

2.3 การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

(1) ธุรกิจแผ่นพื้นและเสาเข็มคอนกรีตอัดแรง

(1.1) ลักษณะของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์หลัก ๆ ของบริษัทประกอบด้วย :

1. แผ่นพื้นคอนกรีต

แผ่นพื้นสำเร็จรูป DCON เป็นแผ่นคอนกรีตอัดแรงทรงแบบรูปหน้าตัดเหมือนแผ่นกระดาน กว้าง 35 ซม.หนา 5 ซม. เมื่อใช้งานนำมาวางชิดติดกันแล้วเทคอนกรีตทับหน้า โดยตัวแผ่นพื้น DCON นอกจากจะทำหน้าที่เป็นแบบหล่อแล้วยังทำหน้าที่เป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างช่วยรับน้ำหนักรวมเป็นเนื้อเดียวกันกับคอนกรีตทับหน้าอีกด้วย นอกจากนี้บริษัทยังมีบริการผลิตแผ่นพื้นขนาดความกว้าง 30 ซม. หนา 5 ซม. สำหรับลูกค้าบางรายที่มีความต้องการเป็นพิเศษ

แผ่นพื้นสำเร็จรูป DCON เหมาะกับงานก่อสร้างอาคาร ทั้งอาคารเรียน คอนโดมิเนียม สำนักงาน โรงเรียน ทาวน์เฮาส์และบ้านเดี่ยวพักอาศัยทั่วไป ทำให้ก่อสร้างได้อย่างรวดเร็วและประหยัดค่าใช้จ่าย อีกทั้งมีคงแข็งแรงสวยงาม

แผ่นพื้นสำเร็จรูป DCON แบ่งเป็น

1.1 แผ่นพื้นทรงแปดเหลี่ยม เหมาะสำหรับโครงสร้างที่มีช่วงกว้างระหว่างคานสำหรับวางแผ่นพื้น (Span) ไม่เกิน 4.20 เมตร

1.2 แผ่นพื้นลอนโค้ง ถูกค้นคิดขึ้นมาเพื่อใช้งานสำหรับโครงสร้างที่มีช่วง Span ระหว่าง 4.20 – 5.00 เมตร



แผ่นพื้นสำเร็จรูป DCON ได้ผ่านการรับรองระบบบริหารคุณภาพมาตรฐานสากล ISO 9001: 2000 จาก บริษัท เอสจีเอส (ประเทศไทย) จำกัด

สิทธิหรือข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ

สิทธิประโยชน์จากการส่งเสริมการลงทุน

บริษัทได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนสำหรับแผ่นพื้น เลขที่ 1089/2540 จากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) และได้รับสิทธิประโยชน์ ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ.2520 ทั้งนี้บริษัทได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้ 100% ตั้งแต่ 19 มกราคม 2539 ถึง 18 มกราคม 2548 หลังจากนั้นบริษัทจะยังได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้ 50% ตั้งแต่ 19 มกราคม 2548 ถึง 18 มกราคม 2553

สิทธิประโยชน์สำคัญที่ได้รับคือ

- ให้ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิจากการประกอบกิจการ มีกำหนดเวลา 8 ปี นับแต่วัน 20 มกราคม 2540 ถึง 19 มกราคม 2548

- ให้ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิจากการประกอบกิจการในอัตราร้อยละ 50 ของอัตราปกติ มีกำหนดเวลา 5 ปี นับแต่วัน 20 มกราคม 2548 ถึง 19 มกราคม 2553
- ให้ได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริม ซึ่งได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ตลอดระยะเวลาที่ได้รับการส่งเสริม
- ให้ได้รับอนุญาตให้หักเงินลงทุนในการติดตั้งหรือก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกร้อยละ 25 ของเงินลงทุนนอกเหนือไปจากการหักค่าเสื่อมราคาตามปกติ

สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์

บริษัทเป็นผู้คิดค้นและได้จดลิขสิทธิ์สำหรับแผ่นพื้นลอนโค้ง (Round Curve) แผ่นพื้นลอนกึ่งโค้ง (Semi Curve) และ แผ่นพื้นลอนเหลี่ยม (Angle Curve) กับกรมทรัพย์สินทางปัญญาโดยมีรายละเอียดดังตารางข้างล่างนี้

	แผ่นพื้นลอนโค้ง	แผ่นพื้นลอนกึ่งโค้ง	แผ่นพื้นลอนเหลี่ยม
เลขที่สิทธิบัตร	16925	16926	16808
วันที่ขอสิทธิบัตร	1 มีนาคม 2544	1 มีนาคม 2544	1 มีนาคม 2544
วันที่ออกสิทธิบัตร	28 พฤษภาคม 2547	28 พฤษภาคม 2547	30 เมษายน 2547
วันหมดอายุสิทธิบัตร*	28 กุมภาพันธ์ 2554	28 กุมภาพันธ์ 2554	28 กุมภาพันธ์ 2554

* ทั้งนี้ บริษัทสามารถทำการต่ออายุได้อีกครั้งละ 10 ปี จนกว่าอายุสิทธิบัตรจะครบ 50 ปี นับจากวันที่ขอรับสิทธิบัตร

2. เสาเข็มคอนกรีต

เสาเข็มเป็นวัสดุก่อสร้างที่ใช้เป็นส่วนที่รับน้ำหนักของอาคาร หรือโครงสร้างได้ โดยอาศัยกลไกของ (1) ความฝืดหรือแรงเสียดทาน เกิดที่ผิวเสาเข็มสัมผัสกับดินที่ล้อมรอบ และ (2) แรงแบกทานที่ปลายเสาเข็ม โดยน้ำหนักจากอาคารที่ถ่ายลงฐานรากจะถ่ายต่อไปยังเสาเข็มซึ่งวางอยู่บนชั้นดินแข็ง

จากการสำรวจตลาดและเพื่อให้ได้กลุ่มลูกค้าเดียวกันกับลูกค้าแผ่นพื้น บริษัทได้เลือกผลิตเฉพาะเสาเข็มบ้านพักอาศัยเท่านั้น โดยมี 3 ขนาด คือ

1. รูปตัวไอ-18 สำหรับบ้านชั้นเดียว หรือ รั้ว หรือ บ้าน 2 ชั้นราคาถูก เช่น บ้านเอื้ออาทร โดยมีกำลังการผลิตเต็มทีวันละ 1,800 ม.
2. รูปตัวไอ-22 สำหรับบ้าน 2 ชั้น กำลังการผลิตเต็มทีวันละ 5,100 ม.
3. รูปตัวไอ-26 สำหรับทาวน์เฮาส์ 3 ชั้น หรือ อาคารพาณิชย์ (หรืออาคารโรงงาน) กำลังการผลิตเต็มทีวันละ 2,100 ม.

เสาเข็มคอนกรีตของบริษัทได้ผ่านการรับรองระบบบริหารคุณภาพมาตรฐานสากล ISO 9001: 2000 จาก บริษัท เอสจีเอส (ประเทศไทย) จำกัด เช่นกัน



(1.2) การตลาดและภาวะการแข่งขัน

กลยุทธ์การแข่งขัน

- บริษัทสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพตามมาตรฐานด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง เนื่องจากบริษัทให้ความสำคัญกับงานวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
- สำหรับเสาเข็ม บริษัทได้เลือกผลิต 3 ขนาดในลักษณะการผลิตแบบ Mass Production ทำให้ได้ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยที่ต่ำกว่าคู่แข่ง
- บริหารงานอย่างใกล้ชิดด้วยผู้บริหารมืออาชีพที่มีความเข้าใจในธุรกิจและลูกค้า
- สถานที่ตั้งโรงงานอยู่ในแหล่งวัตถุดิบทำให้ประหยัดต้นทุนค่าขนส่งวัตถุดิบ และยังได้เนื้อที่โรงงานในราคาถูก
- มีความสัมพันธ์อันดีกับเจ้าของแหล่งวัตถุดิบ ทำให้ได้ราคาที่ถูกลง
- มีระบบขนส่งสินค้าสำเร็จรูปเอง ทำให้มีความคล่องตัว สามารถควบคุมระบบการจัดส่งได้ รวมทั้งยังช่วยประหยัดต้นทุนค่าขนส่ง

ลักษณะลูกค้า

สามารถแบ่งลักษณะลูกค้าตามวัตถุประสงค์การใช้งาน ดังนี้

สัดส่วนร้อยละตามยอดขายของบริษัทในปี 2546

กลุ่มลูกค้า	แผ่นพื้น	เสาเข็ม
1. บ้านพักอาศัย (บ้านเดี่ยว/ทาวน์เฮาส์)	73%	94%
2. คอนโดมิเนียม / อพาร์ทเมนต์	9%	-
3. Office สำนักงาน / โรงงาน	15%	3%
4. การเกษตร (ลานเลี้ยงเป็ดไก่ เล้าหมู)	2%	-
5. อื่นๆ (สร้างเขื่อน รั้ว)	1%	3%

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

เป็นกลุ่มลูกค้าข้างต้นในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

นโยบายราคา

บริษัทกำหนดราคาตามหลักอุปสงค์อุปทานของตลาด โดยมีให้ราคาถูกเกินไปทำให้เกิด Lead time ตั้งแต่การสั่งซื้อจนได้รับสินค้านานเกินไป หรือ มีให้ราคาแพงเกินไปจนทำให้เสียฐานลูกค้า นอกจากนี้บริษัทจะคำนึงถึงปริมาณการสั่งซื้อ เครดิตเทอมที่ผ่านมาของลูกค้า และการแข่งขันของอุตสาหกรรมเป็นหลัก จึงทำให้บริษัทต้องปรับราคาให้สอดคล้องกับสภาวะตลาดและการแข่งขันที่มีอยู่ตลอดเวลา

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้แก่ลูกค้าโดยตรง และจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย โดยสามารถแยกประเภทและสัดส่วนการจัดจำหน่ายตามยอดขายในปี 2546 ได้ดังนี้

ช่องทางจัดจำหน่าย	แผ่นพื้น	เสาเข็ม
1. ขายตรง* :	63%	57%
1.1 เจ้าของบ้าน / โรงงาน / Office	6%	6%
1.2 เจ้าของโครงการจัดสรร	19%	41%
1.3 ผู้รับเหมาก่อสร้าง	38%	10%
2. ขายผ่านผู้แทนจำหน่าย	37%	43%

* ขายผ่านบริษัท คอนกรีตบริการ (2000) จำกัด ซึ่งถือหุ้นทั้งหมด 100% โดยผู้บริหารของบริษัท ทั้งนี้นับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2547 บริษัทได้ทำการขายตรงในนามบริษัทเอง

ภาวะอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้างมีการขยายตัวตั้งแต่ปี 2543 โดยผลผลิตสินค้าอุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้างมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในอัตราร้อยละ 0.1, 9.9 และ 13.4 ในปี 2543 ปี 2544 และปี 2545 ตามลำดับ ทั้งนี้ การเติบโตดังกล่าวเป็นผลมาจากการได้รับประโยชน์จากมาตรการของรัฐบาลที่ได้มีการเร่งใช้จ่ายโครงสร้างพื้นฐานของประเทศมากขึ้น นอกจากนี้ การเติบโตของอุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้างยังได้รับผลดีจากมาตรการกระตุ้นอสังหาริมทรัพย์ของรัฐบาล ตามนโยบายที่ต้องการให้ประชาชนมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง ในโครงการบ้านเอื้ออาทร โครงการบ้านออมสิน เป็นต้น และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่อยู่ในระดับต่ำเป็นแรงจูงใจต่อผู้บริโภค ทำให้มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮาส์ ปัจจัยเหล่านี้คาดว่าจะส่งผลบวกต่อธุรกิจวัสดุก่อสร้าง โดยเฉพาะปูนซีเมนต์และผลิตภัณฑ์คอนกรีต

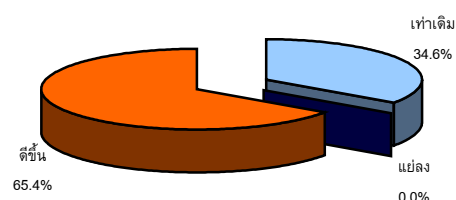
ข้อมูลทางสถิติที่เกี่ยวข้อง

(หน่วย)	2544	2545	2546					ยอดสะสม ตั้งแต่ม.ค.
			ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	
การออกใบอนุญาตจัดสรรที่ดินในเขต กรุงเทพฯและปริมณฑล	12,061	10,683	859	2,451	1,809	1,726	-	17,460
การขออนุญาตทะเบียนอาคารชุดทั่วประเทศ	7,846	6,295	854	174	736	1,699	-	8,847
ที่อยู่อาศัยจดทะเบียนเพิ่มเติม : (เขตกรุงเทพฯและปริมณฑล)								
• บ้านจัดสรร	9,691	14,371	2,178	2,471	1,438	6,452	-	23,468
• แฟลตและอาคารชุด	4,693	1,971	474	0	1	345	-	1,779
• ปลุกสร้างเอง	19,639	17,693	1,599	1,729	1,662	1,368	-	17,140

ที่มา: กรมที่ดิน ธนาคารอาคารสงเคราะห์ และธนาคารแห่งประเทศไทย

นอกจากนี้ได้มีบทวิเคราะห์เกี่ยวกับ “ดัชนีชี้ภาวะเศรษฐกิจและสัญญาณเตือนภัยสำหรับภาคอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์คอนกรีตไทย” ซึ่งได้มีการศึกษาและจัดทำขึ้นโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ด้วยความร่วมมือจากสมาคมอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์คอนกรีตไทย ดังนี้

- เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับสภาวะในกลุ่มอุตสาหกรรมคอนกรีตในไตรมาส 4 ปี 2546 และ 3 เดือนข้างหน้า

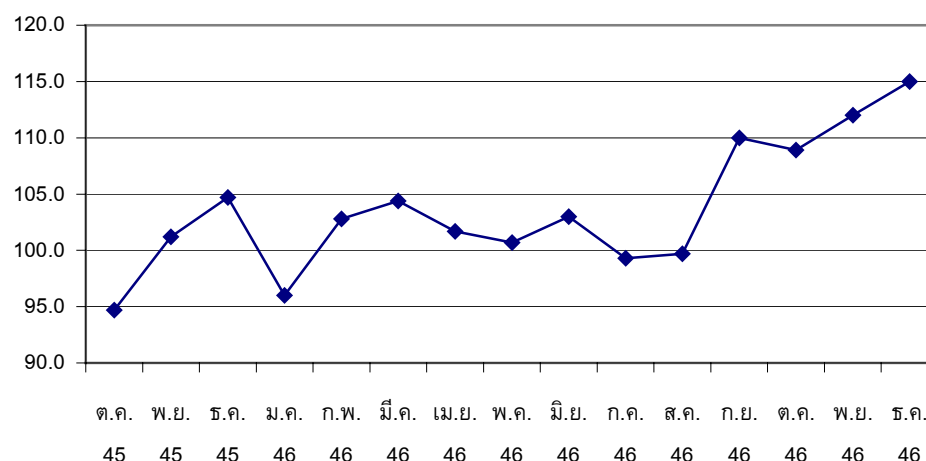


ความเชื่อมั่นในไตรมาส 4 ปี 2546

ความเชื่อมั่นใน 3 เดือนข้างหน้า

- กราฟดัชนีความเชื่อมั่นของนักธุรกิจในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์คอนกรีตไทยในแต่ละช่วงเวลา

ดัชนีความเชื่อมั่น



จากผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของนักธุรกิจในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์คอนกรีตไทยในเดือนธันวาคม 2546 ซึ่งเท่ากับ 115 (ค่าดัชนีสูงสุดเป็นประวัติการณ์นับตั้งแต่มีการจัดทำการศึกษาสำรวจมา) ปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 112 ในเดือนพฤศจิกายน 2546 จะเห็นได้ว่าค่าดัชนีความเชื่อมั่นของนักธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์คอนกรีตไทยมีค่าสูงกว่าระดับ 100 แสดงว่านักธุรกิจมีความมั่นใจในภาวะการณ์ด้านต่างๆ อยู่ในระดับที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องและมั่นคงแข็งแรง

ภาวะการแข่งขัน

แผ่นพื้น

จำนวนผู้ผลิตในภาคกลาง :	
รายใหญ่ (กำลังการผลิตมากกว่า 100,000 ตร.ม.ต่อเดือน)	2 ราย*
รายกลาง (กำลังการผลิตระหว่าง 30,000 - 60,000 ตร.ม.ต่อเดือน)	40 ราย**
รายย่อย (กำลังการผลิตน้อยกว่า 30,000 ตร.ม.ต่อเดือน)	4 ราย
ส่วนแบ่งการตลาดในภาคกลาง***	35%

* รวมบริษัทด้วย ซึ่งได้รับรองมาตรฐาน ISO 9001 : 2000

** มีอยู่ 1 รายที่ได้รับรองมาตรฐาน ISO 9001

*** ประมาณการของฝ่ายจัดการของบริษัท

เสาเข็ม

จำนวนผู้ผลิต I-18, I-22, I-26 ในภาคกลาง :	
รายใหญ่ (กำลังการผลิตมากกว่า 180,000 ม.ต่อเดือน)	1 ราย*
รายกลาง (กำลังการผลิตระหว่าง 90,000 - 180,000 ม.ต่อเดือน)	10 ราย**
รายย่อย (กำลังการผลิตน้อยกว่า 90,000 ตร.ม.ต่อเดือน)	กว่า 100 ราย
ส่วนแบ่งการตลาดในภาคกลาง***	30%

* คือ บริษัทซึ่งได้รับรองมาตรฐาน ISO 9001 : 2000

** มีอยู่ 6 รายที่ได้รับรองมาตรฐาน ISO 9001

*** ประมาณการของฝ่ายจัดการของบริษัท

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นว่าผู้ผลิตแผ่นพื้น และ เสาเข็มอยู่หลายรายในเขตภาคกลาง ซึ่งเป็นตลาดเดียวกันกับบริษัท แต่มีอยู่เพียงไม่กี่รายที่ผ่านการรับรองมาตรฐานสากล ISO 9001 ในขณะที่ราคาสินค้าของบริษัทใกล้เคียงกับราคาจากผู้ผลิตรายอื่นทั่วไป ซึ่งเป็นจุดเสริมให้บริษัทสามารถแข่งขันได้ในช่วงเวลาที่อาจเกิดการแข่งขันรุนแรง

(1.3) การจัดหาผลิตภัณฑ์

โรงงานผลิตแผ่นพื้น และ เสาค้ำของบริษัที่ตั้งอยู่บนเนื้อที่กว่า 120 ไร่ในอำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี โดยตั้ง แต่ปี 2547 มีแท่นผลิตแผ่นพื้นทั้งหมด 5 โซนรวมกำลังการผลิตวันละ 6,600 ตร.ม. หรือคิดเป็น 2,376,000 ตร.ม.ต่อปี และ มีแท่นผลิตเสาค้ำทั้งหมด 3 โซนรวมกำลังการผลิตวันละ 9,000 ม. หรือคิดเป็น 3,240,000 ตร.ม.ต่อปี

อัตราการใช้กำลังการผลิต

ผลิตภัณฑ์	กำลังการผลิตต่อปี (ตร.ม. / ม.)			อัตราการใช้กำลังการผลิต (%)		
	2544	2545	2546	2544	2545	2546
1. แผ่นพื้นสำเร็จรูป	1,900,800	1,900,800	1,900,800*	58.32%	73.84%	85.22%
2. เสาค้ำ I-18	324,000	648,000	648,000	37.60%	55.88%	67.22%
3. เสาค้ำ I-22	216,000	540,000	1,332,000**	26.35%	55.71%	51.73%
4. เสาค้ำ I-26	0	72,000	540,000***	0.00%	16.35%	47.70%

* คิดจากโซนผลิต 4 โซน เนื่องจากโซนที่ 5 เริ่มผลิตในปี 2547

** กำลังการผลิตส่วนเพิ่มที่ 2,100 ม.ต่อวัน เริ่มผลิตในเดือนกันยายน 2546

*** กำลังการผลิตส่วนเพิ่มที่ 900 ม.ต่อวัน เริ่มผลิตในเดือนกันยายน 2546

วัตถุดิบ

แผ่นพื้น		เสาค้ำ	
วัตถุดิบหลัก	จำนวน Supplier	วัตถุดิบหลัก	จำนวน Supplier
ปูนซีเมนต์	1	ปูนซีเมนต์	1
หิน	1	หิน	1
ทราย	1	ทราย	1
ลวด PC Wire	3	ลวด PC Wire	3
เหล็กหุยก เหล็กหุคล้อม เหล็กเส้น เชื่อมขวาง เหล็กแผ่นเชื่อมขวาง	1	เหล็กเพลท เหล็กหุยกเสาค้ำ เหล็กต่อปลอก เหล็กหนวดกุ้ง	1
น้ำยาผสมคอนกรีต	2	น้ำยาผสมคอนกรีต	2
น้ำยาทาแบบ	1	น้ำยาทาแบบ	1
		ลวดปลอกลูกตั้ง	2

บริษัทดำเนินธุรกิจมานานและมีความสัมพันธ์อันดีกับ Supplier เหล่านี้ ทำให้มั่นใจได้ในด้านของราคา การส่งของ รวมทั้งคุณภาพของวัตถุดิบ อย่างไรก็ตาม วัตถุดิบดังกล่าวข้างต้นส่วนใหญ่จัดว่าเป็นวัตถุดิบประเภทที่จัดหาได้ไม่ยาก ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงในเรื่องของการจัดหาวัตถุดิบน้อยมาก ถึงแม้ว่าในปัจจุบันจะมีการสั่งจองจาก Supplier ไม่กี่ รายในวัตถุดิบแต่ละชนิด ทั้งนี้เพื่อผลประโยชน์สูงสุดทางธุรกิจ

(1.4) ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ที่ตั้งของโรงงานอยู่นอกเขตชุมชนและไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

(1.5) งานที่ยังไม่ส่งมอบ

ณ สิ้นปี 2546 บริษัทไม่มีงานที่ยังไม่ได้ส่งมอบที่มีมูลค่าสูงตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไปของรายได้รวมตามงบรวมปี 2546

(2) ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

(2.1) ลักษณะของผลิตภัณฑ์

บริษัทดำเนินการธุรกิจขายและให้เช่าโรงงานสำเร็จรูปขนาดเล็ก (Mini Factory) ผ่านบริษัทย่อย คือ บริษัท อรดา จำกัด ซึ่งปัจจุบันมี 1 โครงการ คือ **อรดาแฟคตอรีแลนด์** ซึ่งเป็นโครงการโรงงานสำเร็จรูปที่รวม โรงงาน สำนักงาน ที่พักอาศัย ไว้ในยูนิตเดียวกัน บนเนื้อที่ 200 ตร.วา พื้นที่ใช้สอยกว่า 720 ตร.ม. เน้นการวางผังอย่างเป็นระบบ พร้อมสาธารณูปโภคมาตรฐาน โดยใน 1 ยูนิตจะประกอบด้วย :

ชั้น	พื้นที่ใช้สอย	ขนาด
1	• ส่วนโรงงาน • สำนักงาน	• $16 \times 24 = 384$ ตร.ม. • $12 \times 7.5 = 90$ ตร.ม.
2	สำนักงาน	$16 \times 7.5 = 120$ ตร.ม.
3	ที่พักอาศัย	$16 \times 7.5 = 120$ ตร.ม.

โครงการตั้งอยู่บนถนนพหลโยธิน-ลำลูกกา คลอง 8 อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี โดยภายในโครงการประกอบด้วยไฟฟ้า 3 เฟส 4 สาย โทรศัพท์ น้ำบาดาล ถนนคอนกรีตเสริมเหล็กพร้อมท่อระบายน้ำ-ทางเท้า กว้าง 16 ม. พร้อมระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชม.

ทั้งนี้บริษัทได้ขออนุญาตจัดสรรจากกรมที่ดินเป็นพื้นที่จัดสรรเพื่ออุตสาหกรรม โดยลูกค้าของโครงการที่เช่าหรือซื้อจะไปทำเรื่องขออนุญาตประกอบกิจการโรงงานจากกระทรวงอุตสาหกรรมต่อไป

(2.2) การตลาดและภาวะการแข่งขัน

กลยุทธ์การแข่งขัน

- พื้นที่ของโครงการตั้งอยู่ในเขตพื้นที่สีขาว ซึ่งสามารถสร้างที่พักอาศัยและโรงงานได้และอยู่ในเขตชุมชน ทำให้มีแรงงานเพียงพอที่จะรองรับกับธุรกิจของผู้ประกอบการซึ่งเป็นลูกค้าของโครงการ
- พื้นที่ของโครงการตั้งอยู่ใกล้สนามบินดอนเมือง และเส้นทางสู่ภาคเหนือ ภาคตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นส่วนเสริมศักยภาพในระบบขนส่ง
- มีความได้เปรียบในด้านต้นทุนการก่อสร้าง (ในส่วนของผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทแม่ คือ แผ่นพื้น และ เสาเข็ม)
- มีความได้เปรียบในด้านต้นทุนที่ดิน เนื่องจากบริษัทมีต้นทุนที่ดินที่ถูกกว่าราคาตลาดในปัจจุบันมากและผ่านจุดคุ้มทุนในส่วนของต้นทุนที่ดินแล้ว

ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าของโครงการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (SME) และ ยังคงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัท โดยในปัจจุบัน ประเภทกิจการที่เข้าดำเนินการแล้วมีดังนี้ :

- | | | |
|-----------------------------------|----------------------------|------------------------------|
| • ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป | • ผลิตสติ๊กเกอร์ | • ผลิตเครื่องสำอาง |
| • ประกอบอะไหล่ VDO | • ประกอบอุปกรณ์ไฟฟ้า | • ชักอบรีด |
| • ผลิตพลาสติก | • ประกอบเครื่องถ่ายเอกสาร | • จำหน่ายหินอ่อนและหินแกรนิต |
| • สตูดิโอ | • ประกอบเครื่องปรับอากาศ | • ผลิตกาทาปาร์เก้ |
| • ผลิตน้ำยาเคมี | • จำหน่ายอะไหล่รถแทรกเตอร์ | • ผลิตกล่องกระดาษ |
| • บรรจุน้ำมันหล่อลื่นในเครือ ESSO | • ประกอบโครงเหล็ก-ทำป้าย | • ผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ |

นโยบายราคา

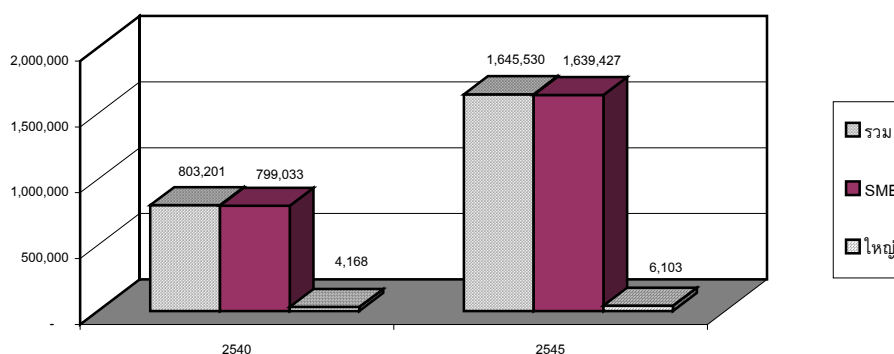
บริษัทกำหนดราคาขาย และ ค่าเช่า อยู่ในระดับที่สามารถแข่งขันได้ ทั้งนี้ในส่วนการเช่า บริษัทจัดทำสัญญาเช่ากับลูกค้ามีระยะครอบคลุม 3 ปี โดยที่ผ่านมามีการปรับราคาค่าเช่าขึ้นประมาณ 10% ทุกการต่อสัญญาเช่า

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

นอกจากการติดต่อกับลูกค้าเป้าหมายโดยตรงแล้ว ลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทจะเข้ามาติดต่อโดยตรงกับสำนักงานขายของโครงการซึ่งตั้งอยู่ในบริเวณโครงการ โดยได้รับทราบข้อมูล ข่าวสาร และการแนะนำจากลูกค้าปัจจุบันของโครงการ และโฆษณาในหนังสือพิมพ์ธุรกิจ

ภาวะอุตสาหกรรม

จำนวนและสัดส่วนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในช่วงระหว่างปี 2540 ถึง 2545



ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม

ในปี พ.ศ. 2545 วิสาหกิจรวมทั้งหมดของประเทศไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 1,645,530 ราย เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2540 จำนวน 803,201 ราย หรือเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 15.45 ต่อปี ในจำนวนนี้ เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 1,639,427 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 99.63 ของวิสาหกิจรวมทั่วประเทศ เพิ่มขึ้น 840,394 ราย จากปี พ.ศ. 2540 ซึ่งมีจำนวนวิสาหกิจ ขนาดกลาง และขนาดย่อมทั้งสิ้น จำนวน 799,033 ราย

จำนวนนิติบุคคลที่จัดตั้งใหม่ในช่วงระหว่างปี 2540 ถึง 2545

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม

จากกราฟข้างต้น การจัดตั้งใหม่ของสถานประกอบมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยในปี 2545 มีสถานประกอบการใหม่ที่เกิดขึ้น 35,381 ราย เพิ่มขึ้นจากปี 2544 จำนวน 3,624 ราย และมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 11.41

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น และ การส่งเสริมจากหน่วยงานรัฐและเอกชนสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมที่ดำเนินกิจการอยู่และผู้ที่จะเข้ามาใหม่ เหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยเสริมให้กับธุรกิจขายและให้เช่าโรงงาน สำเร็จรูปขนาดย่อมของบริษัท

รายละเอียดผู้ประกอบการให้เช่า/ขายโรงงานสำเร็จรูปขนาดย่อมในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

เขต / จังหวัด	จำนวนผู้ประกอบการให้เช่า/ ขายโรงงานสำเร็จรูปขนาดย่อม
เขตบางขุนเทียน + บางบอน + บางกระดี + ภาษีเจริญ	9
เขตลาดกระบัง + หนองจอก	2
จังหวัดปทุมธานี	4
จังหวัดนนทบุรี	1
จังหวัดสมุทรปราการ	9
รวม	25

ที่มา: ภาควิชาวิศวกรรมสิ่งแวดล้อม คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากข้อมูลดังกล่าวนี้จะเห็นได้ว่ามีผู้ประกอบการทั้งหมด 4 รายในเขตจังหวัดปทุมธานี และมีเพียง 1 รายที่ตั้งอยู่ในอ.ลำลูกกา โดยมีรัศมีห่างจากโครงการของบริษัทประมาณ 5 กม. นอกจากนี้ในปัจจุบันพบว่ามีจำนวนสถานประกอบการในเขตอ.ลำลูกกา ทั้งหมด 53 แห่ง ในจำนวนนี้เป็นผู้ประกอบการที่อยู่ในโครงการออร์ตาแฟคตอรีแลนด์ถึง 24 แห่ง หรือคิดเป็นร้อยละ 45

(2.3) การจัดหาผลิตภัณฑ์

ที่ดินของโครงการออร์ตาแฟคตอรีแลนด์ ทั้งหมด 86 ไร่ 78 ตร.วา หรือ 34,478 ตร.วา เป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัท อรดา จำกัด โดยมีรายละเอียดแบ่งจัดสรร ณ สิ้นไตรมาส 1 ปี 2547 ดังนี้ :

1) ส่วนที่ดำเนินการแล้ว :

1.1 ที่ดินเปล่าที่ขายไปแล้ว	7 แปลง	1,426 ตร.วา
1.2 ที่ดินพร้อมอาคารที่ขายไปแล้ว	43 แปลง	8,949 ตร.วา
1.3 ที่ดินพร้อมอาคารที่ให้เช่าแล้ว*	8 แปลง	1,609 ตร.วา
1.4 ที่ดินกำลังพัฒนา	4 แปลง	777 ตร.วา
1.5 ที่ดินพร้อมอาคารสำนักงานขาย	1 แปลง	199 ตร.วา

2) ที่ดินเปล่า 3 แปลง 17,983 ตร.วา

3) ที่ดินส่วนที่ยกให้เป็นสาธารณะประโยชน์ 3,535 ตร.วา

(ถนน บ่อบาดาล สนามเด็กเล่น)

* เช่าเต็มทุกยูนิต

วัตถุดิบหลักในการก่อสร้างโครงการ ได้แก่ ที่ดิน และ วัสดุก่อสร้าง หลักๆ เช่น พื้นคอนกรีต เสาเข็ม คอนกรีต เหล็กเส้น โครงสร้างเหล็ก แผ่นหลังคา ระบบไฟฟ้าแสงสว่าง ระบบสุขาภิบาล สีทาอาคาร ประตูหน้าต่าง โดยทางบริษัทได้เปิดประมูลกับผู้รับเหมาก่อสร้างทั้งในส่วนของการวางและวัสดุก่อสร้าง ยกเว้นแผ่นพื้น และ เสาเข็ม ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท ซึ่งที่ผ่านมาผู้รับเหมาก่อสร้างที่เคยร่วมงานมาด้วยกันประมาณ 6-7 รายและมีความสัมพันธ์ที่ดีและยาวนานกันมา นอกจากนี้บริษัทมีรูปแบบโรงงานที่เป็นมาตรฐานเหมือนกันทุกยูนิต

(2.4) ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

แต่ละยูนิตในโครงการ เจ้าของโรงงานจะจัดตั้งระบบบำบัดน้ำเสียกันเองตามคุณภาพของน้ำเสียในแต่ละโรงงาน โดยต้องผ่านเกณฑ์ตามที่กรมโรงงานกำหนด ทั้งนี้ทางโครงการได้มีระบบสุขาภิบาลให้ทั้งในแต่ละยูนิตและระบบส่วนกลางตามพ.ร.บ.จัดสรร

(2.5) งานที่ยังไม่ส่งมอบ

ณ สิ้นปี 2546 บริษัทไม่มีงานที่ยังไม่ได้ส่งมอบที่มีมูลค่าสูงตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไปของรายได้รวมตามงบรวมปี 2546