จำนวนหน่วยคงเหลือ ²	จำนวนหน่วย	มูลค่า (ล้านบาท)		
ที่พักอาศัยแนวราบ								
เนอวานา บียอนด์ โลท์ พระราม 9	พระราม 9	บ้านเดี่ยว 3 ชั้น	39	-	-	3 ¹	-	96
เนอวานา บียอนด์ เกษตร-นวมินทร์ (เฟส 1)	เกษตร-นวมินทร์	บ้านเดี่ยว 3 ชั้น	67	1	-	1 ¹	23	99
เนอวานา บียอนด์ เกษตร-นวมินทร์ (เฟส 2)	เกษตร-นวมินทร์	บ้านเดี่ยว 3 ชั้น	37	3	-	83 ¹	34	78
เนอวานา บียอนด์ แอท บีช พัทยา	พัทยา ชลบุรี	บ้านเดี่ยว 3 ชั้น	21	20	-	1 ¹	404	52
เนอวานา บียอนด์ ศรีนครินทร์	ศรีนครินทร์	บ้านเดี่ยว 3 ชั้น	58	18	4	84	230	80
เนอวานา บียอนด์ พระราม 2	พระราม 2	บ้านเดี่ยว 3 ชั้น	120	105	5	144	1,783	63
เนอวานา ไอคอน พระราม 9	พระราม 9	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	117	-	-	-	-	100
เนอวานา ไอคอน วงแหวน-พระราม 9	วงแหวน-พระราม 9	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	36	3	-	-	30	99
เดอะ ชารา รามอินทรา	รามอินทรา	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	53	15	2	16	64	93
เนอวานา อินโทรวงแหวน-เกษตรนวมินทร์	วงแหวน-เกษตรนวมินทร์	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	69	-	-	-	-	100
เนอวานา คัพเวอร์ อ่อนนุช	อ่อนนุช	ทาวน์โฮม	194	1	-	-	6	100
เนอวานา คลัสเตอร์ รามคำแหง	รามคำแหง	ทาวน์โฮม 2-3 ชั้น	20	9	2	9	49	99
เนอวานา ดีฟายน์ พระราม 9	รามคำแหง	ทาวน์โฮม	51	5	8	99	100	97
แอทเวิร์ค รามอินทรา	รามอินทรา	โฮมออฟฟิศ	61	38	2	29	676	98
แอทเวิร์ค ลาดพร้าว-เกษตรนวมินทร์	เลิศจังหวัด	โฮมออฟฟิศ	56	39	8	157	672	96
รวม			999	257	31	626	4,071	

โครงการ	ที่ตั้งโครงการ	ประเภทโครงการ	ความคืบหน้าของการขาย		งานที่ยังไม่ส่งมอบ		มูลค่าโครงการ คงเหลือ (ล้านบาท)	ความคืบหน้าของการก่อสร้าง (ร้อยละของมูลค่าตามบัญชี)
			จำนวนหน่วย ทั้งหมด	จำนวนหน่วย คงเหลือ ²	จำนวนหน่วย	มูลค่า (ล้านบาท)		
ที่พักอาศัยแนวสูง (คอนโดมิเนียม)								
บ้านยันฮี เรสซิเดนซ์ ริเวอร์ไซด์ แบงคอก	คลองสาน	คอนโดมิเนียม	133	49	84	2,938	3,577	27
รวมทั้งหมด			1,132	306	115	3,564	7,648	

¹ รายได้จากบ้านสั่งสร้างที่ยังไม่รับรู้เนื่องจากอยู่ระหว่างงานก่อสร้าง

² จำนวนหน่วยคงเหลือที่ยังไม่ได้ขายและยังไม่ได้ดำเนินการก่อสร้าง โดยที่บริษัทฯ มีนโยบายแบ่งการขายเป็นเฟส และสอดคล้องกับงานก่อสร้างบ้านและการก่อสร้างสาธารณูปโภค โดยบริษัทฯ จะวางแผนการขายเป็น 3 ระยะ โดยในเฟสแรก บริษัทฯ จะเปิดการขาย โดย ตั้งราคาขายให้สามารถแข่งขันได้ เพื่อเป็นการจูงใจลูกค้าให้เข้าชมโครงการ โดยบริษัทฯ จะเปิดการขายเฟส 2 เมื่อยอดขายในเฟส 1 มีมากกว่า 70% ของจำนวนยูนิตในเฟส 1 และเปิดขายในเฟส 3 เมื่อยอดขายมากกว่า 60% ของจำนวนยูนิตรวมทั้งโครงการ

3. การบริหารความเสี่ยงและปัจจัยความเสี่ยง

กรอบการบริหารความเสี่ยง

บริษัท เนอวานา ไดอิจ จำกัด (มหาชน) ตระหนักว่าการบริหารความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งของการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญที่ช่วยให้บริษัทฯ สามารถบรรลุวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ การบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้บริษัทฯ มีการตัดสินใจที่ดีขึ้นในเรื่องของการกำกับดูแล กลยุทธ์ การกำหนดวัตถุประสงค์ และการดำเนินธุรกิจ

นโยบายการบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ ได้จัดทำนโยบายการบริหารความเสี่ยง ซึ่งกำหนดกรอบการปฏิบัติงานและกระบวนการ เพื่อใช้ในการบริหารความเสี่ยงของบริษัท ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้นำแนวทางของ the COSO Enterprise Risk Management Framework มาปรับใช้ในการระบุและประเมินความเสี่ยงของกิจกรรมทางธุรกิจที่บริษัทฯ ดำเนินการ เพื่อจัดทำแผนการจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น

โครงสร้างการบริหารความเสี่ยง

คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Committee) ได้รับการแต่งตั้งจากคณะกรรมการบริษัท เพื่อทำหน้าที่กำหนดนโยบาย กรอบการดำเนินงาน รวมทั้งติดตาม กลั่นกรอง ให้ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะงานด้านการบริหารความเสี่ยงในระดับองค์กร ตลอดจนพิจารณาเกี่ยวกับปัจจัยเสี่ยงต่างๆ ของบริษัท และพิจารณาแนวทางในการบริหารจัดการความเสี่ยงเหล่านั้น เพื่อให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) และได้กำหนดให้ทุกหน่วยงานในฐานะเจ้าของความเสี่ยง (Risk Owner) มีหน้าที่ในการกำกับดูแลและบริหารความเสี่ยงที่อยู่ในความรับผิดชอบ

วัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยง

วัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของกรอบการบริหารความเสี่ยงของบริษัท ทั้งนี้ บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะส่งเสริมวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยงให้มีความเข้มแข็งทั่วทั้งองค์กร และมุ่งหวังให้พนักงานมีความตระหนักรู้ถึงความเสี่ยงในการปฏิบัติงาน และรับผิดชอบในการบริหารความเสี่ยงอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ บริษัทฯ สนับสนุนให้พนักงานมีทัศนคติและพฤติกรรมในการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยงที่ดี โดยมีแนวทางการดำเนินการดังนี้

- กำหนดนโยบายการบริหารความเสี่ยง วัตถุประสงค์ กรอบการบริหารความเสี่ยง และแนวทางการบริหารความเสี่ยง
- นำแนวทางไปปฏิบัติและติดตามความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง ทั้งในระดับคณะกรรมการ ระดับบริหาร และระดับปฏิบัติการ
- สื่อสารและเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องการบริหารความเสี่ยงในองค์กรอย่างต่อเนื่อง โดยผ่านช่องทางต่างๆ เช่น บอร์ดประชาสัมพันธ์ และการฝึกอบรม เป็นต้น

ปัจจัยความเสี่ยง

ความเสี่ยงจากการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ

1. ความเสี่ยงจากความผันผวนทางเศรษฐกิจ

เศรษฐกิจไทยโดยรวมในปี 2560 มีแนวโน้มที่ดีขึ้นจากปีก่อน สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ปรับเพิ่มคาดการณ์อัตราการเติบโตของไทยปี 2560 ขึ้นเป็นร้อยละ 3.5-4.0 (จากเดิมร้อยละ 3.3-3.8) แต่เศรษฐกิจยังคงมีภาพไม่ชัดเจน เนื่องจากตัวเลขการลงทุนภาคเอกชนที่ยังชะลอตัว แสดงถึงความเชื่อมั่นที่ยังไม่ฟื้นตัวเท่าที่ควร ส่งผลให้มีการชะลอการตัดสินใจ และภาวะหนี้ครัวเรือนที่ยังคงอยู่ในระดับสูง ทำให้กำลังซื้อของลูกค้าน่าลดลง ปัจจัยทั้งหลายเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อภาคอสังหาริมทรัพย์โดยตรง ทั้งนี้ ด้วยความเชี่ยวชาญและอยู่ในธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์มานาน บริษัทฯ มีความเชี่ยวชาญในการพัฒนาสินค้าที่มีความโดดเด่นในเรื่องของพื้นที่ใช้สอยและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยเฉพาะในด้านของการดีไซน์ที่เน้นเรื่องฟังก์ชันที่แตกต่างเพื่อเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ลูกค้า จากการที่บริษัทฯ ทำบ้านแบบบ้านสั่งสร้าง ซึ่งเป็นช่องทางที่ได้เปรียบในการเข้าถึงความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถสร้างหรือผลิตสินค้าที่ตรงใจลูกค้าและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

บริษัทฯ เสนอทางเลือกที่หลากหลายเพิ่มขึ้น นอกเหนือจากบ้านในโครงการจัดสรร คือ การรับสร้างบ้านแบบบ้านเนอวานาบนที่ดินของลูกค้าเอง ซึ่งสามารถกระตุ่นยอดขายได้ดีในช่วงที่ลูกค้าชะลอการตัดสินใจ หรือมองหาสินค้าที่ตอบสนองความต้องการในราคาที่ย่อมเยาลง ในภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว บริษัทฯ เน้นเรื่องการบริหารการเงินอย่างมีวินัย โดยที่บริษัทฯ มีอัตราส่วนหนี้สินต่อทุน ต่ำกว่า 1 เท่า

2. ความเสี่ยงจากความเข้มงวดด้านสินเชื่อของสถาบันการเงิน

เนื่องจากปัจจุบันระดับหนี้ครัวเรือนในประเทศไทยมีอยู่ในระดับสูงถึงร้อยละ 80 ของการเติบโตทางเศรษฐกิจ (GDP) ประกอบกับธนาคารพาณิชย์มีความเข้มงวดในเรื่องของการปล่อยสินเชื่อที่อยู่อาศัย โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าระดับกลางถึงระดับล่าง ส่งผลให้กำลังซื้อและความสามารถในการชำระหนี้ลดลง

เนื่องจากโครงการส่วนใหญ่ของบริษัทฯ อยู่ในระดับราคาที่เน้นกลุ่มลูกค้าระดับกลางขึ้นไป ซึ่งมีกำลังซื้อและมีความสามารถในการผ่อนชำระเงินกู้มากกว่ากลุ่มระดับกลางถึงระดับล่าง รวมทั้งกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ เป็นกลุ่มที่ซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อเป็นที่อยู่อาศัยจริง ไม่ใช่เพื่อการลงทุน จึงทำให้อัตราการปฏิเสธให้เงินกู้แก่ลูกค้าของบริษัทฯ อยู่ในระดับที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรม นอกจากนี้ บริษัทฯ เน้นให้มีการพิจารณาคุณสมบัติเบื้องต้นของลูกค้าทุกราย และให้ธนาคารพิจารณาก่อนการโอนล่วงหน้ากว่าแผนงานปกติและเน้นการทำงานร่วมมือกับธนาคารอย่างใกล้ชิด ทั้งนี้ เพื่อลดจำนวนการยกเลิกการซื้อเนื่องจากการขออนุมัติสินเชื่อไม่ผ่าน อีกทั้งยังเน้นเรื่องการติดตามสถานการณ์ยอดหนี้เสีย กับธนาคารพาณิชย์ใกล้ชิด

3. ความเสี่ยงจากการควบรวมกันของสองบริษัท

ในปี 2560 นี้ บริษัท ไไดอิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) รับโอนกิจการทั้งหมดจากบริษัท เนอวานา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด และมีการเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท เนอวานา ไดอิ จำกัด (มหาชน) การรวมกันครั้งนี้เป็นการรวมแบบกิจการทั้งหมด (Entire Business Transfer) ระหว่างบริษัท ไไดอิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ผู้นำตลาดในเรื่องของนวัตกรรมการผลิตสำเร็จรูป และแผ่นคอนกรีตเสริมแรง กับ บริษัท เนอวานา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์มายาวนาน ภายใต้แบรนด์ “เนอวานา”

ในเรื่องของพื้นฐานของธุรกิจนั้น ธุรกิจของทั้งสองบริษัทเป็นธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องซึ่งกันและกัน กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัท คือ กลุ่มกลางบนขึ้นไป ที่มีไลฟ์สไตล์ทันสมัย ชอบความแตกต่าง เน้นรายละเอียด ในการออกแบบ โครงการจะถูกออกแบบในสไตล์โมเดิร์น ระดับพรีเมียม ตอบรับ high-end lifestyle สำหรับด้านคุณภาพนั้นบริษัทได้ตั้งใช้ประสบการณ์ในเรื่องงานก่อสร้างที่มีคุณภาพ โดยใช้พื้นฐานนวัตกรรมของไดอิจ ที่จะสร้างความรวดเร็วในการก่อสร้าง ทั้งยังมีความแข็งแกร่ง สวยงาม และทนทาน ตอบโจทย์การขยายตลาดในวงที่กว้างขึ้น ทั้งธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ และธุรกิจรับสร้างบ้าน

ทั้งนี้ บริษัทฯ ตระหนักถึงปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้การควบรวมกันครั้งนี้เกิด Synergy ขึ้นอย่างแท้จริง คือการบริหารองค์กรให้รวมเป็นหนึ่งเดียวและพร้อมที่จะก้าวเดินไปข้างหน้าได้อย่างรวดเร็ว เป็นปึกแผ่นเดียวกันอย่างมั่นคง ตั้งแต่ต้นปี 2560 ผู้บริหารระดับสูงได้ให้นโยบายที่ชัดเจนถึงแนวทางและแผนธุรกิจของบริษัทที่จะดำเนินในอนาคต เพื่อให้พนักงานทุกคนมีเป้าหมายร่วมกัน บริษัทฯ ได้เริ่มจัดทำโครงการ HR Transformation เพื่อพัฒนาบุคลากรอย่างบูรณาการ ซึ่งรวมถึงการจัดทำโครงสร้างบุคลากร การพัฒนาศักยภาพ การบริหารจัดการ Career Path การจัดทำ KM เป็นต้น เพื่อให้สอดคล้องกับการเติบโตของธุรกิจ

4. ความเสี่ยงจากการค้าประกันบริษัทย่อย และบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน

บริษัทฯ ได้มีการค้าประกันวงเงินกู้ยืมแก่บริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 เท่ากับ 4,484 ล้านบาท ทั้งนี้ บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากการค้าประกันการชำระคืนหนี้ให้กับเจ้าหนี้ อย่างไรก็ตาม บริษัทย่อยต้องจัดหาเงินกู้ยืมและวงเงินสินเชื่อเพื่อวัตถุประสงค์ในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งเป็นการประกอบธุรกิจหลักของบริษัทย่อย โดยบริษัทฯ มีนโยบายที่ให้ความสำคัญในการควบคุมและติดตามผลการดำเนินงานของบริษัทย่อยอย่างใกล้ชิด เช่น การส่งตัวแทนเข้าไปเป็นกรรมการ การติดตามผลงานรายเดือนหรือรายสามเดือน เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทย่อยมีผลกำไรจากการประกอบการและกระแสเงินสดจากการดำเนินงานเป็นไป ตามเป้าหมาย และสามารถชำระคืนหนี้ให้กับเจ้าหนี้ได้ตามแผน ดังนั้นความเสี่ยงจากการที่บริษัทให้การค้าประกันเงินกู้ยืมแก่บริษัทย่อยจึงอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ

ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อสิทธิหรือการลงทุนของผู้ถือหลักทรัพย์ด้านการบริหารจัดการ

1. ความเสี่ยงจากความขัดแย้งทางผลประโยชน์ (Conflict of Interest)

เนื่องจากบริษัท สิงห์ เอสเตท จำกัด (มหาชน) (“S”) ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ซึ่งดำเนินธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เช่นเดียวกับบริษัทฯ ดังนั้น บริษัทฯ จึงต้องมีการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อแบ่งแยกขอบข่ายกันให้ชัดเจน เพื่อป้องกันประเด็นความขัดแย้งทางผลประโยชน์ โดยที่บริษัทฯ และ S มีการแบ่ง Segment กันอย่างชัดเจน โดย S ทำธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพื่อการพักอาศัย โดยเน้นกลุ่มลูกค้าระดับ Luxury และระดับ Super Luxury ธุรกิจโรงแรม และธุรกิจให้เช่าพื้นที่อาคาร ในขณะที่บริษัทฯ ซึ่งเป็นบริษัทย่อยจะทำธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพื่อการพักอาศัยโดยเน้นกลุ่มลูกค้าระดับต่ำกว่า Luxury ซึ่งเป็น Segment ที่บริษัทฯ มีความเชี่ยวชาญและเล็งเห็นว่ามีศักยภาพในการเติบโต

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบัน เนอวานา ไดอิจ มีแผนที่จะพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่อการพักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ซึ่งเน้นกลุ่มลูกค้าระดับ Super Luxury จำนวน 1 โครงการเท่านั้น ผ่านบริษัท เนอวานา รีเวอร์ จำกัด ซึ่งเป็นการร่วมทุนระหว่างเนอวานา และบริษัท บีพี พาร์ทเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 70 และร้อยละ 30 ของจำนวนหุ้นที่ชำระแล้ว ตามลำดับ ทั้งนี้ เนอวานา ไดอิจ จะไม่พัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่อการพักอาศัยอื่นที่เน้นกลุ่มลูกค้าระดับ Luxury และ Super Luxury เพิ่มเติมหลังจบโครงการบันยันทรี เรสซิเดนซ์ ริเวอร์ไซด์

กรุงเทพ โดยคณะกรรมการบริษัทจะพิจารณาความจำเป็นและความสมเหตุสมผลของการเข้าทำรายการต่างๆ และติดตาม กำกับดูแลและตรวจสอบให้มั่นใจว่า จะไม่มีความขัดแย้งกับผลประโยชน์ที่ดีที่สุดของบริษัทฯ หากจำเป็น บริษัทฯ จะทำการเปิดเผยข้อมูลสำคัญต่อผู้ถือหุ้นและนักลงทุน โดยบริษัทฯ จะดำเนินการให้คณะกรรมการของบริษัทพิจารณาอนุมัตินโยบายการแบ่งแยกธุรกิจ เพื่อป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ระหว่างบริษัทฯ และ S

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ลักษณะสำคัญของทรัพย์สินที่ใช้ประกอบธุรกิจ

โครงการที่พักอาศัยภายใต้เนอวานา

โครงการ	ประเภทโครงการ	ที่ตั้ง	ขนาดที่ดินทั้งโครงการ (ไร่-งาน-ตร.ว.)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน (จดจำนองทั้งหมด/ บางส่วน ว่างกับ)
เนอวานา บียอนด์ ไลฟ์ พระราม 9	บ้านเดี่ยว 3 ชั้น	ถนนกรุงเทพกรีฑา 32 แขวงสะพานสูง เขตสะพานสูง กรุงเทพฯ	34-3-72.8	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
เนอวานา ไอคอน พระราม 9	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น				ไม่มี
เนอวานา บียอนด์ เกษตร-นวมินทร์ (เฟส 1)	บ้านเดี่ยว 3 ชั้น	ถนนคลองลำเจียก แขวง นวลจันทร์ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพฯ	20-1-16	เป็นเจ้าของ	BAY ¹
เนอวานา บียอนด์ เกษตร-นวมินทร์ (เฟส 2)	บ้านเดี่ยว 3 ชั้น	ถนนคลองลำเจียก แขวง นวลจันทร์ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพฯ	8-1-13	เป็นเจ้าของ	BAY ¹
เนอวานา บียอนด์ แอท บีช พัทยา	บ้านเดี่ยว 3 ชั้น	ซอยนาจอมเทียน 12 ถนนสุขุมวิท (ทล. 13) ตำบลนาจอมเทียน อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี	4-2-41	เป็นเจ้าของ	LHBANK ²
เนอวานา บียอนด์ ศรีนครินทร์	บ้านเดี่ยว 3 ชั้น	ถนนเฉลิมพระเกียรติ ร.9 แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพฯ	12-2-69	เป็นเจ้าของ	SCB ³
เนอวานา บียอนด์ พระราม 2	บ้านเดี่ยว 3 ชั้น	ตำบลบางบอน, แสมดำ (บางบอน) อำเภอบางขุนเทียน กรุงเทพฯ	40-3-84.7	เป็นเจ้าของ	SCB ³
เนอวานา ไอคอน วงแหวน-พระราม 9	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	ซอยกรุงเทพกรีฑา 32 ถนนกรุงเทพกรีฑา แขวงสะพานสูง เขตสะพานสูง กรุงเทพฯ	8-0-25.1	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
เดอะ ชารา	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	ซอยพระยาสุเรนทร์ 35 ถนนพระยาสุเรนทร์ แขวงบางชัน เขตมีนบุรี กรุงเทพฯ	8-3-81	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
เนอวานา อินโทร วงแหวนเกษตรนวมินทร์	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	ถนนเลียบวงแหวนฝั่งตะวันออก แขวงคันนายาว เขตคันนายาว กรุงเทพฯ	11-3-2.4	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
เนอวานา คัพเวอร์ อ่อนนุช	ทาวน์โฮม	ซอยอ่อนนุช 65 (ซอยพัฒนาชุมชน) ถนนอ่อนนุช (สุขุมวิท 77) แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพฯ	17-0-73	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
เนอวานา คลัสเตอร์ รามคำแหง	ทาวน์โฮม 2 ชั้น และ 3 ชั้น	แขวงสะพานสูง เขตสะพานสูง (บางกะปิ) กรุงเทพฯ	14-2-44.5	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
เนอวานา ดีฟายน์ พระราม 9	ทาวน์โฮม 3 ชั้น	แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ	5-2-85	เป็นเจ้าของ	LHBANK ²

โครงการ	ประเภทโครงการ	ที่ตั้ง	ขนาดที่ดินทั้งโครงการ (ไร่-งาน-ตร.ว.)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน (จดจำนองทั้งหมด/บางส่วน ไว้กับ)
เนอวานา ดีฟายน์ ศรีนครินทร์-พระราม 9	ทาวน์โฮม 3 ชั้น	แขวงสะพานสูง เขตสะพานสูง กรุงเทพฯ	19-0-75.7	เป็นเจ้าของ	BAY ¹
แอทเวิร์ค รัมอินทรา	โฮมออฟฟิศ	แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ	9-0-31.9	เป็นเจ้าของ	SCB ²
แอทเวิร์ค ลาดพร้าว-เกษตรนวมินทร์	โฮมออฟฟิศ	แขวงคลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม กรุงเทพฯ	7-1-1	เป็นเจ้าของ	KBANK ⁴
บันยันทรี เรสซิเดนซ์ ริเวอร์ไซด์ แบงคอก	คอนโดมิเนียม	แขวงคลองสาน เขตคลองสาน กรุงเทพฯ	5-1-10.0	เป็นเจ้าของ	TBANK ⁵

สำหรับปี 2560 บริษัทและบริษัทย่อยไม่มีการลงทุนในโครงการอื่นเพิ่มเติม ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการประเมินราคาทรัพย์สินเพื่อใช้ในการพิจารณาขอสินเชื่อโครงการ โดยผู้ประเมินราคาที่อยู่ในบัญชีความเห็นชอบของสำนักงาน ได้แก่ บริษัท 15 ที่ปรึกษาธุรกิจ จำกัด บริษัท ซิมส์ พร็อพเพอร์ตี้ คอนซัลแทนท์ จำกัด บริษัท โมเดอร์น พร็อพเพอร์ตี้ คอนซัลแทนท์ จำกัด และ บริษัท ฟิวเจอร์ แอปไพร์ซ จำกัด (ตามเอกสารแนบ 4 รายละเอียดเกี่ยวกับรายการประเมินราคาทรัพย์สิน)

หมายเหตุ การวิเคราะห์คุณภาพลูกหนี้ นโยบายการรับรู้รายได้ การวิเคราะห์ความเพียงพอ และเหมาะสมของทรัพย์สินอธิบายไว้ในส่วนที่ 3 ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน หัวข้อที่ 3.2 การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ

¹ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

² ธนาคารแลนด์แอนด์เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

³ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

⁴ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

⁵ ธนาคารธนาชาต จำกัด (มหาชน)

4.2 เครื่องหมายการค้า ลิขสิทธิ์ และทรัพย์สินทางปัญญา

เครื่องหมายการค้าสำคัญ ลิขสิทธิ์ หรือทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัทและบริษัทย่อย มีดังนี้

รูปแบบเครื่องหมาย/ ลิขสิทธิ์	ชื่อเจ้าของ	ประเภทสินค้า/ บริการ	เลขทะเบียน/ ประเทศที่จดทะเบียน	ระยะเวลาคคุ้มครอง
1. เครื่องหมายการค้า “เฟนเซอร์”	บริษัท เนอวานา ไดอิจ จำกัด (มหาชน)	รู้ ประเภท 19	ค135300 ประเทศไทย	19 มิถุนายน 2563
2. เครื่องหมายการค้า “WOODTEX”	บริษัท เนอวานา ไดอิจ จำกัด (มหาชน)	รู้ ประเภท 19	ค135301 ประเทศไทย	6 กันยายน 2563
3. เครื่องหมายการค้า “QTECH”	บริษัท เนอวานา ไดอิจ จำกัด (มหาชน)	โครงสร้างอาคารทำ จากคอนกรีตผสมเสร็จ (ประเภท 19)	ค192733 ประเทศไทย	19 พฤษภาคม 2566
4. เครื่องหมายบริการ “@WORK”	บริษัท เนอวานา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด	ธุรกิจจัดสรรที่ดิน (ประเภท 36)	บ66368 ประเทศไทย	18 พฤษภาคม 2568
5. เครื่องหมายบริการ “BEYOND”	บริษัท เนอวานา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด	ธุรกิจจัดสรรที่ดิน (ประเภท 36)	บ66364 ประเทศไทย	18 พฤษภาคม 2568
6. เครื่องหมายบริการ “BEYOND LITE”	บริษัท เนอวานา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด	ธุรกิจจัดสรรที่ดิน (ประเภท 36)	บ66367 ประเทศไทย	18 พฤษภาคม 2568
7. เครื่องหมายบริการ “COVER”	บริษัท เนอวานา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด	ธุรกิจจัดสรรที่ดิน (ประเภท 36)	บ66366 ประเทศไทย	18 พฤษภาคม 2568
8. เครื่องหมายบริการ “ICON”	บริษัท เนอวานา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด	ธุรกิจจัดสรรที่ดิน (ประเภท 36)	บ66365 ประเทศไทย	18 พฤษภาคม 2568
9. เครื่องหมายบริการ “GINZA”	บริษัท คิวเทค โปรดัคส์ จำกัด	ก่อสร้างที่อยู่อาศัย (ประเภท 37)	161104016 ประเทศไทย	12 กันยายน 2569
10. เครื่องหมายบริการ “The GINZA”	บริษัท คิวเทค โปรดัคส์ จำกัด	การจัดการ อสังหาริมทรัพย์ (ประเภท 36)	161104015 ประเทศไทย	12 กันยายน 2569

4.3 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

การลงทุนในบริษัทย่อย และบริษัทร่วม บริษัทยังไม่มีนโยบายชัดเจนในการร่วมทุน แต่บริษัทมีแนวทางในการดำเนินธุรกิจ ในกรณีถ้าบริษัท หรือบริษัทย่อย ร่วมลงทุนในการดำเนินธุรกิจ บริษัทจะพิจารณาจากอัตราผลกำไรขั้นต้น หรือมูลค่าโครงการเป็นหลัก โดยจะพิจารณาร่วมทุนในกรณีที่บริษัทจะได้รับอัตราผลกำไรขั้นต้นมากกว่า 30% หรือมูลค่าโครงการมากกว่า 100 ล้านบาท และเป็นการลงทุนในสัดส่วนที่มากพอให้บริษัทเข้าร่วมบริหารจัดการและกำหนดแนวทางของธุรกิจดังกล่าวได้

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

- ไม่มี -

6. ข้อมูลทั่วไป และข้อมูลสำคัญอื่น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560

ชื่อบริษัท	บริษัท เนอวานา ไดอิจ จำกัด (มหาชน)
ชื่อย่อหลักทรัพย์	NVD
ประเภทธุรกิจ	อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง
หมายเลขทะเบียนบริษัท	0107547000851
ทุนจดทะเบียน	1,405,599,978 บาท
ทุนชำระแล้ว	1,380,599,978 บาท
ประเภทและจำนวนหุ้น	หุ้นสามัญจำนวน 1,405,599,978 หุ้น
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้	มูลค่าหุ้นละ 1 บาท
สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่	เลขที่ 123 อาคารชั้นทาวเวอร์ส เอ ชั้น 11 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 โทรศัพท์ : 02-105-6789 โทรสาร : 02-105-6787
สถานที่ตั้งสำนักงานสาขา (1)	เลขที่ 97 หมู่ 1 ถนนบ้านแหลมกระเจา ตำบลลำลูกบัว อำเภอดอนตูม จังหวัด นครปฐม 73150
สถานที่ตั้งสำนักงานสาขา (2)	เลขที่ 687 ถนนประดิษฐ์มนูธรรม แขวงสะพานสอง เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร 10310
โฮมเพจ	www.nirvanadaii.com

ข้อมูลทั่วไปของนิติบุคคลที่บริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 10 ขึ้นไป ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560

ชื่อบริษัท/ที่อยู่	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (บาท)	ชนิดของหุ้น	มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ (บาท)	จำนวนหุ้น ที่ออกและ ชำระแล้ว (หุ้น)	สัดส่วน การถือ หุ้น (ร้อยละ)
บริษัทย่อย						
บริษัท ดีจี โฮม เซ็นเตอร์ จำกัด 123 อาคารชั้นทาวเวอร์ส เอ ชั้น 11 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 โทรศัพท์: 02-105-6789 โทรสาร: 02-105-6787	รับเหมาก่อสร้าง	8,000,000	สามัญ	10	800,000	99.99
บริษัท เอ็นวีดีจี จำกัด 123 อาคารชั้นทาวเวอร์ส เอ ชั้น 11 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 โทรศัพท์: 02-105-6789 โทรสาร: 02-105-6787	รับเหมาก่อสร้าง	5,000,000	สามัญ	10	500,000	99.99
บริษัท เนอวานา คอนสตรัคชั่น จำกัด 123 อาคารชั้นทาวเวอร์ส เอ ชั้น 11 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 โทรศัพท์: 02-105-6789 โทรสาร: 02-105-6787	รับเหมาก่อสร้าง	140,000,000	สามัญ	100	1,400,000	99.99
บริษัท เอเทค เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด 123 อาคารชั้นทาวเวอร์ส เอ ชั้น 11 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 โทรศัพท์: 02-105-6789 โทรสาร: 02-105-6787	จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ประตูหน้าต่าง อลูมิเนียมสำเร็จรูป	7,000,000	สามัญ	10	700,000	99.99

ชื่อบริษัท/ที่อยู่	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (บาท)	ชนิดของหุ้น	มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ (บาท)	จำนวนหุ้น ที่ออกและ ชำระแล้ว (หุ้น)	สัดส่วน การถือ หุ้น (ร้อยละ)
บริษัท คิวเทค โปรดักส์ จำกัด 123 อาคารชั้นทาวเวอร์ส เอ ชั้น 11 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 โทรศัพท์: 02-105-6789 โทรสาร: 02-105-6787	ผลิตวัสดุ โครงสร้าง ผนังสำเร็จรูป	10,000,000	สามัญ	10	1,000,000	99.99
บริษัท เนอวานา ยู จำกัด 123 อาคารชั้นทาวเวอร์ส เอ ชั้น 11 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 โทรศัพท์: 02-105-6789 โทรสาร: 02-105-6787	อสังหาริมทรัพย์	80,000,000	สามัญ	100	800,000	99.99
บริษัท เนอวานา พระราม 9 จำกัด 123 อาคารชั้นทาวเวอร์ส เอ ชั้น 11 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 โทรศัพท์: 02-105-6789 โทรสาร: 02-105-6787	อสังหาริมทรัพย์	150,000,000	สามัญ	100	1,500,000	99.99
บริษัท เอ็นวีดีเอ จำกัด 123 อาคารชั้นทาวเวอร์ส เอ ชั้น 11 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 โทรศัพท์: 02-105-6789 โทรสาร: 02-105-6787	อสังหาริมทรัพย์	65,000,000	สามัญ	100	650,000	99.99

ชื่อบริษัท/ที่อยู่	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (บาท)	ชนิดของหุ้น	มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ (บาท)	จำนวนหุ้น ที่ออกและ ชำระแล้ว (หุ้น)	สัดส่วน การถือหุ้น (ร้อยละ)
บริษัท เนอวานา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด 123 อาคารชั้นทาวเวอร์ส เอ ชั้น 11 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 โทรศัพท์: 02-105-6789 โทรสาร: 02-105-6787 (อยู่ระหว่างดำเนินการชำระ บัญชี)	อสังหาริมทรัพย์	878,768,100	สามัญ	100	8,787,681	99.99
บริษัท เนอวานา ริเวอร์ จำกัด 123 อาคารชั้นทาวเวอร์ส เอ ชั้น 11 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 โทรศัพท์: 02-105-6789 โทรสาร: 02-105-6787	อสังหาริมทรัพย์	305,000,000	สามัญ	100	3,050,000	69.99
บริษัท แลนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด 1 ซอยลาดพร้าว 19 ถนน ลาดพร้าว แขวงจอมพล เขต จตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 โทรศัพท์: 02-938-3460 โทรสาร: 02-938-3458	รับสร้างบ้าน	40,000,000	สามัญ	10	4,000,000	14.89

บุคคลอ้างอิงอื่น

นายทะเบียนหลักทรัพย์

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400
โทรศัพท์ : 02-009-9000 โทรสาร : 02-009-9991

นายทะเบียนผู้ถือหุ้นกู้

ธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน)
44 ถนนหลังสวน แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330
โทรศัพท์ : 02-638-8000 โทรสาร : 02-657-3333

ผู้สอบบัญชี

บริษัท ไพร์ชวอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส เอพีเอส จำกัด
179/74 – 80 อาคารบางกอกซิตี้ ทาวเวอร์ ชั้น 15 ถนนสาทรใต้
แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120
โทรศัพท์ 02-844-1000 โทรสาร 02-286-5050