

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ไทย-เยอรมัน โปรดักส์ จำกัด (มหาชน) มีชื่อเป็นภาษาอังกฤษว่า THAI-GERMAN PRODUCTS PUBLIC COMPANY LIMITED ได้จดทะเบียนก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 12 เมษายน 2516 ภายใต้ชื่อ บริษัท อุตสาหกรรมท่อสแตนเลสไทย (2516) จำกัด โดย นายประชา ลีลาประชากุล และครอบครัว บริษัทมีทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 12,000,000 บาท มีกำลังการผลิตเริ่มต้นเพียง 600 ตันต่อปี โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการผลิตและจำหน่ายท่อ สแตนเลส และเป็นผู้ผลิตท่อสแตนเลสรายแรกและรายใหญ่ของประเทศไทย เพื่อตอบสนองต่อความต้องการใช้ สแตนเลสของภาคอุตสาหกรรมในประเทศและต่างประเทศที่เพิ่มขึ้น ทำให้บริษัทมีการขยายกำลังการผลิตท่อ สแตนเลสอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งได้ขยายการผลิตสู่สินค้าสแตนเลสประเภทใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ครบวงจร เช่น แผ่นสแตนเลส อุปกรณ์สแตนเลส เป็นต้น จนทำให้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมีกำลังการผลิตเต็มที่ประมาณ 24,000 ตันต่อปี

1.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ เป้าหมายของบริษัท

1.1.1 วิสัยทัศน์ (VISION)

มุ่งมั่นที่จะรักษาความเป็นเลิศในการผลิตท่อสแตนเลสที่มีคุณภาพระดับสากล โดยยังคงรักษาความเป็นผู้นำ ทางการตลาดของท่อสแตนเลสในประเทศไทย และก้าวเข้าสู่การจำหน่ายท่อสแตนเลสสู่ประชาคมโลก พร้อมทั้งให้ความสำคัญต่อลูกค้า ผู้ถือหุ้น คู่ค้า พนักงานและสังคม

1.1.2 พันธกิจ (MISSION)

บริษัทกำหนดพันธกิจของบริษัทไว้ดังนี้

1. พัฒนาระบบการผลิตเพื่อคงคุณภาพของท่อสแตนเลสระดับสากล และสร้างความพึงพอใจต่อการใช้ท่อสแตนเลสของลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ
2. รักษาฐานะการเงินให้มั่นคงและมีผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน โดยยังรักษาความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า ผู้ถือหุ้น พนักงาน คู่ค้าตลอดจนสังคม
3. พัฒนาตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายจากระดับประเทศสู่ประชาคมโลก โดยการเข้าสู่ตลาด AEC ภูมิภาคเอเชียและภูมิภาคอื่น ๆ ตามลำดับ

1.1.3 วัตถุประสงค์และเป้าหมายของบริษัท

บริษัทยังคงเน้นการเติบโตของยอดขายโดยมีเป้าหมายในการรักษาความเป็นผู้นำ ทั้งการผลิต และจำหน่ายท่อสแตนเลสภายในประเทศไทย และขยายสู่ตลาดต่างประเทศมากขึ้น

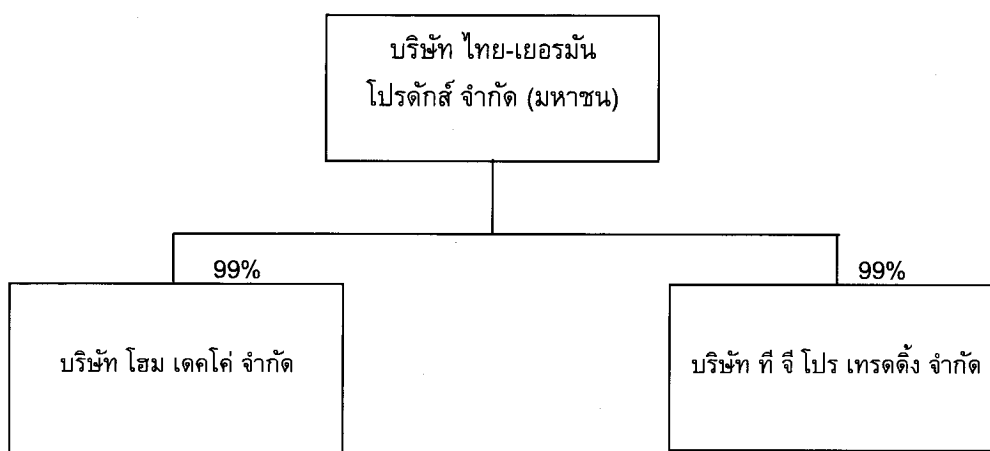
อนันต์

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญที่ผ่านมาดังนี้

วัน เดือน ปี	รายละเอียด
ปี 2537	บริษัทได้ย้ายโรงงานจากที่ตั้งเดิมที่จังหวัดสมุทรปราการมาอยู่ที่ กม.39 ถนนบางนา-ตราด ตำบลบางวัว อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา และได้รับสิทธิประโยชน์จากการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) โดยมีกำลังการผลิตท่อสแตนเลสในปี 2537 ที่ 3,000 ตัน และมีแผนที่จะผลิตผลิตภัณฑ์ สแตนเลสให้ครบวงจร โดยการเพิ่มผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เช่น แผ่นสแตนเลส แบนสแตนเลส และท่อสแตนเลสหน้าตัดสี่เหลี่ยม เป็นต้น
18 มกราคม 2538	หุ้นสามัญของบริษัทได้รับอนุญาตให้เข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
มิถุนายน 2538	ก่อสร้างโรงงานที่จังหวัดระยอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขยายกำลังการผลิตท่อสแตนเลสและแผ่นสแตนเลส โดยมีเนื้อที่รวม 204-0-72.9 ไร่
ปี 2539	บริษัทได้รับอนุมัติจากสำนักงาน BOI ให้ย้ายโรงงานจากจังหวัดฉะเชิงเทราไปจังหวัดระยอง พร้อมกับได้รับอนุมัติการส่งเสริมการขยายการผลิตท่อและแผ่นสแตนเลสและสินค้าสแตนเลสอื่น ๆ ที่จังหวัดระยอง
ปี 2539 – 2540	บริษัทได้รับมาตรฐาน ISO 9001 Version 2008 จากสถาบัน RWTÜV (THE TUV CERTIFICATION BODY OF RHEINISCHE-WESTFALISCHER TUV E.V.) ซึ่งเป็นบริษัทเยอรมันที่เป็นผู้ออกใบรับรองในกลุ่มผู้ผลิตท่อสแตนเลสในประเทศยุโรปทั้งหมด
สิงหาคม-กันยายน 2542	บริษัทยื่นคำร้องขอฟื้นฟูกิจการต่อศาลล้มละลายกลาง บริษัทได้รับคำสั่งจากศาลล้มละลายกลางให้บริษัทสามารถฟื้นฟูกิจการได้ และศาลล้มละลายกลางได้มีคำสั่งแต่งตั้งบริษัท พี แอล วี แอนด์ แอสโซซิเอตส์ จำกัด และบริษัท สยามซิติ เอ็ม.บี. จำกัด เป็นผู้ทำแผนร่วม
30 พฤศจิกายน 2549	ศาลล้มละลายกลางมีคำสั่งให้ยกเลิกการฟื้นฟูกิจการของบริษัท
3 พฤษภาคม 2550	หุ้นสามัญของบริษัทกลับเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ปี 2552	บริษัทประสบกับปัญหาการลดลงของราคาสแตนเลสต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 2 ติดต่อกัน จึงทำให้บริษัทประสบกับปัญหาขาดทุนเป็นจำนวนมาก มีผลทำให้รายได้จากการขายลดลงจนทำให้เกิดปัญหาการขาดสภาพคล่อง จนไม่สามารถชำระหนี้ให้แก่เจ้าหนี้ได้
27 พฤษภาคม 2553	คณะกรรมการบริษัทมีมติอนุมัติให้บริษัทฟื้นฟูกิจการภายใต้กระบวนการของศาลล้มละลายกลาง และเสนอบริษัทเป็นผู้ทำแผน
2 ธันวาคม 2553	ศาลล้มละลายกลางมีคำสั่งให้บริษัทเข้าฟื้นฟูกิจการภายใต้กระบวนการของศาลล้มละลายกลาง และแต่งตั้งบริษัทเป็นผู้ทำแผน
เมษายน 2555	บริษัทได้ชำระหนี้สินแผนฟื้นฟูกิจการครบถ้วนแล้ว แต่ยังไม่ได้ดำเนินการกระบวนการออกจากศาลล้มละลายกลาง
14 มีนาคม 2556	บริษัทได้รับใบอนุญาตแสดงเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก 1439-2540) สำหรับท่อสแตนเลสสำหรับเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน
5 มิถุนายน 2556 และ 26 ธันวาคม 2556	บริษัทได้รับเงินเพิ่มทุนจากผู้ร่วมลงทุนรายใหม่ตามที่ระบุไว้ในแผนฟื้นฟูกิจการจำนวน 2 ราย ได้รับเงินค่าเพิ่มทุนเป็นจำนวนเงิน 264 ล้านบาท และได้นำไปจดทะเบียนเพิ่มทุนที่กระทรวงพาณิชย์เป็นที่เรียบร้อยแล้ว
4 กรกฎาคม 2557 และ 9 เมษายน 2558	บริษัทได้เพิ่มทุนชำระแล้วจากผู้ถือหุ้นเดิม เป็นจำนวนเงิน 269.68 ล้านบาท และ 447.16 ล้านบาท ตามลำดับ และได้นำไปจดทะเบียนที่กระทรวงพาณิชย์เรียบร้อยแล้ว
5 ตุลาคม 2558	บริษัทได้เพิ่มทุนชำระแล้วจากการแปลงสภาพจากผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิ (TGPRO-W1) เป็นจำนวนเงิน 126.10 ล้านบาท และได้นำไปจดทะเบียนที่กระทรวงพาณิชย์เรียบร้อยแล้ว
7 มกราคม 2559	บริษัทได้เพิ่มทุนชำระแล้วจากการแปลงสภาพจากผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิ (TGPRO-W1) ครั้งที่ 2 เป็นจำนวนเงิน 372 บาท และได้นำไปจดทะเบียนที่กระทรวงพาณิชย์เรียบร้อยแล้ว

วัน เดือน ปี	รายละเอียด
25 พฤษภาคม 2559	บริษัทได้เพิ่มทุนชำระแล้วจากผู้ถือหุ้นเดิม เป็นจำนวนเงิน 239.45 ล้านบาท และได้นำไปจดทะเบียนที่กระทรวงพาณิชย์เรียบร้อยแล้ว
6 กรกฎาคม – 7 ธันวาคม 2559	บริษัทได้เพิ่มทุนชำระแล้วจากการแปลงสภาพจากผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิ TGPRO-W1 และ TGPRO-W2 เป็นจำนวนเงินรวม 90.02 ล้านบาท และได้นำไปจดทะเบียนที่กระทรวงพาณิชย์เรียบร้อยแล้ว
26 ธันวาคม และ 27 ธันวาคม 2560	บริษัทได้เพิ่มทุนจดทะเบียนจำนวน 2 หุ้น และเปลี่ยนแปลงทุนชำระแล้ว จำนวนเงิน 0.40 บาท และจดทะเบียนที่กระทรวงพาณิชย์เรียบร้อยแล้ว

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



บริษัทมีบริษัทย่อยจำนวน 2 บริษัท ได้แก่ บริษัท โฮม เดคโค จำกัด และบริษัท ที จี โปร เทรดิง จำกัด โดยที่บริษัทถือหุ้นในบริษัทย่อยทั้งสองบริษัทในอัตราร้อยละ 99 บริษัท ที จี โปร เทรดิง จำกัด ไม่ได้ดำเนินธุรกิจแต่อย่างใด

บริษัท โฮม เดคโค จำกัด ได้จดทะเบียนเปลี่ยนชื่อบริษัทที่กระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 8 พฤษภาคม 2558 และเริ่มประกอบธุรกิจโดยการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทอสดนเลส โดยใช้วัตถุดิบเกรด 201 ตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2558 เป็นต้นไป และเมื่อวันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2560 บริษัท โฮม เดคโค จำกัด ได้ขยายไลน์ธุรกิจใหม่ โดยเป็นผู้จำหน่ายเครื่องเสียงระบบไฮเอนด์ของบริษัท Daniel Hertz SA จากประเทศสวิตเซอร์แลนด์

1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

บริษัทไม่ได้มีการดำเนินธุรกิจที่มีความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นรายใหญ่แต่อย่างใด ไม่ว่าจะเป็นการพึ่งพิงหรือการแข่งขันก็ตาม

อนันต์

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทดำเนินธุรกิจโดยการผลิตและจำหน่ายท่อสแตนเลส ภายใต้เครื่องหมายการค้า TGPRO เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมการผลิตทั่วไป เช่น อุตสาหกรรมน้ำตาล อาหาร ยาและเคมีภัณฑ์ โดยจะใช้ในส่วนของหม้อต้มน้ำ (BOILER), เครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (HEAT EXCHANGER) และเครื่องระเหย (EVAPORATOR) และใช้ในอุตสาหกรรมก่อสร้างในส่วนของการตกแต่งอาคารและเฟอร์นิเจอร์ นอกจากนี้ยังมีผลิตผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เช่น แผ่นสแตนเลส เพลาสแตนเลสและอุปกรณ์สแตนเลส เป็นต้น

บริษัทมีการจำหน่ายสินค้าทั้งในประเทศและส่งออกจำหน่ายยังต่างประเทศ โดยในปี 2560 สัดส่วนการจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศเท่ากับ 81 : 19 การจำหน่ายในประเทศบริษัทได้ขายผ่านบริษัทผู้ค้าส่งและขายตรงไปยังกลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรมต่าง ๆ ได้แก่ อุตสาหกรรมน้ำตาล อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ รวมทั้งโครงการในอุตสาหกรรมใหม่ ๆ เช่น ปีโตรเคมี อาหาร เครื่องดื่ม เป็นต้น ในส่วนของการส่งออกไปยังต่างประเทศ บริษัท ได้จำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่ายรายใหญ่ในประเทศต่าง ๆ และจำหน่ายแก่ลูกค้าซึ่งเป็นผู้ประกอบการอุตสาหกรรมน้ำตาลและผู้รับเหมาในประเทศต่าง ๆ โดยส่วนมากจะเป็นการจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่ายรายใหญ่ในแต่ละประเทศ โดยบริษัทได้ส่งออกสินค้าไปยังประเทศต่าง ๆ ได้แก่ อินโดนีเซีย เวียดนาม ปากีสถาน บราซิล เป็นต้น ในปี 2560 บริษัทมีสัดส่วนการขายผ่านบริษัทผู้ค้าส่งและขายไปยังลูกค้าโดยตรงเท่ากับ 77 : 23

ปัจจุบันบริษัทมีโรงงานจำนวน 1 แห่ง ตั้งอยู่ที่อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง เนื้อที่รวมประมาณ 204 ไร่ มีกำลังการผลิตเต็มที่ต่อหนึ่งกะการผลิตของท่อสแตนเลส แผ่นสแตนเลส เพลาสแตนเลส และอุปกรณ์ สแตนเลส อื่น ๆ รวมประมาณ 24,000 ตันต่อปี

0.1500

โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ตามผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทมีรายละเอียดดังนี้

(หน่วย : ล้านบาท)

ผลิตภัณฑ์	ดำเนินการโดย	ปี 2558 รายได้	%	ปี 2559 รายได้	%	ปี 2560 รายได้	%
<u>รายได้ในประเทศ</u>							
ท่อสแตนเลส	บริษัทและ บริษัทย่อย	889	80.4	990	88.6	1,080	89.6
แผ่นสแตนเลส	บริษัท	81	7.3	70	6.3	85	7.0
รายได้รับจ้างการผลิต	บริษัท	3	0.3	9	0.8	4	0.3
การจำหน่ายเครื่องเสียง	บริษัทย่อย					2	0.2
อื่น ๆ	บริษัท	133	12.0	49	4.3	35	2.9
		<u>1,106</u>	<u>100</u>	<u>1,118</u>	<u>100</u>	<u>1,206</u>	<u>100</u>
<u>รายได้ต่างประเทศ</u>							
ท่อสแตนเลส	บริษัท	310	100	203	92.3	270	
แผ่นสแตนเลส	บริษัท	-	-	17	7.7	6	
รายได้รับจ้างการผลิต	บริษัท	-	-	-	-	-	
การจำหน่ายเครื่องเสียง	บริษัทย่อย						
อื่น ๆ	บริษัท	-	-	-	-	-	
		<u>310</u>	<u>100</u>	<u>220</u>	<u>100</u>	<u>276</u>	<u>100</u>
<u>รวมรายได้</u>							
ท่อสแตนเลส	บริษัทและ บริษัทย่อย	1,199	84.7	1,193	89.2	1,350	91.1
แผ่นสแตนเลส	บริษัท	81	5.7	87	6.5	91	6.1
รายได้รับจ้างการผลิต	บริษัท	3	0.2	9	0.7	4	0.3
การจำหน่ายเครื่องเสียง	บริษัทย่อย	-	-	-	-	2	0.1
อื่น ๆ	บริษัท	133	9.4	49	3.6	35	2.4
		<u>1,416</u>	<u>100</u>	<u>1,338</u>	<u>100</u>	<u>1,482</u>	<u>100</u>

อัตราเพิ่ม (ลดลง) ของมูลค่าการจำหน่าย

(2)

(6)

11

หมายเหตุ 1. รายได้อื่น ๆ ประกอบด้วยรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ย่อยต่าง ๆ ได้แก่ ม้วนสแตนเลส

แบนสแตนเลส ฉากสแตนเลส อุปกรณ์เชื่อมต่อสแตนเลส มือจับประตูสแตนเลส เป็นต้น

อนิวัณ

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทแบ่งเป็นประเภทใหญ่ ๆ ตามโครงสร้างรายได้ดังนี้

2.1.1 ท่อสแตนเลส (STAINLESS TUBE)

บริษัทผลิตท่อเหล็กไร้สนิมหรือท่อสแตนเลสจากม้วนสแตนเลส ซึ่งสามารถผลิตท่อได้ตามมาตรฐานในประเทศและต่างประเทศ เช่น AMERICAN SOCIETY FOR TESTING AND MATERIALS (ASTM), JAPAN INSTITUTE FOR STANDARDIZATION (JIS), DETUSCHES INSTITUT FUR NORMUNG (DIN) เป็นต้น

ท่อสแตนเลสสามารถแยกตามคุณสมบัติของท่อออกเป็น 3 ประเภทหลัก คือ

1. ท่ออุตสาหกรรมหนักทั่วไป (INDUSTRIAL TUBE) ประกอบด้วยชนิดที่เป็นท่อสแตนเลส

ธรรมดาและท่อกึ่งลบบตะเข็บ (SEMI-SEAMLESS TUBE) เป็นท่อสแตนเลสผิวด้านที่เน้นความคงทนแข็งแรงนิยมนำไปใช้ในส่วนของหม้อต้มน้ำ (BOILER) เครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (HEAT EXCHANGER) และเครื่องระเหย (EVAPORATOR) โรงงานอุตสาหกรรมที่นิยมนำไปใช้ได้แก่ อุตสาหกรรมผลิตน้ำตาลซึ่งมักจะใช้ท่อกึ่งลบบตะเข็บเป็นส่วนใหญ่ อุตสาหกรรมเคมี อุตสาหกรรมผลิตเยื่อกระดาษและอุตสาหกรรมอื่น ๆ

2. ท่ออุตสาหกรรมอาหาร (SANITARY TUBE) คือ ท่อกึ่งลบบตะเข็บภายใน (SEMI-SEAMLESS TUBE) ที่มีผิวภายในเรียบเพื่อไม่ให้สารที่ผ่านมาติดอยู่ภายในท่อและทนต่อการกัดกร่อนของกรดและด่าง จึงเป็นท่อที่ใช้ในขั้นตอนการผลิตเครื่องดื่มและอาหารนิยมนำไปใช้ในอุตสาหกรรมน้ำดื่ม เช่น โคคาโคลา เป๊ปซี่ อุตสาหกรรมเกี่ยวกับนม เช่น โรงงานผลิตนมสดบรรจุขวดและนมข้น อุตสาหกรรมผลิตเครื่องกระป๋อง เช่น โรงงานปลากระป๋องและผลไม้กระป๋อง อุตสาหกรรมผลิตเครื่องกรองน้ำ เป็นต้น

3. ท่อเฟอร์นิเจอร์หรือท่อขัดเงา (ORNAMENTAL TUBE) เป็นท่อสแตนเลสที่ใช้ในอุตสาหกรรมก่อสร้างที่ผ่านการขัดเงา เพื่อให้เกิดความสวยงาม ซึ่งจะนำมาตกแต่งอาคาร เช่น ประกอบเป็นราวบันได มือจับประตู ราวกันตก ระเบียงอาคาร ประตูหน้าบ้าน รั้วบ้าน และประกอบเป็นเฟอร์นิเจอร์ เช่น เก้าอี้ โต๊ะ โต๊ะในห้องครัว ชั้นวางของ ราวพับผ้าและอุปกรณ์ใช้ในห้องน้ำ เป็นต้น

2.1.2 แผ่นสแตนเลส

แผ่นสแตนเลสที่บริษัทผลิตสามารถแยกออกเป็น 2 ประเภทหลัก คือ

1. แผ่นสแตนเลสทั่วไป เกิดจากการนำม้วนสแตนเลส (SHEET IN COIL) มาตัดตรงให้เรียบ แล้วตัดตามความยาวที่ต้องการใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมทั่วไป ในส่วนของหม้อต้มน้ำ (BOILER) เครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (HEAT EXCHANGER) และเครื่องระเหย (EVAPORATOR) โรงงานอุตสาหกรรมที่นิยมนำไปใช้ได้แก่ โรงงานผลิตตู้เย็น โรงงานผลิตบานพับประตู โรงงานผลิตโต๊ะ ตู้ เตา โรงงานผลิตตามใบสั่งหรือออกแบบเฉพาะงานโรงงานประกอบรถยนต์

2. แผ่นสแตนเลสตกแต่งอาคาร คือ แผ่นสแตนเลสซึ่งผ่านขั้นตอนการผลิตเพื่อให้เกิดความสวยงามเหมาะสมกับการนำไปตกแต่งอาคารและลิฟท์ บริษัทสามารถผลิตแผ่นสแตนเลสประเภทนี้ได้ 2 ลักษณะดังนี้

2.1 แผ่นสแตนเลสขัดเงาแบบกระจก (แผ่น MIRROR) คือ แผ่นสแตนเลสที่นำมาขัดจนมีความเงางามเทียบเท่ากระจกเงา ผลิตภัณฑ์ที่ได้จะนำมาใช้ตกแต่งอาคารและใช้ทดแทนกระจกเงา

020000

2.2 แผ่นสแตนเลสขัดเงาหลายเส้นผม คือ แผ่นสแตนเลสที่นำมาขัดให้มีลายเส้นเป็นทางตรงเพื่อความสวยงามในการตกแต่งตามความต้องการ

2.1.3 เพลสเดนเลส คือ อุปกรณ์สแตนเลสที่ได้มาจากการนำแท่งหรือเส้นสแตนเลส ลักษณะกลมตัน (WIRE ROD) มาผ่านเครื่องรีดให้ได้ขนาดเล็กลงตามความต้องการ แล้วตัดเป็นท่อน นิยมนำมาใช้ในโรงงานผลิตบานพับประตู ที่คล้องกุญแจ โรงงานผลิตตะแกรงสแตนเลส ตู้เย็นสแตนเลส ใช้ประกอบโครงของโบริค้ำน้ำกึ่งทำห่วยเกียววนและแห เป็นต้น

2.1.4 การรับจ้างการผลิต

เนื่องจากข้อจำกัดของเงินทุนหมุนเวียน ทำให้บริษัทไม่สามารถผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายด้วยบริษัทเองได้ทั้งหมด ดังนั้นจึงทำให้มีกำลังการผลิตเหลืออยู่ บริษัทจึงนำเสนอบริการรับจ้างการผลิตท่อสแตนเลสและแผ่นสแตนเลสแก่ลูกค้าทั่ว ๆ ไป

2.1.5 อื่น ๆ

เนื่องจากบริษัทเล็งเห็นถึงการเพิ่มขึ้นของความต้องการใช้สแตนเลส รวมทั้งการขยายตัวของการนำสแตนเลสไปใช้ประโยชน์ในอุตสาหกรรมใหม่ ๆ บริษัทจึงได้มีการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เช่น ท่อสแตนเลส หน้าดัดสี่เหลี่ยม ฉากสแตนเลส แบนสแตนเลส และอุปกรณ์เชื่อมต่อต่าง ๆ เช่น ข้อต่อ ข้องอ สามทาง มือจับ ประตู อุปกรณ์ตกแต่งรั้วอาคารต่าง ๆ เช่น หัวเสาแบบต่าง ๆ สำหรับใช้ในอุตสาหกรรมก่อสร้างและตกแต่ง เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อเป็นการให้บริการลูกค้าได้ครบวงจร ดังมีรายละเอียดดังนี้

แบนสแตนเลส (FLAT BAR) คือ สแตนเลสหน้าดัดสี่เหลี่ยมหน้ากว้างตั้งแต่ 10 นิ้วลงมา ใช้ในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ ในส่วนของการตกแต่งราวบันได ราวกันตก นอกจากนี้ ยังใช้ในอุตสาหกรรมประมงในส่วนของกาบเรือหรือราวกันตกในเรือยอร์ชหรือเรือโดยสารอีกด้วย

เหล็กฉากสแตนเลส (ANGLE BAR) คือ ฉากสแตนเลสสามเหลี่ยมที่ใช้เป็นโครงสร้างในการผลิตอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น ชั้นวางของโต๊ะและฐานวางของในอุตสาหกรรมเคมีและอุตสาหกรรมอาหาร

ท่อสแตนเลสหน้าดัดสี่เหลี่ยม คือ ท่อสแตนเลสที่มีหน้าดัดสี่เหลี่ยมสำหรับนำไปใช้ในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์

อุปกรณ์เชื่อมต่อสแตนเลส (FITTING) คือ อุปกรณ์สำหรับไว้ใช้ในอุตสาหกรรมสแตนเลสทั่วไป เช่น ข้องอ สามทาง ข้อต่อ ข้อลด เป็นต้น

มือจับประตู (DOOR HANDLE) คือ ท่อสแตนเลสที่นำมาดัดเป็นรูปเพื่อใช้ประกอบกับประตูทั่วไป

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

สแตนเลสหรือเหล็กกล้าไร้สนิม นอกจากการใช้งานในเชิงอุตสาหกรรมแล้ว เมื่อลองมองไปรอบ ๆ ตัว สแตนเลสก็เป็นสิ่งที่พบเห็นได้มากขึ้นเรื่อย ๆ ในชีวิตประจำวัน โดยมีสถิติรองรับว่าปริมาณความต้องการใช้งานสแตนเลสโลกนั้นสูงขึ้นเรื่อยๆตามการขยายตัวของจำนวนประชากรและความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสูง สแตนเลสมักเป็นทางเลือกหนึ่งที่ถูกเลือกใช้งานแทนเหล็กเนื่องจากคุณสมบัติที่มีความสามารถต้านทานการกัดกร่อนได้มากกว่าจึงทำให้อายุการใช้งานยาวนานกว่า อีกทั้งยังมีคุณสมบัติที่ไม่เป็นอันตรายต่อการสัมผัสร่างกายมนุษย์และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

อนันต์

บริษัทอาศัยประสบการณ์ที่อยู่ในธุรกิจนี้มายาวนานกว่า 44 ปี ทำให้เกิดความเชี่ยวชาญทั้งในด้านการพัฒนาและผลิตสินค้าที่ดีมีคุณภาพในระดับมาตรฐานสากล เพื่อกระจายสินค้าให้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ อีกทั้งยังสามารถกระจายสินค้าไปยังตลาดต่างประเทศอีกด้วย

ตลาดสเตนเลสเป็นตลาดที่มีฐานลูกค้าค่อนข้างกว้าง เนื่องจากสเตนเลสเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำไปใช้ได้หลายอุตสาหกรรม ไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมน้ำตาล อุตสาหกรรมกระดาษ อุตสาหกรรมเคมีและปิโตรเคมี อุตสาหกรรมน้ำมันและแก๊ส อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ยังมีอุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมก่อสร้างและตกแต่งที่ถือเป็นกลุ่มใหญ่ที่มีปริมาณการใช้สเตนเลสสูง ช่วงที่ผ่านมาบริษัทยังคงมุ่งเน้นผลิตและจำหน่ายสินค้าประเภทท่อสเตนเลสเป็นหลัก โดยมีสินค้าประเภทอื่นๆ ประกอบในสัดส่วนที่น้อยกว่า

2.2.1 นโยบายในการแข่งขันโดยสังเขป

บริษัทมุ่งเน้นในการค้นคว้าวิจัยทั้งในด้านการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพดีตรงตามมาตรฐานและการสร้างนวัตกรรมในสินค้าที่มีความแตกต่างเหนือคู่แข่ง มีการลงทุนในเครื่องจักรที่ทันสมัยอยู่ตลอดเพื่อความมั่นใจในคุณภาพ ความหลากหลายของสินค้าและความรวดเร็วในผลิตสินค้าเพื่อกระจายสินค้าสู่ตลาดครอบคลุมถึงผู้ใช้งานทุกประเภทและทุกพื้นที่

สำหรับตลาดในประเทศ บริษัทมีความได้เปรียบคู่แข่งในด้านความหลากหลายของสินค้า เนื่องจากเป็นผู้ผลิตรายใหญ่แห่งเดียวที่มีสินค้าครอบคลุมถึงความต้องการของผู้ใช้ในหลายอุตสาหกรรมทั้งอุตสาหกรรมน้ำตาล อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมน้ำมันและแก๊ส รวมถึงอุตสาหกรรมก่อสร้างและงานตกแต่ง ฯลฯ ในขณะที่ผู้ผลิตรายอื่น ส่วนใหญ่สามารถผลิตสินค้าได้ไม่หลากหลาย บางรายสามารถผลิตสินค้าได้เพียงประเภทใดประเภทหนึ่งเท่านั้น

บริษัทเป็นผู้ผลิตท่อสเตนเลสที่ใช้ในอุตสาหกรรมอาหารประเภทนมและเครื่องดื่ม (SANITARY TUBE) ได้เป็นรายแรกในประเทศไทย อีกทั้งยังคิดค้นนวัตกรรมใหม่ เช่น ท่อส่งผ่านความร้อน (HEAT EXCHANGER TUBE) ชนิดที่มีคุณสมบัติพิเศษช่วยให้การใช้งานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นและลดต้นทุนในระยะยาวได้ มีคุณภาพทัดเทียมกับสินค้าในยุโรปและญี่ปุ่น สินค้าประเภทนี้เป็นสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีในการผลิตสูง ราคาสินค้าที่ผลิตในต่างประเทศจึงมีราคาสูงกว่า ทำให้ลูกค้าที่เคยสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศหันมาใช้สินค้าของบริษัททดแทนการนำเข้ามากขึ้น ในส่วนของการกระจายสินค้าบริษัทมีนโยบายเพิ่มตัวแทนจำหน่ายในทุกพื้นที่เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าสามารถถูกกระจายให้เข้าถึงกลุ่มผู้ใช้งานในทุกพื้นที่ของประเทศ

การคุกคามจากสินค้านำเข้าได้ลดลงไปบางส่วนจากผลของการออกมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดสินค้าหลอดและท่อทำด้วยเหล็กกล้าไม่เป็นสนิม (ท่อสเตนเลส) ที่มีแหล่งกำเนิดจาก สาธารณรัฐเกาหลี สาธารณรัฐประชาชนจีน ไต้หวัน และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ที่มีประกาศในราชกิจจานุเบกษาเมื่อปลายปีพ.ศ. 2559 โดยเฉพาะสินค้านำเข้าจากประเทศจีนและเวียดนามได้รับผลกระทบมากที่สุด เนื่องจากมีการเรียกเก็บอากรตอบโต้การทุ่มตลาดสูง ส่วนสินค้าจากประเทศเกาหลีและไต้หวัน ได้รับผลกระทบเล็กน้อย

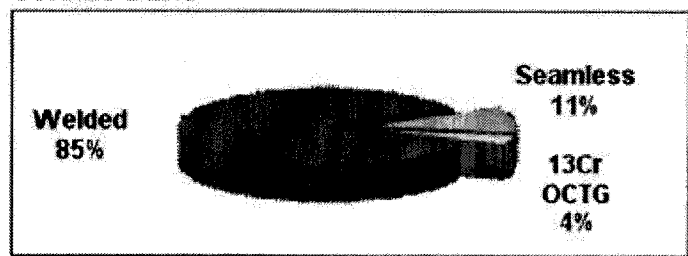
๐๖๖๖

สำหรับตลาดต่างประเทศ ในหลายพื้นที่ต้องแข่งขันกับสินค้าจากจีนและไต้หวันที่มีแนวโน้มการทำตลาดส่งออกมากกว่าตลาดในประเทศและยังเป็นอุปสรรคใหญ่ในด้านราคา บริษัทจึงเน้นเป้าหมายไปยังกลุ่มลูกค้าที่คำนึงถึงคุณภาพของสินค้ามากกว่าราคา รวมถึงติดตามสถานการณ์ในประเทศที่ใช้มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti-Dumping) สินค้าที่มาจากจีนและไต้หวัน ซึ่งถือเป็นโอกาสในการขยายตลาดเข้าสู่ประเทศเหล่านั้นต่อไป

บริษัทมีความเชี่ยวชาญในการผลิตสินค้าประเภทท่อสเตนเลสเป็นอย่างมาก และเมื่อศึกษาถึงปริมาณความต้องการใช้งานแล้วพบว่าท่อสเตนเลสแบบมีตะเข็บถึง ร้อยละ 85 จึงมุ่งเน้นการผลิตและจำหน่ายท่อสเตนเลสแบบมีตะเข็บเป็นหลัก

สัดส่วนของท่อสเตนเลสชนิดมีตะเข็บ (Welded) และไร้ตะเข็บ (Seamless)

Volume Basis

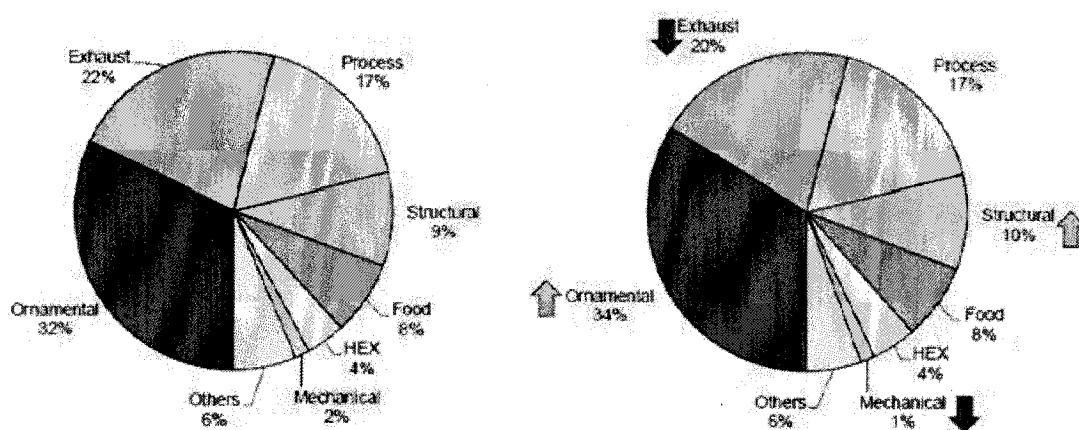


ที่มา : Steel Market Intelligence

สัดส่วนของท่อสเตนเลสแบบมีตะเข็บแบ่งตามประเภทการใช้งาน (Worldwide Consumption)

Market 2016: 3,967 kt

Market 2022: 4,700 kt



ที่มา : Steel Market Intelligence

จากข้อมูลในแผนภาพที่แสดงถึงสัดส่วนการใช้งานท่อสเตนเลสแบบมีตะเข็บในอุตสาหกรรมประเภทต่างๆ กลุ่มที่มีการใช้งานเป็นสัดส่วนที่สูงได้แก่ กลุ่มท่อสำหรับอุตสาหกรรม (Process) ร้อยละ 17, กลุ่มท่อไอเสีย (Exhaust) ร้อยละ 22, และกลุ่มสินค้าที่ตกแต่งหรือท่อเฟอร์นิเจอร์ (Ornamental / Structural) ร้อยละ 41 ซึ่งมีขนาดค่อนข้างใหญ่และยังมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอีกในอนาคตตามแผนภาพ บริษัทจึงให้ความสำคัญในการแข่งขันเพื่อชิงส่วนแบ่งในตลาดท่อตกแต่งมากขึ้นโดยการขยายฐานลูกค้าให้ครอบคลุมพื้นที่มากขึ้น

อนันต์

เนื่องจากพบว่าส่วนแบ่งตลาดสินค้ากลุ่มนี้ของบริษัทยังสามารถเติบโตได้อีกมาก ในขณะเดียวกันบริษัทยังคงมุ่งเน้นในการรักษาส่วนแบ่งตลาดจากสินค้าที่อุตสาหกรรมที่บริษัทมีฐานลูกค้าเดิมเหนียวแน่นจากความไวใจในคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าที่มาจากความเชี่ยวชาญและประสบการณ์อันยาวนานพร้อมทั้งมีเครื่องจักรที่ทันสมัยและคุณภาพดี สามารถผลิตสินค้าที่มีมาตรฐานเทียบเท่าต่างประเทศ และยังสามารถผลิตสินค้าบางประเภท เช่น ท่อทิ้งลตะเข็บภายใน (SANITARY TUBE) และท่อส่งผ่านความร้อน (HEAT EXCHANGER TUBE) ซึ่งยังมีคู่แข่งในประเทศน้อยราย รวมทั้งสามารถผลิตท่อสเตนเลสได้หลายขนาดมากกว่าผู้ประกอบการรายอื่น ทำให้เป็นการยากสำหรับคู่แข่งในการเข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งตลาด ประกอบกับบริษัทเองพยายามที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ตลอดจนขยายฐานลูกค้าไปในอุตสาหกรรมใหม่ ๆ เช่น อุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ ปิโตรเคมี เพื่อคงความเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมอยู่ตลอดไปโดยบริษัทมีกลยุทธ์ในการแข่งขันดังนี้

1. คุณภาพสินค้า

บริษัทส่งเสริมประสิทธิภาพการผลิตสินค้ามากกว่า 44 ปี และสร้างฐานลูกค้ามาด้วยเรื่องของมาตรฐานสินค้าที่ดี สินค้าของบริษัทผ่านการทดสอบและทำการขอใบอนุญาตแสดงเครื่องหมายมาตรฐานกับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้งานสินค้าของบริษัท

ในการผลิตสินค้า บริษัทใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยและเทคโนโลยีในการอบสเตนเลสแบบ BRIGHT ANNEAL จากเยอรมัน ทำให้สามารถผลิตท่อสเตนเลสที่มีผิวท่อที่เรียบเสมอ ไม่มีรอยดำ คุณภาพสม่ำเสมอ ท่อ ช่วยลดเวลาและต้นทุนในการผลิต เนื่องจากสามารถอบท่อได้โดยไม่ต้องผ่านการตัดให้เป็นท่อนสั้นก่อน นอกจากนี้ บริษัทยังสามารถผลิตท่อสเตนเลสขดเงาได้ด้วยความละเอียดมากกว่าคู่แข่ง และในปัจจุบันบริษัทยังเป็นบริษัทแรกในประเทศไทยที่สามารถผลิตท่อทิ้งลตะเข็บภายใน (SANITARY TUBE) ซึ่งเหมาะสำหรับใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร เพื่อไม่ให้อาหารติดค้างภายในท่อจนทำให้เกิดแบคทีเรียที่ทำให้อาหารเน่าเสียได้ง่าย ทำให้ได้สินค้าที่มีอายุการใช้งานที่นานกว่า นอกจากนี้บริษัทยังได้มีการนำเครื่องจักรเทคโนโลยีใหม่ที่ใช้แพร่หลายในทวีปยุโรปมาใช้ในการผลิตซึ่งช่วยให้แนวตะเข็บมีความแข็งแรงมากยิ่งขึ้น

2. ราคา

บริษัทพยายามใช้นโยบายกำหนดราคาให้สอดคล้องกับราคาดตลาดและต้นทุนวัตถุดิบ ซึ่งเมื่อเทียบกับสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ สินค้าของบริษัทจะมีราคาถูกกว่าสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ยกเว้นสินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีนซึ่งจะมีราคาใกล้เคียงหรือถูกกว่าสินค้าจากบริษัทแต่คุณภาพจะไม่เท่าเทียมกับสินค้าของบริษัท อย่างไรก็ตามก็ดีลูกค้าในประเทศบางรายก็ยังยินดีที่จะจ่ายในราคาที่สูงกว่าสินค้านำเข้าจากประเทศจีน เพราะทราบถึงคุณภาพสินค้าของบริษัทที่เหนือกว่าในแง่ของความทนทานและประโยชน์ของการนำไปใช้ ทำให้ลูกค้าไม่ต้องเปลี่ยนหรือซ่อมบ่อยๆ

ในกรณีที่บริษัทส่งสินค้าออก ราคาสินค้าของบริษัทจะใกล้เคียงกับคู่แข่ง โดยมีความภาพที่ได้มาตรฐานเทียบเท่าต่างประเทศรวมทั้งบริษัทสามารถส่งมอบสินค้าที่ตรงเวลาเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า จึงทำให้บริษัทมีลูกค้าต่างประเทศเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ

อนิณพ

3. การส่งมอบ

บริษัทมีความได้เปรียบเหนือคู่แข่งในด้านกาหนดวันส่งมอบที่รวดเร็ว สืบเนื่องมาจากกำลังการผลิตที่มากกว่าเทคโนโลยีที่ทันสมัย สามารถผลิตสินค้าได้รวดเร็วขึ้น อีกทั้งมีการบริการจัดส่งถึงสถานที่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนต่างจังหวัดหากมีจำนวนมาก ทางบริษัทก็ทำการจัดส่งด้วย บริษัทมีการบริการแบบทยอยส่ง ซึ่งลูกค้าไม่ต้องแบกรับภาระการเก็บสินค้าเช่นเดียวกับการนำเข้าจากต่างประเทศ ทำให้ลูกค้าสามารถวางแผนสั่งซื้อเป็นช่วงๆได้ โดยไม่ต้องเก็บสินค้าคงคลังไว้เป็นจำนวนมาก

4. มาตรฐานอุตสาหกรรมในประเทศไทยและต่างประเทศ

บริษัทได้รับมาตรฐานอุตสาหกรรม มอก.1439-2540 สำหรับสินค้าท่อสแตนเลสสำหรับเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อนและบริษัทได้มาตรฐาน ISO9001 Version 2008 จากสถาบัน RWTUV (THE TUV CERT CERTIFICATION BODY OF RHEINISCHE-WESTFALISCHER TUV E.V.) ซึ่งเป็นบริษัทเยอรมันที่เป็นผู้ออกใบรับรองในกลุ่มผู้ผลิตท่อสแตนเลสในประเทศยุโรปทั้งหมด โดยในปีที่ผ่านมาบริษัทได้ผ่านการตรวจประเมินเพื่อปรับเป็นมาตรฐาน ISO 9001:2015 เป็นที่เรียบร้อย ในส่วนของมาตรฐานสำหรับผลิตภัณฑ์บริษัททำเรื่องขออนุญาตสำนักมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) กระทรวงอุตสาหกรรมเพื่อให้แสดงเครื่องหมาย มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ท่อเหล็กกล้าไร้สนิม (สแตนเลส) ครบทุกมาตรฐานเป็นแห่งแรกและแห่งเดียวในประเทศไทย โดยมีมาตรฐานดังต่อไปนี้

- มอก. 1006 - 2558 ท่อสแตนเลสใช้งานในอุณหภูมิสูงและทนการกัดกร่อนได้ดี
- มอก. 1439 - 2558 ท่อสแตนเลสใช้ในงานแลกเปลี่ยนความร้อน
- มอก. 2676 - 2558 ท่อสแตนเลสใช้ในงานอุตสาหกรรมทั่วไป
- มอก. 2689 - 2558 ท่อสแตนเลสใช้ในงานตกแต่ง

5. ความหลากหลายของสินค้า

บริษัทดำเนินนโยบายผลิตสินค้าให้หลากหลาย ครอบคลุมการใช้งานได้ทั้งกลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรมและกลุ่มลูกค้างานตกแต่ง เพื่อให้มีโอกาสรองรับฐานลูกค้าที่กว้างกว่าคู่แข่งรายอื่นในตลาด เครื่องจักรของบริษัทสามารถผลิตได้ทั้งท่อสแตนเลสประเภทต่าง ๆ แผ่นสแตนเลสประเภทต่าง ๆ และสินค้าสแตนเลสอื่น ๆ อีกมาก โดยสามารถผลิตท่อสแตนเลสได้หลายขนาดตั้งแต่ขนาดเล็กไปจนถึงขนาดใหญ่ ตั้งแต่ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางรวมรอบนอก (OUTSIDE DIMETER) ตั้งแต่ 9.5 - 508 มม. จึงทำให้ลูกค้าของบริษัทสามารถสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สแตนเลสหลายประเภทและหลายขนาดได้พร้อมกันในเวลาเดียวกัน นอกจากความหลากหลายของขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางรวมรอบนอก (OUTSIDE DIAMETER) แล้ว บริษัทยังสามารถผลิตสินค้าครอบคลุมหลายมาตรฐานสากลต่าง ๆ อาทิเช่น มาตรฐาน ASTM, JIS, DIN, ISO, NFA, BS และอื่น ๆ ซึ่งครอบคลุมความต้องการของผู้ใช้สินค้าในตลาดทั้งท่อที่ใช้ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ และท่อตกแต่ง

6. การโฆษณาประชาสัมพันธ์และกิจกรรมทางการตลาด

บริษัทมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ไปยังสื่อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อสร้างการรับรู้ในตราสินค้า ทั้งสื่อ Offline และ Online มีการแกลงข่าวเปิดตัวสินค้าใหม่ อีกทั้งยังมีกิจกรรมทางการตลาดเพื่อกระตุ้นให้เกิดการทดลองใช้สินค้า และยังมีกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าของบริษัทอีกด้วย

๑๑๑๑

2.2.2 นโยบายในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจำหน่ายมีทั้งท่อสแตนเลสและแผ่นสแตนเลส แต่ด้วยบริษัทมีความชำนาญและเทคโนโลยีในการผลิตท่อสแตนเลสที่มีประสิทธิภาพในตลาดมายาวนาน บริษัทจึงเน้นการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นท่อสแตนเลสเป็นหลักซึ่งให้ผลกำไรมากกว่าการขายแผ่นสแตนเลส โดยคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 92 ของยอดขาย

ในส่วนของสินค้าประเภทท่อที่จำหน่ายมีอัตราการเติบโตในทุกประเภท ทั้งท่ออุตสาหกรรม ท่อแลกเปลี่ยนความร้อน และท่อตกแต่งหรือท่อเฟอร์นิเจอร์ ที่สามารถรักษฐานลูกค้าเดิมที่มีความสัมพันธ์อันดีต่อกันมาเป็นเวลานานไว้อย่างเหนียวแน่นประกอบกับการขยายฐานลูกค้าใหม่ที่ทำให้ความไว้วางใจในคุณภาพผลิตภัณฑ์ของบริษัททั้งจากตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ อีกทั้งปัจจัยเสริมจากการประกาศมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดของสินค้าประเภทท่อสแตนเลส จาก 4 ประเทศ ได้แก่ จีน ไต้หวัน เวียดนาม และ เกาหลีใต้ ทำให้ปริมาณการนำเข้าสินค้านี้ลดลง เป็นโอกาสให้สินค้าของบริษัทเข้าไปทดแทนการนำเข้าที่ลดลงไป

2.2.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ในส่วนของช่องทางการจัดจำหน่าย บริษัทมีการจัดจำหน่ายทั้งตลาดในประเทศและยังส่งสินค้าออกไปจำหน่ายในตลาดต่างประเทศด้วย โดยมีสัดส่วนการจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศประมาณร้อยละ 80:20

บริษัทมีนโยบายแต่งตั้งตัวแทนจำหน่าย (Authorized Dealer) เพื่อสร้างเครือข่ายให้กระจายสินค้าได้เป็นวงกว้างเพื่อรองรับความต้องการใช้งานให้ครอบคลุมทั้งพื้นที่ เนื่องจากผู้ค้าในแต่ละพื้นที่มีความชำนาญและเชี่ยวชาญการกระจายสินค้าในแต่ละพื้นที่เป็นอย่างดี โดยบริษัทพยายามบริหารจัดการนโยบายดังกล่าวให้เกิดประโยชน์กับทุกฝ่าย อีกทั้งยังพยายามควบคุมไม่ให้เกิดการทับซ้อนของตัวแทนจำหน่ายในแต่ละพื้นที่ ปัจจุบันสัดส่วนในการขายผ่านผู้ค้าส่งต่อการขายตรงถึงผู้ใช้ในประเทศอยู่ที่ประมาณร้อยละ 74 : 26

สำหรับตลาดต่างประเทศ บริษัทยังคงดำเนินนโยบายเดียวกันเพื่อเพิ่มการขายผ่านผู้ค้าส่งในแต่ละประเทศเป้าหมายโดยหวังใช้ความเชี่ยวชาญในพื้นที่และเครือข่ายลูกค้าเพื่อช่วยกระจายสินค้าของบริษัทไปยังผู้ใช้แต่ละกลุ่ม และได้รับความไว้วางใจจากผู้ค้าส่งในหลายประเทศช่วยทำการกระจายสินค้าให้บริษัท ในปีที่ผ่านมาบริษัทสามารถเพิ่มสัดส่วนการขายในตลาดต่างประเทศได้มากขึ้นเล็กน้อย

เมื่อแบ่งลูกค้าทั้งหมดของบริษัทตามช่องทางการจัดจำหน่ายจะได้สัดส่วนโดยประมาณดังต่อไปนี้

ตลาดในประเทศ

	2558 (%)	2559 (%)	2560 (%)
1. ขายผ่านบริษัทผู้ขายส่ง	49	63	59
2. ขายตรงต่อลูกค้า	29	19	21

อนันต์

ตลาดต่างประเทศ

	2558 (%)	2559 (%)	2560 (%)
1. ขายผ่านบริษัทผู้ขายส่ง	16	15	18
2. ขายตรงต่อลูกค้า	6	3	2
รวม	100	100	100

2.2.4 ภาวะอุตสาหกรรม

(ก) อุตสาหกรรมเหล็ก

โครงสร้างอุตสาหกรรมเหล็กสามารถแบ่งได้เป็น 3 ชั้น คือ อุตสาหกรรมเหล็กขั้นต้น ชั้นกลาง และขั้นปลาย โดยอุตสาหกรรมเหล็กขั้นต้นเป็นอุตสาหกรรมผลิตเหล็กถลุง (Pig Iron) และเหล็กพูน (Sponge Iron) ซึ่งจัดได้ว่าเป็นกระบวนการเริ่มต้นของอุตสาหกรรมเหล็กที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเหล็กและอุตสาหกรรมที่ต่อเนื่องจากอุตสาหกรรมเหล็ก สำหรับอุตสาหกรรมเหล็กชั้นกลางเป็นชั้นที่นำผลิตภัณฑ์จากการผลิตเหล็กขั้นต้นรวมถึงเศษเหล็ก (Scrap) มาผ่านกระบวนการหลอมและปรุงน้ำเหล็กให้ได้คุณภาพที่ต้องการ แล้วผ่านกระบวนการหล่อให้เป็นผลิตภัณฑ์กึ่งสำเร็จรูป ที่มีลักษณะแตกต่างกันตามการนำไปใช้งาน ส่วนอุตสาหกรรมเหล็กขั้นปลายนั้น มีสัดส่วนการผลิตมากที่สุดในประเทศ โดยเป็นขั้นของการแปรรูปผลิตภัณฑ์กึ่งสำเร็จรูปด้วยกระบวนการต่าง ๆ ได้แก่ การรีดร้อน การรีดเย็น การชุบเคลือบผิว การผลิตท่อเหล็ก การตีขึ้นรูป ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการผลิตในขั้นนี้ ได้แก่ เหล็กเส้น เหล็กหลอด เหล็กแผ่นรีดร้อน เหล็กแผ่นรีดเย็น เหล็กแผ่นเคลือบ ซึ่งรวมถึงเหล็กไร้สนิม หรือที่รู้จักกันดีในนามของผลิตภัณฑ์สเตนเลส

ตัวเลขปริมาณการบริโภคเหล็กในประเทศอยู่ที่ประมาณ 6,865,628 เมตริกตัน และมีตัวเลขการบริโภคในประเทศ ลดลงจากปีที่แล้วประมาณร้อยละ 13.7 โดยการนำเข้าผลิตภัณฑ์เหล็กสำเร็จรูป ลดลงทั้งเหล็กทรงยาวและเหล็กทรงแบน คือลดลงร้อยละ 16.3 และร้อยละ 8.2 ตามลำดับ ในขณะที่มีปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์เหล็กสำเร็จรูปเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.4 สำหรับเหล็กทรงยาว และเพิ่มขึ้นร้อยละ 32.9 สำหรับเหล็กทรงแบน

นโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

- กระทรวงพาณิชย์ ได้ประกาศให้ใช้มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดสินค้าหลอดและท่อทำด้วยเหล็กหรือเหล็กกล้า ที่มีภาคตัดขวางเป็นวงกลมและไม่เป็นวงกลม ภายใต้ HS Code 7305 และ 7306 รวม 26 พิกัด ที่มีแหล่งกำเนิดจากสาธารณรัฐประชาชนจีนในอัตราร้อยละ 3.22 – 66.01 และสาธารณรัฐเกาหลี ในอัตรา ร้อยละ 3.49 y 53.88 ของราคาซี.ไอ.เอฟ. และให้เรียกเก็บอากรทุ่มตลาดในอัตรา 0% ของราคาซี.ไอ.เอฟ. ในกรณีที่มีการนำเข้ามาผลิตเพื่อการส่งออกภายใต้กฎหมาย 3 ฉบับ ได้แก่ กฎหมายการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย กฎหมายส่งเสริมการลงทุน และกฎหมายศุลกากร หรือกรณีดังต่อไปนี้ (1) กรณีนำเข้าท่อเหล็กบูโพลีเอธิลีน (2) กรณีนำเข้าท่อเหล็กหรือเหล็กกล้า เฉพาะมาตรฐาน API สำหรับใช้เป็นท่อน้ำมัน/ เจาะน้ำมันหรือก๊าซ หรือใช้ในการก่อสร้าง/ติดตั้งแท่นขุดเจาะปิโตรเลียมและโครงสร้างเหล็กปิโตรเลียม (3) กรณีนำเข้าท่อเหล็กหรือเหล็กกล้า เฉพาะมาตรฐาน ASTM A671 สำหรับใช้เป็นท่อน้ำมัน/เจาะน้ำมันหรือก๊าซ หรือใช้ในการก่อสร้าง/ติดตั้งแท่นขุดเจาะปิโตรเลียมและโครงสร้างเหล็กปิโตรเลียม (4) กรณีนำเข้าท่อเคลือบผิวภายนอกด้วยพอลิเมอร์ ชนิด ABS หรือ PP หรือ PE (5) กรณี

อนันต์

นำเข้าท่อ Calorized Lance Pipe (6) กรณีนำเข้าท่อสี่เหลี่ยมทำด้วยเหล็กกล้า (Square Steel Tube) ที่มีขนาดใหญ่ (7) กรณีนำเข้าท่อเหล็ก Cold drawn ที่มีภาคตัดขวางเป็นรูปตัว T (8) กรณีนำเข้าท่อเหล็กผนังสองชั้น เชื่อมประสานติดกันด้วยทองแดง ภายในท่อเหล็ก เคลือบด้วยทองแดง (9) กรณีนำเข้าท่อเหล็กผนังสองชั้น เชื่อมประสานด้วยทองแดง และเคลือบผิวด้วย สังกะสีและโครเมต ชั้นนอกสุดเคลือบด้วยโพลีไวนิลฟลูออไรด์ หรือโพลีเอทิลีน (10) กรณีนำเข้าท่อ Cold Drawn Welded Steel Tube (11) กรณีนำเข้าท่อเหล็กสี่เหลี่ยม (12) กรณีนำเข้าท่อเหล็กกลวงสี่เหลี่ยมผืนผ้า เชื่อมตะเข็บ และเคลือบสังกะสีเป็นเวลา 5 ปี

(ข) อุตสาหกรรมสแตนเลส

ผลิตภัณฑ์สแตนเลสเริ่มเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ในฐานะที่เป็นทางเลือกใหม่ในการนำมาใช้เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมการผลิตวัสดุอุปกรณ์ แทนที่วัตถุดิบจำพวกเหล็กหรือเหล็กกล้า ปัจจัยสำคัญที่ทำให้สแตนเลสได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว นั้น มาจากความคงทน เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบในด้านต่างๆ ได้แก่ ความต้านทานต่อการกัดกร่อน จึงไม่เป็นสนิมและไม่ทำปฏิกิริยากับกรดและเกลือ ทำความสะอาดได้ง่ายและสวยงาม ทนความร้อน ความเย็น และการเปลี่ยนอุณหภูมิโดยฉับพลันได้ดี เป็นต้น ด้วยคุณสมบัติดังกล่าว ทำให้แรกเริ่มสแตนเลสส่วนใหญ่ มักถูกนำไปใช้เป็นวัตถุดิบของการผลิตในอุตสาหกรรมหนักและอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ต่าง ๆ ต่อมาในภายหลังได้มีการนำมาใช้ในอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่ต่อเนื่องจากอุตสาหกรรมเหล็ก เช่น อุตสาหกรรมก่อสร้าง อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ และอุตสาหกรรมอาหาร เป็นต้น

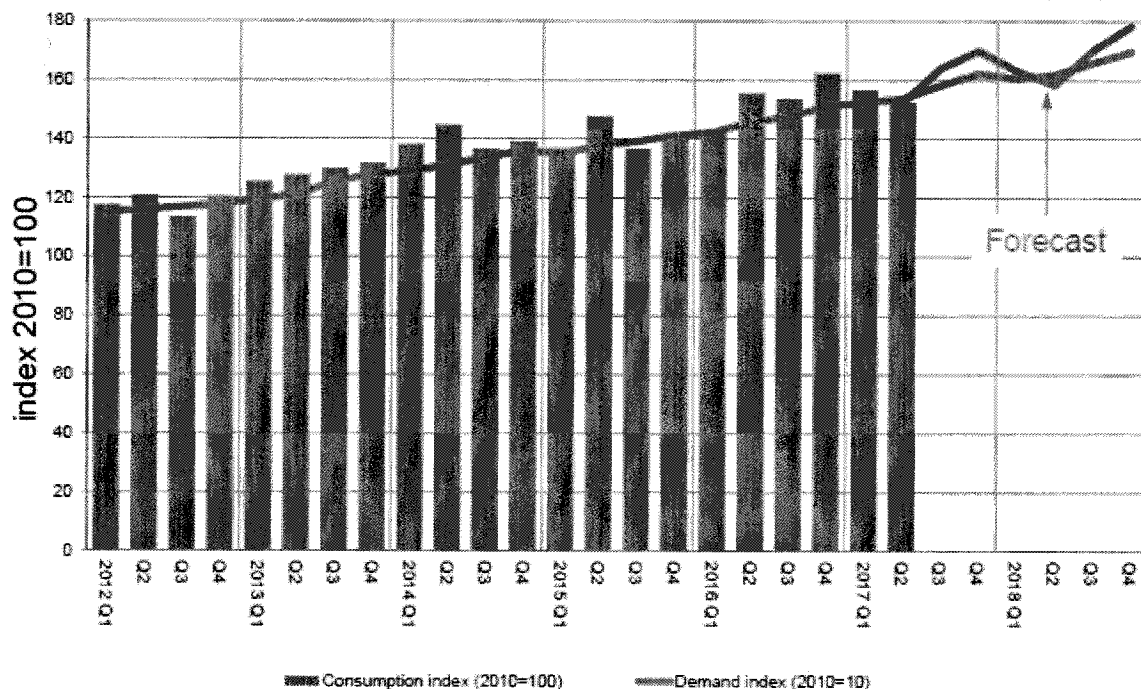
จากแผนภาพด้านล่างแสดงให้เห็นว่าการบริโภคสแตนเลสเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จนถึงปลายปี พ.ศ. 2559 และเริ่มลดลงในต้นปีพ.ศ. 2560 แต่จากการพยากรณ์ของความต้องการในการใช้งานสแตนเลส (Demand Forecast) ของ International Stainless Steel Forum (ISSF) ซึ่งเป็นเวทีการหารือของผู้ผลิตทั่วโลก พบว่าแนวโน้มการความต้องการและการบริโภคสแตนเลสยังคงเพิ่มสูงขึ้นต่อไปเรื่อย ๆ

อนันต์

กราฟแสดงปริมาณความต้องการและการบริโภคสแตนเลส

Global consolidation

Stainless steel all products consumption index and demand index development [2010=100]



ที่มา : ISSF (International Stainless Steel Forum)

การนำเข้าและส่งออกแผ่นสแตนเลสรีดร้อนและรีดเย็น

หลังจากที่ปริมาณการนำเข้าแผ่นสแตนเลสชนิดม้วนรีดร้อนและรีดเย็นจากต่างประเทศมีตัวเลขเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ แต่มาลดลงที่ในปีพ.ศ. 2558 ซึ่งคาดการณ์ว่าน่าจะเป็นผลมาจากราคาของนิกเกิลที่เป็นส่วนประกอบสำคัญในการผลิตสแตนเลสมีราคาลดลงอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ผู้ซื้อชะลอการซื้อและลดปริมาณสินค้าคงคลังเนื่องจากกลัวราคาจะลดต่ำลงไปอีก แต่หลังจากนั้นราคานิกเกิลเริ่มปรับทิศทางและทยอยปรับตัวสูงขึ้นโดยเฉพาะปลายปีพ.ศ.2560 ปริมาณการนำเข้าแผ่นสแตนเลสชนิดม้วนรีดร้อนและรีดเย็นกลับมามีปริมาณสูงขึ้นเหมือนในอดีต โดยปริมาณการนำเข้าในปีพ.ศ.2560 มีปริมาณใกล้เคียงกับปี พ.ศ. 2559

ตารางแสดงปริมาณการนำเข้าและส่งออกแผ่นเหล็กไร้สนิมชนิดม้วนรีดร้อนและรีดเย็นของประเทศไทย

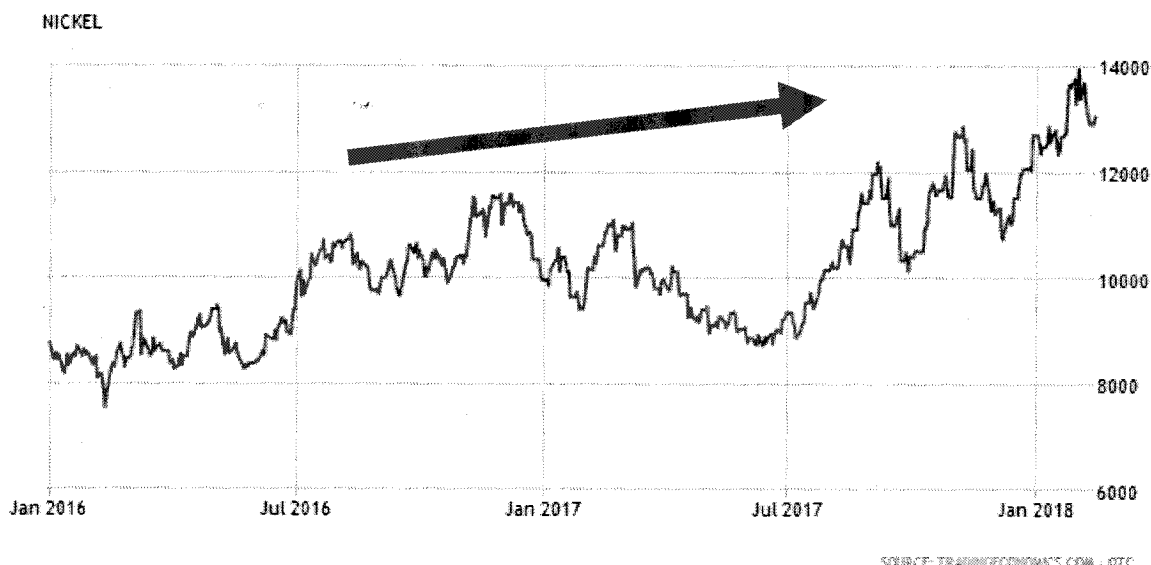
ระหว่างปี 2556 – 2560

หน่วย : ตัน	2556	2557	2558	2559	2560
ปริมาณการนำเข้า	394,367	448,529	365,055	431,445	431,447
ปริมาณการส่งออก	71,638	82,791	71,501	88,389	85,128

ที่มา : สถาบันเหล็กและเหล็กกล้าแห่งประเทศไทย

อนันต์

กราฟแสดงราคานิกเกิลในปี พ.ศ. 2559

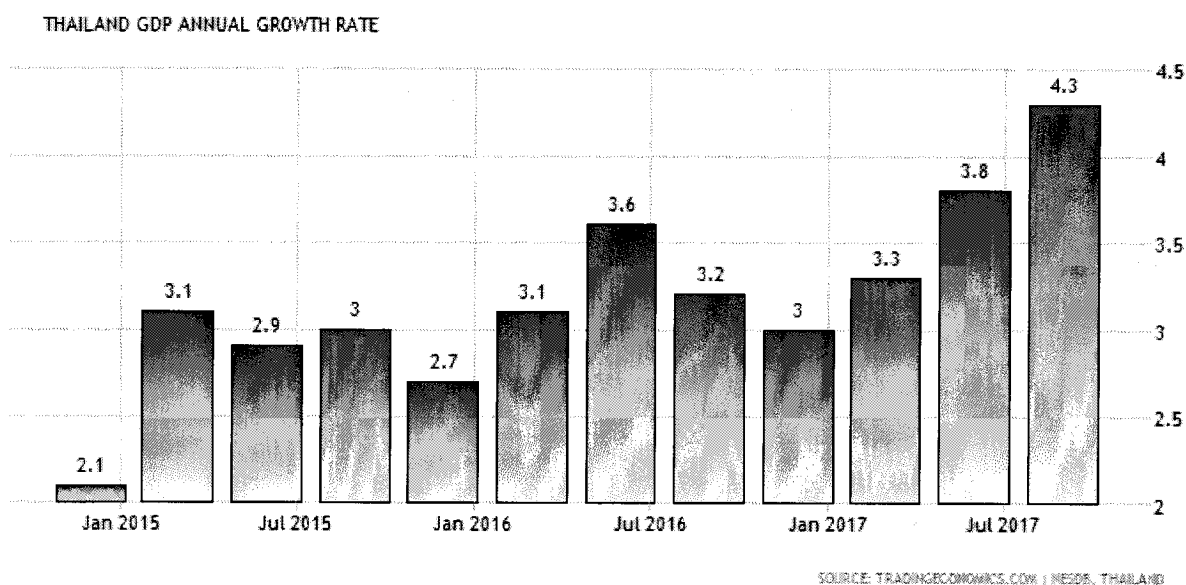


ที่มา : www.tradingeconomics.com / OTC

2.2.5 แนวโน้มสภาพตลาดในอนาคต

ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2558 สภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยที่มีเสถียรภาพมากขึ้น ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะในปีพ.ศ. 2560 ภาพรวมเศรษฐกิจดีขึ้นเรื่อยๆ ส่งผลให้การบริโภคสินค้าภายในประเทศมีปริมาณสูงขึ้น โครงการสาธารณูปโภคต่างๆ ได้เริ่มดำเนินการ แต่ถึงแม้ว่าเศรษฐกิจจะดีขึ้น แต่อย่างไรก็ดีสินค้าราคาต่ำก็ยังคงเป็นที่นิยมในผู้บริโภค จึงเป็นสาเหตุให้เกิดการพยายามนำเข้าสินค้าราคาต่ำเข้ามาสนองปริมาณความต้องการใช้งานที่มีสูงขึ้น แม้ว่าทางภาครัฐจะประกาศมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดของสินค้าจากบางประเทศ แต่ผู้นำเข้าบางส่วนยังสามารถหาสินค้าราคาต่ำเข้ามาจากประเทศอื่นๆ ได้

กราฟแสดงผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศไทย ระหว่างปีพ.ศ. 2558 – 2560



ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ตารางแสดงปริมาณการนำเข้าและส่งออกท่อสแตนเลสสำเร็จรูปแบบมีตะเข็บของประเทศไทย

ระหว่างปีพ.ศ. 2556 - 2560

หน่วย : ตัน	2556	2557	2558	2559	2560
ปริมาณการนำเข้า	27,298	36,599	53,062	36,660	26,510
ปริมาณการส่งออก	17,373	20,192	34,816	39,626	17,138
สุทธิ	9,925	16,407	18,246	-2,966	9,372

ที่มา : กรมศุลกากร - พิกัด 7305.3110.000, 7306.1110.000, 7306.1190.000, 7306.2100.000, 7306.4010.010, 7306.4010.020, 7306.4020.010, 7306.4020.020, 7306.4030.010, 7306.4030.020, 7306.4090.010, 7306.4090.020, 7306.6100.021, 7306.6100.022, 7306.4020.011, 7306.4020.012, 7306.4020.013, 7306.4020.014, 7306.4020.015, 7306.4020.016, 7306.4020.017, 7306.4020.018, 7306.4020.021, 7306.4020.022, 7306.4020.023, 7306.4020.024, 7306.4020.025, 7306.4020.026, 7306.4020.027, 7306.4020.028, 7306.4020.090, 7306.4030.090, 7306.4090.011, 7306.4090.012, 7306.4090.013, 7306.4090.014, 7306.4090.015, 7306.4090.016, 7306.4090.017, 7306.4090.018, 7306.4090.021, 7306.4090.022, 7306.4090.023, 7306.4090.024, 7306.4090.025, 7306.4090.026, 7306.4090.027, 7306.4090.028, 7306.4090.090, 7306.6110.021, 7306.6110.022, 7306.6190.110, 7306.6190.120

ในปี พ.ศ.2560 กรมศุลกากรได้ทำการจัดระเบียบพิกัดศุลกากรเพื่อให้มีการสำแดงสินค้าได้ถูกต้องตรงตามประเภทของสินค้าและชำระอากรถูกต้องตามที่กรมศุลกากรได้กำหนดไว้ เพื่อป้องกันการหลีกเลี่ยงภาษีนำเข้าทำให้มีพิกัดศุลกากรที่เกี่ยวข้องกับสินค้าประเภทท่อสแตนเลสเพิ่มขึ้นมากกว่าเดิม จากตารางแสดงปริมาณการนำเข้าและส่งออกท่อสแตนเลสสำเร็จรูปแบบมีตะเข็บของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2556 - 2560 ปริมาณนำเข้าท่อสแตนเลสสูงขึ้นมาจนกระทั่งปีพ.ศ. 2559 ที่กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ประกาศมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดสินค้าหลอดและท่อทำด้วยเหล็กกล้าไม่เป็นสนิม (ท่อสแตนเลส) ที่มีแหล่งกำเนิดจาก สาธารณรัฐเกาหลี สาธารณรัฐประชาชนจีน ไต้หวัน และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ทำให้ปริมาณการนำเข้าท่อสแตนเลสลดลงไป รวมทั้งเมื่อรวมกับผลกระทบในการจัดระเบียบพิกัดศุลกากร ทำให้ตัวเลขการนำเข้าและส่งออกดูลดลง แต่เมื่อดูตัวเลขสุทธิแล้วพบว่ายังเป็นการนำเข้าสุทธิถึง 9,372 ตันในปีพ.ศ. 2560

สำหรับแนวโน้มตลาดในอนาคต จากการที่เศรษฐกิจโลกกลับมาฟื้นตัว รวมถึงเศรษฐกิจไทยกำลังอยู่ในช่วงดีขึ้นทำให้โครงการต่างๆกลับมาดำเนินการและผูบริโภคมีกำลังการซื้อสินค้าสูงขึ้น สแตนเลสจึงเป็นทางเลือกหนึ่งสำหรับโครงการก่อสร้างที่จะมีเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งผู้บริโภคที่เริ่มผ่อนคลายจากภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวจะหันมาให้ความสำคัญด้านฟังก์ชันการใช้งานและความสวยงามมากขึ้นกว่าช่วงที่ผ่านมาที่ให้ความสำคัญกับเรื่องต้นทุนเป็นส่วนใหญ่ การใช้งานท่อสแตนเลสประเภทตกแต่งจึงมีแนวโน้มในการถูกใช้งานสูงขึ้นซึ่งสอดคล้องกับการพยากรณ์ของ Steel Market Intelligence ว่าจะมีปริมาณความต้องการการใช้งานท่อสแตนเลสสูงขึ้นโดยเฉพาะท่อสแตนเลสประเภทตกแต่งที่มีสัดส่วนการเติบโตสูงเมื่อเปรียบเทียบกับท่อประเภทอื่นๆ

2.2.6 คู่แข่งและภาวะการแข่งขัน

ตลาดท่อสแตนเลสในประเทศแต่เดิมเป็นการแข่งขันกันของผู้ผลิตภายในประเทศจำนวนประมาณ 12 ราย โดยเป็นรายใหญ่ประมาณ 6 ราย แต่หลังจากที่ประเทศจีนและไต้หวันเริ่มผลัดสินค้านำเข้ากระจายออกสู่ตลาดทั่วโลกด้วยราคาที่ต่ำ ทำให้มีผู้ประกอบการหลายรายนำสินค้านำเข้าเหล่านี้มาจำหน่ายในประเทศ สินค้าดังกล่าวเป็นสินค้าที่ราคาจะต่ำแต่ไม่เน้นเรื่องคุณภาพของตัวสินค้า ทำให้เกิดภาวะการแข่งขันด้านราคามากขึ้น แม้กระทั่งผู้ผลิตในประเทศบางรายก็ทนสภาวะการแข่งขันด้านราคากับสินค้านำเข้าไม่ไหว จึงผันตัวไป

เป็นผู้นำเข้าเสียเอง จนกระทั่งมีการประกาศมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดออกมาจากกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ช่วงปลายปีพ.ศ. 2559 ซึ่งมีผลบังคับใช้เป็นเวลา 5 ปี ทำให้สินค้านำเข้าจากประเทศจีนและเวียดนามลดปริมาณลงไป ส่วนสินค้านำเข้าจากประเทศไต้หวันได้รับผลกระทบเพียงเล็กน้อยเนื่องจากอัตราอากรการทุ่มตลาดไม่สูงมากนัก เมื่อเวลาผ่านไประยะหนึ่งผู้นำเข้าที่เคยนำสินค้าเข้าจากจีนก็หันไปหาแหล่งนำเข้าสินค้าแหล่งใหม่ซึ่งบางแห่งเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายที่เป็นการลงทุนจากประเทศจีนนั่นเอง ภาวะการแข่งขันด้านราคาจึงกลับมารุนแรงอีกครั้ง อย่างไรก็ตาม ภาวะดังกล่าวส่งผลกระทบต่อไม่มากนักกับบริษัท เนื่องจากบริษัทมีฐานลูกค้าเดิมที่เหนียวแน่น ทำธุรกิจกันมายาวนานและมีความเข้าใจในเรื่องของราคาและคุณภาพสินค้าเป็นอย่างดี ลูกค้ากลุ่มนี้คำนึงถึงผลกระทบที่อาจตามมาหากเสี่ยงทดลองขายหรือใช้สินค้าคุณภาพต่ำ ซึ่งจะทำให้เสียชื่อเสียงและเสียลูกค้าที่ค้าขายกันมา นอกจากนี้สินค้าของบริษัทยังความหลากหลายทั้งในด้านประเภทของการใช้งานทอสดนเลสรวมถึงขนาดของท่อที่มีความหลากหลายกว่าคู่แข่งในตลาด จึงสามารถรักษาส่วนแบ่งตลาดเดิมไว้ได้เกือบทั้งหมดและยังรักษาความเป็นผู้นำในตลาดมาอย่างต่อเนื่อง

ในตลาดต่างประเทศ สินค้าราคาต่ำจากจีนและไต้หวันยังสามารถพบเห็นได้ในหลายพื้นที่ซึ่งหลายประเทศก็ได้ดำเนินมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti-dumping) เพื่อปกป้องผู้ผลิตภายในประเทศแล้ว บริษัทพยายามอาศัยโอกาสนี้นำสินค้าเข้านำเสนอเพื่อเป็นทางเลือกแข่งขันกับผู้ผลิตในประเทศโดยเน้นเรื่องคุณภาพเป็นจุดขาย ในปีที่ผ่านมาบริษัทเน้นการขยายตลาดในโซนทวีปยุโรป และสามารถเพิ่มลูกค้าได้ในหลายประเทศ เช่น ประเทศสเปน ฝรั่งเศส เบลเยียม และ เนเธอร์แลนด์ เป็นต้น

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

2.3.1 จำนวนโรงงาน

โรงงานของบริษัทมีจำนวน 1 แห่ง ซึ่งตั้งอยู่ที่ 99 ถนนห้วยโป่ง-หนองบอน ตำบลห้วยโป่ง อำเภอเมือง จังหวัดระยอง เนื้อที่รวม 203-0-72.9 ไร่

2.3.2 กำลังการผลิตเต็มที่และปริมาณการผลิตจริง

ตารางแสดงกำลังการผลิตเต็มที่และกำลังการผลิตจริงแยกตามผลิตภัณฑ์ดังนี้

(หน่วย : ตัน)

ปี	ท่อ	แผ่น	เพลลา	อื่น ๆ	รวม
กำลังการผลิตเต็มที่ 2558	9,863	6,849	3,836	164	20,712
กำลังการผลิตเต็มที่ 2559 - 2560	13,325	6,849	3,836	164	24,174
กำลังการผลิตจริง					
2560	15,456	1,169	65	-	16,690
2559	13,385	1,175	-	-	14,560

อนันต์

2558	12,106	1,229	-	-	13,335
% การใช้กำลังการผลิต					
2560	116.00	17.07	1.70	-	69.05
2559	100.45	17.16	-	-	60.23
2558	122.75	17.95	-	-	64.39

กำลังการผลิตเต็มที่คำนวณจากกำลังการผลิตจากการผลิตวันละ 1 ทะละ 8 ชั่วโมง จาก 300 วัน

บริษัทมีนโยบายการผลิตที่สำคัญ คือ จะผลิตตามปริมาณที่ได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้าและจะผลิตเพิ่มอีกประมาณร้อยละ 20 เพื่อรองรับตามการคาดการณ์ยอดขายของเดือนถัดไป

2.3.3 วัดคุณภาพและผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตท่อสแตนเลสและแผ่นสแตนเลส คือ ม้วนสแตนเลสซึ่งมี 2 ประเภท คือ ม้วนสแตนเลสรีดร้อน (HOT ROLL) และม้วนสแตนเลสรีดเย็น (COLD ROLL) ส่วนวัตถุดิบอื่นได้แก่ ลวดสแตนเลส (Wire Rod) ใช้ในการผลิตเพลาสแตนเลส ในปี 2560 บริษัทมีสัดส่วนการใช้วัตถุดิบหลักของบริษัทประมาณร้อยละ 93 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด โดยประกอบด้วยม้วนสแตนเลสรีดร้อน และม้วนสแตนเลสรีดเย็นเท่ากับ 53 : 47 ตามลำดับ

ม้วนสแตนเลสที่บริษัทสั่งซื้อทั้ง 2 ประเภท จะมีขนาดหน้ากว้างมาตรฐานที่ประมาณ 1,000 - 1,600 มม. แต่จะมีความหนาต่างกัน โดยม้วนสแตนเลสรีดร้อนจะมีความหนาตั้งแต่ 2 มม. ขึ้นไป ส่วนม้วนสแตนเลสรีดเย็นจะได้จากการนำม้วนสแตนเลสรีดร้อนมารีดซ้ำ โดยผ่านกระบวนการใช้ความเย็นและมีความหนาตั้งแต่ 0.5 - 2.0 มม.

วัตถุดิบประเภทม้วนสแตนเลสรีดร้อนจะใช้เป็นวัตถุดิบกับงานการผลิตสินค้าที่มีความคงทนต่อแรงดันสูงและทนต่อความกัดกร่อนของกรดและด่างสูง ในขณะที่วัตถุดิบประเภทม้วนสแตนเลสรีดเย็นจะใช้เป็นวัตถุดิบกับงานการผลิตสินค้าสแตนเลสประเภทที่ใช้ในการตกแต่งอาคารบ้านเรือน และใช้สำหรับสินค้าสแตนเลสที่ไม่ต้องใช้ความดันสูง

แหล่งวัตถุดิบทั้งม้วนสแตนเลสรีดร้อนและม้วนสแตนเลสรีดเย็น สามารถจัดหาได้จากการนำเข้าจากต่างประเทศและจัดหาผู้ผลิตหรือตัวแทนจำหน่ายในประเทศได้ ในปี 2560 บริษัทได้มีการสั่งซื้อวัตถุดิบสแตนเลสรีดเย็นจากผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายทั้งในประเทศ 1 รายใหญ่ ประมาณร้อยละ 51.92 ของยอดซื้อวัตถุดิบทั้งหมด ทั้งนี้ ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัทไม่ได้จัดทำสัญญาซื้อขายกับผู้จำหน่ายดังกล่าว แต่อย่างไรก็ดี การสั่งซื้อในแต่ละคราวจะเป็นการสั่งซื้อล่วงหน้าประมาณ 1 - 3 เดือน ขึ้นอยู่กับแนวโน้มราคาวัตถุดิบและการคาดการณ์ของผู้บริหาร โดยหากราคาวัตถุดิบในช่วงขาขึ้น บริษัทจะซื้อล่วงหน้าในระยะเวลาที่ยาวนานกว่าในช่วงราคาวัตถุดิบขาลง จึงไม่มีปัญหาในการสั่งซื้อวัตถุดิบแต่อย่างใด นอกจากนี้บริษัทยังได้ซื้อวัตถุดิบสแตนเลสประเภทรีดร้อนและรีดเย็นจากผู้ผลิตและผู้แทนจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศอีก 24 ราย ซึ่งผู้ผลิตและผู้จำหน่ายดังกล่าวข้างต้นต่างก็มีความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัทมาเป็นระยะเวลานานและไม่เคยมีปัญหาในสั่งซื้อวัตถุดิบเช่นกัน

มูลค่าการซื้อขายวัตถุดิบในประเทศและต่างประเทศระหว่างปี 2558 – 2560

(หน่วย : ล้านบาท)

	<u>2558</u>	<u>2559</u>	<u>2560</u>
มูลค่าการซื้อขายวัตถุดิบในประเทศ	356	512	726
มูลค่าการซื้อขายวัตถุดิบต่างประเทศ	<u>540</u>	<u>495</u>	<u>385</u>
รวม	<u>896</u>	<u>1,007</u>	<u>1,111</u>

	<u>2558</u>	<u>2559</u>	<u>2560</u>
สัดส่วนการสั่งซื้อวัตถุดิบ (%)			
ในประเทศ	40	51	65
ต่างประเทศ	<u>60</u>	<u>49</u>	<u>35</u>
รวม	<u>100</u>	<u>100</u>	<u>100</u>

2.3.4 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการกำจัดมลภาวะที่เกิดจากกากหรือของเสียจากอุตสาหกรรมเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนและเป็นการรักษาสีสิ่งแวดล้อม จึงได้ว่าจ้างบริษัทในประเทศแห่งหนึ่งในการให้บริการกำจัดกากตะกอนจากระบบบำบัดโดยการเผาในเตา เผาปูนขาว รวมถึงการจ้างให้จัดเก็บรวบรวมและขนส่งของเสียเพื่อนำไปบำบัดหรือกำจัด

ในด้านสิ่งแวดล้อม บริษัทอยู่ภายใต้การควบคุมของกรมอุตสาหกรรมโรงงานโดยการดูแลของอุตสาหกรรมจังหวัดระยอง ซึ่งได้กำหนดให้บริษัทต้องจัดหาบริษัทที่ให้บริการกำจัดขยะอุตสาหกรรม โดยบริษัทได้ดำเนินการแล้วตามกล่าวข้างต้น และที่ผ่านมาบริษัทไม่เคยมีข้อพิพาทด้านสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

๐๕๖๖

3. ปัจจัยความเสี่ยง

3.1 ความเสี่ยงจากการประกอบธุรกิจ

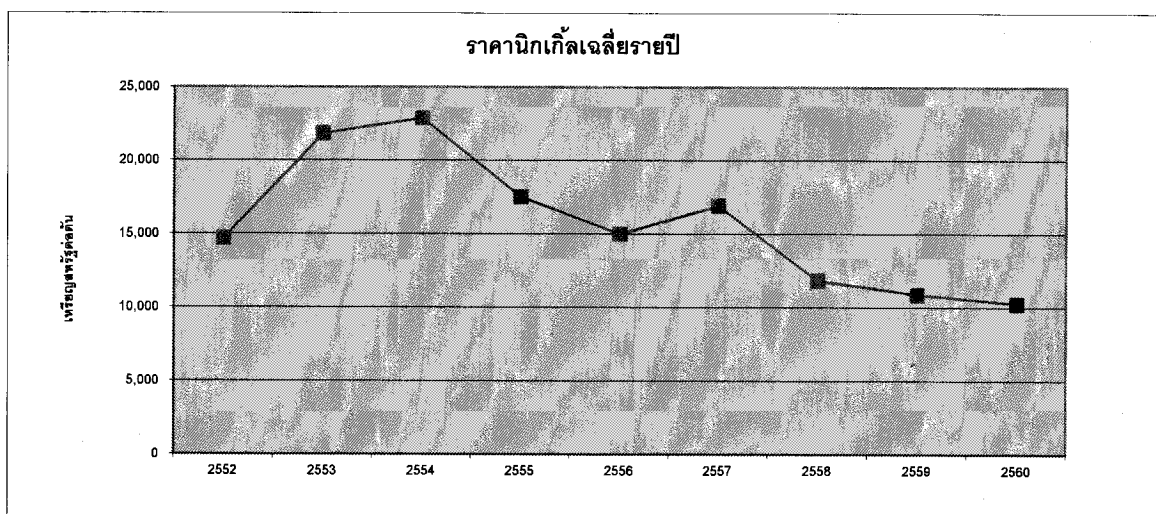
(1) ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารที่เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่

เนื่องจากปัจจุบันบริษัทบริหารงานโดยคณะกรรมการและผู้บริหารของบริษัท ซึ่งกรรมการและผู้บริหารของบริษัทรายหนึ่ง มีประสบการณ์การดำเนินธุรกิจสแตนเลสมากกว่า 44 ปี หากมีการเปลี่ยนแปลงกรรมการและผู้บริหารรายดังกล่าวเป็นบุคคลใหม่ที่ไม่มีความชำนาญด้านการผลิตและการตลาดของธุรกิจสแตนเลส โดยเฉพาะการตลาดภายในประเทศ อาจทำให้บริษัทมีความเสี่ยงเกี่ยวกับความอยู่รอดได้ อย่างไรก็ตาม กรรมการและผู้บริหารของบริษัทรายดังกล่าวมีความผูกพันกับบริษัท โดยทำงานอยู่กับบริษัทมาเป็นระยะเวลายาวนานและเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่

3.2 ความเสี่ยงเกี่ยวกับการผลิต

(1) ความเสี่ยงเกี่ยวกับความผันผวนของราคาวัตถุดิบ

เนื่องจากราคาวัตถุดิบทั้งสแตนเลสประเภทรีดร้อนและรีดเย็นนั้นเป็นสินค้าประเภท Commodity ซึ่งจะมีราคาเปลี่ยนแปลงตามราคาสถาตลาดโลก โดยจะมีราคาเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกับราคานิกเกิลซึ่งเป็นสินค้าประเภท Commodity และเป็นส่วนผสมหลักของสแตนเลสรีดร้อนและรีดเย็น ทั้งนี้เมื่อพิจารณาราคานิกเกิลจะพบว่ามีความผันผวนค่อนข้างมาก โดยที่ผ่านมามีการเปลี่ยนแปลงทั้งขึ้นและลง ราคาเฉลี่ยของนิกเกิลเพิ่มขึ้นอีกครั้งในปี 2553 – 2554 โดยเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 48 เมื่อเทียบกับปี 2552 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับปี 2553 และราคานิกเกิลกลับลดลงอีกในปี 2555 – 2556 โดยลดลงร้อยละ 23 เมื่อเทียบกับปี 2554 และลดลงร้อยละ 14 เมื่อเทียบกับปี 2555 แต่ราคานิกเกิลกลับเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.13 ในปี 2557 และกลับลดลงตลอดปี 2558 – 2560 ประมาณร้อยละ 5.8 ร้อยละ 8.7 และร้อยละ 5.68 ตามลำดับ จากความผันผวนของราคาวัตถุดิบดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อการจัดราคาขายและอัตรากำไรของบริษัท โดยบริษัทอาจจะไม่สามารถเพิ่มราคาขายได้ทันทีที่มีการปรับตัวสูงขึ้นของราคาวัตถุดิบ ทำให้ไม่สามารถใช้นโยบายการจัดราคาขายที่มีกำไรในอัตราร้อยละที่แน่นอนทุกคำสั่งซื้อจากลูกค้าได้ ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นจะผันแปรไปตามการเปลี่ยนแปลงของราคาวัตถุดิบ ทั้งนี้ ต้นทุนวัตถุดิบสแตนเลสประเภทรีดร้อนและรีดเย็นคิดเป็นร้อยละ 53 และร้อยละ 47 ของต้นทุนการใช้วัตถุดิบรวมในปี 2560



ที่มา : www.metalprices.com

๑๑๑๑

ทั้งนี้ บริษัทได้ลดความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบ โดยบริษัทจะพิจารณาดิตตามการเคลื่อนไหวของราคาวัตถุดิบอย่างใกล้ชิด เพื่อที่จะทราบแนวโน้มของราคาวัตถุดิบและนำมาใช้ในการคำนวณต้นทุนการผลิตและกำหนดราคาขาย ซึ่งในปัจจุบันบริษัทมีการพิจารณาสั่งซื้อวัตถุดิบเป็นรายสัปดาห์ ทั้งนี้ ช่วงที่ราคาวัตถุดิบอยู่ในช่วงขาขึ้น บริษัทจะทำสัญญาซื้อวัตถุดิบล่วงหน้าเป็นระยะเวลาประมาณ 2 - 3 เดือน สำหรับในช่วงที่ราคาวัตถุดิบอยู่ในช่วงขาลง บริษัทจะชะลอการสั่งซื้อวัตถุดิบลงหรือสั่งซื้อให้สอดคล้องกับปริมาณการผลิตที่มีอยู่ในขณะนั้นโดยไม่พยายามสั่งซื้อเพื่อเก็บวัตถุดิบไว้ในคลังสินค้า

(2) ความเสี่ยงเรื่องการขาดแคลนแรงงาน

ลักษณะของธุรกิจซึ่งเป็นธุรกิจที่ใช้แรงงานจำนวนมาก โดยที่รัฐบาลได้กำหนดให้มีการปรับค่าแรง เป็น 300 บาทต่อวัน และพนักงานที่จบปริญญาตรี 15,000 บาทต่อเดือน มีผลทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ประกอบกับการขยายตัวทางเศรษฐกิจทำให้เกิดการขาดแคลนแรงงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งแรงงานฝีมือ บริษัทจึงประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงานธรรมดาและแรงงานฝีมือ และยังมีผลทำให้ต้นทุนในการผลิตสูงขึ้น โดยบริษัทต้องจัดหาแรงงานจากประเทศใกล้เคียงมาชดเชย ซึ่งจะมีค่าใช้จ่ายในการจัดหาสูงกว่าการจัดหาแรงงานไทย

3.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน

(1) ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

วัตถุดิบของบริษัททั้งหมดจะมีลักษณะของการนำเข้าทั้งทางตรงและทางอ้อมกล่าวคือไม่มีผู้ผลิตวัตถุดิบสแตนเลสรีดร้อนในประเทศไทย และวัตถุดิบสแตนเลสประเภทรีดร้อน ก็ยังเป็นวัตถุดิบของผู้ผลิตสแตนเลสประเภทรีดเย็น ดังนั้นดูเหมือนหนึ่งว่าวัตถุดิบทั้งสองประเภทจะต้องนำเข้าจากต่างประเทศเกือบทั้งหมด ในขณะที่บริษัทมีสัดส่วนการจำหน่ายไปยังต่างประเทศในปี 2559 คิดเป็นร้อยละ 19 ของรายได้จากการขายและรับจ้างผลิต จึงไม่สามารถที่จะชดเชยความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนได้ทั้งหมด ดังนั้น บริษัทจึงมีความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนที่มีผลให้ต้นทุนวัตถุดิบมีความผันผวนได้ เนื่องจากราคาวัตถุดิบเมื่อแปลงค่าเป็นเงินบาทแล้วจะมีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวตามเสถียรภาพของค่าเงินบาท ทำให้ต้นทุนการผลิตของบริษัทมีการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วยขึ้นอยู่กับความมีเสถียรภาพของค่าเงินบาท ถึงแม้ว่าบริษัทจะพยายามป้องกันความเสี่ยงด้วยการซื้ออัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้าประมาณร้อยละ 80 จากการสั่งซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศแล้วก็ตาม

นอกจากนี้ บริษัทยังมีความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ จากการที่มีรายการค้ากับลูกหนี้การค้าและเจ้าหนี้การค้าที่เป็นสกุลเงินตราต่างประเทศ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมียอดลูกหนี้การค้าและเจ้าหนี้การค้าที่เป็นเงินตราต่างประเทศที่ไม่ได้ทำสัญญาป้องกันความเสี่ยงดังนี้

สกุลเงิน	ลูกหนี้การค้า		อัตราแลกเปลี่ยน 31 ธ.ค. 2560	เจ้าหนี้การค้า		เงินกู้ยืมตราสารหนี้		อัตราแลกเปลี่ยน 31 ธ.ค. 2560
	สกุลเงินต่างประเทศ	มูลค่าเทียบเท่าเงินบาท		สกุลเงินต่างประเทศ	มูลค่าเทียบเท่าเงินบาท	สกุลเงินต่างประเทศ	มูลค่าเทียบเท่าเงินบาท	
ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา	425,213.70	13,825,653.38	32.5146	3,345,302.10	109,883,807.14	1,145,659.10	37,631,693.59	32.8472
ยูโร				81,320.00	3,203,503.81			39.3938

อนันต์

จากตารางข้างต้นจะพบว่า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 ลูกหนี้การค้าที่เป็นเงินตราต่างประเทศไม่ได้ทำสัญญาป้องกันความเสี่ยงเมื่อแปลงค่าเป็นเงินบาท โดยคำนวณจากอัตราแลกเปลี่ยนข้างต้นมีจำนวน 13.83 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6 ของลูกหนี้การค้ารวม บริษัทมีเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้ค่าซื้อวัตถุดิบที่เป็นเงินตราต่างประเทศ ไม่ได้ทำสัญญาป้องกันความเสี่ยง เมื่อแปลงค่าเป็นเงินบาท โดยคำนวณจากอัตราแลกเปลี่ยนข้างต้นมีจำนวนเงิน 150.72 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนของเจ้าหนี้ทั้งหมดประมาณร้อยละ 19.40

(2) ความเสี่ยงความไม่เพียงพอของเงินทุนหมุนเวียน

จากลักษณะธุรกิจของบริษัทที่ต้องมีการซื้อวัตถุดิบส่วนใหญ่เป็นเงินสด ในขณะที่ต้องมีการขายสินค้าให้กับลูกค้าเป็นเงินเชื่อ ทำให้บริษัทมีความจำเป็นต้องใช้เงินทุนหมุนเวียนเป็นจำนวนที่สูง ซึ่งส่งผลให้บริษัทมีต้นทุนการใช้เงินทุนหมุนเวียนสูงตามไปด้วย โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมีลูกหนี้การค้าและสินค้าคงเหลือเป็นจำนวน 230 ล้านบาท และ 915 ล้านบาทตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 7 และ 28 ของสินทรัพย์รวมตามลำดับ ในขณะที่มีเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินเพื่อซื้อวัตถุดิบและเจ้าหนี้การค้าเพื่อซื้อวัตถุดิบและวัสดุสิ้นเปลืองเป็นจำนวนเงินรวม 355 ล้านบาท และ 422 ล้านบาทตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 32 และ 38 ของหนี้สินรวมตามลำดับ ในขณะที่ปัจจุบันบริษัทได้รับการสนับสนุนด้านเงินทุนหมุนเวียนจากธนาคารในประเทศแห่งหนึ่ง โดยมีที่ดิน อาคาร และสำนักงานห้องชุดเป็นหลักประกันหนี้ต่อสถาบันการเงินดังกล่าวเป็นจำนวนเงินประมาณ 950 ล้านบาท ซึ่งเมื่อเทียบกับการลงทุนในลูกหนี้การค้าและสินค้าคงเหลือแล้ว ยังมีน้อยกว่าถึง 368 ล้านบาท

3.4 ความเสี่ยงต่อการลงทุนของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์

(1) ความเสี่ยงการจ่ายเงินปันผล

แม้ว่าบริษัทได้ปฏิบัติตามแผนฟื้นฟูกิจการและได้ออกจากการดำเนินงานภายใต้ศาลล้มละลายกลางเมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2558 แต่ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทและบริษัทย่อยมีกำไรสุทธิที่เป็นส่วนของบริษัทใหญ่จำนวน 6.56 ล้านบาท และบริษัทมีกำไรสุทธิประมาณ 8.43 ล้านบาท และบริษัทยังคงมีขาดทุนสะสมคงเหลือประมาณ 112.34 ล้านบาท จึงทำให้บริษัทยังไม่มีความสามารถที่จะจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นภายในระยะเวลา 2-3 ปีข้างหน้า

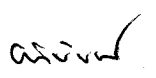
(2) ความเสี่ยงจากการถูกควบคุมเสี่ยงของที่ประชุมผู้ถือหุ้นจากกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่

กลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท ได้แก่ ครอบครัวลีลาประชากุล ประกอบด้วย นายรชต ลีลาประชากุล และ นางสาวมณฑิรา ลีลาประชากุล (รวมกันเรียกว่า “กลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่”) ถือหุ้นคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 39.65 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้ทั้งหมดของบริษัท และนายรชต ลีลาประชากุล เป็นกรรมการผู้มีอำนาจลงนาม และเป็นผู้บริหารของบริษัทด้วย จึงทำให้กลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่เป็นผู้มีอำนาจในการบริหารจัดการและควบคุมคะแนนเสียงในการลงมติที่สำคัญได้เกือบทั้งหมด ยกเว้นในเรื่องกฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทกำหนดให้ต้องได้รับเสียงในการประชุมผู้ถือหุ้นด้วยคะแนนเสียงไม่น้อยกว่า 3 ใน 4 ของจำนวนหุ้นที่เข้าประชุมและมีสิทธิออกเสียง หรือในการนี้กำหนดให้สิทธิออกเสียงคัดค้านได้ ดังนั้นผู้ถือหุ้นรายอื่นที่เข้าร่วมประชุมและมีสิทธิออกเสียงอาจจะไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อคัดค้านหรือถ่วงดุลการบริหารของกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ได้

อย่างไรก็ดี โครงสร้างการจัดการของบริษัท ประกอบด้วยคณะกรรมการและคณะกรรมการตรวจสอบ โดยมีการกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่อย่างชัดเจน อีกทั้งในองค์ประกอบของคณะกรรมการตรวจสอบ ยัง

อนิจา

ประกอบด้วยกรรมการอิสระ 3 ท่าน ที่เป็นผู้มีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจและมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงบการเงินและรายงานทางการเงินต่าง ๆ จึงมีส่วนช่วยในการดำเนินงานของคณะกรรมการและคณะกรรมการตรวจสอบเป็นไปอย่างมีระบบ โปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ นอกจากนี้ จำนวนกรรมการอิสระในคณะกรรมการมีถึง 5 ท่าน จากคณะกรรมการทั้งหมด 7 ท่าน หรือคิดเป็นร้อยละ 71



4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 รายละเอียดทรัพย์สินของบริษัทที่ใช้ประกอบธุรกิจ สรุปได้ดังนี้

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (บาท) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
<p>ที่ดิน อาคารและสิ่งปลูกสร้าง</p> <ul style="list-style-type: none"> - ที่ดิน ต.ลำโรงใต้ อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ โฉนดที่ดิน เลขที่ 50967, 72677, 111382 เนื้อที่รวมประมาณ 3 ไร่ 2 งาน 280 ตารางวา - ที่ดิน ต.ห้วยโป่ง อ.เมืองระยอง จ.ระยอง โฉนดที่ดินเลขที่ 17814, 17815, 17816, 17817 เนื้อที่รวมประมาณ 204-0-72.9 ไร่ - อาคารโรงงาน สนามเทนนิส อาคารโรงยิม และบ้านพัก ผู้บริหาร ต.ห้วยโป่ง อ.เมืองระยอง จ.ระยอง - อาคารโรงงานสูง 1 ชั้น เนื้อที่ใช้สอยประมาณ 2,400 ตารางเมตร ต.ลำโรงใต้ อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ - กรรมสิทธิ์ห้องชุดเลขที่ 170/25 - 170/28 โดยมีพื้นที่ทั้งหมด 1,045.90 ตารางเมตร 	<p>36,075,000</p> <p>154,861,350</p> <p>123,160,373</p> <p>13,955,728</p> <p>34,385,460</p>	บริษัทเป็นเจ้าของ	<p>ติดจำนองกับธนาคารในประเทศแห่งหนึ่ง มูลค่า 665 ล้านบาท</p>
เครื่องจักรและอุปกรณ์ประเภทเครื่องผลิตท่อและแผ่นเหล็กกล้าไร้สนิม	495,170,197	บริษัทและบริษัทย่อยเป็นเจ้าของ	
เครื่องใช้สำนักงาน	14,975,005	บริษัทและบริษัทย่อยเป็นเจ้าของ	
เครื่องตกแต่งและติดตั้ง	1,216,740	บริษัทและบริษัทย่อยเป็นเจ้าของ	
ยานพาหนะ	3,767,900	บริษัทและบริษัทย่อยเป็นเจ้าของ	
สินทรัพย์ระหว่างติดตั้ง	997,126,274	บริษัทเป็นเจ้าของ	ติดจำนองกับธนาคารในประเทศแห่งหนึ่ง มูลค่า 367.72 ล้านบาท
รวมที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ (สุทธิ)	1,874,694,027		

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทยังไม่มีนโยบายการลงทุนเพิ่มเติมในบริษัทย่อยแต่อย่างใด

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

- ไม่มี -

asw ✓

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

บริษัท ไทย-เยอรมัน โปรดัคส์ จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายท่อสแตนเลส แผ่นสแตนเลส เพลสแตนเลส และอุปกรณ์สแตนเลส ภายใต้เครื่องหมายการค้า TGPRO นอกจากนี้ บริษัท ไทย-เยอรมัน โปรดัคส์ จำกัด (มหาชน) ยังดำเนินการเป็นผู้รับจ้างผลิตให้กับลูกค้าทั่วไป โดยมีรายละเอียดของข้อมูลทั่วไปดังนี้

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ โรงงานและคลังสินค้าที่ 1

99 ถนนห้วยโป่ง - หนองบอน

ตำบลห้วยโป่ง อำเภอเมือง

จังหวัดระยอง

โทรศัพท์ 0-38606-061-5

โทรสาร 0-38606-066

ที่ตั้งสำนักงานขาย

170/25-28 อาคารโอเชียนทาวเวอร์ 1 ชั้น 10,

ซอยสุขุมวิท 16 ถนนรัชดาภิเษกตัดใหม่ แขวง

คลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์ 0-2261-9955

โทรสาร 0-2261-2959

ที่ตั้งคลังสินค้าที่ 2

36 หมู่ที่ 2 ถนนปู่เจ้าสมิงพราย ตำบลสำโรง

อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

โทรศัพท์ 0-2398-6868, 0-2398-6870

โทรสาร 0-2398-6867

เลขทะเบียนบริษัท

0107537002371

HOME PAGE

WWW.TGPRO.CO.TH

ทุนจดทะเบียน

- หุ้นสามัญ

12,128,398,600 หุ้น

- มูลค่าหุ้น

0.20 บาท

ทุนที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว

- หุ้นสามัญ

10,583,321,600 หุ้น

- มูลค่าหุ้น

0.20 บาท

อนันต์

6.2 ข้อมูลทั่วไปของบริษัทย่อย

บริษัทมีบริษัทย่อยจำนวน 2 บริษัท ได้แก่ บริษัท โฮม เดคโค จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท ที จี โปร ไฮเกรด จำกัด) และบริษัท ที จี โปร เทรดิง จำกัด โดยมีรายละเอียดดังนี้

6.2.1 บริษัท โฮม เดคโค จำกัด

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่

170/33 อาคารโอเชียนทาวเวอร์ 1 ชั้น 12

ซอยสุขุมวิท 16 ถนนรัชดาภิเษกตัดใหม่

แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ

10110

โทรศัพท์ 0-2261-9655

โทรสาร 0-2261-2959

เลขทะเบียนบริษัท

0105552131737

ทุนจดทะเบียน

- หุ้นสามัญ

3,000,000 หุ้น

- มูลค่าหุ้น

10 บาท

ทุนที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว

- หุ้นสามัญ

3,000,000 หุ้น

- มูลค่าหุ้น

10 บาท

ผู้ถือหุ้น

บริษัท ไทย-เยอรมัน โปรดักส์ จำกัด (มหาชน) 99%

นายรชต ลีลาประชากร 0.8%

นายอภิรักษ์ รัชฎสมบัติ 0.1%

นางสาวเจน สิมิตตานันท์ 0.1%

6.2.2 บริษัท ที จี โปร เทรดิง จำกัด

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่

170/25-28 อาคารโอเชียนทาวเวอร์ 1 ชั้น 10,

ซอยสุขุมวิท 16 ถนนรัชดาภิเษกตัดใหม่

แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์ 0-2261-9955

โทรสาร 0-2261-2959

เลขทะเบียนบริษัท

0105552131907

ทุนจดทะเบียน

- หุ้นสามัญ	300,000	หุ้น
- มูลค่าหุ้น	10	บาท

ทุนที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว

- หุ้นสามัญ	300,000	หุ้น
- มูลค่าหุ้น	10	บาท

ผู้ถือหุ้น

บริษัท ไทย-เยอรมัน โปรดักส์ จำกัด (มหาชน)	99%
นายรชต สีลาประชากุล	0.8%
นายอภิรักษ์ รัชฎสมบัติ	0.1%
นางสาวเจน สิมัตตานันท์	0.1%

6.3 ข้อมูลทั่วไปอื่น ๆ

นายทะเบียนหุ้นสามัญของบริษัท

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย)
จำกัด เลขที่ 93 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่ง
ประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก เขตดินแดง
กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ 0-2009-9999
โทรสาร 0-2009-0001

ผู้สอบบัญชี

นายเชษฐา หังสพฤกษ์
บริษัท กรินทร์ ออดิท จำกัด
เลขที่ 138 อาคารบุญมิตร ชั้น 6 ห้องบี 1
ถนนสีลม แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก
กรุงเทพฯ 10500
โทรศัพท์ 0-2634-2484-6
โทรสาร 0-2634-2668

ที่ปรึกษากฎหมาย

นายสุธี ผ่องไพบูลย์
สำนักงานกฎหมายสุธี ผ่องไพบูลย์
1999/23 ดิสทริค ศรีวรา
ซอยลาดพร้าว 94 (ปัญจมิตร) ถนนศรีวรา
แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310
โทรศัพท์ 0-2538-4888
โทรสาร 0-2539-2799

