

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย หรือกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัท

บริษัท อีสต์โคสต์เฟอร์นิเทค จำกัด (มหาชน) (East Coast Furnitech Public Company Limited : ECF) (“บริษัท”) กำหนดวิสัยทัศน์และพันธกิจในการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

วิสัยทัศน์ (Vision)

“มุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำด้านธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ด้วยความเป็นเลิศในการบริหารและจัดการตามมาตรฐานสากล สู่ความพึงพอใจสูงสุด”

พันธกิจ

“เป็นผู้ประกอบการในธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ที่มีคุณภาพ และสามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ โดยยึดนโยบายการบริหารงานที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุด”

บริษัทกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจด้วยความมุ่งมั่นที่จะครองส่วนแบ่งทางการตลาดในอันดับ 1 ใน 5 ของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ของประเทศไทย ปัจจุบันบริษัทมีแนวโน้มการเติบโตของยอดขายในกลุ่มเฟอร์นิเจอร์ทั้งในส่วนไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดและไม้ยางพาราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยยอดขายที่เพิ่มขึ้นดังกล่าวเกิดจากการสั่งซื้ออย่างต่อเนื่องด้วยความเชื่อมั่นของกลุ่มลูกค้าในต่างประเทศ โดยเฉพาะในประเทศญี่ปุ่นที่ทางบริษัทมีการติดต่อซื้อขายกันมาเป็นเวลานานกว่า 10 ปี ด้วยความเชื่อมั่นดังกล่าวส่งผลให้อัตราการเติบโตในยอดขายของบริษัทมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องซึ่งรวมถึงปริมาณความต้องการเฟอร์นิเจอร์ในประเทศ และโอกาสในการขยายตลาดไปยังกลุ่มประเทศใหม่ที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นด้วยเช่นกัน ดังนั้นบริษัทจึงจำเป็นต้องวางแผนการขยายกำลังการผลิต การปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีความทันสมัย รวดเร็ว พร้อมรองรับปริมาณคำสั่งซื้อที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องได้ทันเวลา

สำหรับช่วงปี 2557 ที่ผ่านมา บริษัทมียอดขายคำสั่งซื้อจากลูกค้าต่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างมากจากกลุ่มลูกค้าในประเทศต่าง ๆ ได้แก่ บาเรน สหรัฐอเมริกา ซิลิ อินเดีย และฟิลิปปินส์ ซึ่งการเติบโตของรายได้จากการขายสำหรับกลุ่มลูกค้าเหล่านี้ ส่งผลให้โดยภาพรวมในส่วนของรายได้จากการส่งออกของบริษัทยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

สำหรับกลุ่มลูกค้าใหม่ บริษัทได้วางแผนเน้นการขยายตลาดไปสู่กลุ่มประเทศอื่น ๆ ที่มีปริมาณความต้องการผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์เพิ่มขึ้นและมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง อาทิเช่น ประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ประเทศแถบตะวันออกกลาง นอกจากนี้ในกลุ่มประเทศเดิมที่ทางบริษัทมีฐานลูกค้าอยู่แล้วในปัจจุบัน ทางทีมงานด้านการตลาดของบริษัทยังคงเน้นกลยุทธ์การขยายจำนวนลูกค้าในประเทศเดิมให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

สำหรับกลุ่มลูกค้าในประเทศ บริษัทจะมีการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ให้กับกลุ่มลูกค้าประเภท ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) สั่งซื้อโดยใช้ตราสินค้าของบริษัท ได้แก่ แบรนด์ MUSE ที่จำหน่ายให้กับเทสโก้ โลตัส แบรนด์ LEAF จำหน่ายให้กับโฮมโปร แบรนด์ Fur Direct จำหน่ายผ่านบิ๊กซี แบรนด์ เอ เซเว่น จำหน่ายผ่านเมกาโฮม และน้องใหม่ล่าสุดแบรนด์ CUBE เริ่มจำหน่ายผ่านไทวัสดุเมื่อช่วงปี 2557 ที่ผ่านมา การจำหน่ายผ่านไทรูม

ของบริษัทภายใต้แบรนด์ ELEGA และการจำหน่ายผ่านกลุ่มร้านค้าปลีกและร้านค้าส่งเฟอร์นิเจอร์ (Dealer) ทั่วประเทศ ซึ่งในรอบปี 2557 ที่ผ่านมา บริษัทยังคงสร้างรายได้จากการขายสำหรับกลุ่มลูกค้าในประเทศได้เติบโตอย่างต่อเนื่อง

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัทจดทะเบียนก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2542 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 6,000,000 บาท (หก ล้านบาทถ้วน) โดยในช่วงแรกมีวัตถุประสงค์ตั้งขึ้นเพื่อประกอบธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดแบบประกอบด้วยตนเอง 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 เดคคอร์ด 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 เดคคอร์ด 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 ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้

บริษัท	ลักษณะการดำเนินธุรกิจ
	ยางพาราที่ทางบริษัทเป็นผู้ผลิตเอง และเฟอร์นิเจอร์ไม้จริงที่สั่งซื้อมาทั้งจากในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศโดยจำหน่ายผ่านโชว์รูมที่เป็นพื้นที่เช่าของบริษัท
4. บริษัท วี - ชัท เดคคอร์ด จำกัด (VCD)	ผลิตและจำหน่ายกระดาดชนิดไม้ 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 โดยราคาซื้อขายอ้างอิงจากราคาประเมินที่ต่ำกว่า ซึ่งในขณะนั้นการจัดรูปแบบโครงสร้างดังกล่าว เป็นไปเพื่อคำนึงถึงประโยชน์ในการเตรียมตัวสำหรับเข้าเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai) การขจัดปัญหาการระหว่งกัน (Connected Transaction) ปัญหาความขัดแย้งทางผลประโยชน์ (Conflict of Interest) และเพื่อให้การดำเนินธุรกิจเกิดประสิทธิภาพสูงสุดเป็นสำคัญ นอกจากนี้ สาเหตุที่เลือกให้บริษัท อีสต์โคสต์ เฟอร์นิเทค จำกัด เป็นบริษัทหลักที่จะเตรียมตัวเพื่อเข้าเป็นบริษัทจดทะเบียนในขณะนั้น เนื่องจากมีรูปแบบการดำเนินธุรกิจหลักคือ การเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ประเภทไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด ซึ่งมีอัตราการเติบโตของรายได้จากการขายที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีรายได้จากการขายสูงสุดและมีผลการดำเนินงานที่ดีกว่าบริษัทอื่น ๆ ในกลุ่ม ประกอบกับยังมีช่วงเวลาที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน (BOI) เหลืออยู่ ในขณะที่บริษัทอื่นในกลุ่มได้ใช้สิทธิจากการส่งเสริมการลงทุนครบถ้วนตามกำหนดเวลา

ภายหลังจัดโครงสร้างการดำเนินธุรกิจใหม่ บริษัทจึงมีลักษณะการดำเนินธุรกิจครอบคลุมด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ผู้ผลิตและจำหน่ายไม้ยางพาราแปรรูปอบแห้ง เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา และบางส่วนจำหน่ายให้กับบุคคลภายนอก
2. ผู้ผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา
3. ผู้ผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด
4. ผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ (Trading) สำหรับเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราที่ทางบริษัทเป็นผู้ผลิตเอง และเฟอร์นิเจอร์ไม้จริงที่สั่งซื้อมาทั้งจากในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ
5. ผู้ผลิตส่วนตกแต่งเฟอร์นิเจอร์ ได้แก่ กระดาดชนิดไม้ และให้บริการตัดแผ่นปิดขอบไม้ (พีวีซี) เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด และเพื่อจำหน่ายให้กับบุคคลภายนอก

พัฒนาการที่สำคัญของบริษัทในช่วงที่ผ่านมา สรุปได้ดังนี้

- ปี 2535 : เริ่มจดทะเบียนก่อตั้งบริษัทแรกของ อีสต์โคสต์ กรุ๊ป ในนามของ บริษัท อีสต์โคสต์ อุตสาหกรรม จำกัด (ECI) เพื่อประกอบธุรกิจโรงเลื่อย โรงอบ และผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา ขึ้นที่บริเวณ ถนนบ้านบึง – แกลง ตำบลทางเกวียน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง
- ปี 2539 : - อีสต์โคสต์ กรุ๊ป เริ่มขยายธุรกิจไปสู่การเป็นผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา ไม่ปาร์ติเคิลบอร์ด โดยก่อตั้ง บริษัท อีสต์โคสต์ ดีไซน์ จำกัด (ECD) ขึ้นเป็นบริษัทที่ 2 เพื่อประกอบธุรกิจดังกล่าว โดยย้ายฐานการผลิตในส่วนของเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราจาก ECI มาที่ ECD
- ในปีเดียวกันนี้ อีสต์โคสต์ กรุ๊ป ได้เริ่มการส่งออกสินค้าไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และประเทศทางแถบยุโรปตะวันตก
- ปี 2541 : - อีสต์โคสต์ กรุ๊ป ได้เริ่มขยายธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไปยังตลาดภายในประเทศให้มากขึ้นกว่าเดิม โดยก่อตั้งตราสินค้า “ELEGA” เพื่อใช้เป็นตราสินค้าสำหรับเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราที่ทางบริษัทเป็นผู้ผลิตเองและเฟอร์นิเจอร์ไม้จริงที่สั่งซื้อจากในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ 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 Sattthakit Newspaper
- ปี 2542 : - ECD ได้รับการคัดเลือกจากกรมส่งเสริมการส่งออกให้ใช้สัญลักษณ์ตราสินค้าไทย “Thailand's Brand” เพื่อแสดงถึงการเป็นผลิตภัณฑ์ส่งออกที่มีคุณภาพสูง
- ECI ได้รับรางวัล “Prime Minister Award” จากกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งเป็นรางวัลที่มอบให้แก่ผู้ส่งออกที่มีผลการดำเนินงานดีเด่นและมีคุณภาพสินค้าอยู่ในระดับยอดเยี่ยม
- วันที่ 12 ตุลาคม ทาง อีสต์โคสต์ กรุ๊ป ได้ขยายการดำเนินธุรกิจโดยก่อตั้ง บริษัท อีสต์โคสต์ เฟอร์นิเทค จำกัด (ECF) ขึ้นเป็นบริษัทที่สาม ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 6,000,000 บาท (หก ล้านบาทถ้วน) แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 60,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เรียกชำระเต็มมูลค่าในปีเดียวกันนี้ เพื่อดำเนินธุรกิจโรงงานผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด 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 โดยได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จาก

การประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมเป็นระยะเวลา 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 เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตกระดาดสปริงเฟอร์นิเจอร์ เนื่องจาก ECF ผลิตเฟอร์นิเจอร์ปาร์ติเคิลบอร์ดเป็นจำนวนมาก ทำให้ต้องนำเข้าวัสดุสปริง จึงได้ก่อตั้ง VCD ขึ้นเพื่อผลิตกระดาดสปริงโดยสามารถควบคุมคุณภาพการผลิตเองได้ โดยการผลิตกระดาดสปริงจะส่งจำหน่ายให้กับ ECF และโรงงานผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ทั่วไป นอกจากนี้ในปีเดียวกัน อีสต์โคสต์ กรุ๊ป ได้ก่อตั้ง บริษัท 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 ห้างอินเด็กซ์ ลิฟวิง 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 กลุ่มบริษัทอีสต์โคสต์ได้เริ่มดำเนินการปรับโครงสร้างการดำเนินธุรกิจ โดยจากทั้งหมด 5 บริษัทภายในกลุ่ม จะเหลือการดำเนินธุรกิจเพียงบริษัทเดียวคือ ECF โดย

กระบวนการปรับโครงสร้างกลุ่มบริษัทเริ่มจากการซื้อที่ดินทั้งหมดที่ใช้ในการประกอบธุรกิจที่ขณะนั้นเป็นกรรมสิทธิ์ส่วนตัวของกรรมการบริษัทเข้าเป็นกรรมสิทธิ์ในนาม ECF การดำเนินการโอนสายการผลิตสินค้าพร้อมทั้งจำหน่ายสินค้าสำเร็จรูป สินค้าระหว่างผลิต วัตถุดิบ วัสดุสิ้นเปลือง เครื่องจักรและอุปกรณ์บางส่วนจาก 4 บริษัทเข้าเป็นกรรมสิทธิ์ของ ECF รวมถึงเจรจาเพื่อขอลดยอดวงเงินสินเชื่อต่าง ๆ ของบริษัทในกลุ่มที่มีกับสถาบันการเงินและโอนเพิ่มเป็นวงเงินสินเชื่อของ ECF การดำเนินการจ่ายชำระคืนหนี้สินในระหว่างกลุ่มบริษัทเพื่อขจัดปัญหารายการระหว่างกัน (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 เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจโดยเรียบริยและสมบูรณ์เพียงแห่งเดียว 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 (หนึ่งร้อยสามสิบล้าน บาทถ้วน) แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 520,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท โดยพิจารณาจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 120,000,000 หุ้น เพื่อเสนอขายให้แก่ประชาชนทั่วไป
 - วันที่ 18 ตุลาคม 2555 บริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนเพื่อแปรสภาพจากบริษัทจำกัดเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และเปลี่ยนแปลงชื่อเป็น บริษัท อีสต์โคสต์เฟอริเทค 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 ลีฟ วัง มอลล์ (Index Living Mall) รวมทั้งสิ้น 11 สาขา และโชว์รูมสาขาภายในโฮมโปร (Home Pro) รวมทั้งสิ้น 3 สาขา
- ปี 2557 :
- ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2557 เมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม 2557 ได้มีมติอนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 130,000,000 บาท เป็น 195,000,000 บาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท และได้ดำเนินการแก้ไขหนังสือบริคณห์สนธิข้อ 4 เพื่อให้สอดคล้องกับการเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัท ต่อนายทะเบียนบริษัทมหาชนจำกัด กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เป็นที่เรียบร้อยแล้ว เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2557 ที่ผ่านมา ดังนั้น ปัจจุบันบริษัทจึงมีทุนจดทะเบียนจำนวน 195,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 780,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท โดยมีทุนจดทะเบียนที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้วจำนวน 130,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 520,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท โดยในส่วนของทุนจดทะเบียนที่รอเรียกชำระจำนวน 65,000,000 บาท โดยแบ่งออกเป็นหุ้นจำนวนจำนวน 260,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท เป็นการจัดสรรไว้เพื่อรองรับการใช้สิทธิแปลงสภาพของใบสำคัญแสดงสิทธิ ครั้งที่ 1 (ECF-W1)
 - วันที่ 18 สิงหาคม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้แจ้งรับใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ รุ่นที่ 1 (ECF-W1) รับเข้าเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนและเริ่มการซื้อขายหลักทรัพย์ในวันดังกล่าว

- วันที่ 18 กันยายน บริษัทได้เข้าลงนามในบันทึกความเข้าใจ (“MOU”) เพื่อร่วมดำเนินธุรกิจผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา กับ บริษัท กันกุลเอ็นจิเนียริง จำกัด (มหาชน) (“GUNKUL”) บริษัทและ GUNKUL จะร่วมกันจัดตั้งบริษัท ขึ้นเพื่อรองรับการพัฒนาโครงการในสัดส่วนร้อยละ 74.99 : 25.01 ตามลำดับ บริษัทจะเป็นผู้รับผิดชอบในส่วนการจัดหาสิทธิในการเช่า และ/หรือสิทธิในการใช้พื้นที่หลังคาเพื่อติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์สำหรับประกอบกรายเป็นผู้เสนอขายไฟฟ้า การบริหารจัดการ รวมถึงการจัดหาแหล่งเงินทุน และ GUNKUL จะเป็นผู้รับผิดชอบในส่วนของการบริการจัดหาอุปกรณ์ การจัดซื้อและการก่อสร้างสำหรับโครงการผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาเพื่อให้โครงการสามารถดำเนินการได้ตามข้อตกลงของสัญญาซื้อขายไฟฟ้า (PPA) รวมถึงเป็นผู้ให้บริการด้านการจัดการและบำรุงรักษา ภายใต้การดำเนินงานทั้งสองฝ่ายมีหน้าที่ยื่นขอรับอนุญาตเป็นผู้เสนอขายไฟฟ้าให้กับการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.) หรือการไฟฟ้านครหลวง (กฟน.) ตามแต่กรณีต่อไป
- เดือนตุลาคม บริษัทเริ่มจำหน่ายสินค้าให้กับไทวัสดุ (Thai Wasadu) เพื่อขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้มากขึ้นจากเดิม ภายใต้ตราสินค้า “CUBE FURNITURE”
- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 6/2557 เมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน 2557 ได้มีมติอนุมัติให้บริษัทเข้าลงทุนในการจัดตั้งบริษัทย่อยแห่งใหม่รวม 6 บริษัท เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ที่ติดตั้งบนหลังคา (Solar PV Rooftop) โดยวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งบริษัทย่อยเพื่อเตรียมการเข้าร่วมประมูลเสนอขายไฟฟ้าในการรับซื้อไฟฟ้าจากการผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ที่ติดตั้งบนหลังคาตามประกาศของคณะกรรมการกิจการพลังงานเรื่องการรับซื้อไฟฟ้าจากการผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ที่ติดตั้งบนหลังคา ซึ่งขณะนี้อยู่ระหว่างรอนโยบายจากภาครัฐถึงช่วงเวลาการเปิดเข้าประมูลเพื่อเสนอขายไฟฟ้า

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัทดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์จากไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดและไม้ยางพารา กระดาษปิดผิว ไม้ยางพาราแปรรูปอบแห้ง และให้บริการตัดแผ่นปิดขอบไม้ (พีวีซี) เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตเฟอร์นิเจอร์

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

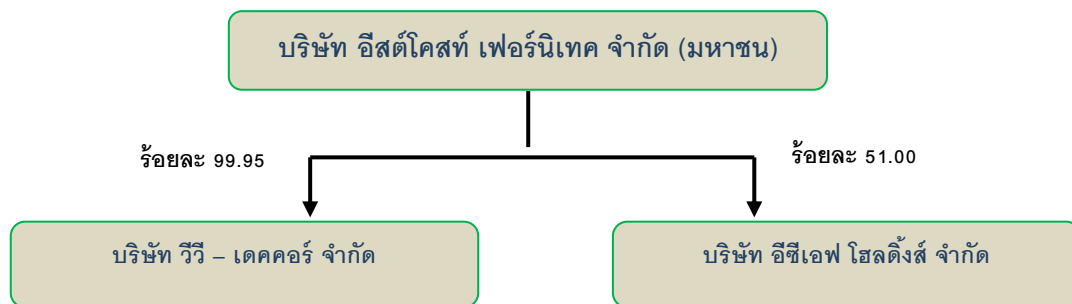
ผลิตภัณฑ์ของบริษัทและบริษัทย่อย สามารถแบ่งกลุ่มสินค้าหลักได้ 5 ประเภท คือ

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

เมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2558 บริษัทได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทย่อยเพิ่มเติมอีก 1 แห่ง คือ บริษัท อีซีเอฟโฮลดิ้งส์ จำกัด (ECF Holdings) ประกอบธุรกิจหลักโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company) โดยบริษัทถือหุ้นใน

สัดส่วนร้อยละ 51.00 โดยมีทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน) โดยแบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 10,000 หุ้น (หนึ่งหมื่นหุ้น) มีมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100.00 บาท (หนึ่งร้อยบาท) โดยมีหลักการและเหตุผลในการจัดตั้งบริษัทย่อย ECF Holdings คือ เพื่อใช้ ECF Holdings เป็นผู้เข้าลงทุนในธุรกิจอื่น ๆ นอกเหนือจากธุรกิจการเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งเป็นธุรกิจหลักของบริษัท อาทิเช่น ธุรกิจด้านพลังงานทดแทน หรือธุรกิจประเภทอื่น ๆ ที่อาจจะมีเพิ่มเติมในอนาคต

แผนภาพแสดงโครงสร้างกลุ่มบริษัท บริษัท อีสต์โคสต์เฟอร์นิเทค จำกัด (มหาชน)



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท อีสต์โคสต์เฟอร์นิเทค จำกัด (มหาชน) (ECF) 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) เพื่อเป็นผู้จำหน่ายกระดาษปิดผิวให้กับลูกค้าบางรายของบริษัท

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทและบริษัทย่อย สามารถแบ่งกลุ่มสินค้าหลักได้ 5 ประเภท คือ

เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา

เฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด

เฟอร์นิเจอร์ที่จำหน่ายผ่านโซว์รูม ร้านค้าส่งและร้านค้าปลีกรายย่อย

กระดาษปิดผิว

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 ไทว๊าดู (Thai Watsadu) สำหรับลูกค้า

ต่างประเทศจะเป็นการผลิตและจำหน่ายตามคำสั่งซื้อให้กับบริษัทผู้จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ และร้านค้าปลีกรายใหญ่ (Modern Trade) หลายรายในประเทศญี่ปุ่น โดยหากพิจารณาจากโครงสร้างรายได้จากการขายทั้งหมดของบริษัท จะพบว่า ในปัจจุบันบริษัทมีสัดส่วนการขายให้กับลูกค้าในประเทศญี่ปุ่นประมาณร้อยละ 50 ของรายได้จากการขายทั้งหมด รองลงมาคือ รายได้จากการผลิตและจำหน่ายสินค้าภายในประเทศ โดยตราสินค้าที่ทางบริษัทเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายให้กับกลุ่มร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ (Modern Trade) ประกอบด้วยตราสินค้าที่เป็นของบริษัทเอง ได้แก่ “Muse” “Fur Direct” “Leaf” “a7” และ “CUBE” โดยเป็นตราสินค้าที่ทางบริษัทผลิตและจำหน่ายให้กับ เทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) บิ๊กซี (Big C) โฮมโปร (Home Pro) เมกา โฮม (Mega Home) และ ไทว้สดู (Thai Watsadu) ตามลำดับ สำหรับตราสินค้า “ELEGA” จะเป็นตราสินค้าที่บริษัทใช้สำหรับการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ที่ส่วนใหญ่ผลิตจากไม้จริงภายในโชว์รูมสาขาเพื่อแสดงสินค้าและจำหน่ายเฉพาะเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราที่ทางบริษัทเป็นผู้ผลิตเอง และเฟอร์นิเจอร์ทั้งส่วนที่สั่งซื้อจากภายในประเทศและส่วนที่นำเข้าจากต่างประเทศที่ส่วนใหญ่ผลิตจากไม้จริง ซึ่งโชว์รูมจะตั้งอยู่ในอินเด็คซ์ ลิฟวิ่ง มอลล์ (Index Living Mall) และ โฮมโปร (Home Pro) โดยมีจำนวนโชว์รูม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 เท่ากับ 11 สาขา และ 2 สาขา ตามลำดับ นอกจากช่องทางการจำหน่ายสินค้าตามที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว บริษัทยังมีรายได้จากการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ให้กับกลุ่มร้านค้าส่ง และร้านค้าปลีกรายย่อย (Dealer) ในนาม “Costa” เพื่อใช้เป็นตราสินค้าสำหรับการจำหน่ายผ่านทาง Dealer โดยในช่วงปี 2557 ที่ผ่านมา บริษัทได้เริ่มต้นการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์ www.elegathai.com โดยได้เริ่มต้นการจำหน่ายผ่านช่องทางดังกล่าว ตั้งแต่ช่วงไตรมาสที่ 4 ของปี 2557 เป็นต้นมา

ตราสินค้าของบริษัท



โชว์รูม “ELEGA”

บนพื้นที่เช่าภายใน อินเด็กซ์ ลิฟวิ่ง มอลล์ (11 สาขา) และโฮมโปร 2 สาขา

- พื้นที่เช่าภายในอินเด็กซ์ ลิฟวิ่ง มอลล์ สาขาบางนา หาดใหญ่ รังสิต บางใหญ่ รัตนาธิเบศร์ เกษตร-นวมินทร์ เพชรเกษม ราชพฤกษ์ นครราชสีมา เชียงใหม่ พัทยา ชลบุรี และสาขาล่าสุดที่จะเปิดให้บริการเพิ่มขึ้นในเดือน กุมภาพันธ์ ปี 2558 คือ สาขาหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- พื้นที่เช่าภายในโฮม โปร สาขาฉะเชิงเทรา และสุพรรณบุรี



ช่องทางการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ผ่าน www.elegathai.com

[www.elegathai.com](#)

เอเลก้า
www.elegathai.com FURNITURE

Tel : 02-152-7301
Email : info@eastcoast.co.th

INFINITY CHANGES VARIETY CHOICES

หน้าแรก สินค้า ไปรษณีย์ สาขา วิธีชำระเงิน ติดต่อเรา

PROMOTION

- Bed Room
- Living Room
- Dining Room

ลดทั้งร้าน รับลมร้อน

เฟอร์นิเจอร์ ลด 20%

ยังช้อป... ยิ่งคุ้ม !!!

ซื้อสินค้าครบ 10,000.-	FREE	ชั้นโคมไฟประดับ 3 ชั้น 2 ประตู จำนวน 1 ตัว
ซื้อสินค้าครบ 20,000.-		ชั้นโคมไฟประดับ 3 ชั้น 2 ประตู จำนวน 1 ตัว
ซื้อสินค้าครบ 30,000.-		ตู้เก็บของ รุ่น chest target จำนวน 1 ตัว
ซื้อสินค้าครบ 40,000.-		ชั้นโคมไฟประดับ 3 ชั้น 2 ประตู จำนวน 1 ตัว และ
ซื้อสินค้าครบ 50,000.-		ตู้เก็บของ รุ่น chest target จำนวน 1 ตัว
		เก้าอี้ รุ่น ออติ จำนวน 1 ตัว หรือ
		โต๊ะ console veneer จำนวน 1 ตัว

SHOP ONLINE
WWW.ELEGATHAI.COM

บริษัทมีโครงสร้างรายได้ แยกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1. โครงสร้างรายได้แยกตามประเภทผลิตภัณฑ์

กลุ่มผลิตภัณฑ์	ปี 2555		ปี 2556		ปี 2557	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. เฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด	747.47	69.41	821.48	68.84	852.47	69.01
2. เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา	195.16	18.12	202.62	16.98	176.59	14.30
3. เฟอร์นิเจอร์ที่จำหน่ายผ่านโชว์รูม กลุ่มร้านค้าส่ง และร้านค้าปลีกกระจาย ย่อย (Dealer)	69.86	6.49	95.47	8.00	108.82	8.81
4. กระดาษปิดผิว	50.16	4.66	50.22	4.21	61.65	4.99
5. ไม้ยางพาราแปรรูปอบแห้ง	2.08	0.19	2.98	0.25	9.51	0.77
รายได้จากการขาย - สุทธิ	1,064.73	98.87	1,172.76	98.28	1,209.05	97.88
รายได้อื่น ๆ ^{1/}	12.12	1.13	20.55	1.72	26.16	2.12
รายได้รวม	1,076.85	100.00	1,193.31	100.00	1,235.21	100.00

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

2. โครงสร้างรายได้แยกตามช่องทางการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่าย	ปี 2555		ปี 2556		ปี 2557	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. การผลิตและจำหน่ายตามคำสั่งซื้อ (Made to order)	658.24	65.01	740.34	66.13	690.41	60.67
2. การผลิตและจำหน่ายโดยใช้ตราสินค้า ของบริษัท	284.39	28.09	283.76	25.35	338.66	29.76
3. การจำหน่ายผ่านโชว์รูม	65.76	6.49	82.93	7.41	89.18	7.84
4. การจำหน่ายผ่านร้านค้าส่ง และ ร้านค้าปลีกกระจายย่อย (Dealer) ^{1/}	4.10	0.40	12.54	1.12	19.64	1.73
ตัวเลขจากการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์^{1/}	1,012.48	100.00	1,119.56	100.00	1,137.89	100.00

หมายเหตุ : ^{1/} ผลรวมของรายได้จากการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ จะเท่ากับตัวเลขรวมของเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด / เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา และเฟอร์นิเจอร์ที่จำหน่ายผ่านโชว์รูม กลุ่มร้านค้าส่ง และร้านค้าปลีกกระจายย่อย (Dealer) ตามที่ได้นำเสนอไว้ในตารางก่อนหน้า

3. โครงสร้างรายได้แยกตามการจำหน่ายภายในประเทศและต่างประเทศ

ช่องทางการจัดจำหน่าย	ปี 2555		ปี 2556		ปี 2557	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. จำหน่ายภายในประเทศ	406.49	38.18	432.53	36.88	467.52	38.67
2. จำหน่ายต่างประเทศ	658.24	61.82	740.23	63.12	741.53	61.33
รายได้จากการขาย - สุทธิ	1,064.73	100.00	1,172.76	100.00	1,209.05	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 โดยเริ่มแรกบริษัทได้เปิดการค้าดำเนินธุรกิจในส่วนของโรงเลื่อย โรงอบไม้ยางพารา ซึ่งในส่วนกระบวนการผลิตจะเป็นการนำท่อนไม้ยางพาราเพื่อนำมาอบแห้งและแปรรูปเป็นไม้ยางพาราแผ่นเพื่อพร้อมใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ โดยไม้ยางพาราแผ่นจะถูกส่งต่อเข้าสู่กระบวนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราของบริษัท และในบางส่วนจะเป็นการจำหน่ายให้กับโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์และบุคคลภายนอกทั่วไป ในส่วนเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด ซึ่งเป็นส่วนที่สามารถสร้างรายได้จากการดำเนินธุรกิจเป็นรายได้หลักให้แก่บริษัทนั้น ในส่วนวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตคือ ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด จะเป็นการสั่งซื้อจากบุคคลภายนอกที่ไม่ใช่บุคคลที่เกี่ยวข้องกันทั้งหมด โดยไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดที่สั่งซื้อเข้ามา จะถูกนำมาปิดผิวด้วยกระดาษปิดผิว ซึ่งกระดาษปิดผิวที่ใช้ในกระบวนการผลิตทั้งหมด ทางบริษัทจะเป็นผู้ผลิตขึ้นเองซึ่งส่วนใหญ่จะถูกนำมาใช้ในการผลิตภายในบริษัท และมีบางส่วนที่จำหน่ายให้กับบุคคลภายนอกเมื่อได้ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดปิดผิวพร้อมใช้งานแล้วจะถูกส่งต่อเข้าสู่กระบวนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดต่อไป นอกจากนี้ ในส่วนของการประกอบธุรกิจบริษัทยังมีส่วนเฟอร์นิเจอร์ที่นำเข้าจากต่างประเทศเพื่อจำหน่ายภายในโชว์รูมของบริษัทรวม 13 แห่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 ในขณะนี้อยู่ด้วย

โดยมีรายละเอียดของแต่ละผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1. ไม้ยางพาราแปรรูปและอบแห้ง

ไม้ยางพาราเป็นไม้ที่มีคุณภาพทางกายภาพหลายประการใกล้เคียงกับไม้สัก มีลวดลายที่สวยงาม สามารถนำมาย้อมสีได้ เนื้อไม้ง่ายต่อการตกแต่ง น้ำหนักเบา ทั้งมีราคาถูกกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับไม้ที่ใช้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ชนิดอื่น ด้วยองค์ประกอบด้านคุณสมบัติอันโดดเด่นหลายประการเช่นนี้ ไม้ยางพาราจึงเป็นที่รู้จัก และนิยมใช้แพร่หลายทั่วโลก ในเวลาอันรวดเร็ว ในชื่อของ “ไม้สักขาว (White Teak)” โดยไม้ยางพาราที่นำมาใช้ในอุตสาหกรรมไม้ในปัจจุบันนี้ ส่วนมากมาจากสวนยางพาราในลักษณะของไม้ปลูกขึ้นมาใหม่ไม่ได้เป็นลักษณะของไม้ที่ขึ้นเองตามธรรมชาติ โดยไม้ที่จะถูกนำมาใช้งานโดยส่วนใหญ่จะเป็นไม้ที่มีอายุมาก ให้ผลผลิตน้ำยางต่ำ ไม่คุ้มค่าทางเศรษฐกิจ ในการกรีดยาน้ำยางอีกต่อไป จึงจำเป็นต้องโค่นออก แล้วปลูกทดแทนใหม่ ตามวงจรธรรมชาติในการประกอบอาชีพของเกษตรกรทำสวนยางพารา

ตามระเบียบของสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง เกษตรกรเจ้าของสวนยางจะต้องยื่นขออนุญาตตัดโค่นและได้รับการอนุญาตจากกองทุนสวนยาง หรืออาจใช้ไม้ยืนต้นประเภทอื่นซึ่งต้องใช้ระยะเวลาในการปลูกนานเช่นกัน ก่อนจะตัดและนำมาเข้ากระบวนการแปรรูป โดยกระบวนการนำไม้ท่อนซุงยางพาราเข้าโรงเลื่อยเพื่อเลื่อยให้เป็นชิ้นตามขนาดที่ต้องการแล้วนำไปอัดน้ำยาถนอมเนื้อไม้ที่ใช้ในลักษณะของสารละลายน้ำ ทำให้มีน้ำในเนื้อไม้มาก จึงจำเป็นต้องปรับความชื้นในเนื้อไม้ให้อยู่ในระดับสมดุลกับสภาวะอากาศ ด้วยการอบเพื่อให้ไม้คงรูป ไม่เกิดปัญหาการยืดหรือหดตัวของไม้ จนก่อให้เกิดปัญหาการแตกที่ผิวและภายในเนื้อไม้ (Cracking) การแตกตามหัวไม้ (Splitting) การบิดงอ (Warping) ส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อผลิตภัณฑ์ การลดความชื้นในเนื้อไม้ ยังช่วยลดโอกาสในการเจริญเติบโตของเชื้อรา ดังนั้นไม้ยางพาราแปรรูปจะต้องมีระดับความชื้นที่เหมาะสมอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานจึงจะสามารถนำไปผลิตเป็นเฟอร์นิเจอร์ได้

ไม้ยางพาราแปรรูปเป็นวัตถุดิบสำคัญที่ใช้ในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา ซึ่งทางบริษัทมีกระบวนการผลิตในการแปรรูปไม้ยางพาราครบวงจร 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.



2. เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา

เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราเป็นเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่มีความคงทนแข็งแรง เนื่องจากผลิตจากไม้ยางพาราซึ่งเป็นไม้จริง โดยมีวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตคือ ไม้ยางพาราและไม้ประกอบอื่น ๆ คิดเป็นส่วนประกอบประมาณร้อยละ 35 ของโครงสร้างต้นทุนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา โดยสัดส่วนดังกล่าวจะเปลี่ยนแปลงไปตามราคาไม้ยางพาราในท้องตลาดด้วย

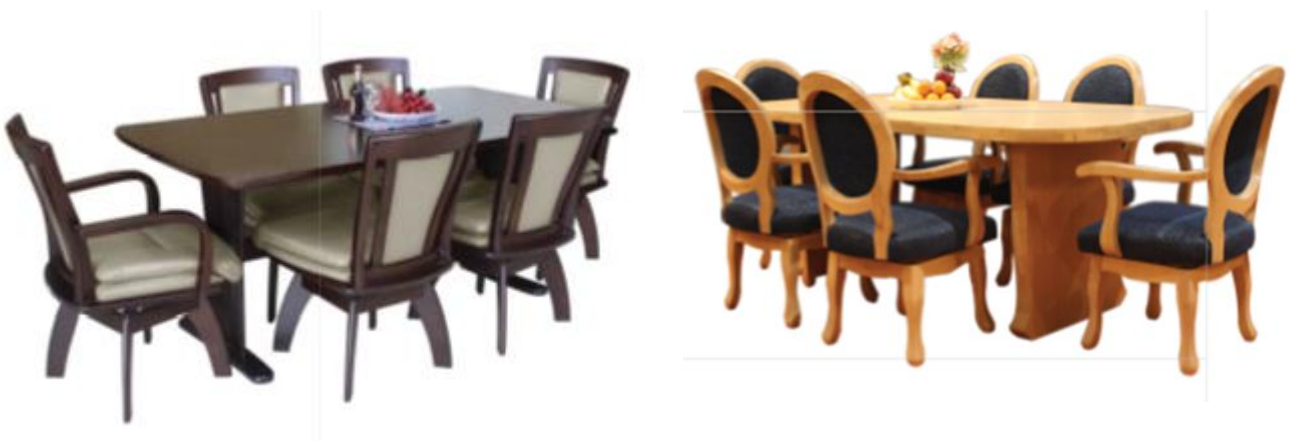
ด้วยความคงทน แข็งแรง มีลวดลายที่สวยงาม สามารถย้อมสี และตกแต่งได้ง่าย คุณสมบัติเหมาะกับการใช้งานที่ต้องการความทนทานต่อสิ่งแวดล้อมหรือการใช้งานภายนอกอาคาร เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราจึงเป็นที่นิยมในผู้ที่ชื่นชอบเฟอร์นิเจอร์ที่มีความคงทน แข็งแรง หรือกลุ่มผู้ที่ที่มีที่อยู่อาศัยในสภาพอากาศที่แปรปรวนอาจก่อให้เกิดความชื้นหรือความชื้นสูง และเมื่อเทียบกับเฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตจากไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารามีราคาสูงกว่า เนื่องจากราคาวัตถุดิบ ความนิยมในการใช้เฟอร์นิเจอร์จากไม้จริง ดังนั้นกระแสความนิยมใช้เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราจึงกระจุกตัวเฉพาะกลุ่มผู้นิยม ไม่ได้เป็นที่แพร่หลายในกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่ ซึ่งกลุ่มผู้นิยมใช้ดังกล่าวคำนึงถึงความเหมาะสมของคุณสมบัติการใช้งานเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา ความสวยงาม และยังไม่ผลิตผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่มีคุณสมบัติการใช้งานทดแทนกันได้เหมาะสม

ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราของบริษัทจะแบ่งออกเป็นสินค้าทั้งหมด 3 หมวด ดังนี้

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

ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา

1. ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ชุดโต๊ะรับประทานอาหาร (Dining Set)



ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา (ต่อ)



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. การจำหน่ายผ่านโซว์รูมบนพื้นที่เช่าภายในอินเด็กซ์ ลิฟวิง มอลล์ (Index Living Mall) และ โฮมโปร (Home Pro) รวม 13 สาขา ภายใต้ชื่อตราสินค้าของบริษัทคือ “ELEGA”

3. เฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด

เฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดเป็นเฟอร์นิเจอร์สมัยใหม่ โดยมีวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตคือ ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด คิดเป็นส่วนประกอบประมาณร้อยละ 50 ของโครงสร้างต้นทุนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด รองลงมาคือ กระดาษปิดผิว (ฟอยล์) 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 ใช้ชั่วโมงแรงงานน้อยกว่า เมื่อเทียบกับการผลิตเฟอร์นิเจอร์จากไม้เนื้อแข็ง ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมาส่งผลให้การผลิตเฟอร์นิเจอร์จากไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบทางด้านต้นทุนที่สำคัญ

โดยหากจะเปรียบเทียบกันในส่วนกระบวนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้เนื้อแข็งหรือเฟอร์นิเจอร์ไม้จริง จะต้องผ่านกระบวนการ เลื่อย อดน้ำยา อบ ตัด ประกอบ ชัด ลงสี และเคลือบไม้ ซึ่งแต่ละขั้นตอนต้องใช้แรงงานในการผลิตเป็นจำนวนมาก เพื่อให้ได้งานที่มีความปราณีตและต้องใช้เวลาอย่างมากในแต่ละขั้นตอนการผลิต 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 เตียง

ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด



สินค้าในกลุ่มเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด ทางบริษัทจะผลิตและจำหน่ายให้กับลูกค้าโดยแบ่งออกได้ดังนี้

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

4. เฟอร์นิเจอร์ที่จำหน่ายผ่านโชว์รูม

บริษัทดำเนินธุรกิจในการเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์อย่างครบวงจร โดยบริษัทเองมีตราสินค้าที่ใช้ในการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ผ่านทางโชว์รูมที่เป็นพื้นที่เช่าภายใน อินเด็กซ์ ลิฟวิ่ง มอลล์ (Index Living Mall) และโฮมโปร (Home Pro) ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทมีพื้นที่เช่าภายใน อินเด็กซ์ ลิฟวิ่ง มอลล์ และ โฮมโปร เพื่อใช้เป็นโชว์รูมทั้งหมดรวม 13 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



ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ที่จำหน่ายภายในโชว์รูม (ต่อ)



5. กระดาษปิดผิว

บริษัทเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายกระดาษปิดผิว สำหรับใช้ในการปิดผิวไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดเพื่อเพิ่มความสวยงาม และพร้อมสำหรับใช้ในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ต่อไป วัสดุปิดผิวประเภทกระดาษ มีข้อดีที่ความสวยงาม สามารถดีไซน์ ลวดลายได้ตามต้องการ เช่น การดีไซน์ให้มีลวดลายเหมือนไม้จริงซึ่งสามารถทำได้สวยงามและเหมือนจริง และลวดลาย การทูลลายกราฟฟิก ตามแบบที่สามารถกำหนดได้ ซึ่งกระดาษปิดผิวลวดลายเหมือนไม้จริงเหมาะกับการผลิตไม้ในกลุ่ม ไฟเบอร์บอร์ด ซึ่งถึงแม้จะมีข้อเสียในการทนทานต่อความชื้นได้น้อย แต่เนื่องด้วยคุณสมบัติการใช้งานบางประเภทที่ไม่ ต้องการความคงทนเป็นหลัก ทำให้กระดาษปิดผิวได้รับความนิยม ด้วยกระบวนการผลิตที่ง่าย ไม่ซับซ้อน และมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำ ส่งผลให้เฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดสามารถกำหนดราคาขายที่ได้เปรียบกว่าเมื่อเทียบกับเฟอร์นิเจอร์ไม้จริง ทั่วไป

ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดที่บริษัทสั่งซื้อจากผู้ผลิตทั้งหมด จะต้องนำมาผ่านกระบวนการปิดผิวภายในโรงงานของ บริษัททั้งนี้เพื่อช่วยลดต้นทุนการผลิต เมื่อเทียบกับการสั่งซื้อกระดาษปิดผิวจากภายนอก ซึ่งนอกจากการใช้งานภายใน กระบวนการผลิตของบริษัทแล้ว บริษัทยังมีการจำหน่ายให้กับบุคคลภายนอกเอง โดยตรง และบางส่วนเป็นการจำหน่ายผ่านทางบริษัทย่อย ได้แก่ บริษัท วีวี – เดคคอร์ จำกัด (V V – Décor) ที่บริษัทถือหุ้นอยู่ในสัดส่วนร้อยละ 99.50 ของทุนจดทะเบียนใน บริษัทดังกล่าว โดยลักษณะการประกอบธุรกิจของ V V – Décor คือ การเป็นผู้ จำหน่ายกระดาษปิดผิว (Trading) ให้กับลูกค้าบางรายของบริษัท ทั้งนี้สัดส่วนการ จำหน่ายกระดาษปิดผิวให้กับบุคคลภายนอก ปัจจุบันคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 40 ของปริมาณกระดาษปิดผิวที่ผลิตได้ทั้งหมด



VV-DECOR CO.,LTD.

ภาพตัวอย่างกระดาษปิดผิวที่บริษัทเป็นผู้ผลิตและจำหน่าย



2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 การตลาด

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ในการเริ่มต้นผลิตเฟอร์นิเจอร์ในแต่ละครั้งของบริษัท การเริ่มต้นกระบวนการผลิตจะมาจาก 2 รูปแบบ โดยรูปแบบแรกคือ ลูกค้าจะเป็นผู้ส่งภาพผลิตภัณฑ์ที่ต้องการจะสั่งผลิต (Drawing) มาให้กับทางบริษัท เพื่อพิจารณาว่า จะสามารถผลิตสินค้าได้หรือไม่ การกำหนดราคาขายจะเป็นอย่างไร สามารถตั้งกำไรขั้นต้นจากการผลิตและจำหน่ายได้ตามที่ต้องการภายหลังการเจรจากับลูกค้าได้หรือไม่ และรูปแบบที่สองคือ บริษัทจะมีทีมออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะทำหน้าที่ในการเป็นผู้ออกแบบสินค้า เพื่อนำเสนอต่อลูกค้า ลูกค้าส่วนใหญ่ที่ต้องการให้ทางบริษัทออกแบบให้ จะเป็นกลุ่มลูกค้าประเภทร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ (Modern Trade) ได้แก่ เทสโก้ โลตัส บิ๊กซี โฮมโปร และเมกา โฮม บริษัทจะนำเสนอรูปแบบเฟอร์นิเจอร์แบบใหม่ ๆ ให้พิจารณาเพื่อตัดสินใจสั่งผลิตและจำหน่ายต่อไป ทีมออกแบบจะร่วมกับทีมวางแผนการผลิตซึ่งจะเป็นทีมที่ดำเนินการด้านวิศวกรรมว่า แบบชิ้นงานที่เขียนขึ้นมานั้น จะต้องใช้วัสดุประเภทใดในการผลิต ความยากง่ายในการผลิต และรายละเอียดของต้นทุนรวมถึงการกำหนดราคาขายว่าจะสามารถกำหนดราคาขายได้ตามอัตรากำไรขั้นต้นที่ตั้งไว้ได้หรือไม่ เมื่อได้ราคาขายแล้วจะประสานงานกับฝ่ายการตลาดเพื่อนำเสนอราคาต่อลูกค้าเพื่อให้ได้ข้อสรุป จนถึงกรณการรับใบคำสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้าต่อไป ปัจจุบันบริษัทมีสัดส่วนระหว่างการผลิตแบบผลิตภัณฑ์ที่จะสั่งผลิตโดยตรงจากลูกค้าและแบบผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบ โดยทีมออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทเอง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 และร้อยละ 20 ตามลำดับ ทั้งนี้บริษัทมีเป้าหมายการขยายสัดส่วนของรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ที่ทางบริษัทเป็นผู้ออกแบบขึ้นเอง และนำไปสู่การผลิตขึ้นจริงให้มากขึ้นจากเดิม รวมถึงมีเป้าหมายการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้กับสินค้าที่ทางบริษัทเป็นผู้ออกแบบและผลิต นอกจากนี้บริษัทยังให้ความสำคัญต่อการพัฒนารูปแบบสินค้าใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับตามการเปลี่ยนแปลงของกระแสมนิยมในปัจจุบัน

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 นอกจากนี้บริษัทยังให้ความสำคัญต่อการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าด้วย
- กระดาษปิดผิว เริ่มจากการคัดเลือกผู้จำหน่ายกระดาษที่จะนำมาใช้ในการผลิต ซึ่งกระดาษทั้งหมดบริษัทจะต้องวางแผนการสั่งซื้อล่วงหน้า จะมีระยะเวลาการสั่งซื้อในทุก ๆ 6 เดือน จากผู้ผลิตกระดาษรายใหญ่ในประเทศญี่ปุ่น ซึ่งหากผู้ผลิตกระดาษรายใหญ่อ้างว่าไม่ขายกระดาษเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตกระดาษ) ปิดผิวให้กับบริษัท 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) โดยเกือบทั้งหมดเป็นการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าต่างประเทศ ปัจจุบันบริษัทมีสัดส่วนการจำหน่ายให้กับลูกค้าต่างประเทศ และลูกค้าในประเทศประมาณร้อยละ 61 และร้อยละ 39 ตามลำดับ ทั้งนี้บริษัทได้ตั้งเป้าหมายที่จะเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าภายในประเทศให้มากขึ้นจากเดิมโดยตั้งเป้าหมายการจำหน่ายให้กับลูกค้าต่างประเทศ และลูกค้าในประเทศที่สัดส่วนร้อยละ 50 โดยใกล้เคียงกัน

ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 กลุ่มลูกค้าที่ส่งคำสั่งจ้างผลิตสินค้าให้กับบริษัท คิดเป็นกลุ่มลูกค้าในประเทศญี่ปุ่น ซึ่งทั้งหมดคือ กลุ่มผู้จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์รายใหญ่ และร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ (Modern Trade) ในประเทศญี่ปุ่น คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 51.22 ของรายได้จากการขายทั้งหมด และไม่มีลูกค้าในประเทศญี่ปุ่นรายใดที่มียอดสั่งซื้อสินค้าจากบริษัทเกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้จากการขายทั้งหมด และการผลิตและจำหน่ายสินค้าโดยใช้ตราสินค้าของบริษัทให้กับลูกค้าในประเทศคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 39 ของรายได้จากการขายทั้งหมด

โดยรายได้จากการขายเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ดและไม้ยางพาราภายในประเทศ แบ่งออกเป็น

1. รายได้จากการผลิตและจำหน่ายสินค้าให้กับร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ (Modern Trade) ภายใต้ตราสินค้าของบริษัท คือ “Muse” “Fur Direct” “Leaf” “a7” และ “CUBE FURNITURE” เพื่อวางจำหน่ายภายใน เทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) บิ๊กซี (Big C) โฮม โปร (Home Pro) เมกา โฮม (Mega Home) และ ไทวัสดุ (Thai Wasadu) ตามลำดับ
2. รายได้จากการจำหน่ายสินค้าผ่านทางโชว์รูมของบริษัท
3. 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
5. บริษัท ซีอาร์ซี ไทวัสดุ จำกัด (Thai Wasadu)	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) เมกา โฮม (Mega Home) และ ไทวัสดุ (Thai Wasadu) ภายใต้ตราสินค้า “Muse” “Fur Direct” “Leaf” “a7” และ “CUBE FURNITURE” ตามลำดับแล้ว บริษัทยังมีช่องทางการจำหน่ายสินค้าเพิ่มเติมผ่านโชว์รูมเพื่อแสดงและจำหน่ายสินค้า โดยเน้นการกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภค (End-User) ได้อย่างทั่วถึง บริษัทจะทำการตลาดโดยตรงผ่านตราสินค้า “ELEGA” ซึ่งเป็นตราสินค้าสำหรับเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราที่มีคุณภาพสูง รวมถึงเฟอร์นิเจอร์ที่บริษัทนำเข้าจากต่างประเทศ รวมถึงการสั่งซื้อจากภายในประเทศเพื่อนำมาจัดจำหน่าย

ในการผลิตและจำหน่ายให้กับลูกค้าในแต่ละราย ทั้งในรูปของการผลิตตามคำสั่งซื้อ (Made to order) และในรูปแบบของการผลิตและจำหน่ายโดยใช้ตราสินค้าของบริษัท ที่ผ่านมาบริษัทไม่มีการจัดทำสัญญาซื้อขายกับลูกค้าแต่อย่างใด

ปัจจุบันบริษัทมีโชว์รูมซึ่งเป็นพื้นที่เช่ากระจายอยู่ตามพื้นที่ที่สำคัญ รวมถึงจังหวัดที่สำคัญ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 โดยมีรายละเอียดดังนี้

- I. โชว์รูม ภายในอินเด็กซ์ ลีฟingat มอลล์ (Index Living Mall) (11 สาขา ได้แก่ สาขารังสิต สาขาบางนา สาขาเพชรเกษม สาขาบางใหญ่ สาขารัตนาธิเบศร์ สาขาชลบุรี สาขาพญา สาขาเชียงใหม่ สาขาราชพฤกษ์ และสาขาเกษตร-นวมินทร์ และสาขานครราชสีมา (โคราช))
- II. โชว์รูม ภายในโฮมโปร (Home Pro) (2 สาขา ได้แก่ สาขาฉะเชิงเทรา และสาขาสุพรรณบุรี)

ทั้งนี้ภายในปี 2558 บริษัทยังมีแผนการขยายการเปิดโชว์รูมเพิ่มขึ้นใน Index Living Mall และ Home Pro เพิ่มเติมอีกไม่ต่ำกว่า 3 สาขา

4. นโยบายด้านการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ (Promotion)

- บริษัทมีการทำประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท www.ecf-furniture.com, www.elegathai.com เพื่อเป็นช่องทางช่วยให้ลูกค้าสามารถหาข้อมูล ทำความรู้จักสินค้า และช่วยอำนวยความสะดวกในการเลือกชมสินค้าได้มากขึ้น ทั้งยังเป็นช่องทางให้ลูกค้าต่างประเทศสามารถเข้าถึงและติดต่อบริษัทได้ง่ายขึ้น
- บริษัทมีการทำประชาสัมพันธ์ผ่านทางแผ่นพับและโบว์ชัวร์ โดยแจกให้กับลูกค้า และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- บริษัทมีการออกงานแสดงสินค้าต่าง ๆ เป็นประจำทุกปี เพื่อสร้างความรู้จักให้กับตราสินค้า และเป็นการขยายฐานลูกค้า โดยมีตารางการจัดงานแสดงสินค้าประจำปี ดังนี้
 - ช่วงเดือนมีนาคม บริษัทจะจัดงานแสดงสินค้าในงาน TIFF (Thailand International Furniture Fair) และงาน 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 2557 คิดเป็นมูลค่าลูกหนี้การค้าเท่ากับร้อยละ 98.57 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 ภาวะการส่งออกและอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์

ภาวะการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ปี 2557 ที่ผ่านมา

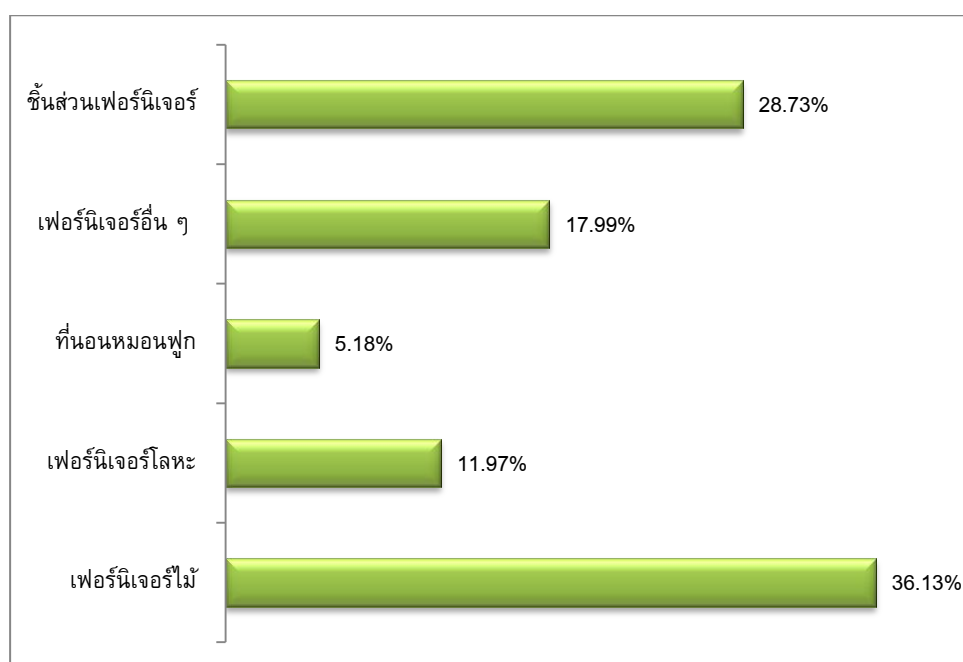
ในรอบปี 2557 ที่ผ่านมา ภาพรวมของตัวเลขการส่งออกผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ เฟอร์นิเจอร์โลหะ ที่นอนหมอนพูก เฟอร์นิเจอร์อื่น ๆ และชิ้นส่วนเฟอร์นิเจอร์ มีมูลค่าเท่ากับ 38,549.14 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตเมื่อเทียบกับช่วงปี 2556 เท่ากับร้อยละ 2.86 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

ตัวเลขการส่งออก	2555	2556	อัตราการเติบโต	2557	อัตราการเติบโต
เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน	35,291.79	37,478.31	6.20%	38,549.14	2.86%
โดยแบ่งออกเป็น					
เฟอร์นิเจอร์ไม้	14,291.79	13,781.06	-3.57%	13,928.22	1.07%
เฟอร์นิเจอร์โลหะ	3,221.74	3,685.33	14.39%	4,613.01	25.17%
ที่นอนหมอนพูก	1,855.75	1,845.48	-0.55%	1,997.04	8.21%
เฟอร์นิเจอร์อื่น ๆ	6,375.05	6,674.32	4.69%	6,934.33	3.90%
ชิ้นส่วนเฟอร์นิเจอร์	9,547.46	11,492.12	20.37%	11,076.54	-3.62%

ข้อมูลสัดส่วนเมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนทั้งหมด

ซึ่งตัวเลขของเฟอร์นิเจอร์ไม้จะมีมูลค่าเป็นอันดับ 1 เมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ทั้งหมด



โดยมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนที่ประเทศไทยมีการส่งออกมากที่สุดอันดับ 1 คือ ประเทศญี่ปุ่น แต่ในรอบปี 2557 ที่ผ่านมามีอัตราการขยายตัวลดลงกว่าร้อยละ 9.35 ซึ่งสาเหตุเกิดจากการเปลี่ยนแปลงอัตราภาษีการบริโภค (Consumption Tax) จากร้อยละ 5 เป็นร้อยละ 8 ประกอบกับช่วงปลายปี 2557 รัฐบาลญี่ปุ่นมีการประกาศยุบสภาและเลือกตั้งใหม่ทำให้ผู้บริโภคภายในประเทศยังไม่เกิดความเชื่อมั่นต่อนโยบายของรัฐบาลชุดใหม่

จากตัวเลขมูลค่าการส่งออกดังกล่าว หากพิจารณาเฉพาะกลุ่มประเทศเศรษฐกิจประชาคมอาเซียน (AEC) จะพบว่า ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกให้กับประเทศคู่ค้าในกลุ่ม AEC คิดเป็นมูลค่าทั้งหมดเท่ากับ 5,818.16 ล้านบาท สำหรับปี 2557 คิดเป็นอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นเท่ากับร้อยละ 15.67 เมื่อเทียบกับช่วงปี 2556 ที่ผ่านมา และคิดเป็นสัดส่วนเมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนเท่ากับร้อยละ 15.09 ซึ่งมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2556 ที่มีสัดส่วนเท่ากับ 13.42

จากข้อมูลดังกล่าว บริษัทจึงได้วางแผนนโยบายที่จะสร้างโอกาสทางการขายไปยังกลุ่มลูกค้าในย่านเศรษฐกิจประชาคมอาเซียน (AEC) ให้มากกว่าเดิมซึ่งจะต้องเตรียมวางแผนกำลังคนที่จะทำหน้าที่เพื่อบุกตลาดด้าน AEC ต่อไป

ภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์

ปัจจุบันมูลค่าตลาดของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทยมีมูลค่าทั้งหมดประมาณ 70,000 ล้านบาท โดยมีผู้ประกอบการรายใหญ่ ซึ่งเป็นผู้เล่นที่สำคัญในอุตสาหกรรมอยู่ 4 ราย ซึ่งหากเปรียบเทียบกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของผู้เล่นรายสำคัญดังกล่าวเทียบกับบริษัท จะพบว่าไม่ใช่กลุ่มลูกค้าเดียวกันกับบริษัท กล่าวคือ ผู้ประกอบการ 2 ใน 4 ราย ดำเนินธุรกิจการเป็นผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์และจัดส่งสินค้าเพื่อจำหน่ายในรูปแบบร้านค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์ขนาดใหญ่ที่จำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของตนเองซึ่งเป็นการจำหน่ายสินค้าไปยังผู้ใช้เฟอร์นิเจอร์โดยตรง (End-user) ในขณะที่อีกรายหนึ่งเน้นการผลิตสินค้าเฟอร์นิเจอร์แบบครบวงจรที่ครอบคลุมเกือบทุกประเภทเฟอร์นิเจอร์ โดยมีการจำหน่ายสินค้าผ่านโชว์รูม และลูกค้าโครงการอสังหาริมทรัพย์ต่าง ๆ สำหรับผู้ประกอบการอีกรายปัจจุบันผลิตเฟอร์นิเจอร์เพื่อรองรับคำสั่งซื้อจากผู้ค้าปลีกรายใหญ่รายเดียวเป็นหลักจึงกล่าวได้ว่า ผู้ประกอบการทั้ง 4 ราย ไม่ได้เป็นคู่แข่งโดยตรงของบริษัท เนื่องจากมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ไม่เหมือนกัน และหากพิจารณาถึงผู้ผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ ที่มีกลุ่มลูกค้าเป็นร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ (Modern Trade) เช่นเดียวกันกับบริษัท ปัจจุบันมีเพียง 4 รายที่มีสินค้าวางจำหน่ายใน Modern Trade แต่เนื่องจากผู้ผลิตทั้ง 4 ราย เป็นโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ขนาดกลางถึงเล็กที่มีความสามารถในการรับคำสั่งซื้อจำกัด และไม่มีผู้ประกอบการรายใดที่มียอดขายใกล้เคียงกับบริษัท นอกจากนี้รายได้จากการจำหน่ายของบริษัทโดยส่วนใหญ่หรือประมาณร้อยละ 60 เป็นการผลิตเพื่อจำหน่ายให้กับลูกค้าในต่างประเทศ ดังนั้นบริษัทจึงพิจารณาคู่แข่งจากต่างประเทศเป็นสำคัญ ซึ่งปัจจุบันบริษัทได้คาดการณ์ว่า น่าจะมีเพียงรายเดียวที่มีลักษณะการดำเนินธุรกิจใกล้เคียงกับบริษัท รวมถึงมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในต่างประเทศเป็นกลุ่มเดียวกัน คือ HEVEA PAC Malaysia SDN BHD ประเทศมาเลเซีย

ภาวะอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์

ปัจจุบันอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ได้มีการพัฒนาและมีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว ดังนั้นเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงบริษัทจึงจำเป็นต้องศึกษาถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เพื่อกำหนดเป็นแนวทางและทิศทางการพัฒนา ปรับปรุง รูปแบบสินค้า เพื่อให้ทันต่อกระแสความนิยมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนส่งผล

โดยตรงต่อการพัฒนาทั้งด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการผลิต และด้านการตลาดที่จะต้องเข้าถึงและทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น โดยบริษัทคาดการณ์ว่า แนวโน้มของรูปแบบสินค้าเฟอร์นิเจอร์ที่มีแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุง จะมีอยู่ 3 รูปแบบหลักคือ

1. เฟอร์นิเจอร์ที่เน้นสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ซึ่งบริษัทจะมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยการจัดหาซื้อลิขสิทธิ์สินค้า (Licensee) (เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนา ปรับปรุงรูปแบบจากเฟอร์นิเจอร์ที่เคยผลิตอยู่ให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้นจากลิขสิทธิ์ดังกล่าว
2. เฟอร์นิเจอร์เอนกประสงค์ (Multifunction Furniture) ซึ่งจากการศึกษาข้อมูลพบว่า จากแนวโน้มประชากรของประเทศที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับวิถีชีวิตคนเมือง ในระดับชนชั้นกลางที่มีความเป็นอยู่เร่งรีบ ความต้องการที่อยู่อาศัยจึงต้องการพื้นที่ขนาดกระทัดรัด ดูแลง่าย ซึ่งจะทำให้ทั้งในส่วนของค่าใช้จ่ายในการหาซื้อที่อยู่อาศัยและค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาไม่สูงมากนักสอดคล้องกับรายได้ที่หามาได้ ดังนั้น รูปแบบของคนโคมิเนียมและบ้านพักอาศัยที่มีพื้นที่จำกัดจึงตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าประเภทนี้ ดังนั้นรูปแบบเฟอร์นิเจอร์จึงจะเน้นที่ประโยชน์ใช้สอยที่จะต้องพัฒนาให้สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้งาน (Function) ได้หลากหลายสำหรับพื้นที่ที่จำกัด ซึ่งบริษัทจะต้องหาแนวทางการพัฒนาสินค้าให้ตอบโจทย์ดังกล่าวได้มากขึ้น
3. เฟอร์นิเจอร์เพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental-Friendly Furniture) จากกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ทั่วโลกให้ความสำคัญ ดังนั้นแนวทางการคัดเลือกวัตถุดิบที่ใช้ในกระบวนการผลิต การผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการออกแบบสินค้าที่มีคุณภาพ ใช้งานได้ดีและมีอายุการใช้งานที่เหมาะสม ทั้งนี้เพื่อช่วยลดปัญหาเรื่องขยะล้นโลก เหล่านี้เป็นประเด็นสำคัญอีกอย่างหนึ่งที่บริษัทจะต้องให้ความสำคัญ

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 ถนนบางบึง – แกลง ตำบลทางเกวียน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง โดยในส่วนของโรงงานแห่งนี้ จะประกอบด้วยอาคารที่ใช้เป็นส่วนประกอบในการผลิตทั้งหมด 10 อาคาร โดยแบ่งออกเป็น

1. อาคารผลิตเฟอร์นิเจอร์ 5 อาคาร
2. โกดังเก็บสต็อกสินค้าสำเร็จรูปเพื่อเตรียมส่งมอบ 2 อาคาร
3. อาคารเตรียมวัตถุดิบ ได้แก่ อาคารโรงปัดผิว และจัดชุดน็อต สกรู (พิดตึง) 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 1 กะ
- 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
กำลังการผลิตจริงใน ปัจจุบัน	7,500	43,029	5,450	14,241,150
อัตราการใช้กำลังการผลิตในปัจจุบัน	ร้อยละ 86.20	ร้อยละ 45.29	ร้อยละ 68.98	ร้อยละ 59.34

หมายเหตุ: ในส่วนของกำลังการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด และเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา ขณะนี้เครื่องจักรได้เดินกำลังเต็มประสิทธิภาพ และกำลังแรงงานที่มีอยู่ในขณะนี้แล้ว

รายละเอียดเครื่องจักร อุปกรณ์ ที่ใช้ในการผลิต โดยแบ่งแยกตามกระบวนการผลิต

1. การผลิตไม้ยางพาราแปรรูป ประกอบด้วย

เครื่องจักร อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต	กำลังการผลิต
1. โต๊ะเลื่อยไม้ซุง	โดยเฉลี่ย 900 – 1,000 คิวบิกฟุต / วัน สำหรับระยะเวลาการผลิตตั้งแต่เวลา 08.00 – 17.00 น.
2. ถังอัดน้ำยาความดันสูง เพื่อป้องกันมอดและปลวก	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 โดยใช้เทคโนโลยีจากประเทศญี่ปุ่น และได้หั่น
3. เครื่องไสไม้ เครื่องขัด
4. อุปกรณ์การพ่นสี

ปริมาณการผลิตของเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา ในช่วงที่ผ่านมา

หน่วย : ตัว

ประเภทสินค้า	ปริมาณการผลิต		
	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557
โต๊ะรับประทานอาหาร (Dining Table)	8,656	9,237	4,581
เก้าอี้รับประทานอาหาร (Dining Chair)	189,935	187,710	154,184
ม้านั่งยาว (Bench)	6,835	5,869	2,343
เตียง (Bed)	47	203	-
ตู้เอนกประสงค์ (Buffet + Hutch)	292	-	168
รถเข็น (Wagon)	223	310	400
ชั้นวางของ (Shelf)	332	3,120	26,911
รวมปริมาณการผลิต	206,320	206,449	188,587

3. การผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด ประกอบด้วย

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

ปริมาณการผลิตของเฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด ในช่วงที่ผ่านมา

หน่วย : ตัว

ประเภทสินค้า	ปริมาณการผลิต		
	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557
ชั้นวางของเอนกประสงค์	2,039,574	2,454,721	2,494,365
ตู้เอนกประสงค์ / ตู้โชว์	595,465	336,895	297,318
ตู้สำหรับใส่รองเท้า	75,127	76,273	63,531
ตู้เสื้อผ้า	83,961	34,699	87,699
ชั้นวางทีวี (ตัว)	63,477	54,824	62,097
โต๊ะคอมพิวเตอร์ / โต๊ะทำงาน	47,656	81,465	56,011
โต๊ะเครื่องแป้ง / เตียง	-	6,487	1,205
รวมปริมาณการผลิต	2,905,260	3,045,364	3,062,226

4. การผลิตกระดาษปิดผิว ประกอบด้วย

เครื่องจักร อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต	กำลังการผลิต
1. เครื่องจักรสำหรับพิมพ์ลายกระดาษฟอยล์ โดยให้เทคโนโลยีจากประเทศญี่ปุ่น และ ประเทศจีน รวม 2 สายการผลิต	เครื่องจักรสามารถเดินเครื่องเพื่อพิมพ์ลายได้ 24,000,000 เมตรต่อปี
2. เครื่องตรวจสอบคุณภาพของกระดาษปิดผิว	

ปริมาณการผลิตกระดาษปิดผิว ในช่วงที่ผ่านมา

หน่วย : เมตร

ขนาดกระดาษ	ปริมาณการผลิต		
	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557
30 แกรม	10,794,298	11,808,900	14,193,420
45 แกรม	964,350	1,584,400	1,196,400
60 แกรม	80,450	458,000	898,250
65 แกรม	1,212,530	389,850	-
รวมปริมาณการผลิต	13,051,628	14,241,150	16,288,070

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตสินค้าของบริษัทมีทั้งหมดดังต่อไปนี้

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต	สัดส่วนการสั่งซื้อเมื่อเทียบกับมูลค่าการสั่งซื้อวัตถุดิบทั้งหมด (ร้อยละ)	แหล่งที่มาของวัตถุดิบ
1. ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด	39.34	สั่งซื้อจากภายในประเทศ
2. สี	10.56	สั่งซื้อจากภายในประเทศ
3. วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ (ฟิตติ้ง) (อาทิ มือจับ บานพับ รางลิ้นชัก กุญแจ ล็อค กระดาษ)	11.63	สั่งซื้อจากภายในประเทศ
4. กล่อง	7.57	สั่งซื้อจากภายในประเทศ
5. ไม้ยางพาราท่อน	7.99	สั่งซื้อจากภายในประเทศ
6. อุปกรณ์อื่น ๆ ได้แก่ โฟม โฟมซีล กระดาษทราย และวัสดุสิ้นเปลือง)	6.13	สั่งซื้อจากภายในประเทศ
7. กระดาษ	3.97	สั่งซื้อจากต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่
8. วัสดุ PVC ปิดขอบ	3.50	สั่งซื้อจากภายในประเทศ
9. กาว	3.13	สั่งซื้อจากภายในประเทศ

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต	สัดส่วนการสั่งซื้อเมื่อเทียบกับมูลค่าการสั่งซื้อวัตถุดิบทั้งหมด (ร้อยละ)	แหล่งที่มาของวัตถุดิบ
10. ไม้แผ่น/ไม้หน้าโต๊ะ/ไม้วีเนียร์/ไม้อัดประสาน	2.73	สั่งซื้อจากภายในประเทศ
11. ฟองน้ำ	0.25	สั่งซื้อจากภายในประเทศ
12. หนังเทียม (พีวีซี)	0.50	สั่งซื้อจากภายในประเทศ
13. เบาะ	2.70	สั่งซื้อจากภายในประเทศ
รวม	100.00	

ที่มา : ข้อมูลจากบริษัท โดยสัดส่วนคำนวณจากที่เกิดขึ้นจริงในช่วงปี 2557

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 ราย ดังกล่าวมีรายได้รวมจากการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ต่อปีคิดเป็นมูลค่าโดยประมาณกว่า 20,000 ล้านบาท จากมูลค่าตลาดเฟอร์นิเจอร์รวมที่ประมาณ 70,000 ล้านบาท ซึ่งหากพิจารณาเปรียบเทียบกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จะพบว่าไม่ใช่กลุ่มลูกค้าเดียวกันกับบริษัท กล่าวคือ ผู้ประกอบการ 2 ใน 4 ราย ดำเนินธุรกิจในรูปแบบร้านค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์ขนาดใหญ่ที่จำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของตนเอง และจำหน่ายสินค้าไปยังผู้ใช้เฟอร์นิเจอร์โดยตรง (End-user) ในขณะที่อีกรายหนึ่งเน้นการผลิตสินค้าเฟอร์นิเจอร์แบบครบวงจรที่ครอบคลุมเกือบทุกประเภทเฟอร์นิเจอร์ โดยมีการจำหน่ายสินค้าผ่านโชว์รูม และลูกค้าโครงการอสังหาริมทรัพย์ต่าง ๆ สำหรับผู้ประกอบการอีกรายปัจจุบันผลิตเฟอร์นิเจอร์เพื่อรองรับคำสั่งซื้อจากผู้ค้าปลีกรายใหญ่รายเดียวเป็นหลักจึงกล่าวได้ว่า ผู้ประกอบการทั้ง 4 ราย ไม่ได้เป็นคู่แข่งโดยตรงของบริษัท เนื่องจากมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ไม่เหมือนกัน และหากพิจารณาถึงผู้ผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ ที่มีกลุ่มลูกค้าเป็นร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ (Modern Trade) เหมือนกับบริษัท ปัจจุบันมีเพียง 4 รายที่มีสินค้าวางจำหน่ายใน Modern Trade แต่เนื่องจากผู้ผลิตทั้ง 4 ราย เป็นโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ขนาดกลางถึงเล็กที่มีความสามารถในการรับคำสั่งซื้อจำกัด และไม่มีผู้ประกอบการรายใดที่มียอดขายใกล้เคียงกับบริษัท สำหรับคู่แข่งจากต่างประเทศ จะมีเพียงรายเดียวที่มีลักษณะการดำเนินธุรกิจใกล้เคียงกับบริษัท รวมถึงมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในต่างประเทศเป็นกลุ่มเดียวกัน คือ HEVEA PAC Malaysia SDN BHD ประเทศมาเลเซีย แต่ด้วยการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ซื้อ รวมถึงการให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้า ควบคู่ไปกับการผลิตที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามปริมาณที่ต้องการได้ จึงทำให้ลูกค้าต่างประเทศส่วนใหญ่ยังคงสั่งซื้อสินค้ากับบริษัทมายาวนานต่อเนื่องกว่า 10 ปี

2. ความเสี่ยงจากการแข่งขันของผู้ประกอบการรายใหม่และการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

บริษัทจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ให้กับลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีสัดส่วนการจำหน่ายในประเทศและส่งออกต่างประเทศในงวดบัญชีปี 2556 คิดเป็นร้อยละ 36.88 และร้อยละ 63.12 ของรายได้จากการขาย และในงวดบัญชีปี 2557 คิดเป็นร้อยละ 38.67 และร้อยละ 61.33 ของรายได้จากการขาย ตามลำดับ

จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่า บริษัทเริ่มมีสัดส่วนของรายได้จากการจำหน่ายภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เป็นผลมาจากบริษัทมีรายได้จากการจำหน่ายภายในประเทศเติบโตขึ้นคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 8.1 ทั้งนี้หากพิจารณาที่ช่องทางการจัดจำหน่ายจะพบว่า อัตราการเติบโตดังกล่าวมาจากการผลิตและจำหน่ายโดยใช้ตราสินค้าของบริษัทคิดเป็นสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 19.3 รองลงมาคือ การจำหน่ายสินค้าผ่านทางโชว์รูม ELEGA ของบริษัทเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.5 และในส่วนของจำหน่ายสินค้าผ่านร้านค้าส่งและร้านค้าปลีกรายย่อย (Dealer) เติบโตกว่าร้อยละ 56.6 เมื่อเทียบกับช่วงปีที่ผ่านมา ซึ่งคาดการณ์ว่า เป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในประเทศที่มีการหันมาซื้อที่อยู่อาศัยแนวสูงหรือคอนโดมิเนียมในเมืองเพื่อลดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และการมีค่านิยมของผู้ใช้เฟอร์นิเจอร์ส่วนใหญ่ที่เริ่มมีมุมมองต่อเฟอร์นิเจอร์ในที่พักอาศัยหรือสถานที่ทำงานเป็นสินค้าแฟชั่นมากขึ้น จึงทำให้

ปริมาณความต้องการซื้อเฟอร์นิเจอร์มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากการเปิดสาขาของผู้ผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์รายใหญ่ในประเทศที่ในปี 2557 และแนวโน้มการขยายสาขาในปี 2558 ยังคงมีการเปิดตัวสาขาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งอาจทำให้มีผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีเงินทุนเพียงพอ สนใจที่จะลงทุนในธุรกิจผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ การเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่จะเกิดขึ้นในต้นปี 2559 ซึ่งในกลุ่มอาเซียนผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์จากผู้ผลิตในประเทศมาเลเซียถือเป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทย แต่หากพิจารณาแล้วในส่วนการแข่งขันในตลาดอาเซียนนั้นอาจไม่รุนแรงมากนัก เพราะแต่ละประเทศก็จะเน้นในสินค้าที่เป็นจุดเด่นของตัวเอง อาทิ ประเทศอินโดนีเซียจะเด่นเรื่องเฟอร์นิเจอร์ภายนอกบ้าน มาเลเซียมีความเชี่ยวชาญเรื่องเฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตเป็นปริมาณมากมีราคาถูก ฟิลิปปินส์จะเด่นในเรื่องออกแบบดีไซน์แต่มีการผลิตน้อย เวียดนามมีการผลิตใกล้เคียงกับไทยมากที่สุดแต่ก็มีจุดอ่อนในเรื่องวัตถุดิบที่ต้องนำเข้าเกือบทั้งหมด ดังนั้นจากที่กล่าวมา บริษัทได้เตรียมความพร้อมเพื่อรองรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นหากเกิดปัญหาการแข่งขันด้านราคา โดยมีนโยบายการปรับปรุงประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต การใช้นโยบายการบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการผลิตให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่ไปกับการขยายฐานลูกค้าไปยังลูกค้ารายใหม่ทั้งในประเทศและต่างประเทศมากขึ้น รวมถึงมีแผนที่จะพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเน้นการแข่งขันด้านคุณภาพสินค้าและการกำหนดราคาที่สามารถแข่งขันได้เป็นสำคัญ นอกจากนี้ ด้วยความได้เปรียบจากการบริหารต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ ทำให้บริษัทสามารถกำหนดราคาที่แข่งขันได้และด้วยคุณภาพสินค้าที่เป็นที่ยอมรับจากลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศมายาวนานกว่า 10 ปี จึงทำให้บริษัทมั่นใจว่าจะได้รับผลกระทบจากความเสี่ยงดังกล่าวค่อนข้างน้อย

3. ความเสี่ยงจากการผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัทมีการจำหน่ายสินค้าไปยังลูกค้าต่างประเทศ โดยกำหนดเงื่อนไขการชำระค่าสินค้าเป็นสกุลดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งในงวดบัญชีปี 2556 และงวดบัญชีปี 2557 บริษัทมีสัดส่วนการจำหน่ายสินค้าไปยังต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 63.12 และร้อยละ 61.33 ของรายได้จากการขาย ตามลำดับ นอกจากนี้ บริษัทมีการนำเข้าวัตถุดิบเพื่อผลิตกระดาดปิดผิวจากต่างประเทศ โดยในงวดบัญชีปี 2556 และงวดบัญชีปี 2557 บริษัทมีสัดส่วนการสั่งซื้อวัตถุดิบดังกล่าวคิดเป็นร้อยละ 3.82 และร้อยละ 3.97 ของมูลค่าการสั่งซื้อวัตถุดิบรวม ดังนั้น บริษัทจึงอาจได้รับความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อกำไรสุทธิของบริษัทได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทได้เตรียมเครื่องมือทางการเงินสำหรับป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นดังกล่าว โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทมีวงเงินซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) กับสถาบันการเงินแห่งหนึ่งในประเทศ เป็นจำนวนเงินรวมประมาณ 1.00 ล้านบาทหรือคิดเป็นเงินบาทจำนวนรวมประมาณ 29.1 ล้านบาท (มูลค่ายุติธรรมมีจำนวนเงินประมาณ 32.4 ล้านบาท) เพื่อลดผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตได้ในระดับหนึ่ง

4. ความเสี่ยงจากการไม่มีสัญญาสั่งซื้อสินค้าในระยะยาว

บริษัทผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์สำเร็จรูปผ่านรูปแบบการจำหน่ายหลัก 2 แบบคือ

แบบที่ 1 การผลิตและจำหน่ายตามคำสั่งซื้อของลูกค้า (Made to Order) ซึ่งโดยเกือบทั้งหมดจะเป็นการผลิตและจำหน่ายให้กับลูกค้าในต่างประเทศ โดยในงวดบัญชีปี 2556 และงวดบัญชีปี 2557 บริษัทจำหน่ายสินค้าในลักษณะผลิตตามคำสั่งซื้อเท่ากับ 740.34 ล้านบาท และ 690.41 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 66.13 และร้อยละ 60.67 ของรายได้จากการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ ตามลำดับ

แบบที่ 2 การผลิตและจำหน่ายโดยใช้ตราสินค้าของบริษัท เป็นการผลิตและจำหน่ายให้กับกลุ่มร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ (Modern Trade) ได้แก่ ตราสินค้า “Leaf” สำหรับจำหน่ายใน Home Pro ตราสินค้า “Muse” สำหรับจำหน่ายใน Tesco Lotus ตราสินค้า “Fur Direct” สำหรับจำหน่ายใน Big C ตราสินค้า “a7” สำหรับจำหน่ายใน Mega Home ตราสินค้า “CUBE” สำหรับจำหน่ายใน ไทวัสดุ โดยในงวดบัญชีปี 2556 และงวดบัญชีปี 2557 บริษัทผลิตและจำหน่ายสินค้าโดยใช้ตราสินค้าของบริษัทตามที่กล่าวข้างต้นเท่ากับ 283.76 ล้านบาท และ 338.66 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 25.35 และร้อยละ 29.76 ของรายได้จากการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ ตามลำดับ

ซึ่งการจำหน่ายสินค้าในรูปแบบการผลิตตามคำสั่งซื้อและแบบที่ใช้ตราสินค้าของบริษัท ถือเป็นรูปแบบการจำหน่ายหลักของบริษัท โดยบริษัทจะได้รับแผนการสั่งซื้อจากลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศทุกปี โดยทั้งลูกค้าในประเทศและต่างประเทศจะไม่มีการทำสัญญาซื้อสินค้าในระยะยาว ดังนั้น บริษัทจึงอาจได้รับความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของปริมาณคำสั่งซื้อของลูกค้าเนื่องจากไม่มีการทำสัญญาซื้อสินค้าในระยะยาว กล่าวคือลูกค้าอาจลดปริมาณคำสั่งซื้อ หรือไม่สั่งซื้อสินค้าในอนาคตได้ ซึ่งเหตุการณ์ดังกล่าว อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจของบริษัทและผลกำไรของกิจการ แต่อย่างไรก็ตามเนื่องจากสินค้าของบริษัทมีคุณภาพในการผลิต รวมถึงการกำหนดราคาที่เหมาะสม และการส่งมอบสินค้าที่ตรงตามกำหนดเวลา จึงทำให้ลูกค้ากลุ่ม Made to Order และกลุ่มร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ของบริษัททั้งหมด ยังคงมียอดสั่งซื้อสินค้ากับบริษัทอย่างต่อเนื่อง

3.2 ความเสี่ยงด้านการผลิต

1. ความเสี่ยงเกี่ยวกับวัตถุดิบ

● ความเสี่ยงจากการขาดแคลนวัตถุดิบ

ในงวดบัญชีปี 2556 และงวดบัญชีปี 2557 บริษัทมีสัดส่วนการสั่งซื้อไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด คิดเป็นร้อยละ 40.33 และร้อยละ 39.34 ของยอดสั่งซื้อวัตถุดิบรวม ซึ่งมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา โดยบริษัทไม่มีการทำสัญญาซื้อขายกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบรายใดรายหนึ่งโดยเฉพาะ ดังนั้น บริษัทจึงอาจได้รับความเสี่ยงจากการจัดหาวัตถุดิบหากผู้จำหน่ายไม่สามารถจำหน่ายวัตถุดิบให้กับบริษัทได้อย่างเพียงพอ หรือลดการจำหน่ายวัตถุดิบให้กับบริษัท แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทตระหนักถึงประเด็นความเสี่ยงดังกล่าว และได้มีการป้องกันความเสี่ยงจากการจัดหาวัตถุดิบ โดยได้สั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้จำหน่ายรายใหญ่ที่มีศักยภาพด้านการผลิตรวม 7 ราย ควบคู่ไปกับการรักษาความสัมพันธ์อันดีกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบมาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจำนวนผู้จำหน่ายวัตถุดิบกว่าร้อยละ 80 ของจำนวนผู้จำหน่ายวัตถุดิบหลัก มีการขายวัตถุดิบให้กับบริษัทมาเป็นเวลานานมากกว่า 7 ปีขึ้นไป

● ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ของบริษัทได้แก่ ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด และไม้ยางพารา โดยในช่วงปี 2557 ที่ผ่านมา ราคาวัตถุดิบหลักทั้งสองประเภทดังกล่าวไม่มีการแกว่งตัวที่ส่งผลกระทบต่อโครงสร้างต้นทุนการผลิตของบริษัทแต่อย่างใด และจัดว่าเป็นปีที่ราคาวัตถุดิบดังกล่าวมีเสถียรภาพ

ในส่วน of ไม้ยางพารานั้น การปลูกไม้ยางพาราของเกษตรกรผู้ปลูก มีวัตถุประสงค์เพื่อกรีดยางไปทำยางแผ่นเพื่อจำหน่าย ซึ่งต้นยางถือเป็นผลพลอยได้จากการปลูกยาง เนื่องจากเมื่อต้นยางมีอายุมากขึ้น น้ำยางจะลดลง จึงตัดโค่นไม้ยางมาจำหน่าย ซึ่งภายหลังการปิดป่าทำให้ไม้ยางพาราเป็นหนึ่งในไม้ที่ได้รับความนิยมมากขึ้น

โดยเฉพาะในธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์เพื่อจำหน่าย ดังนั้น หากมีปริมาณความต้องการไม้ยางพารามากขึ้น ย่อมส่งผลกระทบต่อต้นทุนไม้ยางอันจะนำมาซึ่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของกิจการได้ อย่างไรก็ตามราคาจะเห็นได้ว่า ตั้งแต่ช่วงปี 2557 ราคาไม้ยางพาราเริ่มมีเสถียรภาพมากขึ้น

ทั้งนี้โดยภาพรวมแล้วในส่วนของการบริหารจัดการต้นทุนวัตถุดิบหลักทั้งสองประเภทดังกล่าว บริษัทจะมีการติดตามความเคลื่อนไหว การเปลี่ยนแปลงขึ้นลงของราคาอย่างใกล้ชิดเพื่อให้ทันต่อสถานการณ์และสามารถป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบหลักที่อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัท

2. ความเสี่ยงจากการขาดแคลนแรงงาน

บริษัทดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์และกระดาศปิดผิว ซึ่งแรงงานด้านการผลิตถือเป็นส่วนสำคัญ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทมีพนักงานรวมทั้งสิ้น 1,191 คน แบ่งเป็นพนักงานประจำจำนวน 210 คน และลูกจ้างรายวันจำนวน 981 คน ซึ่งประมาณร้อยละ 80.00 ของจำนวนลูกจ้างรายวันทั้งหมดอยู่ในฝ่ายโรงงาน/ผลิต ซึ่งการมีแรงงานเป็นจำนวนมาก ย่อมส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตและความสามารถในการแข่งขันของกิจการ โดยในระหว่างปี คนงานมีการเปลี่ยนงานรวมทั้งบริษัทมีการขยายกระบวนการผลิตอยู่ตลอดเวลา จึงอาจเกิดการหมุนเวียนของแรงงานเพิ่มขึ้น/ลดลง จนอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการผลิตได้ในบางช่วง ซึ่งบริษัทตระหนักถึงประเด็นความเสี่ยงดังกล่าว และกำหนดแนวทางป้องกันความเสี่ยงจากการขาดแคลนแรงงาน ซึ่งที่ผ่านมาบริษัทยังไม่เคยประสบกับปัญหาดังกล่าว นอกจากนี้ บริษัทยังมีแผนที่จะปรับปรุงสายการผลิต ด้วยการนำเข้าเครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีทันสมัย เพื่อให้กระบวนการผลิตเป็นระบบอัตโนมัติ (Automatic System) มากขึ้น ซึ่งจะช่วยลดผลกระทบจากการขาดแคลนแรงงานที่อาจเกิดขึ้นได้ในระดับหนึ่ง

3.3 ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการ

1. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารหลัก

บริษัทเริ่มดำเนินธุรกิจจากการก่อตั้งโดยนายวัลลภ สุขสวัสดิ์ และขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่องผ่านการบริหารอย่างมืออาชีพของกลุ่มผู้บริหารในครอบครัวสุขสวัสดิ์ ซึ่งตลอดระยะเวลาการดำเนินธุรกิจมายาวนานกว่า 20 ปี ผู้บริหารหลักของบริษัทได้สร้างความน่าเชื่อถือให้กับกิจการ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าทั้งในและต่างประเทศมาโดยต่อเนื่อง ดังนั้น บริษัทจึงอาจได้รับความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารหลักของบริษัทในด้านการบริหารงาน ซึ่งหากมีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารหลักอาจจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทได้ ทั้งนี้ บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว จึงได้มีการจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่ง (Succession plan) และได้สนับสนุนให้พนักงานของบริษัทมีบทบาทในการแสดงความคิดเห็นและปฏิบัติงานภายใต้อำนาจหน้าที่ที่กำหนดอย่างเต็มที่ รวมถึงผลักดันให้เกิดการทำงานเป็นทีมเพื่อสร้างศักยภาพและประสิทธิภาพในการทำงานให้เพิ่มขึ้น ภายใต้การพิจารณาผลตอบแทนอย่างเหมาะสมและเพียงพอ ควบคู่ไปกับการให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมพนักงานทุกระดับให้มีความรู้ความเข้าใจในการทำงานโดยเท่าเทียมและสม่ำเสมอ รวมทั้งได้ส่งเสริมและมอบหมายให้พนักงานมีตำแหน่งหน้าที่การงานที่สูงขึ้นเพื่อรองรับด้านการบริหารจัดการของบริษัท ดังนั้น บริษัทจึงมั่นใจว่าจะสามารถลดการพึ่งพิงการบริหารงานโดยผู้บริหารหลักได้ในอนาคต

2. ความเสี่ยงจากการมีกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ถือหุ้นมากกว่าร้อยละ 75

บริษัทมีกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่คือ กลุ่มสุขสวัสดิ์ ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 66.23 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 2557 (ล้านบาท)	การใช้ประโยชน์ในทรัพย์สิน
1. ที่ดิน	<ul style="list-style-type: none"> 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	96.636	<ul style="list-style-type: none"> ที่ตั้งอาคารสำนักงานใหญ่และอาคารโรงงานและคลังสินค้า ที่ตั้งอาคารโรงงานและคลังสินค้า ที่ตั้งโชว์รูมและคลังสินค้าของบริษัท
2. ส่วนปรับปรุงที่ดิน		เป็นเจ้าของ	- ไม่มี -	3.461	ที่ตั้งอาคารสำนักงานใหญ่และอาคารโรงงานและคลังสินค้า
3. อาคาร	<ul style="list-style-type: none"> อาคารสำนักงานใหญ่ โรงงาน และคลังสินค้า ตั้งอยู่เลขที่ 37/9 หมู่ 3 ถนนบ้านบึง-แกลง ตำบลทางเกวียน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง อาคารสำนักงาน โรงงาน และคลังสินค้า ตั้งอยู่เลขที่ 29/1 หมู่ 3 ซอย ชงโค-ชุมชนโน ตำบลวังจันทร์ อำเภอวังจันทร์ จังหวัดระยอง อาคารสำนักงาน โชว์รูม และคลังสินค้า ตั้งอยู่เลขที่ 25/28 หมู่ 12 ตำบลบึงคำพร้อย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี 	เป็นเจ้าของ	เป็นหลักประกันวงเงินสินเชื่อกับเจ้าหนี้สถาบันการเงิน	90.556	ใช้เป็นอาคารสำนักงาน โรงงาน โชว์รูม และคลังสินค้า
4. ส่วนปรับปรุงอาคาร		เป็นเจ้าของ	- ไม่มี -	33.412	เพื่อใช้ในโรงงาน / สำนักงาน
5. เครื่องจักรและอุปกรณ์โรงงาน		เป็นเจ้าของ / บางส่วนเป็นทรัพย์สินภายใต้สัญญาเช่าซื้อ	เครื่องจักรบางส่วนเป็นหลักประกันวงเงินสินเชื่อกับเจ้าหนี้สถาบันการเงิน	103.686	เพื่อใช้ในโรงงาน
6. ระบบไฟฟ้า		เป็นเจ้าของ	- ไม่มี -	0.6	เพื่อใช้ในโรงงาน / สำนักงาน

ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน	มูลค่าสุทธิ ณ 31 ธันวาคม 2557 (ล้านบาท)	การใช้ประโยชน์ในทรัพย์สิน
7. เครื่องตกแต่งติดตั้งและเครื่องใช้สำนักงาน		เป็นเจ้าของ	- ไม่มี -	4.769	เพื่อใช้ในโรงงาน / สำนักงาน
8. ยานพาหนะ		ทรัพย์สินภายใต้สัญญาเช่าซื้อ	- ไม่มี -	21.116	เพื่อใช้ในการติดต่อและการขนส่ง
9. ระบบสาธารณูปโภค		เป็นเจ้าของ	- ไม่มี -	1.69	เพื่อใช้ในโรงงาน / สำนักงาน
10. เครื่องจักรระหว่างติดตั้ง			- ไม่มี -	17.071	เพื่อใช้ในโรงงาน
รวม				372.997	

สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทมีรายการสินทรัพย์ไม่มีตัวตนสุทธิเท่ากับ 4.418 ล้านบาท โดยรายการดังกล่าวคือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์

สัญญาที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ**สัญญาเช่าและสัญญาบริการ**

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทมีสัญญาเช่าพื้นที่และสัญญาบริการกับผู้ให้เช่า 2 ราย เพื่อใช้เป็นที่ตั้งโชว์รูม สำหรับจำหน่ายสินค้าของบริษัทภายใต้ตราสินค้า “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 สาขาเพชรเกษม : พื้นที่ 182.58 ตร.ม.	: 3 ปี : ตั้งแต่วันที่ 18 ก.พ. 55 ถึงวันที่ 17 ก.พ. 58	
	4) Index Living Mall สาขาบางใหญ่ : พื้นที่ 132.20 ตร.ม.	: 3 ปี : ตั้งแต่วันที่ 15 เม.ย. 56 ถึงวันที่ 14 เม.ย. 59	
	5) Index Living Mall สาขารัตนาธิเบศร์ : พื้นที่ 108.00 ตร.ม.	: 3 ปี : ตั้งแต่วันที่ 20 พ.ย. 55 ถึงวันที่ 19 พ.ย. 58	
	6) Index Living Mall สาขาชลบุรี : พื้นที่ 148.00 ตร.ม.	: 3 ปี : ตั้งแต่วันที่ 1 ก.ค. 57 ถึงวันที่ 30 มิ.ย. 60	
	7) Index Living Mall สาขาพญา : พื้นที่ 87.00 ตร.ม.	: 3 ปี : ตั้งแต่วันที่ 18 ก.ค. 57 ถึงวันที่ 17 ก.ค. 60	
	8) Index Living Mall สาขาเชียงใหม่ : พื้นที่ 113.00 ตร.ม.	: 3 ปี : ตั้งแต่วันที่ 1 ส.ค. 55 ถึงวันที่ 31 ก.ค. 58	
	9) Index Living Mall สาขาราชพฤกษ์ : พื้นที่ 141.40 ตร.ม.	: 3 ปี : ตั้งแต่วันที่ 23 ก.พ. 55 ถึงวันที่ 22 ก.พ. 58	
	10) Index Living Mall สาขาเกษตร - นวมินทร์ : พื้นที่ 173.00 ตร.ม.	: 3 ปี : 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 สาขางะเซิงเทรา : พื้นที่ 75.41 ตร.ม.	: 3 ปี : ตั้งแต่วันที่ 26 มี.ค. 57 ถึง วันที่ 25 มี.ค. 60	ก่อนวันสิ้นสุดสัญญาไม่น้อยกว่า 180 วัน หากบริษัทประสงค์ที่จะขอต่ออายุสัญญาเช่า จะต้องแจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบเพื่อพิจารณาต่อ อายุสัญญา โดยผู้เช่ายินยอมให้ผู้ให้เช่าปรับ ค่าเช่าเพิ่มขึ้นโดยปรับเพิ่มได้ทุก ๆ 3 ปี ใน อัตราไม่เกินกว่าร้อยละ 20 ของค่าเช่าและ ค่าบริการในสัญญาปัจจุบัน
	2) Home Pro สาขาสุพรรณบุรี : พื้นที่ 105.00 ตร.ม.	: 1 ปี : ตั้งแต่วันที่ 16 ก.ค. 57 ถึง วันที่ 15 ก.ค. 58	

นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทมีบริษัทย่อย 1 บริษัท ได้แก่ บริษัท วีวี-เดคคอร์ จำกัด โดยบริษัทถือหุ้นในบริษัทย่อยจำนวนทั้งหมด 9,950 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.50 ของทุนจดทะเบียน มีมูลค่าเงินลงทุนด้วยวิธีราคาทุนรวมทั้งสิ้น 995,000 บาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.10 ของสินทรัพย์รวมตามงบการเงินเฉพาะบริษัท และเมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2558 บริษัทได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทย่อยเพิ่มเติมอีก 1 แห่ง คือ บริษัท อีซีเอฟ โฮลดิ้งส์ จำกัด (ECF Holdings) ประกอบธุรกิจหลักโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company) โดยบริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 51.00 โดยมีทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน) โดยแบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 10,000 หุ้น (หนึ่งหมื่นหุ้น) มีมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100.00 บาท (หนึ่งร้อยบาท) โดยมีหลักการและเหตุผลในการจัดตั้งบริษัทย่อย ECF Holdings คือ เพื่อให้ ECF Holdings เป็นผู้เข้าลงทุนในธุรกิจอื่น ๆ นอกเหนือจากธุรกิจการเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งเป็นธุรกิจหลักของบริษัท อาทิเช่น ธุรกิจด้านพลังงานทดแทน หรือธุรกิจประเภทอื่น ๆ ที่อาจจะมีเพิ่มเติมในอนาคต

ซึ่งในการพิจารณาลงทุนในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วม รวมทั้งโครงการลงทุนแต่ละโครงการ บริษัทจะให้ความสำคัญกับการพิจารณาลงทุนในธุรกิจที่เกื้อหนุนและเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทเป็นสำคัญ โดยคำนึงถึงผลตอบแทนจากการลงทุน ความเสี่ยง และสภาพคล่องทางการเงินของบริษัทอย่างรอบคอบ ซึ่งการลงทุนดังกล่าวจะต้องผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการบริษัท และที่ประชุมผู้ถือหุ้นตามขอบเขตอำนาจอนุมัติที่กำหนดไว้ และต้องดำเนินการให้เป็นไปตามข้อกำหนดและประกาศของคณะกรรมการกำกับตลาดทุนและตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมถึงกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยบริษัทจะควบคุมผ่านการส่งกรรมการ และ/หรือผู้บริหารของบริษัทเข้าไปเป็นกรรมการ เพื่อควบคุมทิศทางและนโยบายการบริหารงานให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ปัจจุบันบริษัทไม่มีข้อพิพาททางด้านกฎหมายหรือคดีที่อาจจะมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทหรือบริษัทย่อยที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ชื่อบริษัทภาษาไทย	:	บริษัท อีสต์โคสต์เฟอร์นิเทค จำกัด (มหาชน)
ชื่อบริษัทภาษาอังกฤษ	:	East Coast Furnitech Public Company Limited (ECF)
วันที่จดทะเบียนก่อตั้งบริษัท	:	วันที่ 12 ตุลาคม 2542 ในฐานะบริษัทจำกัด ต่อมาเมื่อวันที่ 18 ตุลาคม 2555 บริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนเพื่อแปรสภาพจากบริษัทจำกัดเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และเปลี่ยนแปลงชื่อเป็น บริษัท อีสต์โคสต์เฟอร์นิเทค จำกัด (มหาชน) (ECF)
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107555000449
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	:	ผู้ผลิตและจัดจำหน่าย เฟอร์นิเจอร์ไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา กระดาษปิดผิว เพื่อใช้ประกอบในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ การผลิตและจำหน่ายไม้ยางพาราแปรรูปอบแห้ง การจัดจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ผ่านโซว์รูมสาขา และการให้บริการตัดแผ่นปิดขอบไม้ (พีวีซี)
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	37/9 หมู่ 10 ถนนบ้านบึง – แกลง ตำบลทางเกวียน อำเภอแกลง จังหวัดระยอง 21110
ที่ตั้งสำนักงานสาขา	:	
สาขาที่ 1	:	เลขที่ 29/1 หมู่ที่ 3 ซอยชงโค – ชุมชุมใน ตำบลวังจันทร์ อำเภอวังจันทร์ จังหวัดระยอง โดยสำนักงานแห่งนี้ใช้เป็นโรงงานผลิตและประกอบเฟอร์นิเจอร์ อีกแห่งหนึ่งของบริษัท รวมถึงสายการผลิตในส่วนของโรงเลื่อยไม้ยางพาราแปรรูปและอบแห้ง และผลิตกระดาษปิดผิวสำหรับใช้ในการผลิตเฟอร์นิเจอร์
สาขาที่ 2	:	เลขที่ 25/28 หมู่ที่ 12 ตำบลบึงคำพร้อย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี โดยสำนักงานแห่งนี้ใช้เป็นส่วนของฝ่ายบริหารงานทั่วไป และก่อตั้งเก็บสินค้า นอกจากนี้บริษัทยังมีสำนักงานสาขาที่จดทะเบียน สำหรับใช้เป็นโซว์รูมสำหรับจัดแสดงและจำหน่ายสินค้า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 รวมทั้งสิ้นอีก 13 แห่ง
โทรศัพท์	:	+66 38-886-372-4
โทรสาร	:	+66 38-678-220
Home Page	:	www.ecf-furniture.com , www.elegathai.com
ทุนที่เรียกชำระแล้ว	:	130,000,000 บาท (หนึ่งร้อยสามสิบล้านบาทถ้วน) จากทุนจดทะเบียนทั้งหมด 195,000,000 บาท (หนึ่งร้อยเก้าสิบล้านบาทถ้วน) โดยในส่วนของทุนจดทะเบียนที่รอเรียกชำระจำนวน

มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ : 65,000,000 บาท โดยแบ่งออกเป็นหุ้นจำนวนจำนวน 260,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท เป็นการ จัดสรรไว้เพื่อรองรับการใช้สิทธิแปลงสภาพของใบสำคัญแสดง สิทธิ ครั้งที่ 1 (ECF-W1)

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 อาคารเจ้าพระยาทาวเวอร์ 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 เจริญฤทธิ์ / นายอำนาจ จำปาसार

ที่ตั้ง : สำนักกฎหมายกฤตธรรม เลขที่ 9 ซอยอินทามระ 7 ถนนสุทธิสารวินิจฉัย แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400

โทรศัพท์ : +66 2279 3141

: +66 2616 6384

สำนักเลขานุการบริษัทและนักลงทุนสัมพันธ์

ผู้ช่วยเลขานุการบริษัท : นางสาวสาริสา ทองกิตติกุล

ที่ตั้ง : เลขที่ 25/28 หมู่ 12 ตำบลบึงคำพร้อย อำเภอลำลูกกา จังหวัด ปทุมธานี 12150

โทรศัพท์ : +66 2152-7301-4 ต่อ 212

โทรสาร : +66 2152-7305

อีเมล : ir@eastcoast.co.th