ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1.<u>นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ</u>

บริษัท ที.ซี.เจ. เอเซีย จำกัด (มหาชน) จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 21 มกราคม 2523 ได้เข้าเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเมื่อปี 2538 มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่เลขที่ 3 / 4 หมู่ 9 ถนนบางนาตราด ตำบลบางโฉลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับ

1. นำเข้า ส่งออก จำหน่าย เครื่องจักรกลที่ใช้ในงานก่อสร้าง รถยกหรือยานยนต์อุตสาหกรรมเพื่อการจัดการคลังสินค้า เครนติดหลังรถบรรทุก

2.นำเข้า ส่งออก แปรรูป จำหน่ายและติดตั้ง สินค้าประเภทเหล็กกล้าไร้สนิม ประเภท ท่อ แบน แผ่น เพลา อุปกรณ์และเหล็กรูปพรรณ เป็นต้น

บริษัทมีบริษัทย่อย 2 บริษัท คือ

1.บริษัท บิ๊กเครน แอนด์ อิควิปเม้นต์ เร้นทัลส์ จำกัด ทะเบียนเลขที่ 0105534050216 ประกอบธุรกิจ ให้เช่ารถเครน รถขุด รถบรรทุกติดเครน รถยก และเครื่องจักรหนักเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมก่อสร้างและขนส่ง สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่เลขที่ 3 /4-5 หมู่ 9 ถนนบางนาตราด ตำบลบางโฉลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 มีทุนจดทะเบียน 240,000,000 บาท ทุนชำระแล้ว 240,000,000 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 24,000,000 หุ้น โดยมีมูลค่าตราไว้หุ้นละ 10 บาท จำนวนหุ้นที่บริษัทฯ ถือ 23,999,994 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 99.99

2.บริษัทโตโย มิลเลนเนียม จำกัด(“โตโย”) ทะเบียนเลขที่ 0105542099504 สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่เลขที่ 89 หมู่ที่ 9 ถนนมิตรภาพ ตำบลกลางดง อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายท่อเหล็กไร้สนิม ที่ใช้ในวงการก่อสร้าง ตกแต่งบ้าน โรงงานอุตสาหกรรมต่างๆ อาทิ อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมยาและเวชภัณฑ์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 มีทุนจดทะเบียน 400,000,000 บาท ทุนชำระแล้ว 400,000,000 บาทประกอบด้วยหุ้นสามัญ 4,000,000 หุ้น โดยมีมูลค่าตราไว้หุ้นละ 100 บาทจำนวนหุ้นที่บริษัทฯ ถือ 2,040,000 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 51

1.1 วิสัยทัศน์ ของบริษัท และบริษัทย่อย

1.1.1 บริษัท ที.ซี.เจ.เอเซีย จำกัด (มหาชน)

“ ให้ความสำคัญในการส่งมอบสินค้าที่ตรงตามกำหนดเวลาและการให้บริการที่เหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น ”

1.1.2 บริษัท บิ๊กเครน แอนด์ อิควิปเม้นต์ เร้นทัลส์ จำกัด

“ เป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการจัดการเครื่องจักรกลหนัก เครื่องจักรเพื่องานอุตสาหกรรม ที่ดี มีคุณภาพ โดยเป็นพันธมิตรทางการค้า ที่สร้างคุณค่าให้ลูกค้าเกิดความประทับใจทั้งสิ้นและบริการ ”

1.1.3 บริษัท โตโยมิลเลนเนียม จำกัด

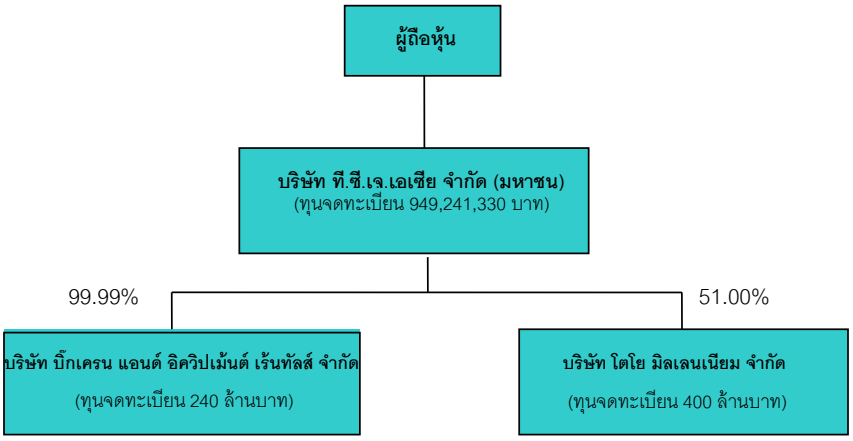
“ เป็นผู้นำในการผลิตและจำหน่ายท่อเหล็กกล้าไร้สนิมสำหรับอุตสาหกรรมอาหารในไทย ”

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

- ปี 2544 บริษัทได้เปลี่ยนชื่อจากบริษัท ที.ซี.เจ. มอเตอร์ จำกัด (มหาชน) เป็น บริษัท ที.ซี.เจ.เอเซีย จำกัด (มหาชน) เพื่อให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจที่บริษัทจะขยายฐานลูกค้าไปยังประเทศในแถบเอเซีย
- ปี 2546 บริษัทได้ยื่นคำร้องขอฟื้นฟูกิจการต่อศาลล้มละลายกลาง ซึ่งศาลมีคำสั่งให้ความเห็นชอบด้วยแผนเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2546
- ปี 2547 บริษัทได้เพิ่มทุนจำนวน 334,500,000 บาท โดยเสนอขายแก่ผู้ถือหุ้นเดิมและได้นำเงินเพิ่มทุนนี้ไปซื้อหุ้นสามัญจำนวน 1,632,000 หุ้น หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51 ในบริษัท โตโย มิลเลนเนียม จำกัด ซึ่งดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายท่อเหล็กกล้าไร้สนิม
- ปี 2548 ศาลล้มละลายกลางได้มีคำสั่งยกเลิกการฟื้นฟูกิจการของบริษัท เนื่องจากผู้บริหารแผนได้ดำเนินการตามแผนฟื้นฟูครบถ้วนแล้ว
- วันที่ 15 กันยายน 2549 บริษัทเข้าร่วมลงทุนกับบริษัท ฟูรูกาวา คอร์เปอเรชั่น จำกัด จากประเทศญี่ปุ่น เพื่อก่อตั้ง บริษัท ยูนิค เซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด ขึ้นด้วยทุนจดทะเบียน 40,000,000 บาท และเมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม 2552 ได้มีการจดทะเบียนเลิกบริษัทต่อกระทรวงพาณิชย์ ด้วยเหตุที่ที่ประชุมผู้ถือหุ้นมีมติพิเศษให้เลิกบริษัท และได้ชำระบัญชีเสร็จสิ้นในเดือนพฤษภาคม 2553 แต่ยังคงแต่งตั้งให้บริษัท ที.ซี.เจ เอเซีย จำกัด (มหาชน) เป็นตัวแทนจำหน่ายต่อไป
- ปี 2554 บริษัทได้เพิ่มทุนจดทะเบียนอีกจำนวน 167,250,000 บาท โดยออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 16,725,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท โดยจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 5,575,000 หุ้น เพื่อเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทตามสัดส่วนการถือหุ้น และจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 11,150,000 หุ้น เพื่อรองรับการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทซึ่งจัดสรรให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทที่ได้จองซื้อและได้รับการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุน การเพิ่มทุนดังกล่าวทำให้บริษัทมีทุนจดทะเบียนจากเดิมจำนวน 557,500,000 บาท เป็นทุนจดทะเบียนใหม่จำนวน 724,750,000 บาท ณ.วันที่ 31 ธันวาคม 2554 บริษัทมีทุนชำระแล้วเป็นเงิน 633,248,800 บาท
- ปี 2554 บริษัท ได้รับการแต่งตั้งจาก KION ให้เป็นตัวแทนผลิตภัณฑ์คุณภาพสูง STILL ประเทศเยอรมัน ให้เป็นตัวแทนจำหน่ายรถยกและยานยนต์อุตสาหกรรมเพื่อการจัดการสินค้า แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย ทั้งนี้ ตราสินค้า STILL เป็นตราสินค้าที่มีคุณภาพสูง และมีนวัตกรรมด้านการประหยัดเชื้อเพลิง และการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และอยู่ภายใต้ KION GROUP ซึ่งเป็นกลุ่มที่ผลิตรถยกรายใหญ่อันดับหนึ่งของทวีปยุโรป

- ปี 2556 บริษัท ได้มีการดำเนินการตามมติที่ประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้นครั้ง 16 ในเรื่องเกี่ยวกับหุ้นและทุนของบริษัท กล่าวคือ บริษัทได้ลดทุนตัดหุ้นส่วนที่ไม่ได้นำออกจำหน่ายจำนวน 360 หุ้น จึงทำให้มีทุนจดทะเบียนจำนวน 724,746,400 บาท แบ่งออกเป็น 72,474,640 หุ้น และได้ทำการเพิ่มทุนจดทะเบียนอีกจำนวน 224,494,930 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 22,449,493 หุ้น ทำให้มีทุนจดทะเบียนใหม่จำนวน 949,241,330 บาท แบ่งออกเป็น 94,924,133 หุ้น ซึ่งในวันจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้บุคคลในวงจำกัด ระหว่างวันที่ 7 และ 10-11 มิถุนายน 2556 นั้นมีผู้ได้รับการจัดสรรหุ้นเป็นบุคคลธรรมดา สัญชาติไทย จำนวน 8 ราย รวม 21,000,000 หุ้น เป็นเงินที่บริษัทได้รับจากการเพิ่มทุนครั้งนี้อีกจำนวน 301,350,000 บาท ซึ่งแบ่งเป็นเงินค่าหุ้นจำนวน 210,000,000 บาท และเงินส่วนเกินมูลค่าหุ้นอีกจำนวน 91,350,000 บาท ทำให้บริษัทมีทุนชำระแล้วเปลี่ยนเป็น 855,913,100 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 85,591,310 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท ภายหลังจากการเพิ่มทุนครั้งนี้แล้ว จะยังคงมีหุ้นคงเหลืออีกจำนวน 9,332,823 หุ้น ซึ่งเป็นหุ้นเพื่อรองรับการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ที.ซี.เจ.เอเซีย จำกัด (มหาชน) ครั้งที่ 1 (TCJ-W1) จำนวน 9,149,760 หุ้น และหุ้นอีกจำนวน 183,063 หุ้น ไว้สำหรับรองรับการปรับอัตราการใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญตามใบสำคัญแสดงสิทธิ (TCJ-W1) ซึ่งเมื่อครบอายุใบสำคัญแสดงสิทธิแล้วหากมีหุ้นคงเหลือบริษัทฯจะดำเนินการลดทุนต่อไป

1.3 โครงสร้างของบริษัท ที.ซี.เจ. เอเซีย จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยมีดังนี้



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทมีบริษัทย่อยรวมทั้งหมด 2 บริษัท ได้แก่ บริษัท บิ๊กเครน แอนด์ อิควิปเม้นต์ เร้นทัลส์ จำกัด และบริษัท โตโย มิลเลนเนียม จำกัด โดยในปัจจุบัน บริษัทถือหุ้นอยู่ในบริษัทย่อยดังกล่าว ในสัดส่วนร้อยละ 99.99 และร้อยละ 51 ตามลำดับ สำหรับประเภทของธุรกิจหลักของบริษัทและบริษัทย่อยนั้น สามารถสรุปได้ดังนี้

ชื่อบริษัท	ประเภทของธุรกิจหลัก
บริษัท ที.ซี.เจ. เอเซีย จำกัด (มหาชน)	• ธุรกิจเครื่องจักรกลก่อสร้าง (Construction Equipment Trading) • ธุรกิจรถยกหรือยานยนต์อุตสาหกรรมเพื่อการจัดการคลังสินค้า (Industrial Equipment Trading and Rental) • ธุรกิจเครนติดหลังรถบรรทุก (Truck Related Product Trading) • ธุรกิจนำเข้า ส่งออก แปรรูป จำหน่ายและติดตั้งสินค้าประเภทโลหะ (Metal Trading)
บริษัท บิ๊กเครน แอนด์ อิควิปเม้นต์ เร้นทัลส์ จำกัด	• ธุรกิจให้เช่าเครื่องจักรกลหนัก (Construction Equipment Rental)
บริษัท โตโย มิลเลนเนียม จำกัด	• ธุรกิจผลิตและจำหน่ายท่อเหล็กกล้าไร้สนิมประเภทต่างๆ (Stainless Steel Tube Manufacturer)

โครงสร้างรายได้ (ล้านบาท)

ผลิตภัณฑ์/บริการ	ปี 2556		ปี 2555		ปี 2554	
	รายได้	**ร้อยละ**	**รายได้**	**ร้อยละ**	**รายได้**	**ร้อยละ**
เครื่องจักร						
การขายเครื่องจักร	379.80	26%	120.65	7%	180.33	12%
ให้บริการเช่าเครื่องจักร	324.79	23%	241.80	15%	176.31	12%
ผลิตภัณฑ์ประเภทโลหะ						
การขายแผ่นเหล็กสแตนเลส	336.42	23%	642.02	39%	677.62	45%
ผลิตและจำหน่ายท่อสแตนเลส	424.70	29%	606.40	37%	560.36	37%
การรับเหมา						
โครงการรถไฟฟ้าสายสีม่วง	123.215	9%				
รายได้อื่น ๆ (รวม)	40.099	3%	72.61	4%	33.62	2%
ตัดรายการ	-186.75	-13%	-46.66	-3%	-127.93	-9%
รวม	**1,442.27**	**100%**	**1,636.82**	**100%**	**1,500.31**	**100%**

บริษัท ที.ซี.เจ เอเซีย จำกัด (มหาชน) (“TCJ”)

แบ่งการบริหารจัดการตามประเภทของผลิตภัณฑ์เป็น 2 หน่วยธุรกิจ (Business Unit) ได้แก่

หน่วยธุรกิจที่ 1 เครื่องจักรกลก่อสร้าง โรงงาน และขนส่ง (Equipment business) ประกอบไปด้วย 4 ธุรกิจย่อยดังนี้

1) ธุรกิจเครื่องจักรกลก่อสร้าง (Construction Equipment Trading)

1.1) <u>ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ</u>

TCJ เป็นผู้จำหน่ายเครื่องจักรกลก่อสร้างใช้แล้ว อาทิเช่น รถแทรกเตอร์ รถขุด และรถเครน โดยทำการจัดซื้อเครื่องจักรกลก่อสร้างจากแหล่งภายในประเทศ หรือนำเข้ามาจากต่างประเทศ เพื่อนำมาประกอบและปรับปรุงสภาพใหม่ (Refurbishment) ให้มีสมรรถนะการทำงานสูงขึ้นให้ได้ใกล้เคียงกับเครื่องจักรใหม่ ทั้งนี้เครื่องจักรที่นำเข้าทุกชนิดจะได้รับการตรวจสอบคุณภาพและคัดเลือกโดยผู้แทนของบริษัทซึ่งมีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ในการตรวจสอบคุณภาพและคัดเลือกเครื่องจักรกลก่อสร้าง

1.2) <u>ภาวะการแข่งขัน</u>

การแข่งขันในอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลหนักที่ใช้ในการก่อสร้างจัดอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากผู้ประกอบการที่มีศักยภาพมีจำนวนจำกัด เพราะเป็นธุรกิจที่ต้องใช้เงินลงทุนสูง(Capital Intensive) เนื่องจากเครื่องจักรมีราคาสูง การแข่งขันส่วนใหญ่จึงมุ่งเน้นเรื่องคุณภาพสินค้า คุณภาพช่าง คุณภาพบริการและคุณภาพบริการหลังการขายปัจจุบัน TCJ มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ประมาณร้อยละ 12 โดยมีคู่แข่งที่สำคัญคือ บริษัท บริษัท ชูไก จำกัด (มหาชน) และบริษัทอื่นๆ

1.3) <u>การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ</u>

การจัดหาเครื่องจักรกลก่อสร้างใช้แล้ว ส่วนใหญ่เป็นการนำเข้ามาจากประเทศญี่ปุ่น ซึ่งมีจำนวนผู้จำหน่ายเครื่องจักรกลก่อสร้างอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งบริษัทสามารถคัดเลือกเครื่องจักรกลก่อสร้างที่มีคุณภาพตามจำนวนที่บริษัทต้องการ ตลอดจนมีเงื่อนไขและราคาที่เหมาะสม

สำหรับงานด้านการประกอบและปรับปรุงสภาพใหม่ (Refurbishment) นั้น TCJ มีโรงงานประกอบและปรับสภาพ ตั้งอยู่ที่เลขที่ 3 / 4 หมู่ที่ 9 ถนนบางนา-ตราด ตำบลบางโฉลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ บนเนื้อที่ 10 ไร่ มีพื้นที่ใช้สอยรวม 16,000 ตารางเมตร มีกำลังการผลิตรวม 500 คันต่อปี

ทั้งนี้ การดำเนินการในโรงงานดังกล่าว มีลักษณะงานเป็นการซ่อม บำรุงรักษา และปรับสภาพเครื่องจักรทั่วไป จึงไม่มีเหตุที่จะก่อให้เกิดมลภาวะใดๆ ต่อสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม TCJ ยังได้ปฏิบัติตามกฎระเบียบของกรมโรงงาน กระทรวงอุตสาหกรรมในเรื่องดังกล่าวอย่างเคร่งครัด

1.4) <u>การตลาดและการจำหน่าย</u>

ลูกค้าเป้าหมายของผลิตภัณฑ์เครื่องจักรกลก่อสร้าง ได้แก่ ลูกค้าภาคเอกชน ซึ่งทำธุรกิจประเภทรับเหมาก่อสร้างโครงการขนาดใหญ่และรับเหมาก่อสร้างทั่วไป โรงงานเกษตรกรรม โรงงานอุตสาหกรรม และธุรกิจขนส่ง

สำหรับนโยบายด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์เครื่องจักรกลก่อสร้างนั้น เน้นด้านการจำหน่ายสินค้าที่เป็นรุ่น ขนาด และตราสินค้า ที่อยู่ในความต้องการของตลาด โดยจะให้ความสำคัญในด้านคุณภาพของสินค้า คุณภาพการปรับสภาพ และการให้บริการหลังการขาย โดยเฉพาะในเรื่องของการให้บริการหลังการขายนั้น TCJ ได้จัดให้มีหน่วยงานบริการให้แก่ลูกค้านอกสถานที่ ซึ่งผู้ให้บริการนั้นจะต้องมีทักษะการวิเคราะห์ปัญหาเครื่องจักรและมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคนิคการซ่อมเป็นอย่างดี

สำหรับในด้านการจัดจำหน่ายนั้น บริษัททำการจำหน่ายสินค้าให้ลูกค้าผ่าน 2 ช่องทาง คือ การขายตรง (Direct Sales) และขายผ่านการประมูล ให้กับลูกค้าทั้งภายในประเทศและนอกประเทศ

ในด้านการกำหนดราคา บริษัทใช้นโยบายด้านราคาแบบต้นทุนบวกด้วยกำไร (Cost plus pricing) โดยพิจารณาถึงส่วนลดที่ได้รับจากผู้ขาย ร่วมกับการพิจารณาเปรียบเทียบราคาของบริษัทกับราคาตลาดในประเทศและราคาสินค้าของคู่แข่ง

2) ธุรกิจรถยกหรือยานยนต์อุตสาหกรรมเพื่อการจัดการคลังสินค้า (Industrial Equipment Trading)

2.1) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

TCJ ได้รับการแต่งตั้งจาก KION ให้เป็นตัวแทนผลิตภัณฑ์รถยกที่มีคุณภาพสูงชื่อว่า “STILL” จากประเทศเยอรมัน ตั้งแต่ปี 2554 (ทดแทนผลิตภัณฑ์ “OM” จากประเทศอิตาลีที่อยู่ในเครือเดียวกัน ซึ่งเป็นการเปลี่ยนนโยบายด้านการตลาดของกลุ่ม KION GROUP ที่จะวางตลาดสินค้ารถยกภายใต้ชื่อสินค้า STILL ให้มากขึ้นในภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลก) ให้เป็นตัวแทนจำหน่ายรถยกและยานยนต์อุตสาหกรรมเพื่อการจัดการสินค้า แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย ทั้งนี้ ตราสินค้า STILL เป็นตราสินค้าที่มีคุณภาพสูง และมีนวัตกรรมด้านการประหยัดเชื้อเพลิง และการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และอยู่ภายใต้ KION GROUP ซึ่งเป็นกลุ่มที่ผลิตรถยกรายใหญ่อันดับหนึ่งของทวีปยุโรป

ผลิตภัณฑ์หลักของสินค้า STILL แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. รถฟอร์คลิฟท์ (Counter-balanced Trucks) น้ำหนักตั้งแต่ 0.8 - 8 ตันมี 3 ประเภท ได้แก่ เครื่องยนต์ดีเซล เครื่องยนต์ก๊าซ LPG และมอเตอร์ไฟฟ้า

2. รถยกสำหรับการจัดการคลังสินค้า (Warehouse Trucks) ซึ่งแบ่งออกเป็นหลายประเภท ได้แก่ Transpallets, Stackers, Reach trucks, VNA (Very Narrow Aisle Truck), Order pickers, Towing Truck

2.2) ภาวะการแข่งขัน

การแข่งขันในอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลประเภทรถยก (Fork Lift) ที่ใช้ในกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม และกลุ่มโลจิสติกส์ประเภทคลังสินค้าจัดอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากผู้ประกอบการที่มีศักยภาพมีจำนวนจำกัด เพราะเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนสูง การแข่งขันส่วนใหญ่ จึงมุ่งเน้นเรื่องการบริการ การสร้างภาพพจน์ให้กับตัวสินค้า ตราของสินค้า และชื่อเสียงของผู้ให้บริการ ตลอดจนการให้บริการหลังการขาย ทั้งนี้ จากข้อมูลการนำเข้ารถยกของประเทศไทย พบว่ารถยกประเภท Counter-balanced Trucks จากประเทศญี่ปุ่นครองส่วนแบ่งตลาดสูงสุด สำหรับ Warehouse Trucks นั้นพบว่ารถยกจากประเทศในแถบยุโรปและอเมริกาเป็นที่ยอมรับมากกว่า เนื่องจากความทนทานและคุณภาพที่ดีกว่า

2.3) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

TCJ ได้รับการสนับสนุนในตัวผลิตภัณฑ์รถยก อะไหล่ และความรู้ทางเทคนิค จาก STILL ประเทศเยอรมัน ทำให้มั่นใจได้ในคุณภาพ และมาตรฐานการรับรองจาก CE (Conformité Européenne" หรือ "European Conformity")

2.4) การตลาดและการจำหน่าย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจรถยกหรืออยานยนต์อุตสาหกรรมเพื่อการจัดการคลังสินค้า แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม และกลุ่มโลจิสติกส์ประเภทคลังสินค้า โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ลูกค้ากลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม เป็นกลุ่มลูกค้าซึ่งมีอยู่จำนวนมาก เนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้ใช้วัตถุดิบในการผลิตจำนวนมาก และมีกระบวนการผลิตสลับซับซ้อน จึงทำให้รถยก หรือ Material Handling เข้ามามีบทบาทตั้งแต่ขั้นตอนรับเข้าวัตถุดิบ ขั้นตอนด้านการผลิต จนถึงการจัดเก็บลำเลียงเข้าคลังสินค้าเพื่อรอการจำหน่าย ลักษณะรถยกที่เป็นที่นิยมมักจะเป็นประเภท Counter Balance Truck ซึ่งตลาดกลุ่มนี้ปัจจุบันมีส่วนแบ่งในตลาดกว่าร้อยละ 70 ของมูลค่าตลาดทั้งหมด

- ลูกค้ากลุ่มโลจิสติกส์ประเภทคลังสินค้า เนื่องจากคลังสินค้าส่วนมากอยู่ใกล้กับแหล่งชุมชนหรือตัวเมืองและมีพื้นที่จำกัด ตลอดจนน้ำหนักในการยกและเคลื่อนย้ายจะมีขนาดที่ลดลงเมื่อเทียบกับการใช้งานในโรงงาน จึงทำให้ลูกค้าประเภทคลังสินค้ามีความนิยมรถยกประเภท Warehouse Trucks เป็นส่วนมาก โดยตลาดกลุ่มนี้มีส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 30 ของมูลค่าตลาดทั้งหมด และปัจจุบันมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

สำหรับนโยบายด้านการตลาดของธุรกิจรถยกหรืออยานยนต์อุตสาหกรรมเพื่อการจัดการคลังสินค้านั้น บริษัทเน้นในเรื่องการเป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์รถยกที่ครอบคลุมทุกประเภทของผลิตภัณฑ์ รวมถึงจุดเด่นด้านนวัตกรรมเกี่ยวกับการประหยัดเชื้อเพลิง และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และ ภายใต้ตราสินค้า STILL มีรถยกทั้งแบบ Counter-balanced Trucks และ Warehouse Trucks ในขณะที่คู่แข่งส่วนใหญ่มีสินค้าเพียงประเภทใดประเภทหนึ่งเท่านั้น นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทยังมีจุดเด่นในด้านของการออกแบบ นวัตกรรมการประหยัดพลังงาน สมรรถนะ สมรรถภาพ และความปลอดภัย นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญในเรื่องบริการหลังการขาย โดยเปิดศูนย์บริการที่สำนักงานใหญ่ ถนนบางนา-ตราด ก.ม. 18 และหน่วยบริการในจังหวัดต่างๆ อันได้แก่ จังหวัดระยอง จังหวัดนครปฐม และจังหวัดปทุมธานี เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทยังจัดให้มีศูนย์อะไหล่เพื่อจัดเก็บอะไหล่และอุปกรณ์เพื่อสนับสนุนงานด้านบริการดังกล่าวเพื่อความสะดวกและรวดเร็ว

สำหรับในด้านการจัดจำหน่ายนั้น บริษัทใช้กลยุทธ์ขายตรงไปยังลูกค้าทั้งในส่วนการเช่าและการขาย มีการแบ่งเขตการขายเพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่บริการและเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอย่างทั่วถึง โดยบริษัทได้กำหนดพื้นที่การขายและการบริการออกเป็น 2 ส่วน คือ พื้นที่ในส่วนกรุงเทพฯและปริมณฑล และพื้นที่ส่วนภูมิภาค ได้แก่ จังหวัดระยอง จังหวัดชลบุรี และจังหวัดฉะเชิงเทรา อย่างไรก็ดี บริษัทจะทำการขยายตลาดทั้งด้านการเช่า และการขาย โดยเน้นจุดขายเรื่องประหยัดเชื้อเพลิง และสมรรถนะในการใช้งานต่อเนื่องต่อวัน เพื่อเป็นการพิสูจน์คุณภาพสินค้าให้เป็นที่ยอมรับ และช่วยให้ลูกค้าลดต้นทุนเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายด้านเชื้อเพลิงทั้งดีเซล ,LPG และไฟฟ้า รวมทั้งมีแผนงานการขยายตัวแทนจัดจำหน่ายทั้งสินค้าและบริการ เพื่อให้

ผลิตภัณฑ์สามารถขยายพื้นที่การขายและเช่าได้มากขึ้นให้สอดคล้องกับเป้าหมายทั้งระยะสั้น กลาง และระยะยาว

ในด้านการกำหนดราคา บริษัทใช้นโยบายด้านราคาแบบต้นทุนบวกด้วยกำไร (Cost plus pricing) โดยพิจารณาถึงส่วนลดที่ได้รับจากผู้ขาย ร่วมกับการพิจารณาเปรียบเทียบราคาของบริษัทกับราคาตลาดในประเทศและราคาสินค้าของคู่แข่ง

3) ธุรกิจเครนติดหลังรถบรรทุก (Truck Related Product Trading)

3.1) <u>ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ</u>

บริษัทเป็นผู้จำหน่ายเครนสลิงติดหลังรถบรรทุกและผลิตภัณฑ์อื่นๆ ภายใต้ตราสินค้า "DONGYANG" จากประเทศเกาหลี และ "UNIC" จากประเทศญี่ปุ่น เนื่องจากผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นผลิตภัณฑ์ติดหลังรถบรรทุกจึงทำให้สามารถขนย้ายและยกย้ายสินค้าได้ในเครื่องจักรเดียวกัน ทำให้ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย จึงเหมาะสำหรับงานก่อสร้างและขนส่ง

3.2) <u>ภาวะการแข่งขัน</u>

ภาวะการแข่งขันจัดอยู่ในระดับปานกลาง การแข่งขันส่วนใหญ่จะเน้นเรื่องการบริการ การบริการหลังการขาย การสร้างภาพพจน์ให้กับตัวสินค้า ตราสินค้า และชื่อเสียงของผู้จำหน่าย ปัจจุบัน UNIC มีส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 60 ของตลาดเครนติดรถบรรทุก ชนิดแขนตรง รองลงมาเป็น TADANO และ DONGYANG มีส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 15 ของตลาดเครนติดรถบรรทุก

3.3) <u>การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ</u>

บริษัทจัดหาผลิตภัณฑ์เครนติดหลังรถบรรทุกยี่ห้อ UNIC โดยการสั่งซื้อจากโรงงานประกอบสินค้าของบริษัทผู้ผลิต โดยตรง ส่วนสินค้า DONGYANG บริษัทจัดหาจากบริษัทผู้แทนจำหน่ายแห่งหนึ่งภายในประเทศ และได้การแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า DONGYANG รุ่น SSV600 แต่เพียงผู้เดียว

3.4) <u>การตลาดและการจำหน่าย</u>

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 90 เป็นลูกค้า ภาคเอกชน ได้แก่ กลุ่มผู้รับเหมาโครงการขนาดใหญ่และผู้รับเหมาทั่วไป กลุ่มโรงงานผลิตและจัดจำหน่ายอุปกรณ์คอนกรีตสำเร็จรูป กลุ่มลูกค้าขนส่ง และกลุ่มโรงงานต่างๆเพื่อใช้ในการขนส่งและยกย้ายเอนกประสงค์ ส่วนที่เหลืออีกประมาณร้อยละ 10 ได้แก่ลูกค้าประเภทหน่วยงานรัฐบาลหรือรัฐวิสาหกิจโดยผ่านระบบการประมูล ตัวอย่างเช่น การไฟฟ้าทั้งส่วนภูมิภาคและนครหลวง การประปาส่วนภูมิภาคและนครหลวง การสื่อสารแห่งประเทศไทย องค์การบริหารส่วนจังหวัดและตำบล เป็นต้น

ช่องทางการจำหน่ายที่สำคัญจึงเป็นการขายตรงไปยังผู้บริโภคขั้นสุดท้าย (End User) รองลงมาเป็นการขายผ่านตัวแทนจำหน่าย และการประมูลของหน่วยงานราชการ

สำหรับนโยบายด้านการตลาดของธุรกิจเครนติดหลังรถบรรทุกนั้น บริษัทต้องการเป็นผู้นำตลาดในด้านราคาสินค้า และให้ความสำคัญกับการให้บริการหลังการขาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้บริการบำรุงรักษาตรงตามกำหนดซึ่งระบุโดยผู้ผลิตสินค้า

นโยบายการกำหนดราคานั้น กำหนดราคาโดยใช้ต้นทุนบวกกำไร (Cost plus pricing) ประกอบกับการพิจารณาเปรียบเทียบราคาของบริษัทกับราคาตลาดในประเทศและราคาสินค้าของคู่แข่ง

หน่วยธุรกิจที่ 2 นำเข้า ส่งออก แปรรูป จำหน่าย และติดตั้งสินค้าประเภทโลหะ
(Metal Material Business)

1) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

TCJ เป็นผู้นำเข้า ส่งออก แปรรูป จัดจำหน่ายและติดตั้งสินค้าประเภทเหล็กกล้าไร้สนิม ประเภท ท่อ แบน แผ่น เพลา อุปกรณ์ และเหล็กรูปพรรณ

ในปี 2556 TCJ ได้ดำเนินการตามสัญญารับจ้างเหมาจัดหาวัสดุและติดตั้ง ราวกันตกสแตนเลส ในโครงการรถไฟฟ้าสายสีม่วง ที่ได้ทำสัญญาไว้กับบริษัทเอกชน 2 แห่ง มูลค่าโครงการรวมจำนวน 167 ล้านบาท ซึ่งตลอดปี 2556 TCJ ได้ทำการติดตั้ง และส่งมอบงานให้แก่บริษัทผู้ว่าจ้างตามงวดงานในสัญญาจ้างอย่างต่อเนื่อง

ภาวะการแข่งขัน

อุตสาหกรรมเหล็กในประเทศไทย มีผู้ประกอบการที่เป็นผู้จำหน่ายเหล็กแผ่นให้กับลูกค้าอยู่เป็นจำนวนมาก แต่เนื่องจากเหล็กแผ่นไร้สนิมรีดร้อน และเหล็กแผ่นไร้สนิมรีดเย็นเป็นสินค้าเหล็กแผ่นที่มีคุณสมบัติเฉพาะ และมีผู้จำหน่ายไม่มากราย จึงไม่พบกับภาวะแข่งขันที่รุนแรง เพราะการกำหนดราคาเหล็กชนิดพิเศษเหล่านี้เป็นไปตามกลไกราคาตลาดโลกมากกว่าที่จะมาจากการตัดราคาเพื่อแข่งขันกันเองของผู้จำหน่ายภายในประเทศ

2) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

TCJ จัดหาสินค้าโดยการสั่งซื้อจากผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าในประเทศ หรือนำเข้าเองจากต่างประเทศ โดยนำเข้ามาจากประเทศต่างๆ อาทิเช่น เยอรมัน สเปน ฟินแลนด์ แอฟริกาใต้ จีน ญี่ปุ่น เกาหลี เป็นต้น โดยบริษัทจะทำการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ตามที่ลูกค้าต้องการจากผู้จัดจำหน่ายในประเทศดังกล่าว

3) การตลาดและการจำหน่าย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจจำหน่ายสินค้าประเภทโลหะสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ค้าส่งสินค้าเหล็ก และกลุ่มผู้รับเหมาขึ้นรูปและโรงงาน โดยมีลักษณะสำคัญของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มสามารถสรุปได้ดังนี้

• <u>กลุ่มผู้ค้าส่งสินค้าเหล็ก</u> โดยปกติผู้ค้าส่งจะทำธุรกิจจำหน่ายสินค้าเหล็กหลายประเภทพร้อมกัน เช่น เหล็กแผ่นรีดร้อน เหล็กแผ่นรีดเย็น เหล็กแผ่นไร้สนิมรีดร้อน เหล็กแผ่นไร้สนิมรีดเย็น เหล็กเส้น เหล็กลวด ท่อเหล็ก เพลาเหล็ก และฉากเหล็ก เป็นต้น ผู้ค้าส่งเหล่านี้จะเก็บสินค้าไว้หน้าร้าน เพื่อให้ผู้ใช้เหล็กและผู้รับเหมามาซื้อไปใช้งานในจำนวนครั้งละไม่มาก ลูกค้าของผู้ค้าส่งนี้มีจำนวนมาก ทั้งที่เป็นลูกค้าประจำและลูกค้าจร

• <u>กลุ่มผู้รับเหมาขึ้นรูปและโรงงาน</u> ลูกค้ากลุ่มที่เป็นผู้รับเหมาและโรงงานอุตสาหกรรมนั้น บางครั้งต้องการใช้เหล็กแผ่นที่เป็นวัตถุดิบจำนวนมากกว่าปกติ ซึ่งหากซื้อโดยตรงจากผู้นำเข้าจะได้ราคาถูกกว่าการซื้อผ่านผู้ค้าส่ง นอกจากนี้ยังสามารถประมาณการเวลาส่งมอบและกำหนดชั้นคุณภาพสินค้าแบบเดียวกันทั้งจำนวนได้

ทั้งนี้ เนื่องจาก TCJ มีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมเหล็กเป็นเวลานาน ดังนั้น นอกจากบริษัทจะมีฐานลูกค้าทั้งที่เป็นผู้ขายส่ง และลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบขึ้นรูป (Fabricator) อยู่เป็นจำนวนมากแล้ว บริษัทยังทราบถึงความต้องการใช้เหล็กแผ่นของลูกค้าแต่ละรายในแต่ละช่วงเวลา ทำให้สามารถจัดหามาจำหน่ายในจำนวนที่ลูกค้าต้องการได้

สำหรับนโยบายด้านราคานั้น บริษัทกำหนดราคาโดยใช้ราคาต้นทุนบวกด้วยกำไรปกติ ซึ่งโดยทั่วไปการจำหน่ายสินค้าเหล็กแผ่นนี้จะต้องจัดหาสินค้าให้ทันท่วงทีกับความต้องการของลูกค้า และจำหน่ายไปทันทีในราคาที่ตกลงกันล่วงหน้า ดังนั้นแม้ว่าราคาจะผันผวนขึ้นหรือลงตามราคาตลาดโลก ก็ไม่ส่งผลกระทบต่อบริษัท

บริษัท บิ๊กเครน แอนด์ อิควิปเม้นต์ เร้นทัลส์ จำกัด (“BC”) (บริษัท ที.ซี.เจฯ ถือหุ้นร้อยละ 99.99)

<u>ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ</u>

BC ดำเนินธุรกิจให้เช่าเครื่องจักรกลหนักเพื่อใช้ในธุรกิจการก่อสร้างและขนส่ง และเครื่องจักรเพื่องานอุตสาหกรรม และเครื่องจักรเพื่องานอุตสาหกรรมและคลังสินค้าโลจิสติกส์ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังให้บริการซ่อมแซมรถเครนให้กับลูกค้าทั่วไปด้วย ซึ่งเครื่องจักรกลหนักที่มีให้บริการ ได้แก่

- รถเครนล้อยางขนาดเล็ก (Truck Crane-Small Size) ขนาด 25-55 ตัน เป็นรถเครน 12 ล้อ ที่สามารถเคลื่อนย้ายได้ด้วยตนเอง ยี่ห้อ TADANO โดยรับงานเกี่ยวกับงานติดตั้ง, งาน Shut Downเครื่องจักร , งานรื้อถอน ,งานยกโครงสร้าง,งานในโรงงานอุตสาหกรรม เป็นต้น

- รถเครนล้อยางขนาดใหญ่ (Truck Crane-Big Size) ขนาด 100-160 ตัน เป็นรถเครน 12 ล้อยางที่สามารถเคลื่อนย้ายได้ด้วยตนเอง ยี่ห้อ TADANO โดยรับงานเกี่ยวกับงานติดตั้งงาน Shut Down เครื่องจักร ,งานรื้อถอน ,งานยกโครงสร้าง,งานยกแผ่นป้ายต่างๆ เป็นต้น
- รถเครนสี่ล้อยาง (Rough Terrain Crane) มีขนาดตั้งแต่ 25-50 ตัน เป็นประเภท 4 ล้อ ต้องใช้เทรเลอร์ในการขนส่ง ยี่ห้อ TADANO ,KATO มีแหล่งผลิตที่ประเทศญี่ปุ่น เป็นเครื่องจักรที่รับงานเกี่ยวกับการก่อสร้าง งานเมกะโปรเจก งานยกของทั่วไป งานวางโครงหลังคา และเป็นเครื่องจักรที่มีอัตราร้อยละ 75 ของเครื่องจักรทั้งหมดภายในบริษัท
- รถเครนตีนตะขาบ (Crawler Crane) มีขนาดตั้งแต่ 40-65 ตัน ไม่สามารถเคลื่อนย้ายด้วยตนเอง เช่น IHI ,Link Belt,SUMITOMO มีแหล่งผลิตที่ประเทศญี่ปุ่น เป็นเครื่องจักรที่รับงานเกี่ยวกับงานฐานราก งานเข็มเจาะ เป็นต้น
- รถบรรทุกติดเครน(Truck-Mounted Crane) ใช้สำหรับยกชิ้นงาน,งานขนถ่ายสิ่งของต่างๆ และสามารถเคลื่อนที่ได้ด้วยตนเอง โดยรถบรรทุกติดเครนจะมีประเภท 6 ล้อ และ 10 ล้อ มีทั้งเครนขนาด 5-7 ตัน ยี่ห้อ DONGYANG และยี่ห้อ UNIC เป็นเครื่องจักที่รับงานโยธา งานสร้างถนน สร้างทางหลวง งานสร้างสะพาน และงานขนย้าย เป็นต้น
- รถพ่วงเทรลเล่อร์ (Trailer) เป็นรถหัวลากพ่วง 18 ล้อ ใช้ในงานขนย้ายสินค้า ตู้คอนเทนเนอร์ เหล็ก เครื่องจักรและอุปกรณ์ต่างๆ มีชนิดพื้นเรียบ,หางต่ำ,หางสูง ขึ้นอยู่กับการใช้งาน
- รถรถขุด(Excavator) เป็นเครื่องจักรที่มีลักษณะการรับงานเป็นงานขุดดิน ตักดินใส่รถ ปากหน้าดิน และงานขุดเจาะ เป็นต้น โดยมีขนาด 20 ตัน ไม่สามารถเคลื่อนย้ายด้วยตัวเอง ยี่ห้อ โคมัตสุ
- รถโฟลค์ลิฟท์ (Fork Lift) เป็นเครื่องจักรยานยนต์อุตสาหกรรมเพื่อใช้ในการจัดการคลังสินค้า การเคลื่อนย้ายสินค้า มีบทบาทสำคัญในภาคอุตสาหกรรมเป็นอย่างมาก เนื่องจากช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ทุ่นแรงงานคนช่วยยกขนถ่าย-ย้าย-จัดเก็บได้รวดเร็ว และปลอดภัย ลดเวลา-ลดค่าใช้จ่าย สามารถสร้างความได้เปรียบในเชิงธุรกิจ

รายได้จากการให้เช่าดังกล่าวคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 23 ของรายได้รวมของบริษัทและบริษัทย่อย

<u>ภาวะการแข่งขัน</u>

การแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากผู้ประกอบการที่มีศักยภาพมีจำนวนจำกัด อันเป็นผลจากธุรกิจการให้เช่าเครื่องจักรกลหนักเพื่อใช้ในธุรกิจการก่อสร้างและขนส่งเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนสูง การแข่งขันส่วนใหญ่จึงมุ่งเน้นเรื่องการบริการ ตราสินค้าที่มีให้เช่า และชื่อเสียงของผู้ให้บริการ ปัจจุบัน BC มีส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 20 ของธุรกิจการให้เช่าเครื่องจักรกลหนักที่ใช้ในงานก่อสร้างภายในประเทศ

<u>การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ</u>

โดยทั่วไป BC จะจัดหาเครื่องจักรกลหนักเพื่อใช้ในธุรกิจการก่อสร้างและขนส่ง ที่เป็นเครื่องจักรกลใหม่และเครื่องจักรใช้แล้วสภาพดีจากต่างประเทศ โดยจัดซื้อผ่านตัวแทนจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ซึ่งหากเป็นเครื่องจักรใช้แล้วจากต่างประเทศบริษัทฯจะนำเข้ามาทำการปรับปรุงและซ่อมแซมให้อยู่ในสภาพดียิ่งขึ้นก่อนนำไปใช้งาน

<u>การตลาดและการจำหน่าย</u>

ลูกค้าเป้าหมายของ BC ส่วนใหญ่เป็นภาคเอกชนซึ่งดำเนินธุรกิจก่อสร้าง,ขนส่ง ,โรงงานอุตสาหกรรม และคลังสินค้า การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจะใช้วิธีการขายตรง โดยให้ทีมงานด้านการตลาดเข้าไปนำเสนอสินค้าตามความเหมาะสมกับงานของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเลือกสินค้าได้อย่างถูกต้องมีประสิทธิภาพ

สำหรับนโยบายด้านการตลาดของธุรกิจให้เช่าเครื่องจักรกลหนักนั้น BC ให้ความสำคัญกับคุณภาพเครื่องจักร คุณภาพพนักงานขับรถ คุณภาพการส่งมอบ ความหลากหลายของสินค้า การให้ความรู้ด้านเทคนิคแก่ลูกค้า และการพัฒนาในด้านลูกค้าสัมพันธ์

ในส่วนของนโยบายด้านราคานั้น BC กำหนดราคาค่าเช่าตามราคาตลาดทั่วไปและเพิ่มมูลค่าให้กับลูกค้าในด้านคุณภาพของเครื่องจักรและเน้นความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ

<u>ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม</u>

เนื่องจาก BC ดำเนินธุรกิจให้บริการเช่ารถเครนและเครื่องจักรกลหนักที่ใช้ในอุตสาหกรรมก่อสร้างและขนส่งจึงไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตามบริษัทได้ดูแลสภาพเครื่องจักรและรถเครนที่เตรียมไว้ให้ลูกค้าเช่าเป็นอย่างดี เพื่อไม่ให้มีผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมใดๆ กับสภาพแวดล้อมจากการทำงาน

<u>งานที่ยังไม่ส่งมอบ</u>

ไม่มี

บริษัท โตโย มิลเลนเนียม จำกัด (“TOYO”) (บริษัท ที.ซี.เจ ฯ ถือหุ้นร้อยละ 51)

<u>ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ</u>

TOYO ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายท่อเหล็กไร้สนิม โดยจำหน่ายให้กับลูกค้าทั้งในและต่างประเทศภายใต้เครื่องหมายการค้าของ TOYO เอง และรับจ้างผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ของTOYOนั้น เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน โดยในปัจจุบันสามารถผลิตได้ตามมาตรฐานต่างๆ ซึ่งเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ อาทิเช่น ASTM (American Society for Testing and Materials Standard), JIS (Japan Institute for Standardization), DIN (Deutsche Institute for Normung) ปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์ท่อเหล็กไร้สนิมของบริษัท สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทหลักได้ดังนี้

- ท่ออุตสาหกรรมอาหาร (Sanitary tube) หรือท่อ ASTM A-270 เป็นท่อเหล็กไร้สนิมคุณภาพสูง มีความทนทานต่อการกัดกร่อนสูง ไม่ทำปฏิกิริยากับกรดหรือเกลือที่มีอยู่ในอาหาร พื้นผิวเรียบ ทำความสะอาดได้ง่าย ผิวท่อด้านในเรียบลื่นเพื่อป้องกันการเกาะตัวของเศษอาหารที่จะก่อให้เกิดการรวมตัวของแบคทีเรีย

- ท่อเฟอร์นิเจอร์ (Ornamental tube) หรือท่อ ASTM A-554 เป็นท่อเหล็กไร้สนิมที่มีความแข็งแกร่งทนทาน สวยงาม โดยผิวด้านนอกจะขัดเงาให้ความรู้สึกโดดเด่น หรูหราและสวยงาม ใช้สำหรับการตกแต่งทั้งภายในและภายนอกอาคาร

- ท่อแลกเปลี่ยนความร้อน (Heat exchanger tube) หรือท่อ ASTM A-249 เป็นท่อเหล็กไร้สนิมที่มีผนังด้านในเรียบด้วยกระบวนการ Bead Remove รอยต่อของท่อประเภทนี้มีความแข็งแรงเทียบเท่ากับส่วนอื่นๆ ของผนังท่อ ภายในท่อมีความเรียบสามารถทำความสะอาดได้ง่าย ส่วนใหญ่ใช้ในอุตสาหกรรมเครื่องเปลี่ยนก๊าซเป็นของเหลว อุตสาหกรรมผลิตน้ำตาล และอุตสาหกรรมผลิตน้ำแข็ง เป็นต้น

<u>ภาวะการแข่งขัน</u>

ในปัจจุบันความต้องการใช้เหล็กไร้สนิมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีบทบาทในทุกกลุ่มอุตสาหกรรมเช่น อุตสาหกรรมการก่อสร้าง อุตสาหกรรมผลิตอาหารและอุตสาหกรรมเคมีและปิโตรเคมี เป็นต้น เนื่องจากในปัจจุบันท่ออุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยมีผู้ผลิตได้น้อยราย ซึ่ง TOYO เป็นหนึ่งในผู้ผลิตที่สามารถผลิตท่อที่ใช้ในอุตสาหกรรมนี้ได้ด้วยกระบวนการผลิตที่มีคุณภาพสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดี อีกทั้งบริษัทยังได้รับการรับรองคุณภาพ สำหรับท่ออุตสาหกรรมอาหารจาก 3-A Sanitary Standard Inc, จากประเทศสหรัฐอเมริกา และได้รับการรับรองมาตรฐานระบบการบริหารคุณภาพ ISO 9001version 2000 ทั้งระบบจาก BVQI รวมทั้งได้รับการรับรองมาตรฐานท่อเหล็กกล้าไร้สนิมชนิดแลกเปลี่ยนความร้อน PED จากกลุ่มชาติสมาชิกยุโรป ทำให้แน่ใจได้ว่าบริษัทมีศักยภาพที่จะแข่งขันกับผู้ผลิตรายอื่นได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ TOYO ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของท่อเหล็กกล้าไร้สนิมที่เป็นท่อแลกเปลี่ยนความร้อน หรือ มอก. 14392/2540 จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม นับเป็นผู้ผลิตท่อเหล็กกล้าไร้สนิมรายแรกในประเทศไทยที่ได้รับการรับรองดังกล่าว

ส่วนตลาดท่อเฟอร์นิเจอร์นั้น ปัจจุบันมีผู้ผลิตในประเทศประมาณ 6 ราย ซึ่งส่วนใหญ่แข่งขันกันในด้านนโยบายราคา และคุณภาพสินค้า

<u>การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ</u>

TOYO ใช้วัตถุดิบที่ทั้งนำเข้าจากต่างประเทศและซื้อจากโรงงานรีดเย็นในประเทศ เพื่อมาผลิตเป็นท่อเหล็กไร้สนิม โดยมีโรงงานตั้งอยู่ที่เลขที่ 89 หมู่ที่ 9 ถนนมิตรภาพ ตำบลกลางดง อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา บนเนื้อที่ 14 ไร่ กำลังการผลิตเต็มที่รวม 9,800 ตันต่อปี ทั้งนี้ กระบวนการผลิตของ TOYO นั้นไม่ก่อให้เกิดมลภาวะใดๆ ต่อสิ่งแวดล้อม

<u>การตลาดและการจำหน่าย</u>

กลุ่มลูกค้าของ TOYO ประกอบไปด้วยกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมยา อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ อุตสาหกรรมเครื่องครัว อุตสาหกรรมเคมีและปิโตรเคมี อุตสาหกรรมแปรรูปทางการเกษตร อุตสาหกรรมน้ำแข็ง รวมทั้งธุรกิจรับเหมาก่อสร้างและตกแต่ง โดย TOYO ทำการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าภายในประเทศ ผ่านช่องทางจำหน่ายหลัก 3 ช่องทาง คือ

- จำหน่ายผ่านผู้ค้าส่ง (Stockist) การจำหน่ายเป็นไปตามเงื่อนไขและระยะเวลาการชำระเงินตามที่กำหนด โดยมีการควบคุมและทบทวนการให้เครดิตอย่างสม่ำเสมอ การจำหน่ายลักษณะนี้จะมีคำสั่งซื้อล่วงหน้า บริษัทสามารถบริหารการผลิตและควบคุมสินค้าคงเหลือได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- จำหน่ายโดยตรงให้กับลูกค้าตามกลุ่มอุตสาหกรรมต่างๆ ซึ่งเป็นกลุ่มที่ต้องการสินค้าคุณภาพสูง และการส่งมอบที่ตรงตามกำหนดเวลา โดยบริษัทจะมีทีมขายที่คอยให้คำแนะนำที่มีประโยชน์แก่ลูกค้าโดยตรง

- จำหน่ายให้กับผู้รับเหมา (Fabricator and Contractor) เป็นกลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าเพื่อไปประกอบและส่งมอบให้กับเจ้าของงาน มักจะซื้อสินค้าโดยตรงจากโรงงาน

สำหรับตลาดต่างประเทศนั้น TOYO จะขายสินค้าผ่านตัวแทนจำหน่ายในประเทศเป็นหลัก โดยแบ่งกลุ่มลูกค้า ดังนี้

- กลุ่มประเทศอาเซียน ได้แก่ ลาว กัมพูชา เวียดนาม พม่า อินโดนิเซีย ฟิลิปปินส์
- กลุ่มประเทศเอเชียกลางและตะวันออกกลาง
- กลุ่มประเทศสหภาพยุโรปและสหรัฐอเมริกา

สำหรับนโยบายด้านราคานั้น บริษัท โตโย มิลเลนเนียม จำกัด กำหนดราคาสินค้าโดยใช้ต้นทุนรวมกับค่าใช้จ่ายและกำไร เนื่องจากเหล็กไร้สนิมเป็นวัตถุดิบหลักที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ อีกทั้งราคาของเหล็กไร้สนิมยังอิงกับราคาตลาดโลก ซึ่งมีความผันผวนตามอุปสงค์และอุปทานของผู้ผลิตและผู้ใช้ทั่วโลก

<u>งานที่ยังไม่ส่งมอบ</u>

ไม่มี

3. ปัจจัยความเสี่ยง

3.1 ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

บริษัท นำเข้าสินค้าเพื่อจำหน่ายในประเทศ ในปี 2556 ที่ผ่านมา มียอดสั่งซื้อจากต่างประเทศ ได้แก่ วัตถุดิบในการผลิต, สินค้าประเภทเหล็กสแตนเลส และ เครื่องจักรกลก่อสร้างจากต่างประเทศ เป็นต้น บริษัทได้ติดตามภาวะของอัตราแลกเปลี่ยนอย่างใกล้ชิด และทำสัญญาป้องกันความเสี่ยงเป็นระยะๆ เพื่อลดความเสี่ยงไว้ กำหนดนโยบายไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 50 ของภาระหนี้สินที่เป็นเงินต่างประเทศ

3.2 ความเสี่ยงจากราคาวัตถุดิบ

เนื่องจากเหล็กแผ่นไร้สนิมเป็นวัตถุดิบหลักของบริษัทย่อย ทั้งชนิดรีดเย็นและรีดร้อน ซึ่งประเทศไทยเป็นผู้นำเข้าจากต่างประเทศ ประกอบกับราคาวัตถุดิบดังกล่าวนั้นอิงกับราคาตลาดโลก ซึ่งมีความผันผวนขึ้นอยู่กับอุปสงค์และอุปทานของผู้ผลิตและผู้ใช้ทั่วโลก โดยมีวัฏจักรของราคาอยู่ระยะเวลาประมาณ 5 ปี ดังนั้น บริษัทย่อยจึงต้องติดตามการเปลี่ยนแปลงของราคาวัตถุดิบอย่างใกล้ชิด

ในรอบปี 2556 ที่ผ่านมา เกิดความผันผวนทางด้านราคาของเหล็กแผ่นไร้สนิมซึ่งเป็นวัตถุดิบของการผลิตท่อเหล็กไร้สนิม ทำให้ผู้ประกอบการสินค้าเหล็กทั่วโลกรวมทั้งบริษัทย่อยอาจได้รับผลกระทบจากการผันผวนของราคาดังกล่าว จึงต้องหาทางป้องกันความเสี่ยงด้วยการสั่งสินค้าแต่เพียงพอต่อการผลิต, ใช้งาน หรือตามคำสั่งซื้อลูกค้าเท่านั้น

3.3 ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย

ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ย ซึ่งอาจก่อให้เกิดผลเสียหายแก่บริษัทฯ ในงวดปัจจุบันและงวดต่อๆ ไป บริษัทและบริษัทย่อยยังคงมีความเสี่ยงในอัตราดอกเบี้ยอันเนื่องมาจากเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินต่างประเทศและเจ้าหนี้ค่าทรัพย์สิน ซึ่งบริษัท และบริษัทย่อย เชื่อว่าจะสามารถบริหารความเสี่ยงดังกล่าว

3.4 ความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่อ

บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีความเสี่ยงจากการให้สินเชื่ออันเกิดจากการที่คู่สัญญาไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดในสัญญาซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายแก่บริษัทฯ และบริษัทย่อย เพื่อป้องกันความเสี่ยงเกี่ยวกับสินเชื่อดังกล่าว บริษัทฯ และบริษัทย่อย ได้มีการควบคุมการให้สินเชื่อแก่ลูกค้า และสอบทานฐานะการเงินของลูกหนี้อย่างสม่ำเสมอ บริษัทฯ และบริษัทย่อย จึงไม่คาดว่าจะไม่ได้รับความเสียหายที่เป็นสาระสำคัญจากการไม่ปฏิบัติตามสัญญาสำหรับสินทรัพย์ทางการเงินที่แสดงในงบแสดงฐานะการเงินราคาตามบัญชีของสินทรัพย์หลังหักค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญถือเป็นมูลค่าสูงสุดของความเสี่ยงที่เกิดจากการไม่ปฏิบัติตามสัญญา

3.5 ความเสี่ยงจากการที่เครื่องจักรเกิดอุบัติเหตุ

บริษัทย่อยแห่งหนึ่งมีวัตถุประสงค์หลักในการให้เช่าเครื่องจักรพร้อมพนักงานควบคุม ด้วยเหตุที่เป็นเครื่องจักรที่ใช้ในการก่อสร้างขนาดใหญ่จึงมีความเสี่ยงที่จะเกิดอุบัติเหตุทำให้บริษัท ตลอดจนบุคคลภายนอกได้รับความเสียหายต่อชีวิต และทรัพย์สินได้ ซึ่งผู้บริหารของบริษัทและบริษัทย่อยได้ตระหนักและให้ความสำคัญในเรื่องอุบัติเหตุ โดยได้มีการจัดทำประกันภัยที่เหมาะสมกับเครื่องจักรแต่ละชนิด ประเภท อีกทั้งยังได้มีบุคคลากรที่คอยตรวจสอบ ป้องกัน ดูแล และพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเครื่องจักรอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดความเสี่ยงจากอุบัติเหตุที่จะเกิดขึ้น

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

(1) ทรัพย์สินหลักที่บริษัทและบริษัทย่อยใช้ในการประกอบธุรกิจ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1.ที่ดิน 3/4-5 หมู่ที่ 9 ถนน บางนา-ตราดแขวง บางโฉลง เขตบางพลี สมุทรปราการ เนื้อที่ 10-3-32 ไร่ พร้อมสิ่งปลูกสร้าง	เป็นเจ้าของ	185.28	ติดภาระจำนองที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างวงเงิน 317 ล้านบาท
2.ที่ดิน 26297-8 ตำบลกลางดง อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา พร้อมสิ่งปลูกสร้าง เลขที่ 89	บริษัทย่อยเป็นเจ้าของ		ติดภาระจำนอง 55.10 ล้าน บาท
3.ทรัพย์สินระหว่างติดตั้ง (บริษัทและบริษัทย่อย)	เป็นเจ้าของ	3.29	
4.เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต (บริษัทย่อย)	เป็นเจ้าของ	486.10	บริษัทย่อยติดภาระจำนองเครื่องจักรและอุปกรณ์วงเงิน 561 ล้านบาท
5.เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ให้เช่า (บริษัทและบริษัทย่อย)	เป็นเจ้าของ	781.96	ติดภาระสัญญาเช่าการเงินและเช่าซื้อ วงเงิน 453.32 ล้านบาท

(2) นโยบายการลงทุน

ณ 31 ธันวาคม 2556 บริษัท ที.ซี.เจ เอเซีย จำกัด (มหาชน) มีเงินลงทุน(สุทธิ) ในบริษัทย่อยต่างๆ ซึ่งได้แก่ บริษัทย่อยแรก BIGCRANE ดำเนินธุรกิจให้เช่าเครื่องจักรกลหนัก เพื่อใช้ในธุรกิจการขนส่งและการก่อสร้าง และบริษัทย่อยที่สอง TOYO ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายท่อเหล็กไร้สนิม ทำให้มูลค่าเงินลงทุน(สุทธิ)รวมจากสองบริษัทย่อยเท่ากับ 483.15 ล้านบาท (วิธีราคาทุน) โดยมีสัดส่วนเงินลงทุนในบริษัทย่อยทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 35 ของสินทรัพย์รวมของบริษัท

5. **ข้อพิพาททางกฎหมาย**

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ และบริษัทย่อยแห่งหนึ่งมีคดีความถูกฟ้องร้องในคดีอุบัติเหตุและผิดสัญญาจ้างซึ่งอยู่ระหว่างการพิจารณาของศาล โดยมีมูลฟ้องประมาณ 1.70 ล้านบาท และ 1.11 ล้านบาท สำหรับงบการเงินรวม และงบการเงินเฉพาะกิจการตามลำดับ

6.ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1.ข้อมูลทั่วไป

บริษัท ที.ซี.เจ. เอเซีย จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจ นำเข้า ส่งออก จำหน่าย เครื่องจักรกลที่ใช้ในงานก่อสร้าง รถยกหรือยานยนต์อุตสาหกรรมเพื่อการจัดการคลังสินค้า เครนติดหลังรถบรรทุก และสินค้าประเภทโลหะ เป็นต้น ทะเบียนเลขที่ 0107538000134 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 มีทุนจดทะเบียน 949,241,330 บาท แบ่งออกเป็น 94,924,133 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท โดยแยกเป็นหุ้นสามัญ 94,924,133 หุ้น ทุนชำระแล้ว 855,913,100 บาท

สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่เลขที่ 3 / 4 หมู่ 9 ถนนบางนาตราด ตำบลบางโฉลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โทรศัพท์ 0-2312-6699 โทรสาร 0-2312-6711 Home Page:http://www.tcjasia.com

บริษัทมีบริษัทย่อย 2 บริษัท คือ

1. บริษัท บิ๊กเครน แอนด์ อิควิปเม้นต์ เร้นทัลส์ จำกัด ทะเบียนเลขที่ 0105534050216 ประกอบธุรกิจ ให้เช่ารถเครน รถขุด รถตัก รถบดถนน รถบรรทุกติดเครน และเครื่องจักรหนักเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมก่อสร้างและขนส่ง สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่เลขที่ 3 /4-5 หมู่ 9 ถนนบางนาตราด ตำบลบางโฉลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 มีทุนจดทะเบียน 240,000,000 บาท ทุนชำระแล้ว 240,000,000 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 24,000,000 หุ้น โดยมีมูลค่าตราไว้หุ้นละ 10 บาท จำนวนหุ้นที่บริษัทฯ ถือ 23,999,994 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 99.99 โทรศัพท์ 023126217-24 โทรสาร 023126747-8 http// www.bigcrane.co.th
2. บริษัทโตโย มิลเลนเนียม จำกัด(“โตโย”) ทะเบียนเลขที่ 0105542099504 สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่เลขที่ 89 หมู่ที่ 9 ถนนมิตรภาพ ตำบลกลางดง อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายท่อเหล็กไร้สนิม ที่ใช้ในวงการก่อสร้าง ตกแต่งบ้าน โรงงานอุตสาหกรรมต่างๆ อาทิ อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมยาและเวชภัณฑ์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 มีทุนจดทะเบียน 400,000,000 บาท ทุนชำระแล้ว 400,000,000 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 4,000,000 หุ้น โดยมีมูลค่าตราไว้หุ้นละ 100 บาทจำนวนหุ้นที่บริษัทฯ ถือ 2,040,000 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 51 โทรศัพท์ 022740852-9โทรสาร 022740850 http// ww.toyomillennium.com

บุคคลอ้างอิง

1) นายทะเบียนหุ้นสามัญ

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด ชั้น 4 และ 7 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 62 ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์ 02-2292800 โทรสาร 02-3591259

2) ผู้สอบบัญชี

นางสาวชวนา วิวัฒน์พนชาติ/นางสาววันเพ็ญ อุ่นเรือน สำนักงานปีติเสวี 8/4 ชั้น 1, 3 ซอยวิภาวดี 44 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์ 02-9413584 โทรสาร 02-9413658

6.2 **ข้อมูลสำคัญอื่น ที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุน**

-ไม่มี-