

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1.นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

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

1. นำเข้า ส่งออก จำหน่าย เครื่องจักรกลที่ใช้ในงานก่อสร้าง รถยกหรือยานยนต์อุตสาหกรรมเพื่อการจัดการคลังสินค้า เคนติเนอร์รถบรรทุก
2. นำเข้า ส่งออก แปลรูป จำหน่ายและติดตั้ง สินค้าประเภทเหล็กกล้าไร้สนิม ประเภท ท่อแบน แผ่นเพลลา อุปกรณ์และเหล็กอุปกรณ์ เป็นต้น

บริษัทมีบริษัทย่อย 2 บริษัท คือ

1. บริษัท บิ๊กคอน แอนด์ อีควิปเมนต์ เร็นทลส์ จำกัด จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2534 ทะเบียนเลขที่ 0105534050216 ประกอบธุรกิจ ให้เช่า รถเครน รถขุด รถบรรทุกติดเครน รถยก และเครื่องจักรหนักเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมก่อสร้างและขนส่ง สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่เลขที่ 3 /4-5 หมู่ 9 ถนนบางนาตราด ตำบลบางโจรง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

ในปี พ.ศ.2558 ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนจำนวน 226,500,000 บาท จากบริษัท ฯ ทำให้มีทุนจดทะเบียนจำนวน 466,500,000 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 46,650,000 หุ้น โดยมีมูลค่าตราไว้หุ้นละ 10 บาท ภายหลังจากการเพิ่มทุนจดทะเบียนบริษัทฯ ถือหุ้นเป็นจำนวน 46,649,994 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 99.99

ในปี พ.ศ.2559 ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนจำนวน 183,500,000 บาท จากบริษัทฯ ทำให้มีทุนจดทะเบียนจำนวน 650,000,000 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 65,000,000 หุ้น โดยมีมูลค่าตราไว้หุ้นละ 10 บาท ภายหลังจากการเพิ่มทุนจดทะเบียนบริษัทฯ ถือหุ้นเป็นจำนวน 64,999,994 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 99.99

- 2.บริษัท ไทโย มิลเลนเนียม จำกัด(“ไทโย”) ทะเบียนเลขที่ 0105542099504 จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 30 ธันวาคม 2542 สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่เลขที่ 89 หมู่ที่ 9 ถนนมิตรภาพ ตำบลกลางดง อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายท่อเหล็กไร้สนิม ที่ใช้ในการก่อสร้าง ตกแต่งบ้าน โรงงานอุตสาหกรรมต่างๆ อาทิ อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมยาและเวชภัณฑ์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 มีทุนจดทะเบียน 400,000,000 บาท ทุนชำระแล้ว 400,000,000 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 4,000,000 หุ้น โดยมีมูลค่าตราไว้หุ้นละ 100 บาท จำนวนหุ้นที่บริษัทฯ ถือ 2,040,000 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 51

1.1 พันธกิจ วิสัยทัศน์ ปรัชญา ของบริษัท และบริษัทย่อย

1.1.1 บริษัท ที.ซี.เอเซีย จำกัด (มหาชน)

วิสัยทัศน์ (Corporate Vision)

“เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องจักรก่อสร้าง ยานยนต์อุตสาหกรรม นอกจากนี้เป็นผู้ผลิต จัดจำหน่าย และให้บริการติดตั้งครบวงจรในด้านสินค้าประเภทโลหะภัณฑ์ ที่ได้รับความเชื่อมั่นจากลูกค้าสูงสุด”

พันธกิจ (Corporate Mission)

1. สรรหาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพจากโรงงานผู้ผลิตโดยตรง
2. พัฒนา Solution ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า
3. มุ่งเน้นพัฒนาระบบและสร้างจิตสำนึกด้านความปลอดภัย
4. มุ่งเน้นพัฒนาระบบบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม

ค่านิยมหลัก (Core Value)

1. มุ่งมั่นในความเป็นเลิศ (Drive for Excellence)
2. หัวใจในการบริการ (Service Mind)
3. ตระหนักเรื่องความปลอดภัย (Safety Awareness)
4. รักษาสัญญา (Commitment)
5. กล้าเปลี่ยนแปลง (Adaptability)
6. ทำงานเป็นทีม (Teamwork)

1.1.2 บริษัท บิ๊กคอน แอนด์ อีควิปเมนต์ เร็นทัลส์ จำกัด

วิสัยทัศน์ (Corporate Vision)

“เป็นผู้นำด้านบริการครบวงจรเครื่องจักรกลด้านก่อสร้างโลจิสติก ด้วยความไว้วางใจและความปลอดภัยสูงสุด”

พันธกิจ (Corporate Mission)

1. นำเสนอ Solution Approach ที่มีคุณภาพสูงสามารถตอบสนองได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า
2. มุ่งเน้นให้บริการด้วยบุคลากรที่มีความเป็นมืออาชีพ
3. พัฒนาการส่งมอบที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างเป็นระบบ
4. มุ่งเน้นพัฒนาระบบและสร้างจิตสำนึกด้านความปลอดภัย
5. มุ่งเน้นพัฒนาระบบบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม

ค่านิยมหลัก (Core Value)

1. มุ่งมั่นในความเป็นเลิศ (Drive for Excellence)
2. หัวใจในการบริการ (Service Mind)
3. ตระหนักเรื่องความปลอดภัย (Safety Awareness)
4. รักษาสัญญา (Commitment)
5. กล้าเปลี่ยนแปลง (Adaptability)
6. ทำงานเป็นทีม (Teamwork)

1.1.3 บริษัท ไทโยมิลเลนเนียม จำกัด**วิสัยทัศน์ (Corporate Vision)**

"มุ่งมั่นพัฒนา ท่อสแตนเลสคุณภาพมาตรฐาน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า"

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

- ปี 2544 บริษัทได้เปลี่ยนชื่อจากบริษัท ที.ซี.เจ. มอเตอร์ จำกัด (มหาชน) เป็น บริษัท ที.ซี.เจ.เอเชีย จำกัด (มหาชน) เพื่อให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจที่บริษัทจะขยายฐานลูกค้าไปยังประเทศในแถบเอเชีย
- ปี 2546 บริษัทได้ยื่นคำร้องขอฟื้นฟูกิจการต่อศาลล้มละลายกลาง ซึ่งศาลมีคำสั่งให้ความเห็นชอบด้วยแผนเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2546
- ปี 2547 บริษัทได้เพิ่มทุนจำนวน 334,500,000 บาท โดยเสนอขายแก่ผู้ถือหุ้นเดิมและได้นำเงินเพิ่มทุนนี้ไปซื้อหุ้นสามัญจำนวน 1,632,000 หุ้น หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51 ในบริษัท ไทโย มิลเลนเนียม จำกัด ซึ่งดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายท่อเหล็กกล้าไร้สนิม
- ปี 2548 ศาลล้มละลายกลางได้มีคำสั่งยกเลิกการฟื้นฟูกิจการของบริษัท เนื่องจากผู้บริหารแผนได้ดำเนินการตามแผนฟื้นฟูครบถ้วนแล้ว
- วันที่ 15 กันยายน 2549 บริษัทเข้าร่วมลงทุนกับบริษัท พูธกาวา คอร์ปอเรชั่น 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 เอเชีย จำกัด (มหาชน) เป็นตัวแทนจำหน่ายต่อไป
- ปี 2554 บริษัทได้เพิ่มทุนจดทะเบียนอีกจำนวน 167,250,000 บาท โดยออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 16,725,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท แบ่งเป็น การจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 5,575,000 หุ้น เพื่อเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทตามสัดส่วนการถือหุ้น และจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุน

จำนวน 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 ซึ่งเป็นกลุ่มที่ผลิตรถยกสายใหญ่อันดับหนึ่งของทวีปยุโรป
- ปี 2554 บริษัท ได้ขยายธุรกิจเข้าสู่ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง โดยเข้าทำสัญญากับ บริษัท ชิโนไทย เอ็นจิเนียริง แอนด์ คอนสตรัคชั่น จำกัด (มหาชน) และกิจการร่วมค้า ซีเคทีซี เพื่อรับเหมาก่อสร้างจัดท่าวัสดุ และติดตั้งราวกันตกสแตนเลส และกระจก ในโครงการสถานีรถไฟฟ้าสายสีม่วง ช่วงบางใหญ่ – บางซื่อ สัญญา 2 โครงการยกระดับ ด้านตะวันตก จำนวน 8 สถานี (จากทั้งหมด 16 สถานี) ทั้งนี้ เริ่มดำเนินการในปี 2556 และส่งมอบงานเสร็จสิ้นในปี 2557
- ปี 2556 ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนอีกจำนวน 244,494,930 บาท โดยออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 22,449,493 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท เพื่อรองรับหุ้นปันผล (ในอัตราหุ้นละ 0.25 บาท โดยจ่ายเป็นเงินสด 0.05 บาท และหุ้นปันผล 0.20 บาท) , การปรับอัตราการใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญของผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิ (TCJ-W1) เป็นจำนวนรวมไม่เกิน 1,449,493 หุ้น และเพื่อเสนอขายให้แก่บุคคลในวงจำกัด(Private Placement) เป็นจำนวนไม่เกิน 21,000,000 หุ้น

การเพิ่มทุนดังกล่าวทำให้บริษัทมีทุนจดทะเบียนใหม่จำนวน 949,241,330 บาท ณ.วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทมีทุนชำระแล้วเป็นเงิน 855,913,100 บาท

- ปี 2558 ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนอีกจำนวน 23,731,200 บาท โดยออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 2,373,102 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท ทำให้มีทุนจดทะเบียนใหม่จำนวน 972,971,670 บาท เพื่อรองรับหุ้นปันผล (ในอัตราหุ้นละ 0.30 บาท โดยจ่ายเป็นเงินสด 0.05 บาท และหุ้นปันผล 0.25 บาท) , การปรับอัตราการใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญของผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิ (TCJ-W1)

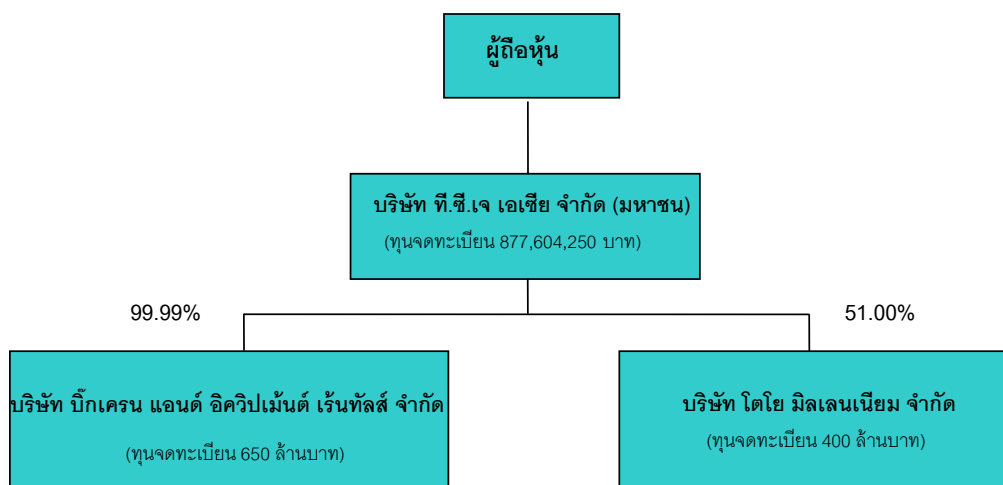
การเพิ่มทุนดังกล่าวทำให้บริษัทมีทุนจดทะเบียนใหม่จำนวน 972,971,670 บาท บริษัทมีทุนชำระแล้วเป็นเงิน 877,308,610 บาท

- ปี 2559 ได้ลดทุนจดทะเบียนตามมติที่ประชุมสามัญประจำปีผู้ถือหุ้นครั้งที่ 19 โดยลดทุนจดทะเบียนในส่วน

เหลือจากการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิ จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทฯ ครั้งที่ 1 (TCJ-W1) จำนวน 9,536,510 หุ้น รวม 9,536,742 หุ้น

การลดทุนดังกล่าวทำให้บริษัทมีทุนจดทะเบียนจำนวน 877,604,250 บาท และมีทุนชำระแล้ว เป็นเงินจำนวน 877,604,250 บาท

1.3 โครงสร้างของบริษัท ที.ซี.เจ. เอเชีย จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย มีดังนี้



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีบริษัทย่อยรวมทั้งหมด 2 บริษัท ได้แก่ บริษัท บิ๊กคอน แอนด์ อีควิเมนต์ เร็นทลส์ จำกัด ถือหุ้นอยู่ในสัดส่วนร้อยละ 99.99 และ บริษัท โตโย มอเตอร์ เนียม จำกัด ถือหุ้นอยู่ในสัดส่วน ร้อยละ 51 สำหรับประเภทของธุรกิจหลักของบริษัทและบริษัทย่อยนั้น สามารถสรุปได้ดังนี้

ชื่อบริษัท	ประเภทของธุรกิจหลัก
บริษัท ที.ซี.เจ. เอเชีย จำกัด (มหาชน)	- ธุรกิจนำเข้าและ จำหน่ายเครื่องจักรกลก่อสร้าง (Construction Equipment Trading) - ธุรกิจนำเข้าและจำหน่ายรถยนต์หรือยานยนต์อุตสาหกรรมเพื่อการจัดการคลังสินค้า (Industrial Equipment Trading and Rental) - ธุรกิจจำหน่ายเครนติดหลังรถบรรทุก (Truck Related Product Trading) - ธุรกิจนำเข้า ส่งออก แปรรูป จำหน่ายและติดตั้งสินค้าประเภทโลหะ (Metal Trading) - ธุรกิจรับเหมาติดตั้ง และตกแต่งงานโครงการต่างๆ
บริษัท บิ๊กคอน แอนด์ อีควิปเมนต์ เร็นทัลส์ จำกัด	ธุรกิจให้เช่าเครื่องจักรกลหนัก (Construction Equipment Rental)
บริษัท ไทโย มิลเลนเนียม จำกัด	ธุรกิจผลิตและจำหน่ายท่อเหล็กกล้าไร้สนิมประเภทต่างๆ (Stainless Steel Tube Manufacturer)

โครงสร้างรายได้

ผลิตภัณฑ์/บริการ	ปี 2559		ปี 2558		ปี 2557	
	รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์ประเภทโลหะ						
การขายแผ่นเหล็ก/สแตนเลส	193.30	15.5%	226.44	14.9%	369.92	23.2%
ผลิตและจำหน่ายท่อสแตนเลส	472.08	37.9%	462.70	30.5%	442.06	27.7%
การรับเหมาโครงการ	71.85	5.8%	6.91	0.5%	45.02	2.8%
เครื่องจักร						
การขายเครื่องจักร	112.14	9.0%	425.60	28.0%	361.08	22.7%
บริการให้เช่าเครื่องจักร	442.16	35.5%	507.90	33.4%	408.76	25.6%
รายได้อื่นๆ	31.20	2.5%	25.28	1.7%	40.46	2.5%
รายการระหว่างกัน	-77.35	-6.2%	-135.46	-8.9%	-73.23	-4.6%
รวม	1,245.38	100.0%	1,519.37	100.0%	1,594.06	100.0%

บริษัท ที.ซี.เจ. เอเชีย จำกัด (มหาชน) ("TCJ")

แบ่งการบริหารจัดการตามประเภทของผลิตภัณฑ์เป็น 2 หน่วยธุรกิจ (Business Unit) ได้แก่

หน่วยธุรกิจที่ 1 เครื่องจักรกลก่อสร้าง โรงงาน และขนส่ง (Equipment business) ประกอบไปด้วย 3 ธุรกิจย่อยดังนี้

1) ธุรกิจเครื่องจักรกลก่อสร้าง (Construction Equipment Trading)

1.1) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

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

1.2) ภาวะการแข่งขัน

การแข่งขันในอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลหนักที่ใช้ในการก่อสร้างจัดอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากผู้ประกอบการที่มีศักยภาพมีจำนวนจำกัด เพราะเป็นธุรกิจที่ต้องใช้เงินลงทุนสูง (Capital Intensive) เนื่องจากเครื่องจักรมีราคาสูง การแข่งขันส่วนใหญ่จึงมุ่งเน้นเรื่องคุณภาพสินค้า

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การจัดหาเครื่องจักรกลก่อสร้างใช้แล้ว ประเภทรถเครน เป็นรถเครนที่นำเข้ามาจากประเทศญี่ปุ่น ซึ่งบริษัทจะทำการคัดเลือกเครื่องจักรกลที่มีคุณภาพ มีการตรวจสอบคุณภาพ Supplier เพื่อให้ได้เครื่องจักรกลที่มีประสิทธิภาพตามจำนวนที่บริษัทต้องการ ตลอดจนมีเงื่อนไขและราคาที่เหมาะสม

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

ทั้งนี้ การดำเนินการในโรงงานดังกล่าว มีลักษณะงานเป็นการซ่อม บำรุงรักษา และปรับปรุงสภาพเครื่องจักรทั่วไป จึงไม่มีเหตุที่จะก่อให้เกิดมลภาวะใดๆ ต่อสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม TCJ ยังได้ปฏิบัติตามกฎระเบียบของกรมโรงงาน กระทรวงอุตสาหกรรมในเรื่องดังกล่าวอย่างเคร่งครัด

1.3) การตลาดและการจำหน่าย

ลูกค้าเป้าหมายของผลิตภัณฑ์เครื่องจักรกลก่อสร้าง ได้แก่ ลูกค้าภาคเอกชน ซึ่งทำธุรกิจประเภทรับเหมาก่อสร้างโครงการขนาดใหญ่และรับเหมาก่อสร้างทั่วไป โรงงานเกษตรกรรม โรงงานอุตสาหกรรมทั่วไป

สำหรับนโยบายด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์เครื่องจักรกลก่อสร้างนั้น เน้นด้านการจำหน่ายสินค้าที่เป็นรุ่น ขนาด และตราสินค้า ที่อยู่ในความต้องการของตลาด โดยจะให้ความสำคัญในด้านคุณภาพของ

สินค้า คุณภาพการปรับปรุง และการให้บริการหลังการขาย โดยเฉพาะในเรื่องของการให้บริการหลังการขายนั้น TCJ ได้จัดให้มีหน่วยงานบริการเคลื่อนที่ให้แก่ลูกค้านอกสถานที่ ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งผู้ให้บริการนั้นจะต้องมีทักษะการวิเคราะห์ปัญหาเครื่องจักร และมีความรู้ความชำนาญ และเข้าใจเทคนิคการซ่อม เป็นอย่างดี

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 ซึ่งเป็นกลุ่มที่ผลิตรถยกที่ใหญ่อันดับหนึ่งของทวีปยุโรป

ผลิตภัณฑ์หลักของสินค้า STILL แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. รถฟอร์คลิฟท์ (Counter-balanced Trucks) น้ำหนักตั้งแต่ 2 - 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) การแข่งขัน

การแข่งขันในอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลประเภทรถยก (Fork Lift) ที่ใช้ในกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม และกลุ่มโลจิสติกส์ประเภทคลังสินค้าจัดอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากผู้ประกอบการที่มีศักยภาพมีจำนวนจำกัด เพราะเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนสูง การแข่งขันส่วนใหญ่ จึงมุ่งเน้นเรื่องการบริหาร การสร้างภาพพจน์

ให้กับตัวสินค้า ตรวจของสินค้า 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

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจรถยกหรือยานยนต์อุตสาหกรรมเพื่อการจัดการคลังสินค้า แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม และกลุ่มโลจิสติกส์ประเภทคลังสินค้า โดยมีรายละเอียดดังนี้

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

- ลูกค้ากลุ่มโลจิสติกส์ประเภทคลังสินค้า เนื่องจากคลังสินค้าส่วนมากอยู่ใกล้กับแหล่งชุมชนหรือตัวเมืองและมีพื้นที่จำกัด ตลอดจนน้ำหนักในการยกและเคลื่อนย้ายจะมีขนาดที่ลดลงเมื่อเทียบกับการใช้งานในโรงงาน จึงทำให้ลูกค้าประเภทคลังสินค้ามีความนิยมรถยกประเภท Warehouse Trucks เป็นส่วนมาก

สำหรับนโยบายด้านการตลาดของธุรกิจรถยกหรือยานยนต์อุตสาหกรรมเพื่อการจัดการคลังสินค้า นั้น บริษัทเน้นในเรื่องการเป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์รถยกที่ครอบคลุมทุกประเภทของผลิตภัณฑ์ รวมถึงจุดเด่นด้านนวัตกรรมเกี่ยวกับการประหยัดเชื้อเพลิง และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และ ภายใต้ตราสินค้า STILL มีรถยกทั้งแบบ Counter-balanced Trucks และ Warehouse Trucks ในขณะที่คู่แข่งส่วนใหญ่มีสินค้าเพียงประเภทใดประเภทหนึ่งเท่านั้น นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทยังมีจุดเด่นในด้านของการออกแบบ นวัตกรรม การประหยัดพลังงาน สมรรถนะ สมรรถภาพ และความปลอดภัย นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญในเรื่องบริการหลังการขาย โดยเปิดศูนย์บริการที่สำนักงานใหญ่ ถนนบางนา-ตราด กม. 18 และหน่วยบริการในจังหวัดต่างๆ อันได้แก่ จังหวัดระยอง จังหวัดชลบุรี จังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดชุมพร และจังหวัดอุดรธานี เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทยังจัดให้มีศูนย์อะไหล่เพื่อจัดเก็บอะไหล่และอุปกรณ์เพื่อสนับสนุนงานด้านบริการดังกล่าวเพื่อความสะดวกและรวดเร็ว

สำหรับในด้านการจัดจำหน่ายนั้น บริษัทใช้กลยุทธ์ขายตรงไปยังลูกค้าทั้งในส่วนการเช่าและการขาย มีการแบ่งเขตการขายเพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่บริการและเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอย่างทั่วถึง โดยบริษัทได้กำหนดพื้นที่การขายและการบริการออกเป็น 2 ส่วน คือ พื้นที่ในส่วนกรุงเทพฯและปริมณฑล และพื้นที่ส่วนภูมิภาค ได้แก่ จังหวัดระยอง จังหวัดชลบุรี และจังหวัดฉะเชิงเทรา อย่างไรก็ตาม บริษัทจะทำการขยายตลาดทั้งด้านการเช่า และการขาย โดยเน้นจุดขายเรื่องประหยัดเชื้อเพลิง และสมรรถนะในการทำงานต่อเนื่องต่อวัน เพื่อเป็นการพิสูจน์คุณภาพสินค้าให้เป็นที่ยอมรับ และช่วยให้ลูกค้าลดต้นทุนเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายด้านเชื้อเพลิง ทั้งดีเซล ,LPG และไฟฟ้า รวมทั้งมีแผนงานการขยายตัวแทนจัดจำหน่ายทั้งสินค้าและบริการ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถขยายพื้นที่การขายและเช่าได้มากขึ้นให้สอดคล้องกับเป้าหมายทั้งระยะสั้น กลาง และระยะยาว

ในด้านการกำหนดราคา บริษัทใช้นโยบายด้านราคาแบบต้นทุนบวกด้วยกำไร (Cost plus pricing) โดยพิจารณาถึงส่วนลดที่ได้รับจากผู้ขาย ร่วมกับการพิจารณาเปรียบเทียบกับราคาของบริษัทกับราคาตลาดในประเทศและราคาสินค้าของคู่แข่ง

3) ธุรกิจเครนติดหลังรถบรรทุก (Truck Related Product Trading)

3.1) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

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

3.2) ภาวะการแข่งขัน

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

3.3) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

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

3.4) การตลาดและการจำหน่าย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัท เป็นลูกค้าภาคเอกชน ได้แก่ กลุ่มผู้รับเหมาก่อสร้างโครงการขนาดใหญ่ ด้าน Infrastructure และกลุ่มผู้รับเหมาก่อสร้างอาคารและที่พักอาศัยกลุ่มผู้รับเหมาทั่วไป กลุ่มโรงงานผลิต และจัดจำหน่ายอุปกรณ์คอนกรีตสำเร็จรูป กลุ่มลูกค้าขนส่ง กลุ่มอุตสาหกรรมด้านพลังงานรวมถึงพลังงานทดแทน และกลุ่มโรงงานต่างๆเพื่อใช้ในการขนส่งและยกย้ายเอนกประสงค์

ช่องทางการจำหน่ายที่สำคัญจึงเป็นการขายตรงไปยังผู้บริโภคขั้นสุดท้าย (End User) รองลงมาเป็นการขายผ่านตัวแทนจำหน่าย และการประมูลของหน่วยงานราชการ

สำหรับนโยบายด้านการตลาดของธุรกิจคอนกรีตหลังรบบรทุกนั้น บริษัทต้องการเป็นผู้นำตลาดในด้านราคาสินค้า และให้ความสำคัญกับการให้บริการหลังการขาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้บริการบำรุงรักษาตรงตามกำหนดซึ่งระบุโดยผู้ผลิตสินค้า

นโยบายการกำหนดราคานั้น กำหนดราคาโดยใช้ต้นทุนบวกกำไร (Cost plus pricing) ประกอบกับการพิจารณาเปรียบเทียบราคาของบริษัทกับราคาตลาดในประเทศและราคาสินค้าของคู่แข่ง

หน่วยธุรกิจที่ 2 สินค้าประเภทโลหะ (Metal Material Business)

1) นำเข้า ส่งออก แปรรูป จำหน่าย และติดตั้งสินค้าประเภทโลหะ

1.1) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

TCJ เป็นผู้นำเข้า ส่งออก แปรรูป จัดจำหน่ายและติดตั้งสินค้าประเภทเหล็กกล้าไร้สนิม ประเภท ท่อแบน แผ่น เพลา อุปกรณ์ และเหล็กรูปพรรณ

1.2) ภาวะการแข่งขัน

อุตสาหกรรมเหล็กในประเทศไทย มีผู้ประกอบการที่เป็นผู้จำหน่ายเหล็กแผ่นให้กับลูกค้าอยู่เป็นจำนวนมาก แต่เนื่องจากเหล็กแผ่นไร้สนิมรีดร้อน และเหล็กแผ่นไร้สนิมรีดเย็นเป็นสินค้าเหล็กแผ่นที่มีคุณสมบัติเฉพาะ และมีผู้จำหน่ายไม่มากมาย จึงไม่พบกับภาวะแข่งขันที่รุนแรง เพราะการกำหนดราคาเหล็กชนิดพิเศษเหล่านี้เป็นไปตามกลไกการตลาดโลกมากกว่าที่จะมาจากการตัดราคาเพื่อแข่งขันกันเองของผู้จำหน่ายภายในประเทศ

1.3) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

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

1.4) การตลาดและการจำหน่าย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจจำหน่ายสินค้าประเภทโลหะสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ค้าส่งสินค้าเหล็ก และกลุ่มผู้รับเหมาขึ้นรูปและโรงงาน โดยมีลักษณะสำคัญของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มสามารถสรุปได้ดังนี้

- กลุ่มผู้ค้าส่งสินค้าเหล็ก โดยปกติผู้ค้าส่งจะทำธุรกิจจำหน่ายสินค้าเหล็กหลายประเภทพร้อมกัน เช่น เหล็กแผ่นรีดร้อน เหล็กแผ่นรีดเย็น เหล็กแผ่นรีดสนิมรีดร้อน เหล็กแผ่นรีดสนิมรีดเย็น เหล็กเส้น เหล็กท่อน ท่อเหล็ก เพลเหล็ก และฉากเหล็ก เป็นต้น ผู้ค้าส่งเหล่านี้จะเก็บสินค้าไว้ในร้าน เพื่อให้ผู้ใช้เหล็กและผู้รับเหมามาซื้อไปใช้งานในจำนวนครั้งละไม่มาก ลูกค้าของผู้ค้าส่งนี้มีจำนวนมาก ทั้งที่เป็นลูกค้าประจำและลูกค้าจร

- กลุ่มผู้รับเหมาขึ้นรูปและโรงงาน ลูกค้ากลุ่มที่เป็นผู้รับเหมาและโรงงานอุตสาหกรรมนั้น บางครั้งต้องการใช้เหล็กแผ่นที่เป็นวัตถุดิบจำนวนมากกว่าปกติ ซึ่งหากซื้อโดยตรงจากผู้นำเข้าจะได้ราคาถูกกว่าการซื้อผ่านผู้ค้าส่ง นอกจากนี้ยังสามารถประมาณการเวลาส่งมอบและกำหนดชั้นคุณภาพสินค้าแบบเดียวกันทั้งจำนวนได้

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

สำหรับนโยบายด้านราคานี้ บริษัทกำหนดราคาโดยใช้ราคาต้นทุนบวกด้วยกำไรปกติ ซึ่งโดยทั่วไปการจำหน่ายสินค้าเหล็กแผ่นนี้จะต้องจัดหาสินค้าให้ทันเวลาที่กับความต้องการของลูกค้า และจำหน่ายไปทันทีในราคาที่ตกลงกันล่วงหน้า ดังนั้นแม้ว่าราคาจะผันผวนขึ้นหรือลงตามราคาตลาดโลก ก็ไม่ส่งผลกระทบต่อบริษัท

หน่วยธุรกิจที่ 3 งานรับเหมาติดตั้ง (Installation Work Business)

3.1) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท ที.ซี.เอเซีย จำกัด (มหาชน) ได้เข้าสู่ธุรกิจรับเหมาติดตั้ง และงานวิศวกรรมด้านโลหะภัณฑ์ อย่างเต็มตัว ในปี 2559 นี้ โดยได้ขยายหน่วยงานการผลิต โดยสร้างอาคารคลังสินค้า และลงทุนเครื่องจักรใหม่ ใช้เงินลงทุนประมาณ 30 ล้านบาท วัตถุประสงค์ เพื่อรองรับการผลิตชิ้นงาน ส่งมอบในโครงการที่รับผิดชอบตามสัญญา และสามารถขยายงานหรือรับผลิตชิ้นงานตามคำสั่งลูกค้าให้หลากหลายมากขึ้น

ในปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์และบริการ สามารถแยกได้สองประเภทคือ

- 1) งานรับเหมาผลิตและติดตั้งงานโลหะภัณฑ์ อาทิเช่น รวาระเปียง รวาวบันได แผงกันตก รางน้ำ gutter ประตูรั้ว ครุฑ หรือ งานตกแต่งภายในอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับโลหะ เป็นต้น
- 2) งานประกอบเชื่อม พับ ตัด ขึ้นรูป ตามสั่ง

ธุรกิจรับเหมาติดตั้ง เริ่มต้นจาก ปี 2556 TCJ ได้เข้าทำสัญญารับจ้างเหมาจัดหารวัสดุและติดตั้ง ราวกันตกสแตนเลส บนสถานีรถไฟฟ้าในโครงการรถไฟฟ้าสายสีม่วง ที่ได้ทำสัญญาไว้กับบริษัทเอกชน 2 แห่ง มูลค่าโครงการรวมจำนวน 168 ล้านบาท ซึ่งตลอดปี 2557 TCJ ได้ทำการติดตั้ง และส่งมอบงานให้แก่บริษัทผู้ว่าจ้างตามงวดงานในสัญญาจ้างในส่วนที่เหลืออยู่จนเรียบร้อยแล้ว

ในปี 2558-2559 บริษัทฯ ได้เข้าทำสัญญารับงาน เกี่ยวกับการตกแต่ง สถานีรถไฟฟ้า บนดิน และได้ดิน ทั้งหมด 4 สัญญา ได้แก่ โครงการรถไฟฟ้า สายสีน้ำเงินบนดิน, โครงการรถไฟฟ้าใต้ดิน สายสีน้ำเงิน , โครงการรถไฟฟ้าสายสีเขียว ส่วนต่อขยาย และ โครงการรถไฟฟ้าสายสีแดง มูลค่ารวมประมาณ 150-200 ล้านบาท ในวันที่ 31 ธันวาคม 2559 มีการส่งมอบงานไปแล้ว ร้อยละ 32.5 โดยคาดว่าจะ ส่งมอบได้เสร็จสิ้นภายใน ปี 2561 นี้

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ขยายรับงานที่เกี่ยวข้องกับการตกแต่งที่เกี่ยวข้องวัสดุโลหะ เช่น เหล็ก และ สแตนเลส เป็นต้น ได้แก่ อาคารสูง อาคารสำนักงาน, โรงแรม, ที่พักอาศัย และอาคารพาณิชย์ ซึ่งในปีที่ผ่านมา มีมูลค่าโครงการที่ดำเนินการส่งมอบเรียบร้อยแล้ว รวมเป็นมูลค่า 12.02 ล้านบาท

3.2) การแข่งขัน

เนื่องจาก ปัจจุบัน ตามหลักนโยบายรัฐบาล มุ่งเน้นเรื่องการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และขนส่งมวลชนของประเทศ ทำให้มีโครงการ ต่างๆ อาทิเช่น รถไฟฟ้า เพิ่มขึ้นอย่างมาก จึงทำให้บริษัทมีโอกาสได้รับงานอย่างต่อเนื่อง แต่เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจในประเทศและการอนุมัติโครงการลงทุน ทั้งภาครัฐชะลอตัว มีผลให้ภาคเอกชน ชะลอการลงทุน ทำให้โครงการใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นในช่วงปี 2558-2559 ที่ผ่านมามีเพิ่มขึ้นไม่มากนัก ทำให้ ผู้รับเหมา, คู่แข่ง แข่งขันกันด้วยราคา ประกอบกับการเกิดคู่แข่ง ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นในวงการและ เป็นคู่แข่งที่มีศักยภาพ จึงทำให้มูลค่างานที่ประมูลได้ลดลง อย่างไรก็ตาม บริษัทมีความได้เปรียบ ด้านการมีประสบการณ์ในการรับเหมาโครงการที่ผ่านมามีประสบความสำเร็จ และเป็นที่ยอมรับในด้านคุณภาพ และการส่งมอบตรงเวลา จึงไม่เป็นปัญหาในการจัดการมากนัก

3.3) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ด้วยการที่ TCJ มีประสบการณ์ ในอุตสาหกรรมเหล็กเป็นเวลานาน ทั้งเป็นผู้นำเข้า และ แปรรูป จำหน่าย สินค้าอยู่เดิม บริษัทฯ จึงมีข้อได้เปรียบในส่วนของการจัดหาวัตถุดิบที่นำมาใช้ในโครงการ รวมทั้งสามารถกำหนดราคาได้เหมาะสม ส่วนของทีมงานติดตั้ง บริษัทมี ทางทีมติดตั้งของบริษัท และของพันธมิตร เพื่อเพิ่มศักยภาพ ในการขยายงานและทำงานให้เร็วขึ้น

3.4) การตลาดและการจำหน่าย

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้รับเหมารายใหญ่ที่รับเหมางานโครงการรถไฟฟ้าจากภาครัฐ ในปี 2559-2560 รัฐบาลได้อนุมัติการลงทุนก่อสร้าง เช่น โครงการรถไฟฟ้าสายต่างๆ , โครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภค เป็นต้น

ส่วนทิศทางการก่อสร้างภาคเอกชนที่มีแนวโน้มเติบโตตามการลงทุนของภาครัฐ จะเป็นแรงผลักดันให้เกิดการสร้างงานอย่างต่อเนื่อง กลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ และ/หรือ ผู้รับเหมาก่อสร้างทั่วไป บริษัท ดำเนินการโดยการติดตามข่าวสารการเปิดตัวโครงการ เพื่อเสนอตัวเข้าร่วมประมูล และเสนอราคางานต่อผู้รับเหมาหลัก หรือลูกค้าโดยตรง

3.5) งานที่ยังไม่ส่งมอบ

ในปี 2559 มีรายได้จากงานโครงการ รวมประมาณ 100 ล้านบาท โครงการมีความล่าช้าในช่วงครึ่งปีแรก เนื่องจาก มีการปรับปรุงแบบงาน พื้นที่งานไม่เรียบร้อย และมีการขยายเวลาออกไป เป็นต้น ในปี 2560 นี้ คาดว่าจะสามารถส่งมอบงานได้ทั้งหมด

บริษัท บิ๊กเครน แอนด์ อีควิปเมนต์ เร็นทัลส์ จำกัด (“BC”) (บริษัท ที.ซี.เจ. ถือหุ้นร้อยละ 99.99)

1) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

BC ดำเนินธุรกิจให้เช่าเครื่องจักรกลหนักเพื่อใช้ในธุรกิจการก่อสร้างและขนส่ง และเครื่องจักรเพื่องานอุตสาหกรรม และเครื่องจักรเพื่องานอุตสาหกรรมและคลังสินค้าโลจิสติกส์ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังให้บริการซ่อมแซมรถเครนให้กับลูกค้าทั่วไปด้วย ซึ่งเครื่องจักรกลหนักที่มีให้บริการ ได้แก่

- รถเครนล้อขนาดเล็ก (Truck Crane-Small Size) ขนาด 25-55 ตัน เป็นรถเครน 10-12 ล้อ ที่สามารถเคลื่อนย้ายได้ด้วยตนเอง โดยรับงานเกี่ยวกับงานติดตั้ง, งาน Shut Down เครื่องจักร, งานรื้อถอน, งานยกโครงสร้าง, งานในโรงงานอุตสาหกรรม เป็นต้น
- รถเครนล้อขนาดใหญ่ (Truck Crane-Big Size) ขนาด 100-400 ตันเป็นรถทรัคเครน ที่สามารถเคลื่อนย้ายได้ด้วยตนเอง ในปี 2557 บริษัทฯ ได้จัดซื้อรถทรัคเครนใหม่ ขนาด 220 ตัน และ ขนาด 400 ตัน และในปี 2559 บริษัทฯ ได้จัดหารถทรัคเครนใหม่ขนาด 100 ตัน ยี่ห้อ Liebherr เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน รองรับการแข่งขันของตลาดอุตสาหกรรมก่อสร้าง และการลงทุนในด้านคมนาคมขนส่ง ของภาครัฐ โดยรับงานเกี่ยวกับงานติดตั้งงาน Shut Down เครื่องจักร, งานรื้อถอน, งานยกโครงสร้าง, งานยกแผ่นป้ายต่างๆ, งานก่อสร้าง งานโยธา ที่ต้องยกชิ้นงานขนาดใหญ่ เช่น การสร้างทางยกระดับ ก่อสร้างสะพาน และรถไฟฟ้า เป็นต้น
- รถเครนสี่ล้อ (Rough Terrain Crane) มีขนาดตั้งแต่ 25-70 ตัน เป็นประเภทล้อยาง ต้องใช้แทรคเลอร์ในการขนส่ง ยี่ห้อ TADANO, KATO มีแหล่งผลิตที่ประเทศญี่ปุ่น เป็นเครื่องจักรที่รับงานเกี่ยวกับการ

ก่อสร้าง งานเมกะโปรเจก งานยกของทั่วไป งานวางโครงหลังคา และเป็นเครื่องจักรที่มีอัตราร้อยละ 75 ของเครื่องจักรทั้งหมดภายในบริษัท

- รถเครนตีนตะขาบ (Crawler Crane) มีขนาดตั้งแต่ 50-65 ตัน ไม่สามารถเคลื่อนย้ายด้วยตนเอง เช่น IHI ,Link Belt,SUMITOMO มีแหล่งผลิตที่ประเทศญี่ปุ่น เป็นเครื่องจักรที่รับงานเกี่ยวกับงานฐานราก งานเข็มเจาะ เป็นต้น
- รถบรรทุกติดเครน(Truck-Mounted Crane) ใช้สำหรับยกขึ้นงาน,งานขนถ่ายสิ่งของต่างๆ และสามารถเคลื่อนที่ได้ด้วยตนเอง โดยรถบรรทุกติดเครนจะมีประเภท 6 ล้อ และ 10 ล้อ มีทั้งเครนขนาด 5-7 ตัน ยี่ห้อ DONGYANG และยี่ห้อ UNIC เป็นเครื่องจักรที่รับงานโยธา งานสร้างถนน สร้างทางหลวง งานสร้างสะพาน และงานขนถ่าย เป็นต้น
- รถพ่วงเทรลเลอร์ (Trailer) เป็นรถหัวลากพ่วง 18 ล้อ ใช้ในงานขนย้ายสินค้า ตู้คอนเทนเนอร์ เหล็ก เครื่องจักรและอุปกรณ์ต่างๆ มีชนิดพื้นเรียบ,ทางต่ำ,ทางสูง ขึ้นอยู่กับการใช้งาน
- รถขุด(Excavator) เป็นเครื่องจักรที่มีลักษณะการรับงานเป็นงานขุดดิน ตักดินใส่รถ ปากหน้าดิน และงานขุดเจาะ เป็นต้น โดยมีขนาด 20 ตัน ไม่สามารถเคลื่อนย้ายด้วยตัวเอง ยี่ห้อ โคมัตสึ ในปี 2559 บริษัทฯ ได้จัดซื้อรถขุดใหม่ เข้ามาเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน และรองรับลงทุนของภาครัฐ
- รถโฟล์คลิฟท์ (Fork Lift) เป็นเครื่องจักรยานยนต์อุตสาหกรรมเพื่อใช้ในการจัดการคลังสินค้า การเคลื่อนย้ายสินค้า มีบทบาทสำคัญในภาคอุตสาหกรรมเป็นอย่างมาก เนื่องจากช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ทุนแรงงานคนช่วยยกขนถ่าย-ย้าย-จัดเก็บได้รวดเร็ว และปลอดภัย ลดเวลา-ลดค่าใช้จ่าย สามารถสร้างความได้เปรียบในเชิงธุรกิจ

รายได้จากการให้เช่ารถยกและรถบรรทุก คิดเป็นร้อยละ 35 ของรายได้รวมของบริษัทและบริษัทย่อย

2) ภาวะการแข่งขัน

การแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากผู้ประกอบการที่มีศักยภาพมีจำนวนจำกัด อันเป็นผลจากธุรกิจการให้เช่าเครื่องจักรกลหนักเพื่อใช้ในธุรกิจการก่อสร้างและขนส่งเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนสูง การแข่งขันส่วนใหญ่จึงมุ่งเน้นเรื่องค่าบริการ ตราสินค้าที่มีให้เช่า และชื่อเสียงของผู้ให้บริการ ปัจจุบัน BC มีส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 20 ของธุรกิจการให้เช่าเครื่องจักรกลหนักที่ใช้ในงานก่อสร้างภายในประเทศ

3) การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

โดยทั่วไป BC จะจัดหาเครื่องจักรกลหนักเพื่อใช้ในธุรกิจการก่อสร้างและขนส่ง ที่เป็นเครื่องจักรกลใหม่ และเครื่องจักรใช้แล้วสภาพดีจากต่างประเทศ โดยจัดซื้อผ่านตัวแทนจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ซึ่งหากเป็นเครื่องจักรใช้แล้วจากต่างประเทศบริษัทจะนำเข้ามาทำการปรับปรุงและซ่อมแซมให้อยู่ในสภาพดียิ่งขึ้นก่อนนำไปใช้งาน

4) การตลาดและการจำหน่าย

ลูกค้าเป้าหมายของ BC ส่วนใหญ่เป็นภาคเอกชนซึ่งดำเนินธุรกิจก่อสร้าง,ขนส่ง ,โรงงานอุตสาหกรรม และคลังสินค้า การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจะใช้วิธีการขายตรง โดยให้ทีมงานด้านการตลาดเข้าไปนำเสนอสินค้าตามความเหมาะสมกับงานของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเลือกสินค้าได้อย่างถูกต้องมีประสิทธิภาพ

สำหรับนโยบายด้านการตลาดของธุรกิจให้เข้าเครื่องจักรกลหนักนั้น BC ให้ความสำคัญกับคุณภาพเครื่องจักร คุณภาพพนักงานขับรถ คุณภาพการส่งมอบ ความหลากหลายของสินค้า การให้ความรู้ด้านเทคนิคแก่ลูกค้า และการพัฒนาในด้านลูกค้าสัมพันธ์

ในส่วนของนโยบายด้านราคาดังนั้น BC กำหนดราคาเช่าตามราคาตลาดทั่วไปและเพิ่มมูลค่าให้กับลูกค้าในด้านคุณภาพของเครื่องจักรและเน้นความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ

5) ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจาก BC ดำเนินธุรกิจให้บริการเช่ารถเครนและเครื่องจักรกลหนักที่ใช้ในอุตสาหกรรมก่อสร้างและขนส่งจึงไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตามบริษัทได้ดูแลสภาพเครื่องจักรและรถเครนที่เตรียมไว้ให้ลูกค้าเช่าเป็นอย่างดี เพื่อไม่ให้มีผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมใดๆ กับสภาพแวดล้อมจากการทำงาน

6) งานที่ยังไม่ส่งมอบ

ไม่มี

บริษัท โตโย มิลเลนเนียม จำกัด (“TOYO”) (บริษัท ที่.ซี.เจ. ๙ ถือหุ้นร้อยละ 51)

1) ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

TOYO ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายท่อเหล็กไร้สนิม โดยจำหน่ายให้กับลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ ภายใต้เครื่องหมายการค้าของ TOYO เอง และรับจ้างผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ของ TOYO นั้น 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
- ท่อเฟอริไนเจอร์ (Ornamental tube) หรือท่อ ASTM A-554 เป็นท่อเหล็กไร้สนิมที่มีความแข็งแรงทนทาน สวยงาม โดยผิวด้านนอกจะขัดเงาให้ความรู้สึกโดดเด่น หูหระและสวยงาม ใช้สำหรับการตกแต่งทั้งภายในและภายนอกอาคาร
- ท่อแลกเปลี่ยนความร้อน (Heat exchanger tube) หรือท่อ ASTM A-249 เป็นท่อเหล็กไร้สนิมที่มีผิวด้านในเรียบด้วยกระบวนการ Bead Remove รอยต่อของท่อประเภทนี้มีความแข็งแรงเทียบเท่ากับส่วนอื่นๆ ของผืนท่อ ภายในท่อมีความเรียบสามารถทำความสะอาดได้ง่าย ส่วนใหญ่ใช้ในอุตสาหกรรมเครื่องเปลี่ยนก๊าซเป็นของเหลว อุตสาหกรรมผลิตน้ำตาล และอุตสาหกรรมผลิตน้ำแข็ง เป็นต้น

2) ภาวะการแข่งขัน

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

ส่วนตลาดท่อเฟอริไนเจอร์นั้น ปัจจุบันมีผู้ผลิตในประเทศประมาณ 6 ราย ซึ่งส่วนใหญ่แข่งขันกันในด้านนโยบายราคา และคุณภาพสินค้า

3) การจัดหาวัตถุดิบหรือบริการ

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

4) การตลาดและการจำหน่าย

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 จะขายสินค้าผ่านตัวแทนจำหน่ายในประเทศนั้นๆ เป็นหลัก โดยแบ่งกลุ่มลูกค้า ดังนี้

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

สำหรับนโยบายด้านราคานั้น บริษัท โตโย มอเตอร์ เนียม จำกัด กำหนดราคาสินค้าโดยใช้ต้นทุนรวมกับค่าใช้จ่ายและกำไร เนื่องจากเหล็กไร้สนิมเป็นวัตถุดิบหลักที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ อีกทั้งราคาของเหล็กไร้สนิมยังอิงกับราคาตลาดโลก ซึ่งมีความผันผวนตามอุปสงค์และอุปทานของผู้ผลิตและผู้ใช้ทั่วโลก

5) งานที่ยังไม่ส่งมอบ

ไม่มี

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจัยความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานและผลประกอบการของบริษัท

3.1 ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

บริษัท และบริษัทย่อย เป็นบริษัทนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ ประกอบด้วย เครื่องจักรนำเข้าจากต่างประเทศ เช่น เครื่องจักรในอุตสาหกรรมก่อสร้างที่มีมูลค่าสูง ประเภท รถเครน ทั้งรถใหม่ และรถใช้แล้ว และรถยก (Forklift) ในกลุ่มธุรกิจโลหะ มีสินค้านำเข้าเป็น วัตถุดิบในการผลิต และขายแก่ลูกค้ากลุ่มโรงงาน

บริษัทและบริษัทย่อย ไม่มีนโยบายที่จะประกอบธุรกรรมตราสารทางการเงินเพื่อการเก็งกำไร หรือการค้า จึงมีการติดตามความเคลื่อนไหวอัตราแลกเปลี่ยนแต่ละสกุลอย่างใกล้ชิด พิจารณาเข้าทำสัญญาซื้อขายอัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้า เพื่อให้การกำหนดราคาขายต่อลูกค้าชัดเจนมากขึ้น และลดความเสี่ยงเรื่องการขาดทุนอัตราแลกเปลี่ยน

3.2 ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาสินค้ากลุ่มโลหะ

สินค้าน้ำมันดิบ เช่น สแตนเลส และ เหล็ก จัดเป็นกลุ่มสินค้าโภคภัณฑ์ การกำหนดราคาเป็นตามภาวะตลาดโลก และผู้ประกอบการในประเทศ บริษัทมีการติดตามการเปลี่ยนแปลงของราคาวัตถุดิบอย่างใกล้ชิด มีการปรับกลยุทธ์การขาย และราคาขาย เพื่อให้เป็นไปตามสถานการณ์ และการแข่งขัน เพื่อรักษาตลาดลูกค้า และเพื่อบริหารต้นทุนเฉลี่ย และรักษากำไรขั้นต้นต่อยอดขาย

3.3 ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย

จากภาวะเศรษฐกิจโลก รวมถึงเศรษฐกิจและภาวะการเมืองในประเทศ ที่ไม่แน่นอน มีการผันผวนและมีความเสี่ยงต่อการบริหารจัดการด้านการเงิน ทำให้ต้องมีการติดตามอย่างใกล้ชิด บริษัทมีนโยบายจัดหาแหล่งเงินทุนอย่างเพียงพอ และหาแหล่งเงินทุนที่มีต้นทุนทางการเงินต่ำ ที่จะสามารถสนับสนุนการประกอบธุรกิจให้แข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การจัดหาแหล่งเงินทุน เพื่อ ทรัพย์สินเพื่อให้เช่า ของบริษัท บิ๊กคอน แอนด์ อควิซิเมนต์ เร็นทิลส์ จำกัด ได้รับการสนับสนุนวงเงินสินเชื่อ จากสถาบันการเงิน บริษัทมีนโยบายจัดหาแหล่งเงินทุนจากหลายสถาบันเพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยง มีการเปรียบเทียบต้นทุน และทำให้เกิดการแข่งขันในการให้บริการ ทำให้บริษัทสามารถจัดหาต้นทุนที่ต่ำลง มีผลให้สามารถตอบสนองแข่งขันด้านบริการ และราคาต่อผู้เช่าได้อย่างเหมาะสม

3.4 ความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่อ

ในด้านการให้สินเชื่อแก่ลูกค้านั้น บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีความเสี่ยงจากการให้สินเชื่ออันเกิดจากการที่คู่สัญญาไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดในสัญญาซึ่งก่อให้เกิดความเสียหาย จึงกำหนดนโยบายให้มีการตรวจสอบสถานะทางการเงิน และเครดิตลูกค้าทุกรายอย่างใกล้ชิด และมีการทบทวนอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะช่วงภาวะเศรษฐกิจตึงตัว และมีการชำระคืนไม่ตรงตามกำหนด ในปีที่ผ่านมา บริษัทเพิ่มความระมัดระวังในการติดตามการชำระอย่างใกล้ชิด เพื่อให้แก้ปัญหาได้ทันเวลาที่ มีการเพิ่มนโยบายด้านการสำรองหนี้สงสัยจะสูญ ควบคู่กับการติดตามการชำระหนี้ในรายที่มีปัญหาอย่างต่อเนื่อง'

3.5 ความเสี่ยงจากการบริหารโครงการ และความล่าช้า

สำหรับธุรกิจรับเหมาติดตั้งโครงการนั้น การวางแผนงานเป็นเรื่องสำคัญ ทั้งในส่วนของระบบบริหารโครงการ และบุคลากร ทุกส่วนมีความสำคัญต่อการดำเนินการตามสัญญาต่อผู้ว่าจ้าง เริ่มจาก การถอดแบบ ชี้นงาน, การเตรียมการจัดหาวัตถุดิบในการผลิต เพื่อส่งมอบ และติดตั้ง เป็นต้น เพื่อให้ป้องกันความเสี่ยงและสร้างความเชื่อมั่นให้สามารถส่งมอบต่อลูกค้าอย่างมีคุณภาพ ทันเวลา และต้นทุนที่เหมาะสม

บริษัทได้จัดให้มีการบุคคลากรที่มีความรู้และประสบการณ์โดยตรงในธุรกิจมีการพัฒนาคุณภาพระบบบริหารงานโครงการแก่บุคคลากรที่เกี่ยวข้อง มีระบบควบคุม และรายงานความคืบหน้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ลดความเสี่ยงต่อความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้น

ในส่วนปัจจัยภายนอก ที่อาจเกิดขึ้นที่ทำให้เกิดความล่าช้าของโครงการ และกระทบต่อต้นทุนโครงการโดยตรงนั้น บริษัทได้สร้างระบบการติดตาม และประสานงาน กับผู้ว่าจ้าง เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล และร่วมแก้ปัญหาหน้างาน เพื่อให้งานดำเนินอย่างสะดวกและประสบความสำเร็จลุล่วงทุกโครงการ

3.6 ความเสี่ยงจากการที่เครื่องจักรเกิดอุบัติเหตุ

ในธุรกิจให้เช่าทรัพย์สิน เครื่องจักรส่วนใหญ่เป็นเครื่องจักรใช้แล้ว เพื่อให้สามารถให้บริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ สร้างความมั่นใจ และให้บริการต่อเนื่อง มีปัจจัยต่างๆที่ต้องคำนึงถึง ดังนี้

- สภาพเครื่องจักรบริษัทจัดให้มีการตรวจสอบทั้งก่อนและหลังส่งมอบบริการตามมาตรฐานการตรวจสอบ จัดให้มีหน่วยซ่อมบริการนอกสถานที่ และเครื่องจักรเสริมในกรณีที่ต้องสับเปลี่ยนเข้ามาซ่อมในบริษัท เป็นต้น
- พนักงานขับรถจัดให้มีการอบรมพนักงานขับรถอย่างสม่ำเสมอทั้งความรู้ความเข้าใจในตัวเครื่องจักร การใช้งานการวิเคราะห์หน้างาน รวมถึงการอบรมเรื่องความปลอดภัย, ข้อควรระวัง และป้องกันอุบัติเหตุและความเสียหายต่อทรัพย์สินของลูกค้า และตัวเครื่องจักร เพื่อคุณภาพในการให้บริการ
- ความปลอดภัยมีการทำประกันภัยเครื่องจักร แต่ละประเภทอย่างเหมาะสม เพื่อป้องกันความเสี่ยงและความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้น นอกจากนี้ยังครอบคลุมถึงความเสียหายต่อบุคคลที่ 3 ที่อาจเกิดต่อลูกค้า หรือทรัพย์สินของลูกค้าได้

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

(1) ทรัพย์สินหลักที่บริษัทและบริษัทย่อยใช้ในการประกอบธุรกิจ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1.ที่ดิน 3 / 4 -5 หมู่ที่ 9 ถนน บางนา-ตราด แขวงบางโหลง เขตบางพลี สมุทรปราการ เนื้อที่ 10-3-32 ไร่ พร้อมสิ่งปลูกสร้าง	เป็นเจ้าของ	74.51	ติดภาระจำนองที่ดินพร้อม สิ่งปลูกสร้างวงเงิน 200 ล้านบาท
2.ที่ดิน 26297-8 ตำบลกลางดง อำเภอปาก ช่อง จังหวัดนครราชสีมา พร้อมสิ่งปลูกสร้าง เลขที่ 89	บริษัทย่อยเป็นเจ้าของ	122.56	ติดภาระจำนองที่ดินพร้อม สิ่งปลูกสร้างวงเงิน 55.10 ล้านบาท
3.ทรัพย์สินระหว่างติดตั้ง	บริษัทและบริษัทย่อยเป็นเจ้าของ	112.60	
4.เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต (บริษัทย่อย)	บริษัทย่อยเป็นเจ้าของ	459.25	บริษัทย่อยติดภาระจำนอง เครื่องจักรและอุปกรณ์ วงเงิน 561 ล้านบาท
5.เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ให้เช่า (บริษัทและบริษัทย่อย)	บริษัทย่อยเป็นเจ้าของ	1,602.09	ติดภาระสัญญาเช่าการเงิน และเช่าซื้อ วงเงิน 683.9 ล้านบาท

(2) นโยบายการลงทุน

บริษัทมีนโยบายลงทุนในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมที่มีวัตถุประสงค์ในการประกอบกิจการที่เป็นส่วน
สนับสนุนกิจการของบริษัทอื่นจะทำให้บริษัทมีผลประโยชน์หรือผลกำไรเพิ่มมากขึ้น หรือธุรกิจที่เอื้อประโยชน์
ให้กับบริษัท โดยสามารถสนับสนุนการดำเนินธุรกิจหลักของบริษัทให้มีความครบวงจรมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้การลงทุนใน
บริษัทย่อยและบริษัทร่วมจะอยู่ภายใต้การควบคุมและตรวจสอบของคณะกรรมการตรวจสอบ และในการกำกับดูแล
บริษัทย่อยและบริษัทร่วม บริษัทจะส่งกรรมการของบริษัทหรือคัดเลือกผู้บริหารที่มีคุณสมบัติและประสบการณ์ที่

เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจเพื่อเป็นตัวแทนในการบริหารงาน เพื่อกำหนดนโยบายที่สำคัญและควบคุมการดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมดังกล่าว

ณ 31 ธันวาคม 2559 บริษัท ที.ซี.เจ. เอเชีย จำกัด (มหาชน) มีเงินลงทุน(สุทธิ) ในบริษัทย่อยต่างๆ ซึ่งได้แก่ บริษัทย่อยแรก BIGCRANE ดำเนินธุรกิจให้เช่าเครื่องจักรกลหนัก เพื่อใช้ในธุรกิจการก่อสร้างและขนส่ง และบริษัทย่อยที่สอง TOYO ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายท่อเหล็กไร้สนิม ทำให้มูลค่าเงินลงทุน(สุทธิ)รวมจากสองบริษัทย่อยเท่ากับ 893.15 ล้านบาท (วิธีราคาทุน) โดยมีสัดส่วนเงินลงทุนในบริษัทย่อยทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 49.6 ของสินทรัพย์รวมของบริษัท

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ในปี 2559 บริษัทฯ มีคดีความถูกฟ้องร้องมีมูลค่าฟ้อง 1.11 ล้านบาท ซึ่งศาลฎีกาได้มีคำพิพากษาเพียงให้ TCJ ติดตั้งเครนคืนในสภาพเรียบร้อยใช้การได้ดีเท่านั้น ส่วนค่าเสียหายอื่นไม่มี คดีจึงเป็นอันถึงที่สุด

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1. ข้อมูลทั่วไป

บริษัท ที.ซี.เจ. เอเชีย จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจ นำเข้า ส่งออก จำหน่าย เครื่องจักรกลที่ใช้ในงานก่อสร้าง รถยกหรือยานยนต์อุตสาหกรรมเพื่อการจัดการคลังสินค้า เครนติดหลังรถบรรทุก และสินค้าประเภทโลหะ เป็นต้น ทะเบียนเลขที่ 0107538000134 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 มีทุนจดทะเบียนที่ออกและชำระแล้ว 877,604,250 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 87,760,425 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท

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

บริษัทมีบริษัทย่อย 2 บริษัท คือ

- 1) บริษัท บิ๊กเครน แอนด์ อีควิปเมนต์ เร็นทัลส์ จำกัด ทะเบียนเลขที่ 0105534050216 ประกอบธุรกิจ ให้เช่ารถเครน รถขุด รถบรรทุกติดเครน และเครื่องจักรหนักเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมก่อสร้างและขนส่ง สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่เลขที่ 3 /4-5 หมู่ 9 ถนนบางนาตราด ตำบลบางโหลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 มีทุนจดทะเบียนจำนวน 650,000,000 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 65,000,000 หุ้น โดยมีมูลค่าตราไว้หุ้นละ 10 จำนวน ทั้งนี้จำนวนหุ้นที่บริษัทฯ ถือ 64,999,994 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 99.99 โทรศัพท์ 023126217-24 โทรสาร 023126747-8 [http:// www.bigcrane.co.th](http://www.bigcrane.co.th)
- 2) บริษัท โตโย มิลเลนเนียม จำกัด(“โตโย”) ทะเบียนเลขที่ 0105542099504 สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่เลขที่ 89 หมู่ที่ 9 ถนนมิตรภาพ ตำบลกลางดง อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจผลิต

และจำหน่ายท่อเหล็กไร้สนิม ที่ใช้ในวงการก่อสร้าง ตกแต่งบ้าน โรงงานอุตสาหกรรมต่างๆ อาทิ อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมยาและเวชภัณฑ์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 มีทุนจดทะเบียน 400,000,000 บาท ทุนชำระแล้ว 400,000,000 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 4,000,000 หุ้น โดยมีมูลค่าตราไว้หุ้นละ 100 บาทจำนวนหุ้นที่บริษัท ถือ 2,040,000 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 51 โทรศัพท์ 022740852-9 โทรสาร 022740850 [http:// www.toyomillennium.com](http://www.toyomillennium.com)

บุคคลอ้างอิง

1) นายทะเบียนหุ้นสามัญ

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์ 0 2009-9000 โทรสาร 0 2009-9991

2) ผู้สอบบัญชี

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

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น ที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุน

-ไม่มี-