

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจและกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัท

บริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ” หรือ “อารียา”) ทะเบียนเลขที่ 0107546000431 มีชื่อย่อหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยว่า “A” เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2543 ต่อมาในปี 2546 บริษัทได้แปลงสภาพเป็นบริษัทมหาชนและได้นำหุ้นเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในปี 2547 ประกอบธุรกิจหลักประเภทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งบริษัทมีวิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ในการดำเนินงาน ดังนี้

วิสัยทัศน์

“บ้าน มิใช่เพียงที่อยู่อาศัย แต่เป็นส่วนที่สำคัญส่วนหนึ่งของชีวิตครอบครัว เป็นที่ที่ลูกหลานจะเติบโต และเป็นที่ที่ความทรงจำทั้งหมดจะถูกประทับไว้ สำหรับผู้ที่มองหารูปแบบการใช้ชีวิตที่ทันสมัย สวยงามใจกลางเมือง อารียาจะเป็นบ้านในฝันของคุณ”

พันธกิจ

บริษัทจะดำเนินธุรกิจ โดยปฏิบัติตามสอดคล้องกับแนวทางที่ตลาดหลักทรัพย์กำหนด ซึ่งบริษัทได้กำหนดนโยบายกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) โดยมุ่งเน้นในเรื่องกรรมการบริษัท ความโปร่งใสในการดำเนินกิจการ และการเปิดเผยข้อมูลเพื่อให้ลงทุน และสาธารณชนได้รับทราบ และตรวจสอบการดำเนินงานของบริษัทได้

กลยุทธ์ในการดำเนินงาน

บริษัทมุ่งเน้นกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

1. โครงการตั้งอยู่ในทำเลที่มีศักยภาพ เช่น อยู่กลางใจเมือง การคมนาคมสะดวก มีระบบขนส่งมวลชนสมัยใหม่ เป็นต้น
2. ลูกค้าสามารถเข้าอยู่อาศัยได้ง่าย มีอุปกรณ์ตกแต่งที่คัดสรรอย่างดีให้พร้อมกัน หรือสามารถเลือกหาเฟอร์นิเจอร์ของตกแต่งที่มีคุณภาพเพิ่มเติมได้
3. แบบบ้าน รายละเอียดของการก่อสร้าง และสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น แบบบ้านที่มีฝ้าเพดานที่สูงโปร่งสบาย มีการเดินสายโทรศัพท์ให้ทุกห้องภายในบ้าน สำหรับคอนโดมิเนียมราคาหลักล้านต้นๆ มีสระว่ายน้ำ พร้อมระเบียงส่วนตัว หน้าห้องที่ลูกค้าสามารถลงว่ายน้ำจากหน้าห้องของตนเอง ผับห้องนั่งเล่นที่สามารถเปิดเชื่อมกับห้องนอนได้ ทำให้อาคารดูกว้าง เมื่อต้องการความเป็นส่วนตัวก็เพียงเลื่อนผนังกลับ เป็นต้น
4. นำเทคโนโลยีการก่อสร้างแบบใหม่เข้ามาใช้ในการก่อสร้างเร่งระยะเวลา และลดต้นทุนการก่อสร้างลง

5. ราคาที่สมเหตุสมผลและสามารถแข่งขันได้ ซึ่งบริษัทจะคำนึงถึงต้นทุน และทำเลที่ตั้งเป็นสำคัญ
6. พัฒนาโครงการพักอาศัยครบทุกรูปแบบเพื่อเป็นการสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ำ
7. พัฒนาโครงการพักอาศัยครบวงจร มีการพัฒนาโครงการประเภทธุรกิจศูนย์การค้าหรือคอมมูนิตี้มอลล์ อาคารค้าปลีกค้าส่งและอาคารพาณิชย์กรรม เพื่อเป็นการสร้างองค์ประกอบการพักอาศัยที่ครบครันเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการโครงการที่มีความครบวงจร
8. โครงการบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮ้าส์มีกลุ่มลูกค้ำเป้าหมายเป็นผู้ที่ทำงานมาแล้วระยะหนึ่ง มีตำแหน่งหน้าที่การงานที่ดีหรือเป็นเจ้าของกิจการ หรือทำงานวิชาชีพอิสระและต้องการที่อยู่อาศัยในเขตเมือง เป็นโครงการที่มีความทันสมัย มีรายได้ระดับปานกลางถึงสูง (young executives)
9. โครงการคอนโดมิเนียมมีกลุ่มลูกค้ำเป้าหมายเป็นผู้ที่เริ่มทำงานและผู้ที่ทำงานมาแล้วระยะหนึ่ง ต้องการที่อยู่อาศัยในเขตเมืองและเป็นโครงการที่มีความทันสมัย มีรายได้ระดับปานกลางถึงสูง

โดยผู้บริหารบริษัทเชื่อว่ากลยุทธ์ดังกล่าว จะนำไปให้บริษัทบรรลุเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ คือการเป็นผู้นำบ้านสำหรับคนรุ่นใหม่ ภายในระยะเวลาประมาณ 5 ปี

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท อริยา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) (บริษัท) ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2543 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 1 ล้านบาท โดยบริษัทเริ่มประกอบธุรกิจจากการรับจ้างสร้างบ้าน ในปัจจุบันบริษัทประกอบธุรกิจจัดสรรที่ดินพร้อมรับจ้างปลูกบ้านสร้างบ้านเดี่ยวเพื่อขาย โครงการทาวน์เฮ้าส์ตกแต่งพร้อมอยู่ และโครงการคอนโดมิเนียมตกแต่งพร้อมอยู่ โดยมีนายวิศิษฐ์ เลหาพูนรังษี นางพัชร พรเจริญชัยศิลป์ และนายวิวัฒน์ เลหาพูนรังษีเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ โดยบริษัทมีประวัติความเป็นมาที่สำคัญ ดังนี้

เหตุการณ์สำคัญของกลุ่มบริษัทในรอบ 3 ปี

ปี	เหตุการณ์ที่สำคัญ
2556	● 26 มีนาคม 2556 ผู้ถือหุ้นอนุมัติการออกและเสนอขายหุ้นกู้ทุกประเภท ชนิดระบุชื่อผู้ถือหรือไม่ระบุชื่อ มีหรือไม่มีหลักประกัน มีหรือไม่มีผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้ หุ้นกู้ด้อยสิทธิหรือไม่ด้อยสิทธิ วงเงินรวมไม่เกิน -1,500- ล้านบาท โดยจะออกและเสนอขายเพียงชุดเดียวหรือหลายชุดในคราวเดียวกันหรือหลายครั้งก็ได้ ● 26 เมษายน 2556 ผู้ถือหุ้นอนุมัติลดทุนจดทะเบียนของบริษัทเป็น 758 ล้านบาท (จำนวน 758 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท) โดยการตัดหุ้นที่เตรียมไว้รองรับใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ ● 14 มิถุนายน 2556 ผู้ถือหุ้นอนุมัติเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทเป็น 980 ล้านบาท (จำนวน 980 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท) ● 20 สิงหาคม 2556 อนุมัติการออก และเสนอขาย และจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ ต่อผู้

ปี	เหตุการณ์ที่สำคัญ
	ถือหุ้นเดิมของบริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ตามสัดส่วนจำนวนหุ้นที่ผู้ถือหุ้นแต่ละรายถืออยู่
2557	27 มีนาคม 2557 ผู้ถือหุ้นอนุมัติการออกและเสนอขายหุ้นกู้ทุกประเภท ชนิดระบุชื่อผู้ถือหรือไม่ระบุชื่อ มีหรือไม่มีหลักประกัน มีหรือไม่มีผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้ หุ้นกู้ด้อยสิทธิหรือไม่ด้อยสิทธิ วงเงินรวมไม่เกิน -3,000- ล้านบาท โดยจะออกและเสนอขายเพียงชุดเดียวหรือหลายชุดในคราวเดียวกันหรือหลายครั้งก็ได้ 10 กันยายน 2557 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 9/2557 มีมติอนุมัติจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท อารียา คอนวินเนชั่น สโตร์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยในประเทศไทยและมีทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท โดยได้จดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์แล้วเมื่อวันที่ 24 กันยายน 2557 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำธุรกิจค้าปลีก
2558	- วันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2558 ผู้ถือหุ้นมีมติอนุมัติการออกและเสนอขายหุ้นกู้ทุกประเภท ชนิดระบุชื่อผู้ถือหรือไม่ระบุชื่อ มีหรือไม่มีหลักประกัน มีหรือไม่มีผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้ หุ้นกู้ด้อยสิทธิหรือไม่ด้อยสิทธิ เป็นวงเงินรวมไม่เกิน 2,000 ล้านบาท ซึ่งออกเป็นสกุลเงินบาท และ/หรือ สกุลเงินต่างประเทศในจำนวนที่เทียบเท่า อัตราดอกเบี้ยขึ้นอยู่กับภาวะตลาดในขณะที่ยกและเสนอขายหุ้นกู้ในแต่ละครั้ง โดยจะออกและเสนอขายเพียงชุดเดียวหรือหลายชุดในคราวเดียวกัน หรือหลายครั้งก็ได้ 23 เมษายน 2558 ผู้ถือหุ้นอนุมัติเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทเป็น 1,200 ล้านบาท (จำนวน 1,200 ล้านหุ้น มูลค่า หุ้นละ 1 บาท) ณ 31 ธันวาคม 2558 ยังไม่ได้มีการจัดสรรหุ้นเพิ่มทุน 23 เมษายน 2558 ผู้ถือหุ้นอนุมัติการออก และเสนอขาย และจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ ต่อผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ตามสัดส่วนจำนวนหุ้นที่ผู้ถือหุ้นแต่ละรายถืออยู่

1.3 ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัท และบริษัทย่อย

บริษัทเริ่มดำเนินธุรกิจด้านการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทจัดสรรที่ดินเพื่อขายและรับจ้างปลูกสร้างบ้านซึ่งเป็นโครงการบ้านเดี่ยวทั้งหมด ต่อมาในปี 2548 บริษัทเริ่มขายบ้านสร้างก่อนขาย ทั้งบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮ้าส์ 3 และ 4 ชั้น และในปี 2549-2554 บริษัทได้เพิ่มสินค้าหลัก อีก 2 ประเภท คือ คอนโดมิเนียมตกแต่งพร้อมอยู่ และทาวน์เฮ้าส์ 2 ชั้น ตกแต่งพร้อมอยู่ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในตลาด นอกจากนี้ในปี 2555 บริษัทได้ออกแบบทาวน์เฮ้าส์ 2 และ 3 ชั้นใหม่ โดยทาวน์เฮ้าส์ 2 ชั้นแบบใหม่ชื่อ เดอะ วิลเลจ และทาวน์เฮ้าส์ 3 ชั้นแบบใหม่ชื่อ เดลี่ ซึ่งทาวน์เฮ้าส์ทั้ง 2 แบบได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี และสำหรับแบบ เดอะ วิลเลจ บริษัทได้นำมาใช้ในการทำบ้านเดี่ยวด้วย รวมถึงในปี 2557 บริษัทได้ออกแบบบ้านเดี่ยว 2 ชั้นแบบใหม่ ชื่อ อารียา โคโม

ซึ่งปัจจุบันบริษัทฯ และบริษัทย่อยมีโครงการที่ดำเนินการอยู่รวมทั้งสิ้น 43 โครงการ โครงการบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮ้าส์ มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นผู้ที่ทำงานมาแล้วระยะหนึ่ง มีตำแหน่งหน้าที่การงานที่ดี หรือเป็นเจ้าของกิจการ หรือทำงานวิชาชีพอิสระ และต้องการที่อยู่อาศัยในเขตเมือง เป็นโครงการที่มีความทันสมัย มีรายได้ระดับปานกลางถึงสูง (Young Executives) ส่วนโครงการคอนโดมิเนียม มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นผู้ที่เริ่มทำงาน และผู้ที่ทำงานมาแล้วระยะหนึ่ง ต้องการที่อยู่อาศัยในเขตเมืองและเป็นโครงการที่มีความทันสมัย มีรายได้ระดับปานกลางถึงสูง และคอมมูนิตีมีอลล์ 1 โครงการนั้น มีชื่อโครงการว่า Pickadaily Bangkok ซึ่งโครงการนี้ถูกก่อสร้างเป็นกลุ่มอาคารเก่าแก่สถาปัตยกรรมสุดคลาสสิกโดยการจำลองบรรยากาศของ English old town และอีกโครงการชื่อ Life Style Club ตั้งอยู่ย่าน เกษตร-นวมินทร์

1.4 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัทฯ ได้ทำการเปิดบริษัทย่อยเพื่อรองรับการขยายตัวของบริษัท และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานต่าง ๆ โดยโครงสร้างการถือหุ้นในบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 คือ บริษัทฯ ถือหุ้นโดยตรงร้อยละ 99.99 ในบริษัทย่อย 7 แห่ง ประกอบด้วย

- | | |
|--|--|
| 1. บริษัท อารียา เซอร์วิส จำกัด | ประกอบธุรกิจบริการหลังการขาย ด้านอสังหาริมทรัพย์ |
| 2. บริษัท วันอัฟ จำกัด | ประกอบธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง |
| 3. บริษัท อารียา แมนเนจเม้นต์ จำกัด | ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์และบริหารนิติบุคคล |
| 4. บริษัท กุลสเปซ จำกัด | ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ |
| 5. บริษัท ไลฟ์ลิฟวิ่ง จำกัด | ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ |
| 6. บริษัท ซิลล์สเปซ จำกัด | ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ |
| 7. บริษัท อารียา คอนวินเนียน สโตร์ จำกัด | ประกอบธุรกิจค้าปลีก |

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)
บจก. อารียา เซอร์วิส 999 ถนนประดิษฐ์มนูธรรม แขวง สะพานสอง เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310 โทรศัพท์ 0-2798-9999 โทรสาร 0-2798-9990	บริการหลังการขายด้าน อสังหาริมทรัพย์	หุ้นสามัญ 1,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท รวมเป็นทุนทั้งสิ้น 10,000,000 บาท	99.99
บจก. วันอัฟ 999 ถนนประดิษฐ์มนูธรรม แขวง สะพานสอง เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310 โทรศัพท์ 0-2798-9999 โทรสาร 0-2798-9990	บริการรับเหมาก่อสร้าง	หุ้นสามัญ 10,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท รวมเป็นทุนทั้งสิ้น 100,000,000 บาท	99.99

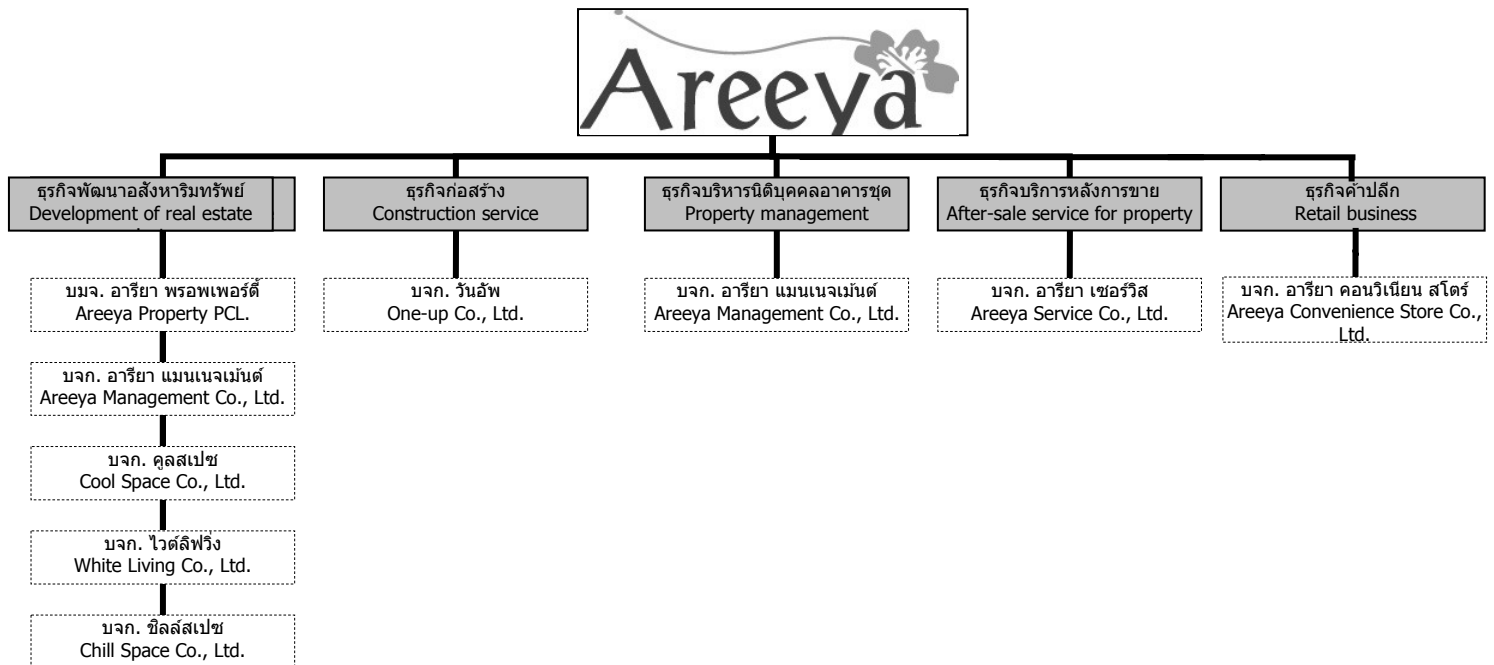
ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)
บจก. อารียา แมนเนจเม้นต์ 999 ถนนประดิษฐ์มนูธรรม แขวง สะพานสอง เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310 โทรศัพท์ 0-2798-9999 โทรสาร 0-2798-9990	พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ และบริหารนิติบุคคล	หุ้นสามัญ 6,500,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท รวมเป็นทุนทั้งสิ้น 65,000,000 บาท	99.99
บจก. อูลสเปซ 999 ถนนประดิษฐ์มนูธรรม แขวง สะพานสอง เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310 โทรศัพท์ 0-2798-9999 โทรสาร 0-2798-9990	พัฒนาอสังหาริมทรัพย์	หุ้นสามัญ 6,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท รวมเป็นทุนทั้งสิ้น 60,000,000 บาท	99.99
บจก. ไรต์ลิฟวิ่ง 999 ถนนประดิษฐ์มนูธรรม แขวง สะพานสอง เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310 โทรศัพท์ 0-2798-9999 โทรสาร 0-2798-9990	พัฒนาอสังหาริมทรัพย์	หุ้นสามัญ 6,500,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท รวมเป็นทุนทั้งสิ้น 65,000,000 บาท	99.99
บจก. ซิลส์สเปซ 999 ถนนประดิษฐ์มนูธรรม แขวง สะพานสอง เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310 โทรศัพท์ 0-2798-9999 โทรสาร 0-2798-9990	พัฒนาอสังหาริมทรัพย์	หุ้นสามัญ 100,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท รวมเป็นทุนทั้งสิ้น 1,000,000 บาท	99.99
บจก. อารียา คอนวินเนียน สตอร์ 999 ถนนประดิษฐ์มนูธรรม แขวง สะพานสอง เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310 โทรศัพท์ 0-2798-9999 โทรสาร 0-2798-9990	ค้าปลีก	หุ้นสามัญ 10,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท รวมเป็นทุนทั้งสิ้น 1,000,000 บาท	99.99

ปัจจุบันบริษัทฯ และบริษัทย่อยมีโครงการที่ดำเนินการอยู่รวมทั้งสิ้น 41 โครงการ โดยประกอบด้วย โครงการบ้านเดี่ยว 8 โครงการ, โครงการทาวน์เฮาส์ 25 โครงการ, โครงการคอนโดมิเนียม 8 โครงการ และโครงการคอมมูนิตี้ออลล์ 2 โครงการ รวมเป็น 43 โครงการ ซึ่งมีรายละเอียดโครงการ ดังนี้

โครงการบ้านเดี่ยว	โครงการทาวน์เฮาส์	โครงการคอนโดมิเนียม
- อารียา บุษบา - สวนนา 3 - อารียา เมโทร - อารียา โคโม บางนา - เดอะ วิลเลจ แสงวัฒนะ- คิวนนท์ - เดอะวิลเลจ คอทเทจ กาญจนาภิเษก-ราชพฤกษ์ - อารียา โคโม บางนา-วง แหวนฯ - อารียา โคโม วงแหวน- รามอินทรา	- อารียา โมวา - แอทโฮม - อารียา ทูปี - อารียา เคลี่ เกษตร-นวมินทร์ - เดอะ คัลเลอร์ส แสงวัฒนะ-คิวนนท์ - เดอะ คัลเลอร์ส พรีเมี่ยม บางนา - เดอะ คัลเลอร์ส บางนา กม.10 - เดอะ วิลเลจ บางนา กม.10 - เดอะ คัลเลอร์ส เลขเซอร์ บางนา กม.8 - เดอะ คัลเลอร์ส เลขเซอร์ บางนา กม.10 - เดอะ วิลเลจ บางนา กม.8 - เดอะ คัลเลอร์ส พรีเมี่ยม รังสิต-ลำลูกกา - อารียา แมนดารินา สุขุมวิท 77 - เดอะ คัลเลอร์ส คอนเมือง-สรงประกา เฟส 1 - เดอะ คัลเลอร์ส คอนเมือง-สรงประกา เฟส 2 - อารียา แมนดารินา เกษตร-นวมินทร์ - เดอะวิลเลจ กาญจนาภิเษก-ราชพฤกษ์ - เดอะคัลเลอร์ส พรีเมี่ยม กาญจนาภิเษก- ราชพฤกษ์ - เดอะคัลเลอร์ส กาญจนาภิเษก-ราชพฤกษ์ - เดอะคัลเลอร์ส พรีเมี่ยมวงแหวน-รามอินทรา - เดอะคัลเลอร์ส วงแหวน-รามอินทรา - เดอะคัลเลอร์ส บางนา-วงแหวนฯ - เดอะคัลเลอร์ส พรีเมี่ยม บางนา-วงแหวนฯ - เดอะวิลเลจ บางนา-วงแหวนฯ - อารียา บริกค์ คอนเมือง-สรงประกา	- เอ สเปซ อโศก-รัชดา - เอ สเปซ เกษตร - เอ สเปซ เฟลย์ - เอ สเปซ สุขุมวิท 77 - เอ สเปซ ไอ.ดี. - เอ สเปซ มี บางนา - เอ สเปซ มี สุขุมวิท 77 - เอ สเปซ มี รัตนาธิเบศร์

สำหรับโครงการคอมมูนิตี้ออลล์ 2 โครงการนั้น มีชื่อโครงการว่า Pickadaily Bangkok ซึ่งโครงการนี้ถูกก่อสร้างเป็นกลุ่มอาคาร
เก่าแก่สถาปัตยกรรมคลาสสิกโดยการจำลองบรรยากาศของ English old town หากรวมทุกโครงการของบริษัท จะมีมูลค่าโครงการรวมทั้งสิ้น
30,343 ล้านบาท และอีกโครงการชื่อ Life Style Club ตั้งอยู่ย่าน เกษตร-นวมินทร์

โครงสร้างเงินลงทุนของกลุ่มบริษัท



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทเริ่มดำเนินธุรกิจด้านการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทจัดสรรที่ดินเพื่อขายและรับจ้างปลูกสร้างบ้านซึ่งเป็นโครงการบ้านเดี่ยวทั้งหมด ต่อมาในปี 2548 บริษัทเริ่มขายบ้านสร้างก่อนขาย ทั้งบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮ้าส์ 3 และ 4 ชั้น และในปี 2549-2554 บริษัทได้เพิ่มสินค้าหลัก อีก 2 ประเภท คือ คอนโดมิเนียมตกแต่งพร้อมอยู่และทาวน์เฮ้าส์ 2 ชั้น ตกแต่งพร้อมอยู่ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในตลาด นอกจากนี้ในปี 2555 บริษัทได้ออกแบบทาวน์เฮ้าส์ 2 และ 3 ชั้นใหม่ โดยทาวน์เฮ้าส์ 2 ชั้นแบบใหม่ชื่อ เดอะ วิลเลจ และทาวน์เฮ้าส์ 3 ชั้นแบบใหม่ชื่อ เบลู ซึ่งทาวน์เฮ้าส์ทั้ง 2 แบบได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี และสำหรับแบบ เดอะ วิลเลจ บริษัทได้นำมาใช้ในการทำบ้านเดี่ยวด้วย รวมถึงในปี 2557 บริษัทได้ออกแบบบ้านเดี่ยว 2 ชั้นแบบใหม่ ชื่อ อารีญา โคโม

สำหรับการรับรู้รายได้ของบริษัทฯ และบริษัทย่อย จะรับรู้รายได้ในส่วนของการขายที่ดินและบ้านซึ่งสร้างเสร็จสมบูรณ์และมีไว้พร้อมขาย บริษัทจะรับรู้รายได้เมื่อได้รับชำระค่าที่ดินและบ้านครบถ้วนตามสัญญา และโอนกรรมสิทธิ์ให้กับผู้ซื้อแล้ว ในส่วนของการรับจ้างปลูกสร้างบ้าน บริษัทจะรับรู้รายได้ตามสัดส่วนของงานที่ทำเสร็จ ในส่วนของคอนโดมิเนียม บริษัทจะรับรู้รายได้เมื่ออาคารชุดสร้างเสร็จและห้องชุดได้มีการโอนกรรมสิทธิ์ให้แก่ผู้ซื้อและได้รับชำระเงินครบถ้วนตามสัญญา โดยโครงสร้างรายได้หลักของบริษัทมาจากการขายอสังหาริมทรัพย์ เช่น คอนโดมิเนียม, ทาวน์เฮ้าส์ และบ้านเดี่ยว

โครงสร้างรายได้จำแนกตามสายผลิตภัณฑ์หลักตั้งแต่ปี 2556 – 2558 มีดังต่อไปนี้

ผลิตภัณฑ์ / บริการ	งบการเงินรวมประจำปี สิ้นสุด 2558		งบการเงินรวมประจำปี สิ้นสุด 2557		งบการเงินรวมประจำปี สิ้นสุด 2556	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1) รายได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์						
1.1 โครงการแนวราบ	3,426	63%	2,237	87%	1,654	92%
1.2 โครงการแนวสูง	762	14%	46	2%	33	2%
1.3 ที่ดิน	1,210	22%	154	6%	65	3%
ยอดรวมรายได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์	5,398	99%	2,437	95%	1,752	97%
2) รายได้จากการรับสร้างบ้านและขายวัสดุก่อสร้าง ¹	3	-	-	-	10	1%
3) รายได้อื่น ²	27	1%	122	5%	46	2%
รวมทั้งสิ้น	5,428	100%	2,559	100%	1,808	100%

¹ รายได้จากการขายวัสดุก่อสร้างเป็นส่วนน้อยเมื่อเทียบกับรายได้รวมทั้งสิ้น

² รายได้อื่นประกอบด้วยรายได้จากการรับบริหารโครงการ ดอกเบี้ยรับธนาคาร และกำไรที่ยังไม่เกิดขึ้นจากมูลค่ายุติธรรมของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัท อารีญา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจโดยแบ่งสินค้าออกเป็น 3 ประเภท มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. โครงการบ้านเดี่ยว โดยบริษัทจะขายที่ดินเปล่าซึ่งเป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัทและรับจ้างปลูกสร้างบ้านบนที่ดินในโครงการดังกล่าว หรือขายที่ดินพร้อมบ้านสร้างเสร็จ โดยในปัจจุบันนั้น มีอยู่ด้วยกัน 8 โครงการ อันได้แก่

- นุชบา
- สวนา 3
- อารีญา เมทโร เกษตร-นวมินทร์
- อารีญา โคโม บางนา
- อารีญา โคโม บางนา-วงแหวนฯ
- เดอะ วิลเลจ ดิวานนท์
- เดอะ วิลเลจ คอทเทจ ราชพฤกษ์
- อารีญา โคโม วงแหวน รามอินทรา

2. โครงการทาวน์เฮ้าส์ บริษัทได้พัฒนาทาวน์เฮ้าส์ แบ่งเป็น 3 รูปแบบ

ประเภท	ชื่อโครงการ	รายละเอียด
แบบ 2 ชั้น	- เดอะ คัสเลอร์ส บางนา กม.10 - เดอะ คัสเลอร์ส พรีเมียม บางนา - เดอะ คัสเลอร์ส เลชเชอร์ บางนา กม.8 - เดอะ คัสเลอร์ส เลชเชอร์ บางนา กม.10 - เดอะ วิลเลจ บางนา กม.8 - เดอะ วิลเลจ บางนา กม.10 - เดอะ คัสเลอร์ส พรีเมียม รังสิต-ลำลูกกา - เดอะ คัสเลอร์ส คอนเมือง-สรองประชา เฟส 1 - เดอะ คัสเลอร์ส คอนเมือง-สรองประชา เฟส 2 - เดอะ คัสเลอร์ส แจ๊สวัฒนะ ดิวานนท์ - เดอะ คัสเลอร์ส กาญจนานิเทศ-ราชพฤกษ์ - เดอะ คัสเลอร์ส พรีเมียม กาญจนานิเทศ-ราชพฤกษ์ - เดอะ วิลเลจ กาญจนานิเทศ-ราชพฤกษ์ - อารีญา At Home - เดอะ คัสเลอร์ส พรีเมียม วงแหวน รามอินทรา - เดอะ คัสเลอร์ส วงแหวน รามอินทรา - เดอะคัสเลอร์ส บางนา-วงแหวนฯ	เป็นโครงการจัดสรรทาวน์เฮ้าส์ หน้ากว้าง 5.7 เมตร 2 ชั้น เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการที่อยู่อาศัย สำหรับกลุ่มครอบครัวขนาดเล็กและครอบครัวที่เก๋อบใหม่โดยในปัจจุบัน นั้น มีอยู่ด้วยกัน 6 ทำเล อันได้แก่ เกษตร-นวมินทร์, ดิวานนท์, บางนา, รังสิต, สรองประชา, ราชพฤกษ์ และวงแหวนรามอินทรา โดยบริษัทยังมีแผนในการเพิ่มจำนวนทำเลเพื่อรองรับความต้องการในรูปแบบเดียวกันให้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วกรุงเทพมหานครและปริมณฑล นอกจากนี้บริษัทยังมีทาวน์เฮ้าส์ 2 ชั้นแบบใหม่ที่ชื่อ เดอะ วิลเลจ ซึ่งมีจุดเด่น คือ เป็นทาวน์เฮ้าส์ที่ให้บรรยากาศเหมือนอยู่บ้านเดี่ยว และมีบริเวณสวนรอบบ้าน และหน้าบ้านที่กว้าง ทำให้สามารถจอดรถยนต์ได้ถึง 2 คัน

ประเภท	ชื่อโครงการ	รายละเอียด
	- เดอะคัลเลอร์ส พรีเมียม บางนา-วงแหวนฯ - เดอะวิลเลจ บางนา-วงแหวนฯ	
แบบ 3 ชั้น	- อรียา โมวา - อรียา พูบี - อรียา เคที เกษตร-นวมินทร์ - อรียา บริกค์ คอนเมือง-สรงประกา	เป็นโครงการจัดสรรทาวน์เฮ้าส์ หน้ากว้าง 5 เมตร และ 5.5 เมตร สูง 3 ชั้น เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าครอบครัวที่มีขนาดเล็กถึงขนาดปานกลาง เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับผู้บริโภค โดยในปัจจุบันนี้มีอยู่ด้วยกัน 2 ทำเล อันได้แก่ เกษตร-นวมินทร์ และคอนเมือง-สรงประกา
แบบ 4 ชั้น	- อรียา แมนดิรีนา สุขุมวิท 77 - อรียา แมนดิรีนา เกษตร-นวมินทร์	เป็นโครงการจัดสรรทาวน์เฮ้าส์ หน้ากว้าง 5 เมตร และ 5.5 เมตร สูง 4 ชั้น เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าทาวน์เฮ้าส์ในเกรดพรีเมียมที่ต้องการพื้นที่ใช้สอยจำนวนมาก และมีความโดดเด่นในเรื่องการออกแบบ เพื่อตอบโจทย์ในเรื่องความต้องการที่แตกต่างของกลุ่มลูกค้าในกลุ่มนี้ ในปัจจุบันนี้มีอยู่ด้วยกัน 2 ทำเล อันได้แก่ สุขุมวิท 77 และ เกษตร-นวมินทร์

3. โครงการคอนโดเนียม โดยจุดเด่นของสินค้าของบริษัท คือ จะตั้งอยู่บนที่ดินที่ใกล้ใจกลางเมือง ใกล้แหล่งคมนาคม ห้างสรรพสินค้า และสถานที่อำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเต็มที่ โดยโครงการคอนโดเนียมเน้นพัฒนา เป็น 3 รูปแบบ

ประเภท	ชื่อโครงการ	รายละเอียด
แบบ 8 ชั้น	- เอสเปซ อโศก – รัชดา - เอสเปซ เกษตร - เอสเปซ สุขุมวิท 77 - เอสเปซ มิ สุขุมวิท 77 - เอสเปซ มิ เกษตร-นวมินทร์ - เอสเปซ เฟลซ์	เป็นโครงการคอนโดเนียม 7-8 ชั้น พื้นที่แต่ละอาคารไม่เกิน 10,000 ตร.ม. เป็นโครงการคอนโดเนียมขนาดเล็ก โดยในปัจจุบันนี้มีอยู่ด้วยกัน 6 ทำเล อันได้แก่ เกษตร-นวมินทร์, อโศก-รัชดา, สุทธิสาร และ สุขุมวิท 77 โดยบริษัทยังมีแผนในการเพิ่มจำนวนทำเลเพื่อรองรับความต้องการในรูปแบบเดียวกันให้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วกรุงเทพมหานคร
แบบเกิน 8 ชั้น แต่ไม่เกิน 30,000 ตร.ม. ต่ออาคาร	- เอสเปซ ไอดี อโศก - เอสเปซ มิ บางนา - เอสเปซ มิ รัตนธิเบศร์	เป็นคอนโดเนียมขนาดกลางเน้นความเป็นส่วนตัวและสาธารณูปโภคอื่นๆ ที่เพิ่มขึ้น โดยในปัจจุบันนี้มีอยู่ด้วยกัน 3 ทำเล อันได้แก่ อโศก-รัชดา, บางนา, และรัตนธิเบศร์
แบบเกิน 8 ชั้น เกิน 30,000 ตร.ม. ต่ออาคาร	- สุนทริยา	เป็นโครงการคอนโดเนียมขนาดใหญ่เน้นพัฒนาในพื้นที่ CBD เพื่อเน้นการตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้ากลุ่มพรีเมียม ประกอบกับจุดขายในส่วน Private club เพื่อตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าที่ต้องการบริการระดับพรีเมียมเกรด โดยในปัจจุบันนี้มีอยู่ด้วยกัน 1 ทำเล อันได้แก่ ราชดำริ โดยบริษัทยังมีแผนในการเพิ่มจำนวนทำเลเพื่อรองรับความต้องการในรูปแบบเดียวกันให้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วกรุงเทพมหานคร

สำหรับโครงการคอมมูนิตีมอลล์ 2 โครงการนั้น มีชื่อโครงการว่า Pickadaily Bangkok ซึ่งโครงการนี้ถูกก่อสร้างเป็นกลุ่มอาคารเก่าแก่สถาปัตยกรรมคลาสสิกโดยการจำลองบรรยากาศของ English old town และอีกโครงการชื่อ Life Style Club ย่านเกษตร-นวมินทร์

ในช่วงต้นปี 2559 บริษัทจะเปิดโครงการบ้านระดับพรีเมียม ชื่อโครงการ The AVA Residence ที่ตั้งโครงการอยู่ที่สุขุมวิท 77 เป็นโครงการบ้านเดี่ยว 3 ชั้น ขนาดพื้นที่ต่อผืนตั้งแต่ 299 – 520 ตร.ม. สามารถจอดรถได้ถึง 3 คัน เพื่อตอบสนองลูกค้าในกลุ่มครอบครัวเจ้าของกิจการขนาดกลางถึงขนาดใหญ่ หรือเป็นพนักงานระดับ executive ขึ้นไป ซึ่งต้องการใช้ชีวิตอยู่ในเมือง รักความสะดวกสบายและเดินทางสะดวก ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายคือผู้ที่อาศัยหรือทำงานในพื้นที่ย่านสุขุมวิทตอนกลาง เกือบตอนปลาย พัฒนาการ ศรีนครินทร์ สวนหลวง ณ 31 ธันวาคม 2558 กลับเข้าสู่และบ้านตัวอย่างโครงการได้สร้างเสร็จแล้ว

บริษัทมีโครงการปัจจุบันที่ดำเนินงานอยู่ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 จำนวน 41 โครงการ มูลค่า 30,343 ล้านบาท (ไม่รวมโครงการคอมมูนิตีมอลล์) โดยรายละเอียดของแต่ละโครงการปรากฏดังตารางต่อไปนี้

โครงการของบริษัทในปัจจุบัน

ปีที่เปิดโครงการ	ผู้ดำเนินการ	ชื่อโครงการ	ที่ตั้งโครงการ	ประเภทโครงการ	กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	จำนวนยูนิตที่ขายได้/จำนวนยูนิตทั้งโครงการ	มูลค่าขาย (ล้านบาท)	ขายแล้ว (ล้านบาท)	ความคืบหน้าการก่อสร้าง (%)
บ้านเดี่ยว									
มิ.ย. 2546	ARY	นุชบา (หัวหมาก)	ซอยลาดพร้าว 130	บ้านเดี่ยว	AB	141/143	878	857	100
ก.ค. 2547	ARY	สวนา 3	ถนน เกษตร นวมินทร์	บ้านเดี่ยว	AA	25/48	524	252	100
ต.ค. 2547	ARY	อริยา เมทโทร (เกษตร)	ถนนลาดพร้าว	บ้านเดี่ยว	AB	109/137	1,108	761	100
ก.ค. 2555	ARY	เดอะวิลเลจ แข็ง วัฒนะ-ติวานนท์	ถนนติวานนท์	บ้านเดี่ยว /บ้านแฝด	AC	99/150	626	381	100
ต.ค. 2557	ARY	อริยา ไคโม	ถนนคู่ขนาน- วงแหวน	บ้านเดี่ยว	AB,AA	58/61	346	322	100
พ.ย. 2557	ARY	เดอะวิลเลจ คอท เทจ กาญจนภิเษก-ราชพฤกษ์	ถนนราชพฤกษ์	บ้านเดี่ยว	AB,AC	22/86	353	22	90
มี.ค. 2558	ARY	อริยา ไคโม บางนา กม.10 โซน 2	บางนา กม.10	บ้านเดี่ยว	AB	11/128	662	52	53
มี.ค. 2558	ARY	อริยา ไคโม วงแหวน-รามอินทรา	วงแหวน-รามอินทรา	บ้านเดี่ยว	AB	3/124	586	16	81
รวม							5,083	2,663	
ทาวน์เฮ้าส์									
มิ.ย. 2548	ARY	อริยา โมวา	ถนนลาดพร้าว	ทาวน์เฮ้าส์	AC	304/304	1002	1002	100
ก.พ. 2550	ARY	อริยา At Home	ถนน เกษตร นวมินทร์	ทาวน์เฮ้าส์	BA	100/104	252	236	100
มิ.ย. 2550	ARY	เดอะคัลเลอร์ส ติวานนท์ เฟส 1	ถนนติวานนท์	ทาวน์เฮ้าส์	BB	187/187	347	347	100
ก.ย. 2552	COL	อริยาทุปี	ถนนลาดพร้าว	ทาวน์เฮ้าส์	AC	169/174	660	632	100

ปีที่เปิด โครงการ	ผู้ดำเนินการ	ชื่อโครงการ	ที่ตั้งโครงการ	ประเภท โครงการ	กลุ่ม ⁱⁱ ลูกค้า เป้าหมาย	จำนวนชนิดที่ ขายได้/ จำนวนชนิด ทั้งโครงการ	มูลค่า ขาย (ล้านบาท)	ขายแล้ว (ล้านบาท)	ความ คืบหน้า การ ก่อสร้าง (%)
ต.ค. 2553	ARY	เดอะคัลเลอร์ส ฟรี เมี่ยม บางนา	ถนนคู่ขนาน- วงแหวน	ทาวน์ เฮ้าส์	BB	179/181	426	418	100
ต.ค. 2553	ARY	แมนดาริน่า สุขุมวิท 77	ถนนสุขุมวิท77	ทาวน์ เฮ้าส์	AB	103/114	735	691	100
ม.ค. 2555	ARY	เดอะคัลเลอร์ส บางนา กม.10	ถนนคู่ขนาน- วงแหวน	ทาวน์ เฮ้าส์	BB, BA	268/272	585	574	100
มี.ค. 2555	CHS	อริยา เดลี่	ถนนลาดปลา เค้า	ทาวน์ เฮ้าส์	AC	202/286	1,278	860	100
ก.ค. 2555	ARY	เดอะวิลเลจ บางนา	ถนนคู่ขนาน- วงแหวน	ทาวน์ เฮ้าส์	BA	104/105	313	308	100
ก.พ. 2556	ARY	เดอะ คัลเลอร์ส ฟรี เมี่ยม รังสิต-ลำลูก กา	ตำบลลาดสวาย	ทาวน์ เฮ้าส์	BB, BA	354/370	668	619	100
ก.พ. 2556	ARY	อริยา แมนดารินา เกษตร นวมินทร์	ถนน เกษตร นวมินทร์	ทาวน์ เฮ้าส์	AB	16/16	106	106	100
เม.ย. 2556	ARY	เดอะ คัลเลอร์ส ดอนเมือง-สร้ง ประภา เฟส 1	ถนน รพช. ตำบลหลักหก	ทาวน์ เฮ้าส์	BB, BA	39/39	91	91	100
ก.ค. 2556	ARY	เดอะ คัลเลอร์ส เลข เชอร์ บางนา กม. 10	ถนนคู่ขนาน- วงแหวน	ทาวน์ เฮ้าส์	BB, BA	277/278	665	662	100
ส.ค. 2556	ARY	เดอะ คัลเลอร์ส ดอนเมือง-สร้ง ประภา เฟส 2	ถนน รพช. ตำบลหลักหก	ทาวน์ เฮ้าส์	BB, BA	219/221	533	526	100
ต.ค. 2556	AMM	เดอะวิลเลจ บางนา กม.8	ถนนคู่ขนาน- วงแหวน	ทาวน์ เฮ้าส์	BA	160/160	525	525	100
ก.ค. 2557	ARY	เดอะ คัลเลอร์ส เลข เชอร์ บางนา กม. 8	ถนนคู่ขนาน- วงแหวน	ทาวน์ เฮ้าส์	AC,BA	208/214	572	551	100
พ.ย. 2557	ARY	เดอะวิลเลจ กาญจนาภิเษก- ราช พฤกษ์	ถนนราชพฤกษ์	ทาวน์ เฮ้าส์	AC,BA	73/133	413	202	90

ปีที่เปิด โครงการ	ผู้ดำเนินการ	ชื่อโครงการ	ที่ตั้งโครงการ	ประเภท โครงการ	กลุ่ม ⁱⁱ ลูกค้า เป้าหมาย	จำนวนยูนิตที่ ขายได้/ จำนวนยูนิต ทั้งโครงการ	มูลค่า ขาย (ล้านบาท)	ขายแล้ว (ล้านบาท)	ความ คืบหน้า การ ก่อสร้าง (%)
พ.ย. 2557	WHL	เดอะคัลเลอร์ส พรีเมียม กาญจนภิเษก- ราชพฤกษ์	ถนนราชพฤกษ์	ทาวน์ เฮ้าส์	BB,BA	194/262	521	375	100
พ.ย. 2557	COL	เดอะคัลเลอร์ส กาญจนภิเษก- ราชพฤกษ์	ถนนราชพฤกษ์	ทาวน์ เฮ้าส์	BB,BA	155/263	481	269	82
มี.ค. 2558	ARY	เดอะคัลเลอร์ส พรีเมียม วงแหวน-รามอินทรา	วงแหวน รามอินทรา	ทาวน์ เฮ้าส์	BB,BA	58/267	709	137	96
มี.ค. 2558	WHL	เดอะคัลเลอร์ส วงแหวน-รามอินทรา	วงแหวน รามอินทรา	ทาวน์ เฮ้าส์	BB,BA	74/269	640	157	97
ก.ย. 2558	ARY	เดอะคัลเลอร์ส พรีเมียม บางนา-วงแหวนฯ	ถนนคู่ขนาน-วงแหวน	ทาวน์ เฮ้าส์	BB	13/191	639	36	56
ต.ค. 2558	ARY	อารีญา บริกค์ คอนเมือง-สรองประชา	ถนน รพช. ตำบลหลักหก	ทาวน์ เฮ้าส์	AB,AC	4/5	25	20	80
ก.ย. 2558	AMM	เดอะคัลเลอร์ส บางนา-วงแหวนฯ	ถนนคู่ขนาน-วงแหวน	ทาวน์ เฮ้าส์	BA	16/178	545	41	11
ม.ค. 2558	AMM	เดอะวิลเลจ บางนา-วงแหวนฯ	ถนนคู่ขนาน-วงแหวน	ทาวน์ เฮ้าส์	BA	69/113	418	255	78
รวม							13,149	9,640	
คอนโดมิเนียม									
ต.ค. 2549	ARY	เอ สเปซ เกษตร	ถนนเกษตรนวมินทร์	คอนโด	BB	200/207	330	317	100
พ.ย. 2549	ARY	เอ สเปซ อโศก-รัชดา	ถนนอโศก-ดินแดง	คอนโด	BB	2,176/2,178	4,211	4,206	100
ม.ค. 2551	ARY	เอ สเปซ เฟลซ์	ถนนสุทธิสารวินิจฉัย	คอนโด	BB	482/485	802	789	100
มี.ย. 2553	ARY	เอ สเปซ สุขุมวิท 77	ถนนสุขุมวิท 77	คอนโด	BB,BA	370/443	795	629	100

ปีที่เปิด โครงการ	ผู้ดำเนินการ	ชื่อโครงการ	ที่ตั้งโครงการ	ประเภท โครงการ	กลุ่ม ⁱⁱ ลูกค้า เป้าหมาย	จำนวนยูนิตที่ ขายได้/ จำนวนยูนิต ทั้งโครงการ	มูลค่า ขาย (ล้านบาท)	ขายแล้ว (ล้านบาท)	ความ คืบหน้า การ ก่อสร้าง (%)
มี.ค. 2555	ARY	เอ สเปซ มี สุขุมวิท 77	ถนนสุขุมวิท 77	คอนโด	BB	287/832	1,624	461	100
มี.ค. 2555	ARY	เอ สเปซ มี บางนา	ถนนคู่ขนาน- วงแหวน	คอนโด	BB	582/945	1,284	673	100
มี.ค. 2555	ARY	เอ สเปซ ไอ.ดี. อโศก-รัชดา	ถนนอโศก- ดินแดง	คอนโด	AC,AB	262/543	2,230	834	78
ส.ค. 2556	ARY	เอ สเปซ มี รัตนาธิ เบศร์	ตำบลบางกระ สอ นนทบุรี	คอนโด	BB,BA	185/401	835	361	25
รวม							12,111	8,270	

¹บริษัทและบริษัทย่อยของอริยา

ARY หมายถึง บริษัท อริยา พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)
 AMM หมายถึง อริยา แมนเนจเม้นต์ จำกัด
 COL หมายถึง บริษัท คูลสเปซ จำกัด
 CHS หมายถึง บริษัท ซิลล์สเปซ จำกัด
 WHL หมายถึง บริษัท ไวต์ลิฟวิ่ง จำกัด

²คำจำกัดความของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

AA = โครงการที่มีระดับราคา 8 ล้านบาทขึ้นไป
 AB = โครงการที่มีระดับราคา 5-8 ล้านบาทขึ้นไป
 AC = โครงการที่มีระดับราคา 3-5 ล้านบาทขึ้นไป
 BA = โครงการที่มีระดับราคา 2-3 ล้านบาทขึ้นไป
 BB = โครงการที่มีระดับราคา 1-2 ล้านบาทขึ้นไป

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

นโยบายการตลาดของผลิตภัณฑ์ และ/หรือบริการที่สำคัญ

1. พัฒนา Product เดิมที่มีอยู่แล้วและได้รับการตอบรับอย่างดี ให้ดียิ่งขึ้นไป โดยนำ feedback จากลูกค้ามาปรับปรุงแก้ไข เพื่อเตรียมพร้อมที่จะไปเปิดในทำเลใหม่ๆ อาทิเช่น
 - The Colors ทาวน์โฮม 2 ชั้น ที่เราทำแบรนด์นี้มากกว่า 8 ปี มียอดขายและโอนไปแล้วเกือบ 3,000 ยูนิต ซึ่งแสดงให้เห็นว่า เราได้รับการตอบรับที่ดีจากตลาด เพราะเรามีฟังก์ชัน และระบบการก่อสร้างที่ดี ทำให้คนจำแบรนด์เราได้และยังคงอยู่มาอย่างยาวนาน
 - The Village วิลเลจทาวน์แนวคิดใหม่ และบ้านแฝด สไตล์ Modern Colonial มีสไตล์ที่เป็นเอกลักษณ์ ตอบโจทย์คนที่อยากมีบ้านเดี่ยว แต่งบประมาณอาจจะไม่ถึง ซึ่ง The Village นี้มีฟังก์ชันที่เหมือนบ้านเดี่ยวคือ มีห้องนอนถึง 4 ห้องนอน และผนังบ้านไม่ติดกับใคร ให้ความรู้สึกเหมือนอยู่บ้านเดี่ยว แต่ในความเป็นจริงแล้ว บางโครงการเป็นเพียงทาวน์โฮมเท่านั้น เราเป็นเจ้าแรกที่ออก Product นี้นี้มา เพื่อเจาะอีกกลุ่มตลาด และได้รับการตอบรับที่ดีเช่นเดียวกัน เพราะเราทำแบรนด์นี้มา 3 ปี แต่เรามียอดขายและโอนไปแล้วเกือบ 400 หลัง
2. เปิด Product ใหม่ๆ ออกสู่ตลาด โดยเจาะกลุ่มไปยัง segment ใหม่ๆ เพื่อให้ Product ครอบคลุมในทุกๆ กลุ่ม
 - Areeya Como บ้านแฝดและบ้านเดี่ยวราคาอยู่ระหว่าง 4-6 ล้าน ซึ่งเราห่างหายจากการทำตลาดบ้านเดี่ยวใน segment นี้ไปนาน นับตั้งแต่เกิดวิกฤตต้มยำกุ้งปี 2540 โดยเริ่มเปิดโครงการแรกที่บางนา ติดกับห้างเมกา และอิกเกีย เมื่อปลายปี 2557 ที่ผ่านมา และลาดกระบัง-สุวรรณภูมิ เปิดเมื่อต้นสิงหาคม ที่ผ่านมา
 - The Ava Residence บ้านเดี่ยว 3 ชั้น เจาะกลุ่ม Luxury บนถนนสุขุมวิท ที่จะเปิดขายในปลายปีนี้ ตลอดบนเส้นถนนสุขุมวิท โครงการ The Ava Residence เป็นโครงการเดียวที่สามารถให้คุณเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ที่ดินผืนสุดท้ายที่อยู่ติดถนน สุขุมวิท เพราะตลอดบนเส้นสุขุมวิท ไม่มีโครงการบ้านเดี่ยวไหนอีกแล้ว นอกจากลูกค้าจะได้บ้านเดี่ยวสุดหรูไปครอบครองแล้วจะได้พื้นที่ดินทำเลทองที่มีมูลค่ามากกว่า ตารางวาละ 300,000 บาท และมูลค่ายังคงเพิ่มขึ้นไปอีกเรื่อยๆ อย่างรวดเร็ว เป็นกรรมสิทธิ์ที่ดินสุดท้ายที่คุ้มค่าแก่การลงทุนและครอบครองไว้อย่างยิ่ง
3. เปิดโครงการใหม่ในทำเลเดียวกัน โดยสร้างโมเดลเปิดพร้อมกัน 3-4 โครงการ นำ Product ลง 3-4 Product เพื่อให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย โดยมีราคาเริ่มตั้งแต่ 1.5 ล้าน ถึง 6 ล้าน เมื่อลูกค้าเข้าเยี่ยมชมโครงการก็มี Product ในทุกๆ range ราคา ให้เลือก ไม่ว่าจะเป็นทาวน์โฮม วิลเลจทาวน์ บ้านแฝด และบ้านเดี่ยว อาทิ
 - โครงการ กาญจนภิเษก-ราชพฤกษ์ เปิดฟรีเซล ตั้งแต่ปลายปี 2557 ที่ผ่านมาและ Grand Opening เมื่อต้นปี 2558 ได้รับการตอบรับอย่างดี ทำให้เราเป็นเจ้าตลาดของย่านนี้ มียอดขายสูงสุดเมื่อเทียบกับคู่แข่งต่างๆ ด้วย
 - Product ที่มีให้เลือก 4 Product คือทาวน์เฮ้าส์ The Colors, วิลเลจทาวน์ บ้านแฝด, The Village บ้านเดี่ยว, The Village Cottage ราคาเริ่ม 1.5 – 4 ล้าน และ Product ก็มีฟังก์ชันที่เหนือกว่าคู่แข่ง

- ตั้งอยู่บนทำเลศักยภาพ ใกล้สถานีรถไฟฟ้าสายสีม่วง ที่จะเปิดทดลองวิ่งปลายปี 2558 นี้ และห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ Central Westgate ที่จะเปิดในปลายเดือนส.ค. นี้ เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงศักยภาพ และ Value ของทำเลที่จะตามมาในอนาคต
 - ถนนราชพฤกษ์ตัดใหม่ ที่เปิดใช้เมื่อต้นปีนี้เป็นต้นไป ทำให้เชื่อมถนน แจ้งวัฒนะเข้ากับราชพฤกษ์และผ่านหน้าโครงการ
 - ความครบครันของโครงการ ที่มีคลับเฮ้าส์หรู พร้อมสระว่ายน้ำ ฟิตเนส และ Community Mall ตั้งอยู่หน้าโครงการ
- โครงการวงแหวน-รามอินทรา โมเดลเดียวกับ กาญจนภิเษก-ราชพฤกษ์ มี 3 Products คือทาวน์โฮม The Colors 2 โครงการ และ บ้านเดี่ยว/บ้านแฝด Areeya Como ราคา 1.89 -6 ล้าน เปิดขายเมื่อมีนาคม 2558 ที่ผ่านมามียอดขายเป็นที่น่าพอใจ เนื่องจากในย่านนี้มีการแข่งขันที่สูงมาก แต่ด้วยศักยภาพของทำเล ที่อยู่ในเขตกทม. เข้าออกได้ 4 เส้นทาง ใกล้รถไฟฟ้าสายสีชมพู และใกล้ห้างสรรพสินค้าแฟชั่นไอส์แลนด์เพียง 5 กม. เท่านั้น ทำให้ทางเรายืนยันในศักยภาพของทำเล และจะมียอดขายที่สูงขึ้นเรื่อยๆ อย่างแน่นอน
 - โครงการบางนา กม. 10 โมเดลเดียวกับ กาญจนภิเษก-ราชพฤกษ์ มี 4 Product ทาวน์โฮม The Colors 2 โครงการ, บ้านแฝด/วิลเลจทาวน์ The Village และบ้านเดี่ยว Areeya Como เบื้องต้นเปิดขายเฉพาะ บ้านแฝด/วิลเลจทาวน์ และบ้านเดี่ยว 2 โครงการก่อนเมื่อเดือนพฤษภาคม 2558 และจะเปิดขายทาวน์โฮมอีก 2 โครงการที่เหลือในเดือนกันยายน 2558 นี้ เพื่อรองรับศักยภาพของทำเลที่ยังเป็นทำเลคุณภาพ มี Demand สูง ซึ่งอริยาเป็นเจ้าตลาดในโซนบางนาอยู่แล้ว
4. โครงการคอนโดมิเนียม เน้นกระตุ้นยอดขายโครงการที่แล้วเสร็จในปีนี้ได้แก่ เอสเปซ มี บางนา ที่ตั้งอยู่ติดกับห้างเมกา และอิกซ์บางนา ปัจจุบันแล้วเสร็จและเริ่มทยอยโอนแล้ว และในไตรมาสที่ 4 เอสเปซ มี สุขุมวิท 77 ก็จะทยอยเสร็จเช่นกัน ส่วนโครงการใหม่ 2 โครงการที่จะเจาะกลุ่ม Luxury น่าจะเปิดขายได้ในปี 2559
5. สร้าง Brand Awareness อย่างต่อเนื่องเพื่อ Remind แบรินด์อริยา ให้เป็นตัวเลือกต้นๆ ที่ลูกค้านึกถึง เพราะแบรนด์อริยานั้น ทุก Product จะมีสไตล์ที่โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ ให้ผู้ที่อยู่ก็รู้สึกภูมิใจ เน้นเจาะเข้าหากลุ่มลูกค้า ด้วยสื่อ Online ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว ตรงกลุ่ม และสอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้าในปัจจุบัน ซึ่งในครึ่งปีที่ผ่านมา เราได้ฐานข้อมูลลูกค้าใหม่จากสื่อ Online ประมาณ 13,000 รายชื่อ ซึ่งฝ่ายขายจะทำการติดตามเพื่อเชิญลูกค้าทั้งหมดเข้ามาเยี่ยมชมโครงการต่อไป แต่ในขณะเดียวกันก็ยังไม่ทิ้ง Local media ได้แก่ Billboard & Cutout ที่ถือเป็นสื่อหลัก ที่ทำให้โครงการประสบความสำเร็จ เป็นในลักษณะทำควบคู่กันอย่างต่อเนื่องทั้งสื่อ Online และ Offline
6. การให้บริการและการดูแลลูกค้า บริษัทได้มีการจัดระบบการให้บริการ และการดูแลลูกค้าอย่างต่อเนื่อง นับตั้งแต่วันที่ลูกค้าเข้าเยี่ยมชมโครงการของบริษัท จนกระทั่งตัดสินใจซื้อ รับมอบบ้าน และเป็นลูกค้าที่อยู่อาศัยในโครงการ โดยบริษัทได้มีการพัฒนาฐานลูกค้าที่มีประสิทธิภาพ และจัดบุคลากรที่มีหน้าที่เฉพาะเพื่อให้บริการอย่างทั่วถึง อีกทั้ง

ได้จัดให้มีกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างสัมพันธภาพอันดีแก่ลูกค้าที่อยู่อาศัยในโครงการอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทเล็งเห็น
ความสำคัญในเรื่องนี้ และจะเป็นกลยุทธ์หลักในการทำการตลาด

7. สร้างสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ด้วยกิจกรรม Workshop แปลกๆ ใหม่ ในทุกเดือน ที่ไม่เหมือน หรือไม่ซ้ำ
กับใครในตลาด เพื่อให้เกิดการประทับใจ และเกิดการบอกต่อ หรือ FGF ซึ่งเรื่องนี้เราก็ให้ความสำคัญในลำดับต้นๆ
เนื่องจากฐานเสียงเหล่านี้ เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่แข็งแกร่งให้กับโครงการอย่างมาก

ภาพรวมตลาดอสังหาฯในครึ่งปีหลัง 2558

การสำรวจของ ศูนย์ข้อมูลวิจัยและประเมินค่าอสังหาริมทรัพย์ไทย บจก. เอเจนซี่ ฟอร์ เรียลเอสเตท แอฟ
แฟร์ส (www.area.co.th) ล่าสุดพบโครงการถึง 1,634 โครงการ ที่ยังขายอยู่ในท้องตลาด ทั้งนี้หากนับรวมโครงการที่มีหน่วยเหลือขาย
ตั้งแต่ 20 หน่วยขึ้นไป ซึ่งควรเป็นโครงการที่ยังมีกิจกรรมการขายจริง ๆ อยู่ นั้น มีอยู่ 1,185 โครงการ และพบว่า ในกรุงเทพมหานคร
กรุงเทพมหานคร และนครราชสีมา ส่วนแต่มีโครงการรอขายอยู่น้อยไม่เกิน 300 โครงการเท่านั้น ตลาดที่อยู่อาศัยใน
กรุงเทพมหานคร จึงถือว่าคึกคักที่สุดในอาเซียน หากประเทศไทยคืนสู่ความสงบและมีประชาธิปไตยตามที่ทางรัฐบาลสัญญาไว้
ประเทศก็จะยิ่งเติบโตกว่านี้

จากข้อมูลสำรวจทั่วประเทศพบว่า ตลาดที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่สำรวจนี้มีขนาดเท่ากับครึ่งหนึ่ง
ของทั่วประเทศ ทั้งนี้เพราะการรวมศูนย์อยู่ที่กรุงเทพมหานครในกรณีของประเทศไทย อย่างไรก็ตามการพัฒนาที่น่าสนใจก็คือ
ภูมิภาคชายฝั่งทะเลตะวันออก ซึ่งผนวกพร้อมกับเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในอนาคต โดยเฉพาะบางส่วนของจังหวัด
ฉะเชิงเทรา ชลบุรีและระยอง ทำให้กลายเป็นอภิมหานคร (Urban Field หรือ Megalopolis) ในอนาคต

ยิ่งกว่านั้นจากข้อมูลทั่วประเทศ เชื่อว่าสินค้าที่อยู่อาศัยได้รับความสนใจจากชาวต่างประเทศประมาณ 13% ของสินค้า
ทั้งหมด ซึ่งนับว่าไม่น้อย อย่างไรก็ตามประเทศไทยเป็นเพียงหนึ่งในสามประเทศในอาเซียน (อีก 2 ประเทศคือบรูไนและเมียน
มาร์) ที่ยังไม่มีกฎหมายภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง

ภาพรวมของการสำรวจในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลล่าสุดก็คือ มีโครงการที่อยู่อาศัยมีจำนวน 488,026 หน่วย
ที่สำรวจพบ รวมมูลค่า 1,646,767 ล้านบาท ทั้งนี้เป็นห้องชุดมากที่สุดถึง 51% รองลงมาเป็นทาวน์เฮาส์ 23% บ้านเดี่ยว 19% และ
อื่น ๆ อันได้แก่ บ้านแฝด ตึกแถวและที่ดินจัดสรรอีกเพียง 7% เท่านั้น สินค้าหลักในของเขตทั่วประเทศยังเป็นห้องชุด และใน
หลายพื้นที่ห้องชุดเพิ่มขึ้นสูงสุด เช่น พื้นที่แถบชายฝั่งทะเล พัทยา ภูเก็ต เป็นต้น

ในขณะนี้หน่วยเหลือขายในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอยู่ 178,641 หน่วย ตัวเลขหน่วยรอขายนี้เพิ่มขึ้นมา
โดยตลอดในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา แต่ก็ยังเพิ่มขึ้นไม่มากนัก เพราะปริมาณบ้านในกรุงเทพมหานครมีอยู่ราว 4.8 ล้านหน่วย หรือ
3.7% ของทั้งหมด ในห้วงวิกฤติปี 2540-2542 สัดส่วนนี้สูงถึง 5% ดังนั้นขณะนี้แม้ยังไม่ถึงขั้นวิกฤติ แต่ก็มีความโน้มสู่วิกฤติใน
อนาคตได้ แต่คงกินเวลาอีก 2-3 ปี หากไม่มีการแก้ไขใด ๆ

สำหรับการเปิดตัวโครงการใหม่ในครั้งแรกของปี 2558 พบว่า มีการเปิดใหม่ถึง 56,548 หน่วย โดย 56,388 หน่วย หรือ 99.7% เป็นที่อยู่อาศัย แยกเป็นห้องชุดถึง 37,220 หน่วย (66%) ทาวน์เฮาส์ 12,176 หน่วย (22%) และบ้านเดี่ยว 4,230 หน่วย หรือ 8% จะสังเกตได้ว่าสินค้าส่วนใหญ่เป็นสินค้าระดับราคาไม่เกิน 2 ล้านบาทกลุ่มหนึ่งและ ที่เกิน 10 ล้านบาทขึ้นไปอีกกลุ่มหนึ่ง

ถ้าประเมินจากภาพรวม จะพบว่าปีนี้มีสินค้าเกิดขึ้นน้อยกว่าปี 2557 เพียง 1% แต่มูลค่าจะสูงกว่า 30% แต่เป็นแค่ภาพรวมเท่านั้นเมื่อแยกแยะให้เห็นสินค้าที่มีราคาเกิน 10 ล้านบาทขึ้นไป จะพบว่า สินค้าราคาเกิน 10 ล้านบาทนั้น มีเกิดเพิ่มขึ้นถึง 161% คือจากปีที่แล้ว 2,355 หน่วย มาปีนี้จะเป็น 6,154 หน่วย ส่วนมูลค่าปีที่แล้วเกิด 36,769 ล้านบาท แต่ปีนี้อาจเกิดสูงถึง 140,060 หน่วย หรือเพิ่มขึ้น 281%

สินค้าอีกกลุ่มหนึ่งที่เพิ่มสูงกว่าปีที่แล้วมากก็คือสินค้าราคาไม่เกิน 1 ล้านบาท โดยเฉพาะห้องชุด โดยพบว่า มีห้องชุดราคาราคาเกิดในปี 2557 จำนวน 10,385 หน่วย แต่ในปี 2558 คาดว่าจะเกิดถึง 18,876 หน่วย หรือเพิ่มขึ้น 82% ซึ่งถือว่าเพิ่มขึ้นอย่างแรงในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา ปรากฏการณ์นี้ชี้ว่า

1. สินค้าที่ยังขายดี ก็คือสินค้าราคาเกิน 10 ล้านบาทที่ขายแก่คนที่มียาได้สูง เศรษฐกิจที่ตกต่ำนี้อาจไม่ได้กระทบต่อผู้บริโภคกลุ่มนี้แต่อย่างใด ผลการขาย ยังขายได้ดีพอสมควรแทบทุกทำเล
2. สินค้าราคาถูกเช่นห้องชุดราคาไม่เกิน 1 ล้านบาท ซึ่งหวังขายให้กับผู้มีรายได้น้อย และผู้มีรายได้สูงเพื่อซื้อไว้เก็งกำไร ปรากฏว่าขายได้ดีในบางทำเล และบางบริษัท

(แหล่งที่มา http://www.area.co.th/thai/area_announce/area_press.php?strquey=press_announcement1049.htm)

ภาวะตลาดและสภาพการแข่งขัน

แม้ว่าตลาดอสังหาริมทรัพย์จะมีปัจจัยเสี่ยงหลายประการรออยู่ข้างหน้าก็ตาม แต่ผู้ประกอบการหลายรายยังคงมองเห็นโอกาสทางธุรกิจ การเปิดโครงการใหม่จึงยังคงมีให้เห็นอย่างต่อเนื่องทั้งจากผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจมานาน และผู้ประกอบการรายใหม่ที่ต้องการเข้ามาทำธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดย ซึ่งอริยาเอง ก็มีกำหนดจะเปิดในครึ่งปีหลังนี้ รวมกัน 7 โครงการ ได้แก่

- โขนบางบัวทอง 3 โครงการ
- โขนบางนา 2 โครงการ
- โขนสุขุมวิท 1 โครงการ
- โขนลาดกระบัง-สุวรรณภูมิ (เปิดเดือนสิงหาคม 2558)

ซึ่งการพัฒนาโครงการของผู้ประกอบการในปีนี้ คงจะต้องอาศัยองค์ประกอบหลายประการที่จะนำมาซึ่งความสำเร็จ การลงทุนโครงการใหม่ยังเป็นไปในลักษณะของความระมัดระวังมากขึ้น ผู้ประกอบการปรับลดความเสี่ยงหันมาเร่งทำการตลาด กระตุ้นยอดขายโครงการที่เหลือขาย ขณะที่การวางกลยุทธ์การตลาดจึงอาจต้องมีความซับซ้อนเพิ่มขึ้น เนื่องจากปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจมีข้อจำกัดและส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการในระดับที่แตกต่างกันไป โดยยอดขายโครงการเปิดตัวใหม่ในหลายๆ โครงการ

ยังชะลอตัวและใช้ระยะเวลาในการปิดโครงการที่นานขึ้นกว่าที่ผ่านมา ทำให้ผู้ประกอบการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ต่างระดมแคมเปญการตลาดอย่างหนัก เพื่อกระตุ้นตลาดและดึงใจผู้บริโภคให้ตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยนอกจากนี้การปรับกลยุทธ์การตลาดเพื่อหาความแตกต่างจากคู่แข่งและปรับผลิตภัณฑ์เจาะลูกค้าเฉพาะกลุ่ม หรือการทำตลาดระดับบนอันเป็นเป้าหมายสำคัญท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ขณะที่บางโครงการนอกเหนือจะจับกลุ่มลูกค้าในประเทศแล้ว ยังมีกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในการทำตลาด

จำนวนคู่แข่งทาวน์โฮม/บ้านแฝด/บ้านเดี่ยว แยกตามโซน		
โซน	บ้านเดี่ยว/บ้านแฝด	ทาวน์โฮม
บางนา	4	3
ลาดกระบัง	3	
เกษตร-นวมินทร์	4	3
สรองประชา		3
ติวานนท์	3	
รังสิต		3
วงแหวน-รามอินทรา	3	3
กาญจนาภิเษก-ราชพฤกษ์	3	5

จำนวนคู่แข่งคอนโดฯ แยกตามโซน	
โซน	คอนโด
บางนา	2
สุขุมวิท 77	3
อโศก-รัชดา	2
รัตนานิเบศร์	3

SWOT ANALYSIS

STRENGTHS

- แบรินด์ที่แข็งแกร่ง อาทิ The Colors ซึ่งเป็น Core Product ของบริษัทที่จะช่วยผลักดันยอดขาย และยอดโอน และในแต่ละ Product ก็มีฟังก์ชันที่เหนือ หรือเทียบเท่ากับตลาด และเมื่อประกอบกับปัจจัยอื่นๆ ในแต่ละ โครงการแต่ละทำเล ทำให้ภาพรวมสามารถต่อสู้กับคู่แข่งได้ไม่ยาก
- แต่ละโครงการตั้งอยู่ในทำเลที่เข้าถึงได้ง่าย ใกล้กับระบบการคมนาคมที่สะดวก ใกล้ห้างสรรพสินค้าที่เอื้ออำนวย และเป็นปัจจัยบวก เสริมให้ทำเลแข็งแกร่งขึ้น และง่ายต่อการตัดสินใจ

OPPORTUNITIES

- การเมืองสงบ ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการและผู้บริโภค
- แผนที่ชัดเจนในการลงทุน Infrastructure ของรัฐบาล เช่น รถไฟฟ้า หนุนให้ความต้องการที่อยู่อาศัยตามแนวรถไฟฟ้าเพิ่มมากขึ้น
- อัตราดอกเบี้ยนโยบาย ยังอยู่ในเกณฑ์ต่ำ เพื่อกระตุ้นการลงทุน
- กำลังจะเปิด AEC ทำให้เกิดการลงทุนระหว่างภูมิภาค
- มีการขยายการลงทุนของต่างชาติ จากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในวันที่ 1 ม.ค. 2559 คาดว่าจะผลักดันให้เกิดการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ต่อเนื่อง

THREATS

- ต้นทุนธุรกิจสูง (ค่าแรง+ที่ดิน)
- GDP ในช่วง Q1-Q3 2557 โตเพียง 0.5% ทำให้กำลังซื้อน้อย (คนยังมีเงินในกระเป๋าน้อย)
- หนี้ครัวเรือนสูง Bank ระวังปล่อยกู้ แนวโน้มหนี้ภาคครัวเรือนที่สูงขึ้น จะทำให้สภาพคล่องในระบบการเงินตึงตัว ส่งผลให้สถาบันการเงินระมัดระวังการปล่อยสินเชื่อที่อยู่อาศัย

จากข้ออุปสรรคสินเชื่อในครึ่งปีแรก พุ่งถึง 30-40% ทำให้ยังคงเป็นปัจจัยหลักที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจอสังหาริมทรัพย์โดยตรง ซึ่งสำหรับอริยาเองแล้ว แผนสำหรับในครึ่งปีหลัง คือ

- แนวราบ
 - ทุกโครงการเราต้องทำตัวเองให้พร้อม วิเคราะห์ทั้ง 6P ได้แก่ Product, Price, Place (Location), Promotion, Person (Sales) และ Physical Evidence (Sales Office) โดยละเอียด และเมื่อเทียบกับคู่แข่งในตลาดแล้ว ต้องสู้ได้หรือเหนือกว่า เพื่อให้เกิดความมั่นใจในโครงการ เพราะจะส่งผลกับยอดขายโดยตรง เพราะหากมั่นใจแล้ว ก็จะเกิดยอดขาย และเกิดยอดโอนตามมา และด้วยการคัดกรองลูกค้าที่เข้มงวดของแบงก์ สิ่งที่อริยาจะดำเนินการคือ
 - Pre Approve ก่อนการรับจอง เพื่อให้มั่นใจในคุณภาพของลูกค้า ไม่เกิดยอดยกเลิก
 - การทำการตลาดที่หนักมากขึ้น เพื่อให้เกิดยอด Walk ให้สูงขึ้นอีกเท่าตัว ซึ่งก็จะทำให้มียอดขายเยอะขึ้น และหากมีการยกเลิก ก็ยังคงมียอดถึงเป้าหมาย ดังเช่นในครึ่งปีแรก ที่มีอัตราการ Growth ที่สูงมากของอริยา
 - จัด Event กระตุ้นยอดขาย อาทิ ออกบูธงานบ้านและคอนโด ในวันที่ 8-11 ตุลาคม 2558 ที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

- แนวสูง สำหรับในครึ่งปีหลังยังไม่มีแผนเปิดโครงการใหม่ แต่จะเน้นไปที่โครงการที่เสร็จและพร้อมโอนเพื่อเพิ่มยอดรับรู้อย่างได้ภาพรวมที่สูงขึ้น โดยเน้นทำการตลาดกระตุ้นยอดขาย
 - โครงการเอสเปซ มี บางนา ที่ปัจจุบันเสร็จแล้วและทยอยโอนให้กับลูกค้าแล้ว
 - โครงการเอสเปซ มี สุขุมวิท ที่จะแล้วเสร็จและพร้อมโอนในไตรมาสที่ 4

ซึ่งทั้ง 2 โครงการนี้ยังมี Potential ที่จะมียอดขายที่สูงขึ้นตามลำดับ เนื่องจากอยู่ในทำเลที่มีศักยภาพ และไม่
ว่าจะซื้ออยู่เอง หรือลงทุน หรือปล่อยเช่า ก็สามารถเพิ่ม Value ให้ได้ในอนาคต

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

นโยบายการจัดการผลิตภัณฑ์และบริการ

- นโยบายด้านกำลังคน

การมีกำลังคนที่สามารถดำเนินการเองได้และพัฒนาคุณภาพฝีมือแรงงานเพื่อการจ้างงานที่ยั่งยืน โดยบริษัทฯ ลดความ
เสี่ยงด้านงานก่อสร้างโดยจัดให้มีทีมงานของตนเองในการก่อสร้างจำนวนหนึ่ง อีกทั้งพัฒนาฝีมือแรงงานควบคู่ไปกับ
เทคโนโลยีที่บริษัทฯ นำมาใช้ เพื่อให้คนงานเหล่านั้น สามารถทำงานกับบริษัทฯ ได้ในระยะยาวและมีความสามารถ
มากขึ้น

- นโยบายด้านการจ้างผู้รับเหมารายใหญ่และรายย่อยที่มีคุณภาพ

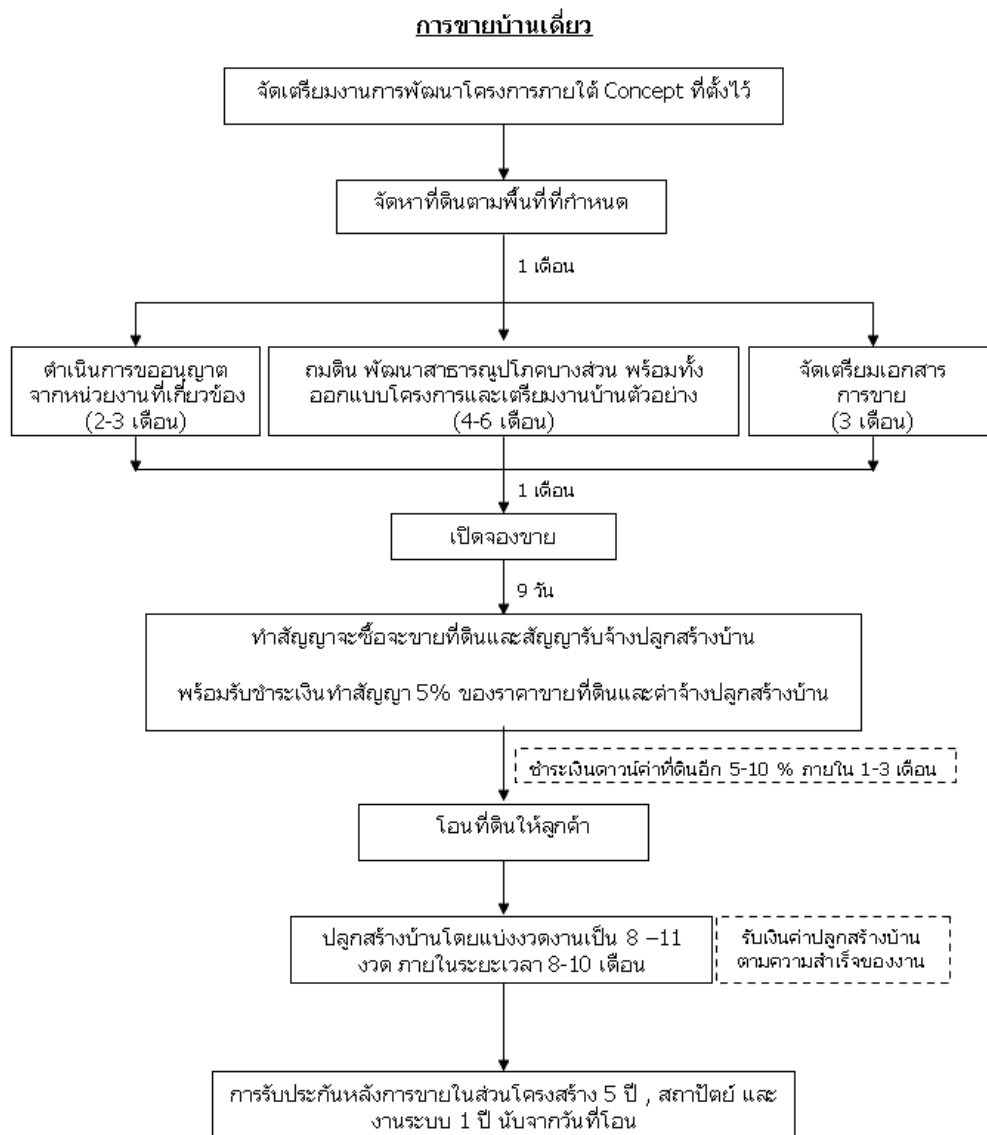
เพื่อให้การส่งมอบสินค้ามีคุณภาพมากขึ้นอย่างต่อเนื่องนอกเหนือจากด้านกำลังคนแล้ว บริษัทมีนโยบายที่จัดจ้าง
ผู้รับเหมาขนาดใหญ่ที่มีคุณภาพสูงและมีประวัติการทำงานที่เห็นได้ชัดมาร่วมเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จด้าน
คุณภาพ

- นโยบายการจ้างงานแรงงานต่างด้าว

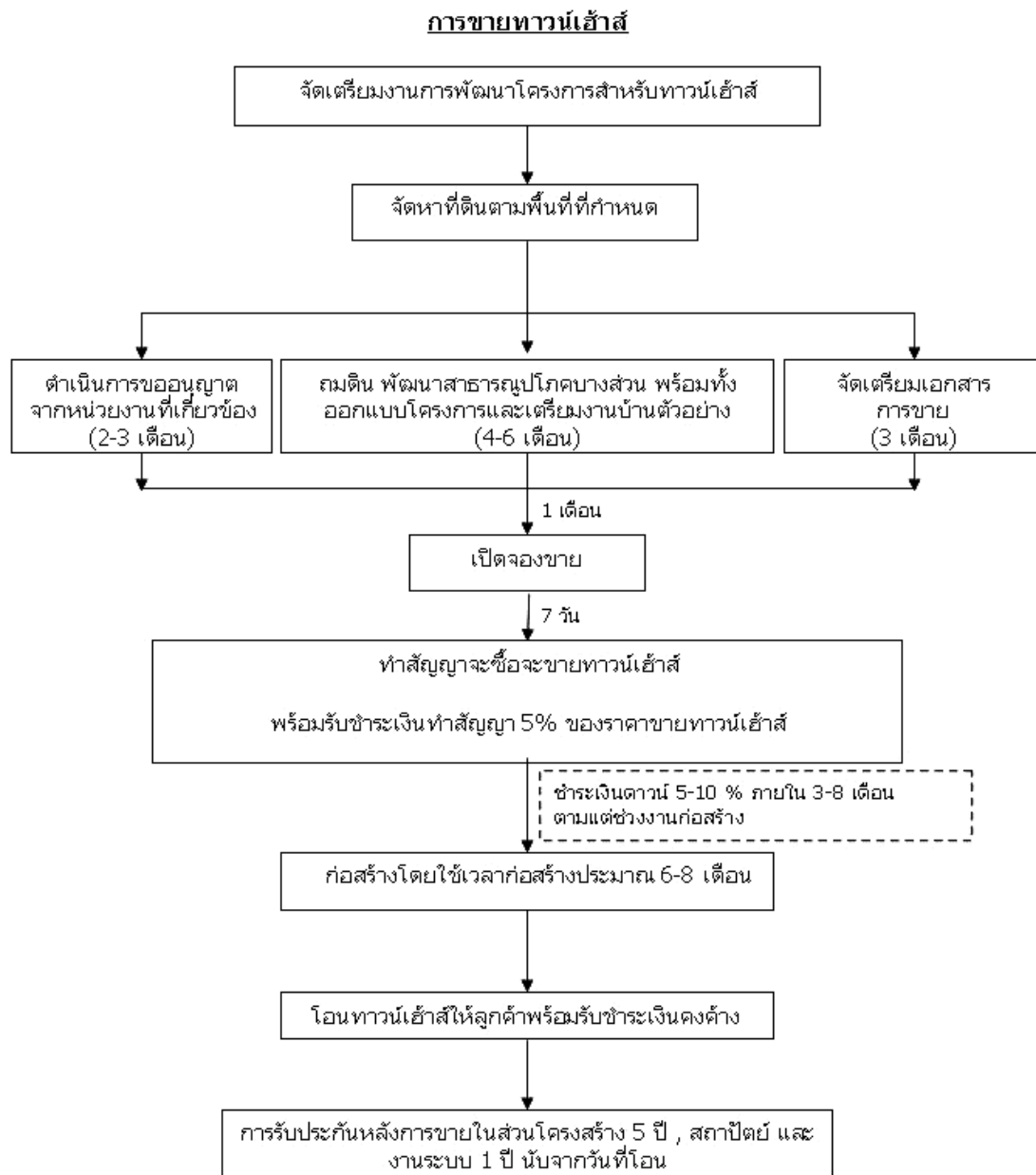
บริษัทฯ มีนโยบายในการจ้างแรงงานต่างด้าว โดยจะต้องเป็นแรงงานที่ถูกกฎหมายเท่านั้น สำหรับแรงงานที่อยู่
ระหว่างการขออนุญาต ก็จะต้องอยู่ในเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนดเท่านั้น

การพัฒนาโครงการต่าง ๆ ของบริษัท ในแต่ละโครงการจะมีระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับขนาด
และรูปแบบของโครงการ ทั้งนี้ระยะเวลาในการดำเนินการของแต่ละโครงการนั้นจะแสดงให้เห็นเป็นแผนภาพ ดังต่อไปนี้

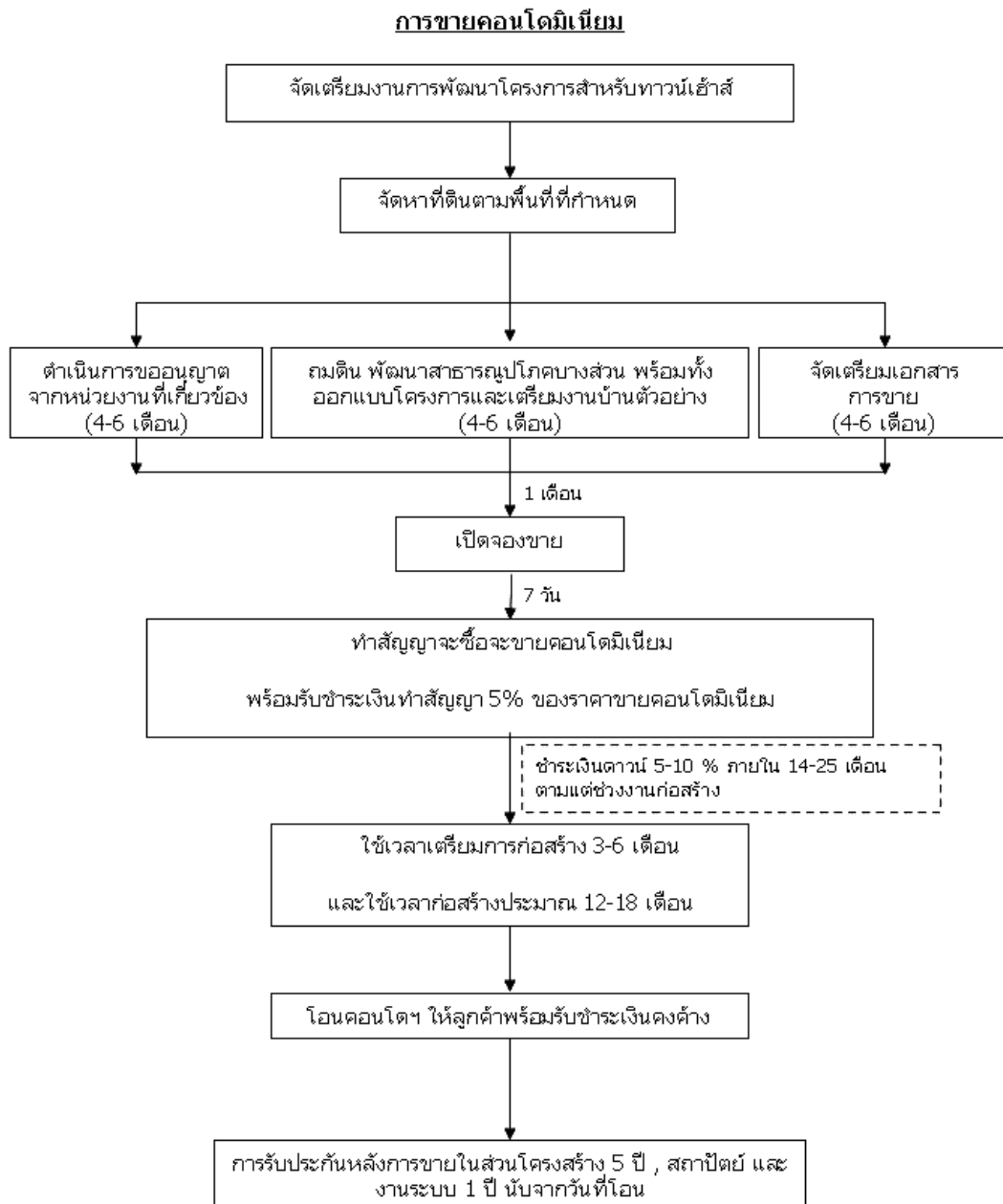
โครงการบ้านเดี่ยว



โครงการทาวน์เฮ้าส์



โครงการคอนโดมิเนียม



รายละเอียดขั้นตอนการจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

1. การจัดซื้อที่ดิน

ที่ดินเป็นต้นทุนหลักในการทำธุรกิจของบริษัท คิดเป็นสัดส่วนประมาณ 30-40 % ของต้นทุนทั้งหมด ดังนั้นบริษัทจึงได้ให้ความสำคัญกับการจัดซื้อที่ดินเป็นอย่างมาก การจัดซื้อที่ดินเพื่อทำโครงการนั้น บริษัทจะมองหาที่ดินที่มีศักยภาพ และอยู่ในเขตเมือง ทั้งนี้ เพื่อให้ที่ดินดังกล่าวภายหลังการพัฒนาเป็นโครงการแล้วสามารถขายและปิดโครงการได้ภายในระยะเวลาอันสั้น และก่อนการจัดซื้อที่ดินในแต่ละครั้งจะต้องมีการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ โดยสำรวจสภาพการณ์ตลาดและสถานะการแข่งขัน รวมทั้งความต้องการของลูกค้าในพื้นที่เป้าหมายที่จะดำเนินโครงการ เพื่อหาโอกาสทางการตลาด และศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ จากนั้นจึงจะดำเนินการเจรจาซื้อที่ดิน โดยบริษัทจะติดต่อซื้อที่ดินผ่านนายหน้าขายที่ดินเป็นส่วนใหญ่ หรือบางกรณีบริษัทอาจติดต่อซื้อจากเจ้าของที่ดินเอง ในราคาที่เปรียบเทียบกับราคาประเมิน หรือราคาตลาดแล้วเห็นว่าเหมาะสม และบริษัทไม่มีนโยบายซื้อที่ดินเพื่อสะสมเป็นสต็อกไว้ก่อนการพัฒนาโครงการเป็นระยะเวลานาน

2. การจัดหาผู้รับเหมาและการก่อสร้าง

บริษัทจะเป็นผู้คัดเลือกผู้รับเหมาขนาดกลางและรายย่อยที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งบริษัทจะกำหนดค่าจ้างเหมารวมค่าแรงและค่าวัสดุก่อสร้างให้กับผู้รับเหมา และจะทำการควบคุมคุณภาพของงานและต้นทุนการก่อสร้างให้ได้ตามที่บริษัทกำหนดไว้ โดยความเสี่ยงในเรื่องการขาดแคลนผู้รับเหมาของบริษัทจะสามารถลดลงได้ ดังนี้

- 2.1 บริษัทมีการเจรจาลดค่าวัสดุก่อสร้างหลักส่วนใหญ่กับผู้ค้าวัสดุก่อสร้างให้ผู้รับเหมาและกำหนดขึ้นราคาไว้ให้กับผู้รับเหมาสำหรับช่วงระยะเวลาหนึ่ง และให้ผู้รับเหมาไปซื้อวัสดุจากผู้ค้าที่ได้เจรจาลดราคาไว้แล้ว ส่งผลให้ผู้รับเหมาที่รับงานจากทางบริษัทสามารถกำหนดและควบคุมต้นทุนของตนเองได้แน่นอนขึ้น ทำให้ผู้รับเหมาต้องการที่จะทำธุรกิจกับบริษัท
- 2.2 ปัจจุบันบริษัทมีผู้รับเหมาที่รับทำงานให้กับบริษัทอย่างต่อเนื่องมากกว่า 20 ราย ซึ่งหากผู้รับเหมารายใดไม่สามารถรับงานที่ทำกับบริษัทไว้ได้ บริษัทก็สามารถจัดให้ผู้รับเหมารายอื่นทดแทนได้ทันที
- 2.3 มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่แทนกำลังคน เช่น แบบอลูมิเนียมสำหรับหล่อคอนกรีต (Aluminum formwork) หรือระบบหล่อสำเร็จ เป็นต้น โดยระบบทั้งสองดังกล่าว จะช่วยลดการพึ่งพาแรงงานฝีมือลงได้
- 2.4 ปัจจุบันบริษัทฯ มีการวางแผนล่วงหน้า โดยประสานงานบริษัทจัดหาแรงงาน นำแรงงานต่างด้าวจากประเทศต้นทาง อย่างถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งเป็นแรงงานต่างด้าวแบบมีการรับประกัน ผ่านกระบวนการนำเข้าแรงงานจากประเทศต้นทาง และมีสัญญาค้ำประกันรับรองคุณภาพแรงงาน เป็นระยะเวลาตั้งแต่ 3 เดือน – 1 ปี และสามารถนำเข้าแรงงานได้ตลอดปี ทำให้มั่นใจได้ว่าหากมีภาวะไม่ปกติ ทางบริษัทฯ ยังคงดำเนินการก่อสร้างได้อย่างราบรื่น
- 2.5 บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับเรื่องของคุณภาพทั้งแนวราบและแนวสูง โดยบางโครงการได้จัดหาจัดจ้างผู้รับเหมาที่มีคุณภาพสูงเข้ามาดำเนินการ และจัดให้มีการประเมินคุณภาพของผู้รับเหมาเป็นประจำทุกปี

3. การส่งมอบงาน

บริษัทจะชำระเงินค่าก่อสร้างให้กับผู้รับเหมาตามงวดความสำเร็จของงานที่ได้รับไว้ในสัญญาการก่อสร้างและหลังจากที่ได้มีการตรวจรับงวดงานร่วมกับลูกค้าแล้วเท่านั้น ซึ่งในการชำระเงินให้กับผู้รับเหมา บริษัทจะหักเงินค่าประกันผลงานไว้ในแต่ละงวดงานร้อยละ 2.5-5.0 ของมูลค่างานที่ส่งมอบ โดยผู้รับเหมาที่บริษัทว่าจ้างเป็นผู้รับเหมาก่อสร้างขนาดกลางที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการก่อสร้าง มีคุณภาพของงานที่ดี มีฐานะทางการเงินที่มั่นคงและเครดิตทางการค้าที่ดี จึงทำให้มั่นใจได้ว่างานของผู้รับเหมาที่มีคุณภาพในระดับหนึ่ง บริษัทยังได้กำหนดให้มีคณะทำงานตรวจสอบคุณภาพงานก่อสร้างโดยว่าจ้างที่ปรึกษาภายนอกมาเป็นผู้ควบคุมคณะทำงาน มีการจัดฝึกอบรมผู้ควบคุมงานและวิศวกรก่อสร้างของทั้งบริษัทและของผู้รับเหมา จัดทำคู่มือว่าด้วยมาตรฐานการก่อสร้างและมาตรฐานการตรวจรับบ้าน ในส่วนของการติดตามความก้าวหน้างานก่อสร้าง ผู้ควบคุมงานก่อสร้างจะคอยรายงานความคืบหน้างานก่อสร้าง เมื่อมีเหตุล่าช้าจะเข้าแก้ไขปัญหาได้ทันเวลา ในกรณีที่ผู้รับเหมารายเดิมไม่สามารถส่งมอบงานได้ตามกำหนด ก็จะจัดหาผู้รับเหมารายอื่นเข้าทำงานแทน

4. การจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ จะต้องจัดให้ทุกๆ โครงการถูกต้องตามกฎหมายที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างน้อยซึ่งส่วนใหญ่จะเกี่ยวเนื่องกับสภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อบุคคลภายนอก รวมทั้งกำกับดูแลด้านสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร ซึ่งหมายถึง สภาพแวดล้อมโครงการ ที่ทำงาน ที่พักคนงานด้วย ซึ่งทั้งนี้จะต้องอยู่ในหลักการของ HSE Health Safety and Environment

ในการพัฒนาโครงการและขออนุญาตจัดสรรที่ดิน บริษัทจะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบขององค์กรกำกับดูแลที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายการจัดสรรที่ดิน ซึ่งได้คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในการพัฒนาโครงการ บริษัทมีการดูแลการขุดดินให้ล้างทำความสะอาดและถนนเมืองงานเสร็จ มีการฉีดน้ำกันฝุ่นฟุ้งกระจาย และจำกัดเวลาทำงาน

ในส่วนการทำการพัฒนาโครงการและงานก่อสร้างขนาดใหญ่ จะต้องทำรายงานศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อม เสนอต่อสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม บริษัทต้องดำเนินการแก้ไขปรับปรุงงานเพื่อลดผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมอยู่แล้ว เมื่อได้หนังสือรับรองจากหน่วยงานดังกล่าวแล้ว บริษัทจึงจะสามารถเริ่มพัฒนาโครงการได้ นอกจากนี้ บริษัทได้ร่วมมือกับชุมชนทำความสะอาดถนนนอกโครงการและปลูกต้นไม้เพื่อดูดซับฝุ่นละออง ส่วนอุปกรณ์ไฟฟ้าที่ใช้ภายในบ้าน ทางบริษัทเลือกใช้อุปกรณ์ไฟฟ้าทั้งที่ติดตั้งให้กับลูกค้า หรือที่จัดเตรียมเป็นของสมนาคุณหรือการส่งเสริมการขายให้ลูกค้าก็ล้วนเป็นแบบประหยัดไฟทั้งสิ้น และที่ผ่านมามีบริษัทยังไม่เคยมีข้อพิพาททางกฎหมายในเรื่องของสิ่งแวดล้อม

ในทำนองเดียวกันบริษัทก็คำนึงถึงผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมในระหว่างการทำงานก่อสร้าง และ หลังจากโครงการแล้วเสร็จ โดยบริษัทมีนโยบายการจัดการด้านความสะอาดของโครงการให้สะอาดอย่างสม่ำเสมอ สภาพแวดล้อมในบริเวณที่พักคนงาน การใช้ชีวิตประจำวันภายในที่พักคนงาน การอยู่ร่วมกันของคนงานต่างต่างหลายเชื้อชาติ โดยมีการจัดแบ่งที่พักไม่ให้ปะปนกันอันอาจเป็นเหตุให้เกิดการทะเลาะวิวาทจากความแตกต่างด้านเชื้อชาติ

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

หน่วย : ล้านบาท

ชื่อโครงการ	โครงการที่ขายแล้ว		การโอนสะสม		โครงการส่วนที่ยังไม่ได้โอน	
	จำนวนแปลง	ราคา	จำนวนแปลง	ราคา	จำนวนแปลง	ราคา
บ้านเดี่ยว						
โคโม่ บางนา กม.8	58	322	54	298	4	24
เมทโร (เกษตร)	109	761	109	761	-	-
เดอะวิลเลจ แจ้งวัฒนะ-ติวานนท์	99	381	97	372	2	9
เดอะวิลเลจ คอทเทจ กาญจนภิเษก-ราชพฤกษ์	22	79	18	64	4	15
โคโม่ บางนา กม.10	11	52	6	28	5	24
โคโม่ วงแหวน-รามอินทรา	3	16	2	11	1	5
รวม	302	1,611	286	1,534	16	77
ทาวน์เฮาส์						
แอท โฮม	100	236	99	234	1	2
อารียา ทุปี	169	632	169	632	0	0
เคลี่ บาย อารีญา	202	860	201	856	1	4
แมนดารินา สุขุมวิท 77	103	691	102	685	1	6
เดอะ คัลเลอร์ส คอนเมือง-สรองประกา เฟส1	39	91	38	86	1	5
เดอะ คัลเลอร์ส คอนเมือง-สรองประกา เฟส2	219	526	217	521	2	5
เดอะ คัลเลอร์ส พรีเมียม รังสิต-ลำลูกกา	354	619	322	562	32	57
เดอะ คัลเลอร์ส ติวานนท์ เฟส 1	187	347	183	335	4	12
เดอะ คัลเลอร์ส พรีเมียม บางนา	179	418	179	418	-	-
เดอะ คัลเลอร์ บางนา กม.10	268	574	268	574	-	-
เดอะ วิลเลจ บางนา	104	308	104	308	-	-
เดอะ คัลเลอร์ส เลชเชอร์ บางนา กม.10	277	662	277	662	-	-
เดอะ คัลเลอร์ส เลชเชอร์ บางนา กม.8	208	551	198	520	10	31
เดอะวิลเลจ กาญจนภิเษก-ราชพฤกษ์	73	202	66	182	7	20

ชื่อโครงการ	โครงการที่ขายแล้ว		การโอนสะสม		โครงการส่วนที่ยังไม่ได้โอน	
	จำนวนแปลง	ราคา	จำนวนแปลง	ราคา	จำนวนแปลง	ราคา
เดอะ คัลเลอร์ส พรีเมียม กาญจนนาภิเษก-ราชพฤกษ์	194	375	165	316	29	59
เดอะ คัลเลอร์ส กาญจนนาภิเษก-ราชพฤกษ์	155	269	138	240	17	29
เดอะ คัลเลอร์ส พรีเมียม วงแหวน-รามอินทรา	58	137	48	113	10	24
เดอะ คัลเลอร์ส วงแหวน-รามอินทรา	74	157	68	144	6	13
เดอะคัลเลอร์ส พรีเมียม บางนา-วงแหวนฯ	13	36	3	9	10	27
อารียา บริกค์ คอนเมือง-สรองประกา	4	20	-	-	4	20
เดอะคัลเลอร์ส บางนา-วงแหวนฯ	16	41	-	-	16	41
เดอะวิลเลจ บางนา-วงแหวนฯ	69	255	42	152	27	103
รวม	3,065	8,007	2,887	7,549	178	458
คอนโดมิเนียม						
เอ สเปซ เกษตร	200	317	198	313	2	4
เอ สเปซ – อโศก	2,176	4,206	2,176	4,206	-	-
เอ สเปซ เฟลซ์	482	789	482	789	-	-
เอ สเปซ สุขุมวิท 77	370	629	364	621	6	8
เอ สเปซ มี สุขุมวิท 77	287	461	95	146	192	315
เอ สเปซ มี บางนา	582	673	500	569	82	104
เอ สเปซ ไอ.ดี.อโศก-รัชดา	262	834	-	-	262	834
เอ สเปซ มี รัตนาธิเบศร์	185	361	-	-	185	361
รวม	4,544	8,270	3,815	6,644	729	1,626

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทมียอดจองและทำสัญญาของบ้านเดี่ยวที่ยังไม่ได้รับรู้รายได้ จำนวน 16 แปลง เป็นจำนวนเงิน 77 ล้านบาท ทาวน์เฮ้าส์จำนวน 178 แปลง เป็นจำนวนเงิน 458 ล้านบาท และคอนโดมิเนียมจำนวน 729 ห้องเป็นจำนวนเงิน 1,626 ล้านบาท รวมทั้งสิ้นเป็นจำนวนเงิน 2,161 ล้านบาท

3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทฯ ตระหนักถึงความจำเป็นในการบริหารความเสี่ยง ดังนั้น บริษัทฯ จึงมีเป้าหมายที่จะบริหารความเสี่ยงของ บริษัทฯ ให้อยู่ในขอบเขตที่กำหนด จากลักษณะของธุรกิจของบริษัท ปัจจัยความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและผลกระทบที่จะมีต่อการดำเนินงานในอนาคต เป็นไปดังนี้

ความเสี่ยงในงานก่อสร้าง

1. ความผันผวนของราคาวาสถุภัณฑ์ก่อสร้าง

จากความผันผวนของราคาวาสถุภัณฑ์ที่ใช้ในการก่อสร้าง ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่บริษัทฯ ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น ความผันผวนของราคาน้ำมันในตลาดโลก ทำให้มีผลกระทบกับต้นทุนการผลิตวาสถุภัณฑ์ที่สำคัญ อาจทำให้มีการปรับตัวสูงขึ้นหรือลดลงตามที่รัฐบาลประกาศ จึงเป็นปัจจัยเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุน และส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไร บริษัทฯ จึงบริหารจัดการความเสี่ยงนี้ โดยการศึกษาและวิเคราะห์แนวโน้มของราคาวาสถุภัณฑ์และค่างานก่อสร้างที่มีผลจากการเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำมันเชื้อเพลิง รวมทั้งติดตามข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์ของราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกอย่างใกล้ชิด โดยการกำหนดขึ้นราคาวาสถุภัณฑ์หลักไว้ล่วงหน้ากับผู้ค้าวาสถุภัณฑ์รายใหญ่ทั้งหมดทุกโครงการ เพื่อให้ผู้รับเหมาสามารถซื้อวาสถุภัณฑ์จากผู้ค้าวาสถุภัณฑ์บริษัทฯ ได้เจรจาต่อรองราคาไว้แล้ว ทำให้สามารถลดความผันผวนของราคาวาสถุภัณฑ์ และราคาน้ำมันได้ในระยะหนึ่ง จึงสามารถควบคุมต้นทุนที่ใช้ในการก่อสร้างได้ และเพื่อเป็นการป้องกันผู้ค้าวาสถุภัณฑ์เดิมขึ้นราคา บริษัทฯ ได้จัดตั้งคณะทำงานติดตามราคาวาสถุภัณฑ์และจัดหาวัสดุทดแทนจากผู้ผลิตรายใหม่ เพื่อให้สามารถกำหนดราคารับจ้างก่อสร้างที่ทันต่อสถานการณ์ และในระดับราคาที่แข่งขันได้ในตลาด นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้จัดตั้งทีมวิจัยและพัฒนา เพื่อศึกษาเกี่ยวกับเทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่สามารถลดต้นทุนในการก่อสร้าง และทำให้งานก่อสร้างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อาทิเช่น ไม้ฝาเฌอร่า, ไม้ระแนงคอนกรีต ที่นำมาใช้ทดแทนวัสดุไม้จากธรรมชาติ , Aluminum Formwork System, Precast System, Bathroom Pods, Solar cell System, Design Improvement เป็นต้น ส่งผลให้ระยะเวลาในการก่อสร้างบ้านแบบทาวน์โฮม 2-3 ชั้นสามารถสร้างเสร็จทั้งโครงการภายใน 6-7 เดือน จึงสามารถควบคุมความเสี่ยงเรื่องความผันผวนของราคาวาสถุภัณฑ์ และการขาดแคลนวัสดุจากธรรมชาติได้เป็นอย่างดี ส่วนโครงการคอนโดมิเนียมซึ่งต้องได้เวลาก่อสร้าง 1-2 ปี บริษัทฯ ได้คำนวณความผันผวนดังกล่าวรวมเข้าไปในต้นทุนการก่อสร้างตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอยู่แล้ว

2. ศักยภาพและประสิทธิภาพการทำงานของผู้รับเหมา

นับเป็นเวลานานแล้วที่ทางบริษัทฯ ได้มีการว่าจ้างผู้รับเหมารายอื่นทั้งขนาดกลางและขนาดใหญ่ ที่มีคุณภาพ และมีความมั่นคงทางการเงิน เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจการก่อสร้าง โดยในระยะเวลาที่ผ่านมาทางบริษัทฯ ก็ได้สั่งสมประสบการณ์และทีมงานที่มีคุณภาพเพื่อดำเนินการก่อสร้างด้วยตนเองเพื่อสร้างความเชื่อมั่น และความไว้วางใจ ในการบริหารจัดการ จึงลดความเสี่ยงที่ทำให้โครงการก่อสร้างล่าช้าและไม่ได้คุณภาพ ซึ่งบริษัทฯ จะกำหนดค่าจ้างเหมารวมค่าแรงและค่าวัสดุก่อสร้างให้กับผู้รับเหมา และจะทำการควบคุมคุณภาพของงาน ระยะเวลาการทำงาน และต้นทุนการก่อสร้างให้เป็นไปตามที่บริษัทฯ กำหนดไว้

3. คุณภาพและมาตรฐานของงานก่อสร้าง

หัวข้อดังกล่าวนี้ ถือเป็นหัวข้อสำคัญ ที่ทางบริษัทฯ มุ่งเน้นมาโดยตลอด โดยทางบริษัทฯ ได้ตั้งทีมงานเพื่อพัฒนาและศึกษาระบบการก่อสร้างรวมถึงการติดตามแก้ไขการก่อสร้างที่ผ่านมาว่ามีส่วนใดที่ต้องพัฒนาเพื่อให้บริษัทฯ ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ ดังนั้นบริษัทฯ จึงเข้มงวดทั้งในเรื่องของคุณภาพ มาตรฐานของงานก่อสร้าง ระยะเวลา และต้นทุน ให้เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ โดยทางบริษัทฯ ได้มีการนำระบบการบริหารคุณภาพ ISO เข้ามาใช้กับงานก่อสร้าง ซึ่งจะช่วยลดความซ้ำซ้อนในการใช้ทรัพยากร เพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ นำไปสู่ความเป็นสากล อีกทั้งยังมีทีม QC ส่วนกลาง ที่ทำหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพและปริมาณของงานก่อสร้างให้ถูกต้องตามแบบและตามมาตรฐานงานก่อสร้างของบริษัท อันก่อให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล นอกจากนี้ทางบริษัทฯ ยังได้ตั้งทีมงานหาจุดอ่อนของระบบการก่อสร้างทั่วไปและนำมาพัฒนาการก่อสร้างของทางบริษัทฯ อีกด้วย แต่อย่างไรก็ตามเนื่องจากการก่อสร้างและพัฒนาโครงการจะมีปัจจัยภายนอกเข้ามามีผลกระทบค่อนข้างมาก เช่น การขาดแคลนแรงงาน การขึ้นค่าแรงงานขั้นต่ำ การปรับราคาของวัสดุก่อสร้าง เป็นต้น ดังนั้นบริษัทฯ จึงใช้กลยุทธ์ในหลากหลายมิติ เพื่อลดปัญหาผลกระทบ เช่น การปรับกลยุทธ์เป็น “สร้างบ้านก่อนขาย” เพื่อสามารถวางแผนได้อย่างต่อเนื่อง

4. ด้านทรัพยากรบุคคล และการบริหารจัดการ

ด้วยวิสัยทัศน์ของคณะกรรมการและฝ่ายจัดการของบริษัทฯ ในด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลที่ให้ทั้งโอกาสและช่องทางให้พนักงานได้แสดงความสามารถ ถือเป็นแนวคิดหลักที่จะทำให้พนักงานรู้ถึงคุณค่าของตนเอง และมุ่งมั่นที่จะนำองค์ความรู้มาพัฒนาองค์กรให้เจริญเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน เป็นการปลูกจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง (Stakeholder) รวมทั้งจิตวิญญาณแห่งความเป็นเจ้าของ (Entrepreneur spirit)

บริษัทฯ มีการวางแผนสรรหาบุคลากรเชิงรุกตามสถาบันการศึกษา ที่ผลิตบัณฑิตจบใหม่ตรงตามสายงาน และมีคุณภาพเพื่อการค้นหาคนรุ่นใหม่ไฟแรงที่มีความรู้ความสามารถ มีมุมมองและมีแนวคิดใหม่ๆ ในการทำงานกับบริษัทฯ พร้อมทั้งจะพัฒนาตนเองและเติบโตไปพร้อมกับบริษัทฯ โดยนำมาฝึกอบรมทั้งทางภาคทฤษฎี และภาคปฏิบัติ เพื่อให้มีความรู้ มีประสบการณ์ เพื่อให้เติบโตและเก่งได้อย่างที่ต้องการ อีกทั้งยังมีการดูแลเรื่องอาหารและที่พักให้กับพนักงานเป็นอย่างดี

และปัจจุบันได้นำระบบ Microsoft Dynamics AX (ERP) มาใช้ในการบริหารงานทำให้ข้อมูลต่างๆ ของทุกฝ่ายงานเป็นระบบออนไลน์ ซึ่งทำให้การสืบค้นข้อมูลต่างๆ ทำได้โดยง่าย สะดวก แม่นยำ และรวดเร็ว ลดปริมาณการใช้กระดาษ ทำให้ลดต้นทุนค่าใช้จ่าย และสามารถลดปัญหาการจัดเก็บเอกสาร หรือเอกสารสูญหาย กรณีพนักงานลาออก

5. ความเสี่ยงของการขาดแคลนผู้รับเหมา

เนื่องด้วย ทางบริษัทฯ ได้ดำเนินธุรกิจมายาวนานเป็นระยะเวลาพอสมควร ทำให้ทีมงานสั่งสมแรงงาน และผู้รับเหมา รายย่อยและรายกลางเป็นจำนวนพอสมควร แต่ความเป็นจริงสภาพจะเศรษฐกิจนั้น มีทั้งขาขึ้นและขาลง ทางทีมงานจึงไม่ ประมาทในการรับมือกับเหตุการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นได้ เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของทางบริษัทฯ กลยุทธ์ในการรับมือ คือ ต้องมีการปรับราคาจ้างเหมาให้เหมาะสมตามอัตราตลาด รวมทั้งจัดเกร็ดผู้รับเหมา เพื่อสามารถปรับอัตราจ้างพิเศษให้แก่ ผู้รับเหมาฝีมือดีที่ได้รับความไว้วางใจหลังจากที่ได้ร่วมงานกันมาระยะหนึ่งแล้ว และประการสำคัญต้องใช้ระบบก่อสร้างที่สำเร็จรูปมากขึ้น ทั้งงานโครงสร้าง งานพื้น งานโครงหลังคา และงานก่อฉาบ เพื่อลดอัตรา พังพาแรงงานให้น้อยลง เป็นวิธีที่จะ ช่วยแก้ปัญหาการขาดแคลนแรงงานให้บรรเทาลงได้ แต่ในทางปฏิบัติ ทางทีมงานก็มีการเพิ่มจำนวนผู้รับเหมา และแรงงานฝีมือ (ดังที่แยกกล่าวมาข้างต้น) เพื่อลดผลกระทบดังกล่าว

6. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

ความเสี่ยงในด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินและการพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงานมีผลกระทบต่อ ปริมาณงานก่อสร้างและคุณภาพของโครงการก่อสร้าง และชื่อเสียงของบริษัท เพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าว และพัฒนาจุดเสี่ยงให้ เป็นจุดแข็งดังนี้

6.1) จัดสวัสดิการด้านดูแลเด็กให้กับพนักงาน และจะขยายการศึกษาอกระบบโรงเรียนให้เหมาะสมกับกลุ่มเด็กซึ่งเป็น บุตรคนงานก่อสร้าง

6.2) มีการปรับปรุงสวัสดิการเกี่ยวกับที่พักพนักงานในด้านต่าง ๆ โดยการสร้างจิตสำนึกให้คนงานก่อสร้างรักษาความ สะอาดบริเวณที่พักและสิ่งแวดล้อม

6.3) ให้ความรู้กับพนักงานในเรื่องของความปลอดภัยในการทำงาน รวมทั้งส่งเสริมให้เจ้าของกิจการจัดเตรียมอุปกรณ์ ต่าง ๆ ให้ครบถ้วน

6.4) จัดให้มีการให้ความรู้ทางด้านสาธารณสุขกับพนักงาน รวมทั้งจัดรูปแบบการให้บริการสาธารณสุขสำหรับ ประชากรกลุ่มนี้เป็นพิเศษ จะมีการตรวจสุขภาพก่อนเข้าทำงาน โดยแพทย์แผนปัจจุบันที่ได้รับใบอนุญาตประกอบวิชาชีพเวช กรรมด้านอาชีวเวชศาสตร์ หรือที่ผ่านการอบรมด้านอาชีวเวชศาสตร์ หรือที่มีคุณสมบัติตามที่อธิบดีประกาศกำหนดตาม กฎกระทรวงแรงงาน เพื่อจัดให้คนงานทำงานให้เหมาะสมกับงานที่ทำเพื่อหลีกเลี่ยงการเสี่ยง

6.5) อันตรายเป็นสุขภาพอนามัยและความปลอดภัยและมีการตรวจสุขภาพอนามัยคนงานเป็นระยะๆ อย่างน้อย ปีละ 1 ครั้ง หลังจากที่ได้ทำงานไปแล้ว ทั้งนี้เพื่อเป็นการค้นหาโรคแต่เนิ่นๆ และรักษาได้ทันทั่วทั้งที่เพื่อลดความเสี่ยงต่อสุขภาพอนามัย และความปลอดภัย

7. ความเสี่ยงในการจัดซื้อที่ดินเพื่อพัฒนาโครงการในบริเวณใจกลางเมือง

โครงการส่วนใหญ่ของบริษัทฯ จะมีทำเลที่ตั้งอยู่บริเวณใจกลางเมือง เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าที่จะเข้ามาอยู่อาศัยในแต่ละโครงการให้สามารถเดินทางเข้าออกอย่างสะดวก ทั้งนี้ที่ดินบริเวณศูนย์กลางชุมชนเป็นที่ดินที่บริษัทฯ พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ต่าง ๆ ต้องการนำมาสร้างโครงการ และที่ดินในบริเวณดังกล่าวมีอยู่อย่างจำกัด สำหรับวิธีการป้องกันความเสี่ยงในส่วนนี้ บริษัทฯ ได้มีการวางแผนระยะยาวไว้แล้ว โดยบริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดซื้อที่ดินในบริเวณใจกลางเมืองในปริมาณที่สามารถรองรับกับแผนงานก่อสร้างโครงการต่าง ๆ ที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต นอกจากนี้ บริษัทฯ มีพื้นที่อีกส่วนหนึ่งที่ทีมค้นคว้าและวิจัยการตลาดได้ทำการวิเคราะห์ไว้ว่ามีแนวโน้มที่จะขยายตัวเป็นศูนย์กลางความเจริญของธุรกิจและแหล่งชุมชน อาทิ เช่น แจ้งวัฒนะ เกษตร-นวมินทร์, บางนา-ตราด, ศรีประภา, รังสิต, ภาณุวนาภิเษก- ราชพฤกษ์ เป็นต้น

8. ความเสี่ยงด้านการควบคุมต้นทุนก่อสร้างคอนโดมิเนียม

การเสนอขายคอนโดมิเนียมก่อนเริ่มการก่อสร้าง (Pre-sales) นอกจากจะช่วยลดความเสี่ยงด้านการตลาดและเพิ่มความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับสภาพการณ์ที่เปลี่ยนไปแล้ว ยังช่วยให้บริษัทฯ ได้นำเงินรับค่างวดจากลูกค้ามาใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนได้อีกด้วย อย่างไรก็ตาม การเสนอขายคอนโดมิเนียมก่อนเริ่มการก่อสร้าง ยังคงมีความเสี่ยงด้านการควบคุมต้นทุนก่อสร้าง เนื่องจากเป็นการตั้งราคาขายก่อนเริ่มการก่อสร้าง จึงอาจเกิดมีความเสี่ยงที่อัตราค่าไถ่ขึ้นต้นลดลงหากต้นทุนการก่อสร้างสูงขึ้น ดังนั้น บริษัทฯ จึงทำสัญญาจ้างเหมาแบบเบ็ดเสร็จกับผู้รับเหมาและมีการเจรจาตั้งจองซื้อวัสดุที่สำคัญล่วงหน้าก่อนเปิดการขายเพื่อป้องกันการเปลี่ยนแปลงของราคาวัสดุและลดความเสี่ยงที่อัตราค่าไถ่ขึ้นต้นจะกระทบจากความผันผวนของราคาวัสดุก่อสร้าง

บริษัทฯ เริ่มเปิดโครงการคอนโดมิเนียมตั้งแต่ปี 2549 จนถึงปัจจุบัน ภายใต้ชื่อ “เอ สเปซ” ทั้งหมด 9 โครงการ จำนวน 6,969 หน่วย เป็นสิ่งที่ยืนยันได้ถึงความเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพในตลาดคอนโดมิเนียม แต่ยังคงอาจมีความเสี่ยงในเรื่องความผันผวนในต้นทุนการก่อสร้างคอนโดมิเนียมได้ เนื่องจากการขายก่อนสร้าง บริษัทฯ จึงลดความผันผวนดังกล่าวโดยการทำสัญญาจ้างเหมาแบบเบ็ดเสร็จกับผู้รับเหมาและมีการเจรจาตั้งจองซื้อวัสดุที่สำคัญล่วงหน้าก่อนเปิดการขายซึ่งเป็นการป้องกันการเปลี่ยนแปลงของราคาวัสดุ

9. ความเสี่ยงในเรื่องการมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท

ปัจจุบันบริษัทมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่อยู่ 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มตระกูลเลาหุพนรังษี และกลุ่มตระกูลพรเจริญชัยศิลป์ จะถือหุ้นอยู่ในบริษัทร้อยละ 43.95 และร้อยละ 19.58 ตามลำดับ ซึ่งถ้าหากในอนาคตกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ทั้งสองกลุ่มนี้มีการรวมตัวกันเกิดขึ้นจะสามารถควบคุมเสียงของที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกินครึ่งหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการจัดตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้น มติพิเศษที่ต้องอาศัยเสียงของที่ประชุมผู้ถือหุ้นมากกว่า 3 ใน 4 ดังนั้นผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงอาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีคณะกรรมการตรวจสอบที่จะเข้ามาตรวจสอบและพิจารณาเพื่อไม่ให้เกิดรายการที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้ง และเพื่อก่อให้เกิดความโปร่งใสในการดำเนินงานของบริษัท

10. ความเสี่ยงในด้านการเงิน

ณ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทมีเงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจำนวน 1,610.31 ล้านบาท แบ่งเป็น เงินเบิกเกินบัญชีธนาคาร จำนวน 19.8 ล้านบาท ตัวสัญญาใช้เงินจำนวน 310 ล้านบาท และ ตัวแลกเงิน จำนวน 1,280.5 ล้านบาท เงินกู้ยืมระยะยาวจำนวน 1,624.9 ล้านบาท จากสถาบันการเงินเพื่อลงทุนในโครงการคอนโดมิเนียม, ทาวน์เฮ้าส์ และบ้านเดี่ยวของบริษัท และหุ้นกู้จำนวน 5,505.9 ล้านบาท โดยปัจจุบันบริษัทมีอัตราส่วนหนี้สินธนาคารต่อส่วนของผู้ถือหุ้นลดลงจาก 1.6 เท่า ในปี 2557 เป็น 1.05 เท่า ในปี 2558 และในขณะเดียวกันอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นในปี 2558 ยังคงเท่ากับปี 2557 ที่ 3.2 บริษัทจึงมีความเสี่ยงในด้านการเงินเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน เนื่องจากบริษัทได้ลดความเสี่ยงของการใช้เงินกู้ระยะยาวจากสถาบันการเงินโดยการเข้าถึงแหล่งเงินทุนอื่นด้วยการออกหุ้นกู้แบบไม่ด้อยสิทธิและไม่มีประกันในปี 2558 จำนวน 2,000 ล้านบาท ซึ่งมีต้นทุนทางการเงินที่ต่ำกว่าการกู้ยืมเงินโดยมีหลักประกันจากแหล่งอื่น และเป็นอัตราดอกเบี้ยแบบคงที่ (Fixed Rate) การออกหุ้นกู้ดังกล่าวได้รับการตอบรับจากตลาดเป็นอย่างดี ทำให้บริษัทมีทางเลือกสำหรับการระดมทุนที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพต่อการพัฒนาโครงการในอนาคตมากยิ่งขึ้น

11. ความเสี่ยงจากการที่บริษัทต้องดำรงอัตราส่วนหนี้สินสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้นให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่ระบุไว้ในข้อกำหนดสิทธิฯ

บริษัทมีหน้าที่ตามข้อกำหนดสิทธิที่จะต้องดำรงหนี้สินสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้นไว้ไม่น้อยเกิน 3:1 เท่า (เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่ระบุไว้ในข้อกำหนดสิทธิของ “หุ้นกู้ของ บริษัท อริยา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) ครั้งที่ 1/2556 ครบกำหนดไถ่ถอนปี พ.ศ. 2559 “หุ้นกู้ของ บริษัท อริยา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) ครั้งที่ 1/2557 ครบกำหนดไถ่ถอนปี พ.ศ. 2560” “หุ้นกู้ของ บริษัท อริยา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) ครั้งที่ 2/2557 ครบกำหนดไถ่ถอนปี พ.ศ. 2560 ที่ผู้ออกหุ้นกู้สามารถไถ่ถอนได้ก่อนครบกำหนด” และ “หุ้นกู้ของ บริษัท อริยา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) ครั้งที่ 1/2558 ครบกำหนดไถ่ถอนปี พ.ศ. 2559” และ “ครั้งที่ 2/2558 ครบกำหนดไถ่ถอนปี พ.ศ. 2561 ” ผู้ออกหุ้นกู้สามารถไถ่ถอนได้ก่อนครบกำหนด ข้อ 6.2 หน้าที่ที่ผู้ออกหุ้นกู้ต้องปฏิบัติ 6.2.11 เงื่อนไขทางการเงิน ซึ่งเป็นหุ้นกู้ที่ได้ออกและเสนอขายก่อนหน้านี้เมื่อวันที่ 12 เมษายน พ.ศ. 2556, 11 เมษายน พ.ศ. 2557, 31 ตุลาคม พ.ศ. 2557, 2 เมษายน 2558 และวันที่ 22 ตุลาคม 2558 ตามลำดับ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 บริษัทดำรงอัตราส่วนหนี้สินสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น เท่ากับ 2.83 เท่า อย่างไรก็ตาม บริษัทได้เตรียมมาตรการทางการเงินรองรับดังนี้คือ 1) แผนเพิ่มทุน และ 2) แผนการชำระคืนหนี้สถาบันการเงินบางส่วน 3) แผนการคืนตราสารหนี้ระยะสั้นบางส่วน เพื่อดำรงอัตราส่วนดังกล่าว และบริษัทยังมีนโยบายที่จะรักษาสัดส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นรวม และ โครงสร้างเงินทุนให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม

โดยเมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2558 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 2/2558 ได้มีมติเห็นชอบให้บริษัทเสนอต่อที่ประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้นของบริษัท ให้อนุมัติเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 980 ล้านบาท เป็น 1,200 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 220 ล้านหุ้น โดยการเสนอเพิ่มทุนดังกล่าวเป็นการเพิ่มทุนแบบมอบอำนาจทั่วไป (General Mandate)

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินของบริษัทฯ

สินทรัพย์สำคัญของบริษัท ได้แก่ ที่ดินในโครงการต่าง ๆ รวมทั้งสินทรัพย์ที่ใช้ในการดำเนินงานประเภทที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์สุทธิ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 1) ที่ดินคงเหลือในโครงการต่าง ๆ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 โดยระบุรายละเอียดโครงการ สถานที่ตั้ง เป็นไปดังตารางต่อไปนี้

ชื่อโครงการ	ที่ตั้งโครงการ	เนื้อที่คงเหลือ ทั้งหมด (ไร่)	มูลค่าที่ดินและต้นทุน พัฒนาที่ดินคงเหลือตาม บัญชี ณ 31 ธ.ค. 2558 (ล้านบาท)	ราคาประเมินที่ดิน ¹ ณ 31 ธ.ค. 2558 (ล้านบาท)	ประเมินโดย วันที่ประเมิน	เงินกู้ คงเหลือ ณ. 31 ธ.ค. 2558 (ล้านบาท)
บุษบา	ซอยลาดพร้าว 130 แขวงวังทองหลาง เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ	0-1-9.9	14	17	บจก. กรุงเทพมหานครประเมินค่าทรัพย์สิน ณ 30 ธ.ค. 57	-
เอ สเปซ เกษตร แอทไฮม สวนา 9 ไร่ ที่ดินโครงการในอนาคต	ถนนเกษตร-นวมินทร์ แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพฯ	12-1-21.7	162	329	บจก. เอเจนซี ฟอร์ รีเอสเตต แอฟแฟร์ส ณ วันที่ 7 มี.ค. และ 25 ก.ค. , บจก. โกร เอสทิเมชั่น ณ วันที่ 7 พ.ย. 2555 , บจก. กรุงเทพมหานครประเมินค่า ทรัพย์สิน 30 ธ.ค. 57 และบริษัท เพ็ชรสยาม แอฟ ไพรัช จำกัด ณ วันที่ 31 มี.ค. 58	117
สวนา 3	ถนนเกษตร-นวมินทร์ แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพฯ	5-2-82.1	290	300	บจก. เซาส์อีสเอเซีย อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ณ 23 ธ.ค. 57	-
สวนา 4	ถนนเกษตร-นวมินทร์ แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพฯ	60-0-39.9 ²	226	351	บจก. เซาส์อีสเอเซีย อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ณ 23 ธ.ค. 57	-
สวนา 5	ถนนเกษตร-นวมินทร์ แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพฯ	22-0-57.3	340	407	บจก. เซาส์อีสเอเซีย อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ณ 23 ธ.ค. 57	-
แมนดารินา เอ สเปซ เพลย์	ถนนสุทธิสารวินิจฉัย แขวงวังทองหลาง เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ	0-2-57.57	16	23	บจก. กรุงเทพมหานครประเมินค่าทรัพย์สิน ณ 30 ธ.ค. 57	2

ชื่อโครงการ	ที่ตั้งโครงการ	เนื้อที่คงเหลือ ทั้งหมด (ไร่)	มูลค่าที่ดินและต้นทุน พัฒนาที่ดินคงเหลือตาม บัญชี ณ 31 ธ.ค. 2558 (ล้านบาท)	ราคาประเมินที่ดิน ณ 31 ธ.ค. 2558 (ล้านบาท)	ประเมินโดย วันที่ประเมิน	เงินกู้ คงเหลือ ณ. 31 ธ.ค. 2558 (ล้านบาท)
เดอะ คัลเลอร์ส ดิไวกันนท์ เดอะวิลเลจ แจ้งวัฒนะ ดิไวกันนท์ ที่ดินโครงการในอนาคต	ถนนดิไวกันนท์ อ.ปากเกร็ด นนทบุรี	55-3-83.3	230	423	บจก.อินเตอร์ แฟร์ แอนด์ คอนซัลแตนท์ ณ วันที่ 27 เม.ย. 2554 และบริษัท กรุงสยามประเมินค่า ทรัพย์สิน จำกัด ณ วันที่ 30 ธ.ค. 2557	19
เมทโทร (เกษตร) อารียา ทุปปี เดลี บาย อารียา ที่ดินโครงการในอนาคต	ถนนวัดลาดปลาเค้า แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพฯ	73-3-21.2	1,087	1,705	CPM Capital Co., Ltd. ณ วันที่ 28 ธ.ค. 2553 และ บจก. เอเจเนซีฟอว์ เรียลเอสเตท แอฟแฟร์ส ณ วันที่ 27 ธ.ค. 2553 และ 22 มี.ค. 2555 ,บจก. โกร เอสทิเมชั่น ณ วันที่ 7 ต.ค. 2554 และบจก. กรุงสยามประเมินค่าทรัพย์สิน 30 ธ.ค. 57	121
แมนดารินา สุขุมวิท 77	ถนนสุขุมวิท 77 เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ	8-0-33.6	58	199	บจก. อินเตอร์ แฟร์ แอนด์ คอนซัลแตนท์ ณ วันที่ 25 พ.ย. 2552	-
เดอะ คัลเลอร์ส พรีเมียม บางนา เอ สเปซ มี บางนา	ถนนคู่ขนาน-วงแหวน แขวงบางพลี ใหญ่ สมุทรปราการ	1-3-10.29	424	506	บจก. เอเจเนซี ฟอว์ เรียลเอสเตท แอฟแฟร์ส ณ วันที่ 9 ส.ค. 2555	-

ชื่อโครงการ	ที่ตั้งโครงการ	เนื้อที่คงเหลือ ทั้งหมด (ไร่)	มูลค่าที่ดินและต้นทุน พัฒนาที่ดินคงเหลือตาม บัญชี ณ 31 ธ.ค. 2558 (ล้านบาท)	ราคาประเมินที่ดิน ณ 31 ธ.ค. 2558 (ล้านบาท)	ประเมินโดย วันที่ประเมิน	เงินกู้ คงเหลือ ณ. 31 ธ.ค. 2558 (ล้านบาท)
เดอะ คัลเลอร์ส บางนา กม.10 เดอะ วิลเลจ บางนา เดอะ คัลเลอร์ส เลชเชอร์ บางนา กม.8 เดอะ คัลเลอร์ส เลชเชอร์ บางนา กม. 10 อารียา โคโมะบางนา ที่ดินโครงการในอนาคต	ถนนคู่ขนาน-วงแหวน แขวงบางพลี ใหญ่ สมุทรปราการ	73-3-35.4	90	275	บจก. กรุงเทพมหานครประเมินค่าสินทรัพย์ ณ วันที่ 21 ก.ย. 2554	-
เอ สเปซ สุขุมวิท 77 เอ สเปซ สุขุมวิท 77 เฟส2 ที่ดินโครงการในอนาคต	ถนนสุขุมวิท 77 เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ	16-1-98.48	1,245	1,707	บจก. ไทยเซอร์เวเยอร์ แอนด์ แอ็ดไวท์เซอร์รี่ ณ วันที่ 25 ส.ค. 2553 และ บจก. เอเจนซี่ ฟอร์ รีเอส เอสเตท แอฟแฟร์ส ณ วันที่ 10 พ.ค. 2553 และ บริษัท กรุงเทพมหานครประเมินค่าทรัพย์สิน ณ วันที่ 30 ธ.ค. 2557	261
เอ สเปซ อโศก เอ สเปซ "ไอ.ดี."	ถนนดินแดง แขวงห้วยขวาง เขตห้วย ขวาง กรุงเทพฯ	2-1-31.6	785	1,157	บจก. เอเจนซี่ ฟอร์ รีเอสเตท แอฟแฟร์ส ณ วันที่ 26 เม.ย. 2555และบจก. กรุงเทพมหานครประเมิน ค่าทรัพย์สิน 30 ธ.ค. 57	165

ชื่อโครงการ	ที่ตั้งโครงการ	เนื้อที่คงเหลือ ทั้งหมด (ไร่)	มูลค่าที่ดินและต้นทุน พัฒนาที่ดินคงเหลือตาม บัญชี ณ 31 ธ.ค. 2558 (ล้านบาท)	ราคาประเมินที่ดิน ณ 31 ธ.ค. 2558 (ล้านบาท)	ประเมินโดย วันที่ประเมิน	เงินกู้ คงเหลือ ณ. 31 ธ.ค. 2558 (ล้านบาท)
เดอะ คัลเลอร์ พรีเมียม รังสิต	เขตรังสิต กรุงเทพฯ	16-1-14.6	56	165	บริษัท แกรนด์ แอสเซท แอดไวเซอร์ จำกัด ณ วันที่ 21 ม.ค. 2554	-
เดอะคัลเลอร์ คอนเมือง-สรองประกา เฟส 1 เดอะคัลเลอร์ คอนเมือง-สรองประกา เฟส 2	สรองประกา	18-1-72.4	224	370	บจก. เอเจนซี่ ฟอร์ รีเอสเตต แอฟแฟร์ส ณ วันที่ 20 พ.ค. 2554	-
เอ สเปซ มี รัตนาธิเบศร์	ถนนรัตนาธิเบศร์ ตำบลบางกระสอ อำ เภอนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี	2-1-33.8	267	292	บจก.โนเบิล พร็อพเพอร์ตี้ แวลูเอชั่น ณ วันที่ 14 มิ.ย. 2556	134
สุขุมวิท 53	ถนนสุขุมวิท 53 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ	1-1-77.2	294	342	บจก.เอเจนซี่ ฟอร์ รีเอสเตต แอฟแฟร์ส ณ วันที่ 25 เม.ย. 2555	-

ชื่อโครงการ	ที่ตั้งโครงการ	เนื้อที่คงเหลือ ทั้งหมด (ไร่)	มูลค่าที่ดินและต้นทุน พัฒนาที่ดินคงเหลือตาม บัญชี ณ 31 ธ.ค. 2558 (ล้านบาท)	ราคาประเมินที่ดิน ณ 31 ธ.ค. 2558 (ล้านบาท)	ประเมินโดย วันที่ประเมิน	เงินกู้ คงเหลือ ณ. 31 ธ.ค. 2558 (ล้านบาท)
เดอะวิลเลจ คอทเทจ กาญจนานิเชก-ราชพฤกษ์ เดอะวิลเลจ กาญจนานิเชก-ราชพฤกษ์ เดอะคัลเลอร์ส พรีเมียม กาญจนานิเชก-ราชพฤกษ์ เดอะคัลเลอร์ส กาญจนานิเชก-ราชพฤกษ์ ไทรน้อยเฟส 5 ที่ดินโครงการในอนาคต	ตำบลไทรน้อย อำเภไทรน้อย, อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี	123-0-2.9	1,035	1,692	บริษัท เซ้าท์อีสเอเชีย อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด , บริษัท เพ็ชรสยาม แอปไพร์ซัล ณ วันที่ 3 มี.ค. 2557 และ 27 ก.ย. 2556 และบริษัท แอดวานซ์ แอปไพร์ซัล จำกัด ณ วันที่ 15 ธ.ค. 2558	256
ดิ เอวา เรสซิเดนซ์	ถนนสุขุมวิท77 (ซอยอ่อนนุช) แขวง สวนหลวง, เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร	31-1-8.9	1,257	2,220	บจก. กรุงเทพมหานครประเมินค่าทรัพย์สิน ณ 20 ส.ค. 2556	-

ชื่อโครงการ	ที่ตั้งโครงการ	เนื้อที่คงเหลือ ทั้งหมด (ไร่)	มูลค่าที่ดินและต้นทุน พัฒนาที่ดินคงเหลือตาม บัญชี ณ 31 ธ.ค. 2558 (ล้านบาท)	ราคาประเมินที่ดิน ณ 31 ธ.ค. 2558 (ล้านบาท)	ประเมินโดย วันที่ประเมิน	เงินกู้ คงเหลือ ณ 31 ธ.ค. 2558 (ล้านบาท)
เดอะคัลเลอร์ส พรีเมียม วงแหวน-ราม อินทรา เดอะคัลเลอร์ส วงแหวน-รามอินทรา อารียา โคโม้ วงแหวน-รามอินทรา	สุเหล่าคลองหนึ่ง ซ. 15 ถนนสุเหล่า คลองหนึ่ง แยกจาก ถนนหทัยราษฎร์ กรุงเทพมหานคร	86-2-34.5	1,010	1,657	บจก. เซ้าท์อีสเอเชีย อินเตอร์เนชั่นแนล ณ 3 มี.ค. 2557	339
ภูมิบุรี	ถนนร่วมพัฒนา แขวงชุมทอง เขต ลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	9-1-95.0	83	165	บริษัท โกร เอสทิเมชั่น จำกัด ณ 11 ม.ค. 2556	-
วงแหวน-ราชพฤกษ์	ตำบลละหาร อำเภอบางบัวทอง จังหวัด นนทบุรี	91-0-17.8	405	410	บริษัท ฟิวเจอร์ แอปไพร์ซ จำกัด ณ วันที่ 17 เมษายน 2558 และ บริษัท แอดวานซ์ แอปไพร์ ซ จำกัด ณ 22 ส.ค. 2558	88
อารียา โคโม้ บางนา-วงแหวนฯ เดอะ คัลเลอร์ส พรีเมียม บางนา-วง แหวนฯ เดอะ วิลเลจ บางนา-วงแหวนฯ เดอะ คัลเลอร์ส บางนา-วงแหวนฯ ที่ดินโครงการในอนาคต	ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัด สมุทรปราการ	76-1-36.8	887	903	บริษัท เซ้าท์อีสเอเชีย อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ณ วันที่ 25 ก.ย. 2557	317
รวมมูลค่าโครงการ/สินทรัพย์ทั้งสิ้น			10,485 ³	15,615		1,819 ⁴

- หมายเหตุ : ¹ ราคาประเมินเป็นราคาที่ปรับมาจากราคาประเมินที่ดิน ตามที่ผู้ประเมินราคาได้ประเมินตามสภาพ ณ วันประเมิน ด้วยค่าพัฒนาที่จ่ายเพิ่มตั้งแต่วันที่ประเมินจนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2558 หักด้วยมูลค่าที่ดินที่โอนให้ลูกค้าแล้วตามราคาประเมินที่ปรับใหม่
- ² มีพื้นที่รวม 60-0-39.9 ไร่ ซึ่งรวมบ่อน้ำประมาณ 45 ไร่
- ³ มูลค่าที่ดินและต้นทุนพัฒนาที่ดินคงเหลือตามบัญชี 10,485 ล้านบาท ไม่เท่ากับมูลค่าต้นทุนการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ 10,931 ล้านบาทในงบการเงินของบริษัท เนื่องจากไม่แสดงราคาประเมินที่ดินบริเวณราชดำริเนื่องจากบริษัทเช่าพื้นที่พระคลังข้างที่ในการสร้างอาคารเพื่อเช่าโดยไม่มีกรรมสิทธิ์ในที่ดิน และงานวิจัยและพัฒนาโครงการในอนาคต
- ⁴ เงินกู้คงเหลือ 31 ธันวาคม 2558 ในตารางไม่เท่ากับมูลค่าเงินกู้คงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 ในงบการเงินของบริษัท เนื่องจากรวมเงินกู้ยืมระยะสั้นโครงการจากสถาบันการเงินในรูปแบบตั๋วสัญญาใช้เงินจำนวน 310 ล้านบาท เพื่อให้เกิดความครบถ้วนและถูกต้องของข้อมูล ซึ่งรายการตั๋วสัญญาใช้เงินดังกล่าวแสดงไว้ในงบการเงินของบริษัท ในรายการเงินเบิกเกินบัญชีธนาคารและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน แต่ไม่รวมเงินกู้ค่าก่อสร้างสำนักงานใหญ่จำนวน 116 ล้านบาท

- 2) มูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์หลักประเภท ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 แสดงไว้ในตารางดังต่อไปนี้

สินทรัพย์หลักที่ใช้ในการดำเนินงาน

หน่วย : ล้านบาท

รายการ	สถานที่ตั้ง	ราคาทุนสุทธิ ณ 31 ธ.ค. 58	ภาระผูกพัน
ที่ดิน	โครงการต่างๆ	67.2	-
อาคารและงานระบบ	สำนักงานใหญ่	39.8	-
ส่วนปรับปรุงอาคารเช่า	สำนักงานใหญ่	2.4	-
อาคารคลังสินค้าและอาคารชั่วคราว	สำนักงานใหญ่และโครงการต่าง ๆ	23.9	-
เครื่องตกแต่ง ดัดตั้งและเครื่องใช้สำนักงาน	สำนักงานใหญ่และโครงการต่าง ๆ	75.6	3.8
เครื่องจักรและเครื่องมือก่อสร้าง	สำนักงานใหญ่และโครงการต่าง ๆ	141.6	57.2
ยานพาหนะ	สำนักงานใหญ่และโครงการต่าง ๆ	31.1	28.1
งานระหว่างก่อสร้าง	สำนักงานใหญ่และโครงการต่างๆ	29.6	-
รวม		411.2	89.1 *

หมายเหตุ : *ภาระผูกพันตามสัญญาเช่าการเงิน

ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 28 มีนาคม พ.ศ.2556 คณะกรรมการได้มีมติอนุมัติให้บริษัท (“ผู้เช่า”) ทำสัญญาเช่าเพื่อเช่าที่ดิน (“ทรัพย์สินที่เช่า”) จากคณะกรรมการของบริษัทสอง ท่าน (“ผู้ให้เช่า”) เพื่อนำมาก่อสร้างอาคารสำหรับใช้เป็นสำนักงานใหญ่ของบริษัท สัญญาเช่านี้มีระยะเวลา 10 ปี นับจากวันที่จดทะเบียนการเช่า

ณ ปัจจุบัน บริษัทและผู้ให้เช่าที่ดินที่ตั้งสำนักงานใหญ่ได้มีข้อสรุปเป็นการชัดเจนว่าผู้ให้เช่าและผู้เช่ายินยอมตกลงต่ออายุสัญญาเช่าออกไปได้อีก 10 ปี ส่วนเรื่องกำหนดราคาค่าเช่าในปีที่ 11 ถึงปีที่ 20 จะตกลงค่าเช่ากันใหม่ในราคาตลาดหรือราคาที่เหมาะสมต่อไป และหากผู้เช่าประสงค์ที่จะเช่าที่ดินต่อไปอีก 10 ปี ผู้เช่าต้องแจ้งเป็นหนังสือล่วงหน้าตามที่ระบุในบันทึกข้อตกลง เมื่อครบกำหนดอายุการเช่าหรือครบกำหนดอายุสัญญาเช่าที่จะได้มีการต่ออายุกันออกไปไม่ว่ากี่คราวก็ตาม หรือสัญญาได้เลิกกันโดยความผิดของผู้เช่า ผู้เช่าจะต้องจัดการทรัพย์สินที่เช่าให้กลับคืนสภาพเดิมเสมือนก่อนมีการเช่า และจะต้องรื้อถอนสิ่งปลูกสร้างทั้งหมดที่สร้างบนทรัพย์สินที่เช่า หากครบกำหนดระยะเวลาแล้ว ผู้เช่าไม่รื้อถอนและขนย้ายทรัพย์สินออกไป หรือรื้อถอนและขนย้ายทรัพย์สินยังไม่แล้วเสร็จภายในเวลาดังกล่าว ผู้เช่าตกลงให้สิ่งปลูกสร้างดังกล่าวตกเป็นส่วนควบของที่ดินทรัพย์สินที่เช่ารวมถึงทรัพย์สินที่อยู่ในสิ่งปลูกสร้างและในทรัพย์สินที่เช่าตกเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ให้เช่าทันทีโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายใดๆ นอกจากนี้หากผู้ให้เช่าไม่ประสงค์รับสิ่งปลูกสร้างดังกล่าวไว้ ผู้เช่ายังต้องรับผิดชอบค่าเสียหายต่างๆ เช่น ค่ารื้อถอนสิ่งปลูกสร้างให้แก่ผู้ให้เช่าตามที่ระบุในบันทึกข้อตกลง

การขินยอมต่ออายุสัญญาเช่าดังกล่าวออกไปอีก 10 ปี มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดความชัดเจนและประโยชน์สูงสุดของบริษัทและผู้ถือหุ้น อย่างไรก็ตาม การแก้ไขเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขและอายุสัญญาเช่าของสัญญาเช่าดังกล่าวไม่มีผลกระทบอย่างเป็นสาระสำคัญต่องบการเงินของบริษัท กล่าวคือ ตัวเลขในงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ งบแสดงฐานะทางการเงิน และงบแสดงการเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้น ประจำปี 2556 จนถึง งบการเงินรวมประจำปี 2558 ตัวเลข ยังคงเดิม เพียงแต่การจัดประเภทรายการจะเปลี่ยนแปลงไปโดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 และ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2557 อาคารสุทธิ จำนวน 153.41 ล้านบาท และ 161.96 ล้านบาท ในหมวดที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ ได้ถูกจัดประเภทรายการใหม่ (Reclassify) เป็น อาคารบนที่ดินเช่า ทั้งนี้การปรับปรุงรายการดังกล่าว บริษัทได้ปรึกษากับผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแล้ว ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 ยอดรวมของสินทรัพย์รวมจำนวน 12,861.19 ล้านบาท และ ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2557 จำนวน 11,956.52 ล้านบาท ยังคงเท่าเดิม

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย

บริษัทมีนโยบายลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์เป็นหลักและธุรกิจที่เอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท หากมีธุรกิจใดที่น่าสนใจและมีผลตอบแทนดี บริษัทก็อาจพิจารณาเข้าลงทุน โดยการเข้าลงทุนดังกล่าวจะต้องคำนึงถึงอัตราผลตอบแทนที่เหมาะสม ตามแต่ประเภทของธุรกิจนั้นๆ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้น และผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการบริษัทเป็นสำคัญ

ในปี 2547 บริษัทได้ลงทุนในบริษัทย่อยคือบริษัท อารียา เซอร์วิส จำกัด เป็นจำนวน 10 ล้านบาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการหลังการขายด้านอสังหาริมทรัพย์ ทั้งนี้เพราะบริษัทตระหนักถึงความสำคัญของลูกค้าในความต้องการที่จะได้รับการบริการจากบุคลากรซึ่งได้มาตรฐาน

ในปี 2550 บริษัทได้ลงทุนในบริษัทย่อยอีก 1 แห่ง คือ บริษัท วัน ออฟ จำกัด เป็นจำนวนเงิน 6.5 ล้านบาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการรับเหมาก่อสร้างด้วยวิวัฒนาการที่ทันสมัยให้กับโครงการต่างๆของบริษัทและลูกค้าทั่วไป

ในปี 2551 บริษัทได้ซื้อหุ้นสามัญของบริษัทวันออฟ จำกัด จากบริษัท เอส. โลท์ คอนกรีต จำกัด ทำให้บริษัทถือหุ้นของบริษัทวันออฟ จำกัด เพิ่มขึ้นร้อยละ 99.99 โดยที่ชำระค่าหุ้นครบจำนวนรวม 60 ล้านบาทเต็มจำนวนทุนจดทะเบียนแล้ว นอกจากนั้นบริษัทได้ลงทุนเพิ่มในบริษัทย่อย 2 แห่งใหม่ คือ บริษัท อารียา แมนเนจเม้นต์ จำกัด และบริษัท กุลสเปซ จำกัด เพื่อเสริมประสิทธิภาพในการทำงาน และรองรับการขายตัวของบริษัท ทั้งนี้เมื่อวันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2552 บริษัท กุลสเปซ จำกัด ได้เปลี่ยนชื่อใหม่จากเดิม บริษัท อารียา ดีเวลลอปเม้นต์ จำกัด

ในปี 2552 บริษัทได้ลงทุนในบริษัทย่อยอีก 1 แห่ง คือ บริษัท ไวต์ลิฟวิ่ง จำกัด เพื่อเสริมประสิทธิภาพในการทำงาน และรองรับการขายตัวของบริษัทเพิ่มเติม

ในปี 2553 บริษัทได้ลงทุนในบริษัทย่อยอีก 1 แห่ง คือ บริษัท ซิลล์สเปซ จำกัด เพื่อเสริมประสิทธิภาพในการทำงาน และรองรับการขายตัวของบริษัทเพิ่มเติม

ในปี 2557 บริษัทได้ลงทุนในบริษัทย่อยอีก 1 แห่ง คือ บริษัท อารียา คอนเวเนียน สโตร์ จำกัด เพื่อขยายไปยังธุรกิจค้าปลีก

ในปี 2558 ไม่มี

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทและบริษัทย่อยไม่มีคดีที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทหรือบริษัทย่อย ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 รวมทั้งไม่มีคดีที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญที่ไม่สามารถประเมินผลกระทบเป็นตัวเลขได้

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ชื่อบริษัท	:	บริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)
ประเภทธุรกิจ	:	พัฒนาอสังหาริมทรัพย์
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	999 ถนนประดิษฐ์มนูธรรม แขวงสะพานสอง เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร 10310
ทะเบียนบริษัทเลขที่	:	0107546000431
โฮมเพจบริษัท	:	http://www.areeya.co.th/ ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับโครงการคอนโดมิเนียม เอสเปซ www.aspace.co.th ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับโครงการทาวน์เฮ้าส์ เดอะ คัลเลอร์ส www.thecolors.co.th ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับโครงการทาวน์เฮ้าส์ อารียาเดลี www.dailybyareeya.co.th ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับโครงการวิลเลจทาวน์ www.areeya.co.th/villagetown ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับโครงการคอมมิวนิตีมอลล์ www.pickadailybkk.com
โทรศัพท์	:	02-798-9999, 1797
โทรสาร	:	02-798-9990
ทุนจดทะเบียน	:	หุ้นสามัญ 1,200,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท รวมเป็นทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 1,200,000,000 บาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558
ทุนที่เรียกชำระแล้ว	:	980,000,000 บาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558)
ผู้สอบบัญชี	:	บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด ชั้น 48 เอ็มไพร์ทาวเวอร์ 1 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120 โทรศัพท์ 02-677-2000 โทรสาร 02-677-2222

นายทะเบียนหลักทรัพย์ : บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
62 ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย
กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์ 02-229-2000

ที่ปรึกษาทางกฎหมาย : สำนักงานกฎหมายคุณธรรมทนายความ
72/2-3 ถนนสุทธิสารวินิจฉัย ซอยธรรมนุญสุข
แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310
โทรศัพท์ 02-274-7529-30 โทรสาร 02-274-7638

¹บริษัทและบริษัทย่อยของอารียา

ARY หมายถึง บริษัท อารียา พรอพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)
AMM หมายถึง อารียา แมนเนจเม้นต์ จำกัด
COL หมายถึง บริษัท คูลสเปซ จำกัด
CHS หมายถึง บริษัท ซิลส์สเปซ จำกัด
WHL หมายถึง บริษัท ไวลีฟวิง จำกัด

²คำจำกัดความของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

AA = โครงการที่มีระดับราคา 8 ล้านบาทขึ้นไป
AB = โครงการที่มีระดับราคา 5-8 ล้านบาทขึ้นไป
AC = โครงการที่มีระดับราคา 3-5 ล้านบาทขึ้นไป
BA = โครงการที่มีระดับราคา 2-3 ล้านบาทขึ้นไป
BB = โครงการที่มีระดับราคา 1-2 ล้านบาทขึ้นไป