



ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท พรพรหมเม็ททอล จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) เริ่มจดทะเบียนก่อตั้งเป็นบริษัทจำกัดด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรกจำนวน 2 ล้านบาท เมื่อวันที่ 21 กันยายน 2535 ต่อมาได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัดเมื่อวันที่ 8 มิถุนายน 2547 และได้รับอนุญาตให้เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ เมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2547 ด้วยทุนจดทะเบียนจำนวน 160 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 160 ล้านบาท มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนเรียกชำระแล้วจำนวนทั้งสิ้น 160 ล้านบาท

บริษัทประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โลหะเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับอุตสาหกรรม เช่น ทองแดงและทองเหลือง ชนิดแผ่นและม้วน ลวดเหล็กและลวดสแตนเลส อะลูมิเนียมชนิดแผ่นและม้วน อะลูมิเนียมเกรดพิเศษสำหรับทำวัสดุผนังหลังคา รวมทั้งจัดจำหน่ายวัสดุเพื่อใช้ในงานก่อสร้าง เช่น ท่อทองแดง อุปกรณ์ข้อต่อต่างๆ ฉนวนยางป้องกันความร้อนในระบบทำความเย็น ท่อส่งลม ลวดเชื่อมและเครื่องเชื่อม เป็นต้น โดยตลอดระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจบริษัทได้ตระหนักและให้ความสำคัญต่อการสรรหาและคัดเลือกผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ๆ เข้ามาจำหน่ายเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งมุ่งเน้นการให้บริการอย่างครบวงจรและมีประสิทธิภาพเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

นอกเหนือจากการประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวข้างต้นแล้ว ในปี 2555 บริษัทได้ขยายการลงทุนสู่ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อให้เข้าในลักษณะศูนย์การค้าปลีกขนาดเล็กสโตร์คอมมูนิตี้ มอลล์ เพื่อรองรับโอกาสทางธุรกิจในระยะยาว ปัจจุบันมี 1 โครงการซึ่งอยู่ระหว่างการเก็บงานก่อสร้าง มีผู้จองเข้าพื้นที่รวมกว่า 70% และมีผู้เช่าเข้าตกแต่งและเปิดร้านแล้วประมาณ 50% ของพื้นที่เช่ารวมทั้งหมด นอกจากนี้ ในปีที่ผ่านมาบริษัทได้จัดตั้งบริษัทย่อยขึ้น 1 แห่งเพื่อประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว ทั้งนี้ เพื่อเป็นการขยายฐานรายได้ในกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์วัตถุดิบอุตสาหกรรมให้เพิ่มมากขึ้น

1.1 วิสัยทัศน์ เป้าหมายและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

1.1.1 วิสัยทัศน์

“มุ่งมั่นสู่ความเป็นผู้นำในธุรกิจกระจายสินค้าเพื่อตอบสนองความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าอย่างต่อเนื่องด้วยการพัฒนาความเป็นเลิศด้านผลิตภัณฑ์ บริการ ทีมงาน เทคโนโลยี และระบบการทำงาน”

1.1.2 เป้าหมายและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

เป้าหมายการดำเนินธุรกิจที่บริษัทยึดมั่นมาโดยตลอด คือ การมุ่งสู่ความเป็นผู้นำในธุรกิจกระจายสินค้าและการเป็นศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์โลหะที่มีคุณภาพ หลากหลาย และสามารถให้บริการได้อย่างครบวงจร ทั้งนี้ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดและรองรับการเติบโตของภาคอุตสาหกรรมและการก่อสร้างของประเทศ และภายใต้เป้าหมายดังกล่าว บริษัทได้กำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจที่จะนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ ดังนี้

- 1) สรรหาและคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานจากแหล่งผลิตที่น่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับมาจัดจำหน่าย
- 2) บริหารและควบคุมต้นทุนการสั่งซื้อสินค้าและกำไรขั้นต้นของบริษัทให้มีประสิทธิภาพ ไม่ให้ผันผวนไปตามการเคลื่อนไหวของราคาสินค้าในตลาดโลก

- 3) รักษาฐานลูกค้าที่มีอยู่เดิม รวมทั้งขยายส่วนแบ่งทางการตลาดให้เพิ่มมากขึ้น
- 4) จัดส่งสินค้าตรงตามเวลา รวดเร็ว และแน่นอน
- 5) รักษาสัมพันธภาพที่ดีที่มีต่อลูกค้าและผู้ผลิต
- 6) พัฒนาศักยภาพในด้านทรัพยากรมนุษย์และโครงสร้างการบริหารจัดการของบริษัทเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนากิจการที่สำคัญ

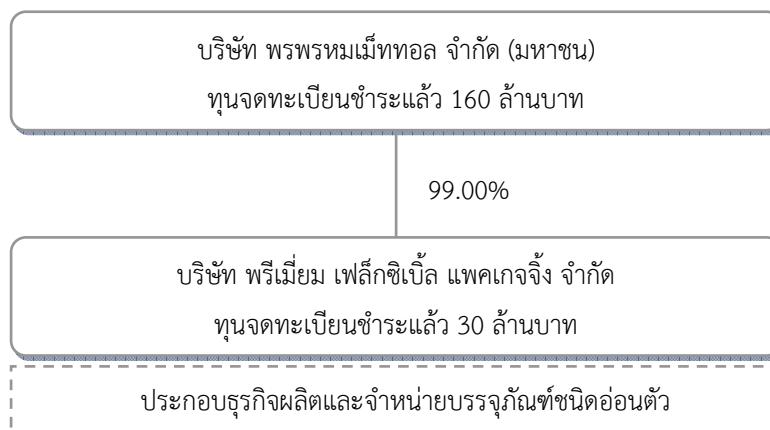
ในปี 2554-2556 บริษัทมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนากิจการที่สำคัญ สรุปได้ดังนี้

- | | |
|---------|--|
| ปี 2554 | - นำเข้าอะลูมิเนียมเกรดพิเศษสำหรับทำวัสดุผนังหลังคาเข้ามาจำหน่ายภายใต้เครื่องหมายการค้า “K-Roof” (Aluminium Sheet K-Roof) ทั้งนี้ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยคุณสมบัติพิเศษ “เย็น เบา ทนทาน ด้านสนิม” |
| ปี 2555 | - เดือนธันวาคม 2555 คณะกรรมการบริษัทมีมติให้ลงทุนก่อสร้างโครงการ “เดอะ ศาลายา มอลล์” มูลค่าโครงการรวมกว่า 185 ล้านบาท เพื่อขยายการลงทุนสู่ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อให้เข้าประเภทศูนย์การค้าปลีกขนาดเล็กสไตล์คอมมูนิตี้ มอลล์ |
| ปี 2556 | - เดือนเมษายน 2556 บริษัทได้ลงทุนจัดตั้ง “บริษัท พรีเมียม เฟล็กซิเบิ้ล แพคเกจจิ้ง จำกัด” ขึ้นเพื่อประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว (Flexible Packaging) บริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 99.0 |

ทั้งนี้ ตลอดระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมาไม่ปรากฏรายการเปลี่ยนแปลงผู้ถือหุ้นรายใหญ่ การจัดการ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการถือหุ้น หรือมีเหตุการณ์สำคัญอื่นที่ส่งผลกระทบต่อภาระการดำเนินงานธุรกิจหรือการตัดสินใจของผู้ลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทถือหุ้นในบริษัท พรีเมียม เฟล็กซิเบิ้ล แพคเกจจิ้ง จำกัด (“บริษัทย่อย”) ในสัดส่วนร้อยละ 99.0 โดยบริษัทเป็นผู้อำนาจควบคุมการบริหารงานของบริษัทย่อยทั้งหมด





1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

- ไม่มี -

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัท

	ดำเนินการ โดย	ร้อยละ การถือหุ้น ของบริษัท	ปี 2554		ปี 2555		ปี 2556	
			ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
กลุ่มผลิตภัณฑ์ วัตถุดิบอุตสาหกรรม	PPM	-	940.96	64.85	964.19	65.38	1,089.47	68.91
กลุ่มผลิตภัณฑ์วัสดุก่อสร้าง	PPM	-	493.98	34.05	487.80	33.08	476.19	30.12
รายได้อื่น ¹⁾			15.96	1.10	22.73	1.54	15.40	0.97
รวม			1,450.90	100.00	1,474.72	100.00	1,581.06	100.00

หมายเหตุ : 1) รายได้อื่น ได้แก่ ดอกเบี้ยรับ, เงินชดเชยจากเงินประกันภัย เป็นต้น

จากตารางดังกล่าวข้างต้น กลุ่มบริษัทมีรายได้จากการประกอบธุรกิจหลัก ประกอบด้วย กลุ่มธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัตถุดิบอุตสาหกรรม กลุ่มธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัสดุก่อสร้าง และกลุ่มธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อให้เช่า โดยในปี 2556 บริษัทมีรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์วัตถุดิบอุตสาหกรรม ร้อยละ 68.91 และรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์วัสดุก่อสร้าง ร้อยละ 30.12 ทั้งนี้ กลุ่มธุรกิจผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว ซึ่งดำเนินการโดยบริษัทย่อย บริษัทได้จัดรวมอยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์วัตถุดิบอุตสาหกรรม และในปี 2556 กลุ่มบริษัทไม่มีกิจกรรมที่เป็นสาระสำคัญในส่วนของงานธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อให้เช่า (อ้างอิงหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อที่ 21 ข้อมูลทางการเงินจำแนกตามส่วนงาน)

2.1 กลุ่มธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัตถุดิบอุตสาหกรรม

2.1.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์

ก. ทองแดงและทองเหลืองชนิดแผ่นและม้วน ท่อทองเหลือง และอุปกรณ์

บริษัทจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทองแดงและทองเหลืองชนิดแผ่นและม้วนที่มีขนาดและคุณสมบัติแตกต่างกัน ได้แก่ ความแข็ง ความทนทาน ความเหนียว ความยืดหยุ่น เป็นต้น ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจะถูกนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ อุปกรณ์ไฟฟ้า ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ การผลิตกุญแจ บานพับ กระดุมโลหะ และป้ายต่างๆ โดยผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจัดจำหน่ายส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่สามารถผลิตได้ในประเทศหรือผลิตได้แต่มีคุณภาพไม่ตรงตามมาตรฐานที่ลูกค้ากำหนด

ผลิตภัณฑ์ทองแดงและทองเหลืองที่บริษัทจัดจำหน่าย ได้แก่ ทองแดงตามมาตรฐานของ Copper Development Association (CDA) C1100 และ C1220 รวมทั้งทองเหลืองมาตรฐาน C2600 ที่มีส่วนผสมระหว่างทองแดงและสังกะสี 70:30 และมาตรฐาน C2801 ที่มีส่วนผสมระหว่างทองแดงและสังกะสี 60:40 นอกจากนี้ บริษัทยังจำหน่ายอุปกรณ์อื่นๆ ได้แก่ ท่อทองเหลืองและข้อต่อต่างๆ ซึ่งนำไปใช้ในกระบวนการระบายความร้อนในอุตสาหกรรม (หม้ออบไอน้ำ) เครื่องสุขภัณฑ์ เครื่องฉีดยาฆ่าแมลง และอุตสาหกรรมยานยนต์ เป็นต้น นอกเหนือจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์แล้ว ปัจจุบันบริษัทยังให้บริการเสริมในการตัดขอยโลหะ โดยส่วนหนึ่งได้รับความร่วมมือจากผู้ผลิตในการให้บริการ ทั้งนี้ บริการดังกล่าวถือเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าของบริษัทได้เป็นอย่างมาก

ข. ลวดเหล็กและลวดสแตนเลส (Steel Wire and Stainless Steel)

บริษัทนำเข้าผลิตภัณฑ์ลวดเหล็กและลวดสแตนเลสคุณภาพสูงจากผู้ผลิตที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับตามมาตรฐานสากลจากประเทศเกาหลี โดยผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจัดจำหน่ายจะมีค่าความแข็งแรงและพื้นผิวที่หลากหลาย ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางตั้งแต่ 0.2-4.0 มิลลิเมตร ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจะถูกนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตสปริงเพื่อนำไปใช้เป็นชิ้นส่วนในการผลิตสินค้าประเภทต่างๆ เช่น รถยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องเสียง อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องใช้สำนักงาน อุปกรณ์ตกแต่งภายใน และเครื่องใช้ในครัวเรือน เป็นต้น

ค. อะลูมิเนียมชนิดแผ่นและม้วน (Aluminium)

บริษัทจัดจำหน่ายอะลูมิเนียมชนิดแผ่นและม้วนหลากหลายประเภทซึ่งมีคุณสมบัติด้านโลหะและความแข็งแรงที่แตกต่างกัน ประกอบด้วย Series 1000, Series 3000, Series 5000 และ Series 8000 โดยบริษัทเป็นผู้นำเข้าหลักจากผู้ผลิตที่มีคุณภาพจากประเทศจีน ทั้งนี้ อะลูมิเนียมชนิดแผ่นและม้วนที่บริษัทจัดจำหน่ายจะถูกนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในภาคอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์และอุปกรณ์ไฟฟ้า อุตสาหกรรมยานยนต์ และงานบรรจุภัณฑ์ เช่น ฟอยล์บรรจุอาหาร เป็นต้น

ง. อะลูมิเนียมซีทสำหรับทำหลังคา

บริษัทนำเข้าอะลูมิเนียมซีทเกรดพิเศษขนาดมาตรฐานตั้งแต่ 0.25, 0.33, 0.48, 0.80 mm. ID: 500 mm. Width : 915-1525 mm. โดยบริษัทจัดจำหน่ายแผ่นอะลูมิเนียมดังกล่าวภายใต้เครื่องหมายการค้า “K-Roof” ด้วยคุณสมบัติที่โดดเด่นทั้งในด้านความแข็งแรง ทนทานต่อการกัดกร่อนสูง ระบายความร้อนได้ดี อายุการใช้งานยาวนานถึง 30 ปี โดยเฉพาะการลดความร้อนได้หลังคาทำให้ประหยัดพลังงานไฟฟ้าสำหรับเครื่องปรับอากาศได้มากกว่าหลังคาเหล็กถึง 50% และมีน้ำหนักเบา กว่าเหล็กถึง 3 เท่า จึงสะดวกและประหยัดค่าใช้จ่ายด้านโครงสร้าง การขนส่งและการติดตั้ง นอกจากนี้อะลูมิเนียมซีท K-Roof จะไม่เป็นสนิมแล้ว ยังไม่มีสารเคลือบผิวที่เป็นอันตรายกับมนุษย์และสิ่งแวดล้อม และสามารถนำกลับมารีไซเคิลได้ถึง 100% ซึ่งเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอีกทางหนึ่งด้วย เหมาะสำหรับการรีดลอนหลังคาและผนัง โดยใช้กับเครื่องรีดลอนหลังคาเพื่อรีดแผ่นอะลูมิเนียมแล้วนำมาปูหลังคาโรงงาน คลังสินค้า อาคาร ที่พักอาศัยทั่วไป ใช้มุงหลังคาที่มีระยะแปไม่เกิน 150 ซม. ที่ความหนาของแผ่นอะลูมิเนียม 0.4-0.5 มม.

จ. บรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว (Flexible Packaging)

บริษัทย่อยผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัวที่ใช้สำหรับบรรจุสินค้าอุปโภคและบริโภคในรูปแบบที่หลากหลายขึ้นอยู่กับการต้องการหรือสายการผลิตของลูกค้า บรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัวส่วนใหญ่จะมีส่วนประกอบของแผ่นพลาสติก ได้แก่ โอปี.พี (OPP) ไนลอน (Nylon) พี.อี.ที (PET) พี.อี (PE) และอะลูมิเนียมฟอยล์ (ALUMINIUM FOIL) หรือกระดาษชนิดพิเศษ ซึ่งส่วนใหญ่จะผ่านขั้นตอนการพิมพ์ตามรูปแบบ (Artwork) ของลูกค้า อาจจะมีการนำไปเคลือบพลาสติกกาว หรือฉาด้วยโลหะ (Metallized) อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างรวมกันตามความเหมาะสมของประเภทสินค้าที่บรรจุภายในบรรจุภัณฑ์เพื่อทำหน้าที่ป้องกันและรักษาให้สินค้าคงสภาพที่ดีได้ยาวนาน หลังจากนั้น จะถูกนำไปตัดเป็นม้วนเพื่อส่งจำหน่ายให้ลูกค้าหรือทำเป็นซองชนิดต่างๆ ตามคำสั่งซื้อของลูกค้า เช่น ซองชนิดฉีกด้านเดียว สองหรือสามด้าน หรือชนิด

ของตั้ง ซึ่งมีขนาดต่างๆ ตามที่ลูกค้ากำหนด ซึ่งกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทย่อย ได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมยา เครื่องสำอาง เป็นต้น

2.2 ธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัสดุเพื่อใช้ในงานก่อสร้าง

2.2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์

ก. ท่อทองแดงและอุปกรณ์ (Copper Tube and Fitting)

ผลิตภัณฑ์ท่อทองแดงภายใต้เครื่องหมายการค้า “KEMBLA” เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง เป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้ออกแบบและนิยมใช้มากที่สุดในงานระบบ บริษัทเป็นผู้นำเข้าจากประเทศออสเตรเลียและเป็นผู้จัดจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย ท่อทองแดงไร้ตะเข็บมาตรฐานตาม ASTM B88 B280 และ B819 เหมาะสำหรับนำไปใช้ในงานระบบที่ต้องการอายุการใช้งานยาวนาน เช่น งานระบบประปา งานระบบเครื่องปรับอากาศ งานระบบท่อส่งก๊าซอุตสาหกรรม และงานระบบท่อส่งก๊าซทางการแพทย์ ซึ่งต้องการความสะอาดเป็นพิเศษ โดยลักษณะของผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

- ท่อทองแดงชนิดเส้นตรงที่มีเส้นผ่าศูนย์กลางตั้งแต่ 3/8 - 10 นิ้ว
- ท่อม้วนเป็นท่อทองแดงไร้ตะเข็บ (Pancake Coil & Level Wound Coil) เส้นผ่าศูนย์กลางตั้งแต่ 1/4-3/4 นิ้ว เหมาะสำหรับนำไปใช้ในงานระบบเครื่องปรับอากาศ ซึ่งภายในประเทศมีความต้องการสูงมาก ปัจจุบันบริษัทนำเข้าและเป็นผู้แทนจำหน่ายหลักผลิตภัณฑ์ท่อม้วนภายใต้เครื่องหมายการค้า “Best Tube” ผลิตโดย Golden Dragon Precise Copper Tube Group Inc. จากประเทศจีน มีโรงงานผลิตตั้งอยู่ที่ประเทศแม็กซิโกและสหรัฐอเมริกา รวมทั้งในประเทศจีนที่มีฐานกำลังการผลิตติดอันดับหนึ่งของโลก

ข. ฉนวนยางป้องกันความร้อนและอุปกรณ์ (Insulation and Accessories)

ผลิตภัณฑ์ฉนวนยางป้องกันความร้อนภายใต้เครื่องหมายการค้า “K-Flex” เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง เป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้ออกแบบ และเป็นอีกหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ทั่วโลกนิยมใช้มากที่สุดในงานระบบ บริษัทเป็นผู้แทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย โดยได้รับการแต่งตั้งจากบริษัทแม่ของ K-Flex คือ IK INSULATION GROUP CO., LTD. ประเทศอิตาลี

ผลิตภัณฑ์ K-Flex มีฐานและสายการผลิตกระจายอยู่มากถึง 56 ประเทศทั่วโลก บริษัทนำเข้าผลิตภัณฑ์ฉนวนยางป้องกันความร้อนชนิดแผ่นและม้วน รวมทั้งแบบท่อมาจากโรงงานผลิตในประเทศมาเลเซีย โดยฉนวนยางป้องกันความร้อนที่บริษัทจัดจำหน่ายนั้นจะมีคุณสมบัติยืดหยุ่นสูง น้ำหนักเบา มีค่าสัมประสิทธิ์การนำความร้อนต่ำทำให้มีประสิทธิภาพสูงในการควบคุมการกักตัวของหยดน้ำ ป้องกันการสูญเสียความร้อนและความเย็น รวมทั้งมีค่าความต้านทานความชื้นสูงสามารถป้องกันการสูญเสียพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ คงที่ และยาวนาน

ค. ลวดเชื่อมเหล็กและลวดเชื่อมสเตนเลส (Welding Consumables)

บริษัทได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตที่มีศักยภาพสูงในประเทศมาเลเซียและจากสำนักงานใหญ่ในประเทศเกาหลีใต้ให้เป็นผู้แทนจำหน่ายหลักผลิตภัณฑ์ลวดเชื่อม Kiswel เพื่อรองรับอุตสาหกรรมในประเทศไทย ด้วยการพัฒนาอุตสาหกรรมเชื่อมมาอย่างต่อเนื่องกว่า 40 ปีส่งผลให้ Kiswel เป็นที่รู้จักน่าเชื่อถือและมียอดขายมากกว่า 120 ประเทศทั่วโลก ปัจจุบัน Kiswel มีฐานการผลิตอยู่ที่ประเทศมาเลเซียและจีน เนื่องจากบริษัทมียอดขายและฐานลูกค้าอุตสาหกรรมลวดเชื่อมที่เติบโต

ขึ้น ประกอบกับอุตสาหกรรมการเชื่อมมีเทคโนโลยีและการใช้ลวดเชื่อมที่หลากหลาย เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน บริษัทจึงมีผลิตภัณฑ์ลวดเชื่อมสำหรับทุกกระบวนการเชื่อม เช่น Covered Arc Welding Electrodes, GAS Metal Arc Welding Wires, Flux Cored Arc Welding Wires, TIG Welding Consumables, MIG Welding Consumables นอกจากนี้ บริษัทยังเสนอทางเลือกโดยการจำหน่ายสินค้าลวดเชื่อมซึ่งมีคุณภาพ ได้มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปในอุตสาหกรรมการเชื่อมภายใต้เครื่องหมายการค้า “K-Weld”

ทั้งนี้ กลุ่มธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัตถุดิบอุตสาหกรรมและกลุ่มธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัสดุก่อสร้างมีลักษณะทางการตลาดและการแข่งขัน รวมทั้งการจัดหาผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะใกล้เคียงกันตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.2.1 การตลาด

1) นโยบายการตลาด

ในการประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โลหะเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบอุตสาหกรรมและวัสดุในงานก่อสร้างนั้น บริษัทได้ให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ ดังนี้

ก. การเป็นศูนย์รวมจำหน่ายผลิตภัณฑ์โลหะที่มีคุณภาพและหลากหลาย

กลุ่มลูกค้าของบริษัทส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการอุตสาหกรรมประเภทต่างๆ เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ อุตสาหกรรมไฟฟ้าและชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ และอุตสาหกรรมผลิตอื่นๆ ทำให้ความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์โลหะของลูกค้าในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมมีความแตกต่างกันทั้งในแง่ของชนิดและคุณสมบัติ เช่น ความบริสุทธิ์ ความแข็ง ความเหนียว เป็นต้น ส่งผลให้ปัจจุบันบริษัทมีผลิตภัณฑ์ทองแดงและทองเหลืองสำหรับจัดจำหน่ายมากกว่า 3,000 รายการ โดยบริษัทจะติดตามภาวะการเปลี่ยนแปลงทางการตลาด เทคโนโลยีการผลิตของผู้ผลิต และความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นข้อมูลในการสรรหาและคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานจากแหล่งผลิตที่น่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับมาไว้จัดจำหน่าย ทั้งนี้ เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า โดยการดำเนินการดังกล่าวมุ่งหวังที่จะสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทให้เป็นศูนย์รวมจำหน่ายผลิตภัณฑ์โลหะที่จะมีสินค้าไว้พร้อมให้บริการแก่ลูกค้าเสมอ

ข. การกำหนดราคาสินค้า

บริษัทมีนโยบายกำหนดราคาสินค้าจากต้นทุนและบวกด้วยอัตรากำไรขั้นต้นที่เหมาะสม โดยจะคำนึงถึงปริมาณการสั่งซื้อและการแข่งขันของอุตสาหกรรมในแต่ละผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจำหน่ายเป็นหลัก ทั้งนี้ เนื่องจากราคาสินค้าส่วนใหญ่ ได้แก่ ทองแดง อะลูมิเนียม จะมีความผันผวนไปตามราคาสินค้าในตลาดโลก ดังนั้น บริษัทจะติดตามการเคลื่อนไหวของราคาสินค้าแต่ละชนิดอย่างใกล้ชิดและทำการส่งจอร์ราคาสินค้าจากผู้ผลิตสินค้าแต่ละรายให้สอดคล้องกับปริมาณความต้องการของลูกค้า ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ซึ่งการกำหนดราคาโดยวิธีการดังกล่าวจะช่วยให้บริษัทสามารถบริหารและควบคุมต้นทุนการสั่งซื้อสินค้า รวมทั้งกำไรขั้นต้นของบริษัทไม่ผันผวนไปตามการเคลื่อนไหวของราคาสินค้าในตลาดโลก

ค. ช่องทางการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าในปัจจุบันของบริษัทจะดำเนินการผ่านพนักงานขายของบริษัทที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และมีความประสบการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี ซึ่งแบ่งทีมงานขายออกเป็น 2 ทีม คือ ทีมงานฝ่ายขายสินค้าอุตสาหกรรมและทีมงานฝ่ายขายวัสดุก่อสร้าง นอกจากนี้ บริษัทยังมีนโยบายที่จะขยายฐานและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้เพิ่มมากขึ้นโดยการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าต่างๆ เป็นประจำทุกปี รวมทั้งการใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์

ง. การส่งเสริมการขาย

นอกเหนือจากการขายสินค้าผ่านพนักงานขายของบริษัทแล้ว บริษัทยังส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ เพื่อสนับสนุนการขายให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ ในขณะเดียวกัน เพื่อเป็นการสมนาคุณให้แก่ลูกค้าที่ให้การสนับสนุนสั่งซื้อสินค้าจากบริษัทอย่างต่อเนื่อง ผู้บริหารและทีมงานการตลาดของบริษัทจะเป็นผู้กำหนดรายการส่งเสริมการขายรายการต่างๆ ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสถานะการแข่งขันในตลาดและความต้องการของลูกค้าในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เช่น การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ การให้ของสมนาคุณต่างๆ เป็นต้น

จ. การจัดส่งสินค้าที่รวดเร็วและแน่นอน

เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทเป็นผู้ผลิตสินค้าอุตสาหกรรมที่ต้องการความเที่ยงตรงในการจัดส่งวัตถุดิบเพื่อนำไปใช้ในการผลิต ซึ่งหากเกิดความล่าช้าจะส่งผลกระทบต่อแผนการผลิตที่ลูกค้ากำหนดไว้ นอกจากนี้ กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ผลิตส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะสำรองสินค้าน้อยลงเพื่อควบคุมค่าใช้จ่าย โดยจะหันมาใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายที่สามารถจัดส่งวัตถุดิบให้ได้ตามเวลาที่ต้องการ ดังนั้น บริษัทจึงได้กำหนดนโยบายสำรองสินค้าให้แก่ลูกค้าประมาณร้อยละ 10 จากยอดประมาณการสั่งซื้อรวมที่ลูกค้าแจ้งไว้กับบริษัท ทั้งนี้ เพื่อให้บริษัทมีสินค้าสำรองไว้จำนวนหนึ่งเพื่อเตรียมจำหน่ายและจัดส่งให้แก่ลูกค้าที่มีความจำเป็นต้องใช้วัตถุดิบในกรณีฉุกเฉิน นอกจากนี้ เพื่อให้การบริการจัดส่งสินค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว และตรงต่อเวลา บริษัทได้จัดเตรียมรถบรรทุกเพื่อขนส่งสินค้าจำนวนเกือบ 20 คันไว้คอยบริการครอบคลุมพื้นที่จัดส่งทั้งในกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล รวมทั้งจังหวัดชลบุรีและระยองด้วย

ฉ. การให้บริการหลังการขาย

นอกเหนือจากการให้บริการจัดส่งสินค้าที่รวดเร็วและแน่นอนแล้ว บริษัทยังมีการให้บริการหลังการขายอื่นๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าอีก เช่น การเปลี่ยนสินค้าใหม่ให้แก่ลูกค้าทันทีเมื่อพบว่าปัญหาในกระบวนการผลิตเกิดขึ้นจากสินค้าที่สั่งซื้อไป การให้บริการทดลองใช้สินค้าตัวอย่างก่อนการสั่งซื้อจริง การประสานความร่วมมือระหว่างลูกค้าและผู้ผลิตสินค้าในการวิเคราะห์ส่วนประกอบของโลหะเพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาผลิตสินค้าให้ได้ตรงตามความต้องการของลูกค้ามากที่สุด การให้บริการประกอบและติดตั้งระบบท่อส่งลมสำหรับลูกค้าที่สั่งซื้อฉนวนยางป้องกันความร้อน

ช. การรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ผลิตสินค้าและลูกค้า

จากการดำเนินธุรกิจร่วมกันระหว่างบริษัทและผู้ผลิตสินค้าแต่ละรายที่มีมาอย่างยาวนาน ทำให้สัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้บริหารของบริษัทและผู้ผลิตเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้บริษัทมีความได้เปรียบในเชิงการค้ามากกว่าคู่แข่งอื่น โดยบริษัทจะได้รับความร่วมมือจากผู้ผลิตสินค้าเป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นการวางแผนการผลิตสินค้าของผู้ผลิตเพื่อลดระยะเวลาใน

การสั่งซื้อสินค้า (Lead Time) ให้แก่บริษัทหรือการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีคุณสมบัติเหมาะสมตรงตามที่ลูกค้าต้องการ เป็นต้น

นอกจากการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ผลิตสินค้าแล้ว บริษัทยังได้เสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องเช่นกัน โดยบริษัทคำนึงถึงความสำคัญของการให้บริการสินค้าที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้า บริการจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าตรงตามเวลาที่กำหนด รวมทั้งบริษัทยังมีบริการหลังการขายไว้คอยให้บริการแก่ลูกค้า โดยบริษัทจะทำหน้าที่ติดต่อประสานงานระหว่างผู้ผลิตและลูกค้าในการเปลี่ยนสินค้าหรือแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการนำสินค้าที่สั่งซื้อจากบริษัทไปใช้ในกระบวนการผลิตของลูกค้า จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ทำให้บริษัทได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าในการสั่งซื้อสินค้าจากบริษัทตลอดมา

2) ลักษณะลูกค้า/กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ปัจจุบันบริษัทสามารถแบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็น 3 กลุ่มหลักๆ ดังนี้

ก. ลูกค้ากลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม

ลูกค้ากลุ่มนี้เป็นผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมประเภทต่างๆ ที่นำผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจัดจำหน่ายไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิต เช่น อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมผลิตอุปกรณ์ไฟฟ้า อุตสาหกรรมผลิตสปริง และอุตสาหกรรมผลิตเครื่องใช้ในครัวเรือน เป็นต้น ลูกค้ากลุ่มนี้เป็นลูกค้าที่สร้างรายได้หลักให้แก่บริษัทมาโดยตลอด

สำหรับปี 2555-2556 บริษัทมีสัดส่วนลูกค้าประเภทโรงงานอุตสาหกรรมประมาณร้อยละ 67.87 และ 68.41 ตามลำดับ

ข. ลูกค้ากลุ่มโครงการก่อสร้าง

ลูกค้ากลุ่มโครงการก่อสร้างส่วนใหญ่ของบริษัท ได้แก่ ผู้รับเหมางานระบบ โดยจะนำผลิตภัณฑ์ของบริษัท ได้แก่ ท่อทองแดงและอุปกรณ์ ฉนวนยางป้องกันความร้อน เป็นต้น ไปใช้ในงานระบบของโครงการก่อสร้างต่างๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงงานอุตสาหกรรม อาคารสำนักงาน คอนโดมิเนียม โรงแรม โรงพยาบาล เป็นต้น

สำหรับปี 2555-2556 บริษัทมีสัดส่วนลูกค้าประเภทโครงการก่อสร้างประมาณร้อยละ 20.27 และ 19.45 ตามลำดับ

ค. ลูกค้ากลุ่มผู้จัดจำหน่ายสินค้า (Dealers)

ลูกค้ากลุ่มนี้ ได้แก่ ผู้จัดจำหน่ายหรือตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์โลหะชนิดต่างๆ รวมทั้งท่อทองแดงและฉนวนยางป้องกันความร้อนจากบริษัทเพื่อนำไปจำหน่ายต่อให้แก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอื่นๆ และลูกค้าปลีกทั่วไป

สำหรับปี 2555-2556 บริษัทมีสัดส่วนลูกค้าประเภทผู้จัดจำหน่ายสินค้าประมาณร้อยละ 11.86 และ 12.14 ตามลำดับ

ตารางแสดงประเภทธุรกิจของลูกค้าสำหรับแต่ละผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์	ประเภทธุรกิจของลูกค้า		
	ผู้ผลิตสินค้าอุตสาหกรรม	ผู้รับเหมา	ผู้จัดจำหน่ายสินค้า
ทองแดงและทองเหลืองชนิดแผ่นและม้วน	✓		✓
ลวดเหล็กและลวดสเตนเลส	✓		
อะลูมิเนียมชนิดแผ่นและม้วน	✓	✓	✓
อะลูมิเนียมซีทสำหรับทำวัสดุบุหลังคา		✓	✓
ท่อทองแดงและอุปกรณ์		✓	✓
ฉนวนยางป้องกันความร้อนและอุปกรณ์		✓	✓
ลวดเชื่อมเหล็กและลวดเชื่อมสเตนเลส	✓	✓	✓
เครื่องเชื่อมไฟฟ้า			✓

ตารางแสดงสัดส่วนการจำหน่ายสินค้าในประเทศและต่างประเทศ

	ปี 2554		ปี 2555		ปี 2556	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ยอดขายสินค้าในประเทศ	1,430.51	99.69	1,451.97	100.00	1,564.71	99.94
ยอดขายสินค้าในต่างประเทศ	4.43	0.31	0.02	0.00	0.95	0.06
รวมทั้งสิ้น	1,434.94	100.00	1,451.99	100.00	1,565.66	100.00

จากตารางแสดงสัดส่วนการจำหน่ายสินค้าของบริษัทในประเทศและต่างประเทศ พบว่าบริษัทไม่มีคำสั่งซื้อจากลูกค้ารายใดที่สั่งซื้อสินค้ามากกว่าร้อยละ 30 ของรายได้จากการขายรวมทั้งหมดของบริษัท โดยในปี 2555 ลูกค้าที่มียอดสั่งซื้อสูงสุดคิดเป็นร้อยละ 4.10 ของรายได้จากการขายรวม ในขณะที่ลูกค้ารายใหญ่ 10 รายแรกของบริษัทมียอดสั่งซื้อรวมกันคิดเป็นร้อยละ 30.69 สำหรับปี 2556 ลูกค้าที่ยอดสั่งซื้อสูงสุดและลูกค้ารายใหญ่ 10 รายแรกของบริษัทมียอดสั่งซื้อรวมกันคิดเป็นร้อยละ 4.11 และร้อยละ 31.70 ตามลำดับ

3) การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

เนื่องจากนโยบายหลักในการดำเนินธุรกิจของบริษัท คือ การรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ผลิตสินค้าและลูกค้า รวมทั้งการเน้นการให้บริการที่มีประสิทธิภาพแก่ลูกค้า ดังนั้น ช่องทางการจัดจำหน่ายหลักของบริษัท คือ การจัดจำหน่ายสินค้าผ่านเจ้าหน้าที่การตลาดของบริษัท โดยปัจจุบันบริษัทมีการแบ่งทีมงานการตลาดตามประเภทของลูกค้าเพื่อดูแลลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ฝ่ายหลักๆ ดังนี้

- ฝ่ายการตลาดสินค้าอุตสาหกรรม ทำหน้าที่รับผิดชอบในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัสดุอุตสาหกรรมให้แก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมต่างๆ ทั้งนี้ สินค้าที่อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบ ประกอบด้วย ทองแดงและทองเหลือง ลวดเหล็ก ลวดสแตนเลส และอะลูมิเนียม
- ฝ่ายการตลาดสินค้าวัสดุก่อสร้าง ทำหน้าที่รับผิดชอบในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัสดุเพื่อใช้ในการก่อสร้างให้แก่ผู้รับเหมางานระบบต่างๆ ทั้งนี้ สินค้าที่อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบ ประกอบด้วย ท่อทองแดงและอุปกรณ์ฉนวนยางป้องกันความร้อนและอุปกรณ์อื่นๆ ลวดเชื่อมเหล็กและลวดเชื่อมสแตนเลส

ทั้งนี้ สาเหตุที่ต้องมีการแบ่งทีมงานการตลาดออกเป็น 2 ฝ่ายดังกล่าวข้างต้น เพื่อบอกหมายให้เจ้าหน้าที่การตลาดแต่ละคนดูแลลูกค้าเฉพาะกลุ่มได้อย่างทั่วถึง ทำให้ทราบความต้องการของลูกค้าและความเคลื่อนไหวของตลาดได้เป็นอย่างดี ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ เนื่องจากลักษณะของผลิตภัณฑ์รวมทั้งความต้องการของลูกค้าทั้ง 2 กลุ่มมีลักษณะที่แตกต่างกันอย่างมาก

นอกเหนือจากการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านเจ้าหน้าที่การตลาดของบริษัทโดยตรงแล้ว บริษัทยังมีนโยบายที่จะขยายตลาดของบริษัทให้ครอบคลุมฐานลูกค้าได้กว้างขึ้น บริษัทจึงมีนโยบายในการเข้าร่วมแสดงสินค้าต่างๆ ที่จัดขึ้นโดยหน่วยงานต่างๆ เป็นประจำทุกปี เช่น งาน Metalex, งาน Worldtech และงาน RHVAC เป็นต้น การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าดังกล่าวนอกจากจะเป็นการเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้นแล้วยังช่วยให้บริษัทได้พบปะกับผู้ผลิตสินค้าและผู้จัดจำหน่ายสินค้าจำนวนมาก ทำให้สามารถแลกเปลี่ยนข่าวสารและติดตามความเคลื่อนไหวของตลาดผลิตภัณฑ์โลหะ รวมทั้งแนวโน้มการพัฒนาของผลิตภัณฑ์โลหะได้อย่างใกล้ชิดและทันกับสถานการณ์มากยิ่งขึ้นด้วย

2.2.2.2 ภาวะการตลาดและการแข่งขัน

1) ภาวะการตลาดอุตสาหกรรมโลหะ

ลักษณะการประกอบการกิจการของโรงงานอุตสาหกรรมทองแดงในประเทศไทยเกือบทั้งหมดจะต้องนำเข้าผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศเข้ามาเพื่อทำการแปรรูปต่อไป โดยส่วนใหญ่จะนำเข้ามาจากประเทศญี่ปุ่น ไต้หวัน อินโดนีเซีย และออสเตรเลีย เป็นหลัก ส่วนผลิตภัณฑ์อะลูมิเนียมในประเทศไทยจะมีการผลิตตั้งแต่การหลอมอะลูมิเนียมจากเศษโลหะและมีการนำเข้าทั้งผลิตภัณฑ์อะลูมิเนียมเพื่อการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อะลูมิเนียมเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมต่างๆ โดยจากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นทำให้ประเทศไทยต้องนำเข้าผลิตภัณฑ์โลหะชนิดต่างๆ จากต่างประเทศเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมต่อไป

ตารางแสดงปริมาณการนำเข้าผลิตภัณฑ์โลหะระหว่างปี 2553-2556

	ปี 2553	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556
ทองแดง				
- ทองแดงไม่ขึ้นรูป	250,350	214,356	246,059	253,482
- ทองแดงแผ่น	42,433	33,168	38,566	35,223
- ท่อทองแดงและอุปกรณ์	22,836	23,233	29,945	31,977
- ผลิตภัณฑ์ทองแดงอื่น	83,928	79,422	113,124	123,241
รวม	399,547	350,179	427,695	443,925
อะลูมิเนียม				
- อะลูมิเนียมไม่ขึ้นรูป	488,766	426,365	521,665	558,136
- อะลูมิเนียมแผ่น	130,068	138,699	165,457	183,835
- ผลิตภัณฑ์อะลูมิเนียมอื่น	124,435	115,619	152,615	172,158
รวม	743,269	680,683	839,739	914,130

ที่มา : การค้าไทย

จากตารางแสดงปริมาณการนำเข้าผลิตภัณฑ์โลหะ พบว่าประเทศไทยมีการนำเข้าผลิตภัณฑ์ทองแดงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2556 นำเข้าผลิตภัณฑ์ทองแดงรวมทั้งสิ้น 443,925 ตัน ซึ่งปริมาณการใช้งานที่เพิ่มขึ้นดังกล่าวเป็นผลมาจากการขยายอัตราการผลิตในอุตสาหกรรมต่างๆ ถึงแม้ว่าในปี 2556 ภาคอุตสาหกรรมการผลิตจะได้รับผลกระทบจากปัจจัยต่างๆ เช่น มาตรการนโยบายการคืนเงินภาษีรถยนต์คันแรกสิ้นสุดลง การปรับเพิ่มอัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำวันละ 300 บาท รวมทั้งปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองที่ส่งผลกระทบมากที่สุดในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนส่งผลให้อัตรากำไรการผลิตภาคอุตสาหกรรมชะลอตัวลดลง

ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ทองแดงชนิดแผ่นที่บริษัทเป็นหนึ่งในผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายนั้น ในปี 2556 ประเทศไทยมีการนำเข้าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวลดลง กล่าวคือ มีการนำเข้าทองแดงแผ่นจำนวน 35,223 ตัน ลดลงจากปี 2555 ที่นำเข้าจำนวน 38,566 ตัน ในขณะที่ปริมาณการนำเข้าท่อทองแดงและอุปกรณ์เพิ่มสูงขึ้น โดยในปี 2556 มีการนำเข้าท่อทองแดงและอุปกรณ์จำนวน 31,977 ตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2555 ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 29,945 ตัน

สำหรับปริมาณการนำเข้าผลิตภัณฑ์อะลูมิเนียมของประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากจำนวน 839,739 ตัน ในปี 2555 เป็น 914,130 ตัน ในปี 2556 ทั้งนี้ การนำเข้าผลิตภัณฑ์อะลูมิเนียมที่เพิ่มขึ้นดังกล่าวยังสอดคล้องกับการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมภายในประเทศ สำหรับแผ่นอะลูมิเนียมที่บริษัทนำเข้ามาจัดจำหน่ายในประเทศนั้นมีส่วนการนำเข้าเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน โดยในปี 2556 ประเทศไทยนำเข้าแผ่นอะลูมิเนียมจำนวนรวมทั้งสิ้น 183,835 ตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2555

2) ภาวะอุตสาหกรรมการผลิตที่เกี่ยวข้อง

บริษัทประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โลหะเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับอุตสาหกรรมประเภทต่างๆ รวมทั้งการจำหน่ายวัสดุเพื่อใช้ในการก่อสร้าง ดังนั้น การเติบโตของธุรกิจของบริษัทจึงขึ้นอยู่กับ การเติบโตของเศรษฐกิจโดยรวม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเติบโตของอุตสาหกรรมที่ถูกค้าของบริษัทดำเนินธุรกิจอยู่ ซึ่งสามารถแบ่งเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ได้ 3 กลุ่ม ประกอบด้วย อุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ และอุตสาหกรรมก่อสร้าง โดยในปี 2556 การผลิตภาคอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ชะลอตัวลดลงจากปีก่อน เนื่องจากผลของอุปสงค์ภายในประเทศที่ผู้บริโภคมีระดับการใช้จ่ายมากขึ้นและอุปสงค์จากต่างประเทศที่ลดลง โดยเฉพาะจากประเทศแถบตะวันออกกลางซึ่งเป็นตลาดส่งออกสำคัญของไทยเนื่องจากประสบปัญหาทางการเมือง ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับภาคอุตสาหกรรมยานยนต์ที่อัตราการผลิตลดลง ถึงแม้ว่าจะมีคำสั่งซื้อจากต่างประเทศที่เพิ่มขึ้นแต่ก็ไม่สามารถชดเชยการลดลงของอัตราการผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศได้ ทั้งนี้ เนื่องมาจากมาตรการคืบเงินภาษีรถยนต์คันแรกสิ้นสุดลงส่งผลให้ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์นั่งลดลง ประกอบกับในช่วงปลายปีผู้ผลิตบางรายมีการปรับปรุงสายการผลิตเพื่อออกรถยนต์รุ่นใหม่ทำให้สามารถผลิตได้น้อยลงด้วย

สำหรับภาพรวมอุตสาหกรรมก่อสร้างในปี 2556 การก่อสร้างภาครัฐและภาคเอกชนหดตัวลดลง ซึ่งสอดคล้องกับการลดลงของพื้นที่รับอนุญาตก่อสร้างและปริมาณการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เหล็ก ทั้งนี้ เป็นผลมาจากมาตรการปรับขึ้นค่าแรงงาน 300 บาทต่อวัน รวมทั้งปัญหาทางการเมืองได้ส่งผลกระทบต่อนโยบายของภาครัฐที่ต้องชะลอตัวออกไป ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่าแนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมก่อสร้างในปี 2557 จะขยายตัวในอัตราที่ชะลอตัวลงจากปี 2556 ซึ่งมีผลมาจากปัจจัยเสี่ยงหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นความไม่แน่นอนทางการเมืองที่มีผลต่อทิศทางเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุน รวมถึงการกำหนดนโยบายการลงทุนและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศที่จะมีผลต่อเนื่องไปยังการเติบโตของภาคอุตสาหกรรมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

2.2.2.3 ภาวะการแข่งขัน/คู่แข่ง

ตลอดระยะเวลา 20 กว่าปีที่ผ่านมายังไม่มีผู้ประกอบการรายใดประกอบธุรกิจในการเป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โลหะและวัสดุเพื่อใช้ในการก่อสร้างที่มีสินค้าหลากหลายและให้บริการอย่างครบวงจรเช่นเดียวกับบริษัท ทำให้ภาวะการแข่งขันและคู่แข่งมีความแตกต่างกันไปในแต่ละผลิตภัณฑ์ โดยบริษัทอาจจำแนกประเภทคู่แข่งหลักในแต่ละผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้

1) ผู้จัดจำหน่ายสินค้าในประเทศ

ผู้จัดจำหน่ายสินค้าในประเทศ ได้แก่ บริษัทในประเทศที่ประกอบธุรกิจคล้ายคลึงกับบริษัทในการนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าประเภทต่างๆ โดยแต่ละบริษัทจะมีการนำเข้าและจำหน่ายสินค้าที่เหมือนกับบริษัทเพียงหนึ่งหรือสองชนิดเท่านั้น รวมทั้งยังไม่มีให้บริการเกี่ยวกับสินค้าคงเหลืออย่างครบวงจรเหมือนอย่างบริษัท

2) ผู้จัดจำหน่ายสินค้าต่างประเทศ

นอกเหนือจากการแข่งขันกับผู้จัดจำหน่ายสินค้าในประเทศแล้ว ผลิตภัณฑ์บางประเภทที่บริษัทจัดจำหน่าย ได้แก่ ลวดเหล็กและลวดสแตนเลส ต้องแข่งขันกับผู้จัดจำหน่ายสินค้าจากต่างประเทศซึ่งเป็นบริษัทตัวแทนจำหน่ายสินค้า (Trading Company) ชำนาญของประเทศญี่ปุ่นที่มีการจัดจำหน่ายสินค้าชนิดเดียวกับบริษัท

3) ผู้ผลิตสินค้าในประเทศ

สำหรับผลิตภัณฑ์บางประเภท เช่น ผลิตภัณฑ์อะลูมิเนียมแผ่น ผนวดยางป้องกันความร้อน และลวดเชื่อมเหล็ก บริษัทต้องแข่งขันกับผู้ผลิตรายใหญ่ในประเทศที่มีอำนาจกำหนดราคาซื้อขายสินค้าในตลาด ได้แก่ บริษัท อะลูมิเนียม ฉี้อจิ้นฮัว จำกัด และบริษัท วโรปกรณ์ จำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตอะลูมิเนียม, บริษัท ตะวันออกโปลีเมอร์อุตสาหกรรม จำกัด ผู้ผลิต ผนวดยางป้องกันความร้อน และบริษัท ไทย - โกะเบ เวลดิ้ง จำกัด ผู้ผลิตลวดเชื่อมเหล็กและลวดเชื่อมสแตนเลส เป็นต้น

นอกเหนือจากคู่แข่งทางตรงในแต่ละผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น บริษัทยังต้องแข่งขันกับคู่แข่งทางอ้อมที่เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้ารายย่อยที่สามารถนำมาใช้ทดแทนสินค้าที่บริษัทนำเข้าได้ เช่น ลวดเหล็กและลวดสแตนเลส ทองแดงและทองเหลือง ท่อทองแดง เป็นต้น อย่างไรก็ตาม สินค้าดังกล่าวเป็นสินค้าที่มีคุณสมบัติและ/หรือมีคุณภาพไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทที่เป็นผู้ผลิตสินค้าอุตสาหกรรมที่เน้นการจัดซื้อวัตถุดิบที่มีคุณภาพสูง นอกจากนี้ สินค้าบางชนิดที่บริษัทเป็นผู้นำเข้าก็เป็นสินค้าที่ไม่สามารถผลิตได้ในประเทศไทยหรือผลิตได้ก็ไม่ตรงตามมาตรฐานและคุณสมบัติตามที่ลูกค้ากำหนด ดังนั้น บริษัทจึงไม่ถือว่าผู้ผลิตและจัดจำหน่ายรายย่อยในประเทศดังกล่าวเป็นคู่แข่งที่อยู่ในระดับเดียวกับบริษัท

ทั้งนี้ รายละเอียดของผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจประเภทเดียวกันและอยู่ในตลาดระดับเดียวกันกับบริษัทสามารถสรุปได้ดังนี้

ผลิตภัณฑ์	จำนวนคู่แข่งชั้น (ราย)	ประเภทธุรกิจของคู่แข่ง		
		ผู้จัดจำหน่ายสินค้าในประเทศ	ผู้จัดจำหน่ายสินค้าต่างประเทศ	ผู้ผลิตสินค้าในประเทศ
ทองแดงและทองเหลืองชนิดแผ่นและม้วน ท่อทองเหลือง และอุปกรณ์	3	✓		
ลวดเหล็กและลวดสแตนเลส	6		✓	
อะลูมิเนียมชนิดแผ่นและม้วน	6	✓	✓	✓
อะลูมิเนียมซีทสำหรับทำวัสดุบุหลังคา	2			
ท่อทองแดงและอุปกรณ์	5	✓		✓
ผนวดยางป้องกันความร้อน	3	✓		✓
ลวดเชื่อมเหล็กและลวดเชื่อมสแตนเลส	3	✓	✓	✓

นอกจากการที่บริษัทไม่มีคู่แข่งโดยตรงที่ประกอบธุรกิจเหมือนกับบริษัทแล้ว อีกปัจจัยหนึ่งที่สนับสนุนความสามารถในการเติบโตและความมั่นคงของบริษัท คือ อุปสรรคของการเข้ามาทำธุรกิจใหม่ (Barriers) ในอุตสาหกรรมที่บริษัทดำเนินธุรกิจอยู่ทั้งในด้านการจัดหาผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตและการขายสินค้าให้กับลูกค้า ทั้งนี้ นอกเหนือจากสถานะทางธุรกิจที่มีความน่าเชื่อถือแล้ว การมีความสัมพันธ์กับผู้ผลิตมาอย่างยาวนานส่งผลให้บริษัทได้รับเงื่อนไขทางการค้าที่ช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับบริษัท โดยบริษัทใช้เวลากว่า 20 ปีในการพัฒนาความสัมพันธ์ดังกล่าวกับผู้ผลิตแต่ละราย และในส่วนของ

ลูกค้าโดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกค้าที่เป็นผู้ผลิตสินค้าอุตสาหกรรม คุณภาพของสินค้าและความตรงต่อเวลาในการจัดส่งสินค้า รวมทั้งความน่าเชื่อถือของผู้จัดจำหน่ายเป็นปัจจัยสำคัญที่ลูกค้าคำนึงถึง การเปลี่ยนผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบหมายถึงการเริ่มต้นทดสอบผลิตภัณฑ์ของผู้จัดจำหน่ายหรือผู้ผลิตแต่ละรายใหม่ รวมทั้งการทดสอบความน่าเชื่อถือของผู้จัดจำหน่าย/ผู้ผลิตในการจัดส่งสินค้าในจำนวนและเวลาที่ต้องการอีกด้วย สิ่งต่างๆ เหล่านี้ล้วนแต่ต้องใช้เวลาในการทดสอบซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิตของลูกค้าได้ นอกจากนี้ ด้วยประสบการณ์ที่ยาวนานในการประกอบธุรกิจยังทำให้บริษัทสามารถให้บริการต่างๆ ได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริหารการเก็บสินค้าสำรองที่มีประสิทธิภาพ

2.2.2.4 ภาวะการแข่งขันสำหรับผลิตภัณฑ์ชนิดต่างๆ ของบริษัท

ก. ทองแดงและทองเหลืองชนิดแผ่นและม้วน

เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทเป็นผู้ผลิตในอุตสาหกรรมที่มีความต้องการสินค้าที่มีคุณภาพและการจัดส่งสินค้าให้ได้ตามเวลาที่ต้องการเป็นปัจจัยหลัก ซึ่งบริษัทได้ใช้เวลาอย่างยาวนานในการทำให้สินค้าที่บริษัทจัดจำหน่ายเป็นที่ยอมรับของลูกค้า โดยนอกเหนือจากการที่บริษัทจัดจำหน่ายสินค้าจากผู้ผลิตที่มีคุณภาพจากบริษัทในกลุ่มของบริษัท Poongsan Corporation จากประเทศเกาหลีแล้ว บริษัทยังสามารถจัดส่งสินค้าที่มีคุณสมบัติตรงตามที่ลูกค้าต้องการได้ รวมทั้งบริษัทยังให้บริการการจัดการสินค้าคงเหลืออีกด้วย ประกอบกับผู้ผลิตทองแดงและทองเหลืองชนิดแผ่นและม้วนในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดเล็กที่ผลิตสินค้ายังไม่ได้มาตรฐานตามที่ลูกค้าของบริษัทต้องการ ดังนั้น การแข่งขันในผลิตภัณฑ์ประเภทนี้จึงไม่รุนแรงมากนัก โดยคู่แข่งส่วนใหญ่จะเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าในประเทศที่นำเข้าสินค้าประเภทดังกล่าวจากผู้ผลิตรายอื่นๆ นอกจากนี้ การที่บริษัทมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ผลิตสินค้าทำให้บริษัทได้รับเงื่อนไขในการผลิตและการจัดส่งสินค้าที่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับบริษัทอีกด้วย เช่น ผู้ผลิตให้บริการตัดซอยทองแดงโดยไม่คิดมูลค่า การให้ลูกค้านำสินค้าไปทดลองผลิตก่อนการสั่งซื้อจริง การให้คำแนะนำและปรับปรุงสินค้าแก่ลูกค้า เป็นต้น

บริษัทใช้ความหลากหลายของสินค้าทั้งในแง่ของความหนา ขนาด ส่วนผสมของโลหะ ความแข็ง ที่ปัจจุบันบริษัทมีสินค้าไว้จำหน่ายมากกว่า 3,000 รายการ การให้บริการเก็บสินค้าคงเหลือสำรอง และการบริการที่มีประสิทธิภาพเป็นกลยุทธ์ในการแข่งขัน ซึ่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทก็ได้พิสูจน์แล้วว่า กลยุทธ์ดังกล่าวทำให้บริษัทสามารถรักษฐานลูกค้าเดิม รวมทั้งขยายฐานลูกค้าใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง

ข. ลวดเหล็กและลวดสเตนเลส

ลวดเหล็กและลวดสเตนเลสเป็นผลิตภัณฑ์ที่ถือว่ามีการแข่งขันน้อยที่สุด เนื่องจากฐานลูกค้ามีปริมาณจำกัด ลักษณะการแข่งขันบริษัทจะแข่งขันกับตัวแทนจำหน่ายสินค้าจากประเทศญี่ปุ่นเท่านั้น โดยยังไม่มีผู้ผลิตในประเทศรายใดที่สามารถผลิตลวดสเตนเลสและลวดเหล็กได้ตรงตามมาตรฐานที่ลูกค้าของบริษัทต้องการ เนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ผลิตสปริงจะเน้นการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพสูง และได้มาตรฐานจากผู้จัดจำหน่ายสินค้าที่สามารถจัดส่งสินค้าตามที่ต้องการได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้น คุณภาพของสินค้าและความสามารถในการให้บริการ รวมถึงการจัดเก็บสินค้าคงเหลือสำรองและการจัดส่งที่ตรงต่อเวลาจึงเป็นปัจจัยหลักที่บริษัทใช้เป็นกลยุทธ์ในการทำให้ลูกค้าหันมาสั่งซื้อสินค้าจากบริษัท โดยตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัทก็ได้รับคำสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้ากลุ่มดังกล่าวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ค. อะลูมิเนียมชนิดแผ่นและม้วน

สำหรับผลิตภัณฑ์นี้ถือได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการแข่งขันมากที่สุดในบรรดาผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่บริษัทจัดจำหน่าย ทั้งนี้ เนื่องจากขนาดของตลาดและปริมาณความต้องการบริโภค ประกอบกับมีจำนวนผู้จัดจำหน่ายทั้งรายใหญ่และรายย่อยจำนวนมาก นอกจากนี้ การที่สินค้าประเภทดังกล่าวไม่ได้เป็นสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะเหมือนผลิตภัณฑ์ทองแดงและทองเหลือง ลูกค้าที่ซื้อสินค้าจากบริษัทมีทั้งประเภทผู้จัดจำหน่ายสินค้า (Dealers) และผู้ผลิตสินค้าต่างๆ (End Users) ซึ่งปัจจัยด้านราคาถือเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในการตัดสินใจ ทำให้การแข่งขันในผลิตภัณฑ์นี้ทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะในช่วงเศรษฐกิจซบเซาซึ่งอุปสงค์น้อยกว่าอุปทานอย่างเห็นได้ชัด

นอกจากบริษัทจะเน้นการให้บริการแก่ลูกค้าที่ดีกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น บริษัทยังมีการเพิ่มผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะเฉพาะซึ่งไม่สามารถผลิตได้ภายในประเทศ อาทิ อะลูมิเนียมพอยล์สำหรับอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น ทำให้บริษัทประสบความสำเร็จกับการขายผลิตภัณฑ์อะลูมิเนียม โดยมียอดขายและผลกำไรเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ง. อะลูมิเนียมซีทสำหรับทำวัสดุผนังหลังคา

บริษัทเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์อะลูมิเนียมซีทสำหรับทำวัสดุผนังหลังคาภายใต้เครื่องหมายการค้า “K-Roof” ปัจจุบันได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นมาก โดยเฉพาะในกลุ่มลูกค้าที่ต้องการวัสดุคงทนต่อสารเคมี ด้านสนิม และการผุกร่อน วัสดุอะลูมิเนียมมีคุณสมบัติช่วยให้อุณหภูมิใต้หลังคามีความเย็นกว่าวัสดุชนิดอื่นประมาณ 3-12 องศา

จ. บรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว

ปัจจุบันบริษัท พรีเมียม เฟล็กซ์อิเบิ้ล แพคเกจจิ้ง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ตั้งอยู่ที่จังหวัดเพชรบุรี และเป็นผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัวให้กับหลากหลายอุตสาหกรรม อาทิ อาหาร เวชภัณฑ์ และเครื่องสำอาง เนื่องจากบริษัทย่อยได้เริ่มดำเนินงานแล้วเมื่อเดือนพฤษภาคม ปี 2556 ได้รับคำสั่งซื้อและการสนับสนุนจากลูกค้าปัจจุบันและลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างดี ธุรกิจจึงมีแนวโน้มการเติบโตที่ดี

ฉ. ท่อทองแดงและอุปกรณ์

ปัจจุบันการจำหน่ายท่อทองแดงมีการแข่งขันรุนแรงเพิ่มมากขึ้น แม้ว่าผลิตภัณฑ์ Kembla ที่บริษัทเป็นผู้แทนจำหน่ายแต่ผู้เดียวในประเทศไทยจะประสบความสำเร็จด้านการทำตลาดมาเกือบ 20 ปี ทั้งนี้ บริษัทนำเข้าผลิตภัณฑ์ท่อ Kembla โดยตรงจากผู้ผลิตในประเทศออสเตรเลียซึ่งมีประสบการณ์และมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับทั่วโลกมายาวนานกว่า 90 ปี ผลิตภัณฑ์ Kembla สร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภคได้ดีเสมอเพราะสินค้าทั้งหมดล้วนผลิตจากทองแดงบริสุทธิ์ชั้นหนึ่งเท่านั้น ใช้เทคโนโลยีและกระบวนการผลิตที่เป็นนวัตกรรมใหม่ ทำให้ผู้ใช้สินค้าปราศจากข้อสงสัยในด้านคุณภาพและความเสี่ยงใดๆ ทั้งปวง นอกจากนี้ ท่อทองแดง Kembla ยังได้รับการกำหนดให้เป็นสินค้ามาตรฐานในเกือบทุกโครงการ (Vender List) ดังนั้น Kembla จึงเป็นที่ยอมรับในกลุ่มลูกค้าผู้รับเหมางานระบบโครงการก่อสร้าง

อย่างไรก็ดี เนื่องจากราคาทองแดงในระยะ 2-3 ปีที่ผ่านมาผันผวนมากและราคาปรับตัวสูงขึ้น แม้จะมีผู้ใช้สินค้าพยายามลดต้นทุนโดยการใช่วัสดุอื่นๆ ทดแทนหรือยอมรับสินค้าจากกลุ่มผู้นำเข้าท่อทองแดงยี่ห้อต่างๆ จากประเทศจีนและบางประเทศในแถบเอเชียที่มีราคาถูก แต่อาจจะต้องเผชิญกับความเสี่ยงเกี่ยวกับสิ่งเจือปนในเนื้อทองแดงและความกังวลเกี่ยวกับที่มาของแหล่งผลิต สาเหตุเพราะเครื่องหมายการค้าของผู้ผลิตท่อทองแดงดังกล่าวอาจยังไม่เป็นที่รู้จักและยอมรับใน

ระดับสากลทั่วโลก แต่ด้วยผลิตภัณฑ์ท่อทองแดง Kembla ซึ่งได้พิสูจน์แล้วถึงความเป็นเลิศด้านคุณภาพมาโดยตลอดและราคาสามารถแข่งขันได้ดี ทำให้บริษัทยังคงรักษาและเพิ่มสัดส่วนการตลาดได้อย่างดีเยี่ยม

นอกจากนี้ บริษัทมีแผนในการจัดสัมมนาเพื่อเผยแพร่ข้อมูลทางวิชาการเกี่ยวกับท่อทองแดงและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ รวมถึงการส่งเสริมความเข้าใจในด้านคุณภาพของวัตถุดิบและกระบวนการผลิตที่จะสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภค รวมถึงความคุ้มค่าในการตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์ Kembla

ข. ฉนวนยางป้องกันความร้อน

เช่นเดียวกันกับผลิตภัณฑ์อะลูมิเนียม ในประเทศไทยมีผู้ผลิตฉนวนยางป้องกันความร้อนรายใหญ่ที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดค่อนข้างสูง ทำให้การแข่งขันเป็นไปอย่างรุนแรง ราคาสินค้าจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขัน ปัจจุบันบริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทยสำหรับผลิตภัณฑ์ฉนวนยาง K-Flex ซึ่งบริษัทสามารถเพิ่มสัดส่วนตลาดได้อย่างโดดเด่นโดยได้รับการสนับสนุนอย่างดีจากผู้ผลิตและใช้กลยุทธ์ทางด้านคุณภาพของสินค้าที่มีคุณสมบัติพิเศษอันเป็นผลจากเทคโนโลยีการผลิตขั้นสูงของผู้ผลิต ซึ่งผิวและเนื้อวัสดุ รวมถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ K-Flex มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไปอย่างเด่นชัด และด้วยคุณสมบัตินี้จึงทำให้ได้รับการยอมรับจากทั่วโลก การลดความหนาของแผ่นฉนวนยางป้องกันความร้อนลงได้จะช่วยลดต้นทุนของลูกค้าได้อย่างแท้จริง นอกจากนี้ บริษัทยังมีการให้บริการเสริมอื่นๆ เช่น การรับประกันและติดตั้งท่อส่งลมหรือการขายฉนวนยางป้องกันความร้อนร่วมกับท่อทองแดงและยางรองท่อเพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดซื้อให้กับลูกค้า เป็นต้น

ข. ลวดเชื่อมเหล็กและลวดเชื่อมสเตนเลส

เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการแข่งขันค่อนข้างรุนแรง นอกเหนือจากการมีคู่แข่งที่เป็นผู้นำเข้า ในปัจจุบันยังมีผู้ผลิตสินค้าภายในประเทศหลายราย และบางรายผลิตสินค้าหลายยี่ห้อ รวมถึงมีการกำหนดราคาขายหลายระดับราคาเพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายต่างๆ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากลวดเชื่อมเหล็กและลวดเชื่อมสเตนเลสเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านคุณภาพมาก อีกทั้งยังมีการใช้สูงและมีกลุ่มผู้ใช้แพร่หลายในทุกอุตสาหกรรม การที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าประเภทนี้จึงถือเป็นโอกาสในการขยายฐานลูกค้าให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

ลวดเชื่อมตราช้าง Kiswel ที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายนี้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงและเป็นที่ยอมรับทั่วโลก ปัจจุบัน Kiswel เป็นที่รู้จักและได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากวงการเชื่อมในประเทศไทย บริษัทจึงได้มีแผนการตลาดทั้งระยะสั้นและระยะยาว รวมถึงมีการทำกิจกรรมการตลาดอย่างต่อเนื่องด้วย นอกจากลวดเชื่อมตราช้าง Kiswel แล้ว บริษัทยังนำเสนอทางเลือกอื่นๆ ให้กับลูกค้าทั่วไปซึ่งมีความต้องการลวดเชื่อมที่แตกต่างกัน แต่ยังคงเน้นลวดเชื่อมที่มีคุณภาพดีเยี่ยมและราคาประหยัด โดยบริษัทจำหน่ายผลิตภัณฑ์ลวดเชื่อมและเครื่องเชื่อมยี่ห้อ K-Weld ซึ่งปัจจุบันผลิตภัณฑ์ลวดเชื่อม K-Weld สามารถเพิ่มสัดส่วนการตลาดอย่างน่าพอใจและได้รับการยอมรับเป็นอย่างดีจากทุกภาคอุตสาหกรรมที่ใช้ลวดเชื่อมด้วย

2.2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

1) การจัดหาผลิตภัณฑ์และแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์

บริษัทมีนโยบายที่จะสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิต (Supplier) โดยตรง เนื่องจากคุณภาพของสินค้าและความน่าเชื่อถือของผู้ผลิตเป็นปัจจัยสำคัญที่บริษัทคำนึงถึงในการคัดเลือกและจัดหาสินค้าเพื่อนำมาจัดจำหน่าย ปัจจุบันบริษัทเป็นผู้จัดจำหน่าย

สินค้าหลักในประเทศไทยให้กับผู้ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพทั้งในประเทศและต่างประเทศจำนวนกว่า 10 ราย นอกจากการเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าหลักแล้ว บริษัทยังมีการทำงานร่วมกันในด้าน Technical Support ต่างๆ ระหว่างผู้ผลิตและลูกค้าของบริษัทซึ่งจะช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัท

ทั้งนี้ บริษัทมีการติดต่อทำธุรกิจกับผู้ผลิตส่วนใหญ่มาเป็นระยะเวลายาวนานส่งผลให้บริษัทมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ผลิต ซึ่งจะเป็นการเอื้อประโยชน์ในการประกอบธุรกิจของบริษัทเป็นอย่างดี โดยที่ผ่านมามีบริษัทได้รับความร่วมมือจากผู้ผลิตสินค้าในการวางแผนการผลิตสินค้าเพื่อลดระยะเวลาในการสั่งซื้อสินค้าหรือการที่ผู้ผลิตบางรายช่วยเหลือรักษาสินค้าคงคลังที่ยังไม่ใช้งานให้ ทำให้บริษัทสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าของบริษัทว่า บริษัทจะสามารถจัดส่งสินค้าได้ตรงตามกำหนดเวลาที่ลูกค้าต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ ในการเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้ผลิตแต่ละรายนั้น บริษัทไม่ได้ทำสัญญาแต่งตั้งเป็นผู้แทนจำหน่ายกับผู้ผลิตระบุไว้เป็นลายลักษณ์อักษร เนื่องจากบริษัทมีการติดต่อทำธุรกิจกับผู้ผลิตมาเป็นระยะเวลายาวนาน มีความสัมพันธ์ที่ดีและมีความเชื่อถือซึ่งกันและกัน และยิ่งไปกว่านั้น บริษัทยังสามารถพิสูจน์ให้เห็นว่าธุรกิจของบริษัทมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทมีอำนาจในการต่อรองสูงโดยจะเห็นได้จากการที่บริษัทไม่เคยประสบปัญหาจากการที่ผู้ผลิตไม่สามารถจัดส่งสินค้าให้ตามสัญญาหรือการที่ผู้ผลิตหันไปติดต่อขายสินค้าให้กับลูกค้าของบริษัทโดยตรง ทั้งนี้ เนื่องจากบริษัททำหน้าที่เป็นช่องทางในการเพิ่มยอดขายให้กับผู้ผลิตในการรวบรวมยอดสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้าประเภทโรงงานอุตสาหกรรมและลูกค้ารายย่อยรายอื่นๆ โดยที่ผู้ผลิตไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการทำตลาด รวมถึงค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกิดขึ้นจากการติดต่อกับลูกค้าเป็นจำนวนมาก

ปัจจุบันบริษัทมีการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์หลักแต่ละประเภทจากผู้ผลิตในประเทศต่างๆ ดังนี้

ประเภทของผลิตภัณฑ์	ประเทศที่สั่งซื้อ
ทองแดงและทองเหลืองชนิดแผ่นและม้วน, ท่อทองเหลืองและอุปกรณ์	ประเทศไทย, ประเทศเกาหลี, ประเทศอินเดีย
ลวดเหล็กและลวดสแตนเลส	ประเทศเกาหลี
อะลูมิเนียมชนิดแผ่นและม้วน	ประเทศจีน
อะลูมิเนียมซีทสำหรับทำวัสดุผนังหลังคา	ประเทศจีน
ท่อทองแดงและอุปกรณ์	ประเทศออสเตรเลีย, ประเทศจีน
ฉนวนยางป้องกันความร้อน	ประเทศมาเลเซีย
ลวดเชื่อมเหล็กและลวดเชื่อมสแตนเลส	ประเทศเกาหลี, ประเทศจีน

ในปี 2556 บริษัทยอดสั่งซื้อสินค้านำเข้ารวมทั้งสิ้น 1,361.51 ล้านบาท แบ่งเป็นสัดส่วนการสั่งซื้อสินค้าจากในประเทศและต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 31.09 และร้อยละ 68.91 ตามลำดับ เปลี่ยนแปลงจากสัดส่วนดังกล่าวในปี 2555 ที่มีสัดส่วนการสั่งซื้อสินค้าในประเทศเท่ากับร้อยละ 47.26 และสัดส่วนการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 52.74 จะเห็นได้ว่าสัดส่วนการสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตต่างประเทศมีการปรับเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับการสั่งซื้อสินค้าจากในประเทศ ทั้งนี้ เนื่องจาก

ในปี 2556 บริษัทมีการนำเข้าสินค้าในกลุ่มลวดเชื่อมและอะลูมิเนียมเพิ่มขึ้นมาก ซึ่งสินค้านี้ดังกล่าวไม่สามารถจัดหาได้ภายในประเทศ

ตารางแสดงสัดส่วนการสั่งซื้อสินค้าในประเทศและต่างประเทศ

	ปี 2554		ปี 2555		ปี 2556	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ปริมาณการสั่งซื้อสินค้าในประเทศ	582.08	44.06	600.41	47.26	423.25	31.09
ปริมาณการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศ	738.99	55.94	669.93	52.74	938.26	68.91
รวมทั้งสิ้น	1,321.07	100.00	1,270.34	100.00	1,361.51	100.00

เนื่องจากสินค้าที่บริษัทจำหน่ายส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่มีผู้ผลิตอยู่เป็นจำนวนมาก ดังนั้น บริษัทได้กำหนดนโยบายในการพิจารณาเลือกซื้อสินค้า โดยจะพิจารณาจากผู้ผลิตที่มีความเชี่ยวชาญในการผลิตสินค้าแต่ละชนิด สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงและได้มาตรฐาน นอกจากนี้ บริษัทยังพิจารณาถึงปัจจัยอื่นๆ ที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการและความสามารถในการแข่งขันของบริษัท ได้แก่ การสั่งซื้อสินค้าจากบริษัทที่มีฐานการผลิตอยู่ในกลุ่มประเทศที่ได้รับการสิทธิพิเศษทางภาษี (AFTA, FTA) เป็นต้น ดังนั้น บริษัทจึงมีการสั่งซื้อสินค้าแต่ละประเภทจากผู้ผลิตจำนวนมาก โดยผู้ผลิตทุกรายที่บริษัทสั่งซื้อสินค้าเป็นผู้ผลิตที่มีคุณภาพอยู่ในอันดับต้นๆ ของโลก นอกจากนี้ การสั่งซื้อสินค้าจำนวนมากจากผู้ผลิตจะช่วยให้บริษัทมีอำนาจต่อรองกับผู้ผลิตเพิ่มมากขึ้นทั้งในด้านของเงื่อนไขการผลิตและราคา

ในปี 2556 บริษัทไม่มีการสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตรายใหญ่รายใดในสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 30 ของยอดสั่งซื้อสินค้ารวมทั้งหมด

ประเภทของผลิตภัณฑ์	จำนวนผู้ผลิตรวม (ราย)	จำนวนผู้ผลิตที่บริษัทมียอดสั่งซื้อสินค้าแต่ละชนิดเกินกว่าร้อยละ 30 (ราย)	
		31 ธ.ค.2555	31 ธ.ค.2556
ทองแดงและทองเหลืองชนิดแผ่นและม้วน, ท่อทองเหลือง และอุปกรณ์	3	1	2
ลวดเหล็กและลวดสเตนเลส	2	2	2
อะลูมิเนียมชนิดแผ่นและม้วน	10	1	2
อะลูมิเนียมซีทสำหรับทำวัสดุบุหลังคา	2	1	1
ท่อทองแดงและอุปกรณ์	4	2	2
ฉนวนยางป้องกันความร้อน	1	1	1
ลวดเชื่อมเหล็กและลวดเชื่อมสเตนเลส	6	1	1

นอกจากความมุ่งมั่นในการพัฒนาความสัมพันธ์กับผู้ผลิตแต่ละรายอย่างต่อเนื่องแล้ว บริษัทยังได้ติดตามข่าวสารและสถานการณ์ของอุตสาหกรรมต่างๆ รวมทั้งพัฒนาการของสินค้าที่บริษัทจัดจำหน่ายอย่างใกล้ชิด ไม่ว่าจะเป็นการติดตามข้อมูลข่าวสารจากลูกค้าโดยผ่านเจ้าหน้าที่ทางการตลาดของบริษัทหรือการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ เพื่อให้บริษัทสามารถปรับตัวได้ทันกับสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นหากผู้ผลิตสินค้ารายใดเริ่มประสบปัญหาทั้งในด้านการผลิตและสภาพคล่องทางการเงิน ทั้งนี้ เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อนำมาจัดจำหน่ายและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

นอกจากนี้ บริษัทยังใช้บริการจากบริษัทที่ปรึกษาผู้มีความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์โลหะประเภทต่างๆ ทั้งในด้านการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มราคาแร่ ข้อมูลการผลิต และข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับอุตสาหกรรม รวมถึงการแนะนำผู้ผลิตสินค้าจากแหล่งต่างๆ ให้แก่บริษัทอีกด้วย

ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์โลหะที่บริษัทจัดจำหน่ายส่วนใหญ่เป็นสินค้าทั่วไป (Base Metals Commodities) ที่มีราคาผันแปรไปตามราคาซื้อขายในตลาดโลก โดยจะขึ้นอยู่กับอุปสงค์และอุปทานของสินแร่แต่ละชนิดทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งทองแดง สังกะสี นิกเกิล และอะลูมิเนียม ซึ่งเป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจัดจำหน่าย โดยหากมีปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลให้ปริมาณความต้องการใช้สินแร่เพิ่มสูงขึ้นหรือปริมาณสินแร่ที่ผลิตได้ในตลาดมีลดน้อยลง ได้แก่ ความต้องการใช้สินแร่ที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญจากผู้ผลิตในประเทศจีน การนัดหยุดงานของคนงานในเหมืองแร่หรือภัยธรรมชาติก็อาจจะส่งผลให้ราคาของสินแร่ดังกล่าวสูงขึ้นตามไปด้วย

อย่างไรก็ตาม การที่ผู้บริหารของบริษัทเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โลหะมานานกว่า 20 ปี ทำให้มีความเชี่ยวชาญและสามารถประเมินสถานการณ์ราคาโลหะได้เป็นอย่างดี โดยที่ผ่านมาผู้บริหารของบริษัทจะติดตามการเคลื่อนไหวของราคาสินค้าแต่ละชนิด รวมทั้งสถานะของตลาดโลกอย่างใกล้ชิดและจะทำการสั่งจอร์ราคาสินค้าตามปริมาณคำสั่งซื้อที่ได้รับล่วงหน้าจากลูกค้า สำหรับสินค้าที่ต้องเก็บสำรองให้แก่ลูกค้าที่ไม่สามารถส่งคำสั่งซื้อล่วงหน้าได้ บริษัทจะพิจารณาสั่งซื้อตามความเหมาะสมในแต่ละช่วงเวลาเพื่อให้การบริหารต้นทุนการสั่งซื้อของบริษัทเป็นไปอย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วลูกค้าของบริษัทจะส่งคำสั่งซื้อล่วงหน้าให้แก่บริษัท

1) นโยบายการสั่งซื้อสินค้า

เนื่องจากบริษัทจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายทำให้นโยบายในการสั่งซื้อสินค้าแต่ละประเภทแตกต่างกันไปตามลักษณะของสินค้า ลักษณะการสั่งซื้อของลูกค้า รวมทั้งข้อจำกัดของผู้ผลิตแต่ละราย ทั้งนี้ ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัทไม่เคยประสบปัญหาในด้านการสั่งซื้อสินค้าแต่อย่างใด เนื่องจากบริษัทจะทำการประมาณการปริมาณของสินค้าที่บริษัทจะทำการสั่งซื้อในแต่ละครั้งจากคำสั่งซื้อล่วงหน้าและประมาณการที่ได้รับจากลูกค้า บวกกับปริมาณสินค้าที่บริษัทจะทำการเก็บสำรองให้แก่ลูกค้า นอกจากนี้ บริษัทยังพิจารณาปัจจัยอื่นๆ ประกอบด้วย เช่น ระยะเวลาในการผลิตสินค้า ระยะเวลาในการส่งมอบสินค้า ภาวะการเคลื่อนไหวของราคาสินค้าในตลาดโลก อัตราแลกเปลี่ยน เป็นต้น

2.3 ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อให้เช่า

2.3.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์

บริษัทมีนโยบายในการลงทุนโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อให้เช่า โดยบริษัทจะคำนึงถึงความเหมาะสมของทำเลที่ตั้งก่อนที่จะตัดสินใจเลือกรูปแบบในการพัฒนาโครงการเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดของการใช้พื้นที่และตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าในบริเวณทำเลนั้นๆ ปัจจุบันบริษัทดำเนินโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อให้เช่าจำนวน 1 โครงการ คือ โครงการเดอะ ศาลาया เป็นโครงการศูนย์การค้าปลีกขนาดเล็กสไตล์คอมมูนิตี้ มอลล์ (Community Mall) มูลค่าโครงการปัจจุบันประมาณ 200 ล้านบาท ตั้งอยู่บนพื้นที่ 18 ไร่ บริเวณถนนศาลาया – บางภาษี ตำบลศาลาया อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ซึ่งอยู่ใกล้กับมหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตศาลาया สถานข้าราชการ และแหล่งชุมชนขนาดใหญ่ ดังนั้น กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของโครงการจึงมีทั้งกลุ่มนักเรียน นักศึกษา อาจารย์ ข้าราชการ รวมทั้งครอบครัวที่พักอาศัยโดยรอบโครงการมากกว่า 9 หมื่นครัวเรือน ปัจจุบันโครงการอยู่ระหว่างการเก็บงานก่อสร้าง โดยมีผู้จองเช่าพื้นที่แล้วกว่า 70% และมีผู้เช่าตกแต่งและเปิดร้านแล้วประมาณ 50% ของพื้นที่เช่ารวมทั้งหมด

2.3.2 การตลาดและการแข่งขัน

1) นโยบายการตลาด

โครงการเดอะ ศาลาया เน้นการตลาดด้านภาพลักษณ์เพื่อให้เป็นสถานที่กิน ดื่ม เที่ยว และจุดนัดพบใกล้บ้านของลูกค้าในชุมชน ราคาเช่าพื้นที่อยู่ระดับกลางเพื่อให้สอดคล้องกับรายได้ของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ ยังเน้นการจัดกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับชุมชนตามฤดูกาลด้วย

2) ภาวะการแข่งขัน

โครงการเดอะ ศาลาया แม้จะตั้งอยู่บนถนนเส้นรองซึ่งต่างจากโครงการคู่แข่งรายอื่น แต่เนื่องจากโครงการอยู่ใกล้กับมหาวิทยาลัยมหิดล (ห่างกันเพียง 200 เมตร) และแวดล้อมด้วยหมู่บ้านจำนวนมากส่งผลให้ผู้คนในแหล่งชุมชนต่างๆ โดยรอบเข้าถึงโครงการได้ง่ายกว่า

3) ลักษณะลูกค้า / ความสัมพันธ์

เนื่องจากโครงการเป็นไลฟ์สไตล์มอลล์จึงมีการจัดเตรียมความพร้อมและกิจกรรมต่างๆ ไว้รองรับความต้องการของลูกค้าหลายรูปแบบและตามลักษณะของลูกค้า

4) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่ม B และ B+ ได้แก่ นักเรียน นักศึกษา อาจารย์ ข้าราชการ รวมทั้งครอบครัวที่พักอาศัยตามหมู่บ้าน

5) แนวโน้มและสภาพการแข่งขันในอนาคต

เนื่องจากการขยายเมืองไปสู่พื้นที่รอบตัวเมืองทำให้พื้นที่โดยรอบโครงการดังกล่าวมีความเจริญขึ้นอย่างรวดเร็ว ดังนั้น แนวโน้มการแข่งขันในอนาคตจึงมีความรุนแรงมากขึ้นด้วย สาเหตุเกิดจากมีโครงการห้างสรรพสินค้าที่มีชื่อเสียงเริ่มมาก่อสร้างมากขึ้น อาทิเช่น ห้างเซ็นทรัล สาขาสาขลา อย่างไรก็ตาม เนื่องจากรูปแบบธุรกิจและนโยบายการตลาดที่มุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายแตกต่างกัน อีกทั้งตำแหน่งที่ตั้งอยู่ห่างกัน บริษัทมั่นใจว่าโครงการนี้จะไม่ได้รับผลกระทบจากการแข่งขันโดยตรง

2.3.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

ที่ดินของโครงการเดอะ สาขลา เป็นที่ดินเดิมของบริษัทซึ่งเก็บไว้เพื่อรองรับการขยายคลังสินค้า แต่เนื่องจากบริษัทได้มีการก่อสร้างคลังสินค้าไว้ที่จังหวัดชลบุรีแล้วจึงได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้และเห็นว่าควรนำที่ดินที่สาขลามาพัฒนาเป็นโครงการดังกล่าว

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจัยความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจของบริษัทที่อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทและผลตอบแทนในการลงทุนของผู้ลงทุน สรุปได้ดังนี้

3.1 ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

1) ความเสี่ยงจากการพึ่งพาผู้ผลิตสินค้า (Supplier) จำนวนน้อยราย

บริษัทดำเนินธุรกิจเป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โลหะสำหรับใช้ในอุตสาหกรรมต่างๆ รวมทั้งวัสดุเพื่อใช้ในการก่อสร้าง ซึ่งบริษัทจะสั่งซื้อสินค้าโดยตรงจากผู้ผลิตสินค้าในแต่ละประเภท ทั้งนี้ ในปี 2556 บริษัทไม่มีการสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตรายใดในสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 30 ของยอดสั่งซื้อสินค้ารวม ยกเว้นสัดส่วนการสั่งซื้อสินค้าแต่ละชนิด บริษัทจะมีการสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตหลักแต่ละรายคิดเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 30 ดังนั้น อาจถือได้ว่าบริษัทมีความเสี่ยงกรณีที่ผู้ผลิตสินค้าไม่สามารถส่งสินค้าตามคำสั่งซื้อหรือผู้ผลิตขายสินค้าโดยตรงให้กับลูกค้าโดยไม่ผ่านบริษัทหรือแต่งตั้งให้ผู้จัดจำหน่ายรายอื่นเป็นผู้จัดจำหน่ายหลักแทนบริษัท ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทได้

อย่างไรก็ตาม ตลอดระยะเวลา 20 ปีที่บริษัทดำเนินธุรกิจยังไม่เคยประสบปัญหาดังกล่าวแต่อย่างใด ทั้งนี้ เนื่องจากผู้ผลิตแต่ละรายต่างก็มีความน่าเชื่อถือและเป็นบริษัทที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับทั่วโลก รวมทั้งสินค้าของผู้ผลิตดังกล่าวยังได้ผ่านการรับรองคุณภาพมาตรฐาน ISO มีระบบควบคุมภายในที่รัดกุม ซึ่งบริษัทได้ทำการศึกษาข้อมูลและนโยบายที่ชัดเจนของผู้ผลิตทุกรายอย่างละเอียดเพื่อป้องกันปัญหาอันอาจเกิดจากความไม่แน่นอนด้านนโยบายของผู้ผลิตบางราย ในกรณีพิเศษดังกล่าว บริษัทมีนโยบายพิจารณาเพิ่มตราสินค้า (Brand) จากผู้ผลิตรายอื่นที่น่าเชื่อถือ โดยสินค้าจะต้องได้มาตรฐานสากลและเป็นที่ยอมรับทั่วโลก

นอกจากนี้ บริษัทยังมีแผนการตลาดที่ชัดเจนและความสัมพันธ์ที่ดีและยาวนานกับผู้ผลิตสินค้า ทำให้บริษัทมีอำนาจต่อรองในการซื้อสินค้ามากขึ้นและส่งผลให้สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ บริษัทยังสามารถเอื้อประโยชน์ในการทำธุรกิจให้แก่ผู้ผลิตสินค้าได้อีกด้วย เช่น การที่บริษัทมีระบบการเก็บสินค้าสำรองและมีฐานลูกค้าขนาดใหญ่ ทำให้สามารถสั่งซื้อสินค้าเป็นจำนวนมากได้โดยการรวบรวมคำสั่งซื้อจากลูกค้าทั้งรายใหญ่และรายย่อยที่มีปริมาณการสั่งซื้อไม่ครบตามจำนวนคำสั่งซื้อขั้นต่ำที่ผู้ผลิตกำหนด ซึ่งวิธีการดังกล่าวจะทำให้ผู้ผลิตสามารถขายสินค้าได้มากขึ้นและในขณะเดียวกันก็จะช่วยลดต้นทุนในการสั่งซื้อสินค้าให้กับลูกค้าได้ด้วย

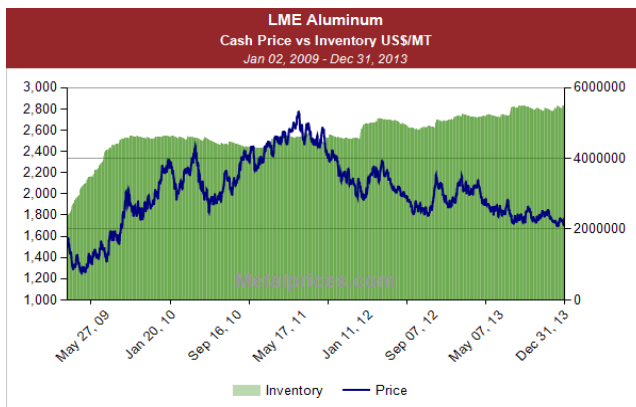
2) ความเสี่ยงจากความผันผวนของต้นทุนสินค้า

ผลิตภัณฑ์โลหะที่บริษัทจัดจำหน่ายส่วนใหญ่เป็นสินค้าหลักทั่วไป (Base Metals Commodities) ที่มีราคาผันแปรไปตามราคาซื้อขายในตลาดโลก โดยจะขึ้นอยู่กับอุปสงค์และอุปทานของสินแร่แต่ละชนิดทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ทองแดง สังกะสี นิกเกิล และอะลูมิเนียม ซึ่งเป็นสินแร่หรือวัตถุดิบต้นน้ำของผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจัดจำหน่าย โดยหากมีปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลให้ปริมาณความต้องการใช้สินแร่เพิ่มสูงขึ้นหรือปริมาณสินแร่ที่ผลิตได้ในตลาดมีลดน้อยลง เช่น ความต้องการใช้สินแร่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญจากผู้ผลิตในประเทศจีน การนัดหยุดงานของคองงานในเหมืองแร่ การเก็งกำไรของสถาบันนักลงทุนต่างๆ ล้วนส่งผลให้ราคาของสินแร่ดังกล่าวเพิ่มสูงขึ้นมาโดยตลอด ในทางกลับกัน เมื่อเศรษฐกิจโลกประสบปัญหาต่างๆ อาทิ ปัญหาหนี้สินของประเทศในแถบยุโรป ปัญหาภาวะถดถอยของเศรษฐกิจ ความต้องการใช้สินแร่จะลดลงทันที แม้โรงถลุงแร่

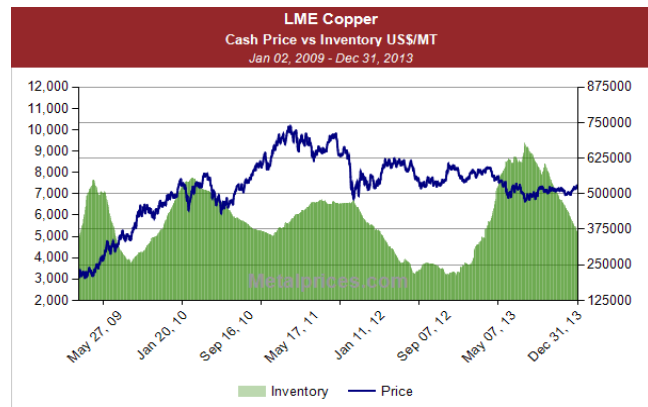
ต่างๆ จะตัดลดกำลังการผลิต แต่สต็อกสินค้าของโลกก็อาจปรับเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ราคาแร่ลดลงอย่างรุนแรง ดังนั้น หากต้นทุนราคาสินค้ามีการปรับตัวสูงขึ้นหรือลดลงอาจส่งผลให้บริษัทมีความเสี่ยงจากการที่ไม่สามารถปรับราคาขายสินค้าได้ในอัตราที่เท่ากันกับอัตราการผลิตเพิ่มขึ้นหรือลดลงของต้นทุนราคาวัตถุดิบดังกล่าว ลูกค้าบางรายอาจปฏิเสธการรับมอบสินค้าในกรณีที่ราคาปรับตัวลดลงอย่างรุนแรง อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันลูกค้าส่วนใหญ่มีความเข้าใจถึงภาวะความผันผวนดังกล่าวดีขึ้นมาก โดยลูกค้าจะยังคงรักษาสัญญาตามข้อตกลงซื้อขายเพื่อมิให้สูญเสียความน่าเชื่อถือเช่นกัน

ภาพแสดงความเคลื่อนไหวของราคาแร่ ปี 2552-2556 (ปี 2009-2013)

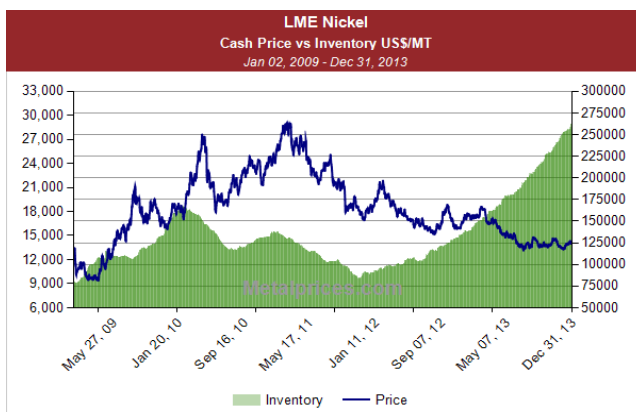
อะลูมิเนียม (Aluminium)



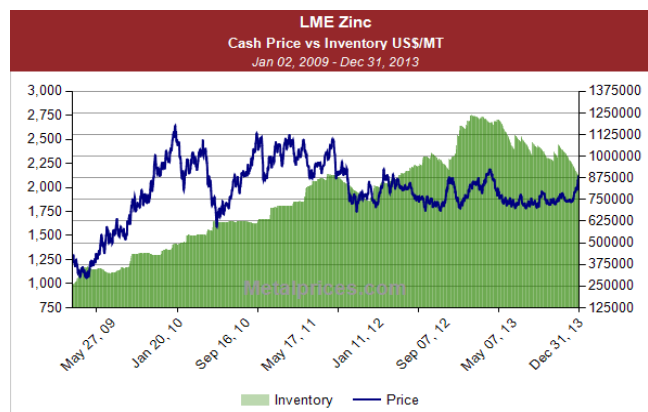
ทองแดง (Copper)



นิกเกิล (Nickel)



สังกะสี (Zinc)


ที่มา: www.metalprices.com

ในปี 2556 ราคาแร่แม้จะมีความผันผวนแต่ราคาเคลื่อนไหวอยู่ในกรอบแคบๆ และมีเสถียรภาพมากขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับปี ที่ผ่านๆ มา ประกอบกับปัจจุบันบริษัทมีระบบการบริหารจัดการคำสั่งซื้อที่ดี สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อสั่งซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงไม่เน้นการใช้เครื่องมือทางการเงินเพื่อลดความไม่แน่นอนของกระแสเงินสดในอนาคตที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้า แม้จะเป็นกลยุทธ์ในการป้องกันความเสี่ยงโดยการทำสัญญาป้องกันความเสี่ยง Copper Swap and Option Contracts กับธนาคารที่สามารถให้บริการด้านนี้ ซึ่งไม่มีการส่งมอบสินค้าจริง

อย่างไรก็ดี บริษัทยังคงมีสัญญาป้องกันความเสี่ยงจากราคาทองแดง (Copper Swap and Option Contracts) กับธนาคารต่างประเทศแห่งหนึ่งจำนวนหนึ่งฉบับ ซึ่งไม่มีการส่งมอบสินค้าจริง โดยมีปริมาณตามสัญญาที่เปิดไว้จำนวน 50 ตัน สัญญาดังกล่าวครบกำหนดในวันที่ 31 พฤษภาคม 2557

3) ความเสี่ยงทางด้านสภาพคล่องและความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่อ

ความเสี่ยงด้านสภาพคล่องเกิดจากความเป็นไปได้ที่ลูกค้าอาจจะไม่สามารถจ่ายชำระหนี้ให้แก่บริษัทได้ภายในกำหนดเวลาโดยปกติของการค้า เพื่อจัดการความเสี่ยงนี้ บริษัทได้ประเมินความสามารถทางการเงินของลูกค้าเป็นระยะๆ ความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่อหมายถึงความเสี่ยงที่คู่สัญญาไม่สามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดในสัญญาได้ ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสียหายทางการเงินแก่บริษัท ผู้บริหารของบริษัทเชื่อว่าบริษัทไม่มีความเสี่ยงที่เป็นสาระสำคัญ เนื่องจากบริษัทได้มีการจัดตั้งหน่วยงานควบคุมสินเชื่อเพื่อทำการพิจารณาข้อสินเชื่อให้แก่ลูกค้า วิเคราะห์ความเสี่ยง ประเมินคุณภาพหนี้ รวมถึงการหาแนวทางปรับปรุงแก้ไขและการติดตามการชำระเงินของลูกค้าอย่างใกล้ชิด ผลจากการจัดตั้งหน่วยงานดังกล่าวบริษัทสามารถควบคุมและรักษาระดับอัตราหมุนเวียนจำนวนวันในการเก็บหนี้และสามารถลดปริมาณหนี้ที่มีอายุเกินกำหนดได้ดี นอกจากนี้ บริษัทยังใช้บริการที่ปรึกษาทางกฎหมายเพื่อให้คำแนะนำ วิเคราะห์สถานภาพการติดตามหนี้ กำหนดแนวการบริหารจัดการหนี้ รวมถึงกรณีที่ต้องดำเนินการทางกฎหมายกับลูกหนี้ที่มีปัญหา

4) ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัทมีลูกหนี้การค้า เจ้าหนี้การค้า และหนี้สินภายใต้สัญญาทรัสต์รีซีฟ (Trust Receipts) ที่เป็นเงินตราต่างประเทศ ซึ่งก่อให้เกิดความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ในการบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนบริษัทได้ทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าส่วนใหญ่ อย่างไรก็ดี บริษัทยังคงมีความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนสำหรับลูกหนี้การค้า เจ้าหนี้การค้า และหนี้สินภายใต้สัญญาทรัสต์รีซีฟ (Trust Receipts) ที่ไม่ได้ทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าครอบคลุมไว้สำหรับการเก็บสินค้าสำรองเพื่อลูกค้า โดยบริษัทจะพิจารณาทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าครอบคลุมมูลค่าสินค้าสำรองตามการขายและภาวะตลาด โดยผู้บริหารของบริษัทจะมีการติดตามดูแลสถานการณ์อย่างใกล้ชิด

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทมีหนี้สินทางการเงินที่เป็นสกุลเงินตราต่างประเทศจำนวน 14.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และ 0.05 ล้านดอลลาร์ยูโร (2555 : 12.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

5) ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย

ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย หมายถึง ความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยในตลาดในอนาคต ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อภาระดำเนินงานและกระแสเงินสดของกลุ่มบริษัท สำหรับภาพรวมอัตราดอกเบี้ยในปี 2556 ยังคงอยู่ในช่วงขาลงเพื่อเป็นการช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจโลก ปัจจุบันภาวะเศรษฐกิจโลกในหลายประเทศเริ่มมีสัญญาณปรับตัวดีขึ้น ดังนั้น ภาวะเงินเฟ้อในอนาคตอันใกล้อาจกดดันให้อัตราดอกเบี้ยมีแนวโน้มทรงตัวหรือปรับเพิ่มขึ้นได้

ในปี 2556 บริษัทได้ทำสัญญาป้องกันความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย (Interest Rate Swap Contract) กับธนาคารต่างประเทศแห่งหนึ่งจำนวนหนึ่งฉบับสำหรับเงินต้นจำนวน 300 ล้านบาท สัญญาดังกล่าวมีกำหนดเวลา 3 ปี สิ้นสุดวันที่ 3 มิถุนายน 2557

6) ความเสี่ยงทางด้านสภาพคล่องจากนโยบายการเก็บสินค้าคงเหลือ

เนื่องจากลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัทเป็นการซื้อสินค้าเพื่อนำมาจัดจำหน่ายให้แก่ลูกค้า (Trading Business) โดยมีสินค้าหลากหลายประเภทไว้พร้อมให้บริการตามความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ บริษัทยังมีนโยบายการให้บริการเก็บสินค้าสำรองสำหรับลูกค้า ประกอบกับการที่สินค้าส่วนใหญ่ที่บริษัทจัดจำหน่ายในปัจจุบันมี Lead Time ที่ค่อนข้างนานประมาณ 45-90 วัน บริษัทจึงมีความจำเป็นที่จะต้องเก็บสินค้าคงเหลือไว้ให้เพียงพอที่จะสามารถทำให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่า บริษัทจะสามารถส่งมอบสินค้าได้ทันตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งถือเป็นข้อได้เปรียบของบริษัทที่มีเหนือคู่แข่ง

จากเหตุผลดังกล่าวอาจทำให้บริษัทมีความเสี่ยงในการมีสินค้าคงเหลือเป็นจำนวนมาก ซึ่งจะก่อให้เกิดภาระกับบริษัททั้งในด้านค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บสินค้าและสภาพคล่อง ซึ่งภาระในการจัดเก็บและบริหารสินค้าคงเหลืดังกล่าวจะแปรผันไปตามยอดขายสินค้าที่เพิ่มขึ้น ดังนั้น หากยอดขายของบริษัทมีการเติบโตอย่างมีนัยสำคัญและต่อเนื่อง บริษัทจะต้องจัดหาเงินทุนเพิ่มเติมเพื่อนำมาใช้ในการประกอบธุรกิจ อย่างไรก็ตาม การที่บริษัทมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ผลิตสินค้า (Supplier) ทำให้ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากผู้ผลิตสินค้าในการเก็บรักษาสินค้าบางส่วนที่ยังไม่ถึงกำหนดส่งมอบให้แก่ลูกค้า ทำให้บริษัทสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บสินค้าคงคลังได้ในระดับหนึ่ง

นอกจากนี้ ด้วยประสบการณ์ในการบริหารสินค้าคงเหลือของบริษัทและการมีฐานลูกค้าจำนวนมากและหลากหลาย ทำให้บริษัทสามารถบริหารจัดการและจัดจำหน่ายสินค้าที่บริษัทเก็บไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ แม้จะมีภาวะราคาแร่ที่ผันผวนเนื่องจากสินค้าคงเหลืดังกล่าวจำเป็นต้องคงความสามารถในการแข่งขันด้านราคาขายด้วยเช่นกัน ยิ่งไปกว่านั้น เพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยงดังกล่าวอีกทางหนึ่ง บริษัทยังมีนโยบายในการเก็บรักษาสินค้าในรูปแบบที่จะช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นในการแปรรูปสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เช่น บริษัทมีนโยบายที่จะเก็บผลิตภัณฑ์ทองแดงและทองเหลืองชนิดม้วนให้มีหน้ากว้างมากที่สุดเพื่อที่จะสามารถตัดซอยให้มีขนาดที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าหรือการใช้ฐานข้อมูลในการวิเคราะห์ขนาดหน้ากว้างที่แน่นอน ซึ่งควรสั่งซื้อและจัดเก็บเพื่อรองรับความต้องการได้อย่างรวดเร็วและประหยัดค่าใช้จ่ายตัดซอย อย่างไรก็ตาม เศษโลหะที่เหลือจากการตัดซอย บริษัทสามารถขายคืนให้กับผู้ผลิตเพื่อนำไปหลอมรีดกลับมาเป็นสินค้าใหม่ได้

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาแม้บริษัทยังไม่เคยประสบปัญหาจากการขายสินค้าไม่ได้หรือการมีสินค้าคงเหลืค้างเป็นจำนวนมาก (Dead Stock) จนก่อให้เกิดภาระเกินกว่าที่บริษัทจะบริหารจัดการได้แต่อย่างใด เพื่อป้องกันปัญหากรณีที่เกิดเหตุการณ์ลูกค้าทั้งปวงของบริษัทได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจโลกทั้งในด้านปริมาณความต้องการและราคาวัตถุดิบมีความผันผวนแบบฉับพลันและรุนแรง บริษัทจึงมีการควบคุมการระบายสินค้าให้เป็นไปตามเป้าหมาย โดยเริ่มจากการกำหนดการรับเข้าสินค้า กำหนดตำแหน่งจัดเก็บที่สามารถควบคุมระยะเวลาการจัดเก็บ กำหนดตารางการขนส่งสินค้าของลูกค้าแต่ละราย ลดปริมาณการเก็บสินค้าสำรองกรณีที่ลูกค้าไม่สามารถกำหนดแผนการใช้วัตถุดิบที่แน่นอนให้แก่บริษัท

7) ความเสี่ยงจากการมีคู่แข่งซึ่งเป็นผู้ประกอบการรายใหม่

สำหรับธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัตถุดิบอุตสาหกรรมและวัสดุเพื่อใช้ในการก่อสร้างให้กับผู้ประกอบการชั้นนำในอุตสาหกรรมต่างๆ เช่น อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมผลิตอุปกรณ์ไฟฟ้า อุตสาหกรรมผลิตสปริง อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งผู้รับเหมางานระบบสำหรับโครงการ

ก่อสร้าง ถือเป็นธุรกิจที่ผู้ประกอบการรายใหม่ๆ ไม่มีความจำเป็นในการลงทุนด้านอุปกรณ์เครื่องจักรมากนักจึงมีโอกาสดูแลแข่งขันรายใหม่จะเข้ามาประกอบธุรกิจประเภทนี้ได้ ผลกระทบที่ตามมาคือการแข่งขันด้านราคาที่จะทวีความรุนแรงมากขึ้น

ดังนั้น บริษัทจึงได้กำหนดแนวทางการทำงานโดยเน้นให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและให้สอดคล้องกับนโยบายบริษัท เพื่อแสดงความมุ่งมั่นสู่ความเป็นผู้นำในธุรกิจกระจายสินค้าและเพื่อตอบสนองความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ด้วยการพัฒนาความเป็นเลิศด้านผลิตภัณฑ์ บริการ ทีมงาน เทคโนโลยี ระบบการทำงาน ทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจในการสั่งซื้อสินค้าจากบริษัท โดยปัจจุบันบริษัทได้นำระบบข้อมูลสารสนเทศมาพัฒนาเป็นโปรแกรมการทำงานในทุกส่วนงานขององค์กร โดยเฉพาะส่วนงานขาย ทั้งนี้ เพื่อลดขั้นตอนและข้อจำกัดในการทำงานและเพื่อความรวดเร็วแม่นยำในการเข้าถึงข้อมูลด้วย นอกจากนี้ บริษัทยังมีการนำเสนอกลุ่มผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นเพื่อให้เป็น One Stop Services รวมถึงการเพิ่มความหลากหลายของแต่ละผลิตภัณฑ์และกำลังพัฒนาบริการใหม่ๆ พร้อมกับการสร้างมูลค่าเพิ่มต่างๆ ทั้งนี้ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและการเติบโตของธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

8) ปัจจัยความเสี่ยงเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อให้เช่า

สำหรับการประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อให้เช่าอาจจะประสบกับความเสี่ยงเรื่องความล่าช้าในการแก้ไขปรับปรุงงานของผู้รับเหมาและความล่าช้าในการเข้าตกแต่งพื้นที่ของผู้เช่า อย่างไรก็ตาม บริษัทได้กำหนดมาตรการในการกระชับเวลาของทั้งฝ่ายผู้รับเหมาและฝ่ายผู้เช่าแล้ว

3.2 ความเสี่ยงต่อการลงทุนของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์

1) ความเสี่ยงจากการมีกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ถือหุ้นรวมกันมากกว่าร้อยละ 50

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 กลุ่มนางกนกกร แทนไกรศรี และกลุ่มนายชำนาญ พรพิไลลักษณ์ ผู้ก่อตั้งบริษัท ถือหุ้นในบริษัทรวมกันได้จำนวน 115,364,800 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 72.10 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทซึ่งทำให้กลุ่มบุคคลดังกล่าวสามารถควบคุมเสียงมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแต่งตั้งกรรมการหรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทกำหนดให้ต้องได้รับคะแนนเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงอาจจะไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอได้

2) ความเสี่ยงจากการที่ผู้บริหารส่วนใหญ่เป็นชุดเดียวกับคณะกรรมการบริษัท

ปัจจุบันบริษัทไม่มีความเสี่ยงสำหรับเรื่องดังกล่าว เนื่องจากคณะกรรมการบริษัทประกอบด้วยกรรมการที่เป็นผู้บริหารเพียง 3 ท่านจากจำนวนกรรมการทั้งหมด 8 ท่าน จึงไม่ส่งผลให้เกิดการคานอำนาจระหว่างคณะกรรมการบริษัทและฝ่ายบริหาร สำหรับกรรมการที่มีฝ่ายบริหารล้วนเป็นผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอกที่มีความเป็นอิสระจากผู้ถือหุ้น กรรมการและผู้บริหารของบริษัท โดยเข้ามาดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัทจำนวน 5 ท่าน ในจำนวนดังกล่าวมีกรรมการ 3 ท่านทำหน้าที่เป็นกรรมการตรวจสอบ

นอกจากนี้ ประธานกรรมการบริษัทยังมีคุณสมบัติเป็นกรรมการอิสระซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอกและยังดำรงตำแหน่งเป็นประธานกรรมการตรวจสอบอีกด้วย และเพื่อให้การกำกับดูแลเป็นไปอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ บริษัทได้กำหนดขอบเขตอำนาจในการดำเนินงานของผู้บริหารแต่ละตำแหน่งไว้อย่างชัดเจนในอำนาจดำเนินการของบริษัท รวมทั้ง

กรรมการผู้จัดการไม่มีอำนาจในการดำเนินการใดๆ ในหรือเกี่ยวกับรายการที่เกี่ยวข้องกัน รายการการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ที่สำคัญของบริษัท และอำนาจที่มอบให้กรรมการผู้จัดการหรือบุคคลที่ได้รับมอบอำนาจจากกรรมการผู้จัดการจะไม่สามารถอนุมัติรายการที่ตนหรือบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งมีส่วนได้เสียหรืออาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในลักษณะอื่นใดกับบริษัทหรือบริษัทย่อยของบริษัท

ทั้งนี้ เพื่อเป็นการป้องกันการมีอำนาจเบ็ดเสร็จของนายชำนาญ พรพิไลลักษณ์ กรรมการผู้จัดการ และนางกนกกร แทนไกรศรี รองกรรมการผู้จัดการ ซึ่งทั้งสองท่านเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท บริษัทจะกำหนดให้การอนุมัติรายการใดๆ ที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อกรรมการผู้จัดการและรองกรรมการผู้จัดการดังกล่าวที่ไม่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจตามปกติของบริษัทและมีมูลค่าของรายการตั้งแต่ 100,000 บาทขึ้นไป เช่น การเบิกเงินล่วงหน้า ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการเดินทางไปต่างประเทศ เป็นต้น จะต้องผ่านการรับทราบและการตรวจสอบของฝ่ายตรวจสอบภายในของบริษัทก่อนที่จะมีการอนุมัติรายการดังกล่าว ซึ่งหากฝ่ายตรวจสอบภายในเห็นว่ารายการดังกล่าวไม่เหมาะสมหรือมีความผิดปกติ ฝ่ายตรวจสอบภายในจะรายงานโดยตรงต่อประธานกรรมการตรวจสอบโดยทันที

คณะกรรมการตรวจสอบจะทำหน้าที่ในการตรวจสอบกำกับดูแล รวมทั้งอนุมัติรายการที่อาจมีความขัดแย้งที่มีความเกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่ กรรมการ ผู้บริหาร หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลดังกล่าว รวมไปถึงรายการที่มีนัยสำคัญและอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัท เช่น การซื้อขายทรัพย์สินถาวร การก่อหนี้และการผูกพัน เป็นต้น เพื่อให้มั่นใจได้ว่ารายการดังกล่าวจะเป็นไปอย่างเหมาะสมและเพื่อรักษาผลประโยชน์ของบริษัทเป็นสำคัญ ยิ่งไปกว่านั้น บริษัทยังจัดให้มีฝ่ายตรวจสอบภายในซึ่งขึ้นตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อทำหน้าที่ในการควบคุมดูแลตรวจสอบการดำเนินงานภายในของบริษัทให้เป็นไปอย่างโปร่งใส เหมาะสม และรัดกุม รวมทั้งติดตามข้อมูลและตรวจสอบรายการต่างๆ ตามที่คณะกรรมการตรวจสอบมอบหมาย



4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 รายละเอียดของทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 ทรัพย์สินที่สำคัญที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อยมีดังนี้

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน	วงเงินจำนอง (ล้านบาท)	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ วันที่ 31 ธ.ค.2556
1. ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน				
1.1 ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน คลังสินค้าศาลายา 1	PPM เป็นเจ้าของ	จดจำนองค้ำประกันวงเงิน LC/TR	140 ⁽¹⁾	5.11
1.2 ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน คลังสินค้าศาลายา 2	PPM เป็นเจ้าของ	จดจำนองค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ	30 ⁽²⁾	3.39
1.3 ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน คลังสินค้าชลบุรี	PPM เป็นเจ้าของ	-	-	20.20
1.4 ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน โรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว	PFP เป็นเจ้าของ	-	-	10.33
1.5 ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน ศูนย์การค้าเดอะ ศาลายา มอลล์	เช่า	-	-	60.42
2. อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร				
2.1 อาคารสำนักงานและส่วนปรับปรุงอาคารสำนักงานทั้ง 2 หลัง	เช่า	-	-	9.86
2.2 อาคารคลังสินค้า 1 และส่วนปรับปรุงอาคาร – ศาลายา	PPM เป็นเจ้าของ	จดจำนองค้ำประกันวงเงิน LC/TR	140 ⁽¹⁾	6.38
2.3 อาคารคลังสินค้า 2 และส่วนปรับปรุงอาคาร – ศาลายา	PPM เป็นเจ้าของ	จดจำนองค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ	30 ⁽²⁾	10.02
2.4 อาคารคลังสินค้า – ชลบุรี	PPM เป็นเจ้าของ	-	-	16.54



ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน	วงเงินจำนอง (ล้านบาท)	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ วันที่ 31 ธ.ค.2556
2.5 โรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว	PFP เป็นเจ้าของ	-	-	20.94
2.6 อาคารคลังสินค้า – พระประแดง	เช่า	-	-	-
3. ยานพาหนะ				
3.1 ยานพาหนะ	PPM เป็นเจ้าของ	-	-	13.92
3.2 ยานพาหนะ	PFP เป็นเจ้าของ	-	-	0.54
4. เครื่องจักรและอุปกรณ์				
4.1 เครื่องมือเครื่องใช้ประจำคลังสินค้า	PPM เป็นเจ้าของ	-	-	11.12
4.2 เครื่องจักรและอุปกรณ์สำหรับผลิตบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว	PFP เป็นเจ้าของ	-	-	13.14

หมายเหตุ : 1) วงเงิน LC/TR จำนวน 140 ล้านบาท ใช้ทรัพย์สินหมายเลข 1.1 และ 2.2 เป็นหลักประกันร่วมกัน

2) วงเงินสินเชื่อ จำนวน 30 ล้านบาท ใช้ทรัพย์สินหมายเลข 1.2 และ 2.3 เป็นหลักประกันร่วมกัน



ตารางรูปสัญญาการเช่าทรัพย์สินของบริษัท

รายการทรัพย์สิน	สถานที่ตั้ง	เนื้อที่/ขนาด	ค่าเช่า	ระยะเวลาการเช่า	เงื่อนไขการต่ออายุสัญญา
1. อาคารสำนักงาน	229 ถนนราชสีมา แขวงดุสิต เขตดุสิต กทม.	อาคาร 3 ชั้น 650 ตารางเมตร	87,900 บาท/เดือน	1 ส.ค.2554 – 31 ก.ค.2557	หากมีความประสงค์จะเช่าต่อให้ทำสัญญาเมื่อ ครบกำหนด
2. อาคารสำนักงาน	205/1 ถนนราชสีมา แขวงดุสิต เขตดุสิต กทม.	อาคาร 3 ชั้น 627.92 ตารางเมตร	ปีที่ 1-5 ค่าเช่า 8,000 บาท/เดือน ปีที่ 6-10 ค่าเช่า 9,200 บาท/เดือน ปีที่ 11-15 ค่าเช่า 10,580 บาท/เดือน	1 ก.ค.2548 – 30 มิ.ย.2563	อายุสัญญาเช่า 15 ปี โดยชำระค่าธรรมเนียมการ เช่าเป็นเงิน 4,000,000 บาท ในวันทำสัญญา และชำระค่าเช่าตามบัญชีอัตราค่าเช่า
3. คลังสินค้า – พระประแดง	4/11 หมู่ 5 ซ.บุญถนอม ถ.มหาวงษ์ อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ	1,368 ตารางเมตร	54,720 บาท/เดือน	1 ม.ค.2554 – 31 ธ.ค.2554	อายุสัญญาเช่า 1 ปี เมื่อสัญญาสิ้นสุดลงแล้วหาก ไม่มีการบอกเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษร อายุ การเช่าจะถูกต่อไปอีกคราวละ 3 เดือน
4. ศูนย์การค้า	88/8 หมู่ที่ 5 ต.ศาลายา อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม	อาคาร 1 ชั้น 1 หลัง อาคาร 2 ชั้น 2 หลัง อาคาร 3 ชั้น 1 หลัง รวมพื้นที่ 7,553.88 ตารางเมตร	ปีที่ 1-6 ค่าเช่า 35,000 บาท/เดือน ปีที่ 7-12 ค่าเช่า 49,000 บาท/เดือน ปีที่ 13-17 ค่าเช่า 83,500 บาท/เดือน ปีที่ 18-22 ค่าเช่า 155,000 บาท/เดือน ปีที่ 23-25 ค่าเช่า 310,000 บาท/เดือน	1 มี.ค.2557 – 28 ก.พ.2582	อายุสัญญาเช่า 25 ปี แบ่งออกเป็น 5 ระยะ (6 ปี, 6 ปี, 5 ปี, 5 ปี และ 3 ปี) โดยเริ่มนับอายุสัญญา เช่า ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2557 ถึง 28 กุมภาพันธ์ 2582

ลูกหนี้การค้า

ระยะเวลาค้างชำระ	31 ธ.ค.2554		31 ธ.ค.2555		31 ธ.ค.2556	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ยังไม่ถึงกำหนดชำระ	181.72	72.84	168.93	63.67	179.05	69.73
เกินกำหนด :						
- น้อยกว่าหรือเท่ากับ 3 เดือน	54.73	21.94	82.21	30.98	64.90	25.27
- มากกว่า 3 เดือน ถึง 6 เดือน	0.03	0.01	0.60	0.23	2.05	0.80
- มากกว่า 6 เดือน ถึง 12 เดือน	1.44	0.58	4.82	1.82	1.38	0.54
- มากกว่า 12 เดือนขึ้นไป	11.58	4.64	8.78	3.31	9.40	3.66
รวม	249.50	100.00	265.34	100.00	256.78	100.00
หัก ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ	(10.20)		(8.69)		(7.93)	
ลูกหนี้การค้า - สุทธิ	239.30		256.65		248.85	

นโยบายการให้เครดิต

บริษัทมีนโยบายในการให้เครดิตกับลูกค้าประมาณ 30-120 วัน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับประเภทของผลิตภัณฑ์และสถานะของลูกค้า โดยผู้บริหารในสายงานการขายและสายการอนุมัติสินเชื่อจะร่วมกันเป็นผู้พิจารณากำหนดวงเงินเครดิตในการซื้อสินค้าของลูกค้าแต่ละราย ซึ่งหลักเกณฑ์ในการพิจารณากำหนดวงเงินเครดิตเริ่มแรกประกอบด้วย

- 1) ยอดสั่งซื้อของลูกค้า
- 2) ความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้า โดยพิจารณาจากงบการเงินของลูกค้า การสอบถามจากสถาบันการเงิน การสอบถามจากผู้ประกอบการรายอื่นๆ และการเยี่ยมชมกิจการของลูกค้า

นอกจากนี้ ฝ่ายอนุมัติสินเชื่อและฝ่ายขายจะร่วมกันประเมินและทบทวนสถานะของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยพิจารณาจากประวัติการสั่งซื้อสินค้าและการชำระเงิน ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวทำให้บริษัทสามารถบริหารจัดการลูกหนี้การค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นโยบายการตั้งสำรองค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทพิจารณาตั้งสำรองค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญตามจำนวนหนี้ที่คาดว่าจะเก็บเงินไม่ได้ โดยประมาณจากประสบการณ์ในการเก็บหนี้และวิเคราะห์ฐานะลูกหนี้แต่ละรายตามความเห็นของฝ่ายบริหาร อย่างไรก็ตาม เพื่อให้การดำเนินการตั้งสำรองค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญของบริษัทเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมมากยิ่งขึ้น บริษัทจึงได้กำหนดนโยบายการตั้งสำรองค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญในงบการเงินประจำปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2556 โดยบริษัทจะตั้งสำรองเต็มจำนวนสำหรับยอดหนี้ที่ไม่มีเคลื่อนไหวและค้างชำระเกิน 360 วัน และในกรณีที่หนี้ที่ไม่เคลื่อนไหวและค้างชำระเกิน 240 วัน แต่ไม่เกิน 360 วัน ฝ่ายบัญชีและฝ่ายการตลาดจะร่วมกันพิจารณาโดยแบ่งเป็น 2 กรณี คือ จะตั้งสำรอง

เต็มจำนวนสำหรับยอดหนี้ที่พิจารณาแล้วเห็นว่ามิแนวน้อมจะเรียกเก็บหนี้ไม่ได้และจะตั้งสำรองครั้งหนึ่งสำหรับยอดหนี้ที่พิจารณาแล้วเห็นว่ายังมีแนวน้อมที่จะสามารถเรียกเก็บหนี้ได้อีก

ณ สิ้นปี 2556 บริษัทมีการตั้งสำรองค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญไว้แล้วรวมทั้งสิ้น 7.93 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.09 ของลูกหนี้การค้ารวม ทั้งนี้ บริษัทจะพิจารณาตัดหนี้สูญตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในประมวลวิธีการ

นโยบายการจัดการสินค้าคงเหลือ

ด้วยประสบการณ์ที่ยาวนานในการดำเนินธุรกิจและการมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ผลิต รวมถึงการนำระบบ WMS (Warehouse Management System) มาบริหารจัดการสินค้าคงคลังและการควบคุมอัตราหมุนเวียนของสินค้าให้สอดคล้องกับปริมาณการขาย ทำให้บริษัทสามารถบริหารจัดการสินค้าคงเหลือเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยบริษัทจะติดตามความเคลื่อนไหวของสถานะตลาดและราคาของสินค้าแต่ละชนิดอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง เพื่อใช้ในการพิจารณาสั่งซื้อสินค้าให้สอดคล้องกับปริมาณการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้า ซึ่งวิธีดังกล่าวจะทำให้บริษัทสามารถบริหารต้นทุนการสั่งซื้อสินค้าไม่ให้เกิดความผันผวนมากอีกด้วย นอกจากนี้ บริษัทยังมีข้อตกลงกับผู้ผลิตบางรายในการเก็บสินค้าที่ผลิตเสร็จบางส่วนไว้ให้ผู้ผลิตเพื่อความสะดวกรวดเร็วในการขนส่งให้ทันต่อความต้องการ และช่วยประหยัดพื้นที่และค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บสินค้าของบริษัท

บริษัทยังให้บริการจัดเก็บสินค้าสำรองไว้ให้แก่ลูกค้าประมาณร้อยละ 10 ของปริมาณการยอดสั่งซื้อรวม บริการพิเศษดังกล่าวส่งผลให้บริษัทมีสินค้าคงเหลือเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทเห็นว่าการให้บริการดังกล่าวแก่ลูกค้าจะช่วยลดปริมาณ Stock วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตและส่งผลให้ต้นทุนการผลิตของลูกค้าลดลง ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์ในการแข่งขันอย่างหนึ่งของบริษัท นอกจากนี้ การเก็บสินค้าสำรองดังกล่าวยังเป็นการสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้ากรณีที่ลูกค้ามีความจำเป็นต้องใช้วัตถุดิบเป็นการเร่งด่วน ซึ่งเป็นการสร้างความได้เปรียบให้แก่บริษัทเพิ่มขึ้นอีกด้วย

ปัจจุบันบริษัทมีคลังสินค้า 3 แห่งที่ใช้ในการเก็บสินค้าที่มีลักษณะแตกต่างกันขึ้นอยู่กับโครงสร้างของคลังสินค้าแต่ละแห่ง รวมถึงความเสี่ยงต่ออุทกภัยด้วย ปัจจุบันสินค้าที่จัดเก็บบริษัทจะพิจารณาจากสถานที่และฐานของลูกค้าส่วนใหญ่ในแต่ละกลุ่มที่รองรับสินค้าแต่ละประเภท ทั้งนี้ เพื่อความรวดเร็วและประหยัดค่าขนส่ง โดยรายละเอียดของคลังสินค้านี้สามารถสรุปได้ดังนี้

สถานที่ตั้ง	เนื้อที่	ประเภทสินค้า
4/11 ม.5 ซ.บุญถนอม ถ.มหาวงษ์ อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ	1,368 ตร.ม.	สแตนเลสชนิดแผ่นและม้วน, ลวดเหล็ก, ลวดเชื่อม และฉนวนยาง
13/7 ม.3 ต.ศาลายา อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม	2,514 ตร.ม.	สินค้าทุกประเภท
17/9-10 ม.3 ต.หนองข้างคอก อ.เมืองชลบุรี จ.ชลบุรี 20000	8,284 ตร.ม.	ลวดเชื่อม, โลหะแผ่นและม้วนทุกประเภท



บริษัทได้ทำประกันภัยคุ้มครองความเสียหายที่จะเกิดขึ้นกับคลังสินค้าและสินค้าคงเหลือทั้งหมดของบริษัท โดยมีรายละเอียดดังนี้

ผู้รับประกัน	บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) บริษัท ไทยเศรษฐกิจประกันภัย จำกัด (มหาชน) และบริษัท เคเอสเค ประกันภัย (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)		
ระยะเวลาความคุ้มครอง	31 ธันวาคม 2555 – 31 ธันวาคม 2556		
ทุนประกัน	สิ่งปลูกสร้างตัวอาคาร (ไม่รวมรากฐาน)	64,000,000	บาท
	เฟอร์นิเจอร์ เครื่องตกแต่ง ติดตั้ง ตรึงตรา	17,000,000	บาท
	เครื่องใช้และอุปกรณ์ไฟฟ้าต่างๆ		
	เครื่องจักร เครื่องมือ เครื่องใช้ แม่พิมพ์	21,000,000	บาท
	อะไหล่ ระบบไฟฟ้า และอุปกรณ์ส่วนควบ		
	รถ Forklifts รถกระเช้า เครน		
	สต็อกสินค้า	508,000,000	บาท
	การสูญเสียรายได้จากธุรกิจหยุดชะงัก	<u>160,000,000</u>	บาท
	รวมทั้งสิ้น	<u>770,000,000</u>	บาท
ประเภทของความเสียหายที่รับประกัน	ความเสี่ยงภัยทุกชนิด (All Risk)		

สินค้าคงเหลือของบริษัทจะถูกจัดเก็บแยกตามประเภทและลักษณะของผลิตภัณฑ์ โดยผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จะถูกจัดเก็บไว้ที่คลังสินค้าสาขาลายเพื่อรอส่งมอบให้แก่ลูกค้า ในขณะที่สินค้าที่มีน้ำหนักมาก เช่น ลวดเหล็ก สแตนเลสชนิดแผ่นและม้วนจะถูกเก็บไว้ที่คลังสินค้าพระประแดง

นอกจากนี้ บริษัทยังมีสินค้าบางส่วนที่ฝากเก็บไว้ที่ผู้ผลิตของบริษัทหรือโรงงานตัดซอยเพื่อการแปรรูปต่อไป โดยในการควบคุมดูแลสินค้าคงเหลือทั้งหมดบริษัทใช้ระบบคอมพิวเตอร์ช่วยในการจัดการ โดยระบบดังกล่าวจะสามารถแสดงจำนวนสินค้าที่เก็บอยู่ในแต่ละที่ตั้งกล่าวข้างต้น ซึ่งบริษัทจะสามารถตรวจสอบกระขยอดจำนวนสินค้าที่บันทึกในระบบกับรายงานจำนวนสินค้าที่คลังสินค้าแต่ละแห่งจัดเก็บและส่งให้กับบริษัท ยิ่งไปกว่านั้น บริษัทยังมีการจัดส่งเจ้าหน้าที่ของบริษัทเข้าไปทำการสุ่มตรวจนับสินค้าอย่างสม่ำเสมอไม่ว่าจะเป็นที่คลังสินค้าพระประแดงและคลังสินค้าของผู้ผลิต ซึ่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัทสามารถควบคุมดูแลระบบการจัดการสินค้าคงเหลือได้เป็นอย่างดีและยังไม่เคยประสบปัญหาในการจัดการสินค้านดังกล่าวแต่อย่างใด



มูลค่าสินค้าคงเหลือของบริษัทที่ถูกเก็บอยู่ตามสถานที่ต่างๆ ณ สิ้นปี 2554-2556 สามารถจำแนกได้ดังนี้

สถานที่	31 ธันวาคม 2554		31 ธันวาคม 2555		31 ธันวาคม 2556	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. สำนักงานใหญ่	-	-	-	-	-	-
2. คลังสินค้าสาละยา	241.3	50.9	194.50	37.17	228.23	42.55
3. คลังสินค้าพระประแดง	51.4	10.8	100.28	19.17	100.22	18.68
4. คลังสินค้าชลบุรี	56.1	11.8	77.46	14.80	89.25	16.64
5. บริษัท สยามพุงซานเมทัล จำกัด	62.8	13.3	50.89	9.73	1.13	0.21
6. บริษัทรับตัดซอยต่างๆ	44.7	9.4	24.59	4.70	40.80	7.60
สินค้าระหว่างทาง	17.9	3.8	75.48	14.43	76.80	14.32
รวมทั้งสิ้น	474.1	100.0	523.20	100.00	536.43	100.00



เครื่องหมายการค้า, ลิขสิทธิ์

ที่	รูปแบบเครื่องหมาย/ลิขสิทธิ์	ชื่อเจ้าของ	ประเภทสินค้า/บริการ	เลขทะเบียน/ ประเทศที่จดทะเบียน	ระยะเวลาคุ้มครอง
1	<i>ARMDUCT</i>	บมจ.พรพรหมเมืงทอล	ท่อลมที่ไม่ได้ทำด้วยโลหะ	ค203810 ประเทศไทย	10 ปี
2	<i>ARMCOAT</i>	บมจ.พรพรหมเมืงทอล	สีที่เป็นฉนวน	ค203811 ประเทศไทย	10 ปี
3	<i>ARMSEAL</i>	บมจ.พรพรหมเมืงทอล	เทปกาวที่ใช้เป็นฉนวน	ค203812 ประเทศไทย	10 ปี
4	<i>AR TAPE</i>	บมจ.พรพรหมเมืงทอล	เทปกาวฉนวนที่ไม่ใช้ในสำนักงานในทางการแพทย์ หรือในครัวเรือน	ค206037 ประเทศไทย	10 ปี
5		บมจ.พรพรหมเมืงทอล	หัวกระดาดเอกสาร	ค203827 ประเทศไทย	10 ปี
6	ARMSEAL	บมจ.พรพรหมเมืงทอล	กาวยางใช้ในอุตสาหกรรม	ค281724 ประเทศไทย	10 ปี
7	ARMTAPE	บมจ.พรพรหมเมืงทอล	แถบยางที่มีเทปกาวใช้เป็นฉนวน	ค281725 ประเทศไทย	10 ปี
8	ARMACOAT	บมจ.พรพรหมเมืงทอล	สีน้ำอะคิลิคใช้ในอุตสาหกรรม	ค296748 ประเทศไทย	10 ปี
9	ARMDUCT	บมจ.พรพรหมเมืงทอล	ท่อส่งลมที่ทำด้วยโลหะ	ค287670 ประเทศไทย	10 ปี

ที่	รูปแบบเครื่องหมาย/ลิขสิทธิ์	ชื่อเจ้าของ	ประเภทสินค้า/บริการ	เลขทะเบียน/ ประเทศที่จดทะเบียน	ระยะเวลาคุ้มครอง
10	ARMCOAT	บมจ.พรพรหมเมืงทอล	สีน้ำอะคิลิกใช้ในอุตสาหกรรม	ค296749 ประเทศไทย	10 ปี
11	ARMADUCT	บมจ.พรพรหมเมืงทอล	ท่อส่งลมที่ทำด้วยโลหะ	ค287671 ประเทศไทย	10 ปี
12	ARMASEAL	บมจ.พรพรหมเมืงทอล	กาวยางใช้ในอุตสาหกรรม	ค281726 ประเทศไทย	10 ปี
13	ARMATAPE	บมจ.พรพรหมเมืงทอล	แถบยางที่มีเทปกาวใช้เป็นฉนวน	ค281727 ประเทศไทย	10 ปี
14		บมจ.พรพรหมเมืงทอล	ลวดเชื่อมทำด้วยโลหะ ลวดเชื่อมทำด้วยโลหะ ใช้ในการบัดกรี ลวดโลหะใช้เชื่อมและบัดกรี	ค281745 ประเทศไทย	10 ปี
15		บมจ.พรพรหมเมืงทอล	ข้อต่อทองแดง	ค291798 ประเทศไทย	10 ปี
16	ARMCOAT	บมจ.พรพรหมเมืงทอล	สีน้ำอะคิลิกใช้ในอุตสาหกรรม	ค296107 ประเทศไทย	10 ปี
17	ARMACOAT	บมจ.พรพรหมเมืงทอล	สีน้ำอะคิลิกใช้ในอุตสาหกรรม	ค296108 ประเทศไทย	10 ปี
18		บมจ.พรพรหมเมืงทอล	ท่อน้ำทำจากทองแดง ข้อต่อทำจากทองแดง	ค313985 ประเทศไทย	10 ปี

ที่	รูปแบบเครื่องหมาย/ลิขสิทธิ์	ชื่อเจ้าของ	ประเภทสินค้า/บริการ	เลขทะเบียน/ ประเทศที่จดทะเบียน	ระยะเวลาคุ้มครอง
19		บมจ.พรพรหมเมืงทอล	ท่อน้ำทำจากทองแดง ข้อต่อทำจากทองแดง	ค313986 ประเทศไทย	10 ปี
20		บมจ.พรพรหมเมืงทอล	ท่อน้ำทำจากทองแดง ข้อต่อทำจากทองแดง	ค313987 ประเทศไทย	10 ปี
21		บมจ.พรพรหมเมืงทอล	ฉนวนยางใช้รองหรือหุ้มท่อน้ำ ฉนวนทำจากโฟม พียู ใช้หุ้มท่อตรงจุดติดตั้งสำหรับแขวนหรือค้ำท่อ	ค355846 ประเทศไทย	10 ปี
22		บมจ.พรพรหมเมืงทอล	อะลูมิเนียมแผ่นใช้เป็นโครงสร้างอาคารและหลังคาอาคาร	ค369035 ประเทศไทย	10 ปี
23		บมจ.พรพรหมเมืงทอล	ลวดเชื่อมทำด้วยโลหะใช้เชื่อมเหล็ก ลวดเชื่อมทำด้วยโลหะใช้เชื่อมสแตนเลส	ค372769 ประเทศไทย	10 ปี

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทมีนโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม โดยคำนึงถึงอัตราผลตอบแทนที่เหมาะสมของธุรกิจนั้นๆ สำหรับนโยบายการบริหารจะให้บริษัทย่อยและบริษัทร่วมแต่ละบริษัทประกอบธุรกิจให้มีกำไรด้วยความสามารถในการประกอบธุรกิจของบริษัทนั้นๆ ภายใต้กรอบนโยบายจากบริษัทแม่

ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อยจำนวน 1 แห่ง คือ บริษัท พรีเมียม เฟล็กซ์เบิล แพคเกจจิ้ง จำกัด ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว โดยบริษัทถือหุ้นในอัตราร้อยละ 99.0 มูลค่าเงินลงทุนเท่ากับ 29.7 ล้านบาท

อย่างไรก็ตาม ในอนาคตบริษัทอาจมีการขยายขอบเขตการดำเนินธุรกิจจึงอาจมีการจัดตั้งบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมขึ้นเพื่อเป็นการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจหลักของบริษัท ซึ่งบริษัทมีนโยบายจะส่งกรรมการบริษัทเข้าไปเป็นกรรมการของบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมดังกล่าวเพื่อร่วมกำหนดนโยบายการดำเนินงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันและเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของกลุ่ม

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทไม่มีคดีหรือข้อพิพาททางกฎหมายใดๆ ที่ยังไม่สิ้นสุด ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัทหรือบริษัทย่อยที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัท รวมทั้งไม่มีคดีที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อยอย่างมีนัยสำคัญและไม่มีคดีที่มีได้เกิดจากการประกอบธุรกิจโดยปกติของบริษัทหรือบริษัทย่อยแต่อย่างใด

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

1) ข้อมูลบริษัทที่ออกหลักทรัพย์

ชื่อบริษัท	:	บริษัท พรพรหมเมทัลทอล จำกัด (มหาชน) PORN PROM METAL PUBLIC COMPANY LIMITED
ชื่อย่อหลักทรัพย์	:	PPM
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107547000567
Home Page	:	www.ppm.co.th
ประเภทธุรกิจ	:	จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โลหะเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบอุตสาหกรรมและวัสดุเพื่อใช้ในการก่อสร้าง

ที่ตั้งสำนักงาน

สำนักงานใหญ่	:	229 ถนนนครราชสีมา แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300 โทรศัพท์ 0-2628-6100 (อัตโนมัติ) โทรสาร 0-2628-6122, 0-2628-8591
--------------	---	---

ที่ตั้งคลังสินค้า

คลังสินค้า (ศาลายา)	:	13/7 หมู่ 3 ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม 73170 โทรศัพท์ 034-246-179 โทรสาร 034-246-076
คลังสินค้า (สินโลหะไทย)	:	4/11 หมู่ 5 ซอยบุญญอนอม ถนนมหาวงษ์ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ 10130 โทรศัพท์ 0-2393-1165, 0-2748-5197 โทรสาร 0-2748-5189
คลังสินค้า (ชลบุรี)	:	17/9-10 หมู่ 3 ตำบลหนองข้างคอก อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20000 โทรศัพท์ 038-150-528-31 โทรสาร 038-150-532

จำนวนและชนิดของหุ้นของบริษัท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556)

ทุนจดทะเบียน	จำนวน	160	ล้านบาท
แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ	จำนวน	160	ล้านหุ้น
มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ		1	บาท
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	จำนวน	160	ล้านบาท
แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ	จำนวน	160	ล้านหุ้น
มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ		1	บาท

2) ข้อมูลนิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไปของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของนิติบุคคลนั้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556

ชื่อบริษัท	:	บริษัท พรีเมียม เฟล็กซีเบิล แพคเกจจิ้ง จำกัด PREMIUM FLEXIBLE PACKAGING CO., LTD.
เลขทะเบียนบริษัท	:	0765556000364
ประเภทธุรกิจ	:	ผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว
ที่ตั้งสำนักงาน	:	137 หมู่ที่ 4 ตำบลทับคาง อำเภอยะย้อย จังหวัดเพชรบุรี 76140 โทรศัพท์ 032-439-750 โทรสาร 032-439-752

จำนวนและชนิดของหุ้นของบริษัท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556)

ทุนจดทะเบียน	จำนวน	30	ล้านบาท
แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ	จำนวน	3	ล้านหุ้น
มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ		10	บาท
หุ้นสามัญที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด	จำนวน	3	ล้านหุ้น
อัตราส่วนจำนวนหุ้นที่ถือ	ร้อยละ	99	

3) ข้อมูลบุคคลอ้างอิง

นายทะเบียนหลักทรัพย์	:	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด 62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ 0-2359-1200-1 โทรสาร 0-2359-1259
----------------------	---	---



ผู้สอบบัญชี : นายเมธี รัตนศรีเมธา ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3425 หรือ
นายพิศิษฐ์ ชีวะเรืองโรจน์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 2803
บริษัท เอ็ม อาร์ แอนด์ แอสโซซิเอท จำกัด
705-706 อาคารเจ้าพระยาทาวเวอร์ (โรงแรมแยงกี้ – ลา)
เลขที่ 89 ซอยวัดสวนพลู ถนนเจริญกรุง แขวงบางรัก เขตบางรัก
กรุงเทพมหานคร 10500
โทรศัพท์ 0-2630-7500-5
โทรสาร 0-2630-7506

เลขานุการบริษัท : นางสาวภาวิณี ตรีกาญจนานันท์
โทรศัพท์ 0-2628-6100 ต่อ 775
โทรสาร 0-2628-6122
sec_co776@ppm.co.th

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

- ไม่มี -