

“ลลิล พร็อพเพอร์ตี้” ประกาศแผนงานปี 64 ขยายธุรกิจต่อเนื่อง  
เตรียมเปิดโครงการใหม่เพิ่มเติม 10 – 12 โครงการ มูลค่า 6,000 – 7,000 ล้านบาท  
พร้อมตั้งเป้า ยอดขาย 7,000 ล้านบาท และยอดรับรู้อยู่ได้ 6,000 ล้านบาท

ตลอด 5 ปีที่ผ่านมา ลลิล พร็อพเพอร์ตี้ มีผลการดำเนินงานที่เติบโตโดดเด่นกว่าภาพรวมของอุตสาหกรรม ต่อเนื่องมาโดยตลอด สำหรับในปี 2564 นี้ แม้จะเป็นอีกปีที่ภาวะแวดล้อมไม่เอื้ออำนวย แต่บริษัทยังคงเชื่อมั่น และวางเป้าหมายเติบโตอย่างต่อเนื่อง พร้อมเดินทางขยายธุรกิจ มุ่งสู่การเป็น **National Housing Company** และเป็นผู้นำของตลาดแนวราบในช่วงราคา 2 – 8 ล้าน ครอบคลุมในทุกทำเลศักยภาพ โดยตั้งเป้าเป็นแบรนด์ในสามลำดับแรก ที่ผู้บริโภคจะต้องนึกถึงเมื่อมองหาที่อยู่อาศัยแนวราบในช่วงราคาดังกล่าว

สำหรับผลประกอบการปี 2563 เป็นอีกปีที่บริษัทสามารถทำผลงานได้ดีกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ และเติบโตได้สูงกว่าภาวะอุตสาหกรรมโดยรวมอย่างต่อเนื่อง แม้จะเป็นปีที่เศรษฐกิจทั่วโลกและไทยได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง จากการระบาดของ COVID-19 แต่สำหรับ ลลิลฯ ซึ่งเน้นกลุ่มลูกค้าที่เป็น **Real Demand** ตลอดจนมีการทำการวิจัย และตลาดเชิงลึก เพื่อหา **Customer Insights** โดยพัฒนาและนำเสนอสินค้าในทำเลศักยภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า จึงช่วยให้บริษัทเป็นเพียงไม่กี่บริษัทที่ยังคงมีทั้งยอดขาย ยอดรับรู้อยู่ได้ และกำไร ที่เติบโตในปี 2563 โดยบริษัทสามารถทำยอดรับรู้อยู่ได้ได้สูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยมียอดรับรู้อยู่ได้ทั้งปี 5,765 ล้านบาท เติบโตขึ้น 24.2% ในขณะที่มีกำไรสุทธิที่ 1,333.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 49.5%

ในส่วนของเป้าหมายธุรกิจในปี 2564 บริษัทตั้งเป้าเปิดโครงการใหม่ทั้งสิ้น 10 – 12 โครงการ มูลค่าโครงการรวม 6,000 – 7,000 ล้านบาท และตั้งเป้ายอดขายที่ 7,000 ล้านบาท ยอดรับรู้อยู่ได้ที่ 6,000 ล้านบาท โดยวางงบซื้อที่ดินไว้ที่ 1,000 – 1,200 ล้านบาท

นายไชยยันต์ ชาครกุล ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ลลิล พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) (**LALIN**) (Mr.Chaiyan Chakarukul (Chairman of Executive Board, Lalin Property Plc.) ผู้พัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์มากกว่า 30 ปี กล่าวถึงภาพรวมของเศรษฐกิจโลก และเศรษฐกิจไทย ในปี 2563 ที่ผ่านมาว่าเป็นปีที่ภาคธุรกิจต้องเผชิญกับความยากลำบากอย่างมากในการดำเนินธุรกิจ จากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ซึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในวงกว้าง โดยภาพรวมเศรษฐกิจโลกหดตัวราว 3.5% ในขณะที่ประเทศไทย GDP ทั้งปีหดตัวไปที่ 6.1% ตลาดอสังหาริมทรัพย์เพื่อที่อยู่อาศัยของไทยก็ได้รับผลกระทบตามภาวะเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นภาระหนักที่ต่อเนื่องจากที่มีการชะลอตัวมาตั้งแต่ปี 2562 ในแง่ของบริษัทเน้นกลยุทธ์การทำตลาดแนวราบที่เน้นลูกค้า **Real Demand** อย่างชัดเจน จึงได้รับผลกระทบที่น้อยกว่า ตลอดจนบริษัทได้พยายามคัดสรรทำเลที่มีศักยภาพ ตลอดจนพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนอง **Customer Insights** อย่างแท้จริง จึงทำให้บริษัทยังคงสามารถบริหารงานผ่านปีที่ยากลำบากไปได้ โดยยังมีผลประกอบการที่เติบโต แม้ในภาวะตลาดอสังหาริมทรัพย์โดยรวมที่ซบเซา

สำหรับในปี 2564 นี้ คาดว่าเศรษฐกิจโดยรวมของไทยจะขยายตัวได้ราว 3% บวกกลับ ทั้งนี้ขึ้นกับการกระจายวัคซีนให้ประชาชนในวงกว้างทำได้รวดเร็วเพียงใด แม้ภาคอสังหาริมทรัพย์ ในปี 2564 จะต้องเผชิญปัจจัยลบหลายปัจจัย ไม่ว่าจะเป็น กำลังซื้อภายในประเทศที่ยังอ่อนตัวตามภาวะเศรษฐกิจ ระดับหนี้ครัวเรือนที่ปรับ

สูงขึ้น ความเข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ อย่างไรก็ตามก็ดีภาคอสังหาฯ มีปัจจัยสนับสนุนจากมาตรการภาครัฐที่ได้มีการต่ออายุมาตรการลดค่าธรรมเนียมการโอน และค่าธรรมเนียมจำนอง สำหรับที่อยู่อาศัยที่ราคาไม่เกิน 3 ล้านบาทออกไปจนถึงสิ้นปี 2564 รวมถึงสินค้าแนวราบยังได้รับปัจจัยหนุนจาก New Normal ที่ผู้ประกอบการบางส่วนปรับเปลี่ยนพฤติกรรมจากที่เคยต้องการซื้อที่อยู่อาศัยแนวสูง มาซื้อที่อยู่อาศัยแนวราบซึ่งมีพื้นที่ใช้สอยมากกว่า สามารถตอบโจทย์การอยู่อาศัยได้จริงกว่า ทั้งนี้แม้สภาวะตลาดจะไม่เอื้อมากนัก แต่บริษัทยังมีความเชื่อมั่นว่าจะสามารถดำเนินธุรกิจให้เติบโตได้ต่อเนื่อง โดยตั้งเป้าหมายยอดขายไว้ที่ 7,000 ล้านบาท และยอดรับรู้รายได้ที่ 6,000 ล้านบาท

**นายชูรัฐ ชาติกรกุล กรรมการผู้จัดการ บริษัท ลาลีน พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) (LALIN) (Mr. Churat Chakarukul, Managing Director, Lalin Plc.)** กล่าวถึงทิศทางการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ในปี 2564 นี้ จะยังคงให้ความสำคัญกับตลาดที่อยู่อาศัยในกลุ่มแนวราบ ที่เป็น Real Demand โดยมีแผนขยายโครงการใหม่ทั้งในทำเลใหม่ๆ ที่มีศักยภาพ ตลอดจนเป็นการเปิดโครงการใหม่เพื่อทดแทนโครงการเดิมของบริษัทที่กำลังจะปิดโครงการลง โดยในปี 2564 นี้ มีแผนเปิดโครงการใหม่ทั้งสิ้น 10 – 12 โครงการ มูลค่ารวมประมาณ 6,000 – 7,000 ล้านบาท โดยตั้งเป้าหมายยอดขายไว้ที่ 7,000 ล้านบาท และยอดรับรู้รายได้ที่ 6,000 ล้านบาท ซึ่งเติบโตขึ้นราว 7% จากในปี 2563 ทั้งนี้เตรียมที่จะเปิดโครงการบ้านเดี่ยวหรู รูปแบบใหม่ภายใต้แบรนด์ บ้านลาลีน The Prestige ซึ่งเป็นออกแบบในสไตล์ French Colonial ระดับราคาจะอยู่ในช่วง 5 - 8 ล้านบาท ซึ่งเป็นการขยายตลาดให้กว้างขึ้น จากที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก ภายใต้แบรนด์ Lanceo ซึ่งจะเน้นกลุ่มลูกค้าในช่วง 3 – 6 ล้านบาท

ในปีนี้จะเป็นการต่อยอดการใช้กลยุทธ์ Lifestyle Marketing โดยมุ่งเน้นการใช้สื่อ Digital Marketing เพิ่มมากขึ้น จากที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากในปีที่ผ่านมา โดยบริษัทมีการยกระดับการจัดการข้อมูลสารสนเทศสู่ Digital Company อย่างเต็มรูปแบบ มีการนำ Big Data มาใช้ในการวิเคราะห์หา Customer Insights เพื่อเข้าถึง และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแม่นยำ นอกจากนี้ในปีนี้องค์กรจะมีการต่อยอดมาตรฐาน Lalin's Quality of Living มีการนำเสนอนวัตกรรมใหม่ๆ (Innovation "Lalin, IL") ภายในบ้าน เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของการอยู่อาศัย ไม่ว่าจะเป็น ระบบ IL – Smart & Security, IL – Ecosystem, และ IL – Lively & Healthy เป็นต้น ทั้งนี้ได้ตั้งงบดำเนินการตลาดในปีนี้อยู่ที่ประมาณ 3% – 4%

ในส่วนของทางการเงิน บริษัทฯ มีความแข็งแกร่งทางการเงินอย่างมาก โดยบริษัทมีอัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (D/E Ratio) ที่ลดลงจาก 0.75 เท่า ณ สิ้นปี 2562 มาอยู่ที่ระดับเพียง 0.67 เท่า ณ สิ้นปี 2563 ซึ่งต่ำกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวมของอุตสาหกรรมซึ่งอยู่ราว 1.4 – 1.5 เท่า อย่างมาก และมีเงินสดสำรองเพื่อใช้ในการขยายธุรกิจอีกราว 1,000 ล้านบาท ตลอดจนมีวงเงินสนับสนุนทางการเงิน (Committed Line) ที่ยังไม่ได้เบิกใช้ จากธนาคารพาณิชย์พันธมิตรต่างๆ อีกมากกว่า 2,000 ล้านบาท ซึ่งสะท้อนความแข็งแกร่งทางการเงินของบริษัทฯ และความสามารถในการขยายธุรกิจได้อีกมาก โดยไม่มีปัญหาด้านสภาพคล่อง โดยในปี 2564 นี้บริษัทวางงบซื้อที่ดินไว้ที่ประมาณ 1,000 – 1,200 ล้านบาท โดยแหล่งเงินทุนจะมาจากกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน และกำไรสะสมของบริษัทฯ ตลอดจนมีการใช้หุ้นกู้ และแหล่งเงินกู้ระยะสั้นจากสถาบันการเงิน โดยมีการพิจารณาออกในจำนวนและช่วงเวลาที่เหมาะสม เพื่อให้สอดคล้องกับการขยายธุรกิจและการเติบโตในระยะยาวของบริษัทฯ