

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ มีนโยบายลงทุนในธุรกิจที่ได้ผลตอบแทนให้เป็นที่ไปตามเป้าหมายของบริษัทฯ และผู้ถือหุ้น โดยเน้นไปที่ธุรกิจการให้บริการ และอสังหาริมทรัพย์ อาทิ คอนโดมิเนียม หรืออาคารชุดพักอาศัย, บ้าน และที่ดิน, ที่ดินเปล่า, ที่ดินเพื่อการอุตสาหกรรม และโรงงาน และฯลฯ ซึ่งฝ่ายบริหารได้พิจารณา และเล็งเห็นถึงความต้องการที่เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน โดยเน้นหนักไปที่ส่วนต่อขยายของชุมชนเมือง และการกระจายระบบสาธารณูปโภคจากภาครัฐบาล

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจโดยยึดถือหลักธรรมาภิบาล ควบคู่กับรักษาผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้น และมีความรับผิดชอบต่อสังคมหรือชุมชนโดยรอบ

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย

วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำในการสร้างมูลค่าเพิ่มกับธุรกิจให้มีการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน เพื่อประโยชน์ของผู้ถือหุ้น และสังคม

ภารกิจ

ผู้มุ่งเน้นในการสร้างธุรกิจที่อยู่อาศัย ให้สามารถสะท้อนถึงการใช้ชีวิตสมัยใหม่ของกลุ่มวัยรุ่นจนถึงวัยทำงาน เราได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของ “บ้านเดี่ยว 2 ชั้น” ซึ่งปัจจุบันคงเป็นตัวเลือกอันดับต้นๆ ของใครหลายคน เพราะด้วยรูปแบบการใช้ชีวิตที่แสวงหาความสมบูรณ์แบบเพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์อีกหลากหลายด้าน พร้อมปรับสมดุลชีวิตทำงาน และการพักผ่อนอย่างแท้จริง

เป้าหมายระยะสั้น

บริษัทจะเน้นระบบพิจารณาลั่นกรองการลงทุนในธุรกิจที่มีอนาคต หรือมีแนวโน้มดี และเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ เพื่อให้ได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนไม่ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ตลอดจนมุ่งเน้นในการพัฒนาบุคลากรของบริษัทให้มีประสิทธิภาพ ความรู้ความสามารถ ที่จะเข้าไปกำกับ ควบคุม ดูแล กิจกรรมที่ไปลงทุน เพื่อให้มั่นใจว่ากิจการที่ไปลงทุนมีระบบการบริหาร ระบบการตรวจสอบ ถ่วงดุล และติดตามอย่างใกล้ชิด เพื่อป้องกันการเสียหายจากการบริหารงานที่ไม่เป็นไปตามแผนงานและงบประมาณที่ได้รับอนุมัติ

เป้าหมายระยะยาว

บริษัทเป็น Holding Company ดำเนินธุรกิจลงทุนในกิจการต่างๆ ที่มีผลประกอบการดี และ/หรือ เป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มดีในอนาคต มีทีมบริหารจัดการที่มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ เข้าใจธุรกิจ

ที่ดำเนินการอยู่อย่างดี ตลอดจนมีการบริหารงานด้วยความซื่อสัตย์ โปร่งใส มีระบบการควบคุมภายในที่ดี ซึ่งคาดว่าจะสร้างผลตอบแทนในอนาคตให้บริษัทได้ไม่ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ เมื่อบริษัทต่างๆ ที่บริษัทถือหุ้นไว้มีศักยภาพเพียงพอที่จะจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ทั้ง ไทย และต่างประเทศ บริษัทจะให้การสนับสนุนในการดำเนินการดังกล่าวต่อไป

1.2 การเปลี่ยนแปลง และพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท อาดามัส อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “ADAM”) เดิมชื่อ บริษัท อาร์ เค มีเดีย โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) (“RK”) จัดตั้งเมื่อวันที่ 19 กันยายน 2545 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบธุรกิจการลงทุนในบริษัทย่อยในลักษณะ Holding Company ปัจจุบันได้ลงทุนในบริษัทย่อย 1 บริษัท คือ บริษัท สิทธารมย์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (Sittarom Development Co.,Ltd.)

ประวัติความเป็นมา และพัฒนาการที่สำคัญของบริษัท และบริษัทย่อย สรุปได้ดังนี้

- | | |
|----------------|---|
| กันยายน 2545 | บริษัทจัดตั้งขึ้นเพื่อประกอบธุรกิจการลงทุนในบริษัทอื่น ในลักษณะของ Holding Company ด้วยทุนจดทะเบียนเรียกชำระเต็มมูลค่า 50 ล้านบาท |
| พฤศจิกายน 2546 | บริษัทได้เสนอขายหุ้นสามัญออกใหม่จำนวน 25 ล้านหุ้นต่อประชาชนทั่วไป โดยได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์ และในเดือนเดียวกันนั้นตลาดหลักทรัพย์ได้รับหุ้นสามัญของบริษัทเข้าเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม 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 ของทุนจดทะเบียน และเรียกชำระแล้วของ AIM ในราคา 10 บาทต่อหุ้น และจัดสรรหุ้นสามัญออกใหม่ให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของ 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 ซึ่งประกอบธุรกิจบริหารกิจกรรมทางการตลาดรับจ้างถ่ายทำ ดัดต่อ ภาพยนตร์และผลิตรายการ 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 ล้างจิ้ง จำกัด (XL) เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท อาดามัส เอ็กซ์ตรา ล้างจิ้ง 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 แปลงเป็นหุ้นสามัญ จำนวน 6,061,128 หุ้น เป็นจำนวน 6,061,128 บาท บริษัทได้จดทะเบียนเพิ่มทุนชำระแล้วเป็นจำนวน 280,163,587 บาท กับกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 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

บาทที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 7/2556 เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2556 ได้มีมติอนุมัติให้ XL ประกอบธุรกิจการพัฒนา และจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งเพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิมจำนวน 1,000,000 บาท เป็นทุนจดทะเบียน 50,000,000 บาทและเปลี่ยนชื่อจากบริษัท อาคามัส เอ็กซ์ตรา ล่าจซ์ จำกัด (XL) เป็น บริษัท อาคามัส คอนซูเมอร์ จำกัด (AC) ซึ่ง AC ได้ทำการจดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์เป็นที่เรียบร้อยแล้วเมื่อวันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2557

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

1. อนุมัติลดทุนจดทะเบียนของบริษัท จำนวน 60,000,000 บาท มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท จากทุนจดทะเบียน 340,163,587 บาท เป็น 280,163,587 บาท โดยการตัดหุ้นที่ยังไม่ได้ออกจำหน่ายของบริษัท
2. อนุมัติเพิ่มทุนของบริษัทอีกจำนวน 500,000,000 บาท จากทุนจดทะเบียนเดิม 280,163,587 บาท เป็นจำนวน 780,163,587 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 500,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เพื่อบริหารจัดการสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่บุคคลในวงจำกัด (Private Placement) ซึ่งได้แก่กลุ่มผู้ลงทุนใหม่
3. อนุมัติจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัท และรายการที่เกี่ยวข้องกันภายใต้ประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน และประกาศคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่เกี่ยวข้อง โดยจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทจำนวน 500,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท ให้แก่กลุ่มผู้ลงทุนใหม่ ได้แก่ บริษัท ที แลนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (“บริษัท ที แลนด์”) และ Fortune Thailand Investment Fund ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ลงทุนของบริษัท ที แลนด์ ในราคาหุ้นละ 1.71 บาท ซึ่งราคาเสนอขายหุ้นดังกล่าวเป็นราคาที่ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 90 ของราคาตลาดตามประกาศที่เกี่ยวข้องของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์ ทั้งนี้การจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้กับกลุ่มผู้ลงทุนใหม่ดังกล่าวเข้าข่ายเป็นการทำรายการที่เกี่ยวข้องกันระหว่างบุคคลที่เกี่ยวข้องกันตามประกาศรายการที่เกี่ยวข้องซึ่งได้แก่ 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 อาคามัส เวิลด์ จำกัด (ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท) บริษัทจะขายหุ้นสามัญของ บริษัท อาคามัส เวิลด์ จำกัด จำนวน 1,800,000 หุ้น ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนหุ้นจดทะเบียน ในราคา 100,000 บาท ให้แก่ นายรัฐ อักษรณะเศรษฐ์

4.2 รายการจำหน่ายไปซึ่งหุ้นสามัญของ บริษัท อาคามัส คอนซูเมอร์ จำกัด (ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท) บริษัทจะขายหุ้นสามัญของ บริษัท อาคามัส คอนซูเมอร์ จำกัด จำนวน 10,000 หุ้น ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนหุ้นจดทะเบียนในราคา 10,000 บาท ให้แก่นางสาวโชติมา ชูบชูวงศ์

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 ให้แก่นายรัฐ อักษรณะเคราะห์

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 ให้แก่นายรัฐ อักษรณะเคราะห์

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

ทั้งนี้ การทำรายการขายหุ้นในบริษัทย่อย บริษัทร่วม บริษัทที่เกี่ยวข้อง รวมจำนวน 4 บริษัท ดังกล่าวทั้งหมดถือเป็นการ โอนขายกิจการทั้งหมดที่สำคัญให้แก่บุคคลอื่นตามมาตรา 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 ในการนี้เมื่อบริษัทดำเนินการดังกล่าวจะทำให้บริษัทเข้าข่ายกรณีของบริษัทจดทะเบียนมีสินทรัพย์ทั้งหมด หรือเกือบทั้งหมดในรูปเงินสด หรือหลักทรัพย์ระยะสั้น (Cash Company) ตามประกาศรายการได้มาหรือจำหน่ายไป

5. อนุมัติการเสนอซื้อหุ้นสามัญของบริษัท กิธา พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด (“บริษัท กิธา”) ในมูลค่าทั้งสิ้นไม่เกิน 800,000,000 บาท ตามที่ผู้ถือหุ้นนับรวมหุ้นกัน ได้เกินกว่า 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 เอ. ที. แลนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด) ในส่วนที่ยังค้างชำระอยู่อีกจำนวน 663,000,000 บาท ตามสัญญาซื้อขายหุ้น ลงบับลงวันที่ 23 กันยายน 2557

จากเหตุการณ์ที่สำคัญในปี 2557 บริษัทมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างธุรกิจหลัก จากเดิมที่กลุ่มบริษัทดำเนินธุรกิจการบริหารจัดการสถานีวิถีกีฬา และธุรกิจบริหารกิจกรรมการตลาด ซึ่งเป็นไปตามแผนนโยบายการลงทุนของบริษัท แม้ว่าผลประกอบการตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาไม่สามารถสร้างกำไร และจ่ายเงินปันผลได้ก็ตาม ดังนั้นคณะกรรมการจึงได้เสนอให้มีการเปลี่ยนแปลงแนวทางการดำเนินธุรกิจของกลุ่ม จากเดิมเป็นการดำเนินธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งคาดว่าจะมีผลตอบแทนในระยะกลาง และระยะยาวเป็นไปตามนโยบายการลงทุน และสามารถจ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้นได้ในอนาคตอันใกล้ต่อไป

แนวทางการดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อยทั้งหมดจะดำเนินการภายใต้การกำกับดูแลให้เป็นไปตามนโยบาย และการควบคุมจากบริษัท โดยผ่านทางคณะกรรมการบริหาร ซึ่งนโยบาย เป้าหมาย รวมทั้งกลยุทธ์ของการดำเนินงานของบริษัทย่อยทั้งหมดมาจากคณะกรรมการบริษัท การปฏิบัติต่อพนักงานทั้งหมดของบริษัทย่อยจะเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับบริษัท โดยมีสวัสดิการผลตอบแทน ระเบียบปฏิบัติ และค่านิยมองค์กร เช่นเดียวกับบริษัททุกประการ เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายแนวเดียวของบริษัท

ธันวาคม 2558 มติที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2558 เมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2558 บริษัทมีสินทรัพย์รวมจำนวน 9,478.13 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2557 และ 2556 ซึ่งมีสินทรัพย์รวม 8,735.32 ล้านบาท และ 56.13 ล้านบาท สินทรัพย์ส่วนใหญ่สูงขึ้นเป็นผลมาจากการเพิ่มทุน และการลงทุนในบริษัทย่อย หรือคิดเป็นการเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.50 จากปี 2557 ผลการดำเนินงานในปี 2558 บริษัทมีรายได้รวมจำนวน 132.89 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2557 ซึ่งมีรายได้รวม 75.41 ล้านบาท เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 76.22 เป็นผลมาจากบริษัทเริ่มทยอยรับรู้รายได้ของอสังหาริมทรัพย์เข้าในช่วงปี 2558 จำนวน 128.69 ล้านบาทซึ่งเป็นรายได้จากการขายอาคารชุดในโครงการที่พัฒนาเสร็จในขณะที่ยปี 2557 รายได้ส่วนใหญ่มาจากการขายที่ดินจำนวน 63.73 ล้านบาท

เมษายน 2559 จากมติที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2559 วันที่ 28 เมษายน 2559 ได้มีอนุมัติการจำหน่ายไปซึ่งหุ้นสามัญของบริษัท กิธา พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท จำนวนรวม 21,999,998 หุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 99.9 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด ให้กับบริษัท เอ. ที. แลนด์ แอนด์ เดเวลอปเม้นท์ จำกัด ซึ่งไม่เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกันกับบริษัท ในราคาประมาณหุ้นละ 39.45 บาท

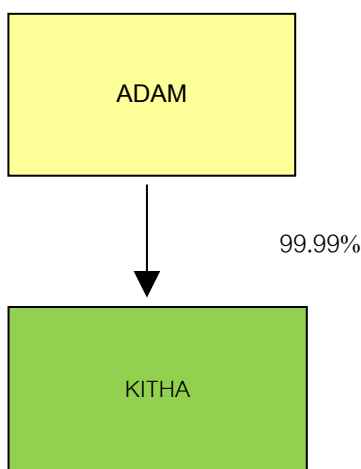
รวมเป็นมูลค่า 868 ล้านบาท ซึ่งถือเป็นรายการจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ ภายใต้ประกาศคณะกรรมการกำกับ
ตลาดทุน และประกาศคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่เกี่ยวข้อง

สิงหาคม 2559 จากมติที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2559 เมื่อวันที่ 19 สิงหาคม 2559 ได้อนุมัติการเข้าซื้อ
หุ้นสามัญของ สิทธารมย์ จำนวน 160,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1,000 บาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 100
ของจำนวนหุ้นทั้งหมดในสิทธิารมย์ รวมเป็นเงินจำนวน 370,005,000 บาท จาก บริษัท เพาเวอร์ไลน์
เอนจิเนียริง จำกัด (มหาชน)

จากการที่บริษัทเป็น Holding Company ดังนั้นในรายละเอียดข้างล่าง จึงเน้นในส่วนของการลงทุน
ในธุรกิจใหม่ผ่านบริษัทย่อย ตามมติที่ประชุมวิสามัญ ครั้งที่ 2/2557 ลงวันที่ 25 กันยายน 2557 บริษัทย่อยดังกล่าวเป็นแกน
ดังนั้น บริษัทจึงเน้นในส่วนของบริษัทย่อยดังกล่าว ตามรายละเอียดต่อไปนี้

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559



1. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทที่ประกอบธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยดำเนินการผ่านบริษัทย่อย คือ บริษัท กิธา พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด
("KITHA") บริษัท กิธา พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด เป็นบริษัทแกนที่ประกอบธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้
บริษัท กิธา พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด

วิสัยทัศน์ของบริษัท

บริษัท กิธา พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด ผู้พัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ และที่พักรักษาเพื่อเติมเต็มวิถีชีวิตยุคใหม่ เรา
มุ่งมั่นที่จะสร้างสรรค์โครงการ เพื่อเป็นสัญลักษณ์ของการให้รางวัลชีวิต ด้วยการร่วมมือกับผู้ออกแบบและผู้ดำเนินการก่อสร้าง
อสังหาริมทรัพย์ชั้นนำของประเทศ ตลอดจนการเลือกสรรวัสดุอุปกรณ์เกรดเอ ให้ทุกรายละเอียดสะท้อนคุณภาพ (High Quality)

และคู่ควรกับการมีบ้านที่คุณจะรู้สึกสบาย และผ่อนคลายทุกครั้งที่คุณกลับมา ที่ทำให้คุณเข้าใจถึงความหมายของคำว่า “การให้รางวัลตัวเอง”

เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด และกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างกัน บริษัทจะเน้นตลาดกลุ่มลูกค้าผู้มีรายได้ในแต่ละระดับ โดยมุ่งเน้นที่จะพัฒนาโครงการปัจจุบัน และก่อสร้างบ้านที่อยู่ระหว่างดำเนินการให้แล้วเสร็จ และส่งมอบให้แก่ลูกค้าตามกำหนด เพื่อสร้างการจดจำในตราสินค้าของกลุ่มบริษัท ใช้เป็นชื่อนำหน้าโครงการต่างๆ ทุกโครงการ ตามด้วยชื่อลักษณะ หรือรูปแบบโครงการที่แตกต่างกันออกไปตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในแต่ละระดับ “เรามอบประสบการณ์การใช้ชีวิตที่มีคุณค่า ผ่านทุกโครงการที่พักอาศัย เพื่อสะท้อนความหมายของการให้รางวัลชีวิต”

ภารกิจของบริษัท

ในปี 2559 กีธา พร็อพเพอร์ตี้ส์มุ่งมั่นสร้างภารกิจที่น่าเชื่อถือให้แก่ลูกค้า 4 ภารกิจ ดังนี้

- คัดสรรสิ่งที่ดีที่สุดให้ลูกค้า
- ดูแลและเอาใจใส่ลูกค้าเป็นพิเศษ
- สร้างสรรค์สิ่งตอบสนองแต่ละบุคคล
- สร้างแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต

กลยุทธ์ของบริษัท

ในปี 2559 กีธา พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด สร้างกลยุทธ์ธุรกิจบริษัท 4 กลยุทธ์

- บริษัทให้ความสำคัญกับการคัดสรรทำเลที่มีศักยภาพเพื่อตอบโจทย์ลูกค้า
- การเลือกสรรคุณภาพของวัสดุที่คงทน และได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (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 โดยมีการเปิดตัวโครงการแรกของบริษัทกีธา คือ THAN LIVING ประชาอุทิศ ที่มีทั้งอาคารสูง และอาคารเดี่ยวจำนวน 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 อาคารเดี่ยวจำนวน 8 ชั้น มูลค่าโครงการ 1,300 ล้านบาท และมีการจับมือร่วมกับบริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด ให้เป็นตัวแทนฝ่ายขายของบริษัท

- สำหรับปี 2556 ก็ได้รับรางวัล แห่งความสำเร็จ จากหลายหน่วยงาน อาทิ
 - รางวัลจาก Thailand Property Awards 2014
 - Best Affordable Condo Development (Bangkok) โครงการแดน ลิฟวี่ง 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 ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์อาคารชุดอย่างต่อเนื่อง และเปิดตัวโครงการที่ 3 ของบริษัท คือ THAN-LIVING สาทร- เจริญราษฎร์ อาคารสูง 36 ชั้น จำนวน 523 หน่วย มูลค่าโครงการ 2,300 ล้านบาท โดยทาง บริษัทได้มีการร่วมมือกับทางบริษัท Knight Frank Thailand ในการเป็นตัวแทนขายประจำโครงการ
- ปี 2558 นับเป็นปีที่มีความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลง และเป็นก้าวสำคัญของทางบริษัทในการเปิดตัว โครงการเพิ่มเติมอีกจำนวน 2 โครงการคือได้
 - 1) โครงการแดน ลิฟวี่ง พระราม9 - แอร์พอร์ต ลิงก์ เป็นโครงการคอนโดสูง 33 ชั้น จำนวน 530 หน่วย มีมูลค่าโครงการประมาณ 1,800 ล้านบาท เปิดขาย ณ ไตรมาส 1/2558
 - 2) โครงการแดน ลิฟวี่ง รัชดา - วงศ์สว่าง เป็นโครงการคอนโดสูง 28 ชั้น จำนวน 712 หน่วย มีมูลค่าโครงการประมาณ 2,000 ล้านบาท เปิดขาย ณ ไตรมาส 4/2558 และนอกจากนี้ ทางบริษัทยังสามารถรับรู้รายได้ส่วนแรกจากการโอนโครงการที่สร้างเสร็จแล้วคือ มาย สตอรี่ ลาดพร้าว 71 ณ สิ้นปี 2558 อีกด้วย
- ปี 2559 โครงการแดนลิฟวี่ง รัชดา-ประชาอุทิศ ทางบริษัทสามารถรับรู้รายได้ส่วนแรกจากการโอนโครงการ เป็นมูลค่า 663 ล้านบาท และโครงการมายสตอรี่ ลาดพร้าว 71 ทางบริษัทสามารถรับรู้รายได้ส่วนแรกจาก การโอนโครงการเป็นมูลค่า 679 ล้านบาท

1.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัท กีธา พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด มีนโยบายประกอบธุรกิจอสังหาริมทรัพย์แบบครบวงจรทั้งการซื้อและ/ขาย อสังหาริมทรัพย์ประเภทต่างๆ ได้แก่ ที่ดินเปล่า ที่ดิน และสิ่งปลูกสร้าง อาคารเพื่อการพาณิชย์ อาคารชุดพักอาศัย อาคารสำนักงาน อาคารโรงงาน และโกดังสินค้า

ก) **ที่ดินเปล่า** บริษัทฯ ได้พิจารณาถึงการดำเนินธุรกิจด้านการบริหารจัดการซื้อ-ขาย ที่ดินเปล่าทั้งเพื่อ การพัฒนาธุรกิจ โดยมีนักลงทุนทั้งบุคคล และนิติบุคคลให้ความสนใจในสินทรัพย์ที่บริษัทมีเพื่อพิจารณาซื้อ-ขาย อีกทั้งยังมี แนวทางการค้าขายเพื่อทำกำไรจากที่ดินในทำเลแห่งอนาคต ที่มีแนวโน้มการขายของชุมชนเมือง

ข) **ที่ดินเพื่ออุตสาหกรรม** บริษัทฯ อยู่ระหว่างพิจารณาถึงการลงทุนเพื่อดำเนินธุรกิจด้านนิคมอุตสาหกรรมหรือที่ดินเพื่อ อุตสาหกรรม อันเป็นการขยาย และกระจายความเสี่ยงทางธุรกิจ

ค) **อพาร์ทเมนต์ หรืออาคารชุดพักอาศัยเพื่อการเช่า** บริษัทฯ อยู่ระหว่างพิจารณาถึงการลงทุนเพื่อดำเนินธุรกิจด้านอพาร์ ทเมนต์ หรืออาคารชุดพักอาศัยเพื่อการเช่า โดยพิจารณาถึงอุปทานที่เกิดขึ้นในบริเวณจำเพาะ อาทิ มหาวิทยาลัย แหล่งอุตสาหกรรม สถานที่ท่องเที่ยว

ในวันที่ 28 เมษายน 2559 ได้มีมติที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2559 ได้อนุมัติการจำหน่ายไปซึ่งหุ้นสามัญของบริษัท กีธา พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท จำนวนรวม 21,999,998 หุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 99.9 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด ให้กับบริษัท เอ. ที. แลนด์ แอนด์ เดเวลอปเม้นท์ จำกัด ซึ่งไม่เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกันกับบริษัท ในราคาประมาณหุ้นละ 39.45 บาท รวมเป็นมูลค่า 868 ล้านบาท ซึ่งถือเป็นรายการจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ ภายใต้ประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน และประกาศคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่เกี่ยวข้อง

โครงสร้างรายได้

(หน่วย : ล้านบาท)

สายผลิตภัณฑ์/กลุ่มธุรกิจ	ดำเนิน การ โดย	% การ ถือหุ้น ของ บริษัท	ปี 2559		ปี 2558		ปี 2557		ปี 2556	
			ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
1. รายได้จากการ การผลิตรายการ และสื่อโฆษณา ทางโทรทัศน์	AW	99.99	-	-	-	-	-	-	66.44	71.05
2. รายได้จากการจัด แสดงคอนเสิร์ต และบริหาร กิจกรรมส่งเสริม การตลาด	AW	99.99	-	-	-	-	-	-	25.62	27.39
3. รายได้จากธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์	KITHA	99.99	-	-	128.69	96.84	63.73	84.51	-	-
4. กำไรจากการ จำหน่ายเงิน ลงทุน	ADAM	-	-	-	-	-	4.78	6.34	-	-
5. รายได้อื่น			-	-	4.20	3.16	6.90	9.15	1.46	1.56
รายได้รวม			-	-	132.89	100	75.41	100	93.52	100

หมายเหตุ : ข้อมูลประกอบของบริษัทย่อยตามตารางข้างต้น

- บริษัทจำหน่ายบริษัทย่อย ได้แก่ AW และ AC ไป เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2557
- บริษัทลงทุนในบริษัทย่อยใหม่ คือ KITHA เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2557
- บริษัทจำหน่ายบริษัทย่อย ได้แก่ กีธา พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด (KITHA) เมื่อวันที่ 28 เมษายน 2559

รายละเอียดบริษัทที่ออกหลักทรัพย์

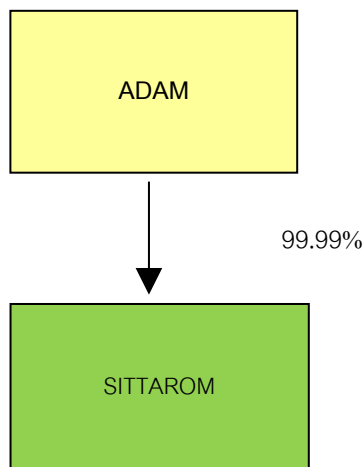
ชื่อบริษัท	: บริษัท อาดามัส อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ” หรือ “ADAM”)
ประเภทธุรกิจ	: การลงทุนในบริษัทย่อยในลักษณะ Holding Company
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 65/116 อาคาร ชานาญเพ็ญชาติ บิสิเนส เซ็นเตอร์ ชั้นที่ 12เอ ถนนพระราม 9 แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310
เลขทะเบียนบริษัทฯ	: 0107546000181
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 ถนนรัชดาภิเษก แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310
เลขทะเบียนบริษัทฯ	: 01005555035488
โทรศัพท์	: (662)-167-3039
โทรสาร	: (662)-167-3044
โฮมเพจบริษัทฯ	: http://www.siralai.com/

จากมติที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2559 เมื่อวันที่ 19 สิงหาคม 2559 ได้อนุมัติการเข้าซื้อหุ้นสามัญของ สิทธารมย์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด จำนวน 160,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1,000 บาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 100 ของจำนวนหุ้นทั้งหมดในสิทธารมย์ รวมเป็นเงินจำนวน 370,005,000 บาท จาก บริษัท เพาเวอร์ไลน์ เอ็นจิเนียริง จำกัด (มหาชน) ดังนั้นในวันที่ 15 กันยายน 2559 ได้มีการทำสัญญาซื้อขาย โอนหุ้นของบริษัท สิทธารมย์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด จาก บริษัท เพาเวอร์ไลน์ เอ็นจิเนียริง จำกัด (มหาชน) มาเป็นบริษัทย่อยภายใต้การดูแล ของ บริษัท อาดามัส อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

จากการที่บริษัทเป็น Holding Company ดังนั้นในรายละเอียดข้างล่าง จึงเน้นในส่วนของการลงทุนในธุรกิจใหม่ผ่านบริษัทย่อย ตามมติที่ประชุมวิสามัญ ครั้งที่ 1/2559 ลงวันที่ 19 มิถุนายน 2559 บริษัทย่อยดังกล่าวเป็นแกน ดังนั้น บริษัทจึงเน้นในส่วนของบริษัทย่อยดังกล่าว ตามรายละเอียดต่อไปนี้

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559



บริษัทที่ประกอบธุรกิจสังหาริมทรัพย์ โดยดำเนินการผ่านบริษัทย่อย คือ บริษัท สิทธารมย์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (“SITTAROM”) บริษัท สิทธารมย์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด เป็นบริษัทแกนที่ประกอบธุรกิจสังหาริมทรัพย์

1. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ในกลุ่มบริษัทที่ประกอบธุรกิจต่างๆ โดยปัจจุบันบริษัทดำเนินธุรกิจลงทุนในธุรกิจ ดังนี้

บริษัทที่ประกอบธุรกิจสังหาริมทรัพย์ โดยดำเนินการผ่านบริษัทย่อย คือบริษัท สิทธารมย์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (“SITTAROM”)

บริษัท สิทธารมย์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัดเป็นบริษัทแกนที่ประกอบธุรกิจสังหาริมทรัพย์ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 โครงสร้างรายได้

(หน่วย : ล้านบาท)

สายผลิตภัณฑ์/กลุ่มธุรกิจ	ดำเนิน		ปี 2559	ปี 2558	ปี 2557
--------------------------	--------	--	---------	---------	---------

	การโดย	% การถือ หุ้นของ บริษัท	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
1. รายได้จากธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์	SITTAROM	99.99	3.55	0.30	128.69	96.84	63.73	84.51
2. กำไรจากการจำหน่ายเงิน ลงทุน	ADAM	-	1185.64	98.22	-	-	4.78	6.34
3. รายได้อื่น		-	17.89	1.48	4.20	3.16	6.9	9.15
รายได้รวม			1207.08	100	132.89	100	75.41	100

หมายเหตุ : ข้อมูลประกอบของบริษัทย่อยตามตารางข้างต้น

- บริษัทจำหน่ายบริษัทย่อย ได้แก่ AW และ AC ไป เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2557
- บริษัทลงทุนในบริษัทย่อยใหม่ คือ SITTAROM เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2559

บริษัท ลิทธรามย์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด

วิสัยทัศน์ของบริษัท

บริษัท ลิทธรามย์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ผู้พัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ และที่พักอาศัยเพื่อเติมเต็มวิถีชีวิตยุคใหม่ เรามุ่งมั่นที่จะสร้างสรรค์โครงการ เพื่อเป็นสัญลักษณ์ของการให้รางวัลชีวิต ด้วยการร่วมมือกับผู้ออกแบบ และผู้ดำเนินการก่อสร้างอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำของประเทศ ตลอดจนการเลือกสรรวัสดุอุปกรณ์เกรดเอ ให้ทุกรายละเอียด สะท้อนคุณภาพ (High Quality) “เติมเต็มทุกความฝันได้เป็นเจ้าของบ้านที่มีคุณค่า เพื่อชีวิตเปี่ยมสุขทุกครอบครัว “

เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด และกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างกัน บริษัทจะเน้นตลาด กลุ่มลูกค้าผู้มีรายได้ในแต่ละระดับ โดยมุ่งเน้นที่จะพัฒนาโครงการปัจจุบัน และก่อสร้างบ้านที่อยู่ระหว่างดำเนินการให้แล้วเสร็จ พร้อมเข้าอยู่ให้ทันต่อความต้องการของลูกค้า เพื่อสร้างการจดจำในตราสินค้าของกลุ่มบริษัท ใช้เป็นชื่อนำหน้าโครงการต่างๆ ทุกโครงการ ตามด้วยชื่อลักษณะหรือรูปแบบโครงการที่แตกต่างกันออกไปตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในแต่ละระดับ “บรรยากาศธรรมชาติ ใกล้สถานที่สำคัญ ทำเลเยี่ยม ใกล้ถนนใหญ่ เดินทางสะดวกสาธารณูปโภคครบครัน”

ภารกิจของบริษัท

ในปี 2559 ลิทธรามย์ ดีเวลลอปเม้นท์ มุ่งมั่นสร้างภารกิจที่น่าเชื่อถือให้แก่ลูกค้า 4 ภารกิจ ดังนี้

- คัดสรรสิ่งที่ดีที่สุดให้ลูกค้า
- ดูแล และเอาใจใส่ลูกค้าเป็นพิเศษ
- สร้างความคุ้มค่ากับการอยู่อาศัย
- สร้างแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต

กลยุทธ์ของบริษัท

ในปี 2559 สิทธิธรรมย์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด สร้างกลยุทธ์ธุรกิจบริษัท 4 กลยุทธ์

- บริษัทให้ความสำคัญกับการคัดสรรทำเลที่มีศักยภาพเพื่อตอบโจทย์ลูกค้า
- การเลือกสรรคุณภาพของวัสดุที่คงทน และได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.)
- การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สวยงามเพื่อสร้างความคุ้มค่ากับการอยู่อาศัย
- การใส่ใจขั้นตอนการผลิตจากทีมงานทุกฝ่าย และผ่านการตรวจสอบทุกครั้งก่อนที่จะถึงมือลูกค้า

บริษัทมีการเปลี่ยนแปลง และพัฒนาการที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ดังนี้

บริษัทได้เปิดเป็นนิติบุคคลประเภทบริษัทจำกัด เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2550 ด้วยทุนจดทะเบียน 160,000,000.00 บาท เพื่อประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้าน และที่อยู่อาศัย

เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2559 ทางบริษัท อาคาส อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ได้เข้ามาบริหารบริษัท สิทธิธรรมย์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ในการดำเนินงานพัฒนาโครงการ โดยการจัดหาทีมงานบริหารโครงการ ซึ่งทางบริษัทได้ทำการแยกที่ดินเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ที่ประมาณ 85 ไร่ ใช้เพื่อพัฒนาโครงการที่ 1 เป็นหมู่บ้านจัดสรรรูปแบบชั้นเดียวและสองชั้นจำนวน 342 ยูนิต โดยใช้ชื่อโครงการว่า สิทธิธรรมย์ อุดรธานี

ส่วนที่ 2 ที่ดินโครงการโซนด้านหลังจำนวน 9.5 ไร่ ใช้เป็นโครงการที่ 2 ซึ่งเป็นโครงการในอนาคต ปัจจุบันได้ดำเนินการพัฒนาโครงการบ้านจัดสรร จำนวน 42 ยูนิต รูปแบบบ้านแฝดและบ้านเดี่ยว 2 ชั้น โดยใช้ชื่อโครงการว่า สิทธิธรรมย์ พาร์คไลฟ์ (อยู่ระหว่างดำเนินการ)

ส่วนที่ 3 ที่ดินโซนด้านหน้าประมาณ 12.5 ไร่ ใช้เพื่อพัฒนาโครงการที่ 3 ซึ่งเป็นโครงการในอนาคต

โดยปัจจุบันที่ดินส่วนที่ 2 ได้มีการเปิดตัวโครงการแล้ว และอยู่ระหว่างการดำเนินงานโครงการสำหรับที่ดินส่วนที่ 3 คาดว่าจะเริ่มมีการพัฒนาโครงการบางส่วนใน 2560 นี้

- โครงการ สิทธิธรรมย์ อุดรธานี

“ความพิเศษ ของทำเลในการพักผ่อนที่แสนสะดวกสบาย” พบกับโครงการที่จะยกระดับคุณภาพชีวิตของคุณให้สมบูรณ์แบบ เพียบพร้อมทุกความต้องการ ตอบสนองทุกไลฟ์สไตล์ตั้งแต่ครอบครัวเล็กจนถึงครอบครัวใหญ่อันแสนอบอุ่น ด้วยรูปแบบที่สวยงามทันสมัยสไตล์โมเดิร์นทรอปิคอล ครบครันทุกฟังก์ชันการใช้งาน

ซึ่งเน้นกลุ่มลูกค้าระดับกลาง-ล่าง ทั้งในพื้นที่กรุงเทพ ,ปริมณฑล และต่างจังหวัด โดยทางบริษัทได้จำแนกและกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ตรงกับความต้องการลูกค้า และสามารถรับรู้ระดับราคาที่แตกต่างกันไป โดยทางบริษัทได้มีการแบ่งแบรนด์ผลิตภัณฑ์ ดังนี้

ตารางที่ 1 – แปรผันและราคาโครงการ

Segment	Mid-range – High rage	Mid-range
Brand		

1) สิทธารมย์ อุดรธานี (SITTAROM)

แบรนด์สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูง เป็นจุดเริ่มต้นของที่อยู่อาศัยที่แรกที่มีความภูมิใจในการเป็นเจ้าของเสมือนได้มอบรางวัลชีวิตให้แก่ตนเอง เน้นประโยชน์ใช้สอยอย่างคุ้มค่า

2) สิทธารมย์ พาร์ค ไลฟ์ (Sittarom park life)

สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ระดับปานกลางเพื่อคนวัยทำงานและกลุ่มครอบครัว ด้วยโครงการแฟลตและบ้านเดี่ยวที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าบ้านที่ ใ้ในสิ่งที่เหนือกว่า และรวมไปถึงการสร้างสังคมที่น่าอยู่ให้แก่ลูกบ้านในเครือด้วย

– รูปภาพสรุปรายละเอียดโครงการที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันของบริษัท สิทธารมย์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด



ภาพที่ตั้งโครงการบ้าน Sittarom Udonthani



ภาพที่ตั้งโครงการบ้าน Sittarom Parklife

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

2. การตลาด และสถานะการแข่งขัน

2.1 นโยบาย และลักษณะการตลาด

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์



บริษัทสิทธิธรรมย์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ผู้พัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ และที่พักอาศัยเพื่อเติมเต็มวิถีชีวิตยุคใหม่เรามุ่งมั่นที่จะสร้างสรรค์โครงการ เพื่อเป็นสัญลักษณ์ของการให้รางวัลชีวิต ด้วยการร่วมมือกับผู้ออกแบบ และผู้ดำเนินการก่อสร้างอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำของประเทศ ตลอดจนการเลือกสรรวัสดุอุปกรณ์เกรดเอ ให้ทุกรายละเอียดสะท้อนคุณภาพ (High Quality) “เติมเต็มทุกความฝันได้เป็นเจ้าของบ้านที่มีคุณค่าเพื่อชีวิตเปี่ยมสุขทุกครอบครัว “

ในทุกขั้นตอนการออกแบบ เราคำนึงถึงความสอดคล้องกับรูปแบบชีวิตที่หลากหลาย และแตกต่างกันของผู้บริโภค เพื่อสร้างทางเลือกให้กับการอยู่อาศัย (Customization) ทุกโครงการภายใต้บริษัทสิทธิธรรมย์ ดีเวลลอปเม้นท์จำกัด คุณสามารถเลือกแบบบ้านได้ เป็นแบบบ้านเดี่ยว 2 ชั้น หรือบ้านแฝด 2 ชั้น และการออกแบบให้มีพื้นที่ใช้สอยมากขึ้นให้คุณ ที่สำคัญพร้อมด้วยฟังก์ชันบ้านแบบ Extra Function ที่ให้คุณมากกว่าจำนวน 4 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ พื้นที่จอดรถ 2 คัน ไม่ว่าจะเป็นทั้งแบบบ้านเดี่ยว หรือบ้านแฝด ที่มีดีไซน์ทันสมัย ให้มุมมองแบบบ้านเดี่ยว โดยที่ตัวบ้านแยกอิสระจากกัน ห้องนอนชั้นล่างที่สามารถปรับ Function ได้ไลฟ์สไตล์ของคุณ

การได้เห็นลูกค้านิโอฟีลสไตล์ในแบบที่ตนรัก (Passionate Lifestyle) เป็นหนึ่งในความมุ่งหวังสูงสุด และทำให้เราไม่หยุดนิ่งที่จะค้นหาว่า มีสิ่งใดที่ผู้บริโภคยังไม่ได้รับการเติมเต็มจากการอยู่อาศัย เพื่อทำให้การอยู่บ้านในวันธรรมดาเป็นวันที่พิเศษขึ้นได้

กลยุทธ์ด้านราคา

ทางบริษัทฯ ได้มีการวางแผน และกำหนดราคาขายสินค้าให้มีความเหมาะสมเป็นที่ยอมรับทั้งทางด้านทำเลที่อยู่อาศัย สภาพทางเศรษฐกิจ อุปสงค์ และอุปทานในพื้นที่ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายตัดสินใจได้ง่าย และมีความพอใจในการซื้อ และ/หรือ การลงทุนในสินค้านั้นๆกับทางบริษัท

กลยุทธ์ด้านการจำหน่าย และช่องทางการจัดจำหน่าย

การบริหารงานขายนับเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญของกลยุทธ์ทางการตลาด โดยมีทีมงานมืออาชีพที่ผ่านประสบการณ์จริงให้คำปรึกษาอย่างใกล้ชิดทุกขั้นตอน ด้วยรูปแบบการทำงานที่ทันสมัย ใส่ใจทุกรายละเอียด และมีความคล่องตัวในการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริหารการขาย เพื่อให้ตรงกับสถานะตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการ และวัตถุประสงค์ของลูกค้า เพื่อให้ได้สินค้าและบริการที่ตรงกับผู้บริโภคมากที่สุด

บริษัทฯ ยังมีฐานข้อมูลกลุ่มลูกค้าเป้าหมายขนาดใหญ่ที่เชื่อถือได้ ที่พร้อมจะช่วยให้การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการขาย และการตลาดเป็นไปอย่างถูกต้องแม่นยำ เพื่อให้เกิดความมั่นใจได้ถึงความสำเร็จของโครงการ และการเพิ่มมูลค่าของการลงทุนอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดสามารถตอบสนองความต้องการ และวัตถุประสงค์ของลูกค้าได้อย่างเต็มเปี่ยม โดยจะให้ความสำคัญและนำการพัฒนาโครงการให้ตรงตามความต้องการของตลาดร่วมวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดและคู่แข่งพร้อมวางแผนกลยุทธ์การขาย การตั้งราคาอย่างเหมาะสม พร้อมกันนั้นยังมีการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อสนับสนุนการส่งเสริมการขาย เพราะลูกค้าเปรียบเสมือนหัวใจสำคัญของบริษัท

กลยุทธ์ด้านการโฆษณา และประชาสัมพันธ์

การทำการตลาดด้านการสื่อสาร และการโฆษณา เป็นกระบวนการพัฒนาแผนงานการสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้คุณค่าของโครงการผ่านสื่อที่หลากหลายอย่างต่อเนื่อง อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโฆษณา ข่าวประชาสัมพันธ์ Social Media และ Online Media ซึ่งช่องทางเหล่านี้จะช่วยให้การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นไปได้ง่าย สร้างแรงจูงใจได้อย่างรวดเร็ว เราจึงให้ความสำคัญต่อการวางกลยุทธ์ด้านนี้เป็นอย่างมาก พร้อมเล็งเห็นความจำเป็นในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อวางแนวทางในการนำเสนอสู่กลุ่มเป้าหมายนั้นๆ อย่างตรงประเด็น อาทิ สโลแกน ชื่อโครงการที่จดจำง่าย ไปจนถึงสไตล์การออกแบบ อย่างเป็นเอกลักษณ์ตลอดจนกิจกรรมอื่นๆ ที่ช่วยส่งเสริมการขาย และกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ

ทางบริษัทได้จัด โครงการ “กันเปื้อน เพิ่มยิ้ม ชีวิตคือการให้” เป็นหนึ่งในกลยุทธ์ด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ซึ่งโครงการ “กันเปื้อน เพิ่มยิ้ม ชีวิตคือการให้” เป็นกิจกรรมที่ทางบริษัทจัดทำขึ้นเพื่อตอบแทนให้กับลูกค้า เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างลูกค้า และองค์กร

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย

ทางบริษัทฯ ได้มีการทำการส่งเสริมการขายเพื่อให้เป้าหมายเป็นไปตามการประมาณการที่ได้ตั้งไว้ โดยมีการร่วมมือกับหลายภาคส่วน (Co-Promotion) ทั้งหน่วยงานรัฐ และเอกชน อาทิ การร่วมมือด้านกลุ่มลูกค้า ,เงื่อนไขพิเศษ ,การร่วมมือด้านส่งเสริมการขาย ,การร่วมมือเรื่องการจูงใจในการซื้อขาย และการร่วมมือเรื่องการแลกเปลี่ยนสินค้า (Barter)

กลยุทธ์ด้านการลูกค้าสัมพันธ์และบริการหลังการขาย

ทางบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญเรื่องการบริหารและตอบสนองความต้องการและบริหารจัดการความพึงพอใจของลูกค้าของบริษัทฯและรวมถึงกลุ่มแนวโน้มลูกค้าในอนาคต(Potential Client) โดยอำนวยความสะดวกด้านการให้บริการข้อมูล การชำระค่าบริการและการบริหารจัดการกลุ่มลูกค้าที่มีปัญหาหรือติดขัดด้านต่างๆ

ทางบริษัทฯ ได้ว่าจ้างหน่วยงาน/บริษัทเพื่อดำเนินการด้านบริการหลังการขาย ตรวจสอบและส่งมอบสินค้า การบริหารนิติบุคคล การซ่อมบำรุงและการบริหารจัดการให้มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้และให้เป็นไปตามมาตรฐานของบริษัทฯ

การจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ในต่างประเทศ

ทางบริษัทฯ ได้ทำการขยายส่วนแบ่งทางการตลาดออกไปในภูมิภาคอาเซียน (Asian) โดยเริ่มต้นจากประเทศสิงคโปร์ และมาเลเซีย โดยมีการวางแผนเพื่อขยายออกไปเพิ่มเติมในประเทศอื่นๆ อาทิ อินโดนีเซียและบรูไน อีกทั้งยังได้มีการเริ่มขยายออกไปในภูมิภาคเอเชีย อาทิ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นต้น โดยทางบริษัทฯ ได้ทำความร่วมมือกับพันธมิตรที่มีชื่อเสียง และมีความน่าเชื่อถือเพื่อดำเนินการขาย และการตลาดในประเทศนั้นๆ และยังคงขยายความร่วมมือในหลายๆประเทศ

2.2 ลักษณะลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย

1. กลุ่มวัยทำงาน อายุ 28 ปีขึ้นไป

ในกลุ่มนี้ เป็นวัยที่เริ่มต้นการทำงาน การใช้ชีวิต และการเก็บเงินเพื่อสร้างความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

2. กลุ่มทำงาน อายุ 35 ปีขึ้นไป

ในวัยนี้จะเริ่มแสวงหาความเป็นครอบครัว แสวงหาทำเลที่อยู่อาศัยเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

3. กลุ่ม อายุ 45 ปีขึ้นไป

เป็นกลุ่มวัยที่มั่นคงทางการเงิน ทางการเงินและเป็นผู้เพียบพร้อม มั่นมั่นในการดูแลครอบครัวอย่างดีที่สุด เพื่อชีวิตที่สมบูรณ์แบบที่สุดสำหรับคนที่ต้องดูแล

4. กลุ่มเกษียณอายุอายุ 55 ปีขึ้นไป

วัยเกษียณความสุขของพวกเขาคือการได้ใช้เวลาเพื่อพักผ่อนกับคนที่รัก ใช้ชีวิตอย่างเรียบง่ายสะดวกสบายมีทุกอย่างที่ครบครัน

ข้อมูลการตลาด ของโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดอุดรธานี

ลำดับ	โครงการ	ที่ตั้ง	เนื้อที่ดิน (ตรว.)	พื้นที่ใช้สอย	เปิดขาย	ประเภท	ราคา/ยูนิต (ล้านบาท)	จำนวน ยูนิตรวม	ยอดขาย (ยูนิต)	ยอด คงเหลือ	ขายเฉลี่ย/ เดือน	หมายเหตุ
1	สิทธิธรรมย์ พาร์คไฮ อุดรธานี	อ.รอบเมือง	39,9,52.5	152,171	อยู่ระหว่าง ดำเนินการ	บ้านแฝด 2 ชั้น,บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	3.59 - 5	42	5	37	1	ทำเลอยู่ในเมือง
2	สิริน ปาร์ค วิล	อ.อุดร - สกล	70,74,106,160	140,219,286	Jun-54	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น,บ้านชั้นเดียว	3.89 - 7.7	112	55	57	2	ทำเลอยู่นอกเมือง
3	สิวลี	อ.อุดร - หนองคาย	52,58,68.3	136,164,173	Sep-54	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	4.9 - 12	316	132	184	5	ทำเลอยู่นอกเมือง (ไกล)
4	สุภาลัย (นิคโย)	อ.อุดร - สกล	50,56,58	157,171,203,233	Jun-54	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	4.49 - 6	244	89	155	1	ทำเลอยู่นอกเมือง
5	สุภาลัย (การ์เด็นวิว)	อ.บ้านเลื่อม	50,53,56	150,203,217	Apr-56	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	3.89 - 5	233	75	158	3	ทำเลอยู่นอกเมือง
6	สุภาลัย (บ้านดาด)	อ.บ้านดาด	50,20,7,36.4	150,171,114,122	Oct-58	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น,ทาวน์โฮม 2 ชั้น,บ้านแฝด 2 ชั้น	1.6,2.6,3.6	248	82	166	5	ทำเลอยู่นอกเมือง
7	สุภาลัย(เบลล่า)	อ.บ้านเลื่อม	27,37,50	113,122,150,171	Apr-59	ทาวน์โฮม 3 ชั้น,บ้านเดี่ยว 2ชั้น,บ้านแฝด 2ชั้น	2,3,9 - 6	270	27	243	4	ทำเลอยู่นอกเมือง
8	บ้านชนากานต์	อ.รอบเมืองนาดี	50	154	Aug-52	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	3.69	99	55	44	2	ทำเลอยู่นอกเมือง (ไกล)
9	จิติมญ์	บ้านเซ	60	160	Jun-54	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	3.59	30	18	12	3	ทำเลอยู่นอกเมือง
10	ธันวาทาวน์	อ.บ้านเลื่อม	60,68	183,211,144	Aug-57	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น,บ้านชั้นเดียว	3.29 - 5	66	23	43	2	ทำเลอยู่นอกเมือง (ไกล)
11	ลิเวลโล	อ.เลียบคลองชลประทาน	50,60	161,195	Apr-56	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	3.39 - 5	47	33	14	2	ทำเลอยู่นอกเมือง (ไกล)
12	เลอ จิลินี่	ช.พรมประกาย	85	280	Jun-58	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	9.8	24	3	21	1	ทำเลอยู่นอกเมือง
13	สิริน นารา	อ.อุดร - หนองคาย	61	193,229,232,245	Dec-58	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	3.65 - 5	99	15	84	1	ทำเลอยู่นอกเมือง (ไกล)

14	สิริวิไลเจ	อ.อุตร หนองบัวลำภู	50	135,175,200,240	Feb-59	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	3.55 - 6.6	179	18	161	1	ทำเลอยู่นอกเมือง (ไกล)
15	นันทวัน	อ.โพธิ์ศรี	15,200	183	Dec-59	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	10-20	60	6	54	1	ทำเลอยู่ในเมือง
รวมโดยประมาณ								2069	636	1433	34	

2.3 ภาวะตลาดที่อยู่อาศัยปี 2559 วิเคราะห์เชื่อมโยงกับธุรกิจ

จำนวนของโครงการหมู่บ้านเปิดขายใหม่ในปี พ.ศ.2558-2559 มีทั้งหมดประมาณ 1,829 ชุมชนต่ำกว่าโครงการหมู่บ้านเปิดขายในปีพ.ศ.2558 ประมาณ 30% จำนวนโครงการที่ลดลงค่อนข้างมากสะท้อนให้เห็นว่าตลาดอยู่ในช่วงชะลอตัว และผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังคงกังวลต่อภาวะตลาด ดังนั้น จึงชะลอการเปิดขายโครงการใหม่ในปี พ.ศ.2558 และ 2559

2.3.4 แนวโน้มตลาดที่อยู่อาศัย ปี 2559 วิเคราะห์กลยุทธ์ว่าเป็นไปตามเป้าหมายหรือไม่

การเปิด AEC ทำให้ผู้ประกอบการเองก็มองหาทำเลใหม่เพื่อพัฒนาโครงการหมู่บ้าน บางโครงการอยู่ในระหว่างการก่อสร้าง และหลายโครงการใหม่ๆ จะเปิดประมูล ในปีพ.ศ.2559

ผู้ประกอบการหลายรายยังคงกังวลต่อความต้องการและกำลังซื้อในตลาดของอุดรธาณินั้น ผู้ประกอบการบางรายจึงอาจจะลดจำนวนการเปิดขายโครงการหมู่บ้านใหม่ลงในปีพ.ศ.2559 แต่ก็ยังต้องขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจด้วย

โครงการบ้านระดับ Luxury ในพื้นที่ไม่ไกลจากชายแดนหนองคาย และตัวเมืองอุดรธานีจะเป็นคู่แข่งใหม่ของโครงการหมู่บ้านในระดับ Luxury ในเขตเมืองชั้นใน แม้ว่าจะมีราคาขายที่สูงกว่าแต่ด้วยพื้นที่ใช้สอยที่มากกว่า และการขายพร้อมที่ดินน่าจะสร้างความน่าสนใจให้กับผู้ซื้อได้มากกว่า

2.4 การจัดหาผลิตภัณฑ์ หรือบริการ

2.4.1 การจัดหาที่ดิน

การจัดหาผลิตภัณฑ์ หรือบริการ บริษัทได้มีการสำรวจความต้องการของตลาดก่อน เพื่อตัดสินใจในการเลือกซื้อที่ดิน โดยหลังจากได้ที่ดินมา บริษัทได้ศึกษาข้อกำหนดต่างๆ เช่น พื้นที่ก่อสร้างที่สามารถสร้างได้ พื้นที่สีเขียวที่จอดรถ และความสูงของอาคาร โดยนำข้อมูลกฎหมายมารวมกับข้อมูลทางการตลาดว่าสามารถสร้างโครงการที่อยู่อาศัยที่เหมาะสมกับทำเลที่ตั้งนั้นๆ เช่น อาคารชุดพักอาศัย เป็นต้น ต่อมาทางบริษัทจึงลองออกแบบผังโครงการเบื้องต้นให้สามารถคิดคำนวณประมาณการมูลค่าโครงการที่เหมาะสม เมื่อวิเคราะห์โครงการได้เหมาะสมแล้ว ทางบริษัทจะจัดการว่าจ้างบริษัทออกแบบที่มีชื่อเสียง เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่สวยงามตอบสนองความต้องการของลูกค้า และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของแต่ละโครงการ ซึ่งการออกแบบนี้เป็นส่วนหนึ่งที่บริษัทให้ความสำคัญอย่างมาก และมีปัจจัยอื่นๆที่บริษัทฯ ใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาดังต่อไปนี้

2.4.2 ทำเลที่ตั้ง

บริษัทฯ จะพิจารณาจัดซื้อที่ดินให้กระจายในหลายทำเลในเขตเมืองชั้นใน ,ชานเมือง และตามจังหวัดใหญ่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในแต่ละพื้นที่ได้อย่างหลากหลาย และเป็นการช่วยกระจายความเสี่ยงในการลงทุนของบริษัทฯ ไม่ให้จำกัดตัวอยู่ในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งเท่านั้น

2.4.3 สภาพตลาด

บริษัทฯ จะคำนึงถึงความต้องการทางด้านการตลาดในแต่ละทำเล เพื่อให้สามารถเลือกซื้อที่ดินบนทำเลที่มีความต้องการทางด้านการตลาดสูงในปัจจุบัน หรือในอนาคตอันใกล้ เพื่อนำมาพัฒนาโครงการที่เป็นที่ต้องการของตลาดได้อย่างถูกต้อง

2.4.4 การคมนาคม

บริษัทฯ จะจัดซื้อที่ดินแปลงที่สามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกเหมาะสมกับแต่ละชนิดของโครงการ หากเป็นโครงการหมู่บ้านแนวราบจะต้องมีถนนเข้าถึงโครงการที่มีขนาด และความกว้างตามมาตรฐานที่กฎหมายอนุญาตให้ทำการจัดสรรที่ดินได้ มีระบบขนส่งมวลชนในระยะใกล้เคียง หากเป็นโครงการที่พักอาศัยแบบอาคารสูงจะต้องตั้งอยู่ในถนนสายหลักที่มีการจราจรคับคั่ง สามารถเข้าถึงระบบขนส่งมวลชนได้ในระยะการเดินทาง ใกล้ระบบขนส่งมวลชนรถไฟฟ้า หรือส่วนต่อขยายตามนโยบายของรัฐบาล

2.4.5 สาธารณูปโภคสิ่งอำนวยความสะดวก

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

2.4.6 รูปร่าง และขนาดที่ดิน

บริษัทฯ จะคัดเลือกแปลงที่ดินที่มีรูปร่างที่อำนวยให้สามารถจัดวางผังโครงการได้อย่างเหมาะสมตามหลักวิชาการ และจะจัดซื้อที่ดินที่มีขนาดเหมาะสมกับชนิดของโครงการที่จะพัฒนา

2.4.7 กฎหมาย

ก่อนที่บริษัทฯ จะจัดซื้อที่ดินจะต้องมีการตรวจสอบข้อจำกัดทางกฎหมาย และข้อบังคับต่างๆ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในด้านการใช้ประโยชน์ที่ดินว่ามีข้อควบคุมใดๆ บ้างที่มีผลต่อแนวทางการพัฒนาที่บริษัทฯ กำหนดขึ้นบนที่ดินแปลงนั้นๆ

2.4.8 แนวโน้มในอนาคต

บริษัทฯ จะคัดเลือกที่ดินในพื้นที่ที่บริษัทฯ เห็นว่ามีแนวโน้มที่จะเจริญเติบโตในแนวทางที่ดีขึ้น มีโครงการพัฒนาสาธารณูปโภคพื้นฐาน อาทิ พื้นที่ติดถนนเส้นหลักของเส้นทางคมนาคม เพื่อขยายตัวเมืองของทางภาครัฐที่จะดำเนินการในอนาคต เพื่อให้ลูกค้าของบริษัทฯ ได้รับประโยชน์จากการเพิ่มมูลค่าของทรัพย์สินที่ซื้อไป

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

โดยบริษัทฯยึดถือเรื่องความโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้เรื่องความเกี่ยวข้องกับทรัพย์สิน เพื่อป้องกันการเกิดผลประโยชน์ทับซ้อน อีกทั้งราคาซื้อจะต้องมีความเหมาะสมในแต่ละพื้นที่ ประโยชน์ใช้สอยและถูกต้องตามกฎหมาย

1. วัสดุก่อสร้าง

บริษัทฯได้มีการเจรจาต่อรองผู้ผลิตวัสดุก่อสร้างเพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพดีในราคาที่เหมาะสม และประหยัดพลังงานโดยบริษัทฯจะเป็นผู้จัดซื้อวัสดุก่อสร้างเองบางประเภท เช่น สุขภัณฑ์ เฟอร์นิเจอร์ และระบบรักษาความปลอดภัยที่ติดตั้งในบ้าน ทั้งนี้ ทำให้สามารถรักษาคุณภาพของสินค้า

2. การคัดเลือกผู้รับเหมา

บริษัทฯมีทีมวิศวกร และทีมงานที่ทำหน้าที่คัดเลือกผู้รับเหมาที่มีคุณภาพ มีความสามารถ และประสบการณ์ โดยได้มีการกำหนดมาตรฐานในการทำงาน พร้อมทั้งมีแผนการตรวจรับงานที่ชัดเจน

3. ขั้นตอนการผลิต และเทคโนโลยี

บริษัทฯให้ความสำคัญกับรายละเอียดในทุกขั้นตอน โดยก่อนการกำหนดโครงการใดๆ บริษัทฯจะมีการสำรวจทำเล และวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อศึกษาความต้องการ รูปแบบพฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ และในการวิเคราะห์นั้นจะเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างทีมงานด้านการตลาด ทีมบริหารงานก่อสร้าง และฝ่ายบริหาร เช่น การออกแบบพื้นที่ใช้สอยด้วยนวัตกรรมใหม่ เทคโนโลยี การก่อสร้างประเภทประหยัดพลังงาน ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบความปลอดภัย เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทฯยังให้ความสำคัญกับการบริหารงานก่อสร้างซึ่งรวมถึงการคัดเลือกผู้รับเหมาที่มีความชำนาญ มีประสบการณ์ และมีความน่าเชื่อถือที่ดี ประกอบกับบริหารจัดการการจัดซื้อวัสดุก่อสร้างที่ดี

4. การจัดหาวัตถุดิบ และการก่อสร้าง

อุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ บริษัทฯได้มีขั้นตอนการจัดซื้อวัสดุต่างๆอย่างโปร่งใส โดยทางบริษัทฯได้จ้างผู้รับเหมาก่อสร้างที่มีชื่อเสียง และมากด้วยประสบการณ์ที่เหมาะสมกับการก่อสร้างในรูปแบบโครงการนั้นๆ ซึ่งบริษัทฯได้ดำเนินการให้มีที่ปรึกษาที่ได้รับการยอมรับ และการจัดจ้างอย่างโปร่งใสโดยใช้วิธีการเปิดซองประมูลการก่อสร้างเพื่อให้ราคาก่อสร้างที่เหมาะสมและคงตามแบบก่อสร้างโดยเป็นการว่าจ้างทั้งแบบเหมารวมกับวัสดุและค่าแรงกับผู้รับเหมาหลัก โดยได้ทำการจัดหาซื้อวัสดุนำเองในราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ และรูปแบบเพื่อลดภาระต้นทุนค่าใช้จ่าย โดยคิดเป็นสัดส่วนเฉลี่ย 20% ของต้นทุนการก่อสร้างทั้งหมด กระบวนการจัดหาซื้อวัสดุทางบริษัทฯได้รับมาตรฐานการรับรอง (มอก.) ทุกชิ้น เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือต่อลูกค้า ในการซื้อโครงการ มีการสุ่มตรวจสอบจากบุคคล หรือหน่วยงานภายนอกที่ได้รับการยอมรับเพื่อความมั่นใจของลูกค้า

5. ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯจะจัดซื้อแปลงที่ดินที่ล้อมรอบด้วยสิ่งแวดล้อมที่ดี และคุ้มค่าต่อการลงทุนในอนาคต โดยบริษัทฯได้ศึกษาค้น และพัฒนาโครงการโดยคำนึงถึงประโยชน์ และความเหมาะสม โดยรูปแบบโครงการที่จะถูกพัฒนาขึ้น ทั้งนี้จะต้องไม่อยู่ติดกับแหล่งเสื่อมโทรม และสถานที่ที่อาจก่อให้เกิดอันตรายต่อลูกค้า ผู้ซื้อสินค้าของบริษัทฯทางบริษัทฯดำเนินโครงการต่างๆ หากโครงการใดเข้าเงื่อนไขที่ต้องยื่นขออนุมัติต่อคณะกรรมการสิ่งแวดล้อม บริษัทฯจะมีการว่าจ้างที่ปรึกษาสังแวดล้อมเพื่อดำเนินการจัดเตรียมรายงานผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA Report)

เพื่อให้สามารถขออนุญาตต่างๆ อย่างถูกต้องตามกฎหมายจากคณะกรรมการสิ่งแวดล้อม เมื่อเกิดการก่อสร้างเกิดขึ้นอาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อีกทั้งเมื่อเริ่มมีการก่อสร้างได้ควบคุม และตรวจสอบด้านระบบน้ำเสีย โดยน้ำเสียจากแต่ละโครงการจะได้รับการบำบัดก่อนระบายลงบ่อพัก รวมทั้งจัดให้มีการตรวจสอบคุณภาพน้ำทิ้งให้ได้มาตรฐานตามกฎหมายกำหนดไว้ก่อนระบายลงสู่สาธารณะ เพื่อไม่ให้มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีการติดตามผลและประสานงานกับหน่วยงานราชการอย่างต่อเนื่อง

3. ปัจจัยความเสี่ยง

3.1 ความเสี่ยงจากปัญหาด้านการเมือง และภาวะเศรษฐกิจ

จากการตรวจสอบขอการโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพ และปริมณฑลมีแนวโน้มลดลงอันเนื่องมาจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลงต่อเนื่อง ส่งผลให้ผู้บริโภคไม่เชื่อมั่นในการลงทุนซื้อที่อยู่อาศัย ซึ่งส่วนนี้ส่งผลกระทบต่อตรงแก่บริษัท อสังหาริมทรัพย์ ในด้านรับรู้รายได้ และมีผลต่อการปรับเปลี่ยนราคาที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นได้มากในสภาวะที่ผู้บริโภคมีความระมัดระวังเรื่องค่าใช้จ่ายในด้านต่างๆ ซึ่งในส่วนนี้ทางบริษัทได้หาแนวทางลดความเสี่ยงโดยการจัดการบริหารการขายที่เหมาะสม คือ ไม่เพิ่มราคาอาคารชุดที่พักอาศัยเพื่อไม่ให้เกินกำลังซื้อของลูกค้า โดยใช้การบริหารต้นทุนการโฆษณา และการบริหารให้มีความคุ้มค่าอย่างที่สุด

อีกประการปัญหาด้านความไม่เชื่อมั่นด้านการเมือง และภาวะเศรษฐกิจ ยังส่งผลกระทบต่อพิจารณาปล่อยสินเชื่อบริษัท โดยธนาคารพาณิชย์มีความเข้มงวด และระมัดระวังในการปล่อยสินเชื่อเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจำนวนที่อยู่อาศัยที่ได้รับการอนุมัติปล่อยสินเชื่อมีแนวโน้มการถูกปฏิเสธเพิ่มขึ้น บริษัทจึงได้มีการตรวจสอบสถานะทางการเงินของลูกค้าก่อนการซื้อขาย และยังเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับหลายธนาคาร เพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ลูกค้าในการยื่นกู้สินเชื่อ อีกทั้งยังช่วยลดความเสี่ยงในการถูกธนาคารปฏิเสธอีกด้วย

3.2 ความเสี่ยงจากสภาพการแข่งขัน

แม้ว่าภาวะเศรษฐกิจไทยโดยรวมในช่วงครึ่งปีแรกของพ.ศ. 2559 จะยังได้รับผลกระทบจากปัญหาการเมืองภายในประเทศเล็กน้อย แต่ความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ก็เริ่มมีสัญญาณที่ดีขึ้น แม้ว่าจะยังไม่ได้เปลี่ยนแปลงมากนัก แต่ภาวะเศรษฐกิจ และการผลิตโดยรวมน่าจะฟื้นกลับมาสู่สภาวะปกติในอนาคต ประกอบกับนโยบายการกระตุ้นด้านต่างๆ ของภาครัฐ ซึ่งมีการอัดฉีดแคมเปญต่างๆ เพื่อกระตุ้นการใช้จ่าย อีกทั้งผู้ประกอบการแต่ละรายยังคงนำกลยุทธ์ด้านการตลาด หรือการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายมาใช้ในการกระตุ้นยอดขายอสังหาริมทรัพย์มากขึ้น เช่นเดิม หลายบริษัทฯ ทั้งที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์ และอยู่นอกตลาดมีการชะลอการเปิดตัวโครงการใหม่ๆ ทำให้สถานะสินค้าในตลาดไม่ล้นจนเกินไป

บริษัทจึงได้ลดความเสี่ยงจากสภาพการแข่งขัน คือ มองทำเลที่ใหม่ที่มีศักยภาพในการแข่งขัน ที่เปิดตัวขายใน 1 สัปดาห์ มียอดขายถึง 50% และเลือกทำเลที่สามารถรองรับความต้องการของลูกค้าได้อย่างแท้จริง โดยการสำรวจตลาด และราคาขายเพื่อให้บริษัทมีตำแหน่งทางการตลาดที่มีคู่แข่งที่น้อยเพื่อให้โครงการประสบความสำเร็จ และทางบริษัทมีฝ่ายพัฒนารูขี้นกศึกษาการเปลี่ยนแปลงของภาวะตลาดอสังหาริมทรัพย์เพื่อให้โครงการปรับเปลี่ยน

กลยุทธ์เพื่อแข่งขันในตลาดได้เป็นอย่างดี รวมไปถึงการให้บริการแก่ลูกค้าที่เน้นความพึงพอใจของลูกค้าเป็นเกณฑ์ ทำให้บริษัทฯ มีความได้เปรียบในการแข่งขันทั้งในด้านความน่าเชื่อถือ, คุณภาพของสินค้าและบริการ ส่งผลให้มีผลกระทบกับบริษัทฯ น้อย

3.3 ความเสี่ยงจากการเพิ่มขึ้นของราคาวัสดุ

เนื่องจากปัจจุบันโครงการอสังหาริมทรัพย์ที่เปิดใหม่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ผู้ประกอบการด้านการขายวัสดุ และผู้ประกอบการด้านก่อสร้างยังไม่ได้ขยายตัวตามความต้องการส่งผลให้ราคาวัสดุก่อสร้างเพิ่มสูงขึ้น โดยผลจากการตรวจสอบค่าวัสดุภายในหน่วยงานของบริษัทแสดงให้เห็นว่าราคาวัสดุเพิ่มสูงขึ้นประมาณ 2-4% โดยเมื่อเปรียบเทียบแต่ละรายการมีวัสดุที่เพิ่มสูงขึ้นได้แก่ ไม้ ชีเมนต์ คอนกรีต กระเบื้อง และวัสดุก่อสร้างอื่นๆ เป็นต้น ทำให้ส่งผลกระทบต่อต้นทุนค่าก่อสร้างที่เพิ่มสูงขึ้น โครงการจึงต้องปรับตัวตามราคาค่าก่อสร้างเช่นกัน

ทั้งนี้บริษัทได้ลดความเสี่ยงจากราคาวัสดุที่เพิ่มขึ้น โดยประการแรกบริษัทได้มีการต่อรองกับผู้รับเหมาเพื่อให้ได้ต้นทุนราคาวัสดุที่เหมาะสมที่สุด ประการที่สอง คือ บริษัทมีการทดแทนสินค้าในระดับราคาเดียวกันเพื่อควบคุมต้นทุน โดยมีการวางแผนงบประมาณการก่อสร้างที่เหมาะสม และประการสุดท้ายทางบริษัทได้มีการจัดหาซื้อวัสดุบางอย่างเองกับผู้ผลิตโดยตรงเพื่อเป็นการควบคุมราคาวัสดุได้อีกทาง ซึ่งหากจำเป็นก็จะสั่งซื้อล่วงหน้า โดยจะจัดซื้อคราวละมากๆ ทำให้สามารถต่อรองราคา และควบคุมต้นทุนค่าก่อสร้างได้ รวมทั้งสามารถบริหารและควบคุมคุณภาพและมาตรฐานของบ้านตามที่บริษัทฯ กำหนดไว้ได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้มีการศึกษาทางเลือกในการใช้วัสดุแต่ละประเภทที่ทดแทนกันได้ โดยเลือกใช้ให้เหมาะสมกับแต่ละสถานการณ์ รวมไปถึงการพัฒนาปรับปรุงวิธีการผลิต การขนส่งวัสดุก่อสร้าง และคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้างร่วมกับผู้รับเหมาและผู้ผลิต เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในด้านต้นทุน การจัดส่งลดปัญหาความผันผวนทางด้านราคา หรือการขาดแคลนวัสดุก่อสร้างให้น้อยลง

3.4 ความเสี่ยงจากการขายโครงการก่อนการก่อสร้าง

การขายที่พักอาศัยก่อนเริ่มก่อสร้างนั้นทางบริษัทจะได้รับเงินค่าผ่อนงวดจากลูกค้ามาใช้หมุนเวียนภายในบริษัท โดยจะใช้ระยะเวลาการก่อสร้างประมาณ 1 – 2 ปี ซึ่งสามารถลดความเสี่ยงทางด้านการตลาด แต่หากโครงการเกิดประสบปัญหาต่างๆ ทำให้โครงการเสร็จล่าช้า ส่งมอบโครงการให้ลูกค้าไม่ตรงตามที่กำหนด ทางบริษัทต้องจ่ายค่าเสียหายให้แก่ลูกค้า และเกิดการขาดทุนต่อโครงการ

บริษัทได้หาแนวทางแก้ไขลดความเสี่ยงนี้โดยเลือกผู้รับเหมาที่มีชื่อเสียง และมีประสบการณ์ความเชี่ยวชาญในการก่อสร้างโครงการมาอย่างยาวนาน อีกทั้งมีหลักฐานแสดงฐานะทางการเงินที่สามารถทำให้เชื่อได้ว่าสามารถดำเนินงานและมีการจัดการงานจนแล้วเสร็จได้ รวมถึงบริษัทมีฝ่ายวิศวกรตรวจสอบและประสานงานกับผู้รับเหมาเป็นประจำ ส่งผลให้บริษัทสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นเฉพาะหน้าได้อย่างดี

3.5 ความเสี่ยงจากการปล่อยสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารพาณิชย์

ปัจจุบันธนาคารพาณิชย์ในประเทศเข้มงวดกับการปล่อยสินเชื่อแก่ผู้บริโภคที่ซื้อที่อยู่อาศัย อันเนื่องจากความวิตกของภาระหนี้สินครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง ซึ่งอาจจะมีความเสี่ยงที่ธนาคารพาณิชย์จะปฏิเสธไม่อนุมัติสินเชื่อแก่ลูกค้า ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อยอดการโอนกรรมสิทธิ์ เพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทฯ จะประเมินคุณสมบัติเบื้องต้นและความสามารถในการผ่อนชำระเงินกู้ของลูกค้าที่จะขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินตั้งแต่ช่วงที่เข้ามาซื้อโครงการ ไปจนถึงการขอสินเชื่อกับสถาบันการเงิน นอกจากนี้ สำหรับโครงการจะมีการเรียกเก็บเงินค่าน้ำจากลูกค้าประมาณ 10% ของราคาขาย ส่วนอีก 90% เป็นการขอสินเชื่อจากธนาคาร ณ วันโอนกรรมสิทธิ์ ซึ่งจะทำให้ความเสี่ยงจากการปล่อยสินเชื่อลดลง เนื่องจากสัดส่วนในการขอสินเชื่อต่ำกว่าเกณฑ์ที่ธนาคารพาณิชย์กำหนด

4. ส่วนปรับปรุงอาคารเช่า อุปกรณ์ และ รายรับ-รายจ่ายโครงการ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทและบริษัทย่อยมี ส่วนปรับปรุงอาคารเช่า เครื่องตกแต่ง และเครื่องใช้สำนักงาน ซึ่งสามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

ประเภท / ลักษณะทรัพย์สิน	มูลค่าทางบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)		ลักษณะกรรมสิทธิ์
	31 ธ.ค. 59	31 ธ.ค. 58	
ที่ดิน	1.34	0	บริษัทย่อยเป็นเจ้าของ
อาคาร	6.62	0	บริษัทย่อยเป็นเจ้าของ
ส่วนปรับปรุงอาคารเช่า	0.58	0.01	บริษัทเป็นเจ้าของ
สำนักงานขายและห้องตัวอย่าง	0	17.25	บริษัทย่อยเป็นเจ้าของ
อุปกรณ์	0.11	4.10	บริษัทย่อยเป็นเจ้าของ
เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	1.03	1.82	บริษัทและบริษัทย่อยเป็นเจ้าของ
รวม	9.68	23.18	