

# THANASIRI



บริษัท ธนาสิริ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ (MD&A)

ประจำไตรมาส 3 ปี 2567

## 1. ภาพรวมการดำเนินธุรกิจ และภาวะอุตสาหกรรมที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงาน

สำหรับตลาดที่อยู่อาศัยในช่วงนี้มีความท้าทายเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอัตรากำลังซื้อที่ยังคงไม่ฟื้นตัว ซึ่งทำให้ตลาดที่อยู่อาศัยในปี 2024 – 2025 มีแนวโน้มอยู่ในภาวะที่หดตัว จากปัจจัยต่างๆ ที่เกิดขึ้น เช่น ค่าครองชีพ ค่าใช้จ่ายต่างๆ และภาวะหนี้ครัวเรือนสูงขึ้นทั้งหมด อีกทั้งความเข้มงวดของธนาคารต่างๆ ในการอนุมัติสินเชื่อ ยังเป็นปัจจัยเสริมที่ส่งผลให้การฟื้นตัวของตลาดชะลอตัว โดยเฉพาะกลุ่มผู้ที่มีรายได้ปานกลาง - ต่ำ ส่วนใหญ่ยังคงไม่ตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในช่วงนี้ โดยคาดการณ์ว่า หน่วยโอนกรรมสิทธิ์ในกรุงเทพฯ และปริมณฑลในปี 2024 จะลดลง -10 % จากปีที่ผ่านมา และลดลงต่อเนื่องอีก -1 % -3 % ในปี 2025

ในปี 2024 – 2025 การเปิดโครงการใหม่ ยังมีแนวโน้มหดตัวเช่นกัน จากการที่ผู้ประกอบการยังคงต้องระมัดระวังในการโครงการ จากที่ยังมีสินค้าคงเหลือสะสมที่สูงขึ้น และการปรับขึ้นราคาวัสดุก่อสร้างที่สูงขึ้น ทั้งนี้ผู้ประกอบการต้องมีความระมัดระวังมากขึ้น ในการเลือกทำเลที่มีศักยภาพ เจาะกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อ ในภาวะที่ต้นทุนการก่อสร้างอยู่ในระดับสูง ทั้งด้านแรงงาน และราคาที่ดิน โดยเน้นการระบายสินค้าคงเหลือให้ได้มากขึ้น

จากภาวะดังกล่าวที่ซบเซาและการแข่งขันในตลาดที่มีความเข้มข้น ผู้ประกอบการจึงต้องปรับกลยุทธ์ในหลายด้าน เช่น

- การระมัดระวังในการพัฒนาโครงการใหม่
- เจาะกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพ
- บริหารจัดการต้นทุนให้มีประสิทธิภาพเพื่อยังคงรักษาอัตรากำไร
- เน้นการระบายสินค้าของสินค้าคงเหลือ

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบ ESG มากขึ้น โดยเฉพาะการพัฒนาโครงการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่มากขึ้น

## 2. สรุปเหตุการณ์และพัฒนาการที่สำคัญ

ในไตรมาสที่ผ่านมาทางบริษัทได้เปิดโครงการใหม่จำนวน 3 โครงการ มีมูลค่าโครงการรวม 1,200 ล้านบาท เพื่อรองรับการเติบโตในปี 2025

ทั้งนี้ มีการเปิดโครงการภายใต้แบรนด์ ธนาพาร์ค พรีเม่ จำนวน 2 โครงการ โดยเน้นกลุ่มลูกค้าที่มีสังคมส่วนตัวสูง มุ่งเน้นการใช้ชีวิตในบ้านเป็นหลัก ไม่เน้นการใช้พื้นที่ส่วนกลาง ที่ยังมีอยู่เป็นจำนวนมาก จึงปั้นแบรนด์ "ธนาพาร์ค พรีเม่" ด้วยแนวคิดการออกแบบที่มุ่งเน้นความเป็นส่วนตัวสูง ในรูปแบบบ้านสไตล์โมเดิร์นทรอปิคัลที่รายล้อมด้วยธรรมชาติสีเขียวรอบบริเวณบ้าน เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าที่มีสังคมส่วนตัวกับไลฟ์สไตล์ที่ใช้ชีวิตติดบ้าน

	THANA <small>Nakhon In - Pinkiao</small> <b>park</b> prime	THANA <b>habitat</b>	THANA <small>RAMA V - Nakhon In</small> <b>park</b> prime	TOTAL
<b>Project Value (MB)</b>	220	800	180	1,200
<b>Units</b>	34	97	26	157
<b>Area (Rais)</b>	6-1-80.4	18	5-2-0	29-3-80.4
<b>Products</b>	Single/ Semi Detached House	Single/ Semi Detached House	Single/ Semi Detached House	
<b>Avg. Pricing (MB)</b>	6.5	8.2	6.9	7.6
	Company-Owned	JV	Company-Owned	
<b>Pre Sales</b>	TP02 Aug 2024 Sold 12 %	AT04 Aug 2024 Sold 6%	TP03 Sep 2024 Sold 35%	

### 3. สรุปผลการดำเนินงาน

ประจำไตรมาส 3 ปี 2567 (ลบ.)	3 เดือน		ดีขึ้น หรือ (แยกลง)	9 เดือน		ดีขึ้น หรือ (แยกลง)
	3Q24	3Q23		9M24	9M23	
รายได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์	116.5	65.6	51.0	263.1	378.8	-115.7
รายได้จากการให้บริการ	13.1	40.0	-27.0	93.0	59.8	33.1
รายได้จากการขายสินค้า	3.9	3.3	0.6	6.5	8.0	-1.5
<b>รวมรายได้</b>	<b>133.5</b>	<b>108.9</b>	<b>24.6</b>	<b>362.6</b>	<b>446.6</b>	<b>-84.0</b>
ต้นทุนขายอสังหาริมทรัพย์	86.9	53.8	33.1	210.5	266.9	56.4
ต้นทุนการให้บริการ	1.9	11.5	-9.6	13.0	16.9	3.9
ต้นทุนขายสินค้า	3.3	4.0	-0.8	5.0	9.8	4.7
<b>รวมต้นทุน</b>	<b>92.0</b>	<b>69.4</b>	<b>22.6</b>	<b>228.5</b>	<b>293.6</b>	<b>65.0</b>
กำไรขั้นต้น	41.5	39.6	2.0	134.1	153.1	-19.0
กำไรขั้นต้น (ร้อยละ)	31.1%	36.3%	-5.2%	37.0%	34.3%	2.7%
รายได้อื่น	2.0	4.1	-2.1	5.8	5.5	0.2
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	9.4	10.4	-1.0	25.2	36.7	11.5
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	28.1	21.0	7.1	75.5	68.2	-7.3
กำไร (ขาดทุน) จากกิจกรรมดำเนินงาน	6.0	12.2	-6.2	39.1	53.7	-14.5
ต้นทุนทางการเงิน	6.5	2.9	3.6	18.3	6.3	-12.0
ส่วนแบ่งกำไร(ขาดทุน)จากการร่วมค้า	1.8	4.5	-2.8	14.3	14.3	0.0
ภาษีเงินได้	-0.2	3.1	-3.3	5.4	13.0	7.5
ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	-0.5	-1.3	0.8	-3.0	-3.3	-0.3
กำไรสุทธิ - ส่วนของบริษัทใหญ่	2.0	12.1	-10.1	32.6	52.0	-19.3
อัตรากำไรสุทธิ (ร้อยละ)	1.5%	11.1%	-9.6%	9.0%	11.6%	-2.6%

#### งวด 3 เดือน

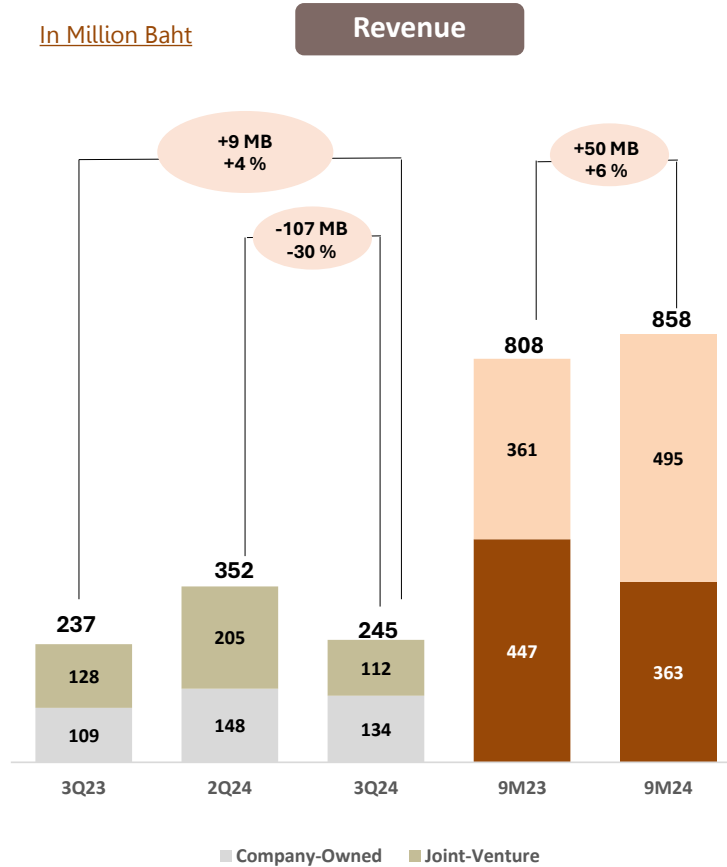
- **กำไรสุทธิ 3Q24 รวม 2.0 ล้านบาท หรือ 1.5%** ลดลง 9.6% เมื่อเทียบกับ 3Q23 กำไรสุทธิหลักๆมาจากรายได้จากการโอนบ้านในโครงการต่างๆมีอัตรากำไรขั้นต้นลดลงเนื่องจากการปรับลดราคาตามนโยบายเร่งขายบ้านสร้างเสร็จพร้อมโอน และระบายสินค้าซึ่งกลุ่มบ้านแฝดและทาวน์โฮมมีอัตรากำไรขั้นต้นค่อนข้างน้อย แต่กลุ่มบ้านเดี่ยวขนาดใหญ่ยังคงมีอัตรากำไรดี
- **รายได้อื่น 3Q24 รวม 2 ล้านบาท** ลดลง 2.1 ล้านบาท เมื่อเทียบกับ 3Q23 ส่วนใหญ่จากดอกเบี้ยรับที่ลดลง
- **ส่วนแบ่งกำไรจากการร่วมค้า 3Q24 รวม 1.8 ล้านบาท** ลดลง 2.8 ล้านบาท เมื่อเทียบกับ 3Q23 จากการขายในโครงการร่วมทุนกับกลุ่มอนาบุคจากประเทศญี่ปุ่นโครงการที่สอง “อนาบุค ธนาฮาบีแทต ราชพฤกษ์” เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเปิดตัวโครงการตั้งแต่กรกฎาคม 2565 และโครงการร่วมทุนกับกลุ่มโลฟิสประเทศไทย “ธนาฮาบีแทต กรู๊ฟ พระราม 5 – นครอินทร์” ซึ่งเริ่มเปิดขายตั้งแต่พฤศจิกายน 2566 มียอดจองซื้อและโอนกรรมสิทธิ์ชลดตัวลง
- **ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ 3Q24 รวม -0.2 ล้านบาท** ลดลง 3.3 ล้านบาท เมื่อเทียบกับ 3Q23 จากการปรับปรุงบัญชีภาษีเงินได้รอตัดบัญชีใน 3Q24 และ ผลกำไรที่ลดลงระหว่างไตรมาส

#### งวด 9 เดือน

- **กำไรสุทธิ 9M24 รวม 33.0 ล้านบาท หรือ 9.0%** ลดลง 2.6% เมื่อเทียบกับปีก่อน กำไรสุทธิหลักๆมาจากรายได้ครั้งเดียวจากการให้บริการจากบริษัทร่วมค้ารวม 15.8 ล้านบาท ขณะที่รายได้จากการโอนบ้านในโครงการต่างๆมีอัตรากำไรขั้นต้นลดลง เนื่องจากการปรับลดราคาตามนโยบายเร่งขายบ้านสร้างเสร็จพร้อมโอน และระบายสินค้า ซึ่งเป็นผลกระทบจากสภาพตลาดอสังหาริมทรัพย์ในระหว่างปีที่ค่อนข้างชะลอตัว ในขณะที่มีการแข่งขันกันสูงมากขึ้นด้านราคา
- **รายได้อื่น 9M24 รวม 5.8 ล้านบาท** เพิ่มขึ้น 0.2 ล้านบาท เมื่อเทียบกับ 9M23 ส่วนใหญ่มาจากรายได้ดอกเบี้ยรับ
- **ส่วนแบ่งกำไรจากการร่วมค้า 9M24 รวม 14.3 ล้านบาท** เท่ากับ 9M23 จากการขายในโครงการร่วมทุนกับกลุ่มอนาบุคจากประเทศญี่ปุ่นรวม 2 โครงการ และโครงการร่วมทุนกับกลุ่มโลฟิสประเทศไทย 1 โครงการ
- **ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ 9M24 รวม 5.4 ล้านบาท** ลดลง 7.5 ล้านบาท เมื่อเทียบกับ 9M23 จากการปรับปรุงบัญชีภาษีเงินได้รอตัดบัญชี และ ผลกำไรที่ลดลงระหว่างปี

## การวิเคราะห์งบกำไรขาดทุนของบริษัท

### รายได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์และบริการ (รวมทั้งกลุ่มบริษัท)



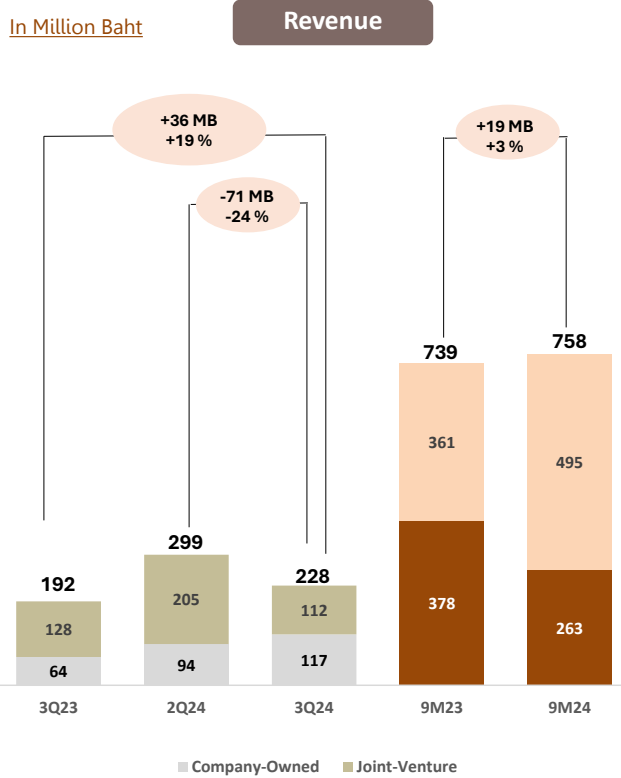
#### งวด 3 เดือน

- **รายได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์และบริการ 3Q24 มีมูลค่าโดยรวม 245 ล้านบาท** ลดลง 107 ล้านบาท หรือ 30% จากไตรมาสที่ผ่านมา และเพิ่มขึ้น 9 ล้านบาท หรือ 4% จากไตรมาสเดียวกันในปีที่ผ่านมา
  - รายได้ที่ลดลงกล่าว มาจากรายได้ในการขายอสังหาริมทรัพย์และให้บริการในไตรมาสที่ 3Q24 จำนวน 229 ล้านบาท และ 17 ล้านบาท มีมูลค่าลดลง ซึ่งรายได้ค่าบริการส่วนใหญ่จากค่าบริการและค่าบริการระหว่างกัน จาก Services Business เช่น ค่าบริหารโครงการ และค่าบริการชุมชน จากกลุ่มบริษัทร่วมทุน

#### งวด 9 เดือน

- **รายได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์และบริการ 9M24 มีมูลค่าโดยรวม 858 ล้านบาท** เพิ่มขึ้น 50 ล้านบาท หรือ 6% จากช่วงเดียวกันในปีที่ผ่านมา
  - ทั้งนี้เป็นรายได้ที่เพิ่มขึ้นในส่วนของการขายสินค้าและให้บริการ ที่สูงขึ้น 31 ล้านบาท
  - รายได้จากอสังหาริมทรัพย์ที่ลดลงในส่วน Co-Owned 115 ล้านบาท
  - รายได้จากอสังหาริมทรัพย์จากกลุ่มบริษัทร่วมทุนสูงขึ้น 134 ล้านบาท โดยมาจากโครงการใหม่ร่วมกับกลุ่ม โฉฟิส ที่เปิดตัวเมื่อปลายปี 2023 และทยอยรับรู้รายได้ในปี

รายได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์ (รวมทั้งกลุ่มบริษัท)



งวด 3 เดือน

- **รายได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์ 3Q24 มีมูลค่าโดยรวม 228 ล้านบาท** เพิ่มขึ้น 36 ล้านบาท ซึ่งเฉพาะส่วนของบริษัทเพิ่มขึ้น 53 ล้านบาท จากไตรมาส 3Q23 จากโครงการ “ธนาเรสซิเดนซ์ บรมราชชนนี-ปิ่นเกล้า” ซึ่งเป็นการโอนบ้านในระดับราคา 20 ล้านบาท
- รายได้จากการขายของส่วนบริษัทร่วมทุนมีมูลค่ารวมลดลง 16 ล้านบาท จากภาวะตลาดที่ชะลอตัวลง

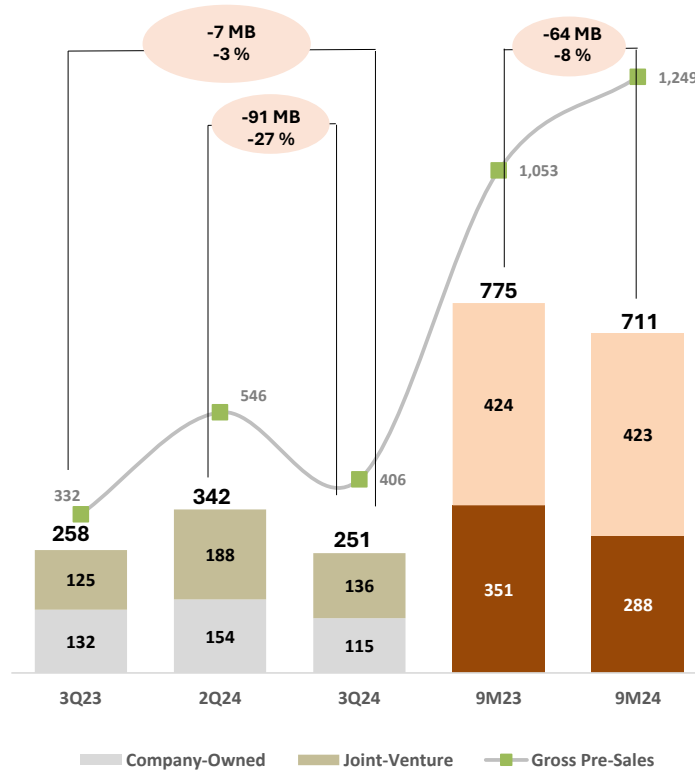
งวด 9 เดือน

- **รายได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์ 9M24 มูลค่าโดยรวม 758 ล้านบาท** เพิ่มขึ้น 19 ล้านบาท เมื่อเทียบกับ 9M23 โดยเฉพาะส่วนของบริษัทลดลง 115 ล้านบาท จากทุกโครงการในปีปัจจุบัน และโครงการ “ธนาฮาบีแทต กรุ๊ป ปิ่นเกล้า - สิรินคร” ซึ่งขายปิดจบโครงการแล้วในปี 2566
- รายได้จากการขายของส่วนบริษัทร่วมทุนเพิ่มขึ้น 134 ล้านบาท เมื่อเทียบกับ 9M23 จากโครงการร่วมทุน ที่มารับรู้รายได้ได้ดีใน 2 ไตรมาสแรก

**ยอดจองซื้อ** (รวมทั้งกลุ่มบริษัท)

In Million Baht

**Net Pre-Sales**



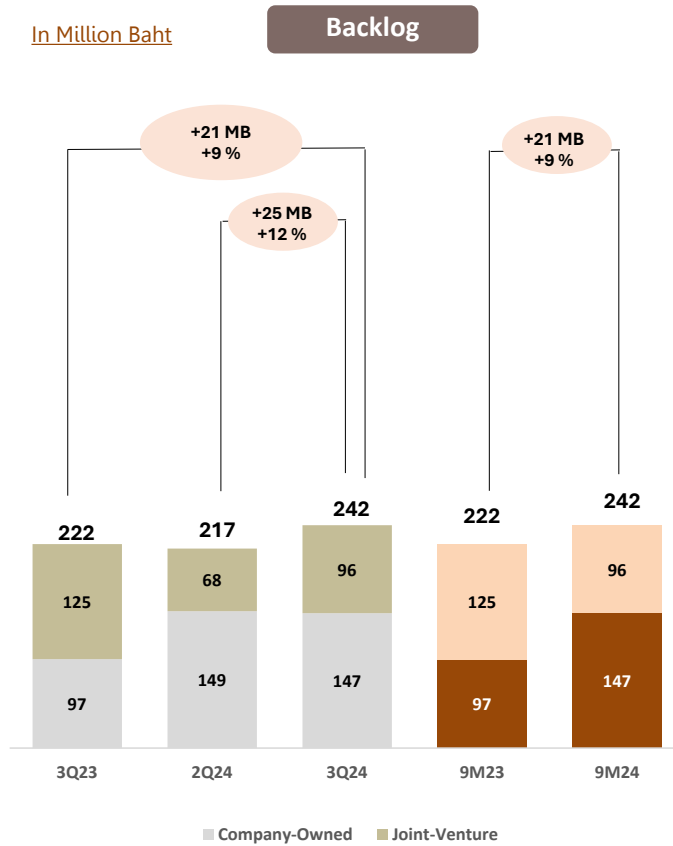
**งวด 3 เดือน**

- ยอดจองซื้อ 3Q24 มีมูลค่า 251 ล้านบาท ลดลง 7 ล้านบาท หรือ 3 %เมื่อเทียบกับ 3Q23 โดยมีอัตราการยกเลิกการจองซื้อประมาณ 40% เนื่องจากศักยภาพของลูกค้า ทั้งนี้บริษัทได้ปรับแนวทางป้องกันการยกเลิกจองซื้อด้วยการขอยื่น Pre-approve เพื่อตรวจสอบศักยภาพของลูกค้าก่อนการจองซื้อ
- ใน 3Q24 บริษัทปรับลดราคาตามนโยบายเร่งขายบ้านสร้างเสร็จพร้อมโอน และระบายสินค้า โดยเฉพาะในโครงการใหม่ๆ ซึ่งเป็นผลกระทบจากสภาพตลาดอสังหาริมทรัพย์ในระหว่างปีที่ค่อนข้างชะลอตัว ในขณะที่มีการแข่งขันกันสูงมากขึ้นด้านราคา

**งวด 9 เดือน**

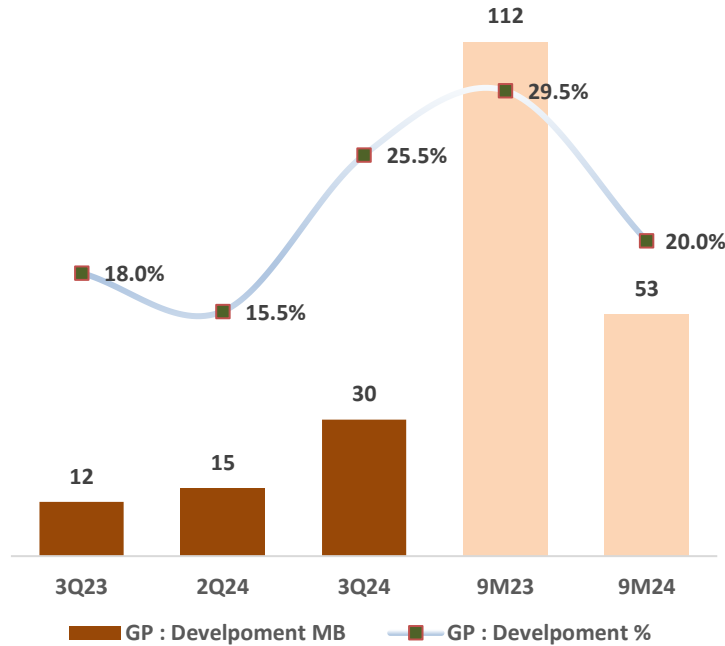
- ยอดจองซื้อ 9M24 มีมูลค่า 711 ล้านบาท ลดลง 64 ล้านบาท หรือ 8 %เมื่อเทียบกับ 9M23 โดยมีอัตราการยกเลิกการจองซื้อประมาณ 40% เนื่องจากศักยภาพของลูกค้า ทั้งนี้บริษัทได้ปรับแนวทางป้องกันการยกเลิกจองซื้อด้วยการขอยื่น Pre-approve เพื่อตรวจสอบศักยภาพของลูกค้าก่อนการจองซื้อ
- บริษัทใช้นโยบาย Pricing Strategy อย่างต่อเนื่องโดยปรับลดราคาเพื่อเร่งขายบ้านสร้างเสร็จพร้อมโอน และระบายสินค้า โดยเฉพาะในโครงการใหม่ๆ ซึ่งเป็นผลกระทบจากสภาพตลาดอสังหาริมทรัพย์ในระหว่างปีที่ค่อนข้างชะลอตัว ในขณะที่มีการแข่งขันกันสูงมากขึ้นด้านราคา

**ยอดBacklog** (รวมทั้งกลุ่มบริษัท)



- ยอด Backlog ณ 30 กันยายน 2567 มีมูลค่า 242 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 25 ล้านบาท หรือ 12% จากไตรมาสที่ผ่านมา เนื่องจากนโยบายเร่งกระตุ้นยอดขายโดยกลยุทธ์การปรับราคาขายบ้านสร้างเสร็จพร้อมโอน และระบายสินค้า โดยเฉพาะในโครงการใหม่ๆ ประกอบกับการเร่งการก่อสร้างเพื่อการโอนกรรมสิทธิ์เพื่อรับรู้รายได้ในปี 2567 ตามแผนงาน ในขณะที่มีการยกเลิกการจองซื้อบางส่วนในระหว่างไตรมาส

**กำไรขั้นต้น** (เฉพาะส่วนของบริษัทงานพัฒนาโครงการ)



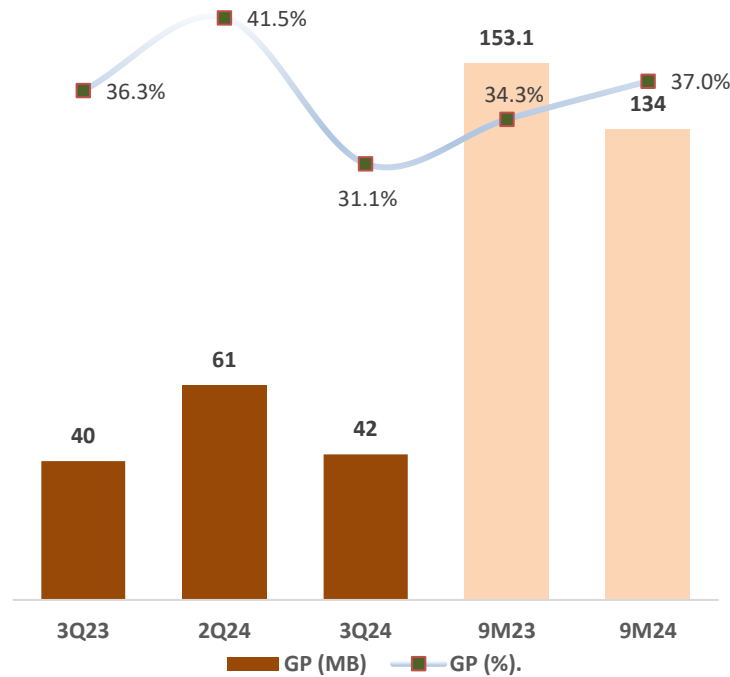
**งวด 3 เดือน**

- ใน 3Q24 อัตรากำไรขั้นต้นส่วนของการขายอสังหาริมทรัพย์อยู่ที่ 25.5% ซึ่งสูงกว่าไตรมาสที่ผ่านมาประมาณ 10.0% และยังคงมีอัตรากำไรขั้นต้นสูงกว่าในช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา 7.5% เนื่องจากการโอนกรรมสิทธิ์บ้านโครงการธนาเรสซิเดนซ์ บรมราชชนนี-ปิ่นเกล้า ซึ่งเป็นโครงการบ้านเดี่ยว 2 ชั้นขนาดใหญ่ และบ้านกลุ่มโครงการธนาพาร์ค-พรีเว ซึ่งเป็นบ้านเดี่ยวและบ้านแฝดที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูง

**งวด 9 เดือน**

- อัตรากำไรขั้นต้น 9M24 ลดลง 9.5% จาก 9M23 เนื่องจาก Pricing Strategy โดยปรับลดราคาตามนโยบายเร่งขายบ้านสร้างเสร็จพร้อมโอนและระบายสินค้าในแต่ละโครงการอย่างต่อเนื่อง และโดยเฉพาะกลุ่มบ้านในโครงการเดิมที่ขายใกล้ปิดจบโครงการแล้ว เพื่อเน้น Turn Over ของสินค้าไม่ให้มีค้างมากเกินไป

## กำไรขั้นต้น (ส่วนของบริษัทงานพัฒนาโครงการและธุรกิจขายสินค้าและบริการ)



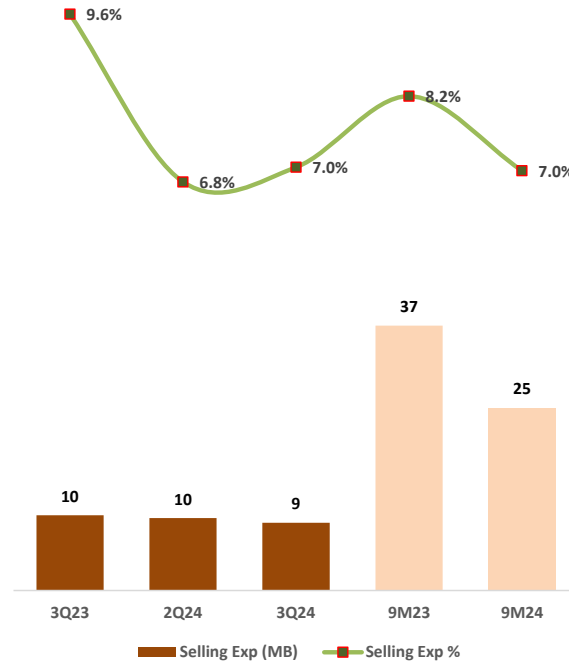
### งวด 3 เดือน

- ใน 3Q24 อัตรากำไรขั้นต้นรวมทั้งหมดของการขายอสังหาริมทรัพย์และธุรกิจให้บริการอยู่ที่ 31.1% ลดลงจากไตรมาสที่ผ่านมา 10.4% เนื่องจากใน 2Q24 มีรายได้ค่าบริการและค่าบริการระหว่างกัน จากธุรกิจให้บริการ เช่น ค่าจัดหาที่ดิน และ ค่าค่าประกันเงินกู้ จากกลุ่มการร่วมค้า (AT04/AT05)
- อัตรากำไรขั้นต้นน้อยกว่าในช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา 5.2% จากการลดราคาขายบ้านโครงการตาม Pricing Strategy

### งวด 9 เดือน

- ใน 9M24 อัตรากำไรขั้นต้นรวมทั้งหมดของการขายอสังหาริมทรัพย์และธุรกิจให้บริการอยู่ที่ 37.0% เพิ่มขึ้น 2.7% จาก 9M23 เนื่องจากกำไรจากค่าบริการและค่าบริการระหว่างกันในธุรกิจให้บริการ เช่น ค่าจัดหาที่ดิน และ ค่าค่าประกันเงินกู้ จากกลุ่มการร่วมค้า (AT04/AT05) แม้ว่าจะมี Pricing Strategy ลดราคาขายบ้านโครงการต่างๆในกลุ่มการขายอสังหาริมทรัพย์ก็ตาม ทำให้อัตรากำไรขั้นต้นรวมทุกกิจกรรมจากการดำเนินงานยังคงสูงกว่าที่ผ่านมา
- ทั้งนี้ถึงแม้ว่ากำไรขั้นต้นจากการขายอสังหาริมทรัพย์ในครึ่งปีแรกจะลดลงกว่า 16 % แต่ก็มีกำไรขั้นต้นในส่วนของการขายสินค้าและให้บริการที่สูงขึ้นถึง 13 % จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา ทำให้อัตรากำไรขั้นต้นรวมทุกกิจกรรมจากการดำเนินงานยังคงสูงกว่าที่ผ่านมา

## ต้นทุนในการจัดจำหน่าย (เฉพาะส่วนของบริษัท)



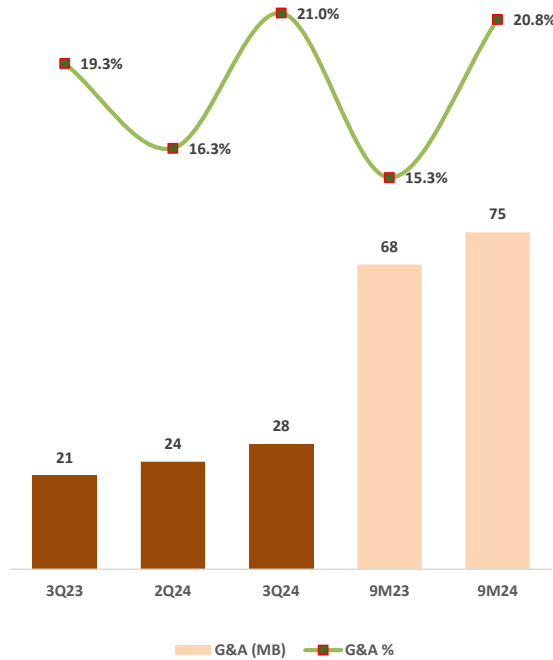
### งวด 3 เดือน

- ต้นทุนในการจัดจำหน่าย 3Q24 อยู่ที่ 7.0% ของรายได้จากการขาย ซึ่งใกล้เคียงกับ 2Q24 และลดลง 2.6% จาก 3Q23 หลักๆ มาจากมูลค่ารายได้ที่สูงขึ้นใน 3Q24 และการบริหารค่าสื่อการตลาดโดยเน้นช่องทางออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพ เพื่อผลักดันยอดขายและยอดรับรู้รายได้จากโครงการปัจจุบัน

### งวด 9 เดือน

- ต้นทุนในการจัดจำหน่าย 9M24 อยู่ที่ร้อยละ 7 ของรายได้จากการขาย ลดลง 1.2% จากปีก่อน หลักๆ มาจากค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายและค่าใช้จ่ายต่างๆ การโอนกรรมสิทธิ์ลดลง และการบริหารค่าทำสื่อการตลาดโดยเน้นช่องทางออนไลน์ เพื่อผลักดันยอดขายและยอดรับรู้รายได้จากโครงการปัจจุบัน และเร่งขายปิดโครงการเดิมๆ

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร (เฉพาะส่วนของบริษัท)



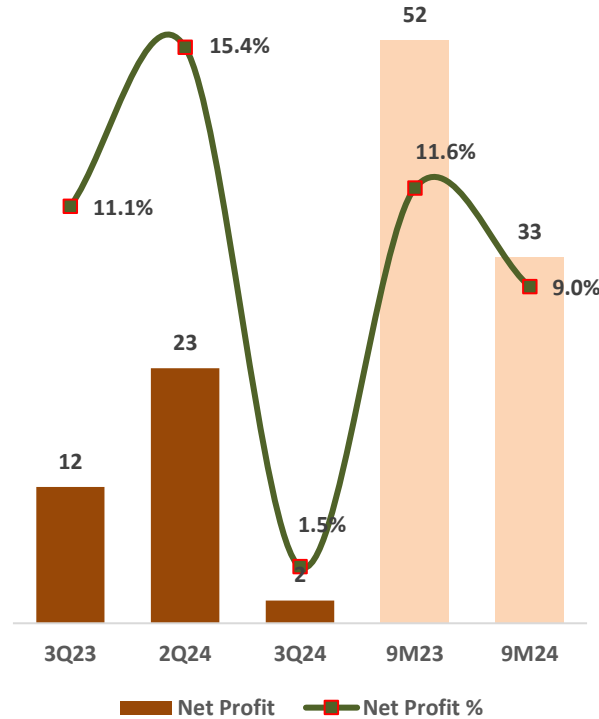
งวด 3 เดือน

- ค่าใช้จ่ายในการบริหาร 3Q24 รวม 28 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4 ล้านบาทหรือ 4.7 %จากไตรมาสก่อน ซึ่งเป็นผลมาจากการปรับโครงสร้างใหม่ระหว่างกลุ่มบริษัทเมื่อกรกฎาคม 2567 ต้นทุนการให้บริการและค่าบริการจัดการระหว่างกันของกลุ่มบริษัทจึงแปรสภาพเป็นค่าใช้จ่ายในการบริหาร ขณะที่บริษัทมีการควบคุมอัตราค่าส่งพนักงานไว้คงเดิม

งวด 9 เดือน

- ค่าใช้จ่ายในการบริหาร 9M24 รวม 75 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 7 ล้านบาทหรือ 5.5 %จากปีที่ผ่านมา เนื่องจากการเสริมทีมบริหารและพนักงานช่วงต้นปี เพื่อเสริมประสิทธิภาพในการดำเนินงานรองรับการเติบโตตามแผนงาน และการปรับโครงสร้างใหม่ระหว่างกลุ่มบริษัทเมื่อกรกฎาคม 2567 ทำให้ต้นทุนการให้บริการและค่าบริการจัดการระหว่างกันของกลุ่มบริษัทแปรสภาพเป็นค่าใช้จ่ายในการบริหาร

## กำไรสุทธิ-ส่วนของบริษัทใหญ่



### งวด 3 เดือน

- กำไรสุทธิส่วนของบริษัทใหญ่ 3Q24 รวม 2.0 ล้านบาท หรือ 1.5% ลดลง 13.9% และ 9.6% เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา และ 3Q23
- กำไรสุทธิหลักๆมาจากรายได้จากการโอนบ้านในโครงการต่างๆมีอัตรากำไรขั้นต้นลดลง เนื่องจากการปรับลดราคาตามนโยบายเร่งขายบ้านสร้างเสร็จพร้อมโอน และระบายสินค้าซึ่งกลุ่มบ้านแฝดและทาวน์โฮมมีอัตรากำไรขั้นต้นค่อนข้างน้อย แต่กลุ่มบ้านเดี่ยวขนาดใหญ่ยังคงมีอัตรากำไรดี

### งวด 9 เดือน

- กำไรสุทธิส่วนของบริษัทใหญ่ 9M24 รวม 33.0 ล้านบาทหรือ 9.0% ลดลง 2.6% เมื่อเทียบกับปีก่อน
- กำไรสุทธิหลักๆมาจากรายได้ครั้งเดียวจากการให้ค่าประกันวงเงินกู้และค่าบริการจัดหาที่ดินรวมประมาณ 15.8 ล้านบาท ขณะที่รายได้จากการโอนบ้านในโครงการต่างๆมีอัตรากำไรขั้นต้นลดลง เนื่องจากการปรับลดราคาตามนโยบายเร่งขายบ้านสร้างเสร็จพร้อมโอน และระบายสินค้า ซึ่งเป็นผลกระทบจากสภาพตลาดอสังหาริมทรัพย์ในระหว่างปีที่ค่อนข้างชะลอตัว ในขณะที่มีการแข่งขันกันสูงมากขึ้นด้านราคา

#### 4. งบแสดงฐานะทางการเงิน

งบแสดงฐานะทางการเงิน			
ตัวชี้วัดสำคัญ	30 กันยายน 2567	31 ธันวาคม 2566	เพิ่มขึ้น/(ลดลง)
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	17	10	7
ลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	24	59	-35
สินค้าคงเหลือ	1,040	1,030	10
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	0	0	0
<b>รวมสินทรัพย์หมุนเวียน</b>	<b>1,081</b>	<b>1,099</b>	<b>-18</b>
เงินฝากธนาคารที่มีภาระค้ำประกัน	0	1	-1
เงินมัดจำค่าซื้อที่ดิน	0	41	-41
เงินลงทุนในการร่วมค้า	88	81	7
เงินให้กู้ยืมระยะยาว	66	66	0
ที่ดินรอการพัฒนา	106	78	28
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	13	12	1
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	5	5	-0
สินทรัพย์สิทธิการเช่า	15	20	-4
สินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่น	1	1	-0
สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี	4	4	1
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	2	9	-6
<b>รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</b>	<b>301</b>	<b>318</b>	<b>-18</b>
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>1,381</b>	<b>1,417</b>	<b>-36</b>
เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	166	192	-26
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	74	137	-64
ส่วนของหนี้สินระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	394	342	51
ส่วนของหนี้สินตามสัญญาเช่าที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	5	5	0
เงินกู้ยืมระยะสั้น	26	23	3
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	24	24	0
<b>รวมหนี้สินหมุนเวียน</b>	<b>688</b>	<b>723</b>	<b>-35</b>
เงินกู้ยืมระยะยาว - สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	85	100	-15
หนี้สินตามสัญญาเช่า - สุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	8	12	-4
ประมาณการหนี้สินไม่หมุนเวียนสำหรับผลประโยชน์พนักงาน	27	24	3
<b>รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน</b>	<b>120</b>	<b>136</b>	<b>-15</b>
<b>รวมหนี้สิน</b>	<b>808</b>	<b>858</b>	<b>-51</b>
ทุนจดทะเบียน			
ทุนจดทะเบียน-หุ้นสามัญ277,375,424หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท	277	277	0
ทุนที่ออกและชำระแล้ว			
ทุนจดทะเบียน-หุ้นสามัญ277,375,424หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท	277	277	0
ส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญ	80	80	0
ส่วนเกิน(ต่ำกว่า) ทุนอื่น	-1	-1	0
กำไรสะสม			
จัดสรรแล้ว - ทุนสำรองตามกฎหมาย	23	23	0
ยังไม่ได้จัดสรร	194	176	18
<b>รวมส่วนของผู้ถือหุ้นในบริษัทใหญ่</b>	<b>573</b>	<b>555</b>	<b>18</b>
ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	1	4	-3
<b>รวมส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>573</b>	<b>559</b>	<b>15</b>
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>1,381</b>	<b>1,417</b>	<b>-36</b>

บริษัทมีฐานะทางการเงินภาพรวม ณ 30 กันยายน 2567 รวม 1,381 ล้านบาท มูลค่าลดลงจากสิ้นปีก่อน 36 ล้านบาท จากผลกำไรสุทธิจากการดำเนินงานใน 9M24 ทำให้ส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้น 15 ล้านบาท ขณะที่สินทรัพย์โดยรวมลดลง 36 ล้านบาท จากสินค้าคงเหลือและลูกหนี้อื่น(บริษัทระหว่างกัน)ในโครงการใหม่ต่างๆ โดยบริษัทมีการลงทุนพัฒนาโครงการใหม่ในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมทุนอีก 2 โครงการตามแผนงานเพื่อยอดรายได้ที่จะเติบโตขึ้นในอนาคต ในขณะที่หนี้สินโดยรวมลดลง 51 ล้านบาท จากส่วนของเงินกู้ยืมระยะสั้นและเจ้าหนี้การค้าที่ต้องรองรับการขยายงานพัฒนาก่อสร้างโครงการ เงินกู้ยืมที่ถึงกำหนดชำระตามสัญญา และบริษัททยอยเบิกเงินกู้ยืมเพื่อพัฒนาโครงการใหม่ๆอีกส่วนหนึ่ง

#### 4. งบแสดงฐานะทางการเงิน (ต่อ)

เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าคงเหลือ ณ 30 กันยายน 2567 และ 31 ธันวาคม 2566

- **เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด 17 ล้านบาท** เพิ่มขึ้น 7 ล้านบาท เนื่องจากกระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน
- **สินค้างเหลือ 1,040 ล้านบาท** เพิ่มขึ้น 10 ล้านบาท เนื่องจากการลงทุนในที่ดินเพื่อพัฒนาโครงการใหม่ในปี 2567 และการโอนขายบ้านในโครงการต่างๆเป็นส่วนใหญ่ โดยมีการพัฒนาก่อสร้างในโครงการใหม่ 3 โครงการ
- **เงินลงทุนในการร่วมค้า 88 ล้านบาท** เพิ่มขึ้น 7 ล้านบาท จากผลกำไรจากการดำเนินงานของบริษัทร่วมค้า และการลงทุนในการร่วมค้าใหม่เพื่อพัฒนาโครงการอีก 2 โครงการ
- **เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้น 166 ล้านบาท** ลดลง 26 ล้านบาท จากกระแสเงินจ่ายเพื่อการซื้อที่ดินใหม่ และการลงทุนก่อสร้างบ้านโครงการต่างๆ โดยมีการชำระคืนเงินกู้ยืมสถาบันการเงินตามสัญญา
- **เงินกู้ยืมระยะยาว มูลค่า 85 ล้านบาท** ลดลง 15 ล้านบาท จากเงินกู้ยืมสถาบันการเงินเพื่อพัฒนาโครงการใหม่ๆ
- **ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 277,212,000 บาท** คงเดิม จากการจดทะเบียนเพิ่มทุนเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2565 เพื่อรองรับการซื้อที่ดินและการลงทุนพัฒนาโครงการของบริษัทในปี 2566 โดยมีส่วนเกินมูลค่าหุ้นรวม 80 ล้านบาท จากมูลค่าหุ้นที่ออกจำหน่ายและได้รับชำระแล้ว
- **กำไรสะสม 194 ล้านบาท** เพิ่มขึ้น 18 ล้านบาท จากกำไรสุทธิสำหรับ 9M24
- **อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน ณ 30 กันยายน 2567 เป็น 1.4 เท่า** ลดลงจากปีก่อน ซึ่งอยู่ที่ 1.5 เท่า และไม่เกินกว่าอัตราส่วนที่บริษัทต้องดำรงไว้ตามเงื่อนไขของสถาบันการเงิน

## งบกระแสเงินสด

งบกระแสเงินสด		
ตัวชี้วัด	30 กันยายน 2567 ล้านบาท	30 กันยายน 2566 ล้านบาท
กระแสเงินสดได้มาจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมดำเนินงาน	27.0	-54.7
กระแสเงินสดได้มาจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมลงทุน	11.0	-51.3
กระแสเงินสดได้มาจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมจัดหาเงิน	-31.2	75.2
<b>เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ</b>	<b>6.8</b>	<b>-30.8</b>
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันต้นงวด	9.7	52.6
<b>เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันสิ้นงวด</b>	<b>16.6</b>	<b>21.7</b>

บริษัทมีกระแสเงินสดภาพรวม ณ 30 กันยายน 2567 รวม 16.6 ล้านบาท ลดลง 5.1 ล้านบาท เนื่องจากกระแสเงินสดส่วนต่างๆ ดังนี้

- **กระแสเงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน มูลค่า 27.0 ล้านบาท** เพิ่มขึ้นจากปีก่อนเนื่องจากจาก
  - เงินสดรับสุทธิจากการระบายสินค้าในโครงการเดิม และการขายสินค้าในโครงการใหม่มีอัตรากำไรที่ค่อนข้างน้อยทำให้มีเงินสดคงเหลือลดลง แต่ยังสามารถนำไปใช้หมุนเวียนและชำระหนี้สถาบันการเงินต่างๆ ได้ตามสัญญา
  - ต้นทุนทางการเงินเพิ่มขึ้น 18.3 ล้านบาท
  - ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่นลดลง 76.8 ล้านบาท ส่วนใหญ่จากการรับชำระเงินตรงจ่ายจากบริษัทร่วมค้า
  - เงินสดจ่ายในการลงทุนพัฒนาก่อสร้างโครงการใหม่ 2 โครงการในระหว่าง 9M24 ทำให้มีสินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้น (ซึ่งในอนาคตบริษัทจะสามารถได้กระแสเงินสดรับจากการขายบ้านโครงการ)
  - เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่นลดลง 69.2 ล้านบาท ส่วนใหญ่จากการจ่ายค่ามัดจำที่ดิน
- **กระแสเงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมลงทุน มูลค่า 11.0 ล้านบาท** หลักๆ จาก
  - เงินปันผลรับจากการลงทุนในบริษัทร่วมค้าเพิ่มขึ้น 9 ล้านบาท และดอกเบี้ยรับจากเงินให้กู้ยืมแก่บริษัทในเครือและบริษัทย่อย 4 ล้านบาท
  - เงินสดจ่ายเงินลงทุนในบริษัทร่วมค้า 1.25 ล้านบาท
- **กระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงิน มูลค่า 31.2 ล้านบาท** หลักๆ จาก
  - การชำระคืนเงินกู้ยืมต่างๆ ได้แก่ ก้อนตัวอวาล์ และชำระคืนตัวสัญญาใช้เงินของสถาบันการเงินตามสัญญา
  - การชำระค่าดอกเบี้ยเงินกู้ยืมต่างๆ

## 5. ปัจจัยที่อาจมีผลต่อการดำเนินงานหรือการเติบโตในอนาคต

ปัจจัยที่อาจมีผลต่อการดำเนินงานหรือการเติบโตในอนาคต ดังนี้

### นโยบายรัฐ

- **มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ:** รัฐบาลอาจมีมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ เช่น การลดภาษีที่เกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์ หรือการสนับสนุนสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ซึ่งจะส่งผลดีต่อกำลังซื้อ
- **นโยบายการเงิน:** การปรับขึ้นหรือลดลงของอัตราดอกเบี้ยโดยธนาคารแห่งประเทศไทย จะมีผลต่อต้นทุนทางการเงินของผู้ซื้อ และส่งผลต่อการตัดสินใจในการซื้ออสังหาริมทรัพย์
- **กฎระเบียบ:** การปรับเปลี่ยนกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์ เช่น มาตรการ LTV (Loan-to-Value Ratio) ก็ มีผลต่อความสามารถในการกู้ซื้อบ้านของผู้บริโภค

### เศรษฐกิจ

- **อัตราเงินเฟ้อ:** อัตราเงินเฟ้อที่สูงขึ้นจะส่งผลต่อกำลังซื้อของผู้บริโภค และอาจทำให้ราคาอสังหาริมทรัพย์ปรับตัวสูงขึ้น
- **อัตราการว่างงาน:** อัตราการว่างงานที่สูงขึ้นจะส่งผลต่อกำลังซื้อของผู้บริโภค
- **อัตราการปฏิเสธสินเชื่อของสถาบันการเงิน (Reject Rate):** อัตราการปฏิเสธสินเชื่อของสถาบันการเงินที่มีอัตราสูงขึ้น อันเนื่องมาจากหนี้สินครัวเรือนที่สูงขึ้น จะส่งผลต่อความสามารถในการผ่อนชำระหนี้ ทำให้ธนาคารพิจารณาอนุมัติสินเชื่อได้ยากขึ้น รวมทั้งรายได้ที่ไม่แน่นอนหรือไม่เพียงพอต่อการผ่อนชำระหนี้ ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ถูกปฏิเสธสินเชื่อ

### ความต้องการของตลาด

- **ประเภทของอสังหาริมทรัพย์:** ความต้องการอสังหาริมทรัพย์แต่ละประเภท เช่น บ้านเดี่ยว ทาวน์เฮาส์ คอนโดมิเนียม อาจมีการเปลี่ยนแปลงตามไลฟ์สไตล์และความต้องการของผู้บริโภค
- **ทำเลที่ตั้ง:** ทำเลที่ตั้งที่สะดวกสบาย เช่น ใกล้รถไฟฟ้า ใกล้แหล่งชุมชน ยังคงเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์

### คู่แข่ง

- **จำนวนโครงการใหม่:** จำนวนโครงการใหม่ที่เปิดตัวในตลาด จะส่งผลต่ออุปทานและราคาอสังหาริมทรัพย์
- **โปรโมชั่น:** การแข่งขันด้านโปรโมชั่นของผู้ประกอบการ จะมีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

## 6. พัฒนาการด้านความยั่งยืน



บริษัท ธนาสิริ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญกับ ESG มาโดยตลอด ไม่ใช่แค่เพียงสิ่งแวดล้อมเท่านั้น แต่รวมถึง สังคม(ผู้มีส่วนได้เสีย) และหลักธรรมาภิบาล ธนาสิริมีกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจเพื่อความยั่งยืนที่ชัดเจน ผ่านกระบวนการ **“THANA Green: Total Green Real Estate Development – Service Model”** ที่คำนึงถึงการดำเนินธุรกิจ ตั้งแต่ ต้นน้ำ กลางน้ำ ถึงปลายน้ำ ตั้งแต่แนวคิดการพัฒนาโครงการไปจนถึงการเข้าพักอาศัยของท่านเจ้าของบ้าน

โดยเฉพาะการส่งเสริมพื้นที่สีเขียวภายในโครงการ จากมาตรฐานที่บริษัทกำหนดไว้ **“บ้าน1 หลัง ต้นไม้ 1 ต้น”** เราเพิ่มความเข้มข้นไปสู่แนวคิด **“1 คน 1 ต้น”** [คำนวณการปลูกต้นไม้จากสมาชิกภายในครอบครัวของท่านเจ้าของบ้าน] เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวและดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ทั้งนี้ก็อาจจะยังไม่เพียงพอต่อการดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์อันเกิดจากกระบวนการหลังเข้าพักอาศัย ซึ่งบริษัทได้เสริมกลยุทธ์ด้านการลดการใช้พลังงาน เช่น การติดตั้ง solar cell ในพื้นที่ส่วนกลาง เพื่อลดค่าไฟฟ้าและลดการใช้พลังงานไฟฟ้า อันเป็นปัจจัยหลักของการลดก๊าซเรือนกระจก

นอกจากนั้น บริษัทยังคงมุ่งมั่นที่จะลดขยะที่เกิดจากกระบวนการก่อสร้าง ซึ่งเป็นหน้าที่ของบริษัทและพาร์ทเนอร์ผู้ร่วมสร้างที่มีพันธสัญญาต่อกันที่จะมุ่งมั่นลดขยะในกระบวนการก่อสร้างลงให้เหลือน้อยจนเป็น zero waste

โดยการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนภายใต้กลยุทธ์ดังกล่าวซึ่งส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกในทุกระดับขององค์กร ตั้งแต่ระดับผู้บริหารจนถึงพนักงานทุกคน ผ่านการกำหนดเป้าหมายส่วนบุคคลด้านความยั่งยืน (**Personal Green OKR KPIs**) และการฝังรากแนวคิดการดำเนินงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Process) ในทุกกระบวนการทำงาน เพื่อให้การดำเนินธุรกิจมีการเติบโตอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นกลยุทธ์หลักขององค์กรที่คำนึงถึงการดำเนินธุรกิจที่เติบโตอย่างยั่งยืน เป็นภาพใหญ่ระดับองค์กรและแตกย่อยไปยังสายงานต่างๆ และส่งต่อไปยังทีมงานทุกคน เรียกได้ว่าบริษัทมีการส่งเสริมด้าน Green จนถึงระดับพนักงาน เพื่อสร้าง Green Mindset ที่ดี อีกทั้ง บุคลากรในธนาสิริมีการจัดทำ Personal Green OKR KPIs เป็นของตัวเอง ทุกกระบวนการทำงานมี Green Process ฝังอยู่ในสายงาน เพื่อให้การดำเนินธุรกิจมีการเติบโตอย่างยั่งยืน

จากการดำเนินงานตามกระบวนการ THANA Green ส่งผลให้ในรอบ 9 เดือน มีผลการดำเนินงานด้าน THANA Green กล่าวโดยสรุปดังนี้

- ด้านสิ่งแวดล้อม ลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกได้ประมาณ 72,500 KgCo2eq**  
ลดการใช้กระดาษได้ 21,000 แผ่น เทียบเท่า **ลดการตัดต้นไม้ 4.2 ต้น**
- ด้านสังคม** นักสร้างและชุมชนรอบด้าน ยกระดับความเป็นอยู่ของนักสร้างและดูแลความเป็นอยู่ของชุมชนรอบด้าน ส่งผลให้**ไม่มีข้อร้องเรียน** รวมถึง **ไม่มีอุบัติเหตุระหว่างการทำงาน**  
ลูกค้า บริษัทได้สรรหาอัตราดอกเบี้ยพิเศษสำหรับลูกค้าที่ซื้อบ้านประหยัดพลังงานให้ได้รับอัตราดอกเบี้ยลดลง 0.25% (ร่วมกับ 5.oomสิน)  
ท่านเจ้าของบ้าน จัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมความสุขในการอยู่อาศัยอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้บริษัทได้รับคะแนนความพึงพอใจ (CSAT) **85%**
- ด้านบรรษัทภิบาล** สามารถลดต้นทุนงานก่อสร้างได้ประมาณ **100,000 บาท** และสามารถลดค่าใช้จ่ายจากการประหยัดพลังงานได้ประมาณ **229,000 บาท** มีการดำเนินธุรกิจที่โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ในทุกกระบวนการ

# THANASIRI

Thanasiri Group Public Company Limited

Investor Relations Department

650,652 Borommaratchachonnani Rd., Bangbamru, Bangplad,  
Bangkok 10700

Tel: +66(0) 2886-4888 ext.109

Email: [ir@thanasiri.com](mailto:ir@thanasiri.com)

Website: [www.thanasiri.com](http://www.thanasiri.com)