



3. การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

3.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

ธุรกิจรับเหมาตกแต่งภายใน

บริษัทมีธุรกิจหลัก คือ ธุรกิจรับเหมาตกแต่งภายใน โดยบริษัทดำเนินธุรกิจรับเหมาตกแต่งภายในอาคาร รวมถึงงานต่อเติม ปรับปรุงอาคารประเภทคอนโดมิเนียม โรงแรม สำนักงาน ห้างสรรพสินค้า มหาวิทยาลัย โรงพยาบาล และสถานที่ราชการ เป็นต้น โดยแต่ละโครงการจะมีรายละเอียด รูปแบบและขนาด รวมถึงความต้องการใช้งานที่หลากหลายแตกต่างกันไป ด้วยประสบการณ์การทำงานกว่า 20 ปี ในการประกอบธุรกิจประเภทรับเหมาตกแต่งภายใน พร้อมด้วยทีมงานที่มีความชำนาญ ทำให้บริษัทมีความพร้อมในการให้บริการดูแลงานตกแต่งภายในทุกๆ ด้าน ซึ่งปัจจุบันบริษัทได้นำระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการออกแบบเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น ทั้งนี้ บริษัทมีนโยบายในการปฏิบัติงานให้เสร็จตรงตามกำหนดระยะเวลาด้วยผลงานที่มีคุณภาพมาตรฐานตามที่กำหนดในงบประมาณตามที่ลูกค้าต้องการ โดยใส่ใจในทุกรายละเอียดและขั้นตอนการทำงานที่คำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก

โดยส่วนใหญ่ บริษัทจะรับงานตกแต่งภายใน ตรงจากเจ้าของโครงการ (Project owner) หรือ ผ่านผู้รับเหมาหลัก (Main Contractor) จากการประกวดราคาหรือจากการที่ลูกค้าเข้ามาติดต่อเอง โดยลูกค้าจะพิจารณาจากประสบการณ์และผลงานในอดีตของบริษัทที่มีมานานกว่า 20 ปี ทั้งนี้ บริษัทจะรับผิดชอบเรื่องการจัดหาผลิตภัณฑ์ก่อสร้างสำหรับงานตกแต่งภายใน ได้แก่ อุปกรณ์ไม้ ฝ้า เพดาน ผนัง กระจก อลูมิเนียม กระจกเบี่ยงพื้น ผลิตภัณฑ์สี พรม ฝ้าบาน ตลอดจนผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปสำหรับงานตกแต่งภายใน เช่น ติ๊ตเตอร์ เตียง เครื่องครัว เครื่องสุขภัณฑ์ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ เป็นต้น ซึ่งผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปดังกล่าวบริษัทจะจัดหาตามรายละเอียดประกอบแบบที่ระบุในสัญญาให้บริการ

ทั้งนี้ เนื่องจากบริษัทมีประสบการณ์และความชำนาญในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ประเภทไม้เป็นระยะเวลานาน เช่น ติ๊ตเตอร์ เตียง เป็นต้น ประกอบกับบริษัทมีโรงงานผลิตและฝ่ายผลิตเป็นของตนเอง เมื่อบริษัทได้รับงานโครงการจากลูกค้า สายงานปฏิบัติการจะเป็นผู้พิจารณาว่ารายการเฟอร์นิเจอร์หรือชิ้นงานที่จะใช้ในโครงการแต่ละรายการจะใช้วิธีการจัดซื้อ , จัดจ้างผลิต หรือผลิตโดยโรงงานของบริษัท โดยมีหลักเกณฑ์ ดังนี้

1. การจัดซื้อ กรณีที่มีการกำหนดลักษณะเฉพาะ (Spec) มาจากลูกค้า หรือทางโรงงานกำลังมีการผลิตที่เต็ม
2. การจัดจ้างผลิต กรณีที่โรงงานไม่มีความสามารถในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ / ชิ้นงานตามแบบโครงการได้เอง
3. การผลิตโดยโรงงาน กรณีที่โรงงานมีความสามารถในการผลิตรายการเฟอร์นิเจอร์ / ชิ้นงาน

บริษัทจะผลิตเฟอร์นิเจอร์ หรือชิ้นงานในกรณีที่มีความสามารถในการผลิตในงาณนั้นๆ และเป็นงานที่ ลูกค้าไม่ได้ระบุเจาะจงยี่ห้อของเฟอร์นิเจอร์ที่ต้องการ โดยจะมีผู้จัดการโรงงานเป็นผู้ควบคุมคุณภาพของสินค้าให้เป็นไปตามที่ลูกค้าได้ระบุไว้ในสัญญา บริษัทจะวางแผนขั้นตอนการทำงานโดยจะกำหนดแผนงานก่อสร้างตกแต่งภายใน การติดตั้งวัสดุอุปกรณ์หรือเฟอร์นิเจอร์ และการติดตั้งงานระบบต่างๆ โดยบริษัทได้นำระบบ Pre-Fabricate คือ การผลิตชิ้นส่วนงานที่ใช้ในการตกแต่งภายในที่โรงงานและนำไปประกอบติดตั้งที่หน้างาน ซึ่งระบบดังกล่าวจะใช้เวลาในการทำงานในโรงงานเป็นส่วนมากและไปประกอบติดตั้งที่หน้างานให้น้อยที่สุด ทำให้สามารถประหยัดเวลาการทำงานที่หน้างานได้ ทั้งนี้ ในส่วนของงานระบบ เช่น ระบบไฟฟ้าและ การวางระบบเชื่อมโยงด้านการ สื่อสาร CCTV ระบบปรับอากาศและระบายอากาศ ระบบสุขาภิบาล และระบบคอมพิวเตอร์ เป็นต้น บริษัทจะร่วมมือกับบริษัทรับเหมาอื่นๆ ที่มีความชำนาญงานดำเนินการติดตั้ง และร่วมดูแลความเรียบร้อยจนกว่าโครงการจะเสร็จสมบูรณ์

ลักษณะงานที่รับ เหมมาตกแต่งภายในที่ผ่านมา ได้แก่ งานรับเหมาตกแต่งภายในและการปรับปรุงพื้นที่ เช่น งานตกแต่งอาคารสำนักงาน สถานที่ราชการ ห้องประชุม ห้องโถง ทางเดิน ห้องอาหาร ห้องน้ำ ห้องพักโรงแรม ห้องพักคอนโดมิเนียม ห้องพัก



โรงพยาบาล เป็นต้น โดยระยะเวลาการปฏิบัติงานขึ้นอยู่กับรายละเอียดของเนื้อหาและมูลค่าโครงการ ซึ่งโดยทั่วไปอยู่ที่ประมาณ 3 - 12 เดือน

ภาพถ่ายตัวอย่างผลงานของบางกอก เดค-คอน



งานตกแต่งห้องประชุม ปตท.



งานตกแต่งห้องพักโรงแรมโนโวเทล



ห้องโถงรับรองของ King Power



เคาน์เตอร์อาหารอาคารปตท.

ตัวอย่างผลงานในอดีตที่สำคัญบางส่วนในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา (ปี 2553 – ปี 2555)

ชื่อโครงการ	เจ้าของโครงการ	ลักษณะโครงการ	มูลค่าตามสัญญา (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินการ
อาคารสำนักงาน ปตท สผ.	บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)	อาคารสำนักงาน	239.65	2553 – 2554
โครงการ ลา รอยัล บีช พัทยา (La Royal Beach Pattaya)	บริษัท ไวส์ พาวเวอร์แลนด์ จำกัด	คอนโดมิเนียมพักอาศัย	31.90	2553 – 2554
ห้องประชุมศาลรัฐธรรมนูญ	สำนักงานศาลรัฐธรรมนูญ	อาคารสำนักงาน	20.09	2553
อาคารมหาจักรีสิรินธร	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	อาคารสำนักงาน	31.22	2553
โครงการชีวาทัย ราชปรารภ	บริษัท ชีวาทัย จำกัด	คอนโดมิเนียมพักอาศัย	33.93	2553
ศูนย์ส่งเสริมสุขภาพ (Fitness Center)	บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)	อาคารสำนักงาน	49.58	2553
อาคารสำนักงานใหญ่ บจ. กรุงไทยพานิชประกันภัย	บริษัท กรุงไทยพานิชประกันภัย จำกัด	อาคารสำนักงาน	59.30	2554
ห้องมั่นคงของ TOT	บมจ. แอ็ดวานซ์อินฟอร์เมชั่น เทคโนโลยี	อาคารสำนักงาน	60.17	2554
โครงการโรงแรมอมารีหัวหิน	บมจ.อิตาเลียนไทย ดีเวลล็อปเมนต์	โรงแรมที่พักอาศัย	63.62	2554-2555
โครงการปรับปรุงสถานที่ทำงาน	บมจ.ท่าอากาศยานไทย	อาคารสำนักงาน	5.65	2555
โครงการ AIT ม.ธรรมศาสตร์	สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย	โรงแรมที่พักอาศัย	10.73	2555



ธุรกิจผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์

นอกจากธุรกิจหลักในการรับเหมาตกแต่งภายในแล้ว ที่ผ่านมา บริษัทมีการผลิตเฟอร์นิเจอร์สำเร็จรูปตามคำสั่งลูกค้า เช่น โต๊ะรับแขก เก้าอี้ ตู้ ชั้นวางของ เป็นต้น โดยส่วนใหญ่จะเป็นการผลิตเฟอร์นิเจอร์ประเภทไม้ เพื่อขายให้แก่ลูกค้าเดิมที่เคยสั่งผลิตเฟอร์นิเจอร์ในอดีต โดยจะมีทั้งลูกค้าต่างประเทศและในประเทศ ซึ่งลูกค้าต่างประเทศที่ยังคงมีการสั่งซื้อกันอยู่บ้างเป็นลูกค้าจากประเทศ ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้ ปัจจุบันบริษัทไม่มีนโยบายการผลิตเฟอร์นิเจอร์สำเร็จรูปสำหรับขายปลีกทั่วไป แต่ผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้าเท่านั้น ทั้งนี้ บริษัทมีรายได้จากการขาย เฟอร์นิเจอร์ ในปี 2553 คิดเป็นมูลค่า 5.94 ล้านบาท หรือ คิดเป็นร้อยละ 1.30 ของรายได้รวมทั้งหมด โดยในปี 2554 และ 2555 บริษัทไม่มีรายได้จากการขายเฟอร์นิเจอร์

3.2 ตลาดและสภาวะการแข่งขัน

3.2.1 กลยุทธ์ทางการตลาด

1. รักษามาตรฐานคุณภาพของงาน

บริษัทให้ความสำคัญกับคุณภาพของงานให้ตรงตามรายละเอียดในแบบงานตามสัญญาว่าจ้าง และส่งมอบงานตรงตามความต้องการของลูกค้า บริษัทจะมีหัวหน้าโครงการ และผู้ควบคุมงาน ที่มีประสบการณ์ในการควบคุมงานก่อสร้างให้ได้มาตรฐานและมีคุณภาพทำให้ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า บริษัทจะมีการรับประกันผลงานเป็นเวลา 1-2 ปี

2. การให้บริการที่ดี

เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า บริษัทมีนโยบายการ ให้บริการที่สร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดโครงการ เช่น จัดทำใบเสนอราคารวดเร็ว ติดตั้งสินค้าและส่งมอบงานตรงเวลาในสภาพถูกต้องตามสัญญา ให้คำแนะนำกรณีลูกค้ามีปัญหาเกี่ยวกับงานก่อสร้างภายในหรือต้องการก่อสร้างเพิ่มเติม รวมถึงการติดตามผลงานหลังจากการส่งมอบโครงการแล้วเสร็จว่ามีปัญหาหรือไม่ บริษัทมีนโยบายในการเน้นการให้บริการเพื่อเป็นการสร้างชื่อบริษัทให้เป็นที่รู้จักและได้รับความเชื่อถือและยอมรับจากเจ้าของโครงการ และสามารถบอกต่อไปยังลูกค้ารายอื่นๆ

3. การให้บริการงานรับเหมาตกแต่งภายในอย่างครบวงจร

บริษัทสามารถให้บริการงานด้านรับเหมาตกแต่งภายในอย่างครบวงจร ไม่ว่าจะเป็นงานพื้นฐานก่อสร้างสำหรับการตกแต่งภายใน เช่น การติดตั้งฝ้าเพดาน ระบบโครงค้ำวางผนัง ปูพื้น ทาสี ติดตั้งประตู หน้าต่าง เฟอร์นิเจอร์ลอยตัว เฟอร์นิเจอร์บิลท์อิน การติดตั้งระบบวิศวกรรมไฟฟ้า ระบบคอมพิวเตอร์ เป็นต้น โดยมีการให้บริการแก่ลูกค้าหลากหลายประเภท อาทิ คอนโดมิเนียม สำนักงาน โรงแรม โรงพยาบาล ห้างสรรพสินค้า ทั้งนี้ บริษัทมีความถนัดด้านงานเฟอร์นิเจอร์ประเภทไม้ โดยบริษัทอาจเสนอรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ใหม่ๆ ให้แก่ลูกค้าที่บริษัทรับเหมา เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น

4. การเป็นผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ด้วยบริษัทเอง

เนื่องจากบริษัทมีประสบการณ์ด้านการผลิตเฟอร์นิเจอร์มาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน และมีโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์และแรงงานช่างฝีมือของบริษัทเอง ทำให้สามารถผลิตเฟอร์นิเจอร์ลอยตัว เฟอร์นิเจอร์บิลท์อิน รวมถึงอุปกรณ์เพื่อการติดตั้งอื่นๆ ได้ด้วยบริษัทเอง โดยไม่ต้องไปจ้างงานภายนอก ส่งผลให้สามารถลดต้นทุนซึ่งจะทำให้ได้เปรียบในการแข่งขันด้านราคากับคู่แข่ง

5. รักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าปัจจุบัน

บริษัทให้ความสำคัญกับการรักษาสถานะลูกค้าปัจจุบันให้มากที่สุด ซึ่งจะเน้นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับฐานลูกค้ากลุ่มดังกล่าว โดยพนักงานจะติดต่อกับลูกค้าปัจจุบันอย่างสม่ำเสมอเพื่อสอบถามถึงโครงการใหม่ๆ ที่จะเกิดขึ้น เนื่องจากลูกค้าบางรายเป็นบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ จะมีโครงการต่อเนื่องสม่ำเสมอ ทั้งการเข้าเยี่ยมชมด้วยตัวเอง หรือ ติดต่อผ่านทางโทรศัพท์ และ อินเทอร์เน็ต



6. รักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัทผู้รับเหมาช่วงและผู้ผลิต/ผู้จัดจำหน่าย (Supplier)

เนื่องจากบริษัทเป็นผู้รับเหมาตกแต่งภายในทั้งโครงการ ดังนั้น จึงต้อง มีการจ้างงานผู้รับเหมาช่วงในงานวางระบบต่างๆ และทีมงานช่างฝีมือด้านต่างๆ ดังนั้น บริษัทจะมีรายชื่อผู้รับเหมาและทีมงานช่างฝีมือซึ่งเป็นกลุ่มที่เคยทำงานร่วมกันมานานซึ่งสามารถไว้วางใจในคุณภาพของงานและการส่งมอบงาน นอกจากนี้ บริษัทจะ สั่งซื้อสินค้าหลากหลายประเภทสำหรับงานตกแต่งภายใน ดังนั้น บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัทผู้ผลิต และจัดจำหน่าย วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ เช่น ไม้ เหล็ก ปูน กระเบื้อง อลูมิเนียม ตลอดจนผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป อาทิ พรม ผ้าปูม่าน เฟอร์นิเจอร์ ไฟฟ้า ซึ่งทำให้บริษัทสามารถจัดหาผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิต และจัดจำหน่ายต่างๆ ได้ตรงตามสัญญาในราคาสมเหตุสมผล

3.2.2 กลยุทธ์ด้านราคา

บริษัทมีเป้าหมายการตั้งราคาให้เหมาะสมและสามารถแข่งขันได้ กลยุทธ์การกำหนดราคาจะคำนวณจากต้นทุนบวกส่วนต่างกำไร (Mark-up on cost) บริษัทจะกำหนดราคากำไรขั้นต้นเพื่อให้ได้ผลตอบแทนขั้นต่ำที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งหากราคาที่ลูกค้ากำหนดไว้ต่ำกว่ามาตรฐานกำไรขั้นต้นที่กำหนดไว้บริษัทก็จะไม่รับงานนั้น บริษัทไม่มีนโยบายการตัดราคาเพื่อการแข่งขัน

3.2.3 กลุ่มลูกค้า

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มหลัก ดังนี้

(1) หน่วยงานราชการ / รัฐวิสาหกิจ ได้แก่ อาคารสำนักงาน หอประชุม โรงอาหาร บังลังก์ศาล โรงพยาบาล มหาวิทยาลัย เป็นต้น กลุ่มลูกค้าหน่วยงานราชการเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีความเสี่ยง น้อยด้านการชำระเงินหรือการผิดนัดชำระหนี้ แต่จะมีขั้นตอนการจ่ายเงินค่อนข้างนาน การได้งานจากลูกค้ากลุ่มหน่วยงานราชการจะต้องผ่าน ขั้นตอนการประกวดราคาเสมอ โดยมีหลักเกณฑ์การพิจารณาที่สำคัญ คือ มีผลงานในอดีตที่เป็นประเภทเดียวกับงานที่ประมูล ไม่อยู่ในรายชื่อผู้ทำงานของทางราชการ ความพร้อมด้านบุคลากร มีโรงงานเป็นของตัวเอง เงินทุนจดทะเบียนบริษัท เป็นต้น ที่ผ่านมามีลูกค้าหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ ได้แก่ โครงการศูนย์ราชการกรุงเทพฯ ของกรมธนารักษ์, ศาลรัฐธรรมนูญ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, บมจ. ปตท., บมจ.ปตท.สผ. เป็นต้น ซึ่งงานส่วนใหญ่จะเป็นทั้งงานรับเหมาตกแต่งภายในอาคารใหม่ งานขยายพื้นที่สำนักงาน ศูนย์พัฒนาสุขภาพ (Fitness) และงานปรับปรุงตกแต่งเพิ่มเติม

(2) หน่วยงานเอกชน แบ่งออกเป็น

1) ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์หรือเจ้าของโครงการ ได้แก่ อาคารสำนักงาน โรงแรม คอนโดมิเนียม ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น บริษัทจะคัดเลือกลูกค้าที่มีความน่าเชื่อถือและฐานะการเงินที่มั่นคง เพื่อมิให้มีความเสี่ยงในการเรียกเก็บเงิน โดยก่อนการรับงานจะพิจารณาประวัติการจ่ายเงินที่ผ่านมา (กรณีลูกค้าเก่า) และฐานะทางการเงินเป็นสำคัญ ที่ผ่านมามีลูกค้าในกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ได้แก่ โครงการคอนโดมิเนียมไอทีโอ, โครงการคอนโดมิเนียมสา ทรเฮอริเทจ, โรงแรมโซฟิเทล สุขุมวิท, โรงแรม La Royal Beach พัทยา และ โครงการคอนโดมิเนียมชีวาทัย เป็นต้น

2) บริษัทเอกชนซึ่งเป็นผู้รับเหมาหลัก โดยส่วนใหญ่จะเป็นผู้รับเหมางานโครงสร้าง โดยเมื่อผู้รับเหมาหลักได้รับงานจากเจ้าของโครงการแล้วจะจัดหาผู้รับเหมาช่วงโดยผ่านการประมูลหรือว่าจ้างโดยตรงเพื่อให้มารับผิดชอบงานในส่วนตกแต่งภายในหรืองานระบบต่างๆ ซึ่งที่ผ่านมา บริษัทได้รับการว่าจ้างเป็นผู้ตกแต่งภายในจากผู้รับเหมาหลัก เช่น จากบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวลลอปเม้นต์ จำกัด (มหาชน) ในการตกแต่งอาคารจตุจักร วัฒนาวิศวะ ของโรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ จากบริษัท ซีโน -ไทย เอ็นจิเนียริง แอนด์ คอนสตรัคชั่น จำกัด (มหาชน) ในการตกแต่งศาล หรือ จากบริษัท แอ็ดวานซ์อินฟอร์เมชัน เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) ในการตกแต่งห้องมั่นคงของ บมจ. ทีไอที

การพิจารณาคัดเลือกรับงานจากลูกค้าหน่วยงานเอกชน บริษัทจะตรวจสอบ ฐานข้อมูลงบการเงินจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เพื่อประเมินถึงศักยภาพที่เพียงพอในการชำระหนี้ และสอบถามประวัติลูกค้าจากกลุ่มรับเหมาก่อสร้างใน



วงการ ซึ่งการดำเนินงานจากลูกค้าเอกชนจะมีทั้งผ่านขั้นตอนการประกวดราคาหรือได้รับการว่าจ้างโดยตรง ถ้าหากบริษัทพิจารณาแล้วเป็นลูกค้าที่มีความเสี่ยงจากการไม่ได้รับชำระหนี้ก็จะไม่รับงาน ทั้งนี้ บริษัทไม่มีนโยบายรับ งานตกแต่งภายใน จากบริษัทเอกชนขนาดเล็ก เนื่องจากมีความเสี่ยงในการไม่ได้รับชำระหนี้

ตารางแสดงสัดส่วนการจัดจำหน่ายให้กับลูกค้าประเภทต่างๆ ในปี ปี 2553 - ปี 2555

	2553	2554	2555
หน่วยงานราชการ / รัฐวิสาหกิจ ¹	73.31%	34.56%	46.33%
หน่วยงานเอกชน	26.69%	65.44%	53.67%

หมายเหตุ: ¹ รวมงานทางอ้อมที่บริษัทรับผ่านหน่วยงานเอกชนที่เป็นคู่สัญญาของภาคราชการ / รัฐวิสาหกิจ ทั้งนี้ กรณีที่ไม่รวมงานทางอ้อมดังกล่าวสัดส่วนการจัดจำหน่ายให้กับหน่วยงานราชการ/ รัฐวิสาหกิจ ของปี 2553-2555 จะเป็นร้อยละ 73.31, ร้อยละ 27.91 และ ร้อยละ 38.74 ตามลำดับ และสัดส่วนการจัดจำหน่ายให้กับหน่วยงานเอกชน ของปี 2553-2555 จะเป็นร้อยละ 26.69, ร้อยละ 72.09 และ ร้อยละ 61.26 ตามลำดับ

เนื่องจากบริษัทมีลูกค้าน้อยรายและบางโครงการเป็นโครงการขนาดใหญ่ จึงทำให้ ในช่วงระยะเวลา 3 ปี (ปี 255 3 – ปี 2555) ที่ผ่านมา ในแต่ละปีบริษัทจะมีรายได้จากลูกค้ารายหนึ่งรายใดมากกว่าร้อยละ 30 ของรายได้จากการบริการ โดยในปี 2553 บริษัทมีรายได้จากโครงการของ บริษัท ปตท จำกัด (มหาชน) (ปตท.) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4 9.24 ของรายได้จากการให้บริการ ทั้งหมด ในปี 2554 บริษัทไม่มีรายได้จากลูกค้ารายใดที่มีมูลค่าสูงเกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้จากการให้บริการทั้งหมด โดยรายได้จากโครงการ ของ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ถือเป็นรายได้ที่มีสัดส่วนสูงสุดคิดเป็นร้อยละ 19.04 ของรายได้จากการให้บริการทั้งหมด และ ในปี 2555 บริษัทมีรายได้จากโครงการของบริษัท อุตสาหกรรมนมไทย จำกัด และ โครงการของ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.67 และ 32.76 ของรายได้จากการให้บริการทั้งหมด ตามลำดับ

ทั้งนี้ การจัดจำหน่ายดังกล่าวสามารถแยกตามประเภทอาคารได้ ดังนี้

ตารางแสดงสัดส่วนการให้บริการตกแต่งภายในแยกตามประเภทอาคาร ในปี ปี 2553 – ปี 2555

	2553	2554	2555
อาคารสำนักงาน/สถานประกอบการ	73.27%	68.72%	85.58%
คอนโดมิเนียม	17.99%	7.54%	8.78%
โรงแรม	8.31%	23.77%	5.84%
อื่นๆ	0.43%	0.02%	-
รวม	100%	100%	100%

หมายเหตุ: อื่นๆ ประกอบด้วย พิพิธภัณฑสถาน และ ค่ายเยาวชน และ หอสมุด เป็นต้น

3.2.4 การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทมีช่องทางการรับงานโครงการรับเหมาก่อสร้างตกแต่งภายในหลายช่องทาง โดย บริษัทได้มอบหมายให้ฝ่ายการตลาดมีหน้าที่ในการรับงานโครงการ โดยจะติดต่องานจากทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เป็นเจ้าของโครงการ ซึ่งมีการประกาศให้บริษัทรับเหมาเข้าร่วมประกวด ราคา รวมทั้งงานที่ได้รับคำแนะนำจากผู้รับเหมาก่อสร้างของโครงการหลัก และ งานที่ต้อง ติดต่อเจ้าของโครงการโดยตรงเมื่อพบว่ามีโครงการใดที่กำลังเริ่มก่อสร้างใหม่ ทั้งนี้ บริษัทจะติดต่อกับเจ้าของธุรกิจสังหาริมทรัพย์อยู่เสมอเพื่อหาช่องทางในการรับงานโครงการใหม่ๆ นอกจากนี้ บริษัทจะติดตามข่าวสารจากแหล่งข้อมูลต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต เพื่อรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจสังหาริมทรัพย์และเป็นการเพิ่มช่องทางในการหาลูกค้าใหม่ โดยขั้นตอนการสร้างและเข้าถึงลูกค้าใหม่สามารถสรุปได้ดังนี้



- การค้นหากลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จากแหล่งข้อมูลต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ และนิตยสารของอุตสาหกรรม อินเทอร์เน็ต (เว็บไซต์ ประมวลราคา) เป็นต้น และเก็บรวบรวมข้อมูลของลูกค้าไว้ในฐานข้อมูล เช่น ชื่อบริษัท ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ ข้อมูลผู้ติดต่อ เวลาที่ติดต่อ วิธีการติดต่อ หัวข้อสนทนา งานที่คาดหวัง สิ่งที่จะดำเนินการ การติดต่อครั้งถัดไป

- การตรวจสอบคุณสมบัติลูกค้า เมื่อได้ข้อมูลเบื้องต้นของลูกค้ามาแล้ว บริษัทจะทบทวนข้อมูลเบื้องต้นดังกล่าวและประเมินถึงโอกาสที่จะได้งาน โดยคำนึงถึง

- ข้อมูลผู้ติดต่อที่สามารถเข้าถึงบริษัทลูกค้า
- บริการที่กลุ่มบริษัทลูกค้าต้องการ
- ข้อมูลต่างๆ ที่ช่วยให้บริษัทรู้ข้อมูลเบื้องต้นและเข้าใจกลุ่มบริษัทลูกค้า เช่น ข้อมูลบริษัทจากเว็บไซต์
- ข้อมูลเบื้องต้นของลูกค้าจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เช่น ที่ตั้งของบริษัท ทุนจดทะเบียน รายชื่อผู้ถือหุ้น งบการเงิน
- ข้อมูลเครดิตการเงินของบริษัทลูกค้า
- ความขัดแย้งระหว่างลูกค้ากับบริษัท
- โอกาสการเติบโตของลูกค้า
- ความเร่งด่วนของงาน
- ผู้ตัดสินใจในการคัดเลือกผู้รับเหมา และความสามารถในการเข้าถึงบุคคลดังกล่าว

- การแสดงผลงานของบริษัทเมื่อมีโอกาส เช่น การนำเสนอผลงานการทำงานที่ผ่านมา (Company profile) โดยเข้าร่วมงานแสดงสินค้าและงานสถาปนิก การลงโฆษณาประชาสัมพันธ์แนะนำบริษัท เป็นต้น

- การติดตามผล เมื่อได้นำเสนอและอธิบายในรายละเอียดหรือกระบวนการทำงานต่างๆของบริษัทเสร็จสิ้นแล้ว ต้องมีการติดตามผลว่าลูกค้ามีความคิดเห็นอย่างไร ฟังพอใจมากน้อยเพียงใด รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อโอกาสทางธุรกิจในอนาคต

บริษัทจะรับงานทั้งจากการประกวดราคา และการว่าจ้างโดยตรงจากลูกค้า ดังนี้

1. การเข้าร่วมประกวดราคาจากลูกค้าเอกชน เจ้าของโครงการ หรือหน่วยงานราชการ ประกอบด้วย การประกวดราคาแบบยื่นซองประมูลทั่วไป และการประกวดราคาแบบ E-AUCTION โดยมีสัดส่วนเฉลี่ยปี 2553 – ปี 2555 ประมาณร้อยละ 54 ของรายได้จากการบริการทั้งหมด

2. การว่าจ้างจากลูกค้าโดยตรง โดย ลูกค้าจะพิจารณาจากคุณสมบัติและผลงานในอดีตเป็นหลัก มีสัดส่วนเฉลี่ยปี 2553 – ปี 2555 ประมาณร้อยละ 46 ของรายได้จากการบริการทั้งหมด

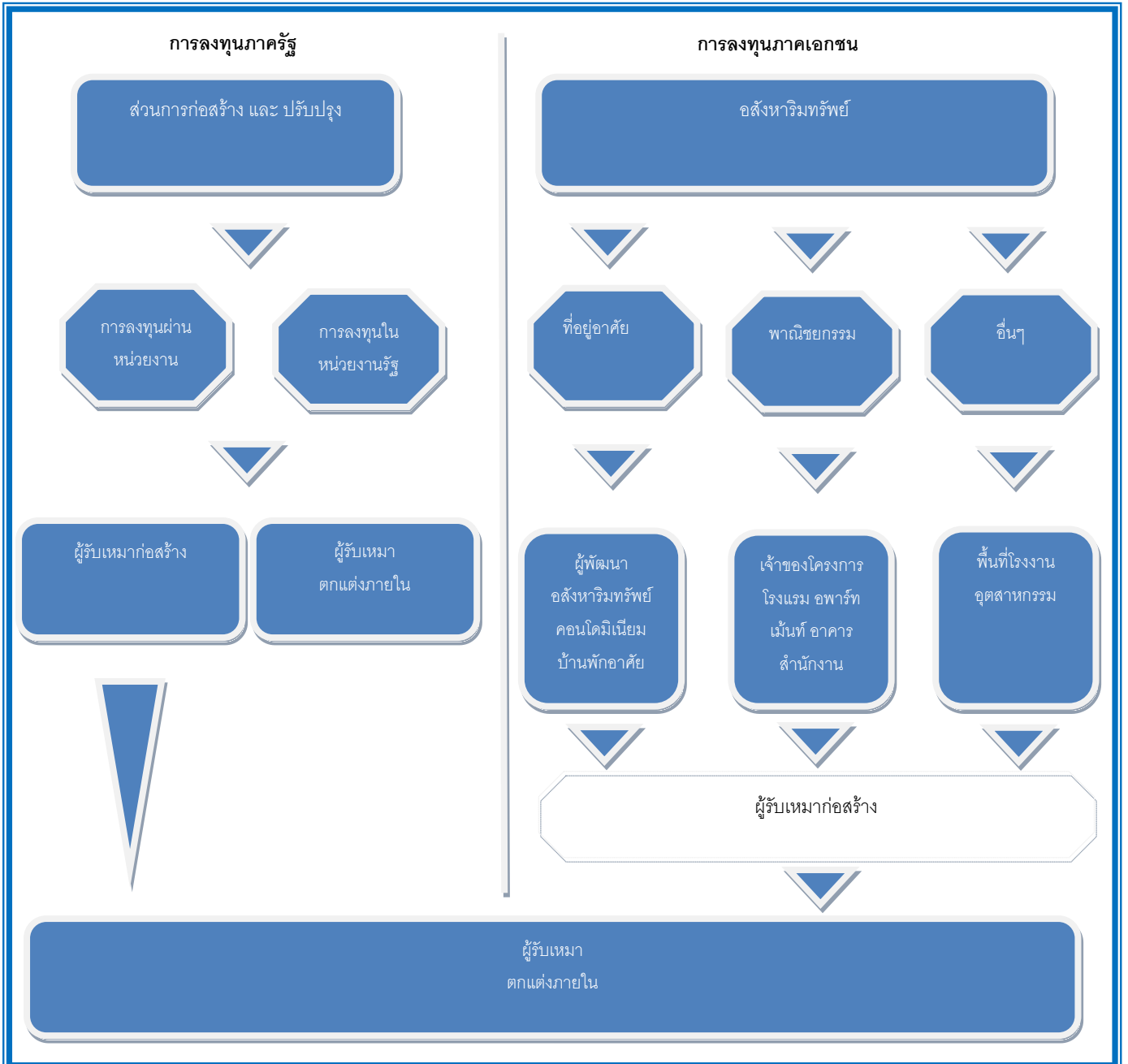
3.3 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

เนื่องจากบริษัทประกอบธุรกิจรับเหมาตกแต่งภายใน โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทเป็นผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เจ้าของโครงการหรือผู้รับเหมาหลัก และหน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ การเติบโตของธุรกิจรับเหมาตกแต่งภายในจะเป็นไปตามทิศทางการขยายตัวของอุตสาหกรรมก่อสร้าง อุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ประเภทต่างๆ อาทิ คอนโดมิเนียม โรงแรม อพาร์ตเมนต์ และ อาคารสำนักงาน เป็นต้น และ การตั้งงบประมาณรายจ่ายของรัฐบาล



โครงสร้างอุตสาหกรรมผู้ให้บริการรับเหมาตกแต่งภายในอาคาร

แผนภาพแสดงความเกี่ยวเนื่องระหว่างอุตสาหกรรมรับเหมาตกแต่งภายในอาคารกับการลงทุนภาครัฐและเอกชน



3.3.1 งบประมาณรายจ่าย และ การเบิกจ่ายของภาครัฐ

ในช่วงระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา ตั้งแต่ปี 2553-2555 ภาครัฐมีการตั้งกรอบงบประมาณรายจ่ายประจำปีเป็นจำนวนที่เพิ่มสูงขึ้นทุกปีโดยเพิ่มขึ้นอย่างมากในปี 2554 ทั้งนี้ รายจ่ายด้านการลงทุน ซึ่งมีความสัมพันธ์กับธุรกิจให้บริการรับเหมาตกแต่งภายใน ในส่วนของงานภาครัฐและ/หรือ รัฐวิสาหกิจ มีการขยายตัวในทิศทางเดียวกับการตั้งงบประมาณรายจ่ายของภาครัฐ ดังข้อมูลตามทีปรากฎในตารางด้านล่าง



หน่วย : ล้านบาท

ปีงบประมาณ	2553	เพิ่ม/ลด (ร้อยละ)	2554	เพิ่ม/ลด (ร้อยละ)	2555	เพิ่ม/ลด (ร้อยละ)	2556
วงเงินงบประมาณ รายจ่าย	1,700,000	27.65	2,169,967.5	9.68	2,380,000	0.84	2,400,000
รายจ่ายลงทุน	214,369	65.83	355,484.6	23.37	438,555.4	2.37	448,938.8
อัตราการเบิกจ่าย	95.80%	-	93.0%	-	90.30%	-	N.A.

ที่มา : สำนักงบประมาณ และ สำนักงานเศรษฐกิจและการคลัง

3.3.2 อุตสาหกรรมก่อสร้าง

ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ภาพรวมอุตสาหกรรมก่อสร้างของประเทศเริ่มมีการขยายตัว โดยในปี 2552 และ 2553 ขยายตัวราวร้อยละ 0.3 และ ร้อยละ 6.8 ตามลำดับ และ ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2554 ก่อนเหตุการณ์อุทกภัยครั้งใหญ่ ภาพรวมอุตสาหกรรมก่อสร้างขยายตัวติดลบร้อยละ 5.0 โดยมีสาเหตุหลักจากการชะลอตัวของโครงการก่อสร้างภาครัฐที่ปรับตัวลดลงในอัตราร้อยละ 15.1 เนื่องจากความล่าช้าในการจัดซื้อจัดจ้างงบประมาณเข้าสู่ระบบ ส่วนการก่อสร้างภาคเอกชนมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 5.8 เมื่อเทียบกับช่วงระยะเวลาเดียวกันกับปีก่อนหน้า อย่างไรก็ตาม ในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี 2554 ได้เกิดเหตุการณ์อุทกภัยครั้งใหญ่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ภาคกลาง และ ภาคเหนือตอนล่าง ส่งผลให้ภาพรวมของอุตสาหกรรมก่อสร้างได้รับผลกระทบอย่างมาก โดยเฉพาะการก่อสร้างในภาคเอกชนที่ขยายตัวมาตลอดในช่วง 9 เดือนแรก ได้เติบโตในอัตราที่ลดลงเหลือเพียงร้อยละ 2.6 ส่งผลให้ทั้งปี 2554 มูลค่าการก่อสร้างภาคเอกชนมีการเติบโตร้อยละ 5.0 ส่วนการก่อสร้างของภาครัฐยังคงหดตัวลดลงต่อเนื่องจากช่วง 9 เดือนแรก โดยมีการขยายตัวติดลบร้อยละ 15.9 ส่งผลให้ทั้งปี 2554 มูลค่าการก่อสร้างภาครัฐมีการเติบโตติดลบร้อยละ 15.2 ทั้งนี้ ทำให้ภาพรวมของอุตสาหกรรมก่อสร้างทั้งหมดในปี 2554 ปรับตัวลดลงร้อยละ 5.1 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงระยะเวลาเดียวกันกับปีก่อนหน้า

สำหรับภาพรวม อุตสาหกรรมก่อสร้างในช่วง เก้าเดือนแรกของปี 2555 มีการขยายตัวร้อยละ 6.4 ตามการขยายตัวของสาขาการก่อสร้างภาครัฐที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.0 เมื่อเทียบกับช่วงระยะเวลาเดียวกันกับปีก่อนหน้า ตามงบลงทุนของภาครัฐที่มีการเบิกจ่ายเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจได้มากขึ้น การก่อสร้างโครงการขนาดใหญ่ของภาครัฐ การบูรณะซ่อมแซมโครงสร้างเพื่อป้องกันอุทกภัย และตามการขยายตัวของโครงการก่อสร้างภาคเอกชนที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.6 เมื่อเทียบกับช่วงระยะเวลาเดียวกันกับปีก่อนหน้า ซึ่งเป็นการก่อสร้างเพื่อซ่อมแซมในส่วนของที่อยู่อาศัยและโรงงานที่ได้รับความเสียหายจากอุทกภัยน้ำท่วม รวมทั้งการขยายตัวของโครงการก่อสร้างในพื้นที่ใหม่ ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดว่าอุตสาหกรรมก่อสร้างโดยรวมในปี 2555 จะมีการขยายตัวราวร้อยละ 10.0 และเติบโตร้อยละ 11.0 - 12.2 ในปี 2556

มูลค่าการก่อสร้างของภาคเอกชนและภาครัฐ

หน่วย

: ล้านบาท

	2551	2552	2553	2554	2554 (9เดือน)	2555 (9เดือน)
ภาคเอกชน	159,099	150,969	167,020	175,401	133,280	143,347
ภาครัฐ	153,584	162,624	167,747	142,166	113,497	119,193
รวม	312,683	313,593	334,767	317,567	246,777	262,540

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง



อัตราการขยายตัวของการก่อสร้างภาคเอกชนและภาครัฐ

หน่วย

: ร้อยละ

	2551	2552	2553	2554	2554 (9เดือน)	2555 (9เดือน)
ภาคเอกชน	0.1	-5.1	10.6	5.0	5.8	7.6
ภาครัฐ	-9.0	5.9	3.2	-15.2	-15.1	5.0
รวม	-4.6	0.3	6.8	-5.1	-5.0	6.4

หมายเหตุ- อัตราการขยายตัวเมื่อเทียบกับช่วงระยะเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง

3.3.3 อุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์

ที่พักอาศัย

ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ภาพรวมภาวะอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ ของประเทศ มีการขยายตัวในอัตราที่ดีมาโดยตลอด โดยเฉพาะที่พักอาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ยกเว้นในช่วงปลายปี 2554 ซึ่งเกิดอุทกภัยน้ำท่วมครั้งใหญ่ ในเขตพื้นที่ภาคกลาง ภาคเหนือตอนล่าง และ กรุงเทพมหานคร โดยมีปัจจัยสนับสนุนได้แก่ ภาวะอัตราดอกเบี้ยที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ มาตรการลดหย่อนภาษีสำหรับผู้ซื้อที่อยู่อาศัยหลังแรก และ ราคาที่อยู่อาศัยไม่เกิน 5 ล้านบาท การเร่งผลักดันโครงการขนส่งมวลชนขนาดใหญ่ ดังจะเห็นได้จากจำนวนที่อยู่อาศัยจดทะเบียนสร้างเสร็จ และ จำนวนที่อยู่อาศัยออกใหม่แต่ละปี ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล อย่างไรก็ตาม ในปี 2555 ตลาดที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพฯ และ ปริมณฑลเริ่มมีสัญญาณการชะลอตัวลง ดังจะเห็นได้จากจำนวนที่พักอาศัยที่มีการโอนกรรมสิทธิ์มียอดหดตัวลง โดยคาดการณ์ว่าทั้งปี 2555 จะมียอดการโอนกรรมสิทธิ์ ตีลดบวกร้อยละ 2.2 ถึง 4.2 เมื่อเทียบกับปี 2554

จำนวนที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จจดทะเบียนในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล แยกตามประเภทที่พักอาศัย

จำนวน หน่วย

	2551	เพิ่ม/ลด (ร้อยละ)	2552	เพิ่ม/ลด (ร้อยละ)	2553	เพิ่ม/ลด (ร้อยละ)	2554	2554 (8 เดือน)*	เพิ่ม/ลด (ร้อยละ)	2555 (8 เดือน)*
บ้านพักอาศัย แนวราบ	51,530	-19.9%	41,252	13.9%	46,974	0.3%	47,122	33,747	-9.9%	30,397
คอนโดมิเนียม	34,049	57.8%	53,725	11.5%	59,919	-42.0%	34,734	25,517	55.0%	39,556
รวม	85,579	11.0%	94,977	12.5%	106,893	-23.4%	81,856	59,264	18.0%	69,953

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ (REIC); * ตั้งแต่เดือนมกราคม ถึง เดือนสิงหาคม



จำนวนที่พักอาศัยออกใหม่แต่ละปีในเขตกรุงเทพฯ และ ปริมณฑล

จำนวน หน่วย

	2551	เพิ่ม/ลด (ร้อยละ)	2552	เพิ่ม/ลด (ร้อยละ)	2553	เพิ่ม/ลด (ร้อยละ)	2554	เพิ่ม/ลด (ร้อยละ)	2555
จำนวนที่พักอาศัยออกใหม่	67,791	-15.0%	57,604	102.7%	116,791	-26.5%	85,800	11.1%	95,300

ที่มา : ศูนย์ข้อมูล วิจัยและประเมินค่าอสังหาริมทรัพย์ไทย (AREA)

จำนวนที่พักอาศัยที่มีการโอนกรรมสิทธิ์ในเขตกรุงเทพฯ และ ปริมณฑล แยกตามประเภทที่พักอาศัย

จำนวน หน่วย

	2551	เพิ่ม/ลด (ร้อยละ)	2552	เพิ่ม/ลด (ร้อยละ)	2553	เพิ่ม/ลด (ร้อยละ)	2554	เพิ่ม/ลด (ร้อยละ)	2555*
บ้านพักอาศัย	100,636	4.5%	105,126	4.9%	110,319	-17.4%	91,071	N.A.	N.A.
คอนโดมิเนียม	45,815	22.5%	56,114	30.9%	73,441	-17.9%	60,291	N.A.	N.A.
รวม	146,451	10.1%	161,240	14.0%	183,760	-17.6%	151,362	-4.2%	145,000

ที่มา : ศูนย์วิจัยกสิกรไทย และ ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ (REIC) ;

* โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย ซึ่งประมาณการทั้งปี 2555 จะมีการโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลจำนวน 145,000-148,000 หน่วย หรือเติบโตลดลงในอัตราร้อยละ 2.2-4.2

อาคารสำนักงาน

ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา สถานการณ์ ภาพรวมอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ ประเภท อาคารสำนักงานให้เช่า อยู่ในภาวะทรงตัว โดยปริมาณอุปสงค์ของพื้นที่สำนักงานให้เช่ามีการเปลี่ยนแปลงไม่มากนัก ซึ่ง ณ ไตรมาสที่ 3 ปี 2555 ปริมาณอุปสงค์ของพื้นที่สำนักงานให้เช่า (Office Supply) ในเขตกรุงเทพฯ อยู่ที่ระดับ 8,080,818 ตรม. โดยมีอัตราพื้นที่ว่าง (Vacancy Rate) ที่คิดเป็นร้อยละ 12.75 และ คาดการณ์ว่าอัตราพื้นที่ว่างจะลดลงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ภายในปี 2556 โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ และ การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

ปริมาณอุปสงค์ของพื้นที่สำนักงานให้เช่าในเขตกรุงเทพฯ

หน่วย : ล้าน ตรม.

	2552	2553	2554	2555	2556 (คาดการณ์)
พื้นที่สำนักงานให้เช่าโดยประมาณ	8.0	8.0	8.1	8.1	8.2

ที่มา : CBRE Research, Thailand

**โรงแรม**

ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาภาพรวมการขยายตัวของธุรกิจโรงแรมในแง่อุปทาน (จำนวนการก่อสร้างโรงแรม) มีอัตราที่ลดลงแม้ว่าในบางภูมิภาคจะยังคงมีการขยายตัวที่ดี อาทิ ภาคเหนือ ภาคกลาง และ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดังจะเห็นจากตัวเลขจำนวนการออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคารเพื่อการโรงแรมด้านล่าง อย่างไรก็ตามในแง่ของอุปสงค์ (จำนวนการใช้บริการ) ยังคงได้รับปัจจัยบวกจากจำนวนตัวเลขนักท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา (ตั้งแต่ ปี 2553-2555) การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศใหญ่ ในแถบเอเชีย อาทิ จีน และ อินเดีย

จำนวนการออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคารเพื่อการโรงแรมทั่วประเทศ

หน่วย : จำนวนอาคาร

ภูมิภาค	2551	เพิ่ม/ลด (ร้อยละ)	2552	เพิ่ม/ลด (ร้อยละ)	2553	เพิ่ม/ลด (ร้อยละ)	2554	2554 (9 เดือน)*	เพิ่ม/ลด (ร้อยละ)	2555 (9 เดือน)*
กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	60	-56.7	26	276.9	98	-48.0	51	42	-7.1	39
เหนือ	124	56.5	194	8.2	210	-29.0	149	115	68.7	194
กลาง	25	396.0	124	-22.6	96	37.5	132	112	48.2	166
ตะวันออก	170	187.6	489	-30.1	342	-55.6	152	142	-50.7	70
ตะวันออกเฉียงเหนือ	169	53.8	260	23.8	322	-18.3	263	193	22.3	236
ใต้	1,524	-13.7	1,315	-23.0	1,012	-13.4	876	757	-47.6	397
รวมทั่วประเทศ	2,072	16.2	2,408	-13.6	2,080	-22.0	1,623	1,361	-19.0	1,102

ที่มา : ศูนย์ข้อมูลสังหาริมทรัพย์ (REIC) ; * ตั้งแต่เดือนมกราคม ถึง เดือนกันยายน

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทย

หน่วย

: ล้านคน

	2552	2553	2554	2555 (10 เดือน*)
จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ	14.15	15.8	19.2	17.7
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	-3.0%	12.0%	20.7%	9.7%

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (Fiscal Policy Office) ; * ตั้งแต่เดือนมกราคม ถึง เดือนตุลาคม

**ต้นทุนค่าวัสดุก่อสร้าง**

ต้นทุนการดำเนินธุรกิจก่อสร้างหิรมทรัพย์ที่สำคัญ คือ ราคาที่ดินและราคาวัสดุก่อสร้าง ราคาวัสดุก่อสร้างมีแนวโน้มปรับขึ้นตามความต้องการใช้วัสดุก่อสร้างที่มีปริมาณเพิ่มสูงขึ้นในตลาด จากโครงการขนาดใหญ่ของภาครัฐที่เกิดขึ้นหลายโครงการพร้อมกัน เช่น โครงการรถไฟฟ้า สายสีม่วง (บางซื่อ-บางใหญ่) โครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน (หัวลำโพง-บางแค- และ บางซื่อ-ท่าพระ) และ โครงการรถไฟฟ้าสายสีเขียวส่วนต่อขยาย (ช่วงวงเวียนใหญ่-บางหว้า และ ช่วง แบริ่ง -สมุทรปราการ) เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีโครงการก่อสร้างถนนสายต่างๆ ระบบสาธารณูปโภค และ โครงการก่อสร้างป้องกันน้ำท่วม ทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด ประกอบกับต้นทุนแรงงานและค่าขนส่งที่ปรับตัวสูงขึ้น ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น โดยในปี 2555 ดัชนีรวมราคาวัสดุก่อสร้างได้ปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 3.5 จากที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในอัตรา ร้อยละ 6.3 และ ร้อยละ 2.3 ในปี 255 4 และ ปี 2553 ตามลำดับ ทั้งนี้ ในปี 255 5 ผลิตภัณฑ์ประเภทคอนกรีต ได้มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นสูงสุด โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 16 เมื่อเปรียบเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อนหน้า และ ผลิตภัณฑ์ที่มีการปรับตัวลดลงสูงสุดได้แก่ ผลิตภัณฑ์ซีเมนต์ โดยปรับตัวลดลงร้อยละ 1.8 เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อนหน้า ตามลำดับ ดังแสดงตามตารางดัชนีราคาขายส่งวัสดุก่อสร้าง

ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างรายปี

รายการ	2552		2553		2554		2555	
	ดัชนี	เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	ดัชนี	เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	ดัชนี	เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	ดัชนี	เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
ดัชนีรวมราคาวัสดุก่อสร้าง	110.8	-13.1%	113.3	2.3%	120.4	6.3%	124.7	3.5%
ไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้	112.8	-5.0%	135.8	20.3%	139.8	3.0%	143.0	2.3%
ซีเมนต์	103.8	-9.1%	104.2	0.4%	115.1	10.5%	113.1	-1.8%
ผลิตภัณฑ์คอนกรีต	103.6	-5.6%	102.5	-1.0%	106.9	4.3%	124.0	16.0%
เหล็กและผลิตภัณฑ์จากเหล็ก	110.7	-26.4%	110.9	0.2%	123.7	11.5%	122.2	-1.2%
กระเบื้องและวัสดุประกอบ	111.7	2.4%	110.6	-1.0%	109.4	-1.1%	111.5	1.9%
วัสดุฉนวนผิวอย่างหยาบ	113.2	7.0%	113.8	0.5%	116.6	2.5%	119.5	2.5%
เครื่องสุขภัณฑ์	148.9	13.0%	144.5	-3.0%	149.9	3.8%	152.3	1.6%
อุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา	108.2	-5.7%	110.4	2.0%	113.6	2.9%	114.9	1.1%
วัสดุก่อสร้างอื่นๆ	119.2	0.8%	122.8	3.0%	129.8	5.7%	142.0	9.4%

หมายเหตุ : 1) ใ้ปี 2548 เป็นปีฐาน ซึ่งดัชนี = 100

2) เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ) หมายถึง การขยายตัวเปรียบเทียบกับปีก่อนหน้า

ที่มา: สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

รวบรวมและประมวลผลโดย : ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ (REIC)

3.3.3 ภาวะการแข่งขัน

ธุรกิจรับเหมาตกแต่งภายในมีสภาวะการแข่งขันค่อนข้างสูง เนื่องจากมีผู้ประกอบการจำนวนมาก ตั้งแต่บริษัทขนาดใหญ่จนถึงขนาดเล็กที่รับเหมาเฉพาะงานตกแต่งภายใน และผู้รับเหมารายย่อยที่สามารถรับงานได้เช่นเดียวกับบริษัท โดยบริษัทขนาดใหญ่จะมีความได้เปรียบเรื่องการเสนอราคาที่ดีกว่าเนื่องจากสามารถสั่งซื้อสินค้าในปริมาณสูงและต้นทุนต่ำกว่า ซึ่งผู้รับเหมาแต่ละรายจะใช้นโยบายแข่งขันด้านราคาในการประมูลงาน อย่างไรก็ตาม ธุรกิจรับเหมาตกแต่งภายในเป็นธุรกิจที่ต่อจากศักยภาพประสพการณ์ ความ



ชำนาญ และผลงานในอดีตเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า รวมถึงเงินทุนเบื้องต้นสำหรับการประมูลงานต่างๆทั้งงานภาครัฐและเอกชน ปัจจุบันประเทศไทยมีผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาตกแต่งภายในเพิ่มมากขึ้น โดยสามารถจัดประเภทได้ดังนี้

- 1) บริษัทรับเหมาตกแต่งภายในโดยเฉพาะ คู่แข่งที่มีลักษณะธุรกิจ ใกล้เคียง กับบริษัท และมีศักยภาพในการรับงานประเภทเดียวกับบริษัทโดยเป็นงานโครงการมูลค่าประมาณ 100-200 ล้านบาท โดยเป็นบริษัทที่มีโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์เป็นของตัวเองด้วย ซึ่งมีจำนวนประมาณ 10 - 15 ราย จึงถือเป็นคู่แข่งโดยตรงของบริษัท แต่บริษัทมีความได้เปรียบเรื่องขนาดของทุนจดทะเบียน
- 2) บริษัทออกแบบตกแต่งภายในระดับ SME บริษัทจำหน่ายผลิตภัณฑ์ก่อสร้างตกแต่งภายใน เป็นต้น ซึ่งจะรับงานขนาดเล็ก เช่น บ้านพักอาศัย อาคารขนาดเล็ก ซึ่งไม่ได้ถือเป็นคู่แข่งของบริษัท

ทั้งนี้ บริษัทมีนโยบายรับลูกค้าขนาดกลางและขนาดใหญ่ แต่หากบริษัทมีบุคลากรเพียงพอและพิจารณาว่าเป็นงานที่มีผลกำไร บริษัทอาจจะรับงานขนาดเล็กเพื่อเสริมรายได้ให้แก่บริษัทด้วย บริษัทมีแผนการให้บริการอย่างต่อเนื่องเพื่อเข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ ๆ โดยจากประสบการณ์ที่ผ่านมาทำให้บริษัทมีความพร้อมในด้านต่างๆ ซึ่งผู้บริหารเชื่อว่าบริษัทมีข้อได้เปรียบหรือจุดเด่นในการแข่งขันดังต่อไปนี้

ความได้เปรียบในการแข่งขัน

บริษัทมีนโยบายที่จะให้บริการที่มีคุณภาพและตรงเวลาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ในรอบระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา (ตั้งแต่ปี 2553 - 2555) บริษัทเสียค่าปรับเนื่องจากการส่งมอบงานล่าช้าเพียง 1. 27 ล้านบาท สาเหตุมาจากปัจจัยความไม่สงบทางการเมืองในปี 2553 และ อุทกภัยน้ำท่วม ในปี 2554 ทำให้มีการส่งมอบล่าช้า บริษัท มีแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อเข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ ๆ โดยจากประสบการณ์ที่ผ่านมาทำให้บริษัทมีความพร้อมในด้านต่างๆ ซึ่งผู้บริหารเชื่อว่าบริษัทมีข้อได้เปรียบหรือจุดเด่นในการแข่งขัน ดังต่อไปนี้

- บริษัทก่อตั้งมานานและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในวงการ บริษัทมีผลงานในอดีตเป็นที่ยอมรับ ทั้งกับหน่วยงานราชการและเอกชน
- ปัจจุบัน บริษัทมีทุนชำระแล้ว 260 ล้านบาท ซึ่งนับว่าเป็นบริษัทที่มีทุนจดทะเบียนขนาดใหญ่ ทำให้สามารถเข้าร่วมประกวดราคาในงานขนาดใหญ่ที่ระบุคุณสมบัติผู้เข้าร่วมประกวดราคาต้องมีทุนจดทะเบียนขั้นต่ำตามที่กำหนดได้
- มีโรงงานผลิตและฝ่ายผลิตเป็นของตนเอง และมีเครื่องจักรที่ทันสมัย
- บุคลากรมีความรู้ ความสามารถ และมีความชำนาญในงานที่รับผิดชอบ
- การส่งมอบงานได้ตรงเวลา / คุณภาพตรงตามสเปคของลูกค้ากำหนดไว้ และรับประกันผลงาน
- นำเอาเทคโนโลยีทันสมัยมาช่วยในการทำงาน เช่น การใช้คอมพิวเตอร์ในการวางแผนแบบแปลน และงานจัดซื้อ มีการตกแต่งด้วยระบบ Prefabrication ซึ่งใช้เวลาในการทำงานที่โรงงานเป็นส่วนมากและไปประกอบติดตั้งที่หน้างานให้น้อยที่สุด
- สามารถรับงานตกแต่งภายในทุกประเภทอย่างครบวงจร
- มีบริษัทพันธมิตรที่ดีในการ ร่วมงานด้านต่างๆ เช่น บริษัทให้บริการด้านการวางระบบต่างๆ ตลอดจนบริษัท ผู้ผลิตสินค้า (Supplier)

3.4 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

3.4.1 การจัดหาวัตถุดิบ

ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

บริษัทจะจัดหาผลิตภัณฑ์สำหรับงานรับเหมาตกแต่งภายในตามแบบบัญชีแสดงปริมาณงานและราคา (Bill of Quantity หรือ BOQ) ซึ่งเป็นบัญชีแสดงราคาวัสดุและค่าแรง ลูกค้าส่วนใหญ่จะจัดทำเป็นแบบฟอร์มโดยจะระบุปริมาณวัสดุอุปกรณ์ที่ต้องใช้มาให้



พร้อม เพื่อให้บริษัทกรอกข้อมูลมูลค่าตามรายละเอียดของวัสดุอุปกรณ์ที่ต้องใช้นั้น ในกรณีที่ลูกค้าไม่ระบุปริมาณวัสดุอุปกรณ์ที่ต้องใช้มาให้ บริษัทจะต้องดำเนินการถอดแบบเพื่อระบุปริมาณเอง

ทั้งนี้ การจัดหาผลิตภัณฑ์ของบริษัทส่วนใหญ่ จะเป็นผลิตภัณฑ์ประเภท วัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์เพื่อตกแต่งภายในเป็นหลัก โดยจะจัดซื้อผ่านผู้แทนจำหน่ายหรือผู้ จัดจำหน่ายทั้ง ในประเทศ และต่างประเทศ หรือจากผู้ผลิตโดยตรง เช่น ไม้ ปูน เหล็ก ผลิตภัณฑ์ยิบซั่ม ระบบโครงคร่าวผนัง ระบบโครงคร่าวเพดาน ผลิตภัณฑ์สี กระฉก อลูมิเนียม และเฟอร์นิเจอร์หรืออุปกรณ์สำเร็จรูปเพื่อติดตั้ง เช่น พรม ผ้าปูม่าน ประตู หน้าต่าง หลอดไฟ โคมไฟ เฟอร์นิเจอร์สำนักงาน เป็นต้น วัสดุประเภทไม้ถือเป็นวัสดุที่สำคัญในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ โดยบริษัทจะกำหนดสต็อกแผ่นไม้ปาติเคิล (Particle Board) ไว้ในปริมาณเพียงพออยู่เสมอเนื่องจากเป็นวัสดุหลักที่บริษัทจำเป็นต้องใช้สำหรับการผลิตเฟอร์นิเจอร์สำหรับงานโครงการ ที่ผ่านมามีการสั่งซื้อไม้ทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการสั่งไม้ภายในประเทศ โดยพิจารณาจากราคาอยู่ให้ในงบประมาณ คุณภาพสินค้า และสเปคที่ระบุจากลูกค้าเป็นสำคัญ

ในกรณีที่เลือกใช้วิธีการจัดซื้อเฟอร์นิเจอร์/ชิ้นงานตามลักษณะเฉพาะ (Specification) ที่ผู้ว่าจ้างกำหนด และสายงานปฏิบัติการจะแจ้งขอซื้อตามรายการเพื่อเทียบราคาและขออนุมัติซื้อสินค้านั้น โดยฝ่ายจัดซื้อรวบรวมเพื่อที่จะได้เป็นข้อพิจารณาในการเลือกซื้อของฝ่ายจัดซื้อสำหรับเรื่องราคาเป็นการตัดสินใจโดยฝ่ายจัดซื้อ และในกรณีที่เลือกใช้วิธีการผลิตโดยโรงงาน สายงานปฏิบัติการจะจัดทำใบสั่งผลิตและลงนามพร้อมถ่ายสำเนาแบบแปลนส่งต่อให้ผู้จัดการฝ่ายผลิต/เจ้าหน้าที่ฝ่ายผลิตเพื่อเข้าสู่กระบวนการผลิตโรงงานต่อไป

ในส่วนของการจัดหาแรงงาน ทางผู้จัดการโครงการหรือผู้ควบคุมงานจะแจ้งมายังฝ่ายจัดส่งแรงงานให้จัดเตรียมจำนวน พนักงานที่ต้องไปทำงานที่โครงการ โดยจะมีการนำพนักงานไปจากโรงงาน สำหรับหน้าที่ของ พนักงานของบริษัทนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นงานใน ด้านการเก็บงานและการทำความสะอาดที่โครงการ เช่น การเก็บงานเมื่องานเสร็จ หรือการทำความสะอาดก่อนการส่งมอบงวดงาน และงานอื่นๆ เช่น การติดตั้ง การเชื่อม เป็นต้น ในกรณีที่ต้องการแรงงานด่วน ทาง รองกรรมการผู้จัดการสายงาน ปฏิบัติการจะเป็นผู้แจ้งให้ฝ่ายจัดส่งแรงงานเป็นผู้จัดเตรียมที่มงานดังกล่าว ซึ่งจะทำงานหมุนเวียนกันไปสำหรับในแต่ละโครงการ บริษัทมีพนักงานประจำในสายงานปฏิบัติการจำนวน 158 คน

การจ้างงานผู้รับเหมาช่วงในโครงการ

บริษัทจะต้องวางแผนในส่วนงานที่ต้องจ้างบริษัทรับเหมาช่วงในโครงการส่วนงาน วางระบบ เช่น ระบบไฟฟ้าและ การวางระบบ เชื่อมโยงด้านการ สื่อสาร CCTV ระบบปรับอากาศและระบายอากาศ ระบบสุขาภิบาล และระบบคอมพิวเตอร์ เป็นต้น โดยบริษัทมีพันธมิตรที่ร่วมงานกันมานานและมีผลงานในอดีต โดยบริษัทรับเหมาช่วงดังกล่าวจะเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดหาแรงงานและวัสดุ อุปกรณ์ในงานที่ได้รับว่าจ้างจากบริษัท โดยบริษัทจะมีการควบคุมราคาว่าจ้างให้อยู่ในงบประมาณ

นอกจากนี้ บริษัทจะมีการจ้างงาน ผู้รับเหมาช่วง ประเภทช่างฝีมือภายนอก เช่น ช่างฝีมือที่นำวัสดุไปที่ทาง บริษัทจัดเตรียมไว้ให้ไปทำการติดตั้งโดยใช้ทีมงานของช่างที่นำมาเองซึ่งได้แก่ ช่างไม้ ช่างสี ช่างฝ้า ช่างกระเบื้อง ช่างประปา ช่างไฟ เป็นต้น ในการพิจารณาเลือกช่างที่จะเข้ามาทำงานในโครงการจะเป็นการตัดสินใจโดยรองกรรมการผู้จัดการสายงานปฏิบัติการ ซึ่งช่างที่ได้รับเลือกนั้นจะเป็นช่างที่ได้เคยร่วมงานกันมาก่อนแล้วและผ่านการประเมินโดยสายงานปฏิบัติการแล้ว ซึ่งมาตรฐานในการเลือกช่าง ได้แก่ การให้ความร่วมมือ ความถูกต้องของงาน ความรวดเร็วของงาน และคุณภาพของงาน

วิธีการสั่งจ้างผู้รับเหมาช่วงแบ่งเป็น 2 กรณี

- 1) กรณีที่เป็นการจ้างผู้รับเหมาช่วง (Subcontract) ที่จ้างเหมาทั้งค่าแรง และค่าวัสดุ
- 2) กรณีที่เป็นการจ้างผู้รับเหมาช่วง (Subcontract) ที่จ้างเฉพาะค่าแรง และทางบริษัทเป็นผู้จัดหาวัสดุให้

โดยบริษัทจะจัดทำแบบสั่งจ้างซึ่งเป็นเอกสารที่จะแจ้งรายละเอียดของงานที่ช่างแต่ละรายจะต้องทำและใช้เป็นเอกสารในการรับเงินค่าจ้างของช่างด้วยกัน การจ่ายค่าจ้างเมื่อเริ่มทำงานโครงการซึ่งจะระบุวันที่ที่จะจ่ายตั้งแต่เริ่มต้นโครงการจนกระทั่งเสร็จสิ้นงาน



ในขั้นตอนการจ่ายค่าแรงงานทางฝ่ายบัญชีจะใช้แบบสั่งจ้างที่ทางผู้ควบคุมงาน ระบุสัดส่วนเปอร์เซ็นต์งานที่ทำเสร็จ และอนุมัติโดยกรรมการผู้จัดการสายงานปฏิบัติการ และแบบแปลน ประกอบการบันทึกบัญชีและการจ่ายเงินค่าแรง

ในปี 2553 และ ปี 2554 บริษัทมีการว่าจ้างผู้รับเหมาช่วงรายหนึ่งคิดเป็นสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 30 ของมูลค่าการว่าจ้างผู้รับเหมาช่วงทั้งหมด โดยคิดเป็นร้อยละ 67.58 และ ร้อยละ 40.47 ตามลำดับ ทั้งนี้ มูลค่าการว่าจ้างผู้รับเหมาช่วงดังกล่าวคิดเป็นร้อยละ 21.60 และ ร้อยละ 6.85 ของต้นทุนค่าบริการตกแต่งภายใน ตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม ในปี 2555 บริษัท ไม่มีการว่าจ้างผู้รับเหมาช่วงรายใดที่มีสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 30 ของมูลค่าการว่าจ้างผู้รับเหมาช่วงทั้งหมด โดยผู้รับเหมาช่วงรายที่มีมูลค่าการว่าจ้างสูงสุด 3 รายแรก คิดเป็นร้อยละ 23.54 ร้อยละ 18.65 และ ร้อยละ 13.41 ของมูลค่าการว่าจ้างผู้รับเหมาช่วงทั้งหมด ทั้งนี้ มูลค่าการว่าจ้างผู้รับเหมาช่วงดังกล่าวคิดเป็นร้อยละ 12.45 ร้อยละ 9.86 และ ร้อยละ 7.09 ของต้นทุนค่าบริการตกแต่งภายในปี 2555 ตามลำดับ

การสั่งซื้อ

บริษัทมีการกำหนดแผนการผลิตเพื่อให้สามารถวางแผนการสั่งซื้อวัตถุดิบให้พร้อมและเพียงพอต่อการผลิตและการติดตั้ง โดยจะมีการสั่งซื้อวัตถุดิบทันทีเมื่อชนะการประกวดราคาตามแผนงานของสายงานปฏิบัติการที่จัดทำคำขอเบิกวัตถุดิบ โดยจะกำหนดรูปแบบคุณลักษณะ และประเภทผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามแผนการของฝ่ายประเมินราคา QS (Quantity Survey) ซึ่งบริษัทจะพิจารณาคัดเลือกผู้จัดจำหน่ายวัสดุ โดยฝ่ายจัดซื้อจะใช้ราคาวัสดุและค่าแรงในเอกสาร BOQ (Bill of quality) จากฝ่ายประเมินราคาเป็นตัวเปรียบเทียบ โดยจะมีการเทียบเคียงวัสดุประเภทเดียวกันเพื่อหารายที่เป็นประโยชน์สูงสุด แต่บางกรณีไม่สามารถใช้วัสดุทดแทนที่สามารถเทียบเคียงได้ เนื่องจากเจ้าของโครงการมีการระบุ Spec (ยี่ห้อ รุ่น ลักษณะ จำนวน) เฉพาะไว้แล้ว กรณีดังกล่าวต้องใช้วัสดุตามที่ลูกค้าระบุเท่านั้น การสั่งซื้อจะคำนึงถึง

1. ราคาต้องไม่เกินจากราคาในสัญญาหรือราคากลางของบริษัท
2. คุณภาพตามคุณสมบัติที่ได้มาตรฐานอุตสาหกรรมและตามที่ลูกค้าระบุไว้
3. การบริการ การจัดส่ง ที่ตรงตามกำหนด
4. การให้ระยะเวลาการชำระเงิน (Credit Term) และ
5. การรับประกันคุณภาพจากผู้จัดจำหน่ายประมาณ 1-2 ปี

บริษัทจะทำการคัดเลือกผู้ จัดจำหน่าย/ผู้ ผลิตมากกว่าหนึ่งรายเพื่อเปรียบเทียบราคา การตัดสินใจจัดหาผลิตภัณฑ์จากผู้จัดจำหน่ายรายใดจะเป็นการพิจารณาร่วมกันระหว่างฝ่ายบริหาร ฝ่ายการตลาด ฝ่ายงานปฏิบัติการ และฝ่ายจัดซื้อ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะเป็นไปตามที่กำหนด และจะต้องทำให้เกิดประโยชน์กับบริษัทด้านการลดต้นทุนให้ได้มากที่สุด

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการดำเนินการ ได้แก่ เฟอร์นิเจอร์ หิน ไม้และ กระฉก ซึ่งมูลค่าการสั่งซื้อวัตถุดิบดังกล่าวเฉลี่ย 3 ปี (ปี 2553 – ปี 2555) คิดเป็นสัดส่วนเฉลี่ยประมาณร้อยละ 16.39 ร้อยละ 13.41 ร้อยละ 12.22 และ ร้อยละ 9.77 ของมูลค่าการสั่งซื้อรวมทั้งรวม 3 ปี ตามลำดับ วัตถุดิบส่วนใหญ่จะสั่งซื้อจากผู้จัดจำหน่ายในประเทศ ทั้งนี้ บริษัทมีการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ไม้จากผู้จัดจำหน่ายจำนวน 13 ราย โดยส่วนใหญ่เป็นผู้จำหน่ายภายในประเทศ โดยในงวดปี 2555 บริษัทมีการสั่งซื้อวัตถุดิบประเภท ไม้ค่อนข้างมาก คิดเป็นร้อยละ 17.64 ของยอดสั่งซื้อทั้งหมด รองลงมาได้แก่ เฟอร์นิเจอร์ คิดเป็นร้อยละ 15.82 ของยอดสั่งซื้อทั้งหมด เพื่อนำมาใช้ในโครงการต่างๆ ซึ่ง ที่ผ่านมามีบริษัทไม่เคยประสบปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ

ทั้งนี้ บริษัทไม่มีการพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายรายใดรายหนึ่ง เนื่องจากในช่วงระยะเวลา 3 ปี (ปี 2553 – ปี 2555) ที่ผ่านมา บริษัทไม่มีการสั่งซื้อจากผู้จัดจำหน่ายรายใดรายหนึ่งเกินร้อยละ 30 ของจัดซื้อจัดจ้างรวม โดยยอดสั่งซื้อของผู้จำหน่ายรายที่มีมูลค่าสูงสุดในแต่ละปีตลอดช่วงระยะเวลาดังกล่าวคิดเป็นร้อยละ 5.90 ร้อยละ 14.18 และ ร้อยละ 9.69 ของยอดสั่งซื้อรวม



3.4.2 ขั้นตอนการดำเนินงาน

1. ขั้นตอนการรับงานและเสนองาน

ก. การตรวจสอบและการคัดเลือกลูกค้า

บริษัทจะติดต่อหางานทั้งจากการประกวดราคาและการว่าจ้างโดยตรงจากลูกค้าผ่านแหล่งข้อมูลต่างๆ อาทิเช่น หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต (เว็บไซต์เกี่ยวกับการประกวดราคา) การแนะนำจากลูกค้าเก่า เป็นต้น บริษัทจะพิจารณารับงานทั้งจากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน โดยเนื่องจากส่วนใหญ่ของงานทั้งหมดจะต้องเป็นงานตกแต่งภายในซึ่งเป็นความถนัดของบริษัท ทั้งนี้ ในกรณีลูกค้าเป็น บริษัทเอกชน บริษัทจะพิจารณาคูณสมบัติเบื้องต้นของลูกค้าก่อนรับงาน เช่น วิเคราะห์ฐานะทางการเงิน ประวัติความเป็นมา ประวัติ การชำระหนี้ ฐานะทางการเงิน ทุนจดทะเบียน ประวัติผู้บริหารและผู้ถือหุ้น เป็นต้น เพื่อประเมินถึงความสามารถในการชำระหนี้ และมีข้อบ่งชี้ถึงปัญหาทางการเงินหรือการผิดนัดชำระหนี้

การพิจารณาในเบื้องต้นว่าจะเข้าร่วมการประกวดราคาหรือไม่นั้น จะเป็นการพิจารณาร่วมกันของกรรมการผู้จัดการ รอง กรรมการผู้จัดการสายงานตลาด และ ผู้จัดการแผนกประเมินราคา โดยหากพิจารณาแล้วมีความเสี่ยงในการไม่ได้รับชำระหนี้หรือ งานตกแต่งภายในเป็นงานส่วนย่อยของงานทั้งหมด บริษัทจะไม่เข้าร่วมการประกวดราคา แต่หากพิจารณาแล้วว่า งานส่วนใหญ่เป็น งานตกแต่งภายในและไม่มีข้อบ่งชี้ถึงปัญหาทางการเงิน บริษัท จะเข้าร่วมการประกวดราคา โดยจะดำเนินการขั้นตอนต่อไป คือ การ ประเมินราคา

ข. การประเมินราคา

1. เมื่อบริษัทตัดสินใจเข้าร่วมการประกวดราคา ฝ่ายการตลาดจะดำเนินการซื้อแบบก่อสร้างและเอกสารประกวดราคา เช่น แบบก่อสร้าง หนังสือร่างประมูลเบื้องต้น (TOR) และบัญชีแสดงปริมาณวัสดุและราคา (BOQ) เป็นต้น และนำส่งให้กับฝ่ายประเมิน ราคา

2. เมื่อฝ่ายประเมินราคาได้รับแบบก่อสร้าง และเอกสารประกอบแบบแล้ว จะดำเนินการศึกษารายละเอียดและกำหนดการ ต่างๆ ที่ระบุไว้ในเอกสาร เช่น วันเวลาที่ชี้แจงแบบ เข้าดูสถานที่ วันเวลาในการยื่นซอง หรือ E-AUCTION หลังจากนั้นจะทำการประเมิน ราคา โดยที่จะจัดทำเอกสารรายการวัสดุ (Material list) ส่งให้ฝ่ายจัดซื้อเพื่อทำการสืบราคา

3. ฝ่ายจัดซื้อเมื่อได้ราคาที่ดีที่สุดก็จะส่งใบเสนอราคาและรายการวัสดุ ให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายประเมินราคา ซึ่งส่วนใหญ่แล้ว ลูกค้าจะกำหนดระบุรุ่น ยี่ห้อ ลักษณะการใช้งาน และจำนวนไว้ให้แล้ว ส่วนงานที่เป็นค่าแรง เช่น งานไม้ งานฝ้า งานสี งานพื้น จะ ประมาณเป็นราคากลาง (ราคาจ้างงานตามปกติ) จากนั้นก็นำข้อมูลที่ได้มาจัดทำบัญชีแสดงปริมาณวัสดุและราคา (BOQ) ฉบับต้นทุน

4. ฝ่ายประเมินราคาส่ง BOQ ฉบับต้นทุน ให้กรรมการผู้จัดการ หรือรองกรรมการผู้จัดการสายงานตลาด เพื่อพิจารณา และ บวกกำไรและค่าใช้จ่ายในการผลิต โดยกำหนดกำไรขั้นต่ำที่ 10-20 % ตามความเหมาะสมของปริมาณและมูลค่างาน เพื่อใช้ในการ ประกวดราคา

5. นำ BOQ ฉบับแก้ไขที่เป็นราคาสำหรับประกวดราคาแล้ว ส่งให้เลขานุการ สำนักงานเลขา จัดพิมพ์เป็น BOQ ซึ่งการ เข้าถึงข้อมูลดังกล่าวจะมีการตั้งรหัสผ่าน (password) โดยกรรมการผู้จัดการเพื่อป้องกันการเข้าถึงข้อมูลของผู้ไม่เกี่ยวข้อง

6. รวบรวมเอกสารทั้งหมดตามรายละเอียดเกี่ยวกับการประกวดราคา โดยเอกสารต่างๆจะเป็นไปตามเงื่อนไขและ ข้อกำหนดของแต่ละโครงการ เพื่อดำเนินการยื่นซองประกวดราคาต่อไป

ค. การประกวดราคา

1. เมื่อผ่านขั้นตอนประเมินราคาแล้ว จะเข้าสู่การพิจารณารับประกวดราคา โดย การพิจารณาเงื่อนไขและวิธีการประมูล แบ่งเป็น 3 กรณี คือ

1.1 กรณีทั่วไป เป็นการยื่นซองประมูลให้ดูในเงื่อนไขวันเปิดประมูลว่าเป็นวันใดแล้วดำเนินการให้ทันตามวันที่กำหนด โดยจะยื่นเอกสารคัดเลือกคุณสมบัติเบื้องต้น (PQ) พร้อมซองประมูล



1.2 กรณีประมูล E-AUCTION ลูกค้าน่าจะมีการระบุวันที่เข้าประมูล โดยต้องยื่นเอกสารคัดเลือกคุณสมบัติเบื้องต้น (PQ) ก่อนการเข้าประมูล

1.3 กรณีจัดจ้างด้วยวิธีการพิเศษ (การว่าจ้างจากลูกค้าโดยตรง) ลูกค้าจะแจ้งความต้องการและเงื่อนไขต่างๆกับบริษัท โดยเอกสารที่ใช้ยื่น คือ ผลงานของบริษัท (company profile) และเอกสารเสนอราคา (BOQ)

2. จัดเตรียมเอกสาร PQ แสดงคุณสมบัติของบริษัท เช่น ประวัติการทำงานที่ผ่านมาของบริษัท หนังสือรับรอง บอจ.5 เป็นต้น
3. รวบรวมเอกสารเพื่อเข้าร่วมประกวดราคา ประกอบด้วย PQ, BOQ และหลักประกัน
4. รอผลการประกวดราคา โดยจะทราบผลว่าประกวดราคาผ่านหรือไม่ ภายใน 7-10 วัน

ง. ขั้นตอนการจัดทำสัญญา

1. สำนักเลขานุการ เมื่อได้รับแจ้งให้ทราบว่าบริษัทได้รับเลือกให้ผ่านการประกวดราคา จะแจ้งให้สายงานปฏิบัติการทราบ โดยส่งเอกสาร แบบก่อสร้าง และ BOQ ไปให้เพื่อใช้ในการวางแผนงาน คัดเลือกผู้รับเหมาและคนงานเพื่อเข้าทำงาน จากนั้น เมื่อได้รับแจ้งจากทางเจ้าของโครงการเรื่องการลงลายมือชื่อในสัญญาซึ่งแบบของสัญญาจะเป็นการกำหนดโดยลูกค้า และจะจัดส่งให้เจ้าหน้าที่นิติกรเพื่อพิจารณาก่อน หลังจากนั้นสำนักเลขานุการจึงพิมพ์ร่างสัญญาดังกล่าว

2. เมื่อถึงกำหนดวันนัดลงนามในสัญญา คณะกรรมการท่านที่ได้รับมอบหมายให้ลงนาม จะนำเอกสารหนังสือหลักประกันสัญญา (ซึ่งมีการทำสัญญากับธนาคารไว้แล้ว) และแบบสัญญาเข้าพบหน่วยงานเพื่อลงลายมือชื่อในสัญญาปฏิบัติงาน

บริษัทจะมีการเรียกเก็บเงินมัดจำล่วงหน้าจากลูกค้าร้อยละ 10 - 20 ของมูลค่าโครงการ จากนั้นบริษัทจะเรียกเก็บเงินเป็นระยะตามความคืบหน้าของงานและการส่งมอบ

2. ขั้นตอนการเตรียมการและการดำเนินการ

ก. ขั้นตอนการเตรียมงานโครงการ

หลังจากบริษัทได้รับคัดเลือกจากลูกค้า สายงานปฏิบัติการจะแต่งตั้งผู้จัดการโครงการและทีมงาน ซึ่งจะพิจารณากำหนดรายละเอียดของงานและความรับผิดชอบของทีมงานที่เกี่ยวข้อง และผู้จัดการโครงการจะดำเนินการในส่วนต่างๆ ดังนี้

1. การจัดทำตารางการทำงาน เพื่อกำหนดระยะเวลาการทำงานให้เสร็จตามกำหนดเวลา
2. การวางแผนการจ้างงาน เพื่อกำหนดจำนวนคน ผู้รับเหมา ช่าง ผู้จัดหาวัสดุ เครื่องมือ เครื่องจักรที่ใช้ เพื่อให้บรรลุตามแผนงานที่วางไว้ และตามงบประมาณที่วางไว้
3. การจัดเตรียมแผนการทำงาน เพื่อให้สามารถควบคุมการทำงานให้เป็นไปตามระยะเวลาและคุณภาพตามที่ลูกค้ากำหนด
4. การจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์จะดำเนินการโดยฝ่ายจัดซื้อ การจัดซื้อจัดจ้างทุกรายการจะควบคุมโดยผ่านขั้นตอนการสั่งซื้อส่งจ้างจากฝ่ายจัดซื้อ โดยมีการควบคุมจัดทำใบสั่งซื้อหรือใบสั่งจ้างผ่านระบบโปรแกรมคอมพิวเตอร์ แต่หากการสั่งซื้อส่งจ้างใดที่ต้องใช้ความชำนาญในการเลือกโดยเฉพาะอาจให้หน่วยงานที่ขอนั้นเป็นผู้เลือกเอง แต่ให้ฝ่ายจัดซื้อเป็นผู้ต่อรองราคา, พิจารณาความเหมาะสมของราคาและคุณภาพ, เงื่อนไขการจัดส่ง และเงื่อนไขการจ่ายชำระ
5. ผู้จัดการโครงการจะควบคุมต้นทุนให้อยู่ภายใต้งบประมาณที่กำหนดไว้ บริษัทจะมีการควบคุมต้นทุนโดยมีการกำหนดอำนาจความรับผิดชอบของแต่ละตำแหน่งในไซต์งานให้ชัดเจนในการควบคุมปฏิบัติงาน เช่น ผู้ลงนามรับสินค้า ผู้จัดทำและผู้อนุมัติ ใบเบิกวัสดุ ผู้จัดทำและผู้รับรองข้อมูลรายงานผลความก้าวหน้าของโครงการ เป็นต้น และรายงานต่อผู้บริหารรับทราบถึงการควบคุมปริมาณวัสดุที่ใช้จริงกับความล่าช้าของงาน บริษัทมีระบบโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อเปรียบเทียบปริมาณวัสดุที่ใช้จริงและงบประมาณที่ตั้งไว้
6. รองกรรมการผู้จัดการสายงานปฏิบัติการกำหนดให้ผู้จัดการโครงการ หรือผู้ควบคุมงานรายงานทุกสัปดาห์ หรือ รายงานได้ทันทีเมื่อมีปัญหา



หลังจากการวางแผนงานต่างๆ แล้ว บริษัทจะเริ่มดำเนินการตกแต่ง โดยมีผู้ควบคุมงานของฝ่ายบริษัท หรือผู้ควบคุมงานของฝ่ายลูกค้า ร่วมกันตรวจสอบดูแล และควบคุมความก้าวหน้าของงาน และจ่ายเงินตามงวดการก่อสร้างที่กำหนดไว้

ข. ขั้นตอนการผลิตเฟอร์นิเจอร์จากโรงงานสำหรับโครงการ

เมื่อสายงานปฏิบัติการพิจารณาว่าเฟอร์นิเจอร์หรือชิ้นงานจะผลิตโดยโรงงาน จะส่งไปสั่งผลิตให้แก่หัวหน้าแผนกการผลิต โดยมีรายละเอียดรายการสินค้า จำนวนหน่วย สีตามแบบ กำหนดส่ง ชื่อลูกค้า และนำไปสั่งผลิตและแบบแปลนมาวางแผนและควบคุมการผลิตสินค้า โดยฝ่ายการผลิตจะคำนวณจำนวนวัตถุดิบที่ต้องใช้ในการผลิต และเตรียมพร้อมเครื่องจักรและเครื่องมือต่างๆ เช่น แผนกแปรรูปไม้ แผนกสี แผนกขึ้นรูป แผนกประกอบ แผนกขัดไม้ เป็นต้น ในบางกรณีสำหรับการผลิตชิ้นงานเพื่อนำไปใช้ในโครงการ เช่น การผลิตวงกบของประตู จะผ่านขั้นตอนเพียงบางส่วนในแผนกการผลิตเท่านั้น ซึ่งเมื่อเสร็จสิ้นการผลิตจะจัดส่งไปยังโครงการงานต่างๆ ตามไปสั่งงาน

ค. การควบคุมและการรับมอบงานจากผู้รับเหมาช่วงในโครงการ

เนื่องจากงานส่วนใหญ่ของบริษัทจะมีการจ้างผู้รับเหมาช่วง ดังนั้น บริษัทจึงมีการควบคุมงานจากผู้รับเหมาช่วงดังนี้

1. เมื่อเลือกผู้รับเหมาช่วงและระบุขอบเขตงานแล้ว หลังจากนั้นจึงออกไปสั่งจ้างโดยทำการแนบแบบแปลน และจะประชุมถึงลักษณะของงานและการตกลงเรื่องเวลาในการปฏิบัติงาน
2. ด้านการทำงาน เมื่อผู้รับเหมาช่วงได้จัดหาอุปกรณ์มาไว้ที่โครงการ ก็จะมาติดต่อกับทางผู้ควบคุมงาน เพื่อหาที่จัดเก็บสัมภาระและให้ระบุสถานที่ในการทำงานเมื่อรับทราบแล้วก็เริ่มปฏิบัติงานตามปกติ
3. ในช่วงการปฏิบัติงานผู้ควบคุมงานจะเข้าทำการตรวจสอบงานว่าเป็นไปตามแบบที่ได้ตกลงกันไว้หรือไม่ โดยทุกวันหรือทุกๆวันที่ทำการตกลงกันว่าผู้รับเหมาช่วงต้องส่งมอบงานให้กับผู้ควบคุมงาน โดยผู้ควบคุมงานเข้าตรวจสอบและถ่ายรูปเพื่อมาประกอบการส่งรายงานความก้าวหน้ามายังฝ่ายควบคุมโครงการที่อยู่สำนักงาน
4. งานประจำวันของผู้จัดการโครงการ หรือผู้ควบคุมงาน จะต้องตรวจสอบงานในแต่ละสัปดาห์ โดยลงนามชื่อในรายงานการรับงานจากผู้รับเหมา และปรึกษาปัญหาที่กระหว่างผู้รับเหมาช่วงกับผู้จัดการโครงการ หรือผู้ควบคุมงาน

ส่วนการรับมอบงานจากผู้รับเหมาช่วงในโครงการ จะมีขั้นตอนดังนี้

1. เมื่อทางผู้รับเหมาช่วงทำงานเสร็จตามสัดส่วนของงานตามข้อตกลง และต้องการเบิกงวดงาน ก็จะแจ้งให้ทางผู้ควบคุมงานเข้าทำการตรวจรับงาน โดยพิจารณาว่าสัดส่วนของงานที่เสร็จ และคุณภาพของงานได้ตามข้อตกลงไว้ว่าจะให้เบิกงวดงานได้
 2. หากผู้ควบคุมงานตรวจรับงานที่ผู้รับเหมาช่วงส่งมอบให้เป็นไปตามข้อตกลงแล้ว ก็จะจัดทำเอกสารคือ แบบใบตรวจรับงาน ระบุสัดส่วนเปอร์เซ็นต์งานที่ทำเสร็จ และลงนาม ส่งต่อให้ผู้จัดการโครงการลงนาม
 3. หลังจากนั้นทางผู้จัดการโครงการ จะส่งเอกสารให้ฝ่ายการเงินทำการจ่ายเช็คให้ผู้รับเหมาช่วงต่อไป
- ทั้งนี้ บริษัทจะให้ผู้รับเหมาช่วงวางหลักประกันร้อยละ 10 ของมูลค่างานให้แก่บริษัทเช่นเดียวกันเพื่อลดความเสี่ยงที่ผู้รับเหมาช่วงจะไม่ทำงานต่อให้เสร็จสิ้นตามที่ว่าจ้าง และจะคืนเงินหลักประกันเมื่อมีการส่งมอบงานและไม่ผิดสัญญา

3. การเก็บชำระค่างวดและการส่งมอบงาน

เมื่อถึงกำหนดงวดการเรียกเก็บค่างวดตามสัดส่วนงานเสร็จที่ระบุตามสัญญาว่าจ้าง ฝ่ายบัญชีจะได้รับหนังสือส่งมอบงาน จากฝ่ายโครงการ เพื่อจัดทำ Invoice ในแต่ละงวด และทุกสิ้นเดือนฝ่ายบัญชีนำข้อมูลต้นทุนจริงที่เกิดขึ้นของแต่ละโครงการ มาจัดทำตารางการรับรู้รายได้ เพื่อบันทึกรับรู้รายได้ และปรับปรุงบัญชีงานระหว่างทำ (ถ้ามี)

เมื่อถึงกำหนดเวลาที่ทางบริษัทฯ ต้องส่งมอบงานตามข้อตกลงในสัญญาทางโครงการ สายงาน ปฏิบัติการจะจัดเตรียมเอกสารดังต่อไปนี้



1. แผนงาน (พิมพ์จาก Microsoft Project ซึ่งเป็นรายงานที่บอกแผนการทำงานที่เป็นปัจจุบัน)
2. รูปภาพประกอบความก้าวหน้าของงาน
3. ร่างหนังสือส่งมอบงาน (ฝ่ายกฎหมายจัดทำ ขึ้นอยู่กับแต่ละโครงการที่อาจไม่เหมือนกัน)

บริษัทจะออกหนังสือแจ้งไปยังลูกค้าเพื่อนัดหมายวันเวลาในการเข้าตรวจสอบ และส่งมอบหมายงานที่โครงการ และเมื่อถึงวันทีนัดหมายส่งมอบงานเป็นงวด บริษัทจะชี้แจงงานที่กำลังทำอยู่ว่าเป็นอย่างไร และเป็นไปตามเงื่อนไขในสัญญาอย่างไรซึ่งเมื่อลูกค้าตกลงรับงานก็จะมีกรลงลายมือชื่อในหนังสือส่งมอบงานกันระหว่างบริษัทกับลูกค้า

บริษัทจะตรวจสอบความเรียบร้อยก่อนการส่งมอบงาน หากมีข้อบกพร่องก็จะดำเนินการแก้ไขก่อน นอกจากนี้ในบางกรณีเจ้าของโครงการจะหักค่าประกันผลงานประมาณร้อยละ 10 ของมูลค่างานก่อสร้างทั้งหมด เพื่อประกันการแก้ไขงานหลังส่งมอบแล้ว โดยจะคืนให้บริษัทหลังจากวันครบกำหนด โดยปกติจะมีระยะเวลาการรับประกันเป็นเวลา 1-2 ปี หลังส่งมอบงานตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในสัญญาของแต่ละโครงการ

ขั้นตอนการรับเหมางานตกแต่งภายใน





3.4.3 กำลังการผลิตและนโยบายการผลิต

ปัจจุบันบริษัทมีโรงงานตั้งอยู่ที่เลขที่ 52/3 หมู่ 8 ถ.บางบัวทอง – สุพรรณบุรี ต.ละหาร อ.บางบัวทอง จ.นนทบุรี บนเนื้อที่กว่า 7 ไร่ และมีคลังสินค้าบนเนื้อที่อีกประมาณ 8 ไร่ เครื่องจักรส่วนใหญ่เป็นเครื่องจักรงานไม้ เช่น เครื่องอัดประสานไม้ เครื่องเจาะรู เครื่องตัด เครื่องไส เครื่องทากาว เครื่องขัดกระดาษทราย เครื่องปิดขอบ เป็นต้น โดยโรงงานจะดำเนินการผลิต 1 กะต่อวันและวันละ 8 ชั่วโมง ทั้งนี้ เนื่องจากบริษัทผลิตเฟอร์นิเจอร์ประเภทไม้ จะต้องใช้ฝีมือแรงงาน ร่วมกับการผลิตโดยใช้เครื่องจักร เพื่อให้ได้ประสิทธิภาพที่ดีที่สุด ประกอบกับเฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตแต่ละประเภทจะมีขั้นตอนการผลิตที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงไม่สามารถระบุเป็นกำลังการผลิตที่ชัดเจนได้

นโยบายการผลิต

บริษัทมีนโยบายการผลิตสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐานคุณภาพสินค้าตามความต้องการของลูกค้า โดยเป็นการผลิตเพื่อป้อนให้กับโครงการที่บริษัทประมูลงานได้เป็นหลัก บริษัทมีการวางแผนการผลิตล่วงหน้าควบคู่ไปกับการบริหารสินค้าคงคลัง เพื่อให้สามารถส่งมอบสินค้าได้ตามกำหนดเวลาและมีประสิทธิภาพ

3.4.4 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ในส่วนของโรงงาน ส่วนใหญ่จะเป็นการผลิตชิ้นงานจากไม้ ซึ่งอาจก่อให้เกิดฝุ่นละอองจากไม้ระหว่างการผลิตได้ บริษัทได้มีการติดตั้งระบบดูดฝุ่นเพื่อกำจัดฝุ่นละอองดังกล่าว ทั้งนี้ บริษัทได้รับใบอนุญาตตั้งโรงงานแปรรูปไม้โดยใช้เครื่องจักร เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการทำเครื่องเรือน และเครื่องใช้ในบ้านเรือน และได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพประเภทการเลื่อย การซอย การขัด การไส การเจาะ การทำคิ้ว หรือการตัดไม้ ด้วยเครื่องจักร ทั้งนี้ ที่ผ่านมามีบริษัทไม่เคยมีข้อพิพาทหรือถูกฟ้องร้องเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ในส่วนของพื้นที่โรงงาน (Site) โครงการก่อสร้าง ลูกค้าซึ่งผู้เป็นจ้างงานจะเป็นผู้ดำเนินการเกี่ยวกับด้านสิ่งแวดล้อมของโครงการที่ได้รับอนุญาตแล้ว การควบคุมการก่อสร้างและความปลอดภัย รวมถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

3.5 สิทธิประโยชน์จากบัตรส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

- ไม่มี -

3.6 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ – ณ 31 ธันวาคม 2555

ชื่อโครงการ	เจ้าของโครงการ	ลักษณะโครงการ	มูลค่างานตามสัญญา (ล้านบาท)	มูลค่างานคงเหลือที่ยังไม่รับรู้รายได้ (ล้านบาท)	ระยะเวลาโครงการกำหนดแล้วเสร็จ
สภาอากาศไทย	สภาอากาศไทย	อาคารสำนักงาน/ สถานประกอบการ	35.00	4.30	28 มีนาคม 56
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร	ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร	อาคารสำนักงาน/ สถานประกอบการ	38.20	15.37	22 มีนาคม 56
เซนทารา วอเตอร์เกต พาววิลเลียน	บริษัท โอเวอร์ซี คอนสตรัคชั่น จำกัด	คอนโด/โรงแรม/ ที่พักอาศัย	113.60	64.95	12 เมษายน 56



เจมาร์ท	บมจ. เจ มาร์ท	อาคารสำนักงาน/ สถานประกอบการ	63.30	9.63	31 พฤษภาคม 55
นมตรามะลิ	บริษัท อุตสาหกรรม นมไทย จำกัด	อาคารสำนักงาน/ สถานประกอบการ	330.57	39.96	20 เมษายน 56
ปตท.ชลบุรี	บมจ.ปตท.	อาคารสำนักงาน/ สถานประกอบการ	5.40	3.78	29 กันยายน 55
หอสมุดจุฬายา	จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย	อาคารสำนักงาน/ สถานประกอบการ	66.26	64.92	6 ธันวาคม 56
หอพักนานาชาติ	จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย	คอนโด/โรงแรม/ ที่พักอาศัย	54.25	47.56	25 กุมภาพันธ์ 56
ค่ายกาฬสินธุ์	กรมทรัพย์สินทาง วัฒนธรรม	อื่นๆ	56.06	55.48	6 สิงหาคม 56
ไดโนเสาร์ ขอนแก่น	กรมทรัพย์สินทาง วัฒนธรรม	อื่นๆ	93.45	87.67	11 สิงหาคม 56
บางกอก สาทร	บมจ.แลนด์แอนด์เฮ้าส์	คอนโด/โรงแรม/ ที่พักอาศัย	3.34	1.66	14 พฤศจิกายน 55
มหาวิทยาลัย มหาสารคาม	มหาวิทยาลัย มหาสารคาม	อาคารสำนักงาน/ สถานประกอบการ	70.09	69.94	30 กรกฎาคม 56
รวม			1,273.29	465.22	