

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้

ตารางต่อไปนี้แสดงโครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัท

รายการ	ดำเนินการโดย	% การถือหุ้น ของบริษัท	สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่					
			31 ธ.ค. 56		31 ธ.ค. 57		31 ธ.ค. 58	
			ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รับสำเร็จรูป	บริษัทฯ	100.0%	177.16	43.47	166.84	46.61	163.39	41.33
รับสร้างบ้าน ¹	คิวเทค และ กินซ่าโฮม	100.0%	196.46	48.20	165.43	46.21	209.62	53.03
ประตู่ และหน้าต่าง อลูมิเนียมสำเร็จรูป	เอเทค	100.0%	33.95	8.33	25.71	7.18	22.31	5.64
	รวม		407.57	100.00	357.98	100.00	395.32	100.00

หมายเหตุ¹ รายได้จากธุรกิจรับสร้างบ้านของงวด 12 เดือนสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558 นั้นรวมรายได้จากธุรกิจรับสร้างปกติที่บริษัทฯ รับสร้างบ้านบนที่ดินของลูกค้า กับรายได้ที่รับรู้จากการขายบ้านและที่ดินโครงการเดอะ กินซ่า ซึ่งมีลักษณะคล้ายโครงการบ้านจัดสรร ทั้งนี้มูลค่ารายได้ที่รับรู้จากโครงการเดอะ กินซ่า เท่ากับ 39.99 ล้านบาท

2.1 การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

ธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ สามารถแบ่งออกเป็น 3 ธุรกิจย่อย ดังนี้

1. ธุรกิจผลิตภัณฑ์รับสำเร็จรูป
2. ธุรกิจรับสร้างบ้าน
3. ธุรกิจผลิตภัณฑ์ประตู่และหน้าต่างอลูมิเนียมสำเร็จรูป

2.1.1 ธุรกิจผลิตภัณฑ์รับสำเร็จรูป

2.1.1.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์รับสำเร็จรูป ซึ่งประกอบไปด้วย แผ่นรับสำเร็จรูป ฐานราก สำเร็จรูป เสา และทับหลัง ผลิตภัณฑ์รับสำเร็จรูปของบริษัทฯ ได้รับการออกแบบเพื่อให้ไม่อมน้ำ มีความสวยงาม และทนทานมีอายุการใช้งานนานเกินกว่า 10 ปี ผลิตภัณฑ์ได้รับการออกแบบเพื่อให้การติดตั้งรับสำเร็จรูปมีความสะดวกและรวดเร็วในการก่อสร้างกว่าวิธีทั่วไป ทำให้สามารถลดปัญหาและค่าใช้จ่ายด้านแรงงานก่อสร้าง ผลิตภัณฑ์รับสำเร็จรูปของบริษัทฯ แบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์รับสำเร็จรูปภายใต้ชื่อ “เฟนเซอร์” (FENZER)

เป็นรับสำเร็จรูปที่ผลิตด้วยระบบคอนกรีตเสริมเหล็กแรงดึงสูง (Pre-stressed Concrete) กำลังสูงมากกว่า 300 กิโลกรัมต่อตารางเซนติเมตร (ksc) ด้วยเทคโนโลยีการผลิตชิ้นส่วนสำเร็จรูปที่ทันสมัยจากประเทศญี่ปุ่น ตามหลักมาตรฐาน ACI CODE และ ISO 9001:2008 ประกอบด้วยแผ่นคอนกรีตผิวเรียบเนียนทั้งสองด้าน เสา แผ่นทับหลัง บัวหัวเสา และฐานราก มีคุณสมบัติป้องกันเชื้อรา เหมาะสำหรับรับบ้านเดี่ยว โครงการจัดสรรบ้านพักอาศัย รวมถึงทุกพื้นที่ที่ต้องการล้อมรั้ว ผลิตภัณฑ์รับสำเร็จรูปภายใต้ชื่อ “เฟนเซอร์” ซึ่งบริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายในปัจจุบัน แบ่งเป็น 6 รุ่น ดังนี้

1. M-Wall FENZER เป็นรั้วสำเร็จรูปรุ่นประหยัด เหมาะกับการก่อสร้างรั้วรอบโครงการอสังหาริมทรัพย์ และโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ มีความแข็งแรง ผิวเรียบเนียนภายในพื้นที่ใช้งาน 1 ด้าน มีความแข็งแรงทนทานสูงกว่ารั้วสำเร็จรูปทั่วไปในตลาด



โครงการแสนสิริ-ฮาบีเทีย



โครงการ Gusto



โครงการ Gusto

2. Anti-Water FENZER เป็นรั้วสำเร็จรูป ที่ถูกพัฒนาหลังจากที่มีน้ำท่วมใหญ่ในปี 2554 บริษัท ได้ออกแบบขึ้นส่วนรั้วรุ่นนี้โดยเฉพาะเพื่อมีความแข็งแรงเพิ่มขึ้นสำหรับรับแรงดันน้ำ เมื่อมีน้ำท่วมรอบโครงการ อีกทั้งสามารถป้องกันการซึม น้ำจากน้ำท่วมได้มากขึ้น มีราคาที่เหมาะสมและเหมาะกับการใช้งานในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงต่อน้ำท่วมในอนาคต



นาคนิวาส



นาคนิวาส



นาคนิวาส



นวมินทร์ 42



นวมินทร์ 42

3. Double S FENZER เป็นรั้วสำเร็จรูปที่ผลิตด้วยเทคโนโลยีขั้นสูง ระบบเปียกที่ทันสมัย มีผิวเรียบเนียนทั้งสองด้าน เหมาะกับการก่อสร้างรั้วที่ต้องการความสวยงามทั้งภายในและภายนอก และสร้างความโดดเด่นของอาคารต่างๆ ผิวของแผ่นรั้วไม่มีรอยแตกร้าว เนื่องจากใช้คอนกรีตกำลังสูงเช่นกัน



กระทรวงสาธารณสุข



กรมการขนส่งทางบก



การรถไฟแห่งประเทศไทย



บจ.ปาร์กเกอร์ (ระยอง)



บจ.ปาร์กเกอร์ (ระยอง)

1. Sandy และ Brick FENZER เป็นผลิตภัณฑ์บล็อกเอนกประสงค์ซึ่งผลิตด้วยเครื่องจักรอัตโนมัติจากประเทศญี่ปุ่น โดยเป็นกระบวนการผลิตระบบแห้ง โดยก้อนบล็อกจะมีขนาด 20x40 เซนติเมตร โดยสามารถนำไปใช้ได้หลายรูปแบบ เช่น รั้วรอบโรงงาน รั้วโครงการ รั้วระหว่างแปลง และเขื่อนกันดิน เป็นต้น ก้อนบล็อกจะมีให้เลือกสรรในหลากหลายรูปแบบ ตามลักษณะการใช้งานของโครงการต่างๆ เทคโนโลยีดังกล่าวสามารถผลิตชิ้นงานที่ช่วยลดต้นทุนการก่อสร้างของโครงการประเภทต่างๆ ได้เป็นอย่างดี และสามารถขยายกำลังผลิตได้อย่างรวดเร็ว

จุดเด่นของผลิตภัณฑ์

1. ลักษณะสวยงาม โดยมีลวดลายพื้นผิวในตัวจึงไม่ต้องการฉาบปูนทาสี
2. สามารถก่อเป็นรั้วได้โดยไม่ต้องใช้เสาเอ็น และคานเอ็น
3. สามารถฉาบทับด้วยปูนฉาบฉาบธรรมดา ไม่ต้องใช้ปูนฉาบชนิดพิเศษเหมือนการฉาบอิฐมวลเบา
4. สามารถก่อสร้างได้อย่างรวดเร็ว และงานเรียบร้อย
5. ต้นทุนการก่อสร้างที่ต่ำกว่าอิฐมวลเบา และการก่ออิฐฉาบปูนทั่วไป
6. คุณภาพคอนกรีตบล็อกมีความแข็งแรงกว่าอิฐทั่วไป มีขนาดก้อนที่มีมาตรฐานสูง มีความแตกต่างของขนาดก้อนน้อยมาก ทำให้ประหยัดปูนฉาบ บางกรณีสามารถใช้ผิวของคอนกรีตบล็อกใช้งานได้เลย



รั้ว Sandy FENZER โครงการกัสโต เทพารักษ์



รั้ว Sandy FENZER โครงการอยู่เย็น รามอินทรา



รั้ว Sandy FENZER



รั้ว Sandy FENZER



รั้ว Brick FENZER



รั้ว Brick FENZER

โดยบริษัทฯ ได้มีการนำก้อนบล็อก มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์รั้วสำเร็จรูปรุ่นใหม่ของ FENZER ภายใต้รุ่น Brick FENZER และ Sandy FENZER

2. Slim B FENZER เป็นรั้วสำเร็จรูปที่มีน้ำหนักเบาและบาง ใช้สำหรับเป็นรั้วกั้นระหว่างแปลงของบ้านเดี่ยวในโครงการหมู่บ้านจัดสรร ซึ่งผลิตโดยระบบเปียกโดยใช้การหล่อแนวตั้งผิวเรียบสองด้าน โดยใช้แรงงานในการประกอบและถอดแบบเพื่อให้ผิวเรียบทั้งสองด้าน ทั้งนี้ บริษัทฯ คาดว่าจะไม่จำหน่ายรั้วสำเร็จรูปรุ่น Slim B FENZER โดยบริษัทฯ จะผลิตและจำหน่ายรั้วสำเร็จรูปรุ่น Zen FENZER แทน เนื่องจากรั้วรุ่น Zen FENZER ผลิตโดยใช้เครื่องจักรถอดประกอบแบบอัตโนมัติที่มีต้นแบบจากประเทศญี่ปุ่นซึ่งลดการใช้แรงงาน ทำให้คุณภาพของรั้วที่ผลิตได้มีคุณภาพดีกว่า และใช้แรงงานในการผลิตน้อยกว่า (โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมในส่วนที่ 2.2.6 โครงการในอนาคต)



รั้ว Slim B FENZER



รั้ว Slim B FENZER

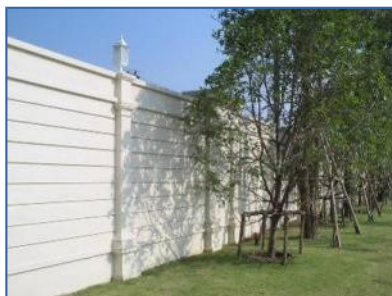
3. Mac Fenzer เป็นรั้วสำเร็จรูปที่ผลิตด้วยเทคโนโลยีขั้นสูง ระบบเปียกที่ทันสมัย มีผิวเรียบเนียนทั้ง 2 สองด้าน เหมาะกับการก่อสร้างรั้วที่ต้องการความสวยงามทั้งภายใน และภายนอก ราคาประหยัด เหมาะสำหรับรั้วระหว่างแปลงในโครงการบ้านจัดสรร หรือบ้านอยู่อาศัยที่ต้องการเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว



2) ผลิตภัณฑ์รั้วสำเร็จรูปภายใต้ชื่อ “นิวโว” (NUEVO)

เป็นรั้วสำเร็จรูปที่ผลิตด้วยระบบคอนกรีตเสริมเหล็กแรงดึงสูง (Pre-stressed Concrete) เกรด Premium ซึ่งผลิตจากเครื่องจักร โดยใช้เทคโนโลยีการผลิตชิ้นส่วนสำเร็จรูปซึ่งบริษัทฯ ได้ร่วมวิจัยและพัฒนาในประเทศญี่ปุ่น มีการเคลือบสีพิเศษถึง 7 โทนาส์ และมีลวดลายให้เลือกทั้งแบบผิวเรียบและลายหินธรรมชาติ เหมาะสำหรับรั้วบ้านเดี่ยวและโครงการจัดสรรบ้านพักอาศัย ที่ต้องการความเป็นเอกลักษณ์และสวยงาม ผลิตภัณฑ์รั้วสำเร็จรูปภายใต้ชื่อ “นิวโว” ซึ่งบริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายในปัจจุบัน แบ่งออกเป็น 2 รุ่น ดังนี้

- 2.1 Klassic NUEVO เป็นรั้วสำเร็จรูปที่ผลิตจากเครื่องจักรพิเศษ เรียบสวยทั้งสองด้าน สไตส์กึ่งคลาสสิกโรมัน เคลือบสีพิเศษ 7 โทนสี เหมาะกับอาคารที่ต้องการความโดดเด่นเรียบหรู มีราคาที่สูงกว่ารั้วในกลุ่ม FENZER และต้องตลาดทั่วไปจากคุณสมบัติการออกแบบที่พิเศษและเคลือบสีกันเชื้อราที่มีคุณภาพสูง



วังทวีวัฒนา



สวนสนประดิพัทธ์

- 2.2 Roma NUEVO เป็นรั้วสำเร็จรูปที่มีลวดลายหินธรรมชาติทั้งสองด้าน เคลือบสีพิเศษ 7 โทนสี ได้ถูกวิจัยที่มีเทคโนโลยีการผลิตขั้นสูง ที่สามารถทำลวดลายในตัวเนื้อคอนกรีตได้ รั้วสำเร็จรูปรุ่นนี้เหมาะกับการใช้งานเฉพาะความต้องการที่มีเอกลักษณ์ ที่ต้องการความโดดเด่นไม่เหมือนใคร



HomePro โคราซ



HomePro โคราซ



HomePro โคราซ

รายได้จากธุรกิจผลิตภัณฑ์รั้วสำเร็จรูป

	งบการเงินรวม สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่			
	31 ธ.ค. 55	31 ธ.ค. 56	31 ธ.ค. 57	31 ธ.ค. 58
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท
รายได้จากธุรกิจผลิตภัณฑ์รั้วสำเร็จรูป	163.30	177.16	166.84	163.39

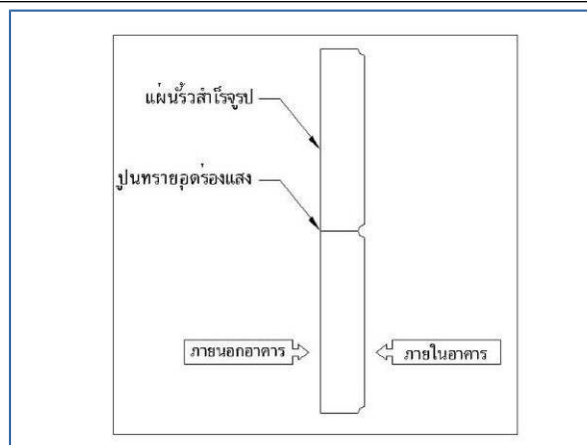
2.1.1.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

(1) กลยุทธ์การแข่งขัน

- ด้านคุณภาพสินค้า

รั้วสำเร็จรูปได้ถูกพัฒนาด้วยเทคโนโลยีการผลิตของบริษัทฯ เอง โดยประยุกต์มาจากเทคโนโลยีการผลิตคอนกรีตสำเร็จรูปของประเทศญี่ปุ่น ทำให้สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูง และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว คู่แข่งไม่สามารถที่จะเลียนแบบได้ง่าย

ทีมงานผู้รับเหมาติดตั้งที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะ สามารถติดตั้งรั้วสำเร็จรูปของบริษัทฯ ได้อย่างรวดเร็วและมีคุณภาพมาตรฐาน และได้มีการกำหนดการอบรมกับทางบริษัทฯ เป็นประจำทุกปี



- ด้านราคา

การผลิตรั้วสำเร็จรูปของบริษัท ได้นำเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยมาใช้ โดยเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพ มีการวางแผนการจัดการด้านวัตถุดิบ และกระบวนการจัดสายการผลิต ทำให้บริษัทฯ สามารถควบคุมต้นทุนการผลิตได้ และบริษัทฯ ได้กำหนดราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม โดยบริษัทฯ คำนึงถึงการตั้งราคาที่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งที่สำคัญ คือ กลุ่มบริษัท ปูนซีเมนต์ไทย เพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายขนาดใหญ่ที่กำลังเติบโตจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การก่อสร้างรั้วระบบดั้งเดิม มาใช้รั้วสำเร็จรูป เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาแรงงานขาดแคลนและมีค่าแรงที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

เพื่อรักษากำไรของบริษัทฯ บริษัทฯ จึงมีความจำเป็นต้องทำวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อออกสินค้าที่มีต้นทุนที่ถูกลง เพิ่มประสิทธิภาพและลดความสูญเสียจากระบบผลิตที่โรงงาน นอกจากนี้บริษัทฯ ได้ออกสินค้ารุ่นพิเศษที่คู่แข่งไม่สามารถผลิตได้ออกสู่ตลาดเพื่อรักษาความเป็นผู้นำและตั้งราคาสินค้าในราคาที่สูงขึ้นได้

- ด้านบริการ

บริษัทฯ เน้นในด้านบริการ โดยมีนโยบายต่างๆ ดังนี้

1. จัดระบบ Logistic ที่มีคุณภาพรวมถึงการขนส่ง การวางแผนการผลิตเพื่อส่งมอบสินค้าให้ทันเวลาต่อการใช้งานของลูกค้า
2. พัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งส่งผลให้ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าซื้อซ้ำและแนะนำลูกค้ารายอื่น
3. การทำวิจัยและพัฒนาให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าหลัก (Key Account) เพื่อให้ลูกค้าได้สินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ต้นทุนต่ำ คุณภาพที่เหมาะสมต่อการใช้งานตามวัตถุประสงค์ของลูกค้าทุกๆ
4. มีหน่วยงานทางด้านเทคนิคและวิศวกรรม เพื่อให้คำแนะนำและแก้ปัญหาที่ถูกต้อง และทันเวลา

- ด้านระยะเวลาส่งมอบสินค้า

รั้วผลิตจากเครื่องจักรที่ทันสมัย จึงมีความแน่นอนต่อชิ้นงานที่ผลิตต่อชั่วโมง สามารถกำหนดการรับมอบให้กับลูกค้าทุกรายได้ทันกำหนด การพัฒนาจุดกระจายสินค้าของบริษัทฯ จะเป็นส่วนช่วยส่งเสริมการบริการการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าในท้องที่ต่างๆ ได้เป็นอย่างดี

- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทฯ ได้จัดแสดงผลิตภัณฑ์รั้วสำเร็จรูปที่สาขาบริษัทฯ ทั้ง 3 สาขา ได้แก่ สาขาเซ็นทรัลพระราม 3 สาขาสาขาเซ็นทรัลบางนา และสาขาเซ็นทรัลศาลายา และแสดงสินค้าผ่านตัวแทนกระจายสินค้า (Distributor) มากกว่า 100 รายทั่วประเทศ รวมทั้งบริษัทฯ ได้ร่วมงานแสดงสินค้างานสถาปนิก ซึ่งช่วยให้บริษัทฯ สามารถประชาสัมพันธ์สินค้าของบริษัทฯ ไปยังเจ้าของโครงการและสถาปนิกได้ดียิ่งขึ้น

บริษัท ได้พัฒนาโชว์รูมแสดงสินค้าอีก 3 แห่ง ได้แก่ โชว์รูมประดิษฐ์มรดกธรรม โชว์รูมประเสริฐมธุกิจ และ โชว์รูมระยอง คาดว่าทั้ง 3 สาขา จะเปิดให้บริการครบถ้วนภายในกลางปี 2559 ทุกโชว์รูม

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ทำระบบการซื้อขายผ่านออนไลน์ www.daiiBuy.com เพื่อให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมีความสะดวกสบายในการสั่งซื้อสินค้าในกลุ่มของบริษัทฯ



บูธงาน Home Work Expo



บูธงาน Home Work Expo



บูธงานบ้านและสวน



สำนักงานขายสาขาเซ็นทรัลบางนา

- ด้านการรับประกัน

บริษัทฯ รับประกันคุณภาพเฉพาะผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนสำเร็จรูป เป็นระยะเวลา 1 ปี (ไม่รวมความเสียหายที่เกิดจากการติดตั้ง ซึ่งผู้รับเหมาก่อสร้างเป็นผู้ดำเนินการเอง) เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า

(2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะกระจายฐานลูกค้าให้ครอบคลุมลูกค้าทุกกลุ่มเพื่อไม่ให้บริษัทฯ พึ่งพิงกลุ่มลูกค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่งมากเกินไป กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของบริษัทฯ สำหรับธุรกิจผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่

1. กลุ่มบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งกลุ่มลูกค้านี้ส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในประเทศขนาดใหญ่ ที่มีชื่อเสียงและมีฐานะทางการเงินดี ตัวอย่างกลุ่มลูกค้าบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ได้แก่ บริษัท พฤษภา เรียวเอส เตท จำกัด (มหาชน) บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) บริษัท เอเชียน พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวล ลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) บริษัท ควอลิตี้ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) บริษัท เสนาดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) บริษัท ปริณสิริ จำกัด (มหาชน) บริษัท แลนด์แอนด์เฮาส์ จำกัด (มหาชน) และบริษัท สัมมากร จำกัด (มหาชน) เป็นต้น

2. กลุ่มผู้รับเหมาก่อสร้าง ซึ่งกลุ่มลูกค้านี้ประกอบด้วยผู้รับเหมาก่อสร้างทั้งในประเทศและต่างประเทศขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียง ตัวอย่างกลุ่มลูกค้าผู้รับเหมาก่อสร้าง ได้แก่ บริษัท ฤทธา จำกัด บริษัท พรินซ์ จำกัด (มหาชน) บริษัท ไทยทาเคเนคา สากล ก่อสร้าง จำกัด บริษัท ไทยซิมิส์ จำกัด บริษัท ไทยนาโกโน จำกัด และ บริษัท อิตาเลียน ไทย ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) เป็นต้น
3. กลุ่มหน่วยงานราชการ ได้แก่ กระทรวงและกรมต่างๆ เช่น กรมการขนส่ง การรถไฟแห่งประเทศไทย กระทรวงสาธารณสุข และหน่วยงานราชการทหารตำรวจต่างๆ เป็นต้น
4. กลุ่มลูกค้าทั่วไป เป็นกลุ่มลูกค้าที่สร้างบ้าน โรงงาน อาคารคอนโดมิเนียมและอพาร์ทเมนต์ ที่ดินเปล่า ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต สนามกอล์ฟ และศูนย์แสดงสินค้าต่างๆ เป็นต้น

บริษัทฯ มีสัดส่วนรายได้จากการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปจากแต่ละกลุ่มลูกค้า ดังนี้

	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่					
	31 ธ.ค. 56		31 ธ.ค. 57		31 ธ.ค. 58	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์	85.40	48.21	85.32	51.14	73.61	45.05
ผู้รับเหมาก่อสร้าง	20.65	11.66	14.46	8.67	8.55	5.23
หน่วยงานราชการ	1.31	0.74	1.56	0.94	3.38	2.07
ลูกค้าทั่วไป	69.79	39.40	65.50	39.26	77.85	47.65
รวม	177.15	100.00	166.84	100.00	163.39	100.00

(3) ช่องทางการจำหน่าย

ปัจจุบันบริษัทฯ จำหน่ายผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปภายในประเทศทั้งหมด ผ่านช่องทางการจำหน่าย 2 ช่องทาง ได้แก่

1. ผู้จัดจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง (Dealer)

บริษัทฯ จำหน่ายผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปผ่านทางผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่ง และค้าปลีก ตัวอย่างผู้จัดจำหน่ายวัสดุก่อสร้างที่เป็นเครือข่ายของบริษัท ได้แก่ บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) และตัวแทนจำหน่ายสินค้าวัสดุก่อสร้างทั่วประเทศ ในปี 2558 บริษัทฯ จำหน่ายผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปผ่านผู้จัดจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง ประมาณร้อยละ 90 ของการจำหน่ายสำเร็จรูปทั้งหมด

2. การจัดจำหน่ายผ่านออนไลน์ www.daiiBuy.com โดยผ่านตัวแทนกระจายสินค้า (Distributor) ทั่วประเทศ

เพื่อรองรับการค้าและธุรกิจรูปแบบใหม่ที่สามารถกระจายกลุ่มเป้าหมายไปได้ทุกพื้นที่ของประเทศ ในปี 2558 บริษัทฯ จำหน่ายผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปผ่านระบบออนไลน์ ประมาณร้อยละ 30 ของการจำหน่ายสำเร็จรูปทั้งหมด

(4) ภาวะการแข่งขัน

ในปัจจุบัน ผู้รับเหมาก่อสร้างและเจ้าของโครงการอสังหาริมทรัพย์ส่วนใหญ่ โดยเฉพาะโครงการอสังหาริมทรัพย์ขนาดใหญ่ เริ่มหันมาใช้ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป เนื่องจากใช้เวลาติดตั้งรั้วน้อยกว่า และใช้แรงงานก่อสร้างน้อยกว่า ผู้บริหารของบริษัทฯ จึงประเมินว่าภาวะการแข่งขันในธุรกิจผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปยังไม่รุนแรงและความต้องการรั้วสำเร็จรูปจะยังคงอยู่ในระดับสูงในระยะ 5 ปี ข้างหน้า โดยคู่แข่งที่มีกำลังการผลิตในระดับเดียวกับบริษัทฯ ซึ่งคาดว่าจะมีกำลังการผลิตมากกว่า 500,000 ตารางเมตรต่อปี มีเพียง 1 บริษัท คือ กลุ่มบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย ทั้งนี้ ปัจจัยหลักที่ลูกค้าพิจารณาในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป คือ ราคา คุณภาพ และความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า ซึ่ง

บริษัทฯ ได้กำหนดราคาผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปในระดับที่แข่งขันได้ และบริษัทฯ ได้ควบคุมขั้นตอนการผลิตให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพ รวมทั้งบริษัทฯ มีการรับประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปเพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า

ประมาณการผู้ผลิตสำเร็จรูปในประเทศไทย	จำนวนผู้ผลิต
รายใหญ่ (กำลังการผลิตมากกว่า 500,000 ตารางเมตรต่อปี)	2 (รวมบริษัทฯ)
รายกลาง (กำลังการผลิต 150,000 – 500,000 ตารางเมตรต่อปี)	2
รายเล็ก (กำลังการผลิตต่ำกว่า 150,000 ตารางเมตรต่อปี)	มากกว่า 20

ทั้งนี้ บริษัทฯ สามารถแข่งขันกับบริษัทคู่แข่งในธุรกิจนี้ได้โดยไม่เสียเปรียบ โดยอาศัยคุณภาพด้านสินค้า ซึ่งผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปของบริษัทฯ ได้รับการพัฒนาด้วยเทคโนโลยีการผลิตของบริษัทฯ เอง โดยประยุกต์มาจากเทคโนโลยีการผลิตคอนกรีตสำเร็จรูปของประเทศญี่ปุ่น ทำให้สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูง และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว คู่แข่งไม่สามารถที่จะเลียนแบบได้ง่าย

2.1.1.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

โรงงานผลิตสำเร็จรูปของบริษัทฯ ตั้งอยู่บนพื้นที่ประมาณ 30 ไร่ในอำเภอดอนตูม จังหวัดนครปฐม มีแท่นผลิตแผ่นรั้วทั้งหมด 2 โซน รวมกำลังการผลิต ณ 31 ธันวาคม 2558 เท่ากับ 619,798 ตร.ม.ต่อปี โดยในปี 2556 ถึง 2558 บริษัทฯ มีอัตราการใช้กำลังการผลิต ร้อยละ 46.68 ร้อยละ 44.38 และร้อยละ 41.92 ตามลำดับ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังว่าจ้างผู้ผลิตแห่งหนึ่งผลิตเฉพาะแผ่นผนังรั้วสำเร็จรูปรุ่น M-Wall FENZER เพียงรุ่นเดียว เนื่องจากเทคโนโลยีการผลิตแผ่นผนังรั้วสำเร็จรูปรุ่นดังกล่าวไม่ซับซ้อน โดยบริษัทฯ เป็นผู้ผลิตฐานราก (Footing) เสารั้ว และทับหลังเองทั้งหมด และในปัจจุบันบริษัทฯ ไม่มีนโยบายที่จะว่าจ้างผู้ผลิตสำเร็จรูปอื่น ๆ นอกเหนือจากแผ่นผนังรั้วสำเร็จรูปรุ่น M-Wall FENZER ทั้งนี้ หากผู้ผลิตรายนี้ไม่สามารถผลิตแผ่นผนังรั้วให้แก่บริษัทฯ หรือไม่ส่งมอบแผ่นผนังรั้วได้ตามกำหนด ผู้บริหารเชื่อว่าบริษัทฯ จะสามารถเพิ่มกำลังการผลิตแผ่นผนังรั้วรุ่น M-Wall FENZER ให้เพียงพอกับความต้องการของลูกค้าได้เอง (โปรดพิจารณาข้อมูลเพิ่มเติมในหัวข้อความเสี่ยงจากการว่าจ้างผู้ผลิตรายหนึ่งผลิตแผ่นผนังบางรุ่นในส่วนที่ 2.2.3 ปัจจัยความเสี่ยง) รายละเอียดของการผลิตสำเร็จรูปของบริษัทฯ และการว่าจ้างผู้ผลิตแห่งหนึ่งผลิตแผ่นผนังรั้วมีดังนี้

ตารางต่อไปนี้จะแสดงกำลังการผลิตสำเร็จรูปของบริษัทฯ และกำลังการผลิตแผ่นผนังรั้วของผู้รับจ้างผลิตแผ่นผนังรั้วให้บริษัทฯ (เฉพาะส่วนที่ผลิตให้บริษัทฯ)

	31 ธ.ค. 56		31 ธ.ค. 57		31 ธ.ค. 58	
	ตารางเมตร	ร้อยละ	ตารางเมตร	ร้อยละ	ตารางเมตร	ร้อยละ
โรงงานของบริษัทฯ	346,248	47.21	431,511	67.14	619,798	71.57
ว่าจ้างผู้ผลิตอื่น ¹	387,193	52.79	211,196	32.86	246,240	28.48
รวม	733,441	100.00	642,707	100.00	866,038	100.00

หมายเหตุ ¹ ข้อมูลที่ได้รับแจ้งจากบริษัทผู้ผลิตแผ่นผนังรั้วสำเร็จรูปที่ผลิตให้แก่บริษัทฯ

ตารางต่อไปนี้จะแสดงปริมาณการผลิตรั้วสำเร็จรูปของบริษัทฯ และปริมาณการผลิตแผ่นผนังรั้วของผู้รับจ้างผลิตแผ่นผนังรั้วให้บริษัทฯ

	2556		2557		2558	
	ตารางเมตร	ร้อยละ	ตารางเมตร	ร้อยละ	ตารางเมตร	ร้อยละ
โรงงานของบริษัทฯ	161,628	49.76	191,514	59.19	259,798	79.08
ว่าจ้างผู้ผลิตอื่น	163,190	50.24	132,040	40.81	68,722	20.92
รวม	324,818	100.00	323,554	100.00	328,520	100.00

ขั้นตอนการผลิตรั้วสำเร็จรูป มีดังนี้

ขั้นตอนการผลิตรั้วสำเร็จรูป

การผลิตรั้วแบบเปียก

1. การล้างแบบหล่อ

คนงานใช้น้ำล้างทำความสะอาดโต๊ะหล่อ แบบหล่อ อุปกรณ์ต่างๆ ด้วยเครื่องฉีดน้ำแรงดันสูง และกระดาษทรายละเอียด ให้สะอาดตามที่กำหนด



2. การประกอบแบบ

คนงานทำการทาน้ำยาทาแบบโต๊ะหล่อ แบบหล่อ อุปกรณ์ต่างๆ จากนั้นทำการวางเหล็กประกอบหัวแบบหล่อเข้าลิ้นไม้อัดให้แน่น และทำการร้อยลวด PC Wire ผ่านแท่นตั้งลวด เหล็กประกอบหัวแบบหล่อจนครบตลอดสายผลิต จากนั้นทำการตั้งลวด PC Wire ให้ตั้งตามที่กำหนด



3. การเทคอนกรีต

คนงานนำคอนกรีตผสมเสร็จนำไปเทในแบบหล่อ และสั่นคอนกรีต จากนั้นทำการตกแต่งให้คอนกรีตอยู่ในแบบหล่อตามที่กำหนด รอให้คอนกรีตเริ่มเซตตัว ทำการขัดปูนและชักร่อง



4. การถอดแบบชิ้นส่วน

หลังจากคอนกรีตแห้งและได้เวลาตามที่กำหนด คนงานจะทำการทดสอบกำลังอัดคอนกรีต เมื่อกำลังอัดของคอนกรีตได้ตามที่กำหนด ทางคนงานจะเริ่มทำการตัดลวด PC Wire และนำแบบหล่อแยกออกจากชิ้นงาน และนำชิ้นงานไปดำเนินการในกระบวนการต่อไป



5. การเคลือบผิวหรือเคลือบสี

คนงานทำความสะอาดผิวของชิ้นส่วน นำปูนฉาบผิวบางมาเก็บสกิมโค้ดที่ผิวหน้าของชิ้นงาน รอจนปูนฉาบผิวบางแห้ง และทำการขัดให้เรียบ จากนั้นทำการพ่นสี หรือ นำไปแพ็คเก็บตามที่กำหนด และทำการเคลื่อนย้ายไปเก็บในพื้นที่เก็บสินค้าคงคลัง



การผลิตรีบบแบบแห้ง

1. การเตรียมวัตถุดิบ

- เริ่มต้นจากการใช้รถตักวัสดุผสมต่างๆ เช่น หินทราย หินประดับ เข้าไปเก็บไว้ในช่องเก็บส่วนผสม เพื่อเตรียมไว้สำหรับการผสมคอนกรีตให้เต็มช่องเก็บส่วนผสม



2. การผสมคอนกรีต

- เจ้าหน้าที่ควบคุมเครื่องทำการเปิดเครื่องผสมคอนกรีต และกดปุ่มสั่งผสม เครื่องผสมคอนกรีตจะนำส่วนผสมที่อยู่ในช่องเก็บส่วนผสมลำเลียงมาตามสายพานลำเลียงเข้าไปยังน้ำหนักรในตราซึ่งส่วนผสม
- หลังจากน้ำหนักส่วนผสมได้ตามสูตรที่กำหนดแล้ว เครื่องจะทำการผสมคอนกรีตโดยอัตโนมัติ เมื่อคอนกรีตผสมเข้ากันอย่างสม่ำเสมอแล้ว เครื่องจะทำการปล่อยคอนกรีตที่ผสมเสร็จแล้วไปตามสายพานลำเลียง เพื่อเตรียมการขึ้นรูปต่อไป



3. การอัดขึ้นรูป

- คอนกรีตที่ผสมเสร็จแล้วถูกลำเลียงโดยสายพานเข้าไปสู่แม่พิมพ์ขึ้นรูป หลังจากนั้น เครื่องขึ้นรูป จะทำการกดส่วนผสมลงในแม่พิมพ์ และสั่นตลอดการกดเพื่อให้ส่วนผสมอัดแน่น และได้หน่วยน้ำหนักของชิ้นงานตามที่ต้องการ
- หลังจากนั้น เครื่องขึ้นรูปจะปล่อยชิ้นงานที่อัดขึ้นรูปไปตามสายพานลำเลียง เจ้าหน้าที่จะทำการ ยกชิ้นงานที่ขึ้นรูปแล้วเข้าไปเก็บในชั้นเก็บชิ้นงาน



4. การบ่มคอนกรีต

- หลังจากชิ้นเก็บชิ้นงานเต็มแล้ว ทำการเคลื่อนย้ายชิ้นเก็บชิ้นงานด้วยรถยกเข้าไปในห้องบ่ม รอ จนกว่ากำลังอัดคอนกรีตได้กำลังตามที่กำหนด แล้วจึงดำเนินการตามขั้นตอนต่อไป



5. การกดขึ้นรูปลวดลาย

- เมื่อชิ้นงานมีกำลังอัดคอนกรีตได้ตามที่กำหนดแล้ว เจ้าหน้าที่จะนำชิ้นเก็บชิ้นงานไปที่เครื่องกดขึ้นรูปลวดลาย ลำเลียงชิ้นงานตามสายพานลำเลียง จากนั้นเครื่องกดขึ้นรูปลวดลายจะดำเนินการ

เคลื่อนชิ้นงาน และกดชิ้นงานให้แตกตามที่ต้องการ เพื่อให้เกิดเป็นลวดลายตามที่กำหนด จากนั้นเจ้าหน้าที่จะทำการเก็บชิ้นงานที่ขึ้นหน้าลายเรียบร้อยแล้ว เข้าไปสู่กระบวนการต่อไป

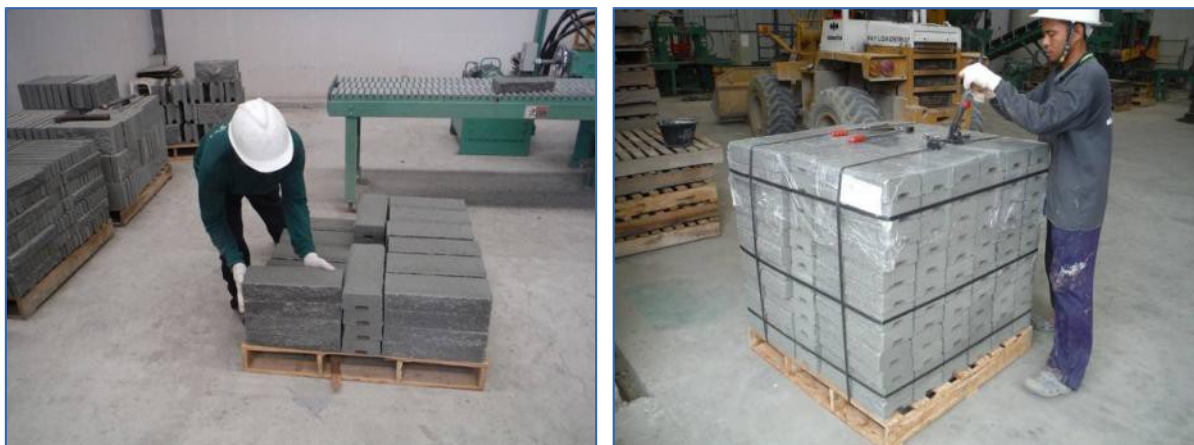


6. การจัดเก็บ และเข้าคลัง

- หลังจากชิ้นงานผ่านกระบวนการกดขึ้นรูปลวดลายแล้ว และชิ้นงานที่ได้กำลังอัดคอนกรีตตามที่กำหนดแล้ว เจ้าหน้าที่จะทำการลำเลียงชิ้นงานทั้งหมดจัดเก็บเข้าพาเลท ทำการห่อสินค้าด้วยพลาสติกบางใส และรัดด้วยสายรัด จากนั้นนำไปเก็บในโกดัง

การจัดส่งสินค้า

บริษัทฯ จะว่าจ้างบริษัทขนส่งภายนอกจัดส่งสินค้าไปยังสถานที่ส่งสินค้าและคิดค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้ารวมอยู่ในราคาขายของสินค้าทั้งผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปแบบเปียกและสำเร็จรูปแบบแห้ง หากสินค้าเกิดความเสียหายระหว่างการขนส่ง บริษัทขนส่งภายนอกจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าเสียหาย อย่างไรก็ตาม ลูกค้านางรายจะมารับสินค้าที่โรงงานของบริษัทฯ ซึ่งจะได้รับส่วนลดค่าขนส่งจากราคาขายของสินค้า ทั้งนี้ ลูกค้าจะเป็นผู้ดำเนินการติดตั้งสำเร็จรูป



2.1.2 ธุรกิจรับสร้างบ้าน

2.1.2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจรับสร้างบ้านกึ่งสำเร็จรูป ภายใต้ตราสินค้า Deeji home Center ซึ่งดำเนินการโดย บริษัท ดีจิ โฮมเซ็นเตอร์ จำกัด และ รับสร้างบ้านสำเร็จรูป ภายใต้ตราสินค้า กินซ่าโฮม ซึ่งดำเนินการโดยบริษัท กินซ่าโฮม จำกัด โดยบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจรับสร้างบ้าน อาคารที่อยู่อาศัย และอาคารสำนักงาน ความสูงไม่เกิน 4 ชั้น โดยใช้เทคโนโลยี เสา คาน ผนังสำเร็จรูป ซึ่งผลิตจากโรงงานของบริษัท ไดอิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจรับสร้างบ้าน แบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. Deeji Home

ดำเนินกิจการภายใต้บริษัท ดีจิ โฮมเซ็นเตอร์ จำกัด ในลักษณะของการรับสร้างบ้านกึ่งสำเร็จรูปที่บริษัทฯ ดำเนินการเฉพาะส่วนของโครงสร้าง คานเสา พื้น หลังคา และก่ออิฐ ฉาบปูน โดยสามารถตอบสนองตลาดอาคารไม่เกิน 4 ชั้น ที่มีพื้นที่การใช้งาน 50 ถึง 4,000 ตารางเมตร

จุดเด่นของบ้าน Deeji Home สามารถสรุปมีดังนี้

1. เจ้าของบ้านสามารถเลือกผนังสำเร็จหรือก่ออิฐฉาบปูน

1.1 ผนังสำเร็จรูปเป็นผนังคอนกรีตอัดแรงจากโรงงานที่ได้มาตรฐาน ISO 9001:2008 ผลิตจากคอนกรีตกำลัง 350 – 400 กิโลกรัมต่อตารางเซนติเมตร (ksc) มีเหล็กเสริมภายในที่ได้รับการออกแบบจากทีมวิศวกรรมของบริษัทฯ ทำให้ไม่เกิดรอยร้าวที่ผนัง ผนังมีลวดลายเหมือนกับการติดหินประดับที่ผนัง สามารถทำความสะอาดได้ง่าย ทำให้บ้านดูใหม่ ไม่มีตะไคร่น้ำจับ

1.2 ผนังก่ออิฐฉาบปูนเรียบลง Skim Coat เพื่อผิวหน้าเรียบเนียน ไร้รอยร้าว

2. โครงสร้างเสาและคานสำเร็จรูปมีกำลัง 350 กิโลกรัมต่อตารางเซนติเมตร (ksc) มีความแข็งแรงและผ่านการผลิตจากโรงงานที่ได้รับมาตรฐาน ISO 9001:2008
3. โครงหลังคาทำจากเหล็กรูปพรรณตัวซี และโครงหลังคาสำเร็จรูป เหล็กชุบสังกะสีจากโรงงาน มีความแข็งแรง และทนทาน เหล็กโครงสร้างผ่านการเคลือบด้วยสีกันสนิมอย่างน้อย 2 ครั้ง
4. การฉาบปูนจะใช้สารเคมีชนิดพิเศษทำให้ฉาบแล้วผิวจะเรียบเนียน คล้ายการติด Wall Paper ซึ่งจะทำให้บ้านสวยงามอยู่ และประหยัดค่าตกแต่ง



ตอกเข็ม



คาน



มุงหลังคา



งานก่อ



ก่อ



ฉาบภายใน



งานสถาปัตย์ (ลูกค้าดำเนินการเอง โดยบริษัทฯ มีการแนะนำช่างผู้ชำนาญการให้)

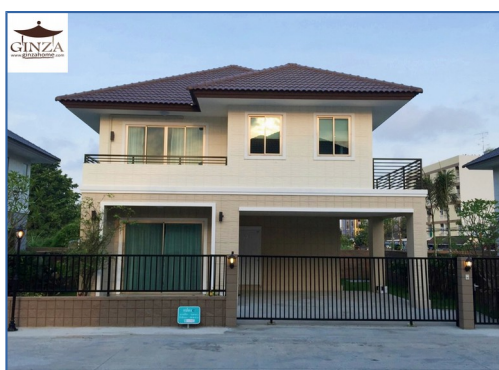
2. บ้านกินซ่า “บ้านโน้รฮาวญี่ปุ่น”

ดำเนินงานโดย บริษัท กินซ่าโฮม จำกัด เป็นการสร้างบ้านสำเร็จรูปเต็มรูปแบบ ทุกชิ้นส่วนมาจากโรงงาน ก่อสร้างโดยใช้ผนังสำเร็จรูปคอนกรีต สตีลญี่ปุ่น โดยภายในใช้ผนังสำเร็จรูปทันสมัย พร้อมตกแต่งภายในบางส่วน ทำให้ลูกค้าพร้อมเข้าอยู่ได้ทันที

ระบบการก่อสร้างเป็นการประกอบชิ้นส่วนที่ผลิตจากโรงงาน และช่วยแก้ปัญหาเรื่องความแข็งแรงทนทาน ในสภาวะแผ่นดินไหว สามารถควบคุมคุณภาพได้ตลอดขั้นตอนการผลิตตั้งแต่จากโรงงานถึงการประกอบก่อสร้างที่หน้างาน

จุดเด่นของบ้านกินซ่าโฮมสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผนังภายนอกและภายในเป็นผนังคอนกรีตสำเร็จรูป คอนกรีตกำลังสูง กันเชื้อรา ไม่มีรอยร้าวตลอดการใช้งาน โดยมีลวดลายเหมือนติดหินประดับ สามารถล้างและทาสีใหม่ได้เสมอ พร้อมมีระบบป้องกันแผ่นดินไหว
2. วัสดุตกแต่งห้องน้ำใช้กระเบื้องเกรดพิเศษ
3. เจ้าของบ้านสามารถรับมอบบ้านในระยะเวลาที่รวดเร็วกว่าระบบทั่วไป
4. การควบคุมคุณภาพจากโรงงานที่ได้มาตรฐานกว่าการก่อสร้างโดยใช้แรงงานฝีมือตามท้องตลาด





3. โครงการบ้านเดอะกินซ่า

เป็นโครงการขายบ้านพร้อมที่ดินเดอะกินซ่า ดำเนินการขายที่ดินโดยบริษัท คิวเทค โปรดัคส์ จำกัด และดำเนินการสร้างบ้านสำเร็จรูปโดยบริษัท กินซ่าโฮม จำกัด บริษัทฯ เปิดโครงการบ้านเดอะกินซ่าเพื่อประชาสัมพันธ์การสร้างบ้านสำเร็จรูป ข้อมูลโดยสังเขปของโครงการบ้านเดอะกินซ่า มีดังนี้

รายละเอียดโครงการ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558	
ลักษณะโครงการ	โครงการโชว์รูมบ้านเดี่ยวจำนวน 8 หลัง เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์บ้านสำเร็จรูป
ที่ตั้งโครงการ	ซอยลาดพร้าว 62 แขวงวังทองหลาง เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร
ขนาดที่ดินโครงการ	ประมาณ 600 ตารางวา
ราคาขายเฉลี่ยในปัจจุบัน	ประมาณ 8.50 ล้านบาท
จำนวนบ้านที่ขายแล้ว	6 หลัง
จำนวนบ้านที่โอนแล้ว	5 หลัง
จุดเด่นของโครงการ	<p>บ้านเดี่ยวย่านกลางเมือง บ้านโน้วฮาวญี่ปูน</p> <p>บ้านเดี่ยว 2 ชั้น พื้นที่ใช้สอย 188 ตารางเมตร สไตล์ญี่ปุ่นด้วยลวดลายผนังสำเร็จรูป เน้นความลงตัวในดีไซน์ และพื้นที่ใช้สอยอย่างคุ้มค่า สร้างความรู้สึกโล่ง โปร่งสบาย และเรียบง่าย สร้างเสร็จภายใน 4 เดือน</p> <p>เปิดโครงการเมื่อวันอาทิตย์ที่ 30 กรกฎาคม 2557</p>



รายได้จากธุรกิจรับสร้างบ้าน

	งบการเงินรวม สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่		
	31 ธ.ค. 56	31 ธ.ค. 57	31 ธ.ค. 58
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท
รายได้จากธุรกิจรับสร้างบ้าน	196.46	165.43	209.62

หมายเหตุ รายได้จากธุรกิจรับสร้างบ้านของงวด 12 เดือนสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558 นั้นรวมรายได้จากธุรกิจรับสร้างปกติ ที่บริษัทฯ รับสร้างบ้านบนที่ดินของลูกค้า กับรายได้ที่รับรู้จากการขายบ้านและที่ดินโครงการเดอะ กินซ่า ซึ่งมีลักษณะคล้ายโครงการบ้านจัดสรร ทั้งนี้มูลค่ารายได้ที่รับรู้จากโครงการเดอะ กินซ่า เท่ากับ 39.99 ล้านบาท

2.1.2.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

(1) กลยุทธ์การแข่งขัน

- ด้านคุณภาพสินค้า

บ้านสำเร็จรูปของบริษัทฯ สร้างโดยโครงสร้างสำเร็จรูปซึ่งผลิตจากโรงงานของบริษัทฯ ทำให้โครงสร้างบ้านแข็งแรง ทนทาน อายุการใช้งานยาวนาน และมีคุณภาพสูง บริษัทฯ มีทีมวิศวกรที่สามารถออกแบบชิ้นส่วนสำเร็จรูป และตรวจสอบความถูกต้องได้ตรงความต้องการของแบบลูกค้า พร้อมส่งรูปแบบไปยังโรงงานผลิตที่มีการควบคุมด้วยระบบ ISO 9001:2008 เมื่อสถานที่ก่อสร้างของเจ้าของบ้านพร้อม ทีมช่างซึ่งมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ตั้งแต่การตอกเสาเข็ม จะประกอบโครงสร้างสำเร็จรูป โครงหลังคาสำเร็จรูป และการก่อสร้างผนัง ตามมาตรฐานแบบตามสัญญาของลูกค้าทางบริษัทฯ มีกระบวนการใช้คู่มือตรวจสอบคุณภาพและทีมงานตรวจสอบคุณภาพโดยเฉพาะ เพื่อรับรองว่าเจ้าของบ้านจะได้รับบ้านที่มีคุณภาพเกรดเอ ตามมาตรฐานของบริษัทฯ

- ด้านระยะเวลาก่อสร้าง

ระยะเวลาในการก่อสร้างของบริษัทฯ มีความรวดเร็วกว่าการสร้างบ้านในระบบทั่วไป เนื่องจากใช้โครงสร้างเสา-คาน-ผนังสำเร็จรูป ในการก่อสร้าง ทำให้การเตรียมงานทำได้สะดวกรวดเร็ว เพราะชิ้นส่วนได้ถูกจัดเตรียมไว้เรียบร้อยแล้วประหยัดเวลา อีกทั้งการติดตั้งยังใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยแทนแรงงานคนจึงทำให้สามารถติดตั้งได้ในปริมาณมากกว่าในระยะเวลาที่เท่ากันกับระบบการก่อสร้างทั่วไป บริษัทฯ จึงสามารถสร้างบ้านแล้วเสร็จภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ที่แน่นอนและเร็วกว่า โดยไม่ต้องพึ่งพาฝีมือแรงงานจำนวนมากเมื่อเทียบกับระบบการก่อสร้างทั่วไป

- ด้านราคา

บริษัทฯ รับสร้างบ้านโดยใช้โครงสร้าง เสา-คาน-ผนัง สำเร็จรูป ซึ่งผลิตในโรงงานของบริษัทฯ เอง ทำให้บริษัทฯ สามารถควบคุมต้นทุนการผลิตได้ โดยบริษัทฯ มีนโยบายตั้งราคาในระดับที่แข่งขันกับบริษัทรับสร้างบ้านได้ และเป็นระดับราคาที่คุ้มค่าเมื่อเทียบกับคุณภาพบ้าน

- การสร้างตราสินค้า Deeji และกินซ่าโฮม รวมถึงการจัดการส่งเสริมการขาย

บริษัทฯ สร้างตราสินค้า Ginza Home ผ่านการโฆษณาสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ วารสารอินทนาเนีย เป็นต้น โดยให้ตลาดรับรู้ถึงการสร้างบ้านกึ่งสำเร็จรูป ระบบ ที่มีคุณภาพเกรดเอทุกหลัง มีแบบบ้านมาตรฐานให้เลือกมากมาย สร้างเสร็จตามสัญญาทุกหลัง และมีจุดเด่นเฉพาะตัว ในราคาที่คุ้มค่าเมื่อเทียบกับคู่แข่ง บริษัทฯ เชื่อว่าการพัฒนาและประชาสัมพันธ์ตราสินค้าของตนเองจะเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในอนาคต



บริษัทฯ มีการจัดรายการส่งเสริมการขายที่ทั้ง 3 สาขา คือ สาขาเซ็นทรัลพระราม 3 สาขาเซ็นทรัลบางนา และสาขาเซ็นทรัลศาลายา และสำนักงานใหญ่ ซอยลาดพร้าว 19 และปี 2559 นี้มีการขยายโชว์รูม 3 โชว์รูม คือ

1. โซว์รูมระยอง เป็นการสร้างบ้านตัวอย่าง Modules 228 พร้อมอาคารสำนักงานขาย 1 ชั้น เปิดประมาณเดือนมีนาคม 2559

2. โซว์รูมประดิษฐ์มนูธรรม เป็นการสร้างบ้านตัวอย่าง Modules 405 พร้อมอาคารสำนักงาน 2 ชั้น เปิดประมาณเดือนเมษายน 2559

3. โซว์รูม ประเสริฐมนูกิจ เป็นการสร้างบ้านตัวอย่าง Modules 310 และ Modules 110 พร้อมอาคารสำนักงานขาย 2 ชั้น เปิดประมาณเดือนมิถุนายน 2559

- ด้านรับประกัน

บริษัทฯ จะรับประกันการใช้งานทั่วไป 1 ปี และรับประกันการหลุดตัวของเสาเข็มพร้อมความแข็งแรงโครงสร้าง 10 ปี ทำให้ลูกค้าของบริษัทฯ มีความมั่นใจในคุณภาพบ้านที่บริษัทฯ สร้าง

อย่างไรก็ตาม ในการรับประกันการหลุดตัวของโครงสร้างระยะเวลา 10 ปี ที่ผ่านมา ยังไม่มีลูกค้ารายใดมาร้องเรียน เพื่อให้บริษัทฯ ไปซ่อมแซมแต่อย่างใด

- ด้านบริการ

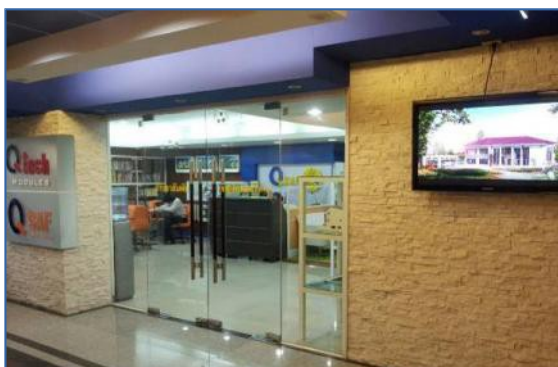
บริษัทฯ เน้นในด้านบริการ โดยมีนโยบายต่าง ๆ ดังนี้

1. จัดระบบ Logistic ที่มีคุณภาพรวมถึงการขนส่ง การวางแผนการผลิตและก่อสร้าง เพื่อส่งมอบบ้านให้ทันตามที่ได้ตกลงกับลูกค้า
2. บริษัทฯ ได้มีหน่วยงานบริการหลังการขายพร้อมประสานงานในระหว่างการก่อสร้าง เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพอใจจากสินค้าที่บริษัทฯ ได้ก่อสร้างและส่งมอบให้

(2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และช่องทางการจำหน่าย

กลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ คือ กลุ่มบุคคลทั่วไปที่มีรายได้ระดับปานกลางถึงค่อนข้างสูง ซึ่งมีความต้องการสร้างที่อยู่อาศัยคุณภาพสูงบนที่ดินของตนเอง หรือมีความต้องการซื้อบ้านเก่าและสร้างบ้านใหม่บนที่ดินเดิม โดยบริษัทฯ มีช่องทางการจำหน่ายหลัก คือ ผ่านทางสำนักงานขายของบริษัทฯ ทั้ง 4 สาขา ได้แก่ สำนักงานใหญ่ สาขาเซ็นทรัลพระราม 3 สาขาเซ็นทรัลบางนา และสาขาเซ็นทรัลศาลายา

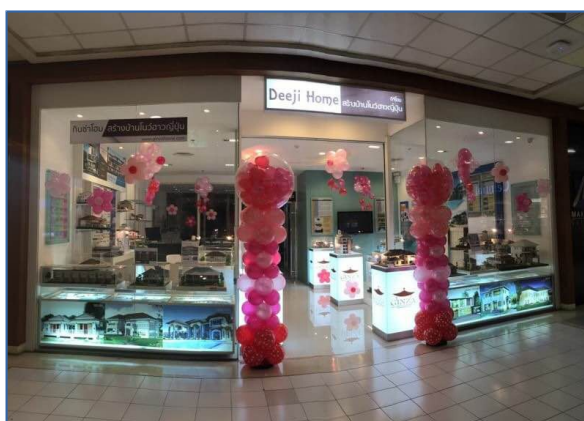
สำหรับบ้านรุ่นใหม่กินซ่าโฮมซึ่งอยู่ในช่วงแนะนำตลาด เป็นบ้านที่เหมาะกับคนรุ่นใหม่ ที่ต้องการสร้างบ้านที่มีความรวดเร็ว ราคาประหยัด และยอมรับการสร้างบ้านด้วยเทคโนโลยีขั้นสูง และมีการซื้อบ้านผ่านระบบออนไลน์ www.daiiBuy.com ซึ่งจะเป็นการรับสร้างบ้านที่มีมาตรฐานและส่งมอบได้รวดเร็วกว่าระบบบ้านกึ่งสำเร็จรูป



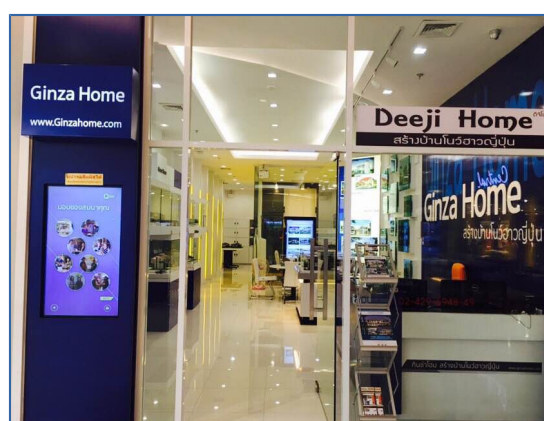
สำนักงานใหญ่ อาคารเก๊าพลูทรัพย์



สาขาเซ็นทรัลบางนา



สาขาเซ็นทรัลพระราม 3



สาขาเซ็นทรัลศาลายา

(3) ภาวะการแข่งขัน

ในปี 2558 อ้างอิงจากบริษัทซึ่งเป็นสมาชิกของสมาคมธุรกิจรับสร้างบ้าน พบว่าบริษัทที่ประกอบธุรกิจรับสร้างบ้านมีมากกว่า 40 บริษัท อย่างไรก็ตาม มีเพียง 2 ราย คือ บริษัทฯ และกลุ่มบริษัท ปูนซิเมนต์ไทยที่เป็นบริษัทรับสร้างบ้านที่สร้างบ้านโดยใช้โครงสร้างสำเร็จรูปเป็นหลักและมีโรงงานผลิตโครงสร้างสำเร็จรูปเป็นของตนเอง โดยภาพรวมธุรกิจรับสร้างบ้านมีการเติบโตต่ำกว่าร้อยละ 10 ต่อปี และมีความผันผวนตามสภาวะเศรษฐกิจ ทำให้การแข่งขันมีความรุนแรงและผันผวนสูง ฉะนั้นความสามารถในการแข่งขันจะขึ้นอยู่กับการวิจัยและพัฒนากระบวนการสร้างบ้าน

บริษัทฯ ได้วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์บ้านสำเร็จรูปกึ่งสำเร็จรูป นำเสนอสู่ตลาดในปี 2557 โดยใช้เทคโนโลยีการผลิตจากโรงงานที่สามารถประกอบเป็นบ้านสำเร็จรูปได้ทั้งหมด เพื่อแข่งขันกับบริษัทรับสร้างบ้านขนาดใหญ่ ที่นำเข้าเทคโนโลยีจากต่างประเทศ ในราคาที่ถูกลงกว่าประมาณร้อยละ 50 ของราคาขายบ้านทั้งหลัง ซึ่งเป็นโอกาสที่บริษัทฯ จะสามารถขยายการรับสร้างบ้านด้วยเทคโนโลยีรุ่นใหม่ และเติบโตในภาวะการแข่งขันที่สูงมากจากบริษัทรับสร้างบ้านปัจจุบัน ด้วยรวมถึงมีโอกาสเติบโตจากความนิยมสร้างบ้านสำเร็จรูปทดแทนการสร้างบ้านแบบเดิม (Conventional)

ทั้งนี้ บริษัทฯ สามารถแข่งขันกับบริษัทคู่แข่งในธุรกิจนี้ได้โดยไม่เสียเปรียบ โดยบ้านสำเร็จรูปของบริษัทฯ สร้างโดยโครงสร้างสำเร็จรูปซึ่งผลิตจากโรงงานของบริษัทฯ ทำให้โครงสร้างบ้านแข็งแรง ทนทาน อายุการใช้งานยาวนาน มีคุณภาพสูง รวมถึงสามารถประหยัดต้นทุนในการก่อสร้างบ้านไปได้มาก โดยบริษัทฯ สามารถควบคุมคุณภาพได้ตั้งแต่ขั้นตอนการผลิตชิ้นส่วนจากโรงงานถึงขั้นตอนในการประกอบชิ้นส่วนเป็นตัวบ้าน

2.1.2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

1. ออกแบบบ้าน

ทีมงานออกแบบจะออกแบบบ้านให้สวยงามทันสมัย การจัดวางตำแหน่งห้องและขนาดของห้องตรงตามความต้องการของลูกค้า และประหยัดการใช้พลังงาน รวมทั้งทีมงานออกแบบจะออกแบบบ้านในหลากหลายรูปแบบและขนาด เพื่อให้ครอบคลุมความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ ทีมงานฝ่ายขายจะรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าและแจ้งต่อไปยังทีมงานออกแบบ เพื่อพัฒนารูปแบบบ้านให้ตรงตามความต้องการของลูกค้ามากขึ้น

2. ประเมินราคาก่อสร้าง

การประเมินราคาก่อสร้างเป็นขั้นตอนที่สำคัญซึ่งจะมีผลกระทบต่อกำไรของบริษัทฯ โดยหากบริษัทฯ ประเมินราคาสูงเกินไปอาจทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการบริษัทอื่นแทน แต่หากบริษัทฯ ประเมินราคาต่ำเกินไปอาจทำให้ลูกค้าว่าจ้างบริษัทฯ แต่บริษัทฯ อาจประสบปัญหาขาดทุน ดังนั้น บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการประเมินราคาก่อสร้าง โดยบริษัทฯ จะตรวจสอบราคาวัสดุก่อสร้าง เครื่องมือ ค่าแรง และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ก่อนกำหนดราคาของบ้านแต่ละแบบ ทั้งนี้ เมื่อลูกค้าเลือกแบบบ้านได้แล้ว บริษัทฯ จะสำรวจสถานที่ก่อสร้างก่อนที่จะเสนอราคาก่อสร้างให้แก่ลูกค้า

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้นำผลจากการประเมินราคาเพื่อนำเสนอต่อลูกค้ามาใช้ในการจัดทำงบประมาณการก่อสร้างจริง ซึ่งเป็นเอกสารชุดเดียวกัน การพัฒนาระบบนี้ช่วยลดความเสี่ยงต่อความผิดพลาดต่อต้นทุนการก่อสร้างบ้านทุกหลัง

3. ดำเนินการก่อสร้าง

3.1 การก่อสร้างบ้านถึงสำเร็จรูป ภายใต้ชื่อ Deeji

บริษัทฯ จะส่งปริมาณและรูปแบบเสาและคานา ที่จะใช้ก่อสร้างไปยังโรงงานของบริษัทฯ จากนั้นโรงงานของบริษัทฯ จะวางแผนการผลิตเพื่อควบคุมต้นทุนการผลิตตามงบประมาณและส่งมอบบ้านให้ลูกค้าได้ตรงเวลา เมื่อโรงงานผลิตโครงสร้างเหล่านี้เสร็จ โรงงานจะจัดส่งโครงสร้างเสา-คานาไปยังสถานที่ก่อสร้าง ผู้รับเหมาช่วง (Sub contractor) จะเป็นผู้ติดตั้งโครงสร้างสำเร็จรูป ซึ่งทีมงานก่อสร้างของบริษัทฯ จะควบคุมการประกอบโครงสร้างสำเร็จรูปเหล่านี้ โดยใช้รถเครนและเครื่องมือการประกอบช่วยก่อสร้างแทนแรงงาน หลังจากนั้น ผู้รับเหมาช่วงจะติดตั้งโครงหลังคาสำเร็จรูปและก่ออิฐฉาบปูน รวมทั้งเข้าไปดำเนินการก่อสร้างส่วนที่เหลือตามกำหนดเวลาของแผนงาน เพื่อส่งมอบงานให้ลูกค้าตามกำหนดในสัญญา





3.2 การก่อสร้างบ้านสำเร็จรูป ภายใต้ชื่อกินซ่าโฮม

บริษัทฯ มีโรงงานหล่อคอนกรีตกำลังสูง เพื่อหล่อผนังบ้านสำเร็จรูปที่สามารถผลิตแผ่นผนังทุกชั้นภายในโรงงาน สำหรับบ้านชั้นเดียวและสองชั้นเสร็จภายใน 1 วัน โดยการออกเป็นบ้านมาตรฐานกินซ่า หลังจากตรวจสอบคุณภาพทุกแผ่นที่โรงงานเรียบร้อยแล้ว โรงงานดำเนินการขนส่งด้วยรถเทเลอร์ไปยังหน่วยงานติดตั้งแผ่นผนังและพื้นสำเร็จรูปจากโรงงานด้วยรถเครน ระยะเวลาวันละ 1 ชั้น ประกอบเป็นตัวบ้าน ภายในผนังร้อยสายไฟ ผังท่อปะปาไว้เรียบร้อยแล้ว ส่วนที่เหลือฝ่ายก่อสร้างดำเนินการติดตั้งหลังคา มุงหลังคา เก็บงานสถาปัตย์จนครบถ้วน โดยระยะเวลาก่อสร้างโดยรวมในการก่อสร้างประมาณ 120 วัน



4. ติดตามผลงาน

วิศวกรโครงการจะทำหน้าที่ตรวจสอบความถูกต้องและความคืบหน้าของการก่อสร้าง และจัดส่งรูปภาพสถานที่ก่อสร้างเพื่อแจ้งความคืบหน้าในการก่อสร้างให้กับลูกค้าตามกำหนดระยะเวลา วิศวกรโครงการจะเปรียบเทียบความคืบหน้าของการก่อสร้างกับแผนการก่อสร้าง และเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริงกับค่าใช้จ่ายที่ประเมินไว้ เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ระยะเวลาและต้นทุนการก่อสร้าง รวมทั้งเพื่อควบคุมคุณภาพการก่อสร้างให้เป็นที่ยอมรับของลูกค้า บริษัทฯ ได้ว่าจ้างวิศวกรภายนอกตรวจสอบคุณภาพงานก่อสร้างอีกครั้งหนึ่งในแต่ละงวดงาน

5. ส่งมอบงาน

เมื่อก่อสร้างบ้านแล้วเสร็จ บริษัทฯ จะแจ้งไปยังลูกค้าให้เข้ามาตรวจสอบคุณภาพพร้อมกัน พร้อมทั้งส่งเอกสารที่มีความจำเป็นสำหรับลูกค้าในอนาคต เช่น แบบก่อสร้าง ใบอนุญาตก่อสร้าง การโอนน้ำปะปา-ไฟฟ้าชั่วคราวและถาวร

ใบรับประกันการท่ดตัวของเสาเข็มพร้อมความแข็งแรงโครงสร้างเป็นระยะเวลา 10 ปี ใบรับประกันผลงาน และใบรับประกันกำจัดปลวก เป็นต้น

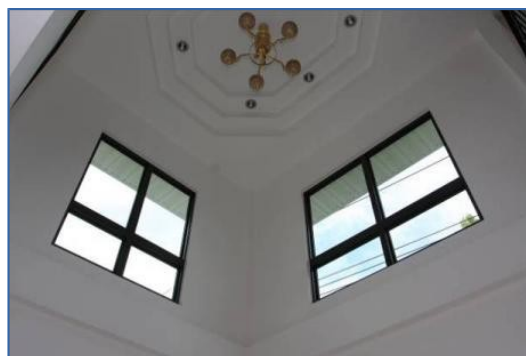
6. ซ่อมแซมตามการรับประกัน

บริษัทฯ รับประกันการใช้งานทั่วไป 1 ปี และรับประกันการท่ดตัวของเสาเข็มพร้อมความแข็งแรงโครงสร้างเป็นระยะเวลา 10 ปี เพื่อสร้างความพอใจและความมั่นใจในการปลูกสร้างบ้านกับบริษัทฯ

2.1.3 ธุรกิจผลิตภัณฑ์ประตูและหน้าต่างอลูมิเนียมสำเร็จรูป

2.1.3.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

ธุรกิจผลิตภัณฑ์ประตูและหน้าต่างอลูมิเนียมสำเร็จรูป ดำเนินงานโดย บริษัท เอเทค เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ บริษัท เอเทค เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประตูและหน้าต่างอลูมิเนียมภายใต้ตราสินค้า ATECH ซึ่งผลิตโดย บริษัท ลิกซิล (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตประตูหน้าต่างอลูมิเนียมชั้นนำในประเทศญี่ปุ่น ลักษณะผลิตภัณฑ์เป็นชุดประตูและหน้าต่างอลูมิเนียมสำเร็จรูปผลิตและตัดประกอบจากโรงงาน โดยเป็นสินค้าคุณภาพสูงมีคุณลักษณะพิเศษที่แตกต่างจากประตูและหน้าต่างอลูมิเนียมทั่วไป ในด้านการป้องกันน้ำ 100% ด้วยระบบรางระบายน้ำ สามารถป้องกันเสียงได้อย่างสมบูรณ์ ผ่านการเคลือบสีผิวผลิตภัณฑ์ด้วยวิธีชุบระบบไฟฟ้าที่ทนทาน ทำให้สีไม่ซีดจางตลอดอายุการใช้งาน เพิ่มความปลอดภัยด้วยระบบล็อกพิเศษ และสามารถป้องกันแสงแดด ฝุ่น และลม นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ประตูหน้าต่างอลูมิเนียมยังผลิตตามมาตรฐานการส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น โดยได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001:2000, ISO 14001:1996 และ JIS นอกจากนี้ ในปัจจุบัน บริษัทฯ ได้เริ่มจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประตูและหน้าต่างอลูมิเนียมจากผู้ผลิตในประเทศอีก 2 ราย คือ บริษัท วินเซทอลูมิเนียม จำกัด และบริษัท เอบี แอนด์ดีบิลว อินโนเวชั่น จำกัด ซึ่งเป็นผู้ผลิตประตูและหน้าต่างอลูมิเนียมสำเร็จรูปภายในประเทศ ที่สินค้ามีคุณสมบัติต่ำกว่าและราคาสูงกว่าสินค้าของบริษัท ลิกซิล (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) โดยบริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะเพิ่มความหลากหลายของสินค้า เพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้าระดับกลางและโครงการอสังหาริมทรัพย์



รายได้จากธุรกิจผลิตภัณฑ์ประตูและหน้าต่างอลูมิเนียม

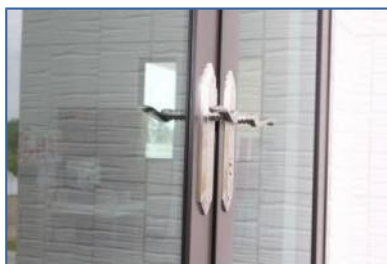
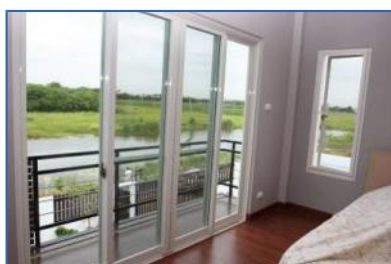
	สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่		
	31 ธ.ค. 56	31 ธ.ค. 57	31 ธ.ค. 58
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท
รายได้จากธุรกิจผลิตภัณฑ์ประตูและหน้าต่างอลูมิเนียม	33.95	25.71	21.36

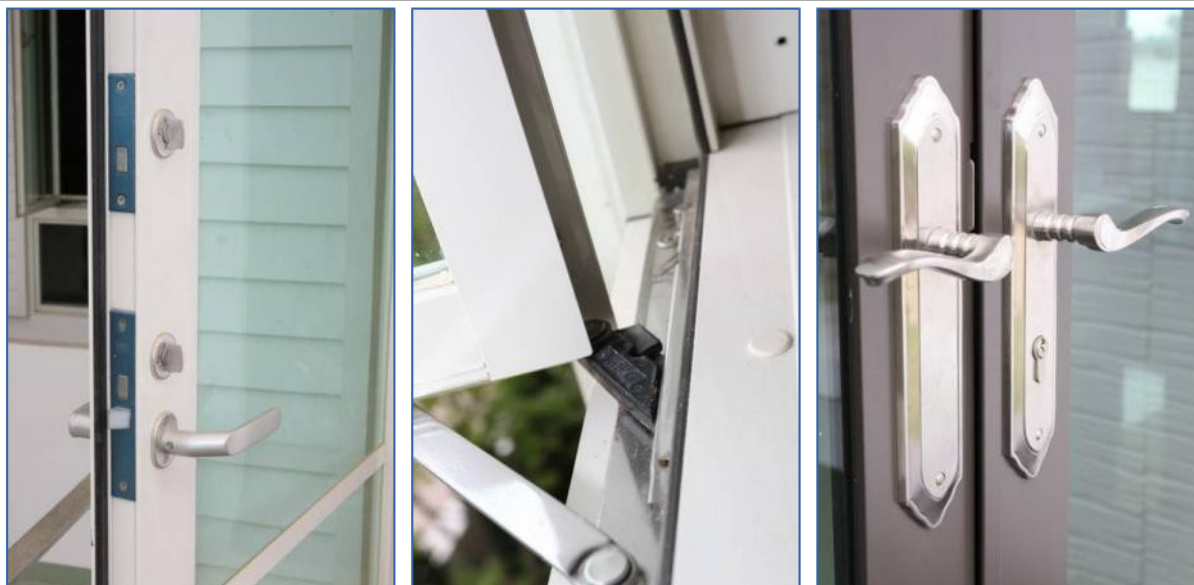
2.1.3.2 การตลาดและการแข่งขัน

(1) กลยุทธ์การแข่งขัน

- ด้านคุณภาพสินค้า

ประตูหน้าต่างอลูมิเนียมสำเร็จรูปเป็นสินค้าที่บริษัทฯ ได้ร่วมวางแผนการตลาดและออกแบบสินค้ากับบริษัทผู้ผลิตจากประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นผู้นำและผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในการผลิตหน้าต่างอลูมิเนียมมาเป็นเวลานาน เนื่องจากบริษัทฯ มีความใกล้ชิดกับลูกค้าและสามารถทราบถึงความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี โดยผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่นในตลาด ด้วยคุณภาพที่สูงและอายุการใช้งานที่ยาวนาน





- ด้านราคา

ประตูหน้าต่างอลูมิเนียมสำเร็จรูป เป็นสินค้าคุณภาพสูง แตกต่างจากสินค้าทั่วไปในท้องตลาด จึงมีกลุ่มตลาดเป้าหมายอยู่ในระดับบน ราคาสินค้ามีระดับราคาที่ไม่สูงเมื่อเทียบกับสินค้าในระดับเดียวกัน และเป็นราคาที่กลุ่มเป้าหมายยอมรับได้

- ด้านบริการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญด้านการบริการ โดยบริษัทฯ จัดอบรมให้ความรู้พนักงานทั้งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และการให้บริการแก่ลูกค้า บริษัทฯ จัดจำหน่ายในส่วนของบริษัทฯ ประตูหน้าต่างอลูมิเนียมสำเร็จรูป การติดตั้งที่หน่วยงานของลูกค้า โดยทีมงานติดตั้งประตูหน้าต่างที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะ บริษัทฯ ร่วมกับผู้ผลิตได้จัดอบรมให้ความรู้แก่ทีมงานติดตั้ง อย่างสม่ำเสมอ

- ด้านช่องทางการจำหน่าย

บริษัทฯ ได้จัดแสดงผลิตภัณฑ์ประตูและหน้าต่างอลูมิเนียมสำเร็จรูปที่สาขาบริษัทฯ ทั้ง 4 สาขา ได้แก่ สำนักงานใหญ่ สาขาเซ็นทรัลพระราม 3 สาขาเซ็นทรัลบางนา และสาขาเซ็นทรัลสาขลา รวมทั้งบริษัทฯ ได้ร่วมงานแสดงสินค้างานสถาปนิก และใช้โชว์รูมสำนักงานใหญ่ของผู้ผลิต ในการให้บริการข้อมูลของสินค้าแก่ลูกค้า ซึ่งช่วยให้บริษัทฯ สามารถประชาสัมพันธ์สินค้าไปยังเจ้าของโครงการและสถาปนิกได้ดียิ่งขึ้น

(2) ช่องทางการจำหน่าย และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ประตูและหน้าต่างอลูมิเนียมเป็นสินค้าที่มีคุณภาพสูง มีราคาที่สูงกว่าระบบประตูหน้าต่างอลูมิเนียมโดยทั่วไป กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของบริษัทฯ จึงเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้า ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่

(1) กลุ่มเจ้าของบ้าน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นเจ้าของบ้านเดี่ยวขนาดใหญ่ที่มีกำลังซื้อสูง และต้องการใช้สินค้าที่มีคุณภาพ ในปี 2558 บริษัทฯ จำหน่ายประตูและหน้าต่างอลูมิเนียมให้แก่กลุ่มเจ้าของบ้านประมาณร้อยละ 90 ของรายได้จากการจำหน่ายประตูและหน้าต่างอลูมิเนียม

(2) กลุ่มผู้รับเหมาก่อสร้าง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านเดี่ยวขนาดใหญ่ ตัวอย่างกลุ่มลูกค้าผู้รับเหมาก่อสร้าง ได้แก่ รอยัลเฮอร์ส โพรพัฒนา กริไทยโฮมส์ เป็นต้น ทั้งนี้ เจ้าหน้าที่ฝ่ายขายของบริษัทฯ จะนำเสนอสินค้าของบริษัทฯ โดยตรงกับเจ้าของบ้านผ่านสถาปนิกและผู้รับเหมาก่อสร้าง ในปี 2558 บริษัทฯ จำหน่ายประตูและหน้าต่างอลูมิเนียมให้แก่กลุ่มผู้รับเหมาก่อสร้างประมาณร้อยละ 10 ของรายได้จากการจำหน่ายประตูและหน้าต่างอลูมิเนียม



(4) ภาวะการแข่งขัน

ประตูหน้าต่างอลูมิเนียมสำเร็จรูป เอเทค ซึ่งมีคุณภาพสูง มีคู่แข่งหลายราย ทั้งจากผู้ผลิตภายในประเทศและผู้นำเข้าจากต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม รูปแบบของผู้ขายประตูหน้าต่างอลูมิเนียมแต่ละยี่ห้อที่มีคุณสมบัติและรูปแบบการใช้งานที่แตกต่างกัน การตัดสินใจซื้อของลูกค้าก่อสร้างบ้านระดับบน จึงอยู่ที่การให้ข้อมูลของสินค้า จุดเด่น เทคโนโลยีการผลิต ประโยชน์ต่างๆของการใช้ประตูหน้าต่างอลูมิเนียม เป็นจุดตัดสินใจ การให้บริการและความรู้ของพนักงานขาย จึงมีความสำคัญต่อการขายและการตลาดเป็นอย่างมาก ผู้บริหารประเมินว่าระดับการแข่งขันของธุรกิจประตูหน้าต่างอลูมิเนียมสำเร็จรูปสำหรับก่อสร้างบ้านระดับบนในปัจจุบันอยู่ในระดับไม่รุนแรง เนื่องจากโดยทั่วไปสถาปนิกจะเป็นผู้กำหนดรูปแบบและยี่ห้อประตูหน้าต่างอลูมิเนียมสำเร็จรูป

2.1.3.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

เจ้าหน้าที่ฝ่ายขายของบริษัทฯ จะติดต่อให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายเทคนิคของบริษัทฯ เข้าวัดขนาดประตูและหน้าต่างที่สถานที่ก่อสร้างเพื่อเสนอราคาแก่ลูกค้า หลังจากนั้นเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายของบริษัทฯ จะส่งขนาดประตูและหน้าต่างไปยังโรงงานผลิตประตูและหน้าต่างอลูมิเนียม เมื่อโรงงานผลิตประตูและหน้าต่างแล้วเสร็จ โรงงานจะส่งประตูและหน้าต่างสำเร็จรูปไปยังสถานที่ก่อสร้าง ถือเป็นการส่งมอบสินค้าเป็นที่เรียบร้อยแล้ว หลังจากนั้นทีมติดตั้งประตูและหน้าต่างอลูมิเนียมซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ และรับจ้างติดตั้งโดยตรงจากลูกค้า จะเข้าดำเนินการติดตั้งประตูและหน้าต่างให้แก่ลูกค้า เมื่องานติดตั้งแล้วเสร็จ ลูกค้าจะขอความร่วมมือจากฝ่ายตรวจสอบคุณภาพของบริษัทฯ เข้าตรวจสอบความถูกต้องของการติดตั้งประตูและหน้าต่างตามความต้องการของลูกค้าจนครบถ้วน

2.2 ภาวะอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้าง

อุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้างนับว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เป็นอย่างมาก เนื่องจากปริมาณความต้องการวัสดุก่อสร้างนั้นจะเปลี่ยนแปลงไปตามการเติบโตของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และทิศทางการเติบโตของอุตสาหกรรมก่อสร้าง โดยในช่วงครึ่งหลังของปี 2558 รัฐบาลได้มีการส่งเสริม ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในหลายๆ ด้าน ส่งผลดีให้เกิดความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อเศรษฐกิจไทยในเชิงบวกมากขึ้น แม้ว่าผู้บริโภคบางส่วนยังประสบกับปัญหาภาระค่าครองชีพที่สูงขึ้นและระดับหนี้ครัวเรือนเพิ่มสูงขึ้น ประกอบกับสภาพเศรษฐกิจไทยยังคงชะลอตัวต่อเนื่องมาจากการปี 2556 จึงส่งผลให้ความต้องการซื้อของตลาดอสังหาริมทรัพย์ยังฟื้นตัวในระดับต่ำ ในขณะที่การลงทุนของภาคเอกชนในด้านพาณิชย์กรรมและอุตสาหกรรมน่าจะปรับตัวได้ดีขึ้น สอดคล้องกับโครงการลงทุนจากภาครัฐที่มีความชัดเจนมากขึ้น ทั้งนี้ ในส่วนของโครงการใหม่ของภาครัฐน่าจะมีการเริ่มดำเนินการได้บางส่วนในปีงบประมาณ 2559 แต่ต้องติดตามความชัดเจนในรายละเอียดของแต่ละโครงการ

ศูนย์วิจัยกสิกรไทยระบุว่า การเติบโตที่ชะลอตัวของตลาดวัสดุก่อสร้างของไทยในปี 2558 มีสาเหตุสำคัญมาจากปัจจัยดังต่อไปนี้

1) การชะลอตัวของการลงทุนภาครัฐ เนื่องจากปัญหาทางการเมืองที่เกิดขึ้นมาตั้งแต่ช่วงกลางปี 2557 ส่งผลกระทบต่อขั้นตอนการเบิกจ่ายงบลงทุนในแต่ละโครงการ โดยเฉพาะโครงการใหม่ เนื่องจากรัฐบาลรักษาการที่ดำรงตำแหน่งอยู่มีอำนาจในการอนุมัติโครงการที่ค่อนข้างจำกัด ส่งผลให้ความต้องการซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้างลดลง โดยโครงการที่ดำเนินผ่านมาในปี 2558 หากรัฐบาลรักษาการสามารถผลักดันโครงการขนาดใหญ่ให้เริ่มกิจกรรมก่อสร้างได้ อาจมีผลต่อเนื้อให้ความต้องการสินค้าวัสดุก่อสร้างปรับตัวเพิ่มขึ้น

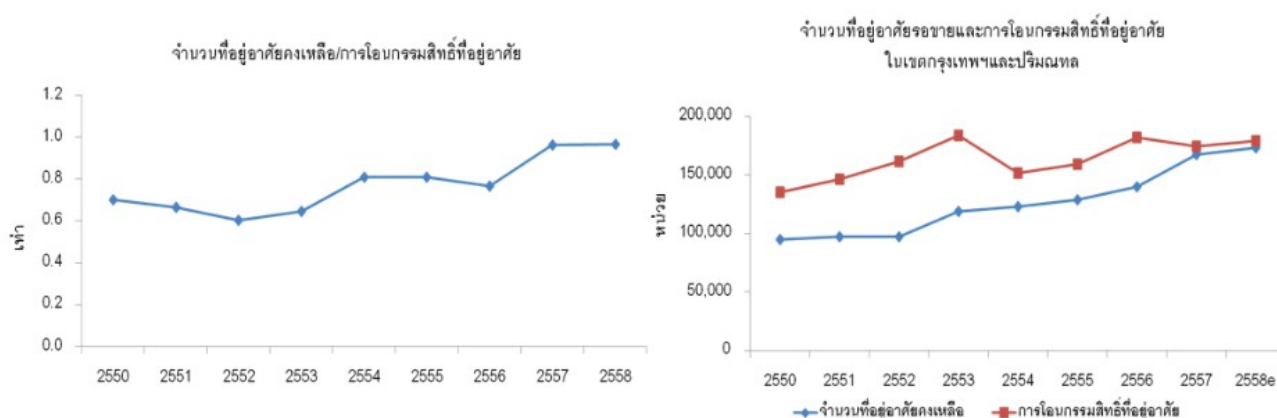
2) การลงทุนในการก่อสร้างของภาคเอกชนชะลอตัวในช่วงปี 2558 เพราะสภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลง กล่าวคือความไม่ชัดเจนในนโยบายการลงทุนในภาครัฐที่สนับสนุนการลงทุนของภาคเอกชนก็ส่งผลกระทบให้ภาคเอกชนชะลอการลงทุนในการก่อสร้างของภาคเอกชน ประกอบกับสภาวะเศรษฐกิจยังขาดปัจจัยสนับสนุน ทำให้กำลังการซื้อ

ของผู้บริโภคชะลอตัวลงไปในทิศทางเดียวกันกับการลงทุนของภาคเอกชน ทั้งนี้ ค่าครองชีพที่เพิ่มสูงขึ้นและระดับภาระหนี้สินครัวเรือนที่เพิ่มสูงขึ้นก็ส่งผลกระทบต่อการลงทุนหรือซื้ออสังหาริมทรัพย์ออกไป ด้วยปัจจัยทั้งหมดที่กล่าวมาทำให้มูลค่าการก่อสร้างในช่วงต้นปี 2558 ยังคงชะลอตัวลง

เครื่องชี้วัดภาวะธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

	ปี 2558e	ปี 2559f
1. จำนวนที่อยู่อาศัยเปิดใหม่* (% v-o-y)	102,953 (-10.0)	101,000 - 105,500 (-1.9) - 2.5
2. จำนวนโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัย (% v-o-y)	179,250 3.0	178,400-182,000 (-0.5) - 1.5
3. จำนวนที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จจดทะเบียน** (% v-o-y)	126,500 (-3.7)	126,000-129,800 (-0.4) - 2.6
4. จำนวนอุปทานที่อยู่อาศัยคงค้างเหลือขาย*** (% v-o-y)	171,000 2.2	165,000-169,000 (-3.5) - (-1.2)

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย, ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์, AREA, และคาดการณ์โดย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย



ที่มา: ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์, AREA, และ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

สินเชื่อ ณ สิ้นเดือน ธ.ค. 58 ปรับตัวเพิ่มขึ้นแตะระดับ 10.47 ล้านล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 9.61 หมื่นล้านบาทจากเดือนก่อนหน้า (3.43%YoY) นำโดยกลุ่มธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ และกระจายไปยังทุกหมวดสินเชื่อ ทั้งสินเชื่อธุรกิจสินเชื่อเอสเอ็มอี และสินเชื่อรายย่อย แต่เป็นการปรับขึ้นด้วยผลของปัจจัยเฉพาะมากกว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะสินเชื่อรายย่อย ทั้งสินเชื่อบัตรเครดิต (ที่ขยายตัวดีจากแรงซื้อกองทุนรวม RMF/LTF และมาตรการช่วยเหลือชาติ) และสินเชื่อเช่าซื้อ (จากการเร่งซื้อรถก่อนการปรับโครงสร้างภาษีสรรพสามิต) ขณะที่สินเชื่อในกลุ่มธนาคารขนาดกลางและเล็ก ยังให้ภาพที่ปะปน แม้ว่าสินเชื่อเช่าซื้อที่เคยเป็นตัวนำจะชะลอตัวลง จะปรับตัวดีขึ้นก็ตาม ขณะที่เงินฝากปรับเพิ่มขึ้นหลังจากที่หดตัวเล็กน้อยในเดือนก่อนหน้า โดยแตะระดับ 11.20 ล้านล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 5.75 หมื่นล้านบาทจากเดือนก่อน (1.46%YoY)

ส่วนภาพรวมปี 2558 เงินให้สินเชื่อสุทธิของ 14 ธนาคารพาณิชย์ไทย เพิ่มขึ้น 3.48 แสนล้านบาทจากปี 2557 (3.43% YoY) นำโดยกลุ่มธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ โดยมีสินเชื่อผู้ประกอบการเอสเอ็มอี และสินเชื่อเพื่อลูกค้ารายย่อยเป็นตัวนำการเติบโต ขณะที่เงินฝากปี 2558 ธนาคารพาณิชย์ใช้กลยุทธ์บริหารต้นทุนดอกเบี้ยเพื่อประคองส่วนต่างอัตรา

ดอกเบี้ยในจังหวัดที่สินเชื่อบริษัทลดลง ทำให้ดอกเบี้ยเพียง **1.61** แสนล้านบาทจากปี **2557** นำโดยกลุ่มธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่และขนาดกลาง แต่เงินฝากในธนาคารพาณิชย์ขนาดเล็กปรับลดลง

ทั้งนี้ สินเชื่อที่เติบโตสูงกว่าเงินฝากในปี 2558 ทำให้เครื่องชี้สภาพคล่องตึงตัวขึ้นจากปี 2557 โดยสัดส่วนเงินให้สินเชื่อรวมต่อเงินฝากรวมกับตราสารหนี้ที่ออกและเงินกู้ยืม (LTD+Borrowing Ratio) เพิ่มขึ้นจากระดับ 88.68% ณ สิ้นปี 2557 มาที่ระดับ 90.81% ในสิ้นปี 2558 และสัดส่วนสินทรัพย์สภาพคล่องต่อสินทรัพย์รวมปรับลดลงจากระดับ 22.32% ในปีก่อนหน้า สู่ระดับที่ระดับ 20.10% ในปี 2558

สำหรับแนวโน้มไตรมาสที่ 1/2559 คาดว่าสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ยังมีโอกาสประกอบการเติบโตได้ที่ระดับ 4.0 - 4.2% YoY ทั้งนี้ จะมีปัจจัยด้านฤดูกาลการชำระคืนสินเชื่อของภาคธุรกิจ แต่ด้วยแรงหนุนจาก 2 ปัจจัยสำคัญ อันได้แก่ 1)มาตรการกระตุ้นอสังหาริมทรัพย์ที่ต่อเนื่องมาจากช่วงปลายปี 2558 จะช่วยเร่งการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของครัวเรือนและช่วยกระตุ้นสินเชื่อที่อยู่อาศัย และ 2)การเบิกใช้ซอฟต์แวร์ของผู้ประกอบการเอสเอ็มอี ส่วนทิศทางเงินฝากนั้น คาดว่าธนาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่ยังคงใช้กลยุทธ์การบริหารต้นทุนดอกเบี้ยให้อยู่ในระดับต่ำเพื่อประกอบความสามารถในการทำกำไร ดังนั้น การออกแคมเปญเงินฝากพิเศษ จึงน่าจะมุ่งไปที่การชดเชยแคมเปญเงินฝากประจำเดิมที่ครบกำหนดเพื่อรักษาสภาพคล่องไว้กับธนาคารมากกว่าการชิงส่วนแบ่งตลาดลูกค้าใหม่ อย่างไรก็ตาม สัดส่วนที่เพิ่มเติมขึ้นจากไตรมาสก่อนๆ น่าจะอยู่ที่การออกแคมเปญเงินฝากพิเศษเพื่อต้อนรับช่วงเทศกาลสำคัญทั้งเทศกาลตรุษจีนและวาเลนไทน์ในช่วงต้นเดือนกุมภาพันธ์ ซึ่งเป็นปัจจัยด้านฤดูกาลของทุกปี และคงทำให้ภาพรวมสภาพคล่องในไตรมาส 1/2559 อยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกับ ณ สิ้นปี 2558

อุตสาหกรรมที่อยู่อาศัย

ภาคอสังหาริมทรัพย์นับเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญและมีความสอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ กล่าวคือถ้าเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศขยายตัวดี ภาคอสังหาริมทรัพย์ก็จะขยายตัวได้ดีตามไปด้วย นอกจากนี้ การที่ภาคอสังหาริมทรัพย์ขยายตัวได้ดี ยังจะส่งผลให้อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องเติบโตได้ดีตามไปด้วย เช่น อุตสาหกรรมก่อสร้าง อุตสาหกรรมสถาบันการเงินที่เกี่ยวข้องกับการปล่อยสินเชื่อ รวมไปถึงภาวะการจ้างงานภายในประเทศด้วยเช่นกัน ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ ได้แก่ ปัจจัยการเติบโตทางเศรษฐกิจภายในประเทศ อัตราดอกเบี้ย และราคาวัสดุสิ่งก่อสร้าง ซึ่งปัจจัยที่สำคัญดังกล่าวมีการเปลี่ยนแปลงดังต่อไปนี้

สรุปผลประมาณการ			
ร้อยละต่อปี	2557*	2558	2559
อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ	0.7	3.8 (4.0)	3.9
อัตราเงินเฟ้อทั่วไป	1.9	0.2 (1.2)	2.2
อัตราเงินเฟ้อพื้นฐาน	1.6	1.2 (1.2)	1.2

ที่มา: รายงานนโยบายการเงิน ฉบับเดือนมีนาคม 2558

2.3 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

การผลิตผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป โครงสร้าง เสา-คาน-ผนัง สำเร็จรูป และการก่อสร้างบ้านสำเร็จรูปของบริษัทฯ ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งบริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัดมาโดยตลอด ทำให้นับตั้งแต่บริษัทฯ เปิดดำเนินการมา บริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาทหรือถูกฟ้องร้องเกี่ยวกับการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และไม่เคยได้รับการดักเตือนหรือการปรับจากหน่วยงานของรัฐเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทฯ มีโครงการก่อสร้างบ้านที่อยู่ระหว่างดำเนินการจำนวน 67 หลัง ซึ่งเป็นมูลค่างานที่ยังไม่ได้รับรายได้ (Backlog) มูลค่า 114.60 ล้านบาท โดยระยะเวลาการก่อสร้างบ้านเฉลี่ยของบริษัทฯ จะอยู่ที่ประมาณ 4-5 เดือนสำหรับบ้านสำเร็จรูป และ 6-8 เดือนสำหรับบ้านกึ่งสำเร็จรูป โดยนับจากวันที่เริ่มตอกเสาเข็ม