

ส่วนที่ 1 : การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ เป้าหมาย หรือกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัท

บริษัทมีวิสัยทัศน์ที่จะพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่เติบโตสูงและมั่นคง ด้วยการมุ่งสร้างสังคมที่ดี และมอบความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า มีระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนบุคลากรที่มีความสามารถสูง และบริษัทมีนโยบายการสร้างบ้านอย่างมีคุณภาพในพันธกิจของบริษัทฯ เพื่อเป็นการสื่อสารให้ลูกค้า พนักงาน และผู้เกี่ยวข้องได้รับทราบถึงคำมั่นสัญญาระหว่างกันในการทำธุรกิจให้ได้ตามเป้าหมาย สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าอย่างสูงสุด และเพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กรอย่างต่อเนื่อง

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท สัมมากร จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2513 จวบจนปัจจุบันเป็นเวลา 43 ปี ดำเนินธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทจำหน่าย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2517 ส่วนใหญ่เป็นบ้านเดี่ยวพร้อมที่ดิน โดยจนถึงปัจจุบัน ได้ส่งมอบบ้านแก่ผู้ซื้อแล้วกว่า 8,000 หน่วย นอกจากนี้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 บริษัทฯ ได้ร่วมทุนในการดำเนินธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทให้เช่า คือ ศูนย์การค้าเพียวเพลส (Pure Place Community Mall) ซึ่งมีที่ตั้งอยู่หน้าโครงการสัมมากรรังสิต คลอง 2 โครงการสัมมากรบางกะปิ และโครงการสัมมากรราชพฤกษ์ อันนำมาซึ่งการสร้างเครือข่ายชุมชนให้มีความสะดวกสบายในการพักอาศัย และสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ทรัพย์สินที่ลูกค้าได้ซื้อ และครอบครองไว้ สัมกับปณิธานของบริษัทฯ ที่ว่า “เราไม่เพียงสร้างบ้าน แต่เราสร้างสังคม” อีกทั้งยังเป็นการสร้างรายได้ในระยะยาวให้มีความผันผวนน้อยลง รวมทั้งส่งเสริมทางการขายบ้านจัดสรรของบริษัทฯ อีกทางหนึ่งด้วย

การเปลี่ยนแปลงในแต่ละปี

- พ.ศ. 2549 เดือนพฤษภาคมบริษัทฯ ได้ร่วมกับ บริษัท ระยองเพียวริฟายเออร์ จำกัด (มหาชน) หรือ (RPC) จัดตั้งบริษัท เพียวสัมมากร ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด หรือ (PSDC) ด้วยทุนจดทะเบียน 50 ล้านบาท เพื่อประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์และที่ดินโดยบริษัทฯ ถือหุ้นในอัตราร้อยละ 49
- พ.ศ. 2550 เมื่อวันที่ 8 มิถุนายน 2550 บริษัท เพียวสัมมากร ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด เปิดศูนย์การค้าเพียวเพลส บนถนนรังสิต-คลอง 2
- พ.ศ. 2552 เดือนกุมภาพันธ์ 2552 บริษัท เพียวสัมมากร ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนอีก 175 ล้านบาท เป็น 225 ล้านบาท
- พ.ศ. 2554 เมื่อเดือนสิงหาคม 2554 บริษัท เพียวสัมมากร จำกัด (มหาชน) ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 225 ล้านบาท เป็น 260 ล้านบาท โดยที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ระยองเพียวริฟายเออร์ จำกัด (มหาชน) มีมติไม่เพิ่มเงินลงทุนครั้งนี้ ส่งผลให้บริษัทฯ มีสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทร่วมทุนเพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 49 เป็นร้อยละ 55.87
- พ.ศ. 2555 เมื่อเดือนธันวาคม 2555 บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 450 ล้านบาท เป็น 650 ล้านบาท
- พ.ศ. 2556 เมื่อวันที่ 25 มกราคม 2556 บริษัทฯ จดทะเบียนเปลี่ยนแปลงทุนชำระจาก 450 ล้านบาท เป็น 589.41 ล้านบาท

เมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2556 เปิดโครงการ Flora Divina by Sammakorn (ทางหลวง345-ถนนราชพฤกษ์)
เมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2556 เปิดโครงการ S9 Condominium (ใกล้สถานีรถไฟฟ้าบางรักใหญ่)

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัท บริษัทย่อย และบริษัทร่วม

บริษัทร่วม และบริษัทย่อย

บริษัท เพียวสัสมากอร์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด

จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2549 มีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์และที่ดิน ในรูปแบบที่มีรายได้จากการให้เช่า อาทิเช่น ศูนย์การค้า อาคารสำนักงาน อพาร์ทเม้นท์ หรือ โรงแรม ฯลฯ โดยบริษัทฯถือหุ้นอยู่ในอัตราร้อยละ 49 ร่วมกับบริษัท ระยองเพียวรีฟายเออร์ (RPC) ซึ่งถือหุ้นในอัตราร้อยละ 51 ด้วยทุนจดทะเบียน 50 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 500,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท และเมื่อ 24 กุมภาพันธ์ 2552 ได้เพิ่มทุน 175 ล้านบาท รวมเป็นทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 225 ล้านบาท และเมื่อวันที่ 23 สิงหาคม 2554 ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนอีก 35 ล้านบาท เป็นทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 260 ล้านบาท ซึ่ง RPC ไม่ลงทุนเพิ่มในหุ้นเพิ่มทุนดังกล่าว ส่งผลให้สัดส่วนการถือหุ้นใน PSDC ของบริษัทฯเพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 49 เป็นร้อยละ 55.87 และได้ดำเนินการก่อสร้างและพัฒนาศูนย์การค้า ภายใต้ชื่อโครงการ “เพียวเพลส” ขึ้นแห่งแรกบนถนนรังสิต คลอง 2 เปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 8 มิถุนายน 2550 โครงการที่สองบริเวณถนนรามคำแหง 110 เป็นศูนย์การค้ารูปแบบใหม่ทันสมัย ภายใต้แนวคิด “ชีวิตทันสมัย ใกล้บ้าน” โดยใช้ชื่อ “Pure Place Lifestyle Mall” และโครงการเพียวเพลส ราชพฤกษ์ เปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2555

บริษัท เอ็นชัวร์โฮม จำกัด

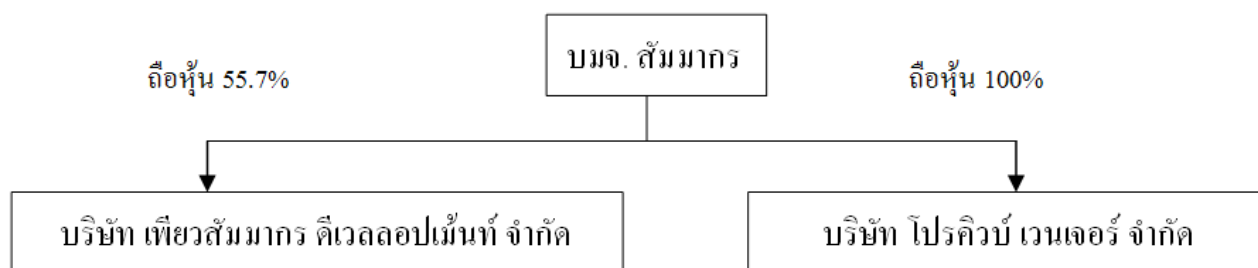
จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 30 มีนาคม 2554 มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดตั้งตัวแทนจำหน่ายบ้านมือสองในตลาดอสังหาริมทรัพย์ ด้วยทุนจดทะเบียน 2 ล้านบาท โดยบริษัทฯเข้าร่วมทุนในอัตราร้อยละ 20 จำนวน 40,000 หุ้น ราคาหุ้นละ 10 บาท จำนวนเงิน 400,000 บาท

26 ธันวาคม 2555 ที่ประชุมกรรมการบริษัท เอ็นชัวร์โฮม จำกัด มีมติเลิกกิจการ เงินลงทุนเฉพาะของบริษัทฯ จำนวน 400,000 บาท อยู่ในระหว่างการชำระบัญชี

บริษัท โปรคิวบ์ เวเนเจอร์ จำกัด

จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม 2555 มีวัตถุประสงค์เพื่อบริหารงานก่อสร้าง ด้วยทุนจดทะเบียน 2 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 200,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท เรียกชำระแล้ว 500,000 บาท (ร้อยละ 25) โดยบริษัทฯลงทุนร้อยละ 100

โครงสร้างการถือหุ้นในบริษัทย่อย และบริษัทร่วม



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ ของบริษัท สัมมากร จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วยรายได้จากการขายบ้านและที่ดินเป็นหลัก ซึ่งในปี 2556 มีสัดส่วนร้อยละ 90.10 ของรายได้รวม นอกจากนั้น มีรายได้จากการให้เช่า รายได้จากการบริการ และรายได้อื่นๆ โครงสร้างรายได้ในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา มีสัดส่วนดังนี้

โครงสร้างรายได้เปรียบเทียบ 3 ปี

หน่วย : ล้านบาท

ประเภทรายได้	2554		2555		2556	
	จำนวนเงิน	สัดส่วน %	จำนวน	สัดส่วน %	จำนวนเงิน	สัดส่วน %
การขายบ้านและที่ดิน	594.67	86.95%	744.40	88.72%	952.04	90.10%
รายได้จากการให้เช่า	42.20	6.17%	44.27	5.28%	46.35	4.39%
รายได้ค่าบริการ	38.24	5.59%	44.40	5.29%	48.44	4.58%
รายได้อื่นๆ	8.81	1.29%	5.94	0.71%	9.85	0.93%
รวมรายได้	683.92	100.00%	839.00	100.00%	1056.68	100.00%

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ ได้ผ่านการรับรองมาตรฐาน ISO 9001:2000 จาก AFAQ & WIT Co., Ltd. ในเรื่องการบริหารงานก่อสร้าง และการบริหารงานขาย ซึ่งแสดงถึงความมีมาตรฐานในการดำเนินงานและความมีประสิทธิภาพของบุคลากร ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งในปัจจุบันได้รับการยกระดับมาตรฐานเป็น ISO 9001:2008 ในปี 2555 ซึ่งมีความเข้มงวดในการปฏิบัติงานมากขึ้น บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงคุณภาพในการผลิตผลงานให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล โดยมุ่งเน้นการปฏิบัติงานก่อสร้างให้มีคุณภาพตามข้อกำหนด ISO และจัดให้มีทีมบริหารระบบคุณภาพ จัดให้มีการฝึกอบรม ให้ความรู้และทักษะที่เกี่ยวข้องกับการทำงานให้แก่พนักงาน ผู้รับเหมา และคนงาน เพื่อเป็นการพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพ ซึ่งจะส่งผลให้ได้งานที่มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

การพัฒนาโครงการบ้านจัดสรรจำเป็นต้องมีเงินทุนเพื่อซื้อที่ดินขยายโครงการตลอดเวลาที่ดินบางทำเลอาจติดข้อบัญญัติของกรุงเทพมหานคร ข้อบัญญัติผังเมือง ข้อบัญญัติเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและข้อบัญญัติเกี่ยวกับการจัดสรรที่ดินบริษัทฯ

แบบ 56-1 ปี 2556

จึงต้องมีเจ้าหน้าที่เฉพาะทำการศึกษา และติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความผิดพลาดและเสียหาย จาก การปฏิบัติผิดกฎหมาย และระเบียบปฏิบัติต่างๆ ซึ่งเป็นข้อจำกัดในการดำเนินธุรกิจ

โครงการที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันและโครงการระหว่างเตรียมการ

ชื่อ/ที่ตั้งโครงการ	ลักษณะโครงการ (1) (ล้านบาท)	จำนวน หน่วย	ขนาดที่ดิน โครงการ (ไร่)	พื้นที่ขาย	กรรมสิทธิ์ ในที่ดิน	ระยะเวลาพัฒนา และก่อสร้าง	มูลค่าเงินลงทุน (ล้านบาท)	ความคืบหน้างานก่อสร้าง	
								เงินที่ลงทุนไปแล้ว (ล้านบาท)	ร้อยละของ งานที่เสร็จ
สัมมากรมินบุรี 1/ถ.สามวา	บ้านพร้อมที่ดิน	410	145-1-09	82-2-53	บมจ.สัมมากร	ธ.ค.35-ธ.ค.53	781.74	743.43	95.10
สัมมากรนิมิตใหม่/ถ.นิมิตใหม่	บ้านพร้อมที่ดิน	601	154-3-89	108-0-59	บมจ.สัมมากร	มี.ค.37-ธ.ค.54	1,026.61	941.48	91.71
สัมมากรรังสิต คลอง 2/ถ.รังสิต-นครนายก	บ้านพร้อมที่ดิน	363	82-1-81	57-3-72	บมจ.สัมมากร	ค.ค.37-ธ.ค.55	991.88	831.14	83.79
สัมมากรรังสิต คลอง 7/ถ.รังสิต-นครนายก	บ้านพร้อมที่ดิน	790	215-3-95	134-3-97	บมจ.สัมมากร	ค.ค.38-ธ.ค.57	1,598.38	983.45	61.53
สัมมากรมินบุรี 2 /ถ.สามวา	บ้านพร้อมที่ดิน	274	61-1-44	42-0-45	บมจ.สัมมากร	ก.ค.44-ก.ค.54	576.78	575.53	99.78
สัมมากรนครอินทร์ /ถ.นครอินทร์	บ้านพร้อมที่ดิน	236	66-0-40	45-0-67	บมจ.สัมมากร	ม.ค.46-ธ.ค.55	974.08	974.08	100.00
สัมมากรราชพฤกษ์ /ถ.ราชพฤกษ์	บ้านพร้อมที่ดิน	294	67-2-37.7	44-3-11	บมจ.สัมมากร	ก.ค.48-ธ.ค.55	804.59	804.59	100.00
สัมมากรรามคำแหง /ถ.รามคำแหง	บ้านพร้อมที่ดิน	140	36-1-30.8	22-0-30	บมจ.สัมมากร	พ.ย.50-ธ.ค.54	525.89	525.89	100.00
Aqua Divina by Sammakorn	บ้านพร้อมที่ดิน	200	66-2-22.1	41-3-60.1	บมจ.สัมมากร	มี.ย. 52-ธ.ค.58	995.94	727.64	73.06
Flora Divina by Sammakorn	บ้านพร้อมที่ดิน	181	43-2-3.6	28-3-83.9	บมจ.สัมมากร	มี.ย. 53-ธ.ค.58	492.24	307.89	62.55

ชื่อ/ที่ตั้งโครงการ	วันที่เปิดขาย โครงการ	ราคาขาย ต่อหน่วย (ล้านบาท)	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ความคืบหน้าการขาย		วิธี รับรู้ รายได้	ยอดรับรู้ รายได้สะสม (ล้านบาท)	มูลค่าที่ขาย ให้กับผู้บริหาร หรือผู้ถือหุ้น	จำนวนที่โอนแล้ว	
				มูลค่าที่ขายแล้ว	ร้อยละของ มูลค่าโครงการ				หน่วย	มูลค่า (ล้านบาท)
สัมมากรมินบุรี 1/ถ.สามวา	23 ธ.ค.2535	2.4-7.8	1,302.90	1,185.51	90.99	1	1,185.51	ไม่มี	384	1,185.51
สัมมากรนิมิตใหม่/ถ.นิมิตใหม่	25 ธ.ค.2537	2.3-5.1	1,579.40	1,551.51	98.23	1	1,465.88	ไม่มี	551	1,465.88
สัมมากรรังสิต คลอง 2/ถ.รังสิต-นครนายก	25 พ.ย.2538	2.4-7.8	1,322.50	1,076.84	81.42	1	1,024.45	ไม่มี	291	1,024.45
สัมมากรรังสิต คลอง 7/ถ.รังสิต-นครนายก	25 พ.ย.2539	2.2-5.4	1,997.97	860.79	43.08	1	762.29	ไม่มี	285	762.29
สัมมากรมินบุรี 2 /ถ.สามวา	9 มี.ค.2545	2.5-3.9	801.09	858.19	107.13	1	793.58	ไม่มี	252	793.58
สัมมากรนครอินทร์ /ถ.นครอินทร์	9 เม.ย.2547	4.7-7.9	1,372.57	1,372.57	100.00	1	1,372.57	ไม่มี	236	1,372.57
สัมมากรราชพฤกษ์ /ถ.ราชพฤกษ์	29 มี.ค.2549	3.1-5.5	1,199.79	1,199.79	100.00	1	1,199.79	ไม่มี	294	1,199.79
สัมมากรรามคำแหง /ถ.รามคำแหง	22 มี.ค.2551	3.1-5.5	750.20	339.97	45.32	1	285.28	ไม่มี	119	285.28
Aqua Divina by Sammakorn	9 ก.ย.2553	5.5-20.4	1,402.73	903.19	46.14	1	422.10	ไม่มี	82	422.10
Flora Divina by Sammakorn	17 ก.พ.2556	3.1-5.6	693.29	60.06	8.66	1	33.20	ไม่มี	9	33.20

2.2 ตลาดและการแข่งขัน

การเตรียมความพร้อมของบริษัทฯ เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่บริษัทฯ จะต้องเตรียมความพร้อม ทั้ง 4 ด้าน ให้มีศักยภาพในการแข่งขัน อันได้แก่

1. ความพร้อมทางการเงิน และสภาพคล่อง โดยการปรับโครงสร้างทางการเงินให้เหมาะสมกับลักษณะ การพัฒนาโครงการ เตรียมวงเงินหมุนเวียนให้เพียงพอ เพื่อป้องกันปัญหาขาดสภาพคล่อง หาก โครงการไม่สามารถดำเนินการได้ตามแผนที่กำหนดไว้
2. ความพร้อมด้านการตลาดและการขาย โดยการวิเคราะห์การตลาดทั้งทางด้านอุปทาน และอุปสงค์ เพื่อ นำมากำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับช่องว่างทางการตลาด โดยการพัฒนาสินค้าให้เหมาะสม กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทั้งทางด้าน รูปแบบสินค้า (Product) ราคา (Price) ช่องทางการตลาด (Distribution channel) และรูปแบบการส่งเสริมการขาย (Promotion)

3. ความพร้อมด้านการก่อสร้างและพัฒนาโครงการ เตรียมแผนการบริหารโครงการก่อสร้าง ทั้งในช่วงเวลาก่อนลงมือก่อสร้าง ระหว่างการก่อสร้าง และหลังการก่อสร้าง ให้เป็นระบบและรัดกุม เพื่อลดงานแก้ไขให้เหลือน้อยที่สุด (Zero Defect Program) อันจะส่งผลถึงการลดปัญหาการโอนกรรมสิทธิ์ล่าช้า การซ่อมแซมหลังการโอนกรรมสิทธิ์ ซึ่งจะทำให้ภาพลักษณ์ของบริษัทอยู่ในใจของผู้บริโภคตลอดไป ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพัฒนาความสัมพันธ์อย่างสร้างสรรค์กับลูกค้า (Customer Engagement Program)
4. ความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์และการพัฒนาบุคลากร บริษัทฯ ส่งเสริมให้ผู้บริหารและพนักงานได้เรียนรู้เพิ่มเติม ทั้งจากการส่งเข้ารับการฝึกอบรมในสถาบันการศึกษา การพัฒนาระบบงานให้บุคลากรทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างสรรค์บรรยากาศในที่ทำงานให้เกิดความสามัคคีกลมเกลียว การกำหนดเป้าหมายในการทำงานร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ (Management by Objective) อันจะนำมาซึ่งผลสำเร็จของงานอย่างมีคุณภาพ ทันเวลา และภายใต้ต้นทุนที่กำหนดไว้ได้

(ก) นโยบายและลักษณะการตลาด

นโยบายการตลาดของปี 2556

- บริษัทฯ มีโครงการที่อยู่ระหว่างการพัฒนาทั้งสิ้น 9 โครงการ คือ โครงการสัมมารามินบุรี 1 โครงการ สัมมารามินบุรี 2 โครงการ สัมมารามินบุรีใหม่ โครงการ สัมมารามินบุรีรังสิต คลอง 2 โครงการ สัมมารามินบุรีรังสิต คลอง 7 โครงการ สัมมารามินบุรีค้ำแหง โครงการ Aqua Divina โครงการ Flora Divina และโครงการ S9 Condominium
- บริษัทฯ มุ่งพัฒนาโครงการให้มีคุณภาพดี เป็นที่พอใจของลูกค้า โดยเน้นการดูแลทั้งสภาพแวดล้อม สังคม ชุมชน คุณภาพงานก่อสร้าง และการบริการ สำหรับโครงการที่จะเปิดใหม่ ได้กำหนดแนวคิดการพัฒนาโครงการอย่างชัดเจน มีจุดเด่น และจุดขายที่แตกต่างจากคู่แข่ง
- บริษัทฯ เน้นการพัฒนาโครงการในระดับราคา 3-8 ล้านบาท เป็นหลัก แต่อาจมีบางพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงจะพัฒนาโครงการในระดับราคาประมาณ 9-20 ล้านบาท

กลยุทธ์การตลาด

- บริษัทฯ ยึดมั่นในนโยบายหลัก คือ การผลิตสินค้าและบริการที่เน้นการตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ โดยไม่เพียงเน้นคุณภาพงานก่อสร้างเท่านั้นแต่ยังเน้นการสร้างสังคมการดูแลสภาพแวดล้อมในโครงการ ความปลอดภัย และความสะดวกสบายของสมาชิกในโครงการด้วย
- บริษัทฯ เน้นการเลือกทำเลที่มีศักยภาพในการเจริญเติบโตเป็นหลักโดยการจัดซื้อที่ดิน เพื่อการพัฒนาที่ดินติดถนนใหญ่ การคมนาคมสะดวก ในปัจจุบันแบ่งออกเป็น 3 โซน คือ โซนทิศตะวันออก ได้แก่ โครงการ สัมมารามินบุรี โครงการ สัมมารามินบุรีใหม่ โครงการ สัมมารามินบุรีค้ำแหง และโครงการ Aqua Divina โซนทิศเหนือ ได้แก่ โครงการ สัมมารามินบุรีรังสิต คลอง 2 และโครงการ สัมมารามินบุรีรังสิต คลอง 7 โซนทิศตะวันตก ได้แก่ โครงการ สัมมารามินบุรีอินทร์ โครงการ สัมมารามินบุรีราชพฤกษ์ โครงการ Flora Divina และโครงการ S9 Condominium

การวางแผนการตลาด

บริษัทฯ ได้จัดให้มีการเก็บข้อมูลด้านความต้องการ และความพึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำมาวิเคราะห์และประมวลผล เพื่อใช้ในการวางแผนการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า นอกจากบริษัทฯ จะเน้นเรื่องการเลือกทำเลเป็นสำคัญแล้ว ยังคำนึงถึงการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ในราคาสมเหตุสมผล และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการวางแผนจัดการสภาพโครงการและบรรยากาศในโครงการให้ร่มรื่นสวยงาม

ที่ตั้ง

- ในการเลือกทำเลที่ตั้งโครงการนั้นบริษัทฯ จะเน้นในทำเลที่มีศักยภาพสูง มีแนวโน้มเจริญเติบโตในอนาคตโดยดูจากเส้นทางการขยายตัวด้านการคมนาคม และระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน ซึ่งแต่ละโครงการของ สัมมากรมีจุดเด่นที่ทำเลตั้งอยู่ติดถนนใหญ่ การเดินทางสะดวก ซึ่งการเลือกทำเลที่ดีนี้ถือเป็นกลยุทธ์หลักของบริษัทฯ ซึ่งในการเลือกทำเลนั้นมีการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการขยายตัวของชุมชน ประชากร ถนน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ปัจจุบันบริษัทฯ มีโครงการอยู่ระหว่างพัฒนาทั้งสิ้น 9 โครงการ คือ โครงการสัมมากรมินบุรี 1 โครงการสัมมากรมินบุรี 2 โครงการสัมมากรนิมิตใหม่ โครงการสัมมากรรังสิต คลอง 2 โครงการสัมมากรรังสิต คลอง 7 โครงการสัมมากรรามคำแหง โครงการ Aqua Divina โครงการ Flora Divina และโครงการ S9 Condominium

สินค้าที่มีคุณภาพ

- ด้านการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ ให้ความสำคัญด้านคุณภาพงานก่อสร้าง มีการดูแลควบคุม และตรวจสอบงานก่อสร้างให้ได้มาตรฐาน และด้านคุณภาพงานบริการ คุณภาพของสิ่งแวดล้อมที่ร่มรื่นในโครงการ รวมถึงความปลอดภัย และคุณภาพของสังคมโดยรวมของโครงการด้วย ซึ่งการพัฒนาคุณภาพสังคมในโครงการนั้นบริษัทฯ ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญ เพราะจะเป็นรากฐานของการอยู่ร่วมกัน ช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน ซึ่งจะทำให้สังคม น่าอยู่และมีความสุข โดยบริษัทฯ จัดกิจกรรมส่งเสริมให้ลูกบ้านในโครงการต่างๆ มีกิจกรรมร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ โดยบริษัทฯ มุ่งเน้นการบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุด

ราคา

- บริษัทฯ ใช้กลยุทธ์การตั้งราคาที่ใกล้เคียงกับคู่แข่ง โดยเปรียบเทียบในทำเลเดียวกัน สภาพบรรยากาศโครงการ ขนาดที่ดิน และพื้นที่ใช้สอย แต่มีความแตกต่างทางด้านแนวคิด และจุดขาย เป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละโครงการ ซึ่งทำให้ราคาขายแตกต่างจากคู่แข่ง นอกจากนี้บริษัทฯ ยังเน้นการบริหารต้นทุน ตั้งแต่ต้นทุนทางการเงิน ต้นทุนค่าที่ดิน ต้นทุนการพัฒนาโครงการ และต้นทุนการก่อสร้าง ซึ่งการบริหารต้นทุนดังกล่าว เป็นการบริหารต้นทุนให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยยึดหลักการ คือ ผลิตสินค้าและบริการที่ได้มาตรฐานตรงตามความต้องการของลูกค้าในราคาที่เหมาะสม โดยบริษัทฯ เน้นการพัฒนาที่ดินและสร้างบ้าน เพื่อขายให้แก่ผู้มีรายได้ปานกลางในระดับราคา 3-8 ล้านบาท ขนาดที่ดิน 50-70 ตารางวา ขนาดบ้าน 120-200 ตารางเมตร เป็นหลัก ซึ่งกลยุทธ์ในการตั้งราคานี้ใช้หลักการตั้งราคาให้สมเหตุสมผล ซึ่งแต่ละโครงการจะแตกต่างกันตามทำเลที่ตั้ง ขนาดที่ดิน และขนาดบ้าน

ช่องทางการจำหน่าย

- บริษัทฯ เน้นการขายที่สำนักงานขายโครงการเป็นหลัก โดยสร้างบรรยากาศให้อบอุ่นประทับใจ มีบ้าน ตัวอย่างที่ตกแต่งหรูหรา สวยงาม ตามสมัยนิยมเพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าใจรายละเอียดของแบบบ้าน ช่วยการตัดสินใจให้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ยังได้ออกบูธในงานบ้าน และคอนโดตามความเหมาะสม เพื่อนำเสนอโครงการของบริษัทฯ ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

การโฆษณา และประชาสัมพันธ์

- ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์นั้น บริษัทฯ เน้นการประชาสัมพันธ์แบบเจาะจงกลุ่มเป้าหมาย โดยดำเนินการอย่างต่อเนื่อง สื่อหลักที่ใช้ คือ ป้ายโฆษณา ทั้งบิลบอร์ด และมินิบอร์ด ไคเรคเมตล์ อีเมลล์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ในโซนที่ต้องการเน้นการประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นการใช้งบประมาณอย่างประหยัด และเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในแบบเจาะจงกลุ่มนี้ต้องอาศัยระบบฐานข้อมูล ซึ่งบริษัทฯ มีการพัฒนาระบบฐานข้อมูลด้านการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

- ด้านการส่งเสริมการขาย บริษัทฯ ได้จัดทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อเร่งรัดการตัดสินใจของกลุ่มเป้าหมายให้เร็วยิ่งขึ้น

- บริษัทฯ มีนโยบายส่งเสริมสังคม โดยมีโครงการร่วมกับสมาคมพัฒนาประชากรและชุมชน (PDA) โดยมี โครงการร่วมกันพัฒนาหมู่บ้าน ซึ่งเป็นโครงการพัฒนาแบบองค์รวมในระดับหมู่บ้าน เพื่อจัดปัญหาความยากจนที่ ต้นเหตุ ซึ่งในโครงการดังกล่าวนี้ ชาวบ้านจะมีส่วนร่วมในการพัฒนาทุกขั้นตอน โดยบริษัทฯ ได้เข้าไปร่วมพัฒนาหมู่บ้านหนองขาว หมู่ 9 ตำบลโคกกลาง อำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์

การบริการ

- บริษัทฯ ให้ความสำคัญการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างมีคุณภาพ โดยมีการวัดความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการในด้านต่างๆ และนำข้อมูลเหล่านั้นมาปรับปรุงพัฒนา นอกจากนี้ยังมีการอบรมพัฒนาศักยภาพอย่างต่อเนื่องให้ตระหนักถึงความสำคัญของลูกค้า เข้าใจความต้องการของลูกค้า และใส่ใจการให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุด

การสร้างภาพลักษณ์

- บริษัทฯ มีการพัฒนาภาพลักษณ์ให้ทันสมัยขึ้น โดยให้กลุ่มเป้าหมายยังสามารถเชื่อมโยงความมั่นคงและประสบการณ์ที่ดีในอดีตกับภาพลักษณ์ใหม่ที่ทันสมัยขึ้น และได้ปรับเปลี่ยนโลโก้ใหม่ให้สอดคล้องกันด้วย

ลักษณะลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

การจัดแบ่งลักษณะของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ

ก. กลุ่มลูกค้าเดิม

หมายถึง กลุ่มลูกค้าที่อาศัยและซื้อบ้านในโครงการของสัมมากรอยู่แล้ว ลูกค้ากลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่บริษัทฯ ให้บริการดูแลชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เป็นสังคมคุณภาพ ลูกค้ากลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่แนะนำญาติ พี่น้อง เพื่อน มาเป็นลูกค้าใหม่ หรือขยายขยายซื้อบ้านในโครงการของสัมมากรเพิ่มในเวลาต่อมา

ข. กลุ่มลูกค้าใหม่

หมายถึง กลุ่มที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านของสัมมากร ในกลุ่มนี้สามารถแบ่งย่อยออกเป็น

- กลุ่มที่เคยแวะชมโครงการ จะเป็นกลุ่มที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญ เพราะถือว่ามีความต้องการซื้อบ้าน จะมีการจัดเก็บข้อมูลลูกค้าเพื่อนำมาวิเคราะห์ความต้องการ และนำเสนอสินค้าที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า บริษัทฯ จะสื่อสารข้อมูลให้ลูกค้าอย่างต่อเนื่องทั้งทางเอกสาร และการติดต่อจากพนักงานขาย

- กลุ่มที่ยังไม่เคยแวะชมโครงการ จะเป็นกลุ่มลูกค้าที่ต้องใช้กลยุทธ์การโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เข้าถึงลูกค้า และกระตุ้นให้เกิดความสนใจ พร้อมทั้งเชิญชวนให้แวะเยี่ยมชมโครงการ และบริษัทฯ ยังนำปัจจัยด้านอื่นมาพิจารณาเพื่อหากกลุ่มลูกค้าเพิ่มขึ้นด้วย เช่น

- ด้านทำเลที่อยู่อาศัย กลุ่มลูกค้าของสัมมากรส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในรัศมีประมาณ 10 กิโลเมตร รอบโครงการ และในกรณีที่มีการตัดถนนใหม่หลายเส้นทาง ซึ่งทำให้เกิดกลุ่มเป้าหมายในทำเลใหม่ๆ ที่สามารถเดินทางมาถึงโครงการ และสามารถเดินทางไปทำงานได้สะดวก

- ด้านอายุ กลุ่มเป้าหมายหลักของสัมมากรมีอายุในช่วง 25-35 ปี และช่วง 36-45 ปี

- ด้านสถานะทางสังคม กลุ่มเป้าหมายหลักของสัมมากรจัดอยู่ในระดับ C-B ซึ่งสอดคล้องกับระดับราคาของสินค้า คือ ส่วนใหญ่ประมาณ 3-5 ล้านบาท

(ข) ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

● สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม

ในปี 2556 ส่วนแบ่งตลาดของที่พักอาศัยในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ร้อยละ 70 อยู่ใน 10 ผู้ประกอบการรายใหญ่ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ต้องยอมรับว่าธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ เข้าสู่ยุค “ปลาใหญ่ กิน ปลาเล็ก” เนื่องจากได้เปรียบทั้งทางด้านเงินทุน ต้นทุนการก่อสร้างเฉลี่ยต่อหน่วยขาย (Economy of scale) เครือข่ายการตลาดและการสื่อสารองค์กร ชื่อเสียงผู้ประกอบการและตราสินค้า (Brand) รวมทั้งธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ยังต้องใช้เงินลงทุนสูง จึงทำให้บริษัทขนาดกลางและขนาดเล็ก ต้องปรับกลยุทธ์ให้เข้าถึงตลาดเป้าหมาย โดยอาจต้องเป็นตลาดเฉพาะมากขึ้น (Niche Market)

แต่อย่างไรก็ตามเนื่องจากกำลังซื้อใหม่ ๆ ที่มีทางเลือกมากขึ้นในตลาดอาคารชุดก็ยังคงเป็นตลาดที่มีแนวโน้มได้รับความนิยมนอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากหลากหลายปัจจัย เช่น ค่าน้ำมันที่มีแนวโน้มราคาสูงขึ้น ทำให้ต้นทุนในการเดินทางสูงขึ้น ขนาดของครอบครัวมีแนวโน้มเป็นครอบครัวเดี่ยวจำนวนสมาชิกในครอบครัวลดลง ลักษณะการใช้ชีวิตเป็นสังคม

แบบ 56-1 ปี 2556

เมืองมากขึ้น การขนส่งโดยสารด้วยระบบราง (รถไฟฟ้า) ขยายเขตการให้บริการเพิ่มขึ้น ที่ดินมีราคาเพิ่มสูงขึ้นมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งในแนวทางการรถไฟฟ้า ฯลฯ จึงทำให้ผู้ประกอบการจำนวนมากเข้าสู่สินค้าประเภทอาคารชุดมากขึ้น ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นแนวราบหรืออาคารชุดในปี 2557 ยังคงมีการแข่งขันกันสูง ทั้งทำเลในกรุงเทพฯ ปริมณฑล จังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น ภูเก็ต เชียงใหม่ พัทยา หัวหิน เขาใหญ่ รวมทั้งหัวเมืองศูนย์เศรษฐกิจ เช่น นครราชสีมา ขอนแก่น อุดรธานี หาดใหญ่ ฯลฯ

ความพร้อมในการแข่งขันของ บริษัท สัมมากร จำกัด (มหาชน)

บริษัทฯ อยู่ในแวดวงธุรกิจบ้านจัดสรรมาแล้วเป็นเวลานาน มีความรู้ มีความเข้าใจในธุรกิจดังกล่าวเป็นอย่างดี ลูกค้าจึงให้ความเชื่อถือและวางใจในคุณภาพและมาตรฐานบ้านจัดสรรของบริษัทฯ โดยเฉพาะผู้มีรายได้ระดับปานกลาง นอกจากนี้บริษัทฯ ได้เลือกทำเลซึ่งมีความเจริญเป็นที่นิยมของตลาด อันถือเป็นปัจจัยสำคัญของการตัดสินใจของลูกค้าบ้านจัดสรรของบริษัทฯ จึงได้รับการตอบรับด้วยดีเสมอ

บริษัทฯ ได้เตรียมความพร้อมเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่บริษัทจะต้องเตรียมความพร้อมทั้ง 4 ด้านให้มีศักยภาพในการแข่งขัน อันได้แก่ :-

1. ความพร้อมทางการเงิน และสภาพคล่อง โดยการปรับโครงสร้างทางการเงินให้เหมาะสมกับลักษณะการพัฒนาโครงการ เตรียมวงเงินหมุนเวียนเพื่อป้องกันปัญหาสภาพคล่องหากโครงการไม่สามารถดำเนินการได้ตามแผนที่กำหนดไว้
2. ความพร้อมด้านการตลาดและการขาย โดยการวิเคราะห์การตลาดทั้งทางด้านอุปทาน และอุปสงค์ เพื่อนำมากำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับช่องว่างทางการตลาด โดยการพัฒนาสินค้าให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทั้งทางด้าน รูปแบบสินค้า (Product) ราคา (Price) ช่องทางการตลาด (Distribution channel) รูปแบบการส่งเสริมการขาย (Promotion)
3. ความพร้อมด้านการก่อสร้างและพัฒนาโครงการ เตรียมแผนการบริหารโครงการก่อสร้าง ทั้งในส่วนของการก่อสร้าง ระหว่างการก่อสร้าง และหลังการก่อสร้าง ให้รัดกุม เพื่อลดงานแก้ไขให้เหลือน้อยที่สุด (Zero Defect Program) อันจะส่งผลถึงการลดปัญหาการโอนกรรมสิทธิ์ล่าช้า การซ่อมแซมหลังการโอนกรรมสิทธิ์ ซึ่งจะทำให้ภาพลักษณ์ของบริษัทอยู่ในใจของผู้บริโภคตลอดไป ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพัฒนาความสัมพันธ์อย่างสร้างสรรค์กับลูกค้า (Customer Engagement Program)
4. ความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์ และการพัฒนานวัตกรรม บริษัทส่งเสริมให้ผู้บริหารและพนักงานได้เรียนรู้เพิ่มเติม ทั้งจากการส่งเข้ารับการศึกษาอบรมในสถาบันการศึกษา การพัฒนาระบบงานให้นวัตกรรมทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างสรรค์บรรยากาศในที่ทำงานให้เกิดความสามัคคีกลมเกลียว การกำหนดเป้าหมายในการทำงานร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ (Management by Objective) อันจะนำมาซึ่งผลสำเร็จของงานอย่างมีคุณภาพ ทันเวลา และภายใต้ต้นทุนที่กำหนดไว้ได้

● จำนวนคู่แข่ง

สำหรับคู่แข่งของบริษัทฯ ส่วนใหญ่เป็นบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายใหญ่ เช่น บริษัท แลนด์เอนด์เฮาส์ จำกัด (มหาชน) บริษัท ควอลิตี้ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) บริษัท พร็อพเพอร์ตี้ เพอร์เฟกต์ จำกัด (มหาชน) บริษัท แอสสิริ จำกัด (มหาชน) และบริษัท พกฤษา เรียวเอสเตท จำกัด (มหาชน) และยังมีบริษัทจัดสรรรายย่อยอีกหลายราย

คู่แข่งรายสำคัญที่มีระดับราคาขาย กลุ่มเป้าหมาย และที่ตั้งโครงการอยู่ในทำเลเดียวกับโครงการของสัมมากร

โครงการ/ทำเล	ที่ตั้ง	โครงการ
มินบุรี นิคมใหม่ และสุวินทวงศ์	ถนนนิคมใหม่ ถนนสุวินทวงศ์	บ้านราชพฤกษ์, นลินเรสซิเดนซ์, เต็มสิริ แกรนด์โฮม, บ้านบดินทร์, โร ชัล พาร์ควิลล์, เจ ดับบลิว แกรนด์ธารา, นิรันดร์สิริ, เดอ รีแรคซ์, บุญนิมิต, เอกวิน, พนาสนธิ์การ์เดนโฮม 8, พกฤษาบุรี งามอินทรา
รามคำแหง	ถนนรามคำแหง	เพอร์เฟกต์พาร์คสุวรรณภูมิ, พาร์คเวย์ ซาเล่, เพอร์เฟกต์เพลส รามคำแหง สุวรรณภูมิ, สีวลี รามคำแหง วงแหวน, เคอตะวัน, คาซ่าวิลล์ วงแหวน เทรนด์ ธารา, The wayra การ์ดैनส์วิท อินดี้ โฮม และเค ซี เนเชอรัล ซิตี้ รามคำแหง
รังสิต-นครนายก คลอง 1 - 4	ถนนรังสิต - นครนายก	พฤษาวิลเลจ, ภัสธร 4, สถาพร, สันธานี, ดิสคอฟเวอรี่, บาห์ลี, ลีฟวิ่งนารา, อินนิซิโอ, เดอะ ชินนอร์ (พฤษา) คาซ่าวิลล์
รังสิต-นครนายก คลอง 5 - 13	ถนนรังสิต - นครนายก	บ้านทรัพย์ธานี, สุภาลัย วิลด์, ฟอว์เรสต์โฮม, พฤษา วิลเลจ 2, ชาริรี ไลฟ์ บางกอก บูลเอดวาร์ด รังสิต, ธัญญาภิรมย์ คลอง 5
นครอินทร์ และราชพฤกษ์	ถนนนครอินทร์และ ราชพฤกษ์	เดอะคลัสเตอร์วิลล์, เดอะวิลล่า, สุภาลัย วิลด์, ดิซีโอ ราชพฤกษ์, เพอร์เฟกต์เพลส พระราม 5-ราชพฤกษ์, ธนันธร มั่นทานา-ปิ่นเกล้า พระราม 5, โนเบิล จีโอ, ธนันทน์, ประดับดาว 6, ภัสธร 7 ลากวีน 15, บุราสิริ, บางกอก บูลเอดวาร์ด , ฮาบีเทีย บอนด์

ศักยภาพในการแข่งขันของบริษัท

- บริษัทฯได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001 : 2008 แสดงถึงศักยภาพในการดำเนินงานภายใน ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพในการแข่งขัน และเป็นที่ยอมรับของลูกค้า
- บริษัทฯมีการจัดการด้านการเงินที่เป็นระบบ มีหนี้เงินกู้ต่ำ ทำให้ความเสี่ยงด้านการเงิน และการระดมเบี้ยจ่ายมีจำกัด และสถาบันการเงินให้การสนับสนุนเป็นอย่างดี
- บริษัทฯ มีผลการดำเนินงานที่ผ่านมาอยู่ในเกณฑ์ดี มีกำไรสะสมอยู่มากทำให้มีศักยภาพการทำกำไรสูง และสามารถให้ผลตอบแทนผู้ถือหุ้นได้อย่างสม่ำเสมอ

- บริษัทฯ มีความแข็งแกร่งในตรา “สัมมากร” ทำให้ได้รับความเชื่อถือไว้วางใจจากลูกค้า
 - บริษัทฯ เน้นการให้บริการหลังการขายอย่างต่อเนื่อง ทำให้ลูกค้าที่ซื้อแล้วเกิดความประทับใจ มีการบอกต่อหรือแนะนำเพื่อน ญาติ พี่น้องมาซื้อ นอกจากนี้ลูกค้าใหม่ที่แวะเข้าไปในโครงการของสัมมากร ก็จะประทับใจในการเอาใจใส่ ดูแลสภาพสังคม สิ่งแวดล้อม และบรรยากาศในโครงการ
 - บริษัทฯ ได้มีการปรับปรุงพัฒนาศักยภาพของโครงการ ให้สามารถแข่งขันได้ดีทั้งในสถานะการปัจจุบัน และในอนาคต
- นอกจากนี้ ได้มีการปรับปรุงพัฒนาระบบฐานข้อมูลความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ทำให้สามารถพัฒนาสินค้าและบริการให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

บริษัท สัมมากร จำกัด (มหาชน) มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจบ้านจัดสรรมากกว่า 40 ปี โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ผู้มีรายได้ระดับปานกลาง อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล หลักในการพัฒนา โครงการบ้านจัดสรรของบริษัทฯจะเน้นที่สภาพสังคม รวมถึงสภาพแวดล้อม ระบบสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัยและการบริการหลังการขาย เพื่อให้เกิดสังคมคุณภาพทำให้บริษัทฯเป็นที่ยอมรับตลอดมา

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังมีจำนวนโครงการค่อนข้างน้อย และการกระจายตัวยังไม่ครอบคลุมทั่วทุกทำเลในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ทำให้บริษัทฯเป็นที่รู้จักเฉพาะในทำเลที่มีโครงการตั้งอยู่เท่านั้น ดังนั้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์จะเน้นเจาะกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจงในเขตพื้นที่ที่มีโครงการตั้งอยู่ สื่อหลักที่บริษัทฯ ใช้ ได้แก่ ป้ายโฆษณา กาออกนุช และ Direct Mail ซึ่งบริษัทฯได้มีการพัฒนาฐานข้อมูลของบริษัทฯ เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย สามารถนำเสนอสินค้าที่ตรงกับความต้องการ ทำให้สามารถบริหารงบประมาณในการโฆษณาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

(ก) ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

การผลิตและนโยบายการผลิต

- บริษัทฯมีนโยบายการสร้างที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวระดับราคาปานกลาง เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการที่อยู่อาศัยของลูกค้า นอกจากนี้บริษัทฯ มีนโยบายในการควบคุมคุณภาพของผู้รับเหมาให้มีการก่อสร้างบ้าน ที่มีคุณภาพได้มาตรฐานตามที่กำหนด เช่น มีการกำหนดมาตรฐานการก่อสร้างและวัสดุก่อสร้างเอาไว้ มีหัวหน้างานประจำแต่ละโครงการคอยควบคุมดูแล และมีหน่วยงานตรวจสอบรับผิดชอบตรวจรายงานของผู้รับเหมาอย่างสม่ำเสมอ

การจัดหาวัตถุดิบ

- ในการจัดซื้อที่ดินนั้นบริษัทฯ มีนโยบายจัดซื้อที่ดิน โดยพิจารณาจากสภาพแวดล้อมและความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานเป็นสำคัญ เช่น สามารถเดินทางได้สะดวก และมีศักยภาพในการที่จะนำมาพัฒนา ทั้ง ในปัจจุบันและในอนาคต ซึ่งการจัดซื้อที่ดินดังกล่าวนี้บริษัทฯ อาจติดต่อซื้อผ่านนายหน้า หรือติดต่อซื้อที่ดินโดยตรง ทีมงานของบริษัทฯโดยตรง

สภาพปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบ

- ส่วนวัสดุก่อสร้างนั้น ส่วนใหญ่ใช้วัสดุภายในประเทศ บริษัทฯ ใช้วิธีเจรจาซื้อขายล่วงหน้าโดยประมาณ-การจำนวนที่ต้องใช้ในแต่ละปี และทำข้อตกลงกับผู้ขายไว้เพื่อให้มั่นใจว่าจะสามารถจัดวัสดุเข้าในกระบวนการก่อสร้างได้อย่างต่อเนื่องและทันเวลา บริษัทฯ มีการตกลงซื้อขายวัสดุจากผู้จำหน่ายหลายราย ในขณะนี้มียานกว่า 10 ราย เป็นการป้องกันปัญหาความเสี่ยงเรื่องการพึ่งพาผู้จำหน่ายน้อยราย

(ข) ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ในการก่อสร้างที่อยู่อาศัย และการก่อสร้างสาธารณูปโภคต่างๆ ของโครงการ อาจมีผลกระทบต่อสภาพสิ่งแวดล้อม ที่สำคัญ ได้แก่ ระบบระบายน้ำของโครงการ ที่ระบายน้ำเสียจากครัวเรือนเข้าสู่แหล่งน้ำสาธารณะ หาก ระบบบำบัดไม่ดีพอก็อาจมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สำหรับบริษัทฯ ได้มีการจัดทำระบบบำบัดน้ำเสียที่ถูกต้องได้มาตรฐานและมีการตรวจสอบซ่อมบำรุงอุปกรณ์ต่างๆ ให้มีสภาพพร้อมใช้งานได้ดีอยู่เสมอ ดังนั้นบริษัทฯ จึงไม่มี ปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทมียอดขายบ้านที่อยู่ระหว่างการรอรับโอนกรรมสิทธิ์ จำนวน 32 ยูนิต คิดเป็นมูลค่าขายทั้งสิ้น 169.11 ล้านบาท คาดว่าสามารถโอนกรรมสิทธิ์ได้ในช่วงไตรมาสที่ 1-2 ของปี 2557 และมียอดจองซื้ออาคารชุดพักอาศัยจำนวน 184 ยูนิต มูลค่า 303.81 ล้านบาท คาดว่าสามารถโอนกรรมสิทธิ์ได้ในช่วงไตรมาสที่ 2-3 ของปี 2558

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ในปี 2556 ธุรกิจบ้านจัดสรรยังมีความเสี่ยงอยู่มาก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ มากมาย ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองที่มีความไม่แน่นอนค่อนข้างสูง ทั้งอาจมีเหตุมาจากปัจจัยภายในองค์กร และจากปัจจัยภายนอกที่บริษัทฯ ไม่สามารถควบคุมได้ โดยเฉพาะปัญหาความวุ่นวายทางการเมือง ปัญหาการขาดแคลนแรงงานและปัญหาค่าแรงสูง กระทบต่อต้นทุน ทำให้นักลงทุนขาดความเชื่อมั่นและชะลอการลงทุน แต่บริษัทฯ ได้มีการวิเคราะห์และติดตามความเสี่ยงต่างๆ โดยมีมาตรการติดตามดูแลความเสี่ยงและมาตรการเตือนภัยล่วงหน้า เพื่อเพิ่มความระมัดระวังและลดผลกระทบ มิให้มีความรุนแรง ซึ่งเชื่อว่าจะทำให้ธุรกิจของบริษัทฯ สามารถเติบโตอย่างยั่งยืนและมั่นคงต่อไปได้

ปัจจัยความเสี่ยงที่บริษัทฯ ต้องติดตามดูแลเป็นพิเศษ ในปี 2557 มีดังต่อไปนี้

3.1 ความเสี่ยงด้านการแข่งขัน

ธุรกิจจัดสรรบ้านและที่ดินและคอนโดมิเนียมเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันสูงมาก เพราะมีผู้ประกอบการในตลาดมากมาย แต่ละรายก็เน้นที่จะเพิ่มยอดขายและกำไร ทำให้ปริมาณการก่อสร้างบ้านและคอนโดมิเนียมมีมากกว่ากำลังซื้อ บ้านจัดสรรจำเป็นต้องสร้างเป็นการล่วงหน้าและกว่าจะแล้วเสร็จต้องใช้เวลาหลายเดือน ถ้าเกิดภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว กำลังซื้อตกลง จะเหลือบ้านในสต็อกจำนวนมาก ดังนั้นเพื่อให้ขายบ้านได้ ผู้จัดสรรจำเป็นต้องลดราคาลง ทำ

ให้การแข่งขันยิ่งรุนแรงขึ้น ยอดขายโดยรวมจะลดลง ขณะที่ต้นทุนยังสูงอยู่ ส่วนคอนโดมิเนียมต้องลงทุนมาก และใช้เวลาก่อสร้างยาวนาน เมื่อตลาดเปลี่ยนแปลงไปจะกลับตัวได้ยาก

ทางแก้ไข คือ ต้องติดตามสถานการณ์ตลาดบ้านจัดสรรและคอนโดมิเนียม โดยดูทิศทางภาวะเศรษฐกิจอย่างใกล้ชิด ลดการปลูกสร้างบ้านและคอนโดมิเนียมล่วงหน้าจำนวนมาก สร้างบ้านและคอนโดมิเนียม โดยเน้นคุณภาพควบคุมต้นทุน ลดค่าใช้จ่าย เน้นการบริการและเพิ่มความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ใช้การตลาดและสร้างความแตกต่าง เพื่อรักษายอดขาย ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อกำไรโดยรวม

3.2 ความเสี่ยงเรื่องกำลังซื้อลดลง

ความเสี่ยงดังกล่าว อาจเกิดจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก ทำให้มีผลกระทบต่อการส่งออกอย่างมีสาระสำคัญ เมื่อการส่งออกลดลงมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศค่อนข้างมาก เพราะการเติบโตทางเศรษฐกิจพึ่งพาการส่งออกในอัตราที่สูงทำให้เกิดปัญหาการว่างงาน ประกอบกับมีปัญหาหนี้ครัวเรือนด้านสังคมและการเมืองค่อนข้างหนัก มีการชุมนุมต่อต้านรัฐบาลจำนวนมาก ยังไม่รู้สถานการณ์จะเป็นอย่างไร จึงอาจทำให้ผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่น และระมัดระวังเรื่องการใช้จ่ายมากขึ้น

ทางแก้ไข คือ บริษัทฯ ต้องเน้นการสร้างบ้านคุณภาพในราคาที่แข่งขันได้ โดยใช้นวัตกรรมต่างๆ เข้ามาช่วยให้มากขึ้น ทั้งรูปแบบวัสดุ และกระบวนการก่อสร้าง โดยบริษัทฯ ต้องใช้การตลาดให้หลากหลายมากขึ้น เพื่อกระตุ้นยอดขาย ในขณะที่ยังมีข้อดี คือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยังค่อนข้างต่ำ อาจเป็นตัวกระตุ้นให้ลูกค้าเร่งซื้อบ้านได้ เพราะถ้ารอช้าไปดอกเบี้ยอาจปรับตัวสูงขึ้น ต้นทุนจะสูงขึ้น ดังนั้นผู้ซื้อบ้านในปีนี้จะได้รับประโยชน์ หากเศรษฐกิจของประเทศเริ่มดีขึ้นชัดเจนในครึ่งหลังของปี และหากสถานการณ์การเมืองมีความมั่นคง ประชาชนจะมีความเชื่อมั่นสูงขึ้น คาดว่ากำลังซื้อน่าจะเพิ่มขึ้น ความเสี่ยงจะลดลง อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ต้องติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด

3.3 ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง

ความเสี่ยงดังกล่าว อาจเป็นความเสี่ยงที่สำคัญยิ่งของบริษัทฯ โดยเฉพาะในภาวะวิกฤตทางการเงินและเศรษฐกิจการเงินเช่นปัจจุบัน เพราะหากเกิดปัญหาสภาพคล่องจะทำให้เครดิตของบริษัทฯ เสื่อมเสีย อันดับความน่าเชื่อถือจะตกลง ต้นทุนทางการเงินจะสูงขึ้น การหาแหล่งเงินกู้จะยากลำบาก ทำให้บริษัทไม่สามารถดำเนินธุรกิจตามปกติได้ ก่อให้เกิดความเสียหายอย่างร้ายแรง บริษัทฯ จึงต้องระมัดระวังเรื่องนี้เป็นพิเศษ ปัญหาสภาพคล่องจะเกิดได้จากการที่รายรับของกิจการได้ต่ำกว่าเป้าหมายมาก ในขณะที่ยอดรายจ่ายสูง หรือกรณีที่สภาพคล่องมีน้อย แต่มีการลงทุนเพิ่มจำนวนมาก หรือมีภาวะหนี้ผูกพันระยะสั้นที่ต้องจ่ายตามกำหนดเวลาจำนวนมาก

ทางแก้ไข คือ บริษัทฯ ต้องติดตามดูแลปัญหาสภาพคล่อง โดยเฉพาะรายรับรายจ่ายอย่างใกล้ชิด และต้องไม่ก่อหนี้จำนวนมากเกินขีดความสามารถที่จะชำระได้ จะต้องชะลอการลงทุนที่จะก่อภาระหนี้สินจำนวนมากออกไปก่อน หากจำเป็นต้องลงทุนก็ต้องประเมินความเสี่ยงอย่างรอบคอบรัดกุมที่สุด นอกจากนั้น จะต้องมีการเจรจาทำความเข้าใจกับธนาคารให้ผ่อนปรนมากที่สุดและจะต้องมีการสำรองเงินสดให้เพียงพอ และขอวงเงินกู้กับธนาคารไว้จำนวนที่สูงเป็นพิเศษด้วย และที่สำคัญต้องมีสัญญาณไว้คอยเตือนภัยเพื่อรู้ทันก่อนที่จะเกิดปัญหา

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ลักษณะสำคัญของทรัพย์สิน ได้แก่ ที่ดินคงเหลือของบริษัทฯ สิ้นปี 2556 มีจำนวนเนื้อที่ทั้งหมด 361.61 ไร่ และมีมูลค่าตามราคาตลาด 3,501.29 ล้านบาท

ที่ตั้ง	เนื้อที่ (ไร่)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
ถนนรามคำแหง (ขาเข้า)	63.64	เป็นเจ้าของ	มีภาระผูกพัน
ถนนสามวา (มีนบุรี)	09.25	เป็นเจ้าของ	มีภาระผูกพัน
ถนนนิมิตใหม่	12.49	เป็นเจ้าของ	มีภาระผูกพัน
ถนนรังสิต นครนายก คลอง 2	19.60	เป็นเจ้าของ	มีภาระผูกพัน
ถนนรังสิต นครนายก คลอง 7	83.61	เป็นเจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
ถนนรามคำแหง (ฝั่งขาออก)	02.78	เป็นเจ้าของ	มีภาระผูกพัน
ถนนรามคำแหง ซ.164	02.68	เป็นเจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
ถนนรามคำแหง ซ.94	22.85	เป็นเจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
ทางหลวง 345	93.19	เป็นเจ้าของ	มีภาระผูกพัน
ถนนราชพฤกษ์	10.00	เป็นเจ้าของ	มีภาระผูกพัน
ถนนรัตนวิเบศร์ (ช.ป่าไม้อุทิศ)	06.72	เป็นเจ้าของ	มีภาระผูกพัน
ถนนรัตนวิเบศร์ (ซอยท่าอิฐ)	09.00	เป็นเจ้าของ	มีภาระผูกพัน
ตำบลบางเสร่ (โครงการในอนาคต)	25.80	เป็นเจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
รวมทั้งสิ้น	361.61		

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัท เพียวสัมมากร ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด

เมื่อปี 2549 บริษัทฯได้ร่วมทุนกับ บริษัท ระยองเพียวริฟายเออร์ จำกัด (มหาชน) เพื่อจัดตั้งบริษัทร่วมทุนเพื่อพัฒนาศูนย์การค้าประชานิคมแบบครบวงจร (Community Mall) ในทำเลที่เหมาะสม ในนาม บริษัท เพียวสัมมากร ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (Pure Sammakorn Development Co.,Ltd.) หรือ PSDC ด้วยทุนจดทะเบียน 225 ล้านบาท โดยบริษัทฯลงทุนร้อยละ 49 ในหุ้นสามัญ และเพิ่มทุนเมื่อวันที่ 23 ต.ค.54 โดยออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 350,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท รวมเป็นเงิน 35 ล้านบาท รวมเป็นทุนจดทะเบียน 260 ล้านบาท ทำให้บริษัทฯ มีสัดส่วนการถือหุ้นเพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 49 เป็นร้อยละ 55.87 ทำให้เงินลงทุนในบริษัทร่วมดังกล่าวเปลี่ยนสถานะเป็นเงินลงทุนในบริษัทย่อย โดยเริ่มศูนย์การค้าแห่งแรกบนที่ดินของบริษัท อยู่บริเวณด้านหน้าโครงการสัมมากรรังสิต คลอง 2 และในปี 2553 ได้เพิ่มสาขาที่ 2 หน้าโครงการสัมมากรบางกะปิ ถนนรามคำแหง 110 และในปี 2555 เพิ่มสาขาที่ 3 หน้าโครงการสัมมากรราชพฤกษ์ ผลประโยชน์ที่ได้รับ คือ ค่าเช่าและส่วนแบ่งกำไร ซึ่งจะสร้างผลประโยชน์ตอบแทนระยะยาวให้แก่บริษัทฯ และยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ที่ดินในโครงการแต่ละโครงการด้วย และเป็นการลดความเสี่ยงจากการทำธุรกิจหลัก ด้วย

บริษัท โปรคิวบ์ เวนเจอร์ จำกัด

เมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม 2555 บริษัทฯ ได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท โปรคิวบ์ เวนเจอร์ จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 2 ล้านบาท (เรียกชำระแล้วร้อยละ 25) เพื่อบริหารงานก่อสร้าง โดยบริษัทฯ ลงทุนร้อยละ 100 ในหุ้นสามัญของบริษัท

4.3 ราคาประเมินที่ดิน และสินทรัพย์ที่มีไว้ขายและให้เช่า

ราคาขายที่ดินต่อตารางวา	ราคาขาย.	ราคาประเมิน*
ราคาประเมินโครงการ	(บาท/ตรว.)	(บาท/ตรว.)
โครงการสัมมารามินบุรี 1 - 2	19,000 – 30,000	25,000
โครงการสัมมารามินบุรี ใหม่	17,000 – 19,500	19,000
โครงการสัมมารามรังสิตคลอง 2	24,000 – 30,000	28,000 – 30,000
โครงการสัมมารามรังสิตคลอง 7	19,000 – 22,000	17,000 – 18,500
โครงการสัมมารามนครินทร์	32,000 – 35,000	35,000
โครงการสัมมารามราชพฤกษ์	40,000 – 42,000	35,000
โครงการสัมมารามรามคำแหง	40,000 – 47,000	37,500
โครงการ Aqua Divina	40,000 – 48,000	43,000
โครงการ Flora Divina	26,000 – 30,000	16,000

*ที่มาของข้อมูลราคาประเมินที่ดินมาจากกรมที่ดิน ณ 31 ธันวาคม 2556

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

“ไม่มี”

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

บริษัท	:	บริษัท สัมมากร จำกัด (มหาชน)
ประเภทธุรกิจ / รอบปีบัญชี	:	พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ / 1 มกราคม - 31 ธันวาคม
ทุนจดทะเบียนหุ้นสามัญ	:	650,000,000 บาท ทุนชำระแล้ว 589,410,340 บาท (มูลค่าหุ้นละ 1 บาท)
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	86 ศูนย์การค้าเพียวเพลส ชั้น 3 ถนนรามคำแหง แขวงสะพานสูง เขตสะพานสูง กรุงเทพมหานคร 10240
เลขทะเบียนบริษัท	:	เลขที่ บมจ. 290
โทรศัพท์	:	(02) 106-8300
โทรสาร	:	(02) 106-8399
Email address / Website:	:	contact@sammakorn.co.th , www.sammakorn.co.th

ที่ตั้งสำนักงานขาย : โครงการของสัมมากร

ที่ตั้งสำนักงาน	:	โครงการ Flora Divina เลขที่ 49/6 ตำบลลำโพ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี โทร. 086 333 6772
ที่ตั้งสำนักงาน	:	โครงการ S9 Condominium ใกล้สถานี MRT บางรักใหญ่ โทร. 02 922 1622
ที่ตั้งสำนักงาน	:	โครงการ Aqua Divina เลขที่ 99/126 ซอยรามคำแหง 94 ถนนรามคำแหง แขวงสะพานสูง เขตสะพานสูง กรุงเทพมหานคร โทร. 02 373 2999
ที่ตั้งสำนักงาน	:	โครงการรามคำแหง เลขที่ 444/2 ซอยรามคำแหง 162/1 ถนนรามคำแหง แขวงสะพานสูง เขตสะพานสูง กรุงเทพมหานคร โทร. 02 540 1777
ที่ตั้งสำนักงาน	:	โครงการนิมิตใหม่ เลขที่ 49/4 ซอยนิมิตใหม่ 34 ถนนนิมิตใหม่ แขวงสามวาตะวันออก เขตคลองสามวา กรุงเทพมหานคร โทร. 02 915 6700
ที่ตั้งสำนักงาน	:	โครงการมินบุรี เลขที่ 83/6 หมู่ที่ 2 ถนนสามวา แขวงบางชัน เขตคลองสามวา กรุงเทพมหานคร โทร. 02 956 8383
ที่ตั้งสำนักงาน	:	โครงการรังสิตคลอง 2 เลขที่ 6 ซอยรังสิต-นครนายก 63 ซอย 1 ตำบลประชาธิปไตย อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี โทร. 02 996 0922-3
ที่ตั้งสำนักงาน	:	โครงการรังสิตคลอง 7 เลขที่ 130/333 หมู่ที่ 1 ถนนรังสิต-นครนายก ตำบลลำผักกูด อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี โทร. 02 957 0930-1

บริษัทย่อย

บริษัท สัมมากร จำกัด (มหาชน) ร่วมทุน กับ บริษัท ระยองเพียวริไฟเออร์ จำกัด (มหาชน)

บริษัทย่อย	:	บริษัท เพียวสัมมากร ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด
ประเภทธุรกิจ	:	ศูนย์การค้าให้เช่า (Community mall) ภายใต้แบรนด์ “Pure Place”
ที่ตั้งศูนย์การค้า	:	ราชพฤกษ์ 62/26-32 หมู่ที่ 1 ตำบลอ้อมเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดปทุมธานี รามคำแหง 86 ถนนรามคำแหง แขวงสะพานสูง กรุงเทพมหานคร 10240 รังสิตคลอง 2 819/1-3 ถนนรังสิต-นครนายก ต.ประชาธิปัตย์ อ.ธัญบุรี จ.ปทุมธานี
โทรศัพท์ :	:	(02) 372-3323-6
โทรสาร	:	(02) 372-3327
Email address / Website:	:	www.puresammakorn.co.th
นายทะเบียนหลักทรัพย์		
บริษัท	:	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ที่ตั้งสำนักงาน	:	อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ชั้น 4, 6-7 เลขที่ 62 ถนนรัชดาภิเษก คลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์	:	(66) 0 2229-2800, (66) 0 2654-5599
โทรสาร	:	(66) 0 2359-1259
Email address /Website :	:	contact.tsd@set.or.th , www.tsd.co.th

ผู้สอบบัญชี

บริษัท	:	แห่งบริษัท สำนักงาน เอ็นส์แอนด์ ยัง จำกัด
ที่ตั้งสำนักงาน	:	ชั้น 33 อาคารเลครัชดา 193/136-137 ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์	:	(66) 0 2264 - 0777, 0 2661 9190
โทรสาร	:	(66) 0 2264 - 0789 - 90, 0 2661 9192
รายชื่อผู้สอบบัญชี	:	นางสาวศิริภรณ์ เอื้ออนันต์กุล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3844และ/หรือ นายเดิพงษ์ โอปนพันธ์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4501 นายกฤษดา เลิศวนา ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4958

สถาบันการเงิน

- : ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
- : ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)
- : ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
- : ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

“ไม่มี”