# ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

## 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

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

บริษัทฯ จดทะเบียนจัดตั้งเมื่อวันที่ 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

ตามที่บริษัทฯ เป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai) ตั้งแต่วันที่ 23 กรกฎาคม 2558 และต่อมาบริษัทฯ ได้ยื่นคำขอให้ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พิจารณาอนุมัติให้หลักทรัพย์ของ NVD ซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) นั้น ซึ่งทางตลาดหลักทรัพย์ฯ พิจารณาแล้วเห็นว่า NVD มีคุณสมบัติครบถ้วนตามข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ฯ เรื่อง การรับหุ้นสามัญหรือหุ้นบุริมสิทธิเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียน พ.ศ. 2558 ตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้มีมติเห็นควรกำหนดให้หลักทรัพย์จดทะเบียนของ NVD จำนวน 1,380,599,978 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาทรวม 1,380,599,978 บาท ซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) โดยจัดให้หุ้นสามัญอยู่ในกลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง หมวดพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ และใช้ชื่อย่อในการซื้อขายหลักทรัพย์ว่า "NVD" เช่นเดิม ตั้งแต่วันที่ 24 พฤษภาคม 2561 เป็นต้นไป

ณ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อขาย ได้แก่ การพัฒนาที่ดินเพื่อการจัดจำหน่ายทั้งในโครงการจัดสรร และนอกโครงการจัดสรร การพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัย ได้แก่ บ้านเดี่ยว ทาวน์โฮม โฮมออฟฟิศ และคอนโดมิเนียม นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังดำเนินธุรกิจรับจ้างการก่อสร้างบ้านให้กับลูกค้า ทั้งในโครงการจัดสรรที่บริษัทพัฒนาเอง ที่ดินของลูกค้า และร่วมพัฒนาโครงการกับเจ้าของที่ดิน (Turnkey Solution) และรับจ้างงานก่อสร้างทั่วไป เช่น งานก่อสร้างวิลล่าให้กับรีสอร์ท หอพักคนงาน สถานีบริการน้ำมัน เป็นต้น ประกอบกับ การขายสินค้าประเภทวัสดุก่อสร้างที่ทางบริษัทฯ ผลิตเองให้กับบุคคลภายนอก ได้แก่ รั้วสำเร็จรูป เสา-คาน-แผ่น คอนกรีตสำเร็จรูป นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้เริ่มดำเนินการก่อสร้างและเปิดใช้อาคารจอดแล้วจรแห่งแรกของบริษัทฯ ในซอยเฉยพ่วง ใกล้กับรถไฟฟ้าสถานที่จตุจักร และรถไฟใต้ดินสถานีหมอชิต เพื่อเป็นการสร้างรายได้ประจำอีกทางหนึ่งของบริษัทฯ ทำให้บริษัทฯ เป็นผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อการอยู่อาศัยอย่างครบวงจร

### 1.1 นโยบายและเป้าหมายในการดำเนินงานของบริษัท

ในปี 2563 บริษัทฯ มีเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจดังนี้

<u>เป้าหมายด้านการดำเนินธุรกิจ</u>

1) ธุรกิจพัฒนาที่อยู่อาศัยเพื่อขาย บริษัทฯ เน้นการเปิดตัวโครงการที่มีศักยภาพสูง โดยมีการศึกษาสภาวะตลาดและความต้องการของผู้บริโภคอย่างละเอียด จำนวนยูนิต และรูปแบบการพัฒนาโครงการจะถูกกำหนดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค โดยอ้างอิงจากข้อมูลของการขายและการตลาด เน้นช่องทาง

การตลาดที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและมีเนื้อหาที่น่าสนใจ เพื่อความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน เนื่องด้วยสภาวะเศรษฐกิจที่มีความไม่แน่นอนและมีความผันผวน บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการบริหารงานขาย งานก่อสร้าง และความมีวินัยทางด้านการเงินอย่างสมดุล

2) ธุรกิจรับจ้างก่อสร้าง และบริหารงานโครงการกับเจ้าของที่ดิน บริษัทฯ วางแผนที่จะขยายการลงทุนในรูปใหม่ภายใต้แนวคิด “Turnkey Solution” ซึ่งเป็นการลงทุนร่วมกับเจ้าของที่ดิน หรือแลนด์ลอร์ด ทั้งนี้ ภายใต้การร่วมทุนแบบ Turnkey Solution นั้น บริษัทฯ จะเป็นผู้ดำเนินการพัฒนาโครงการให้หมดแบบครบวงจร ตั้งแต่การออกแบบ การขาย การตลาด การก่อสร้าง การโอนกรรมสิทธิ์ และบริการหลังการขาย โดยโครงการจะใช้แบรนด์ของเนอวานา ซึ่งเจ้าของที่ดินจะได้ไม่ต้องประสบกับปัญหา และความวุ่นวาย ถือว่าเป็นการพัฒนาที่ดินให้มีศักยภาพสูงสุด และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ที่ดิน โดยเจ้าของที่ดินจะสามารถรับรู้รายได้จากการที่ลูกค้าโอนกรรมสิทธิ์ที่ดินก่อนการปลูกสร้าง (สัญญาบ้านสั่งสร้าง) ในส่วนของบริษัทฯ ก็จะสามารถเพิ่มโอกาสในการพัฒนาโครงการบนทำเลศักยภาพอีกด้วย

3) ธุรกิจเพื่อสร้างรายได้ประจำ (Recurring Income) บริษัทฯ มุ่งเน้นให้องค์กรเติบโตอย่างยั่งยืน และลดการผันผวนของรายได้ บริษัทฯ จึงเริ่มทำธุรกิจเพื่อสร้างรายได้ประจำ เช่น อาคารที่จอดรถ อพาร์ทเม้นท์ บริเวณซอยเฉยพ่วง ซึ่งใกล้กับสำนักงานให้เช่าหลายอาคาร และที่จอดแล้วจรใกล้รถไฟฟ้า สถานีจตุจักร และรถไฟใต้ดิน สถานีหมอชิต นอกจากนี้บริษัทฯ มีแผนที่จะลงทุนอื่นเพิ่มเติม อาทิเช่น พื้นที่สำนักงาน และพื้นที่ค้าปลีก เพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจให้บริษัทฯ มีรายได้หลากหลายช่องทางมากขึ้น

<u>เป้าหมายด้านการบริหารงาน</u>

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะดำเนินงานด้วยความโปร่งใส และมีธรรมาภิบาล โดยมีการเปิดเผยข้อมูลตามหลักเกณฑ์ที่เหมาะสม เพื่อสร้างความเป็นธรรมและเสริมสร้างความเท่าเทียมกันระหว่างผู้ถือหุ้นทุกราย รวมทั้งบริษัทฯ มีการจัดวางระบบการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบอิสระภายในและภายนอก เพื่อให้มั่นใจได้ว่าการบริหารงานและการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ มีความถูกต้องและโปร่งใส

## 1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ปี 2561 เดือนกุมภาพันธ์ บริษัทฯ เปิดขายโครงการบันยันทรีเรสซิเดนท์ ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพอย่างเป็นทางการ (Grand Opening) ซึ่งได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2561 ที่ผ่านมา

เดือนมีนาคม บริษัทฯ เปิดขายโครงการเนอวานา ดีฟายน์ ศรีนครินทร์-พระราม 9 อย่างไม่เป็นทางการ (Soft Launch) บริเวณถนนศรีนครินทร์-ร่มเกล้า (ตัดใหม่) เป็นโครงการทาวน์โฮม 3-3.5 ชั้น จำนวน 173 ยูนิต โดยเปิดให้ลูกค้าเข้าชมบ้านตัวอย่าง ซึ่งได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี ทำให้สามารถปิดการขายบ้านในโซนแรกภายในวันเดียว

เดือนพฤษภาคม ตามที่บริษัทฯ เป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai) ตั้งแต่วันที่ 23 กรกฎาคม 2558 และต่อมาบริษัทฯ ได้ยื่นคำขอให้ตลาดหลักทรัพย์ฯพิจารณาอนุมัติให้หลักทรัพย์ของ NVD ซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) นั้น ซึ่งทางตลาดหลักทรัพย์ฯ พิจารณาแล้วเห็นว่า NVD มีคุณสมบัติครบถ้วนตามข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ฯ เรื่อง การรับหุ้นสามัญหรือหุ้นบุริมสิทธิเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียน พ.ศ. 2558 ดังนั้นจึงเห็นควรกำหนดให้หลักทรัพย์จดทะเบียนของ NVD จำนวน 1,380,599,978 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาทรวม 1,380,599,978 บาท ซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) โดยจัดให้หุ้นสามัญอยู่ในกลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง หมวดพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

และใช้ชื่อย่อในการซื้อขายหลักทรัพย์ว่า "NVD" เช่นเดิม ตั้งแต่วันที่ 24 พฤษภาคม 2561 เป็นต้นไป

และในเดือนเดียวกัน บริษัทได้จดทะเบียนเพิ่มทุนจาก 1,380,599,978 บาท เป็น 1,681,719,973 บาท เพื่อรองรับการแปลงสภาพ ESOP และ NVD-W1

เดือนมิถุนายน บริษัทฯ ได้ดำเนินการออกและเสนอขายหุ้นกู้เพิ่มเติมจำนวน 1,200 ล้านบาท โดยแบ่งเป็นหุ้นกู้ชนิดระบุชื่อผู้ถือ ประเภทไม่ด้อยสิทธิ แบบมีหลักประกัน มูลค่า 1,000 ล้านบาท อายุ 2 ปี และหุ้นกู้ชนิดระบุชื่อผู้ถือ ประเภทไม่ด้อยสิทธิ แบบไม่มีหลักประกัน มูลค่า 200 ล้านบาท อายุ 1 ปี เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน การขยายกิจการ การลงทุน และ/หรือชำระคืนเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน รวมถึงการชำระคืนเงินกู้ของบริษัทฯ

และในเดือนเดียวกัน บริษัทฯ ได้ขายเงินลงทุนทั้งหมดที่บริษัทฯ ถืออยู่ในบริษัท แลนดี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด จำนวน 595,600 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 14.89 ของทุนจดทะเบียนของแลนดี้ ซึ่งเป็นเงินลงทุนที่บริษัทฯ ถือตั้งแต่ปี 2549 ก่อนการควบรวมกับบริษัท เนอวานา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด โดยขายให้กับบริษัท มาสเตอร์ แอนด์ มอร์ จำกัด ในราคาหุ้นละ 41.9745 บาท หรือคิดเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้น 25,000,000 บาท โดยวัตถุประสงค์เป็นการขายเงินลงทุนที่บริษัทฯ ไม่มีอำนาจในการบริหารจัดการ ซึ่งเป็นไปตามแผนบริหารการลงทุนของบริษัทฯ ขณะที่แผนการใช้เงิน เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการของบริษัทฯ ทั้งนี้สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทก่อนการขายเงินลงทุน ร้อยละ 14.89 และหลังการขายเงินลงทุนร้อยละ 0.00

เดือนกรกฎาคม บริษัทฯ เพิ่มหลักทรัพย์ใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุน ครั้งที่ 1 (NVD-W1) จำนวน 276,119,950 หน่วย ออกและจัดสรรให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทฯ ตามอัตราส่วนการถือหุ้น โดยมีอายุ 3 ปี นับแต่วันที่ออกใบสำคัญแสดงสิทธิ เริ่มใช้สิทธิวันแรก 31 พฤษภาคม 2562 และใช้สิทธิครั้งสุดท้ายในวันที่ 15 กรกฎาคม 2564 ในราคาการใช้สิทธิ 8 บาทต่อหุ้น โดยเริ่มทำการซื้อขายในวันที่ 24 กรกฎาคม 2561

เดือนสิงหาคม บริษัทฯ ได้เข้าลงนามในสัญญาร่วมทุนกับบริษัท DH Asia Investment Orchid PTE LTD. (บริษัทย่อยในเครือของ DAIWA HOUSE INDUSTRY CO., LTD.) และ บริษัท คลังสินค้านานากิจ จำกัด เมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2561 ("สัญญาร่วมทุนฯ") เพื่อร่วมกันจัดตั้งบริษัทร่วมทุนสำหรับการพัฒนาโครงการบ้านเดี่ยว ("บริษัทร่วมทุน") ภายใต้ชื่อโครงการ “เนอวานา บียอนด์ กรุงเทพกรีฑา” (ปัจจุบันเปลี่ยนเป็นชื่อโครงการ “เนอวานา บียอนด์ พระราม 9 – กรุงเทพกรีฑา) บนที่ดินเนื้อที่ประมาณ 27 ไร่ บนถนนกรุงเทพกรีฑาตัดใหม่ (ถนนศรีนครินทร์ร่มเกล้า) โดยมีมูลค่าโครงการประมาณ 2,600 ล้านบาท มูลค่าเงินลงทุนรวมประมาณ 1,633 ล้านบาท แบ่งเป็นที่ดิน 756 ล้านบาท และค่าพัฒนา 877 ล้านบาท

เดือนตุลาคม บริษัทฯ ได้ร่วมลงทุนกับเจ้าของที่ดินโดยการดำเนินธุรกิจแบบ “Turnkey Solution” ในจังหวัดอุดรธานี บริเวณหนองประจักษ์ บนพื้นที่ 10 ไร่ พัฒนาโครงการบ้านเดี่ยว สูง 3 ชั้น จำนวน 40 ยูนิต ราคา 25-50 ล้านบาท มูลค่าโครงการประมาณ 1,000 ล้านบาท โดยได้เปิดขายรอบวีไอพีไปแล้วเมื่อวันที่ 13 ตุลาคม 2561 ที่ผ่านมา ซึ่งได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก มียอดขายแล้วจำนวน 9 ยูนิต คิดเป็นมูลค่า 240 ล้านบาท และจะมีการเปิดตัวอย่างเป็นทางการในไตรมาส 1 ปี 2562

ทั้งนี้ภายใต้การร่วมทุนแบบ Turnkey Solution นั้น บริษัทฯ จะเป็นผู้ดำเนินการพัฒนาโครงการให้หมดแบบครบวงจร ตั้งแต่ การออกแบบ การขาย การตลาด การก่อสร้าง การโอนกรรมสิทธิ์ และบริการหลังการขาย โดยโครงการจะใช้แบรนด์ของเนอวานา ซึ่งเจ้าของที่ดินจะไม่ต้องประสบกับปัญหาและความวุ่นวาย เป็นการพัฒนาที่ดินให้มีศักยภาพสูงสุดและเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับที่ดินนั้น ๆ ซึ่งเจ้าของที่ดินจะสามารถรับรู้

รายได้จากการที่ลูกค้าโอนกรรมสิทธิ์ที่ดินก่อนการปลูกสร้าง (เป็นสัญญาบ้านสั่งสร้าง)

ปี 2562 เดือนมีนาคม บริษัทฯ เปิดขายโครงการเนอวานา บียอนด์ พระราม9-กรุงเทพกรีฑา ซึ่งเป็นโครงการร่วมทุนกับไดวะ เฮ้าส์ อินดัสทรี กรุ๊ป (DH) ผู้นำในการรับสร้างบ้านแบบสำเร็จรูป อันดับ 1 ในญี่ปุ่น โดย NVD และ DH (ผ่านบริษัทย่อย DH Asia Investment Orchid Pte. Ltd.) ต่างถือหุ้นในบริษัทร่วมทุนซึ่งก่อตั้งขึ้นในปี 2561 "บริษัท เนอวานา ไดวะ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด" (Nirvana Daiwa Development (NDD)) ในสัดส่วนร้อยละ 49 เท่ากัน ส่วนหุ้นส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 2 ถือโดยนักลงทุนอิสระ ทั้งนี้ โครงการประกอบด้วยบ้านเดี่ยวสามชั้นรูปแบบใหม่จำนวนทั้งสิ้น 85 หน่วย ในราคาเริ่มต้นที่ 25 ล้านบาท

โครงการที่เกิดจากความร่วมมือกับพันธมิตรอีกหนึ่งโครงการ ได้แก่ เนอวานา บียอนด์ อุดรธานี ซึ่งเป็นโครงการ Turnkey Solution ในต่างจังหวัดโครงการแรกที่ได้เปิดตัวในปีนี้ Turnkey Solution เป็นความร่วมมือระหว่างเจ้าของที่ดินและ NVD ในการผสานความแข็งแกร่งของผลิตภัณฑ์กับเจ้าของที่ดินทั่วประเทศในการพัฒนาโครงการ ซึ่งจะช่วยสร้างแบรนด์เนอวานาให้เป็นที่รู้จักได้ในวงกว้างขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถสร้างรายได้จากธุรกิจรับสร้างบ้านให้สามารถเป็นรายได้ที่ประจำสม่ำเสมอมากยิ่งขึ้นต่อไป อีกทั้ง NVD ไม่จำเป็นต้องซื้อที่ดินเอง แต่สามารถให้บริการในการพัฒนาโครงการจัดสรรได้อย่างครบวงจร เนอวานา บียอนด์ อุดรธานี เริ่มเปิดขายในช่วงปลายเดือนมีนาคม โดยเปิดบ้านตัวอย่าง 2 รูปแบบ ได้แก่ Space และ Mind ซึ่งนับว่าได้รับการตอบรับอย่างดีจากลูกค้า การเปิดตัวอย่างเต็มรูปแบบของบ้านตัวอย่างทั้ง 3 รูปแบบในไตรมาส 2

เดือนมิถุนายน บริษัทฯ เปิดขายโครงการคอนโดมิเนียม เดอะ โมส อิสรภาพ บาย เนอวานา (The Most Itsaraphap by Nirvana) คอนโดมิเนียมสูง 8 ชั้น จำนวน 196 ยูนิต บนถนนอิสรภาพ ใกล้โรงพยาบาลศิริราช และรถไฟฟ้า 3 สาย สายสีน้ำเงิน สายสีส้ม และสายสีแดงอ่อน ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี ทำให้มียอดขายกว่า 70% ภายใน 2 วัน

และในเดือนเดียวกัน บริษัทฯ ได้ดำเนินการออกและเสนอขายหุ้นกู้เพิ่มเติม โดยเป็นหุ้นกู้ชนิดระบุชื่อผู้ถือประเภทไม่ด้อยสิทธิ แบบไม่มีหลักประกัน มูลค่า 283 ล้านบาท อายุ 1 ปี เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน การขยายกิจการ การลงทุน และ/หรือชำระคืนเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน รวมถึงการชำระคืนเงินกู้ของบริษัทฯ

เดือนสิงหาคม บริษัทฯ เปิดขายโครงการบันยันทรีเรสซิเดนท์ ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพ ซึ่งเป็นโครงการคอนโดมิเนียมริมแม่น้ำเจ้าพระยา อย่างเป็นทางการ (Grand Opening) ซึ่งเป็นคอนโดมิเนียมระดับอัลตราลักชัวรี่ โครงการเดียวของบริษัท มูลค่าโครงการรวมกว่า 6,000 ล้านบาท เป็นอาคารสูง 45 ชั้น จำนวน 133 ยูนิต ใกล้ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ และรถไฟฟ้าสายสีทอง ได้รับ 2 รางวัลจากเวที Asia Pacific Property Awards 2019-2020 ในสาขา Residential High-rise Architecture Thailand และ Residential Highrise Development Thailand เป็นเครื่องการันตีความโดดเด่นของงานดีไซน์และสถาปัตยกรรม

ปี 2563 เดือนมิถุนายน บริษัทฯ เปิดขายโครงการเนอวานา บียอนด์ บางนา-แอทยู พาร์ค ("Nirvana BEYOND Bangna-Att U Park") ในรูปแบบ Exclusive Sales ไปเมื่อวันที่ 21-22 มิถุนายนที่ผ่านมา ซึ่งเป็นโครงการ Turnkey Solution มูลค่าโครงการรวม 1,000 ล้านบาท เป็นโครงการบ้านเดี่ยว 3 ชั้น ระดับราคาเริ่มต้น 25 ล้านบาท ไปจนถึง 50 ล้านบาท จำนวน 35 หลัง ซึ่งบริษัทได้ร่วมพัฒนากับเจ้าของที่ดิน ผู้พัฒนาโครงการ Att-U Park ซึ่งเป็น Community Mall และได้รับการตอบรับที่ค่อนข้างดี

เดือนสิงหาคม บริษัทฯ เปิดขายโครงการเนอวานา เอเลเมนท์ เป็นโครงการบ้านซีรีย์ใหม่ของเนอวานา ในรูปแบบบ้านเดี่ยวสองชั้นระดับราคาเริ่มต้นที่ 8 ล้านบาทไปจนถึง 15 ล้านบาท ประกอบด้วยบ้านเดี่ยวสองชั้น จำนวน 172 หลัง แบ่งเป็น 4 รูปแบบตามขนาดพื้นที่ใช้สอย ถือว่าเป็นโครงการที่ 2 ในการพัฒนาโครงการย่านบางนา ("Bangna Township") งาน Exclusive Presales Event ได้จัดไปเมื่อวันที่ 29-30 สิงหาคมที่ผ่าน

มา และได้รับการตอบรับที่ค่อนข้างดี

เดือนพฤศจิกายน บริษัทฯ ได้รับจดหมายจากผู้ถือหุ้นกลุ่มใหญ่ เรื่อง การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างผู้ถือหุ้นที่จะเกิดขึ้นกับบริษัทฯ และการซื้อขายหุ้นระหว่างผู้ถือหุ้นรายใหญ่ โดยที่กลุ่มสมวัฒนาจะเข้าซื้อหุ้นจำนวน 711,855,320 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51.56 ของจำนวนหุ้นที่ออกจำหน่ายแล้วทั้งหมดของบริษัทฯ จากสิงห์ เอสเตท ในราคา 2.52 บาทต่อหุ้น

| กลุ่มผู้ถือหุ้น | ก่อนการซื้อขายหุ้น | | หลังการซื้อขายหุ้น | |
|---|---|---|---|---|
| | จำนวนหุ้น | คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ | จำนวนหุ้น | คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ |
| สิงห์ เอสเตท | 711,855,320 | 51.56 | - | - |
| กลุ่มสมวัฒนา* | 286,379,307* | 20.74* | 998,234,627 | 72.30 |

* กลุ่มสมวัฒนา ได้แก่ นางวัฒนา สมวัฒนา 132,441,314 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 9.59 นายศรศักดิ์ สมวัฒนา 79,228,214 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 5.74 นายอนุชาติ อังสุเมธางกูร 34,467,547 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 2.50 นายฐานิศร คูสุวรรณ 18,800,729 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 1.36 นางสาวจิดาภา แตรตุลาการ 9,244,900 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 0.67 นายวิเชียร เจียกเจิม 8,050,000 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 0.58 นางจุฑามาศ สมวัฒนา 3,111,810 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 0.23 นางสาวกุลิสรา อังสุเมธางกูร 1,034,793 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 0.07

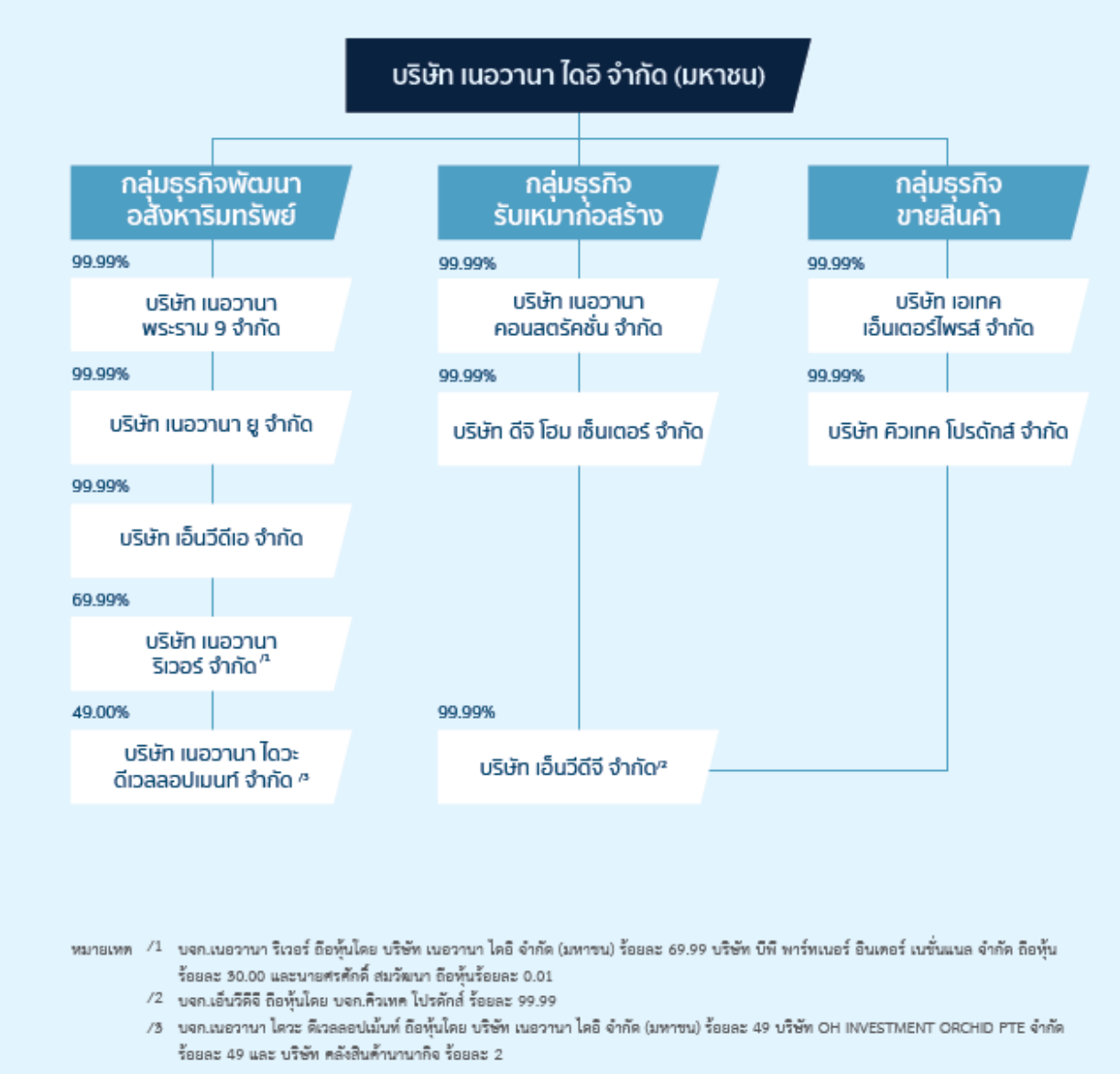
ปี 2564 เดือนมกราคม บริษัทฯ ได้รับจดหมายจากผู้ถือหุ้นกลุ่มใหญ่ เรื่อง การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างผู้ถือหุ้นที่จะเกิดขึ้นกับบริษัทฯ และการซื้อขายหุ้นระหว่างผู้ถือหุ้นรายใหญ่ได้ข้อสรุปว่า นางวัฒนา สมวัฒนา และนายศรศักดิ์ สมวัฒนา จะเป็นผู้เข้าซื้อหุ้นจำนวน 711,855,320 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51.56 ของจำนวนหุ้นที่ออกจำหน่ายแล้วทั้งหมดของบริษัทฯ จากสิงห์ เอสเตท ในราคา 2.52 บาทต่อหุ้น รวมเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 1,793,875,406.40 บาท (“ธุรกรรมซื้อขายหุ้น”) โดยธุรกรรมซื้อขายหุ้นได้แล้วเสร็จในวันที่ 6 มกราคม 2564 ซึ่งส่งผลให้บริษัทมีการเปลี่ยนแปลงผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่สำคัญ ดังนี้

| กลุ่มผู้ถือหุ้น | ก่อนการซื้อขายหุ้น | | หลังการซื้อขายหุ้น | |
|---|---|---|---|---|
| | จำนวนหุ้น | คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ | จำนวนหุ้น | คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ |
| สิงห์ เอสเตท | 711,855,320 | 51.56 | - | - |
| นางวัฒนา สมวัฒนา | 132,441,314 | 9.59 | 560,080,515 | 40.57 |
| นายศรศักดิ์ สมวัฒนา | 79,228,214 | 5.74 | 363,444,333 | 26.33 |

โดยส่งผลให้บริษัทฯ สิ้นสภาพการเป็นบริษัทย่อยของสิงห์ เอสเตท ตั้งแต่วันที่ 6 มกราคม 2564 เป็นต้นไป

## 1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทฯ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทฯ เป็นดังนี้




## 1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

ณ 31 ธันวาคม 2563 บริษัท เนอวานา ไดอิ จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อการอยู่อาศัย ซึ่งเป็นบริษัทย่อยในเครือบริษัท สิงห์ เอสเตท จำกัด (มหาชน) โดยบริษัท สิงห์ เอสเตท จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นในบริษัท จำนวนร้อยละ 51.56 ซึ่งประกอบธุรกิจอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน คือ กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง เพื่อให้การประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และปราศจากความขัดแย้งทางผลประโยชน์ บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายเพื่อแบ่งแยกขอบข่ายในการดำเนินธุรกิจระหว่างบริษัทฯ ดังนี้

| รายการ | บริษัท เนอวานา ไดอิ จำกัด (มหาชน) | บริษัท สิงห์ เอสเตท จำกัด (มหาชน) |
|---|---|---|
| **กำหนดให้มีการแบ่งแยกธุรกิจระหว่างบริษัทฯ กับ บมจ. สิงห์ เอสเตท** | ดำเนินธุรกิจหลัก 3 ธุรกิจ ได้แก่<br>- ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อการพักอาศัย โดยเน้นลูกค้าระดับต่ำกว่า Luxury<br>- ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง<br>- ธุรกิจขายสินค้าวัสดุก่อสร้าง | ดำเนินธุรกิจหลัก 3 ธุรกิจ ได้แก่<br>- ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อการพักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ในเน้นลูกค้าระดับ Luxury[/1] และระดับ Super Luxury[/2] และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพื่อการพักอาศัยประเภทแนวราบ โดยเน้นลูกค้าระดับ Luxury[/3]<br>- ธุรกิจโรงแรม<br>- ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพื่อการค้า (เช่น พื้นที่ค้าปลีกให้เช่า อาคารสำนักงาน) |
| **การแบ่งแยกการจัดการ** | มีทีมผู้บริหารและพนักงานแยกออกจากกัน<br><u>คณะกรรมการบริษัท[/4]</u> ประกอบด้วย<br>1. นายสุทธิชัย สังขมณี<br>2. นายอภิมุข สุขประสิทธิ์<br>3. นายกัมปนาท โลหเจริญวนิช<br>4. นางพจนารถ ปริญภัทร์ภากร<br>5. ดร.ปรีเปรม นนทลีรักษ์<br>6. นายนริศ เชยกลิ่น<br>7. นายณัฐวุฒิ มัธยมจันทร์<br>8. นางฐิติมา รุ่งขวัญศิริโรจน์<br>9. นายศรศักดิ์ สมวัฒนา<br><u>ผู้บริหารของบริษัท[/5]</u> ประกอบด้วย<br>1. นายศรศักดิ์ สมวัฒนา<br>2. นายณัฐวุฒิ มัธยมจันทร์ [/6]<br>2. นายสุรพงษ์ เจียมอ่อน<br>3. นายนันทชาติ กลีบพิพัฒน์<br>4. นายรณชัย ไตรยสุนันท์<br>5. นายจิรเดช นุตสถิตย์ | มีทีมผู้บริหารและพนักงานแยกออกจากกัน |
| **นโยบายการจัดซื้อที่ดิน** | ไม่แข่งขันกันในการจัดซื้อที่ดิน [/7] | ไม่แข่งขันกันในการจัดซื้อที่ดิน |
| **ไม่มีนโยบายช่วยเหลือทางการเงิน** | ขึ้นกับความสามารถในการจัดหาเงินทุนของบริษัทฯ | ขึ้นกับความสามารถในการจัดหาเงินทุนของบริษัท สิงห์ เอสเตท จำกัด (มหาชน) |

**หมายเหตุ** บริษัทฯ มีแผนที่จะพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่อการพักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ซึ่งเน้นกลุ่มลูกค้าระดับ Super Luxury จำนวน 1 โครงการ โดยผ่านบริษัท เนอวานา ริเวอร์ จำกัด ซึ่งเป็นการร่วมทุนระหว่างบริษัทฯ โดยถือหุ้นร้อยละ 69.99 กับบริษัท บีพี พาร์ทเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ("บีพี") โดยถือหุ้นร้อยละ 30 ทั้งนี้ บีพีเป็นบริษัทที่จดทะเบียนจัดตั้งในประเทศสิงคโปร์ โดยมีนายปาริฉัตร แย้มพันธ์ เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่และมีอำนาจควบคุมบริษัท ทั้งนี้ บริษัทฯ 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 ล้านบาทต่อยูนิต ขึ้นไป

/4 ปัจจุบัน คณะกรรมการบริษัท ประกอบด้วย

| | |
|---|---|
| 1. นายวิเชียร เจียกเจิม | กรรมการ ประธานกรรมการ และประธานกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน |
| 2. นายกฤษณัน กฤตเมธภีมเดช | กรรมการ รองประธานกรรมการ ประธานกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน รองประธานกรรมการบริหาร กรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน และกรรมการบริหารความเสี่ยง |
| 3. นายกัมปนาท โลหเจริญวนิช | กรรมการอิสระ และประธานกรรมการตรวจสอบ |
| 4. นายศรัณย์ สุภัคศรัณย์ | กรรมการอิสระ ประธานกรรมการบริหารความเสี่ยง กรรมการตรวจสอบ |
| 5. นายธวัชไชย สุทธิกิจพิศาล | กรรมการอิสระ กรรมการตรวจสอบ |
| 6 ม.ล.ทองมกุฎ ทองใหญ่ | กรรมการ และกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน |
| 7. นายยศกร ศรีสุขสวัสดิ์ | กรรมการ และกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน |
| 8. นายศรศักดิ์ สมวัฒนา | กรรมการ ประธานคณะกรรมการบริหาร และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร |
| 9. นายจิรเดช นุตสถิตย์ | กรรมการ กรรมการบริหาร กรรมการบริหารความเสี่ยง กรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน และประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานการเงิน |

/4 คณะกรรมการบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 ประกอบด้วย

| | |
|---|---|
| 1. นายสุทธิชัย สังขมณี | กรรมการอิสระ ประธานกรรมการ และประธานกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน |
| 2. นายอภิมุข สุขประสิทธิ์ | กรรมการอิสระ รองประธานกรรมการ และประธานกรรมการบริหารความเสี่ยง |
| 3. นายกัมปนาท โลหเจริญวนิช | กรรมการอิสระ และประธานกรรมการตรวจสอบ |
| 4. นางพจนารถ ปริญภัทร์ภากร | กรรมการอิสระ ประธานกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน กรรมการตรวจสอบ และกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน |
| 5. ดร.ปรีเปรม นนทสีรักษ์ | กรรมการอิสระ กรรมการตรวจสอบ และกรรมการบริหารความเสี่ยง |
| 6. นายนริศ เชยกลิ่น* | กรรมการ ประธานกรรมการบริหาร และกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน |
| 7. นายณัฐวุฒิ มัธยมจันทร์* | กรรมการ กรรมการบริหาร และกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (รักษาการ) |
| 8. นางฐิติมา รุ่งขวัญศิริโรจน์* | กรรมการ และกรรมการบริหาร |
| 9. นายศรศักดิ์ สมวัฒนา | กรรมการ รองประธานกรรมการบริหาร กรรมการบริหารความเสี่ยง กรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร |

หมายเหตุ * เป็นกรรมการที่เป็นตัวแทนจากผู้ถือหุ้นใหญ่ คือ บริษัท สิงห์ เอสเตท จำกัด (มหาชน)

/5 ปัจจุบัน ผู้บริหารของบริษัท ประกอบด้วย

1. นายศรศักดิ์ สมวัฒนา ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
2. นายนันทชาติ กลีบพิพัฒน์ ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการสายงานธุรกิจ 1
3. นายรณชัย ไตรยสุนันท์ ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการสายงานธุรกิจ 2
4. นายสุรพงษ์ เจียมอ่อน ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการสายงานธุรกิจ 3
5. นายจิรเดช นุตสถิตย์ ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการสายงานการเงิน

/5 ผู้บริหารของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 ประกอบด้วย

1. นายศรศักดิ์ สมวัฒนา ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
2. นายณัฐวุฒิ มัธยมจันทร์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (รักษาการ)
3. นายนันทชาติ กลีบพิพัฒน์ ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการสายงานธุรกิจ 1
4. นายรณชัย ไตรยสุนันท์ ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการสายงานธุรกิจ 2
5. นายสุรพงษ์ เจียมอ่อน ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการสายงานธุรกิจ 3
6. นายจิรเดช นุตสถิตย์ ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการสายงานการเงิน

หมายเหตุ มีผู้บริหารเพียง 1 ท่านที่เป็นตัวแทนจากผู้ถือหุ้นใหญ่ คือ บริษัท สิงห์ เอสเตท จำกัด (มหาชน)

/6 นายณัฐวุฒิ มัธยมจันทร์ ดำรงตำแหน่ง ประธานเจ้าหน้าบริหาร (รักษาการ) ระหว่างวันที่ 21 ธันวาคม 2563 – 6 มกราคม 2564

/7 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 อโศก สุขุมวิท เป็นต้น ในทางกลับกัน S ทำสินค้าตลาดบน (Luxury and Super Luxury) ดังนั้น S จะไม่ซื้อที่ดินย่านชานเมือง เพราะ S เจาะกลุ่มลูกค้าตลาดบนเท่านั้น ดังนั้นที่ดินที่ S สนใจซื้อส่วนใหญ่ เป็นย่านใจกลางเมือง ซึ่งมีราคาแพง และทำเลเหมาะสำหรับสินค้าระดับบนเท่านั้น

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้จำแนกตามกลุ่มธุรกิจตั้งแต่ปี 2561 – 2563 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

| ผลิตภัณฑ์ | ดำเนินการโดย | การถือหุ้นของบริษัท (ร้อยละ) | ประจำปีสิ้นสุด 2561 | | ประจำปีสิ้นสุด 2562 | | ประจำปีสิ้นสุด 2563 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | ล้านบาท | ร้อยละ | ล้านบาท | ร้อยละ | ล้านบาท | ร้อยละ |
| 1) ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ (เพื่อขาย) | | | | | | | | |
| - ประเภทบ้านเดี่ยว | บมจ. เนอวานา ไดอิ<br>บจก. เอ็นวีดีเอ<br>บจก. เนอวานา พระราม 9 | 100.0<br>99.9<br>99.9 | 486.3 | 16 | 250.0 | 9 | 247 | 10 |
| - ประเภททาวน์เฮาส์ | บมจ. เนอวานา ไดอิ<br>บจก. เนอวานา ยู | 100.0<br>99.9 | 403.6 | 14 | 478.9 | 18 | 272 | 11 |
| - ประเภทโฮมออฟฟิศ | บมจ. เนอวานา ไดอิ | 100.0 | 292.4 | 10 | 386.9 | 14 | 286 | 12 |
| - ประเภทคอนโดมิเนี่ยม | บจก.เนอวานา ริเวอร์ | 69.9 | 673.7 | 23 | 1,067.3 | 40 | 1,320 | 53 |
| - อื่นๆ* | บมจ. เนอวานา ไดอิ<br>บจก. เอ็นวีดีเอ<br>บจก. เนอวานา พระราม 9 | 100.0<br>99.9<br>99.9 | 615.5 | 21 | 251.8 | 9 | 105 | 4 |
| 2) ธุรกิจรับก่อสร้างบ้าน | บจก. เนอวานา คอนสตรัคชั่น<br>บจก.เอ็นวีดีจี<br>บจก.ดีจิ โฮม<br>บจก.คิวเทค โปรดักส์ | 99.9<br>99.9<br>99.9<br>99.9 | 358.0 | 12 | 186,7 | 7 | 216 | 9 |
| 3) ธุรกิจขายวัสดุก่อสร้าง** | | | | | | | | |
| - รั้วสำเร็จรูป | บจก. คิวเทค โปรดักส์ | 99.9 | 103.8 | 3 | 71.1 | 3 | 20 | 1 |
| - ประตู หน้าต่าง อลูมิเนียม | บจก. เอเทค เอ็นเตอร์ไพรส์ | 99.9 | 18.3 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| - อื่นๆ | บจก. คิวเทค โปรดักส์<br>บจก.เนอวานา คอนสตรัคชั่น | 99.9 | 3.7 | 0 | 14.3 | 0 | 2 | 0 |
| **รวม** | | | **2,955.3** | **100** | **2,707.0** | **100** | **2,468** | **100** |

**หมายเหตุ** ในปี 2561-2563 บริษัทฯ ขายที่ดินที่ไม่สามารถนำมาพัฒนาโครงการได้ ซึ่งตั้งอยู่ที่บริเวณถนนศรีนครินทร์-ร่มเกล้า (ตัดใหม่)

## 2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์ หรือบริการ

กลุ่มบริษัท เนอวานา ไดอิ ประกอบธุรกิจโดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มธุรกิจหลัก ได้แก่ (1) ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อการขาย (2) ธุรกิจรับก่อสร้างบ้าน และ (3) ธุรกิจอื่นๆ อาทิ ธุรกิจการขายวัสดุก่อสร้างและรั้วสำเร็จรูป ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อการเช่า และบริหารงานก่อสร้างอสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่นนอกเหนือจากโครงการบ้านจัดสรร เป็นต้น

### 2.1.1) ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อการขาย

สำหรับธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อการขาย บริษัทและบริษัทย่อย ดำเนินการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยภายใต้แบรนด์ต่างๆ ตามรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ราคา และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ในแต่ละทำเล เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในแต่ละกลุ่ม

จากการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย พบว่าในแต่ละทำเล ผู้บริโภคจะมีความต้องการที่อยู่อาศัยที่หลากหลายแตกต่างกัน บริษัทและบริษัทย่อยพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่อการขายในหลากหลายรูปแบบภายใต้แบรนด์ต่างๆ โดยมีผลิตภัณฑ์ ทั้งที่เป็นบ้านเดี่ยว ทาวน์เฮ้าส์ โฮมออฟฟิศ และคอนโดมิเนียม ปัจจุบันบริษัทฯเน้นเลือกทำเลที่ตั้งโครงการที่มีศักยภาพการเจริญเติบโตสูง การเดินทางสะดวก มีสาธารณูปโภค สาธารณูปการที่พร้อมสมบูรณ์ ในเขตชั้นในของกรุงเทพและปริมณฑล รวมถึงจังหวัดหัวเมืองที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจสูง เน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ระดับ High-End ขึ้นไปเนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง มีไลฟ์สไตล์ที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ ใส่ใจรายละเอียด พิถีพิถันในการดำเนินชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับปรัชญาการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยมีรายละเอียดดังนี้

| CLASS | ประเภท | | | |
|---|---|---|---|---|
| | บ้านเดี่ยว | ทาวน์เฮ้าส์ | โฮมออฟฟิศ | คอนโดมิเนียม |
| ELITE | NEW Nirvana COLLECTION<br>Nirvana BEYOND | | | Banyan Tree Residences – Riverside Bangkok – |
| SUPER LUXURY | NEW Nirvana ABSOLUTE | | Nirvana @WORK | |
| LUXURY | NEW Nirvana ELEMENT<br>Nirvana ICON | Nirvana DEFINE | | |
| MIDDLE - HIGH | | | | the MOST |

รายละเอียดแต่ละประเภทของโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

1) โครงการประเภทบ้านเดี่ยว

ปัจจุบันบริษัทฯ พัฒนาโครงการแบ่งเป็น 3 แบรนด์ ในระดับราคาที่แตกต่างกันได้แก่ 1.เนอวานา บียอนด์ (Nirvana BEYOND) บ้านเดี่ยว 3 ชั้น ระดับราคาตั้งแต่ 25-40 ล้านบาท มีแนวคิดที่ฉีกรูปแบบการดีไซน์ทั้งโครงสร้างอาคารและพื้นที่ใช้สอยให้แตกต่างจากรูปแบบเดิมไปอย่างสิ้นเชิง ภายใต้แนวคิด “LIVE BEYOND THE NORM” เพื่อสร้างประสบการณ์การอยู่อาศัยในรูปแบบใหม่ๆ ให้บ้านเป็นบ้านที่น่าอยู่อาศัยมากขึ้น แก้โจทย์ปัญหาความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่รู้สึกถูกตีกรอบกับรูปแบบพื้นที่ใช้สอยที่จำกัดและคล้ายคลึงกันในโครงการอื่นทั่วไป และ 2.เนอวานา ไอคอน (Nirvana ICON) บ้านเดี่ยว 2 ชั้น ระดับราคาตั้งแต่ 15-25 ล้านบาท ภายใต้แนวคิด “ICONIC LIVING SPACE” ที่เน้นการออกแบบพื้นที่ใช้สอยทั้งภายในและภายนอกให้มีความโปร่งโล่ง เป็นส่วนตัว และเชื่อมโยงพื้นที่พักผ่อนได้อย่างเหมาะสมลงตัวกับความต้องการของสมาชิกทุก Generation ในครอบครัว และ 3. เนอวานา อีลิเมนท์ (Nirvana ELEMENT) บ้านเดี่ยว 2 ชั้น ระดับ Luxury ราคาตั้งแต่ 8-15 ล้านบาท ซึ่งจะทำให้ผู้ที่ชื่นชอบและสนใจเป็นเจ้าของบ้านเดี่ยวในตระกูล เนอวานา สามารถจับจองได้ในราคาที่ต่ำลงจากที่เคยเป็นมา บริษัทคาดว่า Nirvana ELEMENT Bangna จะเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่ดีในช่วงนี้ ที่อุปสงค์ของที่อยู่อาศัยผันมาสู่แนวราบมากขึ้น

ในปี 2564 บริษัทฯ มีแผนจะเปิดตัวโครงการบ้านเดี่ยวเพิ่มอีก 2 แบรนด์ เพื่อเติมเต็มช่องว่างทางการตลาดให้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากยิ่งขึ้น ได้แก่ เนอวานา คอลเลคชั่น (Nirvana Collection) บ้านเดี่ยว 3 ชั้น ระดับ Elite (Ultra Luxury) ราคาตั้งแต่ 40-80 ล้านบาท และเนอวานา แอปโซลูท (Nirvana ABSOLUTE) บ้านเดี่ยว 3 ชั้น ระดับ Super Luxury ราคาตั้งแต่ 15-25 ล้านบาท

2) โครงการประเภททาวน์เฮ้าส์

ภายใต้แบรนด์ เนอวานา ดีฟายน์ (Nirvana DEFINE) ทาวน์เฮ้าส์ 3-4 ชั้น ระดับราคา 8-15 ล้านบาท จากแนวคิด “MUCH MORE THAN HOME” เพื่อที่จะเปลี่ยนทาวน์เฮ้าส์จากรูปแบบเดิมให้มีความเป็นส่วนตัวมากขึ้น ไม่ซ้ำแบบใคร บริษัทฯได้ออกแบบอย่างพิถีพิถันใส่ใจในทุกรายละเอียด เพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ที่ต้องการอยู่ทำเลในเมือง แต่ต้องการพื้นที่ใช้สอยที่มากกว่าคอนโดมิเนียมในทำเลที่ไม่แตกต่างกัน เน้นออกแบบให้ความสูงอาคารมีความต่างระดับเพื่อให้เกิดมิติมุมมองที่แตกต่าง ทำให้เกิดช่องแสงและช่องลมผ่านได้มากกว่า ให้ผู้อยู่อาศัยรู้สึกโปร่งโล่งสบายมากยิ่งขึ้น

ในปี 2564 บริษัทฯ มีแผนจะเปิดตัวโครงการทาวน์เฮ้าส์เพิ่มอีก 1 โครงการ ภายใต้แบรนด์ เนอวานา ดีฟายน์ (Nirvana DEFINE) ในทำเลศักยภาพ บริเวณถนนสุคนธสวัสดิ์ ภายใต้ชื่อ “เนอวานา ดีฟายน์ เอกมัย-รามอินทรา”

3) โครงการประเภทโฮมออฟฟิศ

พัฒนาโครงการภายใต้แบรนด์ เนอวานา แอทเวิร์ค (Nirvana @WORK) เป็นโฮมออฟฟิศที่ใส่ใจในรายละเอียด ถูกออกแบบให้มีพื้นที่ทำงานที่แตกต่างจากสำนักงานทั่วไป ทำให้เกิดประสบการณ์การทำงานที่ไม่จำเจน่าเบื่อ สร้างความสุขและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์มากขึ้นให้เกิดขึ้นในที่ทำงาน ภายใต้แนวคิด “@WORK

Create Your Own Culture” โดยที่เจ้าของธุรกิจสามารถสร้างวัฒนธรรมองค์กรในแบบที่เป็นตัวของตัวเองได้ที่นี่ อีกทั้งด้วยทำเลศักยภาพ ทำให้คุ้มค่ากับการลงทุนสำหรับเจ้าของธุรกิจทั้งในปัจจุบันและอนาคต

4) โครงการประเภทคอนโดมิเนียม

บริษัทฯได้พัฒนาโครงการเพื่อขยายตลาดไปสู่แนวสูงเป็นแห่งแรกในระดับ Elite หรือ Ultra Luxury ภายใต้ชื่อแบรนด์ บันยันทรี เรสซิเดนเซส ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ (BANYAN TREE RESIDENCES RIVERSIDE BANGKOK) เป็น Branded Residences ที่ Collaborate กับโรงแรมแบรนด์ระดับโลก ที่จะสร้างประสบการณ์การอยู่อาศัยในระดับ World Class ทั้งจากพื้นที่พักผ่อนและการบริการ ลักษณะโครงการเป็นคอนโดมิเนียมหรูสูง 45 ชั้น ในสังคมส่วนตัวเพียง 133 ยูนิต แตกต่างที่ทุกยูนิตติดโค้งน้ำเจ้าพระยา ภายใต้แนวคิด “The sanctuary for your soul” ทำให้รู้สึกถึงความผ่อนคลายจากความวุ่นวายภายนอกอย่างแท้จริง แต่ยังคงได้ความสะดวกสบาย เพราะตั้งอยู่บนพื้นที่ย่านคลองสาน ห่างจากสาทรเพียง 10 นาที มีระดับราคาขายเฉลี่ย 350,000 บาทต่อตารางเมตร กลุ่มลูกค้าเป้าหมายมาจากทั้งลูกค้าภายในประเทศ และลูกค้าต่างชาติระดับ Elite ที่มองหาที่สถานที่พักผ่อนเป็นส่วนตัวและสามารถส่งมอบเป็นมรดกล้ำค่าให้กับสมาชิกรุ่นต่อไปได้อย่างภาคภูมิใจ

ปัจจุบันบริษัทฯได้เพิ่มการพัฒนาโครงการแนวสูงในระดับ Middle-High Class ราคาเฉลี่ย 120,000 บาทต่อตารางเมตร ในชื่อแบรนด์ เดอะ โมสต์ (THE MOST) เป็นคอนโดมิเนียมสูง 8 ชั้น 1 อาคาร จำนวน 193 ยูนิต มูลค่าโครงการ 650 ล้านบาท ภายใต้แนวคิดการออกแบบสวนสไตล์ Natural Modern เน้นบรรยากาศที่อบอุ่นและผ่อนคลาย พร้อม Vertical Garden รวมไปถึงการออกแบบห้องพักที่เน้นพื้นที่ใช้สอยที่ลงตัว ให้ความรู้สึกโปร่งโล่ง คำนึงถึงทิศทางลมและแสงแดดธรรมชาติ โดยโครงการแรกตั้งอยู่บนถนนอิสรภาพใกล้แนวรถไฟฟ้าถึง 3 สาย ได้แก่ รถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน สถานีบางขุนนนท์ รถไฟฟ้าสายสีส้ม สถานีบางขุนนนท์ (ในอนาคต) และรถไฟฟ้าสายสีแดงอ่อน (ในอนาคต) และยังใกล้โรงพยาบาลศิริราชเพียง 700 เมตร ด้วยจุดเด่นนี้ทำให้ได้ผลตอบรับที่ดีมากจากลูกค้าในช่วงเปิดตัวกลางปีที่ผ่านมาเพียง 2 วันสร้างยอดขายได้กว่า 90% คาดว่าจะสามารถโอนกรรมสิทธิ์ให้กับลูกค้าได้ภายในต้นปี 2564

ตารางแสดงระดับราคาผลิตภัณฑ์แบ่งตามแบรนด์

| ประเภท | ระดับราคาผลิตภัณฑ์ (ล้านบาท) | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ต่ำกว่า 8 | 8 - 10 | 10 - 15 | 15 - 20 | 20 - 25 | 25 - 30 | 30 - 40 | 40 - 50 | 50 - 60 | 60 ขึ้นไป |
| บ้านเดี่ยว | | NEW Nirvana ELEMENT 8 – 20 MB. | | Nirvana ICON / NEW Nirvana ABSOLUTE 15 – 25 MB. | | Nirvana BEYOND 25 – 40 MB. | | NEW Nirvana COLLECTION 40 – 80 MB. | | |
| ทาวน์เฮ้าส์ | | Nirvana DEFINE 8 – 15 MB. | | | | | | | | |
| โฮมออฟฟิศ | | | | Nirvana @WORK 15 – 25 MB. | | | | | | |
| คอนโดมิเนียม | the MOST < 8 | | | | | Banyan Tree Residences Riverside Bangkok 25 – 300 MB. | | | | |

## โครงการเพื่อขายในปัจจุบัน

ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563

| โครงการ | ประเภทโครงการ | กรรมสิทธิ์ในที่ดิน | พื้นที่โครงการ (ไร่) | จำนวนหน่วย | มูลค่าโครงการ (ล้านบาท) | ความคืบหน้าของการก่อสร้าง | ความคืบหน้าของการขาย |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| เนอวานา บียอนด์ พระราม 2 | บ้านเดี่ยว | บมจ.เนอวานา ไดอิ | 40-3-84.7 | 120 | 2,598 | 53% | 32% |
| เนอวานา บียอนด์ ศรีนครินทร์ | บ้านเดี่ยว | บมจ.เนอวานา ไดอิ | 12-2-69 | 58 | 1,014 | 100% | 100% |
| เนอวานา บียอนด์ เกษตร-นวมินทร์ เฟส 1 | บ้านเดี่ยว | บมจ.เนอวานา ไดอิ | 20-1-16 | 67 | 1063 | 100% | 100% |
| เนอวานา บียอนด์ เกษตร-นวมินทร์ เฟส 2 | บ้านเดี่ยว | บมจ.เนอวานา ไดอิ | 8-1-13 | 37 | 709 | 100% | 97% |
| เนอวานา บียอนด์ แอทบีช พัทยา | บ้านเดี่ยว | บมจ.เนอวานา ไดอิ<br>บจก.เนอวานา พระราม 9<br>บจก.เอ็นวีดีเอ | 4-2-41 | 21 | 410 | 51% | 29% |
| เนอวานา บียอนด์ พระรามเก้า กรุงเทพกรีฑา | บ้านเดี่ยว | บจก.เนอวานา ไดวะ ดีเวลลอปเม้นท์ | 26-3-40.4 | 87 | 2,899 | 63% | 8% |
| เดอะธารา รามอินทรา | บ้านเดี่ยว | บจก.เอ็นวีดีเอ | 8-3-81 | 53 | 267 | 75% | 87% |
| เนอวานา ไอคอน ปิ่นเกล้า* | บ้านเดี่ยว | บจก.สินหิรัญ | n/a | 28 | 288 | 48% | 43% |
| เนอวานา บียอนด์ อุดรธานี* | บ้านเดี่ยว | บจก.ฉัตรชัย ดีเวลลอปเม้นท์ | n/a | 40 | 520 | 42% | 3% |
| เนอวานา บียอนด์ บางนา แอท-ยู พาร์ค* | บ้านเดี่ยว | บจก.แอท พร็อพ เพอร์ตี้ | n/a | 35 | 676 | 17% | 20% |
| เนอวานา แอทเวิร์ค รามอินทรา | โฮมออฟฟิศ | บมจ.เนอวานา ไดอิ | 9-0-31.9 | 61 | 1,024 | 100% | 90% |
| เนอวานา แอทเวิร์ค ลาดพร้าว-เกษตรนวมินทร์ | โฮมออฟฟิศ | บมจ.เนอวานา ไดอิ | 7-1-1 | 56 | 1,048 | 100% | 63% |
| เนอวานา ดีฟายน์ ศรีนครินทร์-พระราม 9 | ทาวน์เฮาส์ | บจก.เนอวานา ยู | 19-0-75.7 | 175 | 1756 | 93% | 63% |
| คัฟเวอร์ อ่อนนุช | ทาวน์เฮาส์ | บมจ.เนอวานา ไดอิ | 17-0-73 | 194 | 550 | 100% | 99% |
| คลัสเตอร์ รามคำแหง | ทาวน์เฮาส์ | บมจ.เนอวานา ไดอิ | 14-2-44.5 | 20 | 101 | 100% | 60% |
| เนอวานา เอเลเมนท์ บางนา | บ้านเดี่ยว | บจก.เนอวานา พระราม 9 | 43-2-91.0 | 172 | 2,899 | 40% | 8% |
| บันยันทรี เรสซิเดนซ์ ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพ | คอนโดมิเนียม | บจก. เนอวานา ริเวอร์ | 5-1-10 | 133 | 6,506 | 100% | 61% |
| เดอะ โมส อิสรภาพ | คอนโดมิเนียม | บจก. เนอวานา ยู | 1-3-63 | 193 | 701 | 80% | 72% |

*หมายเหตุ เป็นโครงการร่วมทุนกับเจ้าของที่ดินเพื่อพัฒนาโครงการ

นอกจากการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยเพื่อการขายแล้ว บริษัทฯ ยังได้มีการพัฒนาที่ดินเพื่อขายทั้งในโครงการจัดสรร และนอกโครงการจัดสรร ซึ่งบริษัทฯได้พัฒนาที่ดินเพื่อขายตั้งแต่บริษัทประกอบธุรกิจด้านพัฒนาอสังหาริมทรัพย์มาเป็นระยะเวลากว่า 10 ปี และการพัฒนาที่ดินเพื่อขายถือเป็นธุรกิจหลักแบบหนึ่งของบริษัทฯ ซึ่งจะดำเนินงานต่อเนื่องไปอีก การพัฒนาที่ดินเพื่อขายแบ่งออกเป็น

1. การขายที่ดินสำหรับในโครงการจัดสรร บริษัทฯได้ทำการพัฒนาที่ดินพร้อมสาธารณูปโภค ยื่นผังโครงการเพื่อขออนุญาตจัดสรรที่ดินต่อคณะกรรมการจัดสรรที่ดิน ทำการจัดสรรที่ดินแบ่งขายให้กับลูกค้ารายย่อยต่อไป โดยบริษัทฯจะทำสัญญาจำนวน 2 ฉบับ โดยแบ่งเป็น สัญญาจะซื้อจะขายที่ดิน และสัญญาว่าจ้างปลูกสร้างอาคาร ในส่วนของสัญญาจะซื้อจะขายที่ดิน บริษัทฯจะรับรู้รายได้เป็นรายได้จากธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพื่อขาย ส่วนสัญญาว่าจ้างก่อสร้างอาคาร บริษัทฯจะรับรู้รายได้เป็นค่างานบริการงานก่อสร้างตามความคืบหน้าของงาน

2. การขายที่ดินสำหรับนอกโครงการจัดสรร บริษัทฯจะดำเนินการพัฒนาที่ดินเพื่อขาย ซึ่งถือว่าเป็นการบริหารจัดการพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทฯจะพิจารณาขายที่ดินรอการพัฒนาที่ไม่มีศักยภาพเช่นที่ดินขนาดใหญ่ที่ซื้อจากเจ้าของรายเดียว โดยที่ดินไม่มีความต่อเนื่องกันหรือที่ดินมีหน้ากว้างติดถนนเกินไป รวมถึงตำแหน่ง ขนาด และรูปร่างของที่ดินที่จะนำมาพัฒนาเป็นโครงการอสังหาริมทรัพย์หรือที่ดินบริเวณรอบข้างโครงการปัจจุบันแต่มีทำเลที่ตั้งที่ไม่ตรงกับทิศทางหรือแผนการพัฒนาโครงการในอนาคตของกลุ่มบริษัทเนื่องจากรูปของที่ดินอาจไม่เหมาะสมหรือไม่มีความคุ้มค่าในเชิงพาณิชย์ให้แก่บุคคลภายนอกที่สนใจ

สำหรับการอนุมัติการขายที่ดิน เป็นไปตามอำนาจอนุมัติที่คณะกรรมการบริษัทได้กำหนดไว้ ซึ่ง บริษัทฯมีนโยบายการขายที่ดินที่ไม่ต่ำกว่าราคาประเมินของผู้ประเมินอิสระ ซึ่งผู้ประเมินอิสระจะต้องเป็นผู้ประเมินที่ได้รับความเห็นชอบจากทางสำนักงาน ก.ล.ต.

**2.1.2) ธุรกิจรับจ้างก่อสร้าง**

ภายใต้การร่วมทุนแบบ Turnkey Solution นั้น บริษัทฯ จะเป็นผู้ดำเนินการพัฒนาโครงการให้ทั้งหมดแบบครบวงจร ตั้งแต่ การออกแบบ การบริหารงานขาย การบริหารการตลาด การก่อสร้าง การโอนกรรมสิทธิ์ และการบริการหลังการขาย ซึ่งโครงการจะใช้แบบบ้านที่อยู่ในสายการผลิต ภายใต้แบรนด์หลักต่าง ๆของบริษัท ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของทำเลที่ตั้งและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยเจ้าของที่ดินจะได้ประโยชน์จากการใช้ประสบการณ์การดำเนินธุรกิจของบริษัท ไม่ต้องเจอกับปัญหาและความวุ่นวายในการพัฒนาโครงการ และไม่ต้องลงทุนสร้างแบรนด์สินค้าใหม่อีกทั้งยังเป็นการการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับที่ดินให้มีศักยภาพสูงสุด ซึ่งเจ้าของที่ดินจะสามารถรับรู้รายได้จากการที่ลูกค้าโอนกรรมสิทธิ์ที่ดินก่อนการปลูกสร้าง (เป็นสัญญาบ้านสั่งสร้าง) ในส่วนของบริษัทฯจะสามารถเพิ่มโอกาสในการพัฒนาโครงการบนทำเลศักยภาพ ซึ่งหาได้ยากและมีราคาแพงในปัจจุบัน อีกทั้งยังไม่ต้องใช้เงินจำนวนมากในการลงทุนพัฒนาโครงการ โดยบริษัทฯจะมีรายได้จากการแบ่งผลกำไร และค่าบริหารและพัฒนาโครงการกับเจ้าของที่ดิน นอกจากนั้นตัวโครงการเองจะได้รับความเชื่อถือจากกลุ่มลูกค้าที่มีความสัมพันธ์อันดีกับเจ้าของที่ดิน ทำให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการทำธุรกิจบริหารงานก่อสร้างอาคารประเภทอื่นๆ นอกเหนือจากที่อยู่อาศัย ไม่ว่าจะเป็นงานก่อสร้างอาคารกระจายสัญญาณอินเทอร์เน็ต บริเวณพื้นที่ห่างไกล (Telecom Sector) การบริหารงานก่อสร้างอาคารรีสอร์ทที่ประเทศมัลดีฟส์ งานก่อสร้างหอพักคนงาน เชียงราย และสถานีบริการน้ำมัน ปทุมธานี และสงขลา

**2.1.3) ธุรกิจขายวัสดุก่อสร้าง และธุรกิจอื่น ๆ**

1) ธุรกิจขายวัสดุก่อสร้างและรั้วสำเร็จรูป เป็นการทำธุรกิจเพื่อสนับสนุนงานก่อสร้างในโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ของบริษัทในเครือ งานก่อสร้างในโครงการที่บริษัทฯไปรับจ้างก่อสร้างและบริหารงานขาย (Turnkey Solution) บริษัทฯพัฒนาสินค้ารั้วสำเร็จรูปภายใต้แบรนด์ เฟ็นเซอร์ (FENZER) ซึ่งเป็นรั้วสำเร็จรูปที่ผลิตด้วยระบบคอนกรีตเสริมเหล็กแรงดึงสูง (prestressed concrete) ตามมาตรฐาน ACI code และ ISO9100:2008 ประกอบด้วยแผ่นคอนกรีตผิวเรียบเนียนทั้งสองด้าน เสา แผ่นทับหลัง บัวหัวเสา และฐานราก เพื่อจัดจำหน่ายให้กับโครงการ และบุคคลทั่วไป

2) ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อการเช่า บริษัทฯมีการทำธุรกิจที่สร้างรายได้ประจำอย่างสม่ำเสมอ (Recurring Income) ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาที่จอดรถเพื่อเช่าในทำเลศักยภาพ ใกล้อาคารสำนักงานและระบบขนส่งมวลชน ซึ่งปัจจุบันได้เปิดให้บริการทั้งสองอาคาร บริเวณซอยเฉยพ่วง ใกล้อาคารซันทาวเวอร์ส และรถไฟฟ้า BTS สถานีหมอชิต และ รถไฟฟ้า MRT สถานีจตุจักร

## 2.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

**2.2.1) กลยุทธ์ทางการตลาด และข้อได้เปรียบในการแข่งขัน**

กลยุทธ์ทางการตลาด และข้อได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัทฯที่สำคัญ แบ่งตามภาคธุรกิจ ดังนี้

*1) ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อการขาย*

<u>ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ</u>

บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญในการเลือกทำเลที่ตั้งโครงการ เนื่องจากทำเลเป็นปัจจัยหลักของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยทำเลที่ตั้งที่เลือกจะต้องใกล้แหล่งคมนาคมที่สำคัญ สามารถเข้าถึงได้สะดวก ใกล้ถนนหลักและทางด่วน อยู่ในย่านชุมชน มีระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการรองรับสมบูรณ์ครบครัน อาทิ ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล และสถาบันการศึกษาเป็นต้น เพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตให้การอยู่อาศัยของลูกค้าที่ดีขึ้น ปัจจุบันบริษัทฯได้เลือกสรรทำเลที่ตั้งตามแนวคิดข้างต้นได้แก่บริเวณถนนหลัก เช่น ถนนพระราม 9 ถนนพระราม 2 ถนนเฉลิมพระเกียรติ ร.9 ถนนประเสริฐมนูกิจ ถนนรามอินทรา และถนนศรีนครินทร์-ร่มเกล้า เป็นต้น

ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา NVD ใช้กลยุทธ์การพัฒนาโครงการที่เป็นลักษณะ Township Development ซึ่งช่วยทำให้บริษัทสามารถพัฒนาหลายโครงการในบริเวณเดียวกันได้ ทั้งนี้เพื่อให้มีแบบบ้านที่หลากหลายพร้อมกับพื้นที่เช่าเชิงพาณิชย์เพื่อความสะดวกสบายของการอยู่อาศัย

โดยในปี 2563 บริษัทได้มีการดำเนินการพัฒนาเชิง Township Development โครงการที่ 2 ในย่านบางนา (“Bangna Township”) ติดกับ แอทยู พาร์ค สุวรรณภูมิ (“Att-U Park”) โครงการ Bangna Township นี้ ประกอบด้วยโครงการบ้านเดี่ยว 3 โครงการ ที่แตกต่างกันทั้งรูปแบบบ้านและระดับราคา โดยราคาเริ่มต้นตั้งแต่ 8 ล้านบาท ไปจนถึง 50 ล้านบาท

โครงการแรกที่เปิดขายใน Township Development ย่านบางนา คือ โครงการเนอวานา บียอนด์ บางนา-แอทยู พาร์ค (“Nirvana BEYOND Bangna-Att U Park”) ซึ่งเป็นโครงการ Turnkey Solution มูลค่าโครงการรวม 1,000 ล้านบาท เป็นโครงการบ้านเดี่ยว 3 ชั้น ระดับราคาเริ่มต้น 25 ล้านบาท ไปจนถึง 50 ล้านบาท จำนวน 35 หลัง ซึ่งบริษัทได้ร่วมพัฒนากับเจ้าของที่ดิน ผู้พัฒนาโครงการ Att-U Park ซึ่งเป็น Community Mall ส่งผลให้โครงการ Nirvana BEYOND Bangna-Att U Park อยู่ติดกับซุปเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำที่เปิดให้บริการทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง รวมไปถึงร้านอาหาร ร้านกาแฟชื่อดัง และห้างร้านต่างๆอีกมากมาย

บริษัทได้เริ่มเปิดขาย ในรูปแบบ Exclusive Sales ไปเมื่อวันที่ 21-22 มิถุนายนที่ผ่านมา และได้รับการตอบรับที่ค่อนข้างดี มียอดขายในสองวันดังกล่าวได้ทั้งสิ้น 6 หลัง ทำให้บริษัทจะมีรายได้จากการรับสร้างบ้าน ที่จะทยอยรับรู้ในอนาคตอันใกล้ รวมประมาณ 75 ล้านบาท

สำหรับโครงการที่สองของ Bangna Township จะเป็นบ้านเดี่ยว 2 ชั้นรูปแบบใหม่ ใช้ชื่อว่า โครงการ เนอวานา เอเลเม้นท์ บางนา (“Nirvana ELEMENT Bangna”) ซึ่งเปิดขายเมื่อเดือนสิงหาคม ที่ผ่านมา ราคาขายเริ่มต้นที่ 8 ล้านบาท ถึง 15 ล้านบาท ซึ่งจะทำให้ผู้ที่ชื่นชอบและสนใจเป็นเจ้าของบ้านเดี่ยวในตระกูล เนอวานา สามารถจับจองได้ในราคาที่ต่ำลงจากที่เคยเป็นมา บริษัทคาดว่า Nirvana ELEMENT Bangna จะเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่ดีในช่วงนี้ ที่อุปสงค์ของที่อยู่อาศัยผันมาสู่แนวราบมากขึ้น บริษัทได้เริ่มเปิดขาย ในรูปแบบ Exclusive Sales ไปเมื่อวันที่ 28-29 สิงหาคมที่ผ่านมา และได้รับการตอบรับที่ค่อนข้างดี มียอดขายในสองวันดังกล่าวได้ทั้งสิ้น 9 หลัง คาดว่าจะสามารถรับรู้รายได้ในปี 2564

<u>ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์</u>

จากปรัชญาองค์กรที่ให้ความสำคัญต่อรายละเอียดผ่านแนวคิดหลัก “DETAILS MAKE MAGIC” บริษัทฯให้ความสำคัญในการออกแบบบ้านเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าทุก Generation ให้ได้รับประโยชน์สูงสุด โดยคิดและออกแบบสร้างสรรบนพื้นฐานของความใส่ใจในทุกรายละเอียด ตั้งแต่รูปลักษณ์ภายนอกของอาคารสไตล์โมเดิร์น (Natural Modern Design) ที่เน้นความสวยงามแบบยั่งยืนทันสมัยเหนือกาลเวลา การจัดวางฟังก์ชั่นการใช้งานภายในตัวบ้านเป็นสัดส่วนอย่างลงตัว ผสานเข้ากับธรรมชาติจากการเข้าถึงของแสงแดด การถ่ายเทอากาศภายในบ้าน ทำให้บ้านของเนอวานา มีความเป็นเอกลักษณ์ด้วยรูปทรงของบ้านที่แตกต่างจากคู่แข่ง มีความเฉพาะตัวทั้งภายนอกตัวบ้าน และการจัดวางพื้นที่ภายในตัวบ้าน ให้บ้านเป็นบ้านที่น่าอยู่มากขึ้น นอกจากนี้บริษัทฯยังให้ความสำคัญกับรายละเอียดเรื่องของวัสดุที่เลือกใช้ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าลูกค้าสามารถใช้งานได้จริง มีความสวยงาม คงทน และดูแลรักษาได้ง่าย รวมไปถึงสาธารณูปโภคต่างๆของโครงการที่จัดเตรียมไว้ให้อย่างดี เพื่อส่งเสริมคุณภาพการใช้ชีวิตที่ดีให้แก่ลูกค้า

<u>ด้านการสร้างภาพลักษณ์องค์กร</u>

ในปี 2563 ที่ผ่านมา เนอวานา ไดอิ ยังคงเดินตามแนวคิด “Living Revolution” เพื่อพลิกโฉมการทำธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และสร้างสวรรค์รูปแบบการอยู่อาศัยแบบใหม่ในสไตล์โมเดิร์น ที่มุ่งเน้นเรื่องดีไซน์ของบ้านแบบให้มีความแตกต่างจากบ้านทั่วๆไป โดยการนำนวัตกรรมเข้ามาผสมผสาน ทำให้บ้านอยู่สบายขึ้น บ้านของเนอวานาจึงสวยงามยาวนาน และมีฟังก์ชันการใช้งานที่ตอบสนองทุกคนในครอบครัว ที่จะใช้ชีวิตอย่างสมบูรณ์แบบ เพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีและยั่งยืน แนวคิดดังกล่าวมีองค์ประกอบหลัก 2 ส่วน ดังนี้

1. Modern Living Design บ้านสไตล์ Natural Modern ที่ถูกออกแบบให้ตอบโจทย์การใช้ชีวิตของคนรุ่นใหม่อย่างแท้จริง ตั้งแต่การเลือกทำเลโครงการที่ติดถนนใหญ่ อยู่ในเมือง ทำให้ลูกค้ามีความสะดวกสบายในการเดินทาง (Life Connectivity) แบบบ้านที่ถูกออกแบบมาให้มีสไตล์ทันสมัยอยู่ได้ยาวนาน (Timeless Design) และอยู่ร่วมกันอย่างสบายในหลาย Generation เน้นในเรื่องการนำธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นแสงและลมธรรมชาติ เข้ามาใช้ในตัวบ้านให้มากที่สุด นอกจากนี้การออกแบบบ้าน ยังคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวของผู้อยู่อาศัย ซึ่งเป็นเอกลักษณ์สำคัญของบ้านเนอวานา

2. Modern Living Innovation บ้านทุกหลังได้รับการออกแบบให้พร้อมกับการใช้ชีวิตของคนรุ่นใหม่ในสภาพแวดล้อมปัจจุบัน โดยมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

- Convenience Lifestyle บ้านทุกหลังของเนอวานาจะมี Internet ความเร็วสูงเข้าถึงทุกจุดภายในบ้าน สามารถทำให้เราเชื่อมโยงกับโลกอินเตอร์เน็ตได้ตลอดเวลา อุปกรณ์ต่าง ๆ สามารถเชื่อมต่อเข้ากับ Wi-Fi และมีการออกแบบจัดวางได้อย่างลงตัว มีระบบเสียงรอบบ้านที่ออกแบบให้เชื่อมต่อเข้ากับ Smartphone เพื่อความบันเทิงทุกที่ในบ้าน และยังสามารถเชื่อมต่อเข้ากับระบบ Smart TV เพื่อความบันเทิงอย่างสมบูรณ์แบบอีกด้วย นอกจากนี้ โครงการเนอวานายังออกแบบระบบ Work from Home เพื่อให้สามารถทำงานจากบ้านได้อย่างสะดวกสบายตอบรับกับไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่

- Eco & Health Concern เนอวานา ให้ความสนใจกับการดูแลสุขภาพและการอยู่อาศัย (Well Being Living) ในบ้านของเนอวานา มีระบบ Air Control System ในการปรับสภาพอากาศภายในบ้านให้สมดุลตลอดเวลา ลดเรื่องฝุ่นละอองภูมิแพ้ในบ้านและมีระบบหมุนเวียนอากาศที่ไม่ดีออกไปด้านนอก วางระบบกรองน้ำประปาที่จะนำมาใช้ในบ้าน นอกจากนี้เนอวานายังให้ความสำคัญในการใช้พลังงานธรรมชาติ มีการติดตั้งระบบโซลาร์เซลล์ผลิตไฟฟ้าเพื่อใช้กับพื้นที่ส่วนกลาง เป็นการประหยัดพลังงานและค่าใช้จ่ายในการดูแลส่วนกลางในระยะยาว

- Security for Life ความปลอดภัยเป็นเรื่องสำคัญ โครงการของเนอวานามีการออกแบบแบ่งโซน Public, Semi-Public และ Private Space ไว้อย่างสมบูรณ์แบบ ภายในบ้านทุกหลังมีการวางระบบความปลอดภัยจากผู้เชี่ยวชาญและเชื่อมต่อเข้ากับระบบ Home Automation ในการควบคุมการทำงานทั้งหมดภายใต้ Nirvana App Service ในชุดโปรแกรมเดียว

- Privileges for Family ครอบครัวของเนอวานา จะได้รับสิทธิประโยชน์และประสบการณ์ในการอยู่อาศัยมากมาย เช่น บริการ Nirvana Living Service ที่เปรียบเสมือนการมี Concierge ส่วนตัวคอยให้บริการในการดูแลบ้าน ไม่ว่าจะเป็น การทำความสะอาด ซักรีด และร้านอาหาร นอกจากนี้ยังมีสิทธิประโยชน์ในเรื่องของการท่องเที่ยวและสันทนาการต่าง ๆ

<u>ด้านการบริหารความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ</u>

บริษัทฯได้ให้ความสำคัญกับพันธมิตรทั้งภายในประเทศ และต่างชาติที่มีชื่อเสียงระดับโลกที่มีแนวคิดไปในทางเดียวกันในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ โดยการนำเอาจุดแข็งของแต่ละบริษัท มาพัฒนาสินค้าและบริการ เพื่อส่งมอบสิ่งที่ดีที่สุดให้กับ ลูกค้า ปัจจุบันบริษัทฯได้เซ็นสัญญาร่วมทุนพัฒนาโครงการแบบ Joint Venture ร่วมกับบริษัท Daiwa House Industry (Thailand) จำกัด บริษัทรับสร้างบ้านอันดับ 1 ของญี่ปุ่น นอกจากร่วมลงทุนในโครงการแล้ว ยังมีการร่วมมือพัฒนาด้านนวัตกรรม เสริมความแข็งแกร่ง ด้านการก่อสร้าง และงานควบคุมคุณภาพ เพื่อให้โครงการพัฒนาขึ้นไปอีกระดับ เกิดเป็น NDD Innovation (Nirvana Daii Daiwa Innovation) คือ แนวคิด และนวัตกรรมจากความร่วมมือของเนอวานา ไดอิ และ ไดวะ เฮ้าส์ อาทิ การยกพื้นชั้น 1 ขึ้นสูง เพื่อเพิ่มพื้นที่ในการซ่อมบำรุงงานระบบต่าง ๆ ซึ่งเป็นเพียงก้าวแรกในการพัฒนาต่อยอดร่วมกันของทั้งสองบริษัท ทั้งนี้บริษัทฯได้ใช้องค์ความรู้ในด้านงานก่อสร้างที่ได้มาตรฐานความถูกต้องและครบถ้วน เพื่อการส่งมอบสินค้าให้ถึงมือลูกค้าอย่างมีคุณภาพและตรงเวลา เนื่องจากบริษัทฯมีโรงงานผลิตชิ้นส่วนสำเร็จรูปเป็นของตนเอง ซึ่งสามารถควบคุมต้นทุน คุณภาพ และระยะเวลาในการผลิตได้ รวมถึงบริษัทฯยังได้ว่าจ้างบริษัทรับเหมาก่อสร้างที่มีประสบการณ์ในการทำงาน ซึ่งได้รับการควบคุมคุณภาพงานก่อสร้างจากวิศวกรมืออาชีพ ทำให้ได้รับสินค้าที่มีมาตรฐาน ส่งผลให้การพัฒนาโครงการที่ผ่านมาของบริษัท สามารถส่งมอบบ้านให้กับลูกค้าได้ตรงตามกำหนดระยะเวลา และบริหารการเงิน

และต้นทุนการก่อสร้างอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี เพื่อตอบสนองความต้องของลูกค้าเป้าหมายอย่างยั่งยืน

รวมถึงบริษัทฯได้ใช้แบรนด์สินค้าระดับโลกจากบันยันทรี กรุ๊ป เครือโรงแรม 5 ดาว ร่วมกับบริษัทออกแบบและตกแต่งโดย Poliform แบรนด์เฟอร์นิเจอร์หรูจากประเทศอิตาลี มาพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมระดับ Ultra Luxury (Elite) ในรูปแบบ Branded Residences ภายใต้แบรนด์ **BANYAN TREE RESIDENCES** RIVERSIDE BANGKOK เพื่อยกระดับมาตรฐานและสร้างประสบการณ์การอยู่อาศัย พร้อมการบริการพิเศษระดับโรงแรม 5 ดาว ตอบสนองไลฟ์สไตล์ที่เหนือระดับของลูกค้ากลุ่ม HNWI (High Net Worth Individual) หรือผู้ที่มีความมั่งคั่งระดับสูง ด้วยการออกแบบโครงการที่เน้นความเป็นส่วนตัวสูง เสริมเอกลักษณ์การออกแบบด้วยเส้นสายที่สื่อถึงความสงบสไตล์ Minimal Modern ในรูปแบบ Interlocking เล่นระดับ เชื่อมโยงพื้นที่พักผ่อนกับแม่น้ำเจ้าพระยา สายน้ำแห่งวัฒนธรรมของประเทศไทย ให้ผู้อยู่อาศัยได้สัมผัสถึงการพักผ่อนอย่างแท้จริง รวมถึงบริษัทฯยังได้ใช้ทีมบริหารงานก่อสร้างโครงการโดย บริษัท บวิค-ไทย (Bouygues-Thai) จำกัด บริษัทที่มีชื่อเสียงในวงการก่อสร้าง และมีผลงานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ด้วยความใส่ใจและให้ความสำคัญกับรายละเอียดในการใช้ชีวิตของลูกค้า จึงทำให้เป็นจุดแข็งที่แตกต่างของบริษัทฯ ในการพัฒนาเพื่อต่อยอดสินค้าและบริการ ให้ลูกค้าได้รับสินค้าและบริการที่ประทับใจ อันจะเป็นพื้นฐานที่มั่นคงที่จะเพิ่มศักยภาพ และขีดความสามารถของบริษัทฯ ให้เติบโตได้ไปอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

*2) ธุรกิจรับจ้างก่อสร้าง*

ด้วยจุดแข็งและข้อได้เปรียบของบริษัทฯ ในเรื่องการลงรายละเอียดกับความต้องการของกลุ่มลูกค้า รวมถึงการออกแบบที่คำนึงถึงการสร้างคุณค่าของการอยู่อาศัยสูงสุด เป็นที่มาในได้การพัฒนาธุรกิจรับสร้างบ้านรูปแบบใหม่ที่แตกต่าง มีดีไซน์ที่โดดเด่น เน้นฟังก์ชั่นการใช้งานของผู้อยู่อาศัย และส่งมอบการบริการที่ดี สินค้าที่มีความแข็งแรงทนทาน และความรวดเร็วแม่นยำ โดยปรับรูปแบบสินค้าให้ตอบรับต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายระดับ mid-range ถึง high-end หนึ่งในกลยุทธ์ที่สำคัญที่ขับเคลื่อนธุรกิจรับสร้างบ้านในปัจจุบันคือธุรกิจ “NVD Turnkey Solution” เป็นการเพิ่มโอกาสของบริษัทฯ ในการพัฒนาโครงการบนทำเลศักยภาพที่หาได้ยากในปัจจุบัน เพราะที่ดินในเมืองมีเหลือจำนวนน้อย อีกทั้งเจ้าของที่ดินไม่ต้องการขาย หรือมีความต้องการพัฒนาโครงการเอง บริษัทฯได้เล็งเห็นถึงปัญหานี้ จึงได้เสนอโมเดลการร่วมทุนธุรกิจแบบ Turnkey Solution เพื่อดึงดูดความสนใจจากเจ้าของที่ดินให้มาพัฒนาโครงการร่วมกัน ซึ่งปัจจุบันมีการร่วมทุนในโมเดลธุรกิจ JV Solution จำนวน 2 โครงการ คือที่ดินกลางเมือง จังหวัดอุดรธานี และ บริเวณปิ่นเกล้า

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการทำธุรกิจบริหารงานก่อสร้างอาคารประเภทอื่นๆ นอกเหนือจากที่อยู่อาศัย ไม่ว่าจะเป็นงานก่อสร้างอาคารกระจายสัญญาณอินเทอร์เน็ต บริเวณพื้นที่ห่างไกล (Telecom Sector) การบริหารงานก่อสร้างอาคารรีสอร์ทที่ประเทศมัลดีฟส์ งานก่อสร้างหอพักคนงาน เชียงราย และสถานีบริการน้ำมันปทุมธานี และสงขลา

*3) ธุรกิจขายวัสดุก่อสร้าง และธุรกิจอื่นๆ*

การดำเนินงานของธุรกิจขายวัสดุก่อสร้าง และธุรกิจประเภทอื่นๆ ประกอบด้วย ธุรกิจขายวัสดุก่อสร้างและรั้วสำเร็จรูป ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อเช่า เป็นต้น

โดยธุรกิจขายวัสดุก่อสร้างและรั้วสำเร็จรูป เป็นการทำธุรกิจเพื่อสนับสนุนงานก่อสร้างในโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ของบริษัทในเครือ งานก่อสร้างในโครงการที่บริษัทฯ ไปรับจ้างก่อสร้างและบริหารงานขาย (Turnkey Solution) เพื่อเป็นการเพิ่มกำลังการผลิตชิ้นส่วนของโรงงานคอนกรีตสำเร็จรูปให้มีประสิทธิภาพ

สูงสุด โดยบริษัทฯมีโรงงานเป็นของตัวเอง ตั้งอยู่ที่อำเภอดอนตูม จังหวัดนครปฐม ในปี 2563 โรงงานผลิตสินค้าประเภทรั้วสำเร็จรูป มีกำลังการผลิตสูงสุด 41,000 ตันต่อปี และผลิตคอนกรีตสำเร็จรูป (Precast) มีกำลังการผลิตสูงสุด 60,000 ตันต่อปี ปัจจุบันบริษัทฯ มีคำสั่งซื้อสินค้าประเภทรั้วสำเร็จรูป จำนวน 7,000 ตันต่อปี และคอนกรีตสำเร็จรูป (Precast) จำนวน 40,700 ตันต่อปี ซึ่งมีปริมาณการผลิตลดลงคิดเป็นร้อยละ 9.85 จากปี 2562 ทั้งนี้ การประกอบธุรกิจอื่นๆ ของบริษัท เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพในการผลิตของโรงงาน และเป็นการทำธุรกิจเพื่อเพิ่มรายได้ประจำอย่างสม่ำเสมอของบริษัท ซึ่งถือว่าเป็นการกระจายความเสี่ยงทางธุรกิจ และลดความผันผวนของรายได้ในระยะยาว

**2.2.2) ลักษณะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย**

การพิจารณาลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย บริษัทได้มีการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ ความต้องการของลูกค้าในแต่ละทำเล ก่อนที่จะซื้อที่ดิน และกำหนดรูปแบบการพัฒนาโครงการ รวมถึงการวาง Positioning ของผลิตภัณฑ์ จึงทำให้โครงการที่ผ่านมา บริษัทฯ สามารถปิดการขายโครงการได้ตามแผนที่วางไว้ รวมถึงการรักษาระดับกำไรของบริษัทฯ ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมตามที่บริษัทฯ กำหนด

ทั้งนี้โครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ของบริษัท ได้แบ่งแบรนด์หลักตามลักษณะรูปแบบโครงการ และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ดังนี้

| แบรนด์ / ประเภทผลิตภัณฑ์ | กลุ่มลูกค้า | รายได้ครัวเรือน (บาท/เดือน) | ระดับกลุ่มลูกค้า |
|---|---|---|---|
| **เนอวานา คอลเลคชั่น** / บ้านเดี่ยว 3 ชั้น | ผู้บริหารระดับสูง / เจ้าของกิจการขนาดใหญ่ / Hi-Society | 500,000 - 1,000,000 | ระดับสูง (Upper Class) |
| **เนอวานา บียอนด์** / บ้านเดี่ยว 3 ชั้น | ผู้บริหารระดับสูง / เจ้าของกิจการขนาดกลาง-ใหญ่ / Celebrity | 350,000 - 500,000 | ระดับกลางบน – สูง (Upper-Middle Class) |
| **เนอวานา แอปโซลูท** / บ้านเดี่ยว 3 ชั้น | ผู้บริหารระดับกลาง-สูง / เจ้าของกิจการกลาง | 200,000 - 350,000 | ระดับกลางบน – สูง (Upper-Middle Class) |
| **เนอวานา ไอคอน** / บ้านเดี่ยว 2 ชั้น | ผู้บริหารระดับกลาง-สูง / เจ้าของธุรกิจ Startup | 200,000 - 350,000 | ระดับกลางบน – สูง (Upper-Middle Class) |
| **เนอวานา อีลิเมนท์** / บ้านเดี่ยว 2 ชั้น | ผู้บริหารระดับกลาง / เจ้าของธุรกิจ Startup | 150,000 - 300,000 | ระดับกลาง – กลางบน (Middle Class) |
| **เนอวานา ดีฟายน์** / ทาวน์โฮม | ผู้บริหารระดับกลาง / เจ้าของธุรกิจ Startup | 100,000 - 200,000 | ระดับกลาง – กลางบน (Middle Class) |
| **เนอวานา แอดเวิร์ค** / โฮมออฟฟิศ | เจ้าของกิจการ /เจ้าของธุรกิจ SME | 250,000 - 500,000 | ระดับกลางบน – สูง (Upper-Middle Class) |
| **บันยันทรี เรสซิเดนเซส** / คอนโดมิเนียม | ผู้บริหารระดับสูง / เจ้าของกิจการชาวไทย และชาวต่างชาติ | 400,000 - 2,000,000 | ระดับสูง (Upper Class) |
| **เดอะ โมสต์** / คอนโดมิเนียม | พนักงานบริษัทระดับผู้จัดการ / เจ้าของกิจการขนาดเล็ก | 50,000 - 200,000 | ระดับกลาง – กลางบน (Middle Class) |

**2.2.3) การจัดจำหน่าย และช่องทางการจัดจำหน่าย**

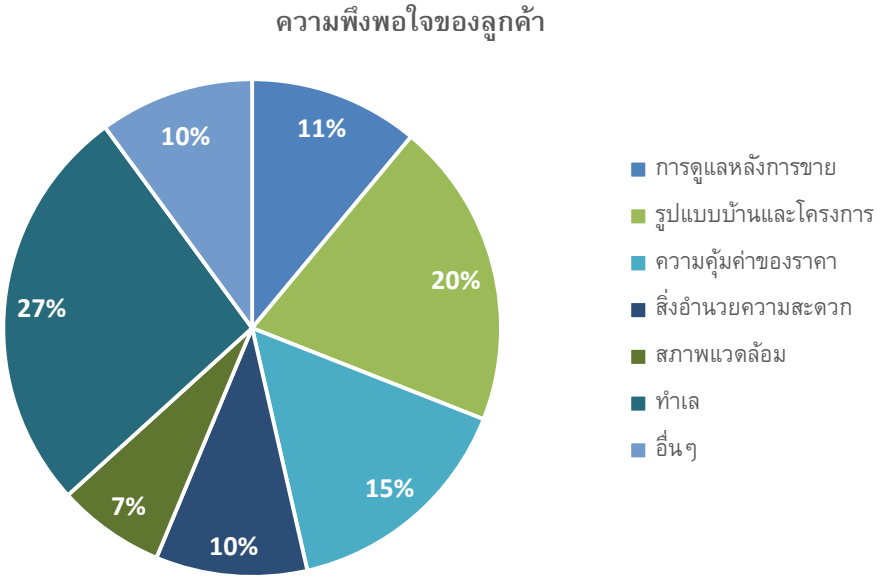
บริษัทฯ ได้มีการออกแบบประสบการณ์ของลูกค้าให้มีความแตกต่างทั้งกระบวนการ ตั้งแต่ก่อนเข้าชมโครงการ ด้วยสื่อต่างๆ ที่สื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย ทุกรายละเอียดที่ลูกค้าสัมผัส ไม่ว่าจะเป็นสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย และช่องทางการสื่อสารผ่าน Line Official วึ่งเป็นการสื่อสารที่สามารถโต้ตอบลูกค้าที่สนใจในสินค้าของบริษัทได้แบบทันที สื่อออฟไลน์ เช่น ป้ายโฆษณา บูธประชาสัมพันธ์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อ SMS หรือ Call Center ของบริษัท ซึ่งเมื่อลูกค้าเข้าชมโครงการ จะพบกับสินค้าและบริการที่ตรงกับที่บริษัทฯ สื่อสารออกไป ไม่ว่าจะเป็นรายละเอียดต่างๆ ทั้งรูปแบบและแนวคิดของบ้าน Nirvana รวมถึงแนวคิดของแบรนด์ที่สื่อสารออกไป หรือบริการที่น่าประทับใจจาก “ Personal Asistant ” ที่สำนักงานขายโครงการ โดยบริษัทฯมีทีม Personal Asistant เป็นของตนเอง และมีหน่วยงานพัฒนางานขาย ที่จะคอยช่วยฝึกอบรม และพัฒนาทักษะของ Personal Asistant ให้มีความเป็นมืออาชีพ โดยการเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจในตัวสินค้าและบริการ รวมถึงแนวคิดของโครงการ เพื่อให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีเมื่อเยี่ยมชมโครงการและตัดสินใจซื้อ หรือกลับมาใหม่อีกครั้งโดยที่ยังไม่ตัดสินใจในครั้งแรก ประสบการณ์ที่ดีของลูกค้ายังถูกออกแบบจนถึงเมื่อลูกค้าตัดสินใจซื้อ ระหว่างก่อสร้าง จนเป็นสมาชิกลูกบ้าน Nirvana ในที่สุด ลูกค้าจะได้รับประสบการณ์ที่ดีจากทุกส่วนงานที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นทีมบริการลูกค้า ทีมงานก่อสร้าง ทีมงาน Home Care (งานบริการหลังการขายและส่งมอบบ้าน) เป็นต้น อีกทั้งบริษัทฯยังสร้างหน่วยงานบริหารลูกค้าสัมพันธ์(Customer Exprereince) ภายใต้หน่วยงานชื่อ “Nirvana Family” เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกบ้านเนอวานาทุกครอบครัว ให้ได้รับบริการและสิทธิประโยชน์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการทำกิจกรรมในชุมชนตามเทศกาล การร่วมกับลูกบ้านในการทำกิจกรรมตอบแทนสังคม กิจกรรมขอบคุณลูกบ้านของบริษัทประจำปี รวมถึงการมอบสิทธิพิเศษสำหรับการใช้สินค้าและบริการของบริษัทฯและพันธมิตรคู่ค้า ซึ่งเป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าตลอดการอยู่อาศัยอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ ยังมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง ทั้งการกระตุ้นยอดขายผ่านการให้ของแถมที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า หรือ การลดราคาเพื่อดึงดูดความสนใจ เพื่อเป็นเครื่องมือในการปิดการขายได้ดีขึ้น อีกทั้งบริษัทฯยังมีการให้รางวัลพิเศษ กับทีมงานขายเพื่อเป็นขวัญและกำลังใจในการทำงานเมื่อผลงานบรรลุได้ตามเป้าหมาย

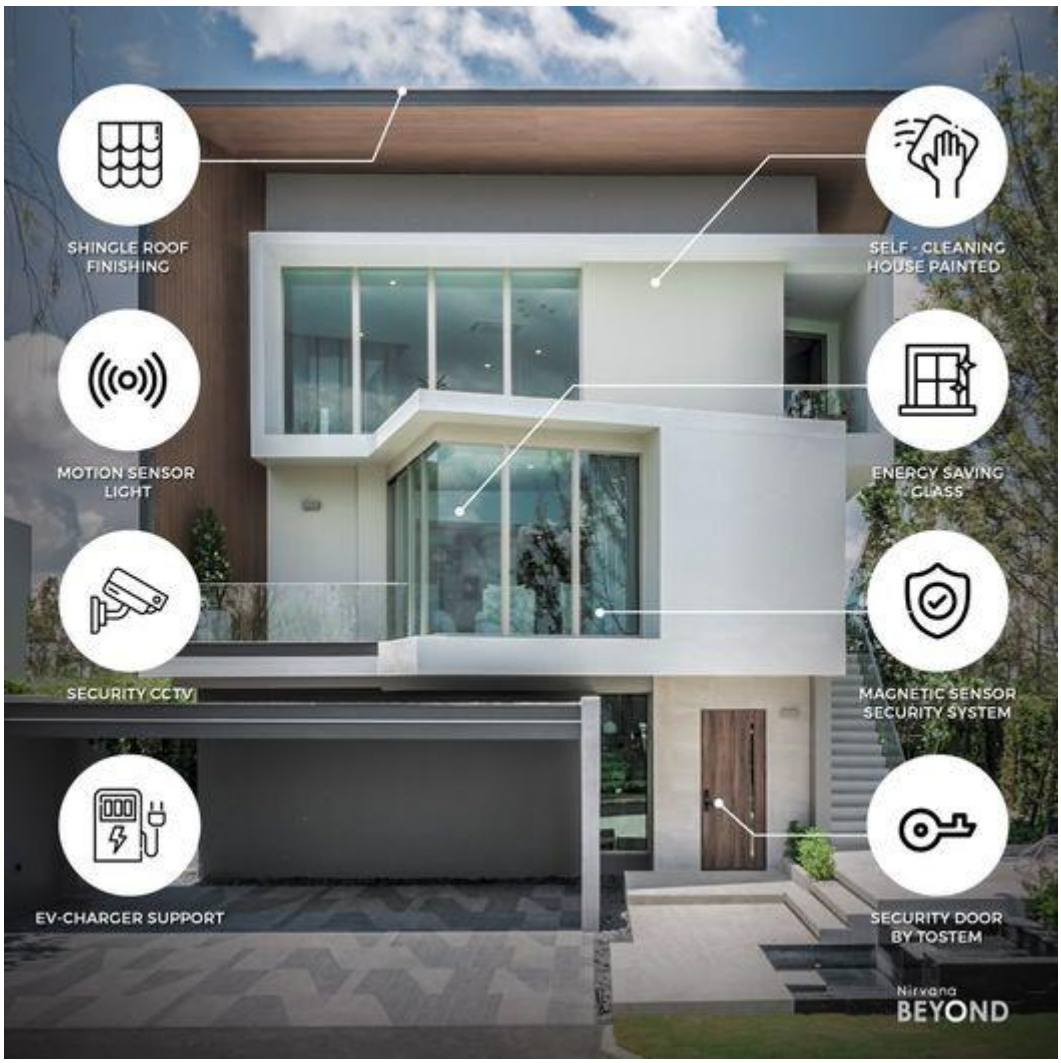
ในปี 2563 จากการระบาดของไวรัสโคโรนา ส่งผลให้เกิดวิถีชีวิตใหม่ (New normal) ส่งผลพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป บริษัทฯ จึงได้พัฒนาเครื่องมือ “Nirvana Family Application” เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ทั้งลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่อีกช่องทางหนึ่ง เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายในการบริการลูกค้า ทั้งการแจ้งซ่อม ร้องเรียน สอบถามค่าใช้จ่ายค่างวด และบริการสั่งซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค เป็นต้น

**ความพึงพอใจของลูกค้า**

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของลูกค้าเป็นอันดับต้นๆ โดยเน้นไปที่ลูกค้าที่ซื้อและเข้าพักอาศัยแล้ว โดยการสำรวจผ่าน Nirvana Family Application กับลูกบ้านเนอวานา จำนวนทั้งสิ้น 1,274 ครัวเรือน โดยรวมลูกค้ามีความพึงพอใจในคุณภาพสินค้าและบริการ คิดเป็นร้อยละ 71 โดยลูกค้ามีความพึงพอใจในทำเลของโครงการ รูปแบบบ้านและโครงการ ความคุ้มค่าของราคา การดูแลหลังการขาย สิ่งอำนวยความสะดวก และสภาพแวดล้อมของโครงการ ตามลำดับ




ทั้งนี้ในปี 2563 บริษัทฯ ได้นำผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้านำมาพัฒนาและปรับปรุงทั้งในด้านสินค้า และบริการ กล่าวคือ ในด้านการพัฒนาโครงการและการเลือกรูปแบบสินค้า บริษัทฯ ได้พัฒนาโครงการในย่านบางนา โดยเลือกทำเลที่อยู่ในย่านชุมชน มีคอมมูนิตี้มอลล์ด้านหน้าโครงการ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า นอกจากนี้บริษัทฯ ได้พัฒนารูปแบบบ้านใหม่ โดยเลือกใช้วัสดุที่มีคุณภาพสูง อาทิเช่น Shingle Roof – หลังคาที่ก่อสร้างมาจากวัสดุคุณภาพสูง ที่มีอายุการใช้งานยาวนานกว่า 40 ปี มีน้ำหนักเบาเพียง 18 กก. ต่อตารางเมตร แต่ยังมอบความแข็งแรง ทนต่อแดด ฝน ความร้อนได้อย่างไร้ที่ติ และสามารถทนต่อแรงลมได้ถึง 180 กม.ต่อชั่วโมง เก็บเสียงได้ดี ไม่เกิดเสียงขณะฝนตก และมีความคงทนสวยงามตลอดอายุการใช้งาน พร้อมกับเทคโนโลยีที่ทันสมัย Motion sensor system อุปกรณ์ตรวจจับความเคลื่อนไหวภายในบ้าน ทำให้เกิดความสะดวกสบายหลายอย่างต่อการอยู่อาศัย ไฟอัตโนมัติที่ทำให้ผู้อยู่อาศัยไม่ต้องคลำหาสวิตซ์ไฟเมื่อถึงบ้านยามวิกาล security CCTV – กล้อง CCTV ในบริเวณบ้าน ยกระดับความอุ่นใจและปลอดภัยให้อีกขั้น แม้จะมีความปลอดภัยจากระบบรักษาความปลอดภัยของโครงการอย่างดีเยี่ยมตลอด 24 ชั่วโมงอยู่แล้วก็ตาม EV Charger Support – ตอบโจทย์การลดภาวะโลกร้อน และสอดคล้องกับนโยบายของกระแสการพัฒนาเทคโนโลยีรถยนต์ในปัจจุบัน ด้วยการใส่ Plug in ภายนอกบ้านบริเวณที่จอดรถ พร้อมตอบสนองให้กับผู้ใช้รถยนต์พลังงานไฟฟ้าทุกรูปแบบ




ส่วนงานบริการ ในปี 2563 เนอวานาเน้นการดูแลประสบการณ์การอยู่อาศัยของลูกบ้านเนอวานา (Nirvana Family) อย่างครบวงจร ตั้งแต่การส่งมอบที่อยู่อาศัยที่สวยงาม ใช้งานได้ดี ออกแบบสเปซอย่างลงตัว รวมถึงประสบการณ์การอยู่อาศัยที่สมบูรณ์แบบของลูกบ้านหลังจากเข้าอยู่อาศัย โดยการเปิดตัว Nirvana Home Application แอพพลิเคชั่นสำหรับครอบครัวเนอวานา เพื่อให้บริการที่เหนือกว่า ทั้งยังมีสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมมากมายเพื่ออำนวยความสะดวก พร้อมฟังก์ชั่นที่รองรับการใช้งานที่หลากหลาย อาทิ

- ทำหน้าที่เสมือนมีผู้ช่วยส่วนตัว คอยดูแลประสบการณ์การอยู่อาศัยของครอบครัวเนอวานา ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อกับนิติบุคคล การติดตามงานต่างๆ ทั้งงาน Home Care และงานซ่อมแซมรวมถึงแจ้งเตือนอัพเดทยอดชำระต่างๆ
- สามารถเรียกใช้บริการที่จะช่วยให้การใช้ชีวิตประจำวันของครอบครัวเนอวานาง่ายขึ้น ด้วยบริการ BEYOND SERVICE ทั้งการดูแลความสะอาด รวมถึงความเรียบร้อยของบ้าน และบริการสุดพิเศษอื่นๆ
- สามารถเลือกรับ Special Privileges ที่คัดสรรมาเพื่อครอบครัวเนอวานาโดยเฉพาะ

**2.2.4) ภาวะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม และแนวโน้มในอนาคต**

***ภาพรวมเศรษฐกิจโดยรวม***

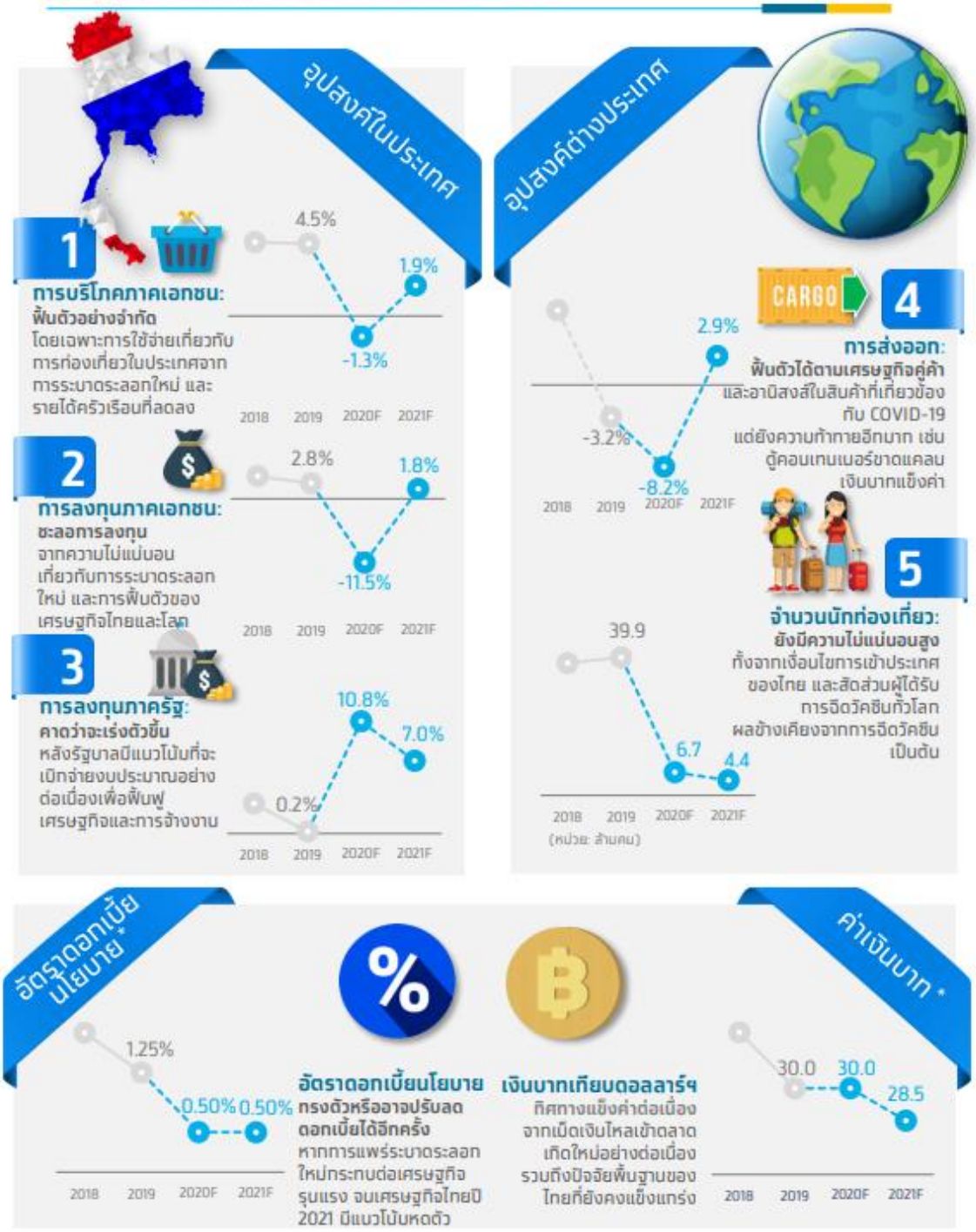
คาดว่าภาพรวมเศรษฐกิจไทยในปี 2564 จะมีทั้งปัจจัยเสี่ยงยังคงอยู่ ทั้งการติดต่อของ Covid19 การรอวัคซีนที่สามารถป้องกันการติดเชื่อ ยังไม่มีความชัดเจน และอาจจะมีการติดเชื่ออีกรอบ โดยปัจจัยบวกอาจจะเกิดขึ้นได้ ก็ต่อเมื่อมีการกระตุ้นทางภาครัฐ ไม่ว่าจะเป็น การลดอัตราดอกเบี้ย การปรับข้อกำหนดในการปล่อยสินเชื่อ หรือ ไม่ว่าจะเป็นการช่วยเหลือลูกหนี้ในระบบที่ได้รับผลกระทบ ที่ยาวนานของการระบาด Covid-19 ยิ่งไปกว่านั้น Covid-19 ยังนำไปสู่แผลเป็นลากยาว เพราะสงครามระหว่างไวรัสกับมนุษยชาติยังไม่เห็นแสงสว่าง

ผู้นำประเทศชั้นนำทั่วโลกติดเชื้อไวรัส หลายประเทศกำลังเผชิญกับการติดเชื้อครั้งใหม่ (Second wave) ขณะที่ประเทศที่ยังไม่ติดก็ไม่กล้าเปิดประเทศให้กับนักเดินทาง ส่งผลกระทบต่อภาคท่องเที่ยวและบริการโดยรวมอย่างมาก ซึ่งขึ้นอยู่กับการมาของวัคซีน จะได้ก็ต่อเมื่อวัคซีนได้รับการคิดค้น พิสูจน์ ยอมรับ และแจกจ่ายให้กับพลโลกทั้งหมด หรือมิฉะนั้นทุกคนก็ต้องยอมรับที่จะอยู่กับไวรัสตลอดไป ในกรณีแรกนั้นหลายฝ่ายคาดว่าวัคซีนอาจสำเร็จได้ในไตรมาสที่ 1 ของปี 2564 และได้รับการแจกจ่ายทั่วโลกภายในไตรมาสที่ 3 เป็นอย่างเร็วที่สุด กระนั้นก็ตาม แม้ผู้คนจะได้วัคซีนแล้วแต่ความเชื่อมั่น การเดินทาง ท่องเที่ยว ติดต่อธุรกิจ ก็ยังมีปัญหาอย่างมาก

ข้อมูลจากหลายสื่อต่างประเทศ คาดการณ์ว่า จะมีการปรับเพิ่มคาดการณ์เศรษฐกิจโลกปี 2564 จากขยายตัวประมาณ 6% และประมาณการว่าเศรษฐกิจโลกปี 2563 จะหดตัว 3.9% ซึ่งหดตัวลดลงจาก 4% ที่คาดไว้เดิม เนื่องจากคาดว่าสหรัฐฯ จะสามารถเจรจาผ่านมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจมูลค่าอย่างน้อย 1 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ได้ก่อนนายโจ ไบเดน จะเข้าพิธีรับตำแหน่งประธานาธิบดีอย่างเป็นทางการในวันที่ 20 ม.ค. 2564 ซึ่งจะเป็นปัจจัยเกื้อหนุนเศรษฐกิจสหรัฐฯ และเศรษฐกิจโลกในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปีนี้ ขณะที่คาดว่าเศรษฐกิจโลกปี 2564 จะฟื้นตัวได้เร็วกว่าที่คาดไว้ เนื่องจากมีแนวโน้มว่าจะมีวัคซีนอย่างน้อย 1 ชนิดที่สามารถผ่านการทดสอบขั้นสุดท้ายและได้รับการอนุมัติให้ใช้ได้ในวงกว้างตั้งแต่ในช่วงไตรมาสแรกปี 2564 ซึ่งจะทำให้สถานการณ์แพร่ระบาดของ COVID-19 ทั่วโลกคลี่คลายลงและเกื้อหนุนกิจกรรมทางเศรษฐกิจให้ขยายตัวอย่างรวดเร็วในไตรมาส 2ตลอดจนในช่วงที่เหลือของปี

จากบทวิเคราะห์ของกรุงไทยคอมพาส (Krungthai Compass) ประเมินว่าปี 2021 เศรษฐกิจไทยจะกลับมาขยายตัวอย่างช้าๆ ที่ 2.5% หลังจากหดตัวสูงในปี 2020 ที่ 6.5% แต่ยังคงเต็มไปด้วยความไม่แน่นอนสูง โดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยวที่ยังคงอ่อนไหวต่อการแพร่ระบาดระลอกใหม่ว่าจะนำไปสู่การ Lockdown ในวงกว้างอีกครั้งหรือไม่ ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับความรวดเร็วในการกระจายวัคซีน และแนวทางการรับนักท่องเที่ยวของไทย เช่นเดียวกับการส่งออกที่ยังเจอความท้าทายอีกมาก เช่น การขาดแคลนตู้สินค้าที่ คาดว่าจะลากยาวออกไปถึงครึ่งแรกของปี 2021 การแข็งค่าของเงินบาทอย่างรวดเร็ว ท่ามกลางเศรษฐกิจและการค้าในบริบทใหม่ๆ อย่างไรก็ดี คาดว่าเศรษฐกิจจะได้รับอานิสงส์จากมาตรการกระตุ้นของภาครัฐ การเร่งเบิกจ่ายงบประมาณทั้งในส่วนของงบประมาณประจำปี และงบลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน รวมถึงอัตราดอกเบี้ยที่จะยังอยู่ในระดับต่ำต่อไปเพื่อสนับสนุนการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ ทั้งนี้หากสถานการณ์การแพร่ระบาดรุนแรงขึ้น จนกระทบกับเศรษฐกิจรุนแรง คาดว่าธนาคารแห่งประเทศไทยจะใช้นโยบายการแก้ปัญหาที่ตรงจุดและมีประสิทธิผลสูง เช่น มาตรการช่วยเหลือลูกหนี้ที่มีปัญหาโดยตรง มากกว่าการปรับลดอัตราดอกเบี้ย นโยบายที่ต้องใช้ระยะเวลาส่งผ่านไปสู่เศรษฐกิจจริง ด้านค่าเงินบาทมีแนวโน้มแข็ง ค่าต่อเนื่อง ตามกระแสเงินทุนไหลเข้าประเทศเกิดใหม่ รวมทั้งแนวโน้มการเกินดุลบัญชีเดินสะพัดของไทย

**รูปที่ 35** ประมาณการองค์ประกอบของจีดีพีในปี 2020 และ 2021




**ที่มา:** วิเคราะห์โดย Krungthai COMPASS อ้างอิงข้อมูลจากสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (ประมาณการ ณ เดือน ม.ค. 2021)
**หมายเหตุ:** * End of Period

**การคาดการณ์ภาวะตลาดอสังหาริมทรัพย์ในปี 2564**

แนวโน้มตลาด อสังหาฯ ปี 64 ลูกค้ายังชะลอซื้อบ้าน ทำให้ยังคงเป็นช่วงเวลาที่ท้าทายของ ตลาดอสังหาริมทรัพย์ จากหลาย ๆ ปัจจัย ทั้งจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่ส่งผลให้สภาพเศรษฐกิจชะลอตัว และหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง ทำให้ผู้บริโภคใช้เวลาในการตัดสินใจซื้อบ้านนานขึ้น

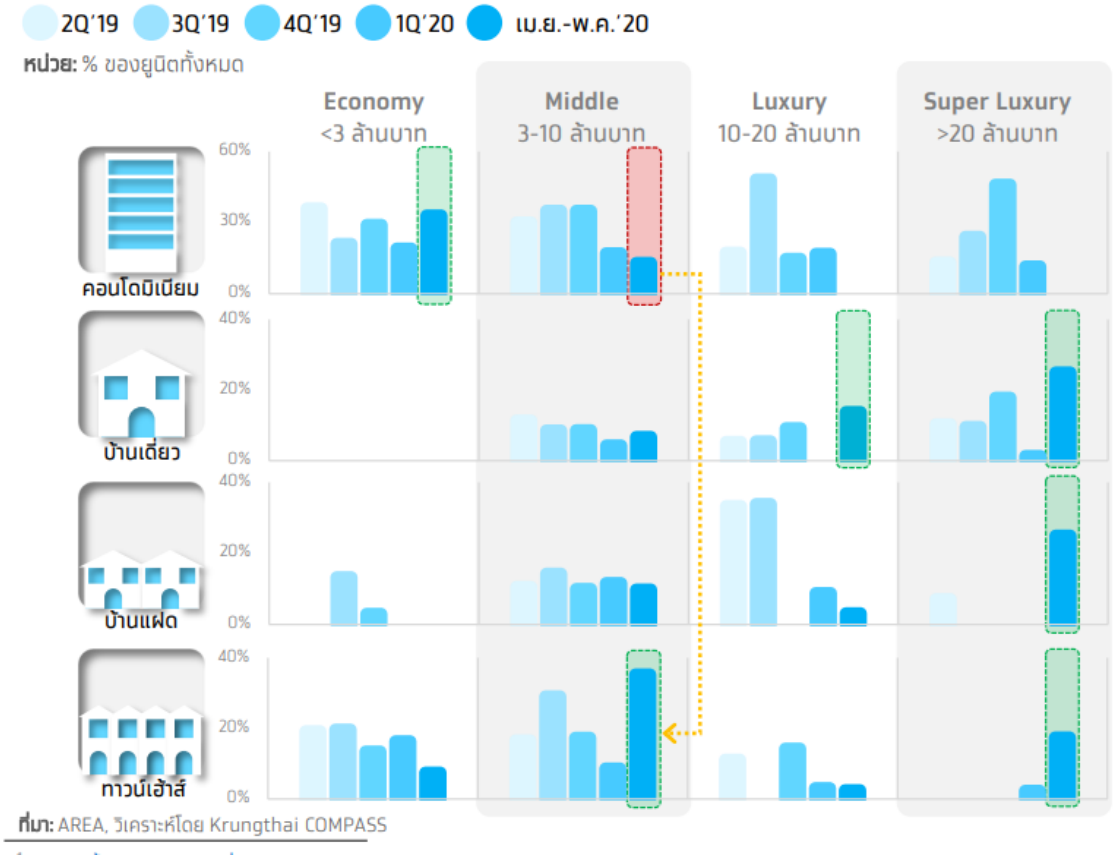
นอกจากนี้ จากการชะลอตัวของตลาด ทำให้ผู้ประกอบการ ต้องใช้แคมเปญการตลาด ราคา และโปรโมชันต่าง ๆ เพื่อจูงใจผู้ซื้อ ส่งผลให้ราคาอสังหาริมทรัพย์ในภาพรวม ลดต่ำลง แต่เป็นการเร่งการตัดสินใจจากผู้ซื้อ ที่เป็นกลุ่มเรียลดีมานด์ หรือผู้ซื้อเพื่ออยู่อาศัยจริง ที่มีความต้องการซื้อมาตั้งแต่ช่วงล็อกดาวน์

อย่างไรก็ตาม คอนโดมิเนียม ยังคงเป็นสินค้าที่มีสัดส่วนมากที่สุด ขณะที่แนวโน้มโครงการใหม่ เริ่มเป็นสินค้าประเภทแนวราบมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค หลังจากที่ใช้ชีวิตอยู่กับบ้านนานขึ้น ในช่วงล็อกดาวน์ จึงเห็นความสำคัญ ของการมีพื้นที่ใช้สอยภายในบ้านที่มากขึ้น

หากพิจารณาแยกตามประเภทของที่อยู่อาศัย และระดับราคาแล้ว พบว่ายังมีบาง Segment ที่ยังได้รับผลตอบรับที่ดีจากผู้บริโภคอยู่สะท้อนจากยอด Pre-sale ในช่วงเดือน เม.ย.-พ.ค. 2020 ที่ไม่ได้ลดลง ยกตัวอย่างเช่น

- คอนโดมิเนียมราคาต่ากว่า 3 ล้านบาท: สามารถท ายอด Pre-sale ได้ถึง 33% ในช่วงเดือน เม.ย.-พ.ค. 2020 ซึ่งถือว่าสูงที่สุดหากเปรียบเทียบกับคอนโดมิเนียมในระดับราคา 3-10 ล้านบาท ที่ท ายอดจองได้เพียง 13%
- ทาวน์เฮ้าส์ราคา 3-10 ล้านบาท: สามารถทำยอด Pre-sale ได้สูงถึง 35% ในช่วงเดือน เม.ย.-พ.ค. 2020 ทั้งนี้หากพิจารณายอด Pre-sale ที่ลดลงของคอนโดมิเนียมในระดับราคาเดียวกัน อาจเป็นข้อสังเกตได้ว่าผู้บริโภคบางส่วนเลือกที่จะซื้อทาวน์เฮ้าส์ที่ให้พื้นที่สอยใช้มากกว่าแทนคอนโดมิเนียมจริง
- บ้านเดี่ยวราคา 10 ล้านบาทขึ้นไป บ้านแฝดและทาวน์เฮ้าส์ราคา 20 ล้านบาทขึ้นไป:เป็น Segment ที่ดูเหมือนจะไม่ได้รับผลกระทบจากโควิด-19 เลย สะท้อนจากยอดสูงในช่วงเดือน เม.ย.-พ.ค. 2020 ที่อยู่ในระดับสูงที่สุดในรอบปีที่ผ่านมา

**รูปที่ 5** ยอดจอง (Pre-sale) ของที่อยู่อาศัยเปิดตัวใหม่ใน 2Q-2019 ถึง พ.ค. 2020 แบ่งตามประเภท และระดับราคา




นอกจากนี้ คาดว่าปี 2564 ถือเป็นปีปรับสมดุลของ ตลาดอสังหาริมทรัพย์ ทั้งในแง่ของ ราคา และอุปทาน (จำนวนที่อยู่อาศัย) ในส่วนของราคานั้น เริ่มเห็นสัญญาณบวก จากดัชนีราคาที่อยู่อาศัย ที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นในช่วงปลายปี 2563 และคาดว่าจะฟื้นตัวดีขึ้น ในช่วงครึ่งหลังของปี 2564 อย่างไรก็ดี แนวโน้มการฟื้นตัวของตลาดอสังหาฯ นั้นจะขึ้นอยู่กับตัวแปรสำคัญ ๆ ได้แก่ การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ เสถียรภาพการเมือง รวมถึงการมีมาตรการจากภาครัฐที่ช่วยกระตุ้นกำลังซื้อ หรือให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินเชื่อได้มากขึ้น

ทั้งนี้ ภายใต้เงื่อนไข มีมาตรการภาครัฐเข้ามากระตุ้น และมีการเปิดตัวโครงการใหม่ ที่ขยายตัวเป็นบวกทุกไตรมาส สะท้อนความเชื่อมั่นของผู้ประกอบ และการฟื้นตัวของตลาดอสังหาฯ

สำหรับทำเลของอสังหาริมทรัพย์ในกรุงเทพฯ ที่ราคากลางเฉลี่ย (Median Asking Price) เติบโตเพิ่มขึ้นมากที่สุดในรอบปี 5 อันดับแรก ได้แก่ แขวงคลองมหานาค เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย ราคาเพิ่มขึ้นถึง 63% จากรอบปีก่อนหน้า แขวงคลองต้นไทร เขตคลองสาน (บริเวณศูนย์การค้าไอคอนสยาม) เพิ่มขึ้น 14% แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน เพิ่มขึ้น 10% แขวงสี่พระยา เขตบางรัก เพิ่มขึ้น 9% และแขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน เพิ่มขึ้น 9%

**5 ทำเลที่ราคากลางเฉลี่ยของคอนโดเติบโตสูงสุดในรอบปี**

| | เขต | แขวง | ราคาเติบโตสูงสุด YoY |
|---|---|---|---|
| 1 | บางแค | คลองบางไผ่ | 42% |
| 2 | ปทุมวัน | ปทุมวัน | 15% |
| 3 | คลองสาน | คลองต้นไทร | 14% |
| 4 | บางรัก | สี่พระยา | 10% |
| 5 | ปทุมวัน | ลุมพินี | 10% |

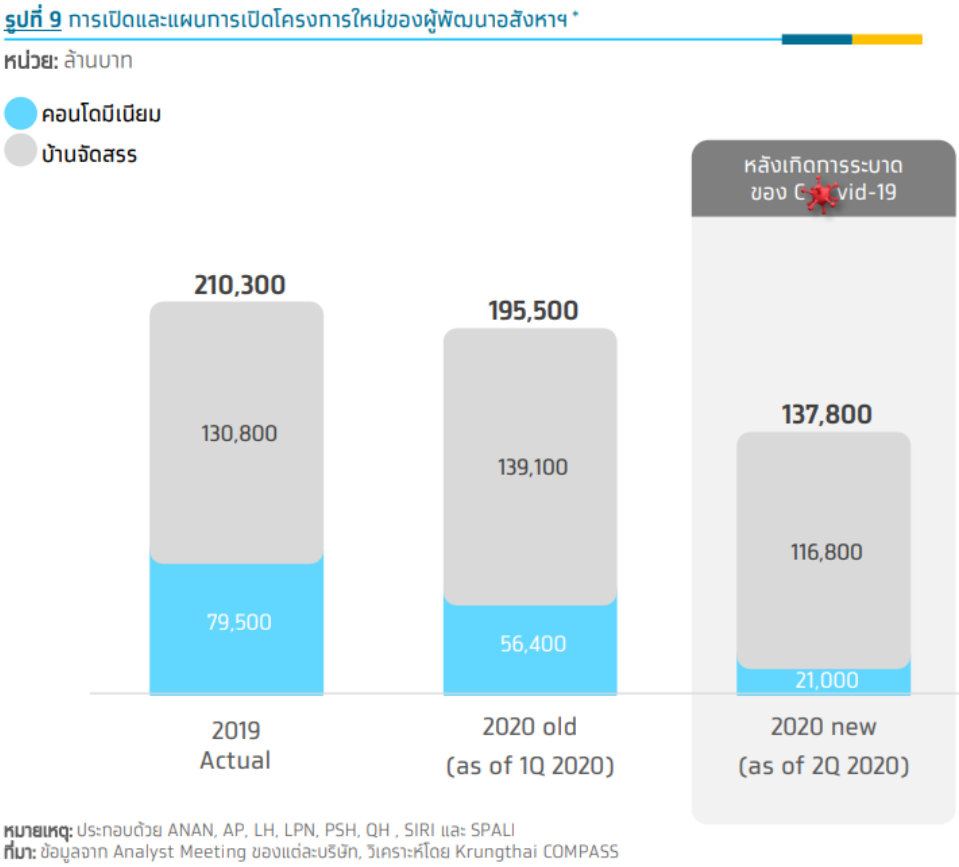
**5 ทำเลที่ราคากลางเฉลี่ยของบ้านเดี่ยวเติบโตสูงสุดในรอบปี**

| | เขต | แขวง | ราคาเติบโตสูงสุด YoY |
|---|---|---|---|
| 1 | บางกอกน้อย | อรุณอมรินทร์ | 21% |
| 2 | หลักสี่ | ตลาดบางเขน | 18% |
| 3 | สะพานสูง | สะพานสูง | 18% |
| 4 | ภาษีเจริญ | บางจาก | 17% |
| 5 | ตลิ่งชัน | บางพรม | 15% |

จะเห็นได้ว่าทำเลคอนโดและบ้านเดี่ยวที่มีราคาเติบโต สูงสุดในรอบปี 2563 นั้น ใน 5 อันดับยังคงมีทำเลที่โครงการของบริษัทฯ เปิดขายและมีที่ดินรอการพัฒนา อยู่โดยเฉพาะทำเล สะพานสูง (กรุงเทพกรีฑา) ซึ่งจะเห็นได้ว่าทางบริษัทได้มองเห็นศักยภาพในอนาคต เพื่อพัฒนาโครงการ ในทุกสภาวการณ์ได้เป็นอย่างดี

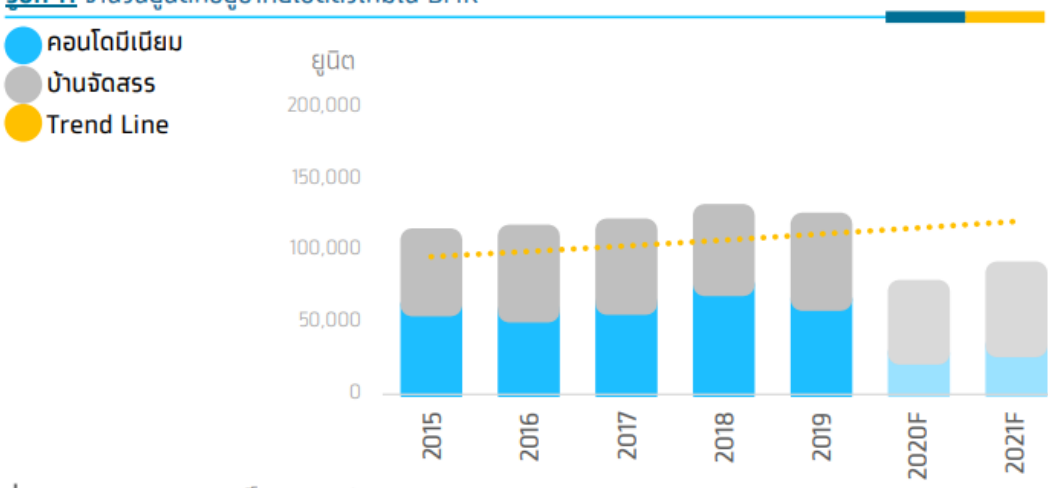
**ภาวการณ์แข่งขันของตลาดอสังหาริมทรัพย์**

การลงทุนเปิดโครงการที่อยู่อาศัยใหม่ในปี 2564 คาดว่าจะยังต่ำกว่าระดับศักยภาพ เนื่องจากอยู่อาศัยทุกประเภท มีจำนวนสะสมรอขายในระดับสูง ผู้ประกอบการยังต้องเผชิญกับความยากลำบากในการทำตลาดมากขึ้นกว่าในปีที่ผ่านมา เนื่องจาก ในปี 2564 ปัจจัยแวดล้อมตลาด อสังหาริมทรัพย์ที่อยู่อาศัย มีความเสี่ยงสูงมากขึ้น จากภาวะเศรษฐกิจที่ยังฟื้นตัวระดับต่ำ ซึ่งมีผลต่อกำลังซื้อ และความสามารถในการเข้าถึงสินเชื่อของผู้บริโภค



อีกทั้งยังมีความท้าทาย ในการดึงดูดกำลังซื้อใหม่ ๆ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายถูกดูดซับไป ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา จากการทำตลาดอย่างหนัก ของผู้ประกอบการ และมาตรการกระตุ้นตลาดที่อยู่อาศัย รวมถึงกำลังซื้อของชาวต่างชาติน่าจะยังไม่กลับมา ส่วนโครงการที่อยู่อาศัยเปิดใหม่ส่วนใหญ่ จะยังเน้นไปยังกลุ่มลูกค้าระดับกลาง ซึ่งเป็นฐานลูกค้าที่มีขนาดใหญ่ในตลาด อย่างไรก็ดี เนื่องจากปัจจัยแวดล้อมตลาดยังมีความไม่แน่นอนสูง ทำให้แผนการลงทุนโครงการที่อยู่อาศัยใหม่คงจะมีการปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

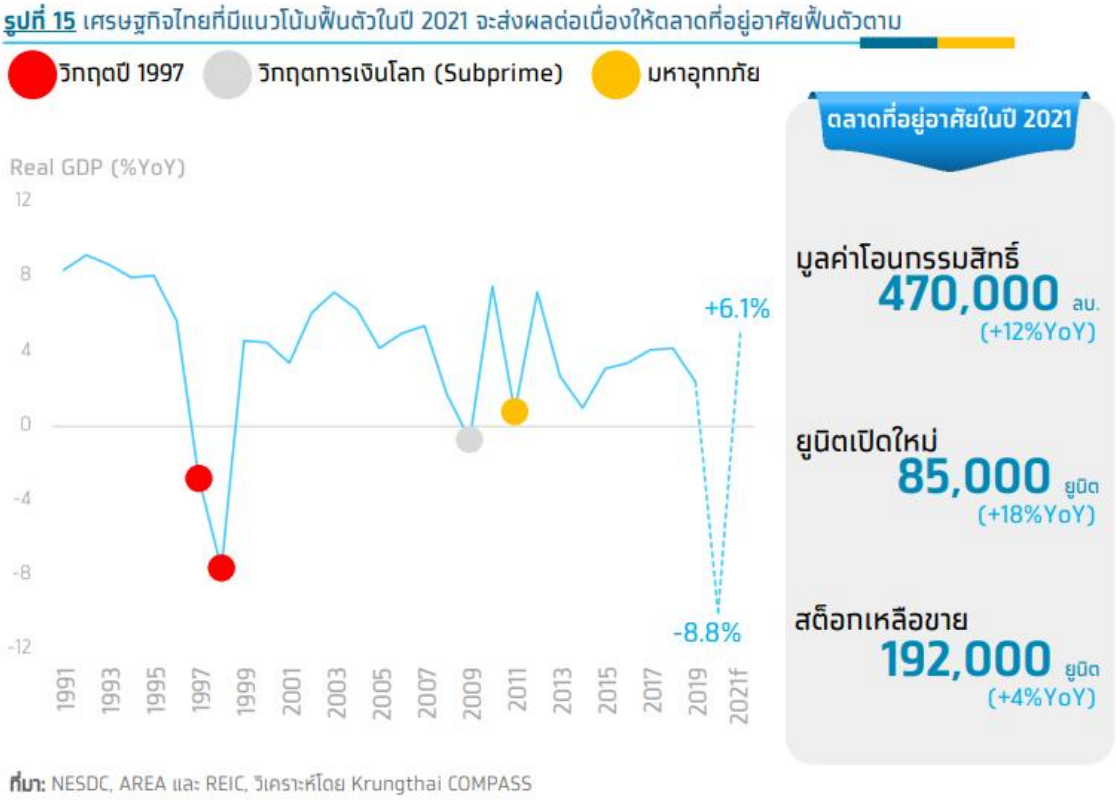
**รูปที่ 11** จำนวนยูนิตที่อยู่อาศัยเปิดตัวใหม่ใน BMR




ที่มา: AREA และ REIC, วิเคราะห์โดย Krungthai COMPASS

จากบทวิเคราะห์ของ Krungthai COMPASS คาดว่าตลาดที่อยู่อาศัยในปี 2021 จะทยอยฟื้นตัวตามสภาพเศรษฐกิจไทย โดยประเมินว่า GDP การบริโภคภาคเอกชน และการลงทุนภาคเอกชน จะกลับมาขยายตัวได้ที่ 6.1%, 3% และ 6% ตามลำดับ ประกอบกับการเริ่มฟื้นตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจาก 8.1 ล้านคนในปี 2020 เป็น 15.9 ล้านคนในปี 2021 คาดว่าจะส่งผลให้ความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยทั้งของคนไทย และต่างชาติฟื้นตัวกลับมาได้บ้าง ในปี 2021 มูลค่าโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยใน BMR มีแนวโน้มกลับมาเติบโตที่ 12%YoY หรือมีมูลค่าเท่ากับ 4.7 แสนล้านบาท แบ่งเป็นคอนโดมิเนียม 2.02 แสนล้านบาท ขยายตัว 11%YoY และบ้านจัดสรร 2.67 แสนล้านบาท ขยายตัว 13%YoY แต่ยังถือว่าอยู่ในระดับต่ำหากเปรียบเทียบกับก่อนการแพร่ระบาดของ โควิด-19 ที่มีมูลค่าโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยใน BMR สูงถึง 5.7 แสนล้านบาท ในปี 2019 ด้านจำนวนที่อยู่อาศัยเปิดใหม่คาดว่าจะอยู่ที่ราว 85,000 ยูนิต เติบโต 18%YoY แบ่งเป็นคอนโดมิเนียม 34,000 ยูนิต น้อยกว่าบ้านจัดสรรที่จะเป็นตลาดที่ผู้พัฒนาอสังหาฯ หันมาให้ความสำคัญมากขึ้นคาดว่าจะมีการเปิดตัวราว 51,000 ยูนิต ที่มีสัดส่วนราว60% ของยูนิตเปิดใหม่ทั้งหมด สต็อกเหลือขายคาดว่าจะปรับตัวสูงขึ้น 4%YoY มาอยู่ที่192,000 ยูนิต แบ่งเป็นคอนโดมิเนียม 84,500 ยูนิต และบ้านจัดสรร 107,500 ยูนิต

การเปิดโครงการที่อยู่อาศัยใหม่ ผู้ประกอบการ ต้องทำความเข้าใจกับตลาดให้มากขึ้น เน้นกลุ่มตลาดผู้ซื้อชาวไทยเพื่ออยู่อาศัยจริง (Real Demand) ที่ยังคงมีกำลังซื้อ และมีความต้องการเฉพาะ ด้วยการให้ความสำคัญกับการออกแบบ ชูจุดเด่นความคุ้มค่า รวมถึงการปรับลดขนาดของโครงการ ให้สอดคล้องกับความต้องการในพื้นที่ เพื่อลดความเสี่ยงและปิดการขายเร็วขึ้น รวมทั้ง หลีกเลี่ยงทำเลที่มีการแข่งขันและจำนวนเหลือขายสูง




ในแผนงานการเปิดโครงการใหม่ของทางบริษัทนั้น มีแผนจะเปิดตัวบ้านเดี่ยวระดับ Super luxury ภายใต้แบรนด์ “ Nirvana Collection ” และยังมีแผนเปิดโครงการแนวราบอีก 2-3 โครงการนอกเหนือจากโครงการข้างต้น ซึ่งเป็นโครงการที่ทางบริษัท มีที่ดินอยู่แล้ว และมีการวิเคราะห์ความต้องการว่ามีความต้องการจริง ตอกย้ำความต้องการของกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## 2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์ และบริการ

*1) การจัดหาที่ดินและเลือกรูปแบบการพัฒนาโครงการ*

การจัดหาที่ดินนับเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์เป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญที่กลุ่มเป้าหมายใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัย และถือว่าเป็นต้นทุนหลักในการพัฒนาดำเนินธุรกิจของบริษัท บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญในการคัดเลือกที่ดินที่มีศักยภาพนำมาพัฒนาโครงการ โดยพิจารณาจากทำเลที่ตั้ง การเข้าถึงที่ดิน การมีระบบสาธารณูปโภคของรัฐบาลรองรับ ผังเมือง ข้อจำกัดทางด้านกฎหมาย ทิศทางการเติบโตของแหล่งที่อยู่อาศัย และแหล่งชุมชน ในการคัดเลือกที่ดินสำหรับพัฒนาโครงการ บริษัทฯ มีฝ่ายพัฒนาธุรกิจ เป็นหน่วยงานหลักในการสรรหาที่ดิน โดยทำงานร่วมกับฝ่ายกฎหมาย ฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ ฝ่ายการเงิน ฝ่ายขาย และฝ่ายการตลาด เพื่อร่วมกันวิเคราะห์และตัดสินใจเลือกประเภทที่อยู่อาศัย และแบรนด์ที่เหมาะสมกับทำเลนั้นนั้น โดยพิจารณาความเป็นไปได้ทางด้านกฎหมาย ผังเมือง ความเป็นไปได้ทางด้านการก่อสร้าง การประมาณการต้นทุน ระยะเวลาในการพัฒนาโครงการ ความเป็นไปได้ทางการเงิน อัตราผลตอบแทน และความเป็นไปได้ทางด้านตลาด เพื่อกำหนดแบรนด์สินค้า และราคาขายให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในบริเวณนั้นๆ โดยการสรรหาที่ดินมีข้อมูลจากเครือข่ายนายหน้าที่เป็นพันธมิตรกับบริษัทมายาวนาน และจากการสำรวจของฝ่ายพัฒนาธุรกิจ นอกจากนี้ยังมีการเปิดรับข้อมูลที่ดิน ผ่านเว็บไซต์ และผ่านระบบคอลเซ็นเตอร์เพื่อเพิ่มความสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

*2) การจัดซื้อวัสดุก่อสร้าง*

บริษัทฯ มีขั้นตอนในการจัดซื้อวัสดุก่อสร้างที่โปร่งใส และยุติธรรม เพื่อให้ได้วัสดุก่อสร้างที่มีคุณภาพดีตามมาตรฐานที่บริษัทตั้งไว้ ในราคาที่เหมาะสม บริษัทฯ บริหารความเสี่ยงโดยให้ผู้รับเหมาก่อสร้างโครงการเป็นผู้จัดหาวัสดุก่อสร้างที่มีความผันผวนและความสูญเสียที่ไม่แน่นอน โดยกำหนดราคาในสัญญาว่าจ้างรับเหมาก่อสร้างแบบเบ็ดเสร็จ (Turnkey contract) อีกทั้งยังสามารถควบคุมคุณภาพ รูปแบบ และเวลาได้ดีกว่าอีกด้วย ส่วนบริษัทจะจัดซื้อวัสดุก่อสร้างบางประเภทที่มีสำคัญ ราคาสูง และมีลักษณะเฉพาะ เช่น สุขภัณฑ์ วัสดุกรุผิว ประตู-หน้าต่าง เพื่อเป็นการลดภาระของผู้รับเหมาอีกทางหนึ่ง โดยขั้นตอนการจัดซื้อวัสดุก่อสร้าง บริษัทฯ จัดให้มีการเปิดซองประมูลราคาหลายรายการ เพื่อให้มีการแข่งขันในด้านราคาและคุณภาพได้ การจัดซื้อวัสดุก่อสร้างจากผู้ผลิตโดยตรงทำให้บริษัทได้ราคาที่ต่ำกว่าผู้รับเหมาจัดซื้อเอง เนื่องจากมีการสั่งซื้อในปริมาณมาก วัสดุที่บริษัทฯ สั่งซื้อส่วนใหญ่ใช้ในขั้นตอนแยกจากขั้นตอนการทำงานของผู้รับเหมาได้อย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทจึงสามารถควบคุมงานก่อสร้างให้เป็นไปตามแผนงานก่อสร้างที่วางไว้ นอกจากนี้บริษัทยังมีแผนรองรับการผันผวนของราคาวัสดุก่อสร้าง โดยการกำหนดราคาส่งมอบล่วงหน้า การจัดซื้อในระยะยาว และมีระยะเวลาการจ่ายค่าวัสดุก่อสร้างอยู่ในช่วงเวลา 30-60 วัน ทั้งนี้บริษัทฯ ไม่ได้พึ่งพาผู้จำหน่ายวัสดุก่อสร้างรายใดรายหนึ่งเป็นพิเศษ ทำให้ไม่มีปัญหาการขาดแคลนวัสดุที่ผ่านมา โดยบริษัทฯ มีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ เพื่อให้มั่นใจว่าจะสามารถหาวัสดุได้ตรงตามมาตรฐาน ตามปริมาณ และสามารถส่งมอบได้ทันตามที่บริษัทฯ กำหนดได้

*3) การจัดหาผู้รับเหมา*

การดำเนินการก่อสร้าง บริษัทฯ จะว่าจ้างผู้รับเหมาก่อสร้างขนาดใหญ่และขนาดกลางเป็นผู้ดำเนินการ โดยบริษัทฯ จะควบคุมแผนงาน และคุณภาพงานก่อสร้างโดยการจัดให้มีผู้จัดการโครงการ วิศวกรควบคุมงานประจำโครงการ วิศวกรควบคุมคุณภาพ เพื่อคอยดูแล และตรวจสอบงานของผู้รับเหมาให้เป็นไปตามมาตรฐานของบริษัทฯ ที่กำหนดไว้ โดยการคัดเลือกผู้รับเหมาใหม่ บริษัทฯ จะพิจารณาจากคุณสมบัติเบื้องต้น ประสบการณ์ ผลงาน และคุณภาพที่ผ่านมา รวมถึงฐานะการเงินของบริษัท เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้บริษัทฯ ว่าจะสามารถดำเนินงานก่อสร้างให้แล้วเสร็จตามกำหนดเวลา และคุณภาพที่มีมาตรฐาน สำหรับผู้รับเหมารายเดิมที่เคยรับงานกับบริษัทฯ มาแล้ว บริษัทฯ จะมีการจัดเก็บข้อมูลของผู้รับเหมาไว้เป็นฐานข้อมูล เช่น ข้อมูลการทำงาน คุณภาพงาน การประเมินผลงาน เป็นต้น เพื่อใช้ในการพิจารณาว่าจ้างในครั้งถัดไป สำหรับการพัฒนาโครงการแนวราบ ประเภทบ้านเดี่ยว ทาวเฮ้าส์ และโฮมออฟฟิศ บริษัทฯ จะจัดหาผู้รับเหมารายย่อยหลายรายในการดำเนินการก่อสร้าง เพื่อเพิ่มความยืดหยุ่น และสามารถปรับแผนงานการก่อสร้างต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างทันท่วงที แต่การพัฒนาโครงการประเภทแนวสูง คอนโดมิเนียม บริษัทฯ จะว่าจ้างผู้รับเหมารายใหญ่เพียงรายเดียว และทำสัญญาก่อสร้างแบบเบ็ดเสร็จ เพื่อให้สามารถควบคุมต้นทุน ระยะเวลา และคุณภาพให้เป็นไปตามที่บริษัทฯ กำหนด ปัจจุบันบริษัทฯ มีการรับสมัครสัมภาษณ์ผู้รับเหมารายใหม่ๆ ที่มีศักยภาพที่ดีจำนวนมาก เก็บไว้เป็นคู่ค้าขึ้นทะเบียน โดยการคัดเลือกผู้รับเหมา บริษัทฯ มีคณะกรรมการจัดซื้อจัดจ้างเพื่อวางนโยบายการจัดหา และพิจารณาคุณสมบัติของผู้รับเหมาในแต่ละรายตามความเหมาะสมของงาน เพื่อรองรับการขยายตัวของบริษัทฯ ในอนาคตต่อไป

*4) เทคโนโลยีการก่อสร้าง*

เนื่องจากบริษัทมีโรงงานผลิตแผ่นคอนกรีตสำเร็จรูปเป็นของตนเอง บริษัทจึงได้ปรับรูปแบบการก่อสร้างบ้านจากการก่อสร้างแบบดั้งเดิม (ก่ออิฐฉาบปูน) เป็นการก่อสร้างบ้านแบบกึ่งสำเร็จรูป โดยใช้เทคโนโลยีการก่อสร้างด้วยระบบผนังคอนกรีตสำเร็จรูป จากโรงงานหล่อคอนกรีตอัดแรงซึ่งเป็นโรงงานของบริษัทฯ ผลิตผนังคอนกรีตและชิ้นส่วนคอนกรีตสำเร็จรูปจากโรงงานแล้วขนส่งมาติดตั้งที่หน้างาน โดยระยะเวลาก่อสร้างโดยรวมในการก่อสร้างประมาณ 120 วัน วิธีการก่อสร้างด้วยระบบนี้ จะสามารถช่วยลดระยะเวลาในการก่อสร้าง ควบคุมคุณภาพงานก่อสร้าง อีกทั้งยังช่วยลดการพึ่งพาแรงงาน และสามารถตอบสนองการเติบโตของธุรกิจได้อย่างทันท่วงที สำหรับงานก่อสร้างบ้านกึ่งสำเร็จรูป

บริษัทฯ จะส่งปริมาณและรูปแบบเสาและคาน เพื่อให้โรงงานวางแผนการผลิต และจัดส่งโครงสร้างเสาและคานไปยังสถานที่ก่อสร้าง ให้ผู้รับเหมาช่วง (Sub-Contractor) เป็นผู้ติดตั้งโครงสร้างสำเร็จรูป ซึ่งทีมงานก่อสร้างของบริษัทฯ จะควบคุมการประกอบโครงสร้าง การติดตั้งโครงหลังคาสำเร็จรูปและก่ออิฐฉาบปูน รวมทั้งเข้าไปควบคุมการก่อสร้างส่วนที่เหลือให้แล้วเสร็จตามกำหนดเวลา เพื่อส่งมอบงานให้ลูกค้าตามกำหนด จากความพร้อมในด้านเทคโนโลยีการผลิตและระบบการบริหารจัดการก่อสร้าง จะทำให้บริษัทสามารถส่งมอบบ้านที่มีคุณภาพให้กับลูกค้าได้ทันตามกำหนด และยังคงรักษาจุดแข็งในการออกแบบบ้านที่มีฟังก์ชั่นใช้สอยได้อย่างลงตัว

*5) การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์*

บริษัทฯ มีความตั้งใจที่จะพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า โดยผ่านการออกแบบทั้งภายนอกและภายในที่มีลักษณะเฉพาะ มีพื้นที่ใช้สอยและฟังก์ชั่นการใช้งานที่ลงตัว ซึ่งถือว่าเป็นจุดเด่นที่สำคัญของบริษัท โดยบริษัทฯ ให้ความสำคัญในการสร้างสรรค์นวตกรรมใหม่ๆ ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ บริษัทฯ มีการติดตามการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการอยู่อาศัย และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงการสำรวจความต้องการของลูกค้าโดยตรง จากการสอบถามโดยผ่านฝ่ายขายและการตลาดโครงการ ฝ่ายพัฒนาโครงการ ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ และฝ่ายบริการลูกค้าหลังการขาย เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ และนำไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ทั้งทางด้านภาพลักษณ์ของอาคาร การจัดวางพื้นที่ใช้สอยภายใน ตำแหน่งการจัดวางเฟอร์นิเจอร์ ขนาดของพื้นที่ และความต้องการอื่นๆ เพื่ออำนวยความสะดวกด้านต่างๆ ให้กับลูกค้าอย่างเหมาะสมตามความต้องการ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญในการพัฒนา เพื่อต่อยอดทางธุรกิจ และบริการอสังหาริมทรัพย์ในรูปแบบต่างๆ เช่น อพาร์ทเม้นท์ให้เช่า งานบริการที่จอดรถ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างครบวงจร

*6) ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม*

การพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัย ประเภทหมู่บ้านจัดสรรของบริษัทที่ผ่านมา จะมีขนาดพื้นที่ไม่เกิน 100 ไร่ ซึ่งไม่อยู่ภายใต้ข้อบังคับกฎหมายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม แต่การก่อสร้างอาคารที่อยู่อาศัย ประเภทคอนโดมิเนียมบริษัทดำเนินการก่อสร้างภายใต้การควบคุมของประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม เรื่อง กำหนดหลักเณฑ์ วิธีการ ระเบียบวิธีปฏิบัติ และแนวทางในการจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม โดยโครงการที่มีขนาดตั้งแต่ 4,000 ตารางเมตร หรือ การก่อสร้างอาคารสูงตั้งแต่ 23 เมตร หรือ 80 หน่วยขึ้นไป จะต้องมีการจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อมเพื่อเสนอในขั้นตอนของการขออนุญาตก่อสร้างอาคารตามกฎหมาย

แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ก็ตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม ทั้งในระหว่างการก่อสร้าง และหลังการก่อสร้าง เช่น มีผ้าใบคลุมในระหว่างการก่อสร้าง เพื่อป้องการเศษวัสดุก่อสร้างตกหล่นลงมา ระบบการบำบัดน้ำเสียส่วนกลางของโครงการ สำหรับโครงการประเภทหมู่บ้านจัดสรรผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากการก่อสร้างที่อยู่อาศัยและสาธารณูปโภคโครงการที่สำคัญคือ การระบายน้ำเสียของโครงการ บริษัทฯ จึงจัดให้มีถังบำบัดน้ำเสียในบ้านแต่ละหลังและสโมสรส่วนกลาง โดยน้ำเสียจากบ้านแต่ละหลังและสโมสรจะได้รับการบำบัดก่อนที่จะลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะ นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ติดตั้งแผงโซล่าเซลล์ในบริเวณส่วนกลางของหมู่บ้าน เพื่อเป็นการประหยัดไฟฟ้า และลดภาระค่าใช้จ่ายให้กับนิติบุคคลหมู่บ้านต่อไป

นอกจากนี้ การผลิตรั้วสำเร็จรูป โครงสร้าง เสา คาน ผนัง สำเร็จรูป และการก่อสร้างบ้านสำเร็จรูปของบริษัทไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งบริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัดมาโดยตลอด ทำให้นับตั้งแต่บริษัทเปิดดำเนินการมา บริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาทหรือถูกฟ้องร้องเกี่ยวกับการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และไม่เคยได้รับการตักเตือนหรือการปรับจากหน่วยงานของรัฐเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

## 2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีงานก่อสร้างบ้านที่ยังไม่ได้ส่งมอบ ซึ่งประกอบด้วย

1) ลูกค้าที่อยู่นอกโครงการ ซึ่งเป็นการรับจ้างสร้างบ้านให้กับลูกค้าแต่ละรายและงานรับเหมาอื่น ๆ โดยอยู่ระหว่างดำเนินการคิดเป็นมูลค่างานที่ยังไม่ได้รับรู้รายได้ (Backlog) มูลค่า 31.31 ล้านบาท โดยระยะเวลาการก่อสร้างบ้านเฉลี่ยของบริษัทฯ จะอยู่ที่ประมาณ 4-5 เดือนสำหรับบ้านสำเร็จรูป และ 6-8 เดือนสำหรับบ้านกึ่งสำเร็จรูป โดยนับจากวันที่เริ่มตอกเสาเข็ม

2) ลูกค้าที่อยู่ในโครงการของกลุ่มเนอวานา ซึ่งอยู่ในระหว่างดำเนินการทั้งหมด จำนวน 187 ยูนิต คิดเป็นมูลค่างานที่ยังไม่ได้รับรู้รายได้ (Backlog) มูลค่ารวม 1,941 ล้านบาท โดยแบ่งเป็น (1) ที่พักอาศัยแนวสูง (คอนโดมิเนียม) จำนวน 146 ยูนิต คิดเป็นมูลค่า 1,176 ล้านบาท และ (2) ที่พักอาศัยแนวราบจำนวน 52 ยูนิต คิดเป็นมูลค่า 766 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดดังตารางด้านล่างนี้

โครงการของเนอวานา ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563

| โครงการ | ที่ตั้งโครงการ | ประเภทโครงการ | ความคืบหน้าของการขาย | | งานที่ยังไม่ส่งมอบ | | มูลค่าโครงการคงเหลือ (ล้านบาท) | ความคืบหน้าของการก่อสร้าง (ร้อยละของมูลค่าตามบัญชี) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | จำนวนหน่วยทั้งหมด | จำนวนหน่วยคงเหลือ [2] | จำนวนหน่วย | มูลค่า (ล้านบาท) | | |
| ***ที่พักอาศัยแนวราบ*** | | | | | | | | |
| เนอวานา บียอนด์ พระราม 2 | พระราม 2 | บ้านเดี่ยว 3 ชั้น | 120 | 82 | 3 | 111 | 1,731 | 53 |
| เนอวานา บียอนด์ ศรีนครินทร์ | ศรีนครินทร์ | บ้านเดี่ยว 3 ชั้น | 58 | 0 | 1 | 48 | 0 | 100 |
| เนอวานา บียอนด์ เกษตร-นวมินทร์ (เฟส 1) | เกษตร-นวมินทร์ | บ้านเดี่ยว 3 ชั้น | 67 | 0 | 1 | 16 | 0 | 100 |
| เนอวานา บียอนด์ เกษตร-นวมินทร์ (เฟส 2) | เกษตร-นวมินทร์ | บ้านเดี่ยว 3 ชั้น | 37 | 1 | 1 | 11 | 22 | 100 |
| เนอวานา บียอนด์ แอท บีช พัทยา | พัทยา ชลบุรี | บ้านเดี่ยว 3 ชั้น | 21 | 15 | 0 | 0 | 310 | 51 |
| เดอะ ธารา รามอินทรา | รามอินทรา | บ้านเดี่ยว 2 ชั้น | 53 | 7 | 5 | 24 | 49 | 75 |
| แอทเวิร์ค รามอินทรา | รามอินทรา | โฮมออฟฟิศ | 61 | 6 | 2 | 35 | 99 | 100 |
| แอทเวิร์ค ลาดพร้าว-เกษตรนวมินทร์ | เลิศหล้า | โฮมออฟฟิศ | 56 | 21 | 1 | 14 | 429 | 100 |
| เนอวานา ดีฟายน์ ศรีนครินทร์-พระราม 9 | ศรีนครินทร์-ร่มเกล้า | ทาวน์โฮม | 175 | 64 | 7 | 64 | 735 | 93 |
| เนอวานา คัฟเวอร์ อ่อนนุช | อ่อนนุช | ทาวน์โฮม | 194 | 1 | 0 | 0 | 6 | 100 |
| เนอวานา คลัสเตอร์ รามคำแหง | รามคำแหง | ทาวน์โฮม 2-3 ชั้น | 20 | 8 | 0 | 0 | 45 | 100 |
| เนอวานา บียอนด์ อุดรธานี | อุดรธานี | บ้านเดี่ยว 3 ชั้น | 40 | 38 | 2 | 15 | 505 | 42 |
| เนอวานา บียอนด์ พระราม 9-กรุงเทพกรีฑา | กรุงเทพกรีฑา | บ้านเดี่ยว 3 ชั้น | 87 | 78 | 3 | 146 | 2,648 | 63 |
| เนอวานา บียอนด์ บางนา-แอท ยู พาร์ค | บางนา | บ้านเดี่ยว 3 ชั้น | 35 | 30 | 4 | 84 | 520 | 17 |
| เนอวานา เอเลเมนท์ บางนา | บางนา | บ้านเดี่ยว 2 ชั้น | 172 | 159 | 13 | 155 | 1,880 | 40 |
| เนอวานา ไอคอน ปิ่นเกล้า | ปิ่นเกล้า | บ้านเดี่ยว 2 ชั้น | 28 | 17 | 9 | 43 | 202 | 48 |
| **รวม** | | | **1,224** | **527** | **52** | **766** | **9,181** | |
| ***ที่พักอาศัยแนวสูง*** | | | | | | | | |
| บันยันทรี เรสซิเดนท์ ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ | คลองสาน | คอนโดมิเนียม | 133 | 52 | 7 | 707 | 3,446 | 100 |
| เดอะ โมส อิสรภาพ | อิสรภาพ | คอนโดมิเนียม | 193 | 54 | 139 | 468 | 701 | 80 |
| **รวม** | | | **326** | **106** | **146** | **1,175** | **4,147** | |
| **รวมทั้งหมด** | | | **1,550** | **633** | **168** | **1,941** | **13,328** | |

## 3. ปัจจัยความเสี่ยง

**กรอบการบริหารความเสี่ยง**

บริษัท เนอวานา ไดอิ จำกัด (มหาชน) ตระหนักว่าการบริหารความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งของการกำกับดูแลกิจการที่ดี และเป็นพื้นฐานสำคัญที่ช่วยให้บริษัทฯ สามารถบรรลุวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ การบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้บริษัทมีการตัดสินใจที่ดีขึ้น ทั้งในเรื่องของการกำกับดูแล กลยุทธ์ การกำหนดวัตถุประสงค์ และการดำเนินธุรกิจ

**นโยบายการบริหารความเสี่ยง**

บริษัทฯ ได้จัดทำนโยบายการบริหารความเสี่ยง โดยกำหนดกรอบการปฏิบัติงานและกระบวนการ เพื่อใช้ในการบริหารความเสี่ยงของบริษัท ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้นำแนวทางของ The COSO Enterprise Risk Management Framework มาปรับใช้ในการระบุและประเมินความเสี่ยงของกิจกรรมทางธุรกิจที่บริษัทฯ ดำเนินการ

**โครงสร้างการบริหารความเสี่ยง**

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

**วัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยง**

วัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของกรอบการบริหารความเสี่ยงของบริษัท โดยบริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะส่งเสริมวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยงให้มีความเข้มแข็งทั่วทั้งองค์กร และมุ่งหวังให้พนักงานมีความตระหนักรู้ถึงความเสี่ยงในการปฏิบัติงาน และรับผิดชอบในการบริหารความเสี่ยง นอกจากนี้ บริษัทฯ สนับสนุนให้พนักงานมีทัศนคติและพฤติกรรมในการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดวัฒนธรรมการบริหารความเสี่ยงที่ดี โดยมีแนวทางการดำเนินการดังนี้

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

## ปัจจัยความเสี่ยง

**ความเสี่ยงจากการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ**

**1. ความเสี่ยงจากความผันผวนทางเศรษฐกิจ และสถานการณ์ต่าง ๆ**

ในช่วงท้ายของปี 2563 ตลาดที่อยู่อาศัย เริ่มมีข่าวดีหลังจากการพัฒนาวัคซีนที่มีความคืบหน้ามากขึ้น ประกอบกับตัวเลขเศรษฐกิจไทยในไตรมาสที่ 3 จากสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ซึ่งออกมาดีกว่าที่คาด ส่งผลด้านบวกต่อตลาดที่อยู่อาศัย อย่างไรก็ดีการระบาดของโควิดได้ส่งผลให้ทั้งปี 2563 ทั้งจำนวนหน่วยเปิดตัวและยอดโอนที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลมีการหดตัวลงอย่างมีนัยสำคัญ

สำหรับทิศทางตลาดที่อยู่อาศัยในปี 2564 น่าจะผ่านจุดต่ำสุดมาแล้ว แต่แนวโน้มข้างหน้ายังคงเผชิญกับความท้าทายต่างๆ อาทิ การฟื้นตัวของเศรษฐกิจ กำลังซื้อ และสถานการณ์โควิด-19 ทั้งในและต่างประเทศ นอกจากนี้ แรงกดดันจากจำนวนที่อยู่อาศัยสะสมรอขายที่ทรงตัวอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่อยู่อาศัยประเภททาวน์เฮ้าส์ที่มีจำนวนสะสมเร่งตัวสูงขึ้น ส่งผลทำให้ผู้ประกอบการยังระมัดระวังในการเปิดโครงการเพิ่มเติม

ขณะที่ทางฝั่งของกำลังซื้อของผู้บริโภคงชาวไทยคาดว่าจะทรงตัวใกล้เคียงกับปี 2563 เนื่องจากปัจจัยเศรษฐกิจที่กำลังอยู่ในช่วงฟื้นตัวจากผลกระทบของโควิด-19 ส่งผลให้กำลังซื้อน่าจะยังคงทรงตัว ประกอบกับความกังวลต่อความมั่นคงในอาชีพ ขณะที่กลุ่มผู้ซื้อชาวต่างชาติคาดว่าจะมีความต้องการซื้อที่ที่ยังฟื้นตัวจำกัด เนื่องจากข้อจำกัดในการเดินทางระหว่างประเทศ ประกอบกับการแพร่ระบาดซ้ำในประเทศสำคัญของโลก ซึ่งคาดว่าจะส่งผลต่อเนื่องต่อความเชื่อมั่นและความสามารถของผู้ซื้อชาวต่างชาติ นอกจากนี้ยังมีประเด็นเรื่องการแข่งขันของตลาดที่อยู่อาศัยในแต่ละประเทศที่น่าจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของชาวต่างชาติอีกด้วย อย่างไรก็ดียังคงต้องติดตามนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ ที่อาจเข้ามาช่วยสร้างบรรยากาศเชิงบวกต่อธุรกิจที่อยู่อาศัยในระยะข้างหน้า

คาดว่าสถานการณ์ตลาดอสังหาริมทรัพย์ในปี 2564 เป็นการปรับตัวในทิศทางที่ค่อยเป็นค่อยไป เนื่องด้วยปัจจัยแวดล้อมของตลาดที่อยู่อาศัยยังไม่เอื้อ ทำให้ยังต้องระมัดระวังการลงทุน เช่นเดียวกับกิจกรรมการซื้อขายที่อยู่อาศัยยังมีข้อจำกัดสูง และยังคงต้องทำการตลาดอย่างหนักต่อเนื่อง

บริษัทฯ ได้มีการกำหนดนโยบาย วางแผน และกำหนดกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องกับสภาวะเศรษฐกิจ รวมถึงแผนรองรับการเปลี่ยนแปลงและความไม่แน่นอนที่จะเกิดขึ้นในอนาคตให้สอดคล้องกับสถานการณ์อาจที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น การจัดหาที่ดินเพื่อพัฒนาโครงการ การพิจารณาความเหมาะสมในการเปิดตัวโครงการใหม่ การปรับกลยุทธ์การขาย โดยเลือกกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการอย่างแท้จริง (real demand) การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ การบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายให้มีความเหมาะสม และการบริหารกระแสเงินสดให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมในการดำเนินงานของธุรกิจ นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้เริ่มดำเนินธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้ประจำอย่างต่อเนื่อง (recurring income business) เช่น อาคารจอดรถบริเวณซอยเฉยพ่วง เพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยง และมีแผนที่จะขยายธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้อย่างต่อเนื่องเพิ่มขึ้นในอนาคตอีกด้วย

**2. ความเสี่ยงจากการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ และข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง**

เนื่องจากการดำเนินงานในธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ต้องปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ และข้อบังคับที่เกี่ยวข้องหลายฉบับ เช่น กฎหมายผังเมือง พระราชบัญญัติการจัดสรรที่ดิน พระราชบัญญัติอาคารชุด เป็นต้น ซึ่งกฎหมายแต่ละฉบับมีข้อกำหนดที่ซับซ้อนและมีโอกาสที่จะเปลี่ยนแปลง บริษัทฯ จึงต้องใช้ความละเอียดรอบคอบในการดำเนินงานให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดให้ครบถ้วน ซึ่งหากไม่ปฏิบัติตามหรือ

ปฏิบัติตามไม่ครบถ้วนอาจส่งผลกระทบต่อต้นทุน ระยะเวลาในการพัฒนา โครงการ และแผนการดำเนินงานของบริษัทฯ เพื่อลดความเสี่ยงจากกฎหมาย กฎระเบียบ และข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ บริษัทให้ความสำคัญในการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด ตั้งแต่ก่อนการซื้อที่ดินเพื่อพัฒนาโครงการ โดยมีคณะทำงานเพื่อตรวจสอบข้อจำกัดทางด้านกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนเพื่อพัฒนาโครงการมีอยู่ในปัจจุบันรวมทั้งที่จะประกาศใช้ในอนาคตอันใกล้ อย่างรอบคอบ

**3. ความเสี่ยงจากการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และการกำหนดมาตรการควบคุมสินเชื่อบ้านที่เข้มงวดขึ้น**

จากความผันผวนทางเศรษฐกิจ ภาวะหนี้สินภาคครัวเรือนของประเทศอยู่ในระดับสูง ตลอดจนผลจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายการปล่อยสินเชื่อของธนาคารแห่งประเทศไทย ส่งผลให้สถาบันการเงินมีความเข้มงวดในการพิจารณาและอนุมัติสินเชื่อ สำหรับผู้ประกอบการ (Pre-Finance) และสินเชื่อสำหรับผู้บริโภค (Post-Finance) มากขึ้น

สำหรับผู้ประกอบการ (Pre-Finance) อาจส่งผลกระทบในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ป้องกันความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นด้วยการสร้างความน่าเชื่อจากสถาบันการเงิน โดยอ้างอิงผลการดำเนินการที่แข็งแกร่งและการเติบโตอย่างต่อเนื่องของบริษัท การบริหารสัดส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ ถือหุ้นไม่เกิน 2 เท่า เพื่อบริหารจัดการเงินทุนให้มีประสิทธิภาพและมีต้นทุนทางการเงินที่เหมาะสม ตลอดจนมีสถาบันการเงินที่เป็นพันธมิตรที่พร้อมให้การสนับสนุนสินเชื่อสำหรับการพัฒนาโครงการของบริษัท

ในส่วนของสินเชื่อสำหรับผู้บริโภค (Post-Finance) อาจได้รับผลกระทบจากความเข้มงวดในการอนุมัติสินเชื่อมากขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัท เนื่องจากลูกค้าที่ซื้อเพื่ออยู่อาศัยจำเป็นต้องอาศัยการขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน ดังนั้นหลักเกณฑ์สำหรับการพิจารณาสินเชื่อของสถาบันการเงิน เป็นปัจจัยสำคัญที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ทั้งนี้ สัดส่วนการปฏิเสธสินเชื่อให้กับลูกค้ารายย่อย สำหรับการซื้ออสังหาริมทรัพย์ มีอัตราส่วนเพิ่มขึ้น บริษัทฯ ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว จึงวางแผนบริหารความเสี่ยงการเตรียมความพร้อมให้แก่ลูกค้าในการขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินก่อนครบกำหนดการโอนล่วงหน้า โดยบริษัทฯ ได้มีการเจรจาร่วมกับธนาคารพาณิชย์เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในการติดต่อขอสินเชื่อธนาคารพาณิชย์ สนับสนุนให้ลูกค้าให้ได้รับสินเชื่ออย่างรวดเร็ว ทั้งนี้บริษัทฯ ยังได้กำหนดกระบวนการในการนำห้องชุด ทาวน์เฮ้าส์ หรือบ้านเดี่ยวจากการถูกปฏิเสธสินเชื่อดังกล่าวกลับมาขายใหม่ให้กับลูกค้าที่ยังคงมีความต้องการของโครงการต่อไป

แต่ทั้งนี้ โครงการส่วนใหญ่ของบริษัทฯ อยู่ในระดับราคาที่เน้นกลุ่มลูกค้าระดับกลางขึ้นไป ซึ่งมีกำลังซื้อและมีความสามารถในการผ่อนชำระเงินกู้มากกว่ากลุ่มระดับกลางถึงระดับล่าง รวมทั้งกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ เป็นกลุ่มที่ซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อเป็นที่อยู่อาศัยจริง ไม่ใช่เพื่อการลงทุน จึงทำให้อัตราการปฏิเสธให้เงินกู้แก่ลูกค้าของบริษัทฯ อยู่ในระดับที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรม นอกจากนี้ บริษัทฯ เน้นให้มีการพิจารณาคุณสมบัติเบื้องต้นของลูกค้าทุกราย ส่งเอกสารให้ทางธนาคารพิจารณาก่อนล่วงหน้า ซึ่งเร็วกว่าแผนงานปกติ และเน้นการทำงานร่วมมือกับธนาคารอย่างใกล้ชิด ทั้งนี้ เพื่อลดจำนวนการยกเลิกการซื้อเนื่องจากการขออนุมัติสินเชื่อไม่ผ่าน อีกทั้งยังเน้นเรื่องการติดตามสถานการณ์ยอดหนี้เสีย กับธนาคารพาณิชย์ใกล้ชิดอีกด้วย

**4. ความเสี่ยงจากการค้ำประกันบริษัทย่อย และบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน**

จากการที่บริษัทฯ ได้มีการค้ำประกันวงเงินกู้ยืมแก่บริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 เท่ากับ 3,969 ล้านบาท ทั้งนี้บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากการค้ำประกันการชำระคืนหนี้ให้กับเจ้าหนี้ ดังนั้นบริษัทฯ จึงมีนโยบายที่ให้ความสำคัญในการควบคุมและติดตามผลการดำเนินงานของบริษัทย่อยอย่างใกล้ชิด เช่น การส่งตัวแทนเข้าไปเป็นกรรมการ การติดตามผลงานรายเดือนหรือรายสามเดือน เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทย่อยมีผลกำไรจากการประกอบการ และ

กระแสเงินสดจากการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมาย และสามารถชำระคืนหนี้ให้กับเจ้าหนี้ได้ตามแผน ดังนั้นความเสี่ยงจากการที่บริษัทให้การค้ำประกันเงินกู้ยืมแก่บริษัทย่อยจึงอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ

**5. ความเสี่ยงจากการจัดหาที่ดินเพื่อพัฒนาโครงการในอนาคต**

เนื่องจากที่ดินเป็นปัจจัยหลักในการดำเนินธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ และบริษัทฯ เน้นการพัฒนาโครงการตามแนวถนนตัดใหม่ และในแหล่งชุมชน ซึ่งเป็นที่ต้องการของผู้ประกอบการเช่นเดียวกัน ส่งผลให้เกิดการแข่งขันในการซื้อที่ดินที่มีศักยภาพสูง การจัดซื้อที่ดินในทำเลที่ไม่เป็นตามแผนธุรกิจ หรือมีความเสี่ยงจากการจัดหาและจัดซื้อที่ดินที่มีราคาแพง จะส่งผลกระทบต่อแผนการดำเนินงาน และต้นทุนการพัฒนาโครงการและอาจทำให้ไม่สามารถพัฒนาโครงการ เพื่อให้ผลตอบแทนจากการลงทุนเป็นไปตามนโยบายการลงทุนของบริษัท เพื่อลดปัจจัยความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทฯ มีการวางแผนการลงทุนระยะยาวล่วงหน้า พร้ อมทั้งกำหนดแผนการซื้อที่ดินให้สอดคล้องกับแผนธุรกิจและสภาพคล่อง โดยศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนพัฒนาโครงการอย่างรอบคอบ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีกระบวนการที่รัดกุมและโปร่งใสก่อนการตัดสินใจซื้อที่ดิน โดยมีคณะทำงานพิจารณาข้อมูลการตลาด คู่แข่ง ราคาที่ดินเทียบกับราคาประเมินของราชการ และราคาประเมินของผู้ประเมินอิสระ ซึ่งจะนำไปใช้เป็นกรอบในการพิจารณาทำเลและราคาที่เหมาะสมกับนายหน้าที่เป็นพันธมิตรกับบริษัท ทำให้สามารถลดความเสี่ยงอันเนื่องจากการไม่สา มารถจัดหาที่ดินในทำเลและราคาที่สอดคล้องกับแผนงานทางธุรกิจของบริษัทได้

บริษัทฯ ได้ดำเนินการป้องกันความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับข้อกำหนดทางด้านกฎหมาย และข้อบังคับในการซื้อที่ดินโดยการตรวจสอบกฎหมาย ข้อบังคับต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาโครงการที่มีอยู่ในปัจจุบันอย่างรอบคอบ รวมทั้งกฎหมาย ข้อบังคับต่าง ๆ ที่จะประกาศใช้ในอนาคตซึ่งมีผลต่อการพัฒนาโครงการ นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้จัดเตรียมบุคลากรที่มีความรู้และประสบการณ์ในการออกสำรวจตรวจสอบที่ดินทุกแปลงก่อนที่เข้าทำสัญญาจะซื้อจะขายที่ดิน รวมถึงการรังวัดสอบเขต หรือ หากมีข้อสงสัยในประเด็นเรื่องความกว้างเขตทาง ความเป็นสาธารณะประเด็นระเบียบ ข้อห้ามของทางราชการ ผังเมือง แนวเวนคืนที่ดิน การเชื่อมทาง หรือประเด็นอื่นๆ บริษัทฯ มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ประสานงานกับหน่วยงานราชการ เพื่อขอคำรับรองจากหน่วยราชการต่างๆ และจัดจ้างผู้ประเมินอิสระเพื่อประเมินราคาที่ดิน นอกจากนี้ กระบวนการสรรหาและจัดซื้อที่ดิน จะดำเนินการผ่านรูปแบบของคณะกรรมการ ซึ่งประกอบด้วย ผู้บริหารระดับสูงที่มีความเชี่ยวชาญในด้านที่ดินและการพัฒนาธุรกิจ ด้านการเงิน ด้านกฎหมายและข้อกำหนดของราชการ และด้านบริหารความเสี่ยง เพื่อให้มั่นใจว่า บริษัทสามารถซื้อที่ดินที่อยู่ในทำเลและราคาที่ดินที่เหมาะสม เพื่อสามารถสร้างรายได้ตามแผนธุรกิจตามที่บริษัทฯ กำหนดไว้ได้

**6. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและภัยพิบัติทางธรรมชาติ (Climate Change)**

ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและภัยพิบัติทางธรรมชาติ (Climate Change) ซึ่งส่งผลกระทบทุกประเทศ การปล่อยก๊าซเรือนกระจกยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ภาวะโลกร้อนส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของระบบภูมิอากาศ ซึ่งหากไม่เริ่มดำเนินการอย่างทันท่วงทีจะทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ไม่อาจเปลี่ยนแปลงได้ ไม่ว่าจะเป็นความสูญเสียทางเศรษฐกิจ และผลกระทบต่อชีวิตและทรัพย์สินจากภัยพิบัติที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ บริษัทฯ มีการวิเคราะห์ความเสี่ยง และโอกาสที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในกรณีต่างๆ โดยเฉพาะด้านนวตกรรม และแนวโน้มของตลาดอสังหาริมทรัพย์ ที่มุ่งเน้นไปสู่การรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ บริษัทฯ ได้มีนว

ตกรรมที่นำสมัย สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค เพื่อนำมาพัฒนารูปแบบการให้บริการและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น การออกแบบบ้านที่คำนึงถึงช่องแสง และช่องเปิดภายในบ้าน จากการออกแบบบ้านของเนอวานา ที่ให้ความสำคัญกับแนวคิด MASS & VOID ที่ช่วยส่งเสริมช่องเปิดในบ้าน ไม่เพียงแต่ช่องแสง แต่ยังหมายถึงระบบหมุนเวียนของลมภายในบ้าน ทำให้มีความปลอดโปร่งเป็นพิเศษ ทั้งยังออกแบบทิศทางของแสงให้ส่องเข้ามาในบ้านอย่างทั่วถึง แต่ไม่สร้างอุณหภูมิที่ไม่พึงประสงค์ภายในตัวบ้าน เพราะการเลือกใช้วัสดุที่มีคุณภาพในการป้องกันความร้อน สามารถช่วยลดการใช้พลังงานไฟฟ้า รวมถึงระบบ Motion sensor system เทคโนโลยีของอุปกรณ์ตรวจจับความเคลื่อนไหวภายในบ้านเนอวานา ทำให้เกิดความสะดวกสบายหลายอย่างต่อการอยู่อาศัย และ EV Charger Support ซึ่งตอบโจทย์การลดภาวะโลกร้อน และสอดคล้องกับนโยบายของกระแสการพัฒนาเทคโนโลยีรถยนต์ในปัจจุบัน ด้วยการใส่ Plug in ภายนอกบ้านบริเวณที่จอดรถ พร้อมตอบสนองให้กับผู้ใช้รถยนต์พลังงานไฟฟ้าทุกรูปแบบ

**<u>ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อสิทธิหรือการลงทุนของผู้ถือหลักทรัพย์ด้านการบริหารจัดการ</u>**

**1. ความเสี่ยงจากความขัดแย้งทางผลประโยชน์ (Conflict of Interest)**

เนื่องจากบริษัท สิงห์ เอสเตท จำกัด (มหาชน) (“S”) เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ที่ดำเนินธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เช่นเดียวกับบริษัทฯ ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้มีการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อแบ่งแยกขอบข่ายกันให้ชัดเจน และป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ กล่าวคือ บริษัทฯ และ S มีการแบ่ง Segment กันอย่างชัดเจน โดย S ทำธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพื่อการพักอาศัย โดยเน้นกลุ่มลูกค้าระดับ Luxury และระดับ Super Luxury ธุรกิจโรงแรม และธุรกิจให้เช่าพื้นที่อาคาร ในขณะที่บริษัทฯ จะทำธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพื่อการพักอาศัยโดยเน้นกลุ่มลูกค้าระดับต่ำกว่า Luxury และเป็น Segment ที่บริษัทฯ มีความเชี่ยวชาญและเล็งเห็นว่ามีศักยภาพในการเติบโต

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันบริษัทฯ ได้พัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่อการพักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียม โครงการบันยันทรี เรสซิเดนท์ ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพ ซึ่งเน้นกลุ่มลูกค้าระดับ Super Luxury จำนวน 1 โครงการเท่านั้น ผ่านบริษัท เนอวานา ริเวอร์ จำกัด ซึ่งเป็นการร่วมทุนระหว่างบริษัทฯ และบริษัท บีพี พาร์ทเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 69.99 และร้อยละ 30 ของจำนวนหุ้นที่ชำระแล้ว ตามลำดับ ทั้งนี้ บริษัทฯ จะไม่พัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่อการพักอาศัยอื่นที่เน้นกลุ่มลูกค้าระดับ Luxury และ Super Luxury เพิ่มเติมหลังจบโครงการบันยันทรี เรสซิเดนท์ ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพ โดยคณะกรรมการบริษัทฯ จะพิจารณาความจำเป็นและความสมเหตุสมผลของการเข้าทำรายการต่างๆ ติดตาม กำกับดูแล และตรวจสอบอย่างใกล้ชิด เพื่อให้มั่นใจว่า จะไม่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ของบริษัทฯ บริษัทฯ จะทำการเปิดเผยข้อมูลสำคัญต่อผู้ถือหุ้นและนักลงทุน โดยบริษัทฯ จะดำเนินการให้คณะกรรมการของบริษัทฯ พิจารณาอนุมัตินโยบายการแบ่งแยกธุรกิจ เพื่อป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ระหว่างบริษัทฯ และ S

ตามที่บริษัทฯได้แจ้งการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างผู้ถือหุ้น เมื่อวันที่ 6 มกราคม 2564 จากการซื้อขายหุ้นระหว่างผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทสองกลุ่ม คือ บริษัท สิงห์ เอสเตท จำกัด (มหาชน) (“สิงห์ เอสเตท”) และ นางวัฒนา สมวัฒนา และนายศรศักดิ์ สมวัฒนาซึ่งเป็นผู้เข้าซื้อหุ้นของบริษัทฯ โดยส่งผลให้บริษัทฯ สิ้นสภาพการเป็นบริษัทย่อยของสิงห์ เอสเตท ณ วันที่ 6 มกราคม 2564

# 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

## 4.1 ลักษณะสำคัญของทรัพย์สินที่ใช้ประกอบธุรกิจ

โครงการที่พักอาศัยภายใต้เนอวานา

| โครงการ | ประเภทโครงการ | ที่ตั้ง | ขนาดที่ดินทั้งโครงการ (ไร่-งาน-ตร.ว.) | ลักษณะกรรมสิทธิ์ | ภาระผูกพัน (จดจำนองทั้งหมด/บางส่วน ไว้กับ) |
|---|---|---|---|---|---|
| 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],UOB [2] |
| เนอวานา บียอนด์ ศรีนครินทร์ | บ้านเดี่ยว 3 ชั้น | ถนนเฉลิมพระเกียรติ ร.9 แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพฯ | 12-2-69 | เป็นเจ้าของ | KBANK [3] |
| เนอวานา บียอนด์ พระราม 2 | บ้านเดี่ยว 3 ชั้น | ตำบลบางบอน,แสมดำ(บางบอน) อำเภอบางขุนเทียน กรุงเทพฯ | 40-3-84.7 | เป็นเจ้าของ | SCB[3] |
| เดอะ ธารา รามอินทรา | บ้านเดี่ยว 2 ชั้น | ซอยพระยาสุเรนทร์ 35 ถนนพระยาสุเรนทร์ แขวงบางชัน เขตมีนบุรี กรุงเทพฯ | 8-3-81 | เป็นเจ้าของ | UOB[6] |
| เนอวานา เอเลเมนท์ บางนา | บ้านเดี่ยว 2 ชั้น | ตำบลราชาเทวะ อำเภอบางพลี สมุทรปราการ | 43-2-91 | เป็นเจ้าของ | LHBANK[2] |
| เนอวานา คัฟเวอร์ อ่อนนุช | ทาวน์โฮม | ซอยอ่อนนุช 65 (ซอยพัฒนาชุมชน) ถนนอ่อนนุช (สุขุมวิท 77) แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพฯ | 17-0-73 | เป็นเจ้าของ | UOB[6] |
| เนอวานา คลัสเตอร์ รามคำแหง | ทาวน์โฮม 2 ชั้น และ 3 ชั้น | แขวงสะพานสูง เขตสะพานสูง (บางกะปิ) กรุงเทพฯ | 14-2-44.5 | เป็นเจ้าของ | LHBANK[2] ,UOB[6] |
| เนอวานา ดีฟายน์ ศรีนครินทร์-พระราม9 | ทาวน์โฮม 3 ชั้น | แขวงสะพานสูง เขตสะพานสูง กรุงเทพฯ | 19-0-75.7 | เป็นเจ้าของ | BAY[1], KKP[4] |
| แอทเวิร์ค รามอินทรา | โฮมออฟฟิศ | แขวงอนุเสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ | 9-0-31.9 | เป็นเจ้าของ | KKP , LHBANK[2] |
| แอทเวิร์ค ลาดพร้าว-เกษตรนวมินทร์ | โฮมออฟฟิศ | แขวงคลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม กรุงเทพฯ | 7-1-1 | เป็นเจ้าของ | KKP[4] |
| บันยันทรี เรสซิเดนท์ ริเวอร์ไซด์ แบงคอค | คอนโดมิเนียม | แขวงคลองสาน เขตคลองสาน กรุงเทพฯ | 5-1-10.0 | เป็นเจ้าของ | UOB[6] |
| เดอะ โมส อิสรภาพ | คอนโดมิเนียม | แขวงช่างหล่อ เขตบางกอกน้อย กรุงเทพฯ | '1-3-63 | เป็นเจ้าของ | ICBC [7] |

สิทธิการเช่า

| โครงการ | ประเภทโครงการ | ที่ตั้ง | ขนาดที่ดินทั้งโครงการ (ไร่-งาน-ตร.ว.) | ลักษณะกรรมสิทธิ์ | เจ้าของกรรมสิทธิ์ | อายุสัญญา | ภาระผูกพัน (จดจำนองทั้งหมด/บางส่วน ไว้กับ) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| อาคารจอดรถซอยเฉยพ่วง อาคาร C | อาคารจอดรถ | แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ | 1-2-1 | เป็นเจ้าของ | บริษัท มีทรัพย์ โกลเด้นแลนด์ จำกัด | เริ่มสัญญา 1 กุมภาพันธ์ 2561 อายุสัญญา 30 ปี | LHBANK [2] |

สำหรับปี 2562 บริษัทและบริษัทย่อยมีการลงทุนเพิ่มเติมในโครงการคอนโดมิเนียมและอาคารจอดรถ ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการประเมินราคาทรัพย์สินเพื่อใช้ในการพิจารณาขอสินเชื่อโครงการ โดยผู้ประเมินราคาที่อยู่ในบัญชีความเห็นชอบของสำนักงาน ได้แก่ บริษัท 15 ที่ปรึกษาธุรกิจ จำกัด บริษัท ซิมส์ พร็อพเพอร์ตี้ คอนซัลแทนท์ จำกัด บริษัท โปรสเปค แอพเพรซัล จำกัด บริษัท โมเดอร์น พร็อพเพอร์ตี้ คอนซัลแตนท์ จำกัด และ บริษัท ฟิวเจอร์ แอพไพรซัล จำกัด (ตามเอกสารแนบ 4 รายละเอียดเกี่ยวกับรายการประเมินราคาทรัพย์สิน)

หมายเหตุ การวิเคราะห์คุณภาพลูกหนี้ นโยบายการรับรู้รายได้ การวิเคราะห์ความเพียงพอ และเหมาะสมของทรัพย์สิน อธิบายไว้ในส่วนที่ 3 ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน หัวข้อที่ 3.2 การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ

[1] ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

[2] ธนาคารแลนด์แอนด์เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน)

[3] ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

[4] ธนาคารเกียรตินาคินภัทร จำกัด (มหาชน)

[5] ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

[6] ธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน)

[7] ธนาคารไอซีบีซี ไทย จำกัด (มหาชน)

### 4.2 เครื่องหมายการค้า ลิขสิทธิ์ และทรัพย์สินทางปัญญา

เครื่องหมายการค้าสำคัญ ลิขสิทธิ์ หรือทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัทและบริษัทย่อย มีดังนี้

| รูปแบบเครื่องหมาย/ลิขสิทธิ์ | ชื่อเจ้าของ | ประเภทสินค้า/บริการ | เลขทะเบียน/ประเทศที่จดทะเบียน | ระยะเวลาคุ้มครอง |
|---|---|---|---|---|
| 1. เครื่องหมายการค้า **“เฟนเซอร์”** | บริษัท เนอวานา ไดอิ จำกัด (มหาชน) | รั้ว ประเภท 19 | ค135300 ประเทศไทย | 19 มิถุนายน 2563 |
| 2. เครื่องหมายการค้า **“WOODTEX”** | บริษัท เนอวานา ไดอิ จำกัด (มหาชน) | รั้ว ประเภท 19 | ค135301 ประเทศไทย | 6 กันยายน 2563 |
| 3. เครื่องหมายการค้า **“QTECH”** | บริษัท เนอวานา ไดอิ จำกัด (มหาชน) | โครงสร้างอาคารทำจากคอนกรีตผสมเสร็จ (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 โปรดักส์ จำกัด | ก่อสร้างที่อยู่อาศัย (ประเภท 37) | 161104016 ประเทศไทย | 12 กันยายน 2569 |
| 10. เครื่องหมายบริการ **“The GINZA”** | บริษัท คิวเทค โปรดักส์ จำกัด | การจัดการอสังหาริมทรัพย์ (ประเภท 36 ) | 161104015 ประเทศไทย | 12 กันยายน 2569 |

### 4.3 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

การลงทุนในบริษัทย่อย และบริษัทร่วม บริษัทฯ ยังไม่มีนโยบายชัดเจนในการร่วมทุน แต่บริษัทฯ มีแนวทางในการดำเนินธุรกิจ ในกรณีถ้าบริษัทฯ หรือบริษัทย่อยร่วมลงทุนในการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯ จะพิจารณาจากอัตราผลกำไรขั้นต้น หรือมูลค่าโครงการเป็นหลัก โดยจะพิจารณาร่วมทุนในกรณีที่บริษัทฯ จะได้รับอัตราผลกำไรขั้นต้นมากกว่าร้อยละ 30 หรือมูลค่าโครงการมากกว่า 100 ล้านบาท และเป็นการลงทุนในสัดส่วนที่มากพอให้บริษัทฯ เข้าร่วมบริหารจัดการและกำหนดแนวทางของธุรกิจดังกล่าวได้

## 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ และบริษัทย่อย ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายในคดีที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทฯ และบริษัทย่อยที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น

## 6. ข้อมูลทั่วไป และข้อมูลสำคัญอื่น

| | |
|---|---|
| ชื่อบริษัท | บริษัท เนอวานา ไดอิ จำกัด (มหาชน) |
| ชื่อย่อหลักทรัพย์ | NVD |
| ประเภทธุรกิจ | อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง |
| หมายเลขทะเบียนบริษัท | 0107547000851 |
| ทุนจดทะเบียน | 1,681,719,973 บาท |
| ทุนชำระแล้ว | 1,380,599,978 บาท |
| ประเภทและจำนวนหุ้น | หุ้นสามัญจำนวน 1,380,599,978 หุ้น |
| มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ | มูลค่าหุ้นละ 1 บาท |
| สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ | เลขที่ 123 อาคารซันทาวเวอร์ส 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 จังหวัดนครปฐม 73150 |
| สถานที่ตั้งสำนักงานสาขา (2) | เลขที่ 687 ถนนประดิษฐ์มนูธรรม แขวงสะพานสอง เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร 10310 |
| โฮมเพจ | www.nirvanadaii.com |

## ข้อมูลทั่วไปของนิติบุคคลที่บริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 10 ขึ้นไป ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563

| ชื่อบริษัท/ที่อยู่ | ประเภทธุรกิจ | ทุนจดทะเบียน (บาท) | ชนิดของหุ้น | มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ (บาท) | จำนวนหุ้นที่ออกและชำระแล้ว (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **บริษัทย่อย** | | | | | | |
| **บริษัท ดีจิ โฮม เซ็นเตอร์ จำกัด**<br>123 อาคารซันทาวเวอร์ส เอ ชั้น 11 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900<br>โทรศัพท์: 02-105-6789<br>โทรสาร: 02-105-6787 | รับเหมาก่อสร้าง | 8,000,000 | สามัญ | 10 | 800,000 | 99.99 |
| **บริษัท เอ็นวีดีจี จำกัด**<br>123 อาคารซันทาวเวอร์ส เอ ชั้น 11 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900<br>โทรศัพท์: 02-105-6789<br>โทรสาร: 02-105-6787 | รับเหมาก่อสร้าง | 5,000,000 | สามัญ | 10 | 500,000 | 99.99 |
| **บริษัท เนอวานา คอนสตรัคชั่น จำกัด**<br>123 อาคารซันทาวเวอร์ส เอ ชั้น 11 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900<br>โทรศัพท์: 02-105-6789<br>โทรสาร: 02-105-6787 | รับเหมาก่อสร้าง | 140,000,000 | สามัญ | 100 | 1,400,000 | 99.99 |
| **บริษัท เอเทค เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด**<br>123 อาคารซันทาวเวอร์ส เอ ชั้น 11 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900<br>โทรศัพท์: 02-105-6789<br>โทรสาร: 02-105-6787 | ขายสินค้า | 7,000,000 | สามัญ | 10 | 700,000 | 99.99 |

| ชื่อบริษัท/ที่อยู่ | ประเภทธุรกิจ | ทุนจดทะเบียน (บาท) | ชนิดของหุ้น | มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ (บาท) | จำนวนหุ้นที่ออกและชำระแล้ว (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **บริษัท คิวเทค โปรดักส์ จำกัด**<br>123 อาคารซันทาวเวอร์ส เอ ชั้น 11 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900<br>โทรศัพท์: 02-105-6789<br>โทรสาร: 02-105-6787 | ขายสินค้า | 10,000,000 | สามัญ | 10 | 1,000,000 | 99.99 |
| **บริษัท เนอวานา ยู จำกัด**<br>123 อาคารซันทาวเวอร์ส เอ ชั้น 11 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900<br>โทรศัพท์: 02-105-6789<br>โทรสาร: 02-105-6787 | พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ | 80,000,000 | สามัญ | 100 | 800,000 | 99.99 |
| **บริษัท เนอวานา พระราม 9 จำกัด**<br>123 อาคารซันทาวเวอร์ส เอ ชั้น 11 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900<br>โทรศัพท์: 02-105-6789<br>โทรสาร: 02-105-6787 | พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ | 150,000,000 | สามัญ | 100 | 1,500,000 | 99.99 |
| **บริษัท เอ็นวีดีเอ จำกัด**<br>123 อาคารซันทาวเวอร์ส เอ ชั้น 11 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900<br>โทรศัพท์: 02-105-6789<br>โทรสาร: 02-105-6787 | พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ | 65,000,000 | สามัญ | 100 | 650,000 | 99.99 |

| ชื่อบริษัท/ที่อยู่ | ประเภทธุรกิจ | ทุนจดทะเบียน (บาท) | ชนิดของหุ้น | มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ (บาท) | จำนวนหุ้นที่ออกและชำระแล้ว (หุ้น) | สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **บริษัท เนอวานา ริเวอร์ จำกัด**<br>123 อาคารซันทาวเวอร์ส เอ ชั้น 11 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900<br>โทรศัพท์: 02-105-6789<br>โทรสาร: 02-105-6787 | พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ | 305,000,000 | สามัญ | 100 | 3,050,000 | 69.99 |
| **บริษัท เนอวานา ไดวะ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด**<br>123 อาคารซันทาวเวอร์ส เอ ชั้น 11 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900<br>โทรศัพท์: 02-105-6789<br>โทรสาร: 02-105-6787 | พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ | 421,000,000 | สามัญ | 100 | 4,210,000 | 49.00 |

## 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

ธนาคาร กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
1222 ถนนพระรามที่ 3 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120
โทรศัพท์ : 02-296-2000 ต่อ 50604 โทรสาร : 02- 683-1297

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