

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ มีนโยบายลงทุนในธุรกิจที่ได้ผลตอบแทนให้เป็นไปตามเป้าหมายของบริษัทและผู้ถือหุ้น โดยเน้นไปที่ธุรกิจการให้บริการและอสังหาริมทรัพย์ อาทิ คอนโดมิเนียมหรืออาคารชุดพักอาศัย, บ้านและที่ดิน, ที่ดินเปล่า, ที่ดินเพื่อการอุตสาหกรรมและโรงงาน และฯลฯ ซึ่งฝ่ายบริหารได้พิจารณาและเล็งเห็นถึงความต้องการที่เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน โดยเน้นหนักไปที่ส่วนต่อขยายของชุมชนเมืองและการกระจายระบบสาธารณูปโภคจากภาครัฐบาล

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจโดยยึดถือหลักธรรมาภิบาล ควบคู่กับรักษาผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้น และมีความรับผิดชอบต่อสังคมหรือชุมชนโดยรอบ

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย

วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำในการสร้างมูลค่าเพิ่มกับธุรกิจให้มีการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน เพื่อประโยชน์ของผู้ถือหุ้นและสังคม

ภารกิจ

ผู้มุ่งเน้นในการสร้างธุรกิจที่อยู่อาศัย ให้สามารถสะท้อนถึงการใช้ชีวิตสมัยใหม่ของกลุ่มวัยรุ่นจนถึงวัยทำงาน เราได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของ“คอนโดมิเนียม” ซึ่งปัจจุบัน คงเป็นตัวเลือกอันดับต้นๆ ของใครหลายคน เพราะด้วยรูปแบบการใช้ชีวิตอันเร่งรีบ ทว่ายังคงแสวงหาความสมบูรณ์แบบเพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์อีกหลากหลายด้าน พร้อมปรับสมดุลชีวิตทำงานและการพักผ่อนอย่างแท้จริง...

เป้าหมายระยะยาว

บริษัทเป็น Holding Company ดำเนินธุรกิจลงทุนในกิจการต่างๆ ที่มีผลประกอบการดี และ/หรือเป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มดีในอนาคต มีทีมบริหารจัดการที่มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ เข้าใจธุรกิจที่ดำเนินการอยู่อย่างดี ตลอดจนมีการบริหารงานด้วยความซื่อสัตย์ โปร่งใส มีระบบการควบคุมภายในที่ดี ซึ่งคาดว่าจะสร้างผลตอบแทนในอนาคตให้บริษัทได้ไม่ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ เมื่อบริษัทต่างๆ ที่บริษัทถือหุ้นไว้มีศักยภาพเพียงพอที่จะจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ทั้งไทยและต่างประเทศ บริษัทจะให้การสนับสนุนในการดำเนินการดังกล่าวต่อไป

เป้าหมายระยะสั้น

บริษัทจะเน้นระบบพิจารณากลับการลงทุนในธุรกิจที่มีอนาคตหรือมีแนวโน้มดี และเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ เพื่อให้ได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนไม่ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ตลอดจนมุ่งเน้นในการพัฒนาบุคลากรของ

บริษัทให้มีประสิทธิภาพ ความรู้ความสามารถ ที่จะเข้าไปกำกับ ควบคุม ดูแล กิจการที่ไปลงทุน เพื่อให้มั่นใจว่ากิจการที่ไปลงทุนมีระบบการบริหาร ระบบการตรวจสอบ ถ่วงดุล และติดตาม อย่างใกล้ชิด เพื่อป้องกันการเสียหายจากการบริหารงานที่ไม่เป็นไปตามแผนงานและงบประมาณที่ได้รับอนุมัติ

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท อาดามัส อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “ADAM”) จัดตั้งเมื่อวันที่ 19 กันยายน 2545 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบธุรกิจการลงทุนในบริษัทย่อยในลักษณะ Holding Company ปัจจุบันได้ลงทุนในบริษัทย่อย 1 บริษัท คือ บริษัท กีธา พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด (KITHA) เดิมชื่อ บริษัท สิริลาลัย จำกัด (SIRALAI)

ประวัติความเป็นมาและพัฒนาการที่สำคัญของบริษัทและบริษัทย่อย สรุปได้ดังนี้

กันยายน 2545	บริษัทจัดตั้งขึ้นเพื่อประกอบธุรกิจการลงทุนในบริษัทอื่น ในลักษณะของ Holding Company ด้วยทุนจดทะเบียนเรียกชำระเต็มมูลค่า 50 ล้านบาท
พฤศจิกายน 2546	บริษัทได้เสนอขายหุ้นสามัญออกใหม่จำนวน 25 ล้านหุ้นต่อประชาชนทั่วไป โดยได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และเดือนเดียวกันนี้ตลาดหลักทรัพย์ได้รับหุ้นสามัญของบริษัทเข้าเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (“MAI”) โดยใช้ชื่อ บริษัท อาร์ เค มีเดีย โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) และมีชื่อย่อในการซื้อขายหลักทรัพย์ว่า “RK”
เมษายน 2550	เปลี่ยนชื่อบริษัทจาก บริษัท อาร์ เค มีเดีย โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) เป็น บริษัท อาดามัส อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) รวมทั้งเปลี่ยนชื่อย่อในการซื้อขายหลักทรัพย์จาก “RK” เป็น “ADAM” โดยมีทุนจดทะเบียน 195,388,917 บาท โดยมีบริษัทแกนคือ บริษัท อาดามัส มีเดีย จำกัด (ADM)
มิถุนายน 2550	บริษัทเข้าซื้อหุ้นสามัญของ AIM จำนวน 15,000,000 หุ้น หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.99 ของทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วของ AIM ในราคา 10 บาทต่อหุ้น และจัดสรรหุ้นสามัญออกใหม่ให้แก่ ผู้ถือหุ้นเดิมของ AIM จำนวน 75,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท ในราคาหุ้นละ 2 บาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 27.85 ของทุนที่ชำระแล้วของบริษัท
พฤษภาคม 2551	บริษัท อาดามัส มีเดีย จำกัด (ADM) ซึ่งเป็นบริษัทแกนเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท อาดามัส เวิลด์ จำกัด (AW)
พฤษภาคม 2552	บริษัทลงทุนในหุ้นสามัญทั้งหมดของ XL ซึ่งประกอบธุรกิจบริหารกิจกรรมทางการตลาด รับจ้างถ่ายทำ ตัดต่อภาพยนตร์และผลิตรายการ โดยเข้าซื้อหุ้นสามัญทั้งหมดของ XL จำนวน 10,000 หุ้นมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เป็นจำนวนเงินรวม 1,000,000 บาท จากผู้ถือหุ้นเดิมของ XL
มิถุนายน 2552	บริษัทลงทุนในหุ้นสามัญเพิ่มทุนของ AW จำนวน 40 ล้านบาท โดยสัดส่วนการถือหุ้นยังคงเดิมคือร้อยละ 99.99 ส่งผลให้ AW มีทุนจดทะเบียนจำนวน 50 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 500,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท
ธันวาคม 2552	ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2552 เมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2552 มีมติอนุมัติให้จำหน่ายหุ้นสามัญของ AIM ที่เหลือทั้งหมด

- มิถุนายน 2553 บริษัทลงทุนในหุ้นสามัญเพิ่มทุนของ AW จำนวน 130 ล้านบาท โดยสัดส่วนการถือหุ้นยังคงเดิมคือร้อยละ 99.99 ส่งผลให้ AW มีทุนจดทะเบียนจำนวน 180 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 1,800,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท
- กันยายน 2553 บริษัท เอ็กซ์ตรา ล้ำจักษ์ จำกัด (XL) เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท อาดามัส เอ็กซ์ตรา ล้ำจักษ์ จำกัด (XL)
- พฤศจิกายน 2553 บริษัทได้ทยอยจำหน่ายเงินลงทุนใน AIM ส่งผลให้สัดส่วนการถือหุ้นลดลงต่ำกว่าร้อยละ 20 ส่งผลให้ AIM เปลี่ยนสถานะจากบริษัทร่วมเป็นบริษัทอื่น
- กุมภาพันธ์ 2555 ตามมติที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น เมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2550 ได้กำหนดให้วันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2555 เป็นวันสุดท้ายของการใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญของบริษัท (ADAM-W1) มีผู้ถือหุ้นแสดงใบสำคัญใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญจำนวน 6,061,128 หน่วย แปลงเป็นหุ้นสามัญจำนวน 6,061,128 หุ้น เป็นจำนวน 6,061,128 บาท บริษัทได้จดทะเบียนเพิ่มทุนชำระแล้วเป็นจำนวน 280,163,587 บาท กับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2555 และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้รับหุ้นสามัญข้างต้นของบริษัทเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนตั้งแต่วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2555 จนถึงวันที่ใช้สิทธิซื้อหุ้นครั้งสุดท้าย มีการนำใบสำคัญแสดงสิทธิมาใช้สิทธิในการซื้อหุ้นสามัญเป็นจำนวนทั้งสิ้น 10,848,278 หน่วย จากจำนวนใบสำคัญที่ออกทั้งสิ้น 134,657,608 หน่วย และมีใบสำคัญแสดงสิทธิคงเหลือทั้งสิ้น 123,809,330 หน่วย
- เมษายน 2555 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2555 เมื่อวันที่ 26 เมษายน 2555 มีมติอนุมัติให้ลดทุนจดทะเบียนจากเดิม 403,972,964 บาท เป็น 280,163,587 บาท โดยการตัดหุ้นสามัญที่ยังไม่ได้ออกจำหน่ายของบริษัทออกเป็นจำนวน 123,809,377 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท บริษัทได้นำมตินี้ไปจดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม 2555
- ธันวาคม 2556 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2556 เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2556 มีมติอนุมัติให้ออกและเสนอขายหุ้นกู้แปลงสภาพเป็นหุ้นสามัญที่ออกใหม่ให้แก่ผู้ลงทุนต่างประเทศโดยเฉพาะเจาะจง (Private Placement) ให้กับ Advance Opportunities Fund ("AO Fund") เป็นจำนวนเงินไม่เกิน 10 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ หรือเทียบเท่า 250 ล้านบาท
- และได้มีมติอนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทโดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนอีกจำนวน 60,000,000 บาทเป็นทุนจดทะเบียนใหม่จำนวน 340,163,587 บาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เพื่อรองรับการใช้สิทธิแปลงสภาพของหุ้นกู้แปลงสภาพเป็นหุ้นสามัญที่บริษัทจะออกให้แก่ผู้ลงทุนต่างประเทศโดยเฉพาะเจาะจง โดยบริษัทได้ทำการจดทะเบียนเพิ่มทุนกับกระทรวงพาณิชย์เป็นที่เรียบร้อยแล้วเมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2556 ส่งผลให้ในปัจจุบัน บริษัทมีบริษัทมีทุนจดทะเบียนเท่ากับ 340,163,587 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 340,163,587 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท โดยมีทุนที่ชำระแล้วจำนวนเงิน 280,163,587 บาท
- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 7/2556 เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2556 ได้มีมติอนุมัติให้ XL ประกอบธุรกิจการพัฒนาและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและสิ่งแวดลอม รวมทั้งเพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิมจำนวน 1,000,000 บาท เป็นทุนจดทะเบียน 50,000,000 บาทและเปลี่ยนชื่อจาก บริษัท อาดามัส เอ็กซ์ตรา ล้ำจักษ์ จำกัด (XL) เป็น บริษัท อาดามัส คอนซูเมอร์ จำกัด (AC) ซึ่ง AC ได้ทำการจดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์เป็นที่เรียบร้อยแล้วเมื่อวันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2557

กันยายน 2557 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 2/2557 เมื่อวันที่ 25 กันยายน 2557 ได้มีมติที่สำคัญดังต่อไปนี้

1. อนุมัติลงทุนจดทะเบียนของบริษัท จำนวน 60,000,000 บาท มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท จากทุนจดทะเบียน 340,163,587 บาท เป็น 280,163,587 บาท โดยการตัดหุ้นที่ยังไม่ได้ ออกจำหน่ายของบริษัท
 2. อนุมัติเพิ่มทุนของบริษัทอีกจำนวน 500,000,000 บาท จากทุนจดทะเบียนเดิม 280,163,587 บาท เป็นจำนวน 780,163,587 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 500,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เพื่อรองรับการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่บุคคลในวงจำกัด (Private Placement) ซึ่งได้แก่กลุ่มผู้ลงทุนใหม่
 3. อนุมัติจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัท และรายการที่เกี่ยวข้องกันภายใต้ประกาศ คณะกรรมการกำกับตลาดทุน และประกาศคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่เกี่ยวข้อง โดยจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทจำนวน 500,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท ให้แก่กลุ่มผู้ลงทุนใหม่ ได้แก่ บริษัท ที่ แลนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (“บริษัท ที่ แลนด์”) และ Fortune Thailand Investment Fund ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ลงทุนของบริษัท ที่ แลนด์ ในราคาหุ้นละ 1.71 บาท ซึ่งราคาเสนอขายหุ้นดังกล่าวเป็นราคาที่ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 90 ของ ราคาตลาดตามประกาศที่เกี่ยวข้องของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์
- ทั้งนี้ การจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้กับกลุ่มผู้ลงทุนใหม่ดังกล่าวเข้าข่ายเป็นการทำรายการที่เกี่ยวข้องกันระหว่างบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน ตามประกาศรายการที่เกี่ยวข้องซึ่งได้แก่ บุคคลที่จะเป็นผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท โดยการเข้าทำรายการดังกล่าว เมื่อพิจารณาขนาดรายการรวมกับรายการที่เกี่ยวข้องในข้อ 5 ตามงบการเงินรายไตรมาสที่ 1 ของบริษัท ณ วันที่ 31 มีนาคม 2557 (ซึ่งเป็นงบการเงินฉบับล่าสุด ณ วันที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 4/2557) มีขนาดรายการคิดเป็นร้อยละ 12,694 ของมูลค่าสินทรัพย์ที่มีตัวตนสุทธิของบริษัท ซึ่งสูงกว่าร้อยละ 3 ของมูลค่าสินทรัพย์ที่มีตัวตนสุทธิของบริษัท
4. อนุมัติการขายหุ้นในบริษัทย่อย บริษัทร่วม และบริษัทที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

4.1 รายการจำหน่ายไปซึ่งหุ้นสามัญของ บริษัท อาดามัส เวิลด์ จำกัด (ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท) บริษัทจะขายหุ้นสามัญของ บริษัท อาดามัส เวิลด์ จำกัด จำนวน 1,800,000 หุ้น ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนหุ้นจดทะเบียน ในราคา 100,000 บาท ให้แก่ นาย รัฐ อักษรานะเคราะห์

4.2 รายการจำหน่ายไปซึ่งหุ้นสามัญของ บริษัท อาดามัส คอนซูเมอร์ จำกัด (ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท) บริษัทจะขายหุ้นสามัญของ บริษัท อาดามัส คอนซูเมอร์ จำกัด จำนวน 10,000 หุ้น ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนหุ้นจดทะเบียน ในราคา 10,000 บาท ให้แก่ นางสาวโชติมา ชูชูวงศ์

4.3 รายการจำหน่ายไปซึ่งหุ้นสามัญของ บริษัท จี จี นิวส์ เนทเวิร์ค จำกัด (ซึ่งเป็นบริษัทร่วมของบริษัท) บริษัทจะขายหุ้นสามัญของ บริษัท จี จี นิวส์ เนทเวิร์ค จำกัด จำนวน

100,000 หุ้น ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 32.79 ของจำนวนหุ้นจดทะเบียนทั้งหมด 305,000 หุ้น ในราคา 50,000 บาท ให้แก่ นายรัฐ อักษรานะเคราะห์

4.4 รายการจำหน่ายไปซึ่งหุ้นสามัญของ บริษัท นิวส์ มัลติมีเดีย จำกัด (ซึ่งเป็นบริษัทร่วมของบริษัท) บริษัทจะขายหุ้นสามัญของ บริษัท นิวส์ มัลติมีเดีย จำกัด จำนวน 30,000 หุ้น ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 10.00 ของจำนวนหุ้นจดทะเบียนทั้งหมด 300,000 หุ้น ในราคา 50,000 บาท ให้แก่ นายรัฐ อักษรานะเคราะห์

- การจำหน่ายไปซึ่งหุ้นสามัญของบริษัทย่อย บริษัทร่วม และบริษัทที่เกี่ยวข้องข้างต้น รวมถึงรายการที่เกี่ยวข้องข้างต้น ค้างชำระอยู่แก่บริษัททั้งหมดจำนวนทั้งสิ้น 9,462,246.58 บาท โดยจำนวนดังกล่าวเกิดจากที่บริษัทให้ส่วนลดในจำนวนหนี้ที่บริษัททั้ง 4 ค้างชำระอยู่ทั้งสิ้น 74.48 ล้านบาท (จำนวนหนี้ดังกล่าว ได้มีการตั้งสำรองหนี้เพื่อสงสัยจะสูญเต็มจำนวนแล้ว)

ทั้งนี้ การทำรายการขายหุ้นในบริษัทย่อย บริษัทร่วม บริษัทที่เกี่ยวข้อง รวมจำนวน 4 บริษัท ดังกล่าวทั้งหมดถือเป็นการโอนขายกิจการทั้งหมดที่สำคัญให้แก่บุคคลอื่น ตามมาตรา 107 แห่งพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535 (รวมทั้งที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) และเข้าข่ายเป็นรายการจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ของบริษัท โดยมีขนาดรายการสูงสุดเท่ากับร้อยละ 87 ตามวิธีการคำนวณตามเกณฑ์มูลค่าสินทรัพย์ที่มีตัวตนสุทธิ โดยคำนวณจากงบการเงินไตรมาสที่ 1 ของบริษัทสิ้นสุด ณ วันที่ 31 มีนาคม 2557 (ซึ่งเป็นงบการเงินฉบับล่าสุด ณ วันที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 4/2557 เมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม 2557) รวมถึงยังเข้าข่ายเป็นรายการที่เกี่ยวข้องของบริษัท ซึ่งเมื่อพิจารณาขนาดรายการรวมกับรายการเกี่ยวข้องในวาระที่ 6 ตามงบการเงินรายไตรมาสที่ 1 ของบริษัท ณ วันที่ 31 มีนาคม 2537 (ซึ่งเป็นงบการเงินฉบับล่าสุด ณ วันที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 4/2557 เมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม 2557) มีขนาดรายการคิดเป็นร้อยละ 12,694 ของมูลค่าสินทรัพย์ที่มีตัวตนสุทธิของบริษัท ซึ่งสูงกว่าร้อยละ 3 ของมูลค่าสินทรัพย์ที่มีตัวตนสุทธิของบริษัท

ในการนี้ เมื่อบริษัทดำเนินการดังกล่าว จะทำให้บริษัทเข้าข่ายกรณีของบริษัทจดทะเบียนมีสินทรัพย์ทั้งหมดหรือเกือบทั้งหมดในรูปเงินสดหรือหลักทรัพย์ระยะสั้น (Cash Company) ตามประกาศรายการได้มาหรือจำหน่ายไป

5. อนุมัติการเสนอซื้อหุ้นสามัญของบริษัท กิธา พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด (“บริษัท กิธา”) ในมูลค่าทั้งสิ้นไม่เกิน 800,000,000 บาท ตามที่ผู้ถือหุ้นนับรวมหุ้นกันได้เกินกว่า 1 ใน 3 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท เสนอวาระดังกล่าว

ธันวาคม 2557 มติที่ประชุมกรรมการ ครั้งที่ 15/2557 อนุมัติการกู้เงินจาก Fortune Thailand Investments Fund ในวงเงินกู้ยืม 22,000,000 ดอลลาร์สหรัฐ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนของบริษัท รวมถึงเพื่อการชำระราคาหุ้นของบริษัท กิธา พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด ให้กับผู้ขาย (บริษัท ที แลนด์ ดีเวลลอปเม้นท์

จำกัด) ในส่วนที่ยังค้างชำระอยู่อีกจำนวน 663,000,000 บาท ตามสัญญาซื้อขายหุ้น ฉบับลงวันที่ 23 กันยายน 2554

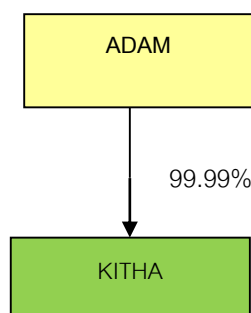
จากเหตุการณ์ที่สำคัญในปีนี้ บริษัทมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างธุรกิจหลัก จากเดิมที่กลุ่มบริษัทดำเนินธุรกิจ การบริหารจัดการสถานีทีวีกีฬาและธุรกิจบริหารกิจกรรมการตลาด ซึ่งเป็นไปตามแนวนโยบายการลงทุนของบริษัท แม้ว่าผลประกอบการตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาไม่สามารถสร้างกำไร และ จ่ายเงินปันผลได้ก็ตาม ดังนั้นคณะกรรมการจึง ได้เสนอให้มีการเปลี่ยนแปลงแนวทางการดำเนินธุรกิจของกลุ่ม จากเดิมเป็นการดำเนินธุรกิจเชิงพาณิชย์ ซึ่งคาดว่า บริษัทจะมีผลตอบแทนในระยะกลางและระยะยาวเป็นไปตามนโยบายการลงทุน และสามารถจ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้นได้ในอนาคตอันใกล้ต่อไป

แนวทางการดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อยทั้งหมดจะดำเนินการภายใต้การกำกับดูแลให้เป็นไปตามนโยบายและการควบคุม จากบริษัท โดยผ่านทางคณะกรรมการบริหาร ซึ่งนโยบาย เป้าหมาย รวมทั้งกลยุทธ์ของการดำเนินงานของบริษัทย่อยทั้งหมดมาจากคณะกรรมการบริษัท การปฏิบัติต่อพนักงานทั้งหมดของบริษัทย่อยจะเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับบริษัท โดยมีสวัสดิการผลตอบแทน ระเบียบปฏิบัติ และค่านิยมองค์กร เช่นเดียวกับบริษัททุกประการ เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายแนวเดียวของบริษัท

จากการที่บริษัทเป็น Holding Company ดังนั้นในรายละเอียดข้างล่าง จึงเน้นในส่วนของการลงทุนในธุรกิจใหม่ผ่านบริษัทย่อย ตามมติที่ประชุมวิสามัญ ครั้งที่ 2/2557 ลงวันที่ 25 กันยายน 2557 บริษัทย่อยดังกล่าวเป็นแกนนับนั้น บริษัทจึงเน้นในส่วนของบริษัทย่อยดังกล่าว ตามรายละเอียดต่อไปนี้

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557



บริษัทที่ประกอบธุรกิจสังหาริมทรัพย์ โดยดำเนินการผ่านบริษัทย่อย คือ บริษัท กีธา พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด ("KITHA") บริษัท กีธา พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด เป็นบริษัทแกนที่ประกอบธุรกิจสังหาริมทรัพย์

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ในกลุ่มบริษัทที่ประกอบธุรกิจต่างๆ โดยปัจจุบันบริษัทดำเนินธุรกิจลงทุนในธุรกิจ ดังนี้

- บริษัทที่ประกอบธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยดำเนินการผ่านบริษัทย่อย คือ บริษัท กีธา พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด ("KITHA")

บริษัท กีธา พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด เป็นบริษัทแกนที่ประกอบธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

โครงสร้างรายได้

(หน่วย : ล้านบาท)

สายผลิตภัณฑ์/กลุ่มธุรกิจ	ดำเนินการ โดย	% การถือหุ้นของ บริษัท	ปี 2557		ปี 2556		ปี 2555	
			ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
1. รายได้จากการการผลิตรายการและสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์	AW	99.99	-	-	66.44	71.05	124.03	56.33
2. รายได้จากการจัดแสดงคอนเสิร์ตและบริหารกิจกรรมส่งเสริมการตลาด	AW	99.99	-	-	25.62	27.39	83.42	37.88
3. รายได้จากธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	KITHA	99.99	63.73	84.51	-	-	-	-
4. กำไรจากการจำหน่ายเงินลงทุน	ADAM	-	4.78	6.34	-	-	12.55	5.70
5. รายได้อื่น			6.90	9.15	1.46	1.56	0.19	0.09
รายได้รวม			75.41	100.00	93.52	100.00	220.19	100.00

หมายเหตุ : ข้อมูลประกอบของบริษัทย่อยตามตารางข้างต้น

- บริษัทจำหน่ายบริษัทย่อย ได้แก่ AW และ AC ไป เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2557
- บริษัทลงทุนในบริษัทย่อยใหม่ คือ KITHA เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2557

บริษัท กีธา พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด**วิสัยทัศน์ของบริษัท**

บริษัท กีธา พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด ผู้พัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์และที่พักอาศัยเพื่อเติมเต็มวิถีชีวิตยุคใหม่ เรามุ่งมั่นที่จะสร้างสรรค์โครงการ เพื่อเป็นสัญลักษณ์ของการให้รางวัลชีวิต ด้วยการร่วมมือกับผู้ออกแบบและผู้ดำเนินการก่อสร้างอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำของประเทศ ตลอดจนการเลือกสรรวัสดุอุปกรณ์เกรดเอ ให้ทุกรายละเอียดสะท้อนคุณภาพ (High Quality) และคู่ควรกับการมีบ้านที่คุณจะรู้สึกสบายและผ่อนคลายทุกครั้งที่คุณกลับมา ที่ทำให้คุณเข้าใจถึงความหมายของคำว่า “การให้รางวัลตัวเอง”

เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างกัน บริษัทจะเน้นตลาดกลุ่มลูกค้าผู้มีรายได้ในแต่ละระดับ โดยมุ่งมั่นที่จะพัฒนาโครงการปัจจุบันและก่อสร้างบ้านที่อยู่ระหว่างดำเนินการให้แล้วเสร็จ และส่งมอบให้แก่ลูกค้าตามกำหนด เพื่อสร้างการจดจำในตราสินค้าของกลุ่มบริษัท ใช้เป็นชี้นำหน้าโครงการต่างๆ ทุกโครงการตามด้วยชื่อลักษณะหรือรูปแบบโครงการที่แตกต่างกันออกไปตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในแต่ละระดับ

“เรามอบประสบการณ์การใช้ชีวิตที่มีคุณค่า ผ่านทุกโครงการที่พักรออาศัย เพื่อสะท้อนความหมายของการให้รางวัลชีวิต”

ภารกิจของบริษัท

ในปี 2557 กีธา พร็อพเพอร์ตี้ส์มุ่งมั่นสร้างภารกิจที่น่าเชื่อถือให้แก่ลูกค้า 4 ภารกิจ ดังนี้

- คัดสรรสิ่งที่ดีที่สุดให้ลูกค้า
- ดูแลและเอาใจใส่ลูกค้าเป็นพิเศษ
- สร้างสรรค์สิ่งตอบสนองแต่ละบุคคล
- สร้างแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต

กลยุทธ์ของบริษัท

ในปี 2557 กีธา พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด สร้างกลยุทธ์ธุรกิจบริษัท 4 กลยุทธ์

- บริษัทให้ความสำคัญกับการคัดสรรทำเลที่มีศักยภาพเพื่อตอบโจทย์ลูกค้า
- การเลือกสรรคุณภาพของวัสดุที่คงทนและได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.)
- การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สวยงามเพื่อสร้างรางวัลให้ชีวิตลูกค้า
- การใส่ใจขั้นตอนการผลิตจากทีมงานทุกฝ่าย และผ่านการตรวจสอบทุกครั้งก่อนที่จะส่งมอบงานสู่ลูกค้า

บริษัทมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ดังนี้

- ในปี 2555 บริษัทฯ ก่อตั้งเมื่อวันที่ 5 มีนาคม 2555 ด้วยทุนจดทะเบียน 2,200,000,000 บาท เพื่อประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทอาคารชุด
- ในปี 2556 บริษัทฯ ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทโครงการอาคารชุดโดยเจาะกลุ่มลูกค้าระดับกลาง – ล่าง โดยมีการเปิดตัวแบรนด์ “THAN LIVING” สำหรับโครงการอาคารชุด ระดับราคาเฉลี่ย 70,000-90,000 บาทต่อตารางเมตร โดยมีการเปิดตัวโครงการแรกของบริษัทก็ฯ คือ THAN LIVING ประชาอุทิศ ที่มีทั้งอาคารสูงและอาคารเตี้ยจำนวน 828 ยูนิต มูลค่าโครงการ 2,800 ล้านบาท และมีการจับมือร่วมกับบริษัท คอลลิเออร์ส อินเตอร์เนชั่นแนล ประเทศไทย จำกัด ให้เป็นตัวแทนฝ่ายขายของบริษัท
- ในปี 2556 ไตรมาส 4 บริษัทฯ ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทโครงการอาคารชุดเจาะกลุ่มลูกค้าระดับล่าง โดยมีการเปิดตัวแบรนด์ “My Story” สำหรับโครงการอาคารชุดระดับราคาเฉลี่ยต่ำกว่า 69,000 บาทต่อตารางเมตร โดยมีการเปิดตัวโครงการที่ 2 คือ My Story ลาดพร้าว 71 อาคารเตี้ยจำนวน 8 ชั้น มูลค่าโครงการ 1,300 ล้านบาท และมีการจับมือร่วมกับบริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด ให้เป็นตัวแทนฝ่ายขายของบริษัท
- สำหรับปี 2556 ก็ฯ ได้รับรางวัล แห่งความสำเร็จ จากหลายหน่วยงาน อาทิ
 - รางวัลจาก Thailand Property Awards 2014
 - Best Affordable condo Development (Bangkok) โครงการแดน ลิฟวิง รัชดา-ประชาอุทิศ
 - รางวัลจาก International Property Awards Winner from Asia Pacific 2014 รวม 2 รางวัล ประกอบด้วย
 - Highly Commended Best Affordable Thailand condo Development ประชาอุทิศ
 - Highly Commended Best Affordable Thailand condo Development ลาดพร้าว
- ในปี 2557 บริษัทฯ ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์อาคารชุดอย่างต่อเนื่องและเปิดตัวโครงการที่ 3 ของบริษัท คือ THAN-LIVING สาทร-เจริญราษฎร์ อาคารสูงจำนวน มูลค่าโครงการ 2,300 ล้านบาท โดยทางบริษัทได้มีการร่วมมือกับทางบริษัท Knight Frank Thailand ในการเป็นตัวแทนขายประจำโครงการ

2.2 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัท ก็ฯ พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด มีนโยบายประกอบธุรกิจอสังหาริมทรัพย์แบบครบวงจรทั้งการซื้อและ/หรืออสังหาริมทรัพย์ประเภทต่างๆ ได้แก่ ที่ดินเปล่า ที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง อาคารเพื่อการพาณิชย์ อาคารชุดพักอาศัย อาคารสำนักงาน อาคารโรงงานและโกดังสินค้า

ก) **ที่ดินเปล่า** บริษัทฯ ได้พิจารณาถึงการดำเนินธุรกิจด้านบริหารจัดการซื้อ-ขาย ที่ดินเปล่าทั้งเพื่อการพัฒนาธุรกิจ โดยมีนักลงทุนทั้งบุคคลและนิติบุคคลให้ความสนใจในสินทรัพย์ที่บริษัทมีเพื่อพิจารณาซื้อ-ขาย อีกทั้งยังมีแนวทางการค้าขายเพื่อทำกำไรจากที่ดินในทำเลแห่งอนาคต ที่มีแนวโน้มการขยายตัวของชุมชนเมือง

ข) **ที่ดินเพื่ออุตสาหกรรม** บริษัทฯ อยู่ระหว่างพิจารณาถึงการลงทุนเพื่อดำเนินธุรกิจด้านนิคมอุตสาหกรรมหรือที่ดินเพื่ออุตสาหกรรม อันเป็นการขยายและกระจายความเสี่ยงทางธุรกิจ

ค) **อพาร์ทเมนต์หรืออาคารชุดพักอาศัยเพื่อการเช่า** บริษัทฯ อยู่ระหว่างพิจารณาถึงการลงทุนเพื่อดำเนินธุรกิจด้านอพาร์ทเมนต์หรืออาคารชุดพักอาศัยเพื่อการเช่า โดยพิจารณาถึงอุปทานที่เกิดขึ้นในบริเวณจำเพาะอาทิ มหาวิทยาลัย แหล่งอุตสาหกรรม สถานที่ท่องเที่ยว

ง) **คอนโดมิเนียม/อาคารชุดพักอาศัยเพื่อการขาย**

- โครงการ Than Living รัชดา-ประชาอุทิศ

“ชอบแบบไหน... ใช้ชีวิตแบบนั้น” แนวคิดบริษัทฯ พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด ตั้งใจให้คอนโด เป็นมากกว่าห้องเพียงหนึ่งห้อง แต่ต้องเป็นที่อยู่อาศัยที่รองรับไลฟ์สไตล์ที่ใช่ เน้นคุณภาพชีวิตที่ดี ท่ามกลางพื้นที่สีเขียวของสวนหย่อมพร้อมลู่วิ่ง และสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ทั้ง สระว่ายน้ำ ฟิตเนส และห้องสมุดฯ ในราคาที่สัมผัสได้ เริ่มเพียง 2 ล้านบาท กำหนดก่อสร้างแล้วเสร็จปลายปี 2558

- โครงการ Than Living สาทร-เจริญราษฎร์



“เติมเต็มทุกการใช้ชีวิต กับคอนโดที่คิดจากไลฟ์สไตล์ที่คุณเลือกเป็น” THAN Living แดน ลิฟวิ่งสาทร-เจริญราษฎร์ คอนโดสไตล์โมเดิร์นสูง 36 ชั้น 531 ยูนิต ท่ามกลางทำเลอันเปรียบพร้อมใกล้แม่น้ำเจ้าพระยาทำเลศักยภาพแห่งอนาคตที่ให้คุณภาพชีวิตสมบูรณ์แบบรอบด้านถึง 360 องศาให้คุณได้เข้าถึงบรรยากาศของการพักผ่อนและการสัญจรสะดวกสบายใกล้เมืองคลองตัวด้วยรถไฟฟ้า MRT และรถไฟฟ้า BTS ใกล้สถานีสุรศักดิ์และสะพานตากสินพร้อมสะดวกด้วยทางด่วนศรีรัชและเฉลิมมหานคร พร้อมความพิเศษของรูปแบบห้องที่มีให้เลือกมากถึง 5 รูปแบบทั้ง One Bedroom, Two Bedrooms, Duplex, Executive Room (2-3ห้องนอน) และPenthouse/pool Villa ขนาดใหญ่ถึง 265-284 ตร.ม. กำหนดก่อสร้างแล้วเสร็จปี 2560

-โครงการ My Story ลาดพร้าว 71

“Reward your Life ให้รางวัลกับทุกเรื่องราวชีวิต”เมื่อการเดินทางของชีวิต มาบรรจบที่ “ความสำเร็จ” คุณจะมองหาสิ่งใดเพื่อเป็นรางวัลให้กับทุก เรื่องราวที่เต็มไปด้วยความหมาย “My Story ลาดพร้าว 71 รางวัล” คอนโดแบบ Low-rise สไตล์ Urban Minimal Contemporary 4 อาคาร 658 ยูนิต พร้อมสวนใจกลางเมืองขนาดใหญ่ และ Fitness & Double Swimming Pool สระว่ายน้ำระบบน้ำเกลือขนาดกว้างถึง 2 สระ Grand Lobby แบบ Double Volume รวมถึง Private library ห้องสมุดส่วนตัวในบรรยากาศสงบร่มรื่น ท่ามกลางธรรมชาติ กำหนดก่อสร้างแล้วเสร็จปี 2558

ซื้อขายโดยเน้นกลุ่มลูกค้าระดับกลาง-ล่าง ทั้งในพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑล โดยทางบริษัทได้จำแนกและกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ตรงกับความต้องการลูกค้า และสามารถรับรู้ระดับราคาที่แตกต่างกันไป โดยทางบริษัทได้มีการแบ่งแบรนด์ผลิตภัณฑ์ ดังนี้

ตารางที่ 1 – แบนด์และราคาของโครงการอาคารชุด

Segment	Mid-range – High range	Mid-range
Brand		

1) มาย สตอรี่ (MyStory)

แบรนด์สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ไม่สูงมากนัก เป็นจุดเริ่มต้นของที่อยู่อาศัยที่แรก มีความภูมิใจในการเป็นเจ้าของเหมือนได้มอบรางวัลชีวิตให้แก่ตนเอง เน้นประโยชน์ใช้สอยอย่างคุ้มค่า โดยโครงการของ MY STORY มีดังนี้

2) แดน ลิฟวิ่ง(THAN-LIVING)

สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ระดับปานกลางเพื่อคนวัยทำงานและกลุ่มครอบครัว ด้วยโครงการอาคารชุดที่ตอบสนองความต้องการของลูกบ้านที่ ให้ในสิ่งที่เหนือกว่า และรวมไปถึงการสร้างสังคมที่น่าอยู่ให้แก่ลูกบ้านในเครือด้วย

ตารางที่ 2 – ตารางสรุปรายละเอียดโครงการที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันของบริษัท กีธา พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด

โครงการ	สถานที่ตั้งโครงการ	ประเภทโครงการ	พื้นที่โครงการ (ไร่-งาน-ตร.ว.)	จำนวนหน่วย (ยูนิต)	ความคืบหน้าการขาย (ร้อยละของมูลค่าขายทั้งโครงการ)
แดน ลิฟวิ่ง รัชดา ประชาอุทิศ	ถนนประชาอุทิศ	อาคารชุด	8 - 1 – 82.0	828	49%
มาย สตอรี่ ลาดพร้าว 71	ถนนลาดพร้าว	อาคารชุด	8 - 0 – 0.0	658	80%
แดน ลิฟวิ่ง สาทร เจริญราษฎร์	ถนนเจริญราษฎร์	อาคารชุด	4 - 0 – 0.0	531	70%

ตารางที่ 3 – ตารางสรุปการซื้อที่ดินเพื่อพัฒนาโครงการ

ประเภท	โครงการ	ขนาด (ตร.ว.)
ที่ดินดำเนินการ พัฒนาโครงการแล้ว	แดน ลิฟวิ่ง รัชดาฯ-ประชาอุทิศ	3,382.0
	มาย สตอรี่-ลาดพร้าว 71	3,200.0
	แดน ลิฟวิ่ง สาทร-เจริญราษฎร์	1,600.0
ที่ดินรอการพัฒนา	มาย สตอรี่ บางซื่อ-บางบัวทอง	2,698.4
	บ้านเดี่ยว รามอินทรา 72	14,138.0
	แดน ลิฟวิ่ง พระราม 9-แอร์พอร์ตลิงค์	1,227.4
	แดน ลิฟวิ่ง-วงศ์สว่าง	1,802.7
	แดน ลิฟวิ่ง เอกมัย	1,500.0
	โรงแรม บางสีเห่ ภูเก็ต	19,143.0
	แดน ลิฟวิ่ง ประดิพัทธ์	8,924.7
	แดน ลิฟวิ่ง บางหว้า-เพชรเกษม	1,054.0
	มาย สตอรี่ แจ้งวัฒนะ	955.0
	โรงแรม เซาหลัก ฟังงา	6,842.2
รวม		66,467.4

บริษัทได้มีศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) ก่อนการซื้อที่ดินทุกครั้ง ในด้านกฎหมาย การตลาด การออกแบบ การก่อสร้าง เพื่อลดปัญหาต่างๆ และความเสี่ยงที่ตามมา โดยเมื่อศึกษารายละเอียดต่างๆ แล้ว บริษัทจึงจะดำเนินการซื้อที่ดิน

2.3 การตลาดและสภาวะการแข่งขัน

2.3.1 นโยบายและลักษณะการตลาด

1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์



บริษัท กีธา พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด ผู้พัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์และที่พักอาศัยเพื่อเติมเต็มวิถีชีวิตยุคใหม่ เราเชื่อมั่นที่จะสร้างสรรค์โครงการ เพื่อเป็นสัญลักษณ์ของการให้รางวัลชีวิต ด้วยการร่วมมือกับผู้ออกแบบและผู้ดำเนินการก่อสร้างอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำของประเทศ ตลอดจนการเลือกสรรวัสดุอุปกรณ์เกรดเอ ให้ทุกรายละเอียดสะท้อนคุณภาพ (High Quality) และคู่ควรกับการมีบ้านที่คุณจะรู้สึกสบายและผ่อนคลายทุกครั้งที่คุณกลับมา ที่ทำให้คุณเข้าใจถึงความหมายของคำว่า “การให้รางวัลตัวเอง”

ในทุกขั้นตอนการออกแบบ เราคำนึงถึงความสะดวกคล้อยกับรูปแบบชีวิตที่หลากหลายและแตกต่างกันของผู้บริโภคเพื่อสร้างทางเลือกในการอยู่อาศัย (Customization) ทุกโครงการภายใต้บริษัท กีธา พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด คุณสามารถเลือกสีห้อง เลือกการปรับระดับของไฟ และการตกแต่งภายในที่เหมาะสมกับคุณ ที่สำคัญเรามีการเพิ่มบริการ Concierge Service 24 ชั่วโมง ซึ่งเป็นหนึ่งในความพิเศษที่เราต้องการให้ลูกค้าของเราได้รับความสะดวกสบายอย่างเต็มที่ (Extraordinary Treat)

การได้เห็นลูกค้ามีไลฟ์สไตล์ในแบบที่ตนรัก (Passionate Lifestyle) เป็นหนึ่งในความมุ่งหวังสูงสุด และทำให้เราไม่หยุดนิ่งที่จะค้นหาว่า มีสิ่งใดที่ผู้บริโภคยังไม่ได้รับการเติมเต็มจากการอยู่อาศัย เพื่อให้การอยู่บ้านในวันธรรมดาเป็นวันที่พิเศษขึ้นได้

2) กลยุทธ์ด้านราคา

ทางบริษัทฯ ได้มีการวางแผนและกำหนดราคาขายสินค้าให้มีความเหมาะสมและเป็นที่ยอมรับทั้งทางด้าน ทำเลที่อยู่อาศัย สภาพทางเศรษฐกิจ อุปสงค์และอุปทานในพื้นที่ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายตัดสินใจได้ง่าย และมีความพอใจในการซื้อและ/หรือ การลงทุนในสินค้านั้นๆกับทางบริษัทฯ

3) กลยุทธ์ด้านการจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

การบริการบริหารงานขายนับเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญของกลยุทธ์ทางการตลาด โดยมีทีมงานมืออาชีพที่ผ่านประสบการณ์จริงให้คำปรึกษาอย่างใกล้ชิดทุกขั้นตอน ด้วยรูปแบบการทำงานที่ทันสมัยและใส่ใจทุกรายละเอียด มีความคล่องตัวในการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริหารการขาย เพื่อให้ตรงกับสภาวะตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการและวัตถุประสงค์ของลูกค้า เพื่อให้ได้สินค้าและบริการที่ตรงกับผู้บริโภคมากที่สุด

บริษัทฯ ยังมีฐานข้อมูลกลุ่มลูกค้าเป้าหมายขนาดใหญ่ที่เชื่อถือได้ ที่พร้อมจะช่วยให้การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการขายและการตลาดเป็นไปอย่างถูกต้องและแม่นยำเพื่อให้เกิดความมั่นใจได้ถึงความสำเร็จของโครงการ และการเพิ่มมูลค่าของการลงทุนอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดสามารถตอบสนองความต้องการและวัตถุประสงค์ของลูกค้าได้อย่างเป็นเยี่ยม โดยจะให้คำปรึกษาและแนะนำการพัฒนาโครงการให้ตรงตามความต้องการของตลาดร่วมวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดและคู่แข่งพร้อมวางแผนกลยุทธ์การขายและการตั้งราคาอย่างเหมาะสม พร้อมกันนั้นยังมีการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อสนับสนุนการส่งเสริมการขาย เพราะลูกค้าเปรียบเสมือนหัวใจสำคัญของบริษัท

4) กลยุทธ์ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์

การทำการตลาดด้านการสื่อสารและการโฆษณา เป็นกระบวนการพัฒนาแผนงานการสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้คุณค่าของโครงการผ่านสื่อที่หลากหลายอย่างต่อเนื่อง อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโฆษณา ข่าวประชาสัมพันธ์ Social Media และ Online Media ซึ่งช่องทางเหล่านี้จะช่วยให้การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นไปได้ง่าย สร้างแรงจูงใจได้อย่างรวดเร็ว เราจึงให้ความสำคัญต่อการวางกลยุทธ์ด้านนี้เป็นอย่างมาก พร้อมเล็งเห็นความจำเป็นในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อวางแผนทางการนำเสนอสู่กลุ่มเป้าหมายนั้นๆ อย่างตรงประเด็น อาทิ สไลด์แกน สื่อโครงการที่จดจำง่าย ไปจนถึงสไตล์การออกแบบ อย่างเป็นเอกลักษณ์ ตลอดจนกิจกรรมอื่นๆ ที่ช่วยส่งเสริมการขายและกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ

ทางบริษัทได้จัดโครงการ “LIVE To GIVE” ชีวิตคือการให้เป็นหนึ่งในกลยุทธ์ด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ซึ่งโครงการ “Live to Give” ชีวิตคือการให้เป็นกิจกรรมที่ทางจัดทำขึ้นเพื่อตอบแทนให้กับลูกค้า เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างลูกค้าและองค์กร

5) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย

ทางบริษัทได้มีการทำการส่งเสริมการขายเพื่อให้เป้าหมายเป็นไปตามการประมาณที่ได้ตั้งไว้ โดยมีการร่วมมือกับหลายภาคส่วน (Co-Promotion) ทั้งหน่วยงานรัฐและเอกชน อาทิ การร่วมมือด้านกลุ่มลูกค้าและเงื่อนไขพิเศษ, การร่วมมือด้านส่งเสริมการขาย, การร่วมมือเรื่องการเงินในการซื้อขาย และการร่วมมือเรื่องการแลกเปลี่ยนสินค้า(Barter)

6) กลยุทธ์ด้านการลูกค้าสัมพันธ์และบริการหลังการขาย

ทางบริษัทได้ให้ความสำคัญเรื่องการบริหารและตอบสนองความต้องการและบริหารจัดการความพึงพอใจของลูกค้าของบริษัทและรวมถึงกลุ่มแนวโน้มลูกค้าในอนาคต(Potential Client) โดยอำนวยความสะดวกด้านการให้บริการข้อมูล การชำระค่าบริการและการบริหารจัดการกลุ่มลูกค้าที่มีปัญหาหรือติดขัดด้านต่างๆ

ทางบริษัทฯ ได้ว่าจ้างหน่วยงาน/บริษัทเพื่อดำเนินการด้านบริการหลังการขาย ตรวจเช็คและส่งมอบสินค้า การบริหารนิติบุคคล การซ่อมบำรุงและการบริหารจัดการให้มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้และให้เป็นไปตามมาตรฐานของบริษัทฯ

การจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ในต่างประเทศ

ทางบริษัทฯ ได้ทำการขยายส่วนแบ่งทางการตลาดออกไปในภูมิภาคอาเซียน(Asian) โดยเริ่มต้นจากประเทศสิงคโปร์และมาเลเซีย โดยมีการวางแผนเพื่อขยายออกไปเพิ่มเติมในประเทศอื่นๆ อาทิ อินโดนีเซียและบรูไน อีกทั้งยังได้มีการเริ่มขยายออกไปในภูมิภาคเอเชีย อาทิ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นต้น โดยทางบริษัทฯ ได้ทำความร่วมมือกับพันธมิตรที่มีชื่อเสียงและมีความน่าเชื่อถือเพื่อดำเนินการขายและการตลาดในประเทศนั้นๆ และยังขยายความร่วมมือในหลายๆ ประเทศ.

2.3.2 ลักษณะลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย

บริษัทกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทเป็นผู้ที่ต้องการอยู่ใกล้สิ่งอำนวยความสะดวกในเรื่องการคมนาคมที่ต้องมีทางเลือกในการเดินทางได้หลายเส้นทาง เช่นมีรถไฟฟ้าวิ่งผ่าน หรือใกล้สถานีรถไฟฟ้า ถนนจะต้องกว้างขวางและมีที่จอดรถเพียงพอสำหรับลูกค้าของทุกโครงการ โดยบริษัทได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายไว้ดังนี้

BRAND DEVELOPMENT PLAN





WE PROVIDE THE EXTRAORDINARY LIVING EXPERIENCE
THROUGH EVERY RESIDENTIAL PROJECT WITH OUR STRONG
PASSION TO REFLECT THE VALUE OF REWARDING LIFE.



BRAND DEVELOPMENT PLAN

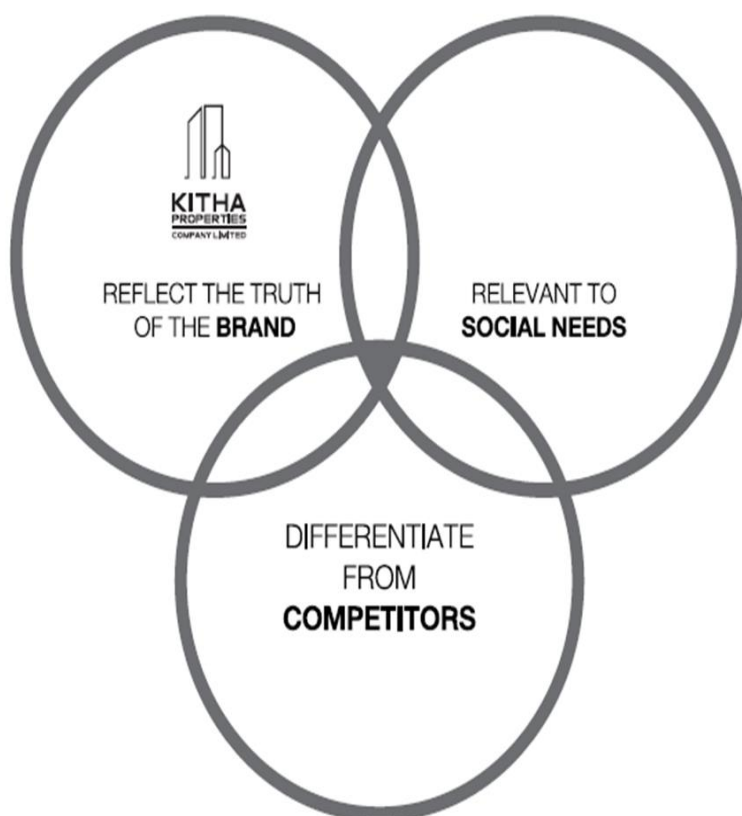


BRAND DEVELOPMENT PLAN





BRAND DEVELOPMENT PLAN



1. กลุ่มวัยทำงาน อายุ 28 ปีขึ้นไป

ในกลุ่มนี้ เป็นวัยที่เริ่มต้นการทำงาน การใช้ชีวิต และการเก็บเงินเพื่อสร้างความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

2. กลุ่ม อายุ 45 ปีขึ้นไป

เป็นกลุ่มวัยที่ทั้งทำงาน และเป็นผู้เลี้ยงพร้อม มาดมั่นในการดูแลครอบครัวอย่างดีที่สุด เพื่อชีวิตที่สมบูรณ์ แบบที่สุด สำหรับคนที่ต้องดูแล

3. กลุ่มทำงาน อายุ 35 ปีขึ้นไป

ในวัยนี้จะเริ่มแสวงหาความเป็นครอบครัว แสวงหาทำเลที่อยู่อาศัยเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

4. กลุ่มเกษียณอายุอายุ 55 ปีขึ้นไป

ชายวัยเกษียณความสุขของพวกเขาคือการได้ใช้เวลาเพื่อพักผ่อนกับคนที่รักใช้ชีวิตอย่างเรียบง่าย ทว่า สะดวกสบายมีทุกอย่างที่ครบครัน

2.3.3 ภาวะตลาดที่อยู่อาศัยปี 2557

ตลาดที่อยู่อาศัยโดยรวมปี 2557 จากตัวเลขโดยรวมของที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จจดทะเบียนเพิ่มทั้งหมดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มียอดบ้านจดทะเบียนเพิ่มรวม 127,456 หน่วย ลดลง 3.7% เมื่อเทียบกับปี 2556 โดยแบ่งแยกเป็นที่อยู่อาศัยประเภทสร้างเอง 24,849 หน่วย เพิ่มขึ้น 4.3% และที่อยู่อาศัยประเภทจัดสรรและอาคารชุด มีจำนวนรวม 102,6007 หน่วย ลดลง 5.9%

ตารางที่ 4 – ข้อมูลที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จจดทะเบียนในเขต กทม.และปริมณฑล ตามประเภทการสร้าง ระหว่าง 2554-2557

หน่วย : หลัง

จำแนกตามประเภท	2538*	2554	2555	2556	2557
สร้างเอง	32,118	20,128	23,437	23,285	24,849
บ้านจัดสรร	79,824	26,994	23,174	37,577	32,443
อาคารชุด	66,911	34,734	78,391	71,440	70,164
รวมทั้งหมด	178,853	81,856	125,002	132,302	137,456
%เปลี่ยนแปลง	-	-23.4%**	52.7%	5.8%	-3.7%

ที่มา : เขตในกรุงเทพมหานคร เทศบาลและสำนักงานจังหวัดปริมณฑล กรมการปกครอง ,กรมที่ดิน, AREA

* ปี 2538 เป็นปีที่มีบ้านจดทะเบียนสูงสุดนับตั้งแต่ปี 2530 เป็นต้นมา

** %เปลี่ยนแปลง ของปี 2554 คำนวณเปรียบเทียบกับปี 2553

ตารางที่ 5 – ข้อมูลที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จจดทะเบียนในเขต กทม.และปริมณฑล จำแนกตามประเภทจัดสรร ระหว่าง 2554-2557

จำแนกตามประเภท	2538*	2554	2555	2556	2557
บ้านจัดสรร	79,8224	26,994	23,174	37,577	32,443
% การเปลี่ยนแปลง	-	10.0%**	-14.2%	62.2%	-13.7%
อาคารชุด	66,911	34,734	78,391	71,440	70,164
% การเปลี่ยนแปลง	-	-42.0%**	125.7%	-8.9%	-1.8%
รวมทั้งหมด	146,735	61,728	101,565	109,017	102,607
%เปลี่ยนแปลง	-	-26.9%**	64.5%	7.3%	-5.9%

ที่มา : เขตในกรุงเทพมหานคร เทศบาลและสำนักงานจังหวัดปริมณฑล กรมการปกครอง ,กรมที่ดิน, AREA

* ปี 2538 เป็นปีที่มีบ้านจดทะเบียนสูงสุดนับตั้งแต่ปี 2530 เป็นต้นมา

** %เปลี่ยนแปลง ของปี 2554 คำนวณเปรียบเทียบกับปี 2553

2.3.4 แนวโน้มตลาดที่อยู่อาศัย ปี 2558

ในปัจจุบันความต้องการของผู้บริโภคอาจมีองค์ประกอบหลายส่วนด้วยกัน คือ 1. ซื้อเพื่อลงทุน เนื่องจากอัตราดอกเบี้ยเงินฝากธนาคารต่ำไป 2. ซื้อเพื่อความต้องการใช้จริงสำหรับเป็นบ้านในเมืองด้วยการจรรยาที่ติดขัดหรือให้บุตรหลาน 3. ซื้อเพราะว่า อัตราดอกเบี้ยผ่อนชำระที่อยู่อาศัยต่ำ ทำให้มีความสามารถผ่อนได้มากขึ้น 4.ซื้อเพื่อใช้เป็นที่อยู่อาศัยจริงสำหรับพนักงานระดับล่าง ซึ่งไม่อาจหาซื้อที่อยู่อาศัยที่ถูกกว่านี้แล้วแน่นอน ทั้งหมดนี้ต้องการระดับรายได้ที่เหมาะสมด้วย ปัจจัยข้างต้นทั้งหมดเป็นแรงผลักดันอย่างสำคัญให้อาคารชุดยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องมาไม่น้อยกว่า 5 ปีแล้ว แต่ด้วยเนื่องจาก ปัจจัยทางการเมืองในปี 2557 อาคารชุดเป็นสินค้าที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ทางการเมืองมากที่สุด ทำให้จากการคาดการณ์นั้นอาจเกิดการชะลอตัวทางการบริโภคที่อาจจะเกิดขึ้นในปี 2558 ต่อไปได้

ตลาดที่อยู่อาศัยในปี 2558 ของที่อยู่อาศัยประเภทจัดสรรมีแนวโน้มชะลอตัว ทั้งนี้ในปี 2558 มีปัจจัยที่สำคัญๆ ที่ส่งผลกระทบต่อตลาดที่อยู่อาศัย ดังนี้

- สถานการณ์เศรษฐกิจไทย มีแนวโน้มขยายตัวระหว่าง 3.4 – 4.4 % โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักจากการใช้จ่ายภาครัฐที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นจากการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ การขยายตัวดีขึ้นของภาคการท่องเที่ยว และการลงทุนภาคเอกชนที่คาดว่าจะปรับตัวดีขึ้น
- อัตราเงินเฟ้อมีแนวโน้มลดลงต่อเนื่อง ตามราคาน้ำมันและราคาสินค้าโภคภัณฑ์ที่ปรับตัวลงในปีที่ผ่านมาและยังคงมีทิศทางลดลงต่อเนื่อง คาดการณ์อัตราเงินเฟ้ออยู่ระหว่าง 0.4 – 1.4 %
- อัตราดอกเบี้ยนโยบาย มีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงลดลงเล็กน้อย ประเมินอัตราดอกเบี้ยนโยบายอยู่ระหว่าง 1.75 – 2.0 %
- ดัชนีก่อสร้างเริ่มคงที่ จากราคาวัสดุก่อสร้างที่มีแนวโน้มคงที่

- การเติบโตของสินเชื่อที่อยู่อาศัย มีแนวโน้มที่จะชะลอลง จากฐานที่สูงของปีที่ผ่านมา และนโยบายพิจารณาสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารพาณิชย์ที่เพิ่มความระมัดระวังและเข้มงวดมากขึ้น
- ราคาที่อยู่อาศัยมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น จากปัจจัยเรื่องราคาที่ดินที่ปรับสูงขึ้นต่อเนื่อง

สำหรับปัญหาสัดส่วนหนี้ภาคครัวเรือนต่อ GDP ที่มีการกล่าวถึงกันมากว่าจะบั่นทอนกำลังซื้อลงนั้น สาเหตุอยู่ที่อัตราดอกเบี้ยของสินเชื่อส่วนบุคคลโดยเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณปีละ 14% ส่วน GDP ณ ราคาปัจจุบันโตที่ประมาณ 7% สินเชื่อส่วนบุคคลที่เพิ่มขึ้นนี้คงไม่อาจกล่าวได้ว่าเป็นความเหลื่อมล้ำของสถาบันการเงิน เพราะว่าตัวชี้ความเข้มงวดการปล่อยสินเชื่อของธนาคารแห่งประเทศไทยก็ไม่ได้บอกว่าเป็นเช่นนั้น อัตราดอกเบี้ยของสินเชื่อส่วนบุคคลมาจากการแย่งส่วนแบ่งตลาดจากสถาบันการเงินในระบบของสถาบันการเงินในระบบ ซึ่งข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ กล่าวว่า สัดส่วนของครัวเรือนที่มีหนี้สินนอกระบบลดลงตามลำดับ นอกจากนี้ สัดส่วนหนี้สินของครัวเรือนโดยรวมต่อรายได้ก็ไม่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ดังนั้น สัดส่วนหนี้สินครัวเรือนต่อจีดีพีที่เพิ่มขึ้นจึงไม่น่าส่งผลกระทบต่อความต้องการที่อยู่อาศัย

ตารางที่ 1 เงินให้กู้ยืมแก่ภาคครัวเรือน 1

หน่วย: ล้านบาท

	Q4/2556	Q4/2554	Q4/2552	Q4/2550	Q4/2548	Q4/2546
1 สถาบันรับฝากเงิน	8,521,064 13.6	6,601,050 16.6	4,854,608 9.8	4,024,624 8.3	3,432,466 13.4	2,668,149
2 ธนาคารพาณิชย์ 2/	4,165,800 17.2	3,031,293 14.8	2,301,569 8.3	1,960,744 10.4	1,608,449 12.0	1,281,710
3 สถาบันการเงินเฉพาะกิจที่รับฝากเงิน 3/	2,887,775 9.0	2,428,845 18.0	1,743,048 11.4	1,403,334 9.7	1,165,248 18.1	835,881
4 สหกรณ์ออมทรัพย์	1,464,634 13.8	1,131,294 19.3	795,238 11.4	641,281 10.6	524,345 12.0	418,025
5 สถาบันการเงินอื่น	1,271,556 22.7	844,589 9.9	698,729 5.1	632,592 n.a.	n.a.	n.a.
6 บริษัทบัตรเครดิต อีชีอิง และสินเชื่อส่วนบุคคล	1,052,917 30.1	622,224 10.8	506,727 6.3	448,084 n.a.	n.a.	n.a.
7 บริษัทประกันและประกันชีวิต 5/	79,163 9.0	66,596 5.0	60,349 6.7	53,056 n.a.	n.a.	n.a.
8 บริษัทหลักทรัพย์	48,724 29.2	29,209 21.2	19,871 -5.5	22,269 n.a.	n.a.	n.a.
9 ไร่รับจำนำ 7/	56,506 -5.4	63,121 26.7	39,304 13.4	30,551 n.a.	n.a.	n.a.
10 สถาบันการเงินอื่นๆ 8/	8,536 25.0	5,463 2.5	5,196 1.3	5,063 n.a.	n.a.	n.a.
11 รวม	9,792,620 14.7	7,445,639 15.8	5,553,337 9.2	4,657,216 16.5	3,432,466 13.4	2,668,149
12 GDP (ณ ราคาตลาด)	11,898,710 6.2	10,540,134 8.0	9,041,551 3.0	8,525,197 9.6	7,092,893 9.5	5,917,369
13 สัดส่วนสินเชื่อครัวเรือนต่อจีดีพี	0.82	0.71	0.61	0.55	0.48	0.45

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

ผลิตภัณฑ์หรือบริการ

1. การจัดหาที่ดิน

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ บริษัทได้มีการสำรวจความต้องการของตลาดก่อน เพื่อตัดสินใจในการเลือกซื้อที่ดิน โดยหลังจากได้ที่ดินมา บริษัทได้ศึกษาข้อกำหนดต่างๆ เช่น พื้นที่ก่อสร้างที่สามารถสร้างได้ พื้นที่สีเขียว ที่จอดรถและความสูงของอาคาร โดยนำข้อมูลกฎหมายมารวมกับข้อมูลทางการตลาดว่าสามารถสร้างโครงการที่อยู่อาศัยที่เหมาะสมกับทำเลที่ตั้งนั้นๆ เช่น อาคารชุดพักอาศัย เป็นต้น ต่อมาทางบริษัทจึงลองออกแบบผังโครงการเบื้องต้นให้สามารถคิดคำนวณประมาณการมูลค่าโครงการที่เหมาะสม เมื่อวิเคราะห์โครงการได้เหมาะสมแล้ว ทางบริษัทจะจัดการว่าจ้างบริษัทออกแบบที่มีชื่อเสียง เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่สวยงามตอบสนองความต้องการของลูกค้า และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของแต่ละโครงการ ซึ่งการออกแบบนี้เป็นส่วนหนึ่งที่บริษัทให้ความสำคัญอย่างมาก และปัจจัยอื่นๆที่บริษัทฯ ใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาดังต่อไปนี้

- **ทำเลที่ตั้ง**

บริษัทฯ จะพิจารณาจัดซื้อที่ดินให้กระจายในหลายทำเลในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล และตามจังหวัดใหญ่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในแต่ละพื้นที่ได้อย่างหลากหลาย และเป็นการช่วยกระจายความเสี่ยงในการลงทุนของบริษัทฯ ไม่ให้จำกัดตัวอยู่ในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งเท่านั้น

- **สภาพตลาด**

บริษัทฯ จะคำนึงถึงความต้องการทางด้านการตลาดในแต่ละทำเล เพื่อให้สามารถเลือกซื้อที่ดินบนทำเลที่มีความต้องการทางด้านการตลาดสูงในปัจจุบันหรือในอนาคตอันใกล้ เพื่อนำมาพัฒนาโครงการที่เป็นที่ต้องการของตลาดได้อย่างถูกต้อง

- **การคมนาคม**

บริษัทฯ จะจัดซื้อที่ดินแปลงที่สามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกเหมาะสมกับแต่ละชนิดของโครงการ หากเป็นโครงการหมู่บ้านแนวราบจะต้องมีถนนเข้าถึงโครงการที่มีขนาดและความกว้างตามมาตรฐานที่กฎหมายอนุญาตให้ทำการจัดสรรที่ดินได้ มีระบบขนส่งมวลชนในระยะใกล้เคียง หากเป็นโครงการที่พักอาศัยแบบอาคารสูงจะต้องตั้งอยู่ในถนนสายหลักที่มีการจราจรคับคั่งสามารถเข้าถึงระบบขนส่งมวลชนได้ในระยะเดิน ใกล้ระบบขนส่งมวลชนรถไฟฟ้าหรือส่วนต่อขยายตามนโยบายของรัฐบาล

- **สาธารณูปโภคสิ่งอำนวยความสะดวก**

ที่ดินที่บริษัทฯ จัดซื้อจะต้องสามารถเชื่อมต่อกับระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานได้ เช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ ท่อระบายน้ำ มีการจัดเก็บขยะ เป็นต้น ภายในระยะใกล้เคียงของที่ดินที่บริษัทฯ จะจัดซื้อจะต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อการใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น ศูนย์การค้า ตลาด สถานศึกษา โรงพยาบาล เป็นต้น

- **รูปร่างและขนาดที่ดิน**

บริษัทฯ จะคัดเลือกแปลงที่ดินที่มีรูปร่างที่อำนวยให้สามารถจัดวางผังโครงการได้อย่างเหมาะสมตามหลักวิชาการและจะจัดซื้อที่ดินที่มีขนาดเหมาะสมกับชนิดของโครงการที่จะพัฒนา

- **กฎหมาย**

ก่อนที่บริษัทฯ จะจัดซื้อที่ดินจะต้องมีการตรวจสอบข้อจำกัดทางกฎหมาย และข้อบังคับต่างๆของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในด้านการใช้ประโยชน์ที่ดินว่ามีข้อควบคุมใดๆ บ้างที่มีผลต่อแนวทางการพัฒนาที่บริษัทฯ กำหนดขึ้นบนที่ดินแปลงนั้นๆ

- **แนวโน้มในอนาคต**

บริษัทฯ จะคัดเลือกที่ดินในพื้นที่บริษัทฯ เห็นว่ามีแนวโน้มที่จะเจริญเติบโตในแนวทางที่ดีขึ้น มีโครงการพัฒนาสาธารณูปโภคพื้นฐาน อาทิ ทางด่วน รถไฟฟ้า มอเตอร์เวย์ เพื่อขยายตัวเมืองของทางภาครัฐที่จะดำเนินการในอนาคต เพื่อให้ลูกค้าของบริษัทฯ ได้รับประโยชน์จากการเพิ่มค่าของทรัพย์สินที่ซื้อไป

โดยบริษัทฯ มีแนวทางที่หลากหลายในการจัดหาที่ดิน เช่น บริษัทฯ เป็นผู้ติดต่อกับเจ้าของที่ดินด้วยตัวเอง ซึ่งจะมีแหล่งที่มาจากผู้ที่เป็นเจ้าของที่ดินโดยตรง โดยที่บริษัทฯ จะลงประกาศซื้อที่ดินในสื่อต่างๆ รวมทั้งตรวจสอบประกาศขายที่ดินในสื่ออื่นๆ รวมถึงการตรวจสอบกับสถาบันที่มีสินทรัพย์ประกาศขาย เช่น สถาบันการเงิน กรมบังคับคดี การจัดประมูลภาคเอกชน เป็นระยะๆ อย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีช่องทางจากการเสนอขายจากตัวแทนขายที่ดิน บริษัทฯ จะคัดเลือกจัดซื้อตามคุณสมบัติของที่ดินที่บริษัทฯ ต้องการ เปรียบเทียบกับราคาที่ดินแปลงอื่นๆ ทั้งนี้ ที่ดินที่ผ่านการคัดเลือกจะถูกนำเสนอสู่การพิจารณาของคณะกรรมการบริหาร และ/หรือคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณา

โดยบริษัทฯ ยึดถือเรื่องความโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้เรื่องความเกี่ยวข้องกับทรัพย์สินเพื่อป้องกันการเปิดเผยประโยชน์ทับซ้อน อีกทั้งราคาซื้อจะต้องมีความเหมาะสมในแต่ละพื้นที่ ประโยชน์ใช้สอยและถูกต้องตามกฎหมาย

2. วัสดุก่อสร้าง

บริษัทฯ ได้มีการเจรจาต่อรองกับผู้ผลิตวัสดุก่อสร้างเพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพดีในราคาที่เหมาะสม และประหยัดพลังงาน โดยบริษัทฯ จะเป็นผู้จัดซื้อวัสดุก่อสร้างเองบางประเภท เช่น สลิกเมนต์ เพอร์นิเจอร์ และระบบรักษาความปลอดภัยที่ติดตั้งในบ้าน ทั้งนี้ นอกจากจะสามารถรักษาคุณภาพของสินค้า

3. การคัดเลือกผู้รับเหมา

บริษัทฯ มีทีมวิศวกรและทีมงานที่ทำหน้าที่คัดเลือกผู้รับเหมาที่มีคุณภาพ มีความสามารถ และประสบการณ์โดยได้มีการกำหนดมาตรฐานในการทำงาน พร้อมทั้ง มีแผนการตรวจรับงานที่ชัดเจน

4. ขั้นตอนการผลิตและเทคโนโลยี

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับรายละเอียดในทุกขั้นตอน โดยก่อนการกำหนดโครงการใดๆ บริษัทฯ จะมีการสำรวจทำเลและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อศึกษาความต้องการ รูปแบบพฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ และในการวิเคราะห์นั้นจะเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างทีมงานด้านการตลาด ทีมบริหารงานก่อสร้าง และฝ่ายบริหาร เช่น การออกแบบพื้นที่ใช้สอยด้วยนวัตกรรมใหม่ เทคโนโลยี การก่อสร้างประเภทประหยัดพลังงาน ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบความปลอดภัย เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการบริหารงานก่อสร้างซึ่งรวมถึงการคัดเลือกผู้รับเหมาที่มีความชำนาญ มีประสบการณ์ และมีความน่าเชื่อถือที่ดี ประกอบกับบริหารจัดการการจัดซื้อวัสดุก่อสร้างที่ดี

5. การจัดหาวัตถุดิบและการก่อสร้าง

อุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ บริษัทฯ ได้มีขั้นตอนการจัดซื้อวัสดุต่างๆ อย่างโปร่งใส โดยทางบริษัทฯ ได้ว่าจ้างผู้รับเหมาก่อสร้างที่มีชื่อเสียงและมากด้วยประสบการณ์ที่เหมาะสมกับการก่อสร้างในรูปแบบโครงการนั้นๆ ซึ่งบริษัทฯ ได้ดำเนินการให้มีที่ปรึกษาที่ได้รับการยอมรับ และการจัดจ้างอย่างโปร่งใสโดยใช้วิธีการเปิดซองประมูลการก่อสร้างเพื่อให้ราคาก่อสร้างที่เหมาะสมและงวดงานตรงตามแบบก่อสร้างโดยเป็นการว่าจ้างทั้งแบบเหมารวมกับวัสดุและค่าแรงกับผู้รับเหมาหลัก โดยโครงการ

คอนโดมิเนียมบริษัทฯ ได้ทำการจัดหาซื้อวัสดุบางอย่างเองในราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพและรูปแบบเพื่อลดภาระต้นทุนค่าใช้จ่าย โดยคิดเป็นสัดส่วนเฉลี่ย 20% ของต้นทุนการก่อสร้างทั้งหมด กระบวนการจัดหาซื้อวัสดุทางบริษัทได้รับมาตรฐานการรับรอง (มอก.) ทุกชิ้นเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือต่อลูกค้าในการซื้อโครงการ มีการสุ่มตรวจสอบจากบุคคลหรือหน่วยงานภายนอกที่ได้รับการยอมรับเพื่อความมั่นใจของลูกค้า

6. ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ จะจัดซื้อแปลงที่ดินที่ล้อมรอบด้วยสิ่งแวดล้อมที่ดี และคุ้มค่าต่อการลงทุนในอนาคต โดยบริษัทฯ ได้คิดค้นและพัฒนาโครงการโดยคำนึงถึงประโยชน์และความเหมาะสม โดยรูปแบบโครงการที่จะถูกพัฒนาขึ้น ทั้งนี้จะต้องไม่อยู่ติดกับแหล่งเสื่อมโทรม และสถานที่ที่อาจก่อให้เกิดอันตรายต่อลูกค้าผู้ซื้อสินค้าของบริษัทฯ

ทางบริษัทดำเนินโครงการต่างๆ หากโครงการใดเข้าเงื่อนไขที่ต้องยื่นขออนุมัติต่อคณะกรรมการสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ จะมีการว่าจ้างที่ปรึกษาสิ่งแวดล้อมเพื่อดำเนินการจัดเตรียมรายงานผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA Report) เพื่อให้สามารถขออนุญาตต่างๆ อย่างถูกต้องตามกฎหมายจากคณะกรรมการสิ่งแวดล้อม เมื่อเกิดการก่อสร้างเกิดขึ้นอาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อีกทั้งเมื่อเริ่มมีการก่อสร้างได้ควบคุมและตรวจสอบทางด้านระบบน้ำเสีย โดยน้ำเสียจากแต่ละโครงการจะได้รับการบำบัดการบำบัดก่อนระบายลงบ่อพัก รวมทั้งจัดให้มีการตรวจสอบคุณภาพน้ำทิ้งให้ได้มาตรฐานตามกฎหมายกำหนดไว้ก่อนระบายลงสู่สาธารณะและรวมถึงผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมอื่นๆ โดยมีการติดตามผลและประสานงานกับหน่วยงานราชการอย่างใกล้ชิด

7. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ณ ปัจจุบัน วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2558 บริษัทฯ ยังไม่เคยส่งมอบโครงการ โดยบริษัทฯ มียอดอาคารชุดพักอาศัยที่ได้รับการจองแล้วและรอโอนใน 4 โครงการ จำนวนรวม 1,362 หน่วย คิดเป็นมูลค่าขายทั้งสิ้น 3,845 ล้านบาท

3. ปัจจัยความเสี่ยง

3.1 ความเสี่ยงจากปัญหาด้านการเมืองและภาวะเศรษฐกิจ

จากยอดการโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลลดลงร้อยละ 5.8 ซึ่งเกิดจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลงต่อเนื่องและความไม่สงบทางการเมือง ส่งผลให้ผู้บริโภคไม่เชื่อมั่นในการลงทุนซื้อที่อยู่อาศัย ซึ่งส่วนนี้ส่งผลกระทบต่ออสังหาริมทรัพย์ ในด้านราคาปรับตัวสูงขึ้นทั้งราคาที่ดิน และราคาอาคารชุดพักอาศัยเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 3.8 ซึ่งส่วนนี้ทางบริษัทได้หาแนวทางลดความเสี่ยงโดยการจัดการบริหารการขายที่เหมาะสมไม่เพิ่มราคาอาคารชุดพักอาศัยที่เกินกำลังลูกค้าที่ต้องการจริงๆ หรือจัดส่วนลดของแถมพิเศษเพื่อให้เหมาะสมกับราคาที่เพิ่มขึ้น

อีกประการปัญหาด้านการเมืองและภาวะเศรษฐกิจ ยังส่งผลต่อการปล่อยสินเชื่อที่อยู่อาศัยโดยธนาคารพาณิชย์มีความเข้มงวดและระมัดระวังเพิ่มมากขึ้น โดยจำนวนที่อยู่อาศัยที่ได้รับการอนุมัติปล่อยสินเชื่อเพิ่มขึ้นเพียง 1.4% โดยบริษัทลดความเสี่ยงโดยการทำธุรกิจร่วมกับหลายธนาคาร เป็นทางเลือกให้แก่ลูกค้าหลายทางในการยื่นกู้ เป็นต้น

3.2 ความเสี่ยงจากสภาพการแข่งขัน

แม้ว่าภาวะเศรษฐกิจไทยโดยรวมในช่วงครึ่งแรกปี 2557 จะได้รับผลกระทบจากปัญหาการเมืองภายในประเทศ แต่หลังมิถุนายน 2557 ความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ก็เริ่มมีสัญญาณของการฟื้นตัว ยังไม่ได้เปลี่ยนแปลงมากนัก ภาวะเศรษฐกิจ และการผลิตโดยรวม น่าจะฟื้นกลับมาสู่สภาวะปกติภายในระยะสั้น ผู้ประกอบการแต่ละรายยังคงนำกลยุทธ์ด้านการตลาดหรือการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายมาใช้ในการกระตุ้นยอดขายอสังหาริมทรัพย์มากเช่นเดิม หลายบริษัทฯ ทั้งที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์ และอยู่นอกตลาด ตลอดจนเปิดตัวโครงการใหม่ๆ ทำให้มี Supply ลดลง

ปัจจุบันโครงการอสังหาริมทรัพย์มีการเปิดขายใหม่ปี 57 มีจำนวน 114,094 หน่วย ซึ่งเมื่อเทียบกับยอดซื้อ (อุปสงค์) มีสัดส่วนน้อยกว่าจำนวน 90,635 หน่วย ส่งผลให้โครงการเหลือคงค้างในปัจจุบันและมีโครงการเปิดแข่งขันใหม่เพิ่มขึ้นตามมา (ที่มาของข้อมูล : Agency for Real Estate Affairs)

การดำเนินการของบริษัทในการลดความเสี่ยงจากสภาพการแข่งขัน คือ มองทำเลที่ใหม่ที่มีศักยภาพในการแข่งขัน เช่น โครงการ แดน ลิฟวิ่ง พระราม 9 – แอร์พอร์ตลิงค์ ที่เปิดตัวขายใน 1 สัปดาห์ มียอดขายถึง 50% และเลือกทำเลที่สามารถรองรับความต้องการของลูกค้าได้อย่างแท้จริง โดยการสำรวจตลาดและราคาขายเพื่อให้บริษัทมีตำแหน่งทางการตลาดที่มีคู่แข่งที่น้อย เพื่อให้โครงการประสบความสำเร็จ และทางบริษัทมีฝ่ายพัฒนาธุรกิจคอยศึกษาการเปลี่ยนแปลงของภาวะตลาดอสังหาริมทรัพย์ เพื่อให้โครงการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อแข่งขันในตลาดได้เป็นอย่างดี รวมไปถึงการดูแลการให้บริการแก่ลูกค้า เน้นความพึงพอใจของลูกค้าเป็นเกณฑ์ ทำให้บริษัทฯ มีความได้เปรียบในการแข่งขันทั้งในด้านความน่าเชื่อถือและคุณภาพของสินค้าและบริการ ส่งผลให้มีผลกระทบกับบริษัทฯ ไม่มาก

3.3 ความเสี่ยงจากการเพิ่มขึ้นของราคาวัสดุ

เนื่องจากปัจจุบันโครงการอสังหาริมทรัพย์ที่เปิดใหม่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ราคาวัสดุก่อสร้างเพิ่มสูง ซึ่งดัชนีรวมราคาวัสดุเพิ่มสูงขึ้นประมาณ 1% ซึ่งเมื่อเทียบแต่ละรายการวัสดุที่เพิ่มสูงขึ้นได้แก่ ไม้ ซีเมนต์ คอนกรีต กระเบื้อง และวัสดุก่อสร้างอื่นๆ เป็นต้น อาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนค่าก่อสร้างที่เพิ่มสูงขึ้นตามมา และโครงการจึงต้องปรับตัวตามราคาค่าก่อสร้างเช่นกัน

บริษัทลดความเสี่ยงของราคาวัสดุที่เพิ่มขึ้น ประการแรกบริษัทได้มีการต่อรองกับผู้รับเหมาเพื่อให้ได้ต้นทุนราคาวัสดุที่เหมาะสมที่สุด อีกประการคือ บริษัทมีการทดแทนสินค้าในระดับราคาเดียวกันเพื่อควบคุมต้นทุน โดยมีการวางแผนงบประมาณการก่อสร้างที่เหมาะสม และประการสุดท้ายทางบริษัทได้มีการจัดหาซื้อวัสดุบางอย่างเองกับผู้ผลิตโดยตรงเป็นการควบคุมราคา

วัสดุได้อีกทาง ซึ่งหากจำเป็นก็จะสั่งซื้อล่วงหน้าโดยจะจัดซื้อคราวละมากๆ ทำให้สามารถต่อรองราคาและควบคุมต้นทุนค่าก่อสร้างได้ รวมทั้งสามารถบริหารและควบคุมคุณภาพและมาตรฐานของบ้านตามที่กำหนดไว้ได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้มีการศึกษาทางเลือกในการใช้วัสดุแต่ละประเภทที่ทดแทนกันได้ โดยเลือกใช้ให้เหมาะสมกับแต่ละสถานการณ์ รวมไปถึงการพัฒนาปรับปรุง วิธีการผลิต ขนส่งวัสดุก่อสร้างร่วมคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้างร่วมกับผู้รับเหมาและผู้ผลิต เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในด้านต้นทุน การจัดส่งลดปัญหาความผันผวนด้านราคา หรือการขาดแคลนวัสดุก่อสร้างให้น้อยลง

3.4 ความเสี่ยงจากการขายคอนโดมิเนียมก่อนการก่อสร้าง

การขายอาคารชุดพักอาศัยก่อนเริ่มก่อสร้างนั้น โดยระยะเวลาการก่อสร้างนั้นประมาณ 1 – 2 ปี ทางบริษัทจะได้รับเงินค่าผ่อนงวดจากลูกค้ามาไว้เป็นเงินในบริษัท ซึ่งสามารถลดความเสี่ยงทางด้านการตลาด แต่หากโครงการเกิดประสบปัญหาต่างๆ ทำให้โครงการเสร็จล่าช้า ส่งมอบโครงการให้ลูกค้าตามที่กำหนดไม่ได้ ทางบริษัทต้องจ่ายค่าเสียหายให้แก่ลูกค้าและเกิดการขาดทุนต่อโครงการ

บริษัทได้หาแนวทางแก้ไขลดความเสี่ยงนี้โดยเลือกผู้รับเหมาที่มีชื่อเสียง และมีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการก่อสร้างโครงการคอนโดมิเนียมมาอย่างยาวนาน รวมถึงบริษัทมีฝ่ายวิศวกรตรวจสอบและประสานงานกับผู้รับเหมาเป็นประจำ ส่งผลให้บริษัทสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างดีและควบคุมงานก่อสร้างได้เสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด

3.5 นโยบายของรัฐบาล

รัฐบาลมีนโยบายสำคัญในการลงทุนระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานซึ่งรวมถึงระบบขนส่งมวลชนทางราง ทั้งโครงการรถไฟฟ้าและรถไฟใต้ดิน เพื่อแก้ปัญหาจราจร บริษัทคาดว่าจะได้รับประโยชน์จากการขยายการลงทุนดังกล่าว เนื่องจากแผนการดำเนินธุรกิจหลักของบริษัท คือ การพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียม ประกอบกับราคาน้ำมันที่อยู่ในระดับสูง ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในเมืองมากขึ้นเพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายการเดินทาง นอกจากนี้มาตรการลดภาษีบ้านหลังแรกของรัฐบาลสำหรับที่อยู่อาศัยใหม่ ราคาไม่เกิน 5 ล้านบาท โดยผู้ซื้อจะได้รับสิทธิคือภาษีบุคคลธรรมดา ร้อยละสิบของมูลค่าที่อยู่อาศัยแต่ไม่เกิน 1 แสนบาทรวมแล้วไม่เกิน 5 แสนบาทตลอดระยะเวลา 5 ปี ต่อเนื่องซึ่งคาดว่าจะเกิดผลดีต่อการขายที่อยู่อาศัยเนื่องจากห้องชุดของบริษัท ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงราคาที่ได้รับสิทธิพิเศษจากมาตรการภาษีดังกล่าว

3.6 ความเสี่ยงจากการปล่อยสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารพาณิชย์

ปัจจุบันธนาคารพาณิชย์ในประเทศเข้มงวดการปล่อยสินเชื่อแก่ผู้บริโภคที่ซื้อที่อยู่อาศัย อันเนื่องจากความวิตกของภาระหนี้สินครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง ซึ่งอาจจะมีความเสี่ยงที่ธนาคารพาณิชย์จะปฏิเสธไม่อนุมัติสินเชื่อแก่ลูกค้า ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อ ยอดการโอนกรรมสิทธิ์ เพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทฯ จะประเมินคุณสมบัติเบื้องต้นและความสามารถในการผ่อนชำระเงินกู้ของลูกค้าที่จะขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินตั้งแต่ช่วงที่เข้ามาซื้อโครงการไปจนถึงการขอสินเชื่อกับสถาบันการเงิน นอกจากนี้ สำหรับโครงการอาคารสูงจะมีการเรียกเก็บเงินดาวน์จากลูกค้าประมาณ 20% ของราคาขาย ส่วนอีก 80% เป็นการขอสินเชื่อจากธนาคาร ณ วันโอนกรรมสิทธิ์ ซึ่งจะให้ความเสี่ยงจากการปล่อยสินเชื่อลดลง เนื่องจาก สัดส่วนในการขอสินเชื่อต่ำกว่าเกณฑ์ที่ธนาคารพาณิชย์กำหนด

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินของบริษัท กีตา พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด

1) รายการทรัพย์สิน ประเภททรัพย์สินระหว่างการพัฒนา ได้แก่ ที่ดินเพื่อการพัฒนาโครงการ และงานระหว่างก่อสร้าง

โครงการ	ที่ตั้งโครงการ	ลักษณะโครงการ	พื้นที่ (ไร่-งาน-ตารางวา)
1. แดน ลิฟวิ่ง รัชดาฯ-ประชาอุทิศ	ถ.ประชาอุทิศ	คอนโดมิเนียม	8-1-82.0
2. มาย สตอรี่ ลาดพร้าว 71	ถ.นาคนิวาส	คอนโดมิเนียม	8-0-0.0
3. แดน ลิฟวิ่ง สาทร-เจริญราษฎร์	ถ.เจริญราษฎร์	คอนโดมิเนียม	4-0-0.0
รวมทรัพย์สินระหว่างการพัฒนา 3 รายการ			

2) รายการทรัพย์สิน ประเภทสินรอกการพัฒนา ได้แก่ ที่ดินและต้นทุนโครงการรอกการพัฒนา

โครงการ	ที่ตั้งโครงการ	พื้นที่ (ไร่-งาน-ตารางวา)	มูลค่าตามราคาประเมิน (บาท)
1. พระราม9-แอร์พอร์ตลิงค์	ถ.ศรีนครินทร์	3-0-27.4	537,852,000
2. รัชดา-วงศ์สว่าง	ถ.กรุงเทพฯ-นนท์	4-2-02.7	360,540,000
3. บางบัวทอง	ถ.รัตนธิเบศร์	6-2-98.4	431,744,000
4. รามอินทรา 72	ถ.รามอินทรา	35-1-38.0	995,138,000
5. เอกมัย	ถ.สุขุมวิท 63	3-3-00.0	480,000,000
6. บางสีเหว, ภูเก็ต	ถ.บ้านแหลมตึกแก	47-3-43.0	306,288,000
7. ประดิพัทธ์	ช.ประดิพัทธ์ 17	22-1-24.7	895,720,000-ทางเลือกที่1 1,468,296,000-ทางเลือกที่2
8. บางหว้า	ถ.เพชรเกษม	2-2-54.0	300,390,000
9. แจ้งวัฒนะ	ถ.แจ้งวัฒนะ	2-1-55.0	25,770,000
10. เขาลูก, พังงา	ถ.เพชรเกษม กม.789	17-0-42.2	171,055,000
รวมทรัพย์สินรอกการพัฒนา 10 รายการ			

4.2 ส่วนปรับปรุงอาคารเช่าและอุปกรณ์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 และ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทและบริษัทย่อยมี ส่วนปรับปรุงอาคารเช่า เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน ซึ่งสามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	มูลค่าทางบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)		ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
	31-ธ.ค.-57	31-ธ.ค. -56		
ส่วนปรับปรุงอาคารเช่า	-	-	บริษัทเป็นเจ้าของ	-
สำนักงานขายและห้องตัวอย่าง	11.34	-	บริษัทย่อยเป็นเจ้าของ	-
อุปกรณ์สถานีและฝ่ายผลิต	-	1.06	บริษัทย่อยเป็นเจ้าของ	-
อุปกรณ์	4.53	-	บริษัทย่อยเป็นเจ้าของ	-
เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	1.56	1.26	บริษัทและบริษัทย่อยเป็นเจ้าของ	-
ยานพาหนะ	3.86	6.78	บริษัทและบริษัทย่อยเป็นเจ้าของ	สัญญาเช่าซื้อ
งานระหว่างก่อสร้าง	5.28	-	บริษัทย่อยเป็นเจ้าของ	-
รวม	26.59	9.10	153.3	-

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ข้อพิพาททางกฎหมายซึ่งบริษัทเป็นคู่ความหรือคู่กรณี ซึ่งเป็นคดีหรือข้อพิพาทที่ยังไม่สิ้นสุด และเป็นคดีที่มีได้เกิดจากการประกอบธุรกิจโดยปกติของบริษัท จำนวน 1 คดี จากคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.) ได้มีมติชี้มูลความผิดกรณีการระบายข้าวแบบจีทูจี และบริษัท ก็ธ่า พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด ถูกระบุว่า เป็น ผู้ถูกกล่าวหา ร่วมอยู่ด้วย โดยทางบริษัท ก็ธ่า พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด ขอชี้แจงข้อเท็จจริงที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ :

1. บริษัท ก็ธ่า พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด ได้มีการเปลี่ยนแปลงผู้ถือหุ้น กรรมการและทีมงานผู้บริหารตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 ที่ผ่านมา และไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้นหรือกรรมการที่มีชื่อปรากฏในข่าวที่กล่าวถึงข้างต้นแต่อย่างใด
2. บริษัท ก็ธ่า พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด ได้รับการสนับสนุนด้านการเงินจากกลุ่มนักลงทุนต่างประเทศ ที่ได้เข้ามาลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทยผ่านทางกองทุน Fortune Thailand Investment Fund (ฟอร์จูน ไทยแลนด์ อินเวสต์เมนต์ ฟันด์) ซึ่งมีสำนักงานอยู่ที่ประเทศสิงคโปร์ และได้แต่งตั้งตัวแทนเข้ามากำกับ และดูแลให้บริษัทบริหารงานให้เป็นไปตามนโยบายและเป้าหมายของบริษัท
3. ปัจจุบัน บริษัท อาดามัส อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เป็นผู้ถือหุ้นร้อยละ 99.9 ของบริษัท ก็ธ่า พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด และกองทุน Fortune Thailand Investment Fund (ฟอร์จูน ไทยแลนด์ อินเวสต์เมนต์ ฟันด์) เป็นถือหุ้นร้อยละ 24.3 ของบริษัท อาดามัส อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) บริษัทก็ธ่า พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด ขอเรียนยืนยันว่า กรณีที่ปรากฏเป็นข่าวและเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นนั้น จะไม่กระทบถึงการบริหารงาน หรือการพัฒนาโครงการที่บริษัทกำลังดำเนินการอยู่และที่จะเกิดขึ้นในอนาคต แต่อย่างใด บริษัทก็ธ่า พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด ยังคงมุ่งมั่นในการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยที่มีคุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าต่อไป และจะยังคงดำเนินนโยบายในการก้าวเป็นผู้นำตลาดอสังหาริมทรัพย์ในอนาคตอันใกล้เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายของบริษัท

จากกรณีดังกล่าวอยู่ในระหว่างการพิจารณาของชั้นศาล ทางบริษัทก็ธ่า พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด ได้ขอยืนยันว่าจะไม่กระทบถึงการบริหารงาน หรือการพัฒนาโครงการที่บริษัทกำลังดำเนินการอยู่และที่จะเกิดขึ้นในอนาคต แต่อย่างใด

6. รายละเอียดบริษัทที่ออกหลักทรัพย์

รายละเอียดบริษัทที่ออกหลักทรัพย์

ชื่อบริษัท : บริษัท อาดามัส อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ” หรือ “ADAM”)
ประเภทธุรกิจ : การลงทุนในบริษัทย่อยในลักษณะ Holding Company
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 65/217 อาคารชานาญเพ็ญชาติ บิสเนส เซ็นเตอร์ ชั้นที่ 26 ถนน พระราม 9 แขวง ห้วยขวาง เขต ห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร
เลขทะเบียนบริษัทฯ : 0107546000181
โทรศัพท์ : (662) 612-2242
โทรสาร : (662) 612-2243
โฮมเพจบริษัทฯ : <http://www.adamas.co.th>

ชื่อบริษัทแทน : บริษัท กีธา พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด
Kitha Properties Company Limited
ประเภทธุรกิจ : พัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อขาย
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 48/7-8 ซ.รัชดาภิเษก 20 ถ.รัชดาภิเษก สามเสนนอก ห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310
เลขทะเบียนบริษัทฯ : 01005555035488
โทรศัพท์ : (662)-167-3039
โทรสาร : (662)-167-3044
โฮมเพจบริษัทฯ : <http://www.siralai.com/>