

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

จากความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า ซึ่งแตกต่างกันไปตามกลุ่มอุตสาหกรรม และในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม ก็มีลักษณะการใช้งานของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันไปตามธุรกิจของลูกค้า ทำให้เกิดความซับซ้อนทั้งในด้านรูปแบบ คุณภาพ มาตรฐาน และปริมาณการใช้งาน การจัดการดังกล่าวไม่เพียงแต่การจัดการผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการเท่านั้น แต่ยังมีบริการที่ลูกค้าต้องการ จึงทำให้เกิดการแตกแขนงของผลิตภัณฑ์เพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่ม โดยคงที่จะสร้างความมั่นใจในคุณภาพ การส่งมอบสินค้าที่ตรงตามกำหนด การให้คำปรึกษาในเรื่องรูปแบบผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและคุ้มค่าสำหรับลูกค้า อีกทั้งบริษัทยึดมั่นที่จะดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ โปร่งใสและเป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ต่อด้านการทุจริต คอร์รัปชั่นทั้งในและนอกองค์กร เพื่อให้ดำเนินกิจการ มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังช่วยพัฒนาศักยภาพของบริษัทฯ ให้เจริญเติบโต ก้าวหน้าและมีความมั่นคงอย่างยั่งยืน

ซึ่งกลุ่มลูกค้าของบริษัท ประกอบด้วย ผู้ผลิตเครื่องปรับอากาศ และลูกค้าที่อยู่ในตลาดสินค้าทดแทน เช่น ศูนย์ซ่อมเครื่องปรับอากาศ ศูนย์ซ่อมเครื่องทำความเย็น เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทยังมีฝ่ายวิศวกรรมที่จะช่วยให้คำแนะนำแก่ลูกค้าในการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยบริษัทจะช่วยคำนวณเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าโดยมีคู่แข่งทั้งในและต่างประเทศ ได้แก่บริษัทที่รับจ้างผลิตคอยล์โดยเฉพาะเช่นเดียวกับบริษัทและบริษัทผู้ผลิตเครื่องปรับอากาศที่รับจ้างผลิตคอยล์

1.1 นโยบายการประกอบธุรกิจในภาพรวม

วิสัยทัศน์

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

พันธกิจ

1. มุ่งมั่นทุ่มเทเพื่อมาตรฐานสูงสุด ได้รับการรับรองมาตรฐานสินค้าในระดับสากล
2. ปรับปรุงพัฒนาระบบการผลิตและการบริหารจัดการอย่างต่อเนื่องโดยการท้าทายและเปลี่ยนแปลง ด้วยเทคโนโลยีและระบบงานสมัยใหม่
3. สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเพื่อบรรลุการเป็นผู้นำ
4. สร้างความแข็งแกร่งในการปฏิบัติงาน และส่งเสริมพัฒนาศักยภาพบุคลากรทุกระดับเพื่อรองรับการบริหารจัดการสมัยใหม่ ให้เกิดการสร้างนวัตกรรมด้านการผลิต HVAC อย่างต่อเนื่อง
5. เป็นองค์กรที่ดีของสังคมดำเนินธุรกิจที่มีการบริหารจัดการโปร่งใส ใส่ใจผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานสากล และ มีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีแก่สังคมชุมชน
6. สร้าง Brand เป็นของตนเองเพื่อให้ลูกค้านึกถึงเมื่อมีความต้องการใช้สินค้าประเภทนี้
7. สร้างองค์กรแห่งความสุข และความภาคภูมิใจ

วัตถุประสงค์

1. สร้างแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับและมีสินค้าที่เป็นที่ต้องการของลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและมีการบริการที่ประทับใจ
2. กระบวนการผลิตทันสมัย ต้นทุนต่ำ ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า
3. สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่โดดเด่นด้านนวัตกรรมที่สามารถสร้างความแตกต่างและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเกินความคาดหมาย
4. พนักงานมีประสิทธิภาพ รักองค์กร เป็นองค์กรที่เป็นที่มุ่งหมายของบุคคลทั่วไปที่จะได้เข้ามาทำงาน
5. ได้รับการรับรองเป็นสมาชิกโครงการ “แนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต”
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/ความเย็นประเภทอื่นๆ เพื่อจำหน่ายในประเทศ จนกระทั่งในปี 2541 บริษัทจึงเริ่มผลิตและจำหน่ายไปยังต่างประเทศ

ปัจจุบัน บริษัทมีทุนจดทะเบียน 648.587 ล้านบาท และเป็นหนึ่งในผู้ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายคอยล์รายใหญ่ที่สุดในประเทศไทย โดยได้มีการปรับแนวทางการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเพิ่มคุณค่าสร้างความสำเร็จให้กับลูกค้ามากกว่าการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อย่างเดียว

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

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจและการบริหารงานในช่วงที่ผ่านมาของบริษัท

ปี	เหตุการณ์ที่สำคัญ
2548	<ul style="list-style-type: none"> - เสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 41 ล้านหุ้นต่อประชาชนและจำนวน 4 ล้านหุ้นต่อกรรมการและพนักงานของบริษัท - เจ้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ ในวันที่ 27 มกราคม 2548 - ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น ประจำปี 2548 ประเภทการบริหารอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม จากนายกรัฐมนตรี จัดโดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม - เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 165 ล้านบาท เป็น 247.50 ล้านบาท โดยการเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิ

ปี	เหตุการณ์ที่สำคัญ
	ที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมจำนวนไม่เกิน 82,500,000 หน่วยในอัตราส่วน 2 หุ้นสามัญเดิม ต่อ 1 หน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ (เศษที่เกิดจากการคำนวณให้ปัดเศษทิ้ง)
2550	<ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 247.50 ล้านบาท เป็น 350 ล้านบาท โดยการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวนไม่เกิน 85.50 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท ให้แก่ประชาชน (Public Offering) - เปิดดำเนินการโรงงานใหม่ของบริษัท ตั้งอยู่ ณ นิคมอุตสาหกรรมปิ่นทอง จ.ชลบุรี
2551	<ul style="list-style-type: none"> - บริษัทลงทุนในหุ้นสามัญ ของบริษัท เคอ. ตะไคร้ จำกัด ซึ่งทำธุรกิจโรงแรมที่ อ.เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี จำนวน 999,660 หุ้น เป็นจำนวนเงินรวมทั้งสิ้น 144.95 ล้านบาท
2552	<ul style="list-style-type: none"> - เปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นของบริษัท จากหุ้นละ 1 บาท (หนึ่งบาท) เป็นหุ้นละ 0.50 บาท และเปลี่ยนแปลงจำนวนหุ้นสามัญของบริษัทจาก 350,000,000 หุ้น เป็น 700,000,000 หุ้น - ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2008
2553	<ul style="list-style-type: none"> - ได้รับอนุมัติจากที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นให้ออกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท เพื่อเสนอขายให้แก่กรรมการและพนักงานของบริษัท ครั้งที่ 1 (ESOP-1) โดยไม่คิดมูลค่าจำนวน 25,100,000 หน่วย - ได้รับอนุมัติจากที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นให้ออกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทครั้งที่ 2 (CIG-W2) ให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทโดยไม่คิดมูลค่า จำนวนไม่เกิน 219,611,940 หน่วย โดยจัดสรรในอัตรา 1 หุ้นเดิม : 0.43637118 หน่วย CIG-W2
2554	<ul style="list-style-type: none"> - ได้รับอนุมัติจากที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นให้ออกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทครั้งที่ 3 (CIG-W3) ให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทโดยไม่คิดมูลค่าจำนวนไม่เกิน 3,048,173,915 หน่วย โดยจัดสรรในอัตรา 1 หุ้นเดิม : 5 หน่วย CIG-W3
2555	<ul style="list-style-type: none"> - ธนาคารกรุงศรีอยุธยาได้โอนภาระหนี้ของบริษัทเคอ.ตะไคร้ จำกัด ให้บรรษัทบริหารสินทรัพย์กรุงเทพเป็นผู้เจรจา
2556	<ul style="list-style-type: none"> - ได้รับอนุมัติจากที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นให้ออกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทครั้งที่ 4 (CIG-W4) ให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทโดยไม่คิดมูลค่าจำนวนไม่เกิน 601,836,915 หน่วย โดยจัดสรรในอัตรา 1 หุ้นเดิม : 2 หน่วย CIG-W4
2557	<ul style="list-style-type: none"> - บริษัทยอย, บริษัท ซี.ไอ.จี (ประเทศไทย) จำกัด, ร่วมลงทุนใน บริษัท ฟ้ายวิญญูทิพย์ จำกัด - ปิดคดีแพ่งสำหรับลูกหนี้รายนางสุภาสินี เสตะพันธ์ หรือ มุศตมระแฉังโดยศาลออกคำร้องของผู้คัดค้านคือจำเลยในคดีนี้ ทั้งนี้บริษัทได้เข้าร่วมประมูลทรัพย์สินในคดีนี้ที่ศาลพิจารณานำมาขายทอดตลาดด้วยมูลค่า 60 ล้านบาท โดยบริษัทเป็นผู้ชนะการประมูล และได้จดทะเบียนรับโอนทรัพย์สินดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว - บริษัทยอย, บริษัท เคอ. ตะไคร้ จำกัด, ได้รับความเห็นชอบในการปรับโครงสร้างหนี้ จาก บริษัท บริหารสินทรัพย์กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด โดยตกลงให้จ่ายคืนทั้งสิ้น จำนวน 102 ล้านบาท ถือเป็น การชำระหนี้เสร็จสิ้น

ปี	เหตุการณ์ที่สำคัญ
	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทฯ ได้รับความช่วยเหลือบริษัทย่อย, บริษัท เดอ ละไม จำกัด, โดยการให้กู้ยืมเงินจำนวน 102 ล้านบาท เพื่อนำไปชำระหนี้คด บลค,
2558	<ul style="list-style-type: none"> ได้รับอนุมัติจากที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นให้ยกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทรุ่นที่ 5 (CIG-W5) ให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทโดยไม่คิดมูลค่าจำนวนไม่เกิน 216,185,556 หน่วย โดยจัดสรรในอัตรา 4 หุ้นเดิม : 1 หน่วย CIG-W5 Rebrand ของบริษัทฯ เพื่อให้ง่ายต่อการจดจำ และเป็นสัญญาณถึงการเปลี่ยนแปลงสู่สากลมากขึ้น ลงนามในสัญญาเพื่อเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท Kingspan Insulated Panel Pty จำกัด ผู้ผลิตแผ่นฉนวนสำเร็จรูป (Insulation Panel) จากประเทศออสเตรเลีย
2559	<ul style="list-style-type: none"> ได้รับอนุมัติจากที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นให้ยกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทรุ่นที่ 6 (CIG-W6) ให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทโดยไม่คิดมูลค่า จำนวนไม่เกิน 216,192,158 หน่วย โดยจัดสรรในอัตรา 4 หุ้นเดิม : 1 หน่วย CIG-W6
2560	<ul style="list-style-type: none"> 24 เมษายน : จัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2560 ได้รับอนุมัติจากที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นให้ยกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทรุ่นที่ 7 (CIG-W7) ให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทโดยไม่คิดมูลค่า จำนวนไม่เกิน 216,195,708 หน่วย โดยจัดสรรในอัตรา 5 หุ้นเดิม : 1 หน่วย CIG-W7 16 มกราคม : จัดตั้งบริษัท สยามเรลเวย์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด เพื่อรองรับการดำเนินธุรกิจ ศูนย์ซ่อมรถไฟ

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



บริษัทฯ มีบริษัทย่อย 3 บริษัท ดังนี้:**(1) บริษัท เดอะ ละไม จำกัด**

บริษัทฯ ถือหุ้นสามัญในบริษัทย่อย จำนวน 999,680 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 99.97 ของทุนจดทะเบียนที่ออกและเรียกชำระแล้วของบริษัทย่อย โดยมีทุนจดทะเบียน 100,000,000 บาท มูลค่าหุ้นละ 100 บาท บริษัทย่อยดำเนินธุรกิจโรงแรมบนเกาะสมุยภายใต้ชื่อ โรงแรมสมญาบุรา (Samaya Bura Hotel) ที่ตั้งอยู่ ณ เลขที่ 171/4-9 หมู่ที่ 4 ต.มะเร็ต อ.เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ทะเบียนเลขที่ 0845547005846 ที่ซึ่งบริษัทฯ ได้ทำการขายสิทธิการเช่าที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง และทรัพย์สินในอาคาร ด้วยมูลค่า 200,000,000 บาท (สองร้อยล้านบาท) จะมีผลในวันที่ 1 มกราคม 2560 เป็นต้นไป

(2) บริษัท ซีไอจี (ประเทศไทย) จำกัด

บริษัทฯ ถือหุ้นสามัญในบริษัทย่อย จำนวน 599,850 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 99.98 ของทุนจดทะเบียนที่ออกและเรียกชำระแล้วของบริษัทย่อย โดยบริษัทย่อยดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์และชิ้นส่วนของเครื่องปรับอากาศและเครื่องทำความเย็นรวมไปถึงเป็นศูนย์กลางในการจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการอื่นตามความเหมาะสม บริษัทย่อยตั้งอยู่ ณ เลขที่ 1/1 หมู่ 7 ต.บางคูวัด อ.เมือง จ.ปทุมธานี ทะเบียนเลขที่ 0135554002471 โดยมีทุนจดทะเบียน 60,000,000 บาท มูลค่าหุ้นละ 100 บาท

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

(3) บริษัท สยามเรลเวย์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด

บริษัทฯ ถือหุ้นสามัญในบริษัทย่อย จำนวน 10,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียนที่ออกและเรียกชำระแล้วของบริษัทย่อย โดยบริษัทย่อยดำเนินธุรกิจศูนย์ซ่อมรถไฟ ที่ตั้งอยู่ ณ เลขที่ 1/1 หมู่ 7 ต.บางคูวัด อ.เมือง จ.ปทุมธานี ทะเบียนเลขที่ 0135560001243 โดยมีทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท และปัจจุบันมีกรรมการบริษัท 5 ท่าน ได้แก่ นายอารีย์ พุ่มเสนาะ, นายไฉว ฉัตรชัยรุ่งเรือง, นายเสกนุศย์ บัวดวง, นายธีรชัย แสงกุล และ นายสุชาติ พัฒนวิทยานนท์ โดยกรรมการซึ่งลงชื่อผูกพันบริษัทได้คือ กรรมการสองคนลงลายมือชื่อร่วมกัน และประทับตราสำคัญของบริษัท

บริษัทร่วม (ลงทุนผ่านบริษัทย่อย) ได้แก่**(1) บริษัท ฟิวเจอร์ทิพย์ จำกัด**

บริษัทฯ ได้เข้าร่วมลงทุนในบริษัท ฟิวเจอร์ทิพย์ จำกัด ในสัดส่วน 29.67% ของทุนจดทะเบียน โดยมีทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 101,100,000 บาท คิดเป็นเงินลงทุนทั้งสิ้น 30 ล้านบาท โดยบริษัท ฟิวเจอร์ทิพย์ จำกัด ดำเนินธุรกิจในกลุ่มพลังงาน มีผลิตภัณฑ์หลักคือ เอทานอล ตั้งอยู่ ณ เลขที่ 468 หมู่ที่ 4 ต.สันตัน - วังดินสอ ต.เขาไม้แก้ว อ.กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี

1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

--- ไม่มี ---

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจ 4 ประเภท ได้แก่ ธุรกิจการผลิต เพื่อขายและส่งออก (ธุรกิจหลัก) ดำเนินการโดยบริษัท แม่ บริษัท ซี.ไอ.กรุ๊ป จำกัด(มหาชน), ธุรกิจโรงแรม รับเหมา ก่อสร้าง ดำเนินการโดย บริษัท เดอะ ตะโพน จำกัด, ธุรกิจ trading ดำเนินการโดย บริษัท ซี.ไอ.จี (ประเทศไทย) จำกัด และ ธุรกิจศูนย์ซ่อมรถไฟ (อยู่ระหว่างศึกษาธุรกิจ ยังไม่มีการดำเนินงาน) โดย บริษัท สยามเรลเวย์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ที่ซึ่งเป็นธุรกิจย่อย โดยสามารถสร้างรายได้ให้กับบริษัทดังนี้

โครงสร้างรายได้ของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ตั้งแต่ปี 2558 – 2560

(หน่วย : ล้านบาท)

สายผลิตภัณฑ์/กลุ่มธุรกิจ	% การถือ หุ้นของ บริษัทแม่	2560	%	2559	%	2558	%
รายได้จากการขายบริการ							
• ในธุรกิจการผลิต (CIG)	100	855,023.22	94.98	904,039.84	94.40	1,042,279.86	95.14
• ในธุรกิจโรงแรม (De Lamai)	99.97	15,713.67	1.74	22,262.51	2.32	23,059.21	2.10
• ในธุรกิจ trading (CIG (Thailand))	99.98	84.22	0.01	155.65	0.02	1,568.84	0.14
รายได้อื่นๆ							
• ในธุรกิจการผลิต (CIG)	100	29,270.01	3.25	30,348.24	3.17	28,613.85	2.61
• ในธุรกิจโรงแรม (De Lamai)	99.97	172.58	0.02	912.52	0.10	0.00	0.00
• ในธุรกิจ trading (CIG (Thailand))	99.98	1.94	0.00	2.57	0.00	28.31	0.01
รวม		900,245.64	100.00	957,661.33	100.00	1,095,550.07	100.00

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

DE LAMAI หมายถึง บริษัท เดอะ ตะโพน จำกัด

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

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

2.1.1 คอยล์

บริษัทแม่ประกอบธุรกิจหลักในการผลิตคอยล์เย็น (Evaporator Coil) คอยล์รีออน (Condenser Coil) และคอยล์ น้ำเย็น (Chilled Water Coil) ซึ่งเป็นชิ้นส่วนหลักในเครื่องปรับอากาศ เครื่องทำความเย็น และอุปกรณ์ถ่ายเทความร้อน/ ความเย็นประเภทอื่น ๆ

ลักษณะการทำงานของคอยล์เย็นและคอยล์รีออนจะทำหน้าที่ต่างกัน โดยคอยล์เย็นซึ่งมีสารทำความเย็น ไหลเวียนอยู่ภายใน จะทำหน้าที่ดูดความร้อนจากลมที่ผ่านคอยล์ ทำให้ลมที่ผ่านออกมาเป็นลมเย็น ในขณะที่คอยล์รีออน จะทำหน้าที่ระบายความร้อนจากสารทำความเย็นที่ไหลเวียนออกจากคอยล์เย็น ด้วยลมที่ผ่านคอยล์รีออน สำหรับคอยล์ น้ำเย็นจะมีลักษณะการทำงานเช่นเดียวกับคอยล์เย็น เพียงแต่ใช้น้ำเย็นเป็นสื่อกลางแทนสารทำความเย็น โดยปกติถ้า เป็นเครื่องปรับอากาศชนิดแยกส่วน (Split Type) ส่วนที่เป็นคอยล์เย็นซึ่งเป็นส่วนประกอบ ใน Fan Coil Unit จะถูกติดตั้ง อยู่ภายในห้องหรืออาคาร ขณะที่คอยล์รีออนซึ่งเป็นส่วนประกอบอยู่ใน Condensing Unit จะถูกติดตั้งอยู่ภายนอกห้อง หรืออาคาร

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) ซึ่งใช้เป็นสื่อกระจายความร้อนหรือความเย็น โดยจะนำอลูมิเนียมมาผ่านเครื่องขึ้นฟิน เพื่อทำการเจาะรูและขึ้นรูปตามแบบต่างๆ เช่น แบบ Supper Slit Fin แบบ Corrugated Fin แบบ Wave Slit แบบ Sine Wave และ แบบ Louvered Fin ทั้งนี้ลักษณะของฟินแต่ละชนิดขึ้นอยู่กับ Specification ของลูกค้าแต่ละราย ซึ่งลักษณะที่แตกต่างกันจะมีผลต่อคุณสมบัติของการถ่ายเทความร้อนหรือความเย็น
- 3.) แผ่นเหล็กชุบสังกะสี : เป็นส่วนประกอบที่จะนำมาตัดเป็นชิ้นเพื่อใช้สำหรับปิดหัวและท้ายของคอยล์ (End Plate)

โดยลักษณะผลิตภัณฑ์ของบริษัทนี้สามารถแยกได้ตามขนาดและลักษณะการใช้งานได้ดังนี้

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

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะการใช้งาน
<p>2. คอยล์รีออน</p> <ul style="list-style-type: none"> ขนาด 1-5 ตัน  <ul style="list-style-type: none"> ขนาด 5-100 ตัน 	<p>ใช้เป็นส่วนประกอบสำหรับเครื่องปรับอากาศขนาดเล็กที่ใช้ในห้องแบบแยกส่วน (Split Type) แบบติดหน้าต่าง (Window Type) แบบติดผนัง (Wall Type) และแบบตู้ (Package Type)</p> <p>ใช้เป็นส่วนประกอบสำหรับเครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ทั้งแบบ แนวนอน และแนวตั้ง (Horizontal & Vertical Type) และตู้ทำความเย็น</p>
<p>3. คอยล์น้ำเย็น ขนาด 1-100 ตัน</p> 	<p>ใช้เป็นส่วนประกอบสำหรับระบบทำความเย็นขนาดใหญ่ที่ใช้น้ำเป็นตัวกลางในการถ่ายเทความร้อน ซึ่งส่วนใหญ่จะนิยมใช้ในอาคารสำนักงานขนาดใหญ่ รวมถึงห้างสรรพสินค้า และห้องเย็น เป็นต้น</p>
<p>4. ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ</p> 	<p>เป็นส่วนประกอบของคอยล์ เพื่อใช้ในการเชื่อมต่อทางเดินของสารทำความเย็น 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</p> <ul style="list-style-type: none"> แบบ Butterfly แบบ Cross-Over แบบ Three Ways Cross Over แบบ Strainer แบบ Distributor

2.1.2 บริการด้านการออกแบบ ติดตั้ง ระบบปรับอากาศและฉนวนฉนวนสำเร็จรูป

	<p>บริษัทฯ เปิดให้บริการออกแบบระบบปรับอากาศ ฉนวนฉนวนและหลังคา ประเภท Polyurethane และ Polyisocyanurate โดยร่วมมือกับผู้ผลิตแผ่นฉนวนสำเร็จรูปทั้งจากในและต่างประเทศ เพื่อให้บริการแบบครบวงจรสำหรับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการการก่อสร้างที่รวดเร็ว ประหยัดพลังงาน และคุณภาพอากาศที่ดี</p>
---	--

บริษัทย่อย

(1) บริษัท เดอะ ละไม จำกัด

บริษัท เดอะ ละไม จำกัด ประกอบธุรกิจโรงแรม โดยใช้ชื่อว่า โรงแรมสมญาบุรา ตั้งอยู่ ณ เลขที่ 171/4-9 หมู่ 4 ต.มะเว็ต อ.เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี เพื่อให้เช่าที่พักอาศัย จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม การจัดประชุมและ จัดเลี้ยง รวมถึงการให้บริการอื่นๆ เกี่ยวกับธุรกิจโรงแรม ขนาด 3 ชั้น ประกอบด้วยห้องพักจำนวน 67 ห้อง รวมถึงห้องจัดเลี้ยงและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ บริษัทฯ ได้ขยายธุรกิจเพื่อเพิ่มรายได้ โดยการเช่าซื้อโรงแรมเดอะวูม ขนาด 4 ชั้น ประกอบด้วยห้องพักจำนวน 30 ห้อง ตั้งอยู่บนหาดเขวง อ.เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี

ภาวะอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประมาณการว่าในปี 2560 มีจำนวนนักท่องเที่ยวล้นหลาม เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยแต่ละที่ระดับ 1.05 ล้านคน เติบโตร้อยละ 12.3 จากที่เติบโตร้อยละ 13.5 ในปี 2559 ขณะที่คาดว่าจะรายได้จากนักท่องเที่ยวล้นหลาม ธุรกิจท่องเที่ยวและเกี่ยวเนื่องคิดเป็นมูลค่าประมาณ 78,500 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.0 จากร้อยละ 20.8 ในปี 2559

Bangkok Sales Office:
 Travels Choices Co., Ltd.
 101/81 Maneeva Village Soi 6, Moo 2, Rattanaibeth 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 | Samaya Bura | Koh Samui | www.samayabura.com



จำนวนนักท่องเที่ยวจีนเดินทางท่องเที่ยวไทยกลับมาเติบโตด้วยตัวเลข 2 หลักอีกครั้ง โดยหดตัวลงเล็กน้อยร้อยละ 0.4 เมื่อเทียบกับของปีก่อนหน้า ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้ปรับประมาณการนักท่องเที่ยวจีนเที่ยวไทยปี 2560 เป็นจำนวน 9.70 ล้านคน (จากเดิมที่คาดว่าจะนักท่องเที่ยวจีนเดินทางท่องเที่ยวไทยน่าจะอยู่ที่ประมาณ 9.20-9.40 ล้านคน) และสามารถเติบโตได้ร้อยละ 10.0 สูงขึ้นต่อเนื่องจากที่เติบโตร้อยละ 10.5 ในปี 2559 ขณะที่คาดว่าจะรายได้จากนักท่องเที่ยวจีนน่าจะมีมูลค่าประมาณ 510,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.9 จากที่เติบโตร้อยละ 15.2 ในปี 2559

สถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประจำปี 2560

	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	รวม
อัตราการเข้าเทียบเทียบ (%)	74.8	70.17	76.94	78.50	71.62	61.12	75.44	74.18	77.46	60.93	71.35	78.45	73.32
จำนวนผู้เยี่ยมชม (คน - ครั้ง)	413,641	443,647	442,692	420,194	413,597	324,246	439,311	478,850	489,958	393,318	460,582	506,414	4,822,810
รายได้ (ล้านบาท)	7,730.89	7,736.43	8,949.97	7,133.26	6,597.02	5,928.38	7,036.94	7,251.22	7,570.87	5,956.10	6,974.59	7,668.82	86,534.28

หมายเหตุ: จำนวนผู้เข้าเทียบและรายได้ปี 2560 เป็นข้อมูลเบื้องต้น ใช้งานการประมาณการ ณ 21 ธันวาคม 2560

ที่มา : กรมการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

(2) บริษัท ซีไอจี (ประเทศไทย) จำกัด

ภาพรวมของธุรกิจ

บริษัท ซีไอจี (ประเทศไทย) จำกัด ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์และชิ้นส่วนของเครื่องปรับอากาศ และเครื่องทำความเย็นรวมไปถึงเป็นตัวแทนในการจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการอื่น

ในปี 2557 บริษัท ซีไอจี (ประเทศไทย) จำกัด ได้เข้าร่วมลงทุนในบริษัท ฟิวเจอร์ฟิว จำกัด ในสัดส่วน 29.67% ของทุนจดทะเบียน โดยมีทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 101,100,000 บาท คิดเป็นเงินลงทุนทั้งสิ้น 30 ล้านบาท โดยบริษัท ฟิวเจอร์ฟิว จำกัด ดำเนินธุรกิจในกลุ่มพลังงาน มีผลิตภัณฑ์หลัก คือเอทานอล เป็นการผลิตร่วมกับกรรมวิธีทางชีวเคมีที่เรียกว่า “ไบโอเอทานอล (bio-ethanol)” ซึ่งเป็นส่วนประกอบสำคัญของแก๊สโซฮอล์ ที่ถือเป็นตัวช่วยลดการบริโภคน้ำมันดิบของโลกลง ขณะนี้อยู่ระหว่างการก่อสร้างโรงงานที่ตั้งอยู่ ณ เลขที่ 468 หมู่ที่ 4 ต.สันตัน - รังดินสอ ต.เขาไม้แก้ว อ.กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี

โดยในไตรมาสสามของปี 2560 เริ่มทำการค้าขาย โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักในประเทศ ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการค้าน้ำมัน เช่น ปตท. IRPC ThaiOil และบางจาก และประเทศใกล้เคียง อาทิเช่น ลาว และกัมพูชา เป็นต้น

(3) บริษัท สยามเรลเวย์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด

ดำเนินธุรกิจศูนย์ซ่อมรถไฟ บริษัท ซี.ไอ.กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นสามัญในบริษัท สยามเรลเวย์ จำกัด จำนวน 10,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียนที่ออกและเรียกชำระแล้วของบริษัทย่อย ที่ตั้งอยู่ ณ เลขที่ 1/1 หมู่ 7 ต.บางคูวัด ต.บางคูวัด อ.เมือง จ.ปทุมธานี โดยมีทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท ปัจจุบันยังอยู่ระหว่างศึกษาและเตรียมการเพื่อขออนุมัติลงทุนต่อไป

2.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

2.2.1 กลยุทธ์การแข่งขัน

1. พัฒนาลิขสิทธิ์ที่สร้างความแตกต่างและสร้างมูลค่าเพิ่ม

บริษัทได้เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนานวัตกรรมและผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่า จึงได้พัฒนาสารเคลือบคอยส์ D-COAT และ D-COAT UV เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและอายุการใช้งานของคอยส์ สำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีการใช้งานในสภาพแวดล้อมพิเศษ เช่น ริมทะเล บนเรือ ธุรกิจการขนส่งสินค้า และ อุตสาหกรรมหนัก

2. หาพันธมิตรทางธุรกิจ

บริษัทได้ทำความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเสริมจุดแข็งและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน รวมถึงเพิ่มโอกาสในการเข้าสู่ตลาดใหม่ที่เกี่ยวข้องกับฐานลูกค้าและความเชี่ยวชาญของบริษัทที่มีอยู่แต่เดิม

บริษัทได้ทำความร่วมมือกับบริษัท Kingspan Insulated Panels Pty Ltd โดยเป็น Key Partner แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทยในการทำการตลาด จัดจำหน่าย และติดตั้งแผ่นผนังและหลังคาขนวนสำเร็จรูปชนิด Polyisocyanurate (PIR) ที่มีคุณสมบัติป้องกันการรั่วไหลของความร้อนและความเย็นได้ดีกว่าขนวนรูปแบบอื่น พร้อมทั้งมีคุณสมบัติในการไม่ติดไฟและไม่ลามไฟซึ่งเป็นขนวนที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน FM และ LPCB และสามารถลดระยะเวลาการก่อสร้างได้มากกว่า 40% และยังทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ ทั้งด้านพลังงานและการบำรุงรักษา โดยผลิตภัณฑ์ของ Kingspan สามารถใช้ในการก่อสร้างทั้งภายในและภายนอกอาคารและยังได้ LEED Score ที่เป็นส่วนสำคัญในการก่อสร้างอาคารเขียวอีกด้วย

3. ทำการตลาดเชิงรุก

บริษัทได้ทำการตลาดเชิงรุก โดยมีการออกงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ และได้ทำการปรับปรุงเว็บไซต์รวมถึงสื่อต่างๆ ของบริษัทเพิ่มส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร และเพิ่มการรับรู้ในเรื่องของผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท นอกจากนี้ยังได้ทำการฝึกอบรมทักษะการขายให้กับพนักงานขาย และทักษะการนำเสนอให้กับกลุ่มหัวหน้างาน และได้มีการจัดทำระบบฐานข้อมูลลูกค้าและข้อมูลทางการตลาดเพื่อใช้ในการวิเคราะห์และนำข้อมูลมาวางแผนการขายและการตลาด

4. คุณภาพของสินค้า

บริษัทมีนโยบายที่จะมุ่งเน้นพัฒนาคุณภาพของสินค้าเพื่อให้ได้มาตรฐานระดับสากล ตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต โดยจะมีการตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบที่ส่งซื้ออยู่เป็นประจำ ตลอดจนมีการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพสินค้าในทุกขั้นตอนการผลิตตั้งแต่เริ่มต้นการผลิตจนถึงขั้นตอนสุดท้ายก่อนที่จะส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้า เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าที่ผลิตได้ของบริษัทมีคุณภาพได้มาตรฐานและตรงตามความต้องการของลูกค้า โดยจะเห็นได้จากการที่บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานระบบคุณภาพ ISO 9001: 2008 รวมทั้งสินค้าของบริษัทได้รับการรับรองมาตรฐาน CSA และ UL ซึ่งการได้รับการรับรองมาตรฐาน CSA และ UL ดังกล่าว ส่งผลทำให้บริษัทมีชื่อได้เปรียบในการส่งสินค้าไปขายยังต่างประเทศ โดยเฉพาะในประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศแคนาดา เนื่องจากสินค้าที่จะสามารถส่งไปขายยังประเทศเหล่านี้ได้จะต้องได้รับการรับรองมาตรฐานซึ่งเป็นที่ยอมรับในประเทศนั้น ๆ นอกจากนี้ บริษัทยังมี

ความได้เปรียบในการขายสินค้าให้กับผู้ผลิตเครื่องปรับอากาศในประเทศซึ่งจะต้องใช้ชิ้นส่วนที่ได้รับการรับรองมาตรฐานดังกล่าว เพื่อประกอบเป็นเครื่องปรับอากาศและส่งออกจำหน่ายยังประเทศดังกล่าวด้วยเช่นเดียวกัน

5. ความสามารถในการผลิตสินค้าตามที่ลูกค้าต้องการและการให้คำแนะนำแก่ลูกค้าในการออกแบบผลิตภัณฑ์

บริษัทได้มีการปรับปรุงกระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มศักยภาพในการผลิตสินค้า โดยมีการพัฒนาฝีมือและความชำนาญของพนักงาน รวมทั้งมีการสั่งซื้อเครื่องจักรใหม่ เพื่อเพิ่มความสามารถหลายในการผลิตคอยล์ เนื่องจากเครื่องจักรแต่ละเครื่องมีสมรรถภาพจำกัด และสามารถผลิตชิ้นส่วนได้บางชนิดเท่านั้น การซื้อเครื่องจักรใหม่จะช่วยให้บริษัทผลิตสินค้าได้หลายประเภทมากขึ้น ซึ่งจะทำให้บริษัทตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้นตามไปด้วย นอกจากนี้ บริษัทยังมีฝ่ายวิศวกรรมที่จะให้คำปรึกษาและคำแนะนำในการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยลูกค้าจะแจ้งถึงวัตถุประสงค์ในการใช้งานของคอยล์ที่ต้องการ บริษัทจะใช้ข้อมูลดังกล่าวเพื่อคำนวณขนาดของคอยล์ และขนาดของ Header ให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าแต่ละราย ซึ่งการให้บริการดังกล่าวจะช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าได้เพิ่มมากขึ้น

6. การเน้นการให้บริการให้เป็นที่พึงพอใจแก่ลูกค้า

บริษัทมีการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า โดยจะมีเจ้าหน้าที่ทางการตลาดทำหน้าที่ติดต่อกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อรับฟังปัญหา ให้คำแนะนำ และสอบถามความต้องการของลูกค้า เช่น ให้คำแนะนำลูกค้าที่มีปัญหาในการนำผลิตภัณฑ์ของบริษัทไปใช้ในกระบวนการผลิต สอบถามความต้องการของลูกค้าที่ต้องการผลิตภัณฑ์แบบใหม่ และนำไปพิจารณาร่วมกับฝ่ายวิศวกรรม เพื่อช่วยลูกค้าออกแบบสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุด รวมทั้งมีการให้ลูกค้าประเมินความพึงพอใจในการให้บริการ เช่น คุณภาพสินค้า การส่งมอบ ราคา สินค้า การแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้รวดเร็วตามความต้องการ เพื่อบริษัทจะได้นำข้อมูลมาพิจารณาเพื่อพัฒนาบริการให้ดีขึ้น ซึ่งนับเป็นข้อได้เปรียบของบริษัทที่มีเหนือกว่าสินค้าของคู่แข่งจากต่างประเทศ ทั้งจากจีน และมาเลเซีย ที่มีการบริการหลังการขายนั้นยังไม่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้มาก

7. ความรวดเร็วและความแม่นยำในการส่งสินค้า

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

8. ความโปร่งใสและให้ความสำคัญต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ยึดมั่นที่จะดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ โปร่งใสโดยยึดหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อแสดงถึงความมุ่งมั่นดังกล่าว บริษัทฯ จึงตัดสินใจ ลงนามในคำประกาศเจตนารมณ์แนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต คอรัปชั่น เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างมาตรฐานการประกอบธุรกิจที่สะอาด โปร่งใสให้กับสังคมไทย

อีกทั้งเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ เพื่อสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งชุมชนรอบๆที่ตั้งของโรงงาน รวมไปถึงการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมทั้งตัวผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตอีกด้วย

2.2.2 ลักษณะลูกค้าและลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าของบริษัทสามารถจำแนกประเภทได้ดังนี้

1. ลูกค้าในประเทศ

(ก) กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ผลิตเครื่องปรับอากาศ

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

(ข) กลุ่มลูกค้าที่อยู่ในตลาดสินค้าทดแทน (Replacement Market)

ลูกค้ากลุ่มนี้ ได้แก่ กลุ่มบริษัทที่ให้บริการด้านการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศ เครื่องทำความเย็น และเครื่องปรับอากาศในรถยนต์ โดยยอดขายของบริษัทให้กับลูกค้าในกลุ่มนี้ คิดเป็นร้อยละ 2.52 ของกลุ่มลูกค้าทั้งหมด

(ค) กลุ่มลูกค้างานโครงการ

ลูกค้ากลุ่มนี้ ได้แก่ กลุ่มเจ้าของกิจการ เจ้าของโครงการ ผู้จัดการอาคาร รวมถึงบริษัทผู้รับเหมาและผู้ออกแบบ

2. ลูกค้าต่างประเทศ

จากการเกิดวิกฤตเศรษฐกิจของประเทศไทยเมื่อปี 2540 ส่งผลทำให้บริษัทต้องการลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงตลาดในประเทศเพียงอย่างเดียว บริษัทจึงได้เริ่มทำการขยายตลาดไปยังต่างประเทศ โดยเริ่มต้นจากการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่จัดขึ้นในประเทศต่าง ๆ รวมทั้งมีการจัดทำเว็บไซต์ของบริษัท เพื่อเป็นการแนะนำบริษัทและผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้เป็นที่รู้จักของลูกค้าต่างประเทศมากขึ้น โดยในปี 2558-2560 บริษัทมีสัดส่วนการขายต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 41.16, 38.06 และ 38.60 ของรายได้จากการขายทั้งหมดตามลำดับ

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

ในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา บริษัทไม่มีสัดส่วนการขายให้แก่ลูกค้ารายใดรายหนึ่งเกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้จากการขายรวมและหากพิจารณาขอจำหน่ายสินค้าให้แก่ลูกค้ารายใหญ่ 5 รายแรกของบริษัท จะสามารถสรุปได้ดังนี้

สัดส่วนการจำหน่ายให้แก่ลูกค้ารายใหญ่ 5 รายแรก ในปี 2558-2560

	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560
สัดส่วนการขายให้แก่ลูกค้ารายใหญ่ 5 รายแรก* (ร้อยละ)	75.99	68.59	65.94

* นับรวมลูกค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศ

โดยลูกค้ารายใหญ่เหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่มีความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัทมาเป็นเวลานาน รวมทั้งบริษัทได้มีการร่วมพัฒนามิตรสัมพันธ์กับลูกค้ารายใหญ่ดังกล่าวมาโดยตลอด และด้วยคุณภาพของสินค้าซึ่งได้รับการรับรองมาตรฐานจากสถาบันต่างๆ ความสามารถในการตอบสนองของความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ทำให้บริษัทมั่นใจว่าจะสามารถรักษาระฐานลูกค้าปัจจุบัน รวมทั้งขยายฐานลูกค้าใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง

2.2.3 นโยบายราคา

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

2.2.4 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทมีช่องทางการจำหน่ายสินค้าของบริษัทผ่านทีมงานการตลาดของบริษัทเองและผ่านตัวแทนจำหน่าย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การจำหน่ายให้แก่ลูกค้าโดยตรง ลูกค้าประเภทนี้ ได้แก่ ผู้ผลิตเครื่องปรับอากาศทั้งในและต่างประเทศ ศูนย์ซ่อมเครื่องปรับอากาศและเครื่องทำความเย็น ศูนย์ซ่อมรถยนต์ เป็นต้น บริษัทมีทีมการตลาดซึ่งทำหน้าที่ติดต่อและให้บริการลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเจ้าหน้าที่การตลาดแต่ละรายจะมีกลุ่มลูกค้าที่ตนต้องเป็นผู้รับผิดชอบเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ประสานงาน และให้บริการเพื่อให้สามารถตอบสนองของความต้องการของลูกค้าได้สูงสุด และจากการที่ผู้บริหารได้เล็งเห็นถึงช่องทางการจำหน่ายที่จะเพิ่มขึ้นจากลูกค้าในต่างประเทศ บริษัทจึงได้มีการจัดตั้งทีมงานตลาด

ต่างประเทศขึ้นเพื่อติดต่อกับลูกค้าโดยตรงและเพื่อติดต่อประสานงานในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าต่างๆ ที่เกี่ยวกับเครื่องปรับอากาศในต่างประเทศ

2. การจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย บริษัทมีการทำสัญญาแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายของบริษัทในต่างประเทศเพื่อทำหน้าที่เป็นช่องทางในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้แก่ลูกค้าอีกทางหนึ่ง รวมทั้งเป็นการประหยัดต้นทุนในการบริหารงาน โดยตัวแทนจำหน่ายจะเป็นผู้ติดต่อกับลูกค้าโดยตรง ปัจจุบันบริษัทมีตัวแทนจำหน่ายเพื่อทำหน้าที่จัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทในประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศแคนาดา ประเทศออสเตรเลีย และประเทศนิวซีแลนด์

สัดส่วนการขายผ่านช่องทางการจำหน่ายแต่ละประเภท

ประเภทลูกค้า	ปี 2558		ปี 2559		ปี 2560	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ในประเทศ						
1. จำหน่ายโดยตรงให้ลูกค้า	602.28	58.84	550.67	61.94	525.02	61.40
2. จำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย	-	-	-	-	-	-
รวมยอดขายในประเทศ	602.28	58.84	550.67	61.94	525.02	61.40
ต่างประเทศ						
1. จำหน่ายโดยตรงให้ลูกค้า	411.39	40.19	323.01	36.33	318.64	37.27
2. จำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย	9.96	0.97	15.39	1.73	11.42	1.34
รวมยอดขายต่างประเทศ	421.35	41.16	338.40	38.06	330.06	38.60
รวมยอดขาย	1,023.63	100.00	889.07	100.00	855.08	100.00

ผลของฤดูกาลที่กระทบต่อการดำเนินงานธุรกิจ

ผลิตภัณฑ์เครื่องปรับอากาศจะได้รับผลกระทบโดยตรงจากฤดูกาล แต่เนื่องจากบริษัทเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายคอยล์เอ็น คอยล์รีชน และคอยล์น้ำเย็น ให้กับโรงงานผู้ผลิตเครื่องปรับอากาศ โดยผู้ผลิตเหล่านี้จะตั้งวางแผนกระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่องตลอดปี บริษัทจึงยังคงได้รับคำสั่งซื้อจากผู้ผลิตเครื่องปรับอากาศตลอดทั้งปี อย่างไรก็ตามบริษัทก็ยังได้รับผลกระทบจากฤดูกาลอยู่บ้างแต่ก็ไม่มากนัก ซึ่งสะท้อนจากการใช้กำลังการผลิตของบริษัทที่อยู่ในระดับที่ไม่สูงประมาณร้อยละ 38 ของกำลังการผลิตสูงสุดของบริษัท

2.2.5 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

อุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

คาดว่าจะมีแนวโน้มขยายตัว โดยเฉพาะกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ที่ผ่านจุดต่ำสุด และเริ่มส่งสัญญาณกลับมาขยายตัวอีกครั้ง ในขณะที่กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้ายังคงเติบโตได้อย่างค่อยเป็นค่อยไป แต่อาจจะไม่ได้เติบโตในระดับสูงเหมือนกับในปีที่ผ่านมา โดยกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ที่มีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง ได้แก่ วงจรรวม (IC) และเซมิคอนดักเตอร์ (Semiconductor) ทั้งนี้ภาคการส่งออกยังต้องเผชิญกับปัจจัยเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของนโยบาย การค้าระหว่างประเทศของประเทศคู่ค้าสำคัญ

สำหรับภาพรวมสถานการณ์อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ปี 2560 ขยายตัวร้อยละ 10.62 (%yoy) โดยดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าเท่ากับ 127.56 เพิ่มขึ้นเล็กน้อยที่ร้อยละ 2.38 (%yoy)

จากเครื่องซักผ้าและสายไฟฟ้าเป็นหลัก ขณะที่เครื่องปรับอากาศซึ่งเคยขยายตัวได้ในระดับสูงชะลอตัวลงเล็กน้อย สำหรับดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม กลุ่มอิเล็กทรอนิกส์อยู่ที่ 111.50 เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.03 (%yoy) จากสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ เช่น Integrated Circuit (IC), Semiconductor และ Hard Disk Drive (HDD) ที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น

โครงสร้างผู้ประกอบการ

โครงสร้างผู้ประกอบการเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของไทย จากรายงานเดือนพฤษภาคม ปี 2560 มีจำนวนผู้ประกอบการอยู่จำนวน 2,342 ราย โดยส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายเล็กในกลุ่ม ผู้ผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้า (Electrical Parts) มากที่สุด จำนวน 412 ราย

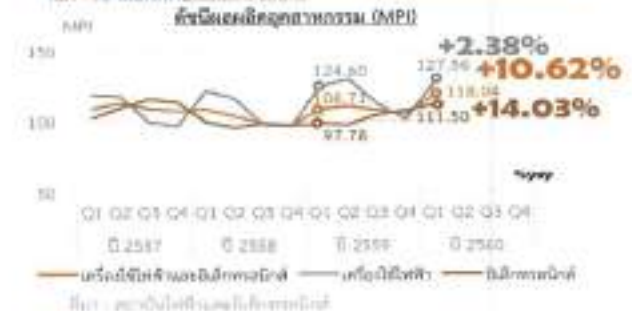
ภาคการผลิต

ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ปี 2560 เท่ากับ 118.04 เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.62 (%yoy) โดยกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าขยายตัวเล็กน้อย ในขณะที่กลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ กลับมาปรับตัวเพิ่มขึ้นเกินร้อยละ 10 อีกครั้ง ทั้งนี้ ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าเท่ากับ 127.56 เพิ่มขึ้นเล็กน้อยที่ร้อยละ 2.38 (%yoy) จากเครื่องซักผ้าและสายไฟฟ้าที่ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมเพิ่มสูงถึงร้อยละ 18.59 และ 12.41 (%yoy) เป็นหลัก ขณะที่เครื่องปรับอากาศซึ่งเคยขยายตัวได้ในระดับสูงชะลอตัวลงเล็กน้อย สำหรับดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม กลุ่มอิเล็กทรอนิกส์อยู่ที่ 111.50 เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.03(%yoy) จากสินค้าอิเล็กทรอนิกส์

จำนวนผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (ราย)



ประเภทผู้ประกอบการ	เล็ก	กลาง	ใหญ่	รวม
Electrical	273	71	56	400
Electrical Parts	412	157	84	653
Electronics	274	128	155	557
Trader	256	41	14	311
Supporting Industries	195	80	83	358
Other	30	28	25	103
รวม	1,460	505	377	2,342

ที่มา : สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์



เช่น Integrated Circuit (IC), Semiconductor และ Hard Disk Drive (HDD) ที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น โดย IC กำลังเป็นที่ต้องการของตลาดโลกตามเทรนด์ของอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่มักเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ประกอบกับความต้องการ HDD กลับมาฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง หลังหดตัวในระดับสูงช่วงหลายปีที่ผ่านมา

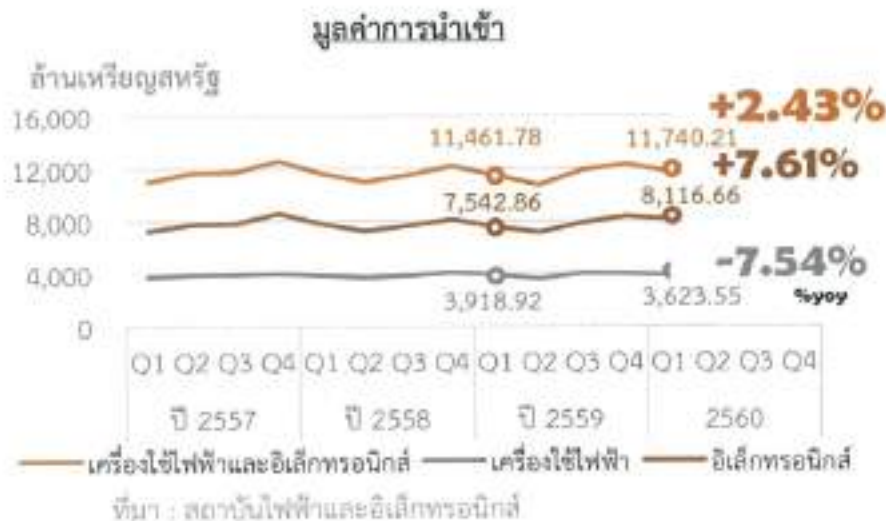
ภาคการจำหน่ายภายในประเทศ

ปริมาณการจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าที่สำคัญ (เครื่อง)				
ชนิด	ไตรมาส 1		%yoy	
	ปี 2559	ปี 2560		
 เครื่องซักผ้า	420,590	1,251,597	+197.58%	
 เครื่องปรับอากาศ	1,238,910	1,410,526	+13.85%	
 คอมเพรสเซอร์	2,065,041	2,226,993	+7.84%	
 หม้อหุงข้าว	800,361	849,084	+6.09%	
 พัดลม	788,031	824,739	+4.66%	
 เต้าไมโครเวฟ	47,340	43,157	-8.84%	
 ตู้เย็น	454,788	414,265	-8.91%	
 กระติกน้ำร้อน	310,399	219,910	-29.15%	

ที่มา : สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

ภาวะการจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าไตรมาส 1 ปี 2560 ปริมาณการจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า ที่สำคัญปรับตัวเพิ่มขึ้นเกือบทุกผลิตภัณฑ์ โดยเครื่องซักผ้า เครื่องปรับอากาศแบบแยกส่วน คอมเพรสเซอร์ หม้อหุงข้าว และพัดลม เพิ่มขึ้น ร้อยละ 197.58, 13.85, 7.84, 6.09, และ 4.66 (%yoy) ตามลำดับ ยกเว้น เต้าไมโครเวฟ ตู้เย็น และกระติกน้ำร้อน ที่ปรับตัวลดลงร้อยละ 8.84, 8.91, และ 29.15 (%yoy) ตามลำดับ

ภาคการค้าระหว่างประเทศ



การนำเข้า

มูลค่าการนำเข้าเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ปี 2560 มีจำนวน 11,740.21 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.43 (%yoy) โดยสินค้าที่มีมูลค่าการนำเข้าสูง อาทิ อุปกรณ์ไฟฟ้า (พีวีซี สวิตช์ ปลั๊ก), แผงวงจรรวม และไมโครแอสเซมบลี เป็นต้น ในขณะที่อุปกรณ์ประกอบคอมพิวเตอร์ปรับตัวลดลง ทั้งนี้มูลค่าการนำเข้ากลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้ามีจำนวน 3,623.55 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 7.54 (%yoy) ขณะที่มูลค่าการนำเข้ากลุ่มอิเล็กทรอนิกส์มีจำนวน 8,116.66 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.61 (%yoy) โดยมีการนำเข้าจากอาเซียน จีน และญี่ปุ่น เพิ่มขึ้น

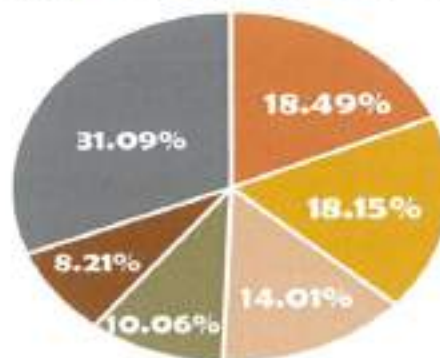
การส่งออก

ภาพรวมการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ปี 2560 ปรับตัวดีขึ้น แต่เป็นการขยายตัวภายใต้ความเสี่ยงหลายประการ โดยเฉพาะความไม่แน่นอนของนโยบายการค้าระหว่างประเทศของประเทศคู่ค้าหลักอย่างสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงผู้นำทางการเมือง รวมถึงโครงสร้างความต้องการสินค้าของกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว (Developed Country) ที่มีแนวโน้มจะเปลี่ยนไปใช้งานสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงมากขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อภาคการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของไทย โดยปัจจุบันสัดส่วนตลาดส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ 5 อันดับแรก ได้แก่ อาเซียน สหรัฐฯ ยุโรป ญี่ปุ่น และจีน โดยมีสัดส่วนการส่งออกอยู่ที่ร้อยละ 18.49, 18.15, 14.01, 10.06 และ 8.21 ตามลำดับ

ทั้งนี้มูลค่าการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ปี 2560 มีจำนวน 14,230.35 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.90 (%yoy) เนื่องจากสินค้าหลายรายการสามารถส่งออกได้มากขึ้น เช่น เครื่องปรับอากาศ, เครื่องซักผ้า, วงจรรวม (IC), เครื่องโทรศัพท์และอุปกรณ์ เป็นต้น โดยมูลค่า การส่งออกกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้ามีจำนวน 5,868.02 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.71 (%yoy) ซึ่งตลาดสหรัฐอเมริกาเติบโตสูงที่สุดถึงร้อยละ 30.85 (%yoy) ขณะที่มูลค่าการส่งออกกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ มีจำนวน 8,362.33 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.68 (%yoy) เนื่องจากประเทศจีนและญี่ปุ่นนำเข้าชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์จากไทยมากขึ้น โดยเพิ่มขึ้นสูง ถึงร้อยละ 17.45 และ 15.35 (%yoy) ตามลำดับ

สัดส่วนการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

■ ASEAN ■ US ■ EU ■ JP ■ CN ■ Other



ที่มา : สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

แนวโน้มอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศ

ด้วยการที่ไทยเป็นฐานการผลิตเครื่องปรับอากาศของแบรนด์ชั้นนำของโลก โดยเฉพาะสัญชาติญี่ปุ่น ซึ่งมีชื่อเสียงในด้านคุณภาพและความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีในเครื่องปรับอากาศ ส่งผลให้ไทยสามารถผลิตและส่งออกเครื่องปรับอากาศอัจฉริยะได้เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะเครื่องปรับอากาศที่ใช้เทคโนโลยีอินเวอร์เตอร์ในการควบคุมอุณหภูมิ รวมไปถึงเซ็นเซอร์อื่นๆ ในการตรวจจับการเคลื่อนไหวของคนเพื่อกระจายความเย็นหรือความอบอุ่นไปยังบุคคลเหล่านั้นโดยตรง

จากการประเมินของศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่า ในปี 2560 ไทยสามารถส่งออกเครื่องปรับอากาศอัจฉริยะได้ในสัดส่วนที่สูงถึงร้อยละ 57.7 ของมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศของไทยทั้งหมด และมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสูงถึงร้อยละ 22.1 ต่อปี ในช่วงปี 2556 – 2559 ซึ่งเป็นอัตราการเติบโตที่สูงกว่าคู่แข่งอย่างประเทศจีนราว 2 เท่าตัว ขณะที่จีนมีการส่งออกเครื่องปรับอากาศอัจฉริยะอยู่ราวร้อยละ 40.0 ของมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศของจีนทั้งหมด นั่นเป็นเพราะจีนมุ่งทำการตลาดในเครื่องปรับอากาศที่มีเทคโนโลยีระดับมาตรฐานเป็นหลัก เนื่องจากแบรนด์จีนยังถือว่าเป็นแบรนด์ใหม่ในตลาดเครื่องปรับอากาศโลก ซึ่งอาจมีส่วนทำให้ยังไม่สามารถแข่งขันในตลาดเครื่องปรับอากาศอัจฉริยะในบางตลาดได้ โดยเฉพาะในกลุ่มตลาดที่พัฒนาแล้ว ถึงแม้ว่าผู้ผลิตจีนจะมีเทคโนโลยีและสามารถผลิตเครื่องปรับอากาศอัจฉริยะที่มีเทคโนโลยีในระดับเดียวกันกับแบรนด์ชั้นนำอื่นๆ อย่างแบรนด์สัญชาติญี่ปุ่นก็ตาม ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าไทยมีความพร้อมในการผลิตและมีศักยภาพในการแข่งขันด้านการส่งออกเครื่องปรับอากาศอัจฉริยะในตลาดโลกได้เป็นอย่างดี

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ในระยะสั้นถึงระยะกลาง (ปี 2560 – 2565) เครื่องปรับอากาศอัจฉริยะจากไทยมีโอกาที่จะเติบโตและมีมูลค่าส่งออกมากกว่าจีนในอีก 4 – 5 ปีข้างหน้า โดยคาดว่า ในปี 2560 ไทยจะสามารถส่งออกเครื่องปรับอากาศอัจฉริยะโดยรวมได้มากถึง 2,172.8 – 2,194.1 ล้านดอลลาร์ฯ ขยายตัวราวร้อยละ 23.9 – 25.1 จากปี 2559 หรือคิดเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 62 ของมูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศไทยทั้งหมด ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินว่า การส่งออกเครื่องปรับอากาศอัจฉริยะน่าจะยังคงรักษาระดับการเติบโตมากกว่าร้อยละ 20 ต่อปี ในระยะอีก 3 ปีข้างหน้า (ปี 2561 – 2563) และคาดว่าไทยยังสามารถรักษาศักยภาพการแข่งขันในตลาดโลกได้ เนื่องจากมีความพร้อมทางด้านปัจจัยพื้นฐานหลายประการที่จะเอื้อให้ผู้ผลิตชั้นนำขยายการลงทุนผลิตเครื่องปรับอากาศอัจฉริยะในไทยอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะพื้นฐานด้านความแข็งแกร่งในด้านห่วงโซ่อุปทานของการผลิตเครื่องปรับอากาศที่จะสามารถรองรับการผลิตและการส่งออกที่เพิ่มขึ้นในอนาคต

- ที่มา: 1. ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธุรกิจ และเศรษฐกิจฐานราก ธนาคารออมสิน
2. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

2.3.1 การจัดหาวัตถุดิบและแหล่งที่มาของวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักในการผลิตคอมเพล็กซ์ของบริษัท ประกอบด้วย พลาสติกแข็ง อลูมิเนียม และสังกะสี โดยบริษัทจะทำการสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้จัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ บริษัทมีสัดส่วนการสั่งซื้อวัตถุดิบจากในประเทศและต่างประเทศในช่วงระหว่างปี 2558 – 2560 ในอัตราร้อยละ 39.17 ; 60.83 ; 50.94 ; 49.06 และ 44.40 : 55.60 ตามลำดับ

บริษัทมีการพึ่งพิงวัตถุดิบจากต่างประเทศมากขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำวัตถุดิบเข้าจากประเทศจีน เนื่องจากมีราคาที่ถูกกว่าวัตถุดิบภายในประเทศ ส่งผลให้สัดส่วนการนำเข้าวัตถุดิบเพิ่มสูงขึ้น โดยบริษัทมีการนำเข้าวัตถุดิบจากประเทศจีนเป็นส่วนใหญ่

ตารางแสดงสัดส่วนการซื้อวัตถุดิบของบริษัทจากในประเทศและต่างประเทศในปี 2558 – 2560

	ปี 2558		ปี 2559		ปี 2560	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
วัตถุดิบจากในประเทศ	220.16	39.17	191.80	50.94	189.25	44.40
วัตถุดิบจากต่างประเทศ	341.88	60.83	184.69	49.06	236.99	55.60
รวม	562.04	100.00	376.49	100.00	426.25	100.00

ทั้งนี้ บริษัทมีนโยบายในการสั่งซื้อวัตถุดิบโดยพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. ราคาวัตถุดิบและแนวโน้มของราคาวัตถุดิบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งราคาทองแดงและราคาอลูมิเนียม ซึ่งถือเป็นสินค้า Commodity โดยราคาจะเปลี่ยนแปลงตามราคาในตลาดโลก ทั้งนี้ บริษัทมีนโยบายในการจัดเก็บวัตถุดิบล่วงหน้าเป็นเวลาประมาณ 2 เดือน ปัจจุบันบริษัทมีการสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่จำนวนน้อยราย 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 เนื่องจากมีระยะเวลาการส่งมอบที่สั้นกว่าทำให้สามารถบริหารสินค้าคงเหลือได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
5. บริษัทจะเน้นการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบทุก ๆ ราย โดยจะทำการติดต่อกับผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยงในการหาแหล่งวัตถุดิบทดแทนในกรณีที่เกิดภาวะขาดแคลนวัตถุดิบ หรือผู้จัดจำหน่ายปัจจุบันไม่สามารถหาวัตถุดิบให้แก่บริษัทได้ตามปริมาณที่สั่งซื้อ และจากการที่เป็นผู้ผลิตคอยล์รายใหญ่ที่มีปริมาณการสั่งซื้อจำนวนมาก ประกอบกับชื่อเสียงของบริษัทในวงการเครื่องปรับอากาศ ส่งผลทำให้บริษัทมีอำนาจต่อรองในการสั่งซื้อวัตถุดิบมากขึ้น

ปริมาณการสั่งซื้อวัตถุดิบของบริษัท สามารถสรุปได้ดังนี้

	ปี 2558		ปี 2559		ปี 2560	
	จำนวนบาท	ร้อยละ	จำนวนบาท	ร้อยละ	จำนวนบาท	ร้อยละ
ท่อทองแดง	397.11	70.66	254.52	67.60	280.31	65.76
อลูมิเนียม	130.62	23.24	97.74	25.96	118.91	27.90
แผ่นเหล็กชุบสังกะสี	34.31	6.10	24.23	6.44	27.03	6.34
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-
รวม	562.04	100.00	376.49	100.00	426.25	100.00

จากตารางข้างต้นจะเห็นว่าบริษัทมีวัตถุดิบสำคัญ 3 ชนิด ได้แก่ ท่อทองแดง แผ่นอลูมิเนียม และแผ่นเหล็กชุบสังกะสี ซึ่งโดยเฉลี่ยแล้วการจัดซื้อวัตถุดิบของบริษัท จะแบ่งออกเป็น การสั่งซื้อท่อทองแดงประมาณร้อยละ 65.76 และเป็นการสั่งซื้อแผ่นอลูมิเนียมคิดเป็นประมาณร้อยละ 27.90 และการสั่งซื้อแผ่นเหล็กชุบสังกะสีประมาณร้อยละ 6.34 สำหรับใช้ในการผลิต

รายละเอียดวัตถุดิบที่สำคัญของบริษัท มีดังนี้

1. ท่อทองแดง

ท่อทองแดงถือเป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตคอยล์ โดยท่อทองแดงมีมูลค่าคิดเป็นร้อยละประมาณ 57.74 ของต้นทุนวัตถุดิบทั้งหมดที่ใช้ในการผลิตคอยล์ หรือคิดเป็นร้อยละ 39.31 ของต้นทุนขาย ทั้งนี้ บริษัทมีปริมาณการสั่งซื้อท่อทองแดงของบริษัทในปี 2558-2560 คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 70.66 ; 67.60 และ 65.76 ของการสั่งซื้อวัตถุดิบทั้งหมดตามลำดับ

โดยปกติบริษัทสั่งซื้อท่อทองแดงทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ โดยพิจารณาจากคุณภาพ ราคาทองแดง (ซึ่งจะอ้างอิงกับราคาตลาดโลกที่ London Metal Exchange) และระยะเวลาการส่งมอบสินค้า โดยในปี 2560 ราคาทองแดงได้เพิ่มขึ้นจาก 5,758.50 เหรียญสหรัฐ ในตอนต้นปี ไปจนถึง 6,801.16 เหรียญสหรัฐ ในช่วงเดือนธันวาคม หรือเท่ากับเพิ่มขึ้น 18.11 เปอร์เซ็นต์

ตารางที่ 1 : ราคาเฉลี่ยรายเดือนของทองแดงในตลาดโลก ปี 2560 เปรียบเทียบกับปี 2559

Monthly Average	Price (\$US)		Change from Prior year
	2017	2016	%Increase(Decrease)
Jan	5,758.50	4,462.75	29.03
Feb	5,941.56	4,595.45	29.29
Mar	5,821.52	4,947.55	17.66
Apr	5,697.67	4,851.12	17.45
May	5,591.50	4,695.11	19.09
Jun	5,699.48	4,830.79	23.08
Jul	5,978.80	4,855.79	23.12
Aug	6,478.18	4,758.20	36.15
Sep	6,557.79	4,707.18	39.31
Oct	6,797.39	4,732.14	43.84
Nov	6,825.57	5,443.25	25.40
Dec	6,801.16	5,656.44	20.24

ที่มา : London Metal Exchange

เพื่อให้บริษัทได้รับส่วนลดจากปริมาณที่สั่งซื้อจำนวนมาก บริษัทจึงทำการสั่งซื้อทองแดงจากผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ในประเทศเพียงไม่กี่ราย ในปี 2560 บริษัทสั่งซื้อทองแดงจากผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ 3 ราย คิดเป็นยอดการสั่งซื้อ ร้อยละ 81.06 ของปริมาณการสั่งซื้อทองแดงทั้งหมดของบริษัท และในจำนวนนั้นบริษัทพึ่งพาผู้จัดจำหน่ายทองแดงรายใหญ่ที่สุดสูงถึงร้อยละ 39.34 ของปริมาณการสั่งซื้อทองแดงทั้งหมด

จากการดำเนินนโยบายการสั่งซื้อดังกล่าวนอกจากบริษัทจะได้รับส่วนลดจากปริมาณที่สั่งซื้อจำนวนมากแล้ว ยังส่งผลทำให้บริษัทมีอำนาจต่อรองกับผู้จัดจำหน่ายมากขึ้น โดยเฉพาะในเรื่องความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า นอกจากนี้ การสั่งซื้อทองแดงจากผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ซึ่งเป็นผู้ผลิตที่มีชื่อเสียงจะส่งผลทำให้ลูกค้าของบริษัทมั่นใจในคุณภาพของวัตถุดิบมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทพยายามที่จะรักษาความสัมพันธ์กับผู้จัดจำหน่ายรายอื่นเพิ่มขึ้น เพื่อป้องกันปัญหาการพึ่งพาผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบเพียงรายเดียว โดยบริษัทมีการกระจายการสั่งซื้อทองแดงจากผู้จัดจำหน่ายรายอื่นที่มีเงื่อนไขทางการค้าใกล้เคียงกับผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ดังกล่าวเพิ่มมากขึ้นสำหรับปริมาณวัตถุดิบที่ต้องซื้อเพิ่มขึ้น บริษัทก็สามารถลดการพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ได้บ้างแล้วบางส่วน โดยการนำเข้าวัตถุดิบจากผู้จัดจำหน่ายรายหนึ่งในประเทศจีน ซึ่งมีราคาวัตถุดิบที่ถูกกว่าวัตถุดิบจากในประเทศ เปรียบเทียบกับที่ผ่านมาค่าเงินบาทมีแนวโน้มที่จะแข็งค่าขึ้นส่งผลให้วัตถุดิบนำเข้ามีความได้เปรียบในด้านราคาเมื่อเปรียบเทียบกับวัตถุดิบภายในประเทศ

2. อลูมิเนียม

อลูมิเนียมถือเป็นวัตถุดิบที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งที่ใช้ในการผลิตคอยล์ โดยอลูมิเนียมมีมูลค่าคิดเป็นร้อยละประมาณ 24.49 ของต้นทุนวัตถุดิบทั้งหมดที่ใช้ในการผลิตคอยล์ หรือคิดเป็นร้อยละ 16.68 ของต้นทุนขาย

ปี 2558 ปริมาณการสั่งซื้ออลูมิเนียมของบริษัทคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 23.24 ของการสั่งซื้อวัตถุดิบทั้งหมด ร้อยละ 25.96 ในปี 2559 และร้อยละ 27.90 ในปี 2560

โดยอลูมิเนียมจะถูกนำมาแปรรูปเป็นแผ่นฟิล์มเพื่อทำหน้าที่เป็นสื่อในการกระจายความร้อนหรือความเย็น ส่วนใหญ่บริษัทจะสั่งซื้ออลูมิเนียมจากผู้จัดจำหน่ายในประเทศเป็นหลัก เนื่องจากมีคุณภาพใกล้เคียงกับอลูมิเนียมที่นำเข้าจากต่างประเทศ แต่ใช้ระยะเวลาในการสั่งซื้อที่สั้นกว่าทำให้บริหารสินค้าคงเหลือได้สะดวกมากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 2 : ราคาเฉลี่ยรายเดือนของอลูมิเนียมในตลาดโลก ปี 2560 เปรียบเทียบกับปี 2559

Monthly Average	Price (\$US)		Change from Prior year
	2017	2016	%Increase(Decrease)
Jan	1,790.79	1,479.43	21.05
Feb	1,856.80	1,535.82	20.82
Mar	1,901.57	1,530.57	24.24
Apr	1,930.94	1,564.31	23.44
May	1,914.14	1,556.33	22.99
Jun	1,886.61	1,592.20	18.49
Jul	1,903.62	1,629.63	16.80
Aug	2,030.09	1,641.52	23.67
Sep	2,100.48	1,590.00	32.11
Oct	2,130.41	1,663.95	28.03
Nov	2,101.02	1,735.30	21.06
Dec	2,070.74	1,730.63	19.65

ที่มา : London Metal Exchange

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

ทำให้บริษัทต้องพึ่งพิงผู้ผลิตรายดังกล่าว การที่บริษัทมีการซื้อจากผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่นี้ เนื่องจากกำลังซื้อปริมาณมากทำให้บริษัทมีอำนาจต่อรองกับผู้จัดจำหน่ายมากขึ้น ซึ่งหากเกิดปัญหาการขาดแคลนอลูมิเนียม บริษัทจะได้รับการจัดส่งสินค้าไว้ก่อนผู้สั่งซื้อรายอื่น อย่างไรก็ตาม บริษัทพยายามที่จะกระจายสัดส่วนการสั่งซื้ออลูมิเนียมชนิดทั่วไป ไปยังผู้จัดจำหน่ายรายอื่นเพิ่มมากขึ้น ในปี 2560 บริษัทมีการสั่งซื้ออลูมิเนียมจากผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ 3 ราย โดยมียอดการสั่งซื้อคิดเป็นร้อยละ 38.33 ร้อยละ 23.77 และร้อยละ 23.03 ของยอดการสั่งซื้ออลูมิเนียมทั้งหมด

3. แผ่นเหล็กชุบสังกะสี

แผ่นเหล็กชุบสังกะสีซึ่งจะถูกนำมาใช้ปิดส่วนหัวและส่วนท้ายของคอกยส์ โดยแผ่นเหล็กชุบสังกะสีมีมูลค่าคิดเป็นประมาณร้อยละ 5.57 ของต้นทุนวัตถุดิบทั้งหมดที่ใช้ในการผลิตคอกยส์ หรือคิดเป็นร้อยละ 3.79 ของต้นทุนขาย ทั้งนี้ บริษัทมีการสั่งซื้อแผ่นเหล็กชุบสังกะสีมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 6.10 ร้อยละ 6.44 และ 6.34 ของการสั่งซื้อวัตถุดิบทั้งหมด ในปี 2558-2560

อย่างไรก็ตาม การพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายน้อยรายก็มีได้ก่อให้เกิดความเสี่ยงกับความสามารถในการจัดหาวัตถุดิบของบริษัทมากนัก เนื่องจากเป็นวัตถุดิบที่ค่อนข้างหาง่าย และคุณภาพของวัตถุดิบไม่แตกต่างกัน จึงทำให้บริษัทสามารถเปลี่ยนไปสั่งซื้อจากผู้จัดจำหน่ายรายอื่นได้ไม่ยากนัก จึงเป็นการง่ายในกรณีที่จะต้องจัดหาผู้จัดจำหน่ายรายอื่น

กำลังการผลิตและปริมาณการผลิต

รายละเอียดกำลังการผลิต ปริมาณการผลิต และอัตราการใช้กำลังการผลิตในปี 2558-2560 ของบริษัทสามารถสรุปได้ดังนี้

กำลังการผลิต/ปริมาณการผลิต	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560
กำลังการผลิต (ตารางนิ้วต่อปี)	1,200,000,000	1,200,000,000	1,200,000,000
ปริมาณการผลิต (ตารางนิ้ว)	623,956,163	478,357,872	459,354,699
อัตราการใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	51.90	39.80	38.20

กำลังการผลิตเพิ่มที่ต่อปีของบริษัทเป็นการประเมินจากความสามารถในการเดินเครื่องจักรเพื่อผลิตคอกยส์ โดยไม่คำนึงถึงปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ ขนาดและแบบของคอกยส์ที่ลูกค้าสั่งผลิตในช่วงนั้นๆ ทักษะและความชำนาญของบุคลากร รวมทั้งระยะเวลาในการปรับเครื่องจักร อย่างไรก็ตาม ในกระบวนการผลิตที่เกิดขึ้นจริง เครื่องจักรทุกเครื่องไม่ได้เดินเครื่องผลิตพร้อมกันทุกเครื่อง เนื่องจากเครื่องจักรแต่ละเครื่องมีข้อจำกัดในการผลิตคอกยส์แต่ละแบบ เช่น เครื่องปั๊มพินแต่ละเครื่องก็จะมีความสามารถในการผลิตพินที่มีลักษณะแตกต่างกันออกไป ได้แก่ ขนาดของช่องที่ใช้ร้อยท่อทองแดง ช่วงห่างของท่อทองแดงแต่ละแถว ลักษณะของการขึ้นรูป เป็นต้น ประกอบกับบริษัทเป็นผู้ผลิตตามออเดอร์ ดังนั้น หากลูกค้าสั่งสินค้าแบบเดียวกันจำนวนมากๆ ซึ่งจะต้องใช้เครื่องปั๊มพินชนิดใดชนิดหนึ่ง ก็อาจเกิดปัญหาที่มีการรอการผลิตสำหรับเครื่องจักรชนิดนั้น ในขณะที่เครื่องจักรอื่นไม่มีการใช้งาน

อย่างไรก็ตาม เพื่อให้การใช้กำลังการผลิตของบริษัทมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น บริษัทได้มีการปรับเปลี่ยนเครื่องจักรบางส่วนที่ยังใช้งานไม่เต็มที่ให้สามารถผลิตสินค้าในแบบที่เป็นที่ต้องการของลูกค้า ในขณะที่เดียวกันบริษัทก็มี

นโยบายที่จะให้ฝ่ายการตลาดร่วมกับฝ่ายวิศวกรรมติดต่อหาลูกค้าและให้คำแนะนำในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่จะสามารถผลิตสินค้าโดยใช้เครื่องจักรที่ยังใช้งานไม่เต็มที่ได้นมากขึ้น

ด้านนโยบายการผลิตนั้น บริษัทใช้นโยบายการผลิตตามคำสั่งของลูกค้าโดยจะไม่ทำการผลิตล่วงหน้าเนื่องจากผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีหลายขนาดและหลายรูปแบบ นอกจากนี้ลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทซึ่งเป็นผู้ผลิตเครื่องปรับอากาศจะไม่สามารถทำการขึ้นบินยัดส่งที่ค่อยส่งจากบริษัทได้ล่วงหน้าเป็นระยะเวลานาน เนื่องจากผู้ผลิตอาจต้องมีการปรับเปลี่ยนและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้ อย่างไรก็ตามด้วยประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตของบริษัท ทำให้บริษัทยังสามารถผลิตสินค้าและสามารถรักษาความน่าเชื่อถือในเรื่องคุณภาพและการส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าได้ตรงตามเวลาที่กำหนด

3. ปัจจัยความเสี่ยง

นอกเหนือจากการดำเนินงานในธุรกิจของบริษัทฯแล้ว อาจมีเหตุการณ์หรือปัจจัยภายนอกที่ไม่แน่นอนซึ่งสามารถส่งผลกระทบต่อด้านลบต่อการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของบริษัทฯ ปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ อาจจะมาจากภายในและภายนอกบริษัทที่ไม่สามารถควบคุมได้ ไม่ว่าจะเป็นความเสี่ยงด้านภาวะเศรษฐกิจ ด้านการปฏิบัติงาน และด้านการเงิน ดังนั้นการเตรียมความพร้อมในการรองรับเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ เพื่อป้องกันความเสี่ยงและลดความเสียหายที่อาจส่งผลกระทบต่อเป้าหมายของบริษัทฯ

บริษัทฯ มีคณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการบริหาร กรรมการผู้จัดการ และผู้จัดการของฝ่ายต่าง ๆ ทำหน้าที่ในการประเมินและวิเคราะห์ความเสี่ยง รวมทั้งแนวโน้มหรือเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นและเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจอันมีผลกระทบต่อบริษัทฯ โดยมีการกำหนดนโยบายในการบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ ดังนี้

นโยบายการบริหารความเสี่ยง บริษัท ซี.ไอ.กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

บริษัท ซี.ไอ.กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มุ่งมั่นในการบริหารจัดการความเสี่ยงที่มีผลต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ซึ่งครอบคลุมถึง การบริหารความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและสุขอนามัยของพนักงาน สังคมและชุมชน รวมถึงสิ่งแวดล้อม การปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนด ตลอดจนต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างเป็นธรรม รวมถึงความเสี่ยงต่อการทุจริต คอร์รัปชัน โดยคำนึงถึงเป้าหมายผลการดำเนินงาน และการลงทุนของบริษัทฯ สอดคล้องกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อลดความเสี่ยงที่จะส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของบริษัทฯ หรือลดความเสียหายกรณีที่ความเสี่ยงได้เกิดขึ้น และ/หรือการได้มาซึ่งโอกาสทางธุรกิจ โดยใช้กรอบการบริหารความเสี่ยงระดับองค์กร ตามแนวทาง COSO-Enterprise Risk Management Framework 2004

คำจำกัดความ

ความเสี่ยง หมายถึงเหตุการณ์ที่มีโอกาสเกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ของบริษัท

แนวปฏิบัติ

1. บริษัทฯ จัดวางระบบและกระบวนการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร รวมทั้งบริษัทในเครือ ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์และเป้าหมายทางธุรกิจ
2. บริษัทฯ จัดบริหารความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) หรือเบี่ยงเบนไม่เกินกว่าระดับที่บริษัทฯยอมรับได้ (Risk Tolerance)
3. คณะกรรมการตรวจสอบ ทำหน้าที่เสมือนเป็นคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง โดยจะทำการกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ ให้เป็นไปตามนโยบาย รวมทั้งให้ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และติดตาม เพื่อให้การบริหารความเสี่ยงมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตามที่ระบุไว้ในกฎบัตร
4. ฝ่ายจัดการจะบริหารจัดการความเสี่ยงของบริษัทฯ และบริษัทในเครือในภาพรวม และกำกับดูแลการบริหารจัดการในแต่ละความเสี่ยงตามหน้าที่ความรับผิดชอบ หรือตามที่คณะกรรมการบริษัทมอบหมาย พร้อมทั้งจัดให้มีการรายงานผลการดำเนินงานด้านบริหารความเสี่ยงต่อคณะกรรมการตรวจสอบฯ เพื่อให้ความเห็นชอบหรือข้อเสนอแนะ อย่างสม่ำเสมอหรือตามความเหมาะสม

5. ผู้บริหารทุกหน่วยงานของบริษัทฯ มีหน้าที่ในการบริหารจัดการความเสี่ยงในระดับองค์กร ระดับสายงานและระดับปฏิบัติการที่อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบหรือที่ฝ่ายจัดการมอบหมาย พร้อมทั้งกำหนดและส่งเสริมพนักงานให้ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยง
6. สำนักงานตรวจสอบภายใน มีหน้าที่ให้คำปรึกษา ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ แนวปฏิบัติในการบริหารความเสี่ยงแก่หน่วยงานต่างๆ ภายในองค์กร พร้อมทั้งจัดทำรายงาน การบริหารความเสี่ยงขององค์กรต่อฝ่ายจัดการ และเพื่อรายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอหรือตามความเหมาะสม
7. พนักงานทุกคนมีหน้าที่ปฏิบัติตามระบบและกระบวนการบริหารความเสี่ยง ทั้งในระดับองค์กร ระดับสายงาน และระดับปฏิบัติการ ตามที่บริษัทฯ กำหนดโดยถือเป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย

การดำเนินการตามนโยบายการบริหารความเสี่ยงฉบับนี้ให้รวมไปถึงการกำหนดกรอบแนวทาง คู่มือการบริหารความเสี่ยงและการจัดหาทรัพยากรให้เพียงพอต่อการดำเนินนโยบายการบริหารความเสี่ยงไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

การทบทวนและปรับปรุงนโยบาย

นโยบายการบริหารความเสี่ยง และคู่มือต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องได้รับการทบทวนและปรับปรุงเป็นประจำ โดยให้มีการรายงานความเหมาะสมและประสิทธิผลของการนำไปใช้งานต่อคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

นโยบายบริหารความเสี่ยงฉบับนี้ พิจารณาและอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 7/2559 เมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2559

รายละเอียดความเสี่ยงต่างๆ พร้อมการบริหารจัดการของบริษัทมีดังต่อไปนี้

1. ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบ

เนื่องจากวัตถุดิบในการผลิตของบริษัท คือ ห่อทองแดง แผ่นอลูมิเนียม และแผ่นเหล็กเคลือบสังกะสี ซึ่งวัตถุดิบดังกล่าวเป็นสินค้า Commodities ซึ่งมีราคาเปลี่ยนแปลงไปตามราคาของตลาดโลก ดังนั้น ผลการดำเนินงานของบริษัทจึงมีโอกาสที่จะผันผวนตามราคาของวัตถุดิบในตลาดโลก อย่างไรก็ตาม บริษัทมีการทำสัญญาร่วมกันระหว่างผู้ผลิตวัตถุดิบและลูกค้าแบบไตรภาคี และความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบทำให้บริษัทได้รับข่าวสารและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของราคาอย่างใกล้ชิด อีกทั้งผู้บริหารของบริษัทเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมผลิตคอยส์มานานกว่า 20 ปี ซึ่งจะช่วยให้บริษัทสามารถคาดการณ์ถึงภาวะการณ์และความเคลื่อนไหวของราคาทองแดง อลูมิเนียม และแผ่นเหล็กชุบสังกะสีได้ในระดับหนึ่ง

นอกจากนี้ เพื่อเป็นการจำกัดความเสี่ยงในขั้นต้น ก่อนการกำหนดราคาขายสินค้าให้แก่ลูกค้าทุกราย บริษัทจะตรวจสอบราคาวัตถุดิบในคลังวัตถุดิบของบริษัทเพื่อทราบถึงต้นทุนวัตถุดิบที่แท้จริงก่อน ซึ่งโดยปกติบริษัทจะมีระดับของ Safety Stock ประมาณ 2 เดือน สำหรับกรณีที่ลูกค้ารายใหญ่ส่วนใหญ่ที่จำเป็นต้องกำหนดราคาขายสินค้าล่วงหน้าเป็นรายปี บริษัทก็ได้มีการกำหนดเงื่อนไขเพิ่มเติมในใบเสนอราคาว่า กรณีที่ราคาวัตถุดิบมีการเปลี่ยนแปลงเกินกว่าระดับราคาวัตถุดิบที่กำหนดไว้ บริษัทจะดำเนินการเจรจาและตกลงราคาขายใหม่กับลูกค้ารายใหญ่อีกครั้งเพื่อให้สอดคล้องกับต้นทุนวัตถุดิบที่เพิ่มสูงขึ้น โดยการปรับราคาดังกล่าวจะใช้ระยะเวลาประมาณ 1 – 2 เดือน ในการดำเนินการซึ่งสอดคล้องกับระยะเวลา Safety Stock ของบริษัท อย่างไรก็ตามสำหรับลูกค้าทั่วไปบริษัทสามารถปรับราคาขายในทันทีหากราคาวัตถุดิบมีการเปลี่ยนแปลง

2. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบรายใหญ่หรือน้อยราย

บริษัทมีการพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบรายใหญ่น้อยราย โดยปี 2560 บริษัทมีส่วนการสั่งซื้อท่อทองแดงจากผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ 3 รายคิดเป็นร้อยละ 81.06 ของปริมาณการสั่งซื้อท่อทองแดงทั้งหมดของบริษัท และในจำนวนนั้นบริษัทพึ่งพาผู้จัดจำหน่ายท่อทองแดงรายใหญ่ที่สุดสูงถึงร้อยละ 39.34 ของปริมาณการสั่งซื้อท่อทองแดงทั้งหมด นอกจากนี้ในส่วนของการจัดหาวัตถุดิบอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นแผ่นอลูมิเนียม และแผ่นเหล็กชุบสังกะสีก็มีลักษณะพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายน้อยรายเช่นเดียวกัน ทั้งนี้ เพื่อเป็นการประหยัลดต้นทุนในการจัดซื้อ และเพื่อคงปริมาณการสั่งซื้อที่มีต่อผู้จัดจำหน่ายแต่ละรายให้อยู่ในระดับที่สูงพอที่บริษัทจะได้ประโยชน์จากการสั่งซื้อสินค้าในปริมาณมาก (Volume Discount) นอกจากนี้การที่บริษัทสามารถคงปริมาณการสั่งซื้อได้ในระดับที่ค่อนข้างสูงเพื่อสร้างอำนาจการต่อรองของบริษัทให้เพิ่มขึ้น ผสมกับ ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบรายใหญ่ๆ เหล่านั้นเป็นคู่ค้ากับบริษัทมานานและมีความสัมพันธ์ที่ดีมาโดยตลอด ดังนั้นความเสี่ยงในการพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบน้อยรายจึงลดลงได้ในระดับหนึ่ง

อย่างไรก็ตาม บริษัทก็ตระหนักถึงความเสี่ยงในเรื่องดังกล่าว และมีความพยายามที่จะกระจายการสั่งซื้อวัตถุดิบของบริษัทให้กับผู้จัดจำหน่ายรายอื่น ๆ ที่เสนอเงื่อนไขการสั่งซื้อที่ใกล้เคียงกับเงื่อนไขที่บริษัทได้จากผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ ซึ่งในปัจจุบัน ส่วนการพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบรายใหญ่ลดลง โดยจะเห็นได้จากการที่บริษัทเริ่มมีการสั่งซื้อท่อทองแดงจากผู้จัดจำหน่ายรายอื่นๆ เพิ่มขึ้น

3. ความเสี่ยงจากการขาดวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักที่บริษัทใช้ในการผลิต คือ ทองแดง เป็นวัตถุดิบประเภทที่ไม่อาจเก็บรักษาไว้ได้นาน เมื่อใช้แล้วหมดไป แต่ยังสามารถนำมาชุบให้กลับเป็นวัตถุดิบเดิมแล้วนำกลับมาประดิษฐ์ขึ้นใหม่ 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 เพื่อเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยีการผลิตเฉพาะด้าน เพื่อมั่นใจว่าบริษัทฯ ยังคงมีการผลิตและผลิตบัณฑิตที่ทันสมัยเพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าวอีกด้วย

4. ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

เนื่องจากบริษัทมีรายได้จากการส่งออกประมาณร้อยละ 38.60 ของยอดขายรวมของบริษัท บริษัทจึงมีโอกาที่จะได้รับผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ อย่างไรก็ดี บริษัทมีการสั่งซื้อวัตถุดิบบางส่วนจากต่างประเทศเช่นกัน โดยในปี 2560 บริษัทมีรายได้จากต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 38.60 ของยอดขาย และมีการสั่งซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 55.60 ของยอดการสั่งซื้อวัตถุดิบ เนื่องจากรายได้และค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นนั้นอ้างอิงด้วยสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐทั้งหมด ดังนั้นบริษัทจึงสามารถลดผลกระทบของการผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนได้ในระดับหนึ่ง (Natural Hedge)

นอกจากนี้จากการที่บริษัทมีนโยบายในการให้ระยะเวลาชำระหนี้สำหรับลูกค้าต่างประเทศ ประมาณ 30 - 60 วัน ส่งผลทำให้ความเสี่ยงในเรื่องอัตราแลกเปลี่ยนของรายได้จากการส่งออกดังกล่าวค่อนข้างสั้น อย่างไรก็ดี บริษัทได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการป้องกันความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทจึงมีการติดตามข่าวสารและความเคลื่อนไหว

ของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศอย่างใกล้ชิด และจะพิจารณาป้องกันความเสี่ยงด้วยการซื้ออัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้า (Currency Forward) ตามสถานการณ์และความจำเป็น

5. ความเสี่ยงจากนโยบายการเปิดการค้าเสรีและการรวมกลุ่มทางการค้า

นโยบายการเปิดการค้าเสรีโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขต AEC จะทำให้การแข่งขันในอุตสาหกรรมผลิตรถยนต์ของภูมิภาคนี้มีแนวโน้มที่รุนแรงมากขึ้น ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรม เครื่องปรับอากาศทั้งในเรื่องของราคาและการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ผู้ผลิตรถยนต์ต้องมีการแข่งขันในเรื่องราคาและคุณภาพเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย นอกจากนี้ยังมีการนำรถยนต์จากผู้ผลิตในต่างประเทศเข้ามาจำหน่ายในประเทศเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากประเทศจีน ซึ่งมีความได้เปรียบในด้านราคาสินค้า ในปัจจุบันบริษัทมีนโยบาย มุ่งเน้นที่จะทำการตลาดกับลูกค้าที่มีความต้องการรถยนต์ที่มีคุณภาพสูง บริษัทจึงมีการแข่งขันกันในตลาดรถกับสินค้าของประเทศจีนซึ่งมีลักษณะการผลิตน้อยรูปแบบแต่มีจำนวนมาก แต่ละรูปแบบไม่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาได้ และด้วยคุณภาพสินค้าซึ่งได้รับการรับรองมาตรฐานทั้งจากประเทศสหรัฐอเมริกา และแคนาดาของบริษัทและการบริการ รวมทั้งความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ถือเป็นสิ่งสำคัญเพื่อให้มั่นใจในความสามารถในการแข่งขันของบริษัทได้เป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตาม ทางบริษัทฯ ได้ศึกษาผลกระทบดังกล่าวและเตรียมพร้อมสำหรับการเข้ามาของคู่แข่งจากต่างประเทศ ด้วยการปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ เพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการผลิตและขยายฐานการส่งออกให้กว้างขึ้น โดยเฉพาะประเทศในกลุ่มตะวันออกกลาง

6. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่

ในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา บริษัทไม่มีสัดส่วนการขายให้แก่ลูกค้ารายใดรายหนึ่งเกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้จากการขายรวม ซึ่งสามารถลดรูปสัดส่วนการจำหน่ายสินค้าให้ลูกค้ารายใหญ่ 5 รายแรกของบริษัทในปี 2558 – 2560 ได้ดังนี้

สัดส่วนการจำหน่ายให้แก่ลูกค้ารายใหญ่ 5 รายแรก ในปี 2558 – 2560

	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560
สัดส่วนการขายให้แก่ลูกค้ารายใหญ่ 5 รายแรก*	75.99	68.59	65.94

* นับรวมลูกค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศ

โดยลูกค้ารายใหญ่เหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่มีความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัทมาเป็นเวลานาน รวมทั้งบริษัทได้มีการร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์กับลูกค้ารายใหญ่ดังกล่าวมาโดยตลอด และด้วยคุณภาพของสินค้าซึ่งได้รับการรับรองมาตรฐานจากสถาบันต่างๆ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพทำให้บริษัทมั่นใจว่าจะสามารถรักษารฐานลูกค้าปัจจุบัน รวมทั้งขยายฐานลูกค้าใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง

7. ความเสี่ยงจากการที่กรรมการบริหาร และกรรมการผู้จัดการเป็นบุคคลเดียวกัน

เนื่องจาก กรรมการบริหาร และกรรมการผู้จัดการของบริษัทเป็นบุคคลคนเดียวกัน คือ นายอาทิตย์ พุ่มเสนาะ ทำให้บริษัทอาจมีความเสี่ยงจากการที่ 1 ในคณะกรรมการบริหารเป็นกรรมการผู้จัดการ อย่างไรก็ตาม คณะกรรมการบริหารของบริษัทมีจำนวนทั้งสิ้น 4 ราย การควบคุมการลงมติในเรื่องต่าง ๆ ในคณะกรรมการบริหารอาจเป็นไปได้ยาก นอกจากนี้ บริษัทก็ได้มีการกำหนดขอบเขตอำนาจและหน้าที่ของแต่ละตำแหน่งไว้อย่างชัดเจน จึงช่วยลดความเสี่ยงใน

การที่บุคคลดังกล่าวจะมีอำนาจเบ็ดเสร็จเด็ดขาดในเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะลงได้ รวมทั้งอำนาจที่มอบหมายให้กับ คณะกรรมการบริหาร และกรรมการผู้จัดการ ก็ไม่สามารถอนุมัตินายการที่ตน หรือ บุคคลที่อาจมีส่วนได้เสียหรืออาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ได้ นอกจากนี้คณะกรรมการของบริษัทยังประกอบไปด้วยคณะกรรมการตรวจสอบ และสำนักงานตรวจสอบภายในซึ่งจะรายงานตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ ซึ่งทำหน้าที่ติดตามและตรวจสอบรายการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในบริษัท รวมทั้ง ทำหน้าที่ตรวจสอบการดำเนินการภายในของบริษัทให้มีความโปร่งใส เหมาะสม รัดกุม และเป็นไปตามขอบเขตอำนาจหน้าที่ของกรรมการและผู้บริหารที่ได้รับมอบหมายจากบริษัทอยู่แล้ว ซึ่งก็สามารถจำกัดความเสี่ยงในเรื่องดังกล่าวลงได้

8. ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง

ความเสี่ยงด้านสภาพคล่องเกิดจากการที่เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดมีปริมาณน้อยเมื่อเทียบกับความต้องการเงินสดหมุนเวียน ซึ่งโดยปกติบริษัทฯ และบริษัทย่อยได้มีการติดตามดูความเสี่ยงด้านสภาพคล่องและรักษาระดับสถานะของเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพื่อให้เพียงพอต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อย พร้อมทั้งการตั้งเป้าหมายเพื่อลดความเสี่ยงจากความผันผวนของกระแสเงินสด อีกทั้งบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการเงินสดโดยการสร้างสมดุลระหว่างเงินสดรับและจ่าย เพื่อสร้างความมั่นใจว่าบริษัทฯ จะมีมติต้องเผชิญต่อความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง

9. ความเสี่ยงของการลงทุนในบริษัทย่อย

ในกรณีที่บริษัทย่อยไม่สามารถหาแหล่งเงินทุนเพื่อสนับสนุนการขยายการลงทุน บริษัทฯ ในฐานะผู้ถือหุ้นใหญ่ จำเป็นต้องช่วยเหลือสนับสนุนการหาเงินเพื่อเป็นแหล่งเงินทุนสนับสนุนโครงการใหม่ ดังนั้นหากผลการดำเนินงานของบริษัทย่อยไม่เป็นไปตามแผน บริษัทฯ ในฐานะผู้ถือหุ้นอาจได้รับผลกระทบจากการลงทุนและมีความเสี่ยงที่จะไม่ได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนตามที่กำหนดไว้

อย่างไรก็ดี ปัจจุบันบริษัทย่อย บริษัท เดธ ละโม จำกัด สามารถหาผู้รับซื้อสิทธิการเช่าและทรัพย์สินของ โรงแรมเดอะ รูน ได้แล้วจึงทำให้ลดความเสี่ยงจากการขาดทุนในธุรกิจโรงแรม จึงไม่กระทบต่อสภาพคล่อง และบริษัทฯ โดยการลงทุนในบริษัทย่อย บริษัทฯ จะเน้นในการขยายขอบเขตในธุรกิจที่จะสามารถส่งเสริมธุรกิจของบริษัทฯ ในอนาคต

10. ความเสี่ยงจากภัยต่างๆ

จากเหตุอุทกภัยครั้งใหญ่เมื่อปี 2554 ทำให้บริษัทตระหนักถึงภัยธรรมชาติและภัยอื่นๆ ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อทรัพย์สิน เครื่องจักร และสินทรัพย์ถาวรที่จำเป็นต่อการดำเนินงานจนเกิดความหยุดชะงักทางธุรกิจได้ บริษัทฯ ได้มีการทำประกันภัยครอบคลุมภัยต่างๆ เพื่อเป็นการลดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นได้ นอกจากนี้ การที่บริษัทฯ มีกำลังการผลิตกระจายตัวอยู่ตามโรงงานของบริษัทถึง 3 แห่ง หากเกิดเหตุถูกเงินหรือเกิดความเสียหายขึ้น ณ โรงงานใดหนึ่ง โรงงานแห่งอื่นๆ ยังมีความสามารถรองรับการผลิตเพื่อชดเชยโรงงานที่ไม่สามารถทำการผลิตได้ในระดับหนึ่ง เพื่อให้การตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นไปอย่างราบรื่นที่สุด

11. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี

อีกความเสี่ยงหนึ่งที่ผู้ประกอบการในธุรกิจอุตสาหกรรมอาจต้องประสบคือการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีทั้งในส่วนของการกระบวนการผลิต และ/หรือแม้แต่กับตัวผลิตภัณฑ์เอง ที่ซึ่งบางอย่างอาจส่งผลดีกับผู้ประกอบการเองจากความสามารถในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตเช่นการเปลี่ยนแปลงความสามารถของเครื่องจักรในการผลิตบางประเภทที่สามารถลดเวลาและลดการใช้แรงงานซึ่งหมายถึงการลดต้นทุนลงได้อีกด้วย ขณะที่บางอย่างอาจส่งผลกระทบโดยตรง

หากบริษัทไม่สามารถรองรับการปรับเปลี่ยนได้อย่างทันกาล เช่นการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้คุณสมบัติ เช่นเดียวหรือดีกว่าผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯผลิตและจำหน่ายอยู่ในปัจจุบัน แต่เนื่องจากผลิตภัณฑ์ heat transfer จักไม่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้อย่างรวดเร็ว ดังจะเห็นได้ว่าในรอบ 30 ปีที่บริษัทจัดตั้งขึ้นมาการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นมีเกินไปกว่าความสามารถของเครื่องจักรและศักยภาพของบริษัทที่จะรองรับได้ อย่างไรก็ตามเพื่อป้องกันความเสี่ยงดังกล่าวบริษัทได้เข้าร่วมเป็นสมาชิก ASHRAE (the American Society of Heating, Refrigerating and Air-Conditioning Engineers) เป็นองค์กรที่เป็นศูนย์รวมของวิทยาการด้านระบบการทำความร้อน เย็นและระบบปรับอากาศของสหรัฐอเมริกา เพื่อเข้าถึงข้อมูล ข่าวสารและเทคโนโลยีการผลิตเฉพาะด้าน เพื่อมั่นใจว่าบริษัทยังคงมีการผลิตและผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัย รวมถึงการจัดให้มีฝ่ายค้นคว้าและวิจัย เพื่อติดตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องอยู่ตลอดเวลาเพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าวอีกด้วย

12. ความเสี่ยงจากผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากบริษัทเป็นผู้ผลิตสินค้าอุตสาหกรรม ในกระบวนการผลิตจำเป็นต้องใช้น้ำมัน น้ำและสารเคมีบางชนิด ที่ซึ่งอาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยรอบหรือต่อผู้ปฏิบัติงานเอง เพื่อเป็นการกำจัดความเสี่ยงดังกล่าวทางบริษัทจึงได้จัดอุปกรณ์ความปลอดภัยสำหรับการปฏิบัติงานให้กับพนักงานในสายการผลิต และใช้ระบบปิดในกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับสารเคมี เช่น การพ่นสี เพื่อมั่นใจว่าจะไม่มีสารตกค้างไปสู่สภาวะแวดล้อมภายนอก รวมถึงจัดทำระบบบำบัดน้ำเสีย เพื่อสามารถนำน้ำที่ใช้ในกระบวนการแล้วกลับมาใช้ได้อีกครั้งและมั่นใจว่าน้ำที่ปล่อยสู่ลำรางสาธารณะปลอดจากสารเคมีตกค้างอีกด้วย ทั้งนี้บริษัทมี safety ในการทำงานและสิ่งแวดล้อมเพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอหากกระบวนการผลิตอยู่ในความเสี่ยงดังกล่าวจักสามารถสั่งการให้แก้ไขและปรับปรุงเครื่องมือ อุปกรณ์ และหรือกระบวนการตามระดับของผลกระทบอีกด้วย

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ลักษณะสำคัญของทรัพย์สินถาวรหลัก

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทและบริษัทย่อยมีสินทรัพย์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจดังนี้

ก. ที่ดิน (ซึ่งมีการผูกพันอยู่กับสถาบันการเงิน)

ประเภททรัพย์สิน	ที่ตั้ง ลักษณะ และขนาดพื้นที่	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน	มูลค่าสุทธิตามงบการเงินเฉพาะบริษัท ณ 31 ธ.ค. 60 (ล้านบาท)	วัตถุประสงค์ในการถือครองทรัพย์สิน
ก. ที่ดิน	1/1 ต.บางคูวัด อ.เมือง จ.ปทุมธานี โฉนด 1 ฉบับ เนื้อที่ 4 ไร่ 37 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	จดจำนองไว้กับธนาคาร	0.80	ที่ตั้งโรงงาน
	5/1-3 ต.บางคูวัด อ.เมือง จ.ปทุมธานี โฉนด 4 ฉบับ เนื้อที่ 1 งาน 56 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	จดจำนองไว้กับธนาคาร	2.09	ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ (อาคาร 4 ชั้น)
	526/1 ซ.ท่าผาสุโขทัย จ.สมุทรปราการ โฉนด 6 ฉบับ เนื้อที่ 1 ไร่ 1 งาน 12 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	จดจำนองไว้กับธนาคาร	5.90	ที่ตั้งโรงงาน (สาขาเทพารักษ์)
	526/2-3 ซ.ท่าผาสุโขทัย จ.สมุทรปราการ โฉนด 4 ฉบับ เนื้อที่ 3 งาน 99 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	จดจำนองไว้กับธนาคาร	11.87	ที่ตั้งโรงงาน (สาขาเทพารักษ์)
	อื่นๆ โฉนด 4 ฉบับ เนื้อที่ 79 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	ไม่ได้จำนอง	0.14	ที่ตั้งอาคารพาณิชย์ ม.อาสาเอ็นซี (2 ฉบับ)
	789/75 ม.1 นิคมอุตสาหกรรมปิ่นทอง จ.ชลบุรี โฉนด 4 ฉบับ เนื้อที่ 6 ไร่ 3 งาน 58.60 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	จดจำนองไว้กับธนาคาร	15.85	ที่ตั้งโรงงาน (สาขापิ่นทอง)
	อ.เมืองปทุมธานี จ.ปทุมธานี โฉนด 1 ฉบับ เนื้อที่ 9 ไร่ 3 งาน 88.30 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	ไม่ได้จำนอง	46.73	ที่ดินว่างเปล่าติดกับ บ.ไรซ์ เอ็นจิเนียริ่งฯ

ประเภททรัพย์สิน	ที่ตั้ง ลักษณะ และขนาดพื้นที่	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน	มูลค่าสุทธิตามงบการเงินเฉพาะบริษัท ณ 31 ธ.ค. 60 (ล้านบาท)	วัตถุประสงค์ในการถือครองทรัพย์สิน
	181/1 ต.บางกะดี อ.เมืองปทุมธานี จ.ปทุมธานี โฉนด 1 ฉบับ เนื้อที่ 8 ไร่ 1 งาน 73 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	ไม่ได้จำนอง	36.17	ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างอาคารสำนักงาน 3 ชั้น โรงงานอุตสาหกรรม บ่อน้ำมัน และโรงจอดรถ

รายละเอียดของสัญญาเช่าทรัพย์สินของบริษัท และบริษัทย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทและบริษัทย่อย มีสัญญาเช่าทรัพย์สินระยะยาว ดังนี้

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

2. บริษัท เดอะ ละไม จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้ทำสัญญาเช่าที่ดินระยะยาว จำนวน 2 แปลง เลขที่ 7919 และ 7920 ต.มะเร็ด อ.เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี จากนายสุทิน และนางวันดี หูลสวัสดิ์ เพื่อเป็นที่สร้างและดำเนินการกิจการ "โรงแรม และรีสอร์ท ชื่อ เดอะ ละไม" ร้านอาหาร กิตติาคาร และกิจการที่เกี่ยวข้องเนื่องจากการท่องเที่ยว โดยมีกำหนดระยะเวลา 26 ปี นับตั้งแต่วันที่ 30 มิ.ย. 2548 ถึงวันที่ 30 มิ.ย. 2574 โดยมีค่าเช่ารวมทั้งสิ้น 22 ล้านบาท กำหนดชำระค่าเช่าที่ดินเป็นงวด ๆ ตามสัญญาเช่าที่ดิน

3. บริษัท เดอะ ละไม จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้ทำสัญญาเช่าที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างบนโฉนดที่ดินเป็นอาคาร 4 ชั้น เลขที่ 99/99 จำนวน 1 หลัง จากนายศักดิ์วิทย์ แก้วมีศรี เพื่อประกอบธุรกิจโรงแรมอีกแห่งหนึ่ง "ชื่อ เดอะ รุม" กำหนดระยะเวลาสัญญาเช่า (20 ปี) เริ่มตั้งแต่เดือนมกราคม 2553 ถึงเดือนธันวาคม 2572 โดยตกลงชำระค่าเช่าเป็นรายเดือนสุทธิหลังหักภาษี ณ ที่จ่าย เดือนละ 200,000 บาท และมีการปรับอัตราค่าเช่ารายเดือนเพิ่มขึ้น 10% ทุก ๆ 3 ปี

และเมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2560 บริษัท เดอะ ละไม จำกัด ได้ทำหนังสือสัญญาจะซื้อจะขายสิทธิการเช่าและทรัพย์สิน โดยผู้ซื้อจะเข้าบริหารกิจการได้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2561 ในมูลค่ารวม 1,000,000 บาท โดยชำระในวันทำสัญญาจำนวน 200,000 บาท ส่วนที่เหลือแบ่งชำระเป็นรายเดือน เดือนละ 100,000 บาท จำนวน 8 เดือน โดยชำระทุกวันที่ 5 ของเดือน เริ่มชำระตั้งแต่วันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2561 เป็นต้นไป

ข. อาคารและสิ่งปลูกสร้าง

ประเภททรัพย์สิน	ที่ตั้ง ลักษณะ และขนาดพื้นที่	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน	มูลค่าสุทธิตามงบการเงินเฉพาะบริษัท ณ 31 ธ.ค. 60 (ล้านบาท)	วัตถุประสงค์ในการถือครองทรัพย์สิน
ข. อาคารและสิ่งปลูกสร้าง	1/1 หมู่ 7 ต. บางคูวัด อ.เมือง จ.ปทุมธานี อาคาร 2 ชั้น 1 หลัง	เป็นเจ้าของ	จดจำนองไว้กับธนาคาร ไม่ได้จำนอง	0.00 1.94	ที่ตั้งสำนักงานใหญ่
	5/1-3 หมู่ 4 ต.บางคูวัด อ.เมือง จ.ปทุมธานี อาคาร 4 ชั้น 1 หลัง	เป็นเจ้าของ	จดจำนองไว้กับธนาคาร	3.50	ที่ตั้งสำนักงานใหญ่
	5/10-15 หมู่ 4 ต.บางคูวัด อ.เมือง จ.ปทุมธานี อาคาร 3 ชั้นครึ่ง จำนวน 6 ห้อง	เป็นเจ้าของ	ไม่ได้จำนอง	5.11	ที่ตั้งสำนักงานใหญ่
	12/2 ต. บางคูวัด อ. เมือง จ. ปทุมธานี อาคารเก็บสินค้า 1 หลัง	เป็นเจ้าของ	ไม่ได้จำนอง	0.71	เก็บสินค้า
	526/1 ซ.ท่านผู้หญิง จ. สมุทรปราการ	เป็นเจ้าของ	จดจำนองไว้กับธนาคาร	0.91	ที่ตั้งโรงงาน (สาขาเทพารักษ์)
	526/2-3 ซ.ท่านผู้หญิง จ.สมุทรปราการ	เป็นเจ้าของ	จดจำนองไว้กับธนาคาร ไม่ได้จำนอง	4.17 1.15	ที่ตั้งโรงงาน (สาขาเทพารักษ์)
	อื่นๆ อาคารพาณิชย์ 3.5 ชั้น 2 ห้อง		ไม่ได้จำนอง	0.17	ที่ตั้งอาคารพาณิชย์ ม. อาสาเอื้อส
	789/75 หมู่ 1 ต.หนองขาม จ.ชลบุรี	เป็นเจ้าของ	จดจำนองไว้กับธนาคาร ไม่ได้จำนอง	31.85 0.22	ที่ตั้งโรงงาน (สาขามีนทอง)

ค.เครื่องจักร อุปกรณ์ เครื่องตกแต่งติดตั้ง เครื่องใช้สำนักงาน และยานพาหนะ

ประเภทของทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน	มูลค่าสุทธิตามงบการเงินเฉพาะบริษัท ณ วันที่ 31 ธ.ค. 60 (ล้านบาท)
เครื่องจักรและอุปกรณ์	เป็นเจ้าของ	จดจำนองไว้กับธนาคาร	35.10
เครื่องจักรและอุปกรณ์	เป็นเจ้าของ	-	99.64
เครื่องมือ-เครื่องใช้	เป็นเจ้าของ	-	5.60
อาคารระหว่างก่อสร้าง	เป็นเจ้าของ	-	40.61
เครื่องจักรและอุปกรณ์ – งานระหว่างติดตั้ง	เป็นเจ้าของ	-	4.78
เครื่องตกแต่ง ติดตั้ง และเครื่องใช้สำนักงาน	เป็นเจ้าของ	-	2.76
ยานพาหนะ	เป็นเจ้าของ	-	3.65

สิทธิหรือข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ

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

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

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วม จะพิจารณาการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องและเชื่อมโยงประโยชน์ต่อการทำธุรกิจของบริษัท 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.เคอ ละไม	โรงแรม	100 ล้านบาท	99.97%	146.55 ล้านบาท
บจ.ซีไอจี (ประเทศไทย)	ผลิตและจำหน่าย เครื่องปรับอากาศ	53 ล้านบาท	99.98%	52.99 ล้านบาท
บจ.สยามเรลเวย์	ศูนย์ซ่อมรถไฟ	1 ล้านบาท	99.97%	0.99 ล้านบาท

4.3 การเปิดเผยราคาประเมินทรัพย์สิน

ในปี 2560 บริษัทฯ มิได้กระทำการประเมินราคาทรัพย์สินแต่อย่างไร

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

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

คดีทางแพ่ง กรมบังคับคดีได้ออกหมายบังคับที่ดินหลักประกันเมื่อวันที่ 18 พฤษภาคม 2553 โดยเจ้าพนักงานบังคับคดีประเมินราคาที่ดินเป็นจำนวนเงินประมาณ 19.44 ล้านบาท และต่อมาเจ้าพนักงานบังคับคดีได้ประกาศขายทอดตลาดที่ดินหลักประกัน เมื่อวันที่ 28 มิถุนายน 2555 บริษัทฯ ได้ยื่นคำร้องต่อศาลแพ่งเพื่อขอให้ศาลมีคำสั่งให้ยึดสิ่งปลูกสร้างเพิ่มเติม ต่อมาวันที่ 13 กันยายน 2555 ศาลมีคำสั่งให้เจ้าพนักงานบังคับคดีขายทอดตลาดพร้อมสิ่งปลูกสร้างในคราวเดียวกัน เมื่อวันที่ 26 กันยายน 2556 เจ้าพนักงานบังคับคดี ได้ประกาศกำหนดวันขายทอดตลาดที่ดิน และสิ่งปลูกสร้างดังกล่าว โดยกำหนดราคาประเมินของเจ้าพนักงานบังคับคดีเป็นจำนวนเงินประมาณ 54.30 ล้านบาท เมื่อวันที่ 14 พฤศจิกายน 2556 บริษัทฯ ได้เข้าร่วมประมูลซื้อที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง โดยเจ้าพนักงานบังคับคดีได้อนุมัติให้บริษัทฯ เป็นผู้ชนะประมูลในราคาขาย 60 ล้านบาท

ต่อมาในเดือนสิงหาคม 2557 บริษัทฯ ได้จดทะเบียนรับโอนที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง และบันทึกบัญชีเป็น "อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน" ทำให้มูลค่านี้คงเหลือ 38.91 ล้านบาท ในเดือนพฤษภาคม 2559 ศาลล้มละลายกลาง ได้มีคำสั่งพิทักษ์ทรัพย์เด็ดขาดลูกหนี้ และเมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2559 บริษัทฯ ได้ยื่นคำขอรับชำระหนี้จากกองทรัพย์สินอันประกอบไปด้วย ห้างหุ้นส่วนสามัญและที่ดินจำนวนหลายแปลงของลูกหนี้เป็นจำนวนเงิน 87.34 ล้านบาท ปัจจุบันอยู่ระหว่างรอหมายนัดสอบสวนคำขอรับชำระหนี้ของเจ้าพนักงานพิทักษ์ทรัพย์

เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2560 เจ้าพนักงานพิทักษ์ทรัพย์ได้มีหมายนัดประชุมเจ้าหนี้ครั้งแรก แต่ลูกหนี้มิได้ยื่นคำขอประนอมหนี้ต่อเจ้าพนักงานฯแต่อย่างใด เจ้าพนักงานพิทักษ์ทรัพย์ จึงรายงานศาลเพื่อขอให้ศาลมีคำพิพากษาให้ลูกหนี้ล้มละลายแล้วเมื่อวันที่ 5 กันยายน 2560

ปัจจุบันดังกล่าว ทำให้บริษัทฯ ยังไม่สามารถประมาณมูลค่าที่จะได้คืนจากลูกหนี้ที่เหมาะสมในขณะนี้ จึงไม่ได้ตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ อย่างไรก็ตามตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2553 เป็นต้นไป บริษัทฯ หยุดรับรู้รายได้ดอกเบี้ยจากต้นเงินกู้จำนวน 80 ล้านบาทดังกล่าว โดยจะรับรู้เงินส่วนเกินจากการชำระดอกเบี้ยค้างรับเป็นรายได้ในรอบบัญชีที่บริษัทฯ ได้รับชำระเงิน

ส่วนที่ 1

ข้อมูลทั่วไปบริษัท

ชื่อบริษัท	บริษัท ซี.ไอ.กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
ชื่อย่อ	CIG
ประเภทธุรกิจหลัก	ผลิตชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศ (ประเภทคอยล์)
เลขทะเบียนบริษัท	0107547000133
ทุนจดทะเบียน	ทุนจดทะเบียน 648,587,124 บาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560) ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 432,393,191.00 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 อำเภอศรีราชา 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.collinter.com
บุคคลอ้างอิง	
นายทะเบียนหลักทรัพย์	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด เลขที่ 93 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก เขตดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400 โทรศัพท์ : 0-2009-9000 โทรสาร : 0-2009-9991
ผู้สอบบัญชี	นายวิรัช อภิเมธีธำรง หรือ นายชัยกรณ์ อุ่นปิติพงษ์ หรือ นายอภิรักษ์ ขอดิอนุวรรตน์ หรือ นายปรีชา สอน ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 1378, 3196, 5202 และ 6718 ตามลำดับ หรือ ผู้สอบบัญชีท่านอื่นที่ ก.ล.ด. ให้ความเห็นชอบ แห่งบริษัท สำนักงาน ดร.วิรัช แอนด์ แอสโซซิเอตส์ จำกัด สำนักงาน ดร.วิรัช แอนด์ แอสโซซิเอตส์ จำกัด เลขที่ 518/3 อาคารมณีนยาเซ็นเตอร์ นชช ชั้น 7 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330 โทรศัพท์ : 0-2252-2860, 0-2255-2518, 0-2254-1210, 0-2250-0634, 0-2254-8386-7 โทรสาร : 0-2253-8730

ข้อมูลทั่วไปบริษัท
บริษัทย่อย

ชื่อบริษัท	บริษัท เสดอ ละไม จำกัด
ประเภทธุรกิจหลัก	ธุรกิจบริการ ประเภท โรงแรม
เลขทะเบียนบริษัท	0845547005846
ทุนจดทะเบียน	ทุนจดทะเบียน 100,000,000.00 บาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560) ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 100,000,000.00 บาท
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	เลขที่ 171/4-9 หมู่ที่ 4 ตำบลมะเเฒ่ 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 60,000,000.00 บาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560) ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 53,000,000.00 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

ชื่อบริษัท	บริษัท สยามเรลเวย์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด
ประเภทธุรกิจหลัก	ธุรกิจศูนย์ซ่อมรถไฟ
เลขทะเบียนบริษัท	0135560001243
ทุนจดทะเบียน	ทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560) ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 1,000,000 บาท
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	เลขที่ 1/1 หมู่ที่ 7 ถนนบางคูวัด ตำบลบางคูวัด อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี 12000 โทรศัพท์ : 0-2976-5290 (อัตโนมัติ 10 สาย) โทรสาร : 0-2976-5023