

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัทเริ่มประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมอลูมิเนียมเมื่อปี พ.ศ. 2522 โดยได้จดทะเบียนนำหุ้นสามัญของบริษัทฯ เข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตั้งแต่วันที่ 16 มิถุนายน 2534 และจดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน จำกัด เมื่อวันที่ 26 มกราคม 2537 ในปลายปี 2538 ได้มีบริษัทในกลุ่ม Mitsubishi ประกอบด้วย Mitsubishi Aluminum Co., Ltd. กับ Mitsubishi Corporation (MC) จากประเทศญี่ปุ่น และ Thai-MC Co., Ltd. ได้เข้าร่วมทุนกับบริษัทด้วยการเข้าถือหุ้นร่วมกันคิดเป็น 20 % ของทุนจดทะเบียน โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะขยายสายการผลิตเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์อลูมิเนียมชนิดที่มีการเคลือบ (Precoated Finstock) ที่จะต้องใช้เทคโนโลยีพิเศษในการผลิต ซึ่งกลุ่ม Mitsubishi เป็นบริษัทที่มีชื่อเสียง มีเทคโนโลยีและกรรมวิธีการผลิตที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ในช่วงปี 2544 และ 2545 Thai-MC Co., Ltd. และ MC ได้โอนหุ้นทั้งหมดให้แก่ MC Non-Ferrous Metal Products Co., Ltd. บริษัทในกลุ่ม Mitsubishi เช่นเดียวกัน ต่อมาในปี 2551 MC ได้กลับเข้าถือหุ้นในส่วนนี้ และต่อมาได้โอนหุ้นทั้งหมดให้แก่ Mitsubishi Corporation Unimetals Ltd. ในปี 2556 หุ้นทั้งหมดได้ถูกโอนให้แก่ Mitsubishi Corporation Rtm Japan Ltd. ซึ่งเป็นบริษัทในกลุ่ม Mitsubishi เช่นเดียวกัน

ในเดือนธันวาคม 2549 บริษัทฯ ได้ทำสัญญาได้รับความช่วยเหลือทางเทคนิค และสัญญาแต่งตั้งผู้จัดจำหน่ายกับ Mitsubishi Aluminum Co., Ltd. และกลุ่ม Mitsubishi โดยเน้นการผลิตแผ่นอลูมิเนียมระบายความร้อน ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ไปสู่อุตสาหกรรมรถยนต์ ต่อมาในเดือนธันวาคม 2559 บริษัทฯ ได้ตกลงขยายระยะเวลาของสัญญาทั้ง 2 ฉบับ ดังกล่าวออกไปเป็นระยะเวลา 3 เดือนนับถัดจากวันที่ 26 ธันวาคม 2559 หรือจนกว่าสัญญาฉบับใหม่จะมีผลบังคับใช้แล้วแต่วันใดจะถึงก่อน ซึ่งเมื่อวันที่ 27 มกราคม 2560 บริษัทฯ ได้ทำสัญญาได้รับความช่วยเหลือทางเทคนิค และสัญญาแต่งตั้งผู้จัดจำหน่ายฉบับใหม่ เป็นระยะเวลา 5 ปี

ทั้งนี้ แม้ว่า Mitsubishi Aluminum Co., Ltd. ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัทฯ จะประกอบธุรกิจประเภทเดียวกับบริษัทฯ อาจมองได้ว่าก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ (Conflict of Interest) แต่เนื่องจากทั้ง Mitsubishi Aluminum Co., Ltd. และบริษัทในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและช่องทางการจัดจำหน่ายที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งที่ผ่านมามีบริษัท และ Mitsubishi Aluminum Co., Ltd. ไม่เคยมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์เกิดขึ้น

1.1) เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ/นโยบายและทิศทางการ

บริษัทฯ มีนโยบายดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม โดยยึดหลักการดำเนินธุรกิจที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ มีจริยธรรม เคารพต่อสิทธิมนุษยชน และผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสีย ภายใต้ นโยบายคุณภาพมาตรฐาน บริการจับใจ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม พร้อมอนุรักษ์พลังงาน เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ คือ การเป็นหนึ่งในผู้นำด้านการผลิตอลูมิเนียมแผ่นและม้วน

.....รับรองความถูกต้อง

1.2) การเปลี่ยนแปลง และพัฒนาการที่สำคัญในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

ในปี 2561 บริษัทฯ มียอดขายโดยรวมเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับปี 2560 อยู่ที่ 14.96% โดยมียอดขายอลูมิเนียมชนิดม้วน (Rolled Product) มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นถึง 18.57% ซึ่งเป็นผลมาจากการมุ่งมั่นทำการตลาด โดยมีการขยายผลิตภัณฑ์และฐานลูกค้าเพิ่มขึ้น ในส่วนของผลิตภัณฑ์ฟอยล์ อลูมิเนียมฟอยล์ทั้งแบบเคลือบและไม่เคลือบ โดยการขยายตัวอยู่ในกลุ่มลูกค้าตลาดต่างประเทศ ในแถบเอเชียเป็นส่วนใหญ่ สำหรับยอดขายในส่วนอลูมิเนียมแผ่นมีสัดส่วนที่ลดลง 20.17% เนื่องจากการแข่งขันค่อนข้างสูง

ในปี 2561 บริษัทฯ ได้ดำเนินงานผลักดันการเติบโตของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่องเพื่อจะขึ้นหัดในการเป็นผู้ผลิตอลูมิเนียมรีดเย็นชั้นนำของไทย และก้าวไปสู่การเป็นบริษัทชั้นนำในภูมิภาคอาเซียน โดยได้มุ่งมั่นทำการตลาดเชิงรุก ส่งผลให้ประสบความสำเร็จในการขยายตลาดฟอยล์ และ ฟินสต็อก โดยเฉพาะในต่างประเทศ ดังได้กล่าวไว้ข้างต้นแล้ว นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้พัฒนาสินค้าชนิดอื่น ๆ อย่างต่อเนื่อง รวมถึงแผ่นอะลูมิเนียมสำหรับระบายความร้อนในรถยนต์ ซึ่งร่วมพัฒนากับทาง Mitsubishi Aluminum โดยคาดว่าจะสามารถขยายตัวได้ในปี 2562

ทั้งนี้ จากการเติบโตดังกล่าว บริษัทฯ ได้มีการใช้กำลังการผลิตในอัตราสูงถึง 75% ในปี 2561 ที่ผ่านมา และวางแผนที่จะเพิ่มอัตราการใช้กำลังการผลิตของบริษัทโดยรวมให้ถึง 90% ภายในปี พ.ศ.2562 โดยในปีที่ผ่านมาได้ติดตั้งสายการผลิตเพื่อเคลือบแผ่นอลูมิเนียมฟอยล์ (Fin Coating Line) และ เครื่องตัดแยกแผ่นอะลูมิเนียมฟอยล์ (Separator) สำหรับตลาดเครื่องปรับอากาศ กับรองรับการเติบโตของธุรกิจแผ่นอะลูมิเนียมฟอยล์ และการขยายตัวในตลาดฟอยล์ ซึ่งเริ่มการผลิตได้แล้ว นอกจากนั้นยังได้ติดตั้งเครื่องรีด (Rolling Mill) อีก 1 เครื่อง คาดว่าจะแล้วเสร็จในครึ่งหลังของปี 2562 ทั้งนี้ นอกจากจะรองรับการขยายตัวในตลาดฟอยล์แล้ว ยังเพื่อรองรับตลาดสำหรับใช้ในอุตสาหกรรมรถยนต์ และเครื่องทำความเย็นในภูมิภาคอาเซียน ซึ่งในปัจจุบันมีปริมาณความต้องการต่อปีอยู่ที่ประมาณ 6,000 เมตริกตัน และ 50,000 เมตริกตัน ตามลำดับ และคาดว่าจะขยายตัวประมาณ 3-4% ต่อปี จากความต้องการใช้ที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง และจะเป็นตัวช่วยผลักดันให้ธุรกิจของบริษัทสามารถเติบโตได้ตามเป้าหมายได้อย่างแน่นอน และในขณะเดียวกันบริษัทยังมองโอกาสที่จะสามารถส่งออกไปยังตลาดอื่นๆ ที่มีการเติบโตสูงได้ด้วย เช่น ทวีปยุโรป และอเมริกา

ปัจจุบันบริษัทฯ มีสัดส่วนการส่งออกไปยังตลาดในเอเชียเพิ่มขึ้นทั้งในส่วนของการตลาด อลูมิเนียมฟอยล์ และตลาดอลูมิเนียมฟอยล์ ซึ่งถือเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญ เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นประเทศที่กำลังพัฒนา และมีความต้องการพื้นฐานในด้านที่อยู่อาศัยจำนวนมากขึ้น นั้นหมายถึงความต้องการบรรจุภัณฑ์ และเครื่องปรับอากาศที่มีมากขึ้นด้วย โดยเฉพาะตลาดเครื่องปรับอากาศแม้มีการแข่งขันกันสูงมากด้วยจำนวนผู้เล่นในตลาดที่มีจำนวนมาก ทั้งที่เป็นแบรนด์ระดับโลกและแบรนด์ในท้องถิ่นเอง แต่เป็นโอกาสสำคัญในการส่งออกอลูมิเนียมฟอยล์ของบริษัทฯ ที่มีความได้เปรียบจากข้อตกลงการค้าของไทยกับหลายประเทศในภูมิภาคเอเชีย นอกจากนั้นจากการพัฒนาสินค้าฟอยล์ที่มีคุณภาพดี ส่งผลให้กลุ่มบริษัทที่ผลิตภาชนะบรรจุอาหารที่ผลิตจากอลูมิเนียมหันมาให้ความสนใจในการนำเข้าอลูมิเนียมฟอยล์จากทางบริษัทฯ มากขึ้น สำหรับสัดส่วนการส่งออกสินค้าของทางบริษัทฯ ในปี 2561 มีอัตราการส่งออกเพิ่มขึ้น 162% และคิดเป็นสัดส่วนจากการขายทั้งหมด อยู่ที่ 26.49% โดยในปี 2560 อยู่ที่ 11.62% และคาดว่าจะเพิ่มสูงขึ้นถึงต่อเนื่องในปี 2562 จนถึงปี 2565

จากแผนการตลาดเชิงรุกนี้ ทำให้บริษัทฯ ได้มีขยายการลงทุนในเครื่องรีด และ เครื่องตัดแยกฟอยล์ ดังกล่าวไว้แล้ว รวมถึงเครื่องมือในการควบคุมและตรวจสอบมาตรฐานสินค้า ให้เป็นไปตามมาตรฐาน เพิ่มขึ้น ตลอดจนการมุ่งมั่นพัฒนา ทักษะความสามารถ ของพนักงานให้มีความเชี่ยวชาญในการผลิต และการบริการ ที่เป็นที่ยังพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการปรับกลยุทธ์ทางการตลาด การส่งเสริมการขาย สื่อประชาสัมพันธ์ และการร่วมมือกับอุตสาหกรรมทุก

ภาคส่วน ทั้งในส่วนของภาครัฐและเอกชน เพื่อปรับปรุง วิจัย และพัฒนาคุณภาพการผลิต นวัตกรรมใหม่ เพื่อให้มีความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งทั้งจากในและต่างประเทศได้มากขึ้น

ในปี 2562 ทางบริษัทฯ ได้มีการวางแผนในการเติบโตอย่างต่อเนื่องสำหรับการส่งออกในภูมิภาคเอเชีย มีการแต่งตั้งผู้แทนการจัดจำหน่ายสินค้า ทั้งสินค้าที่อยู่ในกลุ่มของอูมิเนียมฟอสเฟต และ ฟอสล์ ไปแล้ว 2 ราย และยังมีแผนในการที่จะเพิ่มผู้แทนการจัดจำหน่ายในประเทศอื่นๆเช่นกัน รวมถึงบุคลากรในด้านการตลาดเพื่อช่วยจัดเก็บข้อมูล วิเคราะห์สถานการณ์ทางการต่างๆ เพื่อให้มีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้นอีกด้วย

โครงการสาธิต (ต้นแบบ) สำหรับเตาหลอมประสิทธิภาพสูงในอุตสาหกรรมอูมิเนียมเป็นโครงการระหว่างกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม กับ องค์การพัฒนาพลังงานใหม่และเทคโนโลยีอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (NEDO) เพื่อสนับสนุนให้มีการใช้พลังงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและปกป้องสิ่งแวดล้อมด้วยการริเริ่มนำเตาหลอมอุตสาหกรรมประสิทธิภาพสูงมาใช้ ซึ่งจะสามารถนำพลังงานความร้อนที่สูญเสีย (ปล่อยทิ้ง) กลับมาใช้ใหม่ได้ และดำเนินการเผยแพร่การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ให้แพร่หลาย ที่บริษัทฯ ได้เข้าร่วมโครงการ และใช้โรงงานของบริษัทฯ เป็นที่ตั้งโครงการ ยังคงดำเนินไปได้ด้วยดี หลังจากการติดตั้งได้เสร็จสมบูรณ์ในเดือนกันยายน 2552 โดยได้มีพิธีเปิดโครงการฯ การสัมมนาเพื่อเผยแพร่เทคโนโลยี การเข้าตรวจสอบโครงการ การขึ้นทะเบียนเครื่องจักร ตลอดจนการเยี่ยมชมโครงการเพื่อขยายผล และ ทำ Knowledge management มาเป็นลำดับโดยตลอด ทั้งนี้ โครงการสามารถลดการใช้พลังงาน และ ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ลงได้ร้อยละ 30 ตามเป้าหมาย เท่ากับเป็นการช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในประเทศและช่วยลดสภาวะโลกร้อนได้อีกทางหนึ่งด้วย โดยบริษัทฯ ยังใช้เตาหลอมในโครงการเป็นเครื่องจักรหลัก ซึ่งมีส่วนช่วยให้การผลิตได้ปริมาณและคุณภาพมากขึ้น

ส่วนโครงการส่งเสริมวัสดุและอุปกรณ์การอนุรักษ์พลังงาน ของ กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน (พพ.) เพื่อลดการใช้พลังงาน รักษาสิ่งแวดล้อม ที่บริษัทฯ ได้เข้าร่วมโครงการ ไม่ว่าจะเป็นโครงการปรับเปลี่ยนหัวเผาของเตาหลอมไปเป็นหัวเผาแบบรีเจนเนอเรทีฟที่สามารถนำพลังงานความร้อนที่สูญเสีย (ปล่อยทิ้ง) กลับมาใช้ใหม่ได้ ติดตั้งแล้วเสร็จสมบูรณ์และใช้งานมาตั้งแต่เดือนธันวาคม 2556 รวมถึงโครงการเปลี่ยนหลอดไฟ LED กับ ติดตั้ง VSD ของเครื่องอัดอากาศ ได้ติดตั้งแล้วเสร็จสมบูรณ์และใช้งานมาตั้งแต่เดือนเมษายน 2559 โครงการ โดยเปลี่ยนเครื่องปรับอากาศ และ เครื่องทำน้ำเย็น (Chiller) ของเครื่องจักรเป็นแบบประสิทธิภาพสูง ที่การติดตั้งแล้วเสร็จและใช้งานมาตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2561 โดยได้รับเงินสนับสนุนโครงการเป็นจำนวนเงิน 20% ของเงินลงทุนแต่ไม่เกินราคากลางที่กำหนด ยังสามารถมางานได้ดีมีผลประหยัดการใช้พลังงาน ลดผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม และมีระยะเวลาคืนตามเป้าหมาย โดยบริษัทฯ ยังคงใช้เตาหลอมในโครงการเป็นเครื่องจักรหลัก ซึ่งมีส่วนช่วยให้การผลิตได้ปริมาณและคุณภาพมากขึ้นด้วย ในปี 2561 บริษัทฯ ยังได้เข้าร่วมโครงการปรับเปลี่ยน ปรับปรุง หรือใช้ระบบควบคุมอัตโนมัติเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในระบบอากาศอัด ใช้เงินลงทุนประมาณ 6 ล้านบาท ระยะเวลาคืนทุนประมาณ 2 ปี โดยได้รับเงินสนับสนุนโครงการเป็นจำนวนเงิน 20% ของเงินลงทุนแต่ไม่เกินราคากลางที่กำหนด คาดว่าจะแล้วเสร็จภายในเดือนมิถุนายน 2562

บริษัทฯ ได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 ตามบัตรส่งเสริมการลงทุนเลขที่ 61-0139-1-00-1-0 ลงวันที่ 6 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 เพื่อการผลิตอูมิเนียมแผ่นและอูมิเนียมแผ่นม้วน ประเภท 2.15 กิจการรีด ดึง หล่อ หรือทุบโลหะที่มีใช้หลัก มีกำลังการผลิต ปีละประมาณ 16,000 ตัน โดยได้รับสิทธิและประโยชน์ (ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ 3 มกราคม 2561 ซึ่งเป็นวันที่คณะกรรมการอนุมัติให้การส่งเสริม) ดังนี้

- ให้ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรตามที่คณะกรรมการพิจารณาอนุมัติ
 - ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนมาเกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุน (258 ล้านบาท) ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน มีกำหนด 3 ปี นับแต่วันเริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการนั้น
 - ให้ได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมซึ่งได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ตลอดระยะเวลาที่ผู้ได้รับการส่งเสริมได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลนั้น
 - ให้ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบและวัสดุจำเป็นที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศเพื่อใช้ในการผลิตเพื่อการส่งออกเป็นระยะเวลา 1 ปี นับแต่วันนำเข้าครั้งแรก
- ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังไม่ได้แจ้งเปิดดำเนินการ

1.3) โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัทฯ ไม่มีบริษัทใหญ่ บริษัทย่อย หรือบริษัทร่วม

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ธุรกิจหลักของบริษัทฯ คือ อุตสาหกรรมอลูมิเนียมซึ่งการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อลูมิเนียมทั้งสำเร็จรูปประเภทแผ่นและม้วนชนิดต่าง ๆ จำหน่ายให้กับผู้ผลิตอื่น ซึ่งจะนำไปผลิตเป็นสินค้า หรือเป็นส่วนประกอบในการผลิตสินค้าประเภทอื่น ๆ ต่อไป โดยได้รับการรับรอง ISO 9001 : 2015 และ ISO 14001 : 2015 ทั้งนี้ โดยบริษัทไม่มีบริษัทใหญ่ บริษัทย่อย และบริษัทร่วม

โครงสร้างรายได้

บริษัทดำเนินกิจการในส่วนงานทางธุรกิจเดียวและดำเนินธุรกิจในประเทศไทยเท่านั้นแต่มีกลุ่มผลิตภัณฑ์หลักดังนี้

ผลิตภัณฑ์ (Products)	ปี 2561 / Y2018		ปี 2560 / Y2017		ปี 2559 / Y2016	
	รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%
	ล้านบาท		ล้านบาท		ล้านบาท	
อลูมิเนียมแผ่น (Sheet Product)	116.23	6.47	145.61	9.32	115.10	7.87
อลูมิเนียมม้วน (Rolled Product)	1,680.24	93.53	1,417.02	90.68	1,348.04	92.13
รายได้จากการขาย (Total Sales)	1,796.47	100.00	1562.60	100.00	1,463.13	100.00
รายได้อื่น ๆ (Other Income)	48.65		16.77		3.87	
รวมรายได้ (Total Revenues)	1,845.12		1,579.40		1,467.01	

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์

ลักษณะของผลิตภัณฑ์ชนิดต่าง ๆ ของบริษัท คือ

(1.1) อลูมิเนียมชนิดแผ่น (SHEET PRODUCT) ประกอบด้วย

- แผ่นอลูมิเนียมตัดตามความต้องการของลูกค้า (CUT TO LENGTH) เป็นแผ่นอลูมิเนียมที่จะผลิตตาม อัลลอยด์ หนา กว้าง ความหนา และตัดความยาวตามขนาดที่ลูกค้ากำหนด การผลิตจะทำตามคำสั่งของลูกค้า แต่ละราย (Made to order) แผ่นอลูมิเนียมชนิดนี้ใช้เป็นวัตถุดิบในสินค้าต่าง ๆ เช่น เป็นแผ่นประกอบใช้ในการก่อสร้างอาคาร เป็นแผ่นประกอบใช้ในเครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นแผ่นประกอบใช้ทำแผ่นกันความร้อนสำหรับรถยนต์และอาคารทั่วไป เป็นแผ่นใช้สำหรับทำฝาจุกลีว ใช้ในอุตสาหกรรมแผงวงจรไฟฟ้า ฯลฯ
- แผ่นอลูมิเนียม 4 x 8 ฟุต (4 x 8 SHEETS) ซึ่งเป็นขนาดมาตรฐานสำหรับใช้งานทั่วไปที่ความหนาต่างกัน

(1.2) อลูมิเนียมชนิดม้วน (ROLLED PRODUCT) ประกอบด้วย

- อลูมิเนียมฟืนสต็อก (ALUMINIUM FINSTOCKS) ใช้เป็นส่วนประกอบในการผลิตเครื่องปรับอากาศในบ้าน อาคาร สำนักงาน ห้างสรรพสินค้า และแผงระบายความร้อนของรถยนต์ ตู้แช่ตู้เย็น ฯลฯ

.....รับรองความถูกต้อง

- **อลูมิเนียมฟีนสต็อกเคลือบ (ALUMINIUM PRECOATED FINSTOCKS)** ใช้ทำแผงระบายความร้อน เช่นกัน โดยนำ ALUMINIUM FINSTOCKS มาเคลือบสารเคมีที่มีคุณสมบัติทำให้หยดน้ำไม่เกาะจะ ช่วยระบายอากาศได้ดี ประหยัดพลังงาน และยืดอายุการใช้งาน
- **อลูมิเนียมฟีนสต็อกสำหรับหมวดยานยนต์ (ALUMINIUM FINSTOCKS FOR AUTOMOTIVE)** เป็นอลูมิเนียมเกรดพิเศษ เพื่อนำไปผลิต หม้อน้ำรถยนต์ (Radiator) แผงระบายความร้อนอื่น ๆ ใน รถยนต์ เช่น คอนเดนเซอร์ (Condensor) อินเตอร์คูลเลอร์ (Intercooler)
- **อลูมิเนียมฟอยล์ (ALUMINIUM FOILS)** มีลักษณะบาง ขนาดความหนาตั้งแต่ 0.020 มม. ถึง 0.10 มม. ใช้เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมหลากหลาย
- **อลูมิเนียมม้วน (ALUMINIUM COILS)** เป็นอลูมิเนียมที่มีลักษณะเป็นม้วน มีหลากหลายเกรด ความ หนา และ ความกว้างตามความต้องการของลูกค้า บางลูกค้าอาจจะนำไปตัดเป็นแผ่น หรือ แถบ หรือ เป็นเส้น เพื่อนำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์อลูมิเนียมอื่นๆ ของลูกค้าเลย

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

(ก) นโยบายและลักษณะการตลาดของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สำคัญ

(1) กลยุทธ์ทางการตลาด

เนื่องจากสินค้าส่วนใหญ่ของบริษัทจัดเป็นสินค้าอุตสาหกรรมที่ผลิตถึงสำเร็จ (Intermediate products) ซึ่งลูกค้าต้อง นำไปเข้ากระบวนการผลิตต่อ หรือแปรรูปจนเป็นสินค้าสำเร็จ (Finished products)

1.1 กลุ่มลูกค้าประจำ และสินค้าประจำส่วนใหญ่จะสั่งสินค้าที่มีคุณลักษณะ (Specification) เดิม ๆ ความพึงพอใจ ของลูกค้า คือ ให้สินค้ามีคุณภาพดีสม่ำเสมอส่งมอบได้ตามเวลา และการต่อรองด้านราคา

กลยุทธ์ทางการตลาด ที่บริษัทฯ พึ่งใช้ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อสนองความต้องการของตลาดและลูกค้ากลุ่มนี้ มี ดังนี้

- ผลิตสินค้าตามความต้องการของลูกค้าให้ได้มาตรฐาน
- รักษาคุณภาพสม่ำเสมอ
- ส่งมอบสินค้าได้ภายในเวลาที่ตกลงกับลูกค้า
- ร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์กับลูกค้า เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพดีขึ้น
- พนักงานขายเข้าเยี่ยมพบลูกค้าอย่างใกล้ชิด แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ ทันสมัยในเชิงการตลาด แล้วแจ้งข้อมูลตลาดแก่ผู้บังคับบัญชาและทีมงานให้รู้สถานการณ์ ทันเหตุการณ์
- เชิญลูกค้าเข้าเยี่ยมชม โรงงานเพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าบริษัทฯ สามารถผลิตสินค้าเพื่อสนองตอบความ ต้องการได้
- กรณีลูกค้าต่างประเทศ ต้องให้ความร่วมมือกับหน่วยราชการ ศึกษาระเบียบวิธีการส่งออกเพื่อให้มีระบบที่ดี มีการประสานและการสื่อสารที่รวดเร็วน่าเชื่อถือ
- ทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และขบวนการผลิต ให้ประหยัดและลดต้นทุน เพื่อให้สามารถแข่งขันได้
- ทำการสำรวจตลาดลูกค้าปัจจุบันพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มตลาดและขยายตลาด

.....รับรองความถูกต้อง

1.2 กลุ่มลูกค้าใหม่ เนื่องจากการแข่งขันสูง จึงจำเป็นต้องมีการสรรหาลูกค้าใหม่ ๆ ที่อาจใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ผลิตได้อยู่แล้ว หรืออาจพัฒนานำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา บริษัทฯ ได้นำเสนอขีดความสามารถการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อันเนื่องจากการมีเครื่องจักรใหม่ ๆ หรือพัฒนาปรับปรุงเครื่องจักรที่มีอยู่ ทำให้บริษัทฯ มีความสามารถและกำลังการผลิต (Capability) ที่จะพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และขยายฐานลูกค้าใหม่ เพื่อเพิ่มตลาดได้

(2) ลักษณะ / กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ผลิตอยู่แล้ว ได้แก่ สินค้าอลูมิเนียมประเภทรีด (Aluminium Rolled Products) ซึ่งผลผลิตที่ได้จะมี 2 ลักษณะ คืออลูมิเนียมม้วน และอลูมิเนียมแผ่น สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีหลัก ๆ ดังนี้

- 1.1 กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการที่มีโรงงาน รับซื้ออลูมิเนียมจากบริษัทฯ ไปเพื่อผลิตเป็นสินค้าประเภท ชิ้นส่วนประกอบ เช่น ชิ้นส่วนประกอบเครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น ตู้แช่ ชิ้นส่วนประกอบในเครื่องใช้ไฟฟ้า หม้อน้ำรถยนต์ แผงกันความร้อนในอุตสาหกรรมรถยนต์ ฯลฯ
- 1.2 กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการมีโรงงาน รับซื้ออลูมิเนียมจากบริษัทฯ ไปเพื่อแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ ประกอบสินค้าเพื่อการบริโภคและรับประทาน เช่น ใช้อลูมิเนียมทำฝาจากเกลียวบิดขาด ฝาด้วยโยเกิร์ต ถ้วยและถาดขนม ฟอยล์ห่ออาหาร ฯลฯ
- 1.3 กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ผลิตสินค้าเพื่ออุปโภค ใช้อลูมิเนียมจากบริษัทฯ ไปเพื่อปั๊มหรือขึ้นรูป ผลิตเป็นสินค้าสำเร็จโดยตรง เช่น ปั๊มขึ้นรูปเป็นตู้ควบคุมไฟฟ้า ปั๊มเป็นรังผึ้งหรือท่อดูดควันอาหาร ปั๊มทำฝาและไส้หม้อหุงข้าว ปั๊มทำแผ่นป้ายทะเบียน ปั๊มขึ้นรูปเป็นข้าวหลอดไฟ ปั๊มขึ้นรูปทรงกรงกันความร้อนสำหรับโครงสร้างรถยนต์ ฯลฯ
- 1.4 กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการมีโรงงาน สั่งซื้ออลูมิเนียมจากบริษัทฯ ไปเพื่อผลิตเป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น แผ่นรองเจาะ แผงควบคุมวงจร ตาไก่อ้อยเชือกกรองเท้า กระเป๋า เข็มขัด ตาไก่สำหรับผ้าปูโต๊ะ ฯลฯ

(3) การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทจำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้า ดังนี้

- ลูกค้าภายในประเทศ ทั้งบริษัทคนไทย บริษัทที่ถือหุ้นกับต่างชาติ และบริษัทต่างชาติที่ตั้งโรงงานอยู่ในประเทศไทย ซึ่งเป็นผู้ผลิตเพื่อขายทั้งในประเทศและเพื่อการส่งออก
- ลูกค้าต่างประเทศ บริษัทฯ มีการส่งจำหน่ายลูกค้าต่างประเทศโดยตรงตามใบสั่งซื้อของลูกค้า ซึ่งเป็นโรงงานผู้ผลิตสินค้าที่ใช้อลูมิเนียมเป็นส่วนประกอบ ตามลักษณะสินค้า/กลุ่มเป้าหมายเดียวกันกับลูกค้าภายในประเทศ
- นอกจากนี้ยังมีการจำหน่ายผ่านตัวแทน ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ

ช่องทางการจำหน่ายสามารถจำแนกได้ 3 ทางหลัก ๆ ดังนี้

- 1) จำหน่ายโดยพนักงานขายของบริษัทจำหน่ายตรงถึงผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากอลูมิเนียม ซึ่งเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทย (Local Converters and/or Manufacturers) ซึ่งมีทั้งบริษัทของคนไทย บริษัทต่างชาติ และบริษัทร่วมทุนคนไทยและต่างชาติที่มาตั้งฐานการผลิตในประเทศไทย รวมถึงที่ตั้งอยู่ในเขตการส่งออก (Export Zone) เป็นผู้ผลิตเพื่อขายทั้งในประเทศและเพื่อการส่งออก

- 2) จำหน่ายโดยพนักงานขายต่างประเทศของบริษัท จำหน่ายตรงไปยังลูกค้าต่างประเทศทั้งที่เป็นโรงงานผู้ผลิต และที่เป็นผู้แทนจำหน่ายในต่างประเทศผู้ที่จำหน่ายต่อไปยังผู้ผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปในประเทศนั้นๆ และประเทศใกล้เคียง
- 3) จำหน่ายผ่านผู้แทนจำหน่ายในประเทศ ซึ่งจัดจำหน่ายให้กับผู้ผลิตและผู้ส่งออกต่างชาติที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย ทั้งที่ผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศไทยเองผลิตเพื่อการส่งออก (Export) รวมทั้งบริษัทผู้ส่งออกไปยังต่างประเทศด้วย

การจำหน่ายใน 2 ช่องทางแรก โดยพนักงานขายของบริษัทฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60 ส่วนการจำหน่ายในช่องทาง ที่ 3 โดยผู้แทนจำหน่ายในประเทศคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40

(ข) สถานการณ์การขายและการตลาด

ในปี 2561 ยอดขายของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 14.9 เมื่อเทียบกับปี 2560 โดยมีผลิตภัณฑ์ที่มีผลให้ยอดขายสูงขึ้น ได้แก่ อลูมิเนียมชนิดม้วน (Rolled Product) มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นถึง 18.57% ซึ่งเป็นผลมาจากการมุ่งเน้นทำการตลาดโดยมีการขยายผลิตภัณฑ์และฐานลูกค้าเพิ่มขึ้น ในส่วนของผลิตภัณฑ์ฟอยล์ อลูมิเนียมฟอยล์ทั้งแบบเคลือบและไม่เคลือบ โดยการขยายตัวอยู่ในกลุ่มลูกค้าตลาดต่างประเทศ ในแถบเอเชียเป็นส่วนใหญ่ สำหรับยอดขายในส่วนอลูมิเนียมแผ่นมีสัดส่วนที่ลดลง 20.17% เนื่องจากการแข่งขันค่อนข้างสูง

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาด

ปี 2561 ยังคงมีการร่วมมือกับลูกค้าทั้งลูกค้าในประเทศ และ ลูกค้าต่างประเทศเป้าหมายใหม่ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ หลายราย โดยได้มุ่งเน้นทำการตลาดเชิงรุก ส่งผลให้ประสบความสำเร็จในการขยายตลาดฟอยล์ และ ฟินสต็อก โดยเฉพาะในต่างประเทศ นอกจากนั้น บริษัทฯ ยังได้พัฒนาสินค้าชนิดอื่น ๆ อย่างต่อเนื่อง รวมถึงแผ่นอะลูมิเนียมสำหรับระบายความร้อนในรถยนต์ซึ่งร่วมพัฒนากับทาง Mitsubishi Aluminum โดยคาดว่าจะสามารถขยายตัวได้ในปี 2562

ในปี 2561 บริษัทฯ ได้เพิ่มพันธมิตรเพื่อช่วยในการขยายตลาดในต่างประเทศ เช่น เอเชีย โอเชียเนีย ยุโรป โดยเฉพาะในหมวด Foil, Finstock และ Precoated Finstock ซึ่งมีอัตราการเติบโตเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้าถึง 306.64% มีโดยสัดส่วนการส่งออกไปยังตลาดในเอเชียเพิ่มขึ้นทั้งในส่วนของการตลาดอลูมิเนียมฟอยล์ และ ตลาดอลูมิเนียมฟอยล์ ซึ่งถือเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญ เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นประเทศที่กำลังพัฒนา และมีความต้องการพื้นฐานในด้านที่อยู่อาศัยจำนวนมากขึ้น นั้นหมายถึงความต้องการบรรจุภัณฑ์ และเครื่องปรับอากาศที่มีมากขึ้นด้วย โดยเฉพาะตลาดเครื่องปรับอากาศแม้มีการแข่งขันกันสูงมากด้วยจำนวนผู้เล่นในตลาดที่มีจำนวนมาก ทั้งที่เป็นแบรนด์ระดับโลกและแบรนด์ในท้องถิ่นเอง แต่เป็นโอกาสสำคัญในการส่งออกอลูมิเนียมฟอยล์ของบริษัทฯ ที่มีความได้เปรียบจากข้อได้จากการค้าของไทยกับหลายประเทศในภูมิภาคเอเชีย นอกจากนั้นจากการพัฒนาสินค้าฟอยล์ที่มีคุณภาพดี ส่งผลให้กลุ่มบริษัทที่ผลิตภาชนะบรรจุอาหารที่ผลิตจากอลูมิเนียมหันมาให้ความสนใจในการนำเข้าอลูมิเนียมฟอยล์จากทางบริษัทฯ มากขึ้น สำหรับสัดส่วนการส่งออกสินค้าของทางบริษัทฯ ในปี 2561 มีอัตราการส่งออกเพิ่มขึ้น 162% และคิดเป็นสัดส่วนจากการขายทั้งหมด อยู่ที่ 26.49% โดยในปี 2560 อยู่ที่ 11.62% และคาดว่าจะเพิ่มสูงขึ้นถึงต่อเนื่องในปี 2562 จนถึงปี 2565

.....รับรองความถูกต้อง

ในอุตสาหกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์อลูมิเนียมประเภทรีด ได้มีการพัฒนาเพิ่มประเภทของผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองให้ได้หลายประเภทผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของตลาด ลูกค้าส่วนใหญ่จะต้องนำผลิตภัณฑ์อลูมิเนียมประเภทรีดไปแปรรูปให้เป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปอื่นหรือดัดแปลงใช้เป็นส่วนประกอบในการผลิตผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมอื่น ๆ หรือผลิตภัณฑ์เพื่อการอุปโภค บริโภค ประเภท ต่าง ๆ

ผลิตภัณฑ์อลูมิเนียมประเภทรีดเป็นประเภทหลัก ๆ เพื่อการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปได้ สามารถจำแนกได้ ดังนี้

- อลูมิเนียมฟีนสต็อก เป็นวัตถุดิบหลักในอุตสาหกรรมผู้ผลิตคอยล์เย็นและคอยล์ร้อน สำหรับเครื่องปรับอากาศ บ้าน สำนักงานและรถยนต์ สำหรับเครื่องทำความเย็น (Heat Exchanger) ประเภทตู้แช่ ฯลฯ
- อลูมิเนียมแผ่น เป็นวัตถุดิบหลักในอุตสาหกรรมฝาเครื่องต้ม ผาया ส่วนประกอบในช่องแข็งตู้เย็น เป็นวัตถุดิบสำหรับอุปกรณ์ในอุตสาหกรรมก่อสร้าง เครื่องครัว เครื่องเรือน งานตกแต่ง แผ่นเสริมประกอบในการผลิตสินค้าหมวดอิเล็กทรอนิกส์ แผ่นฉนวนกันความร้อนในอุตสาหกรรมยานยนต์ อุปกรณ์ไฟฟ้าต่าง ๆ และยังเป็นส่วนประกอบในผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมอื่น ๆ
- อลูมิเนียมคอยล์ นำไปเป็นวัตถุดิบหลักของผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย ได้แก่ เป็นส่วนประกอบของเสื้อผ้า เข็มขัด กระเป๋า และรองเท้า เป็นส่วนประกอบหรือตกแต่งในเครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นส่วนประกอบในวัสดุตกแต่งอาคาร เป็นอุปกรณ์ส่วนประกอบในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ ทำแผ่นป้ายทะเบียน เป็นท่อดูดควันหรือเป็นรังผึ้งสำหรับเครื่องดูดควันในห้องครัว รวมถึงลูกหมุนดูดอากาศ
- อลูมิเนียมฟอยล์ สามารถแปรรูปได้หลากหลาย เช่น ใช้เป็นส่วนประกอบของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุอาหาร ขนม ยา เครื่องดื่ม ใช้ในครัวเรือนหรือภัตตาคาร โรงแรม เพื่อถนอมอาหาร เฝอ ย่าง อบ ทำเป็นถาด ถ้วย ถาดรอง ใช้ในอุตสาหกรรมอาหารอบ เค้ก พาย ต่าง ๆ นอกจากนี้ยังใช้ในอุตสาหกรรมประกอบรถยนต์ เป็นส่วนประกอบหลักของแผ่นกันความร้อน พันท่อแอร์ในอาคารต่าง ๆ ฯลฯ

อลูมิเนียมสามารถแปรรูปและทำผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปได้หลายประเภท เนื่องจากมีคุณสมบัติพิเศษ กล่าวคือ มีน้ำหนักเบา ผิวหน้าสวยใส ทนต่อการสึกกร่อนได้ดี ไม่เป็นสนิมง่าย ขึ้นรูปเป็นบรรจุภัณฑ์ เป็นฝา ขึ้นรูปทรงต่าง ๆ ได้เหมาะที่จะใช้กับผลิตภัณฑ์ที่มีความเย็นขึ้นได้ดี ทนและนำความร้อนได้ดี

บริษัทฯ ได้พยายามคงมาตรฐานคุณภาพและการจัดส่งให้อยู่ในระดับมาตรฐาน ISO 9001 : 2015 ซึ่งเกิดจากร่วมมือประสานงานระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ในบริษัทฯ เป็นอย่างดี ทั้งนี้จะสามารถวัดได้จากการประเมินความพึงพอใจจากลูกค้าได้ตอบแบบสอบถามว่ามีความพึงพอใจสูงกว่าที่ตั้งเป้าหมายมาตรฐานไว้

ผลกระทบต่อการขาย และการตลาดจากปัจจัยภายนอกองค์กร

1. ความผันผวนของราคาอลูมิเนียมโลก ขึ้น-ลง
2. ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน: อัตราแลกเปลี่ยน บาท : ดอลลาร์ ขึ้น-ลง
3. ฤดูกาล : เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ส่วนใหญ่ทำเพื่อเป็นตัวระบายความร้อน ได้แก่ เครื่องปรับอากาศ ตู้แช่ เมื่อมีอากาศหนาวเย็นหรือลูกค้าต่างประเทศมีฤดูมรสุมยาว ทำให้การผลิตเพื่อการส่งออกมีการชะลอตัวบ้างบางระยะเวลา

เนื่องจากที่บริษัทฯ ได้ผ่านการรับรองคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์และ ISO 9001 : 2015 และได้ผ่านการรับรองคุณภาพมาตรฐานสิ่งแวดล้อม ISO 14001 : 2015 ตั้งแต่ปี 2561 ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการรักษาและปรับปรุงระดับมาตรฐานยังตื่นตัวในการปฏิบัติตามเพื่อรักษามาตรฐาน มีการตรวจสอบภายในเป็นระยะ รวมถึงการส่งตรวจสอบคุณภาพกับบริษัทฯ หรือองค์กรที่สามารถออกเอกสารรับรองมาตรฐานสากล (Third party) เพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า จึงทำให้บริษัทฯ สามารถคงคุณภาพมาตรฐานตามที่ได้รับการรับรองทั้ง 2 คุณภาพมาตรฐาน ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจว่าบริษัทเป็นผู้ผลิตสินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน และ รักษาสิ่งแวดล้อม มีการทบทวนการบริหารจัดการ จัดส่งได้ตามเวลา ทำให้ได้รับการยอมรับมากขึ้น ทั้งนี้ ส่วนหนึ่งเกิดจากความร่วมมือร่วมใจของพนักงานทั้งองค์กรในการรักษาระดับมาตรฐาน การวางแผนการผลิต การตรวจสอบคุณภาพ การพัฒนาสินค้า การจัดส่ง และการบริการหลังการขาย เช่น การปรับระเบียบวิธีการนำเสนอ ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ปัจจุบัน ช่วยวิเคราะห์การผลิตในสายงานของลูกค้าเพื่อให้ได้สินค้าสำเร็จรูปที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า สร้างสรรค์คิดค้น วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ไม่เคยผลิต เปิดทศวรรษความสามารถในการผลิตสิ่งใหม่ ๆ สามารถส่งออกสู่อุตสาหกรรมปลายทางได้ทั้งในและต่างประเทศได้ ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของขั้นตอนการก้าวสู่การเป็นผู้ผู้นำในอุตสาหกรรมนี้

เนื่องจากประเทศไทยมีความเหมาะสมและพร้อมในปัจจัยพื้นฐานหลายประการ อาทิเช่น สาธารณูปโภค ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ มีมาตรการสนับสนุนการลงทุนจากต่างประเทศ และสภาวะเศรษฐกิจในประเทศมหาดำเนินการยังมีปัญหา จึงกล่าวได้ว่าอุตสาหกรรมอูมิเนียมประเภทรีดนี้ยังมีความต้องการของตลาดสูง และยังสามารถพัฒนาตลาดให้เจริญเติบโตได้ต่อเนื่อง โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมที่นำไปผลิตเพื่อการส่งออก

ยังคงมีปัญหาค่าขายต่ำกว่าทุน (ท่มตลาด) ของคู่แข่งจากต่างประเทศ ประกอบกับภาษีนำเข้ามีอัตราร้อยละ 0 อันเป็นการแข่งขันที่ไม่สมบูรณ์ ทำให้ผู้ผลิตอูมิเนียมกึ่งสำเร็จรูปประเภทรีดในประเทศประสบปัญหาอย่างเช่นทุกวันนี้ สิ่งที่จะกระทบตามมาคือปัญหาการขาดดุลการค้าและปัญหาแรงงานในประเทศ ส่งผลเสียต่อเศรษฐกิจโดยรวมและภาพพจน์แง่การลงทุนในประเทศเป็นอย่างมาก อยากใครขอให้ภาครัฐควรเร่งพิจารณาหามาตรการช่วยเหลือการนำเข้าจากต่างประเทศ

ความยาก/ง่ายที่จะมีคู่แข่งรายใหม่

ธุรกิจที่บริษัทดำเนินการเป็นอุตสาหกรรมผลิตอูมิเนียมประเภทแผ่นและม้วน ต้องใช้เทคโนโลยีสูง ลงทุนสูงมาก ต้องปรับปรุงลงทุนในด้านเทคโนโลยีเพิ่มเติมเป็นระยะ ๆ เพื่อรองรับกับตลาดใหม่ ๆ ให้สามารถรองรับและพัฒนา ร่วมกับลูกค้า เพื่อขยายโอกาสทางการตลาดได้ตลอดเวลา การก่อตั้งโรงงานใหม่มาเป็นคู่แข่งในประเทศก็อาจเกิดขึ้นได้ โดยมีบริษัทข้ามชาติรายใหญ่มาลงทุนและมีความรู้ด้านเทคโนโลยีเป็นพื้นฐานมาก่อน นอกจากนี้ได้มีบริษัทตัวแทน/ตัวกลางเกิดขึ้นเพื่อการนำเข้า สินค้าประเภทเดียวกับที่บริษัทผลิตอยู่ โดยใช้ข้อได้เปรียบจากการปรับลดภาษีนำเข้าในหมวดสินค้าอูมิเนียมแผ่นเหลือร้อยละ 0 มาแบ่งตลาดไปเพราะเห็นถึงโอกาสการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมอูมิเนียม และได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลประเทศนั้น ๆ

คู่แข่งชั้นปัจจุบันส่วนใหญ่มาจากต่างประเทศในแถบ Asia ซึ่งมีต้นทุนที่ถูกกว่าเนื่องจากผู้ผลิตส่วนใหญ่ในประเทศนั้น ๆ มีปริมาณการผลิตสูงมาก จนต้นทุนต่อหน่วยต่ำมาก มีการสนับสนุนจากรัฐบาลในประเทศนั้น ๆ ประกอบกับผลกระทบจากการปรับลดภาษีนำเข้า (FTA) จนเป็น 0% จึงใช้นโยบายด้านราคา เพื่อแย่งส่วนแบ่งการตลาดในประเทศ ไทย หากแต่บริษัทฯ ได้ปรับตัวและกลยุทธ์ทางการตลาดจากปี 2558 ถึง ปัจจุบัน จนได้รับการยอมรับด้านคุณภาพและการบริการมากขึ้น จึงได้สวามิภักดิ์ตลาดกลับคืนบ้าง ประกอบกับได้ตลาดใหม่ ๆ ในต่างประเทศมากขึ้น

สำหรับสินค้าที่ทำทดแทนอลูมิเนียมมีน้อยมาก แต่อาจเกิดการทดแทนด้วยการใช้อัลลอย (Alloy) ที่ต่างกัน มีคุณสมบัติสูงขึ้นราคาอาจต่ำเดิม ลูกค้าน่าจะหันไปใช้อลูมิเนียมอัลลอยใหม่ทดแทน

มีบางสินค้ากลับมาใช้อลูมิเนียมทดแทนวัสดุที่ใช้อยู่เดิม เพราะคุณสมบัติของอลูมิเนียมที่มีน้ำหนักเบา ทนต่อการผุกร่อนได้ดีกว่า

อำนาจต่อรองของผู้ซื้อและผู้ขาย

ในปีที่ผ่านมาลูกค้าทั้งรายใหญ่ และขนาดกลางยังคงมีอำนาจการต่อรองสูงมาก เพราะมีผู้ผลิต (คู่แข่ง) จากต่างประเทศเข้ามาบุกตลาดต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังมีตัวแทนจำหน่ายเสนอตัวเข้ามาอย่างต่อเนื่อง แม้ลูกค้าหลัก ๆ ที่พอใจในผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทฯ และยังคงให้ความไว้วางใจและสั่งซื้ออยู่เป็นประจำ ก็ยังมีผลกระทบบ้าง นโยบายของภาครัฐก็เป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งที่มีส่วนทำให้ยอดขายไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

(1) การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

(ก) ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

1. การผลิต

บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์อลูมิเนียมม้วนแห่งแรกในประเทศไทยที่ได้การรับรอง ISO 9001 : 2015 และได้ผ่านการรับรองคุณภาพมาตรฐานสิ่งแวดล้อม ISO 14001 : 2015 อีกด้วย โดยมีโรงงานที่ใช้ในการผลิต จำนวน 4 โรง อยู่ที่จังหวัดสมุทรปราการ มีกำลังการผลิตโดยรวมประมาณ 1,800 ตัน/เดือน มีพนักงานและพนักงานของผู้รับเหมา รวม 302 คน สำหรับการผลิตจะขึ้นกับปริมาณการสั่งซื้อของลูกค้า ฤดูกาล และการคาดการณ์ยอดขายของฝ่ายจัดการ (ฝ่ายการตลาด) ซึ่งสามารถรองรับความต้องการของลูกค้าได้ แต่เพื่อรองรับการเติบโตของยอดขายในอนาคตที่มีแนวโน้มจะเพิ่มสูงขึ้น บริษัทฯ จึงจำเป็นต้องปรับปรุงพัฒนาประสิทธิภาพ และเพิ่มเติมเครื่องจักรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถและกำลังในการผลิตรักษาคุณภาพ และสนองความต้องการของลูกค้า

2. การจัดหาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตของบริษัท คือ อลูมิเนียม และอื่น ๆ การจัดซื้อมีทั้งจากผู้ผลิตโดยตรง (Producer) และผู้ค้าที่เป็นตัวแทนจากต่างประเทศ (Trader) โดยบริษัททำสัญญาซื้อขายอลูมิเนียมบวกค่า Premium เป็นรายไตรมาส / รายเดือนโดยส่วนใหญ่ตกลงราคาเป็น CIF และใช้ราคาซื้อขายตามราคาตลาด London Metal Exchange (LME) บวก Premium และเมื่อได้รับสำเนาเอกสารการส่งวัตถุดิบจากผู้ขายแล้วบริษัทชำระเงินภายใต้เงื่อนไข L/C, TT ตามที่ตกลงกัน

จากการที่บริษัทมีประวัติและความสัมพันธ์อันดีในการซื้อขายอลูมิเนียม และอื่น ๆ กับผู้ขายหลายราย ทำให้ได้รับความไว้วางใจและได้รับการเสนอขายจากผู้ผลิตและผู้ค้ารายใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ ทำให้บริษัทมีแหล่งวัตถุดิบมากขึ้นและได้รับเงื่อนไขการซื้อขายที่ดีขึ้น อาทิเช่น การต่อรองค่า Premium การจองราคาล่วงหน้า การชำระเงินภายใต้เงื่อนไข Open Account (แทนการเปิด L/C) เป็นต้น ซึ่งช่วยในการบริหารต้นทุนและลดค่าใช้จ่าย บริษัทจึงมีความมั่นใจในการจัดหาอลูมิเนียมแท่งอย่างสม่ำเสมอและในเงื่อนไขที่น่าพอใจ

โดยสรุปจากความสัมพันธ์ที่ค่อนข้างยาวนานกับผู้ขายหลายรายจนเป็นที่ไว้วางใจและได้รับการสนับสนุนที่ตลอดมา ประกอบกับนโยบายบริหารจัดการที่กระจายความเสี่ยงในการจัดหาวัตถุดิบ โดยการจัดหาผู้ขายรายใหม่เพิ่มเติม และการชำระเงินที่ตรงต่อเวลา ทำให้บริษัทมีความมั่นใจในการจัดหาวัตถุดิบในการผลิตทั้งวัตถุดิบหลักและวัตถุดิบอื่นๆว่าจะมีความสม่ำเสมอด้านปริมาณ ความเชื่อถือด้านคุณภาพ และความสมเหตุสมผลด้านราคา ได้ตลอดไป

3. ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

กระบวนการผลิตและวัตถุดิบเหลือใช้ของบริษัทไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เกินกว่าปริมาณที่กฎหมายกำหนดไว้ ทั้งนี้ เนื่องจากการหลอมอลูมิเนียมของบริษัทฯ ใช้อลูมิเนียมแท่ง (Ingot) ซึ่งมีความบริสุทธิ์ 99.7% และใช้ก๊าซธรรมชาติ (NG) เป็นเชื้อเพลิงแทนน้ำมันเตาเกรดสูงเป็นเชื้อเพลิงในการหลอม จึงมีมลสารเกิดขึ้นน้อยมากและอยู่ในเกณฑ์ตามที่กฎหมายกำหนด เตาหลอมรวมทั้งเครื่องจักร อุปกรณ์ ที่เกี่ยวข้องอยู่ภายในอาคารโรงงานที่มีฝาดมปิดรอบ จึงทำให้เสี่ยงไม่มีผลกระทบใด ๆ ส่วนน้ำเสีย เช่น น้ำปนครบน้ำมัน ที่เกิดจากระบบหล่อเย็นของขั้นตอนหล่อรีดแผ่นอลูมิเนียม ซึ่งมีการบำบัดโดยผ่านบ่อพักน้ำเสีย ระบบคัดกรบน้ำมันตลอดจนระบบบำบัดน้ำเสียก่อนปล่อยน้ำทิ้ง และยังมีโรงบำบัดน้ำเสียที่ได้มาตรฐานในการบำบัดน้ำเสีย สำหรับวัตถุดิบเหลือใช้บางอย่าง สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) ได้เป็นอย่างดีถูกส่งไปกำจัด/บำบัด โดยผู้ประกอบการที่ได้รับอนุญาตจากราชการที่เกี่ยวข้อง จึงทำให้ไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้ดำเนินการตามมาตรการลดผลกระทบสิ่งแวดล้อมและมาตรการติดตามตรวจสอบสิ่งแวดล้อม (EIA) ภายใต้การควบคุมดูแลของกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม และกองวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม สำนักงานนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อมกำหนดเป็นประจำทุกปี ๆ ละ 2 ครั้งมาโดยตลอด ซึ่งผลการตรวจคุณภาพสิ่งแวดล้อมยังต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐานกำหนดไว้ทุกรายการ และที่ผ่านมาบริษัทยังไม่เคยมีประวัติการกระทำผิดเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมใด ๆ เลย โดยในปีที่ผ่านมาบริษัทเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินการเพื่อควบคุมผลกระทบสิ่งแวดล้อมดังกล่าว รวมถึงการที่บริษัทได้ดำเนินการนำก๊าซธรรมชาติ (NG) มาใช้แทนเชื้อเพลิงหรือพลังงานที่ใช้อยู่เดิมตั้งแต่ปลายปี 2546 การติดตั้งระบบดูดฝุ่นบริเวณเตาหลอม, เตาเผากำจัดกลิ่น ทำให้สามารถช่วยลดผลกระทบสิ่งแวดล้อมให้น้อยลงไปกว่าเดิมอีกทางหนึ่ง

ส่วนโครงการสาธิต (ต้นแบบ) สำหรับเตาหลอมประสิทธิภาพสูงในอุตสาหกรรมอลูมิเนียมที่เป็นโครงการระหว่างกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม กับองค์การพัฒนาพลังงานใหม่และเทคโนโลยีอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (NEDO) รวมถึงโครงการส่งเสริมวัสดุและอุปกรณ์การอนุรักษ์พลังงานของกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน (พพ.) เพื่อลดการใช้พลังงาน รักษาสิ่งแวดล้อม ที่บริษัทฯ ได้เข้าร่วมโครงการได้กล่าวไว้แล้วในหัวข้อ 1.2 การเปลี่ยนแปลง และพัฒนาการที่สำคัญในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ข้างต้น

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

4. ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจัยความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจของบริษัท ที่อาจมีผลกระทบต่อผลตอบแทนจากการลงทุนของผู้ลงทุน อย่างมีนัยสำคัญสามารถสรุปได้ดังนี้

ความเสี่ยงเกี่ยวกับการเปิดเสรีทางการค้า (FTA) ที่อาจมีผลกระทบต่อยอดขายและต้นทุนการผลิต

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิตผลิตภัณฑ์อลูมิเนียมชนิดแผ่นและม้วนจำหน่าย เป็นการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า การที่รัฐบาลได้ดำเนินการปรับโครงสร้างอัตราภาษีนำเข้าทั่วไป (MFN RATE) โดยสินค้าที่บริษัทผลิตและจำหน่ายมีอัตรา ภาษีนำเข้าลดลงเหลือ 5% ตั้งแต่ วันที่ 1 มกราคม 2548 บางส่วนลดลงเหลือ 3% ตั้งแต่วันที่ 23 พฤษภาคม 2559 แล้ว ส่วน เขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) มีอัตราภาษีนำเข้าลดลงเหลือ 0% ตั้งแต่ปี 2553 สำหรับการเปิดเสรีการค้า (FTA) ในรูปแบบ ทวิภาคี (Bilateral) กับประเทศต่าง ๆ เช่น บาห์เรน ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ อินเดีย จีน อาเซียน-จีน ญี่ปุ่น, ฯลฯ ซึ่งส่วนใหญ่ เป็นผู้ผลิตวัตถุดิบและผลิต-จำหน่ายสินค้าอลูมิเนียมเช่นเดียวกับบริษัทฯ มีการลดภาษีเหลือ 0% ส่วนอาเซียน-อินเดีย อาเซียน-เกาหลี จะทยอยมีผลไล่เลี่ยกัน การลดอัตราภาษีนำเข้าของรัฐบาลดังกล่าวมีแนวโน้มทำให้การนำเข้าเพิ่มสูงขึ้นและมี คู่แข่งจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นซึ่งมีผลกระทบต่อส่วนแบ่งตลาด รายได้ และกำไรสุทธิของบริษัทอย่างมาก อย่างไรก็ตาม บริษัทได้พยายามให้ข้อมูลถึงผลกระทบและเตรียมความพร้อมต่อเหตุการณ์ดังกล่าวด้วยการลงทุนปรับปรุงประสิทธิภาพ ของเครื่องจักรและพัฒนาเทคนิคการผลิต เพื่อให้ได้ทั้งผลผลิตและคุณภาพที่สูงขึ้น รวมถึงการควบคุมค่าใช้จ่ายในการผลิต การพัฒนาตลาดและสินค้าใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา จึงเชื่อว่าน่าจะมีส่วนช่วยลดผลกระทบดังกล่าวลงได้บ้าง

ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่หรือน้อยราย

ในปี 2561 บริษัทได้มียอดขายผ่านผู้จัดจำหน่าย คือ MALC Thai Co., Ltd. เป็นจำนวนเงิน 1,012.95 ล้านบาท (คิดเป็นร้อยละ 56.38 ของรายได้จากการขาย) ทั้งนี้ บริษัทมีสัญญาแต่งตั้งให้ MALC Thai Co., Ltd. และ Thai-MC Co., Ltd. เป็นผู้จัดจำหน่าย และผู้จัดจำหน่ายช่วง อายุสัญญา 5 ปี ต่อเนื่องจากสัญญาเดิม มีผลตั้งแต่วันที่ 27 มกราคม 2560 โดย MALC Thai Co., Ltd. และ Thai-MC Co., Ltd. เป็นตัวแทนของกลุ่ม Mitsubishi และด้วยความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกลุ่มผู้ถือหุ้น ประกอบกับผลิตภัณฑ์ของบริษัทเองก็ได้ถูกพัฒนาจนเป็นที่ยอมรับจากกลุ่มลูกค้าของผู้จัดจำหน่ายรายนี้ จึงมีความ เป็นไปได้ไม่น้อยที่ผู้จัดจำหน่ายรายนี้จะยกเลิกหรือไม่ต่อสัญญากับทางบริษัท

ความเสี่ยงเกี่ยวกับการผลิต

Aluminium เป็นวัตถุดิบในการผลิตของบริษัท ซึ่งมีการจัดจำหน่ายโดยตรงจากผู้ผลิต (Producer) และโดยผู้ค้า (Trader) โดยในปี 2561 ตลาด Aluminium ได้มีแนวโน้มที่จะมีความผันผวนทั้งปริมาณและราคา เนื่องจากความต้องการที่ เพิ่มขึ้นจากการฟื้นตัวของประเทศเศรษฐกิจหลักของโลก

นอกจากนี้ ในตลาดการเงินได้มีการนำ Aluminium ไปเป็นฐานของตราสารทางการเงิน ทำให้เพิ่มความผันผวนด้าน ปริมาณและราคามากขึ้น กล่าวคือ ไม่เป็นไปตามกลไกตลาดด้านอุปสงค์และด้านอุปทานที่แท้จริง

จากปัจจัยเสี่ยงดังกล่าว บริษัทได้เตรียมพร้อมในการบริหารความเสี่ยงด้านอุปทานโดยการสร้างพันธมิตรทาง ธุรกิจด้วยการจัดซื้อจากผู้จำหน่ายหลายรายจากทั้งสองประเภทและจากแหล่งผลิตในภูมิภาคต่างๆ และการทำสัญญาซื้อขาย ในระยะยาวและระยะสั้นประกอบกัน นอกจากนี้บริษัทยังมีเครื่องมือทางการเงินในการป้องกันความเสี่ยงด้านราคา เช่น

สัญญาแลกเปลี่ยนราคาสินค้าโภคภัณฑ์ (Commodity Swap) ระยะสั้นกับธนาคารพาณิชย์ ซึ่งจะช่วยให้อำนาจบริหารต้นทุนมีให้มีความผันผวนมากขึ้น และทราบต้นทุนล่วงหน้า เพื่อประโยชน์ในการวางแผนด้านรายได้ต่อไป

อย่างไรก็ดีการทำสัญญาป้องกันความเสี่ยงดังกล่าวมิได้ประกันว่าบริษัทฯ จะสามารถจัดการซื้อวัตถุดิบได้ในราคาต่ำกว่าตลาดซึ่งไม่สามารถคาดการณ์ได้อย่างแม่นยำในขณะที่ทำสัญญา และบริษัทฯ มิได้มีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งเน้นการทำกำไรจากการผันผวนของราคา Aluminium โดยในปี 2561 บริษัทฯ กำไรจากสัญญาแลกเปลี่ยนราคาสินค้าโภคภัณฑ์ (Commodity Swap) จำนวน 44.44 ล้านบาท

ความเสี่ยงด้านการเงิน

เนื่องจากบริษัทมีการนำเข้าวัตถุดิบหลักในการผลิตจากต่างประเทศ ในขณะที่จำหน่ายสินค้าเป็นสกุลเงินบาทบางส่วน จึงมีความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยน ทั้งนี้ บริษัทได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากสถาบันการเงินหลายแห่งในการทำสัญญาซื้อขายสกุลเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) ในการบริการความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งส่วนใหญ่มีอายุสัญญาไม่เกิน 1 ปี โดยในปี 2561 บริษัทฯ ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน 0.08 ล้านบาท

นอกจากนี้สถาบันการเงินต่าง ๆ ได้ให้การสนับสนุนวงเงินสินเชื่อในการนำเข้าวัตถุดิบหลักอย่างเพียงพอและในอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม

บริษัทฯ มีความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยที่สำคัญอันเกี่ยวเนื่องกับเงินฝากธนาคาร เงินเบิกเกินบัญชี และ เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน เจ้าหนี้ทรัสต์รีซีส์ เงินกู้ยืมเงินระยะยาว และหนี้สินตามสัญญาเช่าการเงินที่มีดอกเบี้ย บริษัทฯ ควบคุมบริหารจัดการความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ยอย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับการใช้จ่ายด้านต่าง ๆ เช่น ใช้วงเงินกู้ยืมเงินระยะยาวสำหรับการลงทุนที่จะสร้างผลตอบแทนในระยะยาว หรือใช้วงเงินเบิกเกินบัญชี หรือเงินกู้ยืมระยะสั้นเพื่อเป็นทุนหมุนเวียน

ความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่อ

บริษัทฯ มีความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่อที่เกี่ยวข้องเนื่องกับลูกหนี้การค้า ฝ่ายบริหารควบคุมความเสี่ยงนี้โดยการกำหนดให้มีนโยบายและวิธีการในการควบคุมสินเชื่อที่เหมาะสม ดังนั้น บริษัทฯ จึงไม่คาดว่าจะได้รับความเสียหายที่เป็นสาระสำคัญจากการให้สินเชื่อ จำนวนสูงสุดที่บริษัทฯ อาจต้องสูญเสียจากการให้สินเชื่อ คือ มูลค่าตามบัญชีของลูกหนี้การค้าที่แสดงอยู่ในงบแสดงฐานะการเงิน

ความเสี่ยงจากการที่บริษัทมีถือหุ้นรายใหญ่มากกว่าร้อยละ 25

ณ วันที่ 12 มีนาคม 2562 บริษัท โลหารไทย จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทเพื่อการลงทุน (Holding Company) ถือหุ้น 100% โดยบุคคลในตระกูลชัยเจริญ ซึ่งถือหุ้นในบริษัทฯ จำนวน 41,848,338 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 41.89 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทฯ จึงทำให้ตระกูลชัยเจริญสามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการจัดตั้งกรรมการ การขอมติในเรื่องอื่น ๆ ที่ต้องใช้เสียงข้างมากของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องที่ตามข้อบังคับบริษัทฯ และกฎหมาย กำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงอาจรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอได้ค่อนข้างยาก แต่อย่างไรก็ตามที่ผ่านมามีบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส เป็นธรรม และรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะของเสียงข้างน้อยอยู่แล้ว จึงไม่เคยเกิดปัญหาดังกล่าวกับบริษัทฯ เลย

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของบริษัท

(1) ลักษณะสำคัญของทรัพย์สินถาวรหลัก ๆ ที่บริษัทใช้ในการประกอบธุรกิจ คือ บริษัทเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ที่ดินรวม 6 โฉนด (ติดต่อกัน) รวมเนื้อที่ 34 ไร่ 2 งาน 47 ตารางวา ตั้งอยู่บริเวณ ถนนสุขุมวิท กิโลเมตรที่ 41.5 ตำบลบางปูใหม่ อำเภอเมืองฯ จังหวัดสมุทรปราการ พร้อมอาคารโรงงาน 4 โรง อาคารเก็บสินค้า 1 หลัง อาคารสำนักงาน 2 หลัง เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่สำคัญ เช่น เตาหลอม เครื่องหล่อ ริด อบ ตัด ดึง เคลือบ แผ่นอลูมิเนียม ฯลฯ ซึ่งทรัพย์สินดังกล่าวโดยเฉพาะเครื่องจักรที่สำคัญบริษัทต้องปรับปรุงพัฒนาประสิทธิภาพเพื่อให้มีขีดความสามารถและความเพียงพอเหมาะสมต่อการใช้ประกอบธุรกิจของบริษัท ทั้งในสถานะเศรษฐกิจปัจจุบันและอนาคต โดยมีมูลค่าและภาระดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าสุทธิตามบัญชี ณ 31 ธ.ค. 2561	ภาระผูกพัน (วงเงินจำนอง)
ที่ดิน	บริษัทเป็นเจ้าของ	40.31	295.44**
อาคาร	บริษัทเป็นเจ้าของ	37.83	
เครื่องจักร-อุปกรณ์	บริษัทเป็นเจ้าของ	692.19 *	963.68

หมายเหตุ * ไม่รวมงานระหว่างก่อสร้างอีก 51 ล้านบาท

** รวมวงเงินจำนองที่หมดภาระผูกพันแล้วและอยู่ในระหว่างการไถ่ถอนจำนอง 198 ล้านบาท

บัตรส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)

บริษัทฯ ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ดังนี้

1. บัตรส่งเสริมการลงทุนเลขที่ 61-0139-1-00-1-0 ลงวันที่ 6 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561

บริษัทฯ ได้รับการส่งเสริมการลงทุนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 เพื่อการผลิตอลูมิเนียมแผ่นและอลูมิเนียมแผ่นม้วน ประเภท 2.15 กิจการรีด ดึง หล่อ หรือทุบโลหะที่มีใช้เหล็ก มีกำลังการผลิต ปีละประมาณ 16,000 ตัน โดยได้รับสิทธิและประโยชน์ (ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ 3 มกราคม 2561 ซึ่งเป็นวันที่คณะกรรมการอนุมัติให้การส่งเสริม) ดังนี้

- ให้ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรตามที่คณะกรรมการพิจารณาอนุมัติ
- ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนมาเกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุน (258 ล้านบาท) ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน มีกำหนด 3 ปี นับแต่วันเริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการนั้น
- ให้ได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมซึ่งได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ตลอดระยะเวลาที่ผู้ได้รับการส่งเสริมได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลนั้น
- ให้ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบและวัสดุจำเป็นที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศเพื่อใช้ในการผลิตเพื่อการส่งออกเป็นระยะเวลา 1 ปี นับแต่วันนำเข้าครั้งแรก

ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังไม่ได้แจ้งเปิดดำเนินการ

- (2) บริษัทไม่ได้ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์
- (3) บริษัทไม่มีบริษัทย่อย และบริษัทร่วม จึงไม่มีนโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย และบริษัทร่วม

4.2 ทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตนที่สำคัญในการประกอบธุรกิจ

(หน่วย : ล้านบาท)

ค่าลิขสิทธิ์	ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์	รวม
3.01	1.09	4.10

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

นอกเหนือจากการดำเนินคดีบังคับชำระหนี้จากลูกค้าที่เกิดจากการประกอบธุรกิจโดยปกติแล้ว บริษัทไม่มีข้อพิพาทกับหน่วยงานอื่นใด ซึ่งบริษัทเป็นคู่ความหรือคู่กรณีโดยที่คดีหรือข้อพิพาทยังไม่สิ้นสุด

6. ข้อมูลทั่วไป และข้อมูลสำคัญอื่น

6.1) ข้อมูลทั่วไปของบริษัทที่ออกหลักทรัพย์

ชื่อ	บริษัท วโรปกรณ์ จำกัด (มหาชน)
ประเภทธุรกิจ	ธุรกิจหลักของบริษัทฯ คือ อุตสาหกรรมอูมิเนียมด้วยการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อูมิเนียมสำเร็จรูปประเภทแผ่นและม้วนชนิดต่าง ๆ จำหน่ายให้กับผู้ผลิตอื่น ซึ่งจะนำไปผลิตเป็นสินค้า หรือเป็นส่วนประกอบในการผลิตสินค้าประเภทอื่น ๆ ต่อไป โดยได้รับการรับรอง ISO 9001 : 2015 และ ISO 14001 : 2015 ปัจจุบันนับว่าบริษัทเป็นผู้ผลิตสินค้าอูมิเนียมที่ได้รับการยอมรับของลูกค้าอย่างกว้างขวาง ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการที่อยู่ในสายการผลิตปลายทาง ประเภทโรงงานต่าง ๆ ซึ่งมีทั้งลูกค้าภายในประเทศรวมถึงบริษัทต่างชาติที่ตั้งโรงงานอยู่ในประเทศไทย ซึ่งเป็นผู้ผลิตเพื่อการส่งออก (Export zone) และลูกค้าต่างประเทศโดยตรง ทั้งนี้ บริษัทมีช่องทางการจำหน่ายหลักๆ โดยพนักงานขาย ของบริษัทฯ เอง และผ่านผู้จัดจำหน่าย โดยบริษัทไม่มีบริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ตามประกาศคณะกรรมการ ก.ล.ด. หรือถือหุ้นในนิติบุคคลตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป
สำนักงาน	181 ซอยอมร ถนนนางลิ้นจี่ แขวงช่องนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120 เลขทะเบียนบริษัท 0107537000238 (เดิมเลขที่ บมจ.270) โทรศัพท์ 02-213 2514 โทรสาร 02-287 2031 Home Page : http://www.varopakorn.com E-mail : admin@varo.thai.com
โรงงาน	274 หมู่ที่ 4 ถนนสุขุมวิท กิโลเมตรที่ 41.5 ตำบลบางปูใหม่ อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ 10270 โทรศัพท์ 02-323 1684 โทรสาร 02-323 9635
นายทะเบียนหลักทรัพย์	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด 93 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์: 02 009 9999 โทรสาร : 0 2009-9991 SET Contact center: 0 2009-9999 Website: http://www.set.or.th/tsd E-mail: SETContactCenter@set.or.th
ผู้สอบบัญชี	บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท สำนักงาน เอ็นส์ แอนด์ ยัง จำกัด) ชั้นที่ 33 อาคารเลอริชดา คอมเพล็กซ์ 193/136-137 ถ.รัชดาภิเษกตัดใหม่ กรุงเทพฯ 10110 โทร.02-264 0777 โทรสาร 02-264 0789