

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ เริ่มดำเนินธุรกิจในปี 2544 โดยเริ่มต้นจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพียง 2 กลุ่ม ได้แก่ ระบบอลูมิเนียม Alloy และเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ไทยผลิตภัณฑ์ยิปซัม จำกัด (มหาชน) โดยทางบริษัทมีทีมงานในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีดีไซน์สวยงามโดดเด่นสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี จนทำให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากทั้งผู้ออกแบบ ผู้รับเหมา รวมถึงเจ้าของโครงการ ซึ่งสินค้าของบริษัทถูกนำไปใช้ในงานตกแต่งภายในของโครงการก่อสร้างที่พักอาศัย อาคารสำนักงาน โรงแรม รีสอร์ท ชื่อนำหลายโครงการทั้งในประเทศและต่างประเทศ ธุรกิจของบริษัทมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai) เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2551

ต่อมา บริษัทได้ติดต่อกับ Fletcher Aluminium, New Zealand เพื่อนำเข้าสินค้าที่เป็นระบบประตูหน้าต่างคุณภาพสูงจากประเทศนิวซีแลนด์ ซึ่งมีการออกแบบที่มีนวัตกรรมสวยงาม คงทน และเหมาะสมสำหรับติดตั้งในประเทศที่ตั้งอยู่ในภูมิภาคเขตร้อนชื้น เพื่อจัดจำหน่ายในประเทศไทย ทำให้สินค้าของบริษัทมีความหลากหลายมากขึ้น ปัจจุบันบริษัทมี 3 กลุ่มผลิตภัณฑ์หลักได้แก่ 1.) ระบบฝ้าเพดาน และผนังยิปซัม (Gypsum Wall & Ceiling) 2.)ระบบอลูมิเนียมสำหรับงานตกแต่งภายใน (Aluminium for Interiors) และ 3.) ระบบประตูหน้าต่างคุณภาพสูง (High Performance Doors& Windows)

นอกจากบริษัทจะมีจุดแข็งในเรื่องของผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรม ดีไซน์สวยงาม โดดเด่น สอดคล้องความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดีแล้ว บริษัทยังมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย มีคลังสินค้าขนาดใหญ่เพื่อเก็บสินค้ารองรับความต้องการของลูกค้าได้ทันเวลาเสมือนเป็นคลังสินค้าให้กับลูกค้า มีระบบการจัดส่งที่มีประสิทธิภาพใช้ระบบ GPS ในการควบคุมการจัดส่ง ลูกค้าสามารถสอบถามสถานะการจัดส่งได้ตลอดเวลาจนสินค้าถึงที่หมาย และบริษัทยังจัดให้มี Training Center ที่อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่เป็นผู้รับเหมาสามารถส่งทีมช่างมาอบรม เพื่อให้เกิดความรู้ความชำนาญในการติดตั้งผลิตภัณฑ์ฝ้าเพดานและผนังกันห้องที่เป็นผลิตภัณฑ์ของบริษัท ช่วยให้งานของลูกค้ามีคุณภาพและทำงานได้รวดเร็ว ซึ่งบริษัทได้จัดการอบรมให้โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ลูกค้าสามารถเข้าฝึกอบรมทั้งทางทฤษฎีและทางปฏิบัติจริง

ในปี 2559 จากวิสัยทัศน์ของคณะกรรมการที่ต้องการให้บริษัทมีการเติบโตที่ยั่งยืน ประกอบกับได้เล็งเห็นว่าอายุเฉลี่ยของคนสูงขึ้น และการสร้างที่อยู่อาศัยของคนวัยเกษียณที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกได้รับความนิยมและประสบความสำเร็จในยุโรปและออสเตรเลีย จึงเห็นควรให้บริษัทขยายสายธุรกิจใหม่ คือ สายอสังหาริมทรัพย์ โดยเห็นควรให้ลงทุนในโครงการ Senior Living Project ภายใต้ชื่อ โครงการ Sansara และได้นำเสนอต่อที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2559 ซึ่งที่ประชุมมีมติอนุมัติโครงการลงทุนดังกล่าว และอนุมัติจัดตั้งบริษัทย่อยบริษัทใหม่ ชื่อ บริษัท แสนสรา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด เพื่อดำเนินการจัดซื้อที่ดิน สร้างสิ่งปลูกสร้าง และเป็นผู้ให้เช่าสิ่งปลูกสร้างสำหรับโครงการ

จากโครงการ Senior Living Project ที่บริษัทมีอยู่ บริษัทเล็งเห็นถึงช่องทางและโอกาสในธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียม Low –rise และได้ศึกษารายละเอียดโครงการ The Teak Sukhumvit 39 แล้ว พบว่าการเข้าลงทุน

ในโครงการดังกล่าวสามารถต่อยอดธุรกิจใหม่ของบริษัท และเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน และเพิ่มโอกาสทางธุรกิจให้กับบริษัท โดยบริษัทมีความตั้งใจที่จะพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์อื่นๆ อย่างต่อเนื่องในอนาคต โดยใช้ผลิตภัณฑ์ภายใต้กลุ่มบริษัท ซึ่งเอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจของกลุ่ม ส่งผลให้ยอดขายของกลุ่มบริษัทเติบโตไปพร้อมๆ กัน ทำให้กลุ่มบริษัทมีการเติบโตที่แข็งแกร่งในอนาคต

ดังนั้นเมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2560 คณะกรรมการบริษัทจึงมติเห็นควรให้ลงทุนในโครงการอสังหาริมทรัพย์โครงการใหม่ โดยเข้าซื้อทรัพย์สินของโครงการ The Teak Sukhumvit 39 ซึ่งเป็นโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ประเภท คอนโดมิเนียมสูง 8 ชั้น จำนวน 70 ยูนิต และอนุมัติให้จัดตั้งบริษัทย่อยบริษัทใหม่ ชื่อ บริษัท ทีค ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด เพื่อพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียม Low-rise และโครงการอสังหาริมทรัพย์อื่นๆ

เห็นได้ว่า จากการที่บริษัทเพิ่มสายธุรกิจใหม่ (business line) เป็นการเพิ่มความแข็งแกร่งในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัท ซึ่งสอดคล้องกับพันธกิจของบริษัทในอันที่จะสร้างธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน บนความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยดีตลอดไป

วิสัยทัศน์ vision

คิดค้น สร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ก่อสร้างคุณภาพสูงเพื่อชีวิตที่ดีขึ้น

พันธกิจ (Mission)

คิดค้นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ และนวัตกรรม
ส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ รวดเร็ว และคุ้มค่า
สร้างธุรกิจที่เติบโตอย่างยั่งยืน

ค่านิยมหลักขององค์กร (Corporate Core Values)

การทำงานเป็นทีม	ความมุ่งมั่นใน การบริการลูกค้า	การมุ่งมั่น คุณภาพ	ความคิด สร้างสรรค์	การพัฒนา อย่างต่อเนื่อง	ความซื่อตรง
-----------------	-----------------------------------	-----------------------	-----------------------	----------------------------	-------------

ทิศทางและแผนงานในอีก 3 ปีข้างหน้า

จากความตั้งใจของผู้บริหารกลุ่มบริษัท BSM ที่จะทำให้อุตสาหกรรมเติบโตที่รวดเร็วและยั่งยืน ประกอบกับที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้อนุมัติการได้มาซึ่งทรัพย์สินในธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในช่วงต้นปี 2561 ที่ผ่านมา เป็นผลให้โครงสร้างของกลุ่มบริษัท BSM มีความชัดเจนมากขึ้น ปัจจุบันมีทั้งสิ้น 4 บริษัทใน 2 กลุ่มธุรกิจ คือ กลุ่มผลิตภัณฑ์ก่อสร้าง (Building Products) และ กลุ่มพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ (Real Estate)

กลุ่มธุรกิจ : ผลิตภัณฑ์ก่อสร้าง (Building Products)	กลุ่มธุรกิจ : พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ (Real Estate)
บริษัท บิวเดอสมาร์ท จำกัด(มหาชน)	บริษัท แส่นสรา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด
บริษัท ดีแอนด์ดับบลิว (เอเชีย) จำกัด	บริษัท ทีเค ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด

ทิศทางและแผนงานของกลุ่มธุรกิจ : ผลิตภัณฑ์ก่อสร้าง (Building Products)

บริษัท บิวเดอสมาร์ท จำกัด (มหาชน)

ในภาพรวม บริษัทยังคงมุ่งมั่นที่จะนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพสูงและมีนวัตกรรม เพื่อช่วยให้งานก่อสร้างเสร็จรวดเร็วและคุ้มค่า ซึ่งเป็นไปตามพันธกิจ (Mission) ของบริษัท

สำหรับทิศทางและแผนงานใน 3 ปีข้างหน้า บริษัทมีแผนงานที่จะพัฒนาการเข้าถึงและตอบโจทย์ลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น ขณะเดียวกันบริษัทจะพัฒนาระบบการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วยเช่นกัน โดยยังคงแสวงหาสินค้าที่มีคุณภาพและนวัตกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าหลักทั้ง 3 กลุ่ม อันได้แก่ เจ้าของโครงการ ผู้ออกแบบ และผู้รับเหมาก่อสร้าง ซึ่งจะมุ่งเน้นทำการตลาดสำหรับ 4 กลุ่มธุรกิจหลัก คือ ธุรกิจสำนักงาน (Corporate Office) ธุรกิจที่พักอาศัยที่เป็นอาคารสูง (Condominium) ธุรกิจโรงแรม (Hotel) ธุรกิจศูนย์สุขภาพและโรงพยาบาล (Health Care & Hospital)

ในปี 2562 บริษัทได้นำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด ได้แก่ ระบบผนังกันห้องที่ใช้กับงานคอนกรีตเสริมเหล็ก และประตูบานเลื่อนที่พับเก็บได้ สำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่นี้มีจุดเด่น คือ เป็นสินค้าที่มีคุณภาพดีเยี่ยม สามารถช่วยให้ลูกค้าทำงานเสร็จได้เร็วขึ้น ซึ่งจะทำให้ลูกค้าสามารถควบคุมต้นทุนได้ดีขึ้น ทั้งนี้บริษัทจะนำผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมาใช้กับโครงการก่อสร้างของกลุ่มบริษัทเองด้วย

กลยุทธ์ของบริษัท : จะใช้อักษรย่อว่า CPP

C customer	มุ่งเน้นที่ความต้องการของลูกค้า
P product	มุ่งเน้นที่สินค้าที่ต้องตอบสนองการใช้งานหรือความต้องการของลูกค้า
P project	มุ่งเน้นโครงการของกลุ่มธุรกิจที่มีอัตราการเติบโตสูง

บริษัทเชื่อว่า การดำเนินงานตามกลยุทธ์ CPP และเจาะจงทำการตลาดเฉพาะในกลุ่มธุรกิจที่มีการเติบโต จะทำให้ยอดขายจากนี้และต่อไปข้างหน้าอย่างน้อย 3 ปียังคงเพิ่มสูงขึ้น และจะทำให้บริษัทมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดสูงเพิ่มขึ้นด้วย

บริษัท ดีแอนด์ดับบลิว (เอเชีย) จำกัด

บริษัทได้วางแผนที่จะพัฒนาองค์กรให้แข็งแกร่งขึ้นในทุกๆ ด้าน อันได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ การผลิต การขาย การติดตั้ง รวมทั้งพัฒนาระบบการควบคุมภายในขององค์กรให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น โดยกำหนดแผนงานหลักดังนี้

- 1) บริษัทมุ่งขยายฐานลูกค้าออกไปยังตลาดต่างจังหวัดโดยเฉพาะจังหวัดใหญ่ๆ มากขึ้น โดยจะทำการตลาดกับลูกค้าในกลุ่มที่เป็นที่อยู่อาศัย โรงแรม และรีสอร์ทระดับ 5 ดาว
 - 2) บริษัทจะพัฒนาความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์กับฐานลูกค้าเดิมเพื่อต่อยอดการขายใหม่
 - 3) สร้างการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ที่กำลังจะออกสู่ตลาดให้กับลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่
- ใน 2562 บริษัทได้มีการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่แบรนด์ Nulook ซึ่งเป็นสินค้าที่มีประสิทธิภาพสูง สามารถใช้งานและติดตั้งง่ายและรวดเร็วยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดในกลุ่มลูกค้า premium

จากการที่บริษัทขยายฐานลูกค้า และมีการปรับปรุงคุณภาพสินค้าและการบริการอย่างสม่ำเสมอ บริษัทเชื่อว่าจะสามารถขยายฐานรายได้ และกำไรให้กับกลุ่มบริษัทได้มากขึ้น

ทิศทางและแผนงานของกลุ่มธุรกิจ : พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ (Real Estate)

บริษัท ทีค ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด

หลังจากได้จัดตั้งบริษัท ทีค ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ในช่วงต้นปี 2561 บริษัทมีการขึ้นโครงการใหม่ไตรมาสละ 1 โครงการ ปัจจุบันมีโครงการที่อยู่ระหว่างดำเนินการทั้งสิ้น 6 โครงการ ดังนี้

ชื่อโครงการ	รายละเอียดโครงการ
โครงการ "The Teak Sukhumvit 39"	- อาคารชุดพักอาศัยสูง 8 ชั้น จำนวน 1 อาคาร จำนวนห้องชุด 70 ยูนิต - ตั้งอยู่ที่ซอยประชิดคูคต แยกจากซอยสุขุมวิท 39 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ - คืนเงินกู้ธนาคารหมดแล้ว และโอนห้องแล้ว 80% - ห้องที่เหลืออีก 20% คาดว่าจะโอนแล้วเสร็จในปี 2563
โครงการ "The Teak Sathorn - Lumpini "	- อาคารชุดพักอาศัยสูง 8 ชั้น จำนวน 1 อาคาร จำนวนห้องชุด 73 ยูนิต - ตั้งอยู่ที่ซอยศรีบำเพ็ญ ถนนพระราม 4 กรุงเทพฯ - ขายแล้ว 80% - เริ่มก่อสร้างไตรมาส 1 ปี 2562 - คาดว่าจะเริ่มโอนกรรมสิทธิ์ได้ประมาณไตรมาสที่ 3 ปี 2563
โครงการ "The Teak Ratchada"	- อาคารชุดพักอาศัยสูง 8 ชั้น จำนวน 1 อาคาร จำนวนห้องชุด 78 ยูนิต - ตั้งอยู่ที่รัชดาซอย 19 ติดกับสถานี MRT สุทธิสาร กรุงเทพฯ - ขายแล้ว 45% - เริ่มก่อสร้างไตรมาส 3 ปี 2562 - คาดว่าจะสร้างเสร็จในไตรมาส 1 ปี 2564
โครงการ "The Teak Ari"	- อาคารชุดพักอาศัยสูง 8 ชั้น จำนวน 1 อาคาร จำนวนห้องชุด 77 ยูนิต - ตั้งอยู่ที่รัชดาซอยอารีย์ 4 แยกจากซอยพหลโยธิน 7 (ซอยอารีย์) ถนนพหลโยธิน สามเสนใน พญาไท กรุงเทพฯ

	● เริ่มขาย (pre-sale) ไตรมาส 3 ปี 2563 ● เริ่มก่อสร้างไตรมาส 4 ปี 2563 คาดว่าจะสร้างเสร็จในไตรมาสที่ 2 ปี 2565
โครงการ "The Teak Sathorn - Nanglinchee"	● อาคารชุดพักอาศัยสูง 8 ชั้น จำนวน 1 อาคาร จำนวนห้องชุดไม่เกิน 80 ยูนิต ● ตั้งอยู่ที่ซอยประพันธ์ศักดิ์ แยกจากถนนนางลิ้นจี่ พุุมหามาเมฆ สาทร กรุงเทพฯ ● ปัจจุบันโอนกรรมสิทธิ์ที่ดินเรียบร้อยแล้ว ● คาดว่าจะเปิดขาย ไตรมาส 1 ปี 2564
โครงการ "Grandis Kingkeaw"	● โครงการที่อยู่อาศัย 44 หลัง ● ตั้งอยู่ในซอยกิ่งแก้ว 11 จังหวัดสมุทรปราการ ● อยู่ระหว่างการก่อสร้างสาธารณูปโภค และบ้านตัวอย่าง

ใน 3 ปีข้างหน้า บริษัทจะพัฒนาโครงการที่อยู่ในแผนงานทั้ง 6 โครงการ โดยมีแผนจะรับรู้รายได้ปีละ 1-2 โครงการ

บริษัท แอสตรา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด

ในปี 2562 บริษัท แอสตรา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ได้ดำเนินการก่อสร้างโครงการแอสตราในเฟสแรก คือ อพาร์ทเมนต์ จำนวน 50 ยูนิต และวิลล่า 11 หลัง ซึ่งได้เริ่มทยอยส่งมอบตั้งแต่ปลายปี 2562 และดำเนินการส่งมอบอย่างต่อเนื่อง คาดว่าจะโอนได้ไม่ต่ำกว่า 70% ในปี 2563

เนื่องจากโครงการในส่วนของวิลล่าได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี บริษัทมีแนวโน้มที่จะทำโครงการใหม่เพื่อสนองความต้องการของลูกค้า เนื่องจากอำเภอหัวหินเป็นหนึ่งในสิบของโลกที่เป็นสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงวัยมาใช้ชีวิตในบั้นปลาย (อ้างอิงจาก นิตยสาร Forbes ปี 2015)

การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของบริษัทฯในระหว่างปี 2562

ในปี 2562 บริษัท บิวเดอสมาร์ท จำกัด (มหาชน) ตั้งเป้าหมายองค์กรร่วมกันภายใต้ concept “BELIEVE” โดยเราเชื่อว่าเราจะทำให้พนักงานในองค์กรมีความสุขมากขึ้นใน 3 ด้าน คือ

- Happy work : มีความสุขในการทำงานมากขึ้น
- Happy health : มีสุขภาพดีขึ้น
- Happy money : มีกิน มีใช้ มากขึ้น

บริษัทได้ดำเนินการเพื่อให้พนักงานมีความสุขในการทำงานมากขึ้น ดังนี้

- บริษัทเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถ rotation ไปทำงานที่ชอบที่ถนัดได้
- ปรับปรุงสถานที่ทำงานใหม่ให้กับแผนก IT และแผนกต่างประเทศ
- เปลี่ยนเก้าอี้ใหม่ให้พนักงานทุกคนเพื่อจะได้นั่งทำงานในท่ามกลางที่สบายขึ้น
- จัดระเบียบและเพิ่มจำนวนที่จอดรถยนต์ และรถจักรยานยนต์ ให้พนักงาน ลูกค้า และผู้มาติดต่อ
- จัดหาที่นั่งพักผ่อน/ รับประทานอาหารสำหรับพนักงานแผนกจัดส่ง

บริษัทได้ดำเนินการเพื่อให้พนักงานมีสุขภาพดีขึ้นโดย

- ตรวจสอบสภาพเครื่องปรับอากาศภายในสำนักงาน และดำเนินการเปลี่ยนเครื่องใหม่แทนเครื่องเก่าที่สภาพไม่ดี
- จัดให้มีประตูฉุกเฉินใหม่ เพื่อเป็นทางออกกรณีเพลิงไหม้
- ตรวจสอบสุขภาพประจำปีให้พนักงานเป็นประจำทุกปี
- เพิ่มความคุ้มครองด้านประกันสุขภาพสำหรับพนักงาน

บริษัทได้ดำเนินการเพื่อให้พนักงานมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นโดย

- จัดโครงการบริการอาหารกลางวันฟรี เดือนละ 2 ครั้ง เพื่อลดค่าครองชีพให้กับพนักงาน
- ให้ความรู้พนักงานในเรื่องการบริหารเงินส่วนบุคคล และช่วยหาแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำเพื่อปลดหนี้ระบบ
- ส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาตัวเอง โดยสร้างห้องฝึกอบรมใหม่ ที่จุคนได้ 40 คน และได้ฝึกอบรมพนักงานทั้งด้านทักษะการทำงานและทักษะในการใช้ชีวิต โดยเชิญผู้มีความรู้ความสามารถจากทั้งภายในและบุคคลภายนอกมาให้ความรู้เพิ่มเติม
- บริษัทได้สร้าง show room ขึ้นมาใหม่ ภายใต้ชื่อ Alloy Sales Gallery และ Alloy café ภายในตกแต่งเป็นร้านกาแฟ และห้องประชุม เพื่อเป็นสถานที่แสดงสินค้าของบริษัทที่ประกอบสำเร็จแล้วและลูกค้าสามารถทดลองใช้งานได้จริง ซึ่งจะเพิ่มโอกาสในการขายมากขึ้น สำหรับใน zone ร้านกาแฟ นอกจากจะเป็นที่จำหน่ายกาแฟราคาย่อมเยาเพื่อเป็นสวัสดิการให้พนักงาน และบริการต่อลูกค้า ผู้มาติดต่อบริษัทแล้ว ยังเป็น co-working space ห้องทำงาน และห้องประชุมสำหรับพนักงานได้ด้วย
- บริษัทได้นำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด ได้แก่ ระบบผนังกันห้องที่ใช้กับงานคอนกรีตเสริมเหล็ก และประตูบานเลื่อนที่พับเก็บได้ ซึ่งมีจุดเด่น คือ เป็นสินค้าที่สามารถช่วยให้งานของลูกค้าเสร็จได้ตามหรือเร็วขึ้นกว่ากำหนด ทำให้ลูกค้าสามารถควบคุมต้นทุนได้ดีขึ้น

การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญระหว่างปี 2562 (บริษัทย่อย)

บริษัท ดีแอนด์ดับบลิว (เอเชีย) จำกัด : ในปี 2562 บริษัทได้มีการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่แบรนด์ Nulook ซึ่งเป็นสินค้าที่มีประสิทธิภาพสูง สามารถใช้งานและติดตั้งง่ายและรวดเร็วยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดในกลุ่มลูกค้า premium โดยได้สร้าง show room สินค้า Nulook เพื่อให้ลูกค้าได้ชมและทดลองใช้งานผลิตภัณฑ์ใหม่ของบริษัท

บริษัท แสนสรา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด : ในปี 2562 บริษัทได้ดำเนินการก่อสร้างโครงการแสนสราในเฟสแรก ประกอบด้วยวิลล่า 11 หลัง และอพาร์ทเมนต์ 2 ตึก จำนวนทั้งสิ้น 50 ยูนิต และได้เริ่มทยอยส่งมอบตั้งแต่ปลายปี 2562

บริษัท ทิค ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด :

สรุปความคืบหน้าจากปี 2562 ที่ผ่านมา ของแต่ละโครงการดังนี้

โครงการ "The Teak Sukhumvit 39" : โอนห้องไปแล้วกว่า 80% และได้ชำระคืนเงินกู้ธนาคารแล้วทั้งสิ้น

โครงการ "The Teak Sathorn – Lumpini" : ขายไปแล้วกว่า 80% อยู่ระหว่างการก่อสร้างโครงการ

โครงการ "The Teak Ratchada" : ขายแล้ว 45% อยู่ระหว่างก่อสร้างโครงการ

โครงการ "The Teak Ari" : อยู่ระหว่างออกแบบ Sales Gallery

โครงการ "The Teak Sathorn - Nanglinchee" : อยู่ระหว่างออกแบบ

โครงการใหม่ในระหว่างปี 2562 มีจำนวน 1 โครงการ คือ โครงการ "Grandis Kingkeaw" บริษัทได้จัดซื้อที่ดิน และอยู่ระหว่างออกแบบผังโครงการ

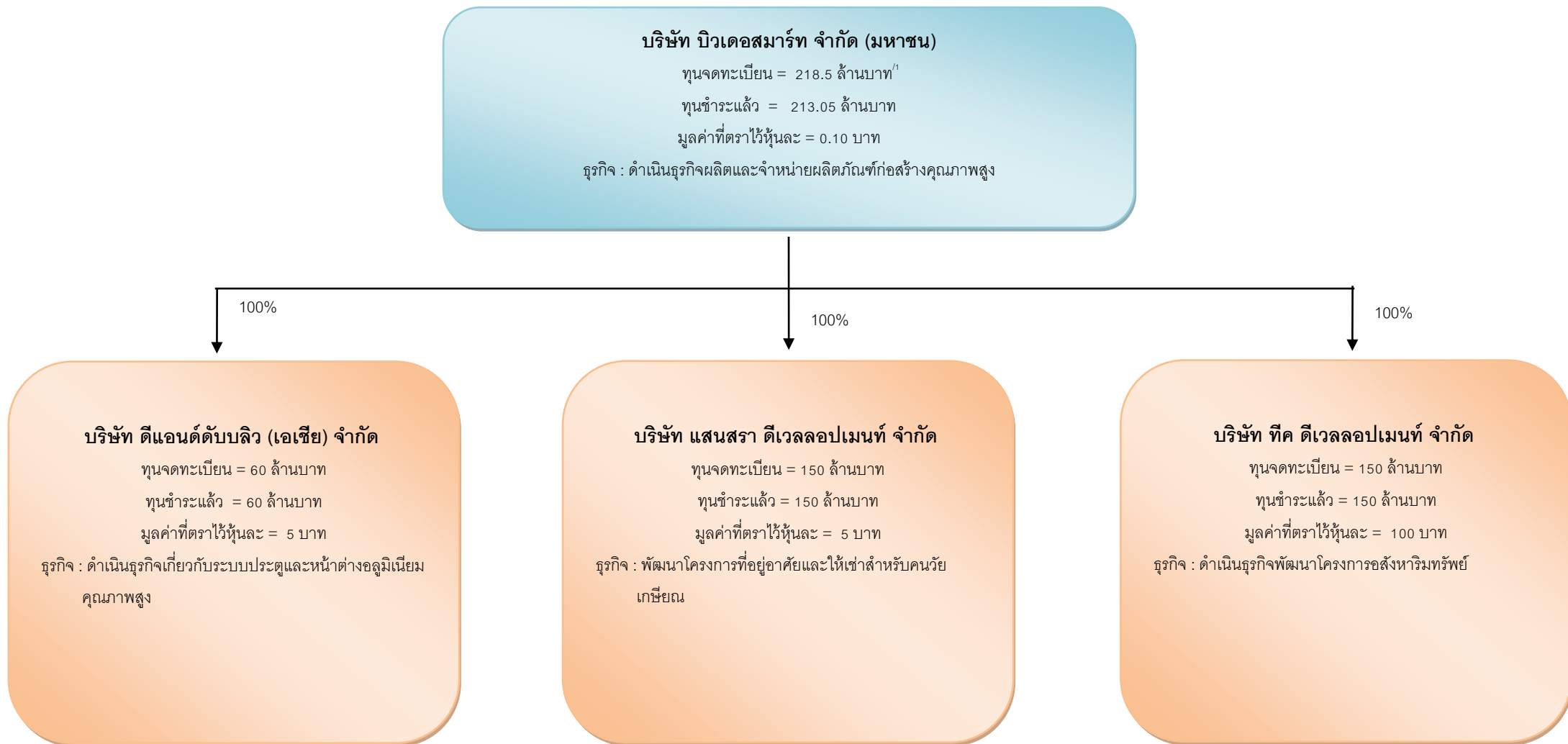
การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญในอดีต

บริษัท บิวเดอสมาร์ท จำกัด (มหาชน) เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ใช้ชื่อย่อหลักทรัพย์ว่า “BSM” เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2551 โดยมีการขยายธุรกิจให้เติบโตอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด ทั้งนี้ ประวัติการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับพัฒนาการที่สำคัญในช่วง 5 ปี ล่าสุด (ปี 2557 – 2561) มีดังนี้

ปี 2557	- ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2557 บริษัทได้อนุมัติเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จาก 0.50 บาท เป็น 0.10 บาท ส่งผลให้บริษัทมีจำนวนหุ้น 1,139,999,900 หุ้น - ในระหว่างปี ผู้ถือหุ้นใช้สิทธิแปลงสภาพใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัท รุ่นที่ 1 (BSM-W1) ทั้งสิ้นจำนวน 4 ครั้ง รวมเป็นหุ้นสามัญจำนวน 292,583,500 หุ้น รวมบริษัทได้รับเงินเพิ่มทุน จำนวน 29.26 ล้านบาท
ปี 2558	- ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2558 ได้มีมติอนุมัติเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 113.99 ล้านบาท เป็น 142.49 ล้านบาท เพื่อรองรับการจ่ายหุ้นปันผล และรองรับการปรับสิทธิของ WARRANT (BSM-W1) และ ESOP (BSM-ESOP1) - ในระหว่างปี ผู้ถือหุ้นใช้สิทธิแปลงสภาพใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัท รุ่นที่ 1 (BSM-W1) ทั้งสิ้นจำนวน 4 ครั้ง รวมเป็นหุ้นสามัญจำนวน 97,015,342 หุ้น รวมบริษัทได้รับเงินเพิ่มทุนจำนวน 9.70 ล้านบาท และพนักงานของบริษัทมีการใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัท BSM-ESOP1 จำนวน 1.88 ล้านบาท ซึ่งทำให้บริษัทมีส่วนเกินมูลค่าหุ้นจำนวน 0.705 ล้านบาท รวมบริษัทได้รับเงินจากการใช้สิทธิ BSM-W2 และ BSM-ESOP1 ทั้งสิ้นสิ้นเท่ากับ 11.58 ล้านบาท
ปี 2559	- ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นมีมติอนุมัติเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัท จำนวนเงิน 141.74 ล้านบาท เป็น 204.74 ล้านบาท เพื่อรองรับการจ่ายเงินปันผล และการปรับสิทธิของใบแสดงสิทธิของหุ้นสามัญ (BSM-W2) ทั้งนี้ ในระหว่างปีผู้ถือหุ้นไม่มีการใช้สิทธิแปลงสภาพใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัท รุ่นที่ 2 (BSM-W2) - บริษัท ดี แอนด์ ดับบลิว (เอเชีย) จำกัด ได้ออกหุ้นสามัญเพิ่มทุน จำนวน 6,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 5 บาท คิดเป็นทุนจดทะเบียนจำนวน 30.00 ล้านบาท ขายให้กับผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนการถือหุ้น เพื่อเป็นทุนหมุนเวียนของกิจการ บริษัทยังคงสัดส่วนการถือหุ้นที่ร้อยละ 99.99 ของหุ้นที่ออกและจำหน่ายแล้วทั้งหมด - ในระหว่างปี บริษัทฯ จัดตั้งบริษัทย่อยแห่งใหม่ คือบริษัท แส่นสรา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ทุนจดทะเบียน 100.00 ล้านบาท บริษัทฯถือหุ้น 100% เพื่อ เพื่อดำเนินการจัดซื้อที่ดิน สร้างสิ่งปลูกสร้าง และเป็นผู้ให้เช่าสิ่งปลูกสร้างสำหรับโครงการ Sansara
ปี 2560	ที่ประชุมคณะกรรมการ บริษัทบิวเดอสมาร์ท จำกัด (มหาชน) ครั้งที่ 4/2560 มีมติเห็นควรให้เข้าซื้อทรัพย์สินของโครงการ The Teak Sukhumvit 39 มูลค่า 145.00 ล้านบาท โดยแหล่งเงินทุนมาจากการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนในกับบุคคลในวงจำกัด (Private Placement) จำนวน 130.00 ล้านบาท และกระแสเงินสดภายในกิจการของบริษัท จำนวน 15.00 ล้านบาท

	ทั้งนี้ ในระหว่างปีผู้ถือหุ้นไม่มีการใช้สิทธิแปลงสภาพใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัท รุ่นที่ 2 (BSM-W2)
ปี 2561	- ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2561 อนุมัติให้บริษัทดำเนินการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนให้กับกลุ่มพันธมิตร (Private Placement) จำนวน 200,000,000 หุ้น ในราคาเสนอขายหุ้นละ 0.65 บาทต่อหุ้น รวมเป็นเงิน 130.00 ล้านบาท และได้จัดตั้งบริษัท ทีค ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ทุนจดทะเบียน 130.00 ล้านบาท เพื่อซื้อทรัพย์สินและบริหารโครงการฯ - ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 2/2561 ได้มีมติอนุมัติการเพิ่มทุนในบริษัท แอสเสท ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด จำนวน 50.00 ล้านบาท เพื่อเป็นทุนหมุนเวียนของกิจการ - ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 3/2561 ได้มีมติอนุมัติการเพิ่มทุนในบริษัท ทีค ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด จำนวน 20.00 ล้านบาท เพื่อคงสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทย่อยที่ร้อยละ 99.99 ของทุนที่ออกและชำระแล้ว - ในระหว่างปี ผู้ถือหุ้นใช้สิทธิแปลงสภาพใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัท รุ่นที่ 2 (BSM-W2) ทั้งสิ้นจำนวน 4 ครั้ง รวมเป็นหุ้นสามัญ จำนวน 234,525,517 หุ้น รวมบริษัทได้รับเงินเพิ่มทุนจำนวน 114.68 ล้านบาท

โครงสร้างกลุ่มบริษัท



หมายเหตุ

โครงสร้างกลุ่มบริษัทจะแสดงเฉพาะบริษัทที่มีการดำเนินธุรกิจปกติ ไม่รวมบริษัทที่ตั้งขึ้นเพื่อรองรับการขยายตัวของกลุ่มบริษัทในอนาคต และบริษัทที่หยุดดำเนินการแล้ว

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจของแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์

ปัจจุบันกลุ่มบริษัทฯ มีทั้งสิ้น 4 บริษัทใน 2 กลุ่มธุรกิจ คือ

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ก่อสร้าง (Building Products)
2. กลุ่มพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ (Real Estate)

กลุ่มธุรกิจ : ผลิตภัณฑ์ก่อสร้าง (Building Products)	กลุ่มธุรกิจ : พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ (Real Estate)
บริษัท บิวเดอสมาร์ต จำกัด(มหาชน) บริษัท ดีแอนด์ดับบลิว (เอเชีย) จำกัด	บริษัท แสนสรา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด บริษัท ทีค ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด

ลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัทในกลุ่มฯ

บริษัท บิวเดอสมาร์ต จำกัด(มหาชน)	ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ก่อสร้างคุณภาพสูง
บริษัท ดีแอนด์ดับบลิว (เอเชีย) จำกัด	ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับระบบประตูและหน้าต่างอลูมิเนียมคุณภาพสูง
บริษัท แสนสรา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด	ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยวัยเกษียณและให้เช่า
บริษัท ทีค ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด	ดำเนินธุรกิจพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์

โครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัทฯ

โครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัทสำหรับปี 2560 – 2562 สามารถแยกตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้

	ปี 2560		ปี 2561		ปี 2562	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
ระบบฝ้าเพดาน และผนังกันห้อง	190.73	31.80%	199.58	31.00%	201.18	23.27%
อลูมิเนียม สำหรับตกแต่งภายใน	246.08	41.02%	265.08	41.17%	267.06	30.89%
ระบบประตูหน้าต่าง คุณภาพสูง	103.49	17.25%	100.14	15.55%	88.88	10.30%
งานติดตั้ง	22.4	3.73%	23.83	3.70%	13.67	1.58%
อสังหาริมทรัพย์					278.84	32.25%
รายได้อื่น	37.14	6.19%	55.22	8.58%	14.93	1.71%
รวมรายได้	599.84	100.00%	643.85	100.00%	864.57	100.00%

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ของธุรกิจผลิตภัณฑ์ก่อสร้าง

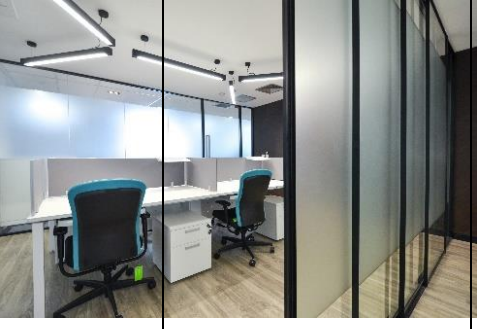
ผลิตภัณฑ์หลัก แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. **ระบบฝ้าเพดาน และผนังยิปซัม (Gypsum Wall & Ceiling Systems)** อาทิ ผนังยิปซัม, ฝ้าเพดานยิปซัม, ระบบโครงคร่าวผนัง ระบบโครงคร่าวเพดาน (BSM - TIS, BSM 40, BSM ที-บาร์), ระบบผนังและฉนวนกันความร้อน (BSM Insulated-Wall), ช่อดฟ้าเซอร์วิส (BSM Serve Board), บัวยิปซัม (Ceiling Décor)
2. **อลูมิเนียม สำหรับตกแต่งภายใน (Aluminium for Interiors)** อาทิ ระบบเฟรมผนังกันห้อง ALLOY Partition, มือจับสแตนเลสและอุปกรณ์ Alloy Door Hardware ซึ่งผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในในสำนักงานส่วนใหญ่จะเป็นผลิตภัณฑ์ภายใต้ลิขสิทธิ์ตราสินค้าของบริษัทฯ
3. **ระบบประตูหน้าต่าง คุณภาพสูง (High Performance Doors & Windows)** ซึ่งมีจุดเด่นเน้นการใช้งานง่าย ผสานกับดีไซน์อย่างลงตัว แข็งแรง ทนทาน

บริษัทฯ เน้นจัดหาผลิตภัณฑ์ก่อสร้างที่มีดีไซน์สวยงามและทันสมัย รวมไปถึงวัสดุที่ใช้ผลิตจะต้องมีคุณภาพ ผสมผสานกับกลยุทธ์การตลาด โดยเฉพาะการให้บริการจัดส่งสินค้าที่รวดเร็ว รวมถึงการคิดค้นนวัตกรรมและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่สม่ำเสมอ เพื่อให้ครอบคลุมและตอบสนองความต้องการของผู้ออกแบบ ผู้รับเหมาและลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของบริษัท นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีทีมงานผู้เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์สูงในการให้คำปรึกษาแก่กลุ่มลูกค้า และคอยช่วยเหลือลูกค้าในด้านการออกแบบตกแต่งภายในและการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับรูปแบบของงานก่อสร้าง

รายละเอียดผลิตภัณฑ์และคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์	รูปภาพตัวอย่าง ผลิตภัณฑ์	การใช้งาน/คุณสมบัติ
1. ระบบฝ้าเพดาน และผนังยิปซัม (Gypsum Wall & Ceiling Systems)		
ยิปซัมประเภทต่างๆ ตราสินค้า “Gyproc”		ผลิตภัณฑ์ยิปซัมใช้สำหรับงานฝ้าเพดาน พื้นผิวเรียบ สวยงาม ตกแต่งง่ายและมีความทนทาน ติดตั้งง่ายและมีน้ำหนักเบา ได้รับ ISO9002 และมาตรฐาน มอก.
โครงคร่าวฝ้า เพดานฉาบเรียบ ตรา สินค้า “BSM” และ “Gyproc”		โครงคร่าวเหล็กชุบสังกะสี สำหรับฝ้าเพดานฉาบเรียบ ติดตั้งง่าย รวดเร็ว ให้ความแข็งแรงดีเยี่ยม ได้รับ ISO9002 และมาตรฐาน มอก.863-2532
โครงคร่าวฝ้า เพดาน ที-บาร์ ตราสินค้า “Gyproc” และ “Armstrong”		โครงคร่าวฝ้าเพดานทีบาร์ ติดตั้งง่าย รวดเร็ว ให้ความแข็งแรง ได้รับ ISO9002 และมาตรฐาน มอก.
โครงคร่าวผนังยิปซัม ยูและซี ตราสินค้า “BSM” และ “Gyproc”		โครงคร่าวเหล็กผนังชุบสังกะสี มาตรฐาน มอก.863-2532 สำหรับระบบผนังภายในอาคาร แข็งแรง ติดตั้งง่าย และรวดเร็ว
ช่องเปิดฝ้าเพดาน สำเร็จรูป ตราสินค้า “BSM SERVE BOARD”		ผลิตด้วยเทคโนโลยีมาตรฐาน เพื่อตอบสนองงานที่ต้องการความพิถีพิถัน มีความปลอดภัย สะดวกในการใช้งาน ประหยัดเวลาติดตั้ง แข็งแรง เปิดปิดง่าย ไร้รอยต่อ และทาสีได้ตามต้องการ
ยิปซัมขึ้นรูป ตราสินค้า “BSM Step”		ยิปซัมขึ้นรูปเพื่องานฝ้าเพดานเล่นระดับ ตกแต่งเพื่อความสวยงาม ติดตั้งง่าย รวดเร็ว

ผลิตภัณฑ์	รูปภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์	การใช้งาน/คุณสมบัติ
ฉนวนกันความร้อน ทรานส์คัท “Rockwool”		ฉนวนกันความร้อน ลดเสียง ลดความร้อน และป้องกันไฟ ใช้สำหรับสำนักงาน ศูนย์การค้า อาคารแสดงสินค้า โรงพยาบาล
2. อลูมิเนียมสำหรับตกแต่งภายใน (Aluminium for Interiors)		
ระบบผนัง ALLOY (Alloy Partition)		ระบบเฟรมผนังกันห้อง ALLOY Partition, ระบบเส้น อลูมิเนียมสำหรับตกแต่งผนัง, ระบบบัวอลูมิเนียม, ระบบประตู พร้อมอุปกรณ์ Alloy Door Hardware ซึ่ง ผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในสำนักงานส่วนใหญ่จะเป็น ผลิตภัณฑ์ภายใต้ลิขสิทธิ์ตราสินค้าของบริษัท
ระบบผนัง DSG (DSG. Partition)		ระบบ Double Glazing เป็นระบบเฟรมวงกบช่องแสง 2 ชั้น เหมาะสำหรับ Commercial Office ที่ต้องการ คุณสมบัติการกันเสียง สามารถใช้เป็นเฟรมกันห้องเพื่อ ป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอก เหมาะสำหรับกันห้อง ประชุม เฟรมกันเสียงชุดนี้รองรับการกันเสียง $STC = 43$
ระบบประตูบานเลื่อน S40 (Alloy S40 Sliding Door)		ระบบประตูบานเลื่อนล้อบน คือ ระบบประตูบานเลื่อน ที่เน้นดีไซน์กรอบเฟรมให้บางกว่าเฟรมบานเลื่อนทั่วไป เหมาะสำหรับกลุ่มงานออฟฟิศ และ งานคอนโดมิเนียม
ระบบประตูบานเลื่อน Vogue V (Vogue V)		ระบบประตูบานเลื่อนเกี่ยวล้อล่าง คือ ระบบประตูบาน เลื่อนเกี่ยวที่ถูกรออกแบบให้มีเฟรมกรอบบานบางที่สุด และสามารถเกี่ยวบานเลื่อนได้มากที่สุดถึง 4 บาน เหมาะสำหรับกลุ่มงานออฟฟิศ และ งานคอนโดมิเนียม ที่เน้นดีไซน์โดดเด่น
3. ระบบประตูหน้าต่างคุณภาพสูง (High Performance Doors & Windows)		

ผลิตภัณฑ์	รูปภาพตัวอย่าง ผลิตภัณฑ์	การใช้งาน/คุณสมบัติ
ระบบประตูหน้าต่าง ตราสินค้า “FLETCHER”		ระบบประตูหน้าต่างคุณภาพสูง มีรูปแบบให้เลือกทั้งแบบ พื้นล่างแบบเรียบ และพื้นล่างเสมอด้านในและด้านนอก ดีไซน์สวยงาม ทนสมัย คงทน แข็งแรง ใช้งานง่าย และมี รูปแบบหลากหลาย
ระบบมู่่งลวดกัน แมลง		ระบบมู่่งลวดกันแมลง เป็นนวัตกรรมใหม่ด้วยระบบชิป เน้น คุณสมบัติการใช้งาน และได้รับการออกแบบให้คงทน และ ใช้ได้หลากหลายรูปแบบ สามารถใช้กับงานภายนอกได้

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ของธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

บริษัท ทีค ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด

ปัจจุบันบริษัท ทีค ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด มีโครงการที่อยู่ระหว่างพัฒนาจำนวน 6 โครงการ ดังนี้

ชื่อโครงการ	รายละเอียดโครงการ
โครงการ "The Teak Sukhumvit 39"	- อาคารชุดพักอาศัยสูง 8 ชั้น จำนวน 1 อาคาร จำนวนห้องชุด 70 ยูนิต - ตั้งอยู่ที่ซอยประจักษ์คดียุค 39 แยกจากซอยสุขุมวิท 39 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ
โครงการ "The Teak Sathorn - Lumpini "	- อาคารชุดพักอาศัยสูง 8 ชั้น จำนวน 1 อาคาร จำนวนห้องชุด 73 ยูนิต - ตั้งอยู่ที่ซอยศรีบำเพ็ญ ถนนพระราม 4 กรุงเทพฯ
โครงการ "The Teak Ratchada"	- อาคารชุดพักอาศัยสูง 8 ชั้น จำนวน 1 อาคาร จำนวนห้องชุด 78 ยูนิต - ตั้งอยู่ที่รัชดาซอย 19 ติดกับสถานี MRT สุทธิสาร กรุงเทพฯ
โครงการ "The Teak Ari"	- อาคารชุดพักอาศัยสูง 8 ชั้น จำนวน 1 อาคาร จำนวนห้องชุด 77 ยูนิต - ตั้งอยู่ที่รัชดาซอยอารีย์ 4 แยกจากซอยพหลโยธิน 7 (ซอยอารีย์) ถนนพหลโยธิน สามเสนใน พญาไท กรุงเทพฯ
โครงการ "The Teak Sathorn - Nanglinchee"	- อาคารชุดพักอาศัยสูง 8 ชั้น จำนวน 1 อาคาร จำนวนห้องชุดไม่เกิน 80 ยูนิต - ตั้งอยู่ที่ซอยประพันธ์ศักดิ์ แยกจากถนนนางลิ้นจี่ ทุ่งมหาเมฆ สาทร กรุงเทพฯ
โครงการ "Grandis Kingkeaw"	- โครงการที่อยู่อาศัย 44 หลัง - ตั้งอยู่ในซอยกิ่งแก้ว 11 จังหวัดสมุทรปราการ

บริษัท แส่นสรา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด

บริษัทดำเนินธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในลักษณะ active retirement village ซึ่งเป็นชุมชนที่พักอาศัยสำหรับผู้ที่ต้องการใช้ชีวิตหลังเกษียณอายุ โครงการตั้งอยู่ในโครงการ Black Mountain Lifestyle Resort ที่ตำบลหินเหล็กไฟ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ บริษัทเลือกสถานที่ตั้งโครงการที่อำเภอหัวหิน เนื่องจากอำเภอหัวหิน เป็นหนึ่งในสิบของโลกที่เป็นสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงวัยมาใช้ชีวิตในบั้นปลาย(จากการสำรวจของหนังสือนิตยสาร Fortune)

บริหารโครงการในลักษณะให้เช่าสิ่งปลูกสร้างที่มีกำหนดระยะเวลาเช่าตลอดอายุของผู้เช่า โดยโครงการจะดูแลและบริหารสิ่งปลูกสร้าง ระบบสาธารณูปโภค ให้อยู่ในสภาพดีตามมาตรฐานโรงแรม 5 ดาว ตลอดจนจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวก บริการทางการแพทย์ และบริการอื่นๆให้กับผู้เช่าตามความสนใจของผู้อยู่อาศัย

สิ่งปลูกสร้างภายในโครงการ ประกอบด้วย พูลวิลล่า และ อพาร์ทเมนต์ โดยในปี 2562 บริษัท แสนสรา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ได้ดำเนินการก่อสร้างโครงการแสนสราในเฟสแรก คือ อพาร์ทเมนต์ จำนวน 50 ยูนิต และวิลล่า 11 หลัง

การตลาดและภาวะการแข่งขัน

กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategies)

บริษัทฯ มีกลยุทธ์ทางการตลาด โดยการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ก่อสร้าง ควบคู่กับการให้คำแนะนำ คำปรึกษา และ นำเสนอรายละเอียดการใช้งานที่ถูกต้องกับผู้ออกแบบ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เฉพาะด้านสำหรับผู้ออกแบบ (Specified Product) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะพิเศษเฉพาะ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจแก่ผู้ออกแบบและเจ้าของโครงการ ทั้งในด้านรูปแบบพิเศษ ความสวยงาม และคุณภาพ ซึ่งบริษัทฯ มีทีมงานฝ่ายขายที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ก่อสร้างเป็นอย่างดี

บริษัทได้จัดระบบงานฝ่ายขายใหม่โดยให้สามารถดูแลลูกค้าได้อย่างมีความคล่องตัวและรวดเร็วยิ่งขึ้น โดยให้เจ้าหน้าที่ขายที่มีประสบการณ์ และมีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี ดูแลลูกค้าอย่างใกล้ชิด โดยแบ่งทีมงานดูแลลูกค้าเป็น 2 ฝ่าย คือ ทีมดูแลผู้รับเหมาตกแต่งภายใน และทีมดูแลผู้รับเหมางานยิปซัม รวมทั้งได้ปรับเปลี่ยนการทำงานของหน่วยงานที่สนับสนุนงานขาย เช่น หน่วยงาน sale support และ call centre ให้สอดคล้องกับการแบ่งทีมงานด้วยเช่นกัน

บริษัทยังให้ความสำคัญกับการให้บริการจัดส่งผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้าไปถึงยังสถานที่ที่ลูกค้าต้องการด้วยความรวดเร็ว บริษัทฯ มีฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ (BSM Call Center) คอยให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา ช่วยสนับสนุนและให้บริการหลังการขายกับลูกค้า รวมทั้งช่วยประสานงานกับฝ่ายขายเพื่อส่งคำสั่งซื้อไปยังฝ่ายคลังสินค้า และประสานงานการจัดส่งผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าตามกำหนด ทำให้บริษัทได้รับความเชื่อถือและการยอมรับทั้งในด้านผลิตภัณฑ์และบริการจากผู้ออกแบบ ผู้รับเหมา และเจ้าของโครงการเป็นอย่างดี

นอกจากนี้ บริษัทฯ มีนโยบายสนับสนุนให้ลูกค้าทุกรายสมัครเข้าเป็นสมาชิกของบริษัทฯ เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและการมีส่วนร่วม ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการซื้อในครั้งต่อไป บริษัทฯ ยังมีส่วนร่วมในการแนะนำช่องทางธุรกิจให้แก่กลุ่มลูกค้าสมาชิกด้วยกัน รวมทั้งมีการจัดงานพบปะสังสรรค์ระหว่างสมาชิกเพื่อสร้างเครือข่ายสมาชิก (Networking) ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการประสานธุรกิจร่วมกันในอนาคต ซึ่งการสมัครเป็นลูกค้าสมาชิกของบริษัทฯ นอกจากจะได้รับข้อเสนอที่ดีกว่าลูกค้าทั่วไปแล้ว ยังได้รับสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่ทางบริษัทตอบแทนคืนสู่สมาชิกอีกด้วย โดยสิทธิประโยชน์เบื้องต้นจากการเป็นสมาชิกของบริษัทฯ มีดังนี้

No.	Benefit	Platinum I	Platinum G	Gold	Specialist	Retail Credit	Retail Cash	Club Card
1	ได้รับวงเงินเครดิตและระยะเวลาเครดิตในการสั่งซื้อสินค้า	✓	✓	✓	✓	✓		
2	ฟรีค่าขนส่ง ในเขต กทม. และ ปริมณฑล เมื่อสั่งซื้อสินค้า 5,000 บาท ขึ้นไป	✓	✓	✓	✓	✓		
3	ได้รับสินค้าภายใน 24 ชม. หลังจากสั่งซื้อสินค้า	✓	✓	✓	✓	✓		

4	ได้รับบริการข้อมูลวิเคราะห์เครดิต จากบริษัทข้อมูลเครดิต (BOL)	✓	✓					
5	ได้รับคำแนะนำการขอสินเชื่อจากธนาคาร	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6	ได้รับการยืนยันราคาสำหรับงานโครงการ	✓	✓	✓	✓	✓		
7	บริการรวบรวมรายละเอียดข้อมูลการสั่งซื้อสินค้าแต่ละประเภทให้กับลูกค้า	✓	✓					
8	เข้าร่วมโครงการสะสมแต้ม เพื่อแลกของรางวัล (Point Reward Program)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
9	กรณีเต็มวงเงินเครดิต สามารถขอปลดล๊อคการปล่อยสินค้าไม่เกิน 10% จากวงเงินที่มีอยู่	✓	✓					
10	การเข้าร่วมโครงการจัดอบรมการติดตั้งผลิตภัณฑ์ ที่ศูนย์อบรม BSM ฟรี	✓	✓	✓	✓			
11	บริการส่งช่างเทคนิค เข้าตรวจสอบและแนะนำวิธีแก้ไขปัญหานานาน	✓	✓	✓	✓			
12	Platinum ฮอตไลน์ 091-119-1557	✓	✓					

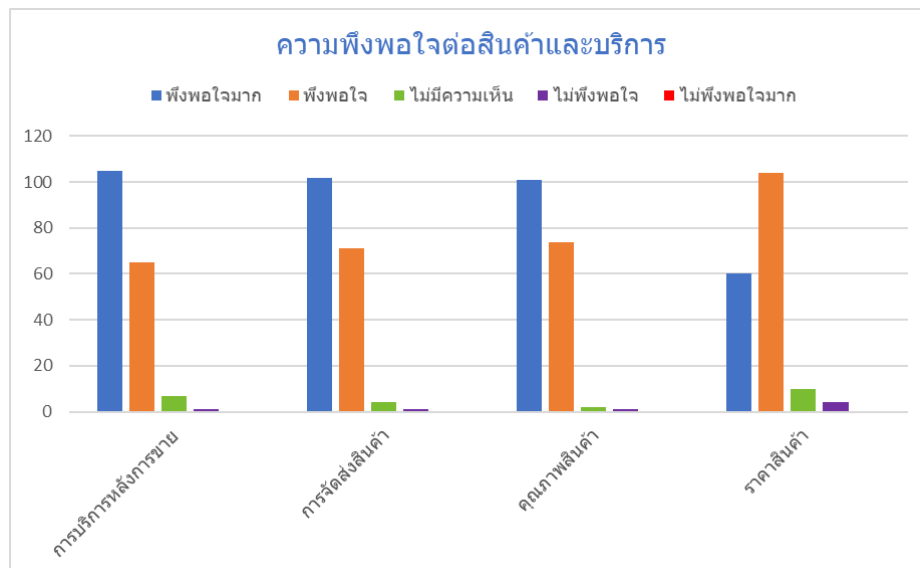
หมายเหตุ : กรณีสมาชิกขอซื้อผลิตภัณฑ์เกินกว่าวงเงินเครดิตสูงสุดที่กำหนด ทีมงานฝ่ายขายจะต้องขออนุมัติจากกรรมการบริหาร ซึ่งจะต้องพิจารณาอนุมัติเป็นกรณีพิเศษ

บริษัทฯ ยังได้มีการเปิด “ศูนย์ฝึกอบรมช่าง” หรือ “BSM Training Center” เพื่อเพิ่มทักษะในการติดตั้งผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ให้กับผู้รับเหมาที่เป็นสมาชิกของบริษัทฯ โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ศูนย์ฝึกอบรมช่างเป็นส่วนหนึ่งของสิทธิประโยชน์ที่ทางบริษัทฯ ให้บริการกับลูกค้า

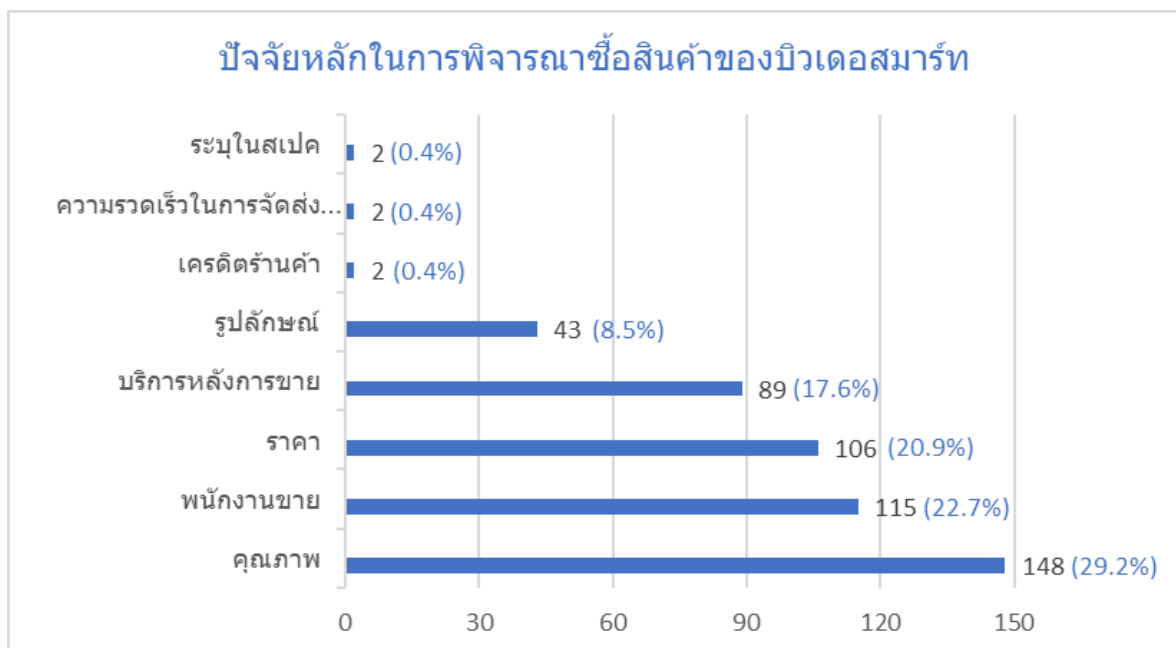
การประเมินความพึงพอใจในสินค้าและบริการ

บริษัทได้มีการประเมินความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการของบริษัทเป็นประจำทุกปี โดยทำการสุ่มตัวอย่างจากทุกกลุ่มลูกค้า ซึ่งผลการประเมินจัดเป็นส่วนหนึ่งของดัชนีชี้วัดผลการดำเนินงาน (KPIs) ของพนักงานขายด้วย โดยปี 2562 บริษัทได้ทำการสำรวจความพึงพอใจในเดือนธันวาคม 2562 จากกลุ่มตัวอย่าง 178 ราย โดยใช้วิธีสำรวจผ่านการสแกน QR Code ซึ่งมีหัวข้อการประเมิน 4 เรื่อง ได้แก่ ความพึงพอใจในเรื่องคุณภาพสินค้า , ราคาสินค้า , การจัดส่งสินค้า และการบริการหลังการขาย

ผลการประเมินปี 2562



ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับราคาสินค้า และพึงพอใจมากในการบริการหลังการขาย การจัดส่งสินค้า และคุณภาพสินค้าของบริษัท



จากการสำรวจความพึงพอใจพบว่า ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้า ส่วนใหญ่ลูกค้าซื้อสินค้าโดยพิจารณาถึงคุณภาพสินค้า เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ พนักงานขาย ราคา บริการหลังการขาย และรูปลักษณ์ของสินค้า ตามลำดับ

กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ แบ่งตามลักษณะผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท โดยคำนึงถึงปัจจัยในการแข่งขันเป็นองค์ประกอบ โดยสามารถแบ่งกลยุทธ์ด้านราคาได้ดังนี้

- ผลิตภัณฑ์ก่อสร้างที่หาซื้อได้ทั่วไป (General Building Products) เนื่องจากสินค้าประเภทดังกล่าวมีจำหน่ายทั่วไปและมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูง บริษัทฯ จึงกำหนดราคาสินค้าโดยอ้างอิงตามราคาตลาด ซึ่งจะมีการสำรวจราคาตลาดทุกสัปดาห์เพื่อพิจารณาในการปรับราคาสินค้า
ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังมียุทธศาสตร์กำหนดราคาสินค้าเท่ากับคู่แข่งรายอื่น ซึ่งบริษัทฯ ให้อำนาจการตัดสินใจลดราคาสินค้าเป็นกรณีพิเศษแก่ผู้อำนวยการฝ่ายขาย หรือผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์
- ผลิตภัณฑ์เฉพาะด้านสำหรับผู้ออกแบบ (Specified Products) สำหรับผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ ถึงแม้ว่าในตลาดจะมีผลิตภัณฑ์ทดแทนอยู่มากมายหลากหลายตราสินค้า และมีการแข่งขันด้านราคาค่อนข้างสูง แต่ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ก็สามารถสร้างความแตกต่างในด้านคุณภาพ ความหลากหลาย และการบริการที่ดีกว่า บริษัทฯ จึงไม่มีนโยบายที่จะแข่งขันด้านราคากับคู่แข่งในผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ แต่จะกำหนดราคาขายโดยวิธีบวกกำไรส่วนเพิ่มจากต้นทุนผลิตภัณฑ์ (Mark-up on Cost)

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place)

บริษัทฯ มีกลยุทธ์การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในเชิงรุก โดยใช้ทีมงานฝ่ายขายที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งมีความรู้และประสบการณ์ในด้านผลิตภัณฑ์ก่อสร้าง ตกแต่งภายใน ซึ่งบริษัทได้แบ่งทีมงานฝ่ายขายออกเป็น 2 ทีม ได้แก่ ทีมงานขายสำหรับดูแลผู้ออกแบบ และทีมงานขายสำหรับดูแลผู้รับเหมา เพื่อให้เข้าถึงความต้องการที่แตกต่างกันของกลุ่มลูกค้า และบริษัทฯ ยังเน้นการบริการที่รวดเร็วโดยมีศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ ให้คำปรึกษาและแนะนำข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับการตกแต่งภายใน ซึ่งปัจจุบันช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มี 2 ช่องทาง ดังนี้

- ลูกค้าสามารถเลือกชมผลิตภัณฑ์และสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ได้โดยตรง ณ สำนักงานขายของบริษัทฯ (Gyproc Center)
- ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าได้โดยตรงผ่านศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ ในกรณีที่เป็นการสั่งซื้อของของบริษัทฯ อยู่ก่อนแล้ว หรือสั่งซื้อผ่านทีมงานขายในกรณีที่ลูกค้าใหม่หรือยังไม่ได้สมัครเป็นสมาชิก ซึ่งการรับบริการทั้ง 2 วิธีนี้ ลูกค้าจะได้รับความสะดวก และรวดเร็ว

สำหรับผลิตภัณฑ์ระบบประตูหน้าต่างคุณภาพสูง บริษัทฯ ได้เน้นการขายผ่านทีมขายของบริษัทฯ มากขึ้น โดยเน้นลูกค้าโครงการเป็นหลัก

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

บริษัทฯ มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยมุ่งเน้นการตอบแทนคืนแก่ลูกค้าสมาชิกเป็นหลัก (Loyalty Program) โดยลูกค้าสมาชิกจะได้รับสิทธิเข้าร่วมโปรโมชั่นพิเศษต่างๆ ที่บริษัทฯ จัดขึ้น เช่น การได้รับส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าสมาชิกแต่ละระดับ การยื่นราคาสินค้าสำหรับโครงการที่มีระยะเวลาการก่อสร้างที่นานกว่าปกติ การสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล การจัดส่งฟรีสำหรับลูกค้าระดับ Platinum หรือการบริการจัดส่งภายใน 24 ชั่วโมง เป็นต้น

ด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์และการสื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้า โดยการใช้สื่อออนไลน์ เช่น วิดีโอ Youtube เว็บไซต์ของบริษัท หรือการเข้าร่วมในการจัดงานหรือนิทรรศการแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและการก่อสร้างทั้งส่วนของอาคารสำนักงานและที่อยู่อาศัย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

เนื่องจากการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ก่อสร้างและตกแต่งภายใน เจ้าของโครงการจะแจ้งงบประมาณและรูปแบบความต้องการแก่ผู้ออกแบบงานตกแต่งภายใน เพื่อทำการออกแบบและกำหนดชนิดของผลิตภัณฑ์ หลังจากนั้นผู้รับเหมางานตกแต่งภายในจะเป็นผู้จัดซื้อผลิตภัณฑ์ตามที่ผู้ออกแบบกำหนดเพื่อนำไปใช้ก่อสร้างตกแต่งภายใน เมื่อเสร็จงานแล้ว ขั้นตอนสุดท้ายคือการตรวจรับงานโดยเจ้าของโครงการ บริษัทฯ มีความเข้าใจในลักษณะความสัมพันธ์ของแต่ละฝ่ายเป็นอย่างดี บริษัทฯ จึงกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

1. เจ้าของโครงการ
2. ผู้ออกแบบ เช่น สถาปนิก และมัณฑนากร
3. ผู้รับเหมา ได้แก่ ผู้รับเหมาตกแต่งภายใน และผู้รับเหมาทั่วไป

ภาวะการแข่งขัน

บริษัทฯ ไม่มีคู่แข่งทางตรง (Direct Competitor) เนื่องจากบริษัทมีความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่นทั้งด้านลักษณะผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่าย และด้านกลุ่มลูกค้า กล่าวคือ บริษัทฯ มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ก่อสร้างตกแต่งภายในและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวภายใต้ตราสินค้าของบริษัทเอง และเป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทยสำหรับผลิตภัณฑ์ภายใต้ลิขสิทธิ์ตราสินค้าชั้นนำจากต่างประเทศบางผลิตภัณฑ์ ในด้านกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ เน้นการตลาดทางตรงสู่กลุ่มผู้ออกแบบ (Interior Designer) และผู้รับเหมางานตกแต่งภายใน (Interior Constructor) เป็นหลัก ในขณะที่คู่แข่งส่วนใหญ่เน้นกลุ่มลูกค้าประเภทผู้รับเหมา และเจ้าของบ้านพักอาศัย (End User) ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่ผู้ประกอบการจะต้องเผชิญกับการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง

บริษัทฯ มีคู่แข่งทางอ้อม (Indirect Competitor) ซึ่งเป็นผู้ประกอบการศูนย์ค้าส่ง ค้าปลีกวัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์ตกแต่ง และผู้ประกอบการร้านค้าจำหน่ายผลิตภัณฑ์ก่อสร้างตกแต่งภายในเฉพาะด้าน ปัจจุบันในประเทศไทยมีผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างและตกแต่งเพิ่มขึ้นมาก โดยมีผู้ประกอบการรายใหญ่มีสาขาและตัวแทนจำหน่ายกระจายอยู่ทั้งในเขตกรุงเทพ ปริมณฑล และภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ โดยผู้ประกอบการรายใหญ่ทุกรายมีรูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบร้านค้าส่งค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) มีแนวคิดให้เป็นศูนย์รวมสินค้าวัสดุก่อสร้างและสินค้าตกแต่งบ้านครบวงจร ที่ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าเกี่ยวกับบ้านได้ในที่เดียว (One Stop Shopping)

ตารางแสดงรายชื่อผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างและตกแต่ง (แยกตามรูปแบบธุรกิจ)

รูปแบบธุรกิจ	รายชื่อผู้ประกอบการ
ธุรกิจโฮมเซ็นเตอร์ (Modern Trade)	1) บจก.แกรนด์โฮมมาร์ทกรุ๊ป 2) บจก. ซีอาร์ซี ไทวู้ด 3) บมจ.สยามโกลบอลเฮ้าส์
ธุรกิจร้านค้าเฉพาะอย่าง (Specialty Store)	1) บจก.ซิเมนต์ไทยการตลาด 2) บจก.ชันพาราไดซ์ (ไทยแลนด์)

ที่มา : รวบรวมโดยฝ่ายวิจัยธุรกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย

สำหรับภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ จากมุมมองของศูนย์วิจัย กรุงไทย คอมพาส (Krungthai Compass) ธนาคารกรุงไทย มองว่าตลาดที่อยู่อาศัยในปี 2563 จะได้รับประโยชน์จากมาตรการต่างๆของภาครัฐ โดยเฉพาะมาตรการลดค่าธรรมเนียมโอนและจดจำนอง ซึ่งทำให้มีโอกาสที่ตลาดอสังหาริมทรัพย์จะฟื้นตัวได้ 5.5% จากปีก่อนหน้า แบ่งเป็น มูลค่าการโอนกรรมสิทธิ์คอนโดมิเนียมขยายตัวที่ 4.5% และมูลค่าการโอนกรรมสิทธิ์บ้านแนวราบขยายตัวที่ 6% โดยมีการผ่อนปรนเกณฑ์ LTV ของธนาคารแห่งประเทศไทย ที่ให้ผู้กู้ซื้ออสังหาริมทรัพย์หลังแรกสามารถกู้ได้ 110% (รวมเงินกู้เพื่อการตกแต่ง 10%) เป็นปัจจัยสำคัญที่อาจทำให้อัตราการเติบโตของตลาดเร่งขึ้นได้อีก 0.8% บริษัท ทีดี เวิลด์ออปเม้นท์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยดำเนินธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ทั้งแนวสูงและแนวราบย่อมได้รับปัจจัยเกื้อหนุนดังกล่าวด้วยเช่นกัน ปัจจุบัน บริษัทย่อยมีโครงการอสังหาริมทรัพย์ระหว่างพัฒนาจำนวน 6 โครงการ แบ่งเป็น ประเภทคอนโดมิเนียม 5 โครงการ และบ้านแนวราบ 1 โครงการ

การจัดหาผลิตภัณฑ์

ในส่วนของผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของบริษัท ซึ่งมีทั้งการดำเนินการผลิตสินค้าด้วยตนเอง และว่าจ้างโรงงานผู้ผลิตทั้งในประเทศและต่างประเทศที่ได้คุณภาพผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่บริษัทกำหนด สำหรับผลิตภัณฑ์ทั่วไป บริษัทฯ มีนโยบายการจัดซื้อจากผู้ผลิตโดยตรง ทั้งนี้ บริษัทฯ มีขั้นตอนและวิธีการจัดหาผลิตภัณฑ์โดยการกำหนดรูปแบบคุณลักษณะ และประเภทผลิตภัณฑ์ที่ต้องการตามแผนการขายของฝ่ายขาย หลังจากนั้นจะพิจารณาคัดเลือกและจัดซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิต ซึ่งโดยปกติจะทำการคัดเลือกผู้ผลิตมากกว่าหนึ่งราย ยกเว้นผู้ผลิตที่เป็นพันธมิตรของบริษัทมาเป็นเวลานาน อาทิ บริษัท ไทยผลิตภัณฑ์ยิปซัม จำกัด (มหาชน) เป็นต้น สำหรับการพิจารณาคัดเลือกจัดหาผลิตภัณฑ์จะเป็นการพิจารณาร่วมกันระหว่างฝ่ายบริหาร ฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ และฝ่ายขาย เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะเป็นไปตามที่กำหนด

ปี 2562 บริษัทฯ มียอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์จากคู่ค้ารายใหญ่ ดังนี้

บริษัท	ผลิตภัณฑ์	ประเทศ	ระยะเวลาติดต่อ	ยอดสั่งซื้อ ปี 2562
1. บริษัท ไทยผลิตภัณฑ์ยิปซัม จำกัด (มหาชน)	ยิปซัม	ไทย	มากกว่า 10 ปี	123.61 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 37.54 ของมูลค่าการสั่งซื้อสินค้ารวม

งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ณ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ มีงานที่อยู่ระหว่างผลิตจำนวน 7.35 ล้านบาท

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากการผลิตสินค้าของบริษัทมีกระบวนการหลักๆ 2 รูปแบบ กล่าวคือ

1. บริษัทจะนำเหล็กเส้นไปผ่านขบวนการรีด และขึ้นรูป เพื่อใช้เป็นโครงคร่าวผนังและฝ้าเพดาน
2. บริษัทจะทำการแปรรูปอลูมิเนียมเส้น โดยการตัดประกอบเป็นบานประตูหน้าต่าง

ในขบวนการผลิต บริษัทใช้เครื่องจักรที่ทันสมัย โดยวัสดุที่เหลือจากการผลิต สามารถรีไซเคิลแล้วนำกลับมาใช้ได้อีก จึงอาจกล่าวได้ว่า กระบวนการผลิตของบริษัทไม่สร้างมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม ประกอบกับที่ตั้งโรงงานอยู่ในนิคมอุตสาหกรรม (ซึ่งเป็นพื้นที่สีม่วง) ไม่ติดกับเขตชุมชน จึงไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชนโดยรอบโรงงาน

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ความเสี่ยงสำหรับธุรกิจผลิตภัณฑ์ก่อสร้าง (Building Products)

1. ความเสี่ยงจากการถูกยกเลิกสัญญาเช่าที่ดินและอาคาร

บริษัทฯ ได้ทำการเช่าที่ดินและอาคารจากบุคคลอื่น โดยทรัพย์สินที่ใช้เป็นที่ตั้งสำนักงานใหญ่และโกดังเก็บของ ดังนั้น บริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงที่อาจจะถูกยกเลิกสัญญาเช่าที่ดินและอาคาร หรือการไม่ได้รับการต่อสัญญาเช่าที่ดินและคลังสินค้าแห่งใดแห่งหนึ่ง อันจะทำให้บริษัทอาจจะต้องมีค่าใช้จ่ายในการย้ายสำนักงานและคลังสินค้า ซึ่งส่งผลกระทบต่อการทำงานของ บริษัทฯ ได้

สำหรับสัญญาเช่าที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างที่เป็นที่ตั้งสำนักงานใหญ่ของบริษัท ได้ทำสัญญาเช่าไว้กับเครือญาติของผู้บริหารหลักของบริษัท และ บริษัทฯ มีมาตรการป้องกันความเสี่ยง โดยทำข้อตกลงสัญญาเช่าแต่ละครั้ง มีกำหนดอายุของสัญญาครั้งละ 3 ปี และมีเงื่อนไขพิเศษให้สิทธิแก่บริษัทฯ ในการต่ออายุสัญญาเช่าออกไปอีกไม่น้อยกว่า 2 ปี โดยมีกำหนดเพดานสูงสุดในการปรับขึ้นค่าเช่าแต่ละครั้งไว้แน่นอน และหากผู้ให้เช่าต้องการยกเลิกสัญญาเช่าต้องแจ้งให้บริษัทฯ ทราบก่อนล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 60 วัน โดยบริษัทฯ มีนโยบายเจรจาต่อสัญญาเช่าก่อนสัญญาเช่าครบกำหนดไม่น้อยกว่า 90 วัน

นอกจากนี้ หากมีการโอนสิทธิการเช่าของบริษัท ผู้ให้เช่าจะจัดหาพื้นที่แปลงอื่นมาให้ใช้ทดแทนหรือชดเชยค่าเสียหายให้แก่ บริษัทฯ จึงน่าจะทำให้ความเสี่ยงที่ บริษัทฯ อาจจะถูกยกเลิกสัญญาเช่าที่ดินและอาคารก่อนกำหนดมีความเป็นไปได้ไม่มากนัก และในอดีตที่ผ่านมาบริษัทฯ ยังไม่เคยถูกยกเลิกสัญญาเช่า หรือไม่ได้รับการต่อสัญญาเช่า

2. ความเสี่ยงในการจัดหาผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ มีการจัดหาผลิตภัณฑ์ในลักษณะของการว่าจ้างผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ภายใต้ลิขสิทธิ์ตราสินค้าของบริษัทเอง และบริษัทฯ ทำการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์จากเจ้าของลิขสิทธิ์ตราสินค้าชั้นนำทั้งในประเทศและต่างประเทศโดยเฉพาะ บริษัทไทยผลิตภัณฑ์ยิปซัม จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยิปซัมรายหลักให้แก่บริษัทฯ มาอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น บริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงในการจัดหาผลิตภัณฑ์ในกรณีที่ผู้ผลิตและเจ้าของลิขสิทธิ์ตราสินค้าอาจไม่สามารถผลิตหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้แก่บริษัทฯ ได้ตามคุณภาพ ปริมาณ เวลา และเงื่อนไขที่บริษัทฯ กำหนดไว้ได้ รวมทั้งมีความเสี่ยงในการที่เจ้าของลิขสิทธิ์ตราสินค้าอาจบอกเลิกหรือไม่ต่อสัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้แก่บริษัทฯ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการทำงานและการเติบโตของบริษัทฯ

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีการติดต่อค้าขายและมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่างๆ มาเป็นระยะเวลานาน โดยเฉพาะบริษัทฯ ได้ทำสัญญาเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับ บริษัท ไทยผลิตภัณฑ์ยิบซัม จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์หลักที่สร้างยอดขายได้ให้กับบริษัทฯ ทั้งยังได้ร่วมมือกันจัดตั้งศูนย์เรียนรู้ พัฒนาฝีมือผู้รับเหมา (Gyproc Training Center) ในบริเวณพื้นที่ของบริษัทฯ ดังนั้นจึงถือได้ว่าบริษัทฯ และบริษัท ไทยผลิตภัณฑ์ยิบซัม จำกัด เป็นหุ้นส่วนทางธุรกิจที่มีความสัมพันธ์กันด้วยดีเสมอมา

ในส่วนของการจัดหาผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นๆ บริษัทฯ มีนโยบายกระจายการจัดหาผลิตภัณฑ์ โดยมีการติดต่อกับโรงงานผู้ผลิตในประเทศที่ได้คุณภาพผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่บริษัท กำหนดไว้มากกว่า 1 แห่ง นอกจากนี้ ส่วนผลิตภัณฑ์ภายใต้ลิขสิทธิ์ตราสินค้าจากต่างประเทศที่บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย บริษัทฯ ก็มีการทำสัญญาแต่งตั้งเป็นตัวแทนหลักในการจัดการผลิต และสัญญาแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ดังนั้น บริษัทฯ คาดว่าความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการจัดหาผลิตภัณฑ์จึงมีโอกาสน้อย และที่ผ่านมาก็ยังไม่เคยประสบปัญหาดังกล่าวแต่อย่างใด

3. ความเสี่ยงจากความผันผวนของต้นทุนผลิตภัณฑ์และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

บริษัทฯ อาจได้รับความเสี่ยงจากความผันผวนของต้นทุนผลิตภัณฑ์ อันเนื่องมาจากการปรับตัวเพิ่มขึ้นของต้นทุนวัตถุดิบแต่ละประเภท รวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศที่อาจได้รับผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนผลิตภัณฑ์เช่นกัน โดยผลกระทบดังกล่าวจะส่งผลให้ความสามารถในการทำกำไรขั้นต้นของบริษัทฯ ลดลง

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการวางแผนและการบริหารจัดการซื้อผลิตภัณฑ์และการบริหารสินค้าคงคลัง รวมทั้งการบริหารระบบขนส่งและโลจิสติกส์ เพื่อควบคุมและบริหารต้นทุนรวมทั้งค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของบริษัทฯ รวมทั้งมีการพิจารณาปรับราคาขายผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทให้สอดคล้องกับต้นทุนโดยสม่ำเสมอ ซึ่งที่ผ่านมาก็ได้รับความร่วมมือที่ดีจากผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ในการกำหนดกรอบราคาขาย โดยหากผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ต้องการปรับราคาเกินกว่ากรอบราคาที่กำหนดต้องแจ้งให้บริษัทฯ ทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วัน เพื่อให้บริษัทฯ สามารถวางแผนในการจัดซื้อและแจ้งราคาใหม่ให้กับลูกค้าของบริษัทฯ ได้

ในส่วนของผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากต่างประเทศ กรณีที่เป็นการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ในปริมาณสูงอย่างมีนัยยะสำคัญ บริษัทฯ มีนโยบายป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศโดยทำสัญญาซื้อขายอัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้า (Forward Contract) เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ซึ่งปัจจุบันบริษัทฯ มีวงเงินทำสัญญาซื้อขายอัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้า (Forward Contract) กับสถาบันการเงินอย่างเพียงพอในการควบคุมความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

4. ความเสี่ยงจากการที่ผลิตภัณฑ์ถูกลอกเลียนแบบ

ผลิตภัณฑ์ก่อสร้างตกแต่งภายในเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะและรูปแบบที่ง่ายต่อการลอกเลียนแบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลอกเลียนแบบรูปลักษณะภายนอก อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ได้มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับคุณภาพ ลักษณะการใช้งาน และการพัฒนารูปแบบให้มีลักษณะเฉพาะตัวที่ยากต่อการลอกเลียนแบบแต่ง่ายต่อการติดตั้งใช้งาน และมีการจดอนุสิทธิบัตรผลิตภัณฑ์ (Patent) เพื่อป้องกันการผลิตสินค้าลอกเลียนแบบ

ปัจจุบันบริษัทได้รับการรับรองอนุสิทธิบัตรสำหรับผลิตภัณฑ์วงกบประตูและผลิตภัณฑ์วงกบช่องแสง และได้รับสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์หน้าต่างโลหะเป็นที่เรียบร้อยแล้ว รวมทั้งบริษัทยังได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจาก บริษัท ไทยผลิตภัณฑ์ขี้ผึ้ง จำกัด (มหาชน) ในการออกหนังสือรับรองคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ของบริษัท ให้แก่ลูกค้าประเภทผู้รับเหมาก่อสร้างตกแต่งภายในเพื่อนำไปยืนยันแก่เจ้าของโครงการ นอกจากนี้ บริษัทฯ มุ่งเน้นการให้บริการคำแนะนำและคำปรึกษาการใช้ผลิตภัณฑ์ควบคู่กับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างการยอมรับและความภาคภูมิใจในการใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัท มากยิ่งขึ้น

ความเสี่ยงสำหรับธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ (Real Estate)

1. ความเสี่ยงจากการจัดหาที่ดินเพื่อพัฒนาโครงการ

การจัดหาที่ดินที่มีศักยภาพเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ให้ประสบความสำเร็จและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาประเทศไทยมีการลงทุนพัฒนาระบบสาธารณูปโภคและโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐทั้งในกรุงเทพ, ภูมิภาคและในส่วนภูมิภาค ซึ่งรวมถึงการก่อสร้างรถไฟฟ้า การสร้างและขยายถนนเส้นต่างๆ ทำให้เกิดการขยายตัวของเมืองและโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ และมีความต้องการที่ดินเพื่อรองรับการเจริญเติบโตของธุรกิจและที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้น รวมถึงมีการเก็งกำไรจากการซื้อขายที่ดิน ส่งผลให้ราคาที่ดินในหลายพื้นที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ที่มีความต้องการซื้อสูง ขณะที่แปลงที่ดินที่มีศักยภาพในการพัฒนา มีจำกัดจึงเกิดการแข่งขันในการซื้อที่ดิน และส่งผลให้ราคาที่ดินที่มีศักยภาพมีราคาสูงขึ้น ซึ่งต้นทุนที่ดินถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขันในการพัฒนาโครงการ อาทิเช่น ที่ดินย่านธุรกิจใจกลางเมือง ที่ดินในแนวรถไฟฟ้า และที่ดินติดถนนใหญ่ ซึ่งเป็นที่ต้องการของผู้ประกอบการ ทำให้มีการแย่งซื้อที่ดินส่งผลให้ราคาที่ดินมีการปรับขึ้นตามความต้องการในการซื้อของผู้ประกอบการ ทำให้การพัฒนาโครงการมีความยากมากขึ้น ซึ่งอาจทำให้อัตรากำไรเบื้องต้นลดลงและยังเพิ่มความเสี่ยงในการขายเนื่องจากราคาขายที่ต้องปรับตัวสูงขึ้น

บริษัทมีนโยบายสร้างการเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีเสถียรภาพ จึงให้ความสำคัญกับการจัดหาที่ดินเพื่อการพัฒนาโครงการ โดยจะมีการจัดทำแผนพัฒนาโครงการในระยะเวลา 1-2 ปี การจัดหาที่ดินจะติดต่อผ่านทั้งนายหน้าซื้อขายที่ดินและติดต่อโดยตรงกับเจ้าของที่ดิน ก่อนการตัดสินใจซื้อที่ดิน บริษัทจะพิจารณาเลือกที่ดินในทำเลที่มีศักยภาพ อยู่ในเส้นทางคมนาคมที่เดินทางสะดวกและใกล้รถไฟฟ้าสายหลัก อยู่กลางแหล่งชุมชนและสิ่งอำนวยความสะดวก ที่ผ่านมาการพัฒนาโครงการต่างๆ ได้รับการตอบรับจากลูกค้าดีเนื่องจากโครงการตั้งอยู่ในทำเลที่ดีและตั้งราคาที่อยู่อาศัยจริงสามารถเข้าถึงได้ อีกทั้งยังได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากสถาบันการเงินต่างๆ เป็นอย่างดี

2. ความเสี่ยงของการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

บริษัท ทีเค ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด แม้ว่าจะเป็นบริษัทใหม่ในธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ แต่โครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ของบริษัทก็ได้รับการสนับสนุนจากสถาบันการเงิน เนื่องจากทางบริษัทให้ความสำคัญกับโครงการในรูปแบบของโครงการที่พัฒนาและทำเลที่ตั้ง ที่อยู่ในใจกลางเมืองย่าน CBD และใกล้รถไฟฟ้า ประกอบกับผลงานที่ผ่านมาของทีมผู้บริหาร มีประวัติการพัฒนาโครงการที่ประสบความสำเร็จมาแล้วหลายโครงการ จึงทำให้เป็นที่เชื่อถือของสถาบันการเงินต่างๆ ที่ผ่านมาสถาบันการเงินหลายแห่งยินดีให้การสนับสนุนเงินทุนในแต่ละโครงการ โดยบริษัทได้ทำการเปรียบเทียบข้อเสนอเพื่อให้โครงการมีต้นทุนที่เหมาะสมที่สุด

3. ความเสี่ยงจากการปรับเปลี่ยนกฎระเบียบ ข้อบังคับ หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์

การดำเนินงานในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับ หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องหลายฉบับ อาทิ พระราชบัญญัติจัดสรรที่ดิน พระราชบัญญัติอาคารชุด และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อให้กฎหมายต่างๆ มีความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อม และสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน กฎระเบียบ ข้อบังคับ หรือกฎหมายดังกล่าว จึงมีการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

บริษัทได้ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว จึงได้กำหนดให้การปฏิบัติงานต่างๆ ต้องเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด ทั้งนี้ ก่อนการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ บริษัทจะตรวจสอบกฎหมายที่ควบคุมธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์อย่างรอบคอบ เพื่อลดความเสี่ยงจากการปรับเปลี่ยนกฎระเบียบ ข้อบังคับ หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562

	ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	การใช้งาน	มูลค่าตามบัญชี	ภาระผูกพัน
				(บาท)	
1	ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง โฉนดเลขที่ 451 (บางส่วน) ถนนพระราม 3 เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร	เป็นผู้เช่า	ที่ตั้งอาคารสำนักงานและคลังสินค้า	-	ไม่มีภาระผูกพัน
3	อาคารสำนักงานขาย	เป็นเจ้าของ	ที่ตั้งอาคารสำนักงาน	4,385,559.04	ไม่มีภาระผูกพัน
4	ส่วนปรับปรุงอาคาร (อาคารขนาด 2 ชั้นครึ่ง รวมส่วนปรับปรุงสถานที่)	เป็นเจ้าของ	ที่ตั้งอาคารสำนักงานและคลังสินค้า	5,575,808.47	ไม่มีภาระผูกพัน
5	เครื่องจักรและอุปกรณ์โรงงาน	เป็นเจ้าของ	ใช้สำหรับผลิตสินค้า	2,992,229.43	ไม่มีภาระผูกพัน
6	อุปกรณ์คลังสินค้า	เป็นเจ้าของ	ใช้ที่บริษัท	791,872.98	มูลค่าตามบัญชี จำนวน 526,547.95 บาท อยู่ภายใต้สัญญาเช่าทางการเงิน
7	เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	เป็นเจ้าของ	ใช้ที่บริษัท	10,962,638.07	ไม่มีภาระผูกพัน
8	เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้ห้องตัวอย่างและสำนักงานขาย	เป็นเจ้าของ	ใช้ที่บริษัท	1,930,169.33	ไม่มีภาระผูกพัน
9	ยานพาหนะ	เป็นเจ้าของ	ใช้ที่บริษัท	10,420,478.57	มูลค่าตามบัญชี จำนวน 9,545,970.17 บาท อยู่ภายใต้สัญญาเช่าทางการเงิน
10	งานระหว่างก่อสร้าง	เป็นเจ้าของ	ใช้ที่บริษัท	12,893,330.76	ไม่มีภาระผูกพัน
	รวมทรัพย์สิน			49,952,086.65	
	หัก ค่าเผื่อการด้อยค่า			(401,384.00)	
	รวมทรัพย์สินสุทธิ			49,550,702.65	

สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562

	ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	การใช้งาน	มูลค่าตามบัญชี	ภาระผูกพัน
				(บาท)	
1	โปรแกรมคอมพิวเตอร์	เป็นเจ้าของ	ใช้ที่บริษัท	13,030,644.04	ไม่มีภาระผูกพัน
2	ลิขสิทธิ์ และสิทธิบัตร	เป็นเจ้าของ	ใช้ที่บริษัท	5.00	ไม่มีภาระผูกพัน
3	รายจ่ายในการพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่	เป็นเจ้าของ	ใช้ที่บริษัท	2,076,518.85	ไม่มีภาระผูกพัน
4	โปรแกรมระหว่างติดตั้ง	เป็นเจ้าของ	ใช้ที่บริษัท	3,572,698.94	ไม่มีภาระผูกพัน
	รวมสินทรัพย์ไม่มีตัวตนสุทธิ			18,679,866.83	

โครงการที่อยู่อาศัยเพื่อผู้เกษียณอายุระหว่างพัฒนา ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562

	ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	การใช้งาน	มูลค่าตามบัญชี	ภาระผูกพัน
				(บาท)	
1	โครงการที่อยู่อาศัยเพื่อผู้เกษียณอายุระหว่างพัฒนา	เป็นเจ้าของ	ให้เช่าภายใต้สัญญาเช่าดำเนินงานและสัญญาจัดหาเงิน	446,421,883.35	ไม่มีภาระผูกพัน
	รวม			446,421,883.35	

อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562

	ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	การใช้งาน	มูลค่าตามบัญชี	ภาระผูกพัน
				(บาท)	
1	อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน - โครงการที่อยู่อาศัยเพื่อผู้เกษียณอายุประเภทวิลล่า	เป็นเจ้าของ	ถือครองไว้เพื่อหวังกำไรจากการเพิ่มมูลค่าในระยะยาว	233,244,200.00	ติดจำนองกับสถาบันการเงินมูลค่า 104,249,200.00 บาท สำหรับวงเงินกู้ 60.00 ล้านบาท
	รวม			233,244,200.00	

บริษัทฯ ได้ทำสัญญาเช่าที่ดิน อาคารสำนักงานและคลังสินค้า ทั้งสำนักงานใหญ่และสำนักงานสาขา โดยมีรายละเอียดของสัญญาเช่า ดังนี้

ในนามบริษัท บิวเดอสมาร์ท จำกัด (มหาชน)

ที่ตั้ง	เจ้าของกรรมสิทธิ์	รายละเอียดสัญญา
- สำนักงานใหญ่ เลขที่ 905/7 ถนนพระราม 3 ซอย 51 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร	คณะบุคคลสภกฤษ	- สัญญาที่ 1 อายุสัญญา 3 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2561 ถึง 28 กุมภาพันธ์ 2564 อัตราค่าเช่าเดือนละ 181,665 บาท ตลอดอายุสัญญา - สัญญาที่ 2 อายุสัญญา 3 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2561 ถึง 31 ธันวาคม 2563 อัตราค่าเช่าเดือนละ 110,000 บาท ตลอดอายุสัญญา
- โกดังเก็บสินค้า เลขที่ 907 ถนนพระราม 3 ซอย 51 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร	นางวัลภา นุชปานทอง	- อายุสัญญา 3 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2561 ถึง 31 มีนาคม 2564 อัตราค่าเช่าเดือนละ 56,500 บาท
- โกดังเก็บสินค้าหลังตึกแถวเลขที่ 919,921,923 และ 925 โฉนดเลขที่ 22168 ถนนพระราม 3 ซอย 51 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร	1.นางวัลภา นุชปานทอง 2.นายมนัส ทานเจริญ 3.นางสมสุข ออมสิน 4.นางจรรวรณ์ สุริยระวิมาศ 5.นายพงษ์ศักดิ์ ทานเจริญ 6.นายสุเมธ ทานเจริญ 7.นายเฉลิมศักดิ์ ทานเจริญ	- อายุสัญญา 3 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2560 ถึง 30 มิถุนายน 2561 อัตราค่าเช่าเดือนละ 57,000 บาท ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2561 ถึง มิถุนายน 2562 อัตราค่าเช่า เดือนละ 59,100 บาท ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2562 ถึง 30 มิถุนายน 2563 อัตราค่าเช่าเดือนละ 61,305 บาท

ในนามบริษัท ดีแอนด์ดับบลิว (เอเชีย) จำกัด (บริษัทย่อย)

ที่ตั้ง	เจ้าของกรรมสิทธิ์	รายละเอียดสัญญา
- โรงงาน เลขที่ 636/11-12 หมู่ 3 ถนนพุทธรักษา ตำบลแพรกษา อ.เมือง จ.สมุทรปราการ	บริษัท ทู ทราย์ จำกัด	อายุสัญญา 3 ปี ตั้งแต่วันที่ 9 มกราคม 2560 ถึง 9 มกราคม 2561 อัตราค่าเช่าเดือนละ 250,000 บาท ตั้งแต่วันที่ 9 มกราคม 2561 ถึง 9 มกราคม 2563 อัตราค่าเช่าเดือนละ 307,000 บาท <u>ต่อสัญญาแล้ว อายุสัญญา 3 ปี</u> ตั้งแต่วันที่ 9 มกราคม 2563 ถึง 8 มกราคม 2564 อัตราค่าเช่าเดือนละ 307,000 บาท ตั้งแต่วันที่ 9 มกราคม 2564 ถึง 9 มกราคม 2566 อัตราค่าเช่าเดือนละ 310,000 บาท
- โรงงาน เลขที่ 634 หมู่ 3 ถนนพุทธรักษา ตำบลแพรกษา อ.เมือง จ.สมุทรปราการ	บริษัท ทู ทราย์ จำกัด	อายุสัญญา 3 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2562 ถึงวันที่ 31 สิงหาคม 2565 อัตราค่าเช่าเดือนละ 150,000 บาท

ในนามบริษัท ทีค ดีเวลลอปเม้นท์ (เอเชีย) จำกัด (บริษัทย่อย)

ที่ตั้ง	เจ้าของกรรมสิทธิ์	รายละเอียดสัญญา
-อาคารตึกแถว 4 ชั้น เลขที่ 334 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ (ที่ตั้งสำนักงานบริษัท)	นายวุฒม์ ภาณุพัฒน์พงศ์	อายุสัญญา 1 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2562 ถึง 31 มกราคม 2563 อัตราค่าเช่าเดือนละ 50,000 บาท
- อาคารเลขที่ 257/28,257/29 ห้อง D5,D6 โครงการ THE WIZ RATCHADA ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร (ที่ตั้ง Sale Gallery โครงการที่ศรีราชา)	บริษัท ทีดับบลิวแซด คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	อายุสัญญา 3 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561 ถึง 30 ตุลาคม 2564 อัตราค่าเช่าเดือนละ 247,000 บาท
- เลขที่ดิน 2879 หน้าสำรวจ 1203 ตำบลคลองเตย อำเภอพระโขนง กรุงเทพมหานคร (ที่ตั้ง Sale Gallery โครงการที่คสาทร)	นางสาวนิพาดา ชาติกะวรรณ	อายุสัญญา 2 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2562 ถึง 1 ตุลาคม 2564 อัตราเช่าเดือนละ 160,000 บาท

ในนามบริษัท แสนสรา ไลฟ์สไตล์ เซอร์วิส จำกัด (บริษัทย่อย)

ที่ตั้ง	เจ้าของกรรมสิทธิ์	รายละเอียดสัญญา
-ที่ดินและอาคารสโมสรและทรัพย์สินส่วนกลางของโครงการที่อยู่อาศัยเพื่อผู้เกษียณอายุแสนสรา ตำบลหินเหล็กไฟ อำเภอหัวหิน ประจวบคีรีขันธ์	บริษัท แสนสรา ดีเวลลอปเม้นท์	อายุสัญญา 30 ปี ตั้งแต่วันที่ 12 ธันวาคม 2562 ถึง 11 ธันวาคม 2592 อัตราค่าเช่าเดือนละ 175,000 บาท

ในนามบริษัท แสนสรา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (บริษัทย่อย)

ที่ตั้ง	เจ้าของกรรมสิทธิ์	รายละเอียดสัญญา
-บ้านตัวอย่าง Type A ของโครงการที่อยู่อาศัยเพื่อผู้เกษียณอายุแสนสรา ตำบลหินเหล็กไฟ อำเภอหัวหิน ประจวบคีรีขันธ์	นางศุภรัฐ พิศาลบุตร และ นางนริสา เนืองสิทธิ์	อายุสัญญา 3 ปี ตั้งแต่วันที่ 20 มิถุนายน 2560 ถึง 19 มิถุนายน 2563 อัตราค่าเช่าเดือนละ 125,459.65 บาท
-บ้านตัวอย่าง Type B ของโครงการที่อยู่อาศัยเพื่อผู้เกษียณอายุแสนสรา ตำบลหินเหล็กไฟ อำเภอหัวหิน ประจวบคีรีขันธ์	นางอรสาง สารกิจปรีชา และ นางสาวปณยา สารกิจปรีชา	อายุสัญญา 3 ปี ตั้งแต่วันที่ 22 กันยายน 2560 ถึง 21 กันยายน 2563 อัตราค่าเช่าเดือนละ 133,793.34 บาท
-บ้านตัวอย่าง Type C ของโครงการที่อยู่อาศัยเพื่อผู้เกษียณอายุแสนสรา ตำบลหินเหล็กไฟ อำเภอหัวหิน ประจวบคีรีขันธ์	นางนริสา เนืองสิทธิ์	อายุสัญญา 3 ปี ตั้งแต่วันที่ 9 มกราคม 2561 ถึง 8 มกราคม 2564 อัตราค่าเช่าเดือนละ 128,473.34 บาท

สรุปสัญญาที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ

บันทึกข้อตกลงการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่าย	
คู่สัญญา	: บริษัท ไทยผลิตภัณฑ์ยิปซัม จำกัด (มหาชน) (“Gyproc”) กับ บริษัท บิวเดอร์สมาร์ต จำกัด (มหาชน) (“BSM”)
วันที่ทำบันทึก	: 20 ธันวาคม 2550
สาระสำคัญของบันทึกข้อตกลง	: - BSM ตกลงซื้อสินค้าจาก Gyproc เพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้าภายในเขตจังหวัด กรุงเทพมหานคร และ สาขาต่างจังหวัด - สินค้าที่ตกลงซื้อตามสัญญานี้ ได้แก่ แผ่นยิปซัมบอร์ดทุกชนิด, โครงคร่าวเหล็ก, ปูนปลาสเตอร์, อุปกรณ์ประกอบการติดตั้งทั้งระบบ และสินค้าอื่นๆ - การชำระเงินภายใน 60 วัน นับจากวันเปิด invoice ในการส่งสินค้า - BSM ขายสินค้าตามเป้าหมายการขาย ที่ทาง Gyproc แจ้งให้ทราบเป็นรายไตรมาส - BSM จะสั่งซื้อสินค้าจาก Gyproc ทุกๆเดือน จำนวนไม่ต่ำกว่าเป้าหมายการขาย เพื่อให้มีสินค้าเพียงพอที่จะจำหน่ายให้แก่ลูกค้าตลอดเวลา - Gyproc จะให้ความช่วยเหลือและความร่วมมืออย่างเต็มที่แก่ BSM เพื่อให้ทาง BSM สามารถดำเนินการขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
ระยะเวลาผูกพัน	: บันทึกข้อตกลงมีอายุ 1 ปี และกรณีที่ไม่มีคู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งบอกเลิกสัญญา ให้ถือว่าคู่สัญญาตกลงต่ออายุสัญญานี้ออกไปอีกคราวละ 1 ปี ตามข้อกำหนดและเงื่อนไขแห่งสัญญานี้ทุกประการ
เงื่อนไขอื่น	: - BSM จะต้องนำหนังสือคำประกันของธนาคารมามอบให้แก่ Gyproc เพื่อเป็นประกันการชำระราคาสินค้าตามสัญญานี้เต็มตามจำนวนที่ทาง Gyproc กำหนดตลอดอายุสัญญา - หาก BSM ไม่สามารถทำยอดขายได้ตามเป้าหมายการขายเป็นระยะเวลา 2 ไตรมาสติดต่อกัน Gyproc มีสิทธิที่จะบอกเลิกหรือปรับเปลี่ยนเงื่อนไขกับ BSM ได้
ขอบเขตอำนาจของกฎหมาย	: บันทึกข้อตกลงฉบับนี้และบรรดาสัญญาต่างๆ ระหว่าง Gyproc และ BSM จะใช้บังคับและแปลความตามกฎหมายไทย

เครื่องหมายการค้าที่บริษัทจดทะเบียนมีดังนี้

ลำดับ	เครื่องหมายการค้า	ประเภทผลิตภัณฑ์
1		เครื่องหมายการค้าสำหรับบริการจัดการขายวัสดุก่อสร้าง
2		ผลิตภัณฑ์โครงค้ำว ระบบผนังและฝ้าเพดานยิปซัม ภายใต้ตราสินค้าของบริษัท
3		โครงค้ำวผนังและเพดานสำหรับงานแผ่นยิปซัม ที่ได้รับการรับรองจากมาตรฐานอุตสาหกรรม
4		โครงค้ำวฝ้าเพดานสำหรับงานแผ่นยิปซัม
5		บัวเพดานสำเร็จรูปทำจากยิปซัม
6		ช่องเปิดฝ้าเพดานสำเร็จรูป
7		ผลิตภัณฑ์ฝ้าเพดานและผนังยิปซัม ภายใต้ตราสินค้า "Gyproc"
8		ฉนวนกันความร้อน
9		แผ่นผนังสำเร็จรูป
10		ประตูอลูมิเนียม, มีอับประตูทำจากสแตนเลสสตีล, แผ่นอลูมิเนียมใช้บุฝ้าเพดาน
11		ระบบประตูบานเลื่อนล้อบน
12		ระบบประตูบานเลื่อนเกี่ยวล้อล่าง
13		ผนังกระจก 2 ชั้น
14		ระบบเฟรมอลูมิเนียมสำหรับงานกันผนัง ตกแต่งภายในสำนักงาน
15		ระบบประตูหน้าต่างภายนอกคุณภาพสูง
16		มู่ลี่ม้วน นวัตกรรมใหม่จากประเทศออสเตรเลีย
17		มู่ลี่จีบ สำหรับช่องเปิดขนาดใหญ่

เงินลงทุนของบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ มีบริษัทย่อย 7 บริษัท รายละเอียด ดังนี้

บริษัท	หน่วย: พันบาท		สัดส่วนเงินลงทุน (ร้อยละ)	มูลค่าเงินลงทุนตามวิธีราคาทุน
	หน่วย: พันบาท	หน่วย: พันรูป	2562	2562
บริษัท อินสตอลไดเรค จำกัด	10,000.00	-	100.00	9,999.70
บริษัท บิวเดอสมาร์ท คอนสตรัคชั่น ซิสเต็ม จำกัด	-	1,000.00	99.70	683.80
บริษัท ดีแอนด์ดับบลิว (เอเชีย) จำกัด	60,000.00	-	100.00	59,999.70
บริษัท บิวดีง บลิ่ง จำกัด	500.00	-	50.99	254.95
บริษัท แสนสรา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด	150,000.00	-	100.00	149,999.98
บริษัท แสนสรา ไคฟ์สไตล์ เซอร์วิส จำกัด	500.00	-	100.00	499.98
บริษัท ทีค ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด	500.00	-	100.00	149,999.50
รวม	150,000.00			371,437.61
หัก ค่าเผื่อด้อยค่าเงินลงทุน				(3,668.31)
สุทธิ				367,769.30

นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

นโยบายการลงทุนของบริษัทฯ คือ บริษัทฯ จะพิจารณาลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องและเชื่อมโยงประโยชน์ต่อการทำธุรกิจหลักของบริษัทฯ หรือเป็นธุรกิจซึ่งอยู่ในอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มการเจริญเติบโตและจะคำนึงถึงอัตราผลตอบแทนที่ได้รับจากการลงทุนเป็นสำคัญ โดยบริษัทฯ จะควบคุมดูแลด้วยการส่งกรรมการเข้าไปเป็นตัวแทนตามสัดส่วนการถือหุ้นในกรณีที่บริษัทร่วม บริษัทฯ จะไม่เข้าไปควบคุมดูแลอย่างเคร่งครัด เพียงแต่จัดส่งตัวแทนจากบริษัทฯ เข้าไปเป็นกรรมการในบริษัทนั้นๆ ทั้งนี้จำนวนตัวแทนจากบริษัทฯ ที่เข้าไปเป็นกรรมการจะขึ้นอยู่กับสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัท และบริษัทย่อย ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายใด ที่อาจก่อให้เกิดผลเสียหายต่อบริษัท สูงกว่าร้อยละ 5 ของ ส่วนของผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายใดที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบในด้านลบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท และบริษัทย่อยอย่างมีนัยสำคัญ

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท	:	บริษัท บิวเดอร์สมาร์ต จำกัด (มหาชน) BuilderSmart Public Company Limited
ชื่อย่อหลักทรัพย์	:	BSM
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107550000173
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	:	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงสำหรับอาคารสำนักงานและที่อยู่อาศัย โดยเน้นผลิตภัณฑ์ที่มีดีไซน์และนวัตกรรมใหม่ๆ
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 905/7 ถนนพระราม 3 ซอย 51 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120
โทรศัพท์สำนักงานใหญ่	:	0-2683-4900
โทรสารสำนักงานใหญ่	:	0-2683-4949
Home Page	:	www.buildersmart.com
จำนวนทุนจดทะเบียน	:	218,514,314.00 บาท จำนวนหุ้นสามัญ 2,185,143,140 หุ้น มูลค่าต่อหุ้นที่ตราไว้ 0.10 บาท
จำนวนทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว	:	213,050,619.30 บาท (ข้อมูลล่าสุด ณ 5 มีนาคม 2563)

บุคคลอ้างอิง :

- นายทะเบียนหลักทรัพย์ : บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
93 ถนนรัชดาภิเษก แขวง ดินแดง เขต ดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400
โทรศัพท์ 0 2009 9999
- ผู้สอบบัญชี : บริษัท เอเอ็นเอส ออดิท จำกัด
เลขที่ 100/72 ชั้น 22, 100/2 อาคารว่องวานิชคอมเพล็กซ์ บี
ถนนพระราม 9 แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310
โทรศัพท์ 02-645-0109 โทรสาร 02-645-0110