

3. การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

3.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท เค-เทค คอนสตรัคชั่น จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง โดยจะรับงานก่อสร้างส่วนใหญ่จากหน่วยงานเอกชน โดยมีผลงานการก่อสร้างตั้งแต่โครงการอาคารขนาดกลางประเภท อาคารสำนักงาน โรงงาน จนถึงโครงการขนาดใหญ่ประเภทศูนย์การค้า ตึกสูง อาคารพาณิชย์ ที่อยู่อาศัย และโรงแรม รวมทั้งการให้บริการออกแบบ จัดหา และรับเหมาติดตั้งงานระบบวิศวกรรม งานโครงสร้าง งานตกแต่งภายในและภายนอก และงานระบบ ซึ่งรวมถึง งานติดตั้งระบบไฟฟ้า อุปกรณ์ไฟฟ้า และระบบเครื่องจักรกลภายในโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ระบบประปา ระบบปรับอากาศ ระบบลิฟท์ ระบบท่อน้ำทิ้ง และระบบดับเพลิง

บริษัทรับงานโดยวิธีการประกวดราคาหรือการว่าจ้างโดยตรง ปัจจัยหลักในการสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้าคือชื่อเสียงและผลงานในอดีต ซึ่งเป็นงานก่อสร้างที่มีคุณภาพสูง โดยจุดมุ่งหมายสูงสุดของบริษัทคือ สร้างมาตรฐานงานก่อสร้างที่ดีเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และใช้เทคโนโลยีการก่อสร้างที่ทันสมัย

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท

1. งานโยธา (Civil & Building Work)

ลักษณะของงานโยธาแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ

1.1 งานก่อสร้างเพื่อการพาณิชย์ (Commercial Building Construction)

งานก่อสร้างอาคารในประเภทนี้เป็นการก่อสร้างงานอาคารสำนักงานทุกประเภทตั้งแต่ งานก่อสร้างอาคารทั่วไป จนถึง งานก่อสร้างอาคารระดับสูง (High rise building) ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า งานก่อสร้างโรงงาน อุตสาหกรรม โรงแรมขนาดใหญ่ นอกจากนี้ บริษัทยังได้พัฒนาประสิทธิภาพ และขยายขีดความสามารถของบริษัทในการก่อสร้างงานแบบเหมารวม (Turnkey Contracts) โดยบริษัทจะเป็นผู้รับผิดชอบในงานออกแบบและงานก่อสร้างระบบโครงสร้าง ตลอดจนงานระบบทั้งหมดให้แก่เจ้าของโครงการหรือผู้ว่าจ้างตามรูปแบบและระยะเวลาที่ตกลงทำสัญญากัน การพัฒนาดังกล่าวช่วยให้ลูกค้าของบริษัทได้รับการที่ครบวงจร ในขณะเดียวกัน บริษัทก็มีโอกาสที่จะเสนอรูปแบบและวิธีการก่อสร้างให้เหมาะสมกับความชำนาญ ผลงานการก่อสร้างในโครงการต่างๆ ที่ผ่านมารถอดจนชื่อเสียงของบริษัทในด้านการก่อสร้างรวมถึงคุณภาพของงาน ทำให้บริษัทได้รับความไว้วางใจให้ดำเนินการก่อสร้างโครงการต่างๆ ของภาคเอกชนอย่างต่อเนื่อง

การก่อสร้างที่มีประสิทธิภาพ การประสานงานที่ดีระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกกลุ่มของโครงการ ได้แก่ เจ้าของโครงการ บริษัทที่ปรึกษา รวมทั้งการใช้แรงงานที่มีประสิทธิภาพสูง ทำให้บริษัทสามารถก่อสร้างโรงงาน และติดตั้งอุปกรณ์สำคัญๆ ที่ต้องการความถูกต้องและแม่นยำในการก่อสร้างได้อย่างมีประสิทธิภาพ และดำเนินการแล้วเสร็จตามวัตถุประสงค์ของโครงการ

ตัวอย่างรายชื่อโครงการก่อสร้างเพื่อการพาณิชย์ในอดีตของบริษัท

โครงการในอดีต	เจ้าของโครงการ	มูลค่าโครงการ โดยประมาณ (ล้านบาท)
1. ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพระราม 2	บมจ. เซ็นทรัลพัฒนา	1,300
2. อาคารสำนักงาน และโรงงานเซฟสกิน เมดดิคอล แอนด์ ไฮเอนทิฟิ ก จ. สงขลา	บจก. เซฟสกิน เมดดิคอล แอนด์ ไฮเอนทิฟิ ก	950
3. ศูนย์การค้าคาร์ฟูร์ สาขา พัทยา	บจก. เซ็นคาร์	330
4. โรงแรม รามา การ์เด็น	บจก. วิภาวดีรังสิต โฮเต็ล	220
5. ศูนย์การค้าคาร์ฟูร์ สาขา รัชดาภิเษก	บจก. เซ็นคาร์	210
6. ศูนย์การค้าคาร์ฟูร์ สาขา สำโรง	บจก. เซ็นคาร์	205
7. โรงงานไฟโอเนียร์ อีลาสติก	บจก. ไฟโอเนียร์	180
8. โรงงานเซฟสกิน อินดัสทรีส์	บจก. เซฟสกิน อินดัสทรีส์	160
9. ศูนย์การค้าคาร์ฟูร์ สาขา เชียงใหม่	บจก. เซ็นคาร์	140
10. ศูนย์การค้าคาร์ฟูร์ สาขา พระราม 4	บจก. เซ็นคาร์	130
11. เมดิชั่น สแควร์ สุขุมวิท 24	กลุ่มบริษัทในเครือเดวิส	120
12. โรงงานไทยรุ่ง ยูเนี่ยน คาร์	บมจ. ไทยรุ่ง ยูเนี่ยน คาร์	90
13. โฮมโปร พระราม 2	บมจ. โฮมโปรดักส์	80
14. โรงแรม เอวาซอน ภูเก็ต ชั้นที่ 2	บจก. เอวาซอน ภูเก็ต	50

ตัวอย่างรายชื่อโครงการก่อสร้างเพื่อการพาณิชย์ในปัจจุบันของบริษัท

โครงการในปัจจุบัน	เจ้าของโครงการ	มูลค่าโครงการ โดยประมาณ (ล้านบาท)
1. ศูนย์การค้าเซ็นทรัล เฟสติวัล ภูเก็ต	บจก. สรรพสินค้าเซ็นทรัล	650
2. อาคาร เซ็นทรัล เวิลด์ ทาวเวอร์ ชั้นที่ 1	บมจ. เซ็นทรัลพัฒนา	580
3. อัมบุรยา ริสอร์ท แอนด์ สปา พัทยา	บจก. อัมบุรยา ริสอร์ท	380
4. โรงแรมเกรซแลนด์ แอนด์ สปา ภูเก็ต	บจก. ภูน้ำเกียรติ	270
5. โรงแรมแมเจสติก แกรนด์	บจก. แมเจสติก แกรนด์	260
6. ศูนย์การค้าคาร์ฟูร์ สาขา บางใหญ่	บจก. เซ็นคาร์	100
7. ศูนย์การค้าคาร์ฟูร์ สาขาหาดใหญ่	บจก. เซ็นคาร์	355
8. โรงแรมคราวน์ พลาซ่า สุขุมวิท ชั้นที่ 1	บจก. ควอลิตี้ อินน์	99

1.2 งานก่อสร้างเพื่ออยู่อาศัย (Residential Construction)

งานก่อสร้างอาคารเพื่ออยู่อาศัย เช่น บ้านเดี่ยว อพาร์ทเมนต์พร้อมอยู่ คอนโดมิเนียม และโครงการบ้านจัดสรรต่างๆ ซึ่งงานก่อสร้างส่วนใหญ่อยู่ภายในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ลูกค้าส่วนใหญ่ของงานก่อสร้างประเภทนี้จะเป็นลูกค้าที่มีชื่อเสียง และเป็นโครงการขนาดใหญ่ในวงการอสังหาริมทรัพย์

ตัวอย่างรายชื่อโครงการก่อสร้างเพื่ออยู่อาศัยในอดีตของบริษัท

โครงการในอดีต	เจ้าของโครงการ	มูลค่าโครงการ โดยประมาณ(ล้านบาท)
1. บ้านรามอินทรา	บมจ. แผ่นดินทอง พร็อพเพอร์ตี้	250
2. อาคาร ศุภาลย์ 3 (พหลโยธิน)	บมจ. ศุภาลย์	110
3. บ้านไกลเด่นลานนา ชั้นที่ 1	บมจ. แผ่นดินทอง พร็อพเพอร์ตี้	90
4. ศาลาแดง อพาร์ทเมนต์	บมจ. ควอลิตี้ เฮ้าส์	75
5. จี เอ็ม คอมเพล็กซ์	บจก. จี เอ็ม คอมเพล็กซ์	35

ตัวอย่างรายชื่อโครงการก่อสร้างเพื่ออยู่อาศัยในปัจจุบันของบริษัท

โครงการในปัจจุบัน	เจ้าของโครงการ	มูลค่าโครงการ โดยประมาณ(ล้านบาท)
1. เซ็นเตอร์พอยท์ สุขุมวิท 6	บจก. สุขุมวิท เซ็นเตอร์พอยท์	640
2. บ้านไกลเด่นนครา ชั้นที่ 1	บมจ. แผ่นดินทอง พร็อพเพอร์ตี้	610
3. โครงการบ้านอนันดา ชั้นที่ 1	บจก. วินด์มิลล์ ดีเวลลอปเม้นท์	360
4. ราชาโอเวอร์ซี เทรดิง สุขุมวิท 19	บจก. ราชาโอเวอร์ซี เทรดิง	350
5. บ้านไกลเด่นลานนา ชั้นที่ 2	บมจ. แผ่นดินทอง พร็อพเพอร์ตี้	340
6. เดอะทรีส์ สาทร	บจก. คูดู	290
7. บ้านลัดดาภิรมย์ รามคำแหง	บมจ. ควอลิตี้ เฮ้าส์	190
8. เดอะลอฟท์ ซอยเมฆสวัสดิ์	บจก. สตราติจิก พร็อพเพอร์ตี้	140
9. โครงการ รอยัล ภูเก็ต มารีน่า ชั้นที่ 1	บจก. รอยัล ภูเก็ต มารีน่า	2,000
10. บ้านนันทวัน รามคำแหง	บมจ. แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์	360
11. บ้านอนันดา สปอร์ตไลฟ์	บจก. วินด์มิลล์ ดีเวลลอปเม้นท์	377
12. พัทยา นอร์ธชอร์ คอนโดมิเนียม	บมจ. ไรมอนแลนด์	355

1.3 งานโครงการอื่นๆ (Other projects)

งานก่อสร้างทั่วไปอื่นๆ ของบริษัทซึ่งจะเป็นงานก่อสร้างที่มีขนาดกลางลงมาถึงขนาดเล็ก ได้แก่ งานก่อสร้างโรงไฟฟ้าย่อยขนาดต่างๆ และงานก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสีย

ตัวอย่างรายชื่อโครงการก่อสร้างอื่นๆ ในอดีตของบริษัท

โครงการในอดีต	เจ้าของโครงการ	มูลค่าโครงการโดยประมาณ (ล้านบาท)
1. โครงการ โฮปเวลล์ (งานโครงสร้างรถไฟฟ้า)	บจก. โฮปเวลล์ (ประเทศไทย)	30
2. สถานีไฟฟ้าย่อย พระโขนง (สร้างสถานีย่อย)	บจก. ซีเมนต์ เพื่อ การไฟฟ้านครหลวง	30
3. สถานีไฟฟ้าย่อย สามเสน (สร้างสถานีย่อย)	บจก. ซีเมนต์ เพื่อ การไฟฟ้านครหลวง	30
4. สถานีไฟฟ้าย่อย เอบีบี ราชบุรี (สร้างสถานีย่อย)	บจก. เอบีบี ที แอนด์ ดี เพื่อ การไฟฟ้านครหลวง	30
5. โครงการสายส่งไฟฟ้า บางกอกน้อย – บางไทร (สร้างสถานีส่งไฟฟ้า)	บจก. เอบีบี ซาย ซาเดลมิ เอส.พี.เอ. เพื่อ การไฟฟ้านครหลวง	25
6. โครงการบำบัดน้ำเสีย สมุทรปราการ (สร้างบำบัดน้ำเสีย)	บจก. ไบโอบีเจค อินเตอร์เนชั่นแนล	5

2. งานติดตั้งระบบวิศวกรรม (Mechanical & Electrical Work)

ลักษณะของระบบที่ติดตั้งแบ่งได้เป็น 4 ประเภท คือ

2.1 ระบบไฟฟ้า

งานติดตั้งระบบทั้งในอาคารสำนักงานที่อยู่อาศัย โรงแรม โรงพยาบาล และโรงงานอุตสาหกรรม ตลอดจนระบบไฟฟ้าในการขนส่งและการสื่อสารโทรคมนาคม การติดตั้งระบบจ่ายไฟแรงต่ำ แรงสูง และระบบไฟฟ้าฉุกเฉินเมื่อเวลาไฟดับ ระบบไฟฟ้าในโรงงานและอาคาร ระบบโทรทัศน์และระบบเสียง ระบบสายล่อฟ้า ระบบควบคุมเครื่องจักรอัตโนมัติ

2.2 ระบบสื่อสารโทรคมนาคม

งานออกแบบและติดตั้งระบบการสื่อสารคมนาคมภายในอาคารสำนักงาน ซึ่งได้แก่ ระบบโทรศัพท์และสายโทรศัพท์ ระบบคอมพิวเตอร์

2.3 ระบบปรับอากาศ

งานออกแบบและติดตั้งระบบปรับอากาศและระบบระบายอากาศ ได้แก่ ระบบทำความเย็นในอาคารและโรงงาน ระบบดักควันและระบบกรองอากาศ ระบบเดินท่อแอร์ขนาดใหญ่ ระบบควบคุมอุณหภูมิ

2.4 ระบบสุขาภิบาลและระบบป้องกันอัคคีภัย

งานออกแบบและติดตั้งระบบบำบัดน้ำดีและระบบบำบัดน้ำเสียในอาคารที่อยู่อาศัย สำนักงาน และโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งประกอบด้วย การติดตั้งระบบน้ำร้อน-น้ำเย็น ระบบสุขาภิบาล ระบบบำบัดน้ำเสียภายในอาคาร และระบบป้องกันไฟซึ่งได้แก่ การติดตั้งระบบดับเพลิงแบบหัวฉีดโปรยน้ำ ระบบดับเพลิงแบบถังเคมี

งานติดตั้งระบบวิศวกรรมไม่ได้จัดเป็นธุรกิจหลักของบริษัท แต่มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนงานก่อสร้าง ซึ่งงานติดตั้งระบบบางโครงการมีมูลค่ามากถึงร้อยละ 30 ของมูลค่ารวมของโครงการ นอกจากงานติดตั้งระบบที่เป็นการสนับสนุนงานก่อสร้างหลักของบริษัทแล้ว บริษัทยังให้หน่วยงานติดตั้งระบบวิศวกรรมทำงานภายนอก นอกเหนือจากงานสนับสนุนงานก่อสร้างของบริษัทเองด้วย

โครงการติดตั้งระบบวิศวกรรมที่สำคัญที่สนับสนุนงานก่อสร้างของบริษัท อาทิเช่น โครงการติดตั้งระบบที่ โรงแรม เดวิส สุขุมวิท 24 โรงแรมแมเจสติก แกรนด์ โรงงานไทยยูเนียน คาร์ โรงงานไฟโอเนียร์ อีลาสติก โครงการบ้านรามอินทรา บ้านใกล้เคียงถนนนา หลังสวนอพาร์ทเมนท์ The Lofts ซอยเมฆสวัสดิ์ บ้านลาดดาเมย์ รามคำแหง และบ้านใกล้เคียงนครา

โครงการติดตั้งระบบวิศวกรรมที่อยู่นอกเหนือจากงานก่อสร้างของบริษัท อาทิเช่น โครงการติดตั้งระบบที่ สถานทูตอเมริกา สถานทูตสเปน เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ สาขา โลตัส บางกะปิ เซ็นทรัลพระราม 2 และสาขา รังสิต สำนักงานบริษัท อัลเลน แอนด์ โอเวอร์ี อาคารสินธร และฟิตเนส เฟิส์ สาขา งามวงศ์วาน สาขาโรงแรมแลนด์มาร์ค และสาขา เซ็นทรัลบางนา

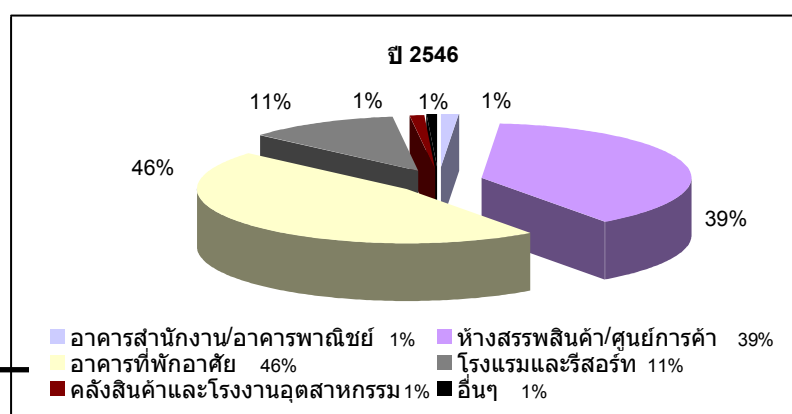
3.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

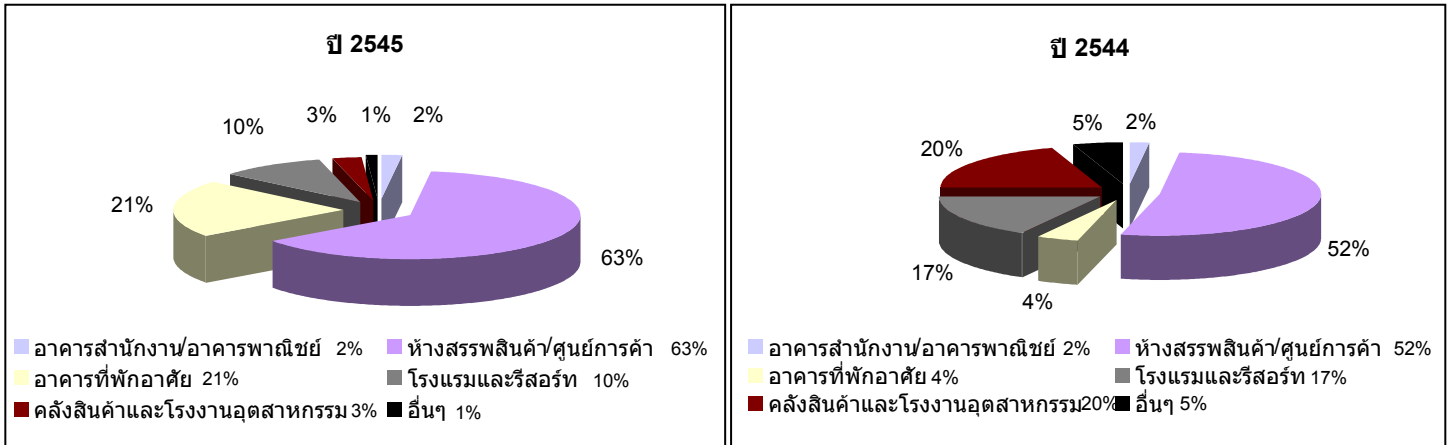
3.2.1 ลักษณะลูกค้า

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าของบริษัทได้แก่ เจ้าของโครงการต่างๆ ในภาคเอกชนทั่วราชอาณาจักร ซึ่งเป็นลูกค้าที่บริษัทได้ให้บริการอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากได้รับความไว้วางใจจากงานก่อสร้างที่มีคุณภาพและประสบผลสำเร็จในอดีต บริษัทสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ามาโดยตลอด เพื่อสร้างโอกาสในการได้รับงานโครงการใหม่ๆ ในอนาคต จากลูกค้าเดิม ทำให้ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาฐานลูกค้าของบริษัทขยายเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ลูกค้าหลักในปัจจุบันของบริษัทจึงได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจบ้านจัดสรร ผู้ประกอบธุรกิจศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า โรงแรม และอาคารสำนักงาน ซึ่งเจ้าของโครงการมีชื่อเสียง ความมั่นคงทางการเงิน และมีทุนดำเนินการสูง

ถ้าจำแนกรายได้ตามลักษณะของลูกค้าที่บริษัทได้รับงานโครงการ โดยเปรียบเทียบ 3 ปีที่ผ่านมา ตั้งแต่ปี 2544 - 2546 สามารถสรุปเป็นภาพได้ดังนี้





ตามแผนภาพจะเห็นได้ว่ารายได้ของบริษัทตามลักษณะของลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงทุกปี แสดงให้เห็นว่าบริษัทมีการกระจายรายได้ไปยังกลุ่มลูกค้าหลายประเภทไม่พึ่งพาลูกค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่งในตลาด เป็นการกระจายความเสี่ยงของรายได้ โดยลูกค้าในกลุ่มอาคารที่พักอาศัยมีจำนวนเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 21 ในปี 2545 เป็นร้อยละ 46 ในปี 2546 และลูกค้าในกลุ่มห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้ามีจำนวนลดลงจากร้อยละ 63 ในปี 2545 เป็นร้อยละ 39 ในปี 2546 มีซึ่งสะท้อนกับภาพการเจริญเติบโตของกลุ่มธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

3.2.2 อุตสาหกรรมและภาวะแข่งขัน

ในช่วงระยะเวลา 2 ปีที่ผ่านมา ภาพการฟื้นตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ได้สะท้อนการปรับตัวดีขึ้นประกอบกับรัฐบาลได้ดำเนินมาตรการกระตุ้นธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยการสนับสนุนการสร้างโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการพัฒนาบ้านเมืองอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งนโยบายสินเชื่อของสถาบันการเงินมุ่งขยายสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งภาวะเศรษฐกิจไทยมีการเจริญเติบโตอย่างแข็งแกร่ง ภาคธุรกิจโดยรวมมีผลประกอบการดีขึ้นทำให้มีการขยายการลงทุนในทุกภาคธุรกิจ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้ภาคธุรกิจการก่อสร้างฟื้นตัวขึ้นและเริ่มมีการเจริญเติบโตเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ โดยจะเห็นได้จากอัตราการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติที่ปรับตัวสูงขึ้นโดยคาดว่าจะในปี 2547 อัตราการขยายตัวจะอยู่ที่ร้อยละ 7 เปรียบเทียบกับปี 2546 ซึ่งอยู่ในอัตราร้อยละ 6.3 ตามตารางข้างล่าง

ประมาณการเศรษฐกิจและผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศปี 2546 - 2547				
	2544	2545	ประมาณการ 2546	ประมาณการ 2547
GDP ภาคก่อสร้าง (พันล้านบาท)	154	166	182	-
GDP ทั้งประเทศ (พันล้านบาท)	5,133.8	5,451.9	5,904.4	6,465.3
อัตราการขยายตัวของ GDP (%)	2.1	5.4	6.3	7.0
การลงทุนรวม (%)	1.2	6.5	9.6	13.1
ภาคเอกชน	4.9	13.2	16.5	17.0

ภาครัฐ	-5.2	-5.8	-6.0	2.2
--------	------	------	------	-----

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

การลงทุนในอสังหาริมทรัพย์โดยภาคเอกชนจะมีมูลค่าประมาณ 290,000 ล้านบาท เทียบกับมูลค่าที่คาดการณ์ของปี 2546 ที่ 240,000 ล้านบาท โดยมีอัตราเติบโต ณ ราคาปีฐาน (ปี 2531) อยู่ที่ร้อยละ 17 ใกล้เคียงกับปี 2546 ที่คาดการณ์ว่าการเติบโตร้อยละ 16 โดยคาดว่าอสังหาริมทรัพย์ที่ไม่ใช่ที่อยู่อาศัยจะเติบโตในทิศทางที่ดีขึ้นกว่าปี 2546 สำหรับที่อยู่อาศัยจะขยายตัวชะลอลงจากปี 2546 แต่ยังเป็นอัตราเติบโตที่อยู่ในเกณฑ์ดี งานในภาคเอกชนมีปริมาณที่เพิ่มสูง รวมทั้งงานในส่วนภาครัฐ งานโครงการขนาดใหญ่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทำให้เกิดภาวะการแข่งขันที่มากขึ้น

เมื่อพิจารณาจากข้อมูลพื้นที่รับอนุญาตก่อสร้างในเขตเทศบาล จะเห็นได้ว่ารัฐบาลมีมาตรการกระตุ้นความต้องการที่อยู่อาศัยโดยการอนุญาตให้มีพื้นที่รับอนุญาตก่อสร้างในเขตเทศบาลเพิ่มมากขึ้น

พื้นที่รับอนุญาตก่อสร้างในเขตเทศบาล : พันตารางเมตร					
	2544	2545	% การเปลี่ยนแปลง (2544-45)	2546*	% การเปลี่ยนแปลง (2545-46)
ที่อยู่อาศัย	6,393	10,215	59.78%	12,189	19.33%
พาณิชยกรรม	1,702	2,255	32.50%	3,337	48.02%
อุตสาหกรรมและอื่น ๆ	864	1,421	64.48%	1,846	29.88%
เฉพาะเขตกรุงเทพฯ	5,066	7,816	54.29%	10,102	29.25%
ภาคกลาง (ไม่รวมกรุงเทพฯ)	1,354	2,376	75.49%	2,757	16.07%
ภาคอื่น ๆ	2,540	3,699	45.67%	4,513	21.98%
รวมทั้งประเทศ	8,959	13,891	55.05%	17,372	25.06%
* Annualized (คิดเป็นยอดเต็มปี)					

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

ศูนย์วิจัยต่างๆ ได้คาดว่าธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีแนวโน้มที่จะขยายตัวทุกประเภท โดยจะได้รับปัจจัยบวกจากการใช้จ่ายของผู้บริโภคในความต้องการที่อยู่อาศัย และการลงทุนของภาคธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพื่อการพาณิชย์คาดว่าจะเริ่มมีการก่อสร้างโครงการใหม่เพิ่มขึ้นเนื่องจากอุปทานคงค้างเริ่มมีจำนวนน้อยลง ส่วนด้านอุตสาหกรรม คาดว่าจะมีการขยายการลงทุนอย่างชัดเจนมากขึ้นหลังจากอุตสาหกรรมหลายประเภทมีอัตราการใช้กำลังผลิตถึงระดับที่น่าจะต้องมีการลงทุนเพิ่ม อีกทั้งมีการขยายการลงทุนของนักลงทุนจากต่างประเทศ ความต้องการที่มีต่ออสังหาริมทรัพย์ที่เพิ่มขึ้นน่าจะส่งผลให้การลงทุนในด้านอสังหาริมทรัพย์โดยรวมขยายตัวในอัตราที่ใกล้เคียงหรือสูงขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่คาดว่าจะมีการเติบโตดีขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา ได้แก่ คอนโดมิเนียม ที่พักอาศัยสำหรับชาวต่างชาติ อาคารสำนักงาน นิคมอุตสาหกรรม และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่คาดว่าจะเติบโตใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมา ได้แก่ ธุรกิจบ้านจัดสรร ธุรกิจรับสร้างบ้าน ธุรกิจบ้านมือสอง

เมื่อพิจารณาการลงทุนในการก่อสร้างอสังหาริมทรัพย์ของภาคเอกชน ประเภทที่อยู่อาศัย จากข้อมูลที่อยู่อาศัยที่จดทะเบียนเพิ่มเติมในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลตามตารางข้างล่างจะเห็นได้ว่าการจดทะเบียนที่อยู่อาศัยเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับตั้งแต่ปี 2544 ถึงปี 2546 ซึ่งเป็นข้อพิสูจน์ได้อย่างชัดเจนว่าผู้บริโภคต้องการที่อยู่อาศัยเพิ่มมากขึ้น

ที่อยู่อาศัยจดทะเบียนเพิ่มในเขต กทม. - ปริมณฑล : หน่วย					
	2544	2545	% การเปลี่ยนแปลง (2544-45)	2546*	% การเปลี่ยนแปลง (2545-46)
บ้านจัดสรร	9,691	14,371	48.29%	20,419	42.09%
แฟลตและอาคารชุด	4,693	1,971	-58.00%	1,721	-12.69%
ปลูกสร้างเอง	19,639	17,693	-9.91%	18,926	6.97%
รวมที่อยู่อาศัยจดทะเบียนเพิ่ม	34,023	34,035	0.04%	41,066	20.66%
* Annualized (คิดเป็นยอดเต็มปี)					

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

การที่อุปสงค์ที่เข้ามาสู่ตลาดอสังหาริมทรัพย์ประเภทต่างๆ ปรับตัวสูงขึ้น นอกจากจะเป็นส่วนผลักดันการเติบโตของธุรกิจและเศรษฐกิจโดยรวมแล้ว ยังจะสนับสนุนการแก้ไขปัญหาอุปทานคงค้างหรือทรัพย์สินที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ในระบบเศรษฐกิจ จากการที่สภาพคล่องของสินทรัพย์มีมากขึ้นตามการฟื้นตัวของอุปสงค์ จะช่วยให้การแก้ไขปัญหาเหล่านี้มีความคืบหน้าไปได้รวดเร็วขึ้น

นอกจากนี้ ตัวแปรที่อาจเป็นปัจจัยเสี่ยงต่อแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในระยะอันใกล้ ขึ้นอยู่กับความต่อเนื่องของการเติบโตทางเศรษฐกิจ รวมทั้งทิศทางอัตราดอกเบี้ยในช่วงข้างหน้า (ถ้าดอกเบี้ยเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว อาจส่งผลกระทบให้อุปสงค์เกิดการชะลอตัว รวมทั้งปัญหาภาระหนี้ภาคครัวเรือน) แต่อย่างไรก็ตามข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้ประมาณการภาวะเศรษฐกิจไทยและแนวโน้มการเติบโตเศรษฐกิจปี 2547 ว่า จะขยายตัวในอัตราร้อยละ 7 – 8 ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจในปี 2546 ที่อัตราร้อยละ 6.3 จะเห็นว่าเศรษฐกิจยังเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ในส่วนของอัตราดอกเบี้ยนั้นยังมีแนวโน้มทรงตัวอยู่ในระดับต่ำตลอดช่วงปี 2547 เนื่องจากสภาพคล่องทางการเงินอยู่ในระดับสูง ประกอบกับดุลบัญชีเดินสะพัดยังเกินดุลและเงินทุนไหลเข้ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ดีขึ้น ดังนั้นธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ของไทยยังมีศักยภาพที่จะเติบโตได้ในระยะยาว

คู่แข่งชั้นและภาวะการแข่งขัน

คู่แข่งที่สำคัญของบริษัทในตลาดอุตสาหกรรมก่อสร้าง คือ บริษัทรับเหมาก่อสร้างชั้นนำที่มีขนาดกลาง และขนาดใหญ่ในประเทศไทยไปจนถึงบริษัทข้ามชาติ ที่เข้าร่วมประมูลโครงการก่อสร้างของภาคเอกชน

รายชื่อคู่แข่งของบริษัท ได้แก่ บมจ. คริสเตียนีและนีสัน บมจ. สยามชินเทค บจก. ฤทธา บจก. สี่พระยา ก่อสร้าง และบจก.โอบายาชิ คอปอร์เรชั่น เป็นต้น

จากการที่ผู้รับเหมาก่อสร้างกระจายอยู่ทั่วประเทศ และเป็นการก่อสร้างในขนาดต่าง ๆ กัน จึงไม่สามารถแสดงตัวเลขที่เป็นทางการเพื่อหาส่วนแบ่งการตลาด อย่างไรก็ตาม เพื่อเป็นข้อมูลในการเปรียบเทียบคู่แข่งที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์รายอื่นๆ จึงแสดงการเปรียบเทียบตัวเลขที่สำคัญของบริษัทคู่แข่งไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อมูลเปรียบเทียบบริษัทรับเหมาก่อสร้างจากงบการเงิน ณ 31 ธันวาคม 2546 : ล้านบาท						
ชื่อบริษัท	รายได้รวม	กำไรสุทธิ	สินทรัพย์รวม	หนี้สินรวม	ทุนชำระแล้ว	ส่วนของผู้ถือหุ้น
อิตาเลียนไทย	18,343	921	25,350	14,843	3,739	10,416
ซีโน-ไทย	5,520	604	6,133	2,908	1,008	3,118
ช. การช่าง	8,069	285	15,326	11,003	1,050	4,110
คริสเตียนี	3,859	370**	2,062	1,546	312	516
เนาวรัตน์พัฒนาการ	2,684	-315	2,657	2,306	1,821	350
สยาม ชินเทค*	796	-23	2,745	1,328	362	1,416
เค-เทค	2,623	40	1,338	973	185	365
* เป็นยอด 6 เดือน						
** กำไรสุทธิก่อนรายการพิเศษเนื่องจากบริษัทมีกำไรจากการปรับโครงสร้างหนี้						

ที่มา: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและบริษัท

3.2.3 กลยุทธ์การแข่งขัน

ในการกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันและนโยบายการดำเนินธุรกิจของบริษัท นอกจากการมุ่งเน้นความสามารถในการรักษาสัดส่วนการตลาดภายใต้สภาวะที่มีการแข่งขันสูงในปัจจุบันแล้ว บริษัทยังมุ่งเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวด้วย โดยเน้นคุณภาพของงานและความตรงต่อเวลาเป็นหลัก

ข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน

1. ชื่อเสียงและประสบการณ์ของกลุ่มวิศวกรผู้บริหาร

นอกเหนือจากความสามารถในการบริหารงาน ซึ่งสามารถพิสูจน์ได้จากการนำพาบริษัทให้อยู่รอดผ่านพ้นวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจในปี 2540 วิศวกรผู้บริหารของกลุ่มบริษัทมีความรู้และประสบการณ์การทำงานภาคปฏิบัติในงานวิศวกรรมมากกว่า 30 ปี และมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางในวงการ นอกจากนี้หากมีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่จะต้องนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้หรือการเปลี่ยนแปลงทางวิศวกรรมอื่นๆ บริษัทมีนโยบายที่จะนำเทคโนโลยีเหล่านั้นมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสม

2. ผลงานเน้นคุณภาพและให้ประโยชน์สูงสุดแก่ลูกค้า

บริษัทมุ่งเน้นการดำเนินงานโดยให้บริการที่ให้ประโยชน์สูงสุดแก่ลูกค้า เน้นถึงคุณภาพ การให้บริการเป็นที่พอใจ มีความรับผิดชอบต่อผลงานสูงและการส่งมอบงานตรงตามกำหนดเวลาการ บริษัทส่งเสริมนโยบายด้านการทำงานเป็นทีมและเพิ่มพูนเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อให้ได้มาซึ่งระบบการดำเนินงานที่ปลอดภัยมีประสิทธิภาพสูงสุด

3. การให้บริการรับเหมาก่อสร้างแบบเหมารวม (Turnkey Contracts)

การให้บริการตั้งแต่การออกแบบ งานวางฐานราก จนกระทั่งอาคารเสร็จสมบูรณ์ อีกทั้งสามารถบริหารต้นทุนและเวลาได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับการผันแปรของต้นทุนการก่อสร้างและภาวะเศรษฐกิจที่ผันผวน

4. ผลงานอันเป็นที่ยอมรับในอดีต

บริษัทได้สร้างชื่อเสียงในผลงานต่างๆ ที่ผ่านมามาในอดีต บริษัทได้สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และทำให้ลูกค้าให้ความไว้วางใจในการกลับมาใช้บริการของบริษัทอีก รวมทั้งได้แนะนำต่อไปยังลูกค้าอื่นๆ ด้วย ดังนั้นกลุ่มบริษัทจึงมีนโยบายหลักในการที่จะรักษาและเสริมสร้างชื่อเสียงของบริษัท โดย

- การรักษาคุณภาพของผลงานให้เป็นไปตามมาตรฐานที่ยอมรับ
- การดำรงไว้ซึ่งความซื่อสัตย์ต่อวิชาชีพและมีจรรยาบรรณที่ดีต่องานในสัญญา
- การดูแลผลประโยชน์ของลูกค้าเสมือนหนึ่งว่าบริษัทคือเจ้าของโครงการดังกล่าวด้วย
- การบริการหลังการขายและหลังหมดสัญญาบริการ
- การดูแลให้การก่อสร้างในแต่ละโครงการแล้วเสร็จตามกำหนดเวลาที่ระบุไว้ในสัญญา

5. ความสามารถของบุคลากร

บริษัทมีบุคลากรที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน อีกทั้งบริษัทมีนโยบายส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรซึ่งนับเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดของบริษัท เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพในการดำเนินงานและดำรงไว้ซึ่งความสามารถในการแข่งขัน ดังนี้

- การพัฒนาความรู้และความสามารถของพนักงานอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านความรู้ทางเทคนิควิชาการและการจัดการ
- การสร้างจิตสำนึกความรับผิดชอบต่องาน
- การสร้างบรรยากาศการทำงานที่เป็นมิตร
- การทำงานเป็นทีม การประสานงานระหว่างทีมวิศวกรและบุคลากรภายในองค์กร เพื่อให้บรรลุซึ่งวัตถุประสงค์ในการให้บริการที่ดีเยี่ยมแก่ลูกค้า
- การรักษามาตรฐานความปลอดภัยในการทำงาน

6. แรงงานที่มีคุณภาพ

เนื่องจากบริษัทมีนโยบายในการจ้างแรงงานซึ่งเป็นพนักงานรายวันของบริษัทเอง ทำให้บริษัทสามารถคัดเลือกแรงงานที่มีคุณภาพและมีแรงงานที่มีความชำนาญงานสูง บริษัทจึงสามารถส่งมอบงานได้ตามมาตรฐานของบริษัท ภายใต้ระยะเวลาที่กำหนดและลูกค้ามีความไว้วางใจในคุณภาพงานที่ส่งมอบ นอกจากนี้บริษัทมีนโยบายที่จะจ้างผู้รับเหมาช่วงให้น้อยที่สุดเพื่อควบคุมคุณภาพงานของบริษัทโดยจะจ้างผู้รับเหมาช่วงเฉพาะงานที่ต้องการความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เช่น การเคลือบหน้าต่างอะลูมิเนียม จากการที่บริษัทมีแรงงานที่มีคุณภาพนี้ทำให้ทำให้บริษัทสามารถรักษาระดับงานก่อสร้างที่มีคุณภาพสูงได้

7. สถานะทางการเงินที่เข้มแข็ง

บริษัทให้ความสำคัญกับโครงสร้างทางการเงินที่มั่นคง โดยการรักษาสัดส่วนของหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นให้อยู่ในระดับต่ำ และระดับสภาพคล่องที่เหมาะสมเพื่อช่วยลดความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจและสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2546 บริษัทมีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น 2.67 เท่า มีหนี้สินทางการเงิน 179 ล้านบาทคิดเป็นร้อยละ 18 ของหนี้สินรวม และมีอัตราส่วนสภาพคล่อง 1.21 เท่า

3.2.4 นโยบายราคา

ในการเสนอราคาต่อลูกค้ารายหนึ่งรายได้ฝ่ายบริหารของบริษัทจะมีการประชุมและปรึกษาร่วมกันในการคำนวณราคาต้นทุนของงานรับเหมาก่อสร้างเพื่อการประกวดราคา หรือเจรจากับลูกค้า

บริษัทจะคำนึงถึงสภาพการแข่งขัน ต้นทุนของวัตถุดิบ ค่าแรงคนงาน และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในการก่อสร้างเป็นหลัก พร้อมกันนี้บริษัทยังประมาณค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่อาจเกิดขึ้นเนื่องจากความล่าช้าในการเก็บเงิน หรือการเปลี่ยนแปลงราคาของวัสดุก่อสร้างหลักรวมทั้งต้นทุนทางการเงินไว้ในต้นทุนการก่อสร้างแล้ว อย่างไรก็ตามงานก่อสร้างแต่ละประเภทจะมีสัดส่วนของวัตถุดิบ ค่าแรง และค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างแตกต่างกันออกไป ตามลักษณะของโครงการ ดังนั้นอัตรากำไรขั้นต้นของโครงการจึงมีอัตราที่แตกต่างกันไป

อย่างไรก็ดี บริษัทไม่ได้เสนอราคาต่ำที่สุดต่อลูกค้าเพื่อให้ได้รับงาน แต่บริษัทจะเน้นถึงราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของงาน และความต้องการของลูกค้ารวมถึงการให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมกับบริษัทเป็นหลัก

3.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

3.3.1 กำลังการผลิต

เนื่องจากในปัจจุบันภาวะเศรษฐกิจกำลังฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง และภาคธุรกิจที่อยู่อาศัย รวมทั้งอาคารพาณิชย์ได้มีการเจริญเติบโตอย่างสูง ทำให้อุตสาหกรรมก่อสร้างมีการแข่งขันเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ ทำให้บริษัทสามารถจะดำเนินการผลิตได้เต็มกำลังการผลิต และเพื่อให้ค่าใช้จ่ายเหมาะสมกับภาวะเศรษฐกิจและการผลิต บริษัทจึงมีนโยบายที่จะเพิ่มกำลังคนให้เหมาะสมกับขนาดและมูลค่าของงาน

ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง และรับเหมาติดตั้งงานระบบวิศวกรรมเป็นธุรกิจที่ต้องอาศัยความชำนาญเฉพาะด้านในระบบวิศวกรรมที่ติดตั้ง ตลอดจนความสามารถในการบริหารโครงการให้สำเร็จลุล่วงตามความต้องการของลูกค้า ทั้งในด้านคุณภาพของงานและระยะเวลาแล้วเสร็จ ภายใต้ต้นทุนโครงการที่สามารถสร้างผลกำไรให้กับบริษัท ดังนั้น ปัจจัยสำคัญที่กำหนดกำลังการผลิตของบริษัท ได้แก่

- (1) จำนวนบุคลากรและจำนวนวิศวกร ทั้งวิศวกรในระดับผู้จัดการโครงการ (Project Manager) วิศวกรผู้ควบคุมงาน (Project Engineer) และวิศวกรประจำหน่วยงาน (Engineer)
- (2) จำนวนเงินทุน บริษัทควรมีเงินทุนหมุนเวียนที่เพียงพอและเหมาะสมกับขนาดของงาน
- (3) จำนวนเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่เหมาะสมกับปริมาณงาน

เพื่อให้สามารถส่งมอบงานที่มีคุณภาพให้แก่ลูกค้าภายใต้เงื่อนไขเวลาที่จำกัด จำนวนวิศวกรของบริษัท และผู้รับเหมาช่วงที่จะรับผิดชอบในแต่ละโครงการจะขึ้นอยู่กับขนาดและความซับซ้อนของงานเป็นสำคัญ

3.3.2 ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุดิบ

การจัดหาวัตถุดิบ

บริษัทมีนโยบายจัดซื้อที่ชัดเจนโดยยึดหลักการแข่งขันด้วยความเท่าเทียมกัน เปิดโอกาสให้ผู้จัดจำหน่ายมีการแข่งขันกันและโดยการประกวดราคา เปรียบเทียบราคา ในการควบคุมต้นทุนการทำงานโดยเฉพาะการจัดหาวัตถุดิบ ซึ่งได้แก่ วัสดุก่อสร้างต่างๆ บริษัทต้องวางแผนการจัดซื้อให้สอดคล้องกับลักษณะงาน

ประเภทของวัตถุดิบที่สำคัญ

การจัดหาวัตถุดิบที่สำคัญจะดำเนินการตามระเบียบวิธีการจัดซื้อ จัดจ้าง ของบริษัท โดยพิจารณาจากราคา คุณสมบัติของวัสดุและเงื่อนไขทางการเงิน

- (1) หมวดวัสดุหลัก วัสดุก่อสร้างที่จำเป็นต้องใช้ในการก่อสร้างโยธาทุกประเภท และที่มีอยู่ในแบบก่อสร้าง หรือระบุในสัญญาทั้งหมด เช่น หิน คอนกรีตผสมเสร็จ เหล็กเส้น ทนวย ปูนซีเมนต์ ฯลฯ บริษัทจะจัดซื้อวัสดุเหล่านี้ภายในประเทศ บริษัทจะคัดเลือกผู้จัดจำหน่ายที่ได้มาตรฐาน เพื่อให้จัดหาวัสดุให้
- (2) หมวดวัสดุที่มีลักษณะเฉพาะ วัสดุประเภทนี้จะขึ้นอยู่กับลูกค้าเป็นหลัก ลูกค้าจะเป็นผู้กำหนดคุณลักษณะราคา รวมทั้งผู้จัดจำหน่ายวัสดุที่ลูกค้าต้องการใช้มาให้บริษัท โดยการซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทนี้จะเป็นการซื้อสำหรับโครงการแต่ละโครงการโดยเฉพาะ เช่น เครื่องสูบน้ำ กะเบื่องปูพื้น และหลังคา
- (3) หมวดวัสดุประกอบ วัสดุที่ใช้ประกอบการทำงาน ได้แก่ ไม้แบบ นั่งร้าน ค้ำยัน ตะปู ลวดผูกเหล็ก เป็นต้น
- (4) หมวดวัสดุสิ้นเปลือง วัสดุประกอบงานประเภท ลวดเชื่อม น้ำมัน แก๊ส ลม ถูขยยะ เป็นต้น
- (5) หมวดอุปกรณ์และเครื่องมือก่อสร้าง เครื่องมือ เครื่องจักรที่ใช้ประกอบงาน แยกเป็นเครื่องมือขนาดเล็ก และเครื่องมือขนาดใหญ่ เช่น สว่านไฟฟ้า เครื่องเชื่อมไฟฟ้า เครื่องแอร์คอมเพรสเซอร์ เครื่องกำเนิดไฟฟ้า เป็นต้น

แหล่งที่มาของวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่ใช้สามารถสั่งซื้อจากผู้ผลิตหรือตัวแทนจำหน่ายในประเทศ ในบางกรณีบริษัทอาจพิจารณาสั่งซื้อจากผู้ขายในต่างประเทศ หากได้รับเงื่อนไขที่ดีกว่าการสั่งซื้อผ่านตัวแทนจำหน่ายหรือผู้ขายในประเทศ ปัจจุบันวัตถุดิบเกือบทั้งหมดจัดหาจากแหล่งภายในประเทศ

ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ เช่น ปูนซีเมนต์ เหล็ก คอนกรีต และวัสดุก่อสร้างอื่นๆ จะมีให้เลือกซื้อได้หลายราย ตามแต่ละประเภทของวัตถุดิบ ทั้งนี้ บริษัทประกอบธุรกิจอยู่ในธุรกิจก่อสร้างมานาน และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายหลายราย ซึ่งติดต่อกันด้วยดีตลอดมา จึงไม่มีปัญหาในการจัดหาวัตถุดิบ

บริษัทมีผู้จัดจำหน่ายจำนวนมากภายในแต่ละวัตถุดิบ จึงไม่เกิดภาวะผูกขาด นอกจากนี้บริษัทยังใช้นโยบายการต่อรองราคาแบบไม่ผูกขาดกับผู้จำหน่ายกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง และมีการเจรจาต่อรองครั้งต่อครั้งในแต่ละโครงการ

นโยบายการสั่งซื้อ/สั่งจ้าง ของบริษัทจะไม่ยึดติดหรือผูกติดกับผู้จัดจำหน่าย รายใดโดยเฉพาะเจาะจง แต่จะเป็นลักษณะการกระจายโดยทั่วไป มุ่งจะเข้าหาแหล่งวัตถุดิบโดยเฉพาะ เพื่อลดต้นทุนในการผลิต และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน โดยมุ่งเน้นเรื่องบริการ คุณภาพ และราคาของสินค้าเป็นสำคัญ และจะใช้วัสดุอุปกรณ์ภายในประเทศเป็นหลัก เพื่อส่งเสริมและสนองนโยบายของบริษัท ในอันที่จะทำให้ผู้ผลิตได้พัฒนาเข้าสู่มาตรฐานสากลและเพิ่มศักยภาพแข่งขันกับสินค้าต่างประเทศต่อไป

สัดส่วนการซื้อวัตถุดิบในประเทศและต่างประเทศ

บริษัทยังคงมุ่งเน้นการใช้สินค้าที่ผลิตในประเทศ สินค้าที่ต้องใช้ในการก่อสร้าง และการติดตั้งระบบที่เป็นมาตรฐาน บริษัทจะซื้อภายในประเทศ ถ้ามีวัสดุที่มีลักษณะเฉพาะตามความต้องการของลูกค้า หรือเกิดจากข้อกำหนดของงาน บริษัทจึงจะสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศ ดังนั้นสินค้าที่สั่งซื้อจากต่างประเทศจึงมีมูลค่าไม่มาก ดังนั้นแหล่งที่มาของวัตถุดิบของบริษัทมากกว่าร้อยละ 95 จึงเป็นบริษัทผู้ผลิตหรือตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่ผลิตในประเทศ

สภาพปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบ

ผลการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีต่อการใช้อัตถุดิบ เนื่องจากการดำเนินงานก่อสร้างต้องเป็นไปตามเงื่อนไขของสัญญา ถึงแม้ว่าจะใช้เทคโนโลยีการก่อสร้างที่ต่างออกไป ส่วนใหญ่ก็ยังคงต้องใช้วัตถุดิบตามคุณสมบัติที่กำหนดไว้ในสัญญา

สภาพปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบ ในบางช่วงเวลาวัตถุดิบบางประเภทอาจมีการขาดแคลน หรือมีการปรับราคาสูงขึ้น หากมีความต้องการใช้ในปริมาณมากพอ บริษัทก็อาจพิจารณาจัดซื้อโดยตรงจากผู้ผลิตหรือนำเข้าจากต่างประเทศ เนื่องจากบริษัทอยู่ในธุรกิจก่อสร้างมาเป็นเวลานาน และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มผู้ผลิตและจัดจำหน่ายวัตถุดิบที่ใช้ในงานก่อสร้างเป็นอย่างดี ทำให้มีความมั่นใจทั้งในด้านคุณภาพ ราคา และสามารถจัดซื้อในปริมาณที่เพียงพอสำหรับใช้ในงานก่อสร้างแต่ละโครงการอย่างต่อเนื่อง

3.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

การส่งมอบงานจะกระทำก็ต่อเมื่องานเสร็จสิ้นแล้วทั้งหมด งานระหว่างก่อสร้างที่ยังไม่ได้ส่งมอบ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2546 มีดังนี้

(หน่วย : ล้านบาท)

	โครงการ	เจ้าของโครงการ	ระยะเวลา ดำเนินการ	มูลค่า โครงการ ตามสัญญา	มูลค่างานที่ ยังไม่ได้ส่งมอบ โดยประมาณ ณ 31 ธ.ค. 2546
1.	โครงการเซ็นเตอร์พ้อยต์ สุขุมวิท	บจก. สุขุมวิท เซ็นเตอร์พ้อยต์	ส.ค.46 - ส.ค.48	635	545
2.	เซ็นทรัลเวิลด์ ทาวเวอร์ ชั้นที่ 1	บจก. เซ็นทรัลเวิลด์ ทาวเวอร์	ส.ค.46 - ก.ย. 47	577	530
3.	โครงการบ้านอนันดา ชั้นที่ 1	บจก. วินด์มิลล์ ดีเวลลอปเม้นท์	ต.ค.46 - ต.ค.47	360	350
4.	โครงการโกลเด้น นครา ชั้นที่ 1	บมจ. แผ่นดินทอง พร็อพเพอร์ตี้	ธ.ค.45 - ธ.ค.47	608	330
5.	ราชาโฮเวอร์ชี เทรดิง สุขุมวิท 19	บจก. ราชาโฮเวอร์ชี เทรดิง	ต.ค.46 - พ.ค.48	346	320
6.	อัมบุรยา ริสอร์ท แอนด์ สปา พัทยา	บจก. อัมบุรยา ริสอร์ท	พ.ค.46 - ส.ค.47	374	310
7.	เดอะทรีส์ สาทร	บจก. คุณ	ธ.ค.46 - ต.ค.47	290	290
8.	โรงแรมเกรซแลนด์ แอนด์ สปา ภูเก็ต	บจก. ภูน้ำเกียรติ	ธ.ค.46 - ธ.ค.47	270	270
9.	ศูนย์การค้าเซ็นทรัล เฟสติวัล ภูเก็ต	บจก. สรรพสินค้าเซ็นทรัล	ก.พ.46 - เม.ย.47	650	230
10.	โรงแรมแมเจสติค แกรนด์	บจก. แมเจสติค แกรนด์	ธ.ค.45 - ต.ค.47	255	155
11.	ศูนย์การค้าคาร์ฟูร์ สาขา บางใหญ่	บจก. เซ็นคาร์	ต.ค.46 - มิ.ย.47	90	75
12.	บ้านลาดคารมย์ รวมคำแหง	บมจ. ควอลิตี้ เฮาส์	ม.ค.47 - มี.ค.47	190	50
13.	โครงการบ้านโกลเด้น ลานนา	บมจ. แผ่นดินทอง พร็อพเพอร์ตี้	ต.ค.45 - ต.ค.47	340	30
14.	ที่จอดรถ A โรงแรมเดวิส	บจก. สมบัติเดิมตระกูล	มิ.ย.45 - ม.ค.47	75	13
15.	โครงการ สปา โรงแรม เดวิส	กลุ่มบริษัทในเครือเดวิส	พ.ค.45 - ม.ค.47	63	8
16.	เดอะลอฟท์ ซอยเมฆสวัสดิ์	บจก. สตราติจิก พร็อพเพอร์ตี้	มี.ค.46 - ม.ค.47	140	5
	รวมทั้งสิ้นประมาณ			5,263	3,511