

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

จากความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า ซึ่งแตกต่างกันไปตามกลุ่มอุตสาหกรรม และในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมก็มีลักษณะการใช้งานของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างไปตามธุรกิจของลูกค้า ทำให้เกิดความซับซ้อนทั้งในด้านรูปแบบคุณภาพ มาตรฐาน และปริมาณการใช้งาน การจัดการดังกล่าวไม่เพียงแต่การจัดการผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการเท่านั้น แต่ยังมีบริการที่ลูกค้าต้องการให้จัดการ เพื่อสร้างความมั่นใจในด้านการส่งมอบสินค้าที่ตรงตามกำหนด การลดภาระการจัดเก็บสินค้าคงคลังของลูกค้า การให้คำปรึกษาในเรื่องรูปแบบผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและคุ้มค่าสำหรับลูกค้า

ซึ่งกลุ่มลูกค้าของบริษัท ประกอบด้วย ผู้ผลิตเครื่องปรับอากาศ และลูกค้าที่อยู่ในตลาดสินค้าทดแทน เช่น ศูนย์ซ่อมเครื่องปรับอากาศ ศูนย์ซ่อมเครื่องทำความเย็น เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทยังมีฝ่ายวิศวกรรมที่จะช่วยให้คำแนะนำแก่ลูกค้าในการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยบริษัทจะช่วยคำนวณเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าโดยมีคู่แข่งทั้งในและต่างประเทศ ได้แก่ บริษัทที่รับจ้างผลิตคอยล์โดยเฉพาะ เช่นเดียวกับบริษัทและบริษัทผู้ผลิตเครื่องปรับอากาศที่รับจ้างผลิตคอยล์

1.1 นโยบายการประกอบธุรกิจในภาพรวม

วิสัยทัศน์

บริษัท ซี.ไอ.กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) จะเป็นผู้นำด้านการผลิตคอยล์ระดับมาตรฐานสากลในเอเชีย และผลิตภัณฑ์ของซี.ไอ.กรุ๊ปจะเป็นที่ต้องการของผู้ใช้ทั่วโลก

พันธกิจ

1. มุ่งสร้างนวัตกรรม ค้นคว้าวิจัยการผลิตและผลิตภัณฑ์อย่างไม่หยุดยั้ง
2. ได้รับการรับรองกระบวนการผลิต การปฏิบัติงาน และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐานสากล เพื่อพัฒนาและรักษาไว้ซึ่งมาตรฐานการผลิตสินค้าคุณภาพอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดตลอดเวลา
3. รักษาและเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดในประเทศและต่างประเทศ สร้างตลาดใหม่ให้มีความหลากหลายมากขึ้น
4. บริหารจัดการด้วยหลักธรรมาภิบาล บนข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นปัจจุบันด้วยต้นทุนที่เหมาะสม
5. พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง
6. สร้างผลตอบแทนสูงสุดให้กับผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
7. สร้าง Brand ให้เป็นที่รู้จัก
8. เป็นองค์กรแห่งความภาคภูมิใจ (Proud Organization)

วัตถุประสงค์

1. สร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักและมีสินค้าที่เป็นที่ต้องการของลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและมีการบริการที่ประทับใจ
2. กระบวนการผลิตทันสมัย ต้นทุนต่ำ ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

3. สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่โดดเด่นด้านนวัตกรรมที่สามารถสร้างความแตกต่างและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเกินความคาดหมาย
4. พนักงานมีประสิทธิภาพ รักองค์กร
5. เป็นองค์กรที่เป็นที่มุ่งหมายของบุคคลทั่วไปที่จะได้เข้ามาทำงาน
6. สร้างความพึงพอใจให้กับผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท ซี. ไอ. กรุ๊ป จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 20 สิงหาคม 2534 จากการรวมตัวกันของกลุ่มผู้บริหารซึ่งเคยร่วมงานกับบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศของประเทศสหรัฐอเมริกา ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรกจำนวน 10 ล้านบาท โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อประกอบธุรกิจผลิตคอยล์เย็น (Evaporator Coil) คอยล์ร้อน (Condenser Coil) และคอยล์น้ำเย็น (Chilled Water Coil) ซึ่งเป็นส่วนประกอบของเครื่องปรับอากาศ เครื่องทำความเย็น และอุปกรณ์ถ่ายเทความร้อน/ความเย็นประเภทอื่น ๆ เพื่อจำหน่ายในประเทศ จนกระทั่งในปี 2541 บริษัทจึงเริ่มผลิตและจำหน่ายไปยังต่างประเทศ จนกระทั่งในปี 2541 บริษัทจึงเริ่มผลิตและจำหน่ายไปยังต่างประเทศ

ปัจจุบัน บริษัทมีทุนจดทะเบียน 483.394 ล้านบาทและเป็นหนึ่งในผู้ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายคอยล์รายใหญ่ที่สุดในประเทศไทย โดยได้มีการปรับแนวทางการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเพิ่มคุณค่าสร้างความสำเร็จให้กับลูกค้ามากกว่าการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อย่างเดียว

บริษัทมีสำนักงานและโรงงานแห่งแรกตั้งอยู่ ณ จังหวัดปทุมธานี ต่อมาได้ขยายกำลังการผลิตด้วยการก่อสร้างโรงงานผลิตที่ อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี บนเนื้อที่ประมาณ 6 ไร่ และอำเภอเมือง จ.สมุทรปราการ บนเนื้อที่ประมาณ 1 ไร่ ปัจจุบันบริษัทมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่เลขที่ 1/1 หมู่ที่ 7 ถนนบางคูวัด ตำบลบางคูวัด อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี 12000

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจและการบริหารงานในช่วงที่ผ่านมาของบริษัท

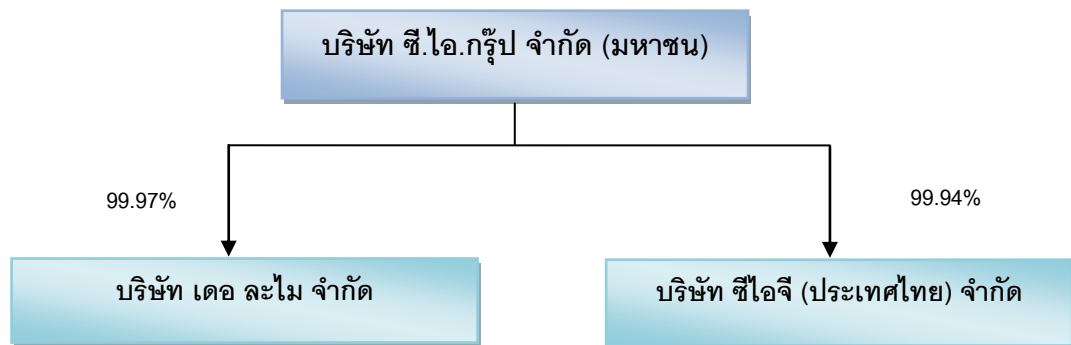
ปี	เหตุการณ์ที่สำคัญ
2543	- สินค้าของบริษัทได้รับการรับรองคุณภาพสินค้าตามมาตรฐานของประเทศแคนาดาจาก Canadian Standards Association ("CSA")* ที่ระดับความดันสูงสุดไม่เกิน 420 PSI (Pound Per Square Inch) ทำให้สามารถขยายตลาดต่างประเทศไปยังประเทศแคนาดา - ได้รับรางวัลผู้จัดจำหน่ายชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศที่มีคุณภาพสูงสุด (Golden Award) จาก บริษัท เทรน (ประเทศไทย) จำกัด - ได้รับใบประกาศจากกรมโรงงานอุตสาหกรรมในการเข้าร่วมโครงการ "Ozone Depleting Substance Phaseout" ในการยกเลิกการใช้สาร Chlorofluorocarbons (CFC) ในกระบวนการผลิตทุกขั้นตอน
2545	- ได้รับการรับรองคุณภาพสินค้าตามมาตรฐานของประเทศสหรัฐอเมริกา จาก Underwriters Laboratories Inc. ("UL") ที่ระดับความดันสูงสุดไม่เกิน 500 PSI ทำให้บริษัทสามารถขยายตลาดต่างประเทศได้มากขึ้น โดยเฉพาะในประเทศสหรัฐอเมริกา - ได้รับรางวัลผู้จัดจำหน่ายดีเด่น (Best Supplier) จาก บริษัท เทรน (ประเทศไทย) จำกัด

ปี	เหตุการณ์ที่สำคัญ
2546	- ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 - ควบรวมกิจการกับบริษัท ซีที อินเทอร์เน็ต จำกัด และจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทใหม่ ด้วยทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้ว 94 ล้านบาท - ได้รับการประเมินจากบริษัท เทรน (ประเทศไทย) จำกัด ด้วยคะแนนดีเยี่ยมจากกลุ่มผู้จัดจำหน่ายชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศ ในเรื่องของคุณภาพสินค้า การจัดส่งสินค้าที่ตรงเวลาราคาสินค้า บริการ รวมถึงความปลอดภัยของสินค้า - เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 94 ล้านบาท เป็น 120 ล้านบาท โดยการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 260,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท ให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วน
2547	- ได้การรับรองคุณภาพสินค้า UL ตามมาตรฐานของประเทศสหรัฐอเมริกาสำหรับสินค้าของบริษัททุกระดับความดันสูงสุดไม่เกิน 540 PSI - บริษัทได้ดำเนินการแปลงสภาพเป็นบริษัทมหาชน เปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จากเดิม 100 บาท เป็น 1 บาท รวมทั้งเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 120 ล้านบาท เป็น 165 ล้านบาท - ได้รับรางวัล Best Performance สำหรับ Service & Special Project จากบริษัท เทรน (ประเทศไทย) จำกัด จากการให้บริการที่ดี การจัดส่งสินค้าที่ตรงเวลา คุณภาพสินค้า รวมทั้งการให้คำปรึกษาในการออกแบบระบบคอยล์ในเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่สำหรับโครงการต่าง ๆ
2548	- เสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 41 ล้านหุ้นต่อประชาชนและจำนวน 4 ล้านหุ้นต่อกรรมการและพนักงานของบริษัท - เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ ในวันที่ 27 มกราคม 2548 - ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น ประจำปี 2548 ประเภทการบริหารอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม จากนายกรัฐมนตรี จัดโดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม - เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 165 ล้านบาท เป็น 247.50 ล้านบาท โดยการเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมจำนวนไม่เกิน 82,500,000 หน่วยในอัตราส่วน 2 หุ้นสามัญเดิม ต่อ 1 หน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ (เศษที่เกิดจากการคำนวณให้ปัดเศษทิ้ง)
2549	- บริษัทฯ ลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัท เอวีวี จำกัด ซึ่งเป็นลูกค้าของบริษัท จำนวน 14,000 หุ้น เป็นจำนวนเงินรวมทั้งสิ้น 11.80 ล้านบาท - ได้รับอนุญาตให้ออกใบสำคัญแสดงสิทธิฯ จากสำนักงาน ก.ล.ต. เมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2549
2550	- เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 247.50 ล้านบาท เป็น 350 ล้านบาท โดยการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุน จำนวนไม่เกิน 85.50 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท ให้แก่ประชาชน (Public Offering) และรอรับการปรับสิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิซื้อหุ้นสามัญของบริษัท รุ่นที่ 1 ที่อาจได้รับผลกระทบจากการเสนอขายหุ้นกับประชาชนในครั้งนี้จำนวน 17.00 ล้านหุ้น - เปิดดำเนินการโรงงานใหม่ของบริษัท ที่ตั้งอยู่ ณ นิคมอุตสาหกรรมปิ่นทอง จ.ชลบุรี - ได้รับอนุญาตให้เสนอขายหุ้นสามัญต่อประชาชน จำนวนไม่เกิน 85.50 ล้านหุ้น จากสำนักงาน ก.ล.ต. เมื่อวันที่ 26 ตุลาคม 2550

ปี	เหตุการณ์ที่สำคัญ
	ขายหุ้นสามัญบริษัท เอวิวิ จำกัด จำนวน 14,000 หุ้น
2551	- บริษัทลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัท เดอ ละไม จำกัด ซึ่งทำธุรกิจโรงแรมที่ อ.เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี จำนวน 999,680 หุ้น เป็นจำนวนเงินรวมทั้งสิ้น 144.95 ล้านบาท - อนุมัติโครงการซื้อหุ้นคืนเพื่อบริหารทางการเงิน (Treasury Stock) ระยะเวลาที่จะซื้อคืน ตั้งแต่วันที่ 18 พ.ย. 2551 – 17 พ.ค. 2552
2552	- เปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นของบริษัท จากหุ้นละ 1 บาท (หนึ่งบาท) เป็นหุ้นละ 0.50 บาท และเปลี่ยนแปลงจำนวนหุ้นสามัญของบริษัทจาก 350,000,000 หุ้น เป็น 700,000,000 หุ้น ทั้งนี้ จึงส่งผลให้จำนวนหุ้นสามัญที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม คือ จำนวน 251,592,417 หุ้น เป็นจำนวน 503,184,834 หุ้น - บริษัทได้ซื้อหุ้นคืนเป็นจำนวนทั้งสิ้น 3,194,800 หุ้น (Par 1 บาท) คิดเป็น 1.27% ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด และได้จำหน่ายหุ้นที่ซื้อคืนไปแล้วทั้งหมดเป็นจำนวน 6,389,600 หุ้น (Par 0.50) บาท) - ได้รับรางวัล Best Performance สำหรับ Service & Special Project 2009 จากบริษัท เทรน (ประเทศไทย) จำกัด จากการให้บริการที่ดี การจัดส่งสินค้าที่ตรงเวลา คุณภาพสินค้า รวมทั้งการให้คำปรึกษาในการออกแบบระบบคอยล์ในเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่สำหรับโครงการต่าง ๆ - ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2008
2553	- ได้รับอนุมัติจากที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นให้ออกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท เพื่อเสนอขายให้แก่กรรมการและพนักงานของบริษัท ครั้งที่ 1 (ESOP-1) โดยไม่คิดมูลค่า จำนวน 25,100,000 หน่วย - ได้รับอนุมัติจากที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นให้ออกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทครั้งที่ 2 (CIG-W2) ให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทโดยไม่คิดมูลค่า จำนวนไม่เกิน 219,611,940 หน่วย โดยจัดสรรในอัตรา 1 หุ้นเดิม : 0.43637118 หน่วย CIG-W2 - เพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 350 ล้านบาท เป็น 390 ล้านบาท มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท - จ้างผู้เชี่ยวชาญชาวเยอรมันซึ่งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมการผลิตคอยล์มาช่วยให้คำปรึกษาเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีของบริษัทให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
2554	- ได้รับอนุมัติจากที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นให้ออกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทครั้งที่ 3 (CIG-W3) ให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทโดยไม่คิดมูลค่าจำนวนไม่เกิน 3,048,173,915 หน่วย โดยจัดสรรในอัตรา 1 หุ้นเดิม : 5 หน่วย CIG-W3 - ลดและเพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 390 ล้านบาท เป็น 442 ล้านบาท มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท
2555	- CIG-W2 หมดอายุโดยมีจำนวนหุ้นคงเหลือ 13,555,079 หุ้น - ธนาคารกรุงศรีอยุธยาได้โอนภาระหนี้ของบริษัทเดอละไม จำกัด ให้บรรษัทบริหารสินทรัพย์กรุงเทพเป็นผู้เรียกร้อง - CIG-W3 หมดอายุโดยมีจำนวนหุ้นคงเหลือ 213,003,580 หุ้น

ปี	เหตุการณ์ที่สำคัญ
2556	24 เม.ย. : จัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2556 24 เม.ย. : ได้รับอนุมัติจากที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นให้ออกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทรุ่นที่ 4 (CIG-W4) ให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทโดยไม่คิดมูลค่าจำนวนไม่เกิน 601,836,915 หน่วย โดยจัดสรรในอัตรา 1 หุ้นเดิม : 2 หน่วย CIG-W4 14 มิ.ย. : ESOP-1 หมดอายุโดยมีจำนวนหุ้นคงเหลือ 1,761,399 หุ้น 30 มิ.ย. : บริษัทย่อย (บ.ซี.ไอ.จี (ประเทศไทย) จำกัด) ลงนามในสัญญาขายเงินลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัท เงินใจ ซีไอ ฮีตติ้ง แอนด์รีฟริกเกอร์เรชั่น อีคิวไ่มันด์ แมนูแฟกเจอร์ จำกัด ในราคา 17.55 ล้านบาทแก่บริษัทในประเทศไทยที่ไม่เกี่ยวข้องกัน

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



บริษัทฯ มีบริษัทย่อย 2 บริษัท ดังนี้:

(1) บริษัท เดอ ละไม จำกัด

บริษัทฯ ถือหุ้นสามัญในบริษัทย่อย จำนวน 999,680 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 99.97 ของทุนจดทะเบียนที่ออกและเรียกชำระแล้วของบริษัทย่อย โดยบริษัทย่อยดำเนินธุรกิจโรงแรมบนเกาะสมุย ภายใต้ชื่อ โรงแรมสมญาบุรา (Samaya Bura Hotel) ที่ตั้งอยู่ ณ เลขที่ 171/4-9 หมู่ที่ 4 ต.มะเร็ต อ.เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ทะเบียนเลขที่ 0845547005846 โดยมีทุนจดทะเบียน 100,000,000 บาท มูลค่าหุ้นละ 100 บาท

(2) บริษัท ซีไอจี (ประเทศไทย) จำกัด

บริษัทฯ ถือหุ้นสามัญในบริษัทย่อย จำนวน 499,700 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 99.94 ของทุนจดทะเบียนที่ออกและเรียกชำระแล้วของบริษัทย่อย โดยบริษัทย่อยดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่าย อุปกรณ์และชิ้นส่วนของเครื่องปรับอากาศและเครื่องทำความเย็นรวมไปถึงเป็นตัวแทนในการจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการอื่นตามความเหมาะสม บริษัทย่อยตั้งอยู่ ณ เลขที่ 1/1 หมู่ 7 ถ.บางคูวัด ต.บางคูวัด อ.เมือง จ.ปทุมธานี ทะเบียนเลขที่ 0135554002471 โดยมีทุนจดทะเบียน 25,000,000 บาท มูลค่าหุ้นละ 100 บาท

บริษัทย่อยทั้ง 2 แห่ง ปัจจุบันมีกรรมการบริษัท 3 ท่าน ได้แก่ นายอารีย์ พุ่มเสนาะ, นายธีระ พุ่มเสนาะ และนาย ไสว ฉัตรชัยรุ่งเรือง โดยกรรมการซึ่งลงชื่อผูกพันบริษัทได้คือ กรรมการสองคนลงลายมือชื่อร่วมกัน และประทับตราสำคัญของบริษัท

บริษัทร่วม (ลงทุนผ่านบริษัทย่อย) ได้แก่

(1) บริษัท เงินใจ ซีไอ ฮีทติ้ง แอนด์รีฟริเกอเรชั่น อีควิปเมนต์ แมนูแฟคเจอร์ จำกัด

บริษัทฯ ได้ทำการขายหุ้นในบริษัท เงินใจ ซีไอ ฮีทติ้ง แอนด์รีฟริเกอเรชั่น อีควิปเมนต์ แมนูแฟคเจอร์ จำกัด ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์และชิ้นส่วนของเครื่องปรับอากาศและเครื่องทำความเย็น (คอยล์) ตั้งอยู่ ณ เลขที่ 73 ถ.อุบลราชธานี อ.จันทบุรี จ.จันทบุรี 593 เมืองเงินใจ มณฑลอุบลราชธานี สาธารณรัฐประชาชนจีน โดยบริษัทย่อยถือหุ้นในอัตราร้อยละ 25 ของทุนจดทะเบียน โดยมีทุนจดทะเบียน 100,000,000 หยวน (ประมาณ 500,000,000 บาท) ให้แก่บริษัทในประเทศไทยที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกัน ในราคา 17.55 ล้านบาทในวันที่ 30 มิถุนายน 2556 และรับรู้กำไรจากเงินลงทุนเป็นจำนวนเงิน 2.19 ล้านบาทในไตรมาสที่ 2 ปี 2556 แล้ว

1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

----- ไม่มี -----

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจ 3 ประเภท ได้แก่ ธุรกิจการผลิต เพื่อขายและส่งออก (ธุรกิจหลัก) ดำเนินการโดยบริษัทแม่ บริษัท ซี.ไอ.กรุ๊ป จำกัด(มหาชน), ธุรกิจโรงแรม ดำเนินการโดย บริษัท เดอ ละไม จำกัด และธุรกิจ trading ดำเนินการโดย บริษัท ซี.ไอ.จี (ไทยแลนด์) จำกัด ที่ซึ่งเป็นธุรกิจย่อย โดยสามารถสร้างรายได้ให้กับบริษัทดังนี้

โครงสร้างรายได้ของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ตั้งแต่ปี 2554 – 2556

(หน่วย : พันบาท)

สายผลิตภัณฑ์/กลุ่มธุรกิจ	% การถือหุ้นของ บริษัทแม่	2556	%	2555	%	2554	%
รายได้จากการขาย-บริการ							
• ในธุรกิจการผลิต (CIG)	100	980,908.00	92.06	933,661.18	90.48	1,059,791.87	93.07
• ในธุรกิจโรงแรม (De Lamai)	99.97	24,950.76	2.34	25,207.71	2.44	25,664.36	2.25
• ในธุรกิจ trading (CIG (Thailand))	99.96	9,886.25	0.93	-	-	-	-
รายได้อื่นๆ							
• ในธุรกิจการผลิต (CIG)	100	46,584.31	4.37	72,644.07	7.04	52,891.97	4.64
• ในธุรกิจโรงแรม (De Lamai)	99.97	713.62	0.07	326.98	0.03	449.53	0.03
• ในธุรกิจ trading (CIG (Thailand))	99.96	2,417.73	0.23	56.33	0.01	30.95	0.01
รวม		1,065,460.67	100.00	1,031,896.27	100.00	1,138,828.68	100.00

หมายเหตุ : CIG หมายถึง บริษัท ซี.ไอ.กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

DE LAMAI หมายถึง บริษัท เดอ ละไม จำกัด

CIG(THAILAND) หมายถึง บริษัท ซี.ไอ.จี (ประเทศไทย) จำกัด

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทแม่ประกอบธุรกิจหลักในการผลิตคอยล์เย็น (Evaporator Coil) คอยล์ร้อน (Condenser Coil) และคอยล์น้ำเย็น (Chilled Water Coil) ซึ่งเป็นชิ้นส่วนหลักในเครื่องปรับอากาศ เครื่องทำความเย็น และอุปกรณ์ถ่ายเทความร้อน/ความเย็นประเภทอื่น ๆ

ลักษณะการทำงานของคอยล์เย็นและคอยล์ร้อนจะทำหน้าที่ต่างกัน โดยคอยล์เย็นซึ่งมีสารทำความเย็นไหลเวียนอยู่ภายใน จะทำหน้าที่ดูดความร้อนจากลมที่ผ่านคอยล์ ทำให้ลมที่ผ่านออกมาเป็นลมเย็น ในขณะที่คอยล์ร้อนจะทำหน้าที่ระบายความร้อนจากสารทำความเย็นที่ไหลเวียนออกจากคอยล์เย็น ด้วยลมที่ผ่านคอยล์ร้อน สำหรับคอยล์น้ำเย็นจะมีลักษณะการทำงานเช่นเดียวกับคอยล์เย็น เพียงแต่ใช้น้ำเย็นเป็นสื่อกลางแทนสารทำความเย็น โดยปกติถ้าเป็นเครื่องปรับอากาศชนิดแยกส่วน (Split Type) ส่วนที่เป็นคอยล์เย็นซึ่งเป็นส่วนประกอบใน Fan Coil Unit จะถูกติดตั้งอยู่ภายในห้องหรืออาคาร ขณะที่คอยล์ร้อนซึ่งเป็นส่วนประกอบอยู่ใน Condensing Unit จะถูกติดตั้งอยู่ภายนอกห้องหรืออาคาร

ส่วนประกอบหลักที่ใช้ในการผลิตคอยล์เย็น คอยล์ร้อน และคอยล์น้ำเย็น ประกอบด้วย

- 1.) ท่อทองแดง : เป็นอุปกรณ์ที่ใช้เป็นทางเดินของสารทำความเย็นสำหรับคอยล์เย็นและคอยล์ร้อน หรือน้ำเย็นสำหรับคอยล์น้ำเย็น ท่อทองแดงที่ใช้ในการผลิตคอยล์แต่ละขนาดจะมีเส้นผ่าศูนย์กลางแตกต่างกัน ปัจจุบันท่อทองแดงที่ใช้ในการผลิตคอยล์ของบริษัทมีตั้งแต่เส้นผ่าศูนย์กลางขนาด 5, 7 มิลลิเมตร 5/16 นิ้ว 3/8 นิ้ว 1/2 นิ้ว 5/8 นิ้ว และ 1/4 นิ้ว
- 2.) อลูมิเนียม : เป็นส่วนประกอบที่นำมาผลิตเป็นฟิน (Fin) ซึ่งใช้เพื่อกระจายความร้อนหรือความร้อน โดยจะนำอลูมิเนียมมาผ่านเครื่องปั๊มฟิน เพื่อทำการเจาะรูและขึ้นรูปตามแบบต่างๆ เช่น แบบ Supper Slit Fin แบบ Corrugated Fin แบบ Wave Slit แบบ Sine Wave และ แบบ Louvered Fin ทั้งนี้ ลักษณะของฟินแต่ละชนิดขึ้นอยู่กับ Specification ของลูกค้าแต่ละราย ซึ่งลักษณะที่ต่างกันจะมีผลต่อคุณสมบัติของการถ่ายเทความร้อนหรือความร้อน
- 3.) แผ่นเหล็กชุบสังกะสี : เป็นส่วนประกอบที่จะนำมาตัดเป็นชิ้นเพื่อใช้สำหรับปิดหัวและท้ายของคอยล์ (End Plate)

โดยลักษณะผลิตภัณฑ์ของบริษัทแม้สามารถแยกได้ตามขนาดและลักษณะการใช้งานได้ดังนี้

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะการใช้งาน
1. คอยล์เย็น 1.1 ขนาด 1-5 ตัน  1.2 ขนาด 5-100 ตัน 	ใช้เป็นส่วนประกอบสำหรับเครื่องปรับอากาศขนาดเล็กที่ใช้ภายในห้องแบบแยกส่วน (Split Type) แบบติดหน้าต่าง (Window Type) แบบติดผนัง (Wall Type) และแบบตู้ (Package Type) ใช้เป็นส่วนประกอบสำหรับเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ Air Handling Unit และห้องเย็น

2. คอยล์ร้อน • ขนาด 1-5 ตัน  • ขนาด 5-100 ตัน 	ใช้เป็นส่วนประกอบสำหรับเครื่องปรับอากาศขนาดเล็กที่ใช้ในห้องแบบแยกส่วน (Split Type) แบบติดหน้าต่าง (Window Type) แบบติดผนัง (Wall Type) และแบบตู้ (Package Type) ใช้เป็นส่วนประกอบสำหรับเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ทั้งแบบ แนวนอน และแนวตั้ง (Horizontal & Vertical Type) และตู้ทำความเย็น
3. คอยล์น้ำเย็น ขนาด 1 -100 ตัน 	ใช้เป็นส่วนประกอบสำหรับระบบทำความเย็นขนาดใหญ่ที่ใช้น้ำเป็นตัวกลางในการถ่ายเทความร้อน ซึ่งส่วนใหญ่จะนิยมใช้ในอาคารสำนักงานขนาดใหญ่ รวมถึงห้างสรรพสินค้า และห้องเย็น เป็นต้น
4. ผลิตภัณฑ์อื่นๆ 	เป็นส่วนประกอบของคอยล์ เพื่อใช้ในการเชื่อมทางเดินของสารทำความเย็น ซึ่งขึ้นอยู่กับแบบที่ลูกค้ากำหนด เช่น ท่อทองแดงแบบโค้งกลับ (Return bend หรือ U-bend) ที่มีเส้นผ่าศูนย์กลางขนาด 5/16 นิ้ว 3/8 นิ้ว 1/2 นิ้ว 5/8 นิ้ว 3/4 นิ้ว 1/4 นิ้ว และ 7/8 นิ้ว และท่อทองแดงที่เป็น Header (เพื่อเชื่อมต่อทางเข้าออกของสารทำความเย็น) ซึ่งมีลักษณะแตกต่างกัน เช่น - แบบ Butterfly - แบบ Cross-Over - แบบ Three Ways Cross Over - แบบ Strainer - แบบ Distributor

บริษัทย่อย

(1) บริษัท เดอ ละไม จำกัด

บริษัท เดอ ละไม จำกัด ประกอบธุรกิจโรงแรม โดยใช้ชื่อว่า โรงแรมสมญาบุรา ตั้งอยู่ ณ เลขที่ 171/4-9 หมู่ 4 ต.มะเร็ต อ.เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี เพื่อให้เช่าที่พักอาศัย จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม การจัดประชุมและจัดเลี้ยง รวมถึงการให้บริการอื่น ๆ เกี่ยวกับธุรกิจโรงแรม ขนาด 3 ชั้น ประกอบด้วยห้องพักจำนวน 67 ห้อง รวมถึงห้องจัดเลี้ยงและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ บริษัทฯ ได้ขยายธุรกิจเพื่อเพิ่มรายได้ โดยการเช่าซื้อโรงแรมเดอะรัม ขนาด 4 ชั้น ประกอบด้วยห้องพักจำนวน 30 ห้อง ตั้งอยู่บนหาดเฉวง อ.เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี

ผลประกอบการของธุรกิจการโรงแรมเริ่มกลับเข้าสู่เป้าหมายที่บริษัทฯ ตั้งไว้แต่อาจจะยังไม่แสดงผลให้เห็นได้มากนัก เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ธุรกิจย่อยจะสามารถบริหารจัดการและรับผิดชอบตัวเองได้ไม่ส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของบริษัทแม่ โรงแรมสมญาบุรา ยังคงเดินหน้าโดยการปรับกลยุทธ์ด้านการตลาดให้มีความผสมผสานทั้งการดำเนินการด้าน Customer Relation Management (CRM) กับกลุ่มลูกค้าเก่า และเน้นกระตุ้นลูกค้าใหม่ ร่วมกับการจัดทำโรดโชว์ทั้งในและต่างประเทศ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับตัวแทน (agent) บริษัททัวร์รายสำคัญทั้งในและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง

Bangkok Sales Office:

Travels Choices Co., Ltd.

101/81 Maneeva Village Soi 6, Moo 2, Rattana Thibeth Road., Saima, Muang, Nonthaburi 11000

Tel: +66(0) 2595 8126 - 27 | Fax: +66(0) 2922 2677

E-mail: sales@travellerchoices.com | Website: www.travellerchoices.com



| Samaya Bura | Koh Samui | www.samayabura.com



ภาวะอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย

ในระยะ 11 เดือนแรกของปี 2556 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นถึง ร้อยละ 21 โดยคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติตลอดปี 2556 ประมาณ 26.69 ล้านคน สร้างรายได้ 1.16 ล้านล้านบาท และ ปี 2557 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวประมาณ 29.92 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.1 สร้างรายได้ถึง 1.35 ล้านล้านบาท สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวไทยที่เข้มแข็ง แม้ว่าจะมีสถานการณ์การชุมนุมประท้วงรัฐบาลอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ช่วงปลายเดือนตุลาคม 2556 กระจ่ายไปในหลายพื้นที่

ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.) เปิดเผยว่า จะเห็นได้ว่าตลอดช่วงหลายปีที่ผ่านมา แม้ว่าจะมีปัจจัยกระทบต่อภาคการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด ทั้งปัญหาภัยธรรมชาติ สถานการณ์ทางการเมืองในประเทศ รวมถึงการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก แต่ภาคท่องเที่ยวก็ได้แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการปรับตัวและภูมิคุ้มกันอันเข้มแข็ง สามารถฟื้นตัวได้อย่างรวดเร็วเสมอ ประกอบกับการที่ปัจจุบันภาคบริการเป็นภาคที่มีสัดส่วนของ GDP สูงที่สุด และมีการจ้างแรงงานจำนวนมาก เป็นความคาดหวังที่จะช่วยผลักดันเศรษฐกิจ

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการท่องเที่ยว ไตรมาส 4 ปี 2556 เท่ากับ 102 และเป็นปีแรกที่มีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการในทุกไตรมาสกลับเข้าสู่ภาวะปกติหลังจากที่อยู่ในระดับต่ำกว่าปกติมาตลอดช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

จากการคาดการณ์ในไตรมาส 1 ปี 2557 ซึ่งเท่ากับ 100 กลับอยู่ในระดับต่ำกว่าที่เคยคาดการณ์ในไตรมาส 1 ปี 2554-2556 (107,112 และ 106) เนื่องจากผู้ประกอบการเริ่มมีความไม่มั่นใจในสถานการณ์การเมือง และปัญหาเศรษฐกิจในประเทศ

ในช่วงที่ผ่านมาผู้ประกอบการส่วนใหญ่ (ร้อยละ 38) ประสบปัญหาขาดแคลนแรงงาน โดยเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ธุรกิจนำเที่ยว และธุรกิจอาหารเครื่องดื่ม ซึ่งภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้เป็นภาคที่มีปัญหาขาดแคลนแรงงานมากที่สุด ทั้งนี้ ตำแหน่งพนักงานต้อนรับ และพนักงานฝ่ายขายเป็นตำแหน่งที่มีความขาดแคลนมากที่สุด ส่วนหนึ่งเป็นเพราะแรงงานที่มีทักษะทางด้านภาษาและทักษะการให้บริการมีจำนวนไม่เพียงพอต่อจำนวนสถานประกอบการการท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นจึงทำให้ผู้ประกอบการต้องมีการซื้อตัวพนักงานที่มีทักษะที่ดี หรือมีฐานลูกค้าที่สำคัญจากคู่แข่ง จนอาจส่งผลกระทบต่อระบบฐานเงินเดือนของธุรกิจ

นอกจากนี้การที่ประเทศจีนได้ประกาศใช้กฎหมายคุ้มครองนักท่องเที่ยวชาวจีนส่งผลให้การเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนชะลอตัวลงนับตั้งแต่เดือนตุลาคม โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ (ร้อยละ 35) ประเมินว่าธุรกิจของตนไม่ได้รับผลกระทบในขณะที่ร้อยละ 33 ประเมินว่าธุรกิจของตนแย่ลง และร้อยละ 24 ประเมินว่าธุรกิจดีขึ้นผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบทางลบมากที่สุดคือผู้ประกอบการในกรุงเทพฯและภาคเหนือ ซึ่งเป็นจุดหมายหลักของนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และโรงแรมที่มีค่าห้องระดับกลาง (ไม่เกิน 1,000 บาทต่อคืน) ซึ่งเป็นกลุ่มที่รับนักท่องเที่ยวกรุ๊ปทัวร์จากจีนเป็นหลัก ทั้งนี้ผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบทางลบส่วนใหญ่ คาดการณ์ว่าสถานการณ์จะฟื้นตัวกลับมาเป็นปกติได้ในช่วงปลายปี 2557

ในไตรมาสที่4/2556 คาดว่ามีนักท่องเที่ยวต่างชาติ ประมาณ 7.02 ล้านคน ต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้ในไตรมาสก่อนเล็กน้อย (140,000 คน) และตลอดปี 2556 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติรวม 26.69 ล้านคน สร้างรายได้ประมาณ 1.16 ล้านล้านบาท แต่ที่น่าสังเกตคือ ปีนี้เป็นปีแรกที่รายได้เฉลี่ยต่อคนจากนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงเล็กน้อยจากที่เคยเพิ่มขึ้นมาโดยตลอดถึงร้อยละ 8.5 และ 9 ในปี 2554 และ 2555

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมายังประเทศไทยและรายได้ด้านการท่องเที่ยว

ปี	นักท่องเที่ยว (คน)	การขยายตัว (ร้อยละ)	รายได้ท่องเที่ยว (ล้านบาท)	การขยายตัว (ร้อยละ)
2554	19,098,323	19.84	775,000*	32.26
2555	22,303,065	16.00	926,500	19.40
2556	26,735,583	19.60	1,171,651.42	19.08

ที่มา : กรมการท่องเที่ยว / การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

หมายเหตุ : * ประมาณการโดย บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด

(2) บริษัท ซีไอจี (ประเทศไทย) จำกัด

ภาพรวมของธุรกิจ

บริษัท ซีไอจี (ประเทศไทย) จำกัด ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์และชิ้นส่วนของเครื่องปรับอากาศ และเครื่องทำความเย็นรวมไปถึงเป็นตัวกลางในการจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการอื่น

ปีที่ผ่านมายังคงเป็นปีที่บริษัท ซีไอจี (ประเทศไทย) จำกัด ติดต่อผู้ผลิต ผู้ค้า สินค้าที่เป็นความต้องการของตลาดในประเทศ เช่น หลอดไฟประหยัดพลังงาน หรือผลิตภัณฑ์ประหยัดพลังงานอื่นๆ และเริ่มนำท่อทองแดงเข้ามาขายขณะนี้อยู่ระหว่างการวางแนวทางธุรกิจให้ชัดเจนขึ้น จึงยังเกิดรายได้ไม่มากนัก

2.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

2.2.1 กลยุทธ์การแข่งขัน

1. คุณภาพของสินค้า

บริษัทมีนโยบายที่จะมุ่งเน้นพัฒนาคุณภาพของสินค้าเพื่อให้ได้มาตรฐานระดับสากล ตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต โดยจะมีการตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบที่สั่งซื้ออยู่เป็นประจำ ตลอดจนมีการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพสินค้าในทุกขั้นตอนการผลิตตั้งแต่เริ่มต้นการผลิตจนถึงขั้นตอนสุดท้าย ก่อนที่จะส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้า เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าที่ผลิตได้ของบริษัทมีคุณภาพได้มาตรฐานและตรงตามความต้องการของลูกค้า โดยจะเห็นได้จากการที่บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานระบบคุณภาพ ISO 9001: 2008 รวมทั้งสินค้าของบริษัทได้รับการรับรองมาตรฐาน CSA และ UL ซึ่งการได้รับการรับรองมาตรฐาน CSA และ UL ดังกล่าว ส่งผลทำให้บริษัทมีข้อได้เปรียบในการส่งสินค้าไปขายยังต่างประเทศ โดยเฉพาะในประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศแคนาดา เนื่องจากสินค้าที่จะสามารถส่งไปขายยังประเทศเหล่านี้ได้จะต้องได้รับการรับรองมาตรฐานซึ่งเป็นที่ยอมรับในประเทศนั้น ๆ นอกจากนี้ บริษัทยังมีความได้เปรียบในการขายสินค้าให้กับผู้ผลิตเครื่องปรับอากาศในประเทศซึ่งจะต้องใช้ชิ้นส่วนที่ได้รับการรับรองมาตรฐานดังกล่าว เพื่อประกอบเป็นเครื่องปรับอากาศและส่งออกไปจำหน่ายยังประเทศดังกล่าวด้วยเช่นเดียวกัน

2. ความสามารถในการผลิตสินค้าตามที่ลูกค้าต้องการและการให้คำแนะนำแก่ลูกค้าในการออกแบบผลิตภัณฑ์

บริษัทได้มีการปรับปรุงกระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มศักยภาพในการผลิตสินค้า โดยมีการพัฒนาฝีมือและความชำนาญของพนักงาน รวมทั้งมีการสั่งซื้อเครื่องจักรใหม่ๆ เพื่อเพิ่มความหลากหลายในการผลิตคอยล์ เนื่องจากเครื่องจักรแต่ละเครื่องมีประสิทธิภาพจำกัด และสามารถผลิตชิ้นส่วนได้บางชนิดเท่านั้น การซื้อเครื่องจักรใหม่จะช่วยให้บริษัทผลิตสินค้าได้หลายประเภทมากขึ้น ซึ่งจะทำให้บริษัทตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้นตามไปด้วย นอกจากนี้ บริษัทยังมีฝ่ายวิศวกรรมที่จะให้คำปรึกษาและคำแนะนำในการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยลูกค้าจะแจ้งถึงวัตถุประสงค์ในการใช้งานของคอยล์ที่ต้องการ บริษัทจะใช้ข้อมูลดังกล่าวเพื่อคำนวณขนาดของคอยล์ และขนาดของ Header ให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าแต่ละราย ซึ่งการให้บริการดังกล่าวจะช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าได้เพิ่มมากขึ้น

3. การเน้นการให้บริการให้เป็นที่พึงพอใจแก่ลูกค้า

บริษัทมีการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า โดยจะมีเจ้าหน้าที่ทางการตลาดทำหน้าที่ติดต่อกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรับฟังปัญหา ให้คำแนะนำ และสอบถามความต้องการของลูกค้า เช่น ให้คำแนะนำลูกค้าที่มีปัญหาในการนำผลิตภัณฑ์ของบริษัทไปใช้ในกระบวนการผลิต สอบถามความต้องการของลูกค้าที่ต้องการผลิตภัณฑ์แบบใหม่ๆ และนำไปพิจารณาร่วมกับฝ่ายวิศวกรรม เพื่อช่วยลูกค้าออกแบบสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุด รวมทั้งมีการให้ลูกค้าประเมินความพึงพอใจในการให้บริการ เช่น คุณภาพสินค้า การส่งมอบ ราคาสินค้า การแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้รวดเร็วตามความต้องการ เพื่อบริษัทจะได้นำข้อมูลมาพิจารณาเพื่อพัฒนาบริการให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งนับเป็นข้อได้เปรียบของบริษัทที่มีเหนือกว่าสินค้าของคู่แข่งจากต่างประเทศ ทั้งจากจีน และมาเลเซีย ที่มีการบริการหลังการขายนั้นยังไม่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้มาก

4. ความรวดเร็วและความแน่นอนในการส่งสินค้า

บริษัทให้ความสำคัญต่อการจัดส่งสินค้าที่ตรงต่อเวลา จะเห็นได้จากที่ผ่านมา บริษัท เทรน (ประเทศไทย) จำกัด ได้ทำการประเมินผลงานของผู้จัดจำหน่ายชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศ (Supplier Performance Evaluation Report) ในด้านความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า โดยบริษัทได้รับการประเมินให้อยู่ในเกรด A ซึ่งการได้รับการประเมินจากผู้ผลิตเครื่องปรับอากาศที่มีชื่อเสียงดังกล่าว ส่งผลทำให้สินค้าของบริษัทได้รับการยอมรับจากลูกค้ารายอื่นเพิ่มมากขึ้นด้วย ทั้งนี้ บริษัทจะรักษาความตรงต่อเวลาในการจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าทุกรายอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ ในกรณีที่ลูกค้าของบริษัทมีข้อจำกัดในเรื่องการเก็บ Stock บริษัทสามารถผลิตสินค้าให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วตรงตามเวลาที่ลูกค้าต้องการ ส่งผลทำให้บริษัทมีข้อได้เปรียบเหนือคู่แข่งในอุตสาหกรรมค่อนข้างสูง

2.2.2 ลักษณะลูกค้าและลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าของบริษัทสามารถจำแนกประเภทได้ดังนี้

1. ลูกค้าในประเทศ

(ก) กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ผลิตเครื่องปรับอากาศ

เนื่องจากคอยล์ที่บริษัทผลิตนั้นจะถูกนำไปใช้เป็นส่วนประกอบของเครื่องปรับอากาศเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัท คือ ผู้ผลิตเครื่องปรับอากาศยี่ห้อต่างๆ โดยเฉพาะผู้ผลิตที่มีนโยบายหลักที่จะสั่งซื้อชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศจากแหล่งภายนอก เพื่อนำมาประกอบเป็นผลิตภัณฑ์ของตัวเอง โดยลูกค้ารายใหญ่ของบริษัทส่วนใหญ่จะเป็นผู้ผลิตเครื่องปรับอากาศยี่ห้อที่เป็นที่รู้จักทั้งในประเทศและต่างประเทศ ได้แก่ ผู้ผลิตเครื่องปรับอากาศยี่ห้อทราน (Trane) ผู้ผลิตเครื่องปรับอากาศยี่ห้อแครีเยอร์ (Carrier) และผู้ผลิตเครื่องปรับอากาศยี่ห้อฟูจิซึ (Fujitsu) เป็นต้น ซึ่งคุณภาพของสินค้าและความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าถือเป็นปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจสั่งซื้อของลูกค้ากลุ่มนี้ ดังนั้นการที่บริษัทได้รับการยอมรับในด้านคุณภาพจากสถาบันรับรองมาตรฐานต่างๆ รวมทั้งความสามารถในการผลิตและจัดส่งให้แก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ตรงตามเวลาที่ลูกค้าต้องการ ทำให้ลูกค้ากลุ่มนี้สั่งซื้อสินค้าจากบริษัทอย่างต่อเนื่อง และเป็นลูกค้าของบริษัทมานานกว่า 10 ปี ยกเว้น ฟูจิซึ ซึ่งเป็นลูกค้ารายใหม่ นอกจากนี้แนวโน้มที่ลูกค้ากลุ่มนี้จะหันมาผลิตชิ้นส่วนเองนั้นมีค่อนข้างต่ำ เนื่องจากนโยบายของบริษัทแม่ในต่างประเทศของลูกค้าเหล่านี้มีนโยบายที่เน้นการสั่งซื้อส่วนประกอบของเครื่องปรับอากาศจากผู้ผลิตชิ้นส่วนต่าง ๆ เนื่องจากจะสามารถควบคุมต้นทุนการผลิตและคุณภาพของวัตถุดิบได้ดีกว่า

(ข) กลุ่มลูกค้าที่อยู่ในตลาดสินค้าทดแทน (Replacement Market)

ลูกค้ากลุ่มนี้ ได้แก่ กลุ่มบริษัทที่ให้บริการด้านการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศ เครื่องทำความเย็น และเครื่องปรับอากาศในรถยนต์ โดยยอดขายของบริษัทให้กับลูกค้าในกลุ่มนี้มีน้อยมากคิดเป็นร้อยละ 1.00 – 2.00 เท่านั้น

2. ลูกค้าต่างประเทศ

จากการเกิดวิกฤตเศรษฐกิจของประเทศไทยเมื่อปี 2540 ส่งผลทำให้บริษัทต้องการลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงตลาดในประเทศเพียงอย่างเดียว บริษัทจึงได้เริ่มทำการขยายตลาดไปยังต่างประเทศ โดยเริ่มต้นจากการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่จัดขึ้นในประเทศต่าง ๆ รวมทั้งมีการจัดทำเว็บไซต์ของบริษัท เพื่อเป็นการแนะนำบริษัทและผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้เป็นที่รู้จักของลูกค้าต่างประเทศมากขึ้น โดยในปี 2554 - 2556 บริษัทมีสัดส่วนการขายในต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 27.71 , 21.82 และ 31.83 ของรายได้จากการขายทั้งหมด ตามลำดับ

โดยจะแบ่งเป็นลูกค้าที่บริษัทขายโดยตรง ได้แก่ ลูกค้าในประเทศมาเลเซีย ประเทศสิงคโปร์ ประเทศเยอรมนี และประเทศออสเตรเลีย เป็นต้น และลูกค้าที่ขายผ่านตัวแทนจำหน่าย โดยมีบริษัทที่เป็นตัวแทนจำหน่าย 1 บริษัท ซึ่งเป็นบริษัทที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกัน เพื่อเป็นตัวแทนจำหน่ายในประเทศแคนาดา

ในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา บริษัทไม่มีสัดส่วนการขายให้แก่ลูกค้ารายใดรายหนึ่งเกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้จากการขายรวมและหากพิจารณายอดขายต่อจำหน่ายสินค้าให้แก่ลูกค้ารายใหญ่ 5 รายแรกของบริษัท จะสามารถสรุปได้ดังนี้

สัดส่วนการจำหน่ายให้แก่ลูกค้ารายใหญ่ 5 รายแรก ในปี 2554 – 2556

	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556
สัดส่วนการขายให้แก่ลูกค้ารายใหญ่ 5 รายแรก* (ร้อยละ)	63.59	62.25	71.28

* นับรวมลูกค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศ

โดยลูกค้ารายใหญ่เหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่มีความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัทมาเป็นเวลานาน รวมทั้งบริษัทได้มีการร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์กับลูกค้ารายใหญ่อ้างวามาโดยตลอด และด้วยคุณภาพของสินค้าซึ่งได้รับการรับรองมาตรฐานจากสถาบันต่างๆ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ทำให้บริษัทมั่นใจว่าจะสามารถรักษาสถานะลูกค้าปัจจุบัน รวมทั้งขยายฐานลูกค้าใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง

2.2.3 นโยบายราคา

บริษัทมีนโยบายในการกำหนดราคาสินค้าจากต้นทุนและบวกด้วยอัตรากำไรขั้นต้นที่เหมาะสม (Cost plus margin) โดยจะคำนึงถึงปริมาณการสั่งซื้อและการแข่งขันของอุตสาหกรรมเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม เนื่องจากราคาวัตถุดิบหลักของบริษัท คือ ทองแดง และอลูมิเนียม มีการเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลาตามราคาในตลาดโลก (London Metal Exchange: LME) บริษัทจึงมีการป้องกันความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงราคาทองแดงและราคาอลูมิเนียมสำหรับลูกค้ารายใหญ่ซึ่งต้องมีการกำหนดราคาขายไว้ล่วงหน้า ณ วันที่ทำสัญญา โดยมีการระบุเงื่อนไขว่าหากราคาวัตถุดิบดังกล่าวมีการปรับตัวขึ้นเกินกว่าระดับราคาที่ตกลงกันไว้ในสัญญา บริษัทจะดำเนินการเจรจาและตกลงราคาขายใหม่กับลูกค้ารายใหญ่อ้างวามาเพื่อให้สอดคล้องกับต้นทุนวัตถุดิบที่เพิ่มสูงขึ้นซึ่งจะ ใช้ระยะเวลาประมาณ 1-2 เดือนในการดำเนินการ

2.2.4 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทมีช่องทางการจำหน่ายสินค้าของบริษัทผ่านทีมงานการตลาดของบริษัทเองและผ่านตัวแทนจำหน่าย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การจำหน่ายให้แก่ลูกค้าโดยตรง ลูกค้าประเภทนี้ ได้แก่ ผู้ผลิตเครื่องปรับอากาศทั้งในและต่างประเทศ ศูนย์ซ่อมเครื่องปรับอากาศและเครื่องทำความเย็น ศูนย์ซ่อมรถยนต์ เป็นต้น บริษัท มีทีมการตลาดซึ่งทำหน้าที่ติดต่อและให้บริการลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเจ้าหน้าที่การตลาดแต่ละรายจะมีกลุ่มลูกค้าที่ตนต้องเป็นผู้รับผิดชอบเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ประสานงาน และให้บริการเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้สูงสุด และจากการที่ผู้บริหารได้เล็งเห็นถึงช่องทางการจำหน่ายที่จะเพิ่มขึ้นจากลูกค้า ในต่างประเทศ บริษัทจึงได้มีการจัดตั้งทีมงานตลาดต่างประเทศขึ้นเพื่อติดต่อกับลูกค้าโดยตรงและเพื่อติดต่อประสานงานในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าต่างๆ ที่เกี่ยวกับเครื่องปรับอากาศ ในต่างประเทศ

2. การจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย บริษัทมีการทำสัญญาแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายของบริษัท ในต่างประเทศเพื่อทำหน้าที่เป็นช่องทางในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้แก่ลูกค้าอีก ทางหนึ่ง รวมทั้งเป็นการประหยัดต้นทุนในการบริหารงาน โดยตัวแทนจำหน่ายจะเป็นผู้ติดต่อกับลูกค้าโดยตรง ปัจจุบัน บริษัทมีตัวแทนจำหน่ายเพื่อทำหน้าที่จัดจำหน่ายสินค้าของบริษัท ในประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศแคนาดา ประเทศออสเตรเลีย และประเทศนิวซีแลนด์

สัดส่วนการขายผ่านช่องทางการจำหน่ายแต่ละประเภท

ประเภทลูกค้า	ปี 2554		ปี 2555		ปี 2556	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ในประเทศ						
1. จำหน่ายโดยตรงให้ลูกค้า	724.30	72.29	680.67	78.18	624.96	68.17
2. จำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย	-	-	-	-	-	-
รวมยอดขายในประเทศ	724.30	72.29	680.67	78.18	624.96	68.17
ต่างประเทศ						
1. จำหน่ายโดยตรงให้ลูกค้า	251.84	25.14	166.69	19.15	278.01	30.32
2. จำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย	25.76	2.57	23.24	2.67	13.82	1.51
รวมยอดขายต่างประเทศ	277.60	27.71	189.93	21.82	291.83	31.83
รวมยอดขาย	1,001.90	100.00	870.60	100.00	916.79	100.00

ผลของฤดูกาลที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจ

ผลิตภัณฑ์เครื่องปรับอากาศจะได้รับผลกระทบโดยตรงจากฤดูกาล แต่เนื่องจากบริษัทเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายคอยล์เย็น คอยล์ร้อน และคอยล์น้ำเย็น ให้กับโรงงานผู้ผลิตเครื่องปรับอากาศ โดยผู้ผลิตเหล่านี้จะต้องวางแผนกระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่องตลอดปี บริษัทจึงยังคงได้รับคำสั่งซื้อจากผู้ผลิตเครื่องปรับอากาศตลอดทั้งปี อย่างไรก็ตามบริษัทก็ยังได้รับผลกระทบจากฤดูกาลอยู่บ้างแต่ก็ไม่มากนัก ซึ่งสะท้อนจากการใช้กำลังการผลิตของบริษัทที่อยู่ในระดับที่ไม่สูงประมาณร้อยละ 51 ของกำลังการผลิตสูงสุดของบริษัท

2.2.5 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

อุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในปี 2556 อยู่ในภาวะชะลอตัวเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปีก่อน โดยมาจากทั้งกลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ที่ปรับตัวลดลง เนื่องจากผู้บริโภคในประเทศมีการระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้นจากการใช้เงินล่วงหน้าไปแล้วกับนโยบายของภาครัฐ ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงความต้องการเทคโนโลยีของโลกในการใช้แท็บเล็ต/สมาร์ทโฟนแทนการใช้คอมพิวเตอร์ ทำให้ความต้องการ HDD/ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ลดลง ส่งผลให้การส่งออกชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ไปจีนลดลงอย่างมาก เนื่องจากจีนเป็นฐานการผลิตคอมพิวเตอร์เพื่อส่งออกไปตลาดโลก

แนวโน้มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ปี 2557 คาดว่าจะปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยร้อยละ 2-3 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยอุตสาหกรรมไฟฟ้าจะขยายตัวร้อยละ 1 ซึ่งมาจากการส่งออกไปตลาดอาเซียนและเอเชีย จะปรับตัวดีขึ้น แต่ตลาดในประเทศยังคงชะลอตัวลง ส่วนอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์คาดว่าจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 เนื่องจากตลาดสหรัฐอเมริกายังมีความต้องการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ดัชนีผลผลิตของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของญี่ปุ่นมีแนวโน้มดีขึ้นในช่วงปลายปี 2556 ซึ่งเป็นสัญญาณที่จะส่งผลดีให้ในปี 2557 จะปรับตัวได้ดีขึ้น

อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า

อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า หลายสินค้ามียอดการผลิตที่หดตัวในปี 2556 และทำให้ภาคอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าโดยรวมหดตัวในปี 2556 คาดว่าในปี 2557 ทิศทางการฟื้นตัวคงไม่มากนัก เนื่องจากเศรษฐกิจโลก ยังไม่ฟื้นตัว ขณะเดียวกัน ปัญหาความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย ทำให้มีหลายสินค้าที่อาจมีการย้ายฐานการผลิตออกจากประเทศไทย

ภาวะการผลิต

สำหรับอุตสาหกรรมไฟฟ้ามีภาวะการผลิตปรับตัวลดลงร้อยละ 0.76 เมื่อเทียบกับปีก่อนโดยการผลิตในช่วงต้นปีค่อนข้างดี ทำให้ในไตรมาส 1/2556 เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.07 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน แต่เริ่มปรับตัวลดลงมาตั้งแต่ไตรมาส 2/2556 และลดลงอย่างต่อเนื่องในช่วงครึ่งหลังของปี 2556 เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้านที่ปรับตัวลดลง ได้แก่ พัดลม ตู้เย็น กระจกน้ำร้อน โทรทัศน์ ซึ่งเป็นเพราะภาวะเศรษฐกิจในประเทศที่มีการชะลอตัวลงและผู้บริโภคในประเทศมีการระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้น รวมถึงภาวะเศรษฐกิจโลกที่ยังไม่ฟื้นตัวทำให้ตลาดส่งออกชะลอตัวลงเช่นกัน ยกเว้นเครื่องปรับอากาศที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นตาม การขยายตัวของโครงการก่อสร้างที่อยู่อาศัย (บ้าน คอนโดมิเนียม) ในประเทศ และการส่งออกไปตลาดอาเซียน สหภาพยุโรป รวมถึงสายไฟฟ้าที่มีการปรับตัวเพิ่มขึ้น จากการที่ภาครัฐมีการปรับปรุงระบบจำหน่ายไฟฟ้าในประเทศ

ภาวะการตลาด

การส่งออกอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในปี 2556 มีมูลค่า 53,524.72 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลง ร้อยละ 1.17 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยอุตสาหกรรมไฟฟ้ามีมูลค่าส่งออก 22,726.23 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 0.45 และอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์มีมูลค่าส่งออก 30,798.49 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 1.69 เมื่อเทียบกับปีก่อน เนื่องจากความต้องการในตลาดหลักชะลอตัวลง โดยเฉพาะจีนและญี่ปุ่น

การจำหน่ายในประเทศ

เครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีการจำหน่ายในประเทศเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน ได้แก่ เครื่องปรับอากาศแบบแยกส่วน คอนเดนซิ่งยูนิต เครื่องปรับอากาศแบบแยกส่วนแฟนคอยล์ยูนิต คอมเพรสเซอร์ เต้าไมโครเวฟ เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.33 17.41 26.98 และ 12.76 ตามลำดับ สำหรับเครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีการจำหน่ายในประเทศลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อน คือ

พัดลม ตู้เย็น หม้อหุงข้าว เครื่องรับโทรทัศน์ต่ำกว่า 20 นิ้ว และเครื่องรับโทรทัศน์มากกว่า 20 นิ้ว ลดลงร้อยละ 5.15 11.30 7.62 17.26 และ 83.08 ตามลำดับ

ผลิตภัณฑ์	2554	2555	2555				2556				2556
			Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	
เครื่องปรับอากาศแบบแยกส่วนคอนเดนซิ่งยูนิต (เครื่อง)	1,028,653	1,359,028	385,592	462,500	228,450	282,486	526,917	467,101	256,717	1,317,481	1,580,977
YoY	-16.20	32.12	-9.61	63.44	24.51	108.31	36.65	0.99	12.37	14.57	16.33
QoQ			184.35	19.95	-50.61	23.65	86.53	-11.35	-45.04		
เครื่องปรับอากาศแบบแยกส่วนแฟนคอยล์ยูนิต (เครื่อง)	1,075,841	1,368,593	395,710	471,723	230,502	270,568	528,340	478,659	261,507	1,339,089	1,606,907
YoY	-13.54	27.21	-8.83	56.41	17.00	88.98	33.52	1.47	13.45	15.92	17.41
QoQ			176.30	19.21	-51.14	17.42	95.21	-9.40	-45.37		
คอมเพรสเซอร์ (เครื่อง)	6,326,149	6,931,315	1,592,626	1,830,267	1,829,607	1,678,815	2,129,065	2,441,340	2,147,920	7,334,293	8,801,152
YoY	-9.47	9.57	-20.91	-0.97	17.21	85.88	33.68	33.39	17.40	25.83	26.98
QoQ			76.33	14.92	-0.04	-8.24	26.82	14.67	-12.02		

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม และสถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

หมายเหตุ 1. ข้อมูลที่นำเสนอเป็นตัวเลขประมาณการที่คำนวณจากข้อมูลจริงประมาณร้อยละ 70-80

2. ปริมาณขายในประเทศเป็นข้อมูลปริมาณการขายจากหน้าโรงงานของผู้ผลิตในประเทศ

การส่งออก

การส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าในปี 2556 มีมูลค่า 22,726.23 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 0.45 เมื่อเทียบกับปีก่อน ซึ่งตลาดหลักที่มีการปรับตัวลดลง ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ขณะที่อาเซียนและสหภาพยุโรปปรับตัวเพิ่มขึ้น

การนำเข้า

การนำเข้าเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในปี 2556 มีมูลค่า 45,513.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ปรับตัวลดลงร้อยละ 4.06 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยการนำเข้าเครื่องใช้ไฟฟ้าในปี 2556 มีมูลค่า 19,232.06 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 4.95 เมื่อเทียบกับปีก่อน ส่วนการนำเข้าอิเล็กทรอนิกส์ในปี 2556 มีมูลค่า 26,281.64 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 3.40 ปีก่อนซึ่งเป็นไปตามสถานการณ์ภาวะการผลิตที่ชะลอตัวลง ทำให้การนำเข้าชิ้นส่วน/ส่วนประกอบลดลงตามไปด้วย

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

2.3.1 การจัดหาวัตถุดิบและแหล่งที่มาของวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักในการผลิตคอกเทลของบริษัท ประกอบด้วย ท่อทองแดง อลูมิเนียม และสังกะสี โดยบริษัทจะทำการสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้จัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ บริษัทมีสัดส่วนการสั่งซื้อวัตถุดิบจากในประเทศและต่างประเทศในช่วงระหว่างปี 2554 – 2556 ในอัตราร้อยละ 56.06 : 43.94, อัตราร้อยละ 45.63 : 54.37 และอัตราร้อยละ 32.20 : 67.80 ตามลำดับ

บริษัทมีการพึ่งพิงวัตถุดิบจากต่างประเทศมากขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำวัตถุดิบเข้าจากประเทศจีน เนื่องจากมีราคาที่ถูกลงกว่าวัตถุดิบภายในประเทศ ส่งผลให้สัดส่วนการนำเข้าวัตถุดิบเพิ่มสูงขึ้น โดยบริษัทมีการนำเข้าวัตถุดิบจากประเทศจีนเป็นส่วนใหญ่

ตารางแสดงสัดส่วนการซื้อวัตถุดิบของบริษัทจากในประเทศและต่างประเทศในปี 2554 – 2556

	ปี 2554		ปี 2555		ปี 2556	
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
วัตถุดิบจากในประเทศ	382.20	56.06	201.50	45.63	174.62	32.20
วัตถุดิบจากต่างประเทศ	299.55	43.94	239.54	54.37	367.76	67.80
รวม	681.75	100.00	441.04	100.00	542.38	100.00

ทั้งนี้ บริษัทมีนโยบายในการสั่งซื้อวัตถุดิบโดยพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. ราคาวัตถุดิบและแนวโน้มของราคาวัตถุดิบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งราคาทองแดงและราคาอลูมิเนียม ซึ่งถือเป็นสินค้า Commodity โดยราคาจะเปลี่ยนแปลงตามราคาในตลาดโลก ทั้งนี้ บริษัทมีนโยบายในการจัดเก็บวัตถุดิบล่วงหน้าเป็นเวลาประมาณ 2 เดือน ปัจจุบัน บริษัทมีการสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่จำนวนน้อยราย โดยแต่ละรายบริษัทจะสั่งซื้อในจำนวนที่มากเพื่อให้ได้ส่วนลดจากปริมาณที่สั่งซื้อ (Volume Discount) รวมทั้งเพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองกับผู้จัดจำหน่ายแต่ละราย อย่างไรก็ตาม บริษัทจะยังคงรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้จัดจำหน่ายรายอื่นอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่น้อยราย
2. คุณภาพของวัตถุดิบ บริษัทมีหน่วยตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบโดยจะทำหน้าที่ในการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบที่สั่งซื้อจากแหล่งต่างๆ เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพตรงตามที่ต้องการ
3. อัตราแลกเปลี่ยน เนื่องจากบริษัทมีการซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศบางส่วน ดังนั้นบริษัทจะมีการติดตามการเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนเงินสกุลสำคัญต่างๆ อย่างใกล้ชิด เพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น
4. ระยะเวลาในการส่งมอบวัตถุดิบ การซื้อวัตถุดิบในประเทศจะมีระยะเวลาในการส่งมอบสินค้าประมาณ 1 เดือน ในขณะที่การซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศ จะมีระยะเวลาในการส่งมอบสินค้าประมาณ 2-3 เดือน ดังนั้น โดยส่วนใหญ่บริษัทจะซื้อวัตถุดิบจากในประเทศ เนื่องจากมีระยะเวลาการส่งมอบที่สั้นกว่าทำให้สามารถบริหารสินค้าคงเหลือให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
5. บริษัทจะเน้นการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบทุก ๆ ราย โดยจะทำการติดต่อกับผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยงในการหาแหล่งวัตถุดิบทดแทนในกรณีที่เกิดภาวะขาดแคลนวัตถุดิบ หรือผู้จัดจำหน่ายปัจจุบันไม่สามารถหาวัตถุดิบให้แก่บริษัทได้ตามปริมาณที่

สั่งซื้อ และจากการที่เป็นผู้ผลิตคอยล์รายใหญ่ที่มีปริมาณการสั่งซื้อจำนวนมาก ประกอบกับชื่อเสียงของบริษัทในวงการเครื่องปรับอากาศ ส่งผลทำให้บริษัทมีอำนาจต่อรองในการสั่งซื้อวัตถุดิบมากขึ้น

ปริมาณการสั่งซื้อวัตถุดิบของบริษัท สามารถสรุปได้ดังนี้

	ปี 2554		ปี 2555		ปี 2556	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ท่อทองแดง	495.05	72.62	300.04	68.10	382.75	70.57
อลูมิเนียม	154.53	22.67	115.36	26.18	128.33	23.66
แผ่นเหล็กชุบสังกะสี	32.16	4.71	25.18	5.72	31.30	5.77
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-
รวม	681.74	100.00	440.58	100.00	542.38	100.00

จากตารางข้างต้นจะเห็นว่าบริษัทมีวัตถุดิบสำคัญ 3 ชนิด ได้แก่ ท่อทองแดง แผ่นอลูมิเนียม และแผ่นเหล็กชุบสังกะสี ซึ่งโดยเฉลี่ยแล้วการจัดซื้อวัตถุดิบของบริษัท จะแบ่งออกเป็น การสั่งซื้อท่อทองแดงประมาณร้อยละ 70.57 และเป็นการสั่งซื้อแผ่นอลูมิเนียมคิดเป็นประมาณร้อยละ 23.66 และการสั่งซื้อแผ่นเหล็กชุบสังกะสีประมาณร้อยละ 5.77 สำหรับใช้ในการผลิต

รายละเอียดวัตถุดิบที่สำคัญของบริษัท มีดังนี้

1. ท่อทองแดง

ท่อทองแดงถือเป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตคอยล์ โดยท่อทองแดงมีมูลค่าคิดเป็นร้อยละประมาณ 50.00 ของต้นทุนวัตถุดิบทั้งหมดที่ใช้ในการผลิตคอยล์ หรือคิดเป็นร้อยละ 43.87 ของต้นทุนขาย ทั้งนี้ บริษัทมีปริมาณการสั่งซื้อท่อทองแดงของบริษัทในปี 2554 – 2556 คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 72.62 ร้อยละ 68.10 และร้อยละ 70.57 ของการสั่งซื้อวัตถุดิบทั้งหมด

โดยปกติบริษัทสั่งซื้อท่อทองแดงทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ โดยพิจารณาจากคุณภาพราคาทองแดง (ซึ่งจะอ้างอิงกับราคาตลาดโลกที่ London Metal Exchange) และระยะเวลาการส่งมอบสินค้า โดยในปี 2556 ราคาทองแดงได้ลดลงจาก 8,049.27 เหรียญสหรัฐ ในตอนต้นปีไปจนถึง 7,202.95 เหรียญสหรัฐ ในช่วงเดือนธันวาคม

ตารางที่ 1 : ราคาเฉลี่ยรายเดือนของทองแดงในตลาดโลก ปี 2556 เปรียบเทียบกับปี 2555

Monthly Average	Price (\$US)		Change from Prior year
	2012	2013	Increase(Decrease)
Jan	8,043	8,049.27	0.08%
Feb	8,423	8,070.48	-4.18%
Mar	8,457	7,662.90	-9.39%
Apr	8,260	7,203.36	-12.79%
May	7,920	7,229.17	-8.72%
Jun	7,420	7,004.05	-5.60%
Jul	7,589	6,892.08	-9.18%
Aug	7,492	7,182.26	-4.13%
Sep	8,068	7,161.43	-11.24%
Oct	8,069	7,188.74	-10.91%
Nov	7,694	7,066.40	-8.16%
Dec	7,962	7,202.95	-9.53%

ที่มา : London Metal Exchange

เพื่อให้บริษัทได้รับส่วนลดจากปริมาณที่สั่งซื้อจำนวนมาก บริษัทจึงทำการสั่งซื้อทองแดงจากผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ในประเทศเพียงไม่กี่ราย โดยในปี 2554 บริษัทสั่งซื้อทองแดงจากผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ 3 ราย คิดเป็นยอดการสั่งซื้อร้อยละ 42.39, 18.74 และ 18.30 ของยอดการสั่งซื้อทองแดงทั้งหมด ในปี 2555 บริษัทสั่งซื้อทองแดงจากผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ 3 ราย คิดเป็นยอดการสั่งซื้อร้อยละ 66.04 ร้อยละ 13.65 และร้อยละ 10.25 ของยอดการสั่งซื้อทองแดงทั้งหมดและในปี 2556 บริษัทสั่งซื้อทองแดงจากผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ 3 ราย คิดเป็นยอดการสั่งซื้อ ร้อยละ 52.29 ร้อยละ 21.58 และร้อยละ 8.47 ของยอดการสั่งซื้อทองแดงทั้งหมด

จากการดำเนินนโยบายการสั่งซื้อดังกล่าวนอกจากบริษัทจะได้ส่วนลดจากปริมาณที่สั่งซื้อจำนวนมากแล้ว ยังส่งผลทำให้บริษัทมีอำนาจต่อรองกับผู้จัดจำหน่ายมากขึ้น โดยเฉพาะในเรื่องความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า นอกจากนี้การสั่งซื้อทองแดงจากผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ซึ่งเป็นผู้ผลิตที่มีชื่อเสียงจะส่งผลทำให้ลูกค้าของบริษัทมั่นใจในคุณภาพของวัตถุดิบมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทพยายามที่จะรักษาความสัมพันธ์กับผู้จัดจำหน่ายรายอื่นเพิ่มขึ้น เพื่อป้องกันปัญหาการพึ่งพาผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบเพียงรายเดียว โดยบริษัทมีการกระจายการสั่งซื้อ ทองแดงจากผู้จัดจำหน่ายรายอื่นที่มีเงื่อนไขทางการค้าใกล้เคียงกับผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่มากขึ้นสำหรับปริมาณวัตถุดิบที่ต้องซื้อเพิ่มขึ้น บริษัทก็สามารถลดการพึ่งพาผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ได้บ้างแล้วบางส่วน โดยการนำเข้าวัตถุดิบจากผู้จัดจำหน่ายรายหนึ่งในประเทศจีน ซึ่งมีราคาวัตถุดิบที่ถูกกว่าวัตถุดิบจากในประเทศ ผนวกกับ ที่ผ่านมามีแนวโน้มที่จะแข็งค่าขึ้นส่งผลให้วัตถุดิบนำเข้ามีความได้เปรียบในด้านราคาเมื่อเปรียบเทียบกับวัตถุดิบภายในประเทศ

2. ภูมิคุ้มกัน

ภูมิคุ้มกันถือเป็นวัตถุดิบที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งที่ใช้ในการผลิตคอยล์ โดยภูมิคุ้มกันมีมูลค่าคิดเป็นร้อยละประมาณ 38.00 ของต้นทุนวัตถุดิบทั้งหมดที่ใช้ในการผลิตคอยล์ หรือคิดเป็นร้อยละ 14.71 ของต้นทุนขาย

ปี 2554 ปริมาณการสั่งซื้ออลูมิเนียมของบริษัทคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 22.67 ของการสั่งซื้อวัตถุดิบทั้งหมด ร้อยละ 26.18 ในปี 2555 และร้อยละ 23.66 ในปี 2556

โดยอลูมิเนียมจะถูกนำมาแปรรูปเป็นแผ่นฟินเพื่อทำหน้าที่เป็นสื่อในการกระจายความร้อนหรือความเย็น ส่วนใหญ่บริษัทจะสั่งซื้ออลูมิเนียมจากผู้จัดจำหน่ายในประเทศเป็นหลัก เนื่องจากมีคุณภาพใกล้เคียงกับอลูมิเนียมที่นำเข้าจากต่างประเทศ แต่ใช้ระยะเวลาในการสั่งซื้อที่สั้นกว่าทำให้บริหารสินค้าคงเหลือได้สะดวกมากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 2 : ราคาเฉลี่ยรายเดือนของอะลูมิเนียมในตลาดโลก ปี 2556 เปรียบเทียบกับปี 2555

Monthly Average	Price (\$US)		Change from Prior year
	2012	2013	Increase(Decrease)
Jan	2,144	2,037.98	-4.94%
Feb	2,204	2,053.43	-6.83%
Mar	2,183	1,913.08	-12.36%
Apr	2,046	1,856.52	-9.26%
May	2,000	1,830.57	-8.47%
Jun	1,885	1,816.28	-3.64%
Jul	1,874	1,767.63	-5.68%
Aug	1,838	1,814.76	-1.26%
Sep	2,054	1,760.40	-14.28%
Oct	1,975	1,812.28	-8.24%
Nov	1,943	1,749.21	-9.97%
Dec	2,087	1,738.78	-16.68%

ที่มา : London Metal Exchange

บริษัทสั่งซื้ออลูมิเนียมจากผู้จัดจำหน่ายจำนวน 3 – 5 ราย โดยเป็นการซื้อจากผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ 1 ราย ซึ่งเป็นผู้ผลิตอลูมิเนียมชนิดเคลือบผิว (Coated Aluminum) เพียงรายเดียวในประเทศ

ทำให้บริษัทต้องพึ่งพิงผู้ผลิตรายดังกล่าว การที่บริษัทมีการซื้อจากผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่นี้ เนื่องจาก การสั่งซื้อปริมาณมากทำให้บริษัทมีอำนาจต่อรองกับผู้จัดจำหน่ายมากขึ้น ซึ่งหากเกิดปัญหาการขาดแคลนอลูมิเนียม บริษัทจะได้รับการจัดส่งสินค้าให้ก่อนผู้สั่งซื้อรายอื่น อย่างไรก็ตาม บริษัทพยายามที่จะกระจายสัดส่วนการสั่งซื้ออลูมิเนียมชนิดทั่วไป ไปยังผู้จัดจำหน่ายรายอื่นเพิ่มมากขึ้นในปี 2554 บริษัทมีการสั่งซื้ออลูมิเนียมจากผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ 3 ราย โดยมียอดการสั่งซื้อคิดเป็นร้อยละ 28.96 ร้อยละ 23.66 และร้อยละ 15.92 ของยอดการสั่งซื้ออลูมิเนียมทั้งหมด ในปี 2555 บริษัทมีการสั่งซื้ออลูมิเนียมจากผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ 3 ราย โดยมียอดการสั่งซื้อคิดเป็นร้อยละ 31.46 ร้อยละ 30.40 และร้อยละ 24.20 ของยอดการสั่งซื้ออลูมิเนียมทั้งหมดและในปี 2556 บริษัทมีการสั่งซื้ออลูมิเนียมจากผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ 3 ราย โดยมียอดการสั่งซื้อคิดเป็นร้อยละ 29.93 ร้อยละ 23.51 และร้อยละ 21.65 ของยอดการสั่งซื้ออลูมิเนียมทั้งหมด

3. แผ่นเหล็กชุบสังกะสี

แผ่นเหล็กชุบสังกะสีซึ่งจะถูกนำมาใช้ปิดส่วนหัวและส่วนท้ายของคอกยล์ โดยแผ่นเหล็กชุบสังกะสีมีมูลค่าคิดโดยแผ่นเหล็กชุบสังกะสีมีมูลค่าคิดเป็นประมาณร้อยละ 7 ของต้นทุนวัตถุดิบทั้งหมดที่ใช้ในการผลิตคอกยล์ หรือคิดเป็น

ร้อยละ 3.59 ของต้นทุนขาย ทั้งนี้บริษัทมีการสั่งซื้อแผ่นเหล็กชุบสังกะสีมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 4.71 ร้อยละ 5.72 และร้อยละ 5.77 ของการสั่งซื้อวัตถุดิบทั้งหมดในปี 2554 - 2556

อย่างไรก็ตาม การพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายน้อยรายก็มิได้ก่อให้เกิดความเสี่ยงกับความสามารถในการจัดหาวัตถุดิบของบริษัทมากนัก เนื่องจากเป็นวัตถุดิบที่ค่อนข้างหาง่าย และคุณภาพของวัตถุดิบไม่แตกต่างกัน จึงทำให้บริษัทสามารถเปลี่ยนไปสั่งซื้อจากผู้จัดจำหน่ายรายอื่นได้ไม่ยากนัก จึงเป็นการง่ายในกรณีที่จะต้องจัดหาผู้จัดจำหน่ายรายอื่น

กำลังการผลิตและปริมาณการผลิต

รายละเอียดกำลังการผลิต ปริมาณการผลิต และอัตราการใช้กำลังการผลิตในปี 2554 – 2556 ของบริษัทสามารถสรุปได้ดังนี้

กำลังการผลิต/ปริมาณการผลิต	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556
กำลังการผลิต (ตารางนิ้วต่อปี)	1,200,000,000	1,200,000,000	1,200,000,000
ปริมาณการผลิต (ตารางนิ้ว)	754,558,560	607,000,000	578,450,663.22
อัตราการใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	62.88	50.58	48.20

กำลังการผลิตเต็มที่ตั้งเป้าของบริษัทเป็นการประเมินจากความสามารถในการเดินเครื่องจักรเพื่อผลิตคอยล์ โดยไม่คำนึงถึงปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ ขนาดและแบบของคอยล์ที่ลูกค้าสั่งผลิตในช่วงนั้นๆ ทักษะและความชำนาญของบุคลากร รวมทั้งระยะเวลาในการปรับเครื่องจักร อย่างไรก็ตาม ในกระบวนการผลิตที่เกิดขึ้นจริง เครื่องจักรทุกเครื่องไม่ได้เดินเครื่องผลิตพร้อมกันทุกเครื่อง เนื่องจากเครื่องจักรแต่ละเครื่องมีข้อจำกัดในการผลิตคอยล์แต่ละแบบ เช่น เครื่องปั๊มฟินแต่ละเครื่องก็จะมีความสามารถในการผลิตฟินที่มีลักษณะแตกต่างกันออกไป ได้แก่ ขนาดของช่องที่ใช้ร้อยท่อทองแดง ช่วงห่างของท่อทองแดงแต่ละแถว ลักษณะของการขึ้นรูป เป็นต้น กอปรกับบริษัทเป็นผู้ผลิตตามออเดอร์ ดังนั้น หากลูกค้าสั่งสินค้าแบบเดียวกันจำนวนมากๆ ซึ่งจะต้องใช้เครื่องปั๊มฟินชนิดใดชนิดหนึ่ง ก็อาจเกิดปัญหาที่มีการรอกการผลิตสำหรับเครื่องจักรชนิดนั้น ในขณะที่เครื่องจักรอื่นไม่มีการใช้งาน

อย่างไรก็ตาม เพื่อให้การใช้กำลังการผลิตของบริษัทมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น บริษัทได้มีการปรับเปลี่ยนเครื่องจักรบางส่วนที่ยังใช้งานไม่เต็มที่ให้สามารถผลิตสินค้าในแบบที่เป็นที่ต้องการของลูกค้า ในขณะเดียวกัน บริษัทก็มีนโยบายที่จะให้ฝ่ายการตลาดร่วมกับฝ่ายวิศวกรรมติดต่อหาลูกค้าและให้คำแนะนำในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตสินค้าโดยใช้เครื่องจักรที่ยังใช้งานไม่เต็มที่ได้มากขึ้น

ด้านนโยบายการผลิตนั้น บริษัทใช้นโยบายการผลิตตามคำสั่งของลูกค้าโดยจะไม่ทำการผลิตล่วงหน้าเนื่องจากผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีหลายขนาดและหลายรูปแบบ นอกจากนี้ ลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทซึ่งเป็นผู้ผลิตเครื่องปรับอากาศจะไม่สามารถทำการยืนยันยอดสั่งซื้อคอยล์จากบริษัทได้ล่วงหน้าเป็นระยะเวลานาน เนื่องจากผู้ผลิตอาจต้องมีการปรับเปลี่ยนและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้ อย่างไรก็ตามด้วยประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตของบริษัท ทำให้บริษัทยังสามารถผลิตสินค้าและสามารถรักษาความน่าเชื่อถือในเรื่องคุณภาพและการส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าได้ตรงตามเวลาที่กำหนด

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อาจมีเหตุการณ์ที่ไม่แน่นอนเกิดขึ้นส่งผลกระทบต่อการบรรลุเป้าหมายของบริษัทฯ โดยมีโอกาสเกิดขึ้นได้จากปัจจัยภายในและภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ ไม่ว่าจะเป็นความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ ด้านการปฏิบัติงานและด้านการเงิน ดังนั้นการเตรียมความพร้อมในการรองรับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเพื่อลดความเสี่ยงที่จะทำให้เกิดความเสียหายและผลกระทบต่อเป้าหมายของบริษัทฯ จึงจำเป็นอย่างยิ่งต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ

บริษัทฯ มีคณะกรรมการบริหาร กรรมการผู้จัดการ และผู้จัดการของฝ่ายต่าง ๆ ทำหน้าที่ในการประเมินและวิเคราะห์ความเสี่ยง รวมทั้งแนวโน้มหรือเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นและเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจอันมีผลกระทบต่อบริษัทฯ โดยมีรายละเอียดของความเสี่ยงและมาตรการในการจัดการของบริษัทฯ ดังนี้

1. ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบ

เนื่องจากวัตถุดิบในการผลิตของบริษัท คือ ท่อทองแดง แผ่นอลูมิเนียม และแผ่นเหล็กเคลือบสังกะสี ซึ่งวัตถุดิบดังกล่าวเป็นสินค้า Commodities ซึ่งมีราคาเปลี่ยนแปลงไปตามราคาของตลาดโลก ดังนั้น ผลการดำเนินงานของบริษัทจึงมีโอกาสที่จะผันผวนตามราคาของวัตถุดิบในตลาดโลก อย่างไรก็ตาม บริษัทมีความสัมพันธ์ ที่ดีกับผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบทำให้บริษัทได้รับข่าวสารและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของราคาอย่างใกล้ชิด อีกทั้ง ผู้บริหารของบริษัทเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมผลิตคอยล์มานานกว่า 20 ปี ซึ่งช่วยให้บริษัทสามารถคาดการณ์ถึงภาวะการณ์และความเคลื่อนไหวของราคาทองแดง อลูมิเนียม และแผ่นเหล็กชุบสังกะสีได้ดีในระดับหนึ่ง

นอกจากนี้เพื่อเป็นการจำกัดความเสี่ยงในขั้นต้น บริษัทฯ ได้วางนโยบายการกำหนดราคาขายแปรผันตามราคาวัตถุดิบหลักรวมถึงทำการควบคุมและตรวจสอบราคาวัตถุดิบในคลังวัตถุดิบของบริษัทตลอดเวลาเพื่อให้มั่นใจ ว่าต้นทุนวัตถุดิบที่แท้จริงของบริษัทไม่สูงกว่าราคาตลาด ซึ่งโดยปกติบริษัทจะมีระดับของ Safety Stock ประมาณ 2 เดือนสำหรับกรณีที่เป็นลูกค้ารายใหญ่ที่จำเป็นต้องกำหนดราคาขายสินค้าล่วงหน้าเป็นรายปี บริษัทได้มีการกำหนดเงื่อนไขเพิ่มเติมในใบเสนอราคาว่า กรณีที่ราคาวัตถุดิบมีการเปลี่ยนแปลงเกินกว่าระดับราคาวัตถุดิบที่กำหนดและตกลงร่วมกันไว้บริษัทจำเป็นต้องทำการปรับราคาขายดังกล่าวเพื่อให้สอดคล้องกับต้นทุนวัตถุดิบที่เพิ่มสูงขึ้น โดยการปรับราคาดังกล่าวจะใช้ระยะเวลาประมาณ 1 – 2 เดือนในการดำเนินการซึ่งสอดคล้องกับระยะเวลา Safety Stock ของบริษัท อย่างไรก็ตามสำหรับลูกค้าทั่วไปบริษัทสามารถปรับราคาขายในทันทีหากราคาวัตถุดิบมีการเปลี่ยนแปลง

2. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบรายใหญ่หรือน้อยราย

บริษัทมีการพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบรายใหญ่น้อยราย โดยในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2556 บริษัทมีสัดส่วนการสั่งซื้อท่อทองแดงจากผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ 3 รายคิดเป็นร้อยละ 82.34 ของปริมาณการสั่งซื้อท่อทองแดงทั้งหมดของบริษัท และในจำนวนนั้นบริษัทพึ่งพาผู้จัดจำหน่ายท่อทองแดงรายใหญ่ที่สุดสูงถึงร้อยละ 52.29 ของปริมาณการสั่งซื้อท่อทองแดงทั้งหมด

นอกจากนี้ ในส่วนของการจัดหาวัตถุดิบอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นแผ่นอลูมิเนียม และแผ่นเหล็กชุบสังกะสีก็มีลักษณะพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายน้อยรายเช่นเดียวกัน ทั้งนี้ เพื่อเป็นการประหยัต้นทุนในการจัดซื้อ และเพื่อคงปริมาณการสั่งซื้อที่มีต่อผู้จัดจำหน่ายแต่ละรายให้อยู่ในระดับที่สูงพอที่บริษัทจะได้ประโยชน์จากการสั่งซื้อสินค้าในปริมาณมาก (Volume Discount) นอกจากนี้ การที่บริษัทสามารถคงปริมาณการสั่งซื้อได้ในระดับที่ค่อนข้างสูงเพื่อสร้าง

อำนาจการต่อรองของบริษัทให้เพิ่มขึ้น รวมถึงบริษัทสามารถมั่นใจในคุณภาพของวัตถุดิบที่บริษัทจักได้รับลดโอกาสของความสูญเสีย ผสมกับ ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบรายใหญ่ๆ เหล่านั้นเป็นผู้ค้ากับบริษัทมานานและมีความสัมพันธ์ที่ดีมาโดยตลอด ดังนั้นความเสี่ยงในการพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบน้อยรายก็ลดลงได้ในระดับหนึ่ง

อย่างไรก็ตาม บริษัทก็ตระหนักถึงความเสี่ยงในเรื่องดังกล่าว และพยายามที่จะกระจายการสั่งซื้อวัตถุดิบของบริษัทให้กับผู้จัดจำหน่ายรายอื่น ๆ ซึ่งมีเงื่อนไขการสั่งซื้อและคุณภาพสินค้าที่ใกล้เคียงกับเงื่อนไขที่บริษัทได้จากผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ ซึ่งในปัจจุบัน สัดส่วนการพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบรายใหญ่ลดลง โดยจะเห็นได้จากการที่บริษัทเริ่มมีการสั่งซื้อท่อทองแดงจากผู้จัดจำหน่ายรายอื่นๆ เพิ่มขึ้น

3. ความเสี่ยงจากการขาดวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักที่บริษัทใช้ในการผลิต คือ ทองแดง เป็นวัตถุดิบประเภทที่ไม่อาจรักษาไว้ได้ เมื่อใช้แล้วหมดไป แต่ยังสามารถนำมาขายให้ กลับเป็นวัตถุดิบเช่นเดิม แล้วนำกลับมาประดิษฐ์ขึ้นใหม่ ซึ่งต้องนำเข้าจากต่างประเทศเท่านั้น จึงอาจส่งผลให้เกิดการขาดแคลนและมีราคาสูงได้

ดังนั้น เพื่อลดความเสี่ยงด้านราคา และการขาดแคลนวัตถุดิบที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต บริษัทฯ ได้ดำเนินการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จนในเบื้องต้นบริษัทฯ ได้เพิ่มสายการผลิตคอยล์ที่ทำจากอลูมิเนียมเพื่อลดต้นทุนให้ทั้งแก่ลูกค้าและบริษัทฯ พร้อมกับการศึกษาเพื่อหาวัตถุดิบทดแทนที่ให้คุณสมบัติไม่ต่างจากทองแดง อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการเข้าร่วมเป็นสมาชิก ASHRAE (the American Society of Heating, Refrigerating and Air-Conditioning Engineers) เป็นองค์กรที่เป็นศูนย์รวมของวิทยาการด้านระบบการทำความร้อน เย็นและระบบปรับอากาศของสหรัฐอเมริกา เพื่อเข้าถึงข้อมูล ข่าวสารและเทคโนโลยีการผลิตเฉพาะด้าน เพื่อมั่นใจว่าบริษัทฯ ยังคงมีการผลิตและผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัยเพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าวอีกด้วย

4. ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

เนื่องจากบริษัทมีรายได้จากการส่งออกประมาณร้อยละ 30 ของยอดขายรวมของบริษัท บริษัทจึงมีโอกาสที่จะได้รับผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม บริษัทก็มีการสั่งซื้อวัตถุดิบบางส่วนจากต่างประเทศเช่นกัน โดยในช่วงปี 2556 บริษัทมีรายได้จากต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 31.83 ของยอดขายรวมและมีการสั่งซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 40.11 ของยอดขายรวม

เนื่องจากรายได้และค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นนั้นอ้างอิงด้วยสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐทั้งหมด อีกทั้งมีอัตราที่ใกล้เคียงกัน บริษัทจึงสามารถลดผลกระทบของการผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนลงได้ในระดับหนึ่ง (Natural Hedge)

นอกจากนี้จากการที่บริษัทมีนโยบายในการให้ระยะเวลาชำระหนี้สำหรับลูกค้าต่างประเทศ ประมาณ 30 – 60 วัน ส่งผลทำให้ความเสี่ยงในเรื่องอัตราแลกเปลี่ยนของรายได้จากการส่งออกดังกล่าวค่อนข้างสั้น อย่างไรก็ตาม บริษัทได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการป้องกันความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทจึงมีการติดตามข่าวสารและความเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศอย่างใกล้ชิด และจะพิจารณาป้องกันความเสี่ยงด้วยการซื้ออัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้าตามสถานการณ์และความจำเป็น

5. ความเสี่ยงจากนโยบายการเปิดการค้าเสรีและการรวมกลุ่มทางการค้า

นโยบายการเปิดการค้าเสรีจะทำให้การแข่งขันในอุตสาหกรรมผลิตคอยล์มีแนวโน้มที่รุนแรงมากขึ้น ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศทั้งในเรื่องของราคาและการออกผลิตภัณฑ์รุ่นใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ผู้ผลิตคอยล์ต้องมีการแข่งขันในเรื่องราคาและ

คุณภาพเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย นอกจากนี้ยังมีการนำคอลลีจากผู้ผลิตในต่างประเทศเข้ามาจำหน่ายในประเทศเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากประเทศจีน ซึ่งมีความได้เปรียบในด้านราคาสินค้า ในปัจจุบันบริษัทมีนโยบาย มุ่งเน้นที่จะทำการตลาดกับลูกค้าที่มีความต้องการคอลลีที่มีคุณภาพสูง ซึ่งมีการแข่งขันกันในตลาดกับสินค้าของประเทศจีนซึ่งมีลักษณะการผลิตจำนวนมากๆ ในแต่ละแบบไม่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาได้ และด้วยคุณภาพสินค้าซึ่งได้รับการรับรองมาตรฐานทั้งจากประเทศสหรัฐอเมริกา และแคนาดาของบริษัทและการบริการ รวมทั้งความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ถือเป็นสิ่งสำคัญเพื่อให้มั่นใจในความสามารถในการแข่งขันของบริษัทได้เป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตาม ทางบริษัทฯ ได้ศึกษาผลกระทบดังกล่าวและเตรียมพร้อมสำหรับการเข้ามาของคู่แข่งจากต่างประเทศ ด้วยการปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ เพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการผลิตและขยายฐานการส่งออกให้กว้างขึ้น อีกทั้งร่วมออกแบบผลิตภัณฑ์กับลูกค้าที่ทำให้เป็นการยากที่จะหาสินค้าทดแทนได้อีกด้วย

6. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่

ในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา บริษัทไม่มีสัดส่วนการขายให้แก่ลูกค้ารายใดรายหนึ่งเกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้จากการขายรวม ซึ่งสามารถสรุปสัดส่วนการจำหน่ายสินค้าให้แก่ลูกค้ารายใหญ่ 5 รายแรกของบริษัทในปี 2554 – 2556 ได้ดังนี้

สัดส่วนการจำหน่ายให้แก่ลูกค้ารายใหญ่ 5 รายแรก ในปี 2554 – 2556

	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556
สัดส่วนการขายให้แก่ลูกค้ารายใหญ่ 5 รายแรก*	63.59	62.25	71.28

* นับรวมลูกค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศ

โดยลูกค้ารายใหญ่เหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่มีความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัทมาเป็นเวลานาน รวมทั้งบริษัทได้มีการร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์กับลูกค้ารายใหญ่อ้างมาโดยตลอด และด้วยคุณภาพของสินค้าซึ่งได้รับการรับรองมาตรฐานจากสถาบันต่างๆ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ทำให้บริษัทมั่นใจว่าจะสามารถรักษาสถานะลูกค้าปัจจุบัน รวมทั้งขยายฐานลูกค้าใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง

7. ความเสี่ยงจากการที่ประธานกรรมการบริหาร และกรรมการผู้จัดการเป็นบุคคลเดียวกัน

เนื่องจาก ประธานกรรมการบริหาร และกรรมการผู้จัดการของบริษัทเป็นบุคคลคนเดียวกัน คือ นายอารีย์ พุ่มเสนาะ ทำให้บริษัทอาจมีความเสี่ยงจากการมีอำนาจเบ็ดเสร็จเด็ดขาด แต่คณะกรรมการบริหารของบริษัทมีจำนวนทั้งสิ้น 5 ราย ในการลงมติในเรื่องต่าง ๆ ที่ซึ่งต้องมาจากจำนวนเสียงที่มากกว่ากึ่งหนึ่ง จึงเห็นได้ว่าการคุมอำนาจการพิจารณาในคณะกรรมการบริหารเป็นไปได้ยาก นอกจากนี้ บริษัทก็ได้มีการกำหนดขอบเขตอำนาจและหน้าที่ของแต่ละตำแหน่งไว้อย่างชัดเจน จึงช่วยลดความเสี่ยงในการที่บุคคลดังกล่าวจะมีอำนาจกระทำการในเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะลงได้ รวมทั้งอำนาจที่มอบหมายให้กับคณะกรรมการบริหาร และกรรมการผู้จัดการ ก็ไม่สามารถอนุมัติรายการที่ตนหรือ บุคคลที่อาจมีส่วนได้เสียและอาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ได้ นอกจากนี้คณะกรรมการของบริษัทยังประกอบไปด้วยคณะกรรมการตรวจสอบ และสำนักงานตรวจสอบภายในซึ่งจะรายงานตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ ทำหน้าที่ติดตามและตรวจสอบรายการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในบริษัท รวมทั้ง ทำหน้าที่ตรวจสอบการดำเนินการภายในของบริษัทให้มี

ความโปร่งใส เหมาะสม รัดกุม และเป็นไปตามขอบเขตอำนาจหน้าที่ของกรรมการและผู้บริหารที่ได้รับมอบหมายจากบริษัทอยู่แล้ว ซึ่งก็สามารถจำกัดความเสี่ยงในเรื่องดังกล่าวลงได้

8. ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง

ความเสี่ยงด้านสภาพคล่องเกิดจากการที่เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดบกพร่อง ซึ่งโดยปกติบริษัทฯ และบริษัทย่อยได้มีการติดตามดูความเสี่ยงด้านสภาพคล่องและรักษาระดับสถานะของเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพื่อให้เพียงพอต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อย โดยหนึ่งในนโยบายของบริษัทที่ได้ดำเนินการแล้วคือการนำบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เพื่อเพิ่มโอกาสในการระดมทุนได้มากขึ้น พร้อมทั้งการตั้งเป้าหมายเพื่อลดความเสี่ยงจากความผันผวนของกระแสเงินสด อีกทั้งบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการเงินสดโดยการสร้างสมดุลระหว่างเงินสดรับและจ่าย เพื่อสร้างความมั่นใจว่าบริษัทฯ จักมีต้องเผชิญต่อความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง

9. ความเสี่ยงของการลงทุนในบริษัทย่อย

ในกรณีที่บริษัทย่อยไม่สามารถหาแหล่งเงินทุนเพื่อสนับสนุนการขยายการลงทุน บริษัทฯ ในฐานะผู้ถือหุ้นใหญ่ จำเป็นต้องช่วยเหลือสนับสนุนการหาเงินเพื่อเป็นแหล่งเงินทุนสนับสนุนโครงการใหม่ ดังนั้นหากผลการดำเนินงานของบริษัทย่อยไม่เป็นไปตามแผน บริษัทฯ ในฐานะผู้ถือหุ้นอาจได้รับผลกระทบจากการลงทุนและมีความเสี่ยงที่จะไม่ได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนตามที่กำหนดไว้

อย่างไรก็ดี ปัจจุบันบริษัทย่อย สามารถสร้างผลตอบแทนได้ตามแผนเพียงพอที่จะดูแลตัวเองได้ จึงไม่กระทบต่อสภาพคล่อง และบริษัทฯ คาดว่าบริษัทย่อยจะดำเนินการได้อย่างเต็มที่ในไม่ช้านี้ โดยการลงทุนของบริษัทฯ จะเน้นในการขยายขอบเขตในธุรกิจที่จะสามารถส่งเสริมธุรกิจของบริษัทฯ ในอนาคต

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ลักษณะสำคัญของทรัพย์สินถาวรหลัก

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทและบริษัทย่อยมีสินทรัพย์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจดังนี้

ก. ที่ดิน (ซึ่งมีภาระผูกพันอยู่กับสถาบันการเงิน)

ประเภท ทรัพย์สิน	ที่ตั้ง ลักษณะ และขนาดพื้นที่	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	ภาระ ผูกพัน	มูลค่าสุทธิตาม งบการเงิน เฉพาะบริษัท ณ 31 ธ.ค. 56 (ล้านบาท)	วัตถุประสงค์ ในการถือครองทรัพย์สิน
ก. ที่ดิน	1/1 ต.บางคูวัด อ.เมือง จ.ปทุมธานี โฉนด 1 ฉบับ เนื้อที่ 4 ไร่ 37 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	จดจำนองไว้ กับธนาคาร	0.80	ที่ตั้งโรงงาน
	5/1-3 ต.บางคูวัด อ.เมือง จ. ปทุมธานี โฉนด 4 ฉบับ เนื้อที่ 1 งาน 56 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	จดจำนองไว้ กับธนาคาร	2.09	ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ (อาคาร 4 ชั้น)
	526/1 ซ.ท่านผู้หญิง จ. สมุทรปราการ โฉนด 6 ฉบับ เนื้อที่ 1 ไร่ 1 งาน 12 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	จดจำนองไว้ กับธนาคาร	5.90	ที่ตั้งโรงงาน (สาขาเทพารักษ์)
	526/2-3 ซ.ท่านผู้หญิง จ. สมุทรปราการ โฉนด 4 ฉบับ เนื้อที่ 3 งาน 99 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	จดจำนองไว้ กับธนาคาร	11.86	ที่ตั้งโรงงาน (สาขาเทพารักษ์)
	อื่นๆ โฉนด 4 ฉบับ เนื้อที่ 79 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	ไม่ได้จำนอง	0.28	ที่ตั้งอาคารพาณิชย์ ม.อัมรินทร์ (2 ฉบับ) ที่ตั้งอาคารพาณิชย์ ม.อาสาแฮร์ส (2 ฉบับ)
	789/75 ม.1 นิคมอุตสาหกรรมปิ่น ทอง จ.ชลบุรี โฉนด 4 ฉบับ เนื้อที่ 6 ไร่ 3 งาน 56.60 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	จดจำนองไว้ กับธนาคาร	15.85	ที่ตั้งโรงงาน (สาขาปิ่นทอง)
	อ.เมืองปทุมธานี จ.ปทุมธานี โฉนด 1 ฉบับ เนื้อที่ 9 ไร่ 3 งาน 99.30 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	ไม่ได้จำนอง	46.73	ที่ดินว่างเปล่า ติดกับ บ.ไรซ์ เอ็นจิเนียริ่งฯ

รายละเอียดของสัญญาเช่าทรัพย์สินของบริษัท และบริษัทย่อย

ณ. วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทและบริษัทย่อย มีสัญญาเช่าทรัพย์สินระยะยาว ดังนี้

1. สัญญาเช่าที่ดินระยะยาวจากนายเซ็งซง สกุกชีพัฒนา เพื่อใช้เป็นโกดังสินค้า โดยมีกำหนดระยะเวลาเช่า 12 ปี นับตั้งแต่วันที่ 17 กรกฎาคม 2551 ถึงวันที่ 17 กรกฎาคม 2563 ด้วยอัตราค่าเช่าคงที่ทุกเดือน เดือนละ 40,000 บาท

2. บริษัท เดอ ละไม จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้ทำสัญญาเช่าที่ดินระยะยาว จำนวน 2 แปลง เลขที่ 7919 และ 7920 ต.มะเร็ด อ.เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี จากนายสุทิน และนางวันดี พูลสวัสดิ์ เพื่อเป็นที่สร้างและดำเนินกิจการ “โรงแรม และรีสอร์ท ชื่อ เดอ ละไม” ร้านอาหาร ภัตตาคาร และกิจการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยมีกำหนดระยะเวลา 26 ปี นับตั้งแต่วันที่ 30 มิ.ย. 2548 ถึงวันที่ 30 มิ.ย. 2574 โดยมีค่าเช่ารวมทั้งสิ้น 22 ล้านบาท กำหนดชำระค่าเช่าที่ดินเป็นงวด ๆ ตามสัญญาเช่าที่ดิน

3. บริษัท เดอ ละไม จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้ทำสัญญาเช่าที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างบนโฉนดที่ดินเป็นอาคาร 4 ชั้นเลขที่ 99/99 จำนวน 1 หลัง จากนายศักดิ์วิชัย แก้วมีศรี เพื่อประกอบธุรกิจโรงแรมอีกแห่งหนึ่ง “ชื่อ เดอะ รัม” กำหนดระยะเวลาเช่า 20 ปี (20 ปี) เริ่มตั้งแต่เดือนมกราคม 2553 สิ้นสุดเดือนธันวาคม 2572 โดยตกลงชำระค่าเช่าเป็นรายเดือนสุทธิหลังหักภาษี ณ ที่จ่าย เดือนละ 200,000 บาท และมีการปรับอัตราค่าเช่ารายเดือนเพิ่มขึ้น 10% ทุก ๆ 3 ปี

ข. อาคารและสิ่งปลูกสร้าง

ประเภททรัพย์สิน	ที่ตั้ง ลักษณะ และขนาดพื้นที่	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน	มูลค่าสุทธิตามงบการเงินเฉพาะบริษัท ณ 31 ธ.ค. 56 (ล้านบาท)	วัตถุประสงค์ในการถือครองทรัพย์สิน
ข.อาคารและสิ่งปลูกสร้าง	1/1 หมู่ 7 ต. บางคูวัด อ.เมือง จ.ปทุมธานี อาคาร 2 ชั้น 1 หลัง	เป็นเจ้าของ	จดจำนองไว้กับธนาคาร ไม่ได้จำนอง	0.02 2.69	ที่ตั้งสำนักงานใหญ่
	5/1-3 หมู่ 4 ต.บางคูวัด อ.เมือง จ.ปทุมธานี อาคาร 4 ชั้น 1 หลัง	เป็นเจ้าของ	จดจำนองไว้กับธนาคาร	6.57	ที่ตั้งสำนักงานใหญ่
	5/10-15 หมู่ 4 ต.บางคูวัด อ.เมือง จ.ปทุมธานี อาคาร 3 ชั้นครึ่ง จำนวน 6 ห้อง	เป็นเจ้าของ	ไม่ได้จำนอง	12.45	ที่ตั้งสำนักงานใหญ่
	12/2 ต. บางคูวัด อ. เมือง จ. ปทุมธานี อาคารเก็บสินค้า 1 หลัง	เป็นเจ้าของ	ไม่ได้จำนอง	1.20	เก็บสินค้า
	526/1 ซ.ท่านผู้หญิง จ. สมุทรปราการ	เป็นเจ้าของ	จดจำนองไว้กับธนาคาร	2.30	ที่ตั้งโรงงาน (สาขาเทพารักษ์)
	526/2-3 ซ.ท่านผู้หญิง จ.สมุทรปราการ	เป็นเจ้าของ	จดจำนองไว้กับธนาคาร ไม่ได้จำนอง	5.94 0.29	ที่ตั้งโรงงาน (สาขาเทพารักษ์)
	อื่นๆ อาคาร พาณิชยกรรม 3.5 ชั้น 2 ห้อง อาคาร พาณิชยกรรม 3.5 ชั้น 2 ห้อง		ไม่ได้จำนอง	0.51	ที่ตั้งอาคารพาณิชย์ ม.อัมรินทร์ ที่ตั้งอาคารพาณิชย์ ม.อาสาเฮ้าส์
	789/75 หมู่ 1 ต.หนองขาม จ.ชลบุรี	เป็นเจ้าของ	จดจำนองไว้กับธนาคาร ไม่ได้จำนอง	46.86 1.42	ที่ตั้งโรงงาน (สาขาปิ่นทอง)

ค.เครื่องจักร อุปกรณ์ เครื่องตกแต่งติดตั้ง เครื่องใช้สำนักงาน และยานพาหนะ

ประเภทของทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน	มูลค่าสุทธิตามงบการเงินเฉพาะบริษัท ณ วันที่ 31 ธ.ค. 56 (ล้านบาท)
เครื่องจักรและอุปกรณ์	เป็นเจ้าของ	จดจำนองไว้กับธนาคาร	97.22
เครื่องจักรและอุปกรณ์	เป็นเจ้าของ	-	96.18
เครื่องมือ-เครื่องใช้	เป็นเจ้าของ	จดจำนองไว้กับธนาคาร	0.00
เครื่องมือ-เครื่องใช้	เป็นเจ้าของ	-	5.06
ระบบโครงสร้าง	เป็นเจ้าของ	-	6.53
เครื่องจักรและอุปกรณ์ – งานระหว่างติดตั้ง	เป็นเจ้าของ	-	13.61
เครื่องตกแต่ง ติดตั้ง และเครื่องใช้สำนักงาน	เป็นเจ้าของ	-	2.78
ยานพาหนะ	เป็นเจ้าของ	-	3.40

สิทธิหรือข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ ได้รับสิทธิและประโยชน์จากการเปิดโรงงานที่นิคมอุตสาหกรรมปิ่นทอง จังหวัดชลบุรี ในฐานะผู้ได้รับการส่งเสริมการลงทุนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ.2520 ในประเภท 5.3 กิจการผลิตชิ้นส่วนหรืออุปกรณ์ที่ใช้กับเครื่องใช้ไฟฟ้า โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

เลขที่บัตรส่งเสริมการลงทุน	1864(2)/2548
ประเภท	กิจการผลิตชิ้นส่วนหรืออุปกรณ์ที่ใช้กับเครื่องใช้ไฟฟ้า
วันที่อนุมัติ	17 สิงหาคม 2548
วันที่บัตรส่งเสริม	23 กันยายน 2548

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วม จะพิจารณาการลงทุนในธุรกิจที่เกื้อหนุนและเอื้อประโยชน์ต่อการทำธุรกิจของบริษัท หรือธุรกิจซึ่งอยู่ในอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มเจริญเติบโต หรือธุรกิจที่บริษัทมีความถนัดและชำนาญ โดยจะคำนึงถึงอัตราผลตอบแทนที่ได้รับจากการลงทุนนั้นๆ เป็นสำคัญ ในกรณีที่บริษัท มีการลงทุนในบริษัทย่อย บริษัทจะควบคุมดูแลโดยส่งกรรมการเข้าเป็นตัวแทนในบริษัทย่อยตามสัดส่วนการถือหุ้น และหากบริษัทย่อยมีการดำเนินธุรกิจที่กระทบต่อบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ บริษัทจะกำหนดวิธีการควบคุมดูแล เช่น การกำหนดเรื่องที่จะต้องขออนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริหารและคณะกรรมการบริษัท ของบริษัท เป็นต้น ในกรณีที่ลงทุนในบริษัทร่วม บริษัทจะไม่เข้าไปควบคุมดูแลมากนัก แต่จะส่งตัวแทนจากบริษัทเข้าไปเป็นกรรมการในบริษัทนั้นๆ ตามสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทร่วมนั้น

เงินลงทุนของบริษัทในบริษัทย่อย

ชื่อบริษัท	ลักษณะธุรกิจ	ทุนชำระแล้ว	การถือหุ้นของ บริษัท	ต้นทุนเงินลงทุน
บจ.เดอ ละไม	โรงแรม	100 ล้านบาท	99.97%	146.55 ล้านบาท
บจ.ซีไอจี (ประเทศไทย)	ผลิตและจำหน่าย เครื่องปรับอากาศ	25 ล้านบาท	99.94%	24.99 ล้านบาท

4.3 การเปิดเผยราคาประเมินทรัพย์สิน

ในปี 2556 บริษัทฯมิได้กระทำการประเมินราคาทรัพย์สินแต่อย่างไร

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทฯ มีเงินให้กู้แก่บุคคลภายนอก จำนวน 92.03 ล้านบาท (รวมดอกเบี้ยค้างชำระจำนวน 12.03 ล้านบาท) โดยลูกหนี้จำนวนที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างที่ตั้งอยู่ในจังหวัดภูเก็ตเป็นหลักประกัน มีราคาประเมินเป็นเงิน 110 ล้านบาท (ตามรายงานของผู้ประเมินอิสระลงวันที่ 25 มีนาคม 2553) นอกจากนี้ลูกหนี้ได้ส่งมอบหุ้นสามัญจำนวน 450,000 หุ้นของบริษัทจำกัดแห่งหนึ่งซึ่งดำเนินธุรกิจด้านโรงแรมในจังหวัดภูเก็ตเป็นหลักประกันเพิ่ม และเนื่องจากลูกหนี้ผิดนัดชำระหนี้ บริษัทฯ ได้ฟ้องร้องดำเนินคดีลูกหนี้ทั้งทางแพ่งและอาญา โดยคดีทางแพ่ง ศาลมีคำพิพากษาให้ลูกหนี้ชำระหนี้ดังกล่าวแก่บริษัทฯ หากไม่ชำระให้บังคับหลักประกันชำระหนี้ และหากไม่พอให้บังคับจากทรัพย์สินส่วนตัวของลูกหนี้ต่อไป โดยในเดือนมีนาคม 2553 บริษัทฯ ได้ยื่นคำขอบังคับยึดหลักประกันแล้ว รายละเอียดของคดีแพ่งและคดีอาญา มีดังนี้

คดีทางแพ่ง กรมบังคับคดีได้ออกหมายบังคับที่ดินหลักประกันเมื่อ 18 พฤษภาคม 2553 โดยเจ้าพนักงานบังคับคดีประเมินราคาที่ดินเป็นจำนวนเงินประมาณ 19.44 ล้านบาท และต่อมาเจ้าพนักงานบังคับคดีได้ประกาศขายทอดตลาดที่ดินหลักประกัน นัดที่ 1 ในวันที่ 2 ธันวาคม 2553 นัดที่ 2 ในวันที่ 9 ธันวาคม 2553 นัดที่ 3 ในวันที่ 16 ธันวาคม 2553 และนัดที่ 4 ในวันที่ 23 ธันวาคม 2553 เมื่อวันที่ 2 ธันวาคม 2553 ซึ่งมีบริษัทจำกัด แห่งหนึ่ง(จดทะเบียนในวันที่ 1 ธันวาคม 2553 มีทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท) เสนอราคาซื้อทรัพย์สินสูงสุดเป็นเงิน 43.20 ล้านบาท บริษัทฯ คัดค้านราคา เจ้าพนักงานบังคับคดีจึงให้เลื่อนการขายทอดตลาดไปในวันที่ 9 ธันวาคม 2553 โดยกำหนดให้บริษัทที่เสนอราคาสูงสุดผูกพันราคาที่เสนอไว้ ต่อมาในวันที่ 9 ธันวาคม 2553 ไม่มีผู้ใดให้ราคาสูงกว่า ราคา 43.20 ล้านบาท เจ้าพนักงานบังคับคดีจึงมีคำสั่งขายที่ดินหลักประกันในราคา 43.20 ล้านบาท และให้บริษัท ผู้ซื้อชำระราคาจำนวน 43.15 ล้านบาท (มูลค่าทรัพย์สินที่ประเมิน 43.20 ล้านบาท หักเงินมัดจำ 5 หมื่นบาท) ภายใน 15 วัน ซึ่งต่อมาผู้ซื้อขอขยายระยะเวลาวางเงินที่เหลือออกไปอีก 90 วัน และเจ้าพนักงานบังคับคดีได้อนุญาตแล้ว โดยครบกำหนดในวันที่ 24 มีนาคม 2554 ต่อมาเมื่อถึงกำหนดชำระเงินส่วนที่เหลือในวันที่ 24 มีนาคม 2554 ผู้ซื้อ ไม่ได้มาชำระเงินส่วนที่เหลือเจ้าพนักงานบังคับคดีจึงสั่งริบเงินประกันและมีกำหนดที่จะประกาศขายทอดตลาดที่ดิน อีกครั้งในเดือนมิถุนายน 2554 อย่างไรก็ตามในเดือนมิถุนายน 2554 ยังไม่มีการประกาศขายทอดตลาดที่ดินดังกล่าว ต่อมาเมื่อวันที่ 4 สิงหาคม 2554 บริษัทฯ ได้ยื่นคำขอยึดทรัพย์สินปลูกสร้างบนที่ดินดังกล่าวเพิ่มเติม เจ้าพนักงานบังคับคดีจึงรายงานข้อเท็จจริงให้ศาลทราบเพื่อมีคำสั่งต่อไป ซึ่งต่อมาศาลมีคำสั่งให้ปลดเปลื้องเพื่อให้เจ้าพนักงานบังคับคดีต้องปฏิบัติตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง อย่างไรก็ตามบริษัทฯ อยู่ระหว่างการประสานกับ เจ้าพนักงานบังคับคดีเพื่อยึดทรัพย์สินปลูกสร้างขายทอดตลาดต่อไป เมื่อวันที่ 28 มิถุนายน 2555 บริษัทฯ ได้ยื่นคำร้องต่อศาลแพ่งเพื่อขอให้ศาลมีคำสั่งให้ยึดสิ่งปลูกสร้างเพิ่มเติม ซึ่งศาลมีคำสั่งรับคำร้องไว้แล้ว ต่อมาวันที่ 13 กันยายน 2555 ศาลมีคำสั่งให้เจ้าพนักงานบังคับคดียึดสิ่งปลูกสร้างและที่ดินแล้ว ทั้งนี้บริษัทฯ ได้ประสานไป ยังเจ้าพนักงานบังคับคดีเพื่อยึดสิ่งปลูกสร้างเพิ่มเติม พร้อมประกาศขายทอดตลาดที่ดินและสิ่งปลูกสร้างต่อไป ซึ่งขณะนี้คณะกรรมการกรมบังคับคดีอยู่ระหว่างการพิจารณากำหนดราคา เพื่อประกาศขายทอดตลาด

เมื่อวันที่ 8 มีนาคม 2554 บริษัทฯ ได้แถลงขณายึดหุ้นที่ส่งมอบมาเป็นหลักประกันและทรัพย์สินส่วนตัวอื่นของลูกหนี้ต่อเจ้าพนักงานบังคับคดี แต่เจ้าพนักงานบังคับคดีแจ้งให้งดการยึดหุ้นไว้ก่อน เนื่องจากทรัพย์สินของในคดียังขายทอดตลาดไม่ได้

คดีอาญา ศาลมีคำสั่งเมื่อวันที่ 27 เมษายน 2553 ให้นัดเลื่อนถามค้ำพยานโจทก์และสืบพยานจำเลยเป็นวันที่ 2 สิงหาคม 2553 และต่อมาให้เลื่อนสืบพยานจำเลยเป็นวันที่ 19 และ 20 ตุลาคม 2553 ต่อมา ทนายจำเลยยื่นต่อศาลขอถอนตัวออกจากการเป็นทนายจำเลย ดังนั้นในวันที่ 19 ตุลาคม 2553 จำเลยจึงแถลงศาลขอเลื่อนนัดสืบพยาน

จำเลยไปเป็นวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2554 และในวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2554 ทนายจำเลยแถลงศาลขอเลื่อน การสืบพยาน จำเลย ซึ่งศาลอนุญาตให้เลื่อนนัดสืบพยานจำเลยในวันที่ 9 พฤษภาคม 2554 ซึ่งในวันนัด จำเลยแถลงต่อศาลขอเลื่อน การสืบพยานจำเลยออกไป ศาลมีคำสั่งให้เลื่อนการสืบพยานจำเลยเป็นวันที่ 1 สิงหาคม 2554 และ 11 สิงหาคม 2554 และ 25 สิงหาคม 2554 และ 5 กันยายน 2554 อย่างไรก็ตามในวันที่ 1 สิงหาคม 2554 ทนายจำเลยขอเลื่อนนัดสืบพยาน จำเลย ศาลได้อนุญาตโดยให้นำพยานมาสืบภายในวันที่กำหนดที่เหลือ และเมื่อวันที่ 11 สิงหาคม 2554 ทนายจำเลย ได้สืบพยานจำเลย และศาลนัดสืบพยานถัดไปตามกำหนดเดิมในวันที่ 25 สิงหาคม 2554 และ 5 กันยายน 2554 เมื่อ วันที่ 12 กันยายน 2554 ทนายจำเลยได้ยื่นคำร้องขอพิจารณาตีกลับหลังจำเลยและขออนุญาตเลื่อนคดี ศาลมีคำสั่งไม่ อนุญาตให้พิจารณาตีกลับหลังจำเลย และให้ออกหมายจับจำเลย ต่อมาจำเลยมารายงานตัวต่อศาล โดยศาลนัดพร้อม เพื่อกำหนดวันนัดสืบพยานจำเลยใหม่ในวันที่ 18 พฤศจิกายน 2554 แต่เนื่องจากเกิดภาวะน้ำท่วมในเขตกรุงเทพมหานคร และบริเวณชลประทานศาลฎีกาจึงมีคำสั่งให้ศาลที่ภูมิกำหนดหยุดทำการ ส่งผลให้การสืบพยานจำเลยในวันที่ 18 พฤศจิกายน 2554 ต้องงดไปโดยปริยาย และศาลนัดพิจารณาตีกลับใหม่ในวันที่ 24 มกราคม 2555 และเมื่อถึงวันที่ 24 มกราคม 2555 ทนายจำเลยแถลงต่อศาลขออนุญาตนัดสืบพยานจำเลยเพิ่มอีก 2 นัด ศาลได้อนุญาตให้นัดสืบพยาน จำเลยเพิ่มในวันที่ 25 พฤษภาคม 2555 และ 12 มิถุนายน 2555

เมื่อ 25 พฤษภาคม 2555 ทนายจำเลยมอบฉันทะให้เสมียนทนายมายื่นคำร้องขอเลื่อนคดี ทนายโจทก์ แถลงคัดค้านศาลสอบจำเลยแล้วแถลงว่า ยังประสงค์จะเจรจาหยุดหนี้ยกับโจทก์ จึงขอเลื่อนไปนัดสืบพยาน ในวันที่ 27 กรกฎาคม 2555 และยกเลิกวันนัดสืบพยานจำเลยในวันที่ 12 มิถุนายน 2555

เมื่อวันที่ 27 กรกฎาคม 2555 ทนายจำเลยแถลงต่อศาลไม่ติดใจซักถามพยานอีกต่อไป ฝ่ายจำเลยแถลงขอ เลื่อนไปฟังคำพิพากษาประมาณ 4 เดือน เพื่อตกลงเจรจากับโจทก์อีกครั้ง ศาลให้เลื่อนไปนัดฟังคำพิพากษาในวันที่ 17 ธันวาคม 2555 ซึ่งในวันนัดดังกล่าวจำเลยแถลงขอโอกาสในการประนอมหนี้ ศาลได้พิจารณาแล้วเห็นว่าเป็นคดีที่ยอม ความกันได้หากทั้งสองฝ่ายตกลงกันได้จะเป็นประโยชน์แก่ทั้งสองฝ่าย จึงให้เลื่อนไปนัดฟังคำพิพากษาอีกครั้งในวันที่ 29 เมษายน 2556 ซึ่งในวันดังกล่าวศาลชั้นต้นมีคำพิพากษาให้ยกฟ้อง

ต่อมาเมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม 2556 บริษัทฯ ได้ยื่นอุทธรณ์คำพิพากษาศาลชั้นต้น โดยในวันที่ 9 ธันวาคม 2556 ศาลอุทธรณ์ได้พิพากษายืนตามศาลชั้นต้น บริษัทฯ ได้ยื่นฎีกาคัดค้านคำพิพากษาของศาลอุทธรณ์ ต่อไป

ปัจจัยดังกล่าว ทำให้บริษัทฯ ยังไม่สามารถประมาณมูลค่าที่จะได้รับคืนจากลูกหนี้ที่เหมาะสม ในขณะที่ นี้ จึงไม่ได้ตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญในขณะนี้ อย่างไรก็ตามตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2553 เป็นต้นไปบริษัทฯ หยุดรับรู้ รายได้ดอกเบี้ยจากต้นเงินกู้จำนวน 80 ล้านบาทดังกล่าว โดยจะรับรู้เงินส่วนเกินจากการชำระดอกเบี้ยค้างรับเป็น รายได้ในรอบบัญชีที่บริษัทฯ ได้รับชำระเงิน

6. ข้อมูลทั่วไปบริษัท

ชื่อบริษัท	บริษัท ซี.ไอ.กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
ชื่อย่อ	CIG
ประเภทธุรกิจหลัก	ผลิตชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศ (ประเภทคอยล์)
เลขทะเบียนบริษัท	0107547000133
ทุนจดทะเบียน	ทุนจดทะเบียน 483,393,859.50 บาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556) ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 300,974,908 บาท มูลค่าที่ตราไว้ต่อหุ้น 0.50 บาท
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	เลขที่ 1/1 หมู่ที่ 7 ถนนบางคูวัด ตำบลบางคูวัด อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี 12000 โทรศัพท์ : 0-2976-5290-9 โทรสาร : 0-2976-5023
ที่ตั้งสำนักงานสาขา	เลขที่ 789/75 หมู่ที่ 1 นิคมอุตสาหกรรมปิ่นทอง ตำบลหนองขาม อำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี โทรศัพท์ : 0-3829-6920-4 โทรสาร : 0-3829-6919
ที่ตั้งสำนักงานสาขา	เลขที่ 526/1-3 หมู่ที่ 3 ซอยท่านผู้หญิง ถนนเทพารักษ์ ตำบลเทพารักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ 10270 โทรศัพท์ : 0-2758-3034-6 โทรสาร : 0-2758-3085
โฮมเพจ	http://www.coilinter.com

บุคคลอ้างอิง

นายทะเบียนหลักทรัพย์	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด เลขที่ 62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ : 0-2229-2800 โทรสาร : 0-2359-1259
ผู้สอบบัญชี	นายชัยยุทธ อังศุวิทยา หรือ นางณัฐสรณ์ สโรชนันท์จัน ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3885 และ 4563 ตามลำดับ หรือ ผู้สอบบัญชีท่านอื่นที่ ก.ล.ต. ให้ความเห็นชอบ แห่ง สำนักงาน เอ.เอ็ม.ที. แอสโซซิเอท สำนักงาน เอ.เอ็ม.ที. แอสโซซิเอท เลขที่ 491/27 อาคารสีลมพลาซ่า ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กทม.10500 โทรศัพท์ : 0-2234-1676,0-2234-1678 โทรสาร : 0-2237-2133

ข้อมูลทั่วไปบริษัท

บริษัทย่อย

ชื่อบริษัท	บริษัท เดอ ละไม จำกัด
ประเภทธุรกิจหลัก	ธุรกิจบริการ ประเภท โรงแรม
เลขทะเบียนบริษัท	0845547005846
ทุนจดทะเบียน	ทุนจดทะเบียน 100,000,000.00 บาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556) ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 100,000,000.00 บาท
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	เลขที่ 171/4-9 หมู่ที่ 4 ตำบลมะเร็ด อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โทรศัพท์ : 0-7791-3250 โทรสาร : 0-7791-3255
โฮมเพจ	http://www.samayabura.com
ชื่อบริษัท	บริษัท ซีไอจี (ประเทศไทย) จำกัด
ประเภทธุรกิจหลัก	ผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์ และชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศและเครื่องทำความเย็นทุกชนิด
เลขทะเบียนบริษัท	0135554002471
ทุนจดทะเบียน	ทุนจดทะเบียน 25,000,000.00 บาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556) ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 25,000,000.00 บาท
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	เลขที่ 1/1 หมู่ที่ 7 ถนนบางคูวัด ตำบลบางคูวัด อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี 12000 โทรศัพท์ : 0-2976-5290 (อัตโนมัติ 10 สาย) โทรสาร : 0-2976-5023, 0-2598-2332