

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

ก่อตั้งในปี พ.ศ.2528 โดยกลุ่มงามอรุณโชติ เริ่มต้นจากร้านค้า เพื่อจัดจำหน่ายก้อนน้ำ และอุปกรณ์ สุขภัณฑ์ทั่วไป จนกระทั่งเมื่อวันที่ 11 เมษายน 2546 ได้จดทะเบียนก่อตั้งบริษัท โอเชียน คอมเมิร์ซ จำกัด ด้วย ทุนจดทะเบียน 10.00 ล้านบาท นายอุทัย วิไลเลิศโกศา ผู้บริหาร และผู้ถือหุ้นใหญ่ ได้พัฒนาและสร้างสม ประการณืเรื่อยมาตลอดระยะเวลาหลายสิบปี ได้อาศัยประสบการณ์และศักยภาพด้านการตลาดจัดจำหน่าย สินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้า “DUSS” , “Bay” , “Bay-Tex” , “Feed” , “Union” , “3P” และ “Icon” ซึ่ง ตลาดกลุ่มเป้าหมายตอบรับเป็นอย่างดี

ปี 2554 ผลผลิตกัน้ของบริษัทยฯ เป็นที่รู้จักและยอมรับของตลาดเป็นอย่างมาก บริษัทยฯ จึงปรับ โครงสร้างธุรกิจโดยการเข้าซื้อโรงงานเพื่อรองรับสายการผลิต ที่ อ.พรหมบุรี จ.สิงห์บุรี จากบริษัท คัส ฟอว์ เซ็ท (ประเทศไทย) จำกัด นายอุทัย วิไลเลิศโกศา ผู้บริหารและผู้ถือหุ้นใหญ่ ได้นำเทคโนโลยีการผลิตจาก ต่างประเทศมาสร้างความแข็งแกร่งให้กับผลผลิตกัน้ ปัจจุบันบริษัทยฯ ยังคงพัฒนาศักยภาพในการผลิตและ รักษาระดับคุณภาพของผลผลิตกัน้ ต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง เพื่อได้มาซึ่งผลผลิตกัน้ที่มีคุณภาพและเป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม

ทั้งนี้บริษัทยฯ ได้รับใบอนุญาตทำผลผลิตกัน้อุตสาหกรรมที่มีพระราชกฤษฎีกากำหนดให้เป็นไปตาม มาตรฐาน (มอก.) ซึ่งแสดงถึงกระบวนการผลิตผลผลิตกัน้ที่มีคุณภาพ มีความแข็งแรงทนทาน และใช้งานได้ ยาวนาน นอกเหนือจากผลผลิตกัน้ที่มีพระราชกฤษฎีกากำหนดให้ต้องเป็นไปตามมาตรฐานแล้วนั้น ผลผลิตกัน้ อื่น ๆ ของบริษัทยฯ ยังได้ผ่านการทดสอบคุณภาพและได้รับการรับรองจากสำนักวิจัยและบริการวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี อีกด้วย

ปี 2556 นายอุทัย วิไลเลิศโกศา ผู้บริหารบริษัท / ผู้ถือหุ้นใหญ่ เล็งเห็นถึงความสำคัญของการขยาย ธุรกิจให้เติบโตและมั่นคงด้วยการเข้าระดมทุนและเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai) โดยบริษัทได้จดทะเบียนแปรสภาพนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์เป็นนิติบุคคลตาม พระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535 กับกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 16 สิงหาคม 2556 และจด ทะเบียนกับตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai) เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2556

1.1. วิสัยทัศน์ และเป้าหมาย

วิสัยทัศน์

บริษัทยึดหลักการทำงานที่มุ่งมั่นจะพัฒนา และรักษาระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สร้างความปลอดภัยให้กับผู้บริโภค ตามสโลแกนที่ว่า “DUSS for better life”

เป้าหมาย

พัฒนาเป็นศูนย์กลางการค้าก๊อมน้ำที่ทันสมัย (ในจังหวัดสิงห์บุรี) ของประเทศไทย ตอบสนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่มทั้งในประเทศและต่างประเทศ (Niche Market) ให้สามารถเลือกซื้อและสั่งผลิตภัณฑ์ก๊อมน้ำที่มีรูปแบบที่ทันสมัยได้ในโชว์รูมของบริษัท ภายในโชว์รูมที่จะสร้างใหม่จะมีการแสดงข้อมูล และรูปแบบก๊อมน้ำที่พัฒนาให้ทันสมัยออกมาอย่างสม่ำเสมอ โดยคาดว่าจะเปิดดำเนินการได้ภายในปี 2558 ซึ่งจะช่วยผลักดันยอดขายให้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

1.2. การเปลี่ยนแปลงและพัฒนากิจการที่สำคัญ ระหว่าง ปี 2556 ถึง ปี 2557

ปี 2556

วันที่ 1 กรกฎาคม 2556 บริษัท โอเชียน คอมเมิร์ซ จำกัด ได้ดำเนินการเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 85,000,000 บาท (แปดสิบล้านบาท) แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 850,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท โดยเรียกชำระเต็มมูลค่าเพื่อรองรับโครงสร้างใหม่ก่อนแปรสภาพจากบริษัทจำกัด เป็นบริษัทมหาชนจำกัด มีนายอุทัย วิไลเลิศโกคา เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ ถือครองหุ้นสามัญจำนวน 836,000 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนอัตราร้อยละ 98.35 โดยมีกลุ่มงามอรุณโชติ ถือครองหุ้นสามัญจำนวน 14,000 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนอัตราร้อยละ 1.65

วันที่ 30 กรกฎาคม 2556 ที่ประชุมใหญ่สามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 2/2556 ผู้ถือหุ้นมีมติพิเศษดังนี้

ก) เปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100.00 บาท (หุ้นสามัญจำนวน 850,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท) เป็นหุ้น 25 สตางค์ (หุ้นสามัญจำนวน 340,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 25 สตางค์)

ข) เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 85 ล้านบาท (แปดสิบล้านบาท) (แบ่งเป็น 340,000,00 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 25 สตางค์) เป็น 110 ล้านบาท (แบ่งเป็น 440,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 25 สตางค์) โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 25 ล้านบาท (แบ่งเป็น 100,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 25 สตางค์) และให้จัดสรรหุ้นเพิ่มทุนนี้เพื่อเสนอขายให้แก่ประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO)

หลังการเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นสามัญนายอุทัย วิไลเลิศโกคา ถือครองหุ้นสามัญจำนวน 334,400,000 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนอัตราร้อยละ 76 ของทุนจดทะเบียน 440,000,000 หุ้น โดยกลุ่มงามอรุณโชติ

ถือครองหุ้นสามัญจำนวน 5,600,000 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนอัตราร้อยละ 1.27 ของทุนจดทะเบียน 440,000,000 หุ้น

ค) ให้แปรสภาพบริษัทจากบริษัทจำกัดเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และเปลี่ยนชื่อบริษัท เป็น บริษัท โอเชียน คอมเมอร์ซ จำกัด (มหาชน) และ

ง) แก้ไขเปลี่ยนแปลงวัตถุประสงค์และข้อบังคับของบริษัท และแก้ไขเพิ่มเติมหนังสือบริคณห์สนธิของบริษัทให้สอดคล้องกับการแปรสภาพจากบริษัทเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และการเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัท

วันที่ 16 สิงหาคม 2556 บริษัทได้ดำเนินการแปรสภาพจากบริษัทจำกัด เป็น บริษัทมหาชนจำกัด และจดทะเบียนการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวกับกระทรวงพาณิชย์

วันที่ 11 ธันวาคม 2556 ดำเนินการจัดสรรหุ้นใหม่ที่ออกใหม่จำนวน 100,000,000 หุ้น เพื่อเสนอขายต่อประชาชนทั่วไปหลังจากที่บริษัทได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (สำนักงาน ก.ล.ต.) ในราคาหุ้นละ 90 สตางค์

วันที่ 23 ธันวาคม 2556 ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai) ได้มีคำสั่งรับหุ้นสามัญของบริษัทเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียน (ซื้อขายวันแรกวันที่ 23 ธันวาคม 2556) ผลจากการเสนอขายหุ้นสามัญต่อประชาชน บริษัทได้รับชำระค่าหุ้นจำนวน 90 ล้านบาท โดยบันทึกเป็นทุนเรือนหุ้นจำนวน 25 ล้านบาท และเป็นส่วนเกินมูลค่าหุ้นจำนวน 57.80 ล้านบาท (สุทธิจากค่าใช้จ่ายในการเสนอขายหุ้นสามัญจำนวนเงินรวมประมาณ 7.2 ล้านบาท) ซึ่งแสดงเป็นรายการแยกต่างหากภายใต้ “ส่วนผู้ถือหุ้น” ในงบแสดงฐานะการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556

การจัดสรรหุ้นให้แก่ผู้บริหาร ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ผู้มีอำนาจควบคุม บริษัทในเครือ และผู้ที่เกี่ยวข้อง

- กรรมการ ผู้บริหาร ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ผู้มีอำนาจควบคุม บริษัทในเครือ และผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับบริษัทที่ออกหุ้น

- ไม่มี -

- กรรมการ ผู้บริหาร ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ผู้มีอำนาจควบคุม บริษัทในเครือ และผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์

- ไม่มี -

ผลการจัดจำหน่ายของผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์

ลำดับที่	ชื่อผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์	จำนวนหุ้น ที่รับจัด จำหน่าย	จำนวนหุ้น ที่ซื้อไว้เอง	จำนวนหุ้นที่ซื้อไว้เอง คิดเป็นร้อยละ ของการเสนอขาย (%)
1	บริษัทหลักทรัพย์ โนมูระ พัฒนสิน จำกัด (มหาชน)	88,000,000	-	-
2	บริษัทหลักทรัพย์ เออีซี จำกัด (มหาชน)	3,000,000	-	-
3	บริษัทหลักทรัพย์ เคจีไอ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	3,000,000	-	-
4	บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน)	3,000,000	-	-
5	บริษัทหลักทรัพย์ ฟิลลิป (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	3,000,000	-	-
รวม		100,000,000	-	-

บุคคลธรรมดาและนิติบุคคลที่ได้รับการจัดสรรในจำนวนสูงสุดยี่สิบอันดับแรก

ลำดับ ที่	ชื่อ	ที่มาของการจัดสรร		จำนวนหุ้นที่ ได้รับการ จัดสรร	มูลค่าหุ้นที่ ได้รับจัดสรร (บาท)	คิดเป็น ร้อยละ ของการ เสนอขาย (%)
		ผู้เสนอขายหลักทรัพย์	ผู้จัดจำหน่าย หลักทรัพย์			
1	น.ส. พลอยภัส สัทธิรุจิโรจน์	ผู้แนะนำลูกค้าและธุรกิจ		2,200,000	1,980,000	2.20
2	นาง เบญจรัตน์ สมเกียรติ	ผู้แนะนำลูกค้าและธุรกิจ		2,090,000	1,881,000	2.09
3	นาย พิระพงษ์ โลหะวิบูลย์ทรัพย์	ผู้แนะนำลูกค้าและธุรกิจ		2,050,000	1,845,000	2.05
4	นาย เอกพันธ์ ปรีชาเจริญปัญญา	ผู้แนะนำลูกค้าและธุรกิจ		1,200,000	1,080,000	1.20
5	น.ส. อุไร จันทรรุ่งเรือง	ผู้แนะนำลูกค้าและธุรกิจ		1,100,000	990,000	1.10
6	นาย ชีรวิทย์ จารุวัฒน์		/	1,000,000	900,000	1.00
	น.ส. พรพิมล พรรัตน์ โชติสกุล	ผู้แนะนำลูกค้าและธุรกิจ		1,000,000	900,000	1.00
7	นาย นันทพันธ์ มหัทธนนธ์		/	856,100	770,490	0.86
8	นาย อนวัช สุริยวานากุล	ลูกค้า		800,000	720,000	0.80
9	น.ส. นิษฏากานต์ บุญศิริโรจน์	ผู้แนะนำลูกค้าและธุรกิจ		750,000	675,000	0.75
	นาย สันติ ศรีวิชาญกุล	ลูกค้า		750,000	675,000	0.75
10	น.ส. อุทุมวัลย์ พิริยะวัฒน์ไพศาล	ผู้แนะนำลูกค้าและธุรกิจ		700,000	630,000	0.70
11	นาย เถลิงเกียรติ ภัทรพิสิฐพงศ์		/	650,000	585,000	0.65
	น.ส. วิภาดา เทอดบุญไพศาล		/	650,000	585,000	0.65
12	น.ส. เปรมฤดี ชันดี		/	638,100	574,290	0.64
13	นาย ชีระ เลหาวิรัตน์	ผู้แนะนำลูกค้าและธุรกิจ		600,000	540,000	0.60
	น.ส. ศศิธร พิริยะวัฒน์ไพศาล	ผู้แนะนำลูกค้าและธุรกิจ		600,000	540,000	0.60
	นาง อลิสา แสงน้อย		/	600,000	540,000	0.60
14	น.ส. รุ่งนภา วชิรเมธิกุล		/	506,000	455,400	0.51

ลำดับ ที่	ชื่อ	ที่มาของการจัดสรร		จำนวนหุ้นที่ ได้รับการ จัดสรร	มูลค่าหุ้นที่ ได้รับจัดสรร (บาท)	คิดเป็น ร้อยละ ของการ เสนอขาย (%)
		ผู้เสนอขายหลักทรัพย์	ผู้จัดจำหน่าย หลักทรัพย์			
15	นาย ณพายุ ทวีวงศ์		/	500,000	450,000	0.50
	นาง บังอร เบ็ญจาทิกุล	ผู้แนะนำลูกค้าและธุรกิจ		500,000	450,000	0.50
	นาย ปริญา จิรสวัสดิ์วงศ์	พนักงานบริษัท		500,000	450,000	0.50
	นาย รังสรรค์ พวงปราง		/	500,000	450,000	0.50
	น.ส. รชนีกร ดันสาวิรัฐ		/	500,000	450,000	0.50
	นาง วราภรณ์ สิ้นชัยพานิช		/	500,000	450,000	0.50
	น.ส. ศรีจันทร์ พรรัตน์ โชติสกุล		/	500,000	450,000	0.50
	นาย ศิรวสิษฐ์ สายน้ำผึ้ง		/	500,000	450,000	0.50
	นาย สมเกียรติ ปรามรุ่งกิจ		/	500,000	450,000	0.50
16	นาย เพชร ศรีสุทธิชัยชัย		/	455,000	409,500	0.46
17	นาย ศักดิ์เฉลิม กาญจนวรรณะ		/	450,000	405,000	0.45
18	นาง เกษร วงศ์ไวยโรจน์		/	417,000	375,300	0.42
19	นาย ชีระชัย รัตนกมลพร		/	400,000	360,000	0.40
	นาย นพดล ลิมาศฤกษ์		/	400,000	360,000	0.40
	นาง อโนทัย นาคศรีสุข		/	400,000	360,000	0.40
	นาย อาภาศ มีวุฒิสม		/	400,000	360,000	0.40
20	น.ส. วรางคณา เตไชยา		/	393,000	353,700	0.39
รวม				26,555,200	23,899,680	26.56

- หมายเหตุ**
1. หากผู้ที่ได้รับการจัดสรรในแต่ละอันดับมีจำนวนหลายรายให้เปิดเผยรายชื่อทั้งหมด
 2. รายชื่อผู้ที่ได้รับการจัดสรรที่ต้องเปิดเผยในรายการนี้ ไม่รวมถึงผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์ และส่วนที่ได้แบ่งแยกไว้เป็นการเฉพาะเพื่อจัดสรรให้แก่ผู้ลงทุนสถาบัน หรือกรรมการและพนักงานของบริษัทที่ออกหุ้น
 3. ในช่องที่มาของการจัดสรร หากได้รับจัดสรรจากผู้เสนอขายหลักทรัพย์ให้ระบุลักษณะการมีอุปการคุณตามที่แสดงไว้ในแบบแสดงรายการข้อมูลและหนังสือชี้ชวน และหากได้รับจัดสรรจากผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์ ให้ทำเครื่องหมาย “/”

ผู้ลงทุนสถาบันที่ได้รับการจัดสรรในจำนวนสูงสุดยี่สิบอันดับแรก

- ไม่มี -

จำนวนหุ้นทั้งหมดที่จัดสรรให้แก่ผู้มีอุปการคุณ

ประเภทที่	ลักษณะของการมีอุปการคุณ	จำนวนผู้ ได้รับจัดสรร	จำนวนหุ้นที่ ได้รับจัดสรร	มูลค่าหุ้นที่ ได้รับจัดสรร	คิดเป็นร้อยละของ การเสนอขาย (%)
1	ลูกค้า	16	3,600,000	3,240,000	3.60
2	ผู้แนะนำลูกค้าและธุรกิจ	23	13,660,000	12,294,000	13.66
3	พนักงานบริษัท	17	1,440,000	1,296,000	1.44
4	บุคคลที่ให้คำแนะนำ/ปรึกษา	2	200,000	180,000	0.20
5	ผู้จัดหาสินค้า/บริการ	1	100,000	90,000	0.10
รวม		59	19,000,000	17,100,000	19.00

ปี 2557

วันที่ 16 กรกฎาคม 2557 ในการประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2557 ผู้ถือหุ้นมีมติอนุมัติเรื่องดังต่อไปนี้

ก) ออกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ ครั้งที่ 1 (OCEAN-W1) ชนิดระบุชื่อผู้ถือและสามารถโอนเปลี่ยนมือได้เพื่อจัดสรรให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมจำนวนไม่เกิน 220,000,000 หน่วย ในมูลค่าหน่วยละ 0.00 บาท โดยจัดสรรให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมในอัตราส่วน 2 หุ้นสามัญเดิมต่อใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ 1 หน่วย ทั้งนี้ใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญดังกล่าวมีอายุ 1 ปี 4 เดือน 1 วัน (ตั้งแต่วันที่ 30 กรกฎาคม 2557 ถึงวันที่ 1 ธันวาคม 2558) โดยมีอัตราการใช้สิทธิซื้อหุ้นคือใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญหนึ่ง (1) หน่วยต่อการซื้อหุ้นสามัญของบริษัทหนึ่ง (1) หุ้น ในราคาหุ้นละ 35 สตางค์ โดยผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิสามารถใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญของบริษัทได้ในวันที่ 1 มิถุนายน และวันที่ 1 ธันวาคม ของแต่ละปีปฏิทิน กำหนดการใช้สิทธิครั้งแรกตรงกับวันที่ 1 ธันวาคม 2557 และกำหนดการใช้สิทธิครั้งสุดท้ายตรงกับวันที่ 1 ธันวาคม 2558

ข) เพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทจาก 110 ล้านบาท (แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 440,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 25 สตางค์) เป็น 165 ล้านบาท (แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 660,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 25 สตางค์) โดยการออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 220,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 25 สตางค์ เพื่อรองรับการแปลงสภาพใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทตามที่กล่าวในข้อ ก) ข้างต้น และ

ค) แก้ไขหนังสือบริคณห์สนธิของบริษัทให้สอดคล้องกับการเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัท ในวันที่ 17 กรกฎาคม 2557 ได้จดทะเบียนการเพิ่มทุนและแก้ไขหนังสือบริคณห์สนธิกับกระทรวงพาณิชย์

วันที่ 30 กรกฎาคม 2557 บริษัทจัดสรรใบสำคัญแสดงสิทธิให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมจำนวน 219,999,981 หน่วย

วันที่ 13 สิงหาคม 2557 บริษัทนำใบสำคัญแสดงสิทธิดังกล่าวเข้าจดทะเบียนกับตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai)

วันที่ 1 ธันวาคม 2557 การใช้สิทธิครั้งแรก ผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิจำนวน 4 ราย ใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 121,508,000 หุ้น ในราคาหุ้นละ 35 สตางค์ บริษัทฯ ได้รับชำระค่าหุ้นสามัญจำนวน 42,527,800 บาท โดยบันทึกเป็นทุนเรือนหุ้นจำนวน 30,377,000 บาท และเป็นส่วนเกินมูลค่าหุ้นจำนวน 11,289,559.73 บาท (สุทธิจากค่าใช้จ่ายในการออกใบสำคัญแสดงสิทธิตัดจ่ายจำนวนเงินรวมประมาณ 0.86 ล้านบาท) ซึ่งแสดงเป็นรายการแยกต่างหากภายใต้ “ส่วนผู้ถือหุ้น” ในงบแสดงฐานะการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557

วันที่ 3 ธันวาคม 2557 บริษัทฯ แก้ไขแบบ บมจ. 005 ของบริษัทให้สอดคล้องกับทุนชำระแล้วเป็นเงินทั้งสิ้น 140,377,000 บาท จำนวนหุ้นสามัญที่จำหน่ายได้ทั้งหมด 561,508,000 หุ้น จดทะเบียนทุนชำระกับกระทรวงพาณิชย์

ข้อมูลการเปลี่ยนแปลงการถือหลักทรัพย์ (หุ้นสามัญ) นายอุทัย วิไลเลิศโกศล ณ วันที่ 3 ธันวาคม 2557

ก่อนได้มา / จำนวน		ได้มา / จำนวน		หลังได้มา / จำนวน	
จำนวนหน่วย	ร้อยละ	จำนวนหน่วย	ร้อยละ	จำนวนหน่วย	ร้อยละ
206,400,000	46.91	118,200,000	21.05	324,600,000	57.81

วันที่ 12 ธันวาคม 2557 ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai) ได้มีคำสั่งรับหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียน ผลจากการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิ (OCEAN-W1) จำนวน 121,508,000 หน่วย แปลงเป็นหุ้นสามัญจำนวน 121,508,000 หุ้น

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1. ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

จัดจำหน่ายและรับจ้างผลิตชิ้นส่วน / ผลิตภัณฑ์ก๊อกน้ำ / อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ สามารถจำแนกกลุ่มของผลิตภัณฑ์ออกเป็น 5 กลุ่มหลักได้ดังนี้

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ก๊อกน้ำ (Faucet)

ก๊อกน้ำ คือ อุปกรณ์ควบคุมการเปิด ปิดน้ำจากท่อหรือภาชนะ/ซึ่งถือเป็นส่วนประกอบที่สำคัญที่ต้องใช้ในการดำรงชีวิตประจำวันของมนุษย์ เนื่องจากน้ำเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับใช้บริโภคและอุปโภค ฉะนั้นแล้วผู้บริโภคจึงควรให้ความสำคัญกับอุปกรณ์ที่น้ำต้องไหลผ่าน เนื่องจากหากก๊อกน้ำที่ใช้ไม่ได้มาตรฐาน อาจก่อให้เกิดสารปนเปื้อนเจือปนมากับน้ำส่งผลให้เกิดอันตรายแก่ผู้ที่ใช้งาน จากที่กล่าวมานั้นผู้บริโภคจึงควรเล็งเห็นถึงความสำคัญว่า ทรัพยากรน้ำถือเป็นสิ่งที่มีค่าและมีความสำคัญต่อชีวิตประจำวัน ดังนั้นการเลือกใช้ก๊อกน้ำที่เป็นอุปกรณ์สำคัญในการเปิดปิดน้ำ/ ผู้บริโภคควรให้ความสำคัญและเอาใจใส่ทั้งในด้านความปลอดภัย คุณภาพและความเหมาะสมแก่การใช้งานตามแต่ละวัตถุประสงค์ รวมไปถึงรูปลักษณะที่เหมาะสมและสอดคล้องกับรสนิยม และรูปแบบการดำรงชีวิตของผู้บริโภคด้วย

1.1. ก๊อกน้ำสุขภัณฑ์ (“ก๊อกเซรามิก”)

ก๊อกน้ำสุขภัณฑ์ หรือ “ก๊อกเซรามิก” เป็นก๊อกน้ำที่เหมาะสมสำหรับติดตั้งประกอบกับเครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำหรือห้องครัว ด้วยการออกแบบมาเพื่อให้มีรูปลักษณะภายนอกที่มีความสวยงามและใหม่อยู่ตลอดเวลา โดยภายนอกมีการชุบนิกเกิลโครเมียมซึ่งทำให้มีลักษณะเป็นมันวาว มีความทนทานต่อสารเคมีและรอยขีดข่วน ส่วนตัวเรือนด้านในผลิตจากทองเหลืองนำมาขึ้นรูปด้วยระบบการหล่อขึ้นรูป (Casting) โดยการนำทองเหลืองมาหลอมให้ละลายเป็นน้ำทองเหลือง แล้วจึงดักเทใส่แม่พิมพ์เพื่อขึ้นรูปให้มีลักษณะตามที่ออกแบบไว้ หรือผลิตจากสังกะสีโดยการเจือโลหะสังกะสีและฉีดขึ้นรูป และเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การใช้งานที่ต้องเปิด ปิดน้ำบ่อยๆ จึงต้องเลือกใช้วาล์วเซรามิกที่มีความทนทานต่อความดันและอุณหภูมิ (ในกรณีที่เป็นระบบท่อผสมน้ำร้อน / น้ำเย็น) ทั้งยังทนทานต่อการใช้งานที่ต้องเปิด / ปิดน้ำบ่อยๆ และสามารถปิดน้ำได้อย่างสนิทไม่รั่วซึมง่าย

ก๊อกน้ำสุขภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่ต้องได้รับใบอนุญาตทำหรือนำเข้าผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมประเภท ก๊อกน้ำสำหรับเครื่องสุขภัณฑ์ ที่เน้นมาตรฐานคุณภาพเฉพาะด้านสิ่งแวดล้อม เรื่องการประหยัดน้ำ ที่มีพระราชกฤษฎีกากำหนดให้ต้องเป็นไปตามมาตรฐาน (มาตรฐานบังคับ) จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม หรือที่รู้จักในชื่อ มอก. 2067-2552 ซึ่งเป็นมาตรฐานที่สำคัญสำหรับการเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายก๊อกน้ำที่ได้มาตรฐานในด้านการประหยัดน้ำและความปลอดภัยของ

ผู้บริโภคด้วยสินค้าที่มีคุณภาพ โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานจะต้องผ่านการทดสอบปริมาณน้ำที่ไหลผ่าน และทดสอบถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ว่ามีความทนทาน ไม่รั่วซึม ไม่มีสารพิษตกค้างหรือปนเปื้อน โดยเน้นคุณภาพน้ำที่เกิดขึ้นกับน้ำที่ออกจากผลิตภัณฑ์ ซึ่งมาตรฐานอุตสาหกรรมฉบับนี้จะมีผลต่อการจำกัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้มาตรฐานทั้งในประเทศและต่างประเทศที่จะเข้ามาในอุตสาหกรรมประปาและสุขภัณฑ์ภายในประเทศ

ทั้งนี้ บริษัทได้รับใบอนุญาตแสดงเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก. 2067-2544) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 ซึ่งเป็นปีที่มีการกำหนดใช้ครั้งแรก ก่อนจะมีการปรับเป็นมาตรฐานฉบับใหม่ (มอก. 2067-2552) นอกเหนือจากมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่ทางบริษัทได้รับการรับรองแล้ว บริษัทยังได้ทำการสุ่มทดสอบตัวอย่างก๊อกเซรามิก โดยการเปิด/ปิดน้ำกว่า 300,000 ครั้ง เพื่อให้แน่ใจว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีคุณภาพ ซึ่งบริษัทรับประกันคุณภาพสินค้าสามารถเปิด / ปิด น้ำได้ค่ากว่า 300,000 ครั้ง และมีระยะเวลาในการรับประกันการรั่วซึมของผลิตภัณฑ์ 2-5 ปี ขึ้นอยู่กับวัสดุของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการผลิต

ทั้งนี้การเลือกซื้อก๊อกน้ำจำเป็นจะต้องคำนึงถึงความเหมาะสมแก่การใช้งานตามแต่ละวัตถุประสงค์เป็นหลัก และควรเลือกรูปลักษณะที่เหมาะสมกับดีไซน์การตกแต่งของสิ่งปลูกสร้างหรือสถานที่นั้น ๆ โดยก๊อกน้ำสุขภัณฑ์แต่ละรุ่นมีความเหมาะสมสำหรับการใช้งานที่แตกต่างกัน โดยทั่วไปจะแบ่งออกเป็นระบบท่อเดี่ยวหรือระบบท่อผสมน้ำร้อนน้ำเย็น ซึ่งสามารถจำแนกประเภทตามการใช้งานได้ ดังนี้/



- วาล์วไดอานกประสงค์ เหมาะสำหรับการติดตั้งเข้ากับท่อประปาที่ผนังห้องน้ำ โดยทางที่น้ำไหลออกจะถูกต่อเข้ากับสายน้ำดีสำหรับอ่างล้างหน้าหรือสายฉีดชำระ



- วาล์วลอยหรือก๊อกฝักบัว เหมาะสำหรับการติดตั้งเข้ากับท่อประปาที่ผนังห้องน้ำ หรือติดตั้งเข้ากับแท่งก้นน้ำ โดยทางที่น้ำไหลออกต่อเข้ากับสายฝักบัว

- ก๊อกคอส์ เหมาะสำหรับการติดตั้งเข้ากับผนังห้องน้ำผ่านท่อประปา หรือติดตั้งเข้ากับแท็งก์น้ำ



- ก๊อกอ่างอาบน้ำ เหมาะสำหรับการติดตั้งเข้ากับท่อประปาที่อ่างอาบน้ำ



- ก๊อกอ่างล้างหน้า เหมาะสำหรับการติดตั้งเข้ากับท่อประปาที่อ่างล้างหน้า เนื่องจากมีวงขาปานกลางยื่นออกมาด้านหน้า



- ก๊อกอ่างล้างจาน เหมาะสำหรับการติดตั้งเข้ากับท่อประปาที่ผนังหรือซิงก์เคาท์เตอร์ในครัว เนื่องจากมีวงขาและสามารถหมุนได้ 360 องศา เพื่อปรับให้มีความเหมาะสมต่อการใช้งาน

1.2. ก๊อกน้ำประปา (“ก๊อบบอล”)

ก๊อกน้ำประปา หรือ “ก๊อบบอล” เป็นก๊อกน้ำที่เหมาะสมสำหรับการใช้งานภายนอกอาคาร ซึ่งมีวัตถุประสงค์การใช้งานแตกต่างจากก๊อกน้ำสุขภัณฑ์โดยสิ้นเชิง ดังนั้นการออกแบบและวัสดุที่ใช้จึงมีความแตกต่างกัน ตัวเรือนผลิตจากทองเหลืองขึ้นรูปด้วยระบบการปั๊มขึ้นรูป (forging) โดยนำก้อนทองเหลืองมาเผาไฟให้เกิดการอ่อนตัว แล้วนำไปปั๊มขึ้นรูปตามแบบแม่พิมพ์เพื่อให้ได้รูปร่างตามที่ต้องการ จึงมีความทนทานต่อความดันได้สูงกว่าก๊อกเซรามิคประมาณ 3 เท่า ดังนั้นวาล์วที่ใช้จึงเป็นบอลวาล์วที่ผลิตจาก

ทองเหลืองซึ่งมีความคงทนแข็งแรง ทนต่อความดันสูงได้ และจะมีแหวนรองรับลูกบอลที่ผลิตจากเทปลอน เพื่อช่วยป้องกันการรั่วซึมและเพิ่มความนุ่มนวลในการปิด / เปิด ทั้งนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับด้ามจับจึงต้องมีความแข็งแรงเพื่อการหมุนเปิด / ปิด ที่สามารถทนต่อความดันสูง โดยใช้วัสดุสแตนเลส หรืออลูมิเนียมที่มีความทนทานต่อสภาวะสิ่งแวดล้อมภายนอก ไม่ก่อให้เกิดสนิมหรือการกัดกร่อนได้ง่าย

ก๊อกน้ำประปาของบริษัทผ่านการทดสอบคุณภาพสินค้าจากสำนักวิจัยและบริการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (สวท.) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี โดยการทดสอบความทนต่อความดันพบว่าสามารถทนต่อความดันได้ถึง 30 กิโลกรัมต่อลูกบาศก์เซนติเมตร และบริษัทรับประกันว่าลิ้นเปิด / ปิดของผลิตภัณฑ์ 2-5 ปี ขึ้นอยู่กับวัสดุของผลิตภัณฑ์

ก๊อกน้ำประปาจะมีขนาดที่แตกต่างกันออกไปเพื่อใช้ต่อกับท่อที่มีขนาดพอดีกัน โดย ก๊อกน้ำประปาของบริษัทจะมีขนาดมาตรฐาน 2 ขนาด คือขนาด 4 หุน และ 6 หุน หรือเทียบเท่ากับขนาด $\frac{1}{2}$ นิ้ว และ $\frac{3}{4}$ นิ้ว (หุน คือ มาตรฐานหน่วยวัดชนิดหนึ่ง ใช้สำหรับวัดอุปกรณ์ประเภทท่อน้ำ ซึ่งตามมาตรฐานสากลกำหนดว่า 1 นิ้ว เท่ากับ 8 หุน หมายความว่า 1 นิ้ว แบ่งออกเป็น 8 ช่อง ดังนั้น หากก๊อกบอลมีขนาด 4 หุน และ 6 หุน จะหมายถึง มีขนาด $\frac{1}{2}$ นิ้ว และ $\frac{3}{4}$ นิ้ว ตามลำดับ) นอกเหนือจากขนาดที่เป็นปัจจัยหลักในการเลือกใช้ก๊อกน้ำประปาแล้ว การคำนึงถึงความเหมาะสมตามแต่ละวัตถุประสงค์การใช้งานก็เป็นปัจจัยที่สำคัญด้วย ซึ่งแต่ละรุ่นจะมีความแตกต่างกันทั้งรูปทรงและด้ามจับ



ก๊อกบอล



ก๊อกบอลด้ามสแตนเลส



ลิ้นก๊อกบอลกัญญแจ



ก๊อกบอลสนาม

2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับประปา

2.1. ประตุน้ำ (“วาล์ว” หรือ “บอลวาล์ว”)

ประตุน้ำ (Valve) หรือที่เรียกทับศัพท์กันว่า “วาล์ว” หรือ “บอลวาล์ว” หมายถึงอุปกรณ์ควบคุมการเปิด/ปิดน้ำ เพื่อให้น้ำไหลผ่าน ลักษณะการทำงานภายในของวาล์วมีระบบการทำงานสำหรับการเปิด/ปิด ระบบน้ำประปา ซึ่งจะสังเกตได้ว่า ระบบท่อประปามีทั้งขนาดใหญ่ อาทิเช่น ท่อประปาของสระว่ายน้ำ หรือสวนน้ำ ฯลฯ หรือขนาดเล็ก อาทิเช่น ระบบท่อประปาภายในบ้าน หรือท่อประปาแยกจุดต่างๆ ภายในบ้าน ฯลฯ ซึ่งสรุปได้ว่ามีวัตถุประสงค์หลักในการควบคุมระบบประปาเพื่อใช้เปิด/ปิดได้ตามต้องการแล้วแต่สถานการณ์ อาทิเช่น การซ่อมแซมก๊อกน้ำภายในบ้านที่ชำรุด การทำความสะอาดสระน้ำ หรือแม้กระทั่งการเปิด/ปิดระบบน้ำที่ใช้ในการดับเพลิง เป็นต้น จากตัวอย่างที่กล่าวมาแสดงให้เห็นได้ว่า วาล์วมีหน้าที่ควบคุมการเปิด/ปิดระบบน้ำประปาที่มีความแตกต่างกันด้วยปริมาณน้ำที่มีจำนวนมากหรือน้อย ซึ่งเป็นปัจจัยแปรผันตามต่อความดันที่เกิดขึ้น ฉะนั้นวาล์วจะต้องมีขนาดและความแข็งแรงเพียงพอต่อวัตถุประสงค์ในการใช้งานในแต่ละประเภท โดยวาล์วของบริษัทฯ ใช้วัสดุบอลวาล์วทองเหลืองแท้และมีด้ามจับเป็นสแตนเลสหรืออลูมิเนียม เพื่อให้มีความแข็งแรงเหมาะสมกับงานด้านต่างๆ ผ่านการทดสอบคุณภาพจากสำนักวิจัยและบริการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี โดยวาล์วทุกขนาดมีความทนต่อความดันได้สูงถึง 30 กิโลกรัมต่อลูกบาศก์เซนติเมตร ซึ่งความทนจะมีเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากยิ่งขนาดท่อประปาเล็กความดันก็จะต่ำลง วาล์วมีขนาดตามมาตรฐานตั้งแต่ ¼ นิ้ว จนถึง 4 นิ้ว (ส่วนใหญ่ที่มีขนาดเล็กใช้สำหรับระบบประปาภายในบ้านจะเรียกว่า “มินิวาล์ว” หรือ “มินิบอลวาล์ว”) มิให้เลือกใช้งานตามความเหมาะสม และทุกรุ่นทุกขนาดมีการรับประกันวาล์วเปิด/ปิด ระยะเวลาตั้งแต่ 2-5 ปี ขึ้นอยู่กับวัสดุของผลิตภัณฑ์



บอลวาล์ว



มินิบอลวาล์ว



มินิบอลวาล์วข้องอ



มินิบอลวาล์วสามทาง

2.2 อุปกรณ์ทองเหลืองสำหรับใช้กับประปา

อุปกรณ์ทองเหลืองสำหรับใช้กับประปา คือ อุปกรณ์ที่ใช้ประกอบงานประปา โดยทำหน้าที่เป็นส่วนที่ใช้เชื่อมต่อหรือหักเหในแต่ละจุดแตกต่างกันออกไป ตามการออกแบบงานประปา ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะใช้ท่อประปาที่ผลิตจาก Thermoplastic Resin ประเภท Polyvinyl chloride (PVC) แต่สำหรับงานที่ต้องการความแข็งแรงทนทานสูงนั้น จะต้องใช้วัสดุที่มีคุณสมบัติความคงทนมากกว่าคือ วัสดุประเภทโลหะ เช่น เหล็ก อลูมิเนียม ทองเหลือง ฯลฯ โดยบริษัทผลิตอุปกรณ์ทองเหลืองสำหรับใช้กับงานประปาที่ต้องการความคงทนเป็นระยะเวลายาวนาน เนื่องจากทองเหลืองเป็นโลหะที่มีความคงทนแข็งแรงและความทนทานต่อการเป็นสนิม ซึ่งอุปกรณ์ทองเหลืองแต่ละรูปแบบถูกออกแบบมาเพื่อให้เหมาะกับรูปแบบการใช้งานที่แตกต่างกันเพื่อให้งานประปาสำเร็จตามที่ต้องการแบบไว้ โดยมีตัวอย่างดังนี้



สามทางเกลียวใน



ข้องอฉาก



ข้อต่อ



ลดเหลี่ยม

2.3. มาตรวัดน้ำ หรือมิเตอร์น้ำ

มาตรวัดน้ำ หรือ มิเตอร์น้ำ เป็นเครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ใช้ติดตั้งในระบบประปาเพื่อวัดปริมาณการใช้น้ำของระบบประปาที่ต้องการทราบข้อมูลการใช้น้ำ ระบบกลไกพื้นฐานธรรมดาของมิเตอร์น้ำเป็นระบบเครื่องกล ไม่มีระบบอิเล็กทรอนิกส์ใด ๆ ทั้งนี้เพื่อป้องกันความผิดพลาดอันเกิดจากระบบไฟฟ้าทำงานขับเคลื่อนโดยใบพัดซึ่งเป็นเหมือนกังหัน เมื่อมีน้ำไหลผ่านก็จะทำให้ใบพัดหมุนตามทิศทาง และปริมาณของน้ำที่ไหลผ่าน จากใบพัดซึ่งติดตั้งไว้กับระบบเพื่องทดต่อไปยังแกนหมุนตัวเลข ตัวเลขที่หน้าปัดจึงขับเคลื่อนโดยปริมาณน้ำที่ไหลผ่านใบพัด ซึ่งหน้าปัทม์ของมาตรวัดน้ำจะมีช่องแสดงตัวเลข ซึ่งมีสองสี **สีแดง** จะมีอยู่สามหลัก เป็นตัวเลขแสดงจำนวนลิตร หลักแรกคือหลักหน่วย หลักที่สองคือหลักสิบ และหลักที่สามคือหลักร้อย เมื่อตัวเลขขึ้นถึง หลักร้อยที่ 999 ลิตร จะทดต่อไปที่ตัวเลขซึ่งมี **สีดำ** หมายถึง จำนวนลูกบาศก์เมตร คือ ใน 1 ลูกบาศก์เมตร เท่ากับ 1,000 ลิตรโดยมิเตอร์ทุกเครื่องจะต้องผ่านการทดสอบและรับรองโดยหน่วยงาน ชั่ง ตวง วัด ของกระทรวงพาณิชย์ เพื่อให้แน่ใจว่ามิเตอร์น้ำสามารถวัดปริมาณน้ำได้อย่างเที่ยงตรง

มิเตอร์น้ำของบริษัท ตัวเรือนผลิตจาก Thermoplastic Resin ประเภท Acrylonitrile Butadiene Styrene (ABS) เสริมเส้นใยไฟเบอร์ (ซึ่งใช้ในการผลิตกันชนรถยนต์) ประกอบกับชิ้นส่วนทองเหลืองทำให้ไม่เป็นสนิมหน้าปัดผนึกด้วยระบบสูญญากาศจึงแห้งสนิทไม่ก่อให้เกิดฝ้า ผ่านการทดสอบคุณภาพและได้รับการรับรองจากสำนักวิจัยและบริการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า ธนบุรี ว่าสามารถทนต่อความดันได้ถึง 10 กิโลกรัมต่อลูกบาศก์เซนติเมตร และบริษัทรับประกันการรั่วซึมตลอดอายุการใช้งานเป็นเวลา 3 ปี



ภาพตัวอย่างสินค้า



มิเตอร์น้ำ

3. กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภัณฑ์

3.1 ฝักบัวอาบน้ำ

ฝักบัว หมายถึง อุปกรณ์ที่ใช้ร่วมกับก๊อกน้ำสำหรับอ่างอาบน้ำ หรือท่อน้ำ เพื่อกระจายน้ำให้เป็นฝอย ใช้สำหรับการอาบน้ำชำระล้างร่างกาย โดยฝักบัวถือเป็นนวัตกรรมที่ช่วยประหยัดน้ำในการอาบน้ำจากบทความของสำนักงานนโยบายพลังงานและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน พบว่า การอาบน้ำด้วยฝักบัวประหยัดน้ำจะใช้น้ำเพียงแค่ครึ่งหนึ่ง คือ เท่ากับ 5 - 7 ลิตรต่อนาที เมื่อเทียบกับการตักน้ำราดหรือการแช่อ่างอาบน้ำ ซึ่งต้องเสียน้ำถึง 10 - 18 ลิตรต่อนาที

ฝักบัวอาบน้ำเป็นผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่ต้องได้รับใบอนุญาตทำหรือนำเข้าผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมประเภท ฝักบัวอาบน้ำ ที่เน้นมาตรฐานคุณภาพเฉพาะด้านสิ่งแวดล้อมเรื่องการประหยัดน้ำ ที่มีพระราชกฤษฎีกากำหนดให้ต้องเป็นไปตามมาตรฐาน (มาตรฐานบังคับ) จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม หรือที่รู้จักในชื่อ มอก. 2066-2552 เป็นมาตรฐานที่สำคัญสำหรับการเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายฝักบัวอาบน้ำที่ได้มาตรฐานในด้านการประหยัดน้ำและความปลอดภัยของผู้บริโภคด้วยสินค้าที่มีคุณภาพ ส่งผลต่อการจำกัดสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพในลักษณะเดียวกับ มอก. 2067-2552 ที่เป็นมาตรฐานสำหรับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมก๊อกน้ำสำหรับสุขภัณฑ์ โดยบริษัทได้รับใบอนุญาตดังกล่าวเช่นเดียวกัน

ผลิตภัณฑ์ฝักบัวอาบน้ำของบริษัท สายฝักบัวผลิตจากวัตถุดิบ 2 ประเภท สามารถเลือกใช้งานตามคุณสมบัติที่เหมาะสมต่อวัตถุประสงค์การใช้งาน คือ

1. วัตถุดิบประเภทโลหะ เช่น ทองเหลือง อลูมิเนียม สแตนเลส ฯลฯ มีคุณสมบัติทนแข็งแรง เหมาะกับการใช้งานในระยะยาว แต่จะมีน้ำหนักมาก

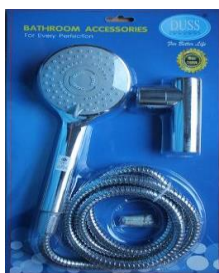
2. Thermoplastic Resin ประเภท Acrylonitrile Butadiene Styrene (ABS) เสริมเส้นใยไฟเบอร์ (ซึ่งใช้ผลิตกันชนรถยนต์) ซึ่งมีคุณสมบัติแข็งแรงแต่น้อยกว่าทองเหลืองที่เป็นวัสดุประเภทโลหะ ข้อดีคือน้ำหนักเบาและมีราคาถูก

ทั้งนี้ บริษัทรับประกันการรั่วซึมตั้งแต่ 1 - 3 ปี ขึ้นอยู่กับวัสดุของผลิตภัณฑ์

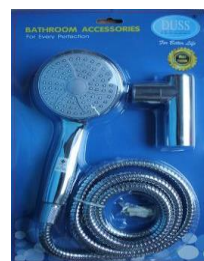
ภาพตัวอย่างสินค้า



ชุดฝักบัวอาบน้ำปรับ 5 ระดับ



ชุดฝักบัวอาบน้ำแบบปรับ 3 ระดับ



ชุดฝักบัวอาบน้ำแบบปรับ 1 ระดับ

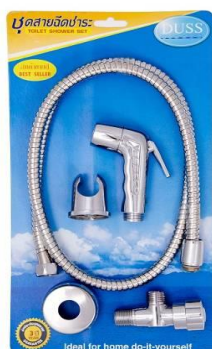
3.2 ฝักบัวชำระ หรือสายชำระ

ฝักบัวชำระ หรือที่นิยมเรียกกันว่า “สายชำระ” หรือ “สายฉีดชำระ” หมายถึง อุปกรณ์ที่ใช้สำหรับชำระล้าง (ภายหลังจากเสร็จธุระ) ในห้องสุขา ซึ่งเชื่อมต่อกับท่อประปาโดยมีสายน้ำดีเป็นสายเชื่อมต่อ มีระบบการทำงานคล้ายฝักบัวอาบน้ำคือมีวัตถุประสงคใ้ให้น้ำกระจายออก แต่สายชำระจะมีข้อแตกต่างคือ มีหัวฉีดใช้ควบคุมการเปิด/ปิดน้ำ และระดับปริมาณ/ความแรงของน้ำที่ออกจากสายชำระ

ผลิตภัณฑ์ฝักบัวชำระของบริษัท สายฝักบัวผลิตจากวัตถุดิบ 2 ประเภท สามารถเลือกใช้งานตามคุณสมบัติที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์การใช้งาน ซึ่งได้แก่ วัตถุดิบประเภทโลหะ เช่น ทองเหลือง อลูมิเนียม สแตนเลส ฯลฯ และวัตถุดิบประเภท Thermoplastic Resin ประเภท Acrylonitrile Butadiene Styrene (ABS) โดยวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตจะเป็นวัตถุดิบประเภทเดียวกับการผลิตฝักบัวอาบน้ำ

ทั้งนี้ บริษัทรับประกันการรั่วซึมตั้งแต่ 1 - 3 ปี ขึ้นอยู่กับวัสดุของผลิตภัณฑ์

ภาพตัวอย่างสินค้า



ชุดฝักบัวชำระแบบโลหะ



ชุดฝักบัวชำระแบบพลาสติก

3.3. สายน้ำดี

สายน้ำดี หมายถึง สายที่ใช้เชื่อมต่อระหว่างจุด 2 จุด เพื่อให้ น้ำประปา (น้ำดี) ไหลผ่านทำหน้าที่เช่นเดียวกับท่อประปา ส่วนใหญ่จะใช้เชื่อมจากท่อประปาไปยังจุดที่ต้องต้อง ดดยสายน้ำดีจะมีความสะดวกและสามารถเคลื่อนไหวได้แตกต่างจากท่อประปา อาทิเช่น ใช้ติดตั้งร่วมกับฝักบัวอาบน้ำหรือฝักบัวฉีดชำระ ใช้เชื่อมต่อระบบประปาจากท่อน้ำดีไปยังก๊อกอ่างล้างหน้าหรืออ่างล้างจาน เป็นต้น

สายน้ำดีมีหลายแบบ หลายความยาว ผลิตจากวัสดุที่แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่ในส่วนที่เป็นสายมักจะผลิตจาก Polyvinyl Chloride (PVC) และมีส่วนของหัวต่อเป็นพลาสติก แต่หากเป็นแบบที่มีโลหะหุ้ม จะมีการนำโลหะชนิดต่าง ๆ อาทิเช่น ทองเหลือง อลูมิเนียม สแตนเลส ฯลฯ นำมาทำเป็นสายถักหุ้มด้านนอก และหุบนิกเกิล โครเมี่ยมอีกครั้งหนึ่ง เพื่อให้มีลักษณะเป็นมันวาว ทนต่อสารเคมีและรอยขีดข่วน และมีส่วนของหัวต่อเป็นโลหะเช่นเดียวกัน

สายน้ำดีของบริษัทมีหลายแบบ ผลิตจากสแตนเลสคุณภาพสูงหัวน็อตทำจากทองเหลือง แข็งแรงทนทาน ผ่านการทดสอบคุณภาพและได้รับการรับรองจากสำนักวิจัยและบริการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ว่า สามารถทนต่อความดันได้ถึง 50 กิโลกรัมต่อลูกบาศก์เซนติเมตร และทนต่อความร้อนอุณหภูมิสูงสุดถึง 100 องศาเซลเซียส ทั้งนี้ บริษัทรับประกันการรั่วซึมตั้งแต่ 1 – 5 ปี ขึ้นอยู่กับวัสดุของผลิตภัณฑ์

ภาพตัวอย่างสินค้า



สายน้ำดีแบบสแตนเลส ความยาว 14 นิ้ว



สายน้ำดีแบบสแตนเลสความยาว 1 เมตร



สายน้ำดีแบบสแตนเลสความยาว 24 นิ้ว

3.4. สะดืออ่าง

สะดืออ่าง มักใช้สำหรับอุปกรณ์ระบายน้ำสำหรับอ่างล้างหน้าหรืออ่างอาบน้ำ เพื่อเชื่อมต่อ น้ำทิ้งไปยังท่อน้ำทิ้ง โดยทั่วไปจะมี 2 รูปแบบ คือแบบจุกยางจะมีสายโซ่ร้อยกับจุกยาง การใช้งานสะดวกแต่เมื่อใช้ไปนานๆ จุกยางจะเสื่อมสภาพและงัดน้ำได้ไม่ดี ส่วนอีกรูปแบบหนึ่งคือ แบบ Pop Up จะมีกลไกในการเปิดปิดง่าย สะดวกในการใช้งาน วัสดุเป็นโลหะทำให้มีความทนทานต่อการใช้งาน แต่จะมีปัญหาเรื่องการอุดตัน เนื่องจากเศษผงต่างๆ จะลงไปจับตัวกันบริเวณก้นสะดือ ต้องคอยขจัดสิ่งสกปรกเพื่อไม่ให้เกิดการอุดตันของท่อน้ำทิ้ง

ผลิตภัณฑ์สะดืออ่างล้างหน้าของบริษัทเป็นระบบ Pop Up ผลิตจากทองเหลือง และสแตนเลส เพื่อความทนทานแข็งแรง ใช้งานได้ยาวนาน ภายนอกชุบด้วยนิกเกิลโครเมียมทำให้มีลักษณะเป็นมันวาว ทนต่อสารเคมีและรอยขีดข่วน ซึ่งหากต้องการให้การใช้งานร่วมกับอ่างล้างหน้าหรืออ่างอาบน้ำได้ ควรมีระบบการจัดการท่อน้ำทิ้งที่มีประสิทธิภาพมีระบบกรองหรือดักเศษผง และระบบป้องกันกลิ่นจากท่อน้ำทิ้งย้อนกลับขึ้นมาด้วย

ภาพตัวอย่างสินค้า



สะดืออ่างแบบกด รุ่นฝาใหญ่



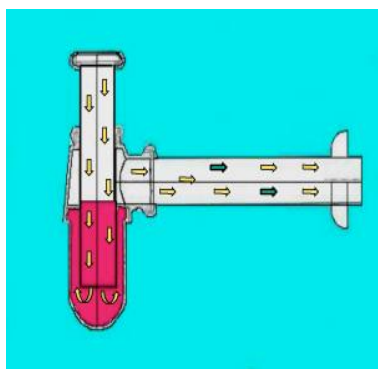
สะดืออ่างแบบกด รุ่นฝาเล็ก

3.5. ท่อน้ำทิ้งแบบกันกลิ่น

ท่อน้ำทิ้งแบบกันกลิ่น หรือ ชาร์ปน้ำทิ้ง หมายถึง อุปกรณ์รับน้ำทิ้งเพื่อเชื่อมต่อไปยังท่อน้ำทิ้ง โดยส่วนใหญ่ใช้ต่อจากอ่างล้างหน้าหรืออ่างล้างจานไปยังท่อน้ำทิ้ง ชาร์ปน้ำทิ้งจะมีส่วนแตกต่างจากท่อน้ำทิ้งปกติคือ จะมีถ้วยรับน้ำรูปตัว U เป็นตัวรับน้ำซึ่งจะเก็บน้ำอยู่ตลอดเวลา ก่อนระบายไปยังท่อน้ำทิ้งต่อไป ซึ่งระบบดังกล่าวจะช่วยป้องกันอากาศทั้งสองด้านไม่ให้ถ่ายเททำให้สามารถป้องกันกลิ่นจากท่อน้ำทิ้งย้อนกลับขึ้นมาได้

ท่อน้ำทิ้งแบบกันกลิ่นของบริษัทผลิตจากวัสดุประเภทโลหะขึ้นรูปเป็นชิ้นส่วนต่าง ๆ เพื่อให้มั่นใจในความคงทนแข็งแรง ก่อนประกอบเข้าด้วยกัน ส่วนภายนอกชุบด้วยนิกเกิลโครเมียม เพื่อให้มีลักษณะเป็นมันวาว ทนต่อสารเคมีและรอยขีดข่วน บริษัทรับประกันสินค้าเป็นระยะเวลาตั้งแต่ 2-5 ปี ขึ้นอยู่กับวัสดุผลิตภัณฑ์

ภาพประกอบและภาพตัวอย่างสินค้า



ระบบท่อน้ำทิ้งแบบกันกลิ่น



ท่อน้ำทิ้งทองเหลืองแบบกันกลิ่น



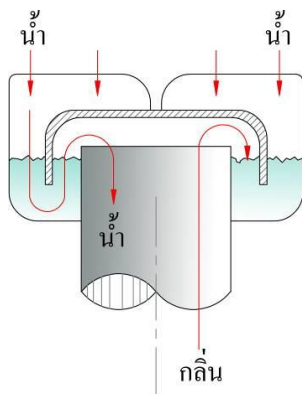
ท่อน้ำทิ้งสังกะสีแบบกันกลิ่น

3.6. ตะแกรงระบายน้ำแบบกันกลิ่น

ตะแกรงระบายน้ำแบบกันกลิ่น เป็นตะแกรงระบายน้ำที่มีคุณสมบัติพิเศษในการกันกลิ่น และแมลงจากท่อน้ำทิ้ง มี Trap ลักษณะเป็นถ้วยคว่ำทำหน้าที่กันกลิ่นและแมลง โดยมีน้ำเป็นตัวช่วย ทำให้หมดความกังวลเรื่องกลิ่นที่ไม่พึงประสงค์ รวมถึงยุงและแมลงต่าง ๆ หากแต่การระบายน้ำทิ้งจะสามารถระบายได้ช้ากว่าตะแกรงระบายน้ำแบบไม่กันกลิ่น ตะแกรงระบายน้ำแบบกันกลิ่นนี้เหมาะสำหรับการใช้ในพื้นที่เปียก และต้องการปลอดกลิ่น ปลอดแมลงรบกวน เช่น การใช้งานภายในห้องน้ำ ห้องครัว อีกทั้งยังมีหลายแบบ หลายขนาดให้เลือกใช้ตามความเหมาะสม

ตะแกรงระบายน้ำแบบกันกลิ่นหรือท่อน้ำทิ้งแบบกันกลิ่นของบริษัทผลิตจากวัสดุประเภทโลหะขึ้นรูปเป็นชิ้นส่วนต่าง ๆ เพื่อให้มั่นใจในความคงทนแข็งแรง ก่อนประกอบเข้าด้วยกัน ส่วนภายนอกหุ้มด้วยนิกเกิลโครเมียม เพื่อให้มีลักษณะเป็นมันวาว ทนต่อสารเคมีและรอยขีดข่วน

ภาพประกอบและภาพตัวอย่างสินค้า



ระบบตะแกรงระบายน้ำแบบกันกลิ่น



ตะแกรงระบายน้ำแบบกันกลิ่น

3.6. อุปกรณ์ตกแต่งอื่นๆ

นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์ที่ใช้ประกอบร่วมกับเครื่องสุขภัณฑ์แล้ว ภายในห้องน้ำยังมีอุปกรณ์ตกแต่งอื่นๆ เพื่ออำนวยความสะดวกภายในห้องน้ำอีกด้วย อาทิเช่น กระจกเงา ที่วางของ ราวแขวนผ้า ฯลฯ ซึ่งผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้ผ่านการเลือกสรรมาเป็นอย่างดีเพื่อให้ลูกค้าได้ใช้สินค้าที่มีคุณภาพ และเพื่อเป็นการยืนยันความพึงพอใจของลูกค้า บริษัทมีการรับประกันสินค้าเป็นระยะเวลา 3 ปี

ภาพตัวอย่างสินค้า



ชุดอุปกรณ์ตกแต่งอื่นๆ แบบเหลี่ยม



ชุดอุปกรณ์ตกแต่งอื่นๆ แบบกลม

4. กลุ่มผลิตภัณฑ์วัสดุสิ้นเปลือง

เทปพันเกลียว

เทปพันเกลียว จัดเป็นกลุ่มสินค้าสิ้นเปลือง มีรูปแบบเป็นแถบบาง ๆ ถูกม้วนไว้เป็นม้วนคล้ายม้วนกระดาษ ใช้ในการพันเกลียวก่อนการขันเกลียวเพื่อต่อข้อต่อเกลียว พี.วี.ซี ข้อต่อทองเหลือง และข้อต่ออื่นๆ โดยส่วนมากเทปพันเกลียวหรือเทปซีลจะใช้กับท่อขนาดเล็ก หากเป็นท่อขนาดใหญ่จะใช้ป่านหรือสารสังเคราะห์ประเภทยางสำหรับการซีลเพื่อป้องกันการรั่วซึมบริเวณข้อต่อเกลียวของน้ำประปา คุณสมบัติของเทปพันเกลียวคือ ขาวเหนียว ไม่ขาดง่าย ทนทานต่อแรงดึง และแรงดันต่าง ๆ ได้ดี ผลิตจาก Polytetrafluoroethylene (P.T.F.E.) เป็นพลาสติกชนิดพิเศษชนิดหนึ่ง เรียกกันโดยทั่วไปว่า “เทฟลอน” มีคุณสมบัติดีเยี่ยมในด้านความทนทานต่อการกัดกร่อนของสารเคมี และทนต่อความร้อนสูงได้ดี มีสีขาวขุ่น ผิวมีความลื่นมันไม่ต้องการสารหล่อลื่น เนื่องจากมีความทนทานต่อความร้อนสูงมากจึงทำให้กระบวนการขึ้นรูปเป็นผลิตภัณฑ์นั้น ต้องใช้ความร้อนสูงและมีความยุ่งยากกว่าพลาสติกชนิดอื่น

ภาพประกอบและภาพตัวอย่างสินค้า



เทปพันเกลียว

5. ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตตามคำสั่งจ้างผลิต

บริษัทเป็นผู้รับจ้างผลิตชิ้นส่วนซึ่งเป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ก๊อกน้ำ และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ตามคำสั่งจ้างผลิต เนื่องจากบริษัทมีความพร้อมและความเชี่ยวชาญสำหรับการผลิตชิ้นส่วนและการประกอบขึ้นเป็นสินค้าสำเร็จรูปที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ นอกจากนี้ บริษัทยังได้มีการจ้างบุคคลภายนอกผลิตบางส่วน

จากปัจจัยดังกล่าวจึงเป็นที่มาที่ทำให้บริษัทรับงานจากลูกค้าในกลุ่มดังกล่าวที่เข้ามาติดต่อเพื่อจ้างบริษัทผลิตสินค้าให้ตามคำสั่ง โดยปัจจุบันมีลูกค้าประเภทร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) สั่งผลิตสินค้าสำเร็จรูปเพื่อขายภายใต้ตราสินค้าของร้านค้าปลีกสมัยใหม่เองอยู่เป็นประจำอย่างต่อเนื่อง และในปี 2555 บริษัทก็ได้รับคำสั่งจ้างผลิตชิ้นส่วนก๊อกน้ำจากผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ก๊อกน้ำในประเทศจีน เนื่องจากกระบวนการผลิตที่มีการพัฒนาประสิทธิภาพและแรงงานที่มีความชำนาญภายใต้ต้นทุนแรงงานในระดับที่

เหมาะสม ซึ่งจะทำให้ต้นทุนสินค้ารับจ้างผลิตมีกำไรส่วนเพิ่ม (Gross Margin) คู่ค้าที่บริษัทจะรับจ้างผลิตชิ้นส่วนดังกล่าวเพื่อส่งออกไปยังผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ก๊อกน้ำในประเทศจีน

ภาพตัวอย่างชิ้นส่วนที่บริษัทเป็นผู้ผลิต



ชิ้นส่วนผลิตตามคำสั่งลูกค้า



ชิ้นส่วนผลิตตามคำสั่งลูกค้า

2.2. การตลาดและการแข่งขัน

ปัจจุบันภาพรวมตลาดผลิตภัณฑ์ก๊อกน้ำและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ สามารถจำแนกตามระดับกลุ่มลูกค้าซึ่งมีวัตถุประสงค์และความต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มผู้เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานรับรองคุณภาพและมีความน่าเชื่อถือจัดเป็นกลุ่มเป้าหมายตลาดระดับบน ซึ่งผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยผู้ประกอบการรายใหญ่ภายในประเทศไทย และบางส่วนเป็นการนำเข้าจากต่างประเทศ มีกลุ่มลูกค้าเป็นผู้เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานรับรองคุณภาพว่ามีความคงทนแข็งแรง และมีการรับประกันสินค้าตามเงื่อนไขที่สมเหตุสมผลโดยผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายที่มีความน่าเชื่อถือ คิดเป็นสัดส่วนมูลค่าทางการตลาดในประเทศไทยรวมแล้วประมาณร้อยละ 40 ส่วนที่เหลือเป็นกลุ่มผู้เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่คุณภาพอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าผลิตภัณฑ์ในกลุ่มแรกซึ่งอาจจะอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานหรือต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคุณภาพของชิ้นงานและวัสดุที่ใช้ในการผลิต โดยคุณสมบัติบางประการของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวดีกว่าผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มเป้าหมายตลาดระดับบน ซึ่งจัดได้ว่าลูกค้าในกลุ่มนี้อยู่ในตลาดระดับกลางลงไป ขึ้นอยู่กับคุณภาพของชิ้นงานและวัสดุที่ใช้ในการผลิตตามที่ได้กล่าวมา แต่มีจุดเด่นด้านราคาที่แตกต่างกันอย่างมาก เนื่องด้วยวัตถุประสงค์การใช้งานที่ไม่เน้นคุณสมบัติบางประการ อาทิเช่น ความสวยงาม หูหระ ความทนทานพิเศษบางประการ ฯลฯ เป็นปัจจัยสำคัญที่จูงใจให้ผู้บริโภคที่ไม่ยึดติดกับตราสินค้าตัดสินใจที่จะเลือกซื้อสินค้าดังกล่าว คิดเป็นสัดส่วนมูลค่าทางการตลาดในประเทศไทยรวมแล้วประมาณร้อยละ 60

โดยภาพรวมภาวะการแข่งขันในภาคอุตสาหกรรมที่ค่อนข้างรุนแรงทั้งในกลุ่มลูกค้าระดับบนที่มีการแข่งขันทั้งทางด้านการออกแบบ และคุณภาพ โดยใช้การโฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นสื่อทางการตลาดในการสร้างความสนใจและดึงดูดผู้บริโภค แต่ด้วยปัจจัยด้านราคาที่สูงตามมูลค่าทางการตลาดจึงเป็นโอกาสให้สินค้าที่

มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าระดับกลางลงไปเข้ามาใช้จุดเด่นในปัจจัยด้านราคาที่มีต้นทุนต่ำกว่ามาก เนื่องจากมีต้นทุนทางการตลาดต่ำกว่า แต่ทั้งนี้ ผู้บริโภคที่เลือกใช้สินค้าที่มีมาตรฐานรับรองคุณภาพเนื่องจากต้องการสินค้าที่มีการรับประกันคุณภาพและความคงทน มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน ยังคงตัดสินใจเลือกสินค้าในกลุ่มที่ได้มาตรฐาน ถึงแม้ว่า จะมีราคาจำหน่ายที่สูงกว่ามาก

ผู้บริหารจึงมีความเห็นว่าบริษัทควรกำหนดภาพลักษณ์ให้เหมาะสมแก่กลุ่มลูกค้าทุกระดับ ทั้งระดับบนและระดับล่าง โดยใช้ตราสินค้าต่าง ๆ ของบริษัท ได้แก่ “DUSS”, “3P”, “Bay”, “Bay-TEX”, Feed, “Union” และ “Icon” เพื่อสื่อสารให้กลุ่มลูกค้าเข้าใจถึงผลิตภัณฑ์และคุณภาพที่จะได้รับจากการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ในแต่ละตราสินค้า รวมทั้งการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าที่แตกต่างกันของบริษัท โดยกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าภายในประเทศ แต่จะมีบางครั้งที่อาจจะได้รับคำสั่งผลิตจากต่างประเทศขึ้นอยู่กับความต้องการสินค้าในแต่ละช่วงเวลา โดยพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคจะเลือกผลิตภัณฑ์ก๊อกร้าและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ซึ่งถือเป็นวัสดุก่อสร้างประเภทหนึ่งจัดอยู่ในกลุ่มวัสดุก่อสร้างและวัสดุตกแต่งที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านค้าวัสดุก่อสร้างและวัสดุตกแต่งภายในบ้านโดยเฉพาะ หรือจากแผนกวัสดุก่อสร้างและวัสดุตกแต่งภายในบ้านภายในร้านค้าปลีกสมัยใหม่หรือห้างสรรพสินค้า

แนวโน้มการแข่งขันในปี 2558

บริษัทจึงได้เริ่มทำการตลาดขยายไปสู่ฐานลูกค้าใหม่ โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในประเทศแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่มีลักษณะความต้องการสินค้าที่ใกล้เคียงกัน เนื่องด้วยลักษณะภูมิประเทศและการดำรงชีวิตของประชากรที่คล้ายคลึงกัน แต่ทั้งนี้ในบางประเทศยังถือเป็นประเทศกำลังพัฒนาทำให้กลุ่มลูกค้าในประเทศเหล่านี้ยังมีกำลังซื้อไม่สูงมากนัก ประกอบกับไม่มีผู้ประกอบการรายใหญ่ในธุรกิจผลิตภัณฑ์ก๊อกร้าและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ดำเนินธุรกิจในประเทศดังกล่าว ส่งผลให้มีโอกาสที่ส่วนแบ่งทางการตลาดจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากการขยายตลาดไปในประเทศดังกล่าว ซึ่งเป็นส่วนแบ่งทางการตลาดที่ยังไม่มีผู้ยึดครองอย่างเป็นรูปธรรม ทางบริษัทจึงได้วางแผนที่จะเริ่มต้นการขยายตลาดจากประเทศเพื่อนบ้านในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ก่อน ได้แก่ ประเทศลาว และประเทศกัมพูชา อันสอดคล้องกับแนวโน้มการเติบโตและโอกาสที่จะเกิดขึ้นจากการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) โดยมีข้อได้เปรียบจากการระบุว่า สินค้าผลิตจากประเทศไทย (“Made in Thailand”) ซึ่งเป็นที่น่าเชื่อถือในด้านคุณภาพสินค้า

ทั้งนี้หากเป็นไปตามแผนงานที่บริษัทวางเอาไว้ในช่วงต้นปี 2558 จะเริ่มส่งสินค้าเครื่องหมายการค้า “DUSS” เข้าไปทำตลาดในประเทศอินโดนีเซียได้ ซึ่งถือเป็นการปูทางสู่การทำตลาดในภูมิภาคอาเซียน รองรับ การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ซึ่งก่อนหน้านี้บริษัทเคยทำการตลาดลักษณะนี้มาแล้วในประเทศลาว โดยมีตัวแทนจำหน่าย 2 ราย ทั้งในรูปแบบของค้าส่งและค้าปลีก บริษัทอยู่ระหว่างเจรจากับตัวแทนขายใน

ต่างประเทศ เพื่อขยายตลาดส่งออกก๊อกร้า โดยในช่วงที่ผ่านมาบริษัท ได้มีการหารือกับตัวแทนจำหน่ายในประเทศอินโดนีเซีย เพื่อขายสินค้า ภายใต้เครื่องหมายการค้า “DUSS”

โดยตามกรอบข้อตกลง “AFTA” สินค้านำเข้าในกลุ่มประเทศอาเซียน จะได้รับการยกเว้นภาษี ขณะที่นอกกลุ่มประเทศอาเซียน จะคิดภาษีนำเข้า 13% ทำให้บริษัทมีความได้เปรียบในการแข่งขัน ทั้งนี้ในปัจจุบันสัดส่วนรายได้ของบริษัทแบ่งเป็นรายได้ที่มาจากในประเทศอัตราร้อยละ 94 และต่างประเทศอัตราร้อยละ 6 แต่ในอนาคตคาดว่าจะขยายเพิ่มขึ้นได้อีก

โดยภาพรวมการแข่งขันค่อนข้างรุนแรงทั้งในกลุ่มลูกค้าระดับบนที่มีการแข่งขันทั้งทางด้านการออกแบบและคุณภาพ แต่ทั้งนี้ผู้บริโภคที่เลือกใช้สินค้าที่มีมาตรฐานรับรองคุณภาพ เนื่องจากต้องการสินค้าที่มีคุณภาพและมีอายุการใช้งานที่ยาวนาน มีความทนทาน ยังคงตัดสินใจเลือกสินค้าในกลุ่มที่ได้มาตรฐานถึงแม้ว่า จะมีราคาจำหน่ายที่สูงกว่ามาก ซึ่งแนวโน้มการขยายตัวของการก่อสร้างและธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ย่อมเป็นปัจจัยให้กลุ่มผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มตลาดผู้ใช้สินค้าที่ต้องการมาตรฐานรับรองคุณภาพมีแนวโน้มขยายตัวมากกว่า นอกเหนือจากนั้นแล้วที่ผ่านมาก็มีมาตรการหรือมาตรฐานต่าง ๆ ที่กำหนดโดยหน่วยงานของภาครัฐ โดยการกำหนดมาตรฐานดังกล่าวเป็นไปเพื่อกีดกันสินค้านำเข้าและช่วยปกป้องผู้ผลิตสินค้าภายในประเทศ ทั้งนี้คาดว่าในอนาคตจะมีมาตรการหรือมาตรฐานต่าง ๆ เพิ่มขึ้นเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และส่งผลให้การแข่งขันที่ปัจจุบันค่อนข้างรุนแรงของอุตสาหกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์ก๊อกร้าและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปามีเสถียรภาพมากขึ้น

ช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทมีโครงสร้างรายได้แยกตามประเภทของช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนี้

รายได้จากการขายแยกตามช่องทางการจัดจำหน่าย	ปี 2556		ปี 2557	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. กลุ่มร้านค้าตัวแทนจำหน่ายและร้านค้าส่ง	183.98	54.91	165.83	41.79
2. กลุ่มร้านค้าปลีกสมัยใหม่และห้างสรรพสินค้า	92.20	27.52	150.49	37.93
3. กลุ่มร้านค้าปลีกรายย่อยและลูกค้ารายย่อยอื่น ๆ	51.46	15.36	57.38	14.46
4. กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ	7.41	2.21	23.10	5.82
รวมรายได้จากการขาย	335.05	100.00	396.80	100.00
หัก ส่วนลดการค้า / ส่วนลดท้ายบิล / รับคืน	52.96	15.81	78.37	19.75
รวมรายได้จากการขายสุทธิ	282.09		318.43	

หมายเหตุ : รับคืนสินค้าในประเทศ เกิดจากกรณีต่าง ๆ ได้แก่ รายการรับคืนสินค้าเนื่องจากบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ขนส่งชำรุด ยกเลิกใบกำกับภาษีเดิมเพื่อออกใบกำกับภาษีใหม่เนื่องจากลูกค้าขอเปลี่ยนแปลงรุ่นหรือปริมาณผลิตภัณฑ์ที่สั่งซื้อ ส่วนลดจ่าย ส่วนลดเงินสด เกิดจาก ส่วนลดที่ได้รับจากการซื้อหรือขายสินค้าซึ่งเกิดจากส่วนต่างการรับ / ชำระเงินด้วยเศษทศนิยม

1) กลุ่มร้านค้าตัวแทนจำหน่าย (Agent) และร้านค้าส่ง (Dealer)

ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย และร้านค้าส่งถูกจัดรวมอยู่ในกลุ่มเดียวกัน เนื่องจากมีแนวทางการประกอบธุรกิจที่คล้ายคลึงกัน คือ ร้านค้าในกลุ่มนี้จะดำเนินการซื้อสินค้าจากบริษัทในปริมาณมากเพื่อนำไปจำหน่ายต่อไปให้กับร้านค้าปลีกรายย่อยหรือลูกค้ารายย่อยประเภทอื่น ๆ ด้วยปริมาณการซื้อสินค้าจำนวนมากทำให้มีอำนาจต่อรองทางการค้าส่งผลให้ได้รับราคาหรือเงื่อนไขทางการค้าที่ดี เช่นเดียวกันทางบริษัทจะได้รับประโยชน์จากการจำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้ากลุ่มนี้ เนื่องจากสามารถจำหน่ายสินค้าได้ในปริมาณมากและร้านค้าในกลุ่มนี้มีช่องทางการกระจายสินค้ามาก ทำให้ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่ห่างไกลออกไปในแต่ละภูมิภาคสามารถหาซื้อสินค้าดังกล่าวได้ง่ายขึ้น หรือกล่าวได้ว่า “บริษัทสามารถกระจายสินค้าถึงผู้บริโภคได้อย่างครอบคลุมทุกพื้นที่รวมไปถึงพื้นที่ที่อยู่ไกลออกไปในแต่ละภูมิภาค ผ่านกลุ่มร้านค้าตัวแทนจำหน่ายและร้านค้าส่ง” นั่นเอง

2) กลุ่มร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) และห้างสรรพสินค้า (Department Store)

ร้านค้าปลีกสมัยใหม่และห้างสรรพสินค้ามีลักษณะการประกอบธุรกิจที่คล้ายคลึงกันคือ มีสถานที่ขนาดใหญ่ในการจัดแสดงสินค้าเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าได้ตามความต้องการและมีการขยายสาขาอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในทุกๆ พื้นที่ขึ้นอยู่กับปริมาณความต้องการ และกำลังซื้อของผู้บริโภคที่เป็นแรงจูงใจให้ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และห้างสรรพสินค้าตัดสินใจขยายสาขาไปในพื้นที่ต่าง ๆ นั่นเอง ซึ่งร้านค้าปลีกสมัยใหม่และห้างสรรพสินค้าจะมีความแตกต่างกันเล็กน้อย โดยร้านค้าปลีกสมัยใหม่จะมีความเฉพาะเจาะจงในการขายสินค้ามากกว่าห้างสรรพสินค้าที่มีสินค้าและบริการ รวมไปถึงกิจกรรมและความบันเทิงต่าง ๆ อยู่ร่วมกันในสถานที่แห่งเดียว ส่งผลให้แนวโน้มการขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่จึงมีมากกว่าห้างสรรพสินค้าเนื่องจากห้างสรรพสินค้าต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก โดยที่ความต้องการสินค้าและบริการที่หลากหลายของผู้บริโภคนั้นน้อยกว่าความต้องการสินค้าที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวัน

บริษัทจึงเล็งเห็นว่าช่องทางการจัดจำหน่ายในร้านค้ากลุ่มนี้มีความสำคัญ เนื่องจากสามารถเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าไปตามการขยายสาขาของร้านค้ากลุ่มนี้ บริษัทมีการจัดแสดงสินค้าในแผนกผลิตภัณฑ์ก๊อกร้าและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ในทุก ๆ สาขาที่ทางบริษัทมีการวางสินค้าเพื่อจัดจำหน่าย โดยจะมีเจ้าหน้าที่ของบริษัทอยู่ประจำแผนกในทุก ๆ สาขา เพื่อพร้อมให้คำแนะนำสินค้าแก่กลุ่มลูกค้า ซึ่งคาดว่าจะมีแนวโน้มการเติบโตของร้านค้ากลุ่มนี้จะเพิ่มขึ้นอีกในอนาคตตามการขยายตัวของเศรษฐกิจประเทศไทยเพื่อรองรับการเปิดเสรีทางการค้าในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

3) กลุ่มร้านค้าปลีกรายย่อย (Retailer) และลูกค้ารายย่อยอื่น ๆ (Customer)

ลูกค้าในกลุ่มนี้มีหลายประเภท ส่วนใหญ่มีลักษณะในการซื้อสินค้าเหมือนกัน จะซื้อในปริมาณไม่มาก ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าที่แตกต่างกัน สามารถจำแนกได้คร่าว ๆ ดังนี้

- ก) ร้านค้าปลีกรายย่อย ซื้อสินค้าเพื่อนำไปจำหน่ายต่อให้แก่ผู้บริโภค
- ข) บริษัทเอกชน ที่สั่งซื้อสินค้าจากบริษัทเพื่อนำไปเป็นส่วนประกอบหนึ่งของชุดสินค้าที่ใช้ร่วมกัน
- ค) ผู้พัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ ซื้อสินค้าเพื่อนำไปใช้เป็นอุปกรณ์ติดตั้งและตกแต่งภายในห้องน้ำและห้องครัว
- ง) ผู้บริโภครายย่อยทั่วไป สามารถซื้อสินค้าของบริษัทผ่านช่องทางเว็บไซต์ของบริษัทเพื่อนำไป ติดตั้งและตกแต่ง ภายในห้องน้ำและห้องครัว

4) กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ

บริษัทได้ขยายตลาดเพื่อส่งออกสินค้าไปจำหน่ายยังประเทศเพื่อนบ้านในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อาทิ ประเทศลาว เวียดนาม เป็นต้น แต่ทั้งนี้ ในอนาคตบริษัทมีแผนขยายการตลาดสำหรับประเทศเพื่อนบ้านในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เพิ่มขึ้น นอกจากนี้บริษัทได้รับคำสั่งจ้างผลิตชิ้นส่วนก๊อกร้านน้ำจากผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ก๊อกร้านน้ำในประเทศจีนด้วย

2.3. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทมีหน่วยงานสำหรับการผลิตเพื่อให้ได้มาซึ่งชิ้นส่วนและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป 2 ส่วนหลักๆ คือ

1. โรงงาน จังหวัดสิงห์บุรี

ผลิตตัวเรือนก๊อกร้านน้ำ และผลิตอุปกรณ์ทองเหลืองที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์บางชนิดที่ทำจากทองเหลือง ปี 2557 กำลังการผลิตประมาณหนึ่ง (1) ล้านชิ้นต่อปี โดยเป็นการผลิตตามนโยบาย และเป็นไปตามคำสั่งซื้อ

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายบริษัทที่ต้องการให้กระบวนการผลิตของบริษัทเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม บริษัทจึงได้มีการวางแผนเพื่อบริหารจัดการกับมลภาวะที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิตภายในโรงงาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ก) ฝุ่นและควันที่เกิดจากการเผาไหม้เชื้อเพลิงในเตาหลอม

เนื่องจากฝุ่นและควันที่เกิดจากการเผาไหม้เชื้อเพลิงในเตาหลอม ซึ่งมีส่วนผสมของฝุ่นละอองและก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เป็นจำนวนมาก ถ้าหากมีการปล่อยสู่ภายนอกโดยทันทีจะส่งผลกระทบต่อมลภาวะ

ทางอากาศ ดังนั้น บริษัทจึงติดตั้งเครื่องดูดควันที่ออกจากเตาหลอม นำมาเข้ากระบวนการผ่านน้ำเพื่อให้เศษฝุ่นละอองซึ่งมีส่วนผสมของสังกะสีตกตะกอน ก่อนปล่อยก๊าซที่ผ่านการกรองฝุ่นละอองออกแล้วสู่ภายนอก

ข) ตะกรันทองเหลืองที่เหลือจากการหลอมทองเหลืองในเตาหลอม

จากกระบวนการหลอมทองเหลืองเพื่อขึ้นรูปชิ้นงาน โดยใช้เตาหลอมหลอมทองเหลืองด้วยความร้อนสูงเพื่อให้ได้น้ำทองเหลืองนำไปเทขึ้นรูปชิ้นงาน จะมีทองเหลืองบางส่วนที่หลอมละลายไม่หมดปนอยู่ในตะกรันที่เหลือ เศษนี้ถ้าดังกล่าวทางบริษัทจะทำการเก็บรวบรวมเศษตะกรันทองเหลือง ที่เหลือจากการหลอมในเตาของแต่ละวันไว้ในที่จัดเก็บอย่างมิดชิดและเพื่อรวบรวมรอให้ได้ปริมาณมากจึงติดต่อให้ผู้รับซื้อตะกรันทองเหลืองที่ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงานประเภทคัดแยกสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว มาขนออกจากโรงงานหลังจากมีการได้ตกลงซื้อขายแล้ว ซึ่งผู้รับซื้อตะกรันทองเหลืองจะนำไปหลอมเพื่อแยกทองเหลืองที่ปนอยู่ในตะกรันด้วยความร้อนสูงที่สามารถหลอมละลายเศษทองเหลืองดังกล่าวนี้ได้ ซึ่งสามารถนำไปเป็นส่วนประกอบใช้หลอมพระพุทธรูปต่อไป

ค) ฝุ่นทองเหลืองที่เกิดจากการกลึงเกลียวชิ้นงานทองเหลือง

การกลึงชิ้นงานทองเหลืองคือ การนำชิ้นส่วนที่หลอมขึ้นรูปเสร็จเรียบร้อยแล้วมากลึงเกลียว ซึ่งทำให้เกิดเศษฝุ่นทองเหลืองจากการกลึง โดยฝุ่นทองเหลืองเป็นโลหะหนักชนิดหนึ่งที่เกิดอันตรายต่อร่างกายได้หากเข้าสู่ร่างกายในปริมาณมากเกินไปอาจส่งผลกระทบต่อระบบทางเดินหายใจ ระบบทางเดินอาหาร และประสาทสัมผัส เนื่องจากฝุ่นทองเหลืองดังกล่าวทำให้ระคายเคืองผิวหนังหรือส่วนอื่นของร่างกายภายนอกได้ง่าย บริษัทจึงได้ดำเนินการวางระบบการจัดการโดยมีการทำผนังกันเพื่อป้องกันการกระจายของเศษและฝุ่นทองเหลืองจากการกลึงและมีเครื่องดูดเศษและฝุ่นทองเหลืองเพื่อรวบรวมและนำกลับไปใส่เตาหลอมใหม่อีกครั้ง ทั้งนี้ในส่วนเครื่องจักรรุ่นใหม่ที่ใช้ในการกลึงเกลียวชิ้นงานทองเหลืองจะมีตัวดักเศษฝุ่น ซึ่งจะไม่ก่อให้เกิดการฟุ้งกระจายแบบเดียวกับเครื่องจักรรุ่นเก่า

2. สำนักงานใหญ่ อาคารสหโชค กรุงเทพมหานคร

ประกอบชิ้นส่วนให้เป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ก๊อกรามิค และ ก๊อกรบอล ปี 2557 บริษัทฯ ประกอบชิ้นส่วนเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ประมาณหก (6) แสนชิ้นต่อปี โดยเป็นการประกอบตามนโยบาย และเป็นไปตามคำสั่งซื้อ

การจัดหา วัตถุดิบ ชิ้นส่วนประกอบ และผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป

บริษัทมีการศึกษาและพัฒนากระบวนการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและความหลากหลาย สามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภค ประกอบกับความพยายามในการสรรหาผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์อย่างครบวงจร แต่ทั้งนี้ ต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์บางประเภทไม่คุ้มค่าต่อการลงทุน เนื่องจากสาเหตุต่าง ๆ อาทิเช่น เงินลงทุนในเครื่องจักรที่มีมูลค่าสูง หรือการผลิตผลิตภัณฑ์บางชนิดที่

ต้องการประสบการณ์และความชำนาญของผู้ควบคุมและแรงงานที่ใช้ในการผลิต ฯลฯ ทำให้บริษัทเลือกที่จะตั้งผลิตขึ้นส่วนต่าง ๆ มาเพื่อประกอบเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป รวมไปถึงตั้งผลิตผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปตามรูปแบบ คุณภาพและมาตรฐานที่บริษัทต้องการจากผู้จัดหาสินค้าหรือผู้ผลิตที่มีประสบการณ์และความชำนาญในการผลิตในผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพภายใต้ต้นทุนที่สมเหตุสมผล บริษัทจึงมีการกำหนดนโยบายและขั้นตอนการดำเนินการจัดหาวัตถุดิบ ขึ้นส่วนประกอบและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปจากบุคคลภายนอก โดยมีฝ่ายจัดซื้อเป็นผู้ดำเนินการตามขั้นตอนที่มีการกำหนดไว้อย่างเป็นระบบ ซึ่งมีการจัดเก็บข้อมูลการประเมินคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่สั่งซื้อโดยการเปรียบเทียบราคาที่มีการเสนอจากผู้จัดหาสินค้ามากกว่า 1 รายขึ้นไป เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ในการจัดหาวัตถุดิบ ขึ้นส่วนประกอบและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปจากบุคคลภายนอก บริษัทไม่ได้มีการจัดทำสัญญาซื้อขายหรือสัญญาว่าจ้างผลิตผลิตภัณฑ์กับผู้ประกอบการรายใดแต่อย่างใด และฝ่ายจัดซื้อจะจัดทำข้อมูลเปรียบเทียบเงื่อนไขของผู้ขายหรือผู้จัดหาผลิตภัณฑ์ปีละ 1 ครั้ง เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลสำหรับการจัดหาวัตถุดิบ ขึ้นส่วนประกอบและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป โดยในปัจจุบันบริษัทมีการพึ่งพาผู้ขายหรือผู้จัดหาผลิตภัณฑ์ 1 ราย อย่างมีนัยสำคัญ คือผู้จัดหาผลิตภัณฑ์รายใหญ่ในประเทศจีน โดยข้อมูลการสั่งซื้อและสั่งผลิตที่เกิดขึ้นในช่วงปี 2556 บริษัทมีมูลค่าการสั่งซื้อ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 59.59 เมื่อเทียบกับยอดซื้อรวมทั้งหมดของบริษัท และในปี 2557 มีสัดส่วนร้อยละ 57.30 เมื่อเทียบกับยอดซื้อรวมทั้งหมดของบริษัท

3. ปัจจัยความเสี่ยง

โดยภาพรวมภาวะการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีก แนวโน้มการขยายตัวของการก่อสร้างและธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ทำให้เกิดโอกาสการเติบโตธุรกิจต่อบริษัทฯ เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะหลังจากบริษัทฯ เข้าดำเนินการเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai) ตั้งแต่วันที่ 23 ธันวาคม 2556 แต่ขนาดเดียวกันก็ก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อบริษัทฯ ด้วย

คณะกรรมการบริษัทฯ จึงได้ให้ความสำคัญกับการมีระบบบริหารความเสี่ยงที่ดี เพื่อให้บริษัทฯ ดำเนินงานต่อไปได้ในทุกสถานการณ์ (บริษัทฯ ได้จัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ในการประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2558 วันที่ 15 มกราคม 2558)

ในปี 2557 มีปัจจัยความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

3.1. ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

ความเสี่ยงการพึ่งพิงผู้ผลิต / ผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบประเภท โลหะ (ทองเหลือง)

บริษัทมีการนำทองเหลืองจากผู้ประกอบรายใหญ่ในประเทศเยอรมนีเป็นหลัก และพิจารณาสั่งซื้อวัตถุดิบทองเหลืองจากบริษัทภายในประเทศที่เป็นตัวแทนนำเข้าทองเหลือง พิจารณาความเหมาะสมขึ้นอยู่กับว่าในช่วงเวลานั้นต้นทุนการจัดหาทองเหลืองจากแหล่งใดต่ำกว่า เนื่องจากบริษัทมีทางเลือกในการนำเข้าโดยตรงจากต่างประเทศหรือซื้อจากตัวแทนนำเข้า ขึ้นอยู่กับต้นทุนการจัดหาทองเหลืองและปริมาณความต้องการทองเหลืองในแต่ละช่วงเวลา อีกทั้งยังสามารถรองรับความต้องการวัตถุดิบเร่งด่วนได้อีกด้วย

ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงการสั่งผลิตชิ้นส่วนและผลิตภัณฑ์จากผู้จัดหาสินค้าในประเทศจีน

ที่ผ่านมาบริษัทไม่เคยประสบปัญหาที่เกิดจากการสั่งผลิตผลิตภัณฑ์จากบุคคลภายนอก แต่ทั้งนี้ บริษัทมีการสั่งผลิตชิ้นส่วนและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปจากผู้จัดหาสินค้ารายใหญ่จากประเทศจีนเป็นมูลค่าจำนวนมาก และสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 50 เมื่อเปรียบเทียบกับยอดซื้อทั้งหมดของบริษัท โดยบริษัทมีการพึ่งพิงในการสั่งผลิตชิ้นส่วนและผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีรายละเอียดเกี่ยวกับที่มาของการพึ่งพิงดังกล่าว ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น

แต่อย่างไรก็ตามจากการประเมินของฝ่ายบริหารผลลัพธ์ที่ได้คือ การสั่งซื้อหรือสั่งผลิตผลิตภัณฑ์จากผู้จัดหาสินค้ารายใหญ่ในประเทศจีน ได้รับผลการประเมินว่า มีความเหมาะสมที่สุดในหลายผลิตภัณฑ์ เนื่องจากด้วยบริษัทดังกล่าวมีรัฐบาลท้องถิ่นของประเทศจีนเป็นผู้ถือหุ้น ในสัดส่วนร้อยละ 33.50 โดยที่ผ่านมาผู้จัดหาสินค้ารายใหญ่นำมาดำเนินบทบาทเป็นผู้จัดหาชิ้นส่วนประกอบและสินค้าสำเร็จรูปในกลุ่มผลิตภัณฑ์กึ่งกึ่งน้ำให้กับบริษัทมาเป็นระยะเวลากว่า 4 ปี ทั้งยังเป็นผู้จัดหาสินค้าจำนวนมากและประกอบธุรกิจหลากหลายประเภท ส่งผลให้มีอำนาจต่อรองทางการค้าสูง สามารถจัดหาสินค้าได้ในราคาที่ต่ำ ประกอบกับในประเทศจีนมี

โรงงานอุตสาหกรรมผลิตผลิตภัณฑ์ก๊อกร้าและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์จำนวนมาก ทำให้เกิดการแข่งขันใกล้เคียงกับตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ส่งผลให้ผู้บริโภคหรือผู้เลือกซื้อสินค้าได้รับผลประโยชน์ เนื่องจากการแข่งขันสูง สินค้ามีความใกล้เคียง สามารถทดแทนกันได้ ทำให้ผู้จัดหาสินค้าเป็นผู้ได้เปรียบในการเจรจาต่อรองราคาสินค้า ในขณะที่เดียวกันการสั่งซื้อสินค้าจากผู้จัดหาสินค้ารายใหญ่มีการรับประกันคุณภาพของสินค้า ซึ่งหากคุณภาพของสินค้าที่ได้รับไม่ได้มาตรฐานหรือไม่เป็นไปตามที่ตกลงไว้ตามรายละเอียดการสั่งซื้อหรือสั่งผลิต บริษัทสามารถเปลี่ยนหรือคืนสินค้าดังกล่าวได้ ซึ่งผู้จัดหาสินค้ารายใหญ่จะเป็นผู้รับผิดชอบและช่วยแก้ไขปัญหาเรื่องสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพมาตรฐานตามที่สั่งซื้อหรือสั่งผลิตได้ ซึ่งเมื่อเทียบกับการสั่งซื้อสินค้าจากโรงงานผู้ผลิตในประเทศจีนโดยตรงหรือจากผู้จัดหาสินค้ารายอื่น ๆ บริษัทอาจไม่ได้รับการชดเชยหรือรับผิดชอบต่อสินค้าที่จัดส่งมาแล้วไม่ได้คุณภาพมาตรฐานตามที่ตกลงกันไว้ โดยการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางผู้จัดหาสินค้ารายใหญ่จะแตกต่างออกไปเนื่องด้วยความน่าเชื่อถือและอำนาจในการต่อรอง และมีกระบวนการควบคุมคุณภาพสินค้าก่อนที่จะดำเนินการรับมอบสินค้า ซึ่งจะทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยควบคุมด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้กับบริษัทในขั้นหนึ่งก่อนจัดส่งต่อไปให้กับบริษัท ด้วยเหตุผลตามที่กล่าวมาทั้งหมดเป็นที่มาของการจัดซื้อหรือการสั่งผลิตผลิตภัณฑ์จากผู้จัดหาสินค้ารายใหญ่อ้างอิงซึ่งได้รับการประเมินว่า มีความเหมาะสมที่สุด ช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัททำการค้ากับผู้จัดหาสินค้าดังกล่าวมาอย่างยาวนานโดยมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้บริหารบริษัทตั้งแต่มานานที่บริษัทจะถูกก่อตั้งขึ้น และไม่เคยมีข้อขัดแย้งหรือข้อขัดข้องในการทำการค้าระหว่างกันแต่อย่างใดตลอดช่วงเวลาที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม บริษัทตระหนักถึงประเด็นการพึ่งพิงการสั่งผลิตชิ้นส่วนและผลิตภัณฑ์จากผู้จัดหาสินค้าดังกล่าว ซึ่งเชื่อได้ว่ามีโอกาสน้อยมากที่จะก่อให้เกิดเหตุการณ์ที่จะส่งผลกระทบต่อบริษัทในการสั่งผลิตชิ้นส่วนและผลิตภัณฑ์จากผู้จัดหาสินค้าดังกล่าว

ทั้งนี้ หากเกิดเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อคำสั่งผลิตชิ้นส่วนและผลิตภัณฑ์ อาจส่งผลกระทบต่อบริษัทในระยะเวลาอันสั้น แต่เชื่อได้ว่าจะมีผลกระทบไม่มากนักเนื่องด้วยเหตุผลที่กล่าวไปแล้วว่าประเทศจีนมีอุตสาหกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์ก๊อกร้าและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์จำนวนมาก บริษัทก็สามารถจัดหาหรือสั่งผลิตชิ้นส่วนและผลิตภัณฑ์จากผู้จัดหาสินค้าหรือผู้ประกอบการรายอื่นได้ อีกทั้งปัจจุบันผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ก๊อกร้าและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ในประเทศไทยได้พัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตประกอบกับประสิทธิภาพและความชำนาญ ทำให้บริษัทมีการสั่งผลิตชิ้นส่วนและผลิตภัณฑ์บางชนิดภายในประเทศแล้ว

3.2. ความเสี่ยงจากการผลิต

ความเสี่ยงจากการจัดหาวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักของบริษัทคือ ทองเหลือง ซึ่งที่ผ่านมามีบริษัทไม่เคยประสบปัญหาที่เกิดจากการจัดหาวัตถุดิบหลักดังกล่าวแต่อย่างใด แต่ทั้งนี้ ทางบริษัทยังคงมีความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดปัญหาจากการจัดหาวัตถุดิบดังกล่าว ซึ่งมีรายละเอียดเกี่ยวกับการจัดหาวัตถุดิบ ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น และแนวทางในการจัดการ ดังนี้

ก) ความผันผวนของราคาราวัตถุดิบประเภทโลหะ (ทองเหลือง)

วัตถุดิบหลักในการผลิตผลิตภัณฑ์ของบริษัทซึ่งได้แก่ ทองเหลือง ความผันผวนของความต้องการและราคาที่เกิดขึ้นในอดีตที่ผ่านมา ซึ่งส่งผลต่อต้นทุนขายของบริษัทในช่วงที่ราคามีการปรับตัวขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้บริษัทต้องทำการปรับขึ้นราคาสินค้า โดยที่ผ่านมามาจนถึงปัจจุบันบริษัทมีการบริหารจัดการในส่วนของการบริหารการผลิต การจัดซื้อและการบริหารวัตถุดิบคงเหลือ เพื่อให้สามารถควบคุมระดับสัดส่วนของต้นทุนขายไม่ให้เกิดความผันผวนจนส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัท ส่งผลให้บริษัทไม่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงานจากปัญหาความผันผวนของราคาราวัตถุดิบแต่อย่างใด

ข) การขาดแคลนวัตถุดิบประเภทโลหะ (ทองเหลือง)

บริษัทได้ติดตามข่าวสารและข้อมูลเพื่อวิเคราะห์แนวโน้มปริมาณความต้องการและราคาราทองเหลืองอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถบริหารจัดการจัดซื้อและการบริหารวัตถุดิบคงเหลือได้สอดคล้องกับปริมาณความต้องการวัตถุดิบที่ใช้ผลิตได้อย่างเพียงพอ เพื่อป้องกันสถานการณ์ขาดแคลนวัตถุดิบทองเหลืองที่เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซึ่งโดยปกติบริษัทจะดำเนินการสั่งซื้อทองเหลืองเข้ามาทุกๆ 2 เดือน ในปริมาณที่คาดการณ์ไว้สอดคล้องกับปริมาณความต้องการวัตถุดิบเพื่อนำไปผลิตตัวเรือนทองเหลืองนำไปประกอบเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปประเภทก๊อกรุ่นน้ำและผลิตอุปกรณ์ทองเหลืองที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์บางชนิดอย่างเพียงพอ ซึ่งที่ผ่านมามีบริษัทไม่เคยประสบปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบทองเหลืองแต่อย่างใด โดยปัจจุบันบริษัทมีการนำเข้าทองเหลืองจากผู้ประกอบการรายใหญ่ในประเทศเยอรมนีเป็นหลักเนื่องจากเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีความน่าเชื่อถือ มีประวัติการดำเนินงานมายาวนาน เป็นที่รู้จักกันดีในระดับโลก และราคาจำหน่ายมีความเหมาะสม ทำให้บริษัทนำเข้าวัตถุดิบจากผู้ประกอบการรายดังกล่าวเป็นหลัก อย่างไรก็ตามบริษัทมีการสั่งซื้อวัตถุดิบทองเหลืองจากบริษัทภายในประเทศที่เป็นตัวแทนนำเข้าทองเหลือง โดยการเลือกนำเข้าโดยตรงหรือซื้อจากตัวแทนนำเข้านั้น จะพิจารณาความเหมาะสมขึ้นอยู่กับว่าในช่วงเวลานั้นต้นทุนการจัดหาทองเหลืองจากแหล่งใดต่ำกว่า หรืออาจซื้อจากตัวแทนนำเข้าในกรณีที่มีความต้องการวัตถุดิบเร่งด่วน

3.3. ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการ

ความเสี่ยงกรณีที่บริษัทฯ มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่คิดเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 50

ทางบริษัทฯ มีโครงสร้างผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 โดยมีนายอุชัย วิไลเลิศโกคา เป็นผู้ถือหุ้นสามัญจำนวน 286,600,000 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 51.04 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด (หลังการแปลงสภาพใบสำคัญแสดงสิทธิ (OCEAN-W1) เพื่อซื้อหุ้นสามัญ ครั้งที่ 1 ในวันที่ 1 ธันวาคม 2557) จะทำให้สัดส่วนการถือหุ้นดังกล่าวมีอำนาจควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด ยกเว้นมติพิเศษ (จำนวนหุ้นสามัญ 421,131,000 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 75) ซึ่งอาจทำให้ผู้ถือหุ้นรายย่อยได้รับความเสี่ยงจากการที่ผู้ถือหุ้นรายใหญ่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายการบริหารงาน สามารถควบคุมคะแนนเสียงในที่ประชุม

แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทมีคณะกรรมการอิสระจำนวน 4 ท่าน จากจำนวนกรรมการทั้งหมด 7 ท่าน และมีประธานกรรมการ เป็นกรรมการอิสระ ซึ่งกรรมการอิสระ / กรรมการตรวจสอบ (กรรมการอิสระ) ล้วนแต่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิเป็นที่รู้จักและยอมรับในสังคม ซึ่งคณะกรรมการบริษัท มีการประชุมเดือนละหนึ่ง (1) ครั้ง เพื่อติดตามการบริหารจัดการของบริษัท ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างความโปร่งใสในการบริหารจัดการของบริษัท รวมทั้งคณะกรรมการบริษัทฯ ยังคำนึงถึงการให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี หลักจริยธรรมและจรรยาบรรณทางธุรกิจ โดยปฏิบัติตามแนวทางที่กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด

ดังนั้น ด้วยโครงสร้างที่มีการตรวจสอบและถ่วงดุลดังกล่าว บริษัทฯ จึงมั่นใจว่าผู้ถือหุ้นทุกท่าน รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียกับบริษัทฯ จะได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียมกัน

3.4. ความเสี่ยงด้านการเงิน

ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

เนื่องจากบริษัทมีการนำเข้าสินค้าเพื่อจำหน่ายจากผู้จัดจำหน่าย / ผู้จัดหาสินค้าในประเทศจีนจำนวนมาก โดยกำหนดเงื่อนไขการชำระเป็นเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐอเมริกา แต่รายได้ของบริษัทโดยส่วนใหญ่เป็นสกุลเงินบาท ดังนั้นบริษัทจึงมีความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน หากเกิดสถานการณ์ที่อัตราแลกเปลี่ยนค่าเงินบาทเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ปรับตัวอ่อนค่าลง จะส่งผลให้บริษัทมีต้นทุนด้านการนำเข้าสินค้าเพิ่มสูงขึ้น

อย่างไรก็ตาม บริษัทมีนโยบายการบริหารจัดการความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน โดยการพิจารณาค่าที่จะต้องชำระ ประกอบกับแนวโน้มทิศทางค่าเงินบาทของอัตราแลกเปลี่ยน จากการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร หากพิจารณาแล้วแนวโน้มของค่าเงินบาทมีทิศทางที่น่าจะปรับตัวอ่อนค่าลงในอนาคตทำให้บริษัทต้องจ่ายชำระเงินในมูลค่าที่สูงขึ้น จะดำเนินการทำสัญญาซื้อขายเงินตรา

ต่างประเทศทั้งจำนวนของมูลค่าที่จะถึงกำหนดชำระในงวดนั้นทันทีทั้งจำนวน ซึ่งจะช่วยลดปัญหาและความเสียหายจากอัตราแลกเปลี่ยนที่อาจจะเกิดขึ้นได้ อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญและติดตามสถานการณ์ รวมทั้งหาแนวทางในการบริหารความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนอย่างต่อเนื่อง

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

 4.1. สินทรัพย์ถาวรหลัก

โดยที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ ของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 ประกอบด้วย

ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. <u>ที่ดิน</u> โฉนดเลขที่ 13486 เลขที่ดิน 248 ตำบลบ้านหม้อ อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดสิงห์บุรี เนื้อที่รวม 30 ไร่ 3 งาน 51 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	20.59	ใช้เป็นหลักประกันวงเงินสินเชื่อ กับเจ้าหนี้สถาบันการเงิน 1 แห่งในวงเงินสินเชื่อรวมประมาณ 105 ล้านบาท โดยทรัพย์สินที่เป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัทฯ มีวงเงินจดจำนองเป็นหลักประกันประมาณ 74 ล้านบาท
โฉนดเลขที่ 12700 เลขที่ดิน 261 ตำบลบ้านหม้อ อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดสิงห์บุรี เนื้อที่รวม 1 ไร่	เป็นเจ้าของ	1.00	
โฉนดเลขที่ 5560 เลขที่ดิน 264 ตำบลบ้านหม้อ อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดสิงห์บุรี เนื้อที่รวม 8 ไร่ 8 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	1.88	
โฉนดเลขที่ 7701 เลขที่ดิน 247 ตำบลบ้านหม้อ อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดสิงห์บุรี เนื้อที่รวม 5 ไร่ 2 งาน 72 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	1.33	
2. <u>อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร</u> อาคารสหโชค สำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 148/1 ซอยรามอินทรา 14 ถนนรามอินทรา แขวงท่าแร้ง เขตบางเขน กรุงเทพฯ ¹	เป็นผู้เช่า	-ไม่มี-	

หมายเหตุ ¹ อาคารสหโชค สำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 148/1 ซอยรามอินทรา 14 ถนนรามอินทรา แขวงท่าแร้ง เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร (โฉนดที่ดินเลขที่ 22831 เลขที่ดิน 1565 แขวงท่าแร้ง เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร เนื้อที่รวม 1 ไร่) โดยที่ดินดังกล่าว เป็นกรรมสิทธิ์ของนางรัตนา วิไลเลิศโกภา ในฐานะกรรมการและผู้บริหารของบริษัทฯ โดยบริษัทได้จัดทำสัญญาเช่าที่ดินและอาคาร มีกำหนดระยะเวลา 3 ปี สิ้นสุดวันที่ 31 กรกฎาคม 2559 โดยมีค่าเช่าอัตราเดือนละ 60,000 บาท

ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
อาคารโรงงาน ระหว่างก่อสร้าง ตั้งอยู่เลขที่ 88/8 หมู่ 4 ตำบลบ้านหม้อ อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดสิงห์บุรี	เป็นเจ้าของ	20.23	ใช้เป็นหลักประกันวงเงินสินเชื่อ กับเจ้าหนี้สถาบันการเงิน 1 แห่งในวงเงินสินเชื่อรวมประมาณ 105 ล้านบาท โดยทรัพย์สินที่เป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัทฯ มีวงเงินจดจำนองเป็น หลักประกันประมาณ 74 ล้านบาท
อาคารโรงงาน ตั้งอยู่เลขที่ 88/8 หมู่ 4 ตำบลบ้านหม้อ อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดสิงห์บุรี	เป็นเจ้าของ	10.86	ใช้เป็นหลักประกันวงเงินสินเชื่อ กับเจ้าหนี้สถาบันการเงิน 1 แห่งในวงเงินสินเชื่อรวมประมาณ 105 ล้านบาท โดยทรัพย์สินที่เป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัทฯ มีวงเงินจดจำนองเป็น หลักประกันประมาณ 74 ล้านบาท
3. เครื่องจักรและอุปกรณ์	เป็นเจ้าของ	17.90	
4. เครื่องตกแต่งติดตั้ง และเครื่องใช้สำนักงาน	เป็นเจ้าของ	0.77	
5. ยานพาหนะ	เป็นเจ้าของ	2.27	ยานพาหนะจำนวน 2 คันเป็นทรัพย์สินภายใต้สัญญาเช่าซื้อ

4.2. สัญญาที่สำคัญที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่าย นำเข้าอุปกรณ์เครื่องมือช่าง เครื่องมือไฟฟ้าภายใต้ชื่อทางการค้าและเครื่องหมายการค้า “ **GOOD YEAR** ” มีกำหนดระยะเวลา 5 ปี สิ้นสุดวันที่ 15 ตุลาคม 2561

4.3. เครื่องหมายทางการค้า

บริษัทฯ มีเครื่องหมายการค้า “DUSS” , “Bay” , “Bay-Tex” , “Feed” , “Union” , “3P” และ “Icon” ซึ่งเป็นลิขสิทธิ์ของบริษัทฯ เพื่อประโยชน์ในทางการค้า การผลิตสินค้า และประกอบการเชิงพาณิชย์ใดๆ (บริษัทฯ ได้รับโอนเครื่องหมายการค้าจำนวน 6 รายการ จากนายอุทัย วิไลเลิศโกศล ผู้ถือหุ้นใหญ่ / กรรมการ / ผู้บริหารบริษัท ในวันที่ 14 ตุลาคม 2556) ซึ่งมีรายละเอียดของเครื่องหมายการค้าดังนี้

เครื่องหมายการค้า	ภาพเครื่องหมายการค้า	ผู้ถือกรรมสิทธิ์ปัจจุบัน	เครื่องหมายการค้าสำหรับสินค้าประเภท
DUSS		บมจ. โอเชียน คอมเมิร์ซ	ผลิตภัณฑ์ก๊อกน้ำ ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ และวัสดุสิ้นเปลือง
BAY		บมจ. โอเชียน คอมเมิร์ซ	ผลิตภัณฑ์ก๊อกน้ำ
BAY-TEX		บมจ. โอเชียน คอมเมิร์ซ	วัสดุสิ้นเปลือง
FEED		บมจ. โอเชียน คอมเมิร์ซ	ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภัณฑ์ และวัสดุสิ้นเปลือง
UNION		บมจ. โอเชียน คอมเมิร์ซ	อุปกรณ์ตกแต่งอื่น ๆ
3P		บมจ. โอเชียน คอมเมิร์ซ	ผลิตภัณฑ์ก๊อกน้ำ
ICON		บมจ. โอเชียน คอมเมิร์ซ	ผลิตภัณฑ์ก๊อกน้ำ ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ และวัสดุสิ้นเปลือง

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย
-ไม่มี-

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไปบริษัทที่ออกหลักทรัพย์

บริษัทที่ออกหลักทรัพย์	: บริษัท โอเชียน คอมเมิร์ซ จำกัด (มหาชน)
ชื่อย่อหลักทรัพย์	: OCEAN
มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด	: 847,877,088 บาท (ณ วันที่ 30 ธันวาคม 2557)
ทุนจดทะเบียน	: 165,000,000 บาท
ทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว	: 140,377,000,00 บาท
จำนวนผู้ถือหุ้นทั้งหมด	: 1,243 ราย (ณ วันที่ 24 กรกฎาคม 2557 วันปิดสมุดทะเบียนล่าสุดได้รับจัดสรรใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ ครั้งที่ 1)
สัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นรายย่อย (Free float)	: 1,042 ราย (27.93%)
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	: จัดจำหน่ายและรับจ้างผลิตชิ้นส่วน / ผลิตภัณฑ์ก๊อกล้ำน้ำ / อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: เลขที่ 148/1 ซอยรามอินทรา 114 ถนนรามอินทรา แขวงท่าแร้ง เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร 10230
ที่ตั้งโรงงาน	: เลขที่ 88/8 หมู่ 4 ตำบลบ้านหม้อ อำเภอบางบาล จังหวัดสิงห์บุรี 16120
เลขทะเบียนบริษัท	: 0107556000558
เว็บไซต์	: www.dussthai.com
โทรศัพท์	: 02943-6663-4
โทรสาร	: 02943-6343 และ 02943-7740

6.2 ข้อมูลของบุคคลอ้างอิงอื่นๆ

นายทะเบียนหลักทรัพย์หุ้นสามัญ

: บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เลขที่ 62 ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขต

คลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110

โทรศัพท์ : (66) 2229 2800

โทรสาร : (66) 2359 1259

TSD Call center : (66) 2229 2888

ผู้สอบบัญชี

: นายเมธี รัตนศรีเมธา

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 3425

บริษัท เอ็ม อาร์ แอนด์ แอสโซซิเอท จำกัด

ห้อง 705-706 อาคารเจ้าพระยาทาวเวอร์

89 ซอยวัดสวนพลู ถนนเจริญกรุง แขวงบางรัก

กรุงเทพมหานคร 10500

โทรศัพท์ : (66) (2) 630 7500

โทรสาร : (66) (2) 630 7506