

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

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

ด้วยวิสัยทัศน์ของผู้บริหารที่ต้องการนำเสนอผลิตภัณฑ์ก่อสร้างสูงที่มีคุณภาพสูง จึงได้ติดต่อกับ Fletcher Aluminium, New Zealand เพื่อนำเข้าสินค้าที่เป็นระบบประตูหน้าต่างคุณภาพสูงจากประเทศนิวซีแลนด์ ซึ่งมีการออกแบบที่มีนวัตกรรมสวยงาม คงทน และเหมาะสมสำหรับติดตั้งในประเทศที่ตั้งอยู่ในภูมิภาคเขตร้อนชื้น เพื่อจัดจำหน่ายในประเทศไทย

ต่อมาได้ทำการจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท ดีแอนด์ดับบลิว (เอเชีย) จำกัด ขึ้นมาเมื่อวันที่ 7 มกราคม 2556 โดยปัจจุบันทางบริษัท ดีแอนด์ดับบลิว (เอเชีย) จำกัด ได้รับสิทธิบัตรเป็นผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายแห่งเดียวของประเทศไทย และภูมิภาคเอเชีย สำหรับระบบประตูหน้าต่าง Fletcher สินค้าของบริษัทได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี มีการติดตั้งผลิตภัณฑ์ของบริษัท ในโครงการบ้าน คอนโดมิเนียม โรงแรมและรีสอร์ทชั้นนำ, โรงเรียนนานาชาติ, วิทยาการbinแห่งประเทศไทย จำกัด และบริษัทต่างๆ อีกมากมาย

จากการต่อยอดทางธุรกิจและความมุ่งมั่นที่จะเติบโตอย่างไม่หยุดยั้ง ทำให้ปัจจุบันบริษัท บิวเดอสมาร์ท จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ดำเนินการผลิตและจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ก่อสร้างคุณภาพสูง สำหรับอาคารและที่อยู่อาศัย สินค้าของกลุ่มบริษัทมีความหลากหลายมากขึ้น โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่มผลิตภัณฑ์หลักได้แก่ 1.) ระบบฝ้าเพดาน และผนังยิบซัม (BSM Wall & Ceiling) 2.)ระบบอลูมิเนียมสำหรับงานตกแต่งภายใน (Aluminium for Interiors Systems) และ 3.) ระบบประตูหน้าต่างคุณภาพสูง (High Performance Doors& Windows)

จากวิสัยทัศน์ของบริษัท ที่ต้องการคิดค้น สร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ก่อสร้างคุณภาพสูงเพื่อชีวิตที่ดีขึ้น สะท้อนให้เห็นได้จากผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจัดจำหน่ายจะเป็นผลิตภัณฑ์ก่อสร้างคุณภาพสูง โดยบริษัทมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย มีคลังสินค้าขนาดใหญ่เพื่อเก็บสินค้ารองรับความต้องการของลูกค้าได้ทันเวลาเสมือนเป็นคลังสินค้าให้กับลูกค้า มีระบบการจัดส่งที่มีประสิทธิภาพใช้ระบบ GPS ในการควบคุมการจัดส่ง ลูกค้าสามารถสอบถามสถานะการจัดส่งได้ตลอดเวลาจนสินค้าถึงที่หมาย นอกจากนี้บริษัทยังจัดให้มี Training Center ที่อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่เป็นผู้รับเหมาสามารถส่งทีมช่างมาอบรม เพื่อให้เกิดความรู้ความชำนาญในการติดตั้งผลิตภัณฑ์ฝ้าเพดานและผนังกันห้องที่เป็นผลิตภัณฑ์ของบริษัท ช่วยให้งานของลูกค้ามีคุณภาพและทำงานได้รวดเร็ว ซึ่งบริษัทได้จัดการอบรมให้โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ลูกค้าสามารถเข้าฝึกอบรมทั้งทางทฤษฎีและทางปฏิบัติจริง

ที่ผ่านมาธุรกิจของบริษัทมีการเติบโตและนำไปสู่การขยายธุรกิจ ในลักษณะเป็นการต่อยอดจากธุรกิจเดิม จากผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ก่อสร้าง ขยายธุรกิจเป็น**เจ้าของโครงการก่อสร้างที่อยู่อาศัย**

ในปี 2559 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นได้อนุมัติให้บริษัทลงทุนในโครงการ Senior Living Project ภายใต้ชื่อ โครงการ Sansara ซึ่งเป็นการสร้างชุมชนที่พักอาศัยสำหรับชาวต่างชาติที่ต้องการใช้ชีวิตหลังเกษียณอายุในประเทศไทย โครงการตั้งอยู่ในโครงการ Black Mountain Lifestyle Resort ที่ตำบลหินเหล็กไฟ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทั้งนี้เนื่องจากบริษัทได้เล็งเห็นว่าชุมชนหลังวัยเกษียณที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุได้รับความนิยมและประสบความสำเร็จในยุโรปและออสเตรเลีย ประกอบกับอายุเฉลี่ยของคนสูงขึ้น จากการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงการใช้ชีวิตความเป็นอยู่ และความก้าวหน้าทางด้านการแพทย์ ประเทศไทยเป็นแหล่งยอดนิยมสำหรับการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในด้านการให้การต้อนรับและสามารถจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกในการอยู่อาศัย และการบริการทางการแพทย์ที่ดี และจากการสำรวจของหนังสือนิตยสาร Fortune พบว่าอำเภอหัวหิน เป็นหนึ่งในสิบของโลกที่เป็นสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงวัยมาใช้ชีวิตในบั้นปลาย บริษัทจึงเลือกสถานที่ในการทำโครงการ ที่อำเภอหัวหิน ลักษณะของโครงการเป็นการให้เช่าสิ่งปลูกสร้างที่มีกำหนดระยะเวลาเช่าตลอดอายุของผู้เช่า ผู้เช่าจะต้องมีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป โดยโครงการจะดูแลและบริหารสิ่งปลูกสร้าง ระบบสาธารณูปโภค ให้อยู่ในสภาพดีตามมาตรฐานโรงแรม 5 ดาว ตลอดจนจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวก บริการทางการแพทย์ และบริการอื่นๆให้กับผู้เช่าตามความสนใจของผู้อยู่อาศัย เช่น งานศิลปะ การทำอาหารไทย การเล่นเกมโยคะ ไทชิ รวมไปถึงการสนทนาการต่างๆร่วมกัน เพื่อการใช้ชีวิตหลังเกษียณมีความสุขและมีสังคม

ปีที่ผ่านมา บริษัทจึงได้จัดตั้งบริษัทย่อย 2 บริษัท คือ บริษัท แสนสรา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด และ บริษัท แสนสรา โลฟิส്ടิสเ์ส เซอร์วิส จำกัด เพื่อดำเนินการจัดซื้อที่ดิน และก่อสร้างสิ่งปลูกสร้าง ตลอดจนบริหารส่วนกลางให้กับโครงการ

จากการที่บริษัทเพิ่มสายงานธุรกิจ (business line) ออกไป จะทำให้ธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯเติบโต และมีความสามารถในการสร้างรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับพันธกิจของบริษัทในอันที่จะสร้างธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน บนความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยดีตลอดไป

วิสัยทัศน์ vision

คิดค้น สร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ก่อสร้างคุณภาพสูงเพื่อชีวิตที่ดีขึ้น

พันธกิจ (Mission)

- 1) คิดค้นผลิตภัณฑ์และการบริการที่มีคุณภาพ และนวัตกรรม
- 2) สร้างธุรกิจที่เติบโตอย่างยั่งยืน
- 3) ส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ รวดเร็ว และคุ้มค่า

ค่านิยมหลักขององค์กร (Corporate Core Values)

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

ทิศทางและแผนงานในอนาคต

ทิศทางและแผนงานของบริษัทสำหรับปี 2560 แบ่งตามกลุ่มผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท ดังนี้

1. ALLOY : ระบบอลูมิเนียมสำหรับงานตกแต่งภายใน บริษัทได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของตลาด โดยได้ขยายตลาดมายังกลุ่มที่อยู่อาศัยและศูนย์สุขภาพ หรือ โรงพยาบาลมากขึ้น ซึ่งเดิมบริษัทมุ่งเน้นกลุ่มอาคารสำนักงาน เป็นหลัก ณ ปัจจุบันบริษัทมีศูนย์บริการสินค้าในกลุ่มผลิตภัณฑ์ ALLOY ซึ่งมีผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจัดแสดงและลูกค้าสามารถสั่งซื้อและรับสินค้าได้ที่ศูนย์บริการ ลูกค้าในกลุ่มนี้ ได้แก่ มัณฑนากรและผู้รับเหมาตกแต่งภายใน

ปีที่ผ่านมา บริษัทได้มีการออกแบบระบบประตูบานเลื่อน “ ALLOY S40” เพื่อเจาะตลาดคอนโดมิเนียม ซึ่งผลิตภัณฑ์ ALLOY S40 มีคุณสมบัติพิเศษ เป็นประตูบานเลื่อนที่มีการออกแบบที่สวยงาม มีรางแขวนด้านบนไม่มีเฟรมด้านล่าง การดีไซน์เป็นแบบ slim มีหลากหลายสีให้เลือกตามความต้องการของลูกค้า ที่ผ่านมามีสินค้าได้รับการตอบรับพอสมควร ได้ใช้ในโครงการใหญ่ หลายๆโครงการ สำหรับปี 2560 ก็ยังคงเดินหน้าทำการตลาดต่อไป

2. GYPSUM : ระบบฝ้าเพดานและผนังยิปซัม บริษัทได้แบ่งทีมดูแลลูกค้าเป็น 2 ทีม ดังนี้

ทีมดูแลลูกค้าหลัก : เนื่องจากลูกค้าหลักของบริษัทเป็นผู้รับเหมาตกแต่งภายใน และ ผู้รับเหมางานยิปซัม ซึ่งมักจะรับงานโครงการขนาดใหญ่จึงต้องการรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และคุณสมบัติการใช้งานที่ละเอียด บริษัทจึงจัดให้มีทีมเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายที่มีประสบการณ์ และมีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี ดูแลอย่างใกล้ชิด โดยแบ่งทีมขายดูแลลูกค้าเป็น 2 ฝ่าย คือ ทีมดูแลผู้รับเหมาตกแต่งภายใน และทีมดูแลผู้รับเหมางานยิปซัม รวมทั้งได้ปรับเปลี่ยนการทำงานของหน่วยงานที่สนับสนุนงานขาย เช่น หน่วยงาน sale support และ call centre ให้สอดคล้องกับการแบ่งทีมขายด้วยเช่นกัน เพื่อให้การดูแลลูกค้ามีความคล่องตัวและรวดเร็วยิ่งขึ้น

นอกจากนี้บริษัทยังมีระบบ Membership Program สำหรับลูกค้าที่มีการซื้อขายอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการเป็นสมาชิกมีหลายระดับ ตั้งแต่ระดับ Platinum ,Gold, Specialist โดยแต่ละระดับจะได้เครดิต และวงเงินแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับ ประวัติการซื้อ และการชำระค่าสินค้า ถ้าลูกค้ามีประวัติการซื้อและการชำระเงินที่ดี ก็จะได้รับสิทธิประโยชน์ที่หลากหลาย เช่น ซื้อสินค้าได้ในราคาพิเศษกว่าราคาปกติ นอกจากนี้บริษัทยังให้บริการพิเศษ จัดส่งสินค้าฟรีสำหรับลูกค้าที่มีการสั่งซื้อมากกว่า 5,000บาทต่อครั้ง และบริษัทมีการจัดกิจกรรมเพื่อประสานความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับลูกค้าอีกมากมาย พร้อมกันนี้บริษัทยังให้บริการฝึกอบรมการติดตั้งผลิตภัณฑ์

ของบริษัท โดยบริษัทมี Training Centre ไว้คอยให้บริการ และมี Gyproc Centre ซึ่งเป็นโชว์รูมจัดแสดงสินค้าที่บริษัทจัดจำหน่าย ลูกค้าสามารถใช้เป็นที่ประชุมพบปะกับลูกค้าของสมาชิกได้
ปีที่ผ่านมา บริษัทได้มีการพัฒนาระบบ software ในการดูแลลูกค้าและติดตามงานโครงการต่างๆ (SBA Systems) โดยให้พนักงานขายใช้เพื่อติดตามโครงการต่างๆได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

บริษัทยังมีแผนก Call Centre ที่คอยให้บริการช่วยเหลือลูกค้า ในด้านการเช็คสต็อกสินค้า ตรวจสอบวงเงิน แจ้ง promotion และติดต่อประสานงานการจัดส่งสินค้า ลูกค้าสามารถสอบถามสถานะของรถจัดส่งได้ตลอดเวลา เพื่อให้ลูกค้าสามารถวางแผนรับสินค้าได้อย่างสะดวกมากขึ้น โดยปีที่ผ่านมาบริษัทได้เปลี่ยนโครงสร้างการทำงานของแผนกให้สอดคล้องกับการแบ่งทีมขาย เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น

ทีมดูแลลูกค้ารายย่อย : สำหรับลูกค้ารายย่อยที่มาซื้อและรับสินค้าที่บริษัท จะได้รับการดูแลผ่านทาง Call Centre และเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ Gyproc Centre

จากแผนงานปีที่ผ่านมา บริษัทต้องการจะอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้ากลุ่มนี้มากขึ้น โดยนำเทคโนโลยี online เข้ามาพัฒนา internet application ให้ง่ายและสะดวกในการเข้าถึงสินค้าของบริษัท โดยบริษัทจะให้บริการแบบครบวงจรสำหรับการสั่งซื้อสินค้าผ่าน internet application ลูกค้าสามารถสั่งซื้อผ่านช่องทางนี้ รวมถึงสามารถเช็คสต็อกสินค้าได้ด้วยตนเอง และยังมีบริการชำระค่าสินค้าผ่านทาง online ที่สะดวกรวดเร็ว นอกจากนี้ลูกค้ายังสามารถเช็คราคา และ promotion ด้วยตนเองอีกด้วย ซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวกในการสั่งซื้อให้กับลูกค้ารายย่อยมากขึ้น แต่จากการสำรวจตลาดพบว่าลูกค้ารายย่อยส่วนใหญ่ติดตอสั่งซื้อสินค้าผ่านทางโทรศัพท์และทางไลน์ จึงได้พักการพัฒนากระบวนดังกล่าวไว้ก่อน

3. HIGH PERFORMANCE DOORS & WINDOWS : ระบบประตูหน้าต่างคุณภาพสูง

ระบบประตูหน้าต่างคุณภาพสูง เป็นสินค้าที่บริษัท ดีแอนด์ดับบลิว (เอเซีย) จำกัด เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่าย โดยในปี 2560 บริษัทจะมุ่งผลิตและจำหน่ายสินค้าประตูหน้าต่างและมุ้งกันแมลงซึ่งเป็นสินค้าหลักของบริษัท (Core Product) โดยจะเน้นผลิตสินค้าที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า (Product Solution) บริษัทมีแผนที่จะขยายฐานลูกค้าในประเทศเพิ่มขึ้นโดยผ่านทีมขายของบริษัทเป็นหลัก สำหรับปี 2560 บริษัทมีแผนที่จะพัฒนาช่องทางทางการขายผ่านผู้จัดจำหน่าย (Dealer) โดยกำหนดคุณสมบัติและคัดเลือกผู้จัดจำหน่ายที่เหมาะสมกับธุรกิจของบริษัท และมีแผนสร้างโครงข่ายความสัมพันธ์กับผู้จัดจำหน่ายในแต่ละภูมิภาครวมถึงในต่างประเทศด้วย

4. NEW PRODUCT LINES : ผลิตภัณฑ์ใหม่

สำหรับปี 2560 บริษัทมีแผนที่จะทำการตลาดและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ 2 ผลิตภัณฑ์ คือ

- ALLOY DOORFRAME : วงกบประตูของ alloy ทำจากอลูมิเนียมเส้น ซึ่งมีคุณสมบัติแตกต่างจากวงกบทั่วไป คือ ติดตั้งง่าย โดยนำไปครอบผนังแทนการยึดติดกับผนัง และสามารถปรับขนาดของวงกบตามความหนาบางของผนังได้ตั้งแต่ 9 – 20 เซนติเมตร ซึ่งทำให้งานติดตั้งรวดเร็ว และสวยงาม เหมาะสำหรับงานติดตั้งในคอนโดมิเนียม และอาคารสำนักงาน โดยในปีนี้บริษัทตั้งเป้าที่จะเน้นตลาดที่มีการเติบโตสูง คือ กลุ่มงานก่อสร้างโรงพยาบาล

- ULTRA WALL : ระบบผนังที่จะนำมาใช้แทนงานก่ออิฐฉาบปูน ซึ่งทำให้งานก่อสร้างผนังรวดเร็ว และคุณภาพดีขึ้น ปัจจุบันอยู่ระหว่างพัฒนาผลิตภัณฑ์ คาดว่าจะเริ่มทำการตลาดประมาณกลางปี 2560

โครงการ Sansara (Senior Living Project) :

จากการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2559 เมื่อวันที่ 28 เมษายน 2559 ที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้อนุมัติการลงทุนใน Senior Living Project ภายใต้ชื่อโครงการ Sansara ซึ่งเป็นโครงการสร้างชุมชนสำหรับคนที่ใช้ชีวิตหลังเกษียณอายุ โดยจัดให้มีสิ่งปลูกสร้างและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับให้บริการ ซึ่งได้รับการออกแบบให้มีความเหมาะสมสำหรับการใช้ชีวิตหลังเกษียณอายุ โดยรูปแบบโครงการเป็นการทำสัญญาเช่า ซึ่งมีกำหนดระยะเวลาเช่าตลอดอายุของผู้เช่า ตั้งอยู่ในโครงการ Black Mountain Lifestyle Resort ที่ตำบลหินเหล็กไฟ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มูลค่าการลงทุนประมาณ 372 ล้านบาท

ในปี 2559 คณะกรรมการบริษัทได้มีมติจัดตั้งบริษัท แสนสรา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย เพื่อดำเนินการจัดซื้อที่ดิน สร้างสิ่งปลูกสร้าง และเป็นผู้ให้เช่าสิ่งปลูกสร้างสำหรับโครงการ ซึ่งได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทเมื่อวันที่ 10 พฤษภาคม 2559 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน 100,000,000 ล้านบาท และได้มีมติอนุมัติจัดตั้งบริษัทย่อยอีกแห่ง ชื่อ บริษัท แสนสรา ไลฟ์สไตล์ เซอร์วิส จำกัด เพื่อเป็นตัวแทนบริหารจัดการส่วนกลางของโครงการ ซึ่งได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทไปแล้วเมื่อวันที่ 27 กรกฎาคม 2559 ด้วยทุนจดทะเบียน 500,000 บาท

โครงการได้เริ่มก่อสร้างตั้งแต่ไตรมาสที่ 4 ปี 2559 โดยไตรมาสที่ 1 ของปี 2560 บริษัทเริ่มทำ pre-sale ส่วนการก่อสร้าง sale gallery บ้านตัวอย่าง คาดว่าจะแล้วเสร็จ ประมาณต้นไตรมาส 2 ของปี

การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในปี 2559

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการบริหารของกลุ่มบริษัท

คณะกรรมการบริษัทได้พิจารณาทบทวนโครงสร้างการบริหารของกลุ่มบริษัท มีมติให้แบ่งแยกสายการบริหารให้ชัดเจนขึ้น โดยแต่งตั้งประธานเจ้าหน้าที่บริหารแยกตามสายธุรกิจ เพื่อบริหารกิจการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงขึ้น สอดคล้องกับการเติบโตของธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ โดยได้แต่งตั้งประธานเจ้าหน้าที่บริหารในแต่ละบริษัทดังนี้

คุณสฤชัย เนื่องสิทธิ์	ดำรงตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (CEO) บริษัท บิวเดอสมาร์ท จำกัด (มหาชน)
คุณหยาง ชวน โมห์	ดำรงตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (CEO) บริษัท ดีแอนด์ดับบลิว (เอเชีย) จำกัด
คุณสุเรช ชูบรามานิยม	ดำรงตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (CEO) บริษัท แสนสรา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด

บริษัท บิวเดอสมาร์ท จำกัด (มหาชน)

สืบเนื่องจากที่ประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้น เมื่อวันที่ 28 เมษายน 2559 ได้อนุมัติลงทุนในโครงการ Senior Living Project และได้อนุมัติการจัดหาเงินทุน โดยการเพิ่มทุนและการออกหุ้นกู้ ส่งผลให้เกิดการทำรายการที่สำคัญในระหว่างปี ดังนี้

1. บริษัทเปลี่ยนแปลงทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว รวมทั้งสิ้นจำนวน 3 ครั้ง รายละเอียดดังนี้

ครั้งที่ 1 ลดทุนจดทะเบียนจำนวน 7,595,753 หุ้น จากทุนจดทะเบียนเดิม 1,424,999,875 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 0.10 บาท จำนวนเงิน 142,499,987.50 บาท เป็น ทุนจดทะเบียนใหม่ 1,417,404,122 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 0.10 บาท จำนวนเงิน 141,740,412.20 บาท เมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2559 เพื่อยกเลิกหุ้นสามัญจดทะเบียนที่คงเหลือจากการรองรับการใช้สิทธิของใบแสดงสิทธิของหุ้นสามัญเดิม (BSM-W1)

ครั้งที่ 2 เพิ่มทุนจดทะเบียน 629,957,388 หุ้น จากทุนจดทะเบียน 1,417,404,122 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 0.10 บาท จำนวนเงิน 141,740,412.20 บาท เป็น ทุนจดทะเบียนใหม่ 2,047,361,510 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 0.10 บาท จำนวนเงิน 204,736,151 บาท เมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2559 เพื่อการลงทุนในโครงการ Senior Living Project เพิ่มสภาพคล่องเป็นเงินทุนหมุนเวียนให้บริษัท และเพื่อให้บริษัทมีฐานเงินทุนที่เข้มแข็งขึ้น เป็นการสร้างความพร้อมในการระดมทุนสำหรับการลงทุนในอนาคต และเพื่อรองรับการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทรุ่นที่ 2 (BSM-W2)

บริษัทได้จัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนดังต่อไปนี้

- จัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวนไม่เกิน 314,978,694 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 0.10 บาท เพื่อเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทตามสัดส่วนการถือหุ้น ในอัตราส่วน 4.5 หุ้นสามัญเดิม ต่อ 1 หุ้นสามัญใหม่ โดยผู้ถือหุ้นมีสิทธิที่จะจองซื้อหุ้นในจำนวนที่เกินกว่าสิทธิของตนได้ในราคาหุ้นละ 0.50 บาท
- จัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวนไม่เกิน 314,978,694 หุ้นเพื่อรองรับการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนรุ่นที่ 2 (BSM-W2) ของบริษัทซึ่งจัดสรรให้แก่ผู้ถือหุ้นของบริษัทที่จองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนตามสัดส่วนการถือหุ้นและที่จองซื้อหุ้นเกินสิทธิ

รายละเอียดเบื้องต้นของใบสำคัญแสดงสิทธิที่จัดสรรให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนการถือหุ้น

ชนิดของใบสำคัญแสดงสิทธิ :	ใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ ชนิดระบุชื่อผู้ถือและเปลี่ยนมือได้
จำนวนที่ออกและเสนอขาย :	278,576,554 หน่วย
ราคาเสนอขายต่อหน่วย :	หน่วยละ 0 บาท (ศูนย์บาท)
อายุของใบสำคัญแสดงสิทธิ :	2 ปี 6 เดือน นับจากวันออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิ
อัตราการใช้สิทธิ :	ใบสำคัญแสดงสิทธิ 1 หน่วย ต่อหุ้นสามัญ 1 หุ้น
ราคาการใช้สิทธิ :	ใบสำคัญแสดงสิทธิ 1 หน่วย สามารถใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนได้ในราคาหุ้นละ 0.50 บาท (ห้าสิบบาท)
การใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิ	ผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิสามารถใช้สิทธิได้ในวันทำการสุดท้ายของเดือน ทุกๆ ไตรมาส

บริษัทได้เสนอขายให้กับผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัท เมื่อวันที่ 6-13 มิถุนายน 2559 มีผู้ถือหุ้นเดิมมาใช้สิทธิจำนวน 652 คนจำนวนหุ้นสามัญที่ขายได้ในครั้งนี้จำนวน 278,576,554 หุ้น และใบสำคัญแสดงสิทธิจะซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนรุ่นที่ 2 (BSM-W2) จำนวน 278,576,554 หน่วย ตามสิทธิที่ผู้ถือหุ้นพึงได้จากการใช้สิทธิซื้อหุ้นเพิ่มทุน

ครั้งที่ 3 บริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงทุนชำระแล้ว เพิ่มขึ้นตามจำนวนหุ้นที่มีการใช้สิทธิ ทำให้ทุนชำระแล้วเพิ่มขึ้นจากเดิมจำนวน 141,740,412.20 บาท เป็นทุนชำระแล้วใหม่จำนวน 169,598,067.60 บาท และมีหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดจำนวน 1,695,980,676 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.10 บาท เมื่อวันที่ 20 มิถุนายน 2559

2. บริษัทได้ออกหุ้นกู้จำนวน 100 ล้านบาทชนิดระบุชื่อผู้ถือ ไม่มีหลักประกัน ไม่ด้อยสิทธิ ระยะเวลา 1 ปี
(รายละเอียดของหุ้นกู้เปิดเผยไว้ในหมายเหตุประกอบงบการเงิน ข้อ 16 เรื่องหุ้นกู้)

3. ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทคณะกรรมการบริษัท มีมติจัดตั้งบริษัทย่อยแห่งใหม่ จำนวน 2 บริษัท คือ

- บริษัท แสนสรา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ทุนจดทะเบียน 100,000,000 บาท
เพื่อซื้อที่ดิน สร้างสิ่งปลูกสร้าง และให้เช่าสิ่งปลูกสร้างภายในโครงการ Senior Living Project
- บริษัท แสนสรา ไลฟ์สไตล์ เซอร์วิส จำกัด ทุนจดทะเบียน 500,000 บาท
เพื่อเป็นตัวแทนบริหารจัดการส่วนกลางของโครงการ Senior Living Project

การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในบริษัทย่อย

บริษัท ดีแอนด์ดับบลิว (เอเชีย) จำกัด

บริษัทได้ออกหุ้นสามัญเพิ่มทุน จำนวน 6,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 5 บาท คิดเป็นทุนจดทะเบียนจำนวน 30,000,000 บาท ขายให้กับผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนการถือหุ้น เพื่อเป็นทุนหมุนเวียนของกิจการ ซึ่งบริษัท บิวเดอสมาร์ท จำกัด (มหาชน) ได้ซื้อหุ้นเพิ่มทุนรวมทั้งสิ้นจำนวน 30,000,000 บาท เพื่อคงสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทย่อยที่ร้อยละ 99.99 ของหุ้นที่ออกและจำหน่ายแล้วทั้งหมดของ

บริษัท บิวดีง บลิ่ง จำกัด

เมื่อวันที่ 20 มกราคม 2559 บริษัท บิวเดอสมาร์ท จำกัด (มหาชน) ได้ขายหุ้นสามัญของบริษัท บิวดีง บลิ่ง จำกัด ซึ่งดำเนินธุรกิจ ชื่อมา ขายไป และรับเหมาติดตั้งงานอลูมิเนียม บานเกล็ด จำนวน 9,799 หุ้น ในราคาหุ้นละ 25 บาท รวมเป็นเงิน 244,975 บาท ให้แก่ บริษัท ลูฟเวอร์ ซิสเต็ม ออสเตรเลีย จำกัด เพื่อเป็นการร่วมทุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับบานหน้าต่างและบานเกล็ด ส่งออกไปจำหน่ายที่ประเทศออสเตรเลีย มีผลทำให้บริษัทมีสัดส่วนการลงทุนในบริษัทดังกล่าว ลดลงจากร้อยละ 100 เป็นร้อยละ 51

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาที่สำคัญในอดีต

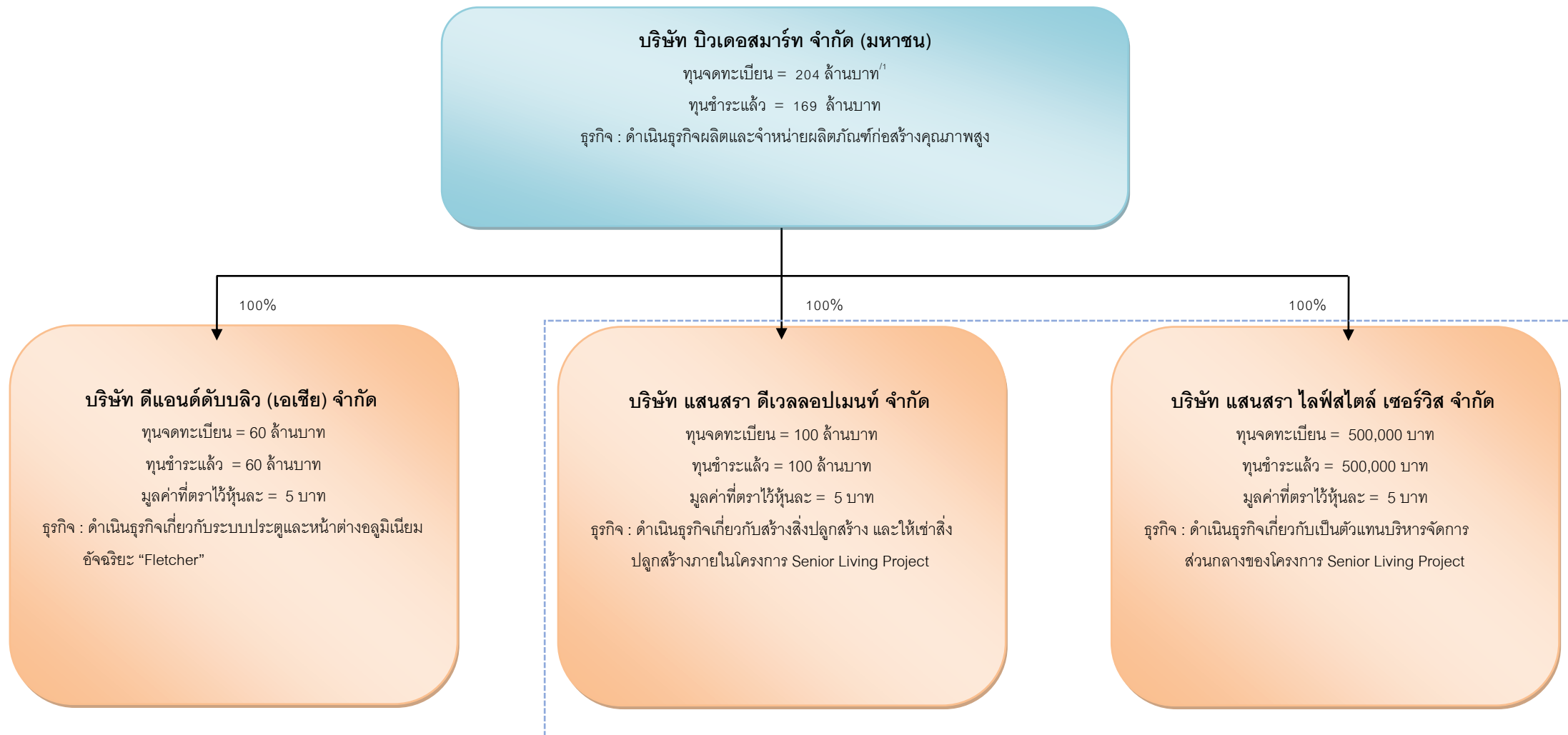
บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีความเป็นมาและพัฒนาการที่สำคัญนับตั้งแต่ช่วงเตรียมการเข้าเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ดังนี้

ปี 2550	:	<p>เพิ่มทุนจดทะเบียนจำนวน 47.00 ล้านบาท โดยออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 470,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เพื่อจัดสรรเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม และเสนอขายให้แก่กองทุนรวมแห่งหนึ่งในฐานะผู้ร่วมทุน จึงทำให้บริษัทมีทุนจดทะเบียนชำระเต็มมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็น 50.00 ล้านบาท และได้เปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จาก 100 บาท (หนึ่งร้อยบาท) เป็น 0.50 บาท (ห้าสิบบatang) และเพิ่มทุนจดทะเบียนจำนวน 25.00 ล้านบาท โดยออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 50,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท เพื่อจัดสรรไว้สำหรับการเสนอขายให้กับประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) ทำให้บริษัทมีทุนจดทะเบียนเพิ่มขึ้นเป็น 75.00 ล้านบาท</p> <p>บริษัทได้ดำเนินการแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด โดยบริษัทได้เปลี่ยนชื่อบริษัทจาก “บริษัท บิวเดอ สมาร์ท ดิสทริบิวชั่น เซนเตอร์ จำกัด” เป็น “บริษัท บิวเดอสมาร์ท จำกัด (มหาชน)” และเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ใช้ชื่อย่อหลักทรัพย์ว่า “BSM” เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2551</p>
ปี 2553	:	<p>ขยายธุรกิจโดยการจัดตั้งบริษัทย่อย ชื่อ “บริษัท อินสตอลไคเรค จำกัด” ด้วยทุนจดทะเบียน 5.00 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับงานติดตั้งผลิตภัณฑ์ของบริษัท โดยบริษัทฯ ถือหุ้นในสัดส่วน 100%</p> <p>ขยายธุรกิจโดยการจัดตั้งบริษัทย่อย ชื่อ “บริษัท บิวเดอสมาร์ท คอนสตรัคชั่น ซิสเต็ม จำกัด” จดทะเบียนในประเทศอินเดีย ด้วยทุนจดทะเบียน 5.00 ล้านบาทเพื่อดำเนินธุรกิจตัวแทนจำหน่ายสินค้าของ BSM ในประเทศอินเดีย โดยบริษัทฯ ถือหุ้นในสัดส่วน 100%</p>

ปี 2555	<p>: บริษัทฯ ออกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทครั้งที่ 1 หรือ “BSM-W1” จำนวน 75.00 ล้านหน่วย โดยจัดสรรให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนโดยไม่คิดมูลค่า กำหนดอัตราการใช้สิทธิแปลงสภาพ 1 ใบสำคัญแสดงสิทธิ ซื้อหุ้นสามัญได้ 1 หุ้น ในราคาใช้สิทธิ 0.50 บาทต่อหุ้น (ยกเว้นมีการปรับสิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิ) ทั้งนี้กำหนดใช้สิทธิได้ทุกวันทำการสุดท้ายของไตรมาส จนกว่าจะครบกำหนดอายุใบสำคัญแสดงสิทธิฯ (ศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมจากหัวข้อ 7.3 การออกหลักทรัพย์อื่น) บริษัทฯ ได้นำ BSM-W1 เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2556</p> <p>บริษัทฯ ออกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทครั้งที่ 1 ให้แก่กรรมการและพนักงาน หรือ “BSM-ESOP1” จำนวน 3.00 ล้านหน่วย โดยจัดสรรให้แก่กรรมการและพนักงานของบริษัท และบริษัทย่อยที่มีส่วนร่วมทำให้ธุรกิจให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง กำหนดอัตราการใช้สิทธิแปลงสภาพ 1 ใบสำคัญแสดงสิทธิ ซื้อหุ้นสามัญได้ 1 หุ้น ในราคาใช้สิทธิ 1.00 บาทต่อหุ้น (ยกเว้นมีการปรับสิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิ) ทั้งนี้กำหนดใช้สิทธิได้ครั้งเดียวในวันครบกำหนดอายุใบสำคัญแสดงสิทธิฯ (ศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมจากหัวข้อ 7.3 การออกหลักทรัพย์อื่น)</p> <p>เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 114.00 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 78.00 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท เพื่อรองรับการใช้สิทธิของ BSM-W1 และ BSM-ESOP1</p>
ปี 2556	<p>: ขยายธุรกิจโดยการจัดตั้งบริษัทย่อย ชื่อ “บริษัท ดีแอนด์ดับบลิว (เอเชีย) จำกัด” ด้วยทุนจดทะเบียน 30.00 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับระบบประตูและหน้าต่างอลูมิเนียมคุณภาพสูง “Fletcher” โดยบริษัทฯ ถือหุ้นในสัดส่วน 100%</p>
ปี 2557	<p>บริษัทฯ มีการลดทุนจดทะเบียนโดยตัดหุ้นสามัญจำนวน 20 หุ้น ซึ่งเป็นส่วนจัดสรรไว้รองรับ BSM-W1 แต่มีการจัดสรร BSM-W1 ไม่หมดทั้งจำนวน ส่งผลให้บริษัทฯ มีทุนจดทะเบียน 113.99 ล้านบาท และมีการแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จาก 0.50 บาท เป็น 0.10 บาท ส่งผลให้บริษัทฯ มีจำนวนหุ้นเพิ่มขึ้น จากเดิม 227,999,980 หุ้น เป็น 1,139,999,900 หุ้น</p> <p>บริษัทฯ มีการเพิ่มทุนชำระแล้วจากการใช้สิทธิของ BSM-W1 ในระหว่างปี ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทฯ มีทุนชำระแล้วเพิ่มขึ้นจาก 75.00 ล้านบาท เป็น 104.26 ล้านบาท</p>
2558	<p>บริษัท บิวเดอสมาร์ท จำกัด (มหาชน)</p> <p>ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2558 ได้มีมติอนุมัติเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 113.99 ล้านบาท เป็น 142.49 ล้านบาท เพื่อรองรับการจ่ายหุ้นปันผล และรองรับการปรับสิทธิของ WARRANT (BSM-W1) และ ESOP (BSM-ESOP1) ซึ่งในระหว่างปี บริษัทฯ มีผู้ถือหุ้นที่ใช้สิทธิแปลงสภาพใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัท รุ่นที่ 1 (BSM-W1) จำนวน 4 ครั้ง ทำให้บริษัทฯ มีจำนวนหุ้นสามัญเพิ่มขึ้นจำนวน 97,015,342 หุ้น คิดเป็นเงินสดที่บริษัทฯ ได้รับจำนวน 9.70 ล้านบาท นอกจากนี้ พนักงานของบริษัทฯ มีการใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัท ESOP1 ทำให้มีหุ้นสามัญเพิ่มขึ้นอีกจำนวน 11,750,000 หุ้น คิดเป็นเงินสดที่ได้รับจำนวน 1.88 ล้านบาท รวมเงินสดรับทั้งสิ้นจากการใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญทั้งสิ้นเท่ากับ 11.58 ล้านบาท</p>

	<p>บริษัท ดีแอนด์ดับบลิว (เอเชีย) จำกัด</p> <p>บริษัทออกผลิตภัณฑ์ใหม่ 2 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่</p> <p>BETTER VIEW เป็นสินค้าประเภทประตู หน้าต่างสำเร็จรูป ซึ่งลูกค้าสามารถซื้อและนำไปติดตั้งได้เอง โดยมีแผนที่จะจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศ</p> <p>VISTALITE เป็นสินค้าประเภทประตูหน้าต่างสำหรับที่อยู่อาศัยที่ต้องการช่องเปิดขนาดใหญ่</p> <p>บริษัท อินสตอลไดเรค จำกัด</p> <p>บริษัทได้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 5.00 ล้านบาท เป็น 10.00 ล้านบาท ซึ่งบริษัท บิวเดอสมาร์ท จำกัด (มหาชน) ยังคงถือหุ้นในสัดส่วน 100%</p> <p>บิวเดอสมาร์ท คอนสตรัคชั่น ซิสเต็ม จำกัด, ประเทศอินเดีย</p> <p>บริษัทได้ตัดสินใจหยุดดำเนินการ ตั้งแต่ไตรมาส 2 ของปี 2558 เนื่องจากบริษัทได้เปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาด โดยจะขายสินค้าให้กับตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการในประเทศอินเดียโดยตรง คือ ALLOY WAREHOUSE AND INTERIORS LLP ซึ่งจะเป็นผู้ดูแล เก็บสินค้า และกระจายสินค้าให้กับบริษัท ดังนั้นจึงไม่มีความจำเป็นต้องมีบริษัทย่อยในประเทศอินเดีย</p>
--	--

โครงสร้างกลุ่มบริษัท



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจของแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ก่อสร้างคุณภาพสูงสำหรับอาคารสำนักงานและที่อยู่อาศัย โดยเน้นผลิตภัณฑ์ที่มีดีไซน์และนวัตกรรมใหม่ๆ

โครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัทฯ

บริษัทและบริษัทย่อย สามารถแบ่งรายได้จากการขายสินค้าหลักออกเป็น 3 กลุ่มผลิตภัณฑ์และรายได้จากงานติดตั้ง โดยมีรายละเอียดโครงสร้างรายได้ปี 2557 – 2559 ดังนี้

สายผลิตภัณฑ์	ปี 2557		ปี 2558		ปี 2559	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1) ระบบฝ้าเพดาน และผนังกันห้อง (BSM Wall & Ceiling)	193.54	38.12	214.15	38.40	189.99	36.46
2) อลูมิเนียม สำหรับตกแต่งภายใน (Aluminium for Interiors)	179.26	35.30	212.17	38.04	228.35	43.82
3) ระบบประตูหน้าต่าง คุณภาพสูง (High Performance Doors & Windows)	104.47	20.58	105.06	18.84	90.42	17.34
4) งานติดตั้ง (Installation)	30.49	6.00	26.33	4.72	12.39	2.38
รวมรายได้จากการขายและบริการ	507.76	100.00	557.71	100.00	521.15	100
รายได้อื่น ^{/1}	5.14		5.42		7.25	
รวมรายได้	512.90		563.13		528.40	




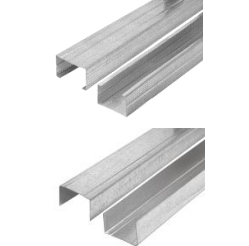


หมายเหตุ : /1 – รายได้อื่น หมายถึง กำไรขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน รายได้จากการขายเศษอลูมิเนียม ดอกเบี้ยรับจากสถาบันการเงิน และหนี้สูญได้รับคืน

ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. **ระบบฝ้าเพดาน และผนังยิปซัม (BSM Wall & Ceiling Systems)** อาทิ ผนังยิปซัม, ฝ้าเพดานยิปซัม, ระบบโครงคร่าวผนัง ระบบโครงคร่าวเพดาน (BSM - TIS, BSM 40, BSM ที-บาร์), ระบบผนังและฉนวนกันความร้อน (BSM Insulated-Wall), ช่องฝ้าเซิร์ฟวูด (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 ผู้รับเหมาและลูกค้า กลุ่มเป้าหมายของบริษัท นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีทีมงานผู้เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์สูงในการให้คำปรึกษาแก่กลุ่มลูกค้า และคอยช่วยเหลือลูกค้าในด้านการออกแบบตกแต่งภายในและการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับรูปแบบของงานก่อสร้าง

ผลิตภัณฑ์และคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์	รูปภาพตัวอย่าง ผลิตภัณฑ์	การใช้งาน/คุณสมบัติ
1. ระบบฝ้าเพดาน และผนังยิปซัม (BSM Wall & Ceiling Systems)		
<ul style="list-style-type: none"> ยิปซัมประเภทต่างๆ ตราสินค้า "Gyproc" 		ผลิตภัณฑ์ยิปซัมใช้สำหรับงานฝ้าเพดาน พื้นผิวเรียบ สวยงาม ตกแต่งง่ายและมีความทนทาน ติดตั้งง่ายและมีน้ำหนักเบา ได้รับ ISO9002 และมาตรฐาน มอก.
<ul style="list-style-type: none"> โครงคร่าวฝ้าเพดาน ฉาบเรียบ ตราสินค้า BSM และ Gyproc 		โครงคร่าวเหล็กชุบสังกะสี สำหรับฝ้าเพดานฉาบเรียบ ติดตั้งง่าย รวดเร็ว ให้ความแข็งแรงดีเยี่ยม ได้รับ ISO9002 และมาตรฐาน มอก.863-2532
<ul style="list-style-type: none"> โครงคร่าวฝ้าเพดาน ที-บาร์ ตราสินค้า Gyproc และ Armstrong 		โครงคร่าวฝ้าเพดานทีบาร์ ติดตั้งง่าย รวดเร็ว ให้ความแข็งแรง ได้รับ ISO9002 และมาตรฐาน มอก.
<ul style="list-style-type: none"> โครงคร่าวผนังยิปซัม ยู และซี ตราสินค้า BSM และ Gyproc 		โครงคร่าวเหล็กผนังชุบสังกะสี มาตรฐาน มอก.863-2532 สำหรับระบบผนังภายในอาคาร แข็งแรง ติดตั้งง่าย และรวดเร็ว
<ul style="list-style-type: none"> ช่องเปิดฝ้าเพดาน สำเร็จรูป ตราสินค้า "BSM SERVE BOARD" 		ผลิตด้วยเทคโนโลยีมาตรฐาน เพื่อตอบสนองงานที่ต้องการความพิถีพิถัน มีความปลอดภัย สะดวกในการใช้งาน ประหยัดเวลา ติดตั้ง แข็งแรง เปิดปิดง่าย ไร้รอยต่อ และทาสีได้ตามต้องการ
<ul style="list-style-type: none"> ยิปซัมขึ้นรูป ตราสินค้า "BSM Step" 		ยิปซัมขึ้นรูปเพื่องานฝ้าเพดานเล่นระดับ ตกแต่งเพื่อความสวยงาม ติดตั้งง่าย รวดเร็ว

ผลิตภัณฑ์	รูปภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์	การใช้งาน/คุณสมบัติ
<ul style="list-style-type: none"> • บัวตกแต่งเพดานยิปซัม ตราสินค้า “Ceiling Décor” 		บัวตกแต่งขอบเพดานยิปซัม เข้ามุมรอยต่อระหว่างฝ้าเพดานและผนัง เพื่อความสวยงาม อีกทั้งยังไม่ทำให้เกิดมลพิษเมื่อโดนไฟ ซึ่งแตกต่างจากบัวชนิดอื่นๆ
<ul style="list-style-type: none"> • ฉนวนกันความร้อน ตราสินค้า “Rockwool” 		ฉนวนกันความร้อน ลดเสียง ลดความร้อน และป้องกันไฟ ใช้สำหรับสำนักงาน ศูนย์การค้า อาคารแสดงสินค้า โรงพยาบาล
2. อลูมิเนียมสำหรับตกแต่งภายใน (Aluminium for Interiors)		
ระบบผนัง ALLOY Alloy Partition		ระบบเฟรมผนังกันห้อง ALLOY Partition, ระบบเส้นอลูมิเนียมสำหรับตกแต่งผนัง, ระบบบัวอลูมิเนียม, ระบบประตู พร้อมอุปกรณ์ Alloy Door Hardware ซึ่งผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในสำนักงานส่วนใหญ่จะเป็นผลิตภัณฑ์ภายใต้ลิขสิทธิ์ตราสินค้าของบริษัท
ระบบผนัง DSG DSG. Partition		ระบบ Double Glazing เป็นระบบเฟรมวงกบช่องแสง 2 ชั้น เหมาะสำหรับ Commercial Office ที่ต้องการคุณสมบัติการกันเสียง สามารถใช้เป็นเฟรมกันห้องเพื่อป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอก เหมาะสำหรับกันห้องประชุม เฟรมกันเสียงชุดนี้รองรับการกันเสียง STC = 43
ระบบประตูบานเลื่อน S40 Alloy S40 Sliding Door		ระบบประตูบานเลื่อนล้อบน คือ ระบบประตูบานเลื่อนที่เน้นดีไซน์กรอบเฟรมให้บางกว่าเฟรมบานเลื่อนทั่วไป เหมาะสำหรับกลุ่มงานออฟฟิศ และ งานคอนโดมิเนียม

ผลิตภัณฑ์	รูปภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์	การใช้งาน/คุณสมบัติ
<p>ระบบประตูบานเลื่อน</p> <p>Vogue Wall</p> <p>Vogue Wall</p>		<p>ระบบประตูบานเลื่อนเกี่ยวล้อล่าง คือ ระบบประตูบานเลื่อนเกี่ยวที่ถูกออกแบบให้มีเฟรมกรอบบานบางที่สุด และสามารถเกี่ยวบานเลื่อนได้มากที่สุดถึง 4 บาน</p> <p>เหมาะสำหรับกลุ่มงานออฟฟิศ และ งานคอนโดมิเนียมที่เน้นดีไซน์โดดเด่น</p>
3. ระบบประตูหน้าต่างคุณภาพสูง (High Performace Doors & Windows)		
<ul style="list-style-type: none"> ระบบประตูหน้าต่าง ตราสินค้า "FLETCHER" 		<p>ระบบประตูหน้าต่างคุณภาพสูง มีรูปแบบให้เลือกทั้งแบบพื้นล่างแบบเรียบ และพื้นล่างเสมอด้านในและด้านนอก ดีไซน์สวยงามทันสมัย คงทน แข็งแรง ใช้งานง่าย และมีรูปแบบหลากหลาย</p>
<ul style="list-style-type: none"> ระบบมุ้งลวดกันแมลง 		<p>ระบบมุ้งลวดกันแมลง เป็นนวัตกรรมใหม่ด้วยระบบชิป เน้นคุณสมบัติการใช้งาน และได้รับการออกแบบให้คงทน และใช้ได้หลากหลายรูปแบบ สามารถใช้กับงานภายนอกได้</p>

การตลาดและภาวะการแข่งขัน

กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategies)

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

ในปี 2560 บริษัทได้จัดระบบงานฝ่ายขายใหม่ โดยให้เจ้าหน้าที่ขายที่มีประสบการณ์ และมีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี ดูแลลูกค้าอย่างใกล้ชิด โดยแบ่งทีมขายดูแลลูกค้าเป็น 2 ฝ่าย คือ ทีมดูแลผู้รับเหมาตกแต่งภายใน และทีมดูแลผู้รับเหมางานยิปซัม รวมทั้งได้ปรับเปลี่ยนการทำงานของหน่วยงานที่สนับสนุนงานขาย เช่น หน่วยงาน sale support และ call centre ให้สอดคล้องกับการแบ่งทีมขายด้วยเช่นกัน เพื่อให้การดูแลลูกค้ามีความคล่องตัวและรวดเร็วยิ่งขึ้น

บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการให้บริการจัดส่งผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้าไปถึงยังสถานที่ที่ลูกค้าต้องการด้วยความรวดเร็ว 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

สิทธิประโยชน์	ระดับลูกค้า						
	Platinum I	Platinum G	Corporate Gold	Specialist	Retail Credit	Retail Cash	BSM Club Card
ได้รับวงเงินเครดิตและระยะเวลาเครดิตในการสั่งซื้อสินค้า	/	/	/	/	/		
ฟรีค่าขนส่ง ในเขต กทม. และ ปริมณฑล เมื่อสั่งซื้อสินค้า 5,000 บาท ขึ้นไป	/	/	/	/	/		
ได้รับสินค้าภายใน 24 ชม. หลังจากสั่งซื้อสินค้า	/	/	/	/	/		
ได้รับบริการข้อมูลวิเคราะห์เครดิต จากบริษัทข้อมูลเครดิต (BOL)	/	/					
ได้รับคำแนะนำการขอสินเชื่อจากธนาคาร	/	/	/	/	/	/	/
ได้รับการยื่นราคาสำหรับงานโครงการ	/	/	/	/	/		
บริการรวบรวมรายละเอียดข้อมูลการสั่งซื้อสินค้าแต่ละประเภทให้กับลูกค้า	/	/					
เข้าร่วมโครงการสะสมแต้ม เพื่อแลกของรางวัล (Point Reward Program)	/	/	/	/	/	/	/
กรณีเต็มวงเงินเครดิต สามารถขอลดล็อกการปล่อยสินค้าไม่เกิน 10% จากวงเงินที่มีอยู่	/	/					
การเข้าร่วมโครงการจัดอบรมการติดตั้งผลิตภัณฑ์ ที่ศูนย์อบรม BSM ฟรี	/	/	/	/			
บริการส่งช่างเทคนิค เข้าตรวจสอบและแนะนำวิธีแก้ไขปัญหานานาน	/	/	/	/			
Platinum ฮอตไลน์	/	/					

หมายเหตุ : กรณีสมาชิกขอซื้อผลิตภัณฑ์เกินกว่าวงเงินเครดิตสูงสุดที่กำหนด ที่งานฝ่ายขายจะต้องขออนุมัติจากกรรมการบริหาร ซึ่งจะต้องพิจารณาอนุมัติเป็นกรณีพิเศษ

บริษัทฯ ยังได้มีการเปิดศูนย์ฝึกอบรมช่างหรือ BSM Training Center เพื่อเพิ่มทักษะในการติดตั้งผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ให้กับผู้รับเหมาที่เป็นสมาชิกของบริษัทฯ โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ศูนย์ฝึกอบรมช่างเป็นส่วนหนึ่งของสิทธิประโยชน์ที่ทางบริษัทฯ ให้บริการกับลูกค้า

กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ แบ่งตามลักษณะผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท โดยคำนึงถึงปัจจัยในการแข่งขันเป็นองค์ประกอบ โดยสามารถแบ่งกลยุทธ์ด้านราคาได้ดังนี้

- ผลิตภัณฑ์ก่อสร้างที่หาซื้อได้ทั่วไป (General Building Products) เนื่องจากสินค้าประเภทดังกล่าวมีจำหน่ายทั่วไปและมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูง บริษัทฯ จึงกำหนดราคาสินค้าโดยอ้างอิงตามราคาตลาด ซึ่งจะมีการสำรวจราคาตลาดทุกสัปดาห์เพื่อพิจารณาในการปรับราคาสินค้า
ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังมีนโยบายกำหนดราคาสินค้าเท่ากับผู้จำหน่ายรายอื่น 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 ยังเน้นการบริการที่รวดเร็วโดยมีศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ให้คำปรึกษาและแนะนำข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับการตกแต่งภายใน ซึ่งปัจจุบันช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มี 2 ช่องทาง ดังนี้

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

สำหรับผลิตภัณฑ์ประตูหน้าต่างคุณภาพสูง บริษัทฯ ได้ปรับกลยุทธ์การขายใหม่ โดยจะขายผ่าน 2 ช่องทาง คือ ผ่านทีมงานขายของบริษัทฯ และผ่านผู้จัดจำหน่าย (Dealer) ซึ่งในปี 2560 บริษัทฯ ได้กำหนดคุณสมบัติของผู้จัดจำหน่ายและจะทำการคัดเลือกผู้จัดจำหน่ายที่เหมาะสม เพื่อขายสินค้าให้กับบริษัทอีกช่องทางหนึ่งด้วย

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

บริษัทฯ มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยมุ่งเน้นการตอบแทนคืนแก่ลูกค้าสมาชิกของบริษัทเป็นหลัก (Loyalty Program) โดยลูกค้าสมาชิกจะได้รับสิทธิเข้าร่วมโปรโมชั่นพิเศษต่างๆ ที่บริษัทฯ จัดขึ้น เช่น การได้รับส่วนลดพิเศษ

สำหรับลูกค้าสมาชิกแต่ละระดับ การยื่นราคาสินค้าสำหรับโครงการที่มีระยะเวลาการก่อสร้างที่นานกว่าปกติ การสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล การจัดส่งฟรีสำหรับลูกค้าระดับ Platinum หรือการบริการจัดส่งภายใน 24 ชั่วโมง เป็นต้น

ด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์และการสื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้า โดยการใช้สื่อออนไลน์ เช่น วิดีโอ Youtube เว็บไซต์ของบริษัท หรือการเข้าร่วมในการจัดงานหรือกิจกรรมแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและการก่อสร้างทั้งส่วนของอาคารสำนักงานและที่อยู่อาศัย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

เนื่องจากการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ก่อสร้างและตกแต่งภายใน เจ้าของโครงการจะแจ้งงบประมาณและรูปแบบความต้องการแก่ผู้ออกแบบงานตกแต่งภายใน เพื่อทำการออกแบบและกำหนดชนิดของผลิตภัณฑ์ หลังจากนั้นผู้รับเหมางานตกแต่งภายในจะเป็นผู้จัดซื้อผลิตภัณฑ์ตามที่ผู้ออกแบบกำหนดเพื่อนำไปใช้ก่อสร้างตกแต่งภายใน เมื่อเสร็จงานแล้ว ขั้นตอนสุดท้ายคือการตรวจรับงานโดยเจ้าของโครงการ บริษัท 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 โดยมีผู้ประกอบการรายใหญ่ในธุรกิจจำนวน 8 ราย ซึ่งมีสาขาและตัวแทนจำหน่ายกระจายอยู่ทั้งในเขตกรุงเทพ ปริมณฑล และภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ โดยผู้ประกอบการรายใหญ่ทุกรายมีรูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบร้านค้าส่ง ค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) มีแนวคิดให้เป็นศูนย์รวมสินค้าวัสดุก่อสร้างและสินค้าตกแต่งบ้านครบวงจร ที่ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าเกี่ยวกับบ้านได้ในที่เดียว (One Stop Shopping)

ตารางแสดงรายชื่อผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างและตกแต่ง (แยกตามรูปแบบธุรกิจ)

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

ที่มา : รวบรวมโดยฝ่ายวิจัยธุรกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย

1.1 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 2559 บริษัทฯ มียอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์จากคู่ค้ารายใหญ่ ดังนี้

บริษัท	ผลิตภัณฑ์	ประเทศ	ระยะเวลาติดต่อ	ยอดสั่งซื้อ ปี 2559
1. บริษัท ไทยผลิตภัณฑ์ยิปซัม จำกัด (มหาชน)	ยิปซัม	ไทย	มากกว่า 10 ปี	118.44 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 42.12 ของมูลค่าการสั่งซื้อสินค้ารวม

หมายเหตุ : มูลค่าการสั่งซื้อสินค้ารวมในปี 2559 เท่ากับ 281.18 ล้านบาท

1.2 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากการผลิตสินค้าของบริษัทมีกระบวนการหลักๆ 2 รูปแบบ กล่าวคือ

1. บริษัทจะนำเหล็กเส้นไปผ่านขบวนการรีด และขึ้นรูป เพื่อใช้เป็นโครงคร่าวผนังและฝ้าเพดาน
2. บริษัทจะทำการแปรรูปลูมึนเนียมเส้น โดยการตัดประกอบเป็นบานประตูหน้าต่าง

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

1.3 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ณ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ มีงานที่อยู่ระหว่างผลิตจำนวน 13.77 ล้านบาท

ภาวะอุตสาหกรรม

ตลาดอสังหาริมทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร

จากการขยายตัวทางเศรษฐกิจปี 2560 คาดว่าอยู่ที่ร้อยละ 32 ซึ่งใกล้เคียงกับปี 2559 ส่งผลให้ตลาดอสังหาริมทรัพย์เติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลจากปัจจัยสำคัญดังนี้

1. ความต้องการที่ดินในทำเลชั้นนำยังคงมีความต้องการสูงอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะที่ดินในย่านใจกลางธุรกิจ (CBD) ของกรุงเทพ ได้แก่ สีลม สาทร วิทยุ หลังสวน เพลินจิต คาดว่าปี 2560 นักลงทุนมีแนวโน้มต้องการซื้อทรัพย์สินของอาคารเก่าและนำมาปรับปรุงใหม่ เช่น โรงแรม อพาร์ทเมนต์ และอาคารสำนักงาน และยังคงมีความต้องการอย่างต่อเนื่อง แม้ยอดขายในปีที่ผ่านมาจะชะลอตัว แต่ราคาของผู้ประกอบการสามารถตั้งราคาเสนอขายที่ดินในย่านใจกลางเมืองได้สูงถึงกว่า 300,000 บาทต่อตารางเมตร ได้มากกว่า 17 โครงการ

ราคาเสนอขายโดยเฉลี่ยของคอนโดมิเนียมในกรุงเทพ	
ปี 2559	220,000 – 250,000 บาท / ตารางเมตร
ปี 2558	200,000 - 230,000 บาท / ตารางเมตร
ปี 2557	165,000 – 210,000 บาท / ตารางเมตร

(อ้างอิง แหล่งข้อมูลจาก แผนกวิจัย ซีบีอาร์อี แห่งประเทศไทย ที่ปรึกษาด้านอสังหาริมทรัพย์ระดับสากล)

2. ผลจากการขยายตัวของธุรกิจอาหาร มีผลเป็นอย่างมากในการสนับสนุนให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะกรุงเทพ ซึ่งมีชื่อเสียงในฐานะเมืองที่มีความโดดเด่นเรื่องอาหารควบคู่กับการเป็นศูนย์กลางการค้าปลีกระดับโลก ชีวรี่ ในกรุงเทพมีร้านอาหารชั้นนำ ได้แก่ น้ำ (Nahm) และกากัน (Gaggan) ติดอันดับ 50 ร้านอาหารที่ดีที่สุดในโลก ประจำปี 2559 ดังนั้นห้างสรรพสินค้าชั้นนำจึงหันมาให้ความสำคัญกับการออกแบบที่ดีและเพิ่มความบันเทิงเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งความประทับใจในส่วนนี้ไม่สามารถซื้อขายได้ทางออนไลน์

3. การลงทุนจากต่างชาติเพิ่มขึ้นในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ของไทย ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์รายใหญ่ในตลาดจะยังคงเป็นรายเดิม แต่ได้ความสนใจจากต่างประเทศ ทำให้เกิดการขยายตัวในลักษณะการร่วมทุนระหว่างบริษัทอสังหาริมทรัพย์ไทยกับต่างชาติมากขึ้น

3. ปัจจัยความเสี่ยง

3.1 ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

3.1.1) ความเสี่ยงจากการถูกยกเลิกสัญญาเช่าที่ดินและอาคาร

บริษัทฯ ได้ทำการเช่าที่ดินและอาคารจากบุคคลอื่น โดยทรัพย์สินที่ใช้เป็นที่ตั้งสำนักงานใหญ่และโกดังเก็บของ ดังนั้น บริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงที่อาจจะถูกยกเลิกสัญญาเช่าที่ดินและอาคาร หรือการไม่ได้รับการต่อสัญญาเช่าที่ดินและคลังสินค้าแห่งใดแห่งหนึ่ง อันจะทำให้บริษัทอาจจะต้องมีค่าใช้จ่ายในการย้ายสำนักงานและคลังสินค้า ซึ่งส่งผลกระทบต่อการทำงานของ บริษัทฯ ได้

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

นอกจากนี้ หากมีการโอนสิทธิการเช่าของบริษัทฯ ผู้ให้เช่าจะจัดหาพื้นที่แปลงอื่นมาให้ใช้ทดแทนหรือชดเชยค่าเสียหายให้แก่ บริษัทฯ จึงน่าจะทำให้ความเสี่ยงที่ บริษัทฯ อาจจะถูกยกเลิกสัญญาเช่าที่ดินและอาคารก่อนกำหนดมีความเป็นไปได้ไม่มากนัก และในอดีตที่ผ่านมาบริษัทฯ ยังไม่เคยถูกยกเลิกสัญญาเช่า หรือไม่ได้รับการต่อสัญญาเช่า

3.2 ความเสี่ยงเกี่ยวกับสินค้าและการจัดหาสินค้า

3.2.1) ความเสี่ยงในการจัดหาผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ มีการจัดหาผลิตภัณฑ์ในลักษณะของการว่าจ้างผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ภายใต้ลิขสิทธิ์ตราสินค้าของบริษัทฯ และบริษัทฯ ทำการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์จากเจ้าของลิขสิทธิ์ตราสินค้าชั้นนำทั้งในประเทศและต่างประเทศโดยเฉพาะ บริษัทฯ ไทยผลิตภัณฑ์ยิบซัม จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยิบซัมรายหลักให้แก่บริษัทฯ มาอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น บริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงในการจัดหาผลิตภัณฑ์ในกรณีที่ผู้ผลิตและเจ้าของลิขสิทธิ์ตราสินค้าอาจจะไม่สามารถผลิตหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้แก่บริษัทฯ ได้ตามคุณภาพ ปริมาณ เวลา และเงื่อนไขที่บริษัทฯ กำหนดไว้ได้ รวมทั้งมีความเสี่ยงในการที่เจ้าของลิขสิทธิ์ตราสินค้าอาจบอกเลิกหรือไม่ต่อสัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้แก่บริษัทฯ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการทำงานและการเติบโตของบริษัทฯ

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีการติดต่อดำเนินการและความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่างๆ มาเป็นระยะเวลานาน โดยเฉพาะบริษัทฯ ได้ทำสัญญาเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับ บริษัทฯ ไทยผลิตภัณฑ์ยิบซัม จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์หลักที่สร้างยอดขายได้ให้กับบริษัทฯ ทั้งยังได้ร่วมมือกันจัดตั้งศูนย์เรียนรู้ พัฒนาฝีมือผู้รับเหมา (Gyproc Training Center) ในบริเวณพื้นที่ของบริษัทฯ ดังนั้นจึงถือได้ว่าบริษัทฯ และ บริษัทฯ ไทยผลิตภัณฑ์ยิบซัม จำกัด เป็นหุ้นส่วนทางธุรกิจที่มีความสัมพันธ์กันด้วยดีเสมอมา

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

3.2.2) ความเสี่ยงจากความผันผวนของต้นทุนผลิตภัณฑ์และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

บริษัทฯ อาจได้รับความเสี่ยงจากความผันผวนของต้นทุนผลิตภัณฑ์ อันเนื่องมาจากการปรับตัวเพิ่มขึ้นของต้นทุนวัตถุดิบแต่ละประเภท รวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศที่อาจได้รับผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนผลิตภัณฑ์เช่นกัน โดยผลกระทบดังกล่าวจะส่งผลให้ความสามารถในการทำกำไรขั้นต้นของบริษัทลดลง

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการวางแผนและการบริหารจัดการซื้อผลิตภัณฑ์และการบริหารสินค้าคงคลัง รวมทั้งการบริหารระบบขนส่งและโลจิสติกส์ เพื่อควบคุมและบริหารต้นทุนรวมทั้งค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของบริษัทฯ รวมทั้งมีการพิจารณาปรับราคาขายผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทให้สอดคล้องกับต้นทุนโดยสม่ำเสมอ ซึ่งที่ผ่านมาก็ได้รับความร่วมมือที่ดีจากผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ในการกำหนดกรอบราคาขาย โดยหากผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ต้องการปรับราคาเกินกว่ากรอบราคาที่กำหนดต้องแจ้งให้บริษัททราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วัน เพื่อให้บริษัทสามารถวางแผนในการจัดซื้อและแจ้งราคาใหม่ให้กับลูกค้าของบริษัทฯ ได้

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

3.2.3) ความเสี่ยงจากการที่ผลิตภัณฑ์ถูกลอกเลียนแบบ

ผลิตภัณฑ์ที่ก่อสร้างตกแต่งภายในเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะและรูปแบบที่ง่ายต่อการลอกเลียนแบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลอกเลียนแบบรูปลักษณะภายนอก อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับคุณภาพ ลักษณะการใช้งาน และการพัฒนารูปแบบให้มีลักษณะเฉพาะตัวที่ยากต่อการลอกเลียนแบบแต่ง่ายต่อการติดตั้งใช้งาน และมีการจดอนุสิทธิบัตรผลิตภัณฑ์ (Patent) เพื่อป้องกันการผลิตสินค้าลอกเลียนแบบ

ปัจจุบันบริษัทฯ ได้รับการรับรองอนุสิทธิบัตรสำหรับผลิตภัณฑ์วงกบประตูและผลิตภัณฑ์วงกบช่องแสง และได้รับสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์หน้าต่างโลหะเป็นที่ยอมรับแล้ว รวมทั้งบริษัทยังได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจาก บริษัท ไทยผลิตภัณฑ์ยิปซัม จำกัด (มหาชน) ในการออกหนังสือรับรองคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ของบริษัท ให้แก่ลูกค้าประเภทผู้รับเหมาก่อสร้างตกแต่งภายในเพื่อนำไปยืนยันแก่เจ้าของโครงการ นอกจากนี้ บริษัทฯ มุ่งเน้นการให้บริการคำแนะนำและคำปรึกษาการใช้ผลิตภัณฑ์ควบคู่กับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างการยอมรับและความภักดีในการใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัท มากยิ่งขึ้น

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559

ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	การใช้งาน	มูลค่าตามบัญชี (บาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง โฉนดเลขที่ 451 (บางส่วน) ถนนพระราม 3 เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร	เป็นผู้เช่า	ที่ตั้งอาคารสำนักงานและคลังสินค้า	-	-
2. ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง โฉนดเลขที่ 4805,4960 เลขที่ 636/11-12 หมู่ที่ 3 ถนนพุทธรักษา ตำบลแพรกษา อำเภอมือเมือง จังหวัดสมุทรปราการ	เป็นผู้เช่า	ที่ตั้งสาขาและคลังสินค้า	-	-
3. ส่วนปรับปรุงอาคาร (อาคารขนาด 2 ชั้น ครึ่ง รวมส่วนปรับปรุงสถานที่)	เป็นเจ้าของ	ที่ตั้งอาคารสำนักงานและคลังสินค้า	5,241,491.22	- ไม่มี -
4. อุปกรณ์คลังสินค้า	เป็นเจ้าของ	ใช้ที่บริษัท	2,399,966.29	- ไม่มี -
5. เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	เป็นเจ้าของ	ใช้ที่บริษัท	5,508,656.42	- ไม่มี -
6. ยานพาหนะ	เป็นเจ้าของ	ใช้ที่บริษัท	8,939,004.19	- ไม่มี -
7. เครื่องจักรและอุปกรณ์โรงงาน	เป็นเจ้าของ	ใช้สำหรับผลิตสินค้า	2,711,185.52	
8. งานระหว่างก่อสร้าง	-	-	-	-
รวมทั้งสิ้น			24,771,739.60	

บริษัทฯ ได้ทำสัญญาเช่าที่ดิน อาคารสำนักงานและคลังสินค้า ทั้งสำนักงานใหญ่และสำนักงานสาขา โดยมีรายละเอียดของสัญญาเช่า ดังนี้

ในนามบริษัท บิวเดอสมาร์ท จำกัด (มหาชน)

ที่ตั้ง	เจ้าของกรรมสิทธิ์	รายละเอียดสัญญา
- สำนักงานใหญ่ เลขที่ 905/7 ถนนพระราม 3 ซอย 51 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร	คณะบุคคลสภกษ ¹	- สัญญาที่ 1 อายุสัญญา 3 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2558 ถึง 28 กุมภาพันธ์ 2561 - อัตราค่าเช่าเดือนละ 165,150 บาท - สัญญาที่ 2 อายุสัญญา 3 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2558 ถึง 31 ธันวาคม 2560 - อัตราค่าเช่าเดือนละ 100,000 บาท ตลอดอายุสัญญา
- โกดังเก็บสินค้า เลขที่ 907 ถนนพระราม 3 ซอย 51 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร	นางวัลภา นุชปานทอง	- อายุสัญญา 3 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2558 ถึง 31 มีนาคม 2561 อัตราค่าเช่าเดือนละ 48,400 บาท
- โกดังเก็บสินค้าหลังติดแถวเลขที่ 919,921,923 และ 925 โฉนดเลขที่ 22168 ถนนพระราม 3 ซอย 51 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร	1.นางวัลภา นุชปานทอง 2.นายมนัส ทานเจริญ 3.นางสมสุข ออมสิน 4.นางจาวรรณ สุริยระวิมาศ 5.นายพงษ์ศักดิ์ ทานเจริญ 6.นายสุเมธ ทานเจริญ 7.นายเฉลิมศักดิ์ ทานเจริญ	- อายุสัญญา 3 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2557 ถึง 30 มิถุนายน 2560 อัตราค่าเช่าเดือนละ 40,000 บาท

หมายเหตุ : /1 นิติบุคคลดังกล่าวเป็นบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับบริษัท (ศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ในหัวข้อ 12 รายการระหว่างกัน)

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 นับตั้งแต่วันที่ 19 มกราคม 2559 ถึง 9 มกราคม 2562 - อัตราค่าเช่าเดือนละ 288,000 บาท
- สำนักงานที่ จ.ภูเก็ต บ้านเลขที่ 365/36 ตำบลเทพกษัตร เขตกลาง จ.ภูเก็ต	นางพริมา เอกมาตกุล	- อายุสัญญา 1 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2558 ถึง 1 ตุลาคม 2559 อัตราค่าเช่าเดือนละ 12,000 บาท (ไม่ต่อสัญญา)
- โกดังเก็บสินค้า บ้านเลขที่ 125/514 หมู่ 5 ตำบลรัชฎา อ.เมือง จ.ภูเก็ต	นางมยุรา สิงห์สมาพา	- อายุสัญญา 1 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2558 ถึงวันที่ 1 กรกฎาคม 2559 อัตราค่าเช่าเดือนละ 25,000 บาท - (ต่อสัญญาอีก 4 เดือน จนถึง 1 ธันวาคม 2559)
- สำนักงานที่เกาะสมุย	นายมนนา ช้างสาร	- อายุสัญญา 1 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2558 ถึงวันที่ 1 กันยายน 2559 อัตราค่าเช่าเดือนละ 10,000 บาท - (ไม่ต่อสัญญา)
- สำนักงานที่เกาะสมุย เลขที่ 195/32	นางณัฐวรรณ ภัทรคุปต์	- อายุสัญญา 4 เดือน นับตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2559 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2560 อัตราค่าเช่าเดือนละ 10,000 บาท
- สำนักงานที่เกาะสมุย เลขที่ 21/11 หมู่ 4 ตำบลหน้าเมือง อ.เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี	นางชฎา ชูจันทร์	- อายุสัญญา 1 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2560 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2561 อัตราค่าเช่าเดือนละ 5,000 บาท

สรุปสัญญาที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ

1. สัญญาแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนหลัก (Master Distributor Agreement)

คู่สัญญา	: Fletcher Aluminium, a division of Fletcher Building Products Limited ("Fletcher") กับ บริษัท บิวเดอร์สมาร์ท จำกัด (มหาชน) ("BSM")
วันที่ทำสัญญา	: วันที่ 12 ตุลาคม 2550
สาระสำคัญของสัญญา	: <ul style="list-style-type: none"> - Fletcher แต่งตั้ง BSM เป็นผู้ผลิตในประเทศไทยสำหรับผลิตภัณฑ์อลูมิเนียมที่ Fletcher เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ผลิตภัณฑ์ - Fletcher แต่งตั้ง BSM เป็นซัพพลายเออร์ผลิตภัณฑ์อลูมิเนียมของ Fletcher ให้แก่ตัวแทนจำหน่าย (Reseller) ของ Fletcher เพื่อจำหน่ายในประเทศไทย ประเทศอินเดียและประเทศเวียดนาม - Fletcher ให้สิทธิแก่ BSM ในการใช้ข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีของผลิตภัณฑ์อลูมิเนียมที่ Fletcher เป็นเจ้าของ อาทิ ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร นวัตกรรม ความลับทางการค้า สูตรการผลิต และ Know-how ในการผลิต - BSM จะต้องซื้อวัตถุดิบ (Extrusion) และส่วนประกอบ (Component) จากทาง Fletcher สำหรับนำไปใช้ในการประกอบผลิตภัณฑ์อลูมิเนียม
ระยะเวลาผูกพัน	: นับตั้งแต่วันที่ลงนามสัญญา และมีกำหนดระยะเวลา 5 ปี นับจากวันที่ลงนามสัญญา และกรณีที่ไม่มีคู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งบอกเลิกสัญญา ให้ถือว่าคู่สัญญาตกลงต่ออายุสัญญานี้ออกไปอีกคราวละ 5 ปี ตามข้อกำหนดและเงื่อนไขแห่งสัญญานี้ทุกประการ
เงื่อนไขอื่น	: <ul style="list-style-type: none"> - BSM จะต้องซื้อวัตถุดิบและส่วนประกอบในปริมาณขั้นต่ำตามที่กำหนดไว้ในแต่ละปี - BSM จะต้องไม่แนะนำหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์อลูมิเนียมของคู่แข่งรายอื่น - BSM จะต้องแนะนำผลิตภัณฑ์อลูมิเนียมของ Fletcher โดยทาง Fletcher เป็นผู้สนับสนุนเอกสารที่จำเป็น อาทิ โบรชัวร์ แผ่นแสดงเจตสี คู่มือทางเทคนิคสำหรับแต่ละผลิตภัณฑ์ เป็นต้น และทาง BSM จะต้องจัดกิจกรรมการตลาดอย่างน้อย 1 ครั้งต่อปี อาทิ ร่วมออกงานนิทรรศการที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น โดยทาง Fletcher จะจัดส่งทีมงานสนับสนุนมาช่วยในการจัดกิจกรรมการตลาด - Fletcher สามารถขอเข้ามาตรวจสอบการผลิต สต็อกวัตถุดิบ สต็อกสินค้า และบรรจุภัณฑ์ ณ สถานที่ประกอบกิจการของ BSM ได้
ขอบเขตอำนาจของกฎหมาย	: สัญญานับนี้อยู่ภายใต้ขอบเขตอำนาจกฎหมายของประเทศนิวซีแลนด์

2. บันทึกข้อตกลงการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่าย

คู่สัญญา	: บริษัท ไทยผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ("Gyproc") กับ บริษัท บิวเดอสมาร์ท จำกัด (มหาชน) ("BSM")
วันที่ทำบันทึก	: 20 ธันวาคม 2550
สาระสำคัญของบันทึก ข้อตกลง	: - BSM ตกลงซื้อสินค้าจาก Gyproc เพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้าภายในเขตจังหวัด กรุงเทพมหานคร และ สาขาต่างจังหวัด - สินค้าที่ตกลงซื้อตามสัญญานี้ ได้แก่ แผ่นยิปซัมบอร์ดทุกชนิด, โครงคร่าวเหล็ก, ปูน ปลาสเตอร์, อุปกรณ์ประกอบการติดตั้งทั้งระบบ และสินค้าอื่นๆ - การชำระเงินภายใน 60 วัน นับจากวันเปิด invoice ในการส่งสินค้า - BSM ขายสินค้าตามเป้าหมายการขาย ที่ทาง Gyproc แจ้งให้ทราบเป็นรายไตรมาส - BSM จะสั่งซื้อสินค้าจาก Gyproc ทุกๆ เดือน จำนวนไม่ต่ำกว่าเป้าหมายการขาย เพื่อให้ มีสินค้าเพียงพอที่จะจำหน่ายให้แก่ลูกค้าตลอดเวลา - Gyproc จะให้ความช่วยเหลือและความร่วมมืออย่างเต็มที่แก่ BSM เพื่อให้ทาง BSM สามารถดำเนินการขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
ระยะเวลาผูกพัน	: บันทึกข้อตกลงมีอายุ 1 ปี และกรณีที่ไม่มีคู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งบอกเลิกสัญญา ให้ถือว่าคู่สัญญาตกลงต่ออายุสัญญานี้ออกไปอีกคราวละ 1 ปี ตามข้อกำหนดและเงื่อนไขแห่ง สัญญานี้ทุกประการ
เงื่อนไขอื่น	: - BSM จะต้องนำหนังสือคำประกันของธนาคารมามอบให้แก่ Gyproc เพื่อเป็นประกันการ ชำระราคาสินค้าตามสัญญานี้เต็มตามจำนวนที่ทาง Gyproc กำหนดตลอดอายุสัญญา - หาก BSM ไม่สามารถทำยอดขายได้ตามเป้าหมายการขายเป็นระยะเวลา 2 ไตร มาสติดต่อกัน Gyproc มีสิทธิที่จะบอกเลิกหรือปรับเปลี่ยนเงื่อนไขกับ BSM ได้
ขอบเขตอำนาจของ กฎหมาย	: บันทึกข้อตกลงฉบับนี้และบรรดาสัญญาต่างๆ ระหว่าง Gyproc และ BSM จะใช้บังคับและ แปลความตามกฎหมายไทย

สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่สำคัญในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ มีสินทรัพย์ไม่มีตัวตนสุทธิ จำนวน 10.81 ล้านบาท ได้แก่ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ลิขสิทธิ์และสิทธิบัตร รายการในการพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ โปรแกรมระหว่างติดตั้ง ต้นทุนระหว่างพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นต้น

บริษัทฯ ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าบริษัท (Logo) และเครื่องหมายการค้าสำหรับตราสินค้า (Brand Logo) ซึ่งเป็น
ลิขสิทธิ์ของบริษัทฯ โดยมีรายละเอียดดังนี้

เครื่องหมายการค้าที่บริษัทจดทะเบียนมีดังนี้

ลำดับ	เครื่องหมายการค้า	ประเภทผลิตภัณฑ์
1		เครื่องหมายการค้าสำหรับบริการจัดการขายวัสดุก่อสร้าง
2		ผลิตภัณฑ์โครงคร่าว ระบบผนังและฝ้าเพดานยิปซัม ภายใต้ตราสินค้าของบริษัท
3		โครงคร่าวผนังและเพดานสำหรับงานแผ่นยิปซัม ที่ได้รับการรับรองจากมาตรฐานอุตสาหกรรม
4		โครงคร่าวฝ้าเพดานสำหรับงานแผ่นยิปซัม
5		บัวเพดานสำเร็จรูปทำจากยิปซัม
6		ช่องเปิดฝ้าเพดานสำเร็จรูป
7		ผลิตภัณฑ์ฝ้าเพดานและผนังยิปซัม ภายใต้ตราสินค้า "Gyproc"
8		ฉนวนกันความร้อน
9		แผ่นผนังสำเร็จรูป
10		ประตูอลูมิเนียม, มีข้อจับประตูทำจากสแตนเลสสตีล, 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 2559 บริษัทฯ มีบริษัทย่อย 6 บริษัท รายละเอียด ดังนี้

รายชื่อบริษัทย่อย	ทุนที่ออก และชำระแล้ว		สัดส่วนเงิน ลงทุน (ร้อยละ)	มูลค่าเงินลงทุนตามวิธีราคาทุน	
บริษัท อินสตอลไดเรค จำกัด	10,000,000	บาท	100	9,999,700	บาท
บริษัท บิวเดอร์สแมร์ท คอนสตรัคชั่น ซิสเต็ม จำกัด	1,000,000	รูปี	100	683,800	บาท
บริษัท ดีแอนด์ดับบลิว (เอเชีย) จำกัด	60,000,000	บาท	100	59,999,700	บาท
บริษัท บิวคิง บลิ่ง จำกัด	500,000	บาท	51	254,950	บาท
บริษัท แสนสรา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด	100,000,000	บาท	100	99,999,980	บาท
บริษัท แสนสรา ไลฟสไตล์ เซอร์วิส จำกัด	500,000	บาท	100	499,980	บาท
รวม				171,438,110	บาท
หัก ค่าเผื่อด้อยค่าเงินลงทุน				- 683,800	บาท
รวม				170,754,310	บาท

นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

นโยบายการลงทุนของบริษัทฯ คือ บริษัทฯ จะพิจารณาลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวพันและเอื้อประโยชน์ต่อการทำธุรกิจหลักของบริษัทฯ 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	:	204,736,151.00 บาท จำนวนหุ้นสามัญ 2,047,361,510 หุ้น มูลค่าต่อหุ้นที่ตราไว้ 0.10 บาท
จำนวนทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว	:	169,598,067.60 บาท (ณ 8 กุมภาพันธ์ 2560)

บุคคลอ้างอิง :

- 1) นายทะเบียนหลักทรัพย์ : บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ชั้น 4, 6-7 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
เลขที่ 62 ถนนรัชดาภิเษก เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110
โทรศัพท์ 0-2596-9311 โทรสาร 0-2832-4994-5
- 2) 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

6.2 นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559)

ชื่อนิติบุคคล / ที่อยู่	ประเภทธุรกิจ	สัดส่วนการถือหุ้น (%) ของบริษัท	ทุนจดทะเบียน ล้านบาท	ทุนชำระแล้ว ล้านบาท
บริษัท ดีแอนด์ดับบลิว (เอเชีย) จำกัด เลขที่ 636/11-12 ถนนพุทธรักษา ตำบลแพรกษา อำเภอสุมทรีปราการ จังหวัดสมุทรปราการ โทรศัพท์ 02-178-6705 โทรสาร 02-178-6712	ผลิตและจัดจำหน่าย ระบบประตูและหน้าต่าง อลูมิเนียมอัจฉริยะ “Fletcher”	100	60.0	60.0
บริษัท อินสตอลไดเรค จำกัด เลขที่ 888/7 หมู่ 20 ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โทรศัพท์ 0-2382-5644 โทรสาร 0-2382-5645	ติดตั้ง, อบรมความรู้ ด้านระบบติดตั้ง ผู้รับเหมา และให้บริการ หลังการขาย	100	10.0	10.0
บริษัท บิวดีง บิลิ่ง จำกัด เลขที่ 905/7 ถนนพระราม 3 ซอย 51 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120 โทรศัพท์ 0-2683-4900 โทรศัพท์ 0-2683-4949	ดำเนินธุรกิจ ซื้อมา ขาย ไป และรับเหมาติดตั้ง งานอลูมิเนียม บาน เกล็ด	51	0.5	0.5
บริษัท แสนสรา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด เลขที่ 905/7 ถนนพระราม 3 ซอย 51 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120 โทรศัพท์ 0-2683-4900 โทรศัพท์ 0-2683-4949	ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับ เป็นตัวแทนบริหาร จัดการส่วนกลางของ โครงการ Senior Living Project	100	100	100

บริษัท แสนสรา ไลฟ์สไตล์ เซอร์วิส จำกัด เลขที่ 905/7 ถนนพระราม 3 ซอย 51 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120 โทรศัพท์ 0-2683-4900 โทรศัพท์ 0-2683-4949	ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับ สร้างสิ่งปลูกสร้างและ ให้เช่าสิ่งปลูกสร้าง ภายในโครงการ Senior Living Project	100	0.5	0.5
---	---	-----	-----	-----