

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย หรือกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัท

บริษัท อีสต์โคสต์เฟอร์นิเทค จำกัด (มหาชน) (East Coast Furnitech Public Company Limited : ECF) (“บริษัท”) กำหนดวิสัยทัศน์และเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจด้วยความมุ่งมั่นที่จะครองส่วนแบ่งทางการตลาดในอันดับ 1 ใน 5 ของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ของประเทศไทย

ปัจจุบันบริษัทมีแนวโน้มการเติบโตของยอดขายในกลุ่มเฟอร์นิเจอร์ทั้งในส่วนไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดและไม้ยางพาราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยยอดขายที่เพิ่มขึ้นดังกล่าวเกิดจากการสั่งซื้ออย่างต่อเนื่องด้วยความเชื่อมั่นของกลุ่มลูกค้าในต่างประเทศ โดยเฉพาะในประเทศญี่ปุ่นที่ทางบริษัทมีการติดต่อซื้อขายกันมาเป็นเวลานานกว่า 10 ปี ด้วยความเชื่อมั่นดังกล่าวส่งผลให้อัตราการเติบโตในยอดขายของบริษัทมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องซึ่งรวมถึงปริมาณความต้องการเฟอร์นิเจอร์ในประเทศ และโอกาสในการขยายตลาดไปยังกลุ่มประเทศใหม่ที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นด้วยเช่นกัน ดังนั้นบริษัทจึงจำเป็นต้องวางแผนการขยายกำลังการผลิต การปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีความทันสมัย รวดเร็ว พร้อมรองรับปริมาณคำสั่งซื้อที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องได้ทันเวลา

สำหรับกลุ่มลูกค้าใหม่ บริษัทได้วางแผนเน้นการขยายตลาดไปสู่กลุ่มประเทศกำลังพัฒนาที่มีปริมาณความต้องการผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์เพิ่มขึ้นและมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง อาทิเช่น ประเทศฟิลิปปินส์ อินเดีย กลุ่มประเทศแถบตะวันออกกลาง นอกจากนี้ในกลุ่มประเทศเดิมที่ทางบริษัทมีฐานลูกค้าอยู่แล้วในปัจจุบัน ทางทีมงานด้านการตลาดของบริษัทยังคงเน้นกลยุทธ์การขยายจำนวนลูกค้าในประเทศเดิมให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัทจดทะเบียนก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2542 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 6,000,000 บาท (หก ล้านบาทถ้วน) โดยในช่วงแรกมีวัตถุประสงค์ก่อตั้งขึ้นเพื่อประกอบธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดแบบประกอบด้วยตนเอง ภายใต้การบริหารงานโดยกลุ่มนักธุรกิจคนไทยนำโดยนายวัลลภ สุขสวัสดิ์ ในฐานะผู้ถือหุ้นรายใหญ่ในปัจจุบัน และครอบครัวสุขสวัสดิ์ซึ่งเป็นผู้ก่อตั้งและบุกเบิกธุรกิจการผลิตและจัดจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์มาตั้งแต่ช่วงปี 2535

ในปี 2535 กลุ่มผู้บริหารหรือกลุ่มครอบครัวสุขสวัสดิ์ได้ก่อตั้ง บริษัท อีสต์โคสต์ อุตสาหกรรม จำกัด (ECI) เพื่อประกอบธุรกิจโรงเลื่อย โรงอบ ไม้ยางพาราแปรรูป และผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา ในปี 2539 ได้จดทะเบียนก่อตั้ง บริษัท อีสต์โคสต์ ดีไซน์ จำกัด (ECD) ขึ้นเพื่อประกอบธุรกิจหลักเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ และประกอบกิจการนำเข้าหรือส่งออกเฟอร์นิเจอร์ทุกชนิดตลอดจนวัสดุอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง โดยย้ายฐานการผลิตจาก ECI ในส่วนของการประกอบกิจการผู้ผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราจาก ECI มาไว้ที่ ECD ส่งผลให้ ECI ได้เปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจหลักมาเป็นผู้จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์เพียงอย่างเดียว โดยดูแลในด้านการตลาด และรับผิดชอบสาขาและโชว์รูมเพื่อการจัดแสดงสินค้าและจำหน่าย ภายใต้ตราสินค้า “ELEGA” ซึ่งเป็นตราสินค้าสำหรับเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา และเฟอร์นิเจอร์ที่สั่งซื้อจากในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ ต่อมาในปี 2542

ได้จดทะเบียนก่อตั้ง บริษัท อีสต์โคสต์ เฟอร์นิเทค จำกัด (ECF) ขึ้น เพื่อประกอบธุรกิจหลักเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดแบบประกอบด้วยตัวเอง ซึ่งขณะนั้นกระแสความนิยมในเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดกำลังเพิ่มขึ้นอย่างมาก หลังจากนั้นในช่วงปี 2545 ได้ดำเนินการจดทะเบียนก่อตั้งบริษัทขึ้นอีก 2 แห่ง ได้แก่ บริษัท วี - ชัท เดคคอร์ จำกัด (VCD) เพื่อประกอบธุรกิจหลักเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายกระดานปิดผิวไม้ และให้บริการตัดแผ่นปิดขอบไม้ (พีวีซี) เพื่อจำหน่ายให้แก่โรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ทั่วไป และในปีเดียวกันได้ก่อตั้ง บริษัท วี - ชัท อินดัสทรี จำกัด (VCI) เพื่อประกอบธุรกิจหลักเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายไม้ยางพาราแปรรูปอบแห้ง ซึ่งย้ายฐานการผลิตจาก ECD มาไว้ที่ VCI

โครงสร้างการถือหุ้นในขณะนั้นของ บริษัท อีสต์โคสต์ อุตสาหกรรม จำกัด (ECI) บริษัท อีสต์โคสต์ ดีไซน์ จำกัด (ECD) บริษัท อีสต์โคสต์ เฟอร์นิเทค จำกัด (ECF) บริษัท วี - ชัท เดคคอร์ จำกัด (VCD) และ บริษัท วี - ชัท อินดัสทรี จำกัด (VCI) ประกอบด้วยครอบครัวสุขสวัสดิ์ เป็นผู้ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 99.99 และเป็นกรรมการ ผู้บริหาร และผู้มีอำนาจควบคุมในทุกบริษัท

ทั้งนี้สาเหตุของการก่อตั้งบริษัทหลายแห่งขึ้นในลักษณะดังกล่าวเพื่อประโยชน์ทางการขอรับการสนับสนุนการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) เป็นสำคัญ การก่อตั้งกลุ่มบริษัทดังกล่าว รวมเรียกว่า กลุ่มบริษัทอีสต์โคสต์ (East Coast Group) สามารถสรุปลักษณะการดำเนินธุรกิจในแต่ละบริษัท ก่อนการจัดโครงสร้างกลุ่มบริษัทในช่วงปี 2553 ได้ดังนี้

บริษัท	ลักษณะการดำเนินธุรกิจ
1. บริษัท อีสต์โคสต์เฟอร์นิเทค จำกัด (ECF)	ผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด
2. บริษัท อีสต์โคสต์ดีไซน์ จำกัด (ECD)	ผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา
3. บริษัท อีสต์โคสต์อุตสาหกรรม จำกัด (ECI)	ธุรกิจซื้อมา – จำหน่ายไป ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราที่ทางบริษัทเป็นผู้ผลิตเอง และเฟอร์นิเจอร์ไม้จริงที่สั่งซื้อมาจากในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศโดยจำหน่ายผ่านโชว์รูมที่เป็นพื้นที่เช่าของบริษัท
4. บริษัท วี - ชัท เดคคอร์ จำกัด (VCD)	ผลิตและจำหน่ายกระดานปิดผิวไม้ และให้บริการตัดแผ่นปิดขอบไม้ (พีวีซี) เพื่อใช้ประกอบในการผลิตเฟอร์นิเจอร์
5. บริษัท วี - ชัท อินดัสทรี จำกัด (VCI)	ผลิตและจำหน่ายไม้ยางพาราแปรรูปอบแห้ง

ต่อมาในปี 2553 ผู้บริหารกลุ่มบริษัทอีสต์โคสต์ได้วางแผนสำหรับการเตรียมตัวเพื่อเข้าเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai) ทางบริษัทจึงได้ดำเนินการปรับโครงสร้างการดำเนินธุรกิจและการเงินภายในกลุ่มบริษัทอีสต์โคสต์ใหม่ โดยใช้รูปแบบการปรับปรุงโครงสร้างการดำเนินงานและการเงินของแต่ละบริษัทรวม 4 บริษัท (ECD ECI VCD และ VCI) ให้มาอยู่ภายใต้การควบคุมด้วยวิธีการเข้าซื้อทรัพย์สินที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจของแต่ละบริษัท มาไว้ที่ บริษัท อีสต์โคสต์ เฟอร์นิเทค จำกัด (ECF) เพียงแห่งเดียว ในราคาซื้อขายสำหรับอาคาร และเครื่องจักรตามวิธีการประเมินที่ดำเนินการโดยบริษัทประเมินมูลค่าทรัพย์สินที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (สำนักงาน ก.ล.ต.) ให้เป็นบริษัทประเมินมูลค่าทรัพย์สินเพื่อวัตถุประสงค์สาธารณะ โดยราคาซื้อขาย

อ้างอิงจากราคาประเมินที่ต่ำกว่า ซึ่งในขณะนั้นการจัดรูปแบบโครงสร้างดังกล่าว เป็นไปเพื่อคำนึงถึงประโยชน์ในการเตรียมตัวสำหรับเข้าเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai) การขจัดปัญหาการระหว่งกัน (Connected Transaction) ปัญหาความขัดแย้งทางผลประโยชน์ (Conflict of Interest) และเพื่อให้การดำเนินธุรกิจเกิดประสิทธิภาพสูงสุดเป็นสำคัญ นอกจากนี้ สาเหตุที่เลือกให้บริษัท อีสต์โคสต์ เฟอริเทค จำกัด เป็นบริษัทหลักที่จะเตรียมตัวเพื่อเข้าเป็นบริษัทจดทะเบียนในขณะนั้น เนื่องจากมีรูปแบบการดำเนินธุรกิจหลักคือ การเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเฟอริเจอร์ประเภทไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด ซึ่งมีอัตราการเติบโตของรายได้จากการขายที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีรายได้จากการขายสูงสุดและมีผลการดำเนินงานที่ดีกว่าบริษัทอื่น ๆ ในกลุ่ม ประกอบกับยังมีช่วงเวลาที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน (BOI) เหลืออยู่ ในขณะที่บริษัทอื่นในกลุ่มได้ใช้สิทธิจากการส่งเสริมการลงทุนครบถ้วนตามกำหนดเวลา

ภายหลังจัดโครงสร้างการดำเนินธุรกิจใหม่ บริษัทจึงมีลักษณะการดำเนินธุรกิจครอบคลุมด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ผู้ผลิตและจำหน่ายไม้ยางพาราแปรรูปอบแห้ง เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตเฟอริเจอร์ไม้ยางพารา และบางส่วนจำหน่ายให้กับบุคคลภายนอก
2. ผู้ผลิตและจำหน่ายเฟอริเจอร์ไม้ยางพารา
3. ผู้ผลิตและจำหน่ายเฟอริเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด
4. ผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เฟอริเจอร์ (Trading) สำหรับเฟอริเจอร์ไม้ยางพาราที่ทางบริษัทเป็นผู้ผลิตเอง และเฟอริเจอร์ไม้จริงที่สั่งซื้อมาจากในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ
5. ผู้ผลิตส่วนตกแต่งเฟอริเจอร์ ได้แก่ กระดาษปิดผิว และให้บริการตัดแผ่นปิดขอบไม้ (พีวีซี) เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตเฟอริเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด และเพื่อจำหน่ายให้กับบุคคลภายนอก

พัฒนาการที่สำคัญของบริษัทในช่วงที่ผ่านมา สรุปได้ดังนี้

- ปี 2535 : เริ่มจดทะเบียนก่อตั้งบริษัทแรกของ อีสต์โคสต์ กรุ๊ป ในนามของ บริษัท อีสต์โคสต์ อุตสาหกรรม จำกัด (ECI) เพื่อประกอบธุรกิจโรงเลื่อย โรงอบ และผลิตและจำหน่ายเฟอริเจอร์ไม้ยางพารา ขึ้นที่บริเวณ ถนนบ้านบึง – แกลง ตำบลทางเกวียน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง
- ปี 2539 : - อีสต์โคสต์ กรุ๊ป เริ่มขยายธุรกิจไปสู่การเป็นผู้ผลิตเฟอริเจอร์ไม้ยางพารา ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด โดยก่อตั้ง บริษัท อีสต์โคสต์ ดีไซน์ จำกัด (ECD) ขึ้นเป็นบริษัทที่ 2 เพื่อประกอบธุรกิจดังกล่าว โดยย้ายฐานการผลิตในส่วนของเฟอริเจอร์ไม้ยางพาราจาก ECI มาที่ ECD
- ในปีเดียวกันนี้ อีสต์โคสต์ กรุ๊ป ได้เริ่มการส่งออกสินค้าไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และประเทศทางแถบยุโรปตะวันตก
- ปี 2541 : - อีสต์โคสต์ กรุ๊ป ได้เริ่มขยายธุรกิจเฟอริเจอร์ไปยังตลาดภายในประเทศให้มากขึ้นกว่าเดิม โดยก่อตั้งตราสินค้า “ELEGA” เพื่อใช้เป็นตราสินค้าสำหรับเฟอริเจอร์ไม้ยางพาราที่ทางบริษัทเป็นผู้ผลิตเองและเฟอริเจอร์ไม้จริงที่สั่งซื้อจากในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ และ “Leaf” เพื่อใช้เป็นตราสินค้าสำหรับการผลิตและจำหน่ายให้กับ โฮมโปร (Home Pro) ขึ้นในเวลาเดียวกัน เพื่อตอบสนองต่อนโยบายของภาครัฐบาลภายใต้การรณรงค์การใช้สินค้าไทยในขณะนั้น
- ในปีเดียวกันนี้ อีสต์โคสต์ กรุ๊ป ได้รับรางวัล “ผลิตภัณฑ์ดีเด่นแห่งปี” (“Best Product of the Year”) จาก the Foundation of Thai Society and Sieng Tang Satthakit Newspaper

- ปี 2542 : - ECD ได้รับการคัดเลือกจากกรมส่งเสริมการส่งออกให้ใช้สัญลักษณ์ตราสินค้าไทย "Thailand's Brand" เพื่อแสดงถึงการเป็นผลิตภัณฑ์ส่งออกที่มีคุณภาพสูง
- ECI ได้รับรางวัล "Prime Minister Award" จากกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งเป็นรางวัลที่มอบให้แก่ผู้ส่งออกที่มีผลการดำเนินงานดีเด่นและมีคุณภาพสินค้าอยู่ในระดับยอดเยี่ยม
- วันที่ 12 ตุลาคม ทาง อีสต์โคสต์ กรุ๊ป ได้ขยายการดำเนินธุรกิจโดยก่อตั้ง บริษัท อีสต์โคสต์เฟอร์นิเทค จำกัด (ECF) ขึ้นเป็นบริษัทที่สาม ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 6,000,000 บาท (หก ล้านบาทถ้วน) แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 60,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เรียกชำระเต็มมูลค่าในปีเดียวกันนี้ เพื่อดำเนินธุรกิจโรงงานผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์จากไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด โดยขยายกำลังการผลิตที่มีอยู่ให้มากขึ้นกว่าเดิม เพื่อรองรับการเติบโตของยอดขายเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับเพื่อใช้ประกอบการขอรับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) โดย ECF ได้รับ BOI ในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด / ไม้แผ่นเรียบ
- ปี 2543 : - วันที่ 16 มีนาคม ECF ได้ดำเนินการเพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 6,000,000 บาท เป็น 13,080,000 บาท (สิบสามล้านแปดหมื่นบาทถ้วน) แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 130,080 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท โดยเรียกชำระเต็มมูลค่า เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจของบริษัท
- วันที่ 24 มีนาคม ทาง ECF ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ โดยได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมเป็นระยะเวลา 8 ปี และได้รับลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมในอัตราร้อยละ 50 เป็นระยะเวลา 5 ปี
- ปี 2544 : - ECD ได้ผ่านการรับรองระบบการจัดการคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001 จาก UKAS (The United Kingdom Accreditation Service) สำหรับการเป็นผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้
- ECF ได้ผ่านการรับรองคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001 จาก URS (United Registrar of Systems (Thailand) Ltd. สำหรับการเป็นผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้
- วันที่ 13 ธันวาคม ECF ได้ดำเนินการเพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 13,080,000 บาท เป็น 25,000,000 บาท (ยี่สิบห้าล้านบาทถ้วน) แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 250,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท โดยเรียกชำระเต็มมูลค่า เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจของบริษัท
- ปี 2545 : - อีสต์โคสต์ กรุ๊ป ได้ขยายกำลังการผลิต และพัฒนาคุณภาพทางด้านการผลิตให้เพิ่มขึ้นจากเดิมผ่านการลงทุนในเครื่องจักรที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง (Hi - Technology) โดยใช้เงินลงทุนจำนวนมากในการสั่งซื้อเครื่องจักรดังกล่าว อาทิเช่น เครื่อง Horizontal Sparing เครื่อง Vertical Spraying Robot เป็นต้น
- ในปีดังกล่าว อีสต์โคสต์ กรุ๊ป ได้ก่อตั้งบริษัทเพิ่มขึ้นอีก 2 แห่ง ได้แก่ บริษัท วี - ชัท เดคคอร์ด จำกัด (VCD) เป็นบริษัทที่สี่ เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตกระดานปิดผิวเฟอร์นิเจอร์ เนื่องจาก ECF ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดเป็นจำนวนมาก ทำให้ต้องนำเข้าวัสดุปิดผิว จึงได้ก่อตั้ง VCD

ขึ้นเพื่อผลิตกระดาษปิดผิวโดยสามารถควบคุมคุณภาพการผลิตเองได้ โดยการผลิตกระดาษปิดผิวจะส่งจำหน่ายให้กับ ECF และโรงงานผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ทั่วไป นอกจากนี้ในปีเดียวกัน อีสต์โคสต์ กรุ๊ป ได้ก่อตั้งบริษัท วี - ชัท อินดัสทรี จำกัด (VCI) เป็นบริษัทที่ห้า เพื่อดำเนินธุรกิจโรงเลื่อย โรงอบไม้ยางพาราแปรรูป แทนการดำเนินงานเดิมของ ECI และ ECI ได้ปรับเปลี่ยนเป็นการดำเนินธุรกิจซื้อขาย (Trading) เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราที่บริษัทเป็นผู้ผลิตเอง และเฟอร์นิเจอร์ไม้จริงที่สั่งซื้อจากในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ โดยทั้ง VCD และ VCI ขยายการลงทุนไปยังที่ดินแห่งใหม่ และก่อสร้างโรงงาน บนเนื้อที่กว่า 54 ไร่ บริเวณ ซอย ชงโค - ชุมชุมใน ตำบลวังจันทร์ อำเภอลำปลายมาศ จังหวัดระยอง ซึ่งต่อมาในปี 2555 ได้ถูกจดทะเบียนเป็นสำนักงานสาขาแห่งที่ 1 ของบริษัท

- ปี 2546 : - ECI ได้ขยายตลาดจำหน่ายสินค้า โดยการก่อตั้งโชว์รูมภายในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2546 บริษัทได้ขยายโชว์รูมไปยัง ห้างอินเด็คซ์ ลิฟวิ่ง มอลล์ (Index Living Mall) และโฮมโปร (Home Pro)
- ปี 2547 : - ECD ได้รับรางวัลผู้ส่งออกสินค้าและบริการดีเด่น ประจำปี 2547 ประเภทที่มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตนเอง (Thai Owned Design) จากกระทรวงพาณิชย์
- ECF ได้รับการปรับเวอร์ชันการรับรองคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001 : 2000 จาก URS (United Registrar of Systems (Thailand) Ltd. สำหรับการเป็นผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้
- ปี 2553 : - วันที่ 1 ตุลาคม กลุ่มบริษัทอีสต์โคสต์ ได้เริ่มดำเนินการปรับโครงสร้างการดำเนินธุรกิจ โดยจากทั้งหมด 5 บริษัทภายในกลุ่ม จะเหลือการดำเนินธุรกิจเพียงบริษัทเดียวคือ ECF โดยกระบวนการปรับโครงสร้างกลุ่มบริษัทเริ่มจากการซื้อที่ดินทั้งหมดที่ใช้ในการประกอบธุรกิจที่ขณะนั้นเป็นกรรมสิทธิ์ส่วนตัวของกรรมการบริษัทเข้าเป็นกรรมสิทธิ์ในนาม ECF การดำเนินการโอนสายการผลิตสินค้าพร้อมทั้งจำหน่ายสินค้าสำเร็จรูป สินค้าระหว่างผลิต วัตถุดิบ วัสดุสิ้นเปลือง เครื่องจักรและอุปกรณ์บางส่วนจาก 4 บริษัทเข้าเป็นกรรมสิทธิ์ของ ECF รวมถึงเจรจาเพื่อขอลดยอดวงเงินสินเชื่อต่าง ๆ ของบริษัทในกลุ่มที่มีกับสถาบันการเงินและโอนเพิ่มเป็นวงเงินสินเชื่อของ ECF การดำเนินการจ่ายชำระหนี้สินในระหว่างกลุ่มบริษัทเพื่อขจัดปัญหารายการระหว่างกัน (Connected Transaction) และความขัดแย้งทางประโยชน์ (Conflict of Interest)
- วันที่ 26 ตุลาคม บริษัทได้ดำเนินการเพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 25,000,000 บาท เป็น 90,000,000 บาท (เก้าสิบล้านบาทถ้วน) แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 900,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท โดยเรียกชำระเต็มมูลค่า เพื่อให้ขยายการลงทุนและเพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจของบริษัท
- ปี 2554 : - วันที่ 9 กุมภาพันธ์ บริษัทได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ โดยได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมเป็นระยะเวลา 3 ปี
- วันที่ 10 กุมภาพันธ์ บริษัทได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ในการผลิตวัสดุปิดผิว โดยได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมเป็นระยะเวลา 3 ปี

- วันที่ 11 พฤษภาคม บริษัทได้จดทะเบียนก่อตั้งบริษัท วีวี – เดคคอร์ จำกัด (V V-Décor) ขึ้นในฐานะบริษัทย่อย ที่บริษัทมีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 99.95 โดยมีทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน) แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 10,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท โดยเรียกชำระเต็มมูลค่า โดยก่อตั้งขึ้นเพื่อประกอบธุรกิจด้านการตลาด (Trading) ให้กับ ECF เพื่อเป็นผู้จำหน่ายกระดาษปิดผิวให้กับลูกค้าบางรายของบริษัท
- กลุ่มบริษัทอีสต์โคสต์ ยังดำเนินการจัดโครงสร้างอย่างต่อเนื่อง โดยในระหว่างปี 2554 บริษัทได้ดำเนินการเพิ่มเติมในส่วนของการโอนอาคาร เครื่องจักร และอุปกรณ์ส่วนที่เหลือ และสินทรัพย์ถาวรอื่น ๆ การโอนยอดวงเงินสินเชื่อกับสถาบันการเงินที่ยังมีภาระหนี้คงค้างมายัง ECF รวมถึงการโอนย้ายพนักงานจาก 4 บริษัท เข้าปฏิบัติงานใน ECF โดย ณ วันที่ 30 มิถุนายน กลุ่มบริษัทอีสต์โคสต์ ได้ดำเนินการปรับโครงสร้างการดำเนินธุรกิจ โดยเหลือเพียง ECF เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจโดยเรียบบริวและสมบูร์กเพียงแห่งเดียว และเตรียมความพร้อมสำหรับการแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัดต่อไป
- วันที่ 4 พฤศจิกายน บริษัทได้ดำเนินการเพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 90,000,000 บาท เป็น 100,000,000 บาท (หนึ่งร้อยล้านบาทถ้วน) แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 1,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท โดยเรียกชำระเต็มมูลค่า เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

ปี 2555 : - เดือนกรกฎาคม บริษัทได้เริ่มขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้า ไปยังกลุ่มร้านค้าปลีกรายย่อยทั่วไป (Dealer) เพื่อเป็นส่วนช่วยเสริมสร้างการเติบโตของยอดขายให้มากขึ้นจากเดิม ภายใต้ตราสินค้า “Costa”

- วันที่ 11 ตุลาคม 2555 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 12/2555 ได้มีมติพิจารณาอนุมัติการเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้และแก้ไขจำนวนหุ้นของบริษัท จากเดิมมูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 100.00 บาท เป็นมูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท จึงทำให้บริษัทมีการเปลี่ยนแปลงในจำนวนหุ้น และมูลค่าที่ตราไว้ โดยทุนจดทะเบียน 100,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 400,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท นอกจากนี้ยังได้มีมติอนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทจากเดิม 100,000,000 บาท เป็น 130,000,000 บาท (หนึ่งร้อยสามสิบล้านบาทถ้วน) แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 520,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท โดยพิจารณาจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 120,000,000 หุ้น เพื่อเสนอขายให้แก่ประชาชนทั่วไป
- วันที่ 18 ตุลาคม 2555 บริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนเพื่อแปรสภาพจากบริษัทจำกัดเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และเปลี่ยนแปลงชื่อเป็น บริษัท อีสต์โคสต์เฟอร์นิเทค จำกัด (มหาชน) (ECF)

ปี 2556 : - วันที่ 26 มีนาคม บริษัทได้เริ่มเปิดการซื้อขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai) เป็นวันแรก (First Trading Day)

- เดือนตุลาคม บริษัทได้เริ่มขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้า ไปยังเมกาโฮม (Mega Home) ศูนย์รวมสินค้าบ้านและวัสดุก่อสร้างจำหน่ายทั้งปลีกและส่ง เพื่อเป็นส่วนช่วยเสริมสร้างการเติบโตของยอดขายให้มากขึ้นจากเดิม ภายใต้ตราสินค้า “a7”

- วันที่ 31 ธันวาคม บริษัทมีพื้นที่เช่าเพื่อใช้เป็นโชว์รูมจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าใน อินเด็กซ์ ลิฟ วิ่ง มอลล์ (Index Living Mall) รวมทั้งสิ้น 11 สาขา และโชว์รูมสาขาภายในโฮมโปร (Home Pro) รวมทั้งสิ้น 3 สาขา

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

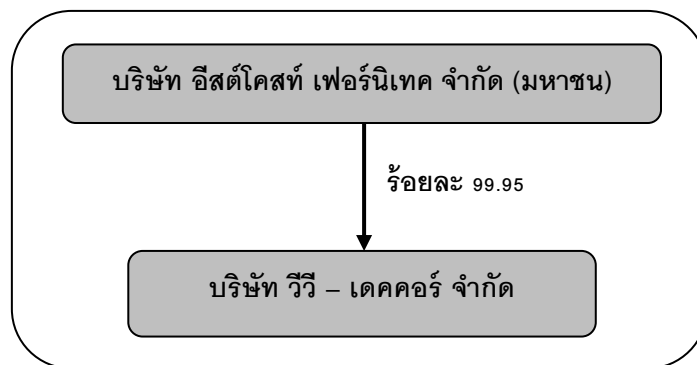
บริษัท อีสต์โคสต์เฟอร์นิเทค จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์จากไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดและไม้ยางพารา กระดาษปิดผิว ไม้ยางพาราแปรรูปอบแห้ง และให้บริการตัดแผ่นปิดขอบไม้ (พีวีซี) เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตเฟอร์นิเจอร์

บริษัทมีบริษัทย่อย 1 แห่ง คือ บริษัท วีวี – เดคคอร์ด จำกัด (V V Décor) เป็นบริษัทย่อยเพียงแห่งเดียว บริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 99.95 โดยมีทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน) ชำระเต็มมูลค่า โดยก่อตั้งขึ้นเพื่อประกอบธุรกิจด้านการตลาด (Trading) เพื่อเป็นผู้จำหน่ายกระดาษปิดผิวให้กับลูกค้าบางรายของบริษัท

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทและบริษัทย่อย สามารถแบ่งกลุ่มสินค้าหลักได้ 5 ประเภท คือ

1. เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา
2. เฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด
3. เฟอร์นิเจอร์ที่จำหน่ายผ่านโชว์รูม ร้านค้าส่งและร้านค้าปลีกรายย่อย
4. กระดาษปิดผิว
5. ไม้ยางพาราแปรรูปอบแห้ง

แผนภาพแสดงโครงสร้างกลุ่มบริษัท บริษัท อีสต์โคสต์เฟอร์นิเทค จำกัด (มหาชน)



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท อีสต์โคสต์เฟอร์นิเทค จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์จากไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดและไม้ยางพารา กระดาษปิดผิว ไม้ยางพาราแปรรูปอบแห้ง เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ การจัดจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราที่บริษัทเป็นผู้ผลิต และเฟอร์นิเจอร์ไม้จริงที่สั่งซื้อจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ และให้บริการตัดแผ่นปิดขอบไม้ (พีวีซี) เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด

บริษัทมีบริษัทย่อย 1 แห่ง คือ บริษัท วีวี – เดคคอร์ จำกัด (V V Décor) เป็นบริษัทย่อยเพียงแห่งเดียวที่บริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 99.95 โดยมีทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน) ชำระเต็มมูลค่า ก่อตั้งขึ้นเพื่อประกอบธุรกิจด้านการตลาด (Trading) เพื่อเป็นผู้จำหน่ายกระดาดชนิดผิวให้กับลูกค้าบางรายของบริษัท

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทและบริษัทย่อย สามารถแบ่งกลุ่มสินค้าหลักได้ 5 ประเภท คือ

1. เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา
2. เฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด
3. เฟอร์นิเจอร์ที่จำหน่ายผ่านโชว์รูม ร้านค้าส่งและร้านค้าปลีกรายย่อย
4. กระดาดชนิดผิว
5. ไม้ยางพาราแปรรูปอบแห้ง

บริษัทมีรายได้โดยส่วนใหญ่มาจากการผลิตและจำหน่ายตามคำสั่งซื้อ (Made to order) การผลิตและจำหน่ายโดยใช้ตราสินค้าของบริษัท ได้แก่ เฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด และไม้ยางพารา ให้กับลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยกลุ่มลูกค้าในประเทศ ประกอบด้วยกลุ่มร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ (Modern Trade) ได้แก่ เทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) บิ๊กซี (Big C) โฮมโปร (Home Pro) เมกา โฮม (Mega Home) และ วินเนอร์ เฟอร์นิเจอร์ (Winner Furniture) สำหรับลูกค้าต่างประเทศจะเป็นการผลิตและจำหน่ายตามคำสั่งซื้อให้กับบริษัทผู้จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ และร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ (Modern Trade) หลายรายในประเทศญี่ปุ่น โดยหากพิจารณาจากโครงสร้างรายได้จากการขายทั้งหมดของบริษัท จะพบว่า ในปัจจุบันบริษัทมีส่วนการขายให้กับลูกค้าประเทศญี่ปุ่นประมาณร้อยละ 58 ของรายได้จากการขายทั้งหมด รองลงมาคือ รายได้จากการผลิตและจำหน่ายสินค้าภายในประเทศ

โดยตราสินค้าที่ทางบริษัทเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายให้กับกลุ่มร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ (Modern Trade) ประกอบด้วยตราสินค้าที่เป็นของบริษัทเอง ได้แก่ “Muse” “Fur Direct” “Leaf” และ “a7” โดยเป็นตราสินค้าที่ทางบริษัทผลิตและจำหน่ายให้กับ เทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) บิ๊กซี (Big C) โฮมโปร (Home Pro) และ เมกา โฮม (Mega Home) ตามลำดับ สำหรับตราสินค้า “ELEGA” จะเป็นตราสินค้าที่บริษัทใช้สำหรับการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ที่ส่วนใหญ่ผลิตจากไม้จริงภายในโชว์รูมสาขาเพื่อแสดงสินค้าและจำหน่ายเฉพาะเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราที่ทางบริษัทเป็นผู้ผลิตเอง และเฟอร์นิเจอร์ทั้งส่วนที่สั่งซื้อจากภายในประเทศและส่วนที่นำเข้าจากต่างประเทศที่ส่วนใหญ่ผลิตจากไม้จริง ซึ่งโชว์รูมจะตั้งอยู่ในอินเด็กซ์ ลีฟวิ่ง มอลล์ (Index Living Mall) และ โฮมโปร (Home Pro) โดยมีจำนวนโชว์รูม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 เท่ากับ 11 สาขา และ 3 สาขา ตามลำดับ นอกจากนี้ช่องทางการจำหน่ายสินค้าตามที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว บริษัทยังมีรายได้จากการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ให้กับกลุ่มร้านค้าส่ง และร้านค้าปลีกรายย่อย (Dealer) ในนาม “Costa” เพื่อใช้เป็นตราสินค้าสำหรับการจำหน่ายผ่านทาง Dealer โดยบริษัทเริ่มมีรายได้จากการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ในตราสินค้านี้ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2555 ที่ผ่านมา และขณะนี้อยู่ระหว่างการสร้างรายได้จากการขายในช่องทางนี้ให้เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง

บริษัทมีโครงสร้างรายได้ แยกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ ดังนี้

กลุ่มผลิตภัณฑ์	ปี 2554		ปี 2555		ปี 2556	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. เฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด	766.41	76.99	747.47	69.41	821.48	68.84
2. เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา	121.06	12.16	195.16	18.12	202.62	16.98
3. เฟอร์นิเจอร์ที่จำหน่ายผ่านโซว์รูม กลุ่มร้านค้าส่ง และร้านค้าปลีก รายย่อย (Dealer)	56.32	5.66	69.86	6.49	95.47	8.00
4. กระดาษปิดผิว	34.04	3.42	50.16	4.66	50.22	4.21
5. ไม้ยางพาราแปรรูปอบแห้ง	4.94	0.50	2.08	0.19	2.98	0.25
รายได้จากการขาย - สุทธิ	982.77	98.74	1,064.73	98.87	1,172.76	98.28
รายได้อื่น ๆ ^{1/}	12.56	1.26	12.12	1.13	20.55	1.72
รายได้รวม	995.33	100.00	1,076.85	100.00	1,193.31	100.00

หมายเหตุ : ^{1/} รายได้อื่น ๆ ได้แก่ กำไร (ขาดทุน) จากการขายสินทรัพย์ถาวร รายได้ค่าเช่าและค่าบริการ ดอกเบี้ยรับ กำไร (ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยน รายได้อื่น (ได้แก่ ค่าบริการตัดแผ่นไม้ปิดขอบไม้ (พีวีซี) รายได้ขายเศษวัสดุ / รายได้จากการชดเชยการส่งออก / ส่วนลดรับ / อื่น ๆ)

บริษัทมีโครงสร้างรายได้จากการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ แยกตามประเภทช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนี้

ช่องทางการจัดจำหน่าย	ปี 2554		ปี 2555		ปี 2556	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. การผลิตและจำหน่ายตามคำสั่งซื้อ (Made to order)	568.17	60.20	658.24	65.01	740.34	66.13
2. การผลิตและจำหน่ายโดยใช้ตราสินค้าของบริษัท	319.30	33.83	284.39	28.09	283.76	25.35
3. การจำหน่ายผ่านโซว์รูม	56.32	5.97	65.76	6.49	82.93	7.41
4. การจำหน่ายผ่านร้านค้าส่ง และ ร้านค้าปลีกรายย่อย (Dealer) ^{1/}	-	0.00	4.10	0.40	12.54	1.12
ตัวเลขจากการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ ^{1/}	943.79	100.00	1,012.48	100.00	1,119.56	100.00

หมายเหตุ : ^{1/} ผลรวมของรายได้จากการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ จะเท่ากับตัวเลขรวมของเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด / เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา และเฟอร์นิเจอร์ที่จำหน่ายผ่านโซว์รูม กลุ่มร้านค้าส่ง และร้านค้าปลีกรายย่อย (Dealer) ตามที่ได้นำเสนอไว้ในตารางก่อนหน้านี้

บริษัทมีโครงสร้างรายได้ แยกตามการจำหน่ายภายในประเทศและต่างประเทศ ดังนี้

ช่องทางการจัดจำหน่าย	ปี 2554		ปี 2555		ปี 2556	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท
1. จำหน่ายภายในประเทศ	294.46	29.96	406.49	38.18	432.53	36.88
2. จำหน่ายต่างประเทศ	688.31	70.04	658.24	61.82	740.23	63.12
รายได้จากการขาย - สุทธิ	982.77	100.00	1,064.73	100.00	1,172.76	100.00

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์

บริษัท อีสต์โคสต์เฟอร์นิเทค จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “ECF”) ดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์จากไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดและไม้ยางพารา กระดาษปิดผิว ไม้ยางพาราแปรรูปอบแห้ง เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ การจัดจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราที่บริษัทเป็นผู้ผลิต และเฟอร์นิเจอร์ที่สั่งซื้อจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ และให้บริการตัดแผ่นปิดขอบไม้ (พีวีซี) เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด

ผลิตภัณฑ์ของบริษัท ประกอบด้วยกลุ่มผลิตภัณฑ์ 5 ประเภทหลัก โดยจะเรียงลำดับตามการเริ่มต้นการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยเริ่มแรกบริษัทได้เปิดการดำเนินธุรกิจในส่วนของโรงเลื่อย โรงอบไม้ยางพารา ซึ่งในส่วนกระบวนการผลิตจะเป็นการนำท่อนไม้ยางพาราเพื่อนำมาอบแห้งและแปรรูปเป็นไม้ยางพาราแผ่นเพื่อพร้อมใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ โดยไม้ยางพาราแผ่นจะถูกส่งต่อเข้าสู่กระบวนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราของบริษัท และในบางส่วนจะเป็นการจำหน่ายให้กับโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์และบุคคลภายนอกทั่วไป ในส่วนเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด ซึ่งเป็นส่วนที่สามารถสร้างรายได้จากการดำเนินธุรกิจเป็นรายได้หลักให้แก่บริษัทนั้น ในส่วนวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตคือ ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด จะเป็นการสั่งซื้อจากบุคคลภายนอกที่ไม่ใช่บุคคลที่เกี่ยวข้องกันทั้งหมด โดยไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดที่สั่งซื้อเข้ามา จะถูกนำมาปิดผิวด้วยกระดาษปิดผิว ซึ่งกระดาษปิดผิวที่ใช้ในกระบวนการผลิตทั้งหมด ทางบริษัทจะเป็นผู้ผลิตขึ้นเองซึ่งส่วนใหญ่จะถูกนำมาใช้ในการผลิตภายในบริษัท และมีบางส่วนที่จำหน่ายให้กับบุคคลภายนอกเมื่อได้ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดปิดผิวพร้อมใช้งานแล้วจะถูกส่งต่อเข้าสู่กระบวนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดต่อไป นอกจากนี้ ในส่วนของการประกอบธุรกิจบริษัทยังมีส่วนเฟอร์นิเจอร์ที่นำเข้าจากต่างประเทศเพื่อจำหน่ายภายในโชว์รูมของบริษัทรวม 14 แห่งในขณะนี้ด้วย

โดยมีรายละเอียดของแต่ละผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1. ไม้ยางพาราแปรรูปและอบแห้ง

ไม้ยางพาราเป็นไม้ที่มีคุณภาพทางกายภาพหลายประการใกล้เคียงกับไม้สัก มีลวดลายที่สวยงาม สามารถนำมาย้อมสีได้ เนื้อไม้ง่ายต่อการตกแต่ง น้ำหนักเบา ทั้งมีราคาขายมเยากกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับไม้ที่ใช้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ชนิดอื่น ด้วยองค์ประกอบด้านคุณสมบัติอันโดดเด่นหลายประการเช่นนี้ ไม้ยางพาราจึงเป็นที่รู้จัก และนิยมใช้แพร่หลายทั่วโลก ในเวลาอันรวดเร็ว ในชื่อของ “ไม้สักขาว (White Teak)” โดยไม้ยางพาราที่นำมาใช้ในอุตสาหกรรมไม้ในปัจจุบันนี้ ส่วนมากมาจากสวนยางพาราในลักษณะของไม้ปลูกขึ้นมาใหม่ไม่ได้เป็นลักษณะของไม้ที่ขึ้นเองตามธรรมชาติ โดยไม้ที่จะถูกนำมาใช้งานโดยส่วนใหญ่จะเป็นไม้ที่มีอายุน้อยมาก ให้ผลผลิตน้ำยางต่ำ ไม่คุ้มค่าทางเศรษฐกิจ ในการกรีดเอาน้ำยางอีก

ต่อไป จึงจำเป็นต้องโค่นออก แล้วปลูกทดแทนใหม่ ตามวงจรธรรมชาติในการประกอบอาชีพของเกษตรกรทำสวนยางพารา ตามระเบียบของสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง เกษตรกรเจ้าของสวนยางจะต้องยื่นขออนุญาตตัดโค่นและได้รับการอนุญาตจากกองทุนสวนยาง หรืออาจใช้ไม้ยืนต้นประเภทอื่นซึ่งต้องใช้ระยะเวลาในการปลูกลานเช่นกัน ก่อนจะตัดและนำมาเข้ากระบวนการแปรรูป โดยกระบวนการนำไม้ท่อนซุงยางพาราเข้าโรงเลื่อยเพื่อเลื่อยให้เป็นชิ้นตามขนาดที่ต้องการแล้วนำไปอัดน้ำยาถนอมเนื้อไม้ที่ใช้ในลักษณะของสารละลายน้ำ ทำให้มีน้ำในเนื้อไม้ไม่มาก จึงจำเป็นต้องปรับความชื้นในเนื้อไม้ให้อยู่ในระดับสมดุลกับสภาวะอากาศ ด้วยการอบเพื่อให้ไม้คงรูป ไม่เกิดปัญหาการยืดหรือหดตัวของไม้ จนก่อให้เกิดปัญหาการแตกที่ผิวและภายในเนื้อไม้ (Cracking) การแตกตามหัวไม้ (Splitting) การบิดงอ (Warping) ส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อผลิตภัณฑ์ การลดความชื้นในเนื้อไม้ ยังช่วยลดโอกาสในการเจริญเติบโตของเชื้อรา ดังนั้นไม้ยางพาราแปรรูปจะต้องมีระดับความชื้นที่เหมาะสมอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานจึงจะสามารถนำไปผลิตเป็นเฟอร์นิเจอร์ได้

ไม้ยางพาราแปรรูปเป็นวัตถุดิบสำคัญที่ใช้ในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา ซึ่งทางบริษัทมีกระบวนการผลิตในการแปรรูปไม้ยางพาราอย่างเป็นระบบวงจร ก่อนจะป้อนเข้าสู่กระบวนการผลิตเป็นเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราต่อไป

เริ่มต้นจากการรับซื้อไม้ยางพาราท่อน เพื่อนำมาแปรรูปโดยการเลื่อยก่อนนำไปอบแห้ง โดยบริษัทจะวางแผนการรับซื้อไม้ยางพาราในแต่ละช่วงเวลา เพื่อป้องกันปัญหาการขาดแคลนไม้ยางพาราที่อาจจะเกิดขึ้นได้ ซึ่งปัญหาดังกล่าวจะส่งผลต่อปัญหาการติดขัดในกระบวนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราเป็นลำดับต่อไป

ในกระบวนการผลิตไม้ยางพาราแปรรูปนั้น มีกระบวนการซับซ้อนซึ่งต้องอาศัยประสบการณ์ และทักษะในการผลิตเป็นอย่างดี โดยบริษัทมีกระบวนการครบวงจร ตั้งแต่กระบวนการเลื่อยเพื่อแปรรูปไม้ซุง กระบวนการอัดน้ำยาเพื่อป้องกันมอดและปลวก ด้วยถังอัดน้ำยาความดันสูง (High Pressure) จนถึงกระบวนการอบ นอกเหนือจากนั้นแล้วยังต้องอาศัยความชำนาญของแรงงานในกระบวนการแปรรูปไม้ยางพาราดังกล่าวตั้งแต่กระบวนการเลื่อยซอกไม้ ที่แตกต่างจากการเลื่อยไม้ท่อนตรงทั่วไป เนื่องจากท่อนไม้ยางพารามีรูปร่างไม่แน่นอน มักมีความโค้ง ไม่ตรงตลอดท่อน รวมถึงมีตาและตำหนิบนท่อนไม้มาก จึงยังไม่สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการตัดซอกไม้โดยอัตโนมัติได้ปัจจุบัน

ไม้ยางพาราแปรรูปที่ได้จากกระบวนการผลิตโดยส่วนใหญ่ คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 95 จะถูกนำส่งเข้าสู่กระบวนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราของบริษัท และบางส่วนจะถูกส่งขายให้กับบุคคลทั่วไป รวมถึงลูกค้าที่เป็นกลุ่มโรงงานขนาดเล็กที่เป็นผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราต่อไป

ภาพท่อนไม้ยางพารา และไม้ยางพาราแปรรูป



2. เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา

เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราเป็นเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่มีความคงทนแข็งแรง เนื่องจากผลิตจากไม้ยางพาราซึ่งเป็นไม้จริง โดยมีวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตคือ ไม้ยางพาราและไม้ประกอบอื่น ๆ คิดเป็นส่วนประกอบประมาณร้อยละ 35 ของโครงสร้างต้นทุนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา โดยสัดส่วนดังกล่าวจะเปลี่ยนแปลงไปตามราคาไม้ยางพาราในท้องตลาดด้วย

ด้วยความคงทน แข็งแรง มีลวดลายที่สวยงาม สามารถย้อมสี และตกแต่งได้ง่าย คุณสมบัติเหมาะกับการใช้งานที่ต้องการความทนทานต่อสิ่งแวดล้อมหรือการใช้งานภายนอกอาคาร เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราจึงเป็นที่นิยมในผู้ที่ชื่นชอบเฟอร์นิเจอร์ที่มีความคงทน แข็งแรง หรือกลุ่มผู้ที่มักอยู่อาศัยในสภาพอากาศที่แปรปรวนอากาศก่อให้เกิดความชื้นหรือความชื้นสูง และเมื่อเทียบกับเฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตจากไม้แปรรูปเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารามีราคาสูงกว่า เนื่องจากราคาวัตถุดิบ ความนิยมในการใช้เฟอร์นิเจอร์จากไม้จริง ดังนั้นกระแสความนิยมใช้เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราจึงกระจุกตัวเฉพาะกลุ่มผู้นิยม ไม่ได้เป็นที่แพร่หลายในกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่ ซึ่งกลุ่มผู้นิยมใช้ดังกล่าวคำนึงถึงความเหมาะสมของคุณสมบัติการใช้งานเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา ความสวยงาม และยังไม่มียุติภัณฑ์อื่น ๆ ที่มีคุณสมบัติการใช้งานทดแทนกันได้เหมาะสม

ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราของบริษัทจะแบ่งออกเป็นสินค้าทั้งหมด 3 หมวด ดังนี้

หมวดสินค้าที่	ประเภทผลิตภัณฑ์
1	ชุดโต๊ะรับประทานอาหาร (Dining Table)
2	ชุดโต๊ะรับแขกและโซฟา (Living Room)
3	ชุดห้องนอน (Bedroom)

ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา

1. ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ชุดโต๊ะรับประทานอาหาร (Dining Set)



2. ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ชุดโต๊ะรับแขกและโซฟา (Living Room)



3. ผลิตภัณฑ์ชุดห้องนอน (Bedroom)



สินค้าในกลุ่มเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา ทางบริษัทจะผลิตและจำหน่ายให้กับลูกค้าโดยแบ่งออกได้ดังนี้

1. การผลิตและจำหน่ายตามคำสั่งซื้อ (Made to order) ให้กับลูกค้าต่างประเทศ โดยลูกค้าหลักคือ ผู้จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ และร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ (Modern Trade) ในประเทศญี่ปุ่น
2. การผลิตและจำหน่ายให้กับลูกค้าในประเทศ โดยใช้ตราสินค้าของบริษัทคือ “Leaf” เพื่อวางจำหน่ายภายในโฮมโปร (Home Pro)
3. การจำหน่ายผ่านโชว์รูมบนพื้นที่เช่าภายในอินเด็คซ์ ลิฟวิ่ง มอลล์ (Index Living Mall) และ โฮมโปร (Home Pro) รวม 14 สาขา ภายใต้ชื่อตราสินค้าของบริษัทคือ “ELEGA”

ภาพตราสินค้าสำหรับเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา ที่บริษัทใช้ในการตลาด
และเพื่อการจำหน่ายผ่านโชว์รูมทั้ง 14 สาขา ของบริษัท



ภาพตราสินค้าของบริษัทสำหรับการผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราให้กับ Home Pro



3. เฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด

เฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดเป็นเฟอร์นิเจอร์สมัยใหม่ โดยมีวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตคือ ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด คิดเป็นส่วนประกอบประมาณร้อยละ 50 ของโครงสร้างต้นทุนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด รองลงมาคือ กระดาษปิดผิว (พอยล์) ประมาณร้อยละ 10

ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากไม้ยางพาราเป็นหลัก โดยจะนำไม้ยางพารา และไม้ประเภทอื่น ๆ มาบดให้เป็นชิ้นขนาดเล็ก แล้วนำมาอัดติดกันโดยใช้สารยึดเกาะ (Urea Formaldehyde Resin) เพื่อเป็นตัวเชื่อมโครงสร้างของแผ่นปาร์ติเคิล ชั้นบนและชั้นล่างจะเป็นชั้นไม้ละเอียด ส่วนชั้นกลางจะเป็นชั้นไม้หยาบ ทำให้แผ่นปาร์ติเคิลไม่เหมาะกับการยึดติดด้วยตะปู และไม่สามารถตกแต่งขอบหรือทำลึนร่องบนผิวได้ โดยทั่วไปแผ่นปาร์ติเคิลจะมีความกว้างยาว 4 x 8 ฟุต และมีความหนาตั้งแต่ 6 ถึง 35 มิลลิเมตร

ภาพไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด



ปาร์ติเคิลบอร์ดนั้นจัดเป็นไม้ที่มีน้ำหนักเบาที่สุดในบรรดาไฟเบอร์บอร์ด ซึ่งความแข็งแรงจะน้อยกว่าไม้เอ็มดีเอฟ และไม้เนื้อแข็งทั่วไป นอกจากนี้ตัวเนื้อไม้จะมีการขยายตัวได้ง่ายเมื่อโดนความชื้น อย่างไรก็ตามปาร์ติเคิลบอร์ดนิยมนำมาใช้งานไม้ที่ใช้ภายในตัวอาคาร แทนที่งานภายนอกอาคารที่มีความชื้นสูง และปัจจุบันนิยมนำมาผลิตเป็นเฟอร์นิเจอร์ เนื่องจากมีน้ำหนักเบา สามารถประกอบและเคลื่อนย้ายได้ง่าย ราคาประหยัด และที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ ปาร์ติเคิลบอร์ดถูกนำมาทดแทนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ด้วยไม้เนื้อแข็งจากธรรมชาติซึ่งถูกตัดโค่นจากไม้ในป่าจึงไม่เป็นการส่งเสริมด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ดังนั้นวัตถุดิบประเภทไม้เนื้อแข็งในปัจจุบัน จึงเป็นวัตถุดิบที่หาได้ยากมาก

เฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดมีกระบวนการผลิตที่ง่ายกว่า เนื่องจากกระบวนการผลิตโดยส่วนใหญ่จะผ่านการทำงานของเครื่องจักร ประกอบกับไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดมีน้ำหนักเบา จึงมีระยะเวลาในกระบวนการผลิตที่สั้น ใช้ชั่วโมง

แรงงานน้อยกว่า เมื่อเทียบกับการผลิตเฟอร์นิเจอร์จากไม้เนื้อแข็ง ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมาส่งผลให้การผลิตเฟอร์นิเจอร์จากไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบทางด้านต้นทุนที่สำคัญ

โดยหากจะเปรียบเทียบกันในส่วนกระบวนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้เนื้อแข็งหรือเฟอร์นิเจอร์ไม้จริง จะต้องผ่านกระบวนการ เลื่อย อดน้ำยา อบ ตัด ประกอบ ชัด ลงสี และเคลือบไม้ ซึ่งแต่ละขั้นตอนต้องใช้แรงงานในการผลิตเป็นจำนวนมาก เพื่อให้ได้งานที่มีความปราณีตและต้องใช้ระยะเวลามากในแต่ละขั้นตอนการผลิต บริษัทจึงเน้นเพิ่มกำลังการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด โดยการเพิ่มเครื่องจักรที่มีความทันสมัยในรูปแบบเครื่องจักรกึ่งอัตโนมัติ (Semi - Automatic Machine) ในการผลิตเพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายด้านแรงงาน เพิ่มประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในการผลิตให้มากขึ้นกว่าเดิม

ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดของบริษัทจะแบ่งออกเป็นสินค้าทั้งหมด 6 หมวด โดยในแต่ละหมวดจะมีรุ่นของสินค้าแบ่งออกได้ ดังนี้

หมวดสินค้าที่	ประเภทผลิตภัณฑ์
1.	ชั้นวางของเอนกประสงค์
2.	ตู้เอนกประสงค์ / ตู้โชว์
3.	ตู้เสื้อผ้า
4.	โต๊ะคอมพิวเตอร์ / โต๊ะทำงาน
5.	ชั้นวางทีวี
6.	ตู้สำหรับใส่รองเท้า
7.	โต๊ะเครื่องแป้ง เตี้ย

ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด



ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด (ต่อ)



สินค้าในกลุ่มเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด ทางบริษัทจะผลิตและจำหน่ายให้กับลูกค้าโดยแบ่งออกได้ดังนี้

1. การผลิตและจำหน่ายตามคำสั่งซื้อ (Made to order) ให้กับลูกค้าต่างประเทศ โดยลูกค้าหลักคือ ผู้จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ และร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ (Modern Trade) ในประเทศญี่ปุ่น
2. การผลิตและจำหน่ายให้กับลูกค้าในประเทศ โดยใช้ตราสินค้าของบริษัทคือ “Muse” “Fur Direct” “Leaf” และ “a7” เพื่อวางจำหน่ายภายใน เทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) บิ๊กซี (Big C) โฮมโปร (Home Pro) และ เมกา โฮม (Mega Home) ตามลำดับ
3. การผลิตและจำหน่ายตามคำสั่งซื้อ (Made to order) ให้กับลูกค้าในประเทศ โดยลูกค้าหลักคือ เทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus)

ภาพตราสินค้าที่บริษัทเป็นผู้ผลิตสำหรับการจำหน่ายภายในประเทศ



โดยในแต่ละตราสินค้าทางบริษัทมีการแบ่งแยกตามผู้ส่งผลิตสินค้าในแต่ละราย ดังนี้

รายชื่อลูกค้าที่ซื้อสินค้าจากทางบริษัท

ตราสินค้า	ผู้ส่งผลิตสินค้า	ประเภทสินค้า
Muse	บริษัท เอก-ชัย ดิสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด (Tesco Lotus)	เฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด
Fur Direct	บริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) (Big C)	เฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด
Leaf	บริษัท โฮมโปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) (Home Pro)	เฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด และ เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา
a7	บริษัท เมกา โฮม เซ็นเตอร์ จำกัด (Mega Home)	เฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด

นอกจากนี้ บริษัทยังได้ดำเนินการจดทะเบียนตราสินค้า สำหรับการผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ให้กับลูกค้ากลุ่มร้านค้าส่ง และร้านค้าปลีกรายย่อยทั่วไป (Dealer) ภายใต้ตราสินค้า “Costa”

ภาพตราสินค้า “Costa”



4. เฟอร์นิเจอร์ที่จำหน่ายผ่านโชว์รูม

บริษัทดำเนินธุรกิจในการเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์อย่างครบวงจร โดยบริษัทเองมีตราสินค้าที่ใช้ในการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ผ่านทางโชว์รูมที่เป็นพื้นที่เช่าภายใน อินเด็กซ์ ลิฟวิ่ง มอลล์ (Index Living Mall) และโฮมโปร (Home Pro) ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทมีพื้นที่เช่าภายใน อินเด็กซ์ ลิฟวิ่ง มอลล์ และ โฮมโปร เพื่อใช้เป็นโชว์รูมทั้งหมดรวม 14 สาขา ใช้ชื่อตราสินค้าที่จำหน่ายว่า “ELEGA” โดยผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ที่จำหน่ายผ่านทางโชว์รูม จะเป็นสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราที่ผลิตโดยบริษัท และเฟอร์นิเจอร์ที่ส่วนใหญ่เป็นไม้จริงที่ซื้อมาเพื่อจำหน่ายจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มสินค้าแบ่งออกเป็นประเภทต่าง ๆ ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ชุดโต๊ะรับประทานอาหาร (Dining Set)
2. ผลิตภัณฑ์ชุดโต๊ะรับแขก (Living Room)
3. ผลิตภัณฑ์ชุดห้องนอน (Bed Room)

ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายภายในโชว์รูมจะครอบคลุมถึงผลิตภัณฑ์ที่บริษัทเป็นผู้ผลิตเอง ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา นอกจากนี้ยังมีเฟอร์นิเจอร์ที่ซื้อมาเพื่อจำหน่ายจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฟอร์นิเจอร์ที่จำหน่ายในโชว์รูมโดยส่วนใหญ่จะเป็นเฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตจากไม้จริง แบ่งออกเป็นสัดส่วนของสินค้าที่ทางบริษัทเป็นผู้ผลิตเอง และสัดส่วนสินค้าที่ซื้อมาเพื่อจำหน่ายโดยประมาณร้อยละ 60 และ ร้อยละ 40 ตามลำดับ



ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ที่จำหน่ายภายในโชว์รูม



5. กระดาษปิดผิว

บริษัทเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายกระดาษปิดผิว สำหรับใช้ในการปิดผิวไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดเพื่อเพิ่มความสวยงาม และพร้อมสำหรับใช้ในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ต่อไป วัสดุปิดผิวประเภทกระดาษ มีข้อดีที่ความสวยงาม สามารถดีไซน์ ลวดลายได้ตามต้องการ เช่น การดีไซน์ให้มีลวดลายเหมือนไม้จริงซึ่งสามารถทำได้สวยงามและเหมือนจริง และลวดลาย การ์ตูน ลายกราฟฟิก ตามแบบที่สามารถกำหนดได้ ซึ่งกระดาษปิดผิวลวดลายเหมือนไม้จริงเหมาะกับการผลิตไม้ในกลุ่ม ไฟเบอร์บอร์ด ซึ่งถึงแม้จะมีข้อเสียในการทนทานต่อความชื้นได้น้อย แต่เนื่องด้วยคุณสมบัติการใช้งานบางประเภทที่ไม่

ต้องการความคงทนเป็นหลัก ทำให้กระดาศปิดผิวได้รับความนิยม ด้วยกระบวนการผลิตที่ง่าย ไม่ซับซ้อน และมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำ ส่งผลให้เฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดสามารถกำหนดราคาขายที่ได้เปรียบกว่าเมื่อเทียบกับเฟอร์นิเจอร์ไม้จริงทั่วไป

ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดที่บริษัทสั่งซื้อจากผู้ผลิตทั้งหมด จะต้องนำมาผ่านกระบวนการปิดผิวภายในโรงงานของบริษัทนี้เพื่อช่วยลดต้นทุนการผลิต เมื่อเทียบกับการสั่งซื้อกระดาศปิดผิวจากภายนอก ซึ่งนอกจากการใช้งานภายในกระบวนการผลิตของบริษัทแล้ว บริษัทยังมีการจำหน่ายให้กับบุคคลภายนอกเองโดยตรง และบางส่วนเป็นการจำหน่ายผ่านทางบริษัทย่อย ได้แก่ บริษัท วีวี – เดคคอร์ จำกัด (V V – Décor) ที่บริษัทถือหุ้นอยู่ในสัดส่วนร้อยละ 99.50 ของทุนจดทะเบียนในบริษัทดังกล่าว โดยลักษณะการประกอบธุรกิจของ V V – Décor คือ การเป็นผู้จำหน่ายกระดาศปิดผิว (Trading) ให้กับลูกค้าบางรายของบริษัท ทั้งนี้สัดส่วนการจำหน่ายกระดาศปิดผิวให้กับบุคคลภายนอก ปัจจุบันคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 40 ของปริมาณกระดาศปิดผิวที่ผลิตได้ทั้งหมด

**VV-DECOR CO.,LTD.**

ภาพตัวอย่างกระดาศปิดผิวที่บริษัทเป็นผู้ผลิตและจำหน่าย



2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 การตลาด

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ในการเริ่มต้นผลิตเฟอร์นิเจอร์ในแต่ละครั้งของบริษัท การเริ่มต้นกระบวนการผลิตจะมาจาก 2 รูปแบบ โดยรูปแบบแรกคือ ลูกค้าจะเป็นผู้ส่งภาพผลิตภัณฑ์ที่ต้องการจะสั่งผลิต (Drawing) (มาให้กับทางบริษัท เพื่อพิจารณาว่า จะสามารถผลิตสินค้าได้หรือไม่ การกำหนดราคาขายจะเป็นอย่างไร สามารถตั้งกำไรขึ้นต้นจากการผลิตและจำหน่ายได้ตามที่ต้องการภายหลังการเจรจากับลูกค้าได้หรือไม่ และรูปแบบที่สองคือ บริษัทจะมีทีมออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะทำหน้าที่ในการเป็นผู้ออกแบบสินค้า เพื่อนำเสนอต่อลูกค้า ลูกค้าส่วนใหญ่ที่ต้องการให้ทางบริษัทออกแบบให้ จะเป็นกลุ่มลูกค้าประเภทร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ (Modern Trade) ได้แก่ เทสโก้ โลตัส บิ๊กซี โฮมโปร และเมกา โฮม บริษัทจะนำเสนอรูปแบบเฟอร์นิเจอร์แบบใหม่ ๆ ให้พิจารณาเพื่อตัดสินใจสั่งผลิตและจำหน่ายต่อไป ทีมออกแบบจะร่วมกับทีมวางแผนการผลิตซึ่งจะเป็นทีมที่ดำเนินการด้านวิศวกรรมว่า แบบชิ้นงานที่เขียนขึ้นมานั้น จะต้องใช้วัสดุประเภทใดในการผลิต ความยากง่ายในการผลิต และรายละเอียดของต้นทุนรวมถึงการกำหนดราคาขายว่าจะสามารถกำหนดราคาขายได้ตามอัตรากำไรขั้นต่ำที่ตั้งไว้ได้หรือไม่ เมื่อได้ราคาขายแล้วจะประสานงานกับฝ่ายการตลาดเพื่อนำเสนอราคาต่อลูกค้าเพื่อให้ได้ข้อสรุป จนถึงกรณการรับใบคำสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้าต่อไป ปัจจุบันบริษัทมีสัดส่วนระหว่างการผลิตแบบผลิตภัณฑ์ที่จะสั่งผลิตโดยตรงจากลูกค้า (Drawing) และ แบบผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบโดยทีมออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทเอง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 และ ร้อยละ 20 ตามลำดับ ทั้งนี้บริษัทมีเป้าหมายการขยายสัดส่วนของรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ที่ทางบริษัทเป็นผู้ออกแบบขึ้นเองและนำไปสู่การผลิตขึ้นจริงให้มากขึ้นจากเดิม รวมถึงมีเป้าหมายการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้กับสินค้าที่ทางบริษัทเป็นผู้ออกแบบและผลิต นอกจากนี้บริษัทยังให้ความสำคัญต่อการพัฒนารูปแบบสินค้าใหม่ ๆ ให้สอดคล้องตามการเปลี่ยนแปลงของกระแสนิยมในปัจจุบัน

ในภายหลังเมื่อได้แบบผลิตภัณฑ์ (Model) ที่พร้อมสำหรับการผลิตเป็นสินค้าแล้ว บริษัทจะส่งสินค้าตัวอย่างที่ขึ้นรูปตาม Model ที่กำหนดไว้ โดยสินค้าตัวอย่างจะถูกส่งไปทำการทดสอบที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ส่วนพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องเรือน เพื่อทดสอบความคงทนแข็งแรง คุณภาพในการใช้งาน การทดสอบการรับน้ำหนักได้ตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ทั้งในแนวตั้งและแนวนอน การทดสอบความแข็งแรงของขาตั้ง การทดสอบการรับน้ำหนักของเบาะ ฯลฯ โดยผลิตภัณฑ์ทุก Model ที่ผลิตเพื่อส่งออกจะต้องผ่านการทดสอบดังกล่าวทั้งหมด แต่ในกรณีของลูกค้าญี่ปุ่น ปัจจุบันหากมีการผลิตใน Model รูปแบบใหม่ ทางลูกค้าญี่ปุ่นจะเป็นผู้ทดสอบสินค้าตัวอย่างเองโดยตรง

ในการผลิตเฟอร์นิเจอร์แต่ละชิ้น บริษัทจะให้ความสำคัญเป็นอย่างมากตั้งแต่การเริ่มต้นกระบวนการผลิตโดยเลือกสั่งซื้อวัตถุดิบที่มีคุณภาพ จนถึงกรณการควบคุมคุณภาพการผลิตตั้งแต่ขั้นตอนแรกจนถึงขั้นตอนสุดท้ายโดยมีรายละเอียด ดังนี้

- เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา เริ่มจากการรับซื้อไม้ท่อนจากผู้จัดจำหน่าย ซึ่งเป็นนายหน้าทำหน้าที่เป็นผู้รวบรวมไม้จากสวนยางพาราเพื่อจัดส่งให้กับโรงงาน โดยไม้จะต้องมีขนาดและคุณภาพตามที่กำหนดไว้ เมื่อได้ไม้ยางพาราท่อนตามคุณภาพและขนาดที่กำหนดแล้ว จะนำมาผ่านกระบวนการของโรงเลื่อยและโรงอบ ซึ่งบริษัทเป็นผู้มีประสบการณ์ในส่วนกระบวนการผลิตนี้มาตั้งแต่ช่วงปี 2535 และถือเป็นจุดเริ่มต้นการดำเนินธุรกิจของบริษัท ซึ่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัทสามารถสั่งสมความรู้และประสบการณ์ ทำให้ได้ไม้ยางพาราแปรรูปที่มีคุณภาพพร้อมใช้สำหรับเข้าสู่กระบวนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราต่อไป และในกระบวนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา บริษัทได้ให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตโดยได้ลงทุน

ซื้อเครื่องจักรในรูปแบบกึ่งอัตโนมัติ (Semi-Automatic) ได้แก่ เครื่องจักรสำหรับงานตัด กลึง เจาะ ควบคุมด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ความแม่นยำสูง (CNC) เพื่อเพิ่มความสามารถในการควบคุมคุณภาพการผลิตชิ้นงาน และช่วยลดปัญหาการพึ่งพาทักษะของแรงงานในการผลิต ทั้งนี้ในทุกขั้นตอนการผลิตจะต้องผ่านการตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ก่อนนำส่งสู่การผลิตในขั้นตอนต่อไปเพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานตรงตามที่กำหนดไว้

- เฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด เริ่มจากการคัดเลือกผู้จำหน่ายไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดที่ได้คุณภาพ โดยจะต้องเป็นไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดที่ผลิตจากเศษไม้ยางพาราเป็นหลักซึ่งเป็นไม้ที่มีคุณภาพดีที่สุดเมื่อเทียบกับการผลิตไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดที่ใช้เศษไม้ประเภทอื่น ๆ ประกอบกับเนื้อไม้ยางพาราที่มีสีขาว จะสามารถปิดด้วยกระดาษปิดผิวสีอ่อนได้ โดยไม่ต้องกังวลว่าสีเนื้อไม้จะขัดกับสีของกระดาษปิดผิว นอกจากนี้การใช้ในการปิดกระดาษปิดผิวทางบริษัทได้เลือกใช้กาวยาที่มีคุณภาพสูง และราคาแพงกว่ากาวยาจากผู้ผลิตทั่วไป นอกจากนี้บริษัทยังมีจุดเด่นด้านงานเพาะโครง ซึ่งเป็นงานที่บริษัทเป็นผู้ผลิตสำหรับการส่งออกประเทศญี่ปุ่นทั้งหมด มีโรงงานที่สามารถผลิตงานเพาะโครงได้เพียงไม่กี่แห่งในประเทศไทย เนื่องจากต้องมีประสบการณ์และความชำนาญ ข้อดีของงานเพาะโครงคือ การใช้ไม้ปาร์ติเคิลและไม้เอ็มดีเอฟขึ้นรูปโครงเพื่อใช้ในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ สินค้าที่ได้จะมีข้อดีคือ น้ำหนักเบา และง่ายต่อการประกอบ และในส่วนของเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตที่ผ่านมาได้ลงทุนซื้อเครื่องจักรในรูปแบบกึ่งอัตโนมัติ (Semi-Automatic) ได้แก่ เครื่องจักรสำหรับงานตัด กลึง เจาะ ควบคุมด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ความแม่นยำสูง (CNC) เพื่อใช้สำหรับโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดแยกต่างหากจากเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา เฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดของบริษัทมีความได้เปรียบเพิ่มเติมในด้านต้นทุนการผลิต เนื่องจากบริษัทเป็นผู้ผลิตกระดาษปิดผิวไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดเอง ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนในส่วนกระดาษปิดผิวลงได้เมื่อเทียบกับการสั่งซื้อกระดาษปิดผิวจากภายนอกประมาณร้อยละ 40
- เฟอร์นิเจอร์ที่จำหน่ายผ่านโชว์รูม บริษัทจะทำการคัดเลือกสินค้าที่จะนำมาจัดแสดงและจำหน่ายภายในโชว์รูมซึ่งเป็นพื้นที่เช่าของบริษัททั้ง 14 แห่ง โดยคัดเลือกจากสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราที่บริษัทเป็นผู้ผลิตเอง และสินค้าที่บริษัทคัดเลือกจากการสำรวจตามงานแสดงสินค้าในต่างประเทศที่บริษัทเข้าร่วมงานเป็นประจำทุกปี รวมถึงสินค้าที่บริษัทเลือกซื้อจากผู้ผลิตรายอื่นในประเทศ ซึ่งจุดเด่นของสินค้าที่นำมาจัดจำหน่ายภายในโชว์รูมโดยส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าที่ผลิตจากไม้จริงทั้งหมด และคัดเลือกมาเฉพาะสินค้าที่มีรูปแบบสวยงาม และเป็นที่ยอมรับในขณะนั้น นอกจากนี้บริษัทยังให้ความสำคัญต่อการพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าด้วย
- กระดาษปิดผิว เริ่มจากการคัดเลือกผู้จำหน่ายกระดาษที่จะนำมาใช้ในการผลิต ซึ่งกระดาษทั้งหมดบริษัทจะต้องวางแผนการสั่งซื้อล่วงหน้า จะมีระยะเวลาการสั่งซื้อในทุก ๆ 6 เดือน จากผู้ผลิตกระดาษรายใหญ่ในประเทศญี่ปุ่น ซึ่งหากผู้ผลิตกระดาษรายใหญ่อ้างว่าไม่ขายกระดาษเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตกระดาษปิดผิวให้กับบริษัท บริษัทสามารถสั่งซื้อกระดาษเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบได้จากทั้งในประเทศและต่างประเทศ แต่จะมีข้อเสียคือ ราคาสั่งซื้อจะแพงกว่าผู้ผลิตกระดาษรายใหญ่อ้างว่า (นอกจากนี้ยังมีความหลากหลายในด้านสี และวัสดุเคลือบผิวที่ใช้ในกระบวนการผลิต จะทำการผลิตด้วยเครื่องจักรที่มีความทันสมัยเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพพร้อมสำหรับการผลิตเฟอร์นิเจอร์ของบริษัทเอง และสำหรับการส่งขายให้กับบุคคลภายนอกต่อไป

ตามที่กล่าวมาทั้งหมดสรุปได้ว่า บริษัทให้ความสำคัญกับการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ เครื่องจักรที่ทันสมัยในการผลิต ตลอดจนเอาใจใส่ในทุก ๆ ขั้นตอนการผลิต เน้นการควบคุมและทดสอบคุณภาพของสินค้าทุก ๆ ชิ้น และบริษัทจะต้องผ่านการพิจารณาและตรวจสอบคุณภาพของสินค้าจากตัวแทนลูกค้าในขั้นตอนสุดท้ายเพื่อให้ได้ใบรับรองคุณภาพอีกครั้ง บริษัทจึงจะสามารถกำหนดวันและประสานงานการจัดส่งกับทางบริษัทขนส่งได้ ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าในทุก ๆ ขั้นตอนจะต้องผ่านการพิจารณาตรวจสอบและควบคุมคุณภาพมาตรฐานการผลิตอย่างต่อเนื่องเพื่อให้มั่นใจได้ว่า ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ที่บริษัทผลิตและจำหน่ายนั้น นอกจากจะมีรูปแบบที่สวยงามแล้ว ยังมีความทนทาน แข็งแรง เหมาะแก่การใช้งาน จึงจัดได้ว่าบริษัทผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐานสูงเป็นที่ยอมรับ ซึ่งที่ผ่านมาสินค้าของบริษัทได้รับความสนใจและการตอบรับที่ดีจากลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ที่ผ่านมา บริษัทได้ผ่านการรับรองระบบคุณภาพมาตรฐานในขอบข่าย “ผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้” อย่างต่อเนื่อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ใบรับรองระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 (ฉบับที่ 1) หมดอายุเมื่อช่วงเดือนเมษายน ปี 2548 ที่ผ่านมา
2. ใบรับรองระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 (ฉบับที่ 2) หมดอายุเมื่อช่วงเดือนพฤษภาคม ปี 2551 ที่ผ่านมา
3. ใบรับรองระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 (ฉบับที่ 3) หมดอายุเมื่อช่วงเดือนพฤษภาคม ปี 2554 ที่ผ่านมา
4. ใบรับรองระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2008 (ฉบับที่ 1) หมดอายุในเดือนกันยายน ปี 2559

2. ด้านการกำหนดราคา (Price)

บริษัทมีนโยบายกำหนดราคาสินค้าแบบบวกกำไรส่วนเพิ่ม (Cost-Plus Margin) โดยส่วนประกอบราคาคำนวณราคา ได้แก่ “ต้นทุนวัตถุดิบ + ค่าใช้จ่ายในการผลิต (Overhead Cost) + ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร + กำไรส่วนเพิ่ม (Margin)” ทั้งนี้อาจจะมีสินค้าบางประเภทที่ทางบริษัทสามารถกำหนดกำไรส่วนเพิ่ม (Margin) ได้น้อยกว่าที่ต้องการเนื่องจากสินค้าประเภทดังกล่าวอาจมีการแข่งขันสูงในท้องตลาด ดังนั้น ทางบริษัทจึงจำเป็นต้องปรับอัตรากำไรส่วนเพิ่มลดลงเพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ และอีกส่วนหนึ่งอาจจะเกิดจากปริมาณในการสั่งซื้อ (Volume) อาทิ หากลูกค้ามีปริมาณในการสั่งซื้อมาก อาจจะมีการเสนอราคาขายเพื่อให้สามารถเทียบได้ในระดับใกล้เคียงกับคู่แข่ง เป็นต้น หรืออาจจะเกิดจากปัจจัยอื่น ๆ แล้วแต่สถานการณ์

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

เนื่องจากรายได้จากการจำหน่ายสินค้าของบริษัทส่วนใหญ่มาจากการผลิตและจำหน่ายตามคำสั่งซื้อ (Made to order) ดังนั้นช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญของบริษัทจึงมาจากสัดส่วนการผลิตและจำหน่ายตามคำสั่งซื้อให้กับกลุ่มลูกค้าในประเทศและต่างประเทศ โดยปัจจุบันบริษัทมีสัดส่วนการจำหน่ายให้กับลูกค้าต่างประเทศ และลูกค้าในประเทศประมาณร้อยละ 63 และร้อยละ 37 ตามลำดับ ทั้งนี้บริษัทได้ตั้งเป้าหมายที่จะเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าภายในประเทศให้มากขึ้นจากเดิมโดยตั้งเป้าหมายการจำหน่ายให้กับลูกค้าต่างประเทศ และลูกค้าในประเทศที่สัดส่วนร้อยละ 50 โดยใกล้เคียงกัน

ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 กลุ่มลูกค้าที่ส่งคำสั่งจ้างผลิตสินค้าให้กับบริษัท คิดเป็นกลุ่มลูกค้าในประเทศญี่ปุ่น ซึ่งทั้งหมดคือ กลุ่มผู้จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์รายใหญ่ และร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ (Modern Trade) ในประเทศญี่ปุ่น คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 58 ของรายได้จากการขายทั้งหมด และไม่มีลูกค้าในประเทศญี่ปุ่นรายใดที่มียอดสั่งซื้อสินค้าจาก

บริษัทเกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้จากการขายทั้งหมด และการผลิตและจำหน่ายสินค้า รวมถึงการผลิตตามคำสั่งจ้างผลิตจากลูกค้าในประเทศคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 37 ของรายได้จากการขายทั้งหมด

โดยรายได้จากการขายเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดและไม้ยางพาราภายในประเทศ แบ่งออกเป็น

1. รายได้จากการผลิตและจำหน่ายสินค้าให้กับร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ (Modern Trade) ภายใต้ตราสินค้าของบริษัท คือ “Muse” “Fur Direct” “Leaf” และ “a7” เพื่อวางจำหน่ายภายใน เทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) บิ๊กซี (Big C) โฮม โปร (Home Pro) และ เมกา โฮม (Mega Home) ตามลำดับ
2. รายได้จากการผลิตและจำหน่ายตามคำสั่งซื้อ (Made to order) ให้กับลูกค้าในประเทศ โดยลูกค้าหลักคือ เทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus)
3. รายได้จากการจำหน่ายสินค้าผ่านทางโชว์รูมของบริษัท
4. รายได้จากการจำหน่ายสินค้าผ่านทางร้านค้าปลีกรายย่อย (Dealer)

ตารางแสดงรายละเอียดลูกค้ารายสำคัญในต่างประเทศและในประเทศที่สั่งซื้อสินค้าจากบริษัท

กลุ่มลูกค้า	สินค้าที่ผลิตและจำหน่าย
ลูกค้าต่างประเทศ	
1. Nitori Co.,Ltd. (ประเทศญี่ปุ่น)	เฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิล บอร์ด และเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา
2. Cainz Corporation (ประเทศญี่ปุ่น)	เฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด และเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา
3. Keiyo Co.,Ltd. (ประเทศญี่ปุ่น)	เฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด
4. Sojitz Kyushu Corporation (ประเทศญี่ปุ่น)	เฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิล บอร์ด และเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา
5. Pearl Trading Co.,Ltd. (ประเทศญี่ปุ่น)	เฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด
6. Fuji Boeki Co.,Ltd. (ประเทศญี่ปุ่น)	เฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด
ลูกค้าในประเทศ	
1. บริษัท เอก-ชัย ดิสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด (Tesco Lotus)	เฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด
2. บริษัท โฮมโปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) (Home Pro)	เฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด และเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา
3. บริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) (Big C)	เฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด
4. บริษัท เมกา โฮม เซ็นเตอร์ จำกัด (Mega)	เฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด

บริษัทเน้นการส่งออกสินค้าไปจำหน่ายยังต่างประเทศ โดยประเทศที่บริษัทผลิตสินค้าส่งออกไปมากที่สุด คือ ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งกลุ่มลูกค้าที่ส่งคำสั่งผลิตสินค้าให้กับบริษัทให้การยอมรับในผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ของประเทศไทย และมีการติดต่อซื้อขายกับบริษัทมาเป็นระยะเวลานานหลายปี รายละเอียดของลูกค้ารายสำคัญในประเทศญี่ปุ่น มีดังนี้

1. *Nitori* ปัจจุบัน Nitori เป็นร้านค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์ที่ครองส่วนแบ่งรายได้จากการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์มากที่สุดในประเทศญี่ปุ่น โดยมีระยะเวลาติดต่อซื้อขายกันไม่น้อยกว่า 15 ปี นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540
2. *Cainz* เป็นร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีสาขาทั่วประเทศญี่ปุ่นมากกว่า 200 สาขา มีระยะเวลาติดต่อซื้อขายกันไม่น้อยกว่า 7 ปี นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548
3. *Keiyo* เป็นร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ครองส่วนแบ่งทางการตลาดติดอันดับ 1 ใน 10 ของประเทศญี่ปุ่น โดยมีจำนวนสาขากว่า 120 สาขา โดยส่วนใหญ่ตั้งอยู่ทางตอนกลางของประเทศญี่ปุ่น มีระยะเวลาติดต่อซื้อขายกันไม่น้อยกว่า 7 ปี นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548
4. *Sojitz* คือ บริษัทผู้จัดจำหน่ายสินค้าให้กับ NAFCO Corporation ซึ่งเป็นร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีสาขากว่า 212 สาขา โดยส่วนใหญ่ตั้งอยู่ทางตอนใต้ของประเทศญี่ปุ่น มีระยะเวลาติดต่อซื้อขายกันไม่น้อยกว่า 5 ปี นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550
5. *Pearl* คือ บริษัทผู้จัดจำหน่ายสินค้าในรูปแบบค้าส่งให้กับกลุ่มร้านค้าปลีกที่จำหน่ายสินค้าในรูปแบบ Home Center ในประเทศญี่ปุ่น ปัจจุบันมีระยะเวลาติดต่อซื้อขายกันไม่น้อยกว่า 10 ปี
6. *Fuji* เป็นบริษัทที่มีมูลค่าการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ (Importer) และเป็นผู้ค้าส่งสินค้า (Wholesaler) เพื่อจัดจำหน่ายรายใหญ่ที่สุดของประเทศญี่ปุ่น มีระยะเวลาติดต่อซื้อขายกันไม่น้อยกว่า 10 ปี นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545

ในส่วนของการขายสินค้าภายในประเทศ นอกจากบริษัทจะผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ให้กับกลุ่มร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ (Modern Trade) ได้แก่ เทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) บิ๊กซี (Big C) โฮมโปร (Home Pro) และเมกา โฮม (Mega Home) ภายใตยี่ห้อสินค้า “Muse” “Fur Direct” และ “Leaf” และ “Mega Home” ตามลำดับ แล้ว บริษัทยังมีช่องทางการจำหน่ายสินค้าเพิ่มเติมผ่านโชว์รูมเพื่อแสดงและจำหน่ายสินค้า โดยเน้นการกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภค (End-User) ได้อย่างทั่วถึง บริษัทจะทำการตลาดโดยตรงผ่านตราสินค้า “ELEGA” ซึ่งเป็นตราสินค้าสำหรับเฟอร์นิเจอร์ไม่ยักพาราที่มีคุณภาพสูง รวมถึงเฟอร์นิเจอร์ที่บริษัทนำเข้าจากต่างประเทศรวมถึงการสั่งซื้อจากภายในประเทศเพื่อนำมาจัดจำหน่าย

ในการผลิตและจำหน่ายให้กับลูกค้าในแต่ละราย ทั้งในรูปแบบของการผลิตตามคำสั่งซื้อ (Made to order) และในรูปแบบของการผลิตและจำหน่ายโดยใช้ตราสินค้าของบริษัท ที่ผ่านมาบริษัทไม่มีการจัดทำสัญญาซื้อขายกับลูกค้าแต่อย่างใด

ปัจจุบันบริษัทมีโชว์รูมซึ่งเป็นพื้นที่เช่ากระจายอยู่ตามพื้นที่ที่สำคัญ รวมถึงจังหวัดที่สำคัญ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 โดยมีรายละเอียดดังนี้

- I. โชว์รูม ภายในอินเด็กซ์ ลีฟวิ่ง มอลล์ (Index Living Mall) (11 สาขา ได้แก่ สาขารังสิต สาขาบางนา สาขาบางนาญครอง สาขาเพชรเกษม สาขาบางใหญ่ สาขารัตนาธิเบศร์ สาขาชลบุรี สาขาพญา สาขาเชียงใหม่ สาขาราชพฤกษ์ และสาขาเกษตร-นวมินทร์)
- II. โชว์รูม ภายในโฮมโปร (Home Pro) (3 สาขา ได้แก่ สาขาฉะเชิงเทรา สาขาสุพรรณบุรี และสาขานครปฐม)

ทั้งนี้ภายในปี 2557 บริษัทยังมีแผนการขยายการเปิดโชว์รูมเพิ่มขึ้นใน Index Living Mall และ Home Pro เพิ่มเติมอีกประมาณ 6 สาขา

4. นโยบายด้านการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ (Promotion)

- บริษัทมีการทำประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท www.ecf-furniture.com, www.elegathai.com เพื่อเป็นช่องทางช่วยให้ลูกค้าสามารถหาข้อมูล ทำความรู้จักสินค้า และช่วยอำนวยความสะดวกในการเลือกชมสินค้าได้มากขึ้น ทั้งยังเป็นช่องทางให้ลูกค้าต่างประเทศสามารถเข้าถึงและติดต่อบริษัทได้ง่ายขึ้น
- บริษัทมีการทำประชาสัมพันธ์ผ่านทางแผ่นพับและโบชัวร์ โดยแจกให้กับลูกค้า และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- บริษัทมีการออกงานแสดงสินค้าต่าง ๆ เป็นประจำทุกปี เพื่อสร้างความรู้จักให้กับตราสินค้า และเป็นการขยายฐานลูกค้า โดยมีตารางการจัดงานแสดงสินค้าประจำปี ดังนี้
 - ช่วงเดือนมีนาคม บริษัทจะจัดงานแสดงสินค้าในงาน TIFF (Thailand International Furniture Fair) งาน HOME PRO Expo
 - ช่วงเดือนกันยายน บริษัทจะจัดงานแสดงสินค้าในงาน TFIC (Thai Furniture Industry Club)
 - ช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงธันวาคมของแต่ละปี จัดงานลดราคาสินค้าเพื่อล้างสต็อกประจำปี ณ โรงงานผลิตสินค้าของบริษัท
- บริษัทมีการทำรายการส่งเสริมการขาย หรือลดราคา ให้กับลูกค้า อาทิ รายการลดสินค้าประจำปี

ซึ่งนอกจากการทำรายการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ตามที่กล่าวมาแล้ว บริษัทจะให้ความสำคัญอย่างมากต่อการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศเพื่อติดตามความเคลื่อนไหวของวงการเฟอร์นิเจอร์เป็นประจำทุกปี ได้แก่ งานแสดงสินค้าในประเทศจีน มาเลเซีย เป็นต้น นอกจากนี้ในแต่ละปีบริษัทจะกำหนดแผนการเดินทางเพื่อเยี่ยมชมธุรกิจของกลุ่มลูกค้าในต่างประเทศ เพื่อติดตามรวมถึงสอบถามความพึงพอใจ และเพื่อเปิดโอกาสช่องทางการตลาดที่อาจเพิ่มขึ้นจากเดิม รวมถึงการเข้าร่วมงานส่งเสริมผู้ประกอบการที่จัดขึ้นโดยหน่วยงานของรัฐบาลเพื่อการเจรจาการค้าระหว่างประเทศด้วย

5. ด้านการควบคุมและพิจารณาเครดิตของลูกค้า

ปัจจุบันบริษัทพิจารณาให้เครดิตเทอมแก่ลูกค้า เฉพาะในกลุ่มลูกค้าที่มีการติดต่อซื้อขายกันอย่างต่อเนื่อง โดยหากเป็นลูกค้าใหม่จะต้องซื้อสินค้าเป็นเงินสดเท่านั้น โดยปกติแล้วบริษัทจะพิจารณาการให้เครดิตเทอมแก่ลูกค้าด้วยข้อมูลธุรกิจการค้าของลูกค้าและจัดทำทะเบียนประวัติลูกค้าขึ้น ซึ่งบริษัทมีการกำหนดนโยบายให้เครดิตเทอมแก่ลูกค้าภายในประเทศ อยู่ในช่วง 60 วัน ถึง 90 วัน โดยในช่วงปี 2556 คิดเป็นมูลค่าลูกหนี้การค้าเท่ากับร้อยละ 98.85 มีการจ่ายชำระเงินให้กับบริษัทในระยะเวลาไม่เกินกว่า 90 วัน

สำหรับลูกค้าต่างประเทศที่มีการซื้อขายอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันรูปแบบการชำระเงินทั้งหมดคือ L/C at sight หรือการโอนเงินทันที (T/T) ก่อนวันส่งสินค้า (Shipment Date) หากเป็นลูกค้าใหม่บริษัทมีนโยบายกำหนดให้ลูกค้าเปิด L/C at sight กับธนาคารในต่างประเทศที่มีความน่าเชื่อถือเท่านั้นเพื่อรองรับความเสี่ยงทางด้านการค้าที่อาจเกิดขึ้น

โดยตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ทางบริษัทประสบปัญหาเรียกเก็บเงินไม่ได้หรือหนี้สูญในสัดส่วนที่น้อยมาก

2.2.2 สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ภาพรวมของอุตสาหกรรมผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ของไทย ในขณะนี้ผู้ประกอบการซึ่งเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์จากไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด และไม้ยางพาราทั้งหมด ที่ขึ้นทะเบียนต่อสมาคมอุตสาหกรรมเครื่องเรือนไทย จำนวนรวม 72 ราย โดยมีขนาดกำลังการผลิตตั้งแต่ระดับกลางขึ้นไป โดยบริษัทเป็นหนึ่งใน 72 รายดังกล่าว

สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ของไทยในปัจจุบันประกอบด้วยผู้ประกอบการในฐานะผู้ผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ที่ครองส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด 3 อันดับแรก โดยผู้ประกอบการ 2 อันดับแรก ดำเนินธุรกิจในลักษณะของร้านค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์ขนาดใหญ่ ที่สามารถสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักต่อประชาชนทั่วไป ในรูปแบบของการเปิดสาขาเพื่อจำหน่ายสินค้าให้กับผู้บริโภคในระดับ End-user ส่วนผู้ประกอบการอันดับที่ 3 จะเน้นการผลิตสินค้าเฟอร์นิเจอร์แบบครบวงจรครอบคลุมเกือบทุกประเภทเฟอร์นิเจอร์ โดยกลุ่มลูกค้าของผู้ประกอบการอันดับที่ 3 คือ การจำหน่ายสินค้าผ่านโซว์รูม คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ของยอดขาย ส่วนอีกร้อยละ 80 เป็นยอดขายจากการจำหน่ายผ่านโครงการ อาทิ โครงการอาคารสำนักงาน คอนโดมิเนียมที่พักอาศัย โครงการบ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮ้าส์ โรงแรม โรงพยาบาล กลุ่มราชการ สถาบันการศึกษา และรัฐวิสาหกิจ

ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า ผู้ประกอบการทั้ง 3 รายดังกล่าว ถือเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ในธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ แต่ไม่ใช่คู่แข่งโดยตรงของบริษัท เนื่องจากบริษัทมีรูปแบบการดำเนินธุรกิจลักษณะของการผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ตามคำสั่งซื้อ (Made to order) เป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 66.13 ของรายได้จากการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ทั้งหมด และเน้นการส่งออกต่างประเทศเป็นสำคัญ นอกจากนี้ยังเป็นการผลิตและจำหน่ายสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้าที่เป็นร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ (Modern Trade) โดยใช้ตราสินค้าของบริษัทเอง ได้แก่ เทสโก้ โลตัส บิ๊กซี โยมโปร และเมกา โยม ซึ่งจะเห็นได้ว่า กลุ่มลูกค้าของบริษัทไม่ใช่กลุ่มเดียวกับผู้ประกอบการรายใหญ่ 3 รายดังกล่าวข้างต้น

อย่างไรก็ตามในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์มีผู้ประกอบการรายสำคัญรายหนึ่งซึ่งเป็นกลุ่มบริษัทผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์เพื่อการส่งออกรายใหญ่ของประเทศ โดยผลิตเฟอร์นิเจอร์จากไม้ไฟเบอร์บอร์ด ประเภทไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด และไม้เอ็มดีเอฟบอร์ด ปิดทับด้วยวัสดุปิดผิว ส่งจำหน่ายทั่วโลกมากกว่า 35 ประเทศ โดยประเทศส่งออกหลัก ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และยุโรป ซึ่งทางบริษัทพิจารณาว่า ผู้ประกอบการที่มีลักษณะการประกอบธุรกิจที่ใกล้เคียงกับบริษัทคือ ผู้ประกอบการรายดังกล่าว แต่อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันผู้ประกอบการรายดังกล่าวได้เน้นการรับจ้างผลิตสินค้าให้กับอีเกีย (IKEA) เป็นหลัก ซึ่งจัดได้ว่ามีกลุ่มลูกค้าคนละกลุ่มกับบริษัท

ทั้งนี้หากพิจารณาถึงผู้ผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ ที่มีกลุ่มลูกค้าเป็นร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ (Modern Trade) เช่นเดียวกับบริษัท ปัจจุบันมีเพียง 4 ราย ที่มีสินค้าวางจำหน่ายในร้านค้าปลีกรายใหญ่นี้ดังกล่าว แต่เนื่องจากผู้ผลิตทั้ง 4 ราย เป็นโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ขนาดกลางถึงเล็กที่มีความสามารถในการรับคำสั่งซื้อจำกัด และไม่มีผู้ประกอบการรายใดที่มียอดขายใกล้เคียงกับบริษัท และหากพิจารณาเปรียบเทียบกับคู่แข่งในต่างประเทศ บริษัทพิจารณาว่า คู่แข่งขันในประเทศมาเลเซีย คือ HEVEA PAC Malaysia SDN BHD ถือเป็นผู้แข่งขันที่มีขนาดธุรกิจ รวมถึงมีกลุ่มลูกค้าในประเทศญี่ปุ่น และประเทศอื่น ๆ ใกล้เคียงกับบริษัท ซึ่งบริษัทพิจารณาว่า HEVEA PAC Malaysia SDN BHD ถือเป็นผู้แข่งขันทางธุรกิจที่สำคัญ ทั้งนี้ในส่วนของผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ในประเทศไทย บริษัทพิจารณาว่า ไม่มีผู้ประกอบการรายใดที่มีลักษณะการผลิตเพื่อจัดจำหน่ายในกลุ่มลูกค้าเช่นเดียวกับบริษัทรวมถึงมีขนาดรายได้ใกล้เคียงกัน

ทางผู้บริหารบริษัทให้ข้อมูลว่า ในการพิจารณาเลือกบริษัทผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ของกลุ่มลูกค้า จะพิจารณาจากปัจจัยที่สำคัญ 6 ประการ ได้แก่ ฐานะทางการเงิน คุณภาพสินค้า ราคายุติธรรม การส่งมอบที่ตรงต่อเวลา วิสัยทัศน์การ

ดำเนินธุรกิจ และการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องของบริษัท เหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญที่จะใช้ประกอบการตัดสินใจส่งคำสั่งซื้อของกลุ่มลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกค้าในต่างประเทศ โดยบริษัทได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่สำคัญทั้ง 6 ประการมาโดยตลอดทั้งในเรื่องคุณภาพการผลิตสินค้า และการส่งมอบสินค้าที่ตรงต่อเวลา ประกอบกับความสามารถในการรับงานของบริษัทเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการรายอื่น ๆ แล้วบริษัทมีความสามารถในการรับคำสั่งซื้อเป็นจำนวนมากของลูกค้าได้ดีกว่าผู้ประกอบการที่มีกำลังการผลิตน้อยกว่า เมื่อเทียบกับบริษัท ดังนั้นบริษัทจึงสามารถรับปริมาณคำสั่งซื้อที่มีอย่างต่อเนื่องจากลูกค้าในประเทศญี่ปุ่น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้จัดจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ และร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ (Modern Trade) โดยบางรายมีการติดต่อซื้อขายกันเป็นเวลานานไม่น้อยกว่า 15 ปี

อย่างไรก็ตาม ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทให้ความสำคัญและตระหนักถึงสภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม โดยมีการวางแผนเพื่อพัฒนากระบวนการผลิตให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง มุ่งเน้นเป้าหมายที่การลดลงของต้นทุนการผลิต การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการผลิต (Semi – Automated Machine) ลดการใช้แรงงานคนเพื่อประโยชน์ในการควบคุมมาตรฐานการผลิต การรักษาคุณภาพสินค้าให้อยู่ในระดับมาตรฐานเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และการส่งมอบที่ตรงต่อเวลา โดยบริษัทเชื่อว่า ปัจจัยที่บริษัทให้ความสำคัญตามที่กล่าวมา จะช่วยให้บริษัทมีความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมการเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ได้ต่อไปในระยะยาว

จากข้อมูลของสำนักพัฒนาการค้าและธุรกิจเอเซียใต้ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ให้ข้อมูลว่า ช่วงปี 2556 ภาพรวมการส่งออกสินค้าเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนมีมูลค่า 1,237.81 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 8.34 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยตลาดหลักของการส่งออกมาจากการจำหน่ายสินค้าไปยังประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และสหราชอาณาจักร โดยมีมูลค่าการส่งออกรวม 633.41 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.56 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51.17 ซึ่งสอดคล้องกับการเติบโตของรายได้จากการขายสินค้าของบริษัทในช่วงปี 2556 ที่มีส่งออกสินค้าไปจำหน่ายให้กับลูกค้าหลักในประเทศญี่ปุ่น

โดยการส่งออกสินค้าในกลุ่มผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนไปจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่นมีมูลค่าเท่ากับ 278.58 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นอัตราการขยายตัวร้อยละ 11.87 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน นอกจากนี้การส่งออกสินค้าไปจำหน่ายในกลุ่มประเทศ AEC (9 ประเทศ) ยังมีอัตราการเติบโตที่สูง โดยมีมูลค่าส่งออก 187.82 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 35.28

2.2.3 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ทางบริษัทได้ตั้งเป้าหมายการเจาะกลุ่มลูกค้ารายใหม่ เพื่อเป็นการขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้า โดยวางแผนขยายตลาดกลุ่มลูกค้ารายใหม่ไปยังกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาที่มีปริมาณความต้องการผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์เพิ่มขึ้นและมีแนวโน้มขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง อาทิเช่น ฟิลิปปินส์ อินเดีย กลุ่มประเทศแถบตะวันออกกลาง นอกจากนี้ในกลุ่มลูกค้าเดิมของบริษัท ทางบริษัทจะเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ ๆ รวมกัน เพื่อขยายปริมาณการสั่งซื้อสินค้าในรูปแบบใหม่ ๆ ให้เพิ่มขึ้นจากเดิม นอกจากนี้ในส่วนของการขายสินค้าภายในประเทศ ทางบริษัทจะเน้นการขยายจำนวนสาขาของโชว์รูม และการเติบโตไปพร้อมกับจำนวนสาขาของลูกค้าในกลุ่มร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ (Modern Trade) ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

ในส่วนของการผลิตเฟอร์นิเจอร์ของบริษัท ขณะนี้บริษัทมีโรงงานที่ใช้เป็นฐานในการผลิตรวม 2 แห่ง ซึ่งแบ่งออกเป็น ส่วนของสำนักงานใหญ่ และสาขาที่ 1 ดังนี้

1. สำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 37/9 หมู่ที่ 10 ถนนบ้านบึง – แกลง ตำบลทางเกวียน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง โดยในส่วนของโรงงานแห่งนี้ จะประกอบด้วยอาคารที่ใช้เป็นส่วนประกอบในการผลิตทั้งหมด 10 อาคาร โดยแบ่งออกเป็น

1. อาคารผลิตเฟอร์นิเจอร์ 5 อาคาร
2. โกดังเก็บสต็อกสินค้าสำเร็จรูปเพื่อเตรียมส่งมอบ 2 อาคาร
3. อาคารเตรียมวัตถุดิบ ได้แก่ อาคารโรงปัดผิว และจัดชุดน็อต สกรู (พีดตึง) 1 อาคาร
4. อาคารเก็บสต็อกไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด 1 อาคาร
5. อาคารแพ็กกิ้งสินค้า 1 อาคาร

ในส่วนสำนักงานใหญ่นี้ จะเดินสายการผลิตเฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดเท่านั้น

2. สาขาที่ 1 ตั้งอยู่เลขที่ 29/1 – 2 หมู่ที่ 3 ซอยขงโค – ชุมชุมโน ตำบลวังจันทร์ อำเภอวังจันทร์ จังหวัดระยอง โดยในส่วนของโรงงานแห่งนี้ จะประกอบด้วยอาคารที่ใช้เป็นส่วนประกอบในการผลิตทั้งหมด 7 อาคาร โดยแบ่งออกเป็น

1. อาคารผลิตเฟอร์นิเจอร์ 4 อาคาร
2. โรงเลื่อย โรงอบไม้ยางพาราแปรรูป 1 อาคาร
3. โกดังเก็บสต็อกสินค้าสำเร็จรูปเพื่อเตรียมส่งมอบ 1 อาคาร
4. อาคารผลิตกระดาษปิดผิว 1 อาคาร

ในส่วนของโรงงานแห่งนี้จะเดินสายการผลิตเฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับโรงเลื่อย โรงอบไม้ยางพาราแปรรูป โรงผลิตและประกอบเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา และโรงผลิตกระดาษปิดผิวเท่านั้น

บริษัทมีรูปแบบการเปิดเดินสายการผลิตเครื่องจักรในแต่ละวัน แบ่งออกได้ ดังนี้

- ตั้งแต่เวลา 08.00 – 17.00 น. คือ 1กะ
- ตั้งแต่เวลา 08.00 – 20.00 น. (รวมจำนวนชั่วโมงการทำงานล่วงเวลา (OT) 3 ชั่วโมง ตั้งแต่เวลา 17.00 – 20.00 น.)
- ตั้งแต่เวลา 08.00 – 24.00 น. (รวมจำนวนชั่วโมงการทำงานล่วงเวลา (OT) 6 ชั่วโมง ตั้งแต่เวลา 17.00 – 24.00 น. ก่อนหักชั่วโมงพักพิเศษเวลา 17.00 – 18.00 น. เป็นเวลา 1 ชั่วโมง)

ทั้งนี้ ปัจจุบันบริษัทยังไม่มีเปิดดำเนินการผลิตตลอด 24 ชั่วโมง

กำลังการผลิตเต็มที่และกำลังการผลิตจริงในปัจจุบัน

กำลังการผลิต	กำลังการผลิต ไม้ยางพาราแปรรูป อบแห้ง (ลูกบาศก์เมตรต่อปี)	กำลังการผลิต เฟอร์นิเจอร์ ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด (ลูกบาศก์เมตรต่อปี)	กำลังการผลิต เฟอร์นิเจอร์ไม้ ยางพารา (ลูกบาศก์เมตรต่อปี)	กำลังการผลิต กระดาษ (เมตรต่อปี)
กำลังการผลิตเต็มที่	8,700	95,000	7,900	24,000,000

กำลังการผลิต	กำลังการผลิต ไม้ยางพาราแปรรูป อบแห้ง (ลูกบาศก์เมตรต่อปี)	กำลังการผลิต เฟอร์นิเจอร์ ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด (ลูกบาศก์เมตรต่อปี)	กำลังการผลิต เฟอร์นิเจอร์ไม้ ยางพารา (ลูกบาศก์เมตรต่อปี)	กำลังการผลิต กระดาษ (เมตรต่อปี)
กำลังการผลิตจริงใน ปัจจุบัน	7,500	43,029	5,450	14,241,150
อัตราการใช้กำลังการผลิต ในปัจจุบัน	ร้อยละ 86.20	ร้อยละ 45.29	ร้อยละ 68.98	ร้อยละ 59.34

หมายเหตุ : ในส่วนของกำลังการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด และเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา ขณะนี้เครื่องจักรได้เดินกำลังเต็มประสิทธิภาพและกำลังแรงงานที่มีอยู่ในขณะนี้แล้ว

รายละเอียดเครื่องจักร อุปกรณ์ ที่ใช้ในการผลิต โดยแบ่งแยกตามกระบวนการผลิต

1. การผลิตไม้ยางพาราแปรรูป ประกอบด้วย

เครื่องจักร อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต	กำลังการผลิต
1. โต๊ะเลื่อยไม้ซุง	โดยเฉลี่ย 900 – 1,000 คิวบิกฟุต / วัน สำหรับ ระยะเวลาการผลิตตั้งแต่เวลา 08.00 – 17.00 น.
2. ถังอัดน้ำยาความดันสูง เพื่อป้องกันมอด และปลวก	โดยเฉลี่ย 70 – 80 คิวบิกฟุต สำหรับการอบ 45 นาที ต่อรอบ โดยจะอบประมาณ 8 – 9 รอบต่อวัน
3. เตาอบ	จำนวน 8 เตา โดยสามารถบรรจุได้ 850 - 1,000 คิวบิกฟุตต่อวัน
4. บอยเลอร์ โดยใช้ฟืน และเศษไม้ที่เหลือทิ้งจากกระบวนการผลิตเป็นเชื้อเพลิง	

2. การผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา ประกอบด้วย

เครื่องจักร อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต
1. โต๊ะตัดไม้ตามขนาดที่กำหนดเพื่อเตรียมวัตถุดิบ
2. เครื่องจักร CNC เพื่อตัด เจาะไม้ ตามรูปแบบ และขนาดที่กำหนดเพื่อเตรียมชิ้นรูป โดยใช้ เทคโนโลยีจากประเทศญี่ปุ่น และได้วัน
3. เครื่องไสไม้ เครื่องขัด
4. อุปกรณ์การพ่นสี

ปริมาณการผลิตของเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา ในช่วงที่ผ่านมา

หน่วย : ตัว

ประเภทสินค้า	ปริมาณการผลิต		
	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556
โต๊ะรับประทานอาหาร (Dining Table)	18,164	8,656	9,237
เก้าอี้รับประทานอาหาร (Dining Chair)	69,488	189,935	187,710
ม้านั่งยาว (Bench)	4,237	6,835	5,869
เตียง (Bed)	400	47	203
ตู้เอนกประสงค์ (Buffet + Hutch)	1,842	292	-
รถเข็น (Wagon)	600	223	310
ชั้นวางของ (Shelf)	600	332	3,120
รวมปริมาณการผลิต	95,331	206,320	206,449

3. การผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด ประกอบด้วย

เครื่องจักร อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต
1. โต๊ะตัดไม้ตามขนาดที่กำหนดเพื่อเตรียมวัตถุดิบ
2. เครื่องจักรสำหรับใช้ในการปิดกระดาษปิดผิวไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด
3. เครื่องจักร CNC เพื่อตัด เจาะไม้ ตามรูปแบบ และขนาดที่กำหนดเพื่อเตรียมชิ้นรูปร่าง โดยใช้เทคโนโลยีจากประเทศเยอรมัน

ปริมาณการผลิตของเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด ในช่วงที่ผ่านมา

หน่วย : ตัว

ประเภทสินค้า	ปริมาณการผลิต		
	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556
ชั้นวางของเอนกประสงค์	1,800,067.00	2,039,574	2,454,721
ตู้เอนกประสงค์ / ตู้โชว์	719,063.00	595,465	336,895
ตู้สำหรับใส่รองเท้า	48,320.00	75,127	76,273
ตู้เสื้อผ้า	23,600.00	83,961	34,699
ชั้นวางทีวี (ตัว)	73,616.00	63,477	54,824
โต๊ะคอมพิวเตอร์ / โต๊ะทำงาน	45,656.00	47,656	81,465
โต๊ะเครื่องแป้ง / เตียง	-	-	6,487
รวมปริมาณการผลิต	2,710,322.00	2,905,260	3,045,364

4. การผลิตกระดาษปิดผิว ประกอบด้วย

เครื่องจักร อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต	กำลังการผลิต
1. เครื่องจักรสำหรับพิมพ์ลายกระดาษฟอยล์ โดยใช้เทคโนโลยีจากประเทศญี่ปุ่น และประเทศจีน รวม 2 สายการผลิต	เครื่องจักรสามารถเดินเครื่องเพื่อพิมพ์ลายได้ 24,000,000 เมตรต่อปี
2. เครื่องตรวจสอบคุณภาพของกระดาษปิดผิว	

ปริมาณการผลิตกระดาษปิดผิว ในช่วงที่ผ่านมา

หน่วย : เมตร

ขนาดกระดาษ	ปริมาณการผลิต		
	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556
30 แกรม	8,491,685	10,794,298	11,808,900.00
45 แกรม	1,312,552	964,350	1,584,400.00
60 แกรม	825,994	80,450	458,000.00
65 แกรม	557,400	1,212,530	389,850.00
รวมปริมาณการผลิต	11,187,631	13,051,628	14,241,150.00

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตสินค้าของบริษัทมีทั้งหมดดังต่อไปนี้

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต	สัดส่วนการสั่งซื้อเมื่อเทียบกับมูลค่าการสั่งซื้อวัตถุดิบทั้งหมด (ร้อยละ)	แหล่งที่มาของวัตถุดิบ
1. ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด	40.33	สั่งซื้อจากภายในประเทศ
2. สี	9.99	สั่งซื้อจากภายในประเทศ
3. วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ (ฟิตติ้ง) (อาทิ มือจับ บานพับ รางลิ้นชัก กุญแจ ล็อค กระดาษ)	9.90	สั่งซื้อจากภายในประเทศ
4. กล้อง	8.01	สั่งซื้อจากภายในประเทศ
5. ไม้ยางพาราท่อน	7.92	สั่งซื้อจากภายในประเทศ
6. อุปกรณ์อื่น ๆ ได้แก่ โฟม โฟมซีล กระดาษทราย และวัสดุสิ้นเปลือง)	5.07	สั่งซื้อจากภายในประเทศ
7. กระดาษ	3.87	สั่งซื้อจากต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่
8. วัสดุ PVC ปิดขอบ	3.64	สั่งซื้อจากภายในประเทศ
9. กาว	3.23	สั่งซื้อจากภายในประเทศ

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต	สัดส่วนการสั่งซื้อเมื่อเทียบกับมูลค่าการสั่งซื้อวัตถุดิบทั้งหมด (ร้อยละ)	แหล่งที่มาของวัตถุดิบ
10. ไม้แผ่น/ไม้หน้าโต๊ะ/ไม้วีเนียร์/ไม้อัดประสาน	3.58	สั่งซื้อจากภายในประเทศ
11. ฟองน้ำ	0.10	สั่งซื้อจากภายในประเทศ
12. หนังเทียม (พีวีซี)	0.40	สั่งซื้อจากภายในประเทศ
13. เบาะ	3.96	สั่งซื้อจากภายในประเทศ
รวม	100.00	

ที่มา : ข้อมูลจากบริษัท โดยสัดส่วนคำนวณจากที่เกิดขึ้นจริงในช่วงปี 2556

ในการสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายในแต่ละราย บริษัทไม่ได้มีการจัดทำสัญญาซื้อขายแต่อย่างใด ในการสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายในแต่ละราย ฝ่ายจัดซื้อจะจัดทำข้อมูลเปรียบเทียบเงื่อนไขของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายปีละ 2 ครั้ง จะจัดทำและทบทวนข้อมูลโดยเปรียบเทียบในช่วงเดือนธันวาคม เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลสำหรับการสั่งซื้อในช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนมิถุนายน และในช่วงเดือนมิถุนายน เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลสำหรับการสั่งซื้อในช่วงเดือนกรกฎาคมถึงเดือนธันวาคม ทั้งนี้บริษัทมีนโยบายการกระจายการสั่งซื้อ และจะลดสัดส่วนการสั่งซื้อหากพบว่า เริ่มมีการสั่งซื้อวัตถุดิบกับผู้จัดจำหน่ายรายใดรายหนึ่งมากเกินไป ในปัจจุบันบริษัทไม่มีการพึ่งพิงผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายรายใดเกินกว่าร้อยละ 30 ของยอดการสั่งซื้อวัตถุดิบทั้งหมด และบริษัทไม่มีการสั่งซื้อวัตถุดิบกับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งแต่อย่างใด

3. ปัจจัยความเสี่ยง

3.1 ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

1. ความเสี่ยงจากการแข่งขันในอุตสาหกรรม

ปัจจุบันประเทศไทยมีผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์รายใหญ่รวม 4 ราย (ไม่รวมบริษัท) ซึ่งผู้ประกอบการรายใหญ่ทั้ง 4 รายดังกล่าวมีรายได้รวมจากการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ต่อปีคิดเป็นมูลค่าโดยประมาณกว่า 20,000 ล้านบาท ซึ่งหากพิจารณาเปรียบเทียบลักษณะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของผู้ประกอบการดังกล่าว จะพบว่าไม่ใช่กลุ่มลูกค้าเดียวกันกับบริษัท กล่าวคือ ผู้ประกอบการ 2 ใน 4 ราย ดำเนินธุรกิจในลักษณะร้านค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์ขนาดใหญ่ที่จำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของตนเอง และจำหน่ายสินค้าไปยังผู้ใช้เฟอร์นิเจอร์โดยตรง (End-user) ผ่านการเปิดสาขา ในขณะที่อีกรายหนึ่งเน้นการผลิตสินค้าเฟอร์นิเจอร์แบบครบวงจรที่ครอบคลุมเกือบทุกประเภทเฟอร์นิเจอร์ โดยมีการจำหน่ายสินค้าผ่านโชว์รูม และลูกค้าโครงการอสังหาริมทรัพย์ต่าง ๆ อาทิ โครงการอาคารสำนักงาน โครงการที่อยู่อาศัยในแนวราบและแนวสูง โรงแรม และโรงพยาบาล เป็นต้น ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า ผู้ประกอบการทั้ง 3 ราย ไม่ได้เป็นคู่แข่งโดยตรงของบริษัท เนื่องจากบริษัทมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือ ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ (Modern Trade) ได้แก่ Tesco Lotus, Big C Home Pro และ Mega Home ซึ่งเน้นการผลิตและจำหน่ายตามคำสั่งซื้อของลูกค้า (Made to order) และส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศเป็นหลัก และหากพิจารณาผู้ประกอบการอีกรายหนึ่งจะพบว่าปัจจุบันกิจการดังกล่าวผลิตเฟอร์นิเจอร์เพื่อรองรับคำสั่งซื้อจากผู้ค้าปลีกรายใหญ่รายเดียวเป็นหลัก ซึ่งผู้ค้าปลีกรายใหญ่นี้ดังกล่าวไม่ได้เป็นลูกค้าเป้าหมายของบริษัท และหากพิจารณาถึงผู้ผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ ที่มีกลุ่มลูกค้าเป็นร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ (Modern Trade) เหมือนกับบริษัท ปัจจุบันมีเพียง 4 รายที่มีสินค้าวางจำหน่ายในร้านค้าปลีกรายใหญ่นี้ดังกล่าว แต่เนื่องจากผู้ผลิตทั้ง 4 ราย เป็นโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ขนาดกลางถึงเล็กที่มีความสามารถในการรับคำสั่งซื้อจำกัด และไม่มีผู้ประกอบการรายใดที่มียอดขายใกล้เคียงกับบริษัท

สำหรับการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม่ปาร์ติเคิลบอร์ดผ่านร้านค้าส่งและร้านค้าปลีกรายย่อย (Dealer) ซึ่งได้แก่ร้านขายเฟอร์นิเจอร์รายย่อยทั่วไป ภายใต้ตราสินค้า “COSTA” บริษัทมีวัตถุประสงค์ในการจำหน่ายผ่านช่องทางดังกล่าวเพื่อบริหารจัดการ สินค้าคงเหลือที่มีให้เกิดประสิทธิภาพ โดยไม่ถือเป็นรายได้จากการขายหลักของบริษัท ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าแม้จะเป็นการขายผ่านร้านค้าส่งและร้านค้าปลีกรายย่อย แต่ร้านค้ารายย่อยดังกล่าวไม่ได้ถือเป็นคู่แข่งของบริษัท แต่อย่างใด ดังนั้น จากที่กล่าวมาข้างต้น สำหรับการแข่งขันภายในประเทศ บริษัทมีความมั่นใจว่าไม่มีผู้ประกอบการรายใดเป็นคู่แข่งของบริษัท เนื่องจากมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายไม่ตรงกัน

หากพิจารณาคู่แข่งจากต่างประเทศ จะมีเพียงรายเดียวที่มีลักษณะการดำเนินธุรกิจใกล้เคียงกับบริษัท รวมถึงมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในต่างประเทศเป็นกลุ่มเดียวกัน คือ HEVEA PAC Malaysia SDN BHD ประเทศมาเลเซีย แต่ด้วยการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ซื้อ รวมถึงการให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้า ควบคู่ไปกับการผลิตที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามปริมาณที่ต้องการได้ จึงทำให้ลูกค้าต่างประเทศส่วนใหญ่ยังคงสั่งซื้อสินค้ากับบริษัทมาอย่างต่อเนื่องกว่า 10 ปี แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทได้ตระหนักถึงความเสี่ยงจากการแข่งขันที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต จึงมีแผนที่จะขยายกลุ่มลูกค้าต่างประเทศไปยังลูกค้ารายใหม่ ได้แก่ กลุ่มประเทศกำลังพัฒนาที่มีปริมาณความต้องการเฟอร์นิเจอร์เพิ่มขึ้นและมีการแนวโน้มขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง อาทิ ประเทศฟิลิปปินส์ อินเดีย กลุ่มประเทศแถบตะวันออกกลาง ทั้งนี้ เพื่อลดผลกระทบจากการแข่งขันดังกล่าว

2. ความเสี่ยงจากการแข่งขันของผู้ประกอบการรายใหม่และการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

บริษัทจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ให้กับลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีสัดส่วนการจำหน่ายในประเทศและส่งออกต่างประเทศในงวดบัญชีปี 2555 คิดเป็นร้อยละ 38.18 และร้อยละ 61.82 ของรายได้จากการขาย และในงวดบัญชีปี 2556 คิดเป็นร้อยละ 36.88 และร้อยละ 63.12 ของรายได้จากการขาย ตามลำดับ ซึ่งข้อมูลการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในประเทศที่มีการหันมาซื้อที่อยู่อาศัยแนวสูงหรือคอนโดมิเนียมในเมืองเพื่อลดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และการมีค่านิยมของผู้ใช้เฟอร์นิเจอร์ส่วนใหญ่ที่เริ่มมีมุมมองต่อเฟอร์นิเจอร์ในที่พักอาศัยหรือสถานที่ทำงานเป็นสินค้าแฟชั่นมากขึ้น จึงทำให้ปริมาณความต้องการซื้อเฟอร์นิเจอร์มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากการเปิดสาขาของผู้ผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์รายใหญ่ในประเทศที่ในปี 2556 และแนวโน้มการขยายสาขาในปี 2557 ยังคงมีการเปิดตัวสาขาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจากแนวโน้มการเติบโตดังกล่าว อาจทำให้มีผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีเงินทุนเพียงพอ สนใจที่จะลงทุนในธุรกิจผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ การเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 ยังอาจส่งผลกระทบกับผลการดำเนินงานของบริษัท เนื่องจากจะทำให้สินค้าของประเทศสมาชิกอาเซียนซึ่งปัจจุบันมีทั้งหมด 10 ประเทศ ได้แก่ ไทย พม่า มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ เวียดนาม ลาว กัมพูชา และบรูไน สามารถเข้าสู่ประเทศไทยได้โดยไม่มีภาระภาษี อีกทั้งบริษัทอาจได้รับความเสี่ยงจากผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ราคาต่ำที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ซึ่งจะมีผลทำให้บริษัทจำเป็นต้องแข่งขันมากขึ้น โดยผลจากการเข้ามาดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการรายใหม่และการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนดังกล่าว อาจทำให้เกิดการแข่งขันด้านราคา ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อรายได้และผลการดำเนินงานของบริษัทในอนาคตได้ บริษัทเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นดังกล่าว โดยการปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิต ควบคู่ไปกับการขยายฐานลูกค้าไปยังลูกค้ารายใหม่ทั้งในประเทศและต่างประเทศมากขึ้น รวมถึงมีแผนที่จะพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเน้นการแข่งขันด้านคุณภาพสินค้าและการกำหนดราคาที่สามารถแข่งขันได้เป็นสำคัญ นอกจากนี้ ด้วยความได้เปรียบจากการบริหารต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ ทำให้บริษัทสามารถกำหนดราคาที่แข่งขันได้ และด้วยคุณภาพสินค้าที่เป็นที่ยอมรับจากลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศมายาวนานกว่า 10 ปี จึงทำให้บริษัทมั่นใจว่าจะได้รับผลกระทบจากความเสี่ยงดังกล่าวค่อนข้างน้อย

3. ความเสี่ยงจากการผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัทมีการจำหน่ายสินค้าไปยังลูกค้าต่างประเทศ โดยกำหนดเงื่อนไขการชำระค่าสินค้าเป็นสกุลดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งในงวดบัญชีปี 2555 และงวดบัญชีปี 2556 บริษัทมีสัดส่วนการจำหน่ายสินค้าไปยังต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 61.82 และร้อยละ 63.12 ของรายได้จากการขาย ตามลำดับ นอกจากนี้ บริษัทมีการนำเข้าวัตถุดิบเพื่อผลิตกระดาดปิดผิวจากต่างประเทศ โดยในงวดบัญชีปี 2555 และงวดบัญชีปี 2556 บริษัทมีสัดส่วนการสั่งซื้อวัตถุดิบดังกล่าวคิดเป็นร้อยละ 4.11 และร้อยละ 3.82 ของมูลค่าการสั่งซื้อวัตถุดิบรวม ดังนั้น บริษัทจึงอาจได้รับความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อกำไรสุทธิของบริษัทได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทได้เตรียมเครื่องมือทางการเงินสำหรับป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นดังกล่าว โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทมีวงเงินซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) กับสถาบันการเงิน 2 แห่ง เป็นจำนวนเงินรวมประมาณ 4.00 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นเงินบาทจำนวนรวมประมาณ 121.60 ล้านบาท เพื่อลดผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตได้ในระดับหนึ่ง นอกจากนี้ บริษัทยังติดตามข่าวสารและการเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนอย่างใกล้ชิด

ตลอดเวลา เพื่อประเมินสถานการณ์และหาทางป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นผ่านการใช้วงเงิน Forward Contract จึงเป็นการลดปัญหาและความเสียหายจากอัตราแลกเปลี่ยนที่อาจเกิดขึ้นได้

4. ความเสี่ยงจากการไม่มีสัญญาซื้อขายสินค้าในระยะยาว

บริษัทจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์สำเร็จรูปผ่านรูปแบบการจำหน่ายหลัก 2 แบบคือ การผลิตและจำหน่ายตามคำสั่งซื้อของลูกค้า (Made to Order) และการผลิตและจำหน่ายโดยใช้ตราสินค้าของบริษัท ได้แก่ ตราสินค้า “Leaf” สำหรับจำหน่ายใน Home Pro ตราสินค้า “Muse” สำหรับจำหน่ายใน Tesco Lotus ตราสินค้า “Fur Direct” สำหรับจำหน่ายใน Big C ตราสินค้า “a7” สำหรับจำหน่ายใน Mega Home และตราสินค้า “Elega” สำหรับจำหน่ายในพื้นที่เช่าใน Index Living Mall โดยในงวดบัญชีปี 2555 และงวดบัญชีปี 2556 บริษัทจำหน่ายสินค้าในลักษณะผลิตตามคำสั่งซื้อเท่ากับ 658.24 ล้านบาท และ 740.34 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 65.01 และร้อยละ 66.13 ของยอดจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ตามลำดับ และมีมูลค่าการจำหน่ายสินค้าโดยใช้ตราสินค้าของบริษัทเท่ากับ 301.63 ล้านบาท และ 283.76 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 29.79 และร้อยละ 25.35 ของยอดจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ ตามลำดับ ซึ่งการจำหน่ายสินค้าในรูปแบบการผลิตตามคำสั่งซื้อ ถือเป็นรูปแบบการจำหน่ายหลักของบริษัท โดยบริษัทจะได้รับแผนการสั่งซื้อจากลูกค้ารายใหญ่ในประเทศทุกปี ในขณะที่ลูกค้าต่างประเทศจะเป็นการสั่งซื้อตามใบสั่งซื้อ โดยทั้งลูกค้าในประเทศและต่างประเทศไม่มีการทำสัญญาซื้อขายสินค้าในระยะยาว ดังนั้น บริษัทจึงอาจได้รับความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของปริมาณการสั่งซื้อของลูกค้าเนื่องจากไม่มีการทำสัญญาซื้อขายสินค้าระยะยาว กล่าวคือลูกค้าอาจลดปริมาณคำสั่งซื้อ หรือไม่สั่งซื้อสินค้าในอนาคตได้ ซึ่งเหตุการณ์ดังกล่าว อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทและผลกำไรของกิจการ

ในธุรกิจผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์สำเร็จรูป การสั่งซื้อของกลุ่มลูกค้า Made to Order จะมีการสั่งซื้อสินค้าโดยพิจารณากำหนดแผนการสั่งซื้อจากยอดการสั่งซื้อในปีที่ผ่านมา ควบคู่ไปกับการคาดการณ์ยอดขายในปีนั้น ๆ โดยไม่ทำสัญญาผูกมัดการสั่งซื้อในระยะยาว ซึ่งถือเป็นรูปแบบการสั่งซื้อปกติที่ใช้เป็นการทั่วไปสำหรับธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ที่ผู้ซื้อจำเป็นต้องบริหารสินค้าคงเหลือให้สอดคล้องกับความต้องการซื้อในปีนั้น ๆ และเนื่องจากสินค้าของบริษัทมีคุณภาพในการผลิต รวมถึงการกำหนดราคาที่เหมาะสม และการส่งมอบสินค้าที่ตรงตามกำหนดเวลา จึงทำให้ลูกค้ากลุ่ม Made to Order ของบริษัททั้งหมด ยังคงมียอดสั่งซื้อสินค้ากับบริษัทอย่างต่อเนื่องนานกว่า 10 ปี

3.2 ความเสี่ยงด้านการผลิต

1. ความเสี่ยงเกี่ยวกับวัตถุดิบ

● ความเสี่ยงจากการขาดแคลนวัตถุดิบ

ในงวดบัญชีปี 2555 และงวดบัญชีปี 2556 บริษัทมีสัดส่วนการสั่งซื้อไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด คิดเป็นร้อยละ 43.53 และร้อยละ 40.33 ของยอดสั่งซื้อวัตถุดิบรวม โดยบริษัทไม่มีการทำสัญญาซื้อขายกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบรายใดรายหนึ่งโดยเฉพาะ ดังนั้น บริษัทจึงอาจได้รับความเสี่ยงจากการจัดหาวัตถุดิบหากผู้จำหน่ายไม่สามารถจำหน่ายวัตถุดิบให้กับบริษัทได้อย่างเพียงพอ หรือลดการจำหน่ายวัตถุดิบให้กับบริษัท แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทตระหนักถึงประเด็นความเสี่ยงดังกล่าว และได้มีการป้องกันความเสี่ยงจากการจัดหาวัตถุดิบ โดยการสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้จำหน่ายรายใหญ่ที่มีศักยภาพด้านการผลิตรวม 7 ราย ควบคู่ไปกับการรักษาความสัมพันธ์อันดีกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบมาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจำนวนผู้จำหน่ายวัตถุดิบกว่าร้อยละ 80 ของจำนวนผู้จำหน่ายวัตถุดิบหลัก มีการขายวัตถุดิบให้กับบริษัทมาเป็นเวลานาน

มากกว่า 7 ปี ดังนั้น ความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นดังกล่าวจึงมีโอกาสน้อยและที่ผ่านมามีบริษัทยังไม่เคยประสบปัญหาดังกล่าวแต่อย่างใด

- ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ของบริษัทได้แก่ ไม้ยางพารา โดยการปลูกไม้ยางพาราของเกษตรกรผู้ปลูก มีวัตถุประสงค์เพื่อกรีดน้ำยางไปทำยางแผ่นเพื่อจำหน่าย ซึ่งต้นยางถือเป็นผลพลอยได้จากการปลูกยาง เนื่องจากเมื่อต้นยางมีอายุมากขึ้น น้ำยางจะลดลง จึงตัดโค่นไม้ยางมาจำหน่าย ซึ่งภายหลังการปิดป่าทำให้ไม้ยางพาราเป็นหนึ่งในไม้ที่ได้รับความนิยมมากขึ้น โดยเฉพาะในธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์เพื่อจำหน่าย เนื่องจากไม้ยางพาราเป็นไม้ที่มีลักษณะลำต้นกลม มีความสูงปานกลาง เนื้อไม้มีสีขาวอมเหลืองและจะเปลี่ยนเป็นสีขาวเมื่ออบแห้งแล้ว ซึ่งเหมาะแก่การนำมาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ เนื่องจากสามารถนำมาปรับสีเนื้อไม้ให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าได้ ดังนั้น หากมีปริมาณความต้องการไม้ยางพารามากขึ้น ย่อมส่งผลกระทบต่อต้นทุนไม้ยางอันจะนำมาซึ่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของกิจการได้ อย่างไรก็ตามราคาไม้ยางพาราในปัจจุบันมีแนวโน้มปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง

2. ความเสี่ยงจากการขาดแคลนแรงงาน

บริษัทดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์และกระดาดปิดผิว ซึ่งแรงงานด้านการผลิตถือเป็นส่วนสำคัญ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทมีพนักงานรวมทั้งสิ้น 772 คน แบ่งเป็นพนักงานประจำจำนวน 182 คน และลูกจ้างรายวันจำนวน 590 คน ซึ่งร้อยละ 76.42 ของจำนวนลูกจ้างรายวันทั้งหมดอยู่ในฝ่ายโรงงาน/ผลิต ซึ่งการมีแรงงานเป็นจำนวนมาก ย่อมส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตและความสามารถในการแข่งขันของกิจการ ประกอบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทมีแรงงานต่างด้าวคิดเป็นร้อยละ 61.92 ของลูกจ้างรายวันทั้งหมด ซึ่งบริษัทได้แจ้งขออนุญาตมีโควตาการจ้างแรงงานต่างด้าวจากสำนักงานจัดหางานจังหวัดระยอง ผ่านบริษัทจัดหางานที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมายให้ดำเนินธุรกิจส่งแรงงานไปทำงานต่างประเทศและได้รับการรับรองจากกระทรวงแรงงานของประเทศดังกล่าวแล้ว ซึ่งปัจจุบันแรงงานต่างด้าวทั้งหมดของบริษัท เป็นแรงงานต่างด้าวที่ได้รับการขึ้นทะเบียนอย่างถูกต้องตามกฎหมายเป็นที่เรียบร้อยแล้ว แต่อย่างไรก็ตาม เนื่องจากในระหว่างปี คนงานมีการเปลี่ยนงานรวมทั้งบริษัทมีการขยายธุรกิจอยู่ตลอดเวลา จึงอาจเกิดการหมุนเวียนของแรงงานเพิ่มขึ้น/ลดลง จนอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการผลิตได้ในบางช่วง ซึ่งบริษัทตระหนักถึงประเด็นความเสี่ยงดังกล่าว และกำหนดแนวทางป้องกันความเสี่ยงจากการขาดแคลนแรงงาน โดยมีการประสานงานกับบริษัทจัดหางานอย่างต่อเนื่อง เพื่อแจ้งให้ทราบถึงจำนวนลูกจ้างที่บริษัทต้องการในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งที่ผ่านมามีบริษัทยังไม่เคยประสบกับปัญหาดังกล่าว นอกจากนี้ บริษัทยังมีแผนที่จะปรับปรุงสายการผลิต ด้วยการนำเข้าเครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีทันสมัย เพื่อให้กระบวนการผลิตเป็นระบบอัตโนมัติ (Automatic System) มากขึ้น ซึ่งจะช่วยลดผลกระทบจากการขาดแคลนแรงงานที่อาจเกิดขึ้นได้ในระดับหนึ่ง

3.3 ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการ

1. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารหลัก

บริษัทเริ่มดำเนินธุรกิจจากการก่อตั้งโดยนายวัลลภ สุขสวัสดิ์ และขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่องผ่านการบริหารอย่างมืออาชีพของกลุ่มผู้บริหารในครอบครัวสุขสวัสดิ์ ซึ่งตลอดระยะเวลาการดำเนินธุรกิจมายาวนานกว่า 20 ปี ผู้บริหารหลักของบริษัทได้สร้างความน่าเชื่อถือให้กับกิจการ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าทั้งในและต่างประเทศมาโดยต่อเนื่อง ดังนั้น บริษัทจึงอาจได้รับความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารหลักของบริษัทในด้านการบริหารงาน ซึ่งหากมีการ

เปลี่ยนแปลงผู้บริหารหลักอาจจะส่งผลกระทบต่อการทำงานของ บริษัทได้ ทั้งนี้ บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว และได้สนับสนุนให้พนักงานของบริษัทมีบทบาทในการแสดงความคิดเห็นและปฏิบัติงานภายใต้อำนาจหน้าที่ที่กำหนดอย่างเต็มที่ รวมถึงผลักดันให้เกิดการทำงานเป็นทีมเพื่อสร้างศักยภาพและประสิทธิภาพในการทำงานให้เพิ่มขึ้น ภายใต้การพิจารณาผลตอบแทนอย่างเหมาะสมและเพียงพอ ควบคู่ไปกับการให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมพนักงานทุกระดับให้มีความรู้ความเข้าใจในการทำงานโดยเท่าเทียมและสม่ำเสมอ รวมทั้งได้ส่งเสริมและมอบหมายให้พนักงานมีตำแหน่งหน้าที่การงานที่สูงขึ้นเพื่อรองรับด้านการบริหารจัดการของบริษัท ดังนั้น บริษัทจึงมั่นใจว่าจะสามารถลดการพึ่งพิงการบริหารงานโดยผู้บริหารหลักได้ในอนาคต

2. ความเสี่ยงจากการมีกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ถือหุ้นมากกว่าร้อยละ 75

บริษัทมีกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่คือ กลุ่มสุขสวัสดิ์ ซึ่ง ณ วันที่ 27 ธันวาคม 2556 ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 66.19 ของทุนจดทะเบียนที่ออกและเรียกชำระแล้ว ซึ่งการถือหุ้นในสัดส่วนดังกล่าว อาจทำให้ผู้ถือหุ้นรายย่อยได้รับความเสี่ยงจากการที่ผู้ถือหุ้นรายใหญ่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายการบริหารงาน รวมถึงควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในวาระที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น

บริษัทมีคณะกรรมการตรวจสอบซึ่งเป็นกรรมการอิสระจำนวน 3 ท่าน จากจำนวนกรรมการทั้งหมด 8 ท่าน ซึ่งกรรมการตรวจสอบของบริษัททุกท่าน ล้วนแต่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นที่รู้จักและยอมรับในสังคม โดยกรรมการตรวจสอบหนึ่งท่านเข้าดำรงตำแหน่งเป็นประธานกรรมการบริษัท ซึ่งถือเป็นการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างความโปร่งใสในการบริหารจัดการของบริษัท นอกจากนี้ บริษัทได้ว่าจ้างบริษัท แอค-พลัส คอนซัลแตนท์ จำกัด เข้าทำหน้าที่เป็นหน่วยงานตรวจสอบภายในที่มีความเป็นอิสระจากฝ่ายจัดการและขึ้นตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ รวมทั้ง คณะกรรมการบริษัท ยังคำนึงถึงการให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยจะปฏิบัติตามแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดีอย่างเคร่งครัด ดังนั้น ด้วยโครงสร้างที่มีการตรวจสอบและถ่วงดุลดังกล่าว บริษัทจึงมั่นใจว่าผู้ถือหุ้นทุกท่าน รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียกับบริษัท จะได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียมกัน

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน	มูลค่าสุทธิ ณ 31 ธันวาคม 2556	การใช้ประโยชน์ในทรัพย์สิน
1. ที่ดิน	- ที่ดินโฉนดเลขที่ 22357, 29832, 47836, 55949, 61964 และ 55306 ตั้งอยู่ที่ตำบลทางเกวียน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง เนื้อที่รวม 43-0-37 ไร่ - ที่ดินโฉนดเลขที่ 78, 542 และ 743 ตั้งอยู่ที่ตำบลวังจันทร์ อำเภอวังจันทร์ จังหวัดระยอง เนื้อที่รวม 54-2-11 ไร่ - ที่ดินโฉนดเลขที่ 138570 และ 138571 ตั้งอยู่ที่อำเภอบึงคำพร้อย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี เนื้อที่รวม 1-0-3 ไร่	เป็นเจ้าของ	เป็นหลักประกันวงเงินสินเชื่อกับเจ้าหนี้สถาบันการเงิน 2 แห่ง วงเงินจำนวนรวม 482.96 ล้านบาท	96,635,097.00	- ที่ตั้งอาคารสำนักงานใหญ่และอาคารโรงงานและคลังสินค้า - ที่ตั้งอาคารโรงงานและคลังสินค้า - ที่ตั้งโชว์รูมและคลังสินค้าของบริษัท
2. ส่วนปรับปรุงที่ดิน		เป็นเจ้าของ	- ไม่มี -	5,275,854.58	ที่ตั้งอาคารสำนักงานใหญ่และอาคารโรงงานและคลังสินค้า
3. อาคาร	- อาคารสำนักงานใหญ่ โรงงาน และคลังสินค้า ตั้งอยู่เลขที่ 37/9 หมู่ 3 ถนนบ้านบึง-แกลง ตำบลทางเกวียน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง - อาคารสำนักงาน โรงงาน และคลังสินค้า ตั้งอยู่เลขที่ 29/1 หมู่ 3 ซอย ชงโค-ชุมชุมใน ตำบลวังจันทร์ อำเภอวังจันทร์ จังหวัดระยอง - อาคารสำนักงาน โชว์รูม และคลังสินค้า ตั้งอยู่เลขที่ 25/28 หมู่ 12 ตำบลบึงคำพร้อย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี	เป็นเจ้าของ	เป็นหลักประกันวงเงินสินเชื่อกับเจ้าหนี้สถาบันการเงิน 2 แห่ง วงเงินจำนวนรวม 450 ล้านบาท	96,219,879.19	ใช้เป็นอาคารสำนักงาน โรงงาน โชว์รูม และคลังสินค้า
4. ส่วนปรับปรุงอาคาร		เป็นเจ้าของ	- ไม่มี -	34,903,059.13	เพื่อใช้ในโรงงาน / สำนักงาน
5. เครื่องจักรและอุปกรณ์โรงงาน		เป็นเจ้าของ	เครื่องจักรบางส่วนเป็นหลักประกันวงเงินสินเชื่อกับเจ้าหนี้สถาบันการเงินแห่งหนึ่งรวมวงเงินจำนวนรวม 166.63 ล้านบาท	120,650,591.33	เพื่อใช้ในโรงงาน
6. ระบบไฟฟ้า		เป็นเจ้าของ	- ไม่มี -	795,988.17	เพื่อใช้ในโรงงาน / สำนักงาน
7. เครื่องตกแต่งติดตั้งและอุปกรณ์สำนักงาน		เป็นเจ้าของ	- ไม่มี -	5,770,524.81	เพื่อใช้ในโรงงาน / สำนักงาน
8. ยานพาหนะ		ทรัพย์สินภายใต้สัญญาเช่าซื้อ	- ไม่มี -	27,361,519.30	เพื่อใช้ในการติดต่อและการขนส่ง
9. เครื่องจักรระหว่างติดตั้ง			- ไม่มี -	886,433.19	เพื่อใช้ในโรงงาน
รวม				388,498,946.70	

สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทมีรายการสินทรัพย์ไม่มีตัวตนสุทธิเท่ากับ 4,011,808 บาท (สี่ล้านหนึ่งหมื่นหนึ่งพันแปดร้อยแปดบาท) โดยรายการดังกล่าวคือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์

สัญญาที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ**สัญญาเช่าและสัญญาบริการ**

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทมีสัญญาเช่าพื้นที่และสัญญาบริการกับผู้ให้เช่า 2 ราย เพื่อใช้เป็นที่ตั้งโชว์รูมสำหรับจำหน่ายสินค้าของบริษัทภายใต้ตราสินค้า “ELEGA” ดังนี้

ผู้ให้เช่าพื้นที่	ที่ตั้ง / พื้นที่เช่า	ระยะเวลาเช่า	การต่ออายุสัญญา
1. บริษัท อินเด็กซ์ ลิฟวิ่ง-มอลล์ จำกัด (Index Living Mall) (รายละเอียดเพิ่มเติมในหัวข้อ 2.11 รายการระหว่างกัน)	1) Index Living Mall สาขารังสิต : พื้นที่ 203.12 ตร.ม.	: 3 ปี : ตั้งแต่วันที่ 1 ก.ค. 55 : ถึงวันที่ 30 มิ.ย. 58	ก่อนวันสิ้นสุดสัญญาไม่น้อยกว่า 90 วัน หากบริษัทประสงค์ที่จะขอต่ออายุสัญญาเช่า จะต้องแจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบเพื่อพิจารณาต่ออายุสัญญา ทั้งนี้ ผู้ให้เช่ามีสิทธิแต่เพียงฝ่ายเดียวในการพิจารณาต่ออายุสัญญา และมีสิทธิที่จะปรับอัตราค่าเช่าและค่าบริการเพิ่มขึ้นได้ไม่เกินร้อยละ 10 ของอัตราค่าเช่าและค่าบริการตามสัญญาเช่าและสัญญาบริการ
	2) Index Living Mall สาขาบางนา : พื้นที่ 426.90 ตร.ม.	: 3 ปี : ตั้งแต่วันที่ 1 ก.พ. 56 : ถึงวันที่ 31 ม.ค. 59	
	3) Index Living Mall สาขามานูญครอง : พื้นที่ 119.18 ตร.ม.	: 3 ปี : ตั้งแต่วันที่ 26 พ.ย. 54 : ถึงวันที่ 25 พ.ย. 57	
	4) Index Living Mall สาขาเพชรเกษม : พื้นที่ 182.58 ตร.ม.	: 3 ปี : ตั้งแต่วันที่ 18 ก.พ. 55 : ถึงวันที่ 17 ก.พ. 58	
	5) Index Living Mall สาขาบางใหญ่ : พื้นที่ 132.20 ตร.ม.	: 2 ปี 6 เดือน 14 วัน : ตั้งแต่วันที่ 1 ต.ค. 53 : ถึงวันที่ 14 เม.ย. 56	
	6) Index Living Mall สาขารัตนาธิเบศร์ : พื้นที่ 108.00 ตร.ม.	: 3 ปี : ตั้งแต่วันที่ 20 พ.ย. 55 : ถึงวันที่ 19 พ.ย. 58	
	7) Index Living Mall สาขาชลบุรี : พื้นที่ 148.00 ตร.ม.	: 3 ปี : ตั้งแต่วันที่ 1 ก.ค. 54 : ถึงวันที่ 30 มิ.ย. 57	
	8) Index Living Mall สาขาพญา : พื้นที่ 87.00 ตร.ม.	: 1 ปี : ตั้งแต่วันที่ 27 ธ.ค. 55 : ถึงวันที่ 26 ธ.ค. 56	
	9) Index Living Mall สาขาเชียงใหม่ : พื้นที่ 113.00 ตร.ม.	: 3 ปี : ตั้งแต่วันที่ 1 ส.ค. 55 : ถึงวันที่ 31 ก.ค. 58	
	10) Index Living Mall สาขาราชพฤกษ์ : พื้นที่ 141.40 ตร.ม.	: 3 ปี : ตั้งแต่วันที่ 23 ก.พ. 55 : ถึงวันที่ 22 ก.พ. 58	
	11) Index Living Mall	: 3 ปี	

ผู้ให้เช่าพื้นที่	ที่ตั้ง / พื้นที่เช่า	ระยะเวลาเช่า	การต่ออายุสัญญา
	สาขาเกษตร – นวมินทร์ : พื้นที่ 173.00 ตร.ม.	: ตั้งแต่วันที่ 25 พ.ค. 55 ถึงวันที่ 24 พ.ค. 58	

ผู้ให้เช่าพื้นที่	ที่ตั้ง / พื้นที่เช่า	ระยะเวลาเช่า	การต่ออายุสัญญา
2. บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) (Home Pro)	1) Home Pro สาขาฉะเชิงเทรา : พื้นที่ 75.41 ตร.ม.	: 3 ปี : ตั้งแต่วันที่ 26 มี.ค. 54 ถึงวันที่ 25 มี.ค. 57	ก่อนวันสิ้นสุดสัญญาไม่น้อยกว่า 180 วัน หากบริษัทประสงค์ที่จะขอต่ออายุสัญญาเช่า จะต้องแจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบเพื่อพิจารณาต่ออายุสัญญา โดยผู้เช่ายินยอมให้ผู้ให้เช่าปรับค่าเช่าเพิ่มขึ้นโดยปรับเพิ่มได้ทุกๆ 3 ปี ในอัตราไม่เกินกว่าร้อยละ 20 ของค่าเช่าและค่าบริการในสัญญาปัจจุบัน
	2) Home Pro สาขานครปฐม : พื้นที่ 110.00 ตร.ม.	: 3 ปี : ตั้งแต่วันที่ 1 ส.ค. 54 ถึงวันที่ 31 ก.ค. 57	
	3) Home Pro สาขาสุพรรณบุรี : พื้นที่ 105.00 ตร.ม.	: 3 ปี : ตั้งแต่วันที่ 16 ก.ค. 54 ถึงวันที่ 15 ก.ค. 57	

เครื่องหมายการค้า

บริษัทมีตราสินค้ารวม 7 ตราสินค้า เพื่อใช้ในการจำหน่ายให้กับร้านค้าปลีกภายในประเทศ ซึ่งตราสินค้าจำนวนหนึ่งอยู่ระหว่างการแจ้งขอเปลี่ยนชื่อผู้ถือกรรมสิทธิ์ในตราสินค้าจากบริษัทที่เกี่ยวข้องภายหลังการจัดโครงสร้างกลุ่ม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตราสินค้า	ภาพตราสินค้า	ผู้ถือกรรมสิทธิ์ปัจจุบัน	ประเภทสินค้า
ตราสินค้าที่อยู่ระหว่างขั้นตอนการเปลี่ยนชื่อผู้ถือกรรมสิทธิ์			
ELEGA		ECD	ตู้ ชุดห้องนอน ชุดรับแขก ชุดโต๊ะเก้าอี้รับประทานอาหาร ตู้เอนกประสงค์
MUSE		ECD	ตู้ ชั้นวางของ โต๊ะ เก้าอี้
LEAF		ECI	ชุดห้องนอน ชุดรับแขก ชุดโต๊ะเก้าอี้รับประทานอาหาร ตู้เอนกประสงค์
ตราสินค้าที่อยู่ภายใต้กรรมสิทธิ์ของบริษัท			
COSTA		ECF	ตู้ โต๊ะ เก้าอี้

ตราสินค้า	ภาพตราสินค้า	ผู้ถือกรรมสิทธิ์ ปัจจุบัน	ประเภทสินค้า
a7		ECF	ตู้เอนกประสงค์ ตู้เสื้อผ้า ตู้ วางรองเท้า โต๊ะ เติ่ง
FUR DIRECT		ECF	ตู้เอนกประสงค์ ตู้เสื้อผ้า ตู้ วางรองเท้า โต๊ะ เติ่ง
VV Decor		VV Decor	สินค้าตกแต่งเฟอร์นิเจอร์

หมายเหตุ : - ปัจจุบันบริษัทอยู่ระหว่างขั้นตอนการขอเปลี่ยนแปลงผู้ถือกรรมสิทธิ์ในตราสินค้าจาก ECD และ ECI ซึ่งเป็นผู้ถือกรรมสิทธิ์ตรา
สินค้าเดิมก่อนการจัดโครงสร้างกลุ่ม ซึ่งขณะนี้ยังเป็นไปตามขั้นตอนการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า ตามพระราชบัญญัติ
เครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534

- ECD และ ECI ได้ลงนามในหนังสืออนุญาตให้บริษัทใช้ตราสินค้าโดยไม่มีเงื่อนไขแต่เพียงผู้เดียว และปราศจากค่าตอบแทนใดๆ
ตลอดระยะเวลาจนกว่าบริษัทจะดำเนินการเปลี่ยนแปลงผู้ถือกรรมสิทธิ์ในตราสินค้ามาเป็นของบริษัทอย่างถูกต้อง รวมทั้งระบุ
สิทธิ์ในการบอกเลิกหนังสืออนุญาตดังกล่าว โดยเป็นสิทธิ์ของบริษัทแต่เพียงผู้เดียว

นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทมีบริษัทย่อย 1 บริษัท ได้แก่ บริษัท วีวี-เดคคอร์ จำกัด โดยบริษัทถือหุ้นใน
บริษัทย่อยจำนวนทั้งหมด 9,950 หุ้น คิดร้อยละ 99.50 ของทุนจดทะเบียน มีมูลค่าเงินลงทุนด้วยวิธีราคาทุน รวมทั้งสิ้น
995,000 บาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.10 ของสินทรัพย์รวมตามงบการเงินเฉพาะบริษัท

ซึ่งในการพิจารณาการลงทุนในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วม รวมทั้งโครงการลงทุนแต่ละโครงการ บริษัทจะให้
ความสำคัญกับการพิจารณาการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องและเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทเป็นสำคัญ โดย
คำนึงถึงผลตอบแทนจากการลงทุน ความเสี่ยง และสภาพคล่องทางการเงินของบริษัทอย่างรอบคอบ ซึ่งการลงทุนดังกล่าว
จะต้องผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการบริษัท และที่ประชุมผู้ถือหุ้นตามขอบเขตอำนาจอนุมัติที่กำหนดไว้ และต้อง
ดำเนินการให้เป็นไปตามข้อกำหนดและประกาศของคณะกรรมการกำกับตลาดทุนและตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
รวมถึงกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยบริษัทจะควบคุมผ่านการส่งกรรมการ และ/หรือผู้บริหารของบริษัทเข้าไปเป็น
กรรมการ เพื่อควบคุมทิศทางและนโยบายการบริหารงานให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ปัจจุบันบริษัทไม่มีข้อพิพาททางด้านกฎหมายหรือคดีที่อาจจะมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทหรือบริษัทย่อยที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัทภาษาไทย	:	บริษัท อีสต์โคสต์เฟอร์นิเทค จำกัด (มหาชน)
ชื่อบริษัทภาษาอังกฤษ	:	East Coast Furnitech Public Company Limited (ECF)
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107555000449
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	:	ผู้ผลิตและจัดจำหน่าย เฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา กระดาษปิดผิว เพื่อใช้ประกอบในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ การผลิตและจำหน่ายไม้ยางพาราแปรรูป อบแห้ง การจัดจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ผ่านโชว์รูมสาขา และการให้บริการตัดแผ่นปิดขอบไม้ (พีวีซี)
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	37/9 หมู่ 10 ถนนบ้านบึง – แกลง ตำบลทางเกวียน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง 21110
ที่ตั้งสำนักงานสาขา	:	สาขาที่ 1 เลขที่ 29/1 หมู่ที่ 3 ซอยชงโค – ชุมชุมโน ตำบลวังจันทร์ อำเภอวังจันทร์ จังหวัดระยอง โดยสำนักงานแห่งนี้ใช้เป็นโรงงานผลิตและประกอบเฟอร์นิเจอร์ อีกแห่งหนึ่งของบริษัท รวมถึงสายการผลิตในส่วนของโรงเลื่อยไม้ยางพาราแปรรูปและอบแห้ง และผลิตกระดาษปิดผิวสำหรับใช้ในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ สาขาที่ 2 เลขที่ 25/28 หมู่ที่ 12 ตำบลบึงคำพร้อย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี โดยสำนักงานแห่งนี้ใช้เป็นส่วนของฝ่ายบริหารงานทั่วไป และโกดังเก็บสินค้า นอกจากนี้บริษัทยังมีสำนักงานสาขาที่จดทะเบียน สำหรับใช้เป็นโชว์รูมสำหรับจัดแสดงและจำหน่ายสินค้า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 รวมทั้งสิ้นอีก 14 แห่ง
โทรศัพท์	:	+66 38 671-361 และ +66 38 886-372-4
โทรสาร	:	+66 38 886-375
Home Page	:	www.ecf-furniture.com , www.elegathai.com
ทุนที่เรียกชำระแล้ว (ภายหลังการเสนอขายหุ้นครั้งนี้)	:	130,000,000 บาท (หนึ่งร้อยสามสิบล้านบาทถ้วน)
มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ	:	0.25 บาท (ยี่สิบห้าสตางค์)

บุคคลอ้างอิง

นายทะเบียนหลักทรัพย์

ชื่อนายทะเบียนหลักทรัพย์ : บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ที่ตั้ง : เลขที่ 62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ชั้น 4 และ
6 - 7 ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย
กรุงเทพมหานคร 10110
โทรศัพท์ : +66 2359-1200

ผู้สอบบัญชี

ชื่อผู้สอบบัญชี : นายเมธี รัตนศรีเมธา
ที่ตั้ง : บริษัท เอ็ม อาร์ แอนด์ แอสโซซิเอท จำกัด อาคารเจ้าพระยาทาว
เวอร์ ห้อง 706 เลขที่ 89 ซอยวัดสวนพลู ถนนเจริญกรุง แขวง
บางรัก เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500
โทรศัพท์ : +66 2630 7500 หรือ 0-2714-8842-3 หรือ 0-2185-0342
โทรสาร : +66 2630 7506 หรือ 0-2185-0225

ที่ปรึกษากฎหมาย

ชื่อที่ปรึกษากฎหมาย : นายฐานันดร เจริญฤทธิ / นายอำนาจ จำปาसार
ที่ตั้ง : สำนักกฎหมายกฤตธรรม เลขที่ 9 ซอยอินทามระ 7 ถนนสุทธิ
สารวินิจฉัย แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร
10400
โทรศัพท์ : +66 2279 3141
โทรสาร : +66 2616 6384