

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ไทย-เยอรมัน โปรดักส์ จำกัด (มหาชน) มีชื่อเป็นภาษาอังกฤษว่า THAI-GERMAN PRODUCTS PUBLIC COMPANY LIMITED ได้จดทะเบียนก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 12 เมษายน 2516 ภายใต้ชื่อบริษัท อุตสาหกรรมทอ สเตนเลสไทย (2516) จำกัด โดย นายประชา ลีลาประชากุล และครอบครัว บริษัทมีทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 12,000,000 บาท มีกำลังการผลิตเริ่มต้นเพียง 600 ตันต่อปี โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการผลิตและจำหน่ายทอ สเตนเลส และเป็นผู้ผลิตทอ สเตนเลสรายแรกและรายใหญ่ของประเทศไทย เพื่อตอบสนองต่อความต้องการใช้ สเตนเลสของภาคอุตสาหกรรมในประเทศและต่างประเทศที่เพิ่มขึ้น ทำให้บริษัทมีการขยายกำลังการผลิตทอ สเตนเลสอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งได้ขยายการผลิตสู่สินค้าสเตนเลสประเภทใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ครบวงจร เช่น แผ่นสเตนเลส อุปกรณ์สเตนเลส เป็นต้น จนทำให้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีกำลังการผลิตเต็มทีประมาณ 38,000 ตันต่อปี

บริษัทมีบริษัทย่อย 2 บริษัท คือ

1. บริษัท โฮม เดคโค จำกัด มีชื่อเป็นภาษาอังกฤษว่า HOME DECCO CO., LTD. เริ่มประกอบธุรกิจโดยการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สเตนเลส โดยใช้วัตถุดิบเกรด 201 ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2558 ถึงปี 2563 และเมื่อวันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2560 บริษัท โฮม เดคโค จำกัด ได้เปลี่ยนไลน์ธุรกิจใหม่ โดยเปิดร้านค้าชื่อว่า The Museum ตั้งอยู่ที่ ทีซี กรีน อาคาร D 884/7 ถนนริมคลองสามเสน แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310 และเป็นผู้จำหน่ายเครื่องเสียงระบบไฮเอนด์ ยี่ห้อ Daniel Hertz SA จากประเทศสวิสเซอร์แลนด์ ยี่ห้อ Von Schweikert จากประเทศสหรัฐอเมริกา ยี่ห้อ KenKreisel จากประเทศสหรัฐอเมริกา และเครื่องขยายเสียง (Amplifier) ยี่ห้อ VAC (Valve Amplification Company) จากประเทศสหรัฐอเมริกา และอุปกรณ์เชื่อมต่อ ยี่ห้อ Master Built และ ยี่ห้อ Wunder จากประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

2. บริษัท เวิลด์ คลาส สมาร์ท ฟาร์ม จำกัด มีชื่อเป็นภาษาอังกฤษว่า WORLD CLASS SMART FARM CO., LTD. โดยมีวัตถุประสงค์ดำเนินธุรกิจด้านเกษตร ตั้งแต่การเตรียมการเพาะปลูก การบริหารจัดการด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ การแปรรูปผลผลิต จนถึงการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในรูปแบบโครงการ “เกษตรดิจิทัล 4.0” อีกทั้งดำเนินการขาย และ/หรือ ให้เช่าที่ดิน เพื่อใช้ประโยชน์สำหรับการเกษตร และ/หรือ ที่อยู่อาศัย ซึ่งบริษัท เวิลด์ คลาส สมาร์ท ฟาร์ม จำกัด ได้เริ่มดำเนินการเพาะปลูกผักและผลไม้ โดยใช้ชื่อยี่ห้อ “Fuji Meiji” และจัดจำหน่ายตั้งแต่ไตรมาส 2 ของปี 2562 เป็นต้นมา ปัจจุบันได้จำหน่ายผักและผลไม้ให้แก่โรงแรมและร้านอาหาร อีกทั้งการออกร้านตามตลาดนัด สำนักงาน และการออกบูธแสดงสินค้า

นอกจากนี้ ตั้งแต่ไตรมาสที่สองของปี 2563 บริษัท เวิลด์ คลาส สมาร์ท ฟาร์ม จำกัด ได้เริ่มทำการจำหน่ายและติดตั้งโรงเรือนเพาะชำเพื่อการเกษตรที่ทำด้วยทอ สเตนเลส

1.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ เป้าหมายของบริษัท

1.1.1 วิสัยทัศน์ (VISION)

มุ่งมั่นที่จะรักษาความเป็นเลิศในการผลิตท่อสแตนเลสที่มีคุณภาพระดับสากล โดยยังคงรักษาความเป็นผู้นำทางการตลาดของท่อสแตนเลสในประเทศไทย 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

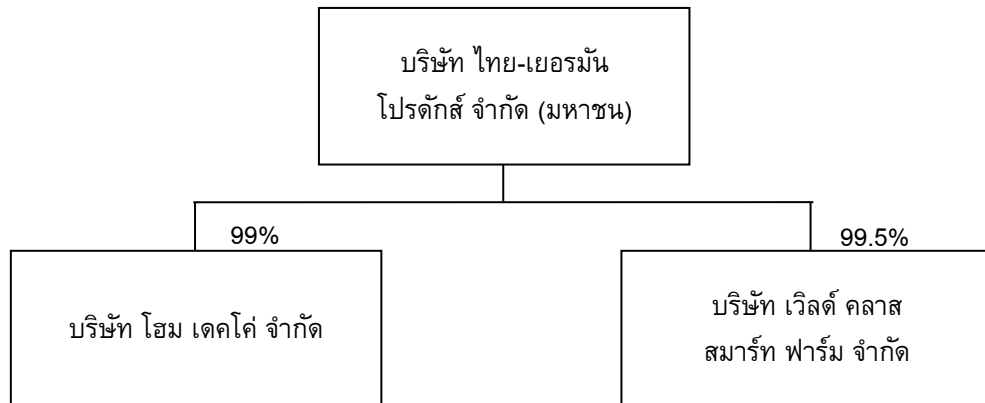
บริษัทยังคงเน้นการเติบโตของยอดขายโดยมีเป้าหมายในการรักษาความเป็นผู้นำ ทั้งการผลิต และจำหน่ายท่อสแตนเลสภายในประเทศไทย และขยายสู่ตลาดต่างประเทศมากขึ้น

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 โดยการเพิ่มผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น แผ่นสแตนเลส แบนสแตนเลส และท่อสแตนเลสหน้าตัดสี่เหลี่ยม เป็นต้น
18 มกราคม 2538	หุ้นสามัญของบริษัทได้รับอนุญาตให้เข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
มิถุนายน 2538	ก่อสร้างโรงงานที่จังหวัดระยอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขยายกำลังการผลิตท่อสแตนเลสและแผ่นสแตนเลส โดยมีเนื้อที่รวม 204-0-72.9 ไร่
ปี 2539	บริษัทได้รับอนุมัติจากสำนักงาน BOI
ปี 2539 - 2540	บริษัทได้รับมาตรฐาน ISO 9001 Version 2008 จากสถาบัน RWTÜV (THE TUV CERT 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
2 ธันวาคม 2553	ศาลล้มละลายกลางมีคำสั่งให้บริษัทเข้าฟื้นฟูกิจการภายใต้กระบวนการของศาลล้มละลายกลาง และแต่งตั้งบริษัทเป็นผู้ทำแผน

วัน เดือน ปี	รายละเอียด
เมษายน 2555	บริษัทได้ชำระหนี้สินแผนฟื้นฟูกิจการครบถ้วนแล้ว แต่ยังไม่ได้นำดำเนินการกระบวนการออกจากศาลล้มละลายกลาง
14 มีนาคม 2556	บริษัทได้รับใบอนุญาตแสดงเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก. 1439 - 2540) สำหรับท่อสแตนเลสสำหรับเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน
4 กรกฎาคม 2557 และ 9 เมษายน 2558	บริษัทได้เพิ่มทุนชำระแล้วจากผู้ถือหุ้นเดิม เป็นจำนวนเงิน 269.68 ล้านบาท และ 447.16 ล้านบาท ตามลำดับ และได้นำไปจดทะเบียนที่กระทรวงพาณิชย์เรียบร้อยแล้ว
5 ตุลาคม 2558	บริษัทได้ชำระหนี้สินครบถ้วน และศาลมีคำสั่งยกเลิกการฟื้นฟูกิจการ บริษัทได้เพิ่มทุนชำระแล้วจากการแปลงสภาพจากผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิ (TGPRO-W1) เป็นจำนวนเงิน 126.10 ล้านบาท และได้นำไปจดทะเบียนที่กระทรวงพาณิชย์เรียบร้อยแล้ว
7 มกราคม 2559	บริษัทได้เพิ่มทุนชำระแล้วจากการแปลงสภาพจากผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิ (TGPRO-W1) ครั้งที่ 2 เป็นจำนวนเงิน 372 บาท และได้นำไปจดทะเบียนที่กระทรวงพาณิชย์เรียบร้อยแล้ว
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
17 กุมภาพันธ์ 2560	บริษัท โฮม เดคโค จำกัด ได้เปลี่ยนไลน์ธุรกิจใหม่ เป็นผู้จำหน่ายเครื่องเสียงระบบไฮเอนด์ เครื่องขยายเสียง และอุปกรณ์เชื่อมต่อ
26 ธันวาคม และ 27 ธันวาคม 2560	บริษัทได้เพิ่มทุนจดทะเบียนจำนวน 2 หุ้น และเปลี่ยนแปลงทุนชำระแล้ว จำนวนเงิน 0.40 บาท และจดทะเบียนที่กระทรวงพาณิชย์เรียบร้อยแล้ว
4 มกราคม 2561	บริษัทจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้โดยการรวมหุ้นของบริษัท และแก้ไขเพิ่มเติมหนังสือบริคณห์สนธิของบริษัท ข้อ 4. ต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์เรียบร้อยแล้ว
	บริษัทได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) ท่อเหล็กกล้าไร้สนิม (สแตนเลส) ดังต่อไปนี้ - มอก. 1006 – 2558 ท่อสแตนเลสใช้งานในอุณหภูมิสูงและทนการกัดกร่อนได้ดี - มอก. 1439 – 2558 ท่อสแตนเลสใช้ในงานแลกเปลี่ยนความร้อน - มอก. 2676 – 2558 ท่อสแตนเลสใช้ในงานอุตสาหกรรมทั่วไป - มอก. 2689 – 2558 ท่อสแตนเลสใช้ในงานตกแต่ง
27 มีนาคม 2561	บริษัทได้รับใบรับรองคุณภาพ 3A จากประเทศสหรัฐอเมริกา สำหรับท่อที่ใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร
7 กันยายน 2561	บริษัทได้เพิ่มทุนชำระแล้วจากผู้ถือหุ้นเดิม เป็นจำนวนเงิน 243.06 ล้านบาท และได้นำไปจดทะเบียนที่กระทรวงพาณิชย์เรียบร้อยแล้ว
28 ตุลาคม 2561	บริษัทได้รับใบรับรองคุณภาพ PED จากประเทศเยอรมนี สำหรับท่อแรงดันสูง
14 พฤศจิกายน 2561	คณะกรรมการบริษัทมีมติอนุมัติจัดตั้งบริษัทย่อย “บริษัท เวลด์ คลาส สมาร์ท ฟาร์ม จำกัด” บริษัทถือหุ้นในบริษัทย่อยร้อยละ 99.50 โดยมีวัตถุประสงค์ดำเนินธุรกิจด้านการเกษตร ตั้งแต่การเตรียมการเพาะปลูก การบริหารจัดการด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ การแปรรูปผลผลิต จนถึงการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในรูปแบบโครงการ “เกษตรดิจิทัล 4.0” อีกทั้ง ดำเนินการขาย และ/หรือ ให้เช่าที่ดิน เพื่อใช้ประโยชน์สำหรับการเกษตร และ/หรือ เพื่อยู่ออาศัย
ไตรมาส 2 ปี 2562	บริษัท เวลด์ คลาส สมาร์ท ฟาร์ม จำกัด จำหน่ายผักและผลไม้ให้แก่โรงแรมและร้านอาหาร เช่น S15 Sukhumvit Hotel, S31 Sukhumvit Hotel, S33 Compact Sukhumvit Hotel, Swissotel Bangkok, Park Plaza Bangkok, ร้าน May Veggie Home, ร้านคุณเชิญ เอกมัย และ ร้าน Brown Sugar Dessert & Café เป็นต้น อีกทั้งการออกร้านตามตลาดนัด สำนักงาน และการออกบูธแสดงสินค้า

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



บริษัทมีบริษัทย่อยจำนวน 2 บริษัท คือ

1. บริษัท โฮม เดคโค จำกัด โดยบริษัทถือหุ้นในอัตราร้อยละ 99.00 หุ้นส่วนที่เหลือประกอบด้วย นายรชต ลีลาประชากุล ถือหุ้นร้อยละ 0.90 และนายอภิสิทธิ์ รัชฎสมบัติ ถือหุ้นร้อยละ 0.10
2. บริษัท เวลต์ คลาส สมาร์ท ฟาร์ม จำกัด โดยบริษัทถือหุ้นในอัตราร้อยละ 99.50 หุ้นส่วนที่เหลือประกอบด้วย นายรชต ลีลาประชากุล ถือหุ้นร้อยละ 0.40 นายอภิสิทธิ์ รัชฎสมบัติ ถือหุ้นร้อยละ 0.05 และนายธำรงค์ เชียร์เตชากุล ถือหุ้นร้อยละ 0.05

1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

บริษัทไม่ได้มีการดำเนินธุรกิจที่มีความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นรายใหญ่แต่อย่างใด ไม่ว่าจะเป็นการพึ่งพิงหรือการแข่งขันก็ตาม

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท ไทย-เยอรมัน โปรดักส์ จำกัด (มหาชน)

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

บริษัทมีการจำหน่ายสินค้าทั้งในประเทศและส่งออกไปยังต่างประเทศ โดยในปี 2563 สัดส่วนการจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศเท่ากับ 88 : 12 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 2563 บริษัทมีสัดส่วนการขายผ่านบริษัทผู้ค้าส่งและขายไปยังลูกค้าโดยตรงเท่ากับ 73 : 27

ปัจจุบันบริษัทมีโรงงานจำนวน 1 แห่ง ตั้งอยู่ที่อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง เนื้อที่รวมประมาณ 204 ไร่ มีกำลังการผลิตเต็มที่ต่อหนึ่งกะการผลิตของท่อสแตนเลส แผ่นสแตนเลส เพลสแตนเลส และอุปกรณ์ สแตนเลส อื่นๆ รวมประมาณ 38,000 ตันต่อปี

บริษัท โฮม เดคโค จำกัด

บริษัท โฮม เดคโค จำกัด ดำเนินธุรกิจเป็นผู้จำหน่ายเครื่องเสียง เครื่องขยายเสียง และอุปกรณ์เชื่อมต่อ โดยเปิดร้านค้าชื่อว่า The Museum ตั้งอยู่ที่ ทีซีกรีน อาคาร D 884/7 ถนนริมคลองสามเสน แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310 และเป็นผู้จำหน่ายเครื่องเสียงระบบไฮเอนด์ ยี่ห้อ Daniel Hertz SA จากประเทศสวีเดนแลนด์ ยี่ห้อ Von Schweikert จากประเทศสหรัฐอเมริกา ยี่ห้อ KenKreisel จากประเทศสหรัฐอเมริกา และเครื่องขยายเสียง (Amplifier) ยี่ห้อ VAC (Valve Amplification Company) จากประเทศสหรัฐอเมริกา และอุปกรณ์เชื่อมต่อ ยี่ห้อ Master Built และยี่ห้อ Wunder จากประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

บริษัท เวิลด์ คลาส สมาร์ท ฟาร์ม จำกัด

บริษัท เวิลด์ คลาส สมาร์ท ฟาร์ม จำกัด ดำเนินธุรกิจโดยการเพาะปลูกผักและผลไม้ โดยใช้ชื่อยี่ห้อ “Fuji Meiji” ปัจจุบันได้จำหน่ายผักและผลไม้ให้แก่โรงแรมและร้านอาหาร เช่น S15 Sukhumvit Hotel, S31 Sukhumvit Hotel, S33 Compact Sukhumvit Hotel, Swissotel Bangkok, Park Plaza Bangkok, ร้าน May Veggie Home, ร้าน คุณเชิญ เอกมัย และ ร้าน Brown Sugar Dessert & Café เป็นต้น อีกทั้งการออกร้านตามตลาดนัด สำนักงาน และการออกบูธแสดงสินค้า

นอกจากนี้ ตั้งแต่ไตรมาสสองของปี 2563 เป็นต้นไป บริษัท เวิลด์ คลาส สมาร์ท ฟาร์ม จำกัด ได้เริ่มทำการจำหน่ายและติดตั้งโรงเรือนเพาะชำเพื่อการเกษตรที่ทำด้วยท่อสแตนเลส

โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ตามผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทมีรายละเอียดดังนี้

(หน่วย : ล้านบาท)

ผลิตภัณฑ์	ดำเนินการโดย	ปี 2561 รายได้	%	ปี 2562 รายได้	%	ปี 2563 รายได้	%
<u>รายได้ในประเทศ</u>							
ท่อสแตนเลส	บริษัท	1,219	87.8	956	76.0	1,170	84.2
แผ่นสแตนเลส	บริษัท	129	9.3	220	17.5	182	13.10
รายได้รับจ้างการผลิต	บริษัท	10	0.7	6	0.5	6	0.5
จำหน่ายเรือนเพาะชำ	บริษัทย่อย	-	-	6	0.5	1	0.1
การจำหน่ายเครื่องเสียง	บริษัทย่อย	1	0.1	19	1.5	2	0.1
การจำหน่ายสินค้าเกษตร	บริษัทย่อย	-	-	2	0.2	2	0.1
อื่น ๆ	บริษัท	29	2.1	48	3.8	27	1.9
		<u>1,388</u>	<u>100</u>	<u>1,257</u>	<u>100</u>	<u>1,390</u>	<u>100</u>

รายได้ต่างประเทศ							
ท่อสแตนเลส	บริษัท	275	97.5	246	99.6	193	100
แผ่นสแตนเลส	บริษัท	6	2.1	1	0.4	-	-
รายได้รับจ้างการผลิต	บริษัท	-	-	-	-	-	-
จำหน่ายเรือแพะชำ	บริษัทย่อย	-	-	-	-	-	-
การจำหน่ายเครื่องเสียง	บริษัทย่อย	-	-	-	-	-	-
การจำหน่ายสินค้าเกษตร	บริษัทย่อย	-	-	-	-	-	-
อื่น ๆ	บริษัท	1	0.4	-	-	-	-
		<u>282</u>	<u>100</u>	<u>247</u>	<u>100</u>	<u>193</u>	<u>100</u>
รวมรายได้							
ท่อสแตนเลส	บริษัท	1,494	89.4	1,202	79.9	1,363	86.1
แผ่นสแตนเลส	บริษัท	135	8.1	221	14.6	182	11.5
รายได้รับจ้างการผลิต	บริษัท	10	0.6	6	0.4	6	0.4
จำหน่ายเรือแพะชำ	บริษัทย่อย	-	-	6	0.4	1	0.1
การจำหน่ายเครื่องเสียง	บริษัทย่อย	1	0.1	19	1.3	2	0.1
การจำหน่ายสินค้าเกษตร	บริษัทย่อย	-	-	2	0.1	2	0.1
อื่น ๆ	บริษัท	30	1.8	48	3.3	27	1.7
		<u>1,670</u>	<u>100</u>	<u>1,504</u>	<u>100</u>	<u>1,583</u>	<u>100</u>

อัตราเพิ่ม (ลดลง) ของมูลค่าการจำหน่าย

13

(10)

5

หมายเหตุ 1. รายได้อื่น ๆ ประกอบด้วยรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ย่อยต่าง ๆ ได้แก่ ม้วนสแตนเลส แบนสแตนเลส ฉากสแตนเลส อุปกรณ์เชื่อมท่อสแตนเลส มือจับประตูสแตนเลส เป็นต้น

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัท ไทย-เยอรมัน โปรดัคส์ จำกัด (มหาชน)

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 ธรรมดา และท่อกลบตะเข็บ (SEMI-SEAMLESS TUBE) เป็นท่อสแตนเลสผิวด้านที่เน้นความคงทนแข็งแรงนิยมนำไปใช้ใน

ส่วนของหม้อต้ม น้ำ (BOILER) เครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (HEAT EXCHANGER) และเครื่องระเหย (EVAPORATOR) โรงงานอุตสาหกรรมที่นิยมนำไปใช้ ได้แก่ อุตสาหกรรมผลิตน้ำตาลซึ่งมักจะใช้ท่อกลึงตะเข็บเป็นส่วนใหญ่ อุตสาหกรรมเคมี อุตสาหกรรมผลิตเยื่อกระดาษและอุตสาหกรรมอื่น ๆ

2. ท่ออุตสาหกรรมอาหาร (SANITARY TUBE) คือ ท่อกลึงตะเข็บภายใน (SEMI-SEAMLESS TUBE) ที่มีผิวภายในเรียบเพื่อให้สารที่ผ่านมาติดอยู่ภายในท่อและทนต่อการกัดกร่อนของกรดและด่าง จึงเป็นท่อที่ใช้ในขั้นตอนการผลิตเครื่องดื่มและอาหารนิยมนำไปใช้ในอุตสาหกรรมน้ำดื่ม เช่น โคคาโคลา เป๊ปซี่ อุตสาหกรรมเกี่ยวกับนม เช่น โรงงานผลิตนมสดบรรจุขวดและนมข้น อุตสาหกรรมผลิตเครื่องกรอง เช่น โรงงานปลากะปองและผลไม้กรอง อุตสาหกรรมผลิตเครื่องกรองน้ำ เป็นต้น

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

2.1.2 แผ่นสเตนเลส

แผ่นสเตนเลสที่บริษัทผลิตสามารถแยกออกเป็น 2 ประเภทหลัก คือ

1. แผ่นสเตนเลสทั่วไป เกิดจากการนำม้วนสเตนเลส (SHEET IN COIL) มาตัดตรงให้เรียบ แล้วตัดตามความยาวที่ต้องการใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมทั่วไป ในส่วนของหม้อต้ม น้ำ (BOILER) เครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (HEAT EXCHANGER) และเครื่องระเหย (EVAPORATOR) โรงงานอุตสาหกรรมที่นิยมนำไปใช้ ได้แก่ โรงงานผลิตตู้เย็น โรงงานผลิตบานพับประตู โรงงานผลิตโต๊ะ ตู้ เต้า โรงงานผลิตตามใบสั่งหรือออกแบบเฉพาะงานโรงงานประกอบรถยนต์

2. แผ่นสเตนเลสตกแต่งอาคาร คือ แผ่นสเตนเลสซึ่งผ่านขั้นตอนการผลิตเพื่อให้เกิดความสวยงามเหมาะสมกับการนำไปตกแต่งอาคารและลิฟท์ บริษัทสามารถผลิตแผ่นสเตนเลสประเภทนี้ได้ 2 ลักษณะดังนี้

2.1 แผ่นสเตนเลสขัดเงาแบบกระจก (แผ่น MIRROR) คือ แผ่นสเตนเลสที่นำมาขัดจนมีความเงาเทียบเท่ากระจกเงา ผลิตภัณฑ์ที่ได้จะนำมาใช้ตกแต่งอาคารและใช้ทดแทนกระจกเงา

2.2 แผ่นสเตนเลสขัดเงาลายเส้นผม คือ แผ่นสเตนเลสที่นำมาขัดให้มีลายเส้นเป็นทางตรงเพื่อความสวยงามในการตกแต่งตามความต้องการ

2.1.3 เพลสเทนเลส คือ อุปกรณ์สเตนเลสที่ได้มาจากการนำแท่งหรือเส้นสเตนเลส ลักษณะกลมตัน (WIRE ROD) มาผ่านเครื่องรีดให้ได้ขนาดเล็กลงตามความต้องการ แล้วตัดเป็นท่อน นิยมนำมาใช้ในโรงงานผลิตบานพับประตูที่คล้องกุญแจ โรงงานผลิตตะแกรงสเตนเลส ตู้เย็นสเตนเลส ใช้ประกอบโครงของโบรินนากุ้งทำห้วงเกี่ยววนและแห เป็นต้น

2.1.4 การรับจ้างการผลิต

เนื่องจากข้อจำกัดของเงินทุนหมุนเวียน ทำให้บริษัทไม่สามารถผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายด้วย บริษัทเองได้ทั้งหมด ดังนั้นจึงทำให้มีกำลังการผลิตเหลืออยู่ บริษัทจึงนำเสนอบริการรับจ้างการผลิตท่อสเตนเลสและแผ่นสเตนเลสแก่ลูกค้าทั่วไป

2.1.5 อื่นๆ

เนื่องจากบริษัทเล็งเห็นถึงการเพิ่มขึ้นของความต้องการใช้สเตนเลส รวมทั้งการขยายตัวของโรงงานสเตนเลสไปใช้ประโยชน์ในอุตสาหกรรมใหม่ๆ บริษัทจึงได้มีการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เช่น ท่อสเตนเลส หนาตัดสี่เหลี่ยม ฉากสเตนเลส แบนสเตนเลส และอุปกรณ์เชื่อมต่อต่าง ๆ เช่น ข้อต่อ ข้องอ สามทาง มือจับ ประตู อุปกรณ์

แต่งรั้วอาคารต่างๆ เช่น หั้วเสารูปแบบต่างๆ สำหรับใช้ในอุตสาหกรรมก่อสร้างและตกแต่ง เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อเป็นการให้บริการลูกค้าได้ครบวงจร ดังมีรายละเอียดดังนี้

แบนสแตนเลส (FLAT BAR) คือ สแตนเลสหน้าตัดสี่เหลี่ยมหน้ากว้างตั้งแต่ 10 นิ้วลงมา ใช้ในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ ในส่วนของการตกแต่งราวบันได ราวกันตก นอกจากนี้ ยังใช้ในอุตสาหกรรมประมงในส่วนของการทำเรือหรือราวกันตกในเรือยอร์ชหรือเรือโดยสารอีกด้วย

เหล็กฉากสแตนเลส (ANGLE BAR) คือ ฉากสแตนเลสสามเหลี่ยมที่ใช้เป็นโครงสร้างในการผลิตอุปกรณ์ต่างๆ เช่น ชั้นวางของโต๊ะและฐานวางของในอุตสาหกรรมเคมีและอุตสาหกรรมอาหาร

ท่อนสแตนเลสหน้าตัดสี่เหลี่ยม คือ ท่อนสแตนเลสที่มีหน้าตัดสี่เหลี่ยมสำหรับนำไปใช้ในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์

อุปกรณ์เชื่อมต่อสแตนเลส (FITTING) คือ อุปกรณ์สำหรับไว้ใช้ในอุตสาหกรรมสแตนเลสทั่วไป เช่น ข้อ งอ สามทาง ข้อต่อ ข้อลด เป็นต้น

มือจับประตู (DOOR HANDLE) คือ ท่อนสแตนเลสที่นำมาดัดเป็นรูปเพื่อใช้ประกอบกับประตูทั่วไป

บริษัท โฮม เดคโค จำกัด

บริษัทเป็นผู้นำเข้าและจำหน่ายเครื่องเสียง โดยมีลักษณะผลิตภัณฑ์ ดังต่อไปนี้

1. ลำโพง (Speaker) ยี่ห้อ Daniel Hertz SA จากประเทศสวิสเซอร์แลนด์ ยี่ห้อ Von Schweikert จากประเทศสหรัฐอเมริกา และยี่ห้อ KenKreisel จากประเทศสหรัฐอเมริกา
2. เครื่องขยายเสียง (Amplifier) ยี่ห้อ VAC (Valve Amplification Company) จากประเทศสหรัฐอเมริกา
3. อุปกรณ์เชื่อมต่อ ยี่ห้อ Master Built จากประเทศสหรัฐอเมริกา และยี่ห้อ Wunder จากประเทศสหรัฐอเมริกา
4. บริการออกแบบและติดตั้ง

บริษัท เวิลด์ คลาส สมาร์ท ฟาร์ม จำกัด

บริษัทเป็นผู้จัดเตรียมฟาร์มสำหรับเพาะปลูกและจัดจำหน่าย โดยเป็นผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ทั้งหมด ได้แก่ เมล่อน มะเขือเทศราชินี ผักคะน้า ผักกวางตุ้งฮ่องเต้ ผักสลัด เช่น กรีนโอ๊ค (Green Oak Lettuce) เรดโอ๊ค (Red Oak Lettuce) บัตเตอร์นัท (Butternut Squash) เป็นต้น โดยใช้ชื่อยี่ห้อ “Fuji Meiji”

นอกจากการจำหน่ายสินค้าเกษตรแล้ว บริษัทยังเป็นผู้จำหน่ายและติดตั้งโรงเรือนเพาะชำเพื่อการเกษตรที่ทำด้วยท่อนสแตนเลส

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

บริษัท ไทย-เยอรมัน โปรดัคส์ จำกัด (มหาชน)

อุตสาหกรรมสแตนเลส

เมื่อพูดถึงสแตนเลสหรือเหล็กกล้าไร้สนิม หลายคนยังอาจนึกไม่ถึงว่าผู้คนมีการใช้งานสแตนเลสอยู่ใกล้ๆ รอบตัวเรามากกว่าที่คิด ไม่ว่าจะเป็น ช้อน ส้อม โต๊ะ แก้ว มีด มือจับประตู รั้ว ราวบันได ราวกันตก ที่ตากผ้า ประตูรั้ว สะพานลอย ท่อไอเสีย เครื่องมือแพทย์ ยังไม่รวมถึงการใช้งานที่ไม่ได้พบเห็นในชีวิตประจำวัน เช่น ส่วนประกอบของเครื่องบิน ท่อสำหรับลำเลียงอาหารและเครื่องดื่ม เครื่องผลิตน้ำแข็ง หม้อต้มสำหรับผลิตน้ำตาล ฯลฯ มีสถิติบ่งชี้ว่า ปริมาณความต้องการใช้งานสแตนเลสโลกนั้นสูงขึ้นเรื่อยๆ ตามการขยายตัวของจำนวนประชากรและความก้าวหน้าของ

เทคโนโลยี ที่ใดมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสูง สเตนเลสมักเป็นทางเลือกหนึ่งที่ถูกเลือกใช้งานแทนเหล็กเนื่องจากคุณสมบัติที่มีความสามารถต้านทานการกัดกร่อนได้มากกว่าจึงทำให้อายุการใช้งานยาวนานกว่า อีกทั้งยังมีคุณสมบัติที่ไม่เป็นอันตรายต่อการสัมผัสร่างกายมนุษย์และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ประเทศไทยเองก็เป็นประเทศที่มีอัตราการใช้สเตนเลสค่อนข้างสูงและมีแนวโน้มมากขึ้นจากการที่เราเป็นประเทศกำลังพัฒนา มีการขยายตัวในอุตสาหกรรมก่อสร้าง มีการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานต่างๆของภาครัฐเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีการก่อสร้างรถไฟฟ้าสายต่างๆ ในกรุงเทพมหานคร ปริมณฑลและจังหวัดใหญ่ๆ และมีแนวโน้มการลงทุนในภาคอสังหาริมทรัพย์และที่สำคัญมีการลงทุนในพื้นที่เขตระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) อีกด้วย

บริษัทอยู่ในธุรกิจนี้มายาวนานกว่า 47 ปี จากประสบการณ์ที่ผ่านมาทำให้เกิดความเชี่ยวชาญทั้งในด้านการพัฒนาและผลิตสินค้าที่ดีมีคุณภาพ ได้รับการรับรองมาตรฐานในระดับสากล สามารถกระจายสินค้าหลากหลายผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ให้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ นอกจากนี้ยังสามารถกระจายสินค้าไปแข่งขันในตลาดต่างประเทศอีกด้วย

ตลาดสเตนเลสเป็นตลาดที่มีฐานลูกค้าค่อนข้างกว้าง เนื่องจากสเตนเลสเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำไปใช้ได้หลายอุตสาหกรรม ไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมน้ำตาล อุตสาหกรรมกระดาษ อุตสาหกรรมเคมี และปิโตรเคมี อุตสาหกรรมน้ำมันและแก๊ส อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ยังมีอุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมก่อสร้างและตกแต่งที่ถือเป็นกลุ่มใหญ่ที่มีปริมาณการใช้สเตนเลสสูง ช่วงที่ผ่านมาบริษัทยังคงมุ่งเน้นผลิตและจำหน่ายสินค้าประเภทท่อสเตนเลสเป็นหลัก โดยมีสินค้าประเภทอื่นๆ ประกอบ เช่นแผ่นสเตนเลสทั้งขัดเงาและขัดลายในสัดส่วนที่น้อยกว่า

2.2.1 นโยบายในการแข่งขันโดยสังเขป

สิ่งสำคัญที่บริษัทให้ความสำคัญคือการค้นคว้าวิจัยทั้งในด้านการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพดีตรงตามมาตรฐาน ซึ่งก็ได้รับการรับรองมาตรฐานในระดับสากลหลายประเภท สำหรับมาตรฐานที่มีในประเทศ บริษัทก็ได้รับการรับรองมาตรฐานครบทุกประเภทที่มีเป็นรายแรกและรายเดียวในปีที่ผ่านมา บริษัทยังให้ความสำคัญการสร้างนวัตกรรมในสินค้าที่มีความแตกต่างเหนือคู่แข่งและได้รับรางวัลทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ มีการลงทุนในเครื่องจักรที่ทันสมัยอยู่ตลอดเพื่อความมั่นใจในคุณภาพ ความหลากหลายของสินค้าและความรวดเร็วในผลิตสินค้าเพื่อกระจายสินค้าสู่ตลาดครอบคลุมถึงผู้ใช้งานทุกประเภทและทุกพื้นที่

การแข่งขันของตลาดในประเทศ บริษัทมีความได้เปรียบคู่แข่งขันในด้านความหลากหลายของสินค้า เนื่องจากเป็นผู้ผลิตรายใหญ่แห่งเดียวที่มีสินค้าครอบคลุมถึงความต้องการของผู้ใช้ในหลายอุตสาหกรรมทั้ง อุตสาหกรรมน้ำแข็ง โรงน้ำตาล อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมน้ำมันและแก๊ส รวมถึงอุตสาหกรรมก่อสร้างและงานตกแต่ง ฯลฯ ในขณะที่ผู้ผลิตรายอื่น ส่วนใหญ่สามารถผลิตสินค้าได้ไม่หลากหลาย บางรายสามารถผลิตสินค้าได้เพียงประเภทใดประเภทหนึ่งเท่านั้น อีกทั้งจากการที่สินค้าของบริษัทได้รับการรับรองจากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ครบทุกมาตรฐานที่มี ทำให้ยิ่งตอกย้ำความเป็นผู้นำของตลาดได้เป็นอย่างดี

บริษัทสามารถผลิตสินค้าสเตนเลสได้หลากหลายประเภททั้งท่อสเตนเลสสำหรับการใช้งานในอุตสาหกรรมทั่วไป ท่อสเตนเลสส่งผ่านความร้อนที่ใช้ในโรงงานผลิตน้ำตาล โรงน้ำแข็ง (HEAT EXCHANGER TUBE) ท่อสเตนเลสสำหรับใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร (SANITARY TUBE) ซึ่งท่อประเภทนี้บริษัทสามารถผลิตได้เป็นรายแรกใน

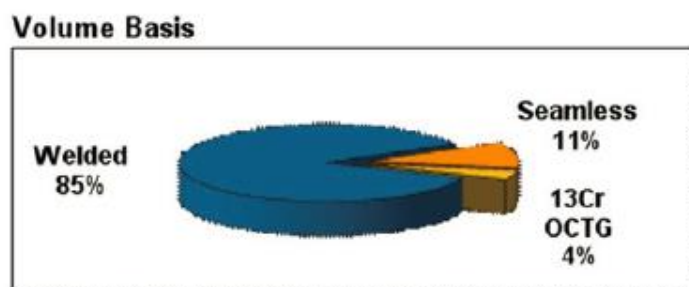
ประเทศไทย ท่อสแตนเลสสำหรับงานตกแต่ง (ORNAMENTAL TUBE) อีกทั้งยังผลิตแผ่นสแตนเลสขัดเงาและขัดลายต่าง ๆ ได้อีกด้วย ในส่วนของท่อส่งผ่านความร้อนบริษัทยังได้คิดค้นท่อชนิดที่มีคุณสมบัติพิเศษช่วยให้การใช้งานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นและลดต้นทุนในระยะยาวได้ สินค้าที่บริษัทผลิตมีคุณภาพทัดเทียมกับสินค้าในยุโรปและญี่ปุ่น สินค้าประเภทนี้เป็นสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีในการผลิตสูง ราคาสินค้าที่ผลิตในต่างประเทศจึงมีราคาสูงกว่า ทำให้ลูกค้าที่เคยสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศหันมาใช้สินค้าของบริษัททดแทนการนำเข้ามากขึ้นเนื่องจากมีความเชื่อมั่นสินค้าของบริษัทที่มีมาตรฐานรองรับในระดับสากล ในส่วนของการกระจายสินค้าบริษัทมีนโยบายเพิ่มเติมตัวแทนจำหน่ายในทุกพื้นที่เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าสามารถถูกกระจายให้เข้าถึงกลุ่มผู้ใช้งานในทุกพื้นที่ของประเทศ ในปีที่ผ่านมาได้มีการขยายช่องทางผ่านทางโมเดิร์นเทรด ที่เป็น Specialty Store ด้านวัสดุก่อสร้างเพิ่มขึ้นอีกด้วย

จากการที่รัฐบาลได้ออกมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดสินค้าหลอดและท่อทำด้วยเหล็กกล้าไม่เป็นสนิม (ท่อสแตนเลส) ที่มีแหล่งกำเนิดจาก สาธารณรัฐเกาหลี สาธารณรัฐประชาชนจีน ไต้หวัน และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ที่มีประกาศในราชกิจจานุเบกษาเมื่อปลายปีพ.ศ. 2559 ทำให้การคุกคามด้านราคาลดลงบ้างโดยเฉพาะสินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีนและเวียดนามได้รับผลกระทบมากที่สุด เนื่องจากการเรียกเก็บอากรตอบโต้การทุ่มตลาดสูง ส่วนสินค้าจากประเทศเกาหลีและไต้หวัน ได้รับผลกระทบเล็กน้อย ในปีที่ผ่านมาได้มีสินค้าราคาต่ำจากประเทศมาเลเซียเข้ามาแข่งขันในลักษณะเดียวกับการทุ่มตลาดสินค้าจากประเทศจีนในช่วงก่อนออกมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดออกมา ทำให้เกิดการแข่งขันด้านราคาสูง

สำหรับตลาดต่างประเทศ ในหลายพื้นที่ยังคงต้องแข่งขันกับสินค้าจากจีนและไต้หวันที่มุ่งเน้นการทำตลาดส่งออกมากกว่าตลาดในประเทศและยังเป็นอุปสรรคใหญ่ในด้านราคา บริษัทจึงเน้นเป้าหมายไปยังกลุ่มลูกค้าที่คำนึงถึงคุณภาพของสินค้ามากกว่าราคา รวมถึงติดตามสถานการณ์ในประเทศที่ใช้มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti-Dumping) สินค้าที่มาจากจีนและไต้หวัน ซึ่งถือเป็นโอกาสในการขยายตลาดเข้าสู่ประเทศเหล่านั้นต่อไป ในปีที่ผ่านมาบริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานเพิ่มขึ้นหลายประเภท เช่น มาตรฐานอุปกรณ์ด้านแรงดัน (PED) มาตรฐานด้านสุขอนามัยของเครื่องจักรและอุปกรณ์แปรรูปอาหาร (3-A Sanitary Standards) ทำให้สามารถเพิ่มโอกาสในการขยายตลาดเข้าสู่ประเทศในทวีปยุโรปและประเทศสหรัฐอเมริกาได้

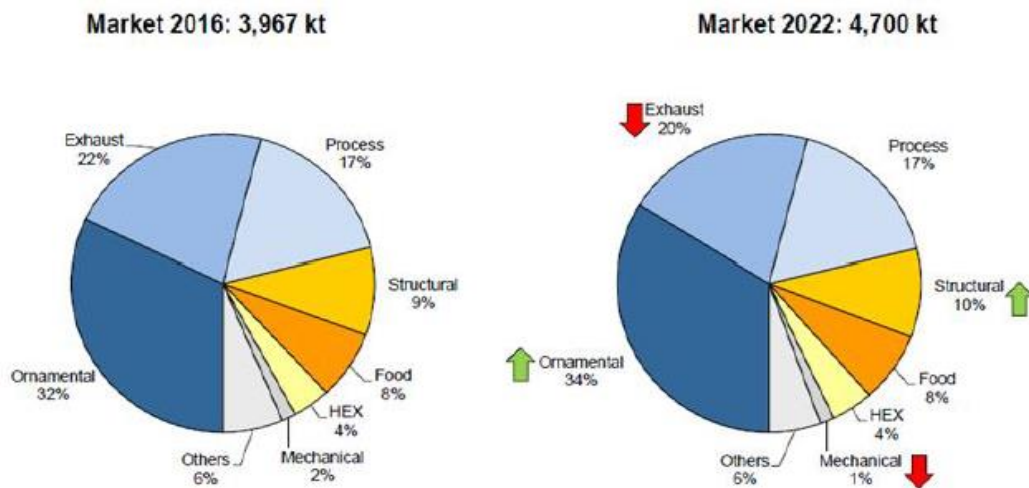
จากประสบการณ์ 47 ปี บริษัทมีความเชี่ยวชาญในการผลิตสินค้าประเภทท่อสแตนเลสเป็นอย่างมาก และเมื่อศึกษาถึงปริมาณความต้องการใช้งานแล้วพบว่า เป็นท่อสแตนเลสแบบมีตะเข็บถึงร้อยละ 85 จึงมุ่งเน้นการผลิตและจำหน่ายท่อสแตนเลสแบบมีตะเข็บเป็นหลัก

สัดส่วนของท่อสแตนเลสชนิดมีตะเข็บ (Welded) และไร้ตะเข็บ (Seamless)



ที่มา : Steel Market Intelligence

สัดส่วนของท่อสแตนเลสแบบมีตะเข็บแบ่งตามประเภทการใช้งาน (Worldwide Consumption)



ที่มา : Steel Market Intelligence

จากข้อมูลในแผนภาพที่แสดงถึงสัดส่วนการใช้งานท่อสแตนเลสแบบมีตะเข็บในอุตสาหกรรมประเภทต่างๆ กลุ่มที่มีการใช้งานเป็นสัดส่วนที่สูงได้แก่ กลุ่มท่อสำหรับอุตสาหกรรม (Process) ร้อยละ 17, กลุ่มท่อไอเสีย (Exhaust) ร้อยละ 22, และกลุ่มสินค้าท่อตกแต่งหรือท่อเฟอร์นิเจอร์ (Ornamental / Structural) ร้อยละ 41 ซึ่งมีขนาดค่อนข้างใหญ่และยังมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอีกในอนาคตตามแผนภาพ บริษัทจึงให้ความสำคัญในทางการแข่งขันเพื่อชิงส่วนแบ่งในตลาดท่อตกแต่งมากขึ้นโดยการขยายฐานลูกค้าให้ครอบคลุมพื้นที่มากขึ้นเนื่องจากพบว่าส่วนแบ่งตลาดสินค้ากลุ่มนี้ของบริษัทยังสามารถเติบโตได้อีกมาก โดยอาศัยปริมาณความต้องการใช้งานที่เพิ่มมากขึ้นในประเทศไทย จากทั้งโครงการก่อสร้างต่างๆทั้งของภาครัฐและเอกชน การเติบโตของตลาดอสังหาริมทรัพย์ เช่น การก่อสร้างรถไฟฟ้า และคอนโดมิเนียมตามแนวรถไฟฟ้า อีกทั้งยังมีความต้องการใช้งานที่เพิ่มมากขึ้นในการพัฒนาพื้นที่เขตระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) โครงการสนามบินอู่ตะเภา ท่าเรือน้ำลึกมาบตาพุด และโครงการอื่นๆอีกมากมายที่กำลังดำเนินการและมีแผนดำเนินการในอนาคตอันใกล้ นอกจากการขยายตลาดท่อตกแต่งหรือท่อเฟอร์นิเจอร์แล้ว บริษัทยังคงมุ่งเน้นในการรักษาส่วนแบ่งตลาดจากสินค้าท่ออุตสาหกรรมที่บริษัทมีฐานลูกค้าเดิมเหนียวแน่นจากความไว้วางใจในคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าที่มาจากความเชี่ยวชาญและประสบการณ์อันยาวนานพร้อมทั้งมีเครื่องจักรที่ทันสมัยและคุณภาพดี สามารถผลิตสินค้าที่มีมาตรฐานเทียบเท่าต่างประเทศ และยังสามารถผลิตสินค้าบางประเภท เช่น ท่อกึ่งลบตะเข็บภายใน (SANITARY TUBE) และท่อส่งผ่านความร้อน (HEAT EXCHANGER TUBE) ซึ่งยังมีคู่แข่งในประเทศน้อยราย รวมทั้งสามารถผลิตท่อสแตนเลสได้หลายขนาดมากกว่าผู้ประกอบการรายอื่น ทำให้เป็นการยากสำหรับคู่แข่งในการเข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งตลาด ประกอบกับบริษัทเองพยายามที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการตลอดจนขยายฐานลูกค้าไปในอุตสาหกรรมใหม่ๆ เช่น อุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ ปิโตรเคมี เพื่อคงความเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมอยู่ตลอดไปโดยบริษัทมีกลยุทธ์ในการแข่งขันดังนี้

1. คุณภาพสินค้า

จากประสบการณ์การผลิตสินค้ามากกว่า 47 ปี และสร้างฐานลูกค้ามาด้วยเรื่องของมาตรฐานสินค้าที่ดีจากท่ออุตสาหกรรมและต่อยอดมาเป็นสินค้าประเภทอื่นๆ จนในปัจจุบัน บริษัทเป็นผู้ผลิตเพียงไม่กี่รายที่สามารถผลิตสินค้าได้หลากหลาย ครอบคลุมการใช้งานของลูกค้าหลายกลุ่ม สินค้าของบริษัทผ่านการทดสอบและได้รับการรับรองจากสากล เช่น มาตรฐานอุปกรณ์ต้านแรงดัน (PED) มาตรฐานด้านสุขอนามัยของเครื่องจักรและอุปกรณ์แปรรูปอาหาร (3-A Sanitary Standards) ส่วนในระดับประเทศ บริษัทได้รับใบอนุญาตแสดงเครื่องหมายมาตรฐานกับ

ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) เกี่ยวกับท่อสเตนเลสเพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้งานสินค้าของบริษัท

ในการผลิตสินค้า บริษัทใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยและเทคโนโลยีในการอบสเตนเลสแบบ BRIGHT ANNEAL จากเยอรมัน ทำให้สามารถผลิตท่อสเตนเลสที่มีผิวท่อที่เรียบเสมอ ไม่มีรอยตำ คุณภาพสม่ำเสมอทั้งท่อ ช่วยลดเวลาและต้นทุนในการผลิต เนื่องจากสามารถอบท่อได้โดยไม่ต้องผ่านการตัดให้เป็นท่อนสั้นก่อน นอกจากนี้ บริษัทยังสามารถผลิตท่อสเตนเลสขัดเงาได้ที่มีความละเอียดมากกว่าคู่แข่ง และในปัจจุบันบริษัทยังเป็นบริษัทแรกในประเทศไทยที่สามารถผลิตท่อกึ่งลบตะเข็บภายใน (SANITARY TUBE) ซึ่งเหมาะสำหรับใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร เพื่อไม่ทำให้อาหารติดค้างภายในท่อจนทำให้เกิดแบคทีเรียที่ทำให้อาหารเน่าเสียได้ง่าย ทำให้ได้สินค้าที่มีอายุการใช้งานที่นานกว่า นอกจากนี้บริษัทยังได้มีการนำเครื่องจักรเทคโนโลยีใหม่ที่ใช้แพร่หลายในทวีปยุโรปมาใช้ในการผลิตซึ่งช่วยให้แนวตะเข็บมีความแข็งแรงมากยิ่งขึ้น

2. ราคา

แม้ว่าในปัจจุบันการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศจะเป็นเรื่องที่ทำได้ง่ายขึ้นกว่าในอดีต ทำให้เกิดการแข่งขันสูงขึ้น บริษัทยังคงรักษามาตรฐานด้านคุณภาพและพยายามใช้นโยบายกำหนดราคาให้สอดคล้องกับราคาตลาดและต้นทุนวัตถุดิบ ซึ่งเมื่อเทียบกับสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ สินค้าของบริษัทจะยังมีราคาถูกกว่าสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ยกเว้นสินค้าที่นำเข้ามาจากประเทศจีนซึ่งจะมีราคาถูกใกล้เคียงหรือถูกกว่าสินค้าจากบริษัทแต่คุณภาพจะไม่เท่าเทียมกับสินค้าของบริษัท อย่างไรก็ตามในบางรายก็ยังยินดีที่จะจ่ายในราคาที่สูงกว่าสินค้านำเข้าจากประเทศจีน เพราะทราบถึงคุณภาพสินค้าของบริษัทที่เหนือกว่าในแง่ของความทนทานและประโยชน์ของการนำไปใช้ ทำให้ลูกค้าไม่ต้องเปลี่ยนหรือซ่อมบ่อยๆ เกิดการประหยัดต้นทุนในระยะยาว

ในกรณีที่บริษัทส่งสินค้าออก ราคาสินค้าของบริษัทจะใกล้เคียงกับคู่แข่งชั้น โดยมีคุณภาพที่ได้มาตรฐานที่ได้รับการรับรองในระดับสากลเทียบเท่าต่างประเทศรวมทั้งบริษัทสามารถส่งมอบสินค้าที่ตรงเวลาเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า จึงทำให้บริษัทสามารถขยายตลาดและมีฐานลูกค้าต่างประเทศเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ

3. การส่งมอบ

บริษัทมีความได้เปรียบเหนือคู่แข่งชั้นในด้านการกำหนดวันส่งมอบที่รวดเร็ว สืบเนื่องมาจากกำลังการผลิตที่มากกว่าเทคโนโลยีที่ทันสมัย สามารถผลิตสินค้าได้รวดเร็วขึ้น อีกทั้งมีการบริการจัดส่งถึงสถานที่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนต่างจังหวัดหากมีจำนวนมาก ทางบริษัทก็ทำการจัดส่งด้วย บริษัทมีการบริการแบบทยอยส่ง ซึ่งลูกค้าไม่ต้องแบกรับภาระการเก็บสินค้าเช่นเดียวกับการนำเข้าจากต่างประเทศ ทำให้ลูกค้าสามารถวางแผนสั่งซื้อเป็นช่วงๆ ได้โดยไม่ต้องเก็บสินค้าคงคลังไว้เป็นจำนวนมาก

4. มาตรฐานอุตสาหกรรมในประเทศไทยและต่างประเทศ

แต่เดิมบริษัทได้รับมาตรฐานอุตสาหกรรม มอก.1439-2540 สำหรับสินค้าท่อสเตนเลสสำหรับเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อนและได้มาตรฐาน ISO9001 Version 2008 จากสถาบัน RWTUV (THE TUV CERT CERTIFICATION BODY OF RHEINISCHE-WESTFALISCHER TUV E.V.) ซึ่งเป็นบริษัทเยอรมันที่เป็นผู้ออกใบรับรองในกลุ่มผู้ผลิตท่อสเตนเลสในประเทศยุโรปทั้งหมด โดยในปีพ.ศ. 2561 ถือเป็นปีแห่งการได้รับการรับรองมาตรฐานทั้งระดับประเทศและระดับสากลของบริษัท ในด้านระบบขององค์กรบริษัทได้ผ่านการตรวจประเมินเพื่อปรับโอนเป็นมาตรฐาน ISO 9001:2015 เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ในส่วนของมาตรฐานสำหรับผลิตภัณฑ์ในระดับสากล บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานอุปกรณ์ด้านแรงดัน (PED) และมาตรฐานด้านสุขอนามัยของเครื่องจักรและอุปกรณ์แปรรูปอาหาร (3-A Sanitary Standards) ส่วนในระดับประเทศ สำนักมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม

ให้การรับรองเพื่อให้บริษัทแสดงเครื่องหมาย มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) ท่อเหล็กกล้าไร้สนิม (สแตนเลส) ครบทุกมาตรฐานเป็นแห่งแรกและแห่งเดียวในประเทศไทย โดยมีมาตรฐานดังต่อไปนี้

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

5. ความหลากหลายของสินค้า

บริษัทดำเนินนโยบายผลิตสินค้าให้หลากหลาย ครอบคลุมการใช้งานได้ทั้งกลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรม และกลุ่มลูกค้างานตกแต่ง เพื่อให้มีโอกาสรองรับฐานลูกค้าที่กว้างกว่าคู่แข่งรายอื่นในตลาด เครื่องจักรของบริษัทสามารถผลิตได้ทั้งท่อสแตนเลสประเภทต่างๆ แผ่นสแตนเลสประเภทต่างๆ และสินค้า สแตนเลสอื่นๆ อีกมาก โดยสามารถผลิตท่อสแตนเลสได้หลายขนาดตั้งแต่ขนาดเล็กไปจนถึงขนาดใหญ่ ตั้งแต่ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางรวมรอบนอก (OUTSIDE DIMETER) ตั้งแต่ 9.5 - 508 มม. จึงทำให้ลูกค้าของบริษัทสามารถสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สแตนเลสหลายประเภท และหลายขนาดได้พร้อมกันในเวลาเดียวกัน นอกจากความหลากหลายของขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางรวมรอบนอก (OUTSIDE DIMETER) แล้ว บริษัทยังสามารถผลิตสินค้าครอบคลุมหลายมาตรฐานสากลต่างๆ อาทิเช่น มาตรฐาน ASTM, JIS, DIN, ISO, NFA, BS และอื่นๆ ซึ่งครอบคลุมความต้องการของผู้ใช้สินค้าในตลาดทั้งท่อที่ใช้ในอุตสาหกรรมต่างๆ และท่อตกแต่ง นอกจากท่อสแตนเลสประเภทต่างๆ ปัจจุบันบริษัทยังสามารถผลิตแผ่นสแตนเลสชนิดประเภทต่างๆ เพื่อจำหน่ายในตลาดเพิ่มขึ้นอีกด้วย

6. การโฆษณาประชาสัมพันธ์และกิจกรรมทางการตลาด

บริษัทมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ไปยังสื่อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อสร้างการรับรู้ในตราสินค้า ทั้งสื่อ Offline และ Online มีการแถลงข่าวเปิดตัวสินค้า พร้อมการได้รับการรับรองมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ อีกทั้งยังมีกิจกรรมทางการตลาดและส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นให้เกิดการตลาดใช้สินค้า และยังมีกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าของบริษัทอีกด้วย

2.2.2 นโยบายในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจำหน่ายมีทั้งท่อสแตนเลสและแผ่นสแตนเลส แต่ด้วยบริษัทมีความชำนาญและเทคโนโลยีในการผลิตท่อสแตนเลสที่มีประสบการณ์ในตลาดมายาวนาน บริษัทจึงเน้นการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นท่อสแตนเลสเป็นหลักซึ่งให้ผลกำไรมากกว่าการขายแผ่นสแตนเลส โดยคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 86 ของยอดขายในปี 2563

ในส่วนของสินค้าประเภทท่อที่จำหน่ายมีอัตราการเติบโตในทุกประเภท ทั้งท่ออุตสาหกรรม ท่อแลกเปลี่ยนความร้อน และท่อตกแต่งหรือท่อเฟอร์นิเจอร์ ที่สามารถรักษฐานลูกค้าเดิมที่มีความสัมพันธ์อันดีต่อกันมาเป็นเวลานานไว้อย่างเหนียวแน่นประกอบกับการขยายฐานลูกค้าใหม่ที่ทำให้ความไว้วางใจในคุณภาพผลิตภัณฑ์ของบริษัททั้งจากตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ อีกทั้งปัจจัยเสริมจากการประกาศมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดของสินค้าประเภทท่อสแตนเลส จาก 4 ประเทศ ได้แก่ จีน ใต้หวัน เวียดนาม และ เกาหลีใต้ ทำให้ปริมาณการนำเข้าสินค้าดังกล่าวลดลง เป็นโอกาสให้สินค้าของบริษัทเข้าไปทดแทนการนำเข้าจากหลายประเทศดังกล่าวที่ลดลงไป

2.2.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ในส่วนของช่องทางการจัดจำหน่าย บริษัทมีการจัดจำหน่ายทั้งตลาดในประเทศและยังส่งสินค้าออกไปจำหน่ายในตลาดต่างประเทศด้วย โดยมีสัดส่วนการจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศประมาณร้อยละ 88 : 12 บริษัทมีนโยบายแต่งตั้งตัวแทนจำหน่าย (Authorized Dealer) เพื่อสร้างเครือข่ายให้กระจายสินค้าได้เป็นวงกว้างเพื่อรองรับความต้องการใช้งานให้ครอบคลุมทั้งพื้นที่ เนื่องจากผู้ค้าในแต่ละพื้นที่มีความชำนาญและเชี่ยวชาญการกระจายสินค้าในแต่ละพื้นที่เป็นอย่างดี โดยบริษัทพยายามบริหารจัดการนโยบายดังกล่าวให้เกิดประโยชน์กับทุกฝ่าย อีกทั้งยังพยายามควบคุมไม่ให้เกิดการทับซ้อนของตัวแทนจำหน่ายในแต่ละพื้นที่ ในปีที่ผ่านมาบริษัทได้ทำการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายเข้าสู่ช่องทางโมเดิร์นเทรด โดยเริ่มจากศูนย์รวมวัสดุก่อสร้างเมกาโฮมที่มีสาขากระจายอยู่ตามจังหวัดต่างๆ ในประเทศไทย และมีการเจรจาเพื่อเริ่มธุรกิจกับ SCG HOME MART หลายสาขาในอนาคต ปัจจุบันสัดส่วนในการขายผ่านผู้ค้าส่งต่อการขายตรงถึงผู้ใช้ในประเทศอยู่ที่ประมาณร้อยละ 73 : 27

สำหรับตลาดต่างประเทศ บริษัทยังคงดำเนินนโยบายเดียวกันเพื่อเพิ่มการขายผ่านผู้ค้าส่งในแต่ละประเทศเป้าหมายโดยหวังใช้ความเชี่ยวชาญในพื้นที่และเครือข่ายลูกค้าเพื่อช่วยกระจายสินค้าของบริษัทไปยังผู้ใช้แต่ละกลุ่ม และได้รับความไว้วางใจจากผู้ค้าส่งในหลายประเทศช่วยทำการกระจายสินค้าให้บริษัท การได้รับการรับรองมาตรฐานอุปกรณ์ด้านแรงดัน (PED) และมาตรฐานด้านสุขอนามัยของเครื่องจักรและอุปกรณ์แปรรูปอาหาร (3-A Sanitary Standards) จะเป็นปัจจัยสำคัญในการขยายตลาดสู่ทวีปยุโรปและประเทศสหรัฐอเมริกาได้เป็นอย่างดี ในปีที่ผ่านมาบริษัทสามารถเพิ่มยอดขายต่างประเทศได้จากสินค้าประเภทท่อตกแต่งที่บริษัทมีกำลังการผลิตเพิ่มขึ้นจากการลงทุนในเครื่องจักรและสินค้าประเภทท่ออาหารตามที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเพิ่มเติม

เมื่อแบ่งลูกค้าทั้งหมดของบริษัทตามช่องทางการจัดจำหน่ายจะได้สัดส่วนโดยประมาณดังต่อไปนี้

<u>ตลาดในประเทศ</u>	<u>2561 (%)</u>	<u>2562 (%)</u>	<u>2563 (%)</u>
1. ขายผ่านบริษัทผู้ขายส่ง	65	71	68
2. ขายตรงต่อลูกค้า	17	12	20
<u>ตลาดต่างประเทศ</u>	<u>2561 (%)</u>	<u>2562 (%)</u>	<u>2563 (%)</u>
1. ขายผ่านบริษัทผู้ขายส่ง	17	13	5
2. ขายตรงต่อลูกค้า	1	4	7
รวมทั้งสิ้น	100	100	100

การตลาดบริษัท โฮม เดคโค จำกัด

บริษัท โฮม เดคโค จำกัด เน้นการจำหน่ายสินค้าไฮดรอลิกไฮเอนด์ ซึ่งได้แก่ ลำโพง ยี่ห้อ Von Schweikert จากประเทศสหรัฐอเมริกา ยี่ห้อ Daniel Hertz SA จากประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ยี่ห้อ Von Schweikert จากประเทศสหรัฐอเมริกา ยี่ห้อ KenKreisel จากประเทศสหรัฐอเมริกา และเครื่องขยายเสียง (Amplifier) ยี่ห้อ VAC (Valve Amplification Company) จากประเทศสหรัฐอเมริกา และอุปกรณ์เชื่อมต่อ ยี่ห้อ Master Built และ ยี่ห้อ Wunder จากประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นต้น ซึ่งสินค้าระดับไฮเอนด์นั้นเป็นสินค้าที่มีคุณภาพสูงและราคาจำหน่ายสูง นอกเหนือจากการจำหน่ายสินค้า บริษัทยังมีบริการแนะนำการออกแบบสินค้ารวมถึงการบริการติดตั้งจนเป็นที่พึงพอใจของลูกค้า ทั้งนี้ การจำหน่ายสินค้าทั้งหมดของบริษัท เป็นการจำหน่ายผ่านผู้บริโภครายตรง

การตลาดบริษัท เวิลด์ คลาส สمارท์ ฟาร์ม จำกัด

บริษัท เวิลด์ คลาส สمارท์ ฟาร์ม จำกัด ได้ดำเนินการเพาะปลูกผักและผลไม้บนพื้นที่เช่าประมาณ 19 ไร่ ซึ่งเป็นที่ตั้งโรงงานของบริษัท ไทย-เยอรมัน โปรดัคส์ จำกัด (มหาชน) โดยมีวัตถุประสงค์เพาะปลูกผักและผลไม้ที่เป็นเกษตรอินทรีย์เท่านั้น โดยได้เริ่มปลูก เมล่อน มะเขือเทศราชินี ผักคะน้า ผักกวางตุ้งฮ่องเต้ ผักสลัด เช่น กรีนโอ๊ค (Green Oak Lettuce) เรดโอ๊ค (Red Oak Lettuce) บัตเตอร์นัท (Butternut Squash) เป็นต้น โดยใช้ชื่อยี่ห้อ “Fuji Meiji” ซึ่งการจำหน่ายผักและผลไม้ใน 2 ลักษณะ คือ ลักษณะ Business-to-Business โดยจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้แก่โรงแรมและร้านอาหาร ส่วนอีกลักษณะคือ ลักษณะ Business-to-Customer จำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยการออกร้านงานแสดงสินค้า เช่น งานบ้านและสวน จัดขึ้นที่เมืองทองธานี และงาน Healthy Living Fair จัดขึ้นที่เซ็นทรัลเวิลด์ เซ็นทรัลบางนา เซ็นทรัลพระราม 9 เซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ และเซ็นทรัลเอ็มบาสซี่ เป็นต้น

การจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์นั้นจำเป็นต้องได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์จากกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เพื่อรับรองให้เป็นแหล่งผลิตพืชอินทรีย์ ซึ่งบริษัทได้รับใบรับรองนี้เมื่อวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2563

2.2.4 ภาวะอุตสาหกรรม

(ก) อุตสาหกรรมเหล็ก

โครงสร้างอุตสาหกรรมเหล็กสามารถแบ่งได้เป็น 3 ชั้น คือ อุตสาหกรรมเหล็กขั้นต้น ขั้นกลาง และขั้นปลาย โดยอุตสาหกรรมเหล็กขั้นต้นเป็นอุตสาหกรรมผลิตเหล็กถลุง (Pig Iron) และเหล็กพูน (Sponge Iron) ซึ่งจัดได้ว่าเป็นกระบวนการเริ่มต้นของอุตสาหกรรมเหล็กที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเหล็กและอุตสาหกรรมที่ต่อเนื่องจากอุตสาหกรรมเหล็ก สำหรับอุตสาหกรรมเหล็กขั้นกลางเป็นขั้นที่นำผลิตภัณฑ์จากการผลิตเหล็กขั้นต้นรวมถึงเศษเหล็ก (Scrap) มาผ่านกระบวนการหลอมและปรับปรุงน้ำเหล็กให้ได้คุณภาพที่ต้องการ แล้วผ่านกระบวนการหล่อให้เป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ที่มีลักษณะแตกต่างกันตามการนำไปใช้งาน ส่วนอุตสาหกรรมเหล็กขั้นปลายนั้น มีสัดส่วนการผลิตมากที่สุดในประเทศ โดยเป็นขั้นของการแปรรูปผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปด้วยกระบวนการต่างๆ ได้แก่ การรีดร้อน การรีดเย็น การชุบเคลือบผิว การผลิตท่อเหล็ก การตีขึ้นรูป ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการผลิตในขั้นนี้ ได้แก่ เหล็กเส้น เหล็กหลอด เหล็กแผ่นรีดร้อน เหล็กแผ่นรีดเย็น เหล็กแผ่นเคลือบ ซึ่งรวมถึงเหล็กไร้สนิม หรือที่รู้จักกันดีในนามของผลิตภัณฑ์สเตนเลส

ราคาเหล็กในตลาดโลกมีการปรับตัวลดลงจากปีก่อนเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจมีการชะลอตัวลงในหลายประเทศโดยเฉพาะประเทศจีนและผลกระทบจากการตอบโต้มาตรการทางการค้าเกิดภาวะสงครามการค้าส่งผลให้มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ในขณะที่การบริโภคเหล็กสำเร็จรูปของไทยขยายตัวร้อยละ 4.8 มีปริมาณประมาณ 17.4 ล้านตัน มีการผลิตเหล็กในประเทศ 7.1 ล้านตัน ขยายตัวร้อยละ 3.4 โดยคาดว่าเป็นปัจจัยบวกจากการขยายตัวในอุตสาหกรรมก่อสร้าง การลงทุนโครงสร้างพื้นฐานต่างๆของภาครัฐ โครงการรถไฟฟ้าสายต่างๆในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และมีแนวโน้มการลงทุนในภาคอสังหาริมทรัพย์และการลงทุนในพื้นที่เขตระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

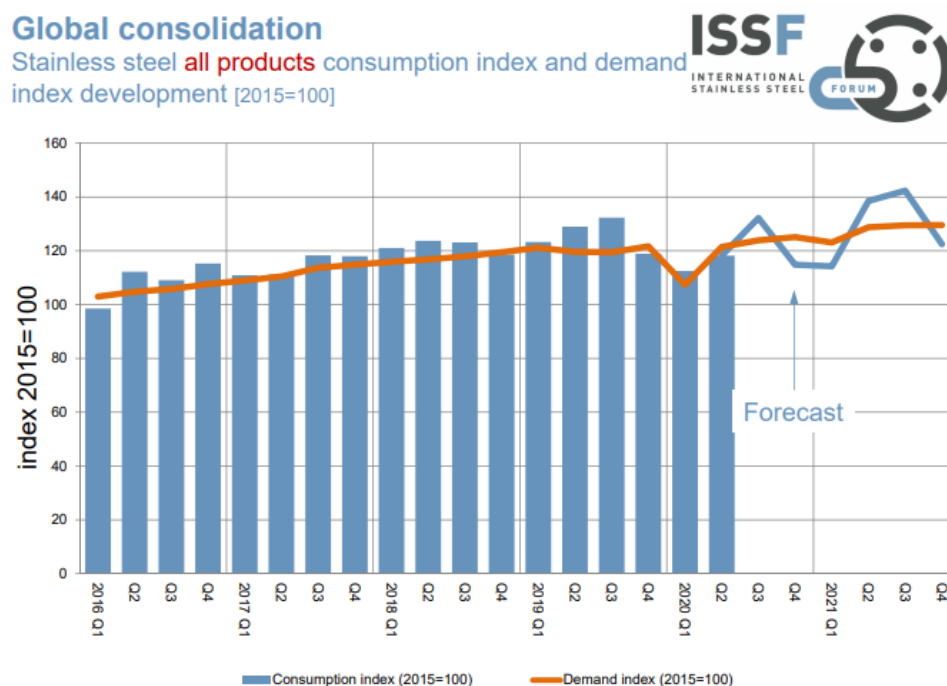
ปริมาณนำเหล็กสำเร็จรูปขยายตัวร้อยละ 6.2 อยู่ที่ 12 ล้านตัน ส่วนการส่งออกขยายตัวร้อยละ 19 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา จากภาวะการแข่งขันที่รุนแรงทำให้ราคาเหล็กในประเทศเฉลี่ยลดลงร้อยละ 5.2 นโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

1. กระทรวงพาณิชย์ ได้ประกาศให้ใช้มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดสินค้าหลอดและท่อทำด้วยเหล็กหรือเหล็กกล้า ที่มีภาคตัดขวางเป็นวงกลมและไม่เป็นวงกลม ภายใต้ HS Code 7305 และ 7306 รวม 26 พิกัด ที่มีแหล่งกำเนิดจากสาธารณรัฐประชาชนจีนในอัตราร้อยละ 3.22 – 66.01 และสาธารณรัฐเกาหลี ในอัตราร้อยละ 3.49 - 53.88 ของราคาซี.ไอ.เอฟ. และให้เรียกเก็บอากรทุ่มตลาดในอัตรา 0% ของราคาซี.ไอ.เอฟ. ในกรณีที่มีการนำเข้ามาผลิตเพื่อการส่งออกภายใต้กฎหมาย 3 ฉบับ ได้แก่ กฎหมายการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย กฎหมายส่งเสริมการลงทุน และกฎหมายศุลกากร หรือกรณีดังต่อไปนี้ (1) กรณีนำเข้าท่อเหล็กบุโพลีเอธิลีน (2) กรณีนำเข้าท่อเหล็กหรือเหล็กกล้า เฉพาะมาตรฐาน API สำหรับใช้เป็นท่อน้ำมัน/ เจาะน้ำมันหรือก๊าซ หรือใช้ในการก่อสร้าง/ ติดตั้งแท่นขุดเจาะปิโตรเลียมและโครงสร้างเหล็กปิโตรเลียม (3) กรณีนำเข้าท่อเหล็กหรือเหล็กกล้า เฉพาะมาตรฐาน ASTM A671 สำหรับใช้เป็นท่อน้ำมัน/เจาะน้ำมันหรือก๊าซ หรือใช้ในการก่อสร้าง/ติดตั้งแท่นขุดเจาะปิโตรเลียมและโครงสร้างเหล็ก ปิโตรเลียม (4) กรณีนำเข้าท่อเคลือบผิวภายนอกด้วยพอลิเมอร์ ชนิด ABS หรือ PP หรือ PE (5) กรณีนำเข้าท่อ 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 หรือโพลีอามายด์ (10) กรณีนำเข้าท่อ Cold Drawn Welded Steel Tube (11) กรณีนำเข้าท่อเหล็กเคลือบ (12) กรณีนำเข้าท่อเหล็กกลวงสี่เหลี่ยมผืนผ้า เชื่อมตะเข็บ และเคลือบสังกะสีเป็นเวลา 5 ปี ซึ่งยังคงมีผลบังคับใช้อยู่

(ข) อุตสาหกรรมสแตนเลส

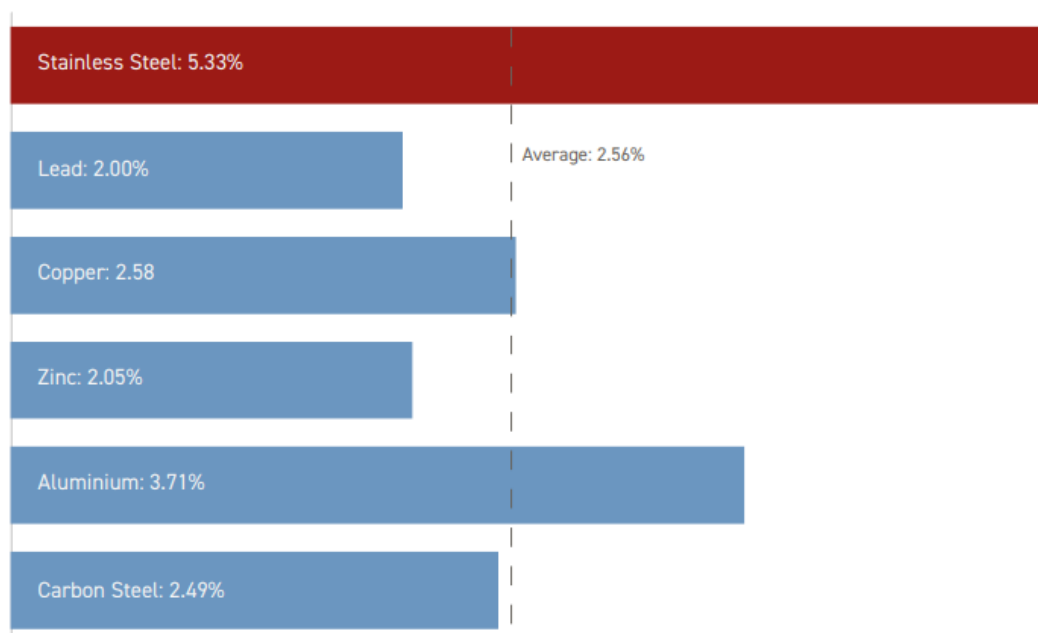
ผลิตภัณฑ์สแตนเลสเริ่มเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ในฐานะที่เป็นทางเลือกใหม่ในการนำมาใช้เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมการผลิตวัสดุอุปกรณ์ แทนที่วัตถุดิบจำพวกเหล็กหรือเหล็กกล้า จากกราฟแสดงการพยากรณ์ปริมาณความต้องการและการบริโภคสแตนเลสยังเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR %) ของสแตนเลสสูงกว่าโลหะชนิดอื่นๆ ปัจจัยสำคัญที่ทำให้สแตนเลสได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว นั้น มาจากความคงทน เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบในด้านต่างๆ ได้แก่ ความต้านทานต่อการกัดกร่อน จึงไม่เป็นสนิมและไม่ทำปฏิกิริยากับกรดและเกลือ ทำความสะอาดได้ง่ายและสวยงาม ทนความร้อนความเย็นและการเปลี่ยนอุณหภูมิโดยฉับพลันได้ดี เป็นต้น ด้วยคุณสมบัติดังกล่าว ทำให้แรกเริ่มสแตนเลสส่วนใหญ่ มักถูกนำไปใช้เป็นวัตถุดิบของการผลิตในอุตสาหกรรมหนักและอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ต่างๆ ต่อมาในภายหลังได้มีการนำมาใช้ในอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่ต่อเนื่องจากอุตสาหกรรมเหล็ก เช่น อุตสาหกรรมก่อสร้าง อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ และอุตสาหกรรมอาหาร เป็นต้น

กราฟแสดงปริมาณความต้องการและการบริโภคสแตนเลส



ที่มา : https://www.worldstainless.org/files/issf/non-image-files/PDF/statistics/201014_SCF_Public.pdf

กราฟแสดงอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR %) ของโลหะชนิดต่างๆ ในช่วงปีพ.ศ. 2523 - 2562



ที่มา : ISSF (International Stainless Steel Forum)

การนำเข้าและส่งออกแผ่นสแตนเลสรีดร้อนและรีดเย็น

หลังจากที่ปริมาณการนำเข้าแผ่นสแตนเลสชนิดม้วนรีดร้อนและรีดเย็นจากต่างประเทศมีตัวเลขเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ตั้งแต่ปี 2559 – 2561 และลดลงในปี 2562 ซึ่งคาดการณ์ว่าน่าจะเป็นผลมาจากสงครามการค้าระหว่างประเทศสหรัฐอเมริกาและสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งมีผลกระทบต่อการชะลอของเศรษฐกิจไทย ทำให้การบริโภคของไทยลดลง ทั้งยังส่งผลให้ผู้ซื้อชะลอการซื้อและลดปริมาณสินค้าคงคลังเนื่องจากกลัวราคาจะลดต่ำลงไปอีก และลดลงจากปี 2562 สืบเนื่องมาจากผลกระทบจากปัญหาการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19)

ตารางแสดงปริมาณการนำเข้าและส่งออกแผ่นเหล็กไร้สนิมชนิดม้วนรีดร้อนและรีดเย็นของประเทศไทย
ระหว่างปี 2559 – 2563

หน่วย : ตัน	2559	2560	2561	2562	2563
ปริมาณการนำเข้า	431,445	431,610	461,883	439,509	411,856
ปริมาณการส่งออก	88,389	169,600	95,482	88,568	103,482

ที่มา : สถาบันเหล็กและเหล็กกล้าแห่งประเทศไทย

กราฟแสดงราคานิกเกิลในปี พ.ศ. 2560 - 2563



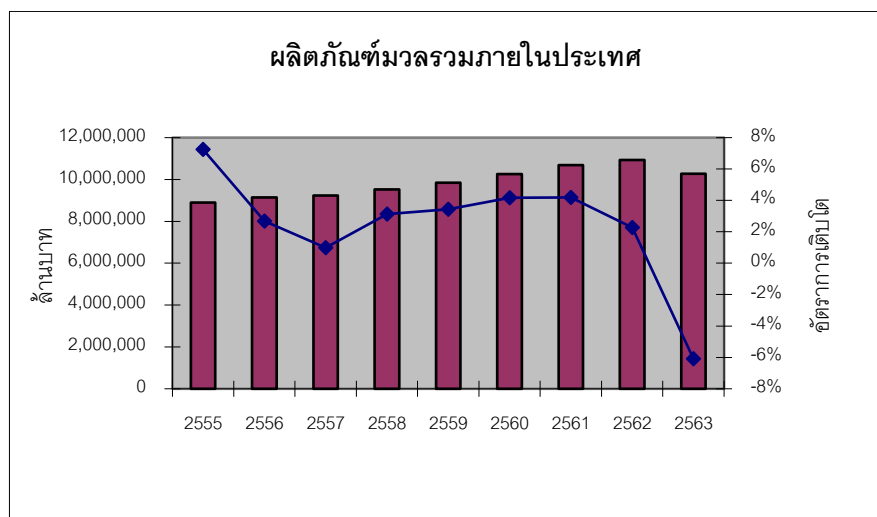
ที่มา : www.tradingeconomics.com/commodity/nickel

2.2.5 แนวโน้มสภาพตลาดในอนาคต

ภาวะเศรษฐกิจจะดูซบเซามาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 และดูเหมือนว่าตัวเลขทางเศรษฐกิจจะดีขึ้นผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศเพิ่มสูงขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 จนถึงปี 2561 เกิดจากภาพรวมเศรษฐกิจดีขึ้น โดยแรงหนุนส่วนหนึ่งมาจากการขยายการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐ ทั้งโครงการพัฒนาระบบสาธารณูปโภค โครงการรถไฟฟ้า การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ และการลงทุนในพื้นที่ศักยภาพใหม่ เช่น EEC หลายโครงการดังกล่าวสามารถดำเนินการได้ตามแผนที่กำหนด ทำให้ช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นในการลงทุนของผู้ประกอบการ ในระยะ 3 ปีข้างหน้าพื้นที่ตัวตึกขึ้นทั้งงานก่อสร้างที่อยู่อาศัย อาคารสำนักงาน และโรงงานอุตสาหกรรม โดยเห็นสัญญาณบวกจาก

พื้นที่อนุญาตก่อสร้างที่ อยู่อาศัย กลุ่มพาณิชย์กรรม อาคารสำนักงาน และโรงแรม สิ่งต่างๆ เหล่านี้ล้วนส่งผลให้การบริโภคสแตนเลสภายในประเทศมีปริมาณสูงขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม ในปี 2562 มีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศลดลงเกิดจากสงครามการค้าระหว่างประเทศสหรัฐอเมริกาและสาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นผลทำให้เศรษฐกิจไทยลดลงอย่างมีสาระสำคัญ และลดลงอย่างรุนแรงในปี 2563 เกิดจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19)

กราฟแสดงผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศไทย ระหว่างปีพ.ศ. 2555 – 2563



ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ตารางแสดงปริมาณการนำเข้าและส่งออกท่อสแตนเลสสำเร็จรูปแบบมีตะเข็บของประเทศไทย

ระหว่างปี พ.ศ. 2559 - 2563

หน่วย : ตัน	2559	2560	2561	2562	2563
ปริมาณการนำเข้า	36,660	26,510	25,118	10,284	13,643
ปริมาณการส่งออก	39,626	17,138	14,030	14,360	51,296
สุทธิ	-2,966	9,372	11,088	-4,076	-37,653

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

จากตารางแสดงปริมาณการนำเข้าและส่งออกท่อสแตนเลสสำเร็จรูปแบบมีตะเข็บของประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2559 – 2563 ปริมาณนำเข้าท่อสแตนเลสลดลงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 เกิดจากกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ประกาศมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดสินค้าหลอดและท่อทำด้วยเหล็กกล้าไม่เป็นสนิม (ท่อสแตนเลส) ที่มีแหล่งกำเนิดจาก สาธารณรัฐเกาหลี สาธารณรัฐประชาชนจีน ไต้หวัน และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ทำให้ปริมาณการนำเข้าท่อสแตนเลสลดลงไปตั้งแต่ปี 2561 - 2562 รวมทั้งเมื่อรวมกับผลกระทบในการจัดระเบียบพิกัดศุลกากรทำให้ตัวเลขการนำเข้าและส่งออกลดลง

แต่ปริมาณการนำเข้าในปี 2563 กลับเพิ่มขึ้นเป็น 13,643 ตัน ซึ่งเป็นผลมาจากการนำเข้าเพื่อทดแทนกำลังการผลิตในประเทศที่ลดลง อันเนื่องมาจากปัญหาการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19)

หมายเหตุ : ในปี พ.ศ.2560 กรมศุลกากรได้ทำการจัดระเบียบพิภักศุลกากรเพื่อให้มีการสำแดงสินค้าได้ถูกต้องตรงตามประเภทของสินค้าและชำระอากรถูกต้องตามที่กรมศุลกากรได้กำหนดไว้ เพื่อป้องกันการหลีกเลี่ยงภาษีนำเข้าทำให้มีพิภักศุลกากรที่เกี่ยวข้องกับสินค้าประเภทท่อสแตนเลสเพิ่มขึ้นมากกว่าเดิม

ปริมาณงานก่อสร้างระหว่างปี 2557 – 2563

Figure 5: Construction Investment



Source: NESDC

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและคาดการณ์จากศูนย์วิจัยกรุงศรี

สำหรับแนวโน้มตลาดในอนาคต จากการขยายตัวในอุตสาหกรรมก่อสร้าง การลงทุนโครงสร้างพื้นฐานต่างๆของภาครัฐ โครงการรถไฟฟ้าสายต่างๆในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และมีแนวโน้มการลงทุนในภาคอสังหาริมทรัพย์เช่นคอนโดมิเนียมตามแนวรถไฟฟ้า อีกทั้งการลงทุนในพื้นที่เขตระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ทำให้ปริมาณความต้องการของสินค้าวัสดุก่อสร้างเพิ่มมากขึ้น สแตนเลสจึงเป็นทางเลือกหนึ่งสำหรับโครงการก่อสร้างที่จะมีเพิ่มมากขึ้นตามแผนภาพ รวมทั้งผู้บริโภคที่เริ่มผ่อนคลายจากภาวะเศรษฐกิจที่คาดว่าจะฟื้นตัวและหันมาให้ความสำคัญด้านฟังก์ชันการใช้งานและความสวยงามมากขึ้นกว่าช่วงที่ผ่านมาที่ให้ความสำคัญกับเรื่องต้นทุนเป็นส่วนใหญ่ การใช้งานท่อสแตนเลสประเภทตกแต่งจึงมีแนวโน้มในการถูกใช้งานสูงขึ้นซึ่งสอดคล้องกับการพยากรณ์ของ Steel Market Intelligence ว่าจะมีปริมาณความต้องการการใช้งานท่อ สแตนเลสสูงขึ้นโดยเฉพาะท่อสแตนเลสประเภทตกแต่งที่มีสัดส่วนการเติบโตสูงเมื่อเปรียบเทียบกับท่อประเภทอื่นๆ

อุปทาน

คอนโดมิเนียมเปิดขายใหม่ในแต่ละไตรมาสช่วงไตรมาสที่ 1 พ.ศ.2558 - ไตรมาสที่ 3 พ.ศ.2563



ที่มา: แผนกวิจัยและการสื่อสาร คอลลิเออร์ส อินเตอร์เนชั่นแนล ประเทศไทย

2.2.6 คู่แข่งและภาวะการแข่งขัน

ตลาดทอสเตนเลสในประเทศไทยแต่เดิมเป็นการแข่งขันกันของผู้ผลิตภายในประเทศจำนวนประมาณ 12 ราย โดยเป็นรายใหญ่ประมาณ 6 ราย แต่หลังจากที่ประเทศจีนและไต้หวันเริ่มผลิตต้นสินค้ากระจายออกสู่ตลาดทั่วโลก ด้วยราคาที่ต่ำ ทำให้มีผู้ประกอบการหลายรายนำสินค้าเหล่านี้มาจำหน่ายในประเทศ สินค้าดังกล่าวเป็นสินค้าที่ราคาจะต่ำแต่ไม่เห็นเรื่องคุณภาพของตัวสินค้า ทำให้เกิดภาวะการแข่งขันด้านราคามากขึ้น แม้กระทั่งผู้ผลิตในประเทศบางรายก็ทนสภาวะการแข่งขันด้านราคากับสินค้านำเข้าไม่ไหว จึงผันตัวไปเป็นผู้นำเข้าเสียเอง จนกระทั่งมีการประกาศมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดออกมาจากกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ช่วงปลายปี พ.ศ. 2559 ซึ่งมีผลบังคับใช้เป็นเวลา 5 ปี ทำให้สินค้านำเข้าจากประเทศจีนและเวียดนามลดปริมาณลงไป ส่วนสินค้านำเข้าจากประเทศไต้หวันได้รับผลกระทบเพียงเล็กน้อยเนื่องจากอัตราอากรการทุ่มตลาดไม่สูงมากนัก เมื่อเวลาผ่านไประยะหนึ่งผู้นำเข้าที่เคยนำสินค้าเข้าจากจีนก็หันไปหาแหล่งนำเข้าสินค้าแหล่งใหม่ซึ่งบางแห่งเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายที่เป็นการลงทุนจากประเทศจีนนั่นเอง ภาวะการแข่งขันด้านราคาจึงกลับมารุนแรงอีกครั้ง อย่างไรก็ตาม ภาวะดังกล่าวส่งผลกระทบไม่มากนักกับบริษัท เนื่องจากบริษัทมีฐานลูกค้าเดิมที่เหนียวแน่น ทำธุรกิจกันมายาวนานและมีความเข้าใจในเรื่องของราคาและคุณภาพสินค้าเป็นอย่างดี ลูกค้ากลุ่มนี้คำนึงถึงผลกระทบที่อาจตามมาหากเสี่ยงทดลองขายหรือใช้สินค้าคุณภาพต่ำ ซึ่งจะทำให้เสียชื่อเสียงและเสียลูกค้าที่ค้าขายกันมา นอกจากนี้สินค้าของบริษัทยังความหลากหลายทั้งในด้านประเภทของการใช้งานทอสเตนเลสรวมถึงขนาดของท่อที่มีความหลากหลายกว่าคู่แข่งในตลาด จึงสามารถรักษาส่วนแบ่งตลาดเดิมไว้ได้เกือบทั้งหมดและยังรักษาความเป็นผู้นำในตลาดมาอย่างต่อเนื่อง

ในตลาดต่างประเทศ บริษัทพยายามเพิ่มฐานลูกค้าจากการเดินทางไปร่วมงานแสดงสินค้าในประเทศต่างๆ ซึ่งได้รับผลตอบแทนค่อนข้างดี ลูกค้าเดินทางมาตรวจสอบโรงงานก่อนการสั่งซื้อหลายราย บริษัทอาศัยโอกาสที่สินค้าจากจีนและไต้หวันถูกดำเนินมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti-dumping) เข้านำเสนอเพื่อเป็นทางเลือกให้กับลูกค้าในประเทศที่ดำเนินมาตรการตอบโต้ทางการค้ากับจีนและไต้หวัน นอกจากนี้การที่บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานอุปกรณ์ด้านแรงดัน (PED) ทำให้มีโอกาสขยายฐานเข้าสู่ตลาดยุโรป และมาตรฐานด้านสุขอนามัยของเครื่องจักรและอุปกรณ์แปรรูปอาหาร (3-A Sanitary Standards) ก็เป็นการสร้างโอกาสในการนำเสนอสินค้าเข้าสู่ตลาดประเทศสหรัฐอเมริกาได้เป็นอย่างดี แม้ว่าจะมีมาตรการภายใต้มาตรา 232 ขึ้นภาษีการนำเข้า แต่มาตรการดังกล่าวกลับส่งผลกระทบเพียงเล็กน้อยกับบริษัทเนื่องจากสินค้าของบริษัทมีคุณภาพมาตรฐานที่ลูกค้าตรวจสอบแล้วว่าใช้งานได้ดีทำให้บริษัทสามารถสร้างโอกาสขยายฐานการขายได้อีกต่อไป

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

บริษัท ไทย-เยอรมัน โปรดักส์ จำกัด (มหาชน)

1. จำนวนโรงงาน

โรงงานของบริษัทมีจำนวน 1 แห่ง ซึ่งตั้งอยู่ที่ 99 ถนนห้วยโป่ง-หนองบอน ตำบลห้วยโป่ง อำเภอเมือง จังหวัดระยอง เนื้อที่รวม 204-0-72.9 ไร่

2. กำลังการผลิตเต็มที่และปริมาณการผลิตจริง

ตารางแสดงกำลังการผลิตเต็มที่และกำลังการผลิตจริงแยกตามผลิตภัณฑ์ดังนี้

(หน่วย : ตัน)

ปี	ท่อ	แผ่น	เพลลา	รวม
กำลังการผลิตเต็มที่ 2562 - 2563	27,500	6,849	3,836	38,185
กำลังการผลิตเต็มที่ 2561	13,325	6,849	3,836	24,174
กำลังการผลิตจริง				
2563	16,899	2,888	-	19,787
2562	14,631	2,916	-	17,547
2561	14,811	2,206	-	17,017
% การใช้กำลังการผลิต				
2563	61.45	42.17	-	51.82
2562	53.20	42.58	-	45.95
2561	111.15	32.21	-	70.39

กำลังการผลิตเต็มที่คำนวณจากกำลังการผลิตจากการผลิตวันละ 1 กะ กระละ 8 ชั่วโมง จาก 300 วัน

บริษัทมีนโยบายการผลิตที่สำคัญ คือ จะผลิตตามปริมาณที่ได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้าและจะผลิตเพิ่มอีกประมาณร้อยละ 20 เพื่อรองรับตามการคาดการณ์ยอดขายของเดือนถัดไป

3. วัตถุดิบและผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตท่อสแตนเลสและแผ่นสแตนเลส คือ ม้วนสแตนเลสซึ่งมี 2 ประเภท คือ ม้วนสแตนเลสรีดร้อน (HOT ROLL) และม้วนสแตนเลสรีดเย็น (COLD ROLL) ส่วนวัตถุดิบอื่นได้แก่ ลวดสแตนเลส (Wire Rod) ใช้ในการผลิตเพลลาสแตนเลส ในปี 2563 บริษัทมีส่วนการใช้วัตถุดิบหลักของบริษัทประมาณร้อยละ 87 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

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

วัตถุดิบประเภทม้วนสแตนเลสรีดร้อนจะใช้เป็นวัตถุดิบกับงานการผลิตสินค้าที่มีความคงทนต่อแรงดันสูงและทนต่อความกัดกร่อนของกรดและด่างสูง ในขณะที่วัตถุดิบประเภทม้วนสแตนเลสรีดเย็นจะใช้เป็นวัตถุดิบกับงานการผลิตสินค้าสแตนเลสประเภทที่ใช้ในการตกแต่งอาคารบ้านเรือน และใช้สำหรับสินค้าสแตนเลสที่ไม่ต้องใช้ความดันสูง

แหล่งวัตถุดิบทั้งม้วนสแตนเลสรีดร้อนและม้วนสแตนเลสรีดเย็น สามารถจัดหาได้จากการนำเข้าจากต่างประเทศและจัดหาผู้ผลิตหรือตัวแทนจำหน่ายในประเทศได้ ในปี 2563 บริษัทได้มีการสั่งซื้อวัตถุดิบสแตนเลสประเภทรีดร้อนและรีดเย็นจากผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายในประเทศ 1 รายใหญ่ ประมาณร้อยละ 50 ของยอดซื้อวัตถุดิบทั้งหมด ทั้งนี้ ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัทไม่ได้จัดทำสัญญาซื้อขายกับผู้จำหน่ายดังกล่าว แต่อย่างไรก็ตาม การสั่งซื้อในแต่ละคราวจะเป็นการสั่งซื้อล่วงหน้าประมาณ 1 - 2 เดือน ขึ้นอยู่กับแนวโน้มราคาวัตถุดิบและการคาดการณ์

ของผู้บริหาร โดยหากราคาวัตถุดิบอยู่ในช่วงขาขึ้น บริษัทจะซื้อล่วงหน้าในระยะเวลาที่ยาวนานกว่าในช่วงราคาวัตถุดิบขาลง จึงไม่มีปัญหาในการสั่งซื้อวัตถุดิบแต่อย่างใด นอกจากนี้บริษัทยังได้ซื้อวัตถุดิบสแตนเลสประเภทรีดร้อนและรีดเย็นจากผู้ผลิตและผู้แทนจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศอีก 16 ราย ซึ่งผู้ผลิตและผู้จำหน่ายดังกล่าวข้างต้นต่างก็มีความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัทมาเป็นระยะเวลานานและไม่เคยมีปัญหาในสั่งซื้อวัตถุดิบเช่นกัน

มูลค่าการซื้อวัตถุดิบในประเทศและต่างประเทศระหว่างปี 2561 – 2563

(หน่วย : ล้านบาท)

	2561	2562	2563
มูลค่าการซื้อวัตถุดิบในประเทศ	666	831	767
มูลค่าการซื้อวัตถุดิบต่างประเทศ	502	175	331
รวม	1,168	1,006	1,098

สัดส่วนการสั่งซื้อวัตถุดิบ (%)	2561	2562	2563
ในประเทศ	57	83	70
ต่างประเทศ	43	17	30
รวม	100	100	100

4. ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการกำจัดมลภาวะที่เกิดจากกากหรือของเสียจากอุตสาหกรรม เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนและเป็นการรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม จึงได้จ้างบริษัทในประเทศแห่งหนึ่งในการให้บริการกำจัดกากตะกอนจากระบบบำบัดโดยการเผาในเตา เผาปูนขาว รวมถึงการจ้างให้จัดเก็บรวบรวมและขนส่งของเสียเพื่อนำไปบำบัดหรือกำจัด

ในด้านสิ่งแวดล้อม บริษัทอยู่ภายใต้การควบคุมของกรมอุตสาหกรรมโรงงานโดยการดูแลของอุตสาหกรรมจังหวัดระยอง ซึ่งได้กำหนดให้บริษัทต้องจัดหาบริษัทที่ให้บริการกำจัดขยะอุตสาหกรรม โดยบริษัทได้ดำเนินการแล้วตามกล่าวข้างต้น และที่ผ่านมาบริษัทไม่เคยมีข้อพิพาทด้านสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

บริษัท โฮม เดคโค จำกัด

ปัจจุบันเครื่องเล่นสามารถเชื่อมต่อผ่านมือถือ หรือIPAD บริษัทจึงเน้นสินค้าที่สามารถต่อจากเครื่องเล่น เช่น ลำโพง ขยายเสียง (Amplifier) และอุปกรณ์เชื่อมต่อ ซึ่งผู้บริโภคมีหลายระดับ ตั้งแต่ระดับต่ำสุด – ระดับสูงสุด (ไฮเอนด์) บริษัทได้เน้นเครื่องเสียงระดับไฮเอนด์ เพื่อเจาะตลาดกลุ่มผู้บริโภคระดับสูงสุด (ไฮเอนด์) ซึ่งผู้บริโภคกลุ่มนี้มีฐานะทางเศรษฐกิจที่ดี มีกำลังซื้อ อีกทั้ง มีรสนิยมในการฟังเพลง ทั้งนี้ ผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าวนี้ ยึดติดกับคุณภาพและยี่ห้อสินค้า ซึ่งในประเทศไทยไม่มี ต้องสั่งซื้อจากต่างประเทศ

ถ้าสินค้ามีมูลค่าสูง บริษัทจะรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าก่อน แล้วจึงทำการสั่งซื้อและนำเข้าจากต่างประเทศ เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากการยกเลิกคำสั่งซื้อจากลูกค้า ส่วนสินค้าที่มีราคาปานกลาง บริษัทจะสั่งซื้อไว้เป็นสต็อกสินค้า เพื่อจำหน่ายให้ลูกค้าได้ทันที

บริษัท เวิลด์ คลาส สمارท์ ฟาร์ม จำกัด

ในปัจจุบันการเลือกรับประทานอาหารที่ดีต่อสุขภาพได้มีความนิยมในหมู่ของผู้บริโภคกลุ่มคนรักสุขภาพมากขึ้น โดยเฉพาะการเลือกรับประทานผักและผลไม้แบบออร์แกนิก หรือที่รู้จักกันในอีกนิยามหนึ่งคือ พืชผลเกษตรอินทรีย์เป็นผลผลิตที่ได้จากการปลูกโดยไม่ปราศจากการใช้สารเคมีต่าง ๆ มาควบคุมผลผลิตและส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม

ปัจจุบัน บริษัทได้ทำสัญญาเช่าที่ดินกับบริษัท ไทย-เยอรมัน โปรดัคส์ จำกัด (มหาชน) จำนวน 19 ไร่ 3 งาน 90 ตารางวา ในการติดตั้งเรือนเพาะชำเพื่อเพาะปลูกผักและผลไม้ โดยแต่ละเรือนมีขนาดกว้าง 6 เมตร ยาว 36 เมตร ผลผลิตพันธุ์ที่เพาะปลูกได้แก่ เมล่อน มะเขือเทศราชินี ผักคะน้า ผักกวางตุ้งฮ่องเต้ ผักสลัด เช่น กรีนโอ๊ค (Green Oak Lettuce), เรดโอ๊ค (Red Oak Lettuce), บัตเตอร์นัท (Butternut Squash) เป็นต้น

นอกจากการเพาะปลูกแล้ว บริษัทได้ดำเนินธุรกิจการจำหน่ายและติดตั้งโรงเรือนเพาะชำที่ทำจากทอสเตนเลสเพื่อการเพาะปลูก เพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้าซึ่งเป็นลักษณะซื้อโรงเรือนแบบ Green House

บริษัทมีช่องทางการจัดจำหน่าย 2 ลักษณะ คือ

1. ลักษณะ B2B (Business-to-Business) ซึ่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านโรงแรมและร้านอาหาร เช่น S15 Sukhumvit Hotel, S31 Sukhumvit Hotel, S33 Compact Sukhumvit Hotel, Swissotel Bangkok, Park Plaza Bangkok, ร้าน May Veggie Home, ร้านคุณเชิญ เอกมัย และ ร้าน Brown Sugar Dessert & Café เป็นต้น
2. ลักษณะ B2C (Business-to-Customer) ซึ่งดำเนินการจำหน่าย 2 รูปแบบ คือ
 - 2.1 การออกงานแสดงสินค้า ออกร้านตามตลาดนัดและสำนักงาน
 - 2.2 การขายผ่านออนไลน์ เช่น ขายผ่าน Facebook, Line และ Instagram



เมื่อแบ่งลูกค้าของบริษัทตามช่องทางการจัดจำหน่ายจะได้สัดส่วนโดยประมาณ ดังต่อไปนี้

ช่องทางการจัดจำหน่าย	สัดส่วน (%)
B2B (Business-to-Business)	96
B2C (Business-to-Customer)	4

3. ปัจจัยความเสี่ยง

3.1 ความเสี่ยงจากการประกอบธุรกิจ

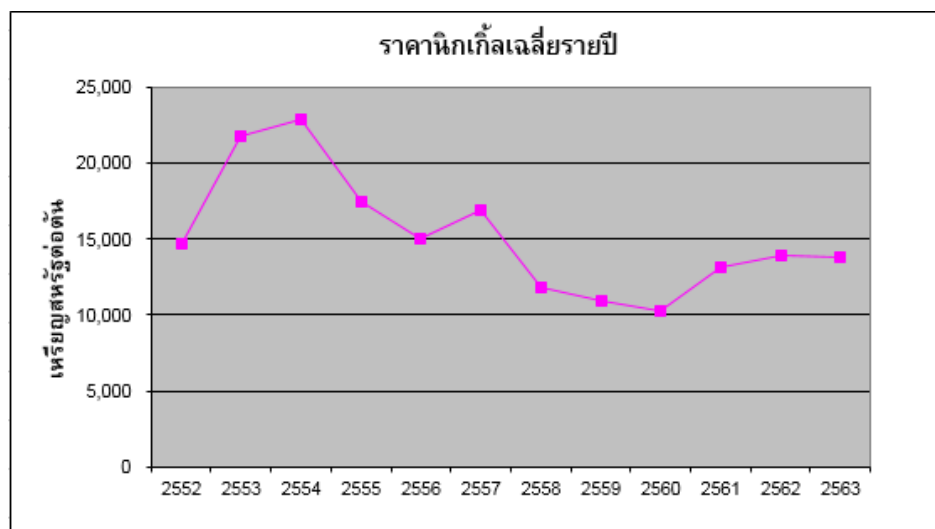
(1) ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารที่เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่

เนื่องจากปัจจุบันบริษัทบริหารงานโดยคณะกรรมการและผู้บริหารของบริษัท ซึ่งกรรมการและผู้บริหารของบริษัทรายหนึ่ง มีประสบการณ์การดำเนินธุรกิจสแตนเลสมากกว่า 47 ปี หากมีการเปลี่ยนแปลงกรรมการและผู้บริหารรายดังกล่าวเป็นบุคคลใหม่ที่ไม่มีความชำนาญด้านการผลิตและการตลาดของธุรกิจสแตนเลส โดยเฉพาะการตลาดภายในประเทศ อาจทำให้บริษัทมีความเสี่ยงเกี่ยวกับความอยู่รอดได้ อย่างไรก็ตาม กรรมการและผู้บริหารของบริษัทรายดังกล่าวมีความผูกพันกับบริษัท โดยทำงานอยู่กับบริษัทมาเป็นระยะเวลายาวนานและเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่

3.2 ความเสี่ยงเกี่ยวกับการผลิต

(1) ความเสี่ยงเกี่ยวกับความผันผวนของราคาวัตถุดิบ

เนื่องจากราคาวัตถุดิบทั้งสแตนเลสประเภทรีดร้อนและรีดเย็นนั้นเป็นสินค้าประเภท Commodity ซึ่งจะมีราคาเปลี่ยนแปลงตามราคาสถาตลาดโลก โดยจะมีราคาเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกับราคานิกเกิลซึ่งเป็นสินค้าประเภท Commodity และเป็นส่วนผสมหลักของสแตนเลสรีดร้อนและรีดเย็น ทั้งนี้เมื่อพิจารณาราคานิกเกิลจะพบว่ามีความผันผวนค่อนข้างมาก โดยที่ผ่านมาได้มีการเปลี่ยนแปลงทั้งขึ้นและลง 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 8.65 และร้อยละ 6.02 ตามลำดับ และเพิ่มขึ้นตลอดในปี 2561 - 2563 จากความผันผวนของราคาวัตถุดิบดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อการจัดราคาขายและอัตรากำไรของบริษัท โดยบริษัทอาจจะไม่สามารถเพิ่มราคาขายได้ทันทีที่มีการปรับตัวสูงขึ้นของราคาวัตถุดิบ ทำให้ไม่สามารถใช้นโยบายการจัดราคาขายที่มีกำไรในอัตราร้อยละที่แน่นอนทุกคำสั่งซื้อจากลูกค้าได้ ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นจะผันแปรไปตามการเปลี่ยนแปลงของราคาวัตถุดิบ ทั้งนี้ ต้นทุนวัตถุดิบสแตนเลสประเภทรีดร้อนและรีดเย็นคิดเป็นร้อยละ 87 ของต้นทุนการใช้วัตถุดิบรวมในปี 2563



ที่มา : www.metalprices.com

ทั้งนี้ บริษัทได้ลดความเสี่ยงจากความผันผวนของราคารัตถุดิบ โดยบริษัทจะพิจารณาติดตามการเคลื่อนไหวของราคารัตถุดิบอย่างใกล้ชิด เพื่อที่จะทราบแนวโน้มของราคารัตถุดิบและนำมาใช้ในการคำนวณต้นทุนการผลิตและกำหนดราคาขาย ซึ่งในปัจจุบันบริษัทมีการพิจารณาสั่งซื้อวัตถุดิบเป็นรายสัปดาห์ ทั้งนี้ ช่วงที่ราคารัตถุดิบอยู่ในช่วงขาขึ้น บริษัทจะทำสัญญาซื้อวัตถุดิบล่วงหน้าเป็นระยะเวลาประมาณ 2 - 3 เดือน สำหรับในช่วงที่ราคารัตถุดิบอยู่ในช่วงขาลง บริษัทจะชะลอการสั่งซื้อวัตถุดิบลงหรือสั่งซื้อให้สอดคล้องกับปริมาณการผลิตที่มีอยู่ในขณะนั้นโดยไม่พยายามสั่งซื้อเพื่อเก็บวัตถุดิบไว้ในคลังสินค้า

(2) ความเสี่ยงเรื่องการขาดแคลนแรงงาน

ลักษณะของธุรกิจซึ่งเป็นธุรกิจที่ใช้แรงงานที่มีความชำนาญจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งความชำนาญในการผลิตท่อสแตนเลส และขัดแผ่นสแตนเลส โดยที่รัฐบาลได้กำหนดให้มีการปรับค่าแรงเป็น 331 บาทต่อวันในจังหวัดกรุงเทพฯและจังหวัดสมุทรปราการ และ 335 ต่อวันในจังหวัดระยอง มีผลทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ประกอบกับการขยายตัวทางเศรษฐกิจทำให้เกิดการขาดแคลนแรงงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งแรงงานฝีมือ บริษัทจึงประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงานธรรมดาและแรงงานฝีมือ และยังมีผลทำให้ต้นทุนในการผลิตสูงขึ้น โดยบริษัทต้องจัดหาแรงงานจากประเทศใกล้เคียงมาชดเชย ซึ่งจะมีค่าใช้จ่ายในการจัดหาสูงกว่าการจัดหาแรงงานไทย ทั้งนี้ ในอุตสาหกรรมผู้ผลิตท่อและแผ่นสแตนเลสที่มีจำนวนไม่มากนัก จึงทำให้ขาดแคลนแรงงานธรรมดาและแรงงานฝีมือ

3.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน

(1) ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

วัตถุดิบของบริษัททั้งหมดจะมีลักษณะของการนำเข้าทั้งทางตรงและทางอ้อมกล่าวคือไม่มีผู้ผลิตวัตถุดิบสแตนเลสรีดร้อนในประเทศไทย และวัตถุดิบสแตนเลสประเภทรีดร้อน ก็ยังเป็นวัตถุดิบของผู้ผลิตสแตนเลสประเภทรีดเย็น ดังนั้นดูเหมือนหนึ่งว่าวัตถุดิบทั้งสองประเภทจะต้องนำเข้าจากต่างประเทศเกือบทั้งหมด ในขณะที่บริษัทมีสัดส่วนการจำหน่ายไปยังต่างประเทศในปี 2563 คิดเป็นร้อยละ 12 ของรายได้จากการขายและรับจ้างผลิต จึงไม่สามารถที่จะชดเชยความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนได้ทั้งหมด ดังนั้น บริษัทจึงมีความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนที่มีผลให้ต้นทุนวัตถุดิบมีความผันผวนได้ เนื่องจากราคารัตถุดิบเมื่อแปลงค่าเป็นเงินบาทแล้วจะมีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวตามเสถียรภาพของค่าเงินบาท ทำให้ต้นทุนการผลิตของบริษัทมีการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วยขึ้นอยู่กับความมีเสถียรภาพของค่าเงินบาท ถึงแม้ว่าบริษัทจะพยายามป้องกันความเสี่ยงด้วยการซื้ออัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้าประมาณร้อยละ 80 จากการสั่งซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศแล้วก็ตาม

นอกจากนี้ บริษัทยังมีความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ จากการที่มีรายการค้ากับลูกหนี้การค้าและเจ้าหนี้การค้าที่เป็นสกุลเงินตราต่างประเทศ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมียอดลูกหนี้การค้าและเจ้าหนี้การค้าที่เป็นเงินตราต่างประเทศที่ไม่ได้ทำสัญญาป้องกันความเสี่ยงดังนี้

สกุลเงิน	ลูกหนี้การค้า		อัตราแลกเปลี่ยน 31 ธ.ค. 2563	เจ้าหนี้การค้า		เงินกู้ยืมตราสารหนี้		อัตรา แลกเปลี่ยน 31 ธ.ค. 2563
	สกุลเงินต่างประเทศ	มูลค่า เทียบเท่า เงินบาท		สกุลเงิน ต่างประเทศ	มูลค่า เทียบเท่า เงินบาท	สกุลเงิน ต่างประเทศ	มูลค่า เทียบเท่า เงินบาท	
ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา	133,749.06	3,994,736.67	29.8674	3,148,549	95,107,589.93	689,717.44	20,834,156.77	30.2068
ยูโร	21,977.93	802,082.35	36.4949	17,053	635,357.26			37.2578

จากตารางข้างต้นจะพบว่า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 ลูกหนี้การค้าที่เป็นเงินตราต่างประเทศไม่ได้ทำสัญญาป้องกันความเสี่ยงเมื่อแปลงค่าเป็นเงินบาท โดยคำนวณจากอัตราแลกเปลี่ยนข้างต้นมีจำนวน 4.80 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2 ของลูกหนี้การค้ารวม บริษัทมีเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้ค่าซื้อวัตถุดิบที่เป็นเงินตราต่างประเทศ ไม่ได้ทำสัญญาป้องกันความเสี่ยง เมื่อแปลงค่าเป็นเงินบาท โดยคำนวณจากอัตราแลกเปลี่ยนข้างต้นมีจำนวนเงิน 116.58 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนของเจ้าหนี้เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินเพื่อซื้อวัตถุดิบและเจ้าหนี้การค้าเพื่อซื้อวัตถุดิบและวัสดุสิ้นเปลืองประมาณร้อยละ 12.06

(2) ความเสี่ยงความไม่เพียงพอของเงินทุนหมุนเวียน

จากลักษณะธุรกิจของบริษัทที่ต้องมีการซื้อวัตถุดิบส่วนใหญ่เป็นเงินสด ในขณะที่ต้องมีการขายสินค้าให้กับลูกค้าเป็นเงินเชื่อ ทำให้บริษัทมีความจำเป็นต้องใช้เงินทุนหมุนเวียนเป็นจำนวนที่สูง ซึ่งส่งผลให้บริษัทมีต้นทุนการใช้เงินทุนหมุนเวียนสูงตามไปด้วย โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีลูกหนี้การค้าและสินค้าคงเหลือเป็นจำนวน 250 ล้านบาท และ 738 ล้านบาทตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 8 และ 23 ของสินทรัพย์รวมตามลำดับ ในขณะที่มีเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินเพื่อซื้อวัตถุดิบและเจ้าหนี้การค้าเพื่อซื้อวัตถุดิบและวัสดุสิ้นเปลืองเป็นจำนวนเงินรวม 513 ล้านบาท และ 457 ล้านบาทตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 42 และ 37 ของหนี้สินรวมตามลำดับ ในขณะที่ปัจจุบันบริษัทได้รับการสนับสนุนด้านเงินทุนหมุนเวียนจากธนาคารในประเทศแห่งหนึ่ง โดยมีที่ดิน อาคาร และสำนักงานห้องชุดเป็นหลักประกันหนี้ต่อสถาบันการเงินดังกล่าวเป็นจำนวนเงินประมาณ 950 ล้านบาท

3.4 ความเสี่ยงต่อการลงทุนของผู้ซื้อหลักทรัพย์

(1) ความเสี่ยงการจ่ายเงินปันผล

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทและบริษัทย่อยมีขาดทุนสุทธิที่เป็นส่วนของบริษัทใหญ่จำนวน 53.60 ล้านบาท และบริษัทมีขาดทุนสุทธิประมาณ 38.60 ล้านบาท และบริษัทและบริษัทย่อยยังคงมีขาดทุนสะสมคงเหลือประมาณ 336.49 ล้านบาท และบริษัทมีขาดทุนสะสมคงเหลือประมาณ 314.04 ล้านบาท จึงทำให้บริษัทยังไม่มีความสามารถที่จะจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นได้

(2) ความเสี่ยงจากการถูกควบคุมเสียงของที่ประชุมผู้ถือหุ้นจากกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่

กลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท ได้แก่ ครอบครัวลีลาประชากุล ประกอบด้วย นายรชต ลีลาประชากุล และนางสาวมณฑิรา ลีลาประชากุล (รวมกันเรียกว่า “กลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่”) ถือหุ้นคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 39.75 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้ทั้งหมดของบริษัท และนายรชต ลีลาประชากุล เป็นกรรมการผู้มีอำนาจลงนาม และเป็นผู้บริหารของบริษัทด้วย จึงทำให้กลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่เป็นผู้มีอำนาจในการบริหารจัดการและควบคุมคะแนนเสียงในการลงมติที่สำคัญได้เกือบทั้งหมด ยกเว้นในเรื่องกฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทกำหนดให้ต้องได้รับเสียงในการประชุมผู้ถือหุ้นด้วยคะแนนเสียงไม่น้อยกว่า 3 ใน 4 ของจำนวนหุ้นที่เข้าประชุมและมีสิทธิออกเสียง หรือในกรณีกำหนดให้สิทธิออกเสียงคัดค้านได้ ดังนั้นผู้ถือหุ้นรายอื่นที่เข้าร่วมประชุมและมีสิทธิออกเสียงอาจจะไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อคัดค้านหรือถ่วงดุลการบริหารของกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ได้

อย่างไรก็ดี โครงสร้างการจัดการของบริษัท ประกอบด้วยคณะกรรมการและคณะกรรมการตรวจสอบ โดยมีการกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่อย่างชัดเจน อีกทั้งในองค์ประกอบของคณะกรรมการตรวจสอบ ยังประกอบด้วยกรรมการอิสระ 3 ท่าน ที่เป็นผู้มีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจและมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงบการเงินและรายงานทางการเงินต่าง ๆ จึงมีส่วนช่วยในการดำเนินงานของคณะกรรมการและคณะกรรมการตรวจสอบเป็นไปอย่างมีระบบ โปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ นอกจากนี้ จำนวนกรรมการอิสระในคณะกรรมการมีถึง 5 ท่าน จากคณะกรรมการทั้งหมด 7 ท่าน หรือคิดเป็นร้อยละ 71

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 รายละเอียดทรัพย์สินของบริษัทและบริษัทย่อยที่ใช้ประกอบธุรกิจ สรุปได้ดังนี้

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (บาท) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563	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>191,752,436</p> <p>120,450,132</p>	บริษัทเป็นเจ้าของ	ติดจำนองกับธนาคารในประเทศแห่งหนึ่ง มูลค่า 665 ล้านบาท
เครื่องจักรและอุปกรณ์	1,770,884,861	บริษัทและบริษัทย่อยเป็นเจ้าของ	ติดจำนองกับธนาคารในประเทศแห่งหนึ่ง มูลค่า 367.72 ล้านบาท
เครื่องใช้สำนักงาน	9,619,842	บริษัทและบริษัทย่อยเป็นเจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
เครื่องตกแต่งและติดตั้ง	674,284	บริษัทและบริษัทย่อยเป็นเจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
ยานพาหนะ	2,684,646	บริษัทและบริษัทย่อยเป็นเจ้าของ	ติดภาระผูกพันตามสัญญาเช่าซื้อ
เครื่องจักรระหว่างติดตั้ง	132,882,002	บริษัทเป็นเจ้าของ	ติดจำนองกับธนาคารในประเทศแห่งหนึ่ง มูลค่า 367.72 ล้านบาท
รวมที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ (สุทธิ)	2,228,948,205		

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย

ในวันที่ 14 พฤศจิกายน 2561 คณะกรรมการบริษัทมีมติอนุมัติจัดตั้งบริษัทย่อย “บริษัท เวิลด์ คลาส สมาร์ท ฟาร์ม จำกัด” บริษัทถือหุ้นในบริษัทย่อยร้อยละ 99.50 โดยมีวัตถุประสงค์ดำเนินธุรกิจด้านการเกษตร ตั้งแต่การเตรียมการเพาะปลูก การบริหารจัดการด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ การแปรรูปผลผลิต จนถึงการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ในรูปแบบโครงการ “เกษตรดิจิทัล 4.0” อีกทั้ง ดำเนินการขาย และ/หรือ ให้เช่าที่ดิน เพื่อใช้ประโยชน์ สำหรับการเกษตร และ/หรือ เพื่อยู่ออาศัย

บริษัท เวิลด์ คลาส สมาร์ท ฟาร์ม จำกัด ยังคงมีความต้องการในเงินลงทุนเพื่อขยายธุรกิจ ทั้งด้านการคิดค้นและพัฒนากระบวนการเกษตรดิจิทัล 4.0 การบริหารจัดการเพาะปลูก ตลอดจนการลงทุนขยายเรือนเพาะชำสำหรับเพาะปลูก ปัจจุบันมีทุนชำระแล้ว 3,000,000 บาท ดังนั้น บริษัท ไทย-เยอรมัน โปรดักส์ จำกัด (มหาชน) และบริษัท เวิลด์ คลาส สมาร์ท ฟาร์ม จำกัด ยังอยู่ระหว่างการพิจารณาร่วมกันถึงการจัดหาแหล่งเงินทุน โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 ยังไม่มีข้อสรุปในเรื่องดังกล่าวแต่อย่างใด แต่คาดว่าจะมีผลสรุปภายในไตรมาสสอง – สามของปี 2564

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

- ไม่มี -

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

บริษัท ไทย-เยอรมัน โปรดักส์ จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายท่อสแตนเลส แผ่นสแตนเลส เพลสแตนเลส และอุปกรณ์สแตนเลส ภายใต้เครื่องหมายการค้า TGPRO นอกจากนี้ บริษัทยังดำเนินการเป็นผู้รับจ้างผลิตให้กับลูกค้าทั่วไป โดยมีรายละเอียดข้อมูลทั่วไป ดังนี้

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ โรงงานและคลังสินค้าที่ 1

99 ถนนห้วยโป่ง - หนองบอน
ตำบลห้วยโป่ง อำเภอเมือง จังหวัดระยอง
โทรศัพท์ 081-861-7779

ที่ตั้งสำนักงานขาย

170/25-28 อาคารโอเชียนทาวเวอร์ 1 ชั้น 10,
ซอยสุขุมวิท 16 ถนนรัชดาภิเษกตัดใหม่
แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์ 0-2261-9955
โทรสาร 0-2261-2959

ที่ตั้งคลังสินค้าที่ 2

36 หมู่ที่ 2 ถนนปู่เจ้าสมิงพราย ตำบลสำโรง
อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ
โทรศัพท์ 085-661-0897

เลขทะเบียนบริษัท

0107537002371

HOME PAGE

www.tgpro.co.th

ทุนจดทะเบียน

- หุ้นสามัญ	6,879,160,792	หุ้น
- มูลค่าหุ้น	0.50	บาท

ทุนที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว

- หุ้นสามัญ	4,719,457,066	หุ้น
- มูลค่าหุ้น	0.50	บาท

6.2 ข้อมูลทั่วไปของบริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีบริษัทย่อยจำนวน 2 บริษัท ได้แก่ บริษัท โฮม เดคโค จำกัด และบริษัท เวิลด์ คลาส สมาร์ท ฟาร์ม 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

ที่ตั้งร้านจัดจำหน่าย

ร้าน The Museum
ทีซีกรีน อาคาร D 884/7 ถนนริมคลองสามเสน
แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310
โทรศัพท์ 086-509-6352

เลขทะเบียนบริษัท

0105552131737

Facebook

<https://www.facebook.com/themuseumofficial/>

ทุนจดทะเบียน

- หุ้นสามัญ
- มูลค่าหุ้น

3,000,000 หุ้น
10 บาท

ทุนที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว

- หุ้นสามัญ
- มูลค่าหุ้น

3,000,000 หุ้น
10 บาท

ผู้ถือหุ้น

บริษัท ไทย-เยอรมัน โปรดักส์ จำกัด (มหาชน) 99.00%
นายรชต ลีลาประชากุล 0.90%
นายอภิรักษ์ รัชฎสมบัติ 0.10%

6.2.2 บริษัท เวิลด์ คลาส สมาร์ท ฟาร์ม จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่

170/27 อาคารโอเชียนทาวเวอร์ 1 ชั้น 10,
ซอยสุขุมวิท 16 ถนนรัชดาภิเษกตัดใหม่
แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์ 0-2261-9955
โทรสาร 0-2261-2959

ที่ตั้งฟาร์มเพาะปลูก

99 ถนนห้วยโป่ง - หนองบอน
ตำบลห้วยโป่ง อำเภอเมือง จังหวัดระยอง

ที่ตั้งคลังสินค้า

170/27 อาคารโอเชียนทาวเวอร์ 1 ชั้น 10,
ซอยสุขุมวิท 16 ถนนรัชดาภิเษกตัดใหม่
แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์ 0-2261-9955
โทรสาร 0-2261-2959

เลขทะเบียนบริษัท

0105552131907

Facebook

<https://www.facebook.com/WorldClassSmartFarm.organic/>

ทุนจดทะเบียน

- หุ้นสามัญ
- มูลค่าหุ้น

300,000 หุ้น
10 บาท

ทุนที่ออกและชำระเต็มมูลค่าแล้ว

- หุ้นสามัญ
- มูลค่าหุ้น

300,000 หุ้น
10 บาท

ผู้ถือหุ้น

บริษัท ไทย-เยอรมัน โปรดักส์ จำกัด (มหาชน) 99.50%
นายรชต ลีลาประชากุล 0.40%
นายอภิรักษ์ รัชฎสมบัติ 0.05%
นายธำรงค์ เขียรเตชากุล 0.05%

6.3 ข้อมูลทั่วไปอื่น ๆ

นายทะเบียนหุ้นสามัญของบริษัท

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

ผู้สอบบัญชี

นายจิโรจ ศิริโรจน์
บริษัท กรินทร์ ออดิท จำกัด
เลขที่ 72 อาคาร กสท โทรคมนาคม ชั้น 24
ถนนเจริญกรุง แขวงบางรัก เขตบางรัก
กรุงเทพฯ 10500
โทรศัพท์ 0-2105-4661
โทรสาร 0-2026-3760

ที่ปรึกษากฎหมาย

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