

## ส่วนที่ 1

### 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

#### 1.1 วิสัยทัศน์

บริษัทได้กำหนดวิสัยทัศน์ “มุ่งมั่นสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อเติมเต็มความสุขและคุณภาพชีวิตทั้งที่ทำงานและที่อยู่อาศัย” ด้วยเป้าหมายในการพัฒนาธุรกิจของบริษัทให้แข็งแกร่งและยั่งยืน เป็นผู้นำในธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ทั้งด้านการพัฒนาสินค้าและการบริการ เพื่อสร้างความสุขและความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคระดับกลางถึงบน ทั้งเฟอร์นิเจอร์สำนักงาน เฟอร์นิเจอร์บ้านและครัว และวัสดุอุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์เพื่อการตกแต่งภายใน โดยมุ่งเน้นการทำกลยุทธ์การขายและการตลาดอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการสร้างสรรคสินค้านวัตกรรมใหม่ๆ เช่น Ideacoustic นวัตกรรมการดูดซับเสียง Feelfloor นวัตกรรมสำหรับงานปูพื้น Readydor นวัตกรรมสำหรับบานประตูสำเร็จรูป และสินค้า Audiomatric Booth สำหรับทดสอบประสิทธิภาพทางการได้ยิน เป็นต้น และออกแบบโดยเฉพาะเจาะจงเพื่อเข้าตลาดใหม่ๆ ทั้งตลาดการศึกษา ตลาดโรงพยาบาล คอนโดมิเนียม โดยเน้นการขายสินค้าผ่านงานโครงการเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 80 และช่องทางการค้าปลีก คิดเป็นร้อยละ 20 และยังให้ความสำคัญกับโซลูชันขายโดยแบ่งตามประเภทของสินค้า ได้แก่ Modernform Furniture Shopping Gallery โซลูชันสินค้าครบครัน Modernform M Space โซลูชันสินค้าที่เน้นชีวิตคนในเมือง และ Modernform Furniture Outlet โซลูชันสำหรับสินค้าราคาประหยัด เป็นต้น และที่สำคัญคือการสร้างจุดยืนของตรา (Brand) ผลิตภัณฑ์ Modernform ที่บริษัททำอย่างต่อเนื่องให้มีเอกลักษณ์ชัดเจน สะท้อนคุณภาพ คุณค่า และความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคและสังคม และเป็นคู่คิด คู่แท้ เรื่องเฟอร์นิเจอร์ (Soul mate)

นอกจากนี้บริษัทยังมีนโยบายในการร่วมลงทุนในธุรกิจที่จะเอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจหลักของบริษัท เช่น การลงทุนในธุรกิจเฟอร์นิเจอร์เพื่อสุขภาพ Modernform Health and Care การลงทุนในกลุ่มธุรกิจออกแบบสถาปัตยกรรม บริษัท ระเบิดโซโซเฮลส์ จำกัด เป็นต้น อีกทั้งการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับกลุ่มธุรกิจอื่นๆ เพื่อพัฒนาสินค้า นวัตกรรมต่างๆ ร่วมกัน อาทิเช่น Pasaya และ L&E และ Itoki

#### 1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท โมเดิร์นฟอร์มกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (MODERN) ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ครบวงจรมากกว่า 35 ปี ครอบคลุมทั้งเฟอร์นิเจอร์สำนักงาน Modernform Workplace และ ideacoustic by CYCLENCE I MODERNFORM, เฟอร์นิเจอร์บ้านและเฟอร์นิเจอร์นอกอาคาร Modernform Exclusive, เฟอร์นิเจอร์ชุดครัว Modernform Kitchen และครัวบ้าน by Modernform เฟอร์นิเจอร์ห้องน้ำ bathique by Modernform โดยผลิตเฟอร์นิเจอร์ภายในโรงงานของบริษัทเอง และจัดจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ภายในประเทศผ่านโซลูชันของบริษัท ทีมงานขายตรงโครงการ และผ่านตัวแทนจำหน่ายในภูมิภาคต่างๆ ตลอดจนส่งออกไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศ อีกทั้งยังเป็นผู้นำเข้าเฟอร์นิเจอร์สำเร็จรูป และวัสดุอุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์และวัสดุเพื่อการตกแต่งภายในจากต่างประเทศ รวมทั้งจัดให้บริการทั้งก่อนและหลังการขายภายใต้การดำเนินงานของบริษัทเองทั้งหมด

ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท โมเดิร์นฟอร์มกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีบริษัทย่อยและบริษัทร่วม รวม 4 บริษัทดังนี้

1. บริษัท โมเดิร์นฟอร์มทาวเวอร์ จำกัด (MTC) จัดตั้งขึ้นในปี 2534 สำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 699 อาคารโมเดิร์นฟอร์มทาวเวอร์ ชั้น 24 โดยบริษัท โมเดิร์นฟอร์มกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เข้าถือหุ้นทั้งหมดร้อยละ 100 ในบริษัท โมเดิร์นฟอร์มทาวเวอร์ จำกัด ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน 220 ล้านบาท เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ที่ดินและอาคารสำนักงาน “โมเดิร์นฟอร์มทาวเวอร์” บนถนนศรีนครินทร์ เนื้อที่รวม 3-0-35 ไร่ เป็นอาคาร 28 ชั้น พื้นที่ใช้สอยรวม 26,000 ตร.ม. เปิดดำเนินการตั้งแต่ปี 2538 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นที่ทำการสำนักงานใหญ่ของบริษัท โมเดิร์นฟอร์มกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) บริษัทย่อยและบริษัทร่วม และเป็นศูนย์แสดงสินค้ารวมผลิตภัณฑ์ทุกประเภทครบวงจรในอาคารเดียวกันของบริษัท ส่วนพื้นที่ที่เหลือเพื่อเป็นอาคารสำนักงานให้เช่าแก่บุคคลภายนอก โดยธุรกิจยังคงอัตราการเช่าพื้นที่เท่ากับ 100% ของพื้นที่เช่าทั้งหมด

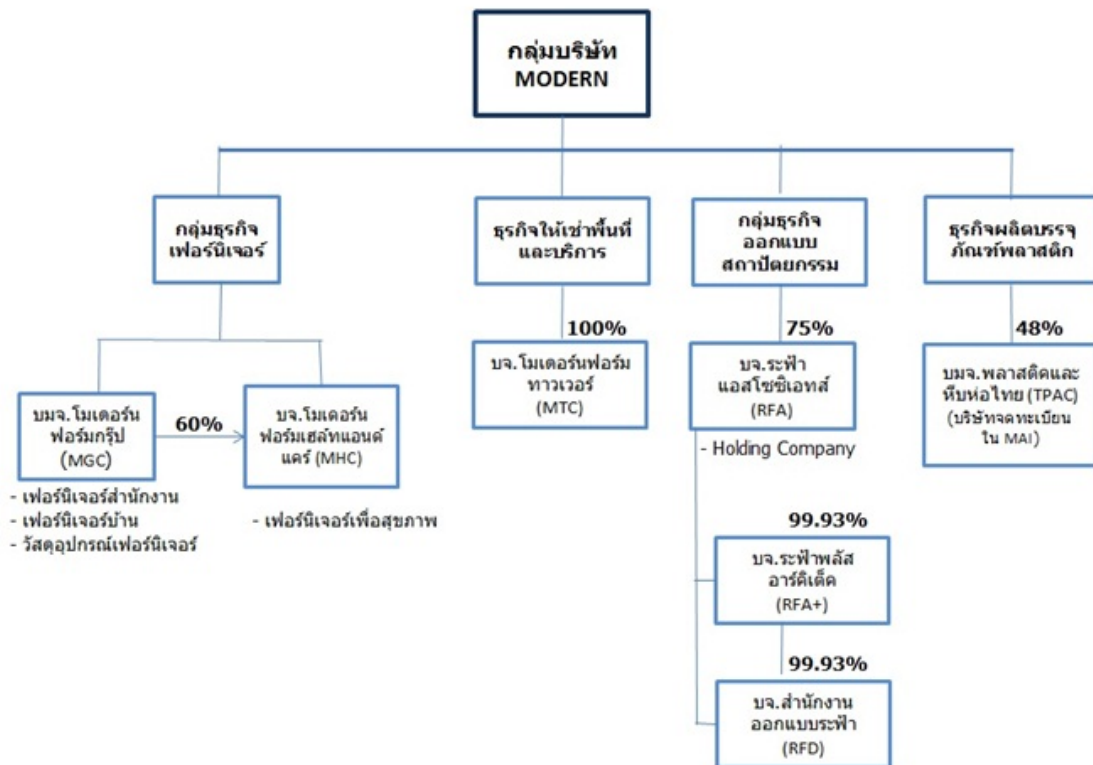
2. บริษัท โมเดิร์นฟอร์มเฮลท์แอนด์แคร์ จำกัด (MHC) จัดตั้งขึ้นในปี 2548 เพื่อผลิตจำหน่าย นำเข้าส่งออกต่างประเทศ บริการซ่อมแซม และให้เช่าซึ่งสินค้าเพื่อสุขภาพตลอดจนอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ซึ่งสินค้าสุขภาพ เพื่อใช้ในโรงพยาบาล สถานพักฟื้น และที่อยู่อาศัย โดยบริษัท โมเดิร์นฟอร์มกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เข้าถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 60 ของทุนจดทะเบียน 16 ล้านบาท มูลค่าหุ้นละ 10 บาท มีสำนักงานตั้งอยู่ เลขที่ 699 อาคารโมเดิร์นฟอร์มทาวเวอร์ ชั้น 15 ถนนศรีนครินทร์ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นทุกปีจากงานโครงการโรงพยาบาลต่างๆ และหน่วยงานราชการ

3. บริษัท ระฟ้า แอสโซซิเอตส์ จำกัด (RFA) จัดตั้งขึ้นในปี 2549 สำนักงานตั้งอยู่ที่เลขที่ 699 อาคารโมเดิร์นฟอร์มทาวเวอร์ ถนนศรีนครินทร์ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร ประกอบธุรกิจรับเป็นที่ปรึกษา ให้คำแนะนำด้านการออกแบบ รวมถึงควบคุมงานก่อสร้างต่างๆ และเข้าถือหุ้นในห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัท จำกัด และบริษัทมหาชน (Holding Company) มีทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว 30 ล้านบาท มูลค่าหุ้นละ 10 บาท โดยบริษัท โมเดิร์นฟอร์มกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เข้าถือหุ้นในอัตราส่วนร้อยละ 75 ของทุนจดทะเบียน ปัจจุบันบริษัท ระฟ้าแอสโซซิเอตส์ จำกัด ได้เข้าถือหุ้นในบริษัทย่อย และบริษัทร่วมรวม 2 บริษัท ได้แก่ บริษัท สำนักงานออกแบบระฟ้า จำกัด และ บริษัท ระฟ้าพลัสอาร์คิเท็ค จำกัด ซึ่งประกอบธุรกิจเกี่ยวกับงานสถาปัตยกรรมทั้งสิ้น โดยธุรกิจยังมีศักยภาพการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากงานภาคเอกชน อีกทั้งยังเป็นธุรกิจที่ส่งเสริมให้บริษัทได้ใกล้ชิดกับสถาบันและพันธมิตรมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจด้านอื่นของบริษัทเติบโตขึ้นด้วย

4. บมจ.พลาสติกและหีบห่อไทย (TPAC) ประกอบธุรกิจหลักในการรับจ้างผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทขวดและฝา และชิ้นส่วนพลาสติกในรูปแบบต่างๆ ตามความต้องการใช้งานของลูกค้าในแต่ละอุตสาหกรรม ซึ่งสินค้าส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่ใช้แล้วทิ้งไป (Disposable) โดยมีกระบวนการผลิตหลัก 3 ประเภท คือ แบบฉีด (Injection Molding) แบบเป่า (Blow Molding) และแบบ PET (Injection Blow Molding) ภายใต้ระบบคุณภาพมาตรฐานสากล ISO 9001:2008 และ GMP มีสำนักงานและโรงงานตั้งอยู่เลขที่ 68/46 ถนนบางขุนเทียน-ชายทะเล แขวงท่าข้าม เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร ในปี 2548 ได้รับอนุญาตเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาด MAI โดยมีทุนจดทะเบียน 255 ล้านบาท ปัจจุบันบริษัทฯ ถือหุ้นในอัตราร้อยละ 48

ทั้งนี้บริษัทย่อยและบริษัทร่วมมิได้มีการถือหุ้นระหว่างกันแต่อย่างใด

### 1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



### 1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

ไม่มี

## 2. ลักษณะประกอบธุรกิจ

การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์และโครงสร้างรายได้จากแต่ละกลุ่มธุรกิจ

โครงสร้างรายได้สำหรับปี 2555-2557 จากการประกอบธุรกิจของบริษัท, บริษัทย่อย 3 บริษัท และบริษัทร่วมอีก 1 บริษัท ซึ่งรายได้ส่วนใหญ่มาจากธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ โดยสามารถแยกเป็นกลุ่มธุรกิจ 5 กลุ่ม ดังนี้

สายผลิตภัณฑ์ / กลุ่มธุรกิจ	ดำเนินการโดย	ถือหุ้น ร้อยละ	ปี 2557		ปี 2556		ปี 2555	
			ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
<b>ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์</b> - เฟอร์นิเจอร์สำนักงาน และบ้าน - วัสดุอุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์ พรมแผ่น พรมม้วน และพรมไม้	บมจ.โมเดิร์นฟอร์มกรุ๊ป		2,931	49	2,649	51	2,208	48
			562	9	585	11	577	13
<b>เฟอร์นิเจอร์เพื่อสุขภาพ</b>	บจ.โมเดิร์นฟอร์มเฮลท์แอนด์แคร์	60	149	3	143	3	162	4
<b>ธุรกิจให้เช่าพื้นที่และบริการ</b>	บจ.โมเดิร์นฟอร์มทาวเวอร์	100	78	1	75	2	70	2
<b>ธุรกิจออกแบบสถาปัตยกรรม</b>	บจ.ระฟ้าแอสโซซิเอตส์	75	46	1	47	1	78	2
<b>ธุรกิจผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก</b>	บมจ.พลาสติกและหีบห่อไทย	48	1,686	28	1,591	31	1,387	30
อื่นๆ *	-	-	547	9	57	1	67	1
<b>รวม</b>			<b>5,981</b>	<b>100</b>	<b>5,147</b>	<b>100</b>	<b>4,549</b>	<b>100</b>

หมายเหตุ : \*รายได้อื่นๆ ของบริษัทและบริษัทย่อย ประกอบด้วย ค่าขายเศษวัสดุ, กำไรจากการขายเงินลงทุน, รายได้จากค่าบริการจัดส่ง, กำไรจากการขายสินทรัพย์ และกำไรจากการเปลี่ยนแปลงในส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทร่วม

### 2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

#### ลักษณะของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์หลักภายใต้การดำเนินธุรกิจของบริษัท แบ่งออกเป็น 5 กลุ่มสินค้า 6 แบรินด์ ดังนี้

#### ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์สำนักงาน

- **MODERNFORM WORKPLACE** เฟอร์นิเจอร์สำนักงานครบวงจร ที่สร้างสรรค์บรรยากาศและแรงบันดาลใจที่ดีในการทำงาน โดดเด่นในเรื่องรูปแบบที่ทันสมัย ประสิทธิภาพการใช้งานครบถ้วน ประกอบด้วยโต๊ะทำงาน เก้าอี้ทำงาน ชั้นวางของ ตู้เอกสาร ฉากกั้นแบ่งสัดส่วนเนื้อที่สำนักงาน โต๊ะประชุม โต๊ะรับแขก และชุดเก้าอี้โซฟารับแขกภายในสำนักงาน

กลุ่มลูกค้า Office Furniture ส่วนหนึ่งเป็น สถาปนิก ผู้รับเหมาโครงการ ผู้ออกแบบตกแต่ง และเจ้าของโครงการ กลุ่มราชการและรัฐวิสาหกิจ กลุ่มโรงพยาบาล และสถานศึกษา ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าใหญ่ มีงบประมาณในการจัดซื้อครุภัณฑ์จำนวนมาก อีกส่วนหนึ่งเป็นผู้ใช้สินค้าเอง หรือ End-User หรือเจ้าของธุรกิจในระดับกลางถึงเล็ก (SMEs) ที่ต้องการสินค้ามีคุณภาพและการบริการที่ดี ซึ่งมียอดการสั่งซื้อจำนวนไม่มาก โดยซื้อจากโชว์รูมของบริษัทโดยตรง

– **Ideacoustic by CYCLENCE I MODERNFORM** ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมที่ช่วยสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีขึ้น โดยนำเทคโนโลยีการดูดซับเสียงกับไอเดียและดีไซน์มาผสมผสานกัน มีคุณสมบัติดูดซับเสียงสะท้อน ซึ่งเป็นการร่วมมือทางธุรกิจกับบริษัท สยามไฟเบอร์กลาส จำกัด ในเครือ SCG ด้วยการนำฉนวนใยแก้วดูดซับเสียง มาออกแบบเป็นเฟอร์นิเจอร์สำนักงาน ที่ลดทอนทั้งการดีไซน์ และการใช้งาน จึงสามารถนำไปใช้เป็นฉากกั้น หรือใช้เพื่อการตกแต่งภายในบริเวณสถานที่ทำงาน ได้หลากหลายรูปแบบ

### ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์บ้าน

– **MODERNFORM EXCLUSIVE LIVING** เฟอร์นิเจอร์บ้านระดับพรีเมียม ที่เน้นทั้งความหรูหรา มีรสนิยม และความทันสมัย สำหรับลูกค้าระดับกลาง-บน โดดเด่นด้วยฟังก์ชันและดีไซน์ทันสมัย ประกอบด้วย ชุดเตียงนอน ตู้เสื้อผ้า โต๊ะเครื่องแป้ง ตู้โชว์ ไซด์บอร์ด ตลอดจนชุดโซฟาปรับเอน เก้าอี้พักผ่อนแบบต่างๆ และชุดโต๊ะรับประทานอาหาร พร้อมเก้าอี้ รวมไปถึงเฟอร์นิเจอร์บ้านที่ใช้สำหรับพื้นที่ขนาดเล็ก (City Living) สินค้าที่ใช้งานได้หลากหลายรูปแบบ (Multifunction) ไปจนถึงเฟอร์นิเจอร์ชานบ้านนอกอาคาร (Semi-Outdoor) ที่สร้างความสวยงาม ให้กับสภาพแวดล้อมโดยรวม ในสไตล์ที่หลากหลายบ่งบอกความเป็นตัวคุณ

### ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ชุดครัว

– **MODERNFORM KITCHEN** เฟอร์นิเจอร์ชุดครัวที่โดดเด่นด้วยดีไซน์และเน้นการใช้งานนวัตกรรมใหม่ๆ ในการออกแบบให้มีความทันสมัย สวยงาม ใช้วัสดุที่มีคุณภาพสูง ควบคู่ไปกับประโยชน์ใช้สอย พร้อมสะท้อนความเป็นตัวตนของผู้ใช้ผ่านสินค้า ในสไตล์ที่แตกต่าง

– **ครัวบ้าน by MODERNFORM** เฟอร์นิเจอร์ครัวที่สะท้อนผ่านแนวคิด “Heavy Cooking with Style” ที่ได้รับการออกแบบเพื่อรองรับการใช้งานหนักตามรูปแบบการประกอบอาหารแบบไทย ผสานด้วยนวัตกรรมของวัสดุ โครงสร้างที่ทนทานต่อสภาวะน้ำท่วมขัง กันเชื้อรา กันปลวก และสามารถติดตั้งได้ภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว

### ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ห้องน้ำ

– **Bathique by MODERNFORM** เฟอร์นิเจอร์ห้องน้ำดีไซน์ระดับพรีเมียม หลากหลาย ประกอบด้วยเคาน์เตอร์อ่างล้างหน้าท๊อปหิน ตู้เก็บของ ตู้แขวน ตู้ไดอ่าง ฯลฯ โดยเลือกใช้วัสดุที่ทนความชื้นได้สูงมาเป็นโครงตู้และหน้าบาน ใช้ระบบ Soft Close ในทุกประตูและลิ้นชักเพื่อความนุ่มนวลในการเปิดปิด

กลุ่มลูกค้าของ Residential Furniture นอกจากจะเป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ใช้สินค้าเอง (End-User) ซึ่งได้แก่ เจ้าของที่พักอาศัย เช่น เจ้าของบ้านเดี่ยว ทาวน์เฮ้าส์ หรือคอนโดมิเนียม ที่มีรายได้ระดับปานกลางถึงสูง ยังคงมีลูกค้ารายใหญ่อีกกลุ่มหนึ่ง ได้แก่ Designer สถาปนิก ผู้รับเหมาก่อสร้าง และเจ้าของโครงการบ้านจัดสรร หรือคอนโดมิเนียมใหญ่ๆ ที่เรียกว่า ดีเวลลอปเปอร์ ที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่เติบโตอย่างต่อเนื่องมาตลอดหลายปีที่ผ่านมา โดยมียอดการสั่งซื้อสินค้าเป็นจำนวนมากในแต่ละครั้ง

## ผลิตภัณฑ์วัสดุอุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์ และวัสดุเพื่อการตกแต่งภายใน

– **MODERNFORM HOME DECORATIVE PRODUCTS** อีกหนึ่งในธุรกิจหลักที่สร้างความแตกต่างและความหลากหลายในผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าได้เลือกสรรด้วยนวัตกรรมใหม่ๆ อยู่เสมอ ซึ่งนำเข้า ผลิต และจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์คุณภาพ โดยนำเข้าสินค้าจากประเทศชั้นนำ เช่น ประเทศเยอรมัน อิตาลี สเปน ออสเตรีย เดนมาร์ก อเมริกา จีน สิงคโปร์ และมาเลเซีย เพื่อนำมาใช้ทั้งในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ของบริษัทเอง และสำหรับจัดจำหน่ายภายในประเทศให้ผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์รายอื่น และ end-user เอง ไม่ว่าจะเป็นวัสดุอุปกรณ์และเฟอร์นิเจอร์ Fitting ทั้งมือจับ บานพับ กุญแจตู้ / โต๊ะ รางลิ้นชัก บานพับ บานเลื่อน วัสดุปิดผิว คิ้วตกแต่ง เทปปะขอบ อ่างซิ้งค์ และก๊อกน้ำ อ่างอาบน้ำ และอุปกรณ์ครัว ประตูสำเร็จรูปแบรนด์ ReadyDor พร้อมอุปกรณ์ Hardware และสินค้าวัสดุปูพื้น พรมแผ่น Interface พื้นไม้จริงสำเร็จรูปเชิงวิศวกรรม Feelflor หินสังเคราะห์ LG หินอ่อนและหินควอตซ์ Composit แบรนด์ Verona Stone พื้นลามิเนต Lamett และวัสดุปูพื้น Luxury Vinyl Tile หรือ LVT จากแบรนด์ Floover รวมไปถึงการขายไลน์สินค้า House Brand ภายใต้แบรนด์ Home

## 2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 จากการเตรียมรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนหรือ AEC ในปี 2558 ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่หันมาให้ความสนใจในการทำตลาดภายนอกประเทศเพิ่มมากขึ้น ด้วยการลงทุนสร้างฐานการผลิต การจัดตั้งตัวแทนจำหน่าย และการส่งออกสินค้าในต่างประเทศ สำหรับโมเดิร์นฟอร์มก็เช่นเดียวกัน ได้มีการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการในประเทศพม่าและประเทศลาว เพื่อขยายโอกาสทางการตลาด อีกทั้งในปีที่ผ่านมา ยังได้รับความไว้วางใจในการขายสินค้าให้กับธนาคารต่างประเทศ ในประเทศสาธารณรัฐยูกันดาอีกด้วย

สภาวะการแข่งขันของเฟอร์นิเจอร์ค้าปลีกในโซว์รูม ทั้งเฟอร์นิเจอร์บ้านและเฟอร์นิเจอร์สำนักงาน ยังคงหนีไม่พ้นเรื่องของการแข่งขันทางด้านราคาเป็นปัจจัยหลัก เช่นการจัดโปรโมชันลดราคาตลอดทั้งปี ฯลฯ สำหรับโมเดิร์นฟอร์ม เรายังมุ่งเน้นที่จะทำยอดขายในระยะยาว ด้วยการพัฒนาสินค้าคอลเลกชันใหม่ๆ ออกมาอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับไลฟ์สไตล์ของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว พร้อมทั้งสอดแทรกความเป็นตัวตนของลูกค้าผ่านสินค้า เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกถึงความเป็นเจ้าของสินค้าอย่างแท้จริง สำหรับการจัดงานขอบคุณประจำปี “Modernform The Annual Sale” ยังคงจัดขึ้นปีละ 1 ครั้งอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นเรื่องของสินค้าคุณภาพ ราคาพิเศษ รวมถึงบรรยากาศภายในงานที่ยังคงมุ่งเน้นการมอบประสบการณ์ที่ดีในการช้อปปิ้งสร้างรอยยิ้มและความสุขให้กับลูกค้าไปพร้อมๆ กับสินค้าที่เปี่ยมด้วยคุณภาพมากมาย

สำหรับสภาวะการแข่งขันของตลาดโครงการเฟอร์นิเจอร์เพื่อการอยู่อาศัย จากผลกระทบทางเศรษฐกิจเกิดการชะลอตัวการเปิดตัวโครงการใหญ่ๆ ของอสังหาริมทรัพย์ในแนวสูง (คอนโดฯ) น้อยลง ผู้บริโภคเกิดการชะลอการตัดสินใจซื้อ ทั้งในกรณีซื้อเพื่อการอยู่อาศัยและการซื้อเชิงพาณิชย์ ในขณะที่การแข่งขันมีเพิ่มมากขึ้น ด้วยการทำโปรโมชัน ลด แลก แจก แถม หรือการขายห้องพร้อมเฟอร์นิเจอร์ (Fully Furnished) ทำให้เกิดการร่วมกันทำงานระหว่างผู้ผลิตกับผู้ออกแบบโครงการตั้งแต่จุดเริ่มต้น เพื่อให้เกิดความลงตัวของสินค้า ฟังก์ชันการใช้งานภายในห้องชุด ในขณะที่อสังหาริมทรัพย์ในแนวราบ (บ้าน) ไม่ได้รับผลกระทบมากนัก เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นการซื้อเพื่อการอยู่อาศัย โดยเฉพาะ ในส่วนของตลาดอสังหาริมทรัพย์ในต่างจังหวัด ยังคงมีการเพิ่มการลงทุนอย่างต่อเนื่อง อันเนื่องมาจากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมของภาครัฐ เพื่อรองรับการเปิดประเทศ AEC ทำให้เพิ่มศักยภาพให้กับ

ขยายตลาด โดยเฉพาะหัวเมืองเศรษฐกิจ เช่น ภูเก็ต ขอนแก่น อุตรดิตถ์ ชลบุรี เป็นต้น เพื่อรองรับความต้องการซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อการอยู่อาศัยรวมทั้งการลงทุนของชาวต่างชาติ และเพื่อเป็นการสร้างความประทับใจพร้อมกับสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า บริษัทฯ มีการตรวจสอบคุณภาพเฟอร์นิเจอร์ให้กับลูกค้าหลังการส่งมอบ รวมถึงการบริการหลังการขายทั้งในช่วงระหว่างและหลังการติดตั้ง เพื่อให้ทางโครงการมั่นใจว่า โมเดิร์นฟอร์มจะอยู่เป็น “คู่คิด คู่แท้” กับลูกค้าตลอดเวลา

ตลาดเฟอร์นิเจอร์สำนักงานในประเทศ ด้วยปริมาณของพื้นที่สำนักงานยังคงมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และเน้นการลงทุนในพื้นที่ New CBD ซึ่งก็คือพื้นที่ตามแนวถนนรัชดาภิเษก และพหลโยธิน ซึ่งมีความเหมาะสมในการพัฒนาอาคารสำนักงานใหม่ เพราะราคาที่ดินยังไม่สูงมากนัก อีกทั้งยังรองรับการคมนาคมทางรถไฟฟ้าและรถไฟฟ้าใต้ดินอีกด้วย ในขณะที่การแข่งขันของตลาด ปัจจัยหลักยังคงเน้นเรื่องของราคา และการพัฒนาสินค้าเพื่อรองรับรูปแบบการใช้งานของแต่ละบริษัท เนื่องจากเฟอร์นิเจอร์ช่วยสะท้อนภาพลักษณ์ของแต่ละบริษัท รวมถึงรูปแบบและฟังก์ชันการใช้งานของเฟอร์นิเจอร์สำนักงาน ที่มีส่วนช่วยให้พนักงานเกิดความผ่อนคลาย และทำให้เพิ่มศักยภาพในการทำงานให้เกิดประสิทธิภาพ โดยโมเดิร์นฟอร์มนำเสนอแนะเจาะตลาดกลุ่มลูกค้า Corporate Office ระดับกลางถึงบน รวมถึงการเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการของแบรนด์ Steelcase จากประเทศอเมริกา, Itoki จากประเทศญี่ปุ่น, Versalink จากมาเลเซีย จึงทำให้เป็นการขยายโอกาสทางการขายของบริษัทฯ ได้มากยิ่งขึ้น เพราะกลุ่มสินค้าของเราสามารถรองรับทุกความต้องการของลูกค้าได้อย่างครอบคลุม

**2.2.2 ลักษณะของลูกค้า** ลูกค้าของบริษัทแบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือลูกค้าที่บริษัทขายปลีกผ่านโชว์รูม ที่มีถึง 6 แห่ง ซึ่งคิดได้เป็นร้อยละ 20 ของยอดขาย ส่วนอีกร้อยละ 80 เป็นยอดขายจากการขายผ่านโครงการ เช่น โครงการอาคารสำนักงาน คอนโดมิเนียมที่พักอาศัย โครงการบ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮ้าส์ โรงแรม โรงพยาบาล กลุ่มราชการ สถาบันการศึกษา และรัฐวิสาหกิจอีกด้วย โดยอาจมีการนำเสนอผ่านกลุ่มดีไซเนอร์ สถาปนิก และภัณฑนากร หรือเจ้าของกิจการโดยตรง บริษัทจึงมีฐานลูกค้าที่กว้าง มีศักยภาพในการซื้อสินค้าต่อเนื่อง ส่งผลให้บริษัทไม่มีความเสี่ยงกับกลุ่มลูกค้าใดลูกค้าหนึ่ง และยังสามารถขยายยอดขายให้เติบโตได้อย่างสม่ำเสมอทุกปี

## 2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

### 2.3.1 ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

นอกจากบริษัทจะเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ทุกประเภท ทั้ง **Modernform** **Workplace** เฟอร์นิเจอร์สำนักงานครบวงจร **Ideacoustic by cylencelmodernform** ผลิตภัณฑ์ที่นำเทคโนโลยีการดูดซับเสียงกับโอเดียและดีไซน์มาผสมผสานกัน **Modernform Exclusive Living** เฟอร์นิเจอร์บ้านที่เน้นทั้งความหรูหรา มีรสนิยม และความทันสมัย **Modernform Kitchen** เฟอร์นิเจอร์ชุดครัวที่โดดเด่นด้วยดีไซน์และการใช้นวัตกรรม และ **ครัวบ้าน by Modernform** ชุดครัวที่สะท้อนผ่านแนวคิด Heavy Cooking with Style และ **Bathique by Modernform** เฟอร์นิเจอร์ห้องน้ำระดับพรีเมียม

ภายใต้โรงงานผลิตของตนเอง 4 แห่ง ที่บางพลีและบางขุนเทียน รวมเนื้อที่ประมาณ 48 ไร่ พื้นที่ใช้สอยประมาณ 66,000 ตร.ม. แล้ว บริษัทยังได้ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อาทิเช่น ประตูสำเร็จรูปพร้อมอุปกรณ์ Hardware แบรินต์ ReadyDor พื้นลามิเนต Lamett และวัสดุปูพื้น Luxury Vinyl Tile หรือ LVT จากแบรนด์ Floover อีกทั้งยังได้นำเข้าวัสดุอุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์และตกแต่งภายในจากต่างประเทศทั้งประเทศทางแถบยุโรปและเอเชีย เพื่อเพิ่มความหลากหลายของสินค้า และเพิ่มทางเลือกให้ลูกค้าทุกระดับ ทุกประเภทได้ครบถ้วนยิ่งขึ้น และ ล่าสุดได้ขยายไลน์สินค้าวัสดุอุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์ House Brand ภายใต้แบรนด์ Home ตลอดจนการร่วมมือกับพันธมิตรทางการค้า ทั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า หรือจำหน่ายภายใต้ลิขสิทธิ์ หรือร่วมกันผลิตสินค้าใหม่เพื่อเสริมธุรกิจให้เข้มแข็งยิ่งขึ้นด้วยวิธีการหลากหลาย อาทิเช่น Siri Modernform, Modernform Pasaya และ Modernform L&E ที่ร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดในปัจจุบัน เป็นต้น



### 2.3.2 กำลังการผลิตและปริมาณการผลิต

กำลังการผลิตต่อปีของบริษัท จำแนกตามผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ แต่ละประเภท ได้ดังนี้ :-

	ปี 2557				ปี 2556				ปี 2555			
	กำลังการผลิต	ปริมาณการผลิต	%	อัตราการเพิ่ม (ลด) เมื่อเทียบกับปีก่อน (%)	กำลังการผลิต	ปริมาณการผลิต	%	อัตราการเพิ่ม (ลด) เมื่อเทียบกับปีก่อน (%)	กำลังการผลิต	ปริมาณการผลิต	%	อัตราการเพิ่ม (ลด) เมื่อเทียบกับปีก่อน (%)
เฟอร์นิเจอร์สำนักงาน :												
โต๊ะทำงานขนาดต่าง ๆ (ตัว)	100,000	70,000	70	(15)	100,000	82,000	82	2	100,000	80,000	80	14
เก้าอี้สำนักงานแบบต่าง ๆ (ตัว)	150,000	135,000	90	(7)	150,000	145,000	97	4	150,000	140,000	93	17
ตู้เก็บเอกสารขนาดต่าง ๆ (ใบ)	70,000	40,000	57	(20)	70,000	50,000	71	28	70,000	39,000	56	(11)
โต๊ะประชุม (ตัว)	15,000	10,000	67	11	15,000	9,000	60	80	7,000	5,000	71	25
ฉากกั้นห้องใช้ในสำนักงาน(ชิ้น)	15,000	10,000	67	(16)	20,000	12,000	60	(20)	20,000	15,000	75	7
เฟอร์นิเจอร์ใช้ในบ้าน :												
ชุดห้องนอน (เตียง, ตู้, เสื้อผ้า โต๊ะเครื่องแป้ง) (ชุด)	50,000	40,000	80	90	25,000	21,000	84	75	14,000	12,000	86	20
ชุดโซฟาห้องรับแขก (5 ที่นั่งต่อชุด) (ชุด)	25,000	20,000	80	33	18,000	15,000	83	50	11,000	10,000	91	25
เฟอร์นิเจอร์ชุดครัว												
ชุดครัวแบบต่าง ๆ (ชุด)	30,000	25,000	83	67	18,000	15,000	83	50	11,000	10,000	91	43

### 2.3.3 วัตถุดิบ และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่บริษัทใช้ในการผลิตเฟอร์นิเจอร์แต่ละชนิด สามารถจำแนกออกได้ ดังนี้:-

วัตถุดิบ	สัดส่วน การใช้ (ร้อยละ)	แหล่งวัตถุดิบ		ปริมาณ การสั่งซื้อ (ร้อยละ)
		ในประเทศ	ต่างประเทศ	
1. ไม้แผ่นปาร์ติเคิลบอร์ด/ไม้ขัดเคลือบผิว	14	/		14
2. ไม้แผ่น MDF	1.5	/		1.5
3. ไม้อัด	0.5	/		0.5
4. ไม้วีเนียร์	0.5	/	/	0.5
5. ไม้จริง	3.0	/	/	3.0
6. วัสดุเคลือบผิว	5.0		/	5.0
7. วัสดุ PVC ปิดขอบ	2.5	/	/	2.5
8. สี	4.0	/	/	4.0
9. วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ (มือจับ, บานพับ, รางลิ้นชัก, กุญแจล็อก)	14.0	/	/	14.0
10. กาว	2	/	/	2
11. ฟองน้ำ	4.5	/		4.5
12. หนังแท้, หนังเทียม	8.0	/	/	8.0
13. ผ้าต่าง ๆ	10.5	/	/	10.5
14. ชิ้นส่วนเหล็ก	10.0	/	/	10.0
15. ชิ้นส่วนพลาสติก	2.5	/	/	2.5
16. ชิ้นส่วนอลูมิเนียม	3.0	/	/	3.0
17. กระดาษ	5.5	/		5.5
18. ชุดอุปกรณ์ปรับเก้าอี้	9.0	/	/	9.0

หมายเหตุ : โดยมีสัดส่วนของมูลค่าวัตถุดิบ คิดเป็นสัดส่วนวัตถุดิบในประเทศร้อยละ 70 และ วัตถุดิบนำเข้าจาก  
ต่างประเทศร้อยละ 30

โดยที่วัตถุดิบร้อยละ 30 ยังต้องสั่งจากต่างประเทศ เช่น วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ผ้าบุเฟอร์นิเจอร์ วัสดุเคลือบผิว วัสดุปิดขอบ ชุดอุปกรณ์ปรับเก้าอี้ ทั้งนี้เนื่องจากวัตถุดิบเหล่านี้ ในประเทศยังมีคุณภาพไม่ดีพอไม่ได้มาตรฐานตามที่บริษัทต้องการ สำหรับหนึ่งแท้งยังต้องสั่งจากต่างประเทศเพราะผู้ผลิตในประเทศผลิตน้อยลง หันไปผลิตหนึ่งแท้งสำหรับเบาะรถยนต์ อย่างไรก็ตามไม่ว่าจะเป็นวัตถุดิบจากภายในประเทศ หรือนำเข้าจากต่างประเทศ บริษัทก็ไม่ประสบปัญหาในการจัดหาวัตถุดิบต่างๆ แต่อย่างใด เนื่องจากมีผู้จำหน่ายวัตถุดิบเหล่านี้จำนวนมาก ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทจึงไม่จำเป็นต้องพึ่งการสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้จัดจำหน่ายรายใดรายหนึ่ง ถึงร้อยละ 30 ของยอดการสั่งซื้อรวมแต่อย่างใด อีกทั้งไม่จำเป็นต้องจัดทำสัญญาการสั่งซื้อในระยะยาวคงมีเพียงปัญหาเรื่องการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบให้ได้มาตรฐาน มากกว่าเรื่องแหล่งวัตถุดิบ

### 2.3.4 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการลดผลกระทบ

โดยที่บริษัทเป็นผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์สำเร็จรูป Knocked Down ซึ่งมีทั้งโต๊ะ ตู้ เตียง โซฟา เก้าอี้ ฉากกั้น ซึ่งประกอบด้วยวัตถุดิบ อันได้แก่ ไม้ สี เหล็ก ผ้า ดังนั้นบริษัทจึงได้มีการดำเนินการเพื่อลดผลกระทบจากกระบวนการผลิต ดังนี้

**ไม้** เลือกใช้ไม้ E1 ที่ลดการใช้สารฟอร์มัลดีไฮด์และเลือกใช้ไม้เชิงนวัตกรรมทดแทนการใช้ไม้จริง

**เศษไม้** เป็นวัตถุดิบที่เหลือใช้จากการตัดชิ้นงาน นำมาผลิตเป็นโต๊ะ เก้าอี้ บางส่วน เพื่อบริจาคให้ห้องสมุดของโรงเรียนทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ที่เหลือจัดให้มีเครื่องย่อยไม้เป็นชิ้นเล็กๆ โดยมีโรงงานอื่นรับเศษไม้ที่ย่อยแล้วไปใช้ทำเป็นพลังงานในการผลิตเพื่อเป็นประโยชน์ต่อไป และจำหน่ายเป็นเศษไม้ให้ผู้รับเหมาต่อไป

**ฝุ่น** จากการตัดชิ้นงานด้วยกระตาดทราย และการตัดชิ้นงาน ทางโรงงานได้ใช้เครื่องดักฝุ่นแบบถุงกรองฝุ่น (Filter Bag) เศษฝุ่นที่กรองได้จะนำไปรวมกับเศษไม้ที่ได้อย่อยแล้ว เพื่อให้ทางโรงงานอื่นรับไปใช้เป็นพลังงานในการผลิต เพื่อเป็นประโยชน์ต่อไป และจัดให้มีเครื่องตรวจวัดปริมาณความเข้มข้นของฝุ่นในบรรยากาศ และเพิ่มมาตรการในการควบคุม

**สี** เปลี่ยนการใช้สีจากประเภท thinner base เป็น water base เพื่อช่วยด้านสภาพอากาศ ส่วนละอองสี จากการพ่นสีบนชิ้นงาน ทางโรงงานได้กำจัดละอองสีเพื่อป้องกันไม่ให้ละอองสีมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยใช้ระบบห้องพ่นเป็นแบบดักละอองสีด้วยระบบน้ำหมุนเวียน ซึ่งเป็นไปตามมาตรฐานสากล กากสีที่ได้จากการดักละอองสีได้ถูกกำจัดโดยวิธีให้หน่วยงานภายนอกที่รับกำจัดกากสีนำออกไปทำลาย

**เศษวัสดุ** เช่นเศษหนัง ผ้า ที่เหลือจากการผลิตรวบรวมไว้เพื่อจำหน่ายต่อไปได้ หรือผลิตเบาะรองนั่งเพื่อบริจาคให้โรงเรียนต่างๆ

**กาว** ใช้กาวที่ไม่มีส่วนผสมของสารระเหย เพื่อลดผลกระทบของไอระเหยจากกาว

**เศษขยะมูลฝอย** เทศบาลมารับไป

## 2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

บริษัทมีนโยบายขอรับมัดจำจากลูกค้าเป็นจำนวนร้อยละ 30-50 ของยอดจำนวนเงินของสินค้าที่ลูกค้าได้ตัดสินใจสั่งซื้อหรือสั่งจอง เพื่อให้บริษัทส่งสินค้าให้ภายหลัง ระยะเวลาการส่งมอบสินค้าโดยเฉลี่ยอยู่ในระหว่าง 2 สัปดาห์ - 2 เดือน สำหรับลูกค้าขายปลีก และ 2 เดือน - 1 ปี สำหรับลูกค้าโครงการ

ณ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทมีเงินมัดจำจากลูกค้าจำนวนเงินประมาณ 930 ล้านบาท จากยอดการสั่งซื้อหรือสั่งจองสินค้านรวมประมาณ 3,000 ล้านบาท ซึ่งเป็นงานที่ยังไม่ได้ส่งมอบให้กับลูกค้า

### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทได้มีการกำหนดมาตรการ ขอบเขต และแนวปฏิบัติ ให้แก่ผู้บริหารและพนักงานที่เกี่ยวข้องได้ทราบ และปฏิบัติตามมาตรการการบริหารความเสี่ยง เพื่อลดหรือควบคุมความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจด้านต่างๆ โดยในปี 2557 บริษัทได้ประเมินและบริหารความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ในกรณีต่างๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัท ดังนี้:-

#### ความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจ

ด้วยโครงสร้างรายได้ของบริษัทแม่และบริษัทย่อยในปัจจุบัน ที่พึ่งพาธุรกิจหลากหลายด้าน กล่าวคือ ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์สำนักงาน เฟอร์นิเจอร์บ้านและครัว ธุรกิจจัดจำหน่ายอุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์ หินสังเคราะห์ พรมแผ่นและพื้นไม้ ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์เพื่อสุขภาพและเครื่องมือทางการแพทย์ ธุรกิจให้เช่าพื้นที่สำนักงาน ธุรกิจออกแบบสถาปัตยกรรม รวมถึงรายได้จากบริษัทร่วมต่างๆ ทำให้โดยรวมบริษัทสามารถลดความเสี่ยงจากวงจรธุรกิจของอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่งซึ่งแต่ละอุตสาหกรรมมักจะได้รับผลกระทบจากสภาพเศรษฐกิจต่างกัน นอกจากนี้ บริษัทยังมีแผนงานเพื่อจะลงทุนหรือร่วมทุนในธุรกิจอื่นเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดความเสี่ยงของการพึ่งพารายได้หลักในกลุ่มธุรกิจเดิม

บริษัทคาดว่า ในปี 2558 เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น เนื่องจากการฟื้นตัวของภาวะเศรษฐกิจโลก รวมถึงสถานการณ์ทางการเมืองที่มีเสถียรภาพมากขึ้น ซึ่งมีส่วนช่วยสนับสนุนการลงทุนของภาคเอกชน และการขยายตัวของการส่งออกไทย อีกทั้ง ภาครัฐได้มีมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ ในงบประมาณรายจ่ายการลงทุน กอปรกับการลดลงของราคาน้ำมันในตลาดโลก มีส่วนช่วยเพิ่มอำนาจการซื้อของประชาชน อย่างไรก็ตามยังคงต้องพิจารณาหากมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายเศรษฐกิจ ความเสี่ยงของเศรษฐกิจโลกที่อาจจะขยายตัวต่ำกว่าคาดการณ์ รวมถึงความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

#### ความเสี่ยงจากการแข่งขัน

ปัจจุบันธุรกิจหลายประเภทที่บริษัทดำเนินการมีการแข่งขันสูง ทั้งด้านราคาและมีผู้ผลิตและจำหน่าย หรือผู้ค้ารายใหม่เข้ามาในตลาดอยู่เสมอ อย่างไรก็ตามบริษัทสามารถพัฒนาสินค้าใหม่ที่มีความล้ำหน้า สามารถสรรหาและนำเข้าสินค้าที่มีความโดดเด่นตรงตามความต้องการของลูกค้า สามารถสร้างคุณภาพในงานบริการ และสามารถพัฒนากระบวนการทางธุรกิจทั้งในส่วนการขาย การผลิต การบริการ ให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นอยู่เสมอ โดยบริษัทยังคงใช้วิธีการ Value Engineering อย่างต่อเนื่องในการควบคุมและลดต้นทุนในปี 2557 ส่งผลให้บริษัทเป็นผู้นำในแต่ละตลาดที่ดำเนินธุรกิจได้เสมอมา ทำให้สามารถลดความเสี่ยงจากการแข่งขันอย่างรุนแรงที่มีผลต่อความสามารถในการทำกำไรได้เป็นอย่างดี

## ความเสี่ยงด้านการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

เนื่องจากบริษัทมีนโยบายลงทุนขยายธุรกิจของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมต่างๆ จึงมีความเสี่ยงด้านการลงทุน หากผลประกอบการของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมไม่สามารถสร้างผลกำไรตามที่บริษัทคาดหวังได้ บริษัทควบคุมความเสี่ยงนี้ด้วยการให้กรรมการของบริษัทเข้าไปร่วมเป็นกรรมการในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมต่างๆ เพื่อรักษาผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นของบริษัทได้อย่างเต็มที่ อย่างไรก็ตาม ตลอดเวลาที่ผ่านมา โดยส่วนใหญ่บริษัทได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมเป็นอย่างดี

## ความเสี่ยงด้านการเงิน

บริษัทมีการบริหารการใช้งบประมาณรายจ่ายอย่างระมัดระวังและรอบคอบ บริหารสัดส่วนหนี้สินต่อทุนให้อยู่ในระดับต่ำ รักษาสภาพคล่องให้รองรับความผันผวนทางเศรษฐกิจ โดยในปี 2557 บริษัทมีสภาพคล่องทางการเงินสูงและมีกระแสเงินสดเพียงพอรองรับการเติบโตของบริษัท

บริษัทมีความเสี่ยงด้านการเงิน โดยจำแนกได้สองประเภทคือ

### ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

บริษัทมีความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเนื่องจากมีลูกหนี้และเจ้าหนี้เป็นสกุลเงินต่างประเทศ ซึ่งบริษัทบริหารความเสี่ยงดังกล่าวด้วยสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าโดยมีอายุไม่เกิน 1 ปี อย่างไรก็ตาม ในการตัดสินใจบริหารความเสี่ยงด้วยสัญญาดังกล่าว บริษัทจะพิจารณาถึงสถานการณ์และโอกาสเพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุดทั้งด้านความเสี่ยงและผลกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

### ความเสี่ยงด้านสินเชื่อที่เกี่ยวข้องกับลูกหนี้

บริษัทได้มีนโยบายการให้สินเชื่ออย่างรัดกุม เพื่อลดความเสี่ยงจากการมีหนี้สูญ โดยพิจารณาความเหมาะสมของการให้สินเชื่อ ซึ่งหากเป็นลูกค้ารายย่อย บริษัทไม่มีนโยบายให้สินเชื่อ และลูกค้าจะต้องชำระเงินทั้งจำนวนก่อนที่บริษัทจะส่งสินค้า แต่หากเป็นลูกค้าโครงการ โดยส่วนใหญ่บริษัทจะเรียกเก็บเงินมัดจำก่อนการผลิตสินค้าเพื่อช่วยลดความเสี่ยง นอกจากนี้ บริษัทได้กำหนดวิธีการพิจารณาการให้สินเชื่อและการขอหลักประกันสำหรับลูกค้ารายใหม่ โดยพิจารณาวิเคราะห์ข้อมูลตามงบการเงินของลูกค้าแต่ละราย สำหรับลูกค้าเดิมบริษัทได้มีการประสานงานและติดตามอย่างใกล้ชิด เพื่อลดความเสี่ยงและระยะเวลาในการจัดเก็บเงิน

## ความเสี่ยงด้านวัตถุดิบ

บริษัทได้กำหนดนโยบายให้ใช้วัตถุดิบคุณภาพสูง ส่วนใหญ่มาจากภายในประเทศ ซึ่งราคาดังกล่าวมีความผันผวนตามภาวะตลาด อย่างไรก็ตามแม้ราคาวัสดุต่างๆ มีการปรับตัวในระดับสูง แต่มีโรงงานผลิตหลายราย บริษัทจึงมีแนวทางรองรับความเสี่ยงโดยเปรียบเทียบราคาจาก supplier หลายรายก่อนการสั่งซื้อ และจากการที่บริษัทใช้วัตถุดิบในปริมาณค่อนข้างสูง บริษัทจึงมีอำนาจการต่อรองกับโรงงานผู้ผลิตเพื่อให้ได้เงื่อนไขที่ดีที่สุด นอกจากนี้ บริษัทยังพิจารณาร่วมลงทุนกับผู้ผลิตวัตถุดิบ ในบางกรณีที่วัตถุดิบดังกล่าวเป็นส่วนสำคัญในผลิตภัณฑ์ของบริษัท บริษัทได้ติดตามแนวโน้มราคาวัตถุดิบอย่างสม่ำเสมอ

ส่วนวัสดุอุปกรณ์ในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ เช่น วัสดุปิดผิว บานพับ มือจับ รางลิ้นชัก กุญแจ และอุปกรณ์อื่น ๆ ส่วนใหญ่เป็นอุปกรณ์นำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งราคาของวัสดุอุปกรณ์เหล่านี้ขึ้นลงตามราคาขายจากผู้ผลิตต่างประเทศและอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ แต่เนื่องจากบริษัทเป็นผู้นำเข้าวัสดุอุปกรณ์เอง ดังนั้นการสั่งซื้อจากต่างประเทศในปริมาณมากทำให้บริษัทมีอำนาจในการต่อรองสูง ได้รับส่วนลดจากผู้ผลิตต่างประเทศ นอกจากนี้ บริษัทยังทราบการปรับราคาล่วงหน้าหลายเดือน เพียงพอต่อการเตรียมการปรับต้นทุนและราคาขายสินค้าของบริษัทได้ ขณะเดียวกันบริษัทก็ได้พิจารณาทำสัญญาซื้อขายเงินตราล่วงหน้า เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากการผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนไว้เป็นคราวๆ ด้วย

### ความเสี่ยงด้านระบบปฏิบัติการทาง IT

บริษัทได้มีแผน Disaster Recovery Plan พร้อมใช้งานหากมีกรณีฉุกเฉินใดๆ ที่ทำให้ระบบหลักไม่สามารถใช้งานได้ ระบบสำรองนี้สามารถใช้งานได้แทนในระยะเวลาอันสั้น และป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหายใดๆ ต่อการดำเนินธุรกิจ โดยครอบคลุมทุกสำนักงานและหน่วยงานผลิตหลักของบริษัท นอกจากนี้ในปีที่แล้วบริษัทมีการเปลี่ยนชุด Server ใหม่เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน และรองรับการเติบโตของบริษัท

บริษัทได้ปรับปรุงนโยบายระบบสารสนเทศของบริษัท เพื่อให้มีเนื้อหาครอบคลุมด้านความมั่นคงและความปลอดภัยของระบบสารสนเทศ และให้พนักงานปฏิบัติตามเงื่อนไขดังกล่าว เพื่อลดความเสี่ยงของระบบสารสนเทศ และให้เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับระบบสารสนเทศ

### ความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ

บริษัทได้จัดทำประกันภัยต่างๆ ครอบคลุมทรัพย์สินหลักของบริษัท เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ นอกจากนี้บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาแผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (business continuity plan) ในกรณีที่มีเหตุการณ์ธรรมชาติที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานตามปกติของบริษัท โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน่วยงานที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เช่น ฝ่ายผลิต ฝ่ายการเงิน ฝ่ายสารสนเทศ (IT) และฝ่ายอาคารและสถานที่ ได้รับมอบหมายให้เตรียมแผนสำหรับภาวะฉุกเฉินเพื่อพร้อมใช้ในกรณีมีเหตุจำเป็น เพื่อลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ

#### 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

##### 4.1.1 ลักษณะของทรัพย์สินถาวร ณ 31 ธันวาคม 2557

ประเภททรัพย์สิน	เนื้อที่/ไร่ /จำนวนห้อง	พื้นที่ใช้สอย /ตรม.	ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า (ล้านบาท)			ภาระผูกพัน
					ราคาทุน	ค่าเสื่อม	มูลค่าตามบัญชี	
<b>ที่ดินและอาคาร</b>								
1. ที่ดินและอาคารโรงงานแห่งที่ 1	26.5	30,000	33/2 หมู่ที่ 7 ถ.บางนา – ดราด ต.บางโฉลง อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ	เจ้าของ	337.15	169.12	168.03	จดจำนองกับ ธนาคารกรุงเทพ (บางส่วน) วงเงิน 159 ล้านบาท
2. ที่ดินและอาคารโรงงานแห่งที่ 2	10.2	11,000	33/5 หมู่ที่ 7 ถ.บางนา – ดราด ต.บางโฉลง อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ	เจ้าของ				
3. ที่ดินและอาคารโรงงานแห่งที่ 3	5.2	9,000	5 ซอยเทียนทะเล 15 ถ.บางขุนเทียน- ชายทะเล แขวงแสมดำ เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร	เจ้าของ	27.30	23.05	4.05	จดจำนองกับ ธนาคารกสิกรไทย วงเงิน 29 ล้านบาท
4. ที่ดินและอาคารโรงงานแห่งที่ 4	6.0	10,000	622 ถ.บางขุนเทียน-ชายทะเล แขวงท่าข้าม เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร	เจ้าของ	72.31	51.10	21.21	-
<b>สิทธิการเช่า</b>								
1. อาคารพาณิชย์แห่งที่ 1	4 คูหา 3 ชั้น	1,106	1207-1213 ถ.สุขุมวิท แขวงคลองตัน เหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร	สิทธิการเช่าสิ้นสุด 28 กุมภาพันธ์ 2562	2.30	2.30	0.00	-
2. อาคารพาณิชย์แห่งที่ 2	3 คูหา 3 ชั้น	576	1/69-74 ถ.มิตรภาพ อ.เมือง จ.ขอนแก่น	สิทธิการเช่าสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2558	3.00	3.00	0.00	

ประเภททรัพย์สิน	เนื้อที่/ไร่ / จำนวนห้อง	พื้นที่ใช้สอย / ตร.ม.	ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า (ล้านบาท)			ภาระผูกพัน
					ราคาทุน	ค่าเสื่อม	มูลค่าตามบัญชี	
3. โซว์รูมเซ็นทรัลเวิลด์	1 ห้อง	327	ชั้น 5 ศูนย์การค้าเวิลด์เทรด	สิทธิการเช่าสิ้นสุด 28 กุมภาพันธ์ 2559	15.46	14.67	0.79	-
4. โกดัง DSB	1 ไร่ 2 งาน	-	6 ซอยเทียนทะเล 15 ถนนบางขุนเทียน แขวงแสมดำ เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร	สิทธิการเช่าสิ้นสุด 30 สิงหาคม 2561	8.00	4.26	3.74	-
<b>เครื่องจักร</b>								
1. เครื่องจักรในโรงงานแห่งที่ 1,2	124 เครื่อง		สมุทรปราการ		274.22	218.83	55.39	-
2. เครื่องจักรในโรงงานแห่งที่ 3,4	334 เครื่อง		กรุงเทพมหานคร		106.61	98.85	7.76	-
3. เครื่องจักรในโรงงาน	1 เครื่อง		โกดังเช่า LG 19/28 ม.7 ถ.บางนา- ตราด กม.17 ต.บางโฉลง อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ		0.98	0.21	0.77	-
<b>ทรัพย์สินอื่น</b>					570.71	434.86	135.85	-
<b>รวมยอดเฉพาะบริษัทฯ</b>	<b>-</b>		<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1,418.04</b>	<b>1,020.25</b>	<b>397.79</b>	<b>-</b>

หมายเหตุ ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของบริษัท ประกอบด้วย ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ – สุทธิ และทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตน - สุทธิ



#### 4.1.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ภายใต้การดำเนินงานของ บริษัท โมเดิร์นฟอร์มกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) บริษัทได้ใช้เครื่องหมายการค้าสำหรับผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของบริษัทดังนี้ :-



#### 4.2 นโยบายในการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทยังคงมีนโยบายลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม โดยพิจารณาจากผลตอบแทนในรูปของส่วนแบ่งกำไรที่บริษัทจะได้รับ และพิจารณาจากธุรกิจที่จะร่วมทุนด้วย โดยให้ความสำคัญกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับบริษัทเป็นเบื้องต้น โดยธุรกิจที่จะลงทุนนั้นจะสามารถเกื้อหนุนการประกอบกิจการของบริษัทให้เป็นผลดียิ่งขึ้น ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว สัดส่วนการลงทุนจะขึ้นอยู่กับธุรกิจที่จะลงทุนว่าต้องการเงินทุนมากน้อยประการใด และบริษัทมีส่วนร่วมในการบริหารอย่างไร ทั้งนี้ เงินลงทุนจะไม่เกินร้อยละ 50 ของสินทรัพย์รวมของบริษัท

---

## 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

---

บริษัทไม่มีข้อพิพาท หรือคดีทางกฎหมายใดๆ ทั้งสิ้น ที่บริษัทเป็นจำเลยที่ถูกฟ้องร้องเรียกค่าเสียหาย รวมทั้งไม่มีคดีที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทแต่อย่างใด

## 6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

### 6.1 ข้อมูลทั่วไป

#### (1) บริษัท โมเดิร์นฟอร์มกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

699 ถนนศรีนครินทร์ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร

โทรศัพท์ 0-2708-9600

โทรสาร 0-2708-9950

ทะเบียนบริษัทเลขที่ : 0107536000943

Website : www.modernform.com

E-mail : enquiry@modernform.co.th

วันที่ก่อตั้ง : 3 เมษายน 2523

จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ : 11 มีนาคม 2535

ลักษณะการประกอบธุรกิจ : ประกอบธุรกิจหลักประเภทผลิตเฟอร์นิเจอร์สำเร็จรูป  
จำหน่ายทั้งภายใน และต่างประเทศ

ทุนจดทะเบียน : 809,646,280 บาท

ทุนชำระแล้ว : 750,000,000 บาท

ประเภทหุ้น : หุ้นสามัญ 750,000,000 หุ้น

มูลค่าหุ้น : หุ้นละ 1 บาท

#### (2) นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10

##### 2.1 บริษัท โมเดิร์นฟอร์มหาวเวอร์ จำกัด

699 ถนนศรีนครินทร์ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250

โทรศัพท์ 0-2722-8395(-8) โทรสาร 0-2722-8399

วันที่จดทะเบียน : 4 ตุลาคม 2532

ประเภทธุรกิจ : ให้เช่าอาคารสำนักงาน ให้บริการสาธารณูปโภค

ทุนจดทะเบียน : 220,000,000 บาท

ทุนชำระแล้ว : 220,000,000 บาท

ประเภทหุ้น : หุ้นสามัญ 2,200,000 หุ้น

มูลค่าหุ้น : หุ้นละ 100 บาท

อัตราส่วนที่บริษัทถืออยู่ : 100%

**2.2 บริษัท ระฟ้าแอสโซซิเอตส์ จำกัด**

699 ถนนศรีนครินทร์ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250

โทรศัพท์ 0-2708-9600 โทรสาร 0-2722-8180

วันที่จดทะเบียน : 9 ตุลาคม 2549

**ประเภทธุรกิจ** : รับเป็นที่ปรึกษา ให้คำแนะนำด้านการออกแบบ ควบคุมงานก่อสร้าง และเข้าถือหุ้นในห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด และบริษัทมหาชน

ทุนจดทะเบียน : 30,000,000 บาท

ทุนชำระแล้ว : 30,000,000 บาท

ประเภทหุ้น : หุ้นสามัญ 3,000,000 หุ้น

มูลค่าหุ้น : หุ้นละ 10 บาท

อัตราส่วนที่บริษัทถืออยู่ : 75%

**2.3 บริษัท โมเดิร์นฟอร์มเฮลท์แอนด์แคร์ จำกัด**

699 ถนนศรีนครินทร์ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250

โทรศัพท์ 0-2722-8033(-5) โทรสาร 0-2722-8032

วันที่จดทะเบียน : 14 ตุลาคม 2548

**ประเภทธุรกิจ** : ผลิต นำเข้า และจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์และสินค้าสุขภาพ

ทุนจดทะเบียน : 16,000,000 บาท

ทุนชำระแล้ว : 16,000,000 บาท

ประเภทหุ้น : หุ้นสามัญ 1,600,000 หุ้น

มูลค่าหุ้น : หุ้นละ 10 บาท

อัตราส่วนที่บริษัทถืออยู่ : 60%

**2.4 บริษัท พลาสติคและหีบห่อไทย จำกัด (มหาชน)**

68/46 หมู่ที่ 8 ถนนบางขุนเทียน-ชายทะเล แขวงแสมดำ เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร 10150

โทรศัพท์ 0-2897-2250 โทรสาร 0-2897-2426

วันที่จดทะเบียน : 1 สิงหาคม 2526

วันที่จดทะเบียนในตลาด MAI : 7 ธันวาคม 2548

**ประเภทธุรกิจ** : ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกทรงรูป

ทุนจดทะเบียน : 255,000,000 บาท

ทุนชำระแล้ว : 201,327,025 บาท

ประเภทหุ้น : หุ้นสามัญ 201,327,025 หุ้น

มูลค่าหุ้น : หุ้นละ 1 บาท  
อัตราส่วนที่บริษัทถืออยู่ : 48%

### (3) บุคคลอ้างอิง

#### 3.1 นายทะเบียนหลักทรัพย์

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด  
62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร  
10110  
โทรศัพท์ 0-2229-2800 โทรสาร 0-2359-1259

#### 3.2 ผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้

ไม่มี

#### 3.3 ผู้สอบบัญชี

นายโสภณ เพิ่มสิริวัลลภ	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตหมายเลข 3128
นายชยพล ศุภเศรษฐนันท์	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตหมายเลข 3972
นางสาวพิมพ์ใจ มานิตขจรกิจ	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตหมายเลข 4521

บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด  
193/136-137 ชั้น 23 อาคารเลครัชดา ถนนรัชดาภิเษกตัดใหม่ กรุงเทพมหานคร 10110  
โทรศัพท์ 0-2264-0777 โทรสาร 0-2264-0790

#### 3.4 ที่ปรึกษากฎหมาย

บริษัท สำนักกฎหมายสหการ จำกัด  
เลขที่ 16 ถนนเทศบาลนิมิตรเหนือ ซอย 6 แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900  
โทรศัพท์ 0-2954-3090-4 โทรสาร 0-2953-8225

### 6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

ไม่มี