

## ส่วนที่ 1

### การประกอบธุรกิจ

#### 1.นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ :

##### 1.1วิสัยทัศน์ และพันธกิจ

###### วิสัยทัศน์

บริษัทยึดหลักการทำงานที่มุ่งมั่นจะพัฒนา และรักษาระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สร้างความปลอดภัยให้กับผู้บริโภค ตามสโลแกนที่ว่า “DUSS for better life”

###### พันธกิจ

Continuous Improvement : ปรับปรุงและพัฒนางานในทุกๆด้านของบริษัท

เพื่อให้สอดคล้องกับการผลิต และ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท

และ ธุรกิจซื้อขายน้ำมันปาล์มดิบ CPOA

ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มหลัก ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มชิ้นส่วนและผลิตภัณฑ์ก๊อกรน้ำและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ สามารถจำแนกกลุ่มของผลิตภัณฑ์ที่บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายและรับจ้างผลิต

กลุ่มที่ 2 ผลิตภัณฑ์เครื่องมือเครื่องใช้ และ อื่นๆ ภายใต้เครื่องหมายการค้า **GOOD YEAR**

กลุ่มที่ 3 ผลิตภัณฑ์น้ำมันปาล์มดิบ Crude Palm Oil A (CPOA)

Customer Satisfaction : ตอบสนองคุณค่าที่ลูกค้าต้องการเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า ในราคาที่เหมาะสม

Quality Product : สินค้าที่มีคุณภาพระดับมาตรฐานสากล

Sustainable Growth : สร้างความเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน ภายใต้กรอบจริยธรรมทางธุรกิจ และ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

## ประวัติความเป็นมา และ พัฒนาการที่สำคัญ :

### 1.2 ประวัติความเป็นมา และ พัฒนาการที่สำคัญ

#### ประวัติความเป็นมา

- วันที่ 11 เมษายน 2546 ก่อตั้ง บริษัท โอเชียน คอมเมิร์ซ จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 10,000,000 บาท (สิบล้านบาทถ้วน) แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 100,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เรียกชำระเต็มมูลค่า
- วันที่ 4 พฤศจิกายน 2546 ได้มีการเพิ่มทุนจดทะเบียนครั้งแรก จากทุนจดทะเบียนเดิม 10,000,000 บาท (สิบล้านบาทถ้วน) เป็น 15,000,000 บาท (สิบห้าล้านบาทถ้วน) แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 150,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท โดยเรียกชำระเต็มมูลค่า เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจของบริษัท
- วันที่ 26 มกราคม 2548 ได้มีการเพิ่มทุนจดทะเบียนครั้งที่สอง จากทุนจดทะเบียน 15,000,000 บาท (สิบห้าล้านบาทถ้วน) เป็น 20,000,000 บาท (ยี่สิบล้านบาทถ้วน) แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 200,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท โดยเรียกชำระเต็มมูลค่า เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจของบริษัท
- วันที่ 27 กันยายน 2548 ได้มีการเพิ่มทุนจดทะเบียนครั้งที่สาม จากทุนจดทะเบียน 20,000,000 บาท (ยี่สิบล้านบาทถ้วน) เป็น 30,000,000 บาท (สามสิบล้านบาทถ้วน) แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 300,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท โดยเรียกชำระเต็มมูลค่า เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

#### ปี 2556

- วันที่ 1 กรกฎาคม 2556 ได้มีการเพิ่มทุนจดทะเบียนครั้งที่สี่ จากทุนจดทะเบียน 30,000,000 บาท (สามสิบล้านบาทถ้วน) เป็น 85,000,000 บาท (แปดสิบล้านบาทถ้วน) แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 850,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท โดยเรียกชำระเต็มมูลค่า เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจของบริษัท
- วันที่ 30 กรกฎาคม 2556 ที่ประชุมใหญ่สามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 2/2556 มีมติพิเศษให้แปรสภาพจากบริษัท จำกัด เป็นบริษัทมหาชนจำกัด และเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้ของหุ้นสามัญของบริษัท จากมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100.00 บาท เป็นมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท รวมถึงมีมติพิเศษให้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 85.00 ล้านบาท (แปดสิบล้านบาทถ้วน) เป็น 110.00 ล้านบาท (หนึ่งร้อยสิบล้านบาทถ้วน) แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 440.00 ล้านหุ้น โดยแบ่งออกเป็นทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระแล้ว มูลค่า 85.00 ล้านบาท (แปดสิบล้านบาทถ้วน) จำนวน 340.00 ล้านหุ้น และมีจำนวนหุ้นที่ยังไม่ได้เรียกชำระจำนวน 100.00 ล้านหุ้น ซึ่งใน

ส่วนของหุ้นเพิ่มทุนที่ยังไม่ได้เรียกชำระจำนวน 100.00 ล้านบาท นั้น ที่ประชุมผู้ถือหุ้นมีมติให้จัดสรรไว้สำหรับการเสนอขายให้กับประชาชนทั่วไป

- วันที่ 16 สิงหาคม 2556 บริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนเพื่อแปรสภาพจากบริษัทจำกัดเป็นบริษัทมหาชน จำกัด และเปลี่ยนแปลงชื่อเป็น บริษัท โอเชียน คอมเมอร์ซ จำกัด (มหาชน)
- วันที่ 23 ธันวาคม 2556 บริษัทเข้าเป็นบริษัทจดทะเบียน (Listed Company) และได้เริ่มการซื้อขายหลักทรัพย์เป็นวันแรก (First Trading Day) ในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai)

### ปี 2557

- วันที่ 16 กรกฎาคม 2557 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2557 ได้มีมติ ดังนี้
  - ก) ให้ออกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ 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
- 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) นายอชัย วิไลเลิศโกคา ณ วันที่ 3 ธันวาคม

2557

| ก่อนได้มา / จำหน่าย |        | ได้มา / จำหน่าย |        | หลังได้มา / จำหน่าย |        |
|---------------------|--------|-----------------|--------|---------------------|--------|
| 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

ปี 2558

➤ ก่อสร้างโชว์รูม ที่โรงงานจังหวัด สิงห์บุรี

ภาพถ่ายโชว์รูมที่สร้างเสร็จสมบูรณ์



➤ ภาพนักลงทุนเยี่ยมชม โชว์รูมและ โรงงาน จังหวัดสิงห์บุรี







ปี 2559

➤ ติดตั้ง Solar Roof top 108 Kwp ที่โรงงาน จังหวัด สิงห์บุรี (Phase I)



- วันที่ 26 มีนาคม 2559 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 2/2559 ได้อนุมัติให้จัดตั้งบริษัทย่อย คือ บริษัท กรีนโอเชียน วอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด เมื่อวันที่ 25 เมษายน 2559 ประกอบธุรกิจ สาธารณูปโภค ทุนจดทะเบียน 1,000,000.00 บาท (หนึ่งล้านบาท) แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 10,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท โดยบริษัท โอเชียน คอมเมิร์ซ จำกัด (มหาชน) ถือหุ้น 100 % ในบริษัท กรีน โอเชียน วอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด
- วันที่ 17 พฤษภาคม 2559 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น บริษัท โอเชียน คอมเมิร์ซ จำกัด (มหาชน) ได้มีมติ
- ก) ลดทุนจดทะเบียนจาก 181,499,995.00 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 725,999,980 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท เป็น 180,962,690.00 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 723,850,760 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท เพื่อให้สอดคล้องกับการเพิ่มทุนจดทะเบียนในการจัดสรรใบสำคัญแสดงสิทธิ OCEAN-W2 ในอัตรา 5 หุ้นสามัญ ต่อ 1 ใบสำคัญแสดงสิทธิ
- ข) แก้ไขหนังสือบริคณห์สนธิของบริษัทฯ ข้อ 4 เพื่อให้สอดคล้องกับการลดทุนจดทะเบียนเป็น ทุนจดทะเบียน จำนวน 181,499,995.00 บาท แบ่งออกเป็น 725,999,980 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 0.25 บาท โดยเป็นการลดทุนจดทะเบียนลง 537,305.00 บาท โดยให้ยกเลิกข้อความเดิม และให้แก้ไขเพิ่มเติมบริคณห์สนธิของบริษัทมหาชน ข้อ 4. เป็นดังนี้

|         |                |   |                  |   |
|---------|----------------|---|------------------|---|
| “ข้อ 4. | ทุนจดทะเบียน   | : | 180,962,690 บาท  | (หนึ่งร้อยแปดสิบล้านเก้าแสนหกหมื่นสองพันหกร้อยเก้าสิบบาท) |
|         | แบ่งออกเป็น    | : | 723,850,760 หุ้น | (เจ็ดร้อยยี่สิบล้านสามแสนแปดแสนห้าหมื่นเจ็ดร้อยหกสิบบาท)  |
|         | มูลค่าหุ้นละ   | : | 0.25 บาท         | (ยี่สิบบาทสตางค์)   |
|         | โดยแบ่งออกเป็น |   |                  |   |
|         | หุ้นสามัญ      | : | 723,850,760 หุ้น | (เจ็ดร้อยยี่สิบล้านสามแสนแปดแสนห้าหมื่นเจ็ดร้อยหกสิบบาท)  |
|         | หุ้นบุริมสิทธิ | : | 0 หุ้น           | -ไม่มี-   |

- ค) ออกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ ครั้งที่ 2 (OCEAN-W2) ชนิดระบุชื่อผู้ถือและสามารถโอนเปลี่ยนมือได้เพื่อจัดสรรให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมจำนวนไม่เกิน 144,770,152 หน่วย ในมูลค่าหน่วยละ 0.00 บาท โดยจัดสรรให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทตามสัดส่วนการถือหุ้น (Rights Offering) ในอัตราส่วน 5 หุ้นสามัญเดิมต่อใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญ 1 หน่วย ทั้งนี้ใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญดังกล่าวมีอายุ 1 ปี 11 เดือน

9 วัน (ตั้งแต่วันที่ 24 มิถุนายน 2559 ถึงวันที่ 1 มิถุนายน 2561) โดยมีอัตราการใช้สิทธิซื้อหุ้นคือใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญหนึ่ง (1) หน่วยต่อการซื้อหุ้นสามัญของบริษัทหนึ่ง (1) หุ้น ในราคาหุ้นละ 1.20 บาท โดยผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิสามารถใช้สิทธิซื้อหุ้นสามัญของบริษัทได้ในวันที่ 1 มิถุนายน และวันที่ 1 ธันวาคม ของแต่ละปีปฏิทิน กำหนดการใช้สิทธิครั้งแรกตรงกับวันที่ 1 ธันวาคม 2559 และกำหนดการใช้สิทธิครั้งสุดท้ายตรงกับวันที่ 1 มิถุนายน 2561

ง) การเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 180,962,690 บาท เป็น 217,155,228 บาท โดยออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 144,770,152 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท เพื่รองรับการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทฯ ครั้งที่ 2 (OCEAN-W2)

จ) การแก้ไขหนังสือบริคณห์สนธิของบริษัทฯ ข้อ 4. เพื่อให้สอดคล้องการเพิ่มทุนจดทะเบียน  
ดังนี้

“ข้อ 4. ทุนจดทะเบียน : 217,155,228.00 บาท (สองร้อยสิบเจ็ดล้านหนึ่งแสนห้าหมื่นห้าพันสองร้อยยี่สิบแปดบาทถ้วน)

แบ่งออกเป็น : 868,620,912 หุ้น (แปดร้อยหกสิบแปดล้านหกแสนสองหมื่นเก้าร้อยสิบสองหุ้น)

มูลค่าหุ้นละ : 0.25 บาท (ยี่สิบห้าสตางค์)

โดยแบ่งออกเป็น

หุ้นสามัญ : 868,620,912 หุ้น (แปดร้อยหกสิบแปดล้านหกแสนสองหมื่นเก้าร้อยสิบสองหุ้น)

หุ้นบุริมสิทธิ : 0 หุ้น -ไม่มี- ”

ข้อมูลการเปลี่ยนแปลงการถือหลักทรัพย์ (หุ้นสามัญ) นายอุทัย วิไลเลิศโกคา ณ วันที่ 1 ธันวาคม 2559

| ก่อนได้มา / จำหน่าย |        | ได้มา / จำหน่าย |        | หลังได้มา / จำหน่าย |        |
|---------------------|--------|-----------------|--------|---------------------|--------|
| จำนวนหน่วย          | ร้อยละ | จำนวนหน่วย      | ร้อยละ | จำนวนหน่วย          | ร้อยละ |
| 252,040,000         | 34.82  | (50,000,000)    | 6.91   | 202,040,000         | 27.91  |



## ปี 2560

- ดำเนินการก่อสร้าง Solar Roof top 114.48 Kwp ที่โรงงาน จังหวัด สิงห์บุรี (Phase II)
- วันที่ 1 สิงหาคม 2560 โครงการหน่วยงานต้นแบบด้านการสวมหมวกนิรภัย 100 เปอร์เซ็นต์(ระยะที่ 3/2558) ได้มอบเกียรติบัตรให้แก่ บริษัท โอเชียน คอมเมอร์ซ จำกัด (มหาชน) เป็นหน่วยงานต้นแบบที่มีการรักษามาตรฐานมาตรฐานการองค์กรดีเด่น ด้านการสวมหมวกนิรภัย 100 เปอร์เซ็นต์



- วันที่ 31 พฤษภาคม 2560 ข้อมูลการเปลี่ยนแปลงการถือหลักทรัพย์ (หุ้นสามัญ) กลุ่ม วิไลเล็คโกลา (วันที่รวบรวมรายชื่อผู้ถือหุ้นตามมาตรา 225 ของ พ.ร.บ. หลักทรัพย์ และ ตลาดหลักทรัพย์ฯ พศ.2535 (และตามที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) โดยวิธีปิดสมุดทะเบียนในวันที่ 31 พฤษภาคม 2560) ได้มีการแจ้งยกเลิกการประชุมดังกล่าว ในวันที่ 5 มิถุนายน 2560)

| ก่อนได้มา / จำหน่าย |        | ได้มา / จำหน่าย |        | หลังได้มา / จำหน่าย |        |
|---------------------|--------|-----------------|--------|---------------------|--------|
| จำนวนหน่วย          | ร้อยละ | จำนวนหน่วย      | ร้อยละ | จำนวนหน่วย          | ร้อยละ |
| 252,040,000         | 34.82  | (50,000,000)    | 6.91   | 202,040,000         | 27.91  |

## ปี 2561

- วันที่ 27 สิงหาคม 2561 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น บริษัท โอเชียน คอมเมิร์ซ จำกัด (มหาชน) ได้มีมติ
- ลดทุนจดทะเบียนของบริษัทฯ จำนวน 36,184,761.50 บาท จากทุนจดทะเบียนเดิมจำนวน 217,155,228 บาท เป็นทุนจดทะเบียนจำนวน 180,970,466.50 บาท โดยการตัดหุ้นสามัญที่ยังมิได้ออกจำหน่ายจำนวน 144,739,046 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท
  - เพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทฯ จำนวน 120,641,793.25 บาท จากทุนจดทะเบียนเดิมจำนวน 180,970,466.50 บาท เป็นทุนจดทะเบียนจำนวน 301,612,259.75 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 482,567,173 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท
  - พิจารณาอนุมัติแก้ไขหนังสือบริคณห์สนธิ ข้อ 4. ของบริษัทฯ เพื่อให้สอดคล้องกับการเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทฯ

ข้อ 4. ทุนจดทะเบียนจำนวน : 301,612,259.75 บาท (สามร้อยเอ็ดล้านหกแสน หนึ่งหมื่นสองพันสองร้อย ห้าสิบเก้าบาทเจ็ดสิบห้า สตางค์)

แบ่งออกเป็น : 1,206,449,039 หุ้น (หนึ่งพันสองร้อยหกล้าน สี่แสนสี่หมื่นเก้าพัน สามสิบเก้าหุ้น)

มูลค่าหุ้นละ : 0.25 บาท (ยี่สิบห้าสตางค์)

โดยแบ่งออกเป็น :

หุ้นสามัญ : 1,206,449,039 หุ้น (หนึ่งพันสองร้อยหกล้าน สี่แสนสี่หมื่นเก้าพัน สามสิบเก้าหุ้น)

หุ้นบุริมสิทธิ : -ไม่มี- -

- การออกและจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ เพื่อเสนอขายให้แก่บุคคลในวงจำกัด (Private Placement) ซึ่งเข้าข่ายเป็นรายการที่เกี่ยวข้องกันของบริษัทจดทะเบียน โดยนางชัชชญา ไตรตระกูล

ชัย ได้ชำระเงินเพิ่มทุนเมื่อวันที่ 27 กันยายน 2561 และวันที่ 4 ตุลาคม 2561 จำนวน 482,567,173  
หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.80 บาท

จ) วันที่ 4 ตุลาคม 2561 ข้อมูลการเปลี่ยนแปลงการถือหลักทรัพย์ (หุ้นสามัญ) กลุ่ม วิโกลเล็คโกลา  
และ ไตรตระกูลชัย (โดยวิธีปิดสมุดทะเบียนในวันที่ 4 ตุลาคม 2561)


| กลุ่ม              | ก่อนได้มา / จำหน่าย |        | ได้มา / จำหน่าย |        | หลังได้มา / จำหน่าย |        |
|--------------------|---------------------|--------|-----------------|--------|---------------------|--------|
|                    | จำนวนหน่วย          | ร้อยละ | จำนวนหน่วย      | ร้อยละ | จำนวนหน่วย          | ร้อยละ |
| กลุ่มวิโกลเล็คโกลา | 202,040,000         | 27.91  | (57,213,400)    | (4.74) | 144,826,600         | 12.00  |
| กลุ่มไตรตระกูลชัย  | -                   | -      | 482,567,183     | 40.00  | 482,567,183         | 40.00  |

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ:

บริษัท โอเชียน คอมเมิร์ซ จำกัด (มหาชน)ดำเนินธุรกิจเป็นผู้นำเข้า ประกอบและผลิตชิ้นส่วนเพื่อใช้ประกอบผลิตภัณฑ์ โดยจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ และ ซื้อมา น้ำมันปาล์มดิบ Crude Palm Oil A (CPOA)

กลุ่มที่ 1 สำหรับผลิตภัณฑ์ในกลุ่มชิ้นส่วนและผลิตภัณฑ์ก๊อกรน้ำและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ สามารถจำแนกกลุ่มของผลิตภัณฑ์ที่บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายและรับจ้างผลิต ออกเป็นกลุ่มหลัก ได้ดังนี้

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ก๊อกรน้ำ
2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับประปา
3. กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภัณฑ์
4. กลุ่มผลิตภัณฑ์วัสดุสิ้นเปลือง
5. ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตตามคำสั่งจ้างผลิต

กลุ่มที่ 2 ผลิตภัณฑ์เครื่องมือเครื่องใช้ และ อื่นๆ ภายใต้เครื่องหมายการค้า 

กลุ่มที่ 3 ผลิตภัณฑ์น้ำมันปาล์มดิบ Crude Palm Oil A (CPOA)

ในปัจจุบันภาพรวมตลาดผลิตภัณฑ์ก๊อกรน้ำและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ สามารถจำแนกตามระดับกลุ่มลูกค้าซึ่งมีวัตถุประสงค์และความต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานรับรองคุณภาพและมีความน่าเชื่อถือจัดเป็นกลุ่มเป้าหมาย

ตลาดระดับบน ซึ่งผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยผู้ประกอบการรายใหญ่ภายในประเทศไทย และบางส่วนเป็นการนำเข้าจากต่างประเทศ มีกลุ่มลูกค้าเป็นผู้เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานรับรองคุณภาพ มีความคงทนแข็งแรง และมีการรับประกันสินค้าตามเงื่อนไขที่สมเหตุสมผลโดยผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายที่มีความน่าเชื่อถือ คิดเป็นสัดส่วนมูลค่าทางการตลาดในประเทศรวมแล้วประมาณร้อยละ 40

ส่วนที่เหลือเป็นกลุ่มผู้เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่คุณภาพอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าผลิตภัณฑ์ในกลุ่มแรกซึ่งอาจจะอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานหรือต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคุณภาพของชิ้นงานและวัสดุที่ใช้ในการผลิต โดยคุณสมบัติบางประการของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวดีกว่าผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มเป้าหมายตลาดระดับบน ซึ่งจัดได้ว่าลูกค้าในกลุ่มนี้อยู่ในตลาดระดับกลางลงไป ขึ้นอยู่กับคุณภาพของชิ้นงานและวัสดุที่ใช้ในการผลิตตามที่ได้กล่าวมา แต่มีจุดเด่นด้านราคาที่แตกต่างกันอย่างมาก เนื่องด้วยวัตถุประสงค์การใช้งานที่ไม่เน้นคุณสมบัติบางประการ อาทิเช่น ความสวยงามหรูหรา ความทนทานพิเศษบางประการ ฯลฯ เป็นปัจจัยสำคัญที่จูงใจให้ผู้บริโภคที่ไม่ยึดติดกับตราสินค้า ตัดสินใจที่จะเลือกซื้อสินค้าดังกล่าว คิดเป็นสัดส่วนมูลค่าทางการตลาดในประเทศรวมแล้วประมาณร้อยละ 60

ส่วนกรณีเครื่องมือเครื่องใช้(ประเภทช่าง) ภายใต้เครื่องหมายการค้า **GOOD YEAR** มุ่งเน้นด้านรูปลักษณ์ คุณภาพ ตลอดจนผลิตภัณฑ์ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค โดยการเพิ่มสายการผลิต เพื่อมุ่งเน้นการใช้สอยประจำวัน เช่น ลูกบิดประตู ซึ่งมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายระดับกลางและ ระดับบน โดยมุ่งเน้นความแข็งแรงของเครื่องหมายการค้า **GOOD YEAR**

ผู้บริหารจึงมีความเห็นว่าบริษัทควรกำหนดภาพลักษณ์ให้เหมาะสมแก่กลุ่มลูกค้าทุกระดับ ทั้งระดับบนและระดับล่าง ในผลิตภัณฑ์ก๊อมน้ำอุปกรณ์ประกอบเครื่องสุขภัณฑ์ โดยใช้ตราสินค้าต่าง ๆ ของบริษัท ได้แก่ “DUSS”, “3P”, “Bay”, “Bay-Tex”, Feed, “Union” และ “Icon” เพื่อสื่อสารให้กลุ่มลูกค้าเข้าใจถึงผลิตภัณฑ์และคุณภาพที่จะได้รับจากการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ในแต่ละตราสินค้า รวมทั้งการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าที่แตกต่างกันของบริษัท โดยกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าภายในประเทศ แต่จะมีบางครั้งที่อาจจะได้รับคำสั่งผลิตจากต่างประเทศขึ้นอยู่กับการต้องการสินค้าในแต่ละช่วงเวลา โดยพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคจะเลือกผลิตภัณฑ์ก๊อมน้ำและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ซึ่งถือเป็นวัสดุก่อสร้างประเภทหนึ่งจัดอยู่ในกลุ่มวัสดุก่อสร้างและวัสดุตกแต่งที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านค้าวัสดุก่อสร้างและวัสดุตกแต่งภายในบ้านโดยเฉพาะ หรือจากแผนกวัสดุก่อสร้างและวัสดุตกแต่งภายในบ้านภายในร้านค้าปลีกสมัยใหม่หรือห้างสรรพสินค้า ดังนั้นจึงเป็นปกติธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ก๊อมน้ำและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ และ เครื่องมือเครื่องใช้ภายใต้เครื่องหมายการค้า **GOOD YEAR** มีช่องทางการจัด

จำหน่ายสินค้าผ่านร้านค้าหรือคนกลางในการกระจายสินค้าเพื่อกระจายสินค้าสู่ผู้บริโภคต่อไป โดยบริษัทแบ่งกลุ่มลูกค้าตามรูปแบบธุรกิจและวิธีการในการสั่งซื้อสินค้า รวมทั้งมูลค่าการสั่งซื้อ ออกเป็น กลุ่มคือ

- 1) กลุ่มร้านค้าตัวแทนจำหน่าย (Agent) และร้านค้าส่ง (Dealer)
- 2) กลุ่มร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) และห้างสรรพสินค้า (Department Store)
- 3) กลุ่มร้านค้าปลีกรายย่อย (Retailer) และลูกค้ารายย่อยอื่น ๆ (Customer)
- 4) กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ

ที่ผ่านมาบริษัทมีการจำหน่ายสินค้าไปสู่ประเทศเพื่อนบ้านผ่านกลุ่มร้านค้าตัวแทนจำหน่ายและร้านค้าส่ง และในอนาคตบริษัทมีแผนขยายการตลาดเพิ่มขึ้นสำหรับประเทศเพื่อนบ้านในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เพื่อให้สอดคล้องกับโอกาสทางธุรกิจในการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) โดยมีข้อได้เปรียบจากการระบุว่าสินค้าผลิตจากประเทศไทย (“Made in Thailand”) ซึ่งเป็นที่น่าเชื่อถือในด้านคุณภาพสินค้า

บริษัทมีโครงสร้างรายได้ธุรกิจกักน้ำและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์แยกตามประเภทของช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนี้

| รายได้จากการขายแยกตามช่องทางการจัดจำหน่าย        | ปี 2559 |        | ปี 2560 |        | ปี 2561 |        |
|--|---------|--------|---------|--------|---------|--------|
|  | ล้านบาท | ร้อยละ | ล้านบาท | ร้อยละ | ล้านบาท | ร้อยละ |
| 1. กลุ่มร้านค้าตัวแทนจำหน่ายและร้านค้าส่ง        | 96.75   | 28.49  | 86.73   | 28.02  | 90.76   | 28.63  |
| 2. กลุ่มร้านค้าปลีกสมัยใหม่และห้างสรรพสินค้า     | 167.50  | 49.32  | 149.29  | 48.24  | 158.12  | 49.87  |
| 3. กลุ่มร้านค้าปลีกรายย่อยและลูกค้ารายย่อยอื่น ๆ | 61.20   | 18.02  | 54.68   | 17.67  | 56.71   | 17.89  |
| 4. กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ                         | 14.15   | 4.17   | 18.79   | 6.07   | 11.45   | 3.61   |
| รวมรายได้จากการขาย                               | 339.60  | 100.00 | 309.49  | 100.00 | 317.04  | 100.00 |
| หัก รับคืนสินค้าในประเทศ / ส่วนลดจ่าย            | 10.62   | 3.13   | 17.43   | 5.63   | 8.95    | 2.82   |
| รวมรายได้จากการขายสุทธิ                          | 328.98  |        | 292.06  |        | 308.09  |        |

หมายเหตุ : <sup>1/</sup> รับคืนสินค้าในประเทศ เกิดจากกรณีต่าง ๆ ได้แก่ รายการรับคืนสินค้าเนื่องจากบกพร่องจากบริษัทที่ใช้งานส่งชำรุด ยกเลิกใบกำกับภาษีเดิมเพื่อออกใบกำกับภาษีใหม่เนื่องจากลูกค้าขอเปลี่ยนแปลงรุ่นหรือปริมาณผลิตภัณฑ์ที่สั่ง



<sup>2/</sup> ส่วนลดจ่าย ส่วนลดเงินสด เกิดจากส่วนลดที่ได้จากการซื้อ หรือขายสินค้าซึ่งเกิดจากส่วนต่างการรับชำระหนี้ด้วยเงินสด

3/ ผลกระทบภายใต้เครื่องหมาย **GOOD YEAR** รายได้ปี 2561 จำนวนเงิน 2.83 ล้านบาท คิดเป็น 0.92 % ของรายได้ทั้งหมด

### บริษัทมีโครงสร้างรายได้ธุรกิจซื้อขายน้ำมันปาล์มดิบ แยกตามประเภท ดังนี้

| รายได้จากการขาย                       | ปี 2559 |        | ปี 2560 |        | ปี 2561 |        |
|---------------------------------------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|
|                                       | ล้านบาท | ร้อยละ | ล้านบาท | ร้อยละ | ล้านบาท | ร้อยละ |
| 1. น้ำมันปาล์มดิบCPOA                 | -       | -      | -       | -      | 303.33  | 100.00 |
| รวมรายได้จากการขาย                    |         |        |         |        | 303.34  | 100.00 |
| หัก รับคืนสินค้าในประเทศ / ส่วนลดจ่าย | -       | -      | -       | -      | 0.01    | -      |
| รวมรายได้จากการขายสุทธิ               | -       | -      | -       | -      | 303.33  |        |

หมายเหตุ : ธุรกิจซื้อขายน้ำมันปาล์มดิบ ได้เริ่มดำเนินการตั้งแต่เดือน ตุลาคม 2561

## 2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทฯ ได้แบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ออกเป็น 3 กลุ่มหลัก คือ กลุ่ม 1.กลุ่มผลิตภัณฑ์ก๊อกน้ำ (Faucet), กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับประปา, กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภัณฑ์, กลุ่มผลิตภัณฑ์วัสดุสิ้นเปลือง ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตตามคำสั่งจ้างผลิต กลุ่ม 2. ผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้า **GOOD YEAR** และ กลุ่ม 3. ผลิตภัณฑ์น้ำมันปาล์มดิบ (CPOA) โดยมีรายละเอียดดังนี้

กลุ่ม 1 กลุ่มผลิตภัณฑ์ก๊อกน้ำ (Faucet), กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับประปา, กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภัณฑ์, กลุ่มผลิตภัณฑ์วัสดุสิ้นเปลือง ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตตามคำสั่งจ้างผลิต

### 1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ก๊อกน้ำ (Faucet)

ก๊อกน้ำ คือ อุปกรณ์ควบคุมการเปิด ปิดน้ำจากท่อหรือภาชนะ/ซึ่งถือเป็นส่วนประกอบที่สำคัญที่ต้องใช้ในการดำรงชีวิตประจำวันของมนุษย์ เนื่องจากน้ำเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับใช้บริโภคและอุปโภค ฉะนั้นแล้วผู้บริโภคจึงควรให้ความสำคัญกับอุปกรณ์ที่น้ำต้องไหลผ่าน เนื่องจากหากก๊อกน้ำที่ใช้ไม่ได้มาตรฐานอาจ

ก่อให้เกิดสารปนเปื้อนเจือปนมากับน้ำส่งผลให้เกิดอันตรายแก่ผู้ที่ใช้งาน จากที่กล่าวมานั้นผู้บริโภคจึงควรเล็งเห็นถึงความสำคัญว่า ทรัพยากรน้ำถือเป็นสิ่งที่มีค่าและมีความสำคัญต่อชีวิตประจำวัน ดังนั้นการเลือกใช้ก๊อกน้ำที่เป็นอุปกรณ์สำคัญในการเปิดปิดน้ำ/ ผู้บริโภคควรให้ความสำคัญและเอาใจใส่ทั้งในด้านความปลอดภัย คุณภาพและความเหมาะสมแก่การใช้งานตามแต่ละวัตถุประสงค์ รวมไปถึงรูปลักษณะที่เหมาะสมและสอดคล้องกับรสนิยม และรูปแบบการดำรงชีวิตของผู้บริโภคด้วย

#### 1.1. ก๊อกน้ำสุกัญท์ (“ก๊อกเซรามิก”)

ก๊อกน้ำสุกัญท์ หรือ “ก๊อกเซรามิก” เป็นก๊อกน้ำที่เหมาะสมสำหรับติดตั้งประกอบกับเครื่องสุกัญท์ภายในห้องน้ำหรือห้องครัว ด้วยการออกแบบมาเพื่อให้มีรูปลักษณะภายนอกที่มีความสวยงามและใหม่อยู่ตลอดเวลา โดยภายนอกมีการชุบนีลเคลือบโครเมียมซึ่งทำให้มีลักษณะเป็นมันวาว มีความทนทานต่อสารเคมีและรอยขีดข่วน ส่วนตัวเรือนด้านในผลิตจากทองเหลืองนำมาขึ้นรูปด้วยระบบการหล่อขึ้นรูป (Casting) โดยการนำทองเหลืองมาหลอมให้ละลายเป็นน้ำทองเหลือง แล้วจึงดักเทใส่แม่พิมพ์เพื่อขึ้นรูปให้มีลักษณะตามที่ต้องการ ออกแบบไว้ หรือผลิตจากสังกะสีโดยการเจือโลหะสังกะสีและฉีดขึ้นรูป และเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การใช้งานที่ต้องเปิดปิดน้ำบ่อยๆ จึงต้องเลือกใช้วาล์วเซรามิกที่มีความทนทานต่อความดันและอุณหภูมิ (ในกรณีที่เป็นระบบท่อผสมน้ำร้อน/น้ำเย็น) ทั้งยังทนทานต่อการใช้งานที่ต้องเปิด/ปิดน้ำบ่อยๆ และสามารถปิดน้ำได้อย่างสนิทไม่รั่วซึมง่าย

ก๊อกน้ำสุกัญท์เป็นผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่ต้องได้รับใบอนุญาตทำหรือนำเข้าผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมประเภท ก๊อกน้ำสำหรับเครื่องสุกัญท์ ที่เน้นมาตรฐานคุณภาพเฉพาะด้านสิ่งแวดล้อมเรื่อง การประหยัดน้ำ ที่มีพระราชกฤษฎีกากำหนดให้ต้องเป็นไปตามมาตรฐาน (มาตรฐานบังคับ) จากสำนักมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม หรือที่รู้จักในชื่อ มอก.2067-2552 ซึ่งเป็นมาตรฐานที่สำคัญสำหรับการเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายก๊อกน้ำที่ได้มาตรฐานในด้านการประหยัดน้ำและความปลอดภัยของผู้บริโภคด้วยสินค้าที่มีคุณภาพ โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานจะต้องผ่านการทดสอบปริมาณน้ำที่ไหลผ่าน และทดสอบถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ว่ามี ความทนทาน ไม่รั่วซึม ไม่มีสารพิษตกค้างหรือปนเปื้อน โดยเน้นคุณภาพน้ำที่เกิดขึ้นกับน้ำที่ออกจากผลิตภัณฑ์ ซึ่งมาตรฐานอุตสาหกรรมฉบับนี้จะมีผลต่อการจำกัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้มาตรฐานทั้งในประเทศและต่างประเทศที่จะเข้ามาในอุตสาหกรรมประปาและสุกัญท์ภายในประเทศ

ทั้งนี้ บริษัทได้รับใบอนุญาตแสดงเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม มอก.2067-2544 ตั้งแต่ ปีพ.ศ.2548 ซึ่งเป็นปีที่มีการกำหนดใช้ครั้งแรก ก่อนจะมีการปรับเป็นมาตรฐานฉบับใหม่ มอก.2067-2552 นอกเหนือจากมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่ทางบริษัทได้รับการรับรองแล้ว บริษัทยังได้ทำการสุ่มทดสอบตัวอย่างก๊อกเซรามิก โดยการเปิด ปิดน้ำกว่า300,000 ครั้ง เพื่อให้แน่ใจว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีคุณภาพ ซึ่งบริษัทรับประกันคุณภาพสินค้าสามารถเปิด ปิดน้ำได้ไม่ต่ำกว่า300,000 ครั้ง และมีระยะเวลาในการรับประกันการรั่วซึมของผลิตภัณฑ์ 2 ปีขึ้นอยู่กับวัสดุของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการผลิต

ทั้งนี้การเลือกซื้อ๊อกน้ำจำเป็นจะต้องคำนึงถึงความเหมาะสมแก่การใช้งานตามแต่ละวัตถุประสงค์เป็นหลัก และควรเลือกรูปลักษณ์ที่เหมาะสมกับดีไซน์การตกแต่งของสิ่งปลูกสร้างหรือสถานที่นั้น ๆ โดย๊อกน้ำสุญกัณฑ์แต่ละรุ่นมีความเหมาะสมสำหรับการใช้งานที่แตกต่างกัน โดยทั่วไปจะแบ่งออกเป็นระบบท่อเดี่ยวหรือระบบท่อผสมน้ำร้อนน้ำเย็น ซึ่งสามารถจำแนกประเภทตามการใช้งานได้ ดังนี้



- วาล์วได้อ่างอเนกประสงค์ เหมาะสำหรับการติดตั้งเข้ากับท่อประปาที่ผนังห้องน้ำ โดยทางที่น้ำไหลออกจะถูกต่อเข้ากับสายน้ำดีสำหรับอ่างล้างหน้าหรือสายฉีดชำระ



- วาล์วลอยหรือ๊อกฝักบัว เหมาะสำหรับการติดตั้งเข้ากับท่อประปาที่ผนังห้องน้ำ หรือติดตั้งเข้ากับแท้งก์น้ำ โดยทางที่น้ำไหลออกต่อเข้ากับสายฝักบัว



- ๊อกคอสั้น เหมาะสำหรับการติดตั้งเข้ากับผนังห้องน้ำผ่านท่อประปา หรือติดตั้งเข้ากับแท้งก์น้ำ

- ก๊อกอ่างอาบน้ำ เหมาะสำหรับการติดตั้งเข้ากับท่อประปาที่อ่างอาบน้ำ



- ก๊อกอ่างล้างหน้า เหมาะสำหรับการติดตั้งเข้ากับท่อประปาที่อ่างล้างหน้า เนื่องจากมีวงยาวปานกลางยื่นออกมาด้านหน้า



- ก๊อกอ่างล้างจาน เหมาะสำหรับการติดตั้งเข้ากับท่อประปาที่ผนังหรือซิงค์เคาท์เตอร์ในครัวเนื่องจากมีวงยาวและสามารถหมุนได้ 360 องศา เพื่อปรับให้มีความเหมาะสมต่อการใช้งาน

### 1.2. ก๊อกประปา (“ก๊อกบอล”)

ก๊อกน้ำประปา หรือ “ก๊อกบอล” เป็นก๊อกน้ำที่เหมาะสมสำหรับการใช้งานภายนอกอาคาร ซึ่งมีวัตถุประสงค์การใช้งานแตกต่างจากก๊อกน้ำสุขภัณฑ์โดยสิ้นเชิง ดังนั้นการออกแบบและวัสดุที่ใช้จึงมีความแตกต่างกัน ตัวเรือนผลิตจากทองเหลืองขึ้นรูปด้วยระบบการปั๊มขึ้นรูป (Forging) โดยนำก้อนทองเหลืองมาเผาไฟให้เกิดการอ่อนตัว แล้วนำไปปั๊มขึ้นรูปตามแบบแม่พิมพ์เพื่อให้ได้รูปร่างตามที่ต้องการ จึงมีความทนทานต่อความดันได้สูงกว่าก๊อกเซรามิคประมาณ 3 เท่า ดังนั้นวาล์วที่ใช้จึงเป็นบอลวาล์วที่ผลิตจากทองเหลืองซึ่งมีความคงทนแข็งแรง ทนต่อความดันสูงได้และจะมีแหวนรองรับลูกบอลที่ผลิตจากเทปลอน เพื่อช่วยป้องกันการรั่วซึมและเพิ่มความนุ่มนวลในการเปิด / ปิด ทั้งนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับคำมั่วจึงต้องมี ความแข็งแรงเพื่อการหมุน

เปิด / ปิด ที่สามารถทนต่อความดันสูง โดยใช้วัสดุสแตนเลส หรืออลูมิเนียมที่มีความทนทานต่อสภาวะสิ่งแวดล้อมภายนอก ไม่ก่อให้เกิดสนิมหรือการกัดกร่อนได้ง่าย

ก๊อกน้ำประปาของบริษัทผ่านการทดสอบคุณภาพสินค้าจากสำนักวิจัยและบริการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี โดยการทดสอบความทนต่อความดันพบว่าสามารถทนต่อความดันได้ถึง 30 กิโลกรัมต่อลูกบาศก์เซนติเมตร และบริษัทรับประกันว่าลิ้นเปิดปิดของผลิตภัณฑ์ 2-5 ปี ขึ้นอยู่กับวัสดุของผลิตภัณฑ์

ก๊อกน้ำประปาจะมีขนาดที่แตกต่างกันออกไปเพื่อใช้ต่อกับท่อที่มีขนาดพอดีกัน โดย ก๊อกน้ำประปาของบริษัทจะมีขนาดมาตรฐาน 2 ขนาดคือ 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 จะหมายถึงมีขนาด  $\frac{1}{2}$  นิ้ว และ  $\frac{3}{4}$  นิ้ว ตามลำดับ) นอกเหนือจากขนาดที่เป็นปัจจัยหลักในการเลือกใช้ก๊อกน้ำประปาแล้ว การคำนึงถึงความเหมาะสมตามแต่ละวัตถุประสงค์การใช้งานก็เป็นปัจจัยที่สำคัญด้วย ซึ่งแต่ละรุ่นจะมีความแตกต่างกันทั้งรูปทรงและดีไซน์

### 1.3.



ก๊อกบอล



ก๊อกบอลด้ามสแตนเลส



ก๊อกบอลกัญแจ้ออก



ก๊อกบอลสนาม



## 2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับประปา

### 2.1 ประตูน้ำ (“วาล์ว” หรือ “บอลวาล์ว”)

ประตูน้ำ (Valve) หรือที่เรียกทับศัพท์กันว่า “วาล์ว” หรือ “บอลวาล์ว” หมายถึงอุปกรณ์ ควบคุมการเปิด/ปิดน้ำ เพื่อให้น้ำไหลผ่าน ลักษณะการทำงานภายในของวาล์วมีระบบการทำงานสำหรับการ เปิด/ปิด ระบบน้ำประปา ซึ่งจะสังเกตได้ว่า ระบบท่อประปามีทั้งขนาดใหญ่ อาทิเช่น ท่อประปาของสระว่ายน้ำ หรือสวนน้ำ ฯลฯ หรือขนาดเล็ก อาทิเช่น ระบบท่อประปาภายในบ้าน หรือท่อประปาแยกจุดต่างๆ ภายใน บ้าน ฯลฯ ซึ่งสรุปได้ว่ามีวัตถุประสงค์หลักในการควบคุมระบบประปาเพื่อใช้เปิด/ปิดได้ตามต้องการแล้วแต่ สถานการณ์ อาทิเช่น การซ่อมแซมก๊อกน้ำภายในบ้านที่ชำรุดการทำงานสะอาดสระน้ำ หรือแม้กระทั่งการ เปิด/ปิดระบบน้ำที่ใช้ในการดับเพลิง เป็นต้น จากตัวอย่างที่กล่าวมาแสดงให้เห็นได้ว่า วาล์วมีหน้าที่ควบคุม การเปิด/ปิดระบบน้ำประปามีความแตกต่างกันด้วยปริมาณน้ำที่มีจำนวนมากหรือน้อย ซึ่งเป็นปัจจัยแปรผันตามต่อความดันที่เกิดขึ้น ฉะนั้นวาล์วจะต้องมีขนาดและความแข็งแรงเพียงพอต่อวัตถุประสงค์ในการใช้งาน ในแต่ละประเภท โดยวาล์วของบริษัทฯ ใช้วัสดุบอลวาล์วทองเหลืองแท้และมีด้ามจับเป็นสแตนเลสหรืออลูมิเนียม เพื่อให้มีความแข็งแรงเหมาะสมกับงานด้านต่างๆ ผ่านการทดสอบคุณภาพจากสำนักวิจัยและบริการวิทยาศาสตร์และ

เทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี โดยวาล์วทุกขนาดมีความทนต่อความดันได้สูงถึง 30 กิโลกรัมต่อลูกบาศก์เซนติเมตร ซึ่งความทนจะมีเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากยิ่งขนาดท่อประปาเล็กความดันก็จะต่ำลง วาล์วมีขนาดตามมาตรฐานตั้งแต่ ¼ นิ้ว จนถึง 4 นิ้ว (ส่วนใหญ่ที่มีขนาดเล็กใช้ สำหรับระบบประปาภายในบ้านจะเรียกว่า “มินิวาล์ว” หรือ “มินิบอลวาล์ว”) มีให้เลือกใช้งานตามความ เหมาะสม และทุกรุ่นทุกขนาดมีการรับประกันวาล์วเปิด/ปิด ระยะเวลาตั้งแต่ 2-5 ปี ขึ้นอยู่กับวัสดุของ ผลิตภัณฑ์



บอลวาล์ว



มินิบอลวาล์ว



มินิบอลวาล์วข้ออ



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 ซึ่งอุปกรณ์ทองเหลืองแต่ละรูปแบบถูกออกแบบมาเพื่อให้เหมาะกับรูปแบบการใช้งานที่แตกต่างกันเพื่อให้งานประปาสำเร็จตามที่ออกแบบไว้ โดยมีตัวอย่างดังนี้



สามทาง



เกลียวใน



ข้อต่อ  
ข้อต่อ



ลดเหลี่ยม  
ลดเหลี่ยม

### 2.3 มาตรวัดน้ำ หรือมิเตอร์น้ำ

มาตรวัดน้ำ หรือ มิเตอร์น้ำ เป็นเครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ใช้ติดตั้งในระบบประปาเพื่อวัดปริมาณการใช้น้ำของระบบประปาที่ต้องการทราบข้อมูลการใช้น้ำ ระบบกลไกพื้นฐานธรรมชาติของมิเตอร์น้ำเป็นระบบเครื่องกล ไม่มีระบบอิเล็กทรอนิกส์ใด ๆ ทั้งนี้เพื่อป้องกันความผิดพลาดอันเกิดจากระบบไฟฟ้า ทำงานขับเคลื่อนโดยใบพัดซึ่งเป็นเหมือนกังหัน เมื่อมีน้ำไหลผ่านก็จะทำให้ใบพัดหมุนตามทิศทาง และปริมาณของน้ำที่ไหลผ่าน จากใบพัดซึ่งติดตั้งไว้กับระบบเพื่อทดต่อไปยังแกนหมุนตัวเลข ตัวเลขที่หน้าปิดจึงขับเคลื่อนโดยปริมาณน้ำที่ไหลผ่านใบพัด ซึ่งหน้าปัทม์ของมาตรวัดน้ำจะมีช่องแสดงตัวเลข ซึ่งมีสองสี **สีแดง** จะมีอยู่สามหลัก เป็นตัวเลขแสดงจำนวนลิตร หลักแรกคือหลักหน่วย หลักที่สองคือหลักสิบ และหลักที่สามคือหลักร้อย เมื่อตัวเลขขึ้นถึง หลักร้อยที่ 999 ลิตร จะทดต่อไปที่ตัวเลขซึ่งมี **สีดำ** หมายถึง จำนวนลูกบาศก์เมตร คือ ใน 1 ลูกบาศก์เมตร เท่ากับ 1,000 ลิตร โดยมีมิเตอร์ทุกเครื่องจะต้องผ่านการทดสอบและรับรองโดยหน่วยงาน ชั่ง ตวง วัด ของกระทรวงพาณิชย์ เพื่อให้แน่ใจว่ามิเตอร์น้ำสามารถวัดปริมาณน้ำได้อย่างเที่ยงตรง

มิเตอร์น้ำของบริษัทตัวเรือนผลิตจาก Thermoplastic Resin ประเภท Acrylonitrile Butadiene Styrene (ABS) เสริมเส้นใยไฟเบอร์ ประกอบด้วยชิ้นส่วน (ซึ่งใช้ในการผลิตกันชนรถยนต์) ทองเหลืองทำให้ไม่เป็นสนิม หน้าปัดผนึกด้วยระบบสุญญากาศจึงแห้งสนิทไม่ก่อให้เกิดฝ้า ผ่านการทดสอบคุณภาพและได้รับการรับรองจากสำนักวิจัยและบริการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ว่าสามารถทนต่อความดันได้ถึง 10 กิโลกรัมต่อลูกบาศก์เซนติเมตร และบริษัทรับประกันการรั่วซึมตลอดอายุการใช้งานเป็นเวลา 3 ปี



หน้าปัทม์มาตรวัดน้ำ

### ภาพตัวอย่างสินค้า



มิเตอร์น้ำ

### 3. กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภัณฑ์

#### 3.1 ฝักบัวอาบน้ำ

ฝักบัว หมายถึง อุปกรณ์ที่ใช้ร่วมกับก๊อกน้ำสำหรับอ่างอาบน้ำ หรือท่อน้ำ เพื่อกระจายน้ำให้เป็นฝอย ใช้สำหรับการอาบน้ำชำระล้างร่างกาย โดยฝักบัวถือเป็นนวัตกรรมที่ช่วยประหยัดน้ำในการอาบน้ำ จากบทความของสำนักนโยบายพลังงานและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน พบว่า การอาบน้ำด้วยฝักบัวประหยัดน้ำ จะใช้น้ำเพียงแค่ครึ่งหนึ่ง คือ เท่ากับ 5 - 7 ลิตรต่อนาที เมื่อเทียบกับการดักน้ำราดหรือการแช่อ่างอาบน้ำ ซึ่งต้องเสียน้ำถึง 10 - 18 ลิตรต่อนาที

ฝักบัวอาบน้ำเป็นผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่ต้องได้รับใบอนุญาตทำหรือนำเข้า ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมประเภท ฝักบัวอาบน้ำ ที่เน้นมาตรฐานคุณภาพเฉพาะด้านสิ่งแวดล้อมเรื่องการประหยัดน้ำ ที่มีพระราชกฤษฎีกากำหนดให้ต้องเป็นไปตามมาตรฐาน (มาตรฐานบังคับ) จากสำนักงาน มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม หรือที่รู้จักในชื่อ มอก. 2066-2552 เป็นมาตรฐานที่สำคัญสำหรับการเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายฝักบัวอาบน้ำที่ได้มาตรฐานในด้านการประหยัดน้ำและความปลอดภัยของผู้บริโภคด้วยสินค้าที่มีคุณภาพ ส่งผลต่อการจำกัดสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพในลักษณะเดียวกับ มอก. 2067-2552 ที่เป็นมาตรฐานสำหรับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมก๊อกน้ำสำหรับสุขภัณฑ์ โดยบริษัทได้รับ ใบอนุญาตดังกล่าวเช่นเดียวกัน

ผลิตภัณฑ์ฝักบัวอาบน้ำของบริษัท สายฝักบัวผลิตจากวัตถุดิบ 2 ประเภท สามารถเลือกใช้งานตามคุณสมบัติที่เหมาะสมต่อวัตถุประสงค์การใช้งาน คือ

1. วัตถุดิบประเภทโลหะ เช่น ทองเหลือง อลูมิเนียม สแตนเลส ฯลฯ มีคุณสมบัติคงทนแข็งแรง เหมาะกับการใช้งานในระยะยาว แต่จะมีน้ำหนักมาก

2. Thermoplastic Resin ประเภท Acrylonitrile Butadiene Styrene) ABS) เสริมเส้นใยไฟเบอร์มีคุณสมบัติแข็งแรง (ซึ่งใช้ผลิตกันชนรถยนต์) แต่น้อยกว่าทองเหลืองที่เป็นวัสดุประเภทโลหะ ข้อดีคือน้ำหนักที่เบาและมีราคาถูก

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 ในห้องสุขา ซึ่งเชื่อมต่อกับท่อประปาโดยมีสายน้ำดีเป็นสายเชื่อมต่อ (ภายหลังจากเสร็จธุระ)มีระบบการทำงานคล้ายฝักบัวอาบน้ำคือ มีวัตถุประสงค้ำให้น้ำกระจายออก แต่สายชำระจะมีข้อแตกต่างคือ มีหัวฉีดใช้ควบคุมการเปิด/ปิดน้ำ และระดับปริมาณ/ความแรงของน้ำที่ออกจากสายชำระ ส่วนใหญ่ความนิยมในการใช้ฝักบัวชำระจะพบในทวีปเอเชียเนื่องจากวัฒนธรรมการทำความสะอาดหลังเสร็จธุระภายในห้องสุขาจะใช้น้ำ ซึ่งแตกต่างจากยุโรปที่ใช้กระดาษชำระ หรือจะพบในหลาย ๆ ประเทศที่น้ำเป็นทรัพยากรที่หาได้ยาก

ผลิตภัณฑ์ฝักบัวชำระของบริษัท สายฝักบัวผลิตจากวัตถุดิบ 2 ประเภท สามารถเลือกใช้งานตามคุณสมบัติที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์การใช้งาน ซึ่งได้แก่ วัตถุดิบประเภทโลหะ เช่น ทองเหลือง อลูมิเนียม สแตนเลส ฯลฯและวัตถุดิบประเภท Thermoplastic Resin ประเภท Acrylonitrile Butadiene Styrene(ABS) โดยวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตจะเป็นวัตถุดิบประเภทเดียวกันกับการผลิตฝักบัวอาบน้ำ

ทั้งนี้ บริษัทรับประกันการรั่วซึมตั้งแต่ 1 - 3 ปี ขึ้นอยู่กับวัสดุของผลิตภัณฑ์

#### ภาพตัวอย่างสินค้า



ชุดฝักบัวชำระแบบโลหะ



ชุดฝักบัวชำระแบบพลาสติก

### 3.3 สายน้ำดี

สายน้ำดี หมายถึง สายที่ใช้เชื่อมต่อระหว่างจุด 2 จุด เพื่อให้ น้ำประปา ไหลผ่าน ทำหน้าที่ (น้ำดี) เช่นเดียวกับท่อประปาส่วนใหญ่จะใช้เชื่อมจากท่อประปาไปยังจุดที่ต้องการ โดยสายน้ำดีจะมีความสะดวกและสามารถเคลื่อนไหวได้แตกต่างจากท่อประปา อาทิเช่น ใช้ติดตั้งร่วมกับฝักบัวอาบน้ำหรือฝักบัวฉีดชำระ ใช้เชื่อมต่อระบบประปาจากท่อน้ำดีไปยังก๊อกอ่างล้างหน้าหรืออ่างล้างจาน เป็นต้น

สายน้ำดีมีหลายแบบ หลายความยาว ผลิตจากวัสดุที่แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่ในส่วนที่เป็นสาย มักจะผลิตจาก Polyvinyl Chloride (PVC) และมีส่วนของหัวต่อเป็นพลาสติก แต่หากเป็นแบบที่มีโลหะหุ้มจะมีการนำโลหะชนิดต่าง ๆ อาทิเช่น ทองเหลือง อลูมิเนียม สแตนเลส ฯลฯ นำมาทำเป็นสายถักหุ้มด้านนอกและหุบนิกเกิลโครเมียมอีกครั้งหนึ่ง เพื่อให้มีลักษณะเป็นมันวาว ทนต่อสารเคมีและรอยขีดข่วน และมีส่วนของหัวต่อเป็นโลหะเช่นเดียวกัน

สายน้ำดีของบริษัทมีหลายแบบ ผลิตจากสแตนเลสคุณภาพสูงหัวน็อตทำจากทองเหลืองแข็งแรงทนทาน ผ่านการทดสอบคุณภาพและได้รับการรับรองจากสำนักวิจัยและบริการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ว่า สามารถทนต่อความดันได้ถึง 50 กิโลกรัมต่อลูกบาศก์เซนติเมตร และทนต่อความร้อนอุณหภูมิสูงสุดถึง 100 องศาเซลเซียส ทั้งนี้ บริษัทรับประกันการรั่วซึมตั้งแต่ - 15 ปี ขึ้นอยู่กับวัสดุของผลิตภัณฑ์

#### ภาพตัวอย่างสินค้า



สายน้ำดีแบบสแตนเลส ความยาว 14 นิ้ว



สายน้ำดีแบบสแตนเลสความยาว 1 เมตร



สายน้ำดีแบบสแตนเลสความยาว 24 นิ้ว

### 3.4 สะดืออ่าง

สะดืออ่าง มักใช้สำหรับอุปกรณ์ระบายน้ำสำหรับอ่างล้างหน้าหรืออ่างอาบน้ำ เพื่อเชื่อมต่อน้ำทิ้งไปยังท่อน้ำทิ้ง โดยทั่วไปจะมี 2 การใช้งานสะดือแต่เมื่อใช้ รูปแบบ คือ แบบจุกยางจะมีสายโซ่ร้อยกับจุกยางไปนาน ๆ จุกยางจะเสื่อมสภาพและขังน้ำได้ไม่ดี ส่วนอีกรูปแบบหนึ่งคือ แบบ Pop Up จะมีกลไกในการเปิด-ปิดง่าย สะดวกในการใช้งาน วัสดุเป็นโลหะทำให้มีความทนทานต่อการใช้งาน แต่จะมีปัญหาเรื่องการอุดตันวนก้านสะดือ ต้องคอยขจัดสิ่งสกปรกเพื่อไม่ให้เกิดการอุดตันของเนื่องจากเศษผงต่าง ๆ จะลงไปจับตัวกันบริเวณท่อน้ำทิ้ง

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

#### ภาพตัวอย่างสินค้า



สะดืออ่างแบบกด รุ่นฝาใหญ่



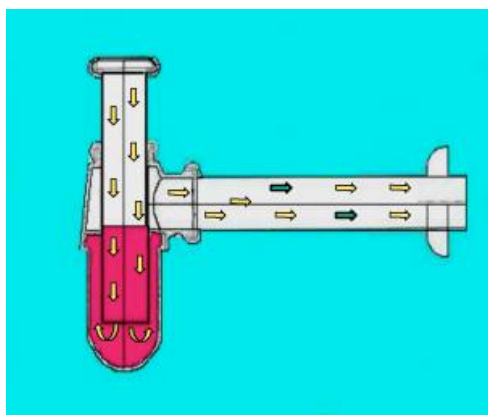
สะดืออ่างแบบกด รุ่นฝาเล็ก

### 3.5 ท่อน้ำทิ้งแบบกันกลิ่น

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

ท่อน้ำทิ้งแบบกันกลิ่นของบริษัทผลิตจากวัสดุประเภทโลหะขึ้นรูปเป็นชิ้นส่วนต่าง ๆ เพื่อให้มั่นใจในความทนแข็งแรง ก่อนประกอบเข้าด้วยกัน ส่วนภายนอกชุบด้วยนิกเกิลโครเมียม เพื่อให้มีลักษณะเป็นมันวาว ทนต่อสารเคมีและรอยขีดข่วน บริษัทรับประกันสินค้าเป็นระยะเวลาตั้งแต่ 2- 5 ปีขึ้นอยู่กับวัสดุของผลิตภัณฑ์

#### ภาพประกอบและภาพตัวอย่างสินค้า



ระบบท่อน้ำทิ้งแบบกันกลิ่น



ท่อน้ำทิ้งทองเหลืองแบบกันกลิ่น



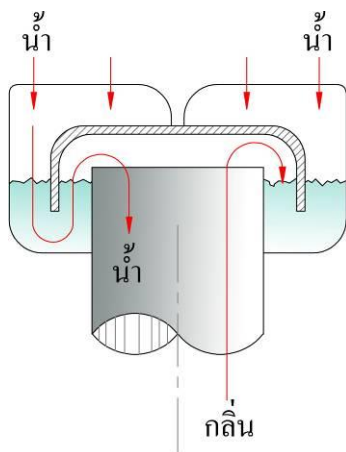
ท่อน้ำทิ้งสแตนเลสแบบกันกลิ่น

### 3.6 ตะแกรงระบายน้ำแบบกันกลิ่น

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

ตะแกรงระบายน้ำแบบก้นกลิ้งหรือท่อน้ำทิ้งแบบก้นกลิ้งของบริษัทผลิตจากวัสดุประเภทโลหะ ขึ้นรูปเป็นชิ้นส่วนต่าง ๆ เพื่อให้มั่นใจในความคงทนแข็งแรง ก่อนประกอบเข้าด้วยกัน ส่วนภายนอกชุบด้วย นิกเกิลโครเมียม เพื่อให้มีลักษณะเป็นมันวาว ทนต่อสารเคมีและรอยขีดข่วน

ภาพประกอบและภาพตัวอย่างสินค้า



ระบบตะแกรงระบายน้ำแบบก้นกลิ้ง

ตะแกรงระบายน้ำแบบก้นกลิ้ง

### 3.7 อุปกรณ์ตกแต่งอื่นๆ

นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์ที่ใช้ประกอบร่วมกับเครื่องสุขภัณฑ์แล้ว ภายในห้องน้ำยังมีอุปกรณ์ ตกแต่งอื่น ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกภายในห้องน้ำอีกด้วย อาทิเช่น กระจกเงา ที่วางของ ราวแขวนผ้า ฯลฯ ซึ่ง ผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้ผ่านการเลือกสรรมาเป็นอย่างดีเพื่อให้ลูกค้าได้ใช้สินค้าที่มีคุณภาพ และเพื่อเป็นการยืนยัน ความพึงพอใจของลูกค้า บริษัทมีการรับประกันสินค้าเป็นระยะเวลา 3 ปี

ภาพตัวอย่างสินค้า



ราวแขวนผ้าแบบคู่



ที่วางสบู่แบบแก้ว



#### 4. กลุ่มผลิตภัณฑ์วัสดุสิ้นเปลือง

##### เทปพันเกลียว

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

##### ภาพประกอบและภาพถ่ายอย่างสินค้า



เทปพันเกลียว

#### 5. ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตตามคำสั่งจ้างผลิต

บริษัทเป็นผู้รับจ้างผลิตชิ้นส่วนซึ่งเป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ก๊อคน้ำ และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ตามคำสั่งจ้างผลิต เนื่องจากบริษัทมีความพร้อมและความเชี่ยวชาญสำหรับการผลิตชิ้นส่วนและการประกอบขึ้นเป็นสินค้าสำเร็จรูปที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ นอกจากนี้ บริษัทยังได้มีการจ้างบุคคลภายนอกผลิตตามคำสั่งจ้างบางส่วน

จากปัจจัยดังกล่าวจึงเป็นที่มาที่ทำให้บริษัทรับงานจากลูกค้าในกลุ่มดังกล่าวที่เข้ามาติดต่อเพื่อจ้างบริษัทผลิตสินค้าให้ตามคำสั่ง โดยปัจจุบันมีลูกค้าประเภทร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) สั่งผลิตสินค้าสำเร็จรูปเพื่อขายภายใต้ตราสินค้าของร้านค้าปลีกสมัยใหม่เองอยู่เป็นประจำอย่างต่อเนื่อง และในช่วงปี 2555 บริษัทก็ได้รับคำสั่งจ้างผลิตชิ้นส่วนก๊อคน้ำจากผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ก๊อคน้ำในประเทศจีน เนื่องจากกระบวนการ

ผลิตที่มีการพัฒนาประสิทธิภาพและแรงงานที่มีความชำนาญภายใต้ต้นทุนแรงงานในระดับที่เหมาะสม ซึ่งทำให้ต้นทุนสินค้ารับจ้างผลิตมีกำไรส่วนเพิ่ม (Gross Margin) ค่อนข้างที่บริษัทจะรับผลิตชิ้นส่วนดังกล่าวเพื่อส่งออกไปยังผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ที่ออกจำหน่ายในประเทศจีน

ภาพตัวอย่างชิ้นส่วนที่บริษัทเป็นผู้ผลิต



ชิ้นส่วนผลิตตามคำสั่งลูกค้า



ชิ้นส่วนผลิตตามคำสั่งลูกค้า

กลุ่ม.2 ผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้า **GOOD YEAR**

บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ (ประเภทช่าง) ภายใต้เครื่องหมายการค้า **GOOD YEAR** ซึ่งได้เริ่มดำเนินการในปี 2558 เป็นการเพิ่มกลุ่มผลิตภัณฑ์ เช่นลูกบิดประตู เครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ

ภาพตัวอย่างสินค้า



คีมช่างไม้ 11"



คีมปากจิ้งจก 8.5"



ไขควงหัว Phillips



ชุดไขควงบล็อก 37 ชิ้น



ค้อนหงอนช่างไม้



ชุดประแจบล็อก 3/8"



ลวดบิดประตู่

### กลุ่ม 3. ผลิตภัณฑ์น้ำมันปาล์มดิบ (CPOA)

บริษัทดำเนินธุรกิจซื้อขายน้ำมันปาล์มดิบเกรด A (Crude Palm Oil Grade A หรือ CPOA) ซึ่ง น้ำมัน CPOA เป็นส่วนประกอบสำคัญในอุตสาหกรรมผลิตน้ำมันไบโอดีเซลและอุตสาหกรรมการผลิตน้ำมันพืชเพื่อการบริโภค

#### ภาพตัวอย่างสินค้า



**น้ำมันปาล์มดิบ Crude Palm Oil A (CPOA)**

## 2.2 การตลาดการแข่งขัน

### ด้านการตลาด

#### 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

บริษัทมีนโยบายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ให้ได้รับผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพการใช้งานได้ดีและมีความคงทนแข็งแรง คำนึงถึงความปลอดภัยของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ โดยจ่ายเงินเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ในราคาที่สมเหตุสมผล ตอบสนองความต้องการด้านการใช้งานผลิตภัณฑ์ก๊อกรุ่นและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ เพื่อให้ลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้รับความพึงพอใจจากการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ ตามสโลแกนที่ว่า “DUSS for better life เพื่อชีวิตที่ดีกว่า”

การจัดหาเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์นั้น บริษัทมีการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์และวิจัยให้ได้ผลลัพธ์ สำหรับการนำไปออกแบบหรือปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัทอย่างสม่ำเสมอ ก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิตหรือการส่งคำสั่งเพื่อจ้างบุคคลภายนอกผลิต บริษัทจะเลือกใช้เทคโนโลยีการผลิตที่มีความทันสมัยจากต่างประเทศ และให้ความสำคัญกับการพัฒนาและรักษาระดับคุณภาพของกระบวนการผลิต โดยในทุก ๆ ขั้นตอนกระบวนการผลิตของบริษัท จะมีการตรวจสอบเพื่อควบคุมคุณภาพในทุก ๆ ขั้นตอน ซึ่งจะเป็นการช่วยลดส่วนสูญเสียที่เกิดขึ้นในระบบการผลิตด้วย ส่วนสินค้าที่บริษัทจ้างบุคคลภายนอกผลิตก็มีระบบควบคุมคุณภาพเช่นกัน โดยบริษัทที่รับจ้างผลิตสินค้าจะรับผิดชอบคุณภาพของสินค้าให้บริษัท รวมทั้งบริษัทมีระบบการสุ่มตรวจสอบคุณภาพสินค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้แน่ใจว่ากระบวนการผลิตของบริษัทที่รับจ้างผลิตสินค้านี้มีคุณภาพเช่นเดียวกัน

บริษัทให้ความสำคัญเกี่ยวกับการควบคุมการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเป็นไปตามที่กำหนด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่มีพระราชกฤษฎีกากำหนดให้ต้องเป็นไปตามมาตรฐาน (มาตรฐานบังคับ) ซึ่งมี 2 ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ได้แก่

- 1) ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ก้อนน้ำสำหรับเครื่องสุขภัณฑ์ เฉพาะด้านสิ่งแวดล้อม : การประหยัดน้ำ (มอก.2067/2552) ที่มีพระราชกฤษฎีกากำหนดให้ต้องเป็นไปตามมาตรฐาน มีขอบข่ายและคุณสมบัติที่ต้องผ่านการทดสอบดังนี้

#### ขอบข่าย :

มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมก้อนน้ำสำหรับเครื่องสุขภัณฑ์ เฉพาะด้านสิ่งแวดล้อม : การประหยัดน้ำ ครอบคลุม ถึง

- 1.1. ก้อนน้ำอ่างล้างชาม ที่ให้ปริมาตรน้ำไหลผ่านได้ไม่เกิน 6.0 ลิตรต่อนาที และไม่น้อยกว่า 0.50 ลิตรต่อนาที ที่ความดัน 0.10 เมกะพาสคัล (1 เมกะพาสคัล เท่ากับ 10.197 กิโลกรัมต่อลูกบาศก์เซนติเมตร)
- 1.2. ก้อนน้ำอ่างล้างหน้า-ล้างมือ ที่ให้ปริมาตรน้ำไหลผ่านได้ไม่เกิน 6.0 ลิตรต่อนาที และไม่น้อยกว่า 0.50 ลิตรต่อนาที ที่ความดัน 0.10 เมกะพาสคัล

- 1.3. ก๊อกน้ำก๊อกน้ำอ่างล้างหน้า-ล้างมือที่ปิดอัตโนมัติให้ปริมาณน้ำต่อครั้งสูงสุดไม่เกิน 0.60 ลิตร และให้ปริมาณน้ำ ต่อครั้งเฉลี่ยไม่เกิน 0.40 ลิตร มีเวลาที่น้ำไหลออกต่อครั้งเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 2 วินาที ที่ความดัน 0.10 เมกะพาสคัล ถึง 0.30 เมกะพาสคัล

คุณสมบัติที่ต้องผ่านการทดสอบ :

- 2.1. มีความทนต่อความดัน 1.5 เมกะพาสคัล มากกว่า 1 นาที โดยที่ก๊อกไม่รั่วซึมหรือเสียหาย
- 2.2. จากการเปิดน้ำ 1 นาที ทำการทดสอบ 3 ครั้ง ในลักษณะเดียวกัน จะต้องมียปริมาณน้ำไม่เกิน 6 ลิตร แต่ไม่น้อยกว่า 0.50 ลิตร และมีความคงที่ โดยแตกต่างกันไม่เกิน 1 ลิตร จากการทดสอบแต่ละครั้ง
- 2.3. จากการทดสอบสมรรถภาพการเปิดและปิดน้ำทันทีโดยเวลาเฉลี่ยต่อครั้งไม่น้อยกว่า 2 วินาที ทำการทดสอบ 3 ครั้ง ในความดันที่แตกต่างกันตามเกณฑ์ที่กำหนด จะต้องมียปริมาณน้ำไม่เกิน 0.60 ลิตร และปริมาณน้ำต่อครั้งเฉลี่ยไม่เกิน 0.40 ลิตร
- 2.4. ไม่มีสิ่งแปลกปลอมปนเปื้อน และมีปริมาณสารเคมีปนเปื้อนไม่เกินเกณฑ์ ตามตารางดังนี้

| โลหะ     | ปริมาณสูงสุด (มิลลิกรัมต่อลิตร) |
|----------|---------------------------------|
| แคดเมียม | 0.001                           |
| ตะกั่ว   | 0.007                           |
| สังกะสี  | 0.97                            |

- 2.5. สามารถใช้งานเปิด/ปิด ได้จำนวน 100,000 รอบ โดยไม่รั่วซึม

- 2) ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ฝักบัวอาบน้ำ เฉพาะด้านสิ่งแวดล้อม : การประหยัดน้ำ (มอก. 2066/2552) ที่มีพระราชกฤษฎีกากำหนดให้ต้องเป็นไปตามมาตรฐาน มีขอบข่ายและคุณสมบัติที่ต้องผ่านการทดสอบดังนี้

ขอบข่าย :



มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมฝักบัวอาบน้ำ เฉพาะด้านสิ่งแวดล้อม : การประหยัดน้ำ กำหนดให้ครอบคลุมฝักบัวที่ใช้ร่วมกับก๊อกน้ำสำหรับอ่างอาบน้ำ ก๊อกน้ำสำหรับฝักบัวอาบน้ำ หรือเครื่องทำน้ำร้อนไฟฟ้า น้ำผ่านร้อนทันที (Instantaneous water heater) โดย

- 1.1. ฝักบัวแบบสายอ่อน (Handshower) ต้องให้ปริมาณน้ำไหลผ่านได้ไม่เกิน 8.0 ลิตรต่อนาที และไม่น้อยกว่า 0.50 ลิตรต่อนาที ที่ความดัน 0.10 เมกะพาสคัล (1 เมกะพาสคัล เท่ากับ 10.197 กิโลกรัมต่อลูกบาศก์เซนติเมตร)
- 1.2. ฝักบัวอาบน้ำแบบก้านแข็ง (Showerhead หรือ Fixed Shower) ต้องให้ปริมาณน้ำไหลผ่านได้ไม่เกิน 9.0 ลิตรต่อนาที และไม่น้อยกว่า 0.50 ลิตรต่อนาที ที่ความดัน 0.10 เมกะพาสคัล

คุณสมบัติที่ต้องผ่านการทดสอบ :

- 2.1. ขนาดระบุเกลียวและความยาวเกลียวของหัวฝักบัว หัวต่อสายฝักบัวและก้านฝักบัว ต้องมีขนาดเกลียวและความยาวเกลียวเป็นไปตามที่กำหนดในแต่ละรุ่น และสายฝักบัวต้องมีความยาวไม่น้อยกว่า 1,200 มิลลิเมตร
- 2.2. จากการเปิดน้ำ 1 นาที เพื่อทดสอบการรั่วซึม จะต้องทนต่อความดันได้ตามละเอียดแต่ละประเภท ดังนี้
  - ฝักบัวไม่มีที่เปิด/ปิดน้ำ จะต้องมีความทนต่อความดัน 3 เมกะพาสคัล มากกว่า 1 นาที โดยที่ก๊อกไม่รั่วซึมหรือเสียหาย
  - ฝักบัวมีที่เปิด/ปิดน้ำ จะต้องมีความทนต่อความดัน 1 เมกะพาสคัล มากกว่า 1 นาที โดยที่ก๊อกไม่รั่วซึมหรือเสียหาย
- 2.3. จากการเปิดน้ำ 1 นาที ทำการทดสอบ 3 ครั้ง ในลักษณะเดียวกัน จะต้องมีความดันน้ำอยู่ในระดับที่กำหนดโดยมีรายละเอียด ดังนี้
  - ฝักบัวสายอ่อนจะต้องมีปริมาณน้ำไม่เกิน 0.80 ลิตร แต่ไม่น้อยกว่า 0.50 ลิตร และปริมาณน้ำในแต่ละครั้งจะต้องแตกต่างกันไม่เกิน 0.50 ลิตร
  - ฝักบัวก้านแข็งจะต้องมีปริมาณน้ำไม่เกิน 0.90 ลิตร แต่ไม่น้อยกว่า 0.50 ลิตร และปริมาณน้ำในแต่ละครั้งจะต้องแตกต่างกันไม่เกิน 0.50 ลิตร
- 2.4. ทดสอบความทนทานการหมุนของหัวฝักบัวแบบก้านแข็งเฉพาะหัวฝักบัวปรับมุมได้ (Swivel) ขณะที่มีการไหลผ่านปกติ จำนวน 10,000 รอบ ได้โดยไม่รั่วซึม

ทั้งนี้ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีคุณภาพได้อย่างสม่ำเสมอตามมาตรฐานที่สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมกำหนดนั้น บริษัทมีการสุ่มทดสอบการร่วซึมและความทนทานในการเปิด/ปิด จำนวน 300,000 ครั้ง ของสินค้าในทุก ๆ ล็อตที่บริษัทเป็นผู้ผลิต เพื่อให้แน่ใจว่า ผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีคุณภาพ ซึ่งนอกเหนือจากผลิตภัณฑ์ที่มีพระราชกฤษฎีกากำหนดให้ต้องเป็นไปตามมาตรฐานแล้วนั้น ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ บางส่วนของบริษัทยังผ่านการทดสอบคุณภาพด้านการใช้งาน อาทิ ความทนต่อความดัน ความทนต่อความร้อน ฯลฯ และได้รับการรับรองจากสำนักวิจัยและบริการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี รวมทั้งในขั้นตอนการผลิตจะมีการสุ่มตรวจสอบเช่นเดียวกันกับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่มีพระราชกฤษฎีกากำหนดให้ต้องเป็นไปตามมาตรฐาน (มาตรฐานบังคับ) โดยวิธีต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับแต่ละประเภทผลิตภัณฑ์ด้วย

ดังนั้น จึงเป็นที่มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัททุก ๆ ประเภท จะมีคุณภาพและผ่านการตรวจสอบแล้วทุกชิ้น อีกทั้งบริษัทยังมีการรับประกันสินค้าต่าง ๆ โดยมีระยะเวลาขึ้นอยู่กับปัจจัยในแต่ละผลิตภัณฑ์และวัสดุที่ใช้ในการผลิตที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งการรับประกันสินค้าจะต้องเป็นไปตามเงื่อนไขที่บริษัทกำหนด โดยมีรายละเอียดเงื่อนไขการรับประกัน ดังนี้

#### เงื่อนไขการรับประกัน

- 1) บริษัทจะรับประกันผลิตภัณฑ์จากข้อผิดพลาดด้านการผลิต อันส่งผลต่อการใช้งานปกติ
- 2) การรับประกัน ครอบคลุมเฉพาะปัญหาที่เกิดจากสภาพการใช้งานปกติเท่านั้น การรับประกันจะถือเป็นโมฆะในกรณี ดังต่อไปนี้
  - ความเสียหาย อันเกิดจากการติดตั้งที่ไม่ถูกวิธี
  - การขาดความรู้ ความชำนาญในการติดตั้ง
  - การดัดแปลงใช้งานที่ไม่ถูกวิธี ไม่ปฏิบัติตาม คู่มือแนะนำการติดตั้ง
  - ขาดการดูแลรักษา การสุกร่อน ที่เกิดจากสารเคมี
  - ความเสียหายที่เกิดจากการขนส่ง
- 3) การพิจารณาการรับประกันจะดูจากใบรับประกัน ใบเสร็จรับเงินหรือหลักฐานอื่น ๆ โดยนับจากวันที่ซื้อขายเป็นสำคัญ และตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทมีปัญหการขอคืนสินค้าในอัตราที่ต่ำมาก โดยปัญหาส่วนใหญ่ไม่ได้เกิดจากการร่วซึม แต่เกิดจากปัญหาในระหว่างติดตั้งที่เกิดขึ้นโดยกลุ่มลูกค้าเองเป็นส่วนใหญ่ซึ่งไม่อยู่ในเงื่อนไขการรับประกันสินค้า

ซึ่งที่ผ่านมาทางบริษัทได้รับการติดต่อจากลูกค้าเพื่อขอคืนสินค้าคิดเป็นจำนวนและมูลค่าที่น้อยมาก ซึ่งคำนวณสัดส่วนเทียบกับยอดขายแล้วถือว่าไม่มีนัยสำคัญ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของบริษัททุกชิ้นผ่านการตรวจสอบคุณภาพตามที่ได้กล่าวไป และส่วนของความเสียหายอันเกิดจากการขนส่งนั้น บริษัทมีการบริการขนส่งสินค้าให้กับลูกค้าภายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สำหรับลูกค้าต่างจังหวัดบริษัทจะส่งมอบให้แก่บริษัทขนส่งซึ่งทางลูกค้าของบริษัทจะเป็นผู้ดำเนินการจัดหาเองเพื่อขนส่งไปยังจังหวัดที่ลูกค้าต้องการต่อไป ทั้งนี้ ที่ผ่านมามีไม่เคยเกิดกรณีความเสียหายต่อสินค้าจากการขนส่ง แต่อาจมีความเสียหายเล็กน้อยต่อบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่องหรือลังที่ใช้การขนส่งสินค้านั้น

นอกจากนี้บริษัทยังให้ความสำคัญต่อการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง โดยการติดตามข่าวสารและข้อมูล และกระแสนิยมของตลาดในขณะนั้น ๆ เพื่อให้มีความหลากหลายทั้งในด้านรูปแบบและประโยชน์การใช้สอย สามารถตอบสนองทุกความต้องการใช้งานของลูกค้าได้ทุกรูปแบบและทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น ซึ่งจะช่วยให้บริษัทมีรายได้จากการขายและส่วนแบ่งทางการตลาดที่มั่นคงและมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องในอนาคต

ในส่วนของผลิตภัณฑ์เครื่องมือเครื่องใช้ (ประเภทช่าง) ภายใต้เครื่องหมายการค้า **GOODYEAR** บริษัทมุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งการวางจุดจำหน่ายเริ่มกว้างขวางมากขึ้น ความเข้มแข็งของเครื่องหมายการค้า ตลอดจนคุณภาพ ขณะเดียวกันบริษัทฯ ได้เพิ่มสายผลิตภัณฑ์ เช่น ลูกบิดประตู ในช่วงปลายปี 2558 ที่ผ่านมา โดยคาดว่าจะได้รับการตอบรับจากผู้บริโภค และนำมาซึ่งยอดขายที่เติบโตอย่างต่อเนื่องได้ในอนาคต

## 2) ด้านการกำหนดราคาขาย (Price)

บริษัทกำหนดตำแหน่งทางการตลาดในกลุ่มผลิตภัณฑ์ก๊อกร้านและอุปกรณ์ประกอบเครื่องสุขภัณฑ์ของบริษัทไว้ในระดับกลาง สำหรับเครื่องมือเครื่องใช้ (ประเภทช่าง) ภายใต้เครื่องหมายการค้า **GOODYEAR** มุ่งเน้นระดับกลางและระดับบน โดยเน้นคุณภาพของสินค้าที่ดีและกำหนดราคาให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าที่มีคุณภาพ ตามสโลแกน “**DUSS for better life**” โดยมีนโยบายการกำหนดราคาสินค้าแบบบวกกำไรที่ต้องการ (Cost - Plus Pricing) โดยคำนวณราคาจาก “ต้นทุนขาย บวก กำไรที่ต้องการ” ซึ่งสามารถแยกที่มาของต้นทุนขายได้ 3 ประเภท คือ

### 1) สินค้าที่บริษัทผลิต ต้นทุนขาย คือ “ต้นทุนวัตถุดิบ + ค่าแรงงาน + ค่าใช้จ่ายในการผลิต”

2) สินค้าที่บริษัทจ้างบุคคลภายนอกผลิต ต้นทุนขาย คือ “ต้นทุนสินค้าที่จ้างบุคคลภายนอกผลิตรวมค่าใช้จ่ายในการขนส่ง”

3) สินค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่าย ต้นทุนขาย คือ “ต้นทุนผลิตภัณฑ์ + ค่าใช้จ่ายในการนำเข้า”

ทั้งนี้ การกำหนดราคาสินค้าบางประเภทอาจกำหนดกำไรที่ต้องการ (Margin) ได้น้อยกว่าที่กำหนดไว้ขึ้นอยู่กับปัจจัยการแข่งขันในตลาด ซึ่งอาจมีการเปลี่ยนแปลงและเคลื่อนไหวไปตามสถานการณ์ แต่อย่างไรก็ตามบริษัทมีการวิจัยและวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันตลอดเวลา และใช้เครื่องมือการส่งเสริมการขาย (Promotion) หรือการให้ส่วนลดทางการค้า (Trade Discount) เพื่อสร้างแรงจูงใจแก่ลูกค้าในช่วงที่มีการแข่งขันสูง ซึ่งเป็นผลให้การกำหนดกำไรส่วนเพิ่มลดลง

### 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ผลิตภัณฑ์ก๊อคน้ำและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ และ เครื่องมือเครื่องใช้ (ประเภทช่าง) ภายใต้เครื่องหมายการค้า **GOOD YEAR** ถือเป็นวัสดุก่อสร้างประเภทหนึ่งซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มวัสดุก่อสร้างและวัสดุตกแต่งที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านค้าวัสดุก่อสร้างและวัสดุตกแต่งภายในบ้านโดยเฉพาะ หรือจากแผนกวัสดุก่อสร้างและวัสดุตกแต่งภายในบ้านภายในร้านค้าปลีกสมัยใหม่หรือห้างสรรพสินค้า ดังนั้นจึงเป็นปกติธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ก๊อคน้ำและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ ตลอดจนเครื่องมือเครื่องใช้ (ประเภทช่าง) ภายใต้เครื่องหมายการค้า **GOOD YEAR** ที่มีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านร้านค้าหรือคนกลางในการกระจายสินค้าเพื่อกระจายสินค้าสู่ผู้บริโภคต่อไป ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทคือ ร้านค้าหรือคนกลางในการกระจายสินค้า โดยสามารถแบ่งกลุ่มลูกค้าตามรูปแบบธุรกิจและวิธีการในการสั่งซื้อสินค้า รวมทั้งมูลค่าการสั่งซื้อ ได้ดังนี้

#### 1) กลุ่มร้านค้าตัวแทนจำหน่าย (Agent) และร้านค้าส่ง (Dealer)

ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย และร้านค้าส่งถูกจัดรวมอยู่ในกลุ่มเดียวกัน เนื่องจากมีแนวทางการประกอบธุรกิจที่คล้ายคลึงกัน คือ ร้านค้าในกลุ่มนี้จะดำเนินการซื้อสินค้าจากบริษัทในปริมาณมากเพื่อนำไปจำหน่ายต่อให้กับร้านค้าปลีกรายย่อยหรือลูกค้ารายย่อยประเภทอื่น ๆ ด้วยปริมาณการซื้อสินค้าจำนวนมากทำให้มีอำนาจต่อรองทางการค้าส่งผลให้ได้รับราคาหรือเงื่อนไขทางการค้าที่ดี เช่นเดียวกันทางบริษัทจะได้รับประโยชน์จากการจำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้ากลุ่มนี้ เนื่องจากสามารถจำหน่ายสินค้าได้ในปริมาณมากและร้านค้าในกลุ่มนี้มีช่องทางการกระจายสินค้ามาก ทำให้ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่ห่างไกลออกไปในแต่ละภูมิภาคสามารถหาซื้อสินค้านี้ได้ง่ายขึ้น หรือกล่าวได้ว่า “บริษัทสามารถกระจายสินค้าถึงผู้บริโภคได้อย่างครอบคลุมทุกพื้นที่รวมถึงพื้นที่ที่อยู่ไกลออกไปในแต่ละภูมิภาค ผ่านกลุ่มร้านค้าตัวแทนจำหน่ายและร้านค้าส่ง” นั่นเอง

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

ร้านค้าปลีกสมัยใหม่และห้างสรรพสินค้ามีลักษณะการประกอบธุรกิจที่คล้ายคลึงกันคือ มีสถานที่ขนาดใหญ่ในการจัดแสดงสินค้าเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าได้ตามความต้องการและมีการขยายสาขาอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในทุก ๆ พื้นที่ ขึ้นอยู่กับปริมาณความต้องการและกำลังซื้อของผู้บริโภคที่เป็นแรงจูงใจให้ร้านค้าปลีกสมัยใหม่และห้างสรรพสินค้าตัดสินใจขยายสาขาไปในพื้นที่ต่าง ๆ นั้นเอง ซึ่งร้านค้าปลีกสมัยใหม่และห้างสรรพสินค้าจะมีความแตกต่างกันเล็กน้อย โดยร้านค้าปลีกสมัยใหม่จะมีความเฉพาะเจาะจงในการขายสินค้ามากกว่าห้างสรรพสินค้าที่มีสินค้าและบริการ รวมไปถึงกิจกรรมและความบันเทิงต่าง ๆ อยู่รวมกันในพื้นที่เดียวกัน ส่งผลให้แนวโน้มการขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่จึงมีมากกว่าห้างสรรพสินค้าเนื่องจากห้างสรรพสินค้าต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก โดยที่ความต้องการสินค้าและบริการที่หลากหลายของผู้บริโภคมีน้อยกว่าความต้องการสินค้าที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวัน

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

## 3) กลุ่มร้านค้าปลีกย่อย (Retailer) และลูกค้ารายย่อยอื่น ๆ (Customer)

ลูกค้าในกลุ่มนี้มีหลายประเภท ส่วนใหญ่มีลักษณะในการซื้อสินค้าเหมือนกัน จะซื้อในปริมาณไม่มาก ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าที่แตกต่างกัน สามารถจำแนกได้คร่าว ๆ ดังนี้

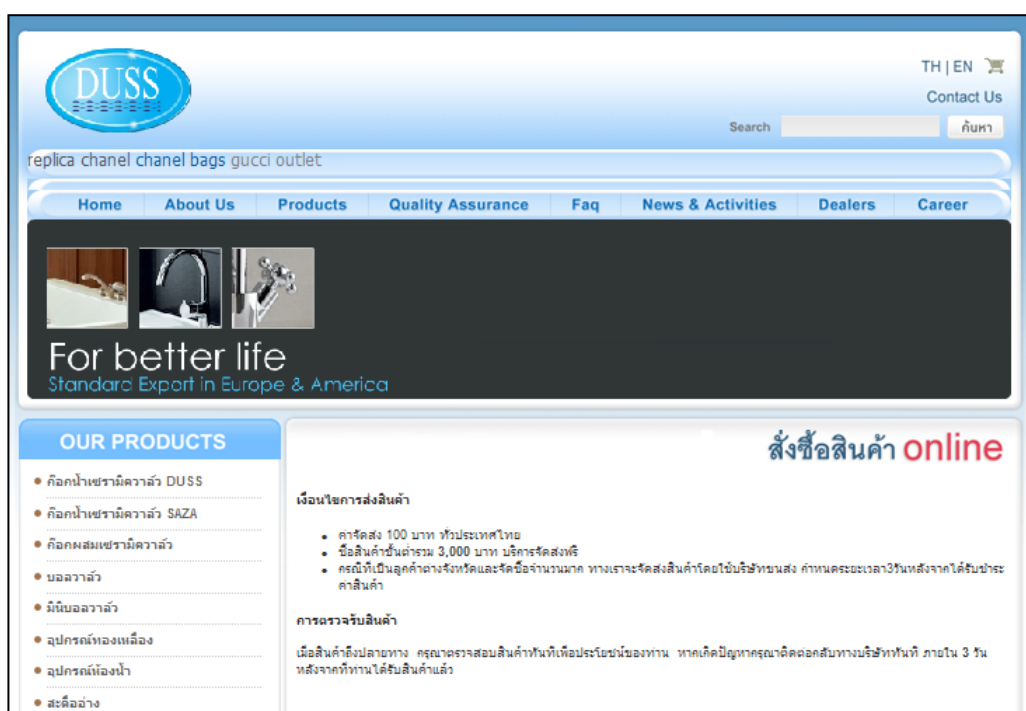
- ร้านค้าปลีกย่อย ซื้อสินค้าเพื่อนำไปจำหน่ายต่อให้แก่ผู้บริโภค
- บริษัทเอกชน ที่สั่งซื้อสินค้าจากบริษัทเพื่อนำไปเป็นส่วนประกอบหนึ่งของชุดสินค้าที่ใช้งานร่วมกัน
- ผู้พัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ ซื้อสินค้าเพื่อนำไปใช้เป็นอุปกรณ์ติดตั้งและตกแต่ง ภายในห้องน้ำและห้องครัว
- ผู้บริโภครายย่อยทั่วไป สามารถซื้อสินค้าของบริษัทผ่านช่องทางเว็บไซต์ของบริษัทเพื่อนำไปติดตั้งและตกแต่ง ภายในห้องน้ำและห้องครัว

ทั้งนี้ ลูกค้ากลุ่มนี้มีความสำคัญต่อบริษัท ในด้านการยอมรับและเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าของบริษัท ซึ่งก่อให้เกิดชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้บริโภคเนื่องจากได้ทดลองใช้สินค้าจริงก่อให้เกิดความต้องการซื้อสินค้าในช่องทางการจัดจำหน่ายอื่น ๆ เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

#### 4) กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ

บริษัทได้เริ่มขยายตลาดเพื่อส่งออกสินค้าไปจำหน่ายยังประเทศเพื่อนบ้านในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อาทิ ประเทศลาว เวียดนาม พม่า เป็นต้น แต่ทั้งนี้ นอกจากนี้ในปี 2559 บริษัทเริ่มได้ขยายตลาดเพื่อส่งออกสินค้าไปยังประเทศ ซาอุดีอาระเบีย และ มัลดีฟส์ นอกจากนี้บริษัทให้ยังความสำคัญต่อการพัฒนา รูปแบบการจัดจำหน่ายสินค้าและการให้บริการด้านการจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่ออำนวยความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้าจากทางบริษัท และเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อสร้างการเติบโตอย่างต่อเนื่องของรายได้จากการขายสินค้าของบริษัท ทางบริษัทจึงให้ความสำคัญต่อการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าให้กับบริษัทอีกช่องทางหนึ่ง รวมถึงช่วยอำนวยความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้าสำหรับกลุ่มลูกค้ารายย่อยสมัยใหม่ ที่มีความคล่องตัวต่อการใช้งานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ผ่านการให้บริการจัดจำหน่ายสินค้าทางหน้าเว็บไซต์ของบริษัท ซึ่งนอกจากจะสร้างความพึงพอใจ ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้าแล้ว ยังเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่สำคัญของบริษัท โดยคาดการณ์ว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านทางหน้าเว็บไซต์นี้ จะค่อย ๆ เติบโตอย่างต่อเนื่องต่อไปในอนาคต ตามพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ปัจจุบันมีแนวโน้มจะให้ความสำคัญต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น

ภาพจากหน้าเว็บไซต์ [www.dussthai.com](http://www.dussthai.com) ในส่วนของการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์



โดยมีรายละเอียดที่สำคัญในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ดังนี้



### ขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้า

- ขั้นตอนของผู้สั่งซื้อ

1. สำหรับลูกค้าที่ยังไม่เคยสมัครสมาชิกจะต้องทำการสมัครสมาชิกก่อนโดยจะมีการตั้งชื่อผู้ใช้งาน (Username) และตั้งรหัสผ่าน (Password)
2. กรอกข้อมูลส่วนตัวที่สำคัญเกี่ยวกับ ชื่อ-นามสกุล เบอร์โทรศัพท์ อีเมล และที่อยู่ หลังจากนั้นกดส่งข้อมูลเพื่อเป็นฐานข้อมูลลูกค้าสำหรับบริษัท
3. เมื่อลูกค้าได้รับอีเมลแจ้งเตือนการเป็นสมาชิกแล้ว ลูกค้าสามารถเข้าสู่ระบบที่หน้าเว็บไซต์ จากนั้นเลือกสินค้าที่ต้องการ
4. กรอกจำนวนสินค้าตามที่ต้องการแล้วกดปุ่ม Add to Cart เพื่อดำเนินการในขั้นตอนต่อไป
5. หลังจากที่ได้เลือกสินค้าและกรอกจำนวนสินค้าแล้ว จะมีหน้าสรุปรายการสั่งซื้อซึ่งลูกค้าสามารถเปลี่ยนแปลงรายการสินค้าและจำนวนสินค้าตามที่ต้องการได้
6. กรอกข้อมูลเกี่ยวกับการจัดส่งสินค้า หลังจากนั้นกดส่งข้อมูล
7. ขั้นตอนสุดท้าย คือ การชำระค่าสินค้า เมื่อทางผู้ทำรายการชำระค่าสินค้า โดยโอนเงินผ่านทางธนาคารเรียบร้อยแล้ว ผู้ทำรายการจะต้องดำเนินการสแกนสลิปโอนเงิน แล้วทำการแนบไฟล์ เพื่อแจ้งเป็นหลักฐานการชำระเงิน หลังจากนั้นทางบริษัทจะตรวจสอบเอกสารและดำเนินการจัดส่งสินค้าให้กับผู้ทำรายการต่อไป โดยผู้ทำรายการสามารถตรวจสอบสถานะการจัดส่งสินค้าได้ในประวัติการสั่งซื้อสินค้า

- ขั้นตอนของบริษัท

1. สำหรับลูกค้าใหม่ บริษัทจะตรวจสอบข้อมูลการสมัครสมาชิกที่ลูกค้ากรอกว่าครบถ้วนหรือไม่ ก่อนที่จะมีการส่งอีเมลแจ้งเตือนการเป็นสมาชิก
2. คำสั่งซื้อจะถูกส่งไปยังศูนย์ข้อมูลของบริษัท และทางบริษัทจะตรวจสอบประวัติการสั่งซื้อสินค้าของผู้ทำรายการ
3. หลังจากที่ได้รับหลักฐานการชำระเงินจากลูกค้าแล้ว ทางบริษัทจะตรวจสอบเอกสารและดำเนินการจัดส่งสินค้าให้กับผู้ทำรายการต่อไป โดยสินค้าจะถูกจัดส่งจัดส่งภายใน 3 วันหลังจากวันที่ได้รับคำสั่งซื้อ

### เงื่อนไขการส่งสินค้า

- ค่าจัดส่ง 100 บาท ทั่วประเทศไทย
- ในกรณีที่ซื้อสินค้าชิ้นต่ำรวม 3,000 บาท จะบริการจัดส่งฟรี
- กรณีที่เป็นลูกค้าต่างจังหวัดและสั่งซื้อจำนวนมาก ทางบริษัทจะจัดส่งสินค้าโดยใช้บริษัทขนส่ง กำหนดระยะเวลา 3 วัน หลังจากได้รับชำระค่าสินค้า

### การตรวจรับสินค้า

เมื่อทางลูกค้าได้รับสินค้าและตรวจสอบสินค้าเรียบร้อยแล้ว หากเกิดปัญหาใด ๆ ให้ทางลูกค้าแจ้งกลับทางบริษัท ภายใน 3 วันหลังจากที่ลูกค้าได้รับสินค้าแล้ว

### เงื่อนไขการรับประกันสินค้า

1. บริษัทจะรับประกันผลิตภัณฑ์ จากข้อผิดพลาดด้านการผลิต อันส่งผลต่อการใช้งานผิดปกติ
2. การรับประกัน จะครอบคลุมเฉพาะปัญหาที่เกิดจากสภาพการใช้งานปกติเท่านั้น การรับประกันจะถือเป็นโมฆะในกรณี
  - ความเสียหายอันเกิดจากการติดตั้งที่ไม่ถูกวิธี
  - การขาดความรู้ ความชำนาญในการติดตั้ง
  - การดัดแปลงใช้งานที่ไม่ถูกวิธี ไม่ปฏิบัติตามคู่มือแนะนำการติดตั้ง
  - ขาดการดูแลรักษา การสุก ร่อน ที่เกิดจากสารเคมี
  - ความเสียหายที่เกิดจากการขนส่ง
3. การรับประกันจะพิจารณาจากใบรับประกัน ใบเสร็จรับเงิน หรือหลักฐานอื่น ๆ โดยนับจากวันที่ซื้อขายเป็นสำคัญ

ที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันบริษัทมีการศึกษาและทำการตลาดร่วมกับกลุ่มลูกค้าทุกกลุ่มของบริษัท ก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับร้านค้าหรือคนกลางในการกระจายสินค้า โดยบริษัทมีนโยบายให้ทีมงานทางการตลาดแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในการดูแลลูกค้าแต่ละกลุ่มอย่างชัดเจน ซึ่งเจ้าหน้าที่ของบริษัทจะคอยดูแลและประสานงานกับลูกค้าเพื่อรวบรวมข้อมูลความเคลื่อนไหวในการแข่งขันและความต้องการของผู้บริโภคในตลาดมาวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของตลาดผลิตภัณฑ์ก๊อกร้านและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ในอนาคต

#### 4) นโยบายด้านการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์

ที่ผ่านมาบริษัทให้ความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของบริษัทผ่านสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์และวิทยุ รวมไปถึงสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย แต่ปัจจุบันได้ลดการประชาสัมพันธ์ในด้านดังกล่าวลง แต่ยังคงมีการประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายโฆษณาต่าง ๆ เนื่องจากบริษัทได้พิจารณาผลจากนโยบายด้านการส่งเสริมการขายและการทำประชาสัมพันธ์และปรับแผนนโยบายดังกล่าว โดยมุ่งเน้นการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขายเพื่อจูงใจกลุ่มลูกค้าประเภทร้านค้าหรือคนกลางในการกระจายสินค้าและสนับสนุนกิจกรรมและงานทางด้านสังคมเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ในทางอ้อม โดย

สามารถสรุปนโยบายการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ ตัวอย่างกิจกรรมต่าง ๆ และช่องทางการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ได้ดังนี้

- บริษัทมีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท [www.dussthai.com](http://www.dussthai.com) เพื่อเป็นช่องทางช่วยให้ลูกค้าทุกประเภท รวมไปถึงผู้บริโภค สามารถเข้าถึงข้อมูลและทำความรู้จักบริษัทและผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจำหน่าย ทั้งยังเป็นช่องทางให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ได้ด้วย
- บริษัทมีการทำประชาสัมพันธ์ผ่านทางป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศเพื่อให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคในทุก ๆ ภูมิภาค
- บริษัทมีการทำประชาสัมพันธ์ผ่านทางแผ่นพับและโบชัวร์ โดยแจกให้กับลูกค้า และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- บริษัทให้ความสำคัญต่อการให้การสนับสนุนกิจกรรมและงานทางด้านสังคม อาทิเช่น การบริจาคก้อนน้ำแก่โรงเรียนในสังกัดของกระทรวงศึกษาธิการ ร่วมสมทบมอบทุนการศึกษาให้นักศึกษาปริญญาตรีร่วมกับมหาวิทยาลัยในประเทศไทย การมอบเงินช่วยเหลือและการร่วมงานจำหน่ายสินค้าราคาทุนเพื่อผู้ประสบภัยน้ำท่วม ฯลฯ
- การออกเยี่ยมร้านค้าและแจกของที่ระลึกให้กับลูกค้ากลุ่มร้านค้าหรือคนกลางในการกระจายสินค้าตามแต่ละภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศ
- การทำรายการส่งเสริมการขาย หรือจัดรายการส่วนลดทางการค้าเป็นพิเศษในช่วงเวลาหนึ่ง ให้กับลูกค้ากลุ่มร้านค้าหรือคนกลางในการกระจายสินค้า

### กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทในปัจจุบัน คือ กลุ่มร้านค้าหรือคนกลางในการกระจายสินค้าและผู้บริโภคภายในประเทศไทย ผู้บริหารจึงมีความเห็นว่าบริษัทควรกำหนดภาพลักษณ์ให้เหมาะสมแก่กลุ่มลูกค้าทุกระดับทั้งระดับบนและระดับล่าง โดยใช้ตราสินค้าต่าง ๆ ของบริษัท สื่อสารให้กลุ่มลูกค้าเข้าใจถึงผลิตภัณฑ์และคุณภาพที่จะได้รับจากการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ในแต่ละตราสินค้า รวมทั้งการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าที่แตกต่างกันของบริษัท สามารถสรุปข้อมูลสำหรับตราสินค้าต่าง ๆ ของบริษัทได้ ดังนี้

| ตราสินค้า | ภาพตราสินค้า  | ภาพลักษณะตรา<br>สินค้า  | ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า  |
|-----------|---|---|---|
| DUSS      |    | ดี – ดีมาก  | ผลิตภัณฑ์ก๊อกร้า ผลิตภัณฑ์<br>ที่เกี่ยวข้องกับประปาและ<br>สุขภัณฑ์ และวัสดุสิ้นเปลือง |
| 3P        |    | ค่อนข้างดี  | ผลิตภัณฑ์ก๊อกร้า  |
| Bay       |    | ค่อนข้างดี  | ผลิตภัณฑ์ก๊อกร้า  |
| Bay-Tex   |   | ค่อนข้างดี  | วัสดุสิ้นเปลือง   |
| Feed      |  | พอใช้   | ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับ<br>สุขภัณฑ์ และวัสดุสิ้นเปลือง                              |
| Union     |  | ค่อนข้างดี  | อุปกรณ์ตกแต่งอื่น ๆ   |
| Icon      |  | สำหรับสินค้าที่<br>จำหน่ายในร้านค้า<br>ปลีกสมัยใหม่<br>(Modern Trade) | ผลิตภัณฑ์ก๊อกร้า ผลิตภัณฑ์<br>ที่เกี่ยวข้องกับประปาและ<br>สุขภัณฑ์ และวัสดุสิ้นเปลือง |
| Good Year |  | ดี – ดีมาก  | ผลิตภัณฑ์เครื่องมือเครื่องใช้   |

ด้วยวิสัยทัศน์ของผู้บริหารที่เล็งเห็นโอกาส บริษัทจึงได้เริ่มทำการตลาดขยายไปสู่ฐานลูกค้าใหม่ โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในประเทศแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่มีลักษณะความต้องการสินค้าที่ใกล้เคียงกัน เนื่องด้วย

ลักษณะภูมิประเทศและการดำรงชีวิตของประชากรที่คล้ายคลึงกัน แต่ทั้งนี้ในบางประเทศยังถือเป็นประเทศกำลังพัฒนาทำให้กลุ่มลูกค้าในประเทศเหล่านี้ยังมีกำลังซื้อไม่สูงมากนัก ประกอบกับไม่มีผู้ประกอบการรายใหญ่ในธุรกิจผลิตภัณฑ์ก๊อกร้านและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ดำเนินธุรกิจในประเทศดังกล่าว ส่งผลให้มีโอกาสที่ส่วนแบ่งทางการตลาดจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากการขยายตลาดไปในประเทศดังกล่าว ซึ่งเป็นส่วนแบ่งทางการตลาดที่ยังไม่มีผู้ยึดครองอย่างเป็นรูปธรรม ทางบริษัทจึงได้วางแผนที่จะเริ่มต้นการขยายตลาดจากประเทศเพื่อนบ้านในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ก่อน ได้แก่ ประเทศลาว และประเทศกัมพูชา อันสอดคล้องกับแนวโน้มการเติบโตและโอกาสที่จะเกิดขึ้นจากการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) โดยมีข้อได้เปรียบจากการระบุว่า สินค้าผลิตจากประเทศไทย (“Made in Thailand”) ซึ่งเป็นที่น่าเชื่อถือในด้านคุณภาพสินค้า

### แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

#### ภาวะอุตสาหกรรมในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต

เนื่องด้วยผลิตภัณฑ์ก๊อกร้านและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ และ เครื่องมือเครื่องใช้ (ประเภทช่าง) ภายใต้เครื่องหมายการค้า **GOOD YEAR** ถือเป็นวัสดุก่อสร้างประเภทหนึ่งจัดอยู่ในกลุ่มวัสดุก่อสร้างและวัสดุตกแต่งที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ ซึ่งปัจจุบันยังไม่มีหน่วยงานหรือองค์กรใดเก็บรวบรวมและจัดทำข้อมูลเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ก๊อกร้านและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ เพื่อใช้วิเคราะห์ภาวะอุตสาหกรรมในปัจจุบันและแนวโน้มที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต ดังนั้นการวิเคราะห์ดังกล่าวจึงจำเป็นต้องใช้การอ้างอิงอุตสาหกรรมก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งสะท้อนปริมาณความต้องการที่วัสดุก่อสร้างที่เป็นวัตถุดิบสำคัญอันเป็นปัจจัยแปรผันตามกัน โดยมีภาพรวมที่ผ่านมาและคาดการณ์แนวโน้มการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยและสะท้อนถึงภาวะอุตสาหกรรมก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์ทั้งปัจจุบันและในอนาคต

#### ภาวะการแข่งขันในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต

เนื่องด้วยผลิตภัณฑ์ก๊อกร้านและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์และเครื่องมือเครื่องใช้ (ประเภทช่าง) ภายใต้เครื่องหมายการค้า **GOOD YEAR** ถือเป็นวัสดุก่อสร้างประเภทหนึ่งที่จัดอยู่ในกลุ่มวัสดุก่อสร้างและวัสดุตกแต่งที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ ซึ่งปัจจุบันยังไม่มีหน่วยงานหรือองค์กรใดเก็บรวบรวมและจัดทำข้อมูลเฉพาะด้านตามที่ได้กล่าวไปแล้วนั้น ดังนั้นในส่วนนี้จึงเป็นการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันจากข้อมูลข่าวสารและข้อเท็จจริงจากการค้นคว้าข้อมูลอื่น ๆ ประกอบเท่านั้น

จากข้อมูลที่ได้รับทราบ ปัจจุบันในประเทศไทยมีโรงงานผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ก๊อกร้าและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ประมาณ 12 โรงงาน ซึ่งทำให้ปริมาณการผลิตก๊อกร้าภายในประเทศไม่เพียงพอต่อความต้องการ ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องนำเข้าผลิตภัณฑ์ก๊อกร้าจากต่างประเทศ และในภาพรวมตลาดผลิตภัณฑ์ก๊อกร้าและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ สามารถจำแนกตามระดับกลุ่มลูกค้าซึ่งมีวัตถุประสงค์และความต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มผู้เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานรับรองคุณภาพและมีความน่าเชื่อถือจัดเป็นกลุ่มเป้าหมายตลาดระดับบน ซึ่งผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยผู้ประกอบการรายใหญ่ภายในประเทศไทย และบางส่วนเป็นการนำเข้าจากต่างประเทศ มีกลุ่มลูกค้าเป็นผู้เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานรับรองคุณภาพ มีความคงทนแข็งแรง และมีการรับประกันสินค้าตามเงื่อนไขที่สมเหตุสมผลโดยผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายที่มีความน่าเชื่อถือ คิดเป็นสัดส่วนมูลค่าทางการตลาดในประเทศรวมแล้วประมาณร้อยละ 40

ส่วนที่เหลือเป็นกลุ่มผู้เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่คุณภาพอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าผลิตภัณฑ์ในกลุ่มแรกซึ่งอาจจะอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานหรือต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคุณภาพของชิ้นงานและวัสดุที่ใช้ในการผลิต โดยคุณสมบัติบางประการของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวดีกว่าผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มเป้าหมายตลาดระดับบน ซึ่งจัดได้ว่าลูกค้าในกลุ่มนี้อยู่ในตลาดระดับกลางและระดับล่าง ขึ้นอยู่กับคุณภาพของชิ้นงานและวัสดุที่ใช้ในการผลิตตามที่ได้กล่าวมา แต่มีจุดเด่นด้านราคาที่แตกต่างกันอย่างมาก แต่ด้วยวัตถุประสงค์การงานที่ไม่เน้นคุณสมบัติบางประการ อาทิเช่น ความสวยงามหรูหรา ความทนทานพิเศษบางประการ ฯลฯ เป็นปัจจัยสำคัญที่จูงใจให้ผู้บริโภคที่ไม่ยึดติดกับตราสินค้า ตัดสินใจที่จะเลือกซื้อสินค้านี้ดังกล่าว คิดเป็นสัดส่วนมูลค่าทางการตลาดในประเทศรวมแล้วประมาณร้อยละ 60

ส่วนกรณีเครื่องมือเครื่องใช้(ประเภทช่าง) ภายใต้เครื่องหมายการค้า **GOOD YEAR** มุ่งเน้นด้านรูปลักษณ์ คุณภาพ ตลอดจนผลิตภัณฑ์ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค โดยการเพิ่มสายการผลิต เพื่อมุ่งเน้นการใช้สอยประจำวัน เช่น ลูกบิดประตู ซึ่งมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายระดับกลางและ ระดับบน โดยมุ่งเน้นความแข็งแรงของเครื่องหมายการค้า **GOOD YEAR**

โดยภาพรวมภาวะการแข่งขันค่อนข้างรุนแรงทั้งในกลุ่มลูกค้าระดับบนที่มีการแข่งขันทั้งทางด้านการออกแบบ และคุณภาพ โดยใช้การโฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นสื่อทางการตลาดในการสร้างความสนใจและดึงดูดผู้บริโภค แต่ด้วยปัจจัยด้านราคาที่สูงตามมูลค่าทางการตลาดจึงเป็นโอกาสให้สินค้าที่มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าระดับกลางและระดับล่างเข้ามาใช้จุดเด่นในปัจจัยด้านราคาที่มีต้นทุนต่ำกว่ามาก เนื่องจากมีต้นทุนทางการตลาดต่ำกว่า แต่ทั้งนี้ ผู้บริโภคที่เลือกซื้อสินค้าที่มีมาตรฐานรับรองคุณภาพเนื่องจากต้องการสินค้าที่มีคุณภาพและมีอายุการใช้งานที่ยาวนาน มีความทนทาน ยังคงตัดสินใจเลือกสินค้าในกลุ่มที่ได้มาตรฐานถึงแม้ว่า จะมียุทธศาสตร์จำหน่ายที่สูงกว่ามาก ซึ่งแนวโน้มการขยายตัวของการก่อสร้างและธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ย่อมเป็นปัจจัยให้กลุ่มผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มตลาดผู้ใช้สินค้าที่ต้องการมาตรฐานรับรองคุณภาพมีแนวโน้ม



ขยายตัวมากกว่า นอกเหนือจากนั้นแล้วที่ผ่านมาักมีมาตรการหรือมาตรฐานต่าง ๆ ที่กำหนดโดยหน่วยงานของภาครัฐ โดยการกำหนดมาตรฐานดังกล่าวเป็นไปเพื่อกีดกันสินค้านำเข้าและช่วยปกป้องผู้ผลิตสินค้าภายในประเทศ ทั้งนี้คาดว่าในอนาคตจะมีมาตรการหรือมาตรฐานต่าง ๆ เพิ่มขึ้นเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และส่งผลให้ภาวะการแข่งขันที่ปัจจุบันค่อนข้างรุนแรงของอุตสาหกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์ก๊อกรุ่นและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปามีเสถียรภาพมากขึ้น

## 2.1 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

### การผลิตเพื่อให้ได้มาซึ่งชิ้นส่วนและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป

บริษัทมีหน่วยงานสำหรับการผลิตแยกเป็น 2 ส่วนหลัก ๆ คือ

1. ส่วนการผลิตชิ้นส่วนจากวัตถุดิบทองเหลือง
2. ส่วนการประกอบชิ้นส่วนให้เป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป

โดยมีสถานที่สำหรับใช้ในการผลิตชิ้นส่วนทองเหลืองและประกอบผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป 2 แห่ง ดังนี้

1. สำนักงานใหญ่ เป็นที่ตั้งของอาคารสำนักงาน อาคารสหโชค ตั้งอยู่เลขที่ 148/1 ซอยรามอินทรา 14 ถนนรามอินทรา แขวงท่าแร้ง เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร 10230 มีขนาดพื้นที่ทั้งหมด 1-0-0.0 ไร่ (บริษัทเช่าที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างจากคุณรัตนฯ) ใช้เป็นส่วนสำนักงาน ส่วนของการประกอบผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป และเป็นศูนย์กระจายสินค้า โดยปัจจุบันใช้ประโยชน์เต็มพื้นที่ และมีสิ่งปลูกสร้าง ดังนี้
  - อาคารสำนักงาน 5 ชั้น 1 อาคาร
  - อาคารคลังสินค้า 1 อาคาร
2. สาขาที่ 1 เป็นที่ตั้งของอาคารโรงงาน ตั้งอยู่เลขที่ 88/8 หมู่ 4 ตำบลบ้านหม้อ อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดสิงห์บุรี 16120 มีขนาดพื้นที่ทั้งหมด 51-0-145 ไร่ เป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัท ใช้เป็นที่ตั้งของโรงงานเพื่อการผลิตชิ้นส่วนและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปของบริษัท ปัจจุบันใช้ประโยชน์ในพื้นที่ประมาณ 11-0-0 ไร่ และยังมีเหลือที่ว่างประมาณ 40-0-145 ไร่ สำหรับการขยายโรงงานเพื่อรองรับกำลังการผลิตที่จะเพิ่มขึ้น โดยปัจจุบันโดยมีสิ่งปลูกสร้าง ดังนี้
  - อาคารโรงงาน 2 อาคาร
  - อาคารบ้านพักพนักงาน 3 อาคาร
  - อาคารคลังสินค้า 2 อาคาร
  - อาคารโหลวม 1 อาคาร

ปัจจุบัน บริษัทมีระบบการผลิตแยกตามสายการผลิตหลัก ๆ ออกเป็น 3 สายการผลิต โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. สายการผลิตตัวเรือนก๊อกรน้ำและผลิตอุปกรณ์ทองเหลืองที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์  
บางชนิดที่ทำจากทองเหลือง

เครื่องจักร - ในสายการผลิตตัวเรือนก๊อกรน้ำและผลิตอุปกรณ์ทองเหลืองที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์บางชนิดที่ทำจากทองเหลือง มีเครื่องจักรทั้งหมดตามรายการต่อไปนี้

| เครื่องจักร                                  | จำนวน/หน่วย |
|--|-------------|
| (1) เครื่องทดสอบสเปกโตรมิเตอร์ ตรวจสอบค่าสาร | 1 เครื่อง   |
| (2) เครื่องยิงทราย ขนาด 300 กิโลกรัม         | 2 เครื่อง   |
| (3) เครื่องเททองเหลือง                       | 2 เครื่อง   |
| (4) เครื่องปั๊ม 80 ตัน                       | 2 เครื่อง   |
| (5) เครื่องกลึงเล็ก                          | 6 เครื่อง   |
| (6) เครื่องกลึง 2 หัว                        | 8 เครื่อง   |
| (7) เครื่องกลึงแบบ CNC                       | 6 เครื่อง   |
| (8) เครื่องขึ้นรูปหุ่นทราย                   | 2 เครื่อง   |
| (9) ปั๊มลมแบบสกรู 15 แรงม้า                  | 2 เครื่อง   |

## 2. สายการประกอบผลิตภัณฑ์ก๊อกเซรามิค

เครื่องจักร - ในสายการประกอบผลิตภัณฑ์ก๊อกเซรามิค มีเครื่องจักรทั้งหมดตามรายการต่อไปนี้

| เครื่องจักร                      | จำนวน/หน่วย |
|----------------------------------|-------------|
| (1) เครื่องตรวจสอบการรั่วซึม     | 1 เครื่อง   |
| (2) เครื่องตรวจสอบการเปิด/ปิดน้ำ | 1 เครื่อง   |
| (3) ไขควงลมใช้สำหรับประกอบ       | 9 เครื่อง   |

## 3. สายการประกอบผลิตภัณฑ์ก๊อบบอล

เครื่องจักร - ในสายการประกอบผลิตภัณฑ์ก๊อบบอล มีเครื่องจักรทั้งหมดตามรายการต่อไปนี้

| เครื่องจักร                      | จำนวน/หน่วย |
|----------------------------------|-------------|
| (1) เครื่องตรวจสอบการรั่วซึม     | 1 เครื่อง   |
| (2) เครื่องตรวจสอบการเปิด/ปิดน้ำ | 1 เครื่อง   |
| (3) ไขควงลมใช้สำหรับประกอบ       | 9 เครื่อง   |

## 2.ธุรกิจซื้อขายน้ำมันปาล์มดิบ CPOA

### 2.1 การตลาด

การเปิดเสรี AEC อย่างเต็มรูปแบบอาจทำให้เกิดการแข่งขันจากคู่แข่งที่อยู่นอกประเทศนำเข้าน้ำมันปาล์มเข้ามาจำหน่ายแข่งขันกับทางบริษัท ได้ โดยในปัจจุบัน การนำเข้าน้ำมันปาล์มดิบจากต่างประเทศถูกควบคุมโดยกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เพื่อคุ้มครองการผลิตในประเทศ อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมามีการนำเข้าน้ำมันปาล์มจากนอกประเทศเพื่อการแก้ไขปัญหาปริมาณขาดแคลนในระยะสั้นๆด้วยเช่นกัน แต่

เนื่องจากการนำเข้าดังกล่าวถูกควบคุมโดยองค์กรของภาครัฐ จึงจะยังไม่มีผลกระทบต่อการแข่งขันในการทำธุรกิจซื้อขายน้ำมันปาล์มดิบ CPOA แต่อย่างใด

แนวทางการเพิ่มส่วนผสมน้ำมันปาล์มในน้ำมันไบโอดีเซลจากปี 7 เป็น ปี 10 อาจจะติดข้อจำกัดด้านจำนวนรถยนต์ที่สามารถรองรับน้ำมันปี 10 ได้ ซึ่งทำให้ช่วงเวลาของการกำหนดนโยบายการเริ่มใช้น้ำมันดีเซลปี 10 อาจจะยังไม่สามารถเริ่มต้นได้ในระยะเวลาอันใกล้

## 2.2 การจัดหาแหล่งวัตถุดิบ

ผลผลิตปาล์มน้ำมันขึ้นกับปริมาณน้ำฝนในแต่ละปีอย่างมีนัยสำคัญ หากในปีใดที่มีปริมาณน้ำฝนลดลง ปริมาณผลผลิตปาล์มสดในปีต่อไปจะมีแนวโน้มลดลงตามไปด้วย ซึ่งจะกระทบต่อปริมาณการขายและรายได้จากการทำธุรกิจซื้อขายน้ำมันปาล์ม

## 3.ปัจจัยความเสี่ยง :

### ธุรกิจก๊อกร้า และ อุปกรณ์ประปา

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

### การจัดหา วัตถุดิบ ชิ้นส่วนประกอบ และผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป

บริษัทมีการศึกษาและพัฒนากระบวนการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและความหลากหลาย สามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภค ประกอบกับความพยายามในการสรรหาผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์อย่างครบวงจร แต่ทั้งนี้ ต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์บางประเภทไม่คุ้มค่าต่อการลงทุน เนื่องจากด้วยสาเหตุต่าง ๆ อาทิเช่น เงินลงทุนในเครื่องจักรที่มีมูลค่าสูง หรือการผลิตผลิตภัณฑ์บางชนิดที่ต้องการประสบการณ์และความชำนาญของผู้ควบคุมและแรงงานที่ใช้ในการผลิต ฯลฯ ทำให้บริษัทเลือกที่จะส่งผลิตชิ้นส่วนต่าง ๆ มาเพื่อประกอบเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป รวมไปถึงส่งผลิตผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปตามรูปแบบคุณภาพและมาตรฐานที่บริษัทต้องการจากผู้จัดหาสินค้าหรือผู้ผลิตที่มีประสบการณ์และความชำนาญในการผลิตในผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพภายใต้ต้นทุนที่สมเหตุสมผล บริษัทจึงมีการกำหนดนโยบายและขั้นตอนการดำเนินการจัดหาวัตถุดิบ ชิ้นส่วนประกอบและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปจากบุคคลภายนอก โดยมีฝ่ายจัดซื้อเป็นผู้ดำเนินการตามขั้นตอนที่มีการกำหนดไว้อย่างเป็นระบบ ซึ่งมีการจัดเก็บข้อมูลการ

ประเมินคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่สั่งซื้อโดยการเปรียบเทียบราคาที่มีการเสนอจากผู้จัดหาสินค้ามากกว่า 1 ราย เพื่อประโยชน์สูงสุดต่อบริษัท

ในการจัดหาวัตถุดิบ ชิ้นส่วนประกอบและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปจากบุคคลภายนอก บริษัทไม่ได้มีการจัดทำสัญญาซื้อขายหรือสัญญาว่าจ้างผลิตผลิตภัณฑ์กับผู้ประกอบการรายใดแต่อย่างใด และฝ่ายจัดซื้อจะจัดทำข้อมูลเปรียบเทียบเงื่อนไขของผู้ขายหรือผู้จัดหาผลิตภัณฑ์ปีละ 1 ครั้ง เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลสำหรับการจัดหาวัตถุดิบ ชิ้นส่วนประกอบและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป โดยในปัจจุบันบริษัทมีการพึ่งพาผู้ขายหรือผู้จัดหาผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญ คือ ผู้จัดหาผลิตภัณฑ์รายใหญ่ในประเทศจีน โดยข้อมูลการสั่งซื้อและสั่งผลิตที่เกิดขึ้นในช่วงปี 2559 บริษัทมีมูลค่าการสั่งซื้อ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 85 เมื่อเทียบกับยอดซื้อรวมทั้งหมดของบริษัท

#### สภาพปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบ / การจัดหาผลิตภัณฑ์เพื่อนำมาจำหน่าย

ที่ผ่านมา บริษัทมีสภาพปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบ / การจัดหาผลิตภัณฑ์เพื่อนำมาจำหน่าย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

#### ปัญหาจากการจัดหาวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักของบริษัทคือ ทองเหลือง ซึ่งที่ผ่านมาบริษัทไม่เคยประสบปัญหาที่เกิดจากการจัดหาวัตถุดิบหลักดังกล่าวแต่อย่างใด แต่ทั้งนี้ ทางบริษัทยังคงมีความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดปัญหาจากการจัดหาวัตถุดิบดังกล่าว ซึ่งมีรายละเอียดเกี่ยวกับการจัดหาวัตถุดิบ ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น และแนวทางในการจัดการ ดังนี้

- ความผันผวนของราคาวัตถุดิบประเภทโลหะ (ทองเหลือง)
- การขาดแคลนวัตถุดิบประเภทโลหะ (ทองเหลือง)
- ปัญหาการพึ่งพิงผู้ผลิต / ผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบประเภทโลหะ (ทองเหลือง)
- ปัญหาเรื่องการจัดเก็บวัตถุดิบ

#### ปัญหาจากการสั่งผลิตผลิตภัณฑ์จากบุคคลภายนอก

ที่ผ่านมาบริษัทไม่เคยประสบปัญหาที่เกิดจากการสั่งผลิตผลิตภัณฑ์จากบุคคลภายนอก แต่ทั้งนี้ บริษัทมีการสั่งผลิตชิ้นส่วนและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป จากผู้จัดหาสินค้ารายใหญ่จากประเทศจีนเป็นมูลค่าจำนวนมากและสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 30 เมื่อเปรียบเทียบกับยอดซื้อรวมทั้งหมดของบริษัท โดยบริษัทมีการพึ่งพิงในการสั่งผลิตชิ้นส่วนและผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีรายละเอียดเกี่ยวกับที่มาของการพึ่งพิงดังกล่าว ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น และแนวทางในการจัดการ ดังนี้

### ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายบริษัทที่ต้องการให้กระบวนการผลิตของบริษัทเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม บริษัทจึงได้มีการวางแผนเพื่อบริหารจัดการกับมลภาวะที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิตภายในโรงงาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### - ผู้คนและควันที่เกิดจากการเผาไหม้เชื้อเพลิงในเตาหลอม

เนื่องจากผู้คนและควันที่เกิดจากการเผาไหม้เชื้อเพลิงในเตาหลอม ซึ่งมีส่วนผสมของผู้ละอองและก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เป็นจำนวนมาก ดังนั้น บริษัทจึงติดตั้งเครื่องดูดควันที่ออกจากเตาหลอม นำมาเข้ากระบวนการผ่านน้ำเพื่อให้เศษผู้ละอองซึ่งมีส่วนผสมของสังกะสีตกตะกอน ก่อนปล่อยก๊าซที่ผ่านการกรองผู้ละอองออกแล้วสู่ภายนอก และได้มีการซื้อเตาหลอมใหม่ เพื่อใช้ในการผลิต เพื่อเพิ่มผลผลิต และลดมลพิษจากผู้คนควันที่เกิดจากการเผาไหม้

#### - ตะกรันทองเหลืองที่เหลือจากการหลอมทองเหลืองในเตาหลอม

จากกระบวนการหลอมทองเหลืองเพื่อขึ้นรูปชิ้นงาน โดยใช้เตาหลอมหลอมทองเหลืองด้วยความร้อนสูงเพื่อให้ได้น้ำทองเหลืองนำไปเทขึ้นรูปชิ้นงาน จะมีทองเหลืองบางส่วนที่หลอมละลายไม่หมดปนอยู่ในตะกรันที่เหลือ เศษนี้ถ้าดังกล่าวทางบริษัทจะทำการเก็บรวบรวมเศษนี้เข้าทองเหลือง ที่เหลือจากการหลอมในเตาของแต่ละวัน เพื่อรวบรวมรอให้ได้ปริมาณมากจึงติดต่อให้ผู้รับซื้อตะกรันทองเหลืองที่ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงานประเภทคัดแยกสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว มาขนออกจากโรงงานหลังจากมีการได้ตกลงซื้อขายแล้ว

#### - ผู้คนทองเหลืองที่เกิดจากการกลึงเกลียวชิ้นงานทองเหลือง

การกลึงชิ้นงานทองเหลืองคือ การนำชิ้นส่วนที่หลอมขึ้นรูปเสร็จเรียบร้อยแล้วมากลึงเกลียว ซึ่งทำให้เกิดเศษผู้ทองเหลืองจากการกลึง โดยผู้ทองเหลืองเป็นโลหะหนักชนิดหนึ่งที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อร่างกายได้ หากเข้าสู่ร่างกายในปริมาณมากเกินไปอาจส่งผลต่อระบบทางเดินหายใจ ระบบทางเดินอาหาร และประสาทสัมผัส บริษัทจึงได้ดำเนินการวางระบบการจัดการโดยมีการทำผนังกันเพื่อป้องกันการกระจายของเศษและผู้ทองเหลืองจากการกลึงและมีเครื่องดูดเศษและผู้ทองเหลืองเพื่อรวบรวมและนำกลับไปใส่เตาหลอมใหม่อีกครั้ง ทั้งนี้ในส่วนเครื่องจักรรุ่นใหม่ที่ใช้ในการกลึงเกลียวชิ้นงานทองเหลืองจะมีส่วนดักเศษผู้ ซึ่งจะไม่ก่อให้เกิดการฟุ้งกระจายแบบเดียวกับเครื่องจักรรุ่นเก่า

### ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการ

ความเสี่ยงกรณีที่บริษัทฯ มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่คิดเป็นสัดส่วนใกล้เคียง 50



ทางบริษัทฯ มีโครงสร้างผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 4 ตุลาคม 2561 โดยมีกลุ่มครอบครัว ไตรตระกูลชัย เป็นผู้ถือหุ้นสามัญจำนวน 482,567,183 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 40 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด จะทำให้สัดส่วนการถือหุ้นดังกล่าวมีอำนาจควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด ยกเว้นมติพิเศษ (จำนวนหุ้นสามัญ 904,813,468 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 75) ซึ่งอาจทำให้ผู้ถือหุ้นรายย่อยได้รับความเสี่ยงจากการที่ผู้ถือหุ้นรายใหญ่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายการบริหารงาน สามารถควบคุมคะแนนเสียงในที่ประชุม

แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทมีคณะกรรมการอิสระจำนวน 3 ท่าน จากจำนวนกรรมการทั้งหมด 7 ท่าน ซึ่งกรรมการอิสระ / กรรมการตรวจสอบ (กรรมการอิสระ) ล้วนแต่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิเป็นที่รู้จักและยอมรับในสังคม ซึ่งคณะกรรมการบริษัท มีการประชุมไตรมาสละหนึ่ง (1) ครั้ง เพื่อติดตามการบริหารจัดการของบริษัท ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างความโปร่งใสในการบริหารจัดการของบริษัท รวมทั้งคณะกรรมการบริษัทฯ ยังคำนึงถึงการให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี หลักจริยธรรมและจรรยาบรรณทางธุรกิจ โดยปฏิบัติตามแนวทางที่กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด

ดังนั้น ด้วยโครงสร้างที่มีการตรวจสอบและถ่วงดุลดังกล่าว บริษัทฯ จึงมั่นใจว่าผู้ถือหุ้นทุกท่าน รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียกับบริษัทฯ จะได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียมกัน

### **ความเสี่ยงด้านการเงิน**

#### **ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ**

เนื่องจากบริษัทมีการนำเข้าสินค้าเพื่อจำหน่ายจากผู้จัดจำหน่าย / ผู้จัดหาสินค้าในประเทศจีนจำนวนมาก โดยกำหนดเงื่อนไขการชำระเป็นเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐอเมริกา แต่รายได้ของบริษัทโดยส่วนใหญ่เป็นสกุลเงินบาท ดังนั้นบริษัทจึงมีความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน หากเกิดสถานการณ์ที่อัตราแลกเปลี่ยนค่าเงินบาทเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ปรับตัวอ่อนค่าลง จะส่งผลให้บริษัทมีต้นทุนด้านการนำเข้าสินค้าเพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ตาม บริษัทมีนโยบายการบริหารจัดการความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน โดยการพิจารณามูลค่าที่จะต้องชำระ ประกอบกับแนวโน้มทิศทางการเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยน จากการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร หากพิจารณาแล้วแนวโน้มของค่าเงินบาทมีทิศทางที่น่าจะปรับตัวอ่อนค่าลงในอนาคต ทำให้บริษัทต้องจ่ายชำระเงินในมูลค่าที่สูงขึ้น จะดำเนินการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศทั้งจำนวนของมูลค่าที่จะถึงกำหนดชำระในงวดนั้นทันทีทั้งจำนวน ซึ่งจะช่วยลดปัญหาและความเสียหายจากอัตราแลกเปลี่ยน

ที่อาจจะเกิดขึ้นได้ อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญและติดตามสถานการณ์ รวมทั้งหาแนวทางในการบริหารความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งตั้งแต่ไตรมาสที่สามของปี 2558 จนถึงปัจจุบัน บริษัทฯ ได้มีการเปลี่ยนนโยบายการจ่ายเงินจาก Letter of credit เป็น Trust Receipt (สินเชื่อเพื่อการนำเข้า) โดยได้พิจารณาหาสถาบันการเงินที่ให้อัตราดอกเบี้ยต่ำเป็นเกณฑ์ และ บริษัทฯ ได้เปิดบัญชีเงินฝากสกุลเงินต่างประเทศ (FCD) Foreign Currency Deposits เพื่อออมเงินสกุล USD ไว้ใช้ในแต่ละสถานการณ์ เพื่อลดปัญหาและความเสียหายจากอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งยังคงใช้นโยบายนี้ต่อไปอย่างต่อเนื่อง

### **ธุรกิจซื้อขายน้ำมันปาล์มดิบ (CPOA)**

#### **ความเสี่ยงแนวโน้มทางอุตสาหกรรม**

ฝ่ายวิจัยเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของธนาคารกรุงศรีอยุธยาได้คาดการณ์ว่าสภาพอากาศในระยะ 1 - 3 ปีข้างหน้าจะไม่แปรปรวนรุนแรง และผลผลิตปาล์มน้ำมันและน้ำมันปาล์มที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นตามการขยายพื้นที่เพาะปลูกทั้งในอินโดนีเซีย มาเลเซีย และ ไทยในช่วงหลายปีก่อนหน้า จะมีผลให้อุตสาหกรรมน้ำมันปาล์มโลกเผชิญภาวะอุปทานส่วนเกินสูง และสต็อกน้ำมันปาล์มดิบในตลาดโลกที่พุ่งสูงเป็นประวัติการณ์จะเป็นปัจจัยกดดันราคาน้ำมันปาล์มดิบในตลาดโลก

สำหรับสถานการณ์ด้านการผลิตของอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันและน้ำมันปาล์มในประเทศ คาดว่าปัญหาผลผลิตส่วนเกินจะเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ โดยผลผลิตปาล์มน้ำมันของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตามพื้นที่เพาะปลูกที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับต้นปาล์มน้ำมันในพื้นที่ปลูกใหม่ทยอยมีอายุในช่วงที่ให้ผลผลิตต่อไร่สูง

ด้านความต้องการบริโภคน้ำมันปาล์มดิบของไทยคาดว่าจะขยายตัวไม่มากนัก ซึ่งสามารถสรุปแนวโน้มความต้องการใช้น้ำมันปาล์มดิบได้ดังนี้

- อุตสาหกรรมน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ คาดว่าความต้องการใช้น้ำมันปาล์มดิบของอุตสาหกรรมน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ในประเทศจะเติบโตในระดับต่ำ เนื่องจากปริมาณผลผลิตถั่วเหลืองโลกที่ยังอยู่ในระดับสูงจะมีผลให้ราคาน้ำมันถั่วเหลืองอยู่ในระดับใกล้เคียงราคาน้ำมันปาล์ม จึงไม่ช่วยหนุนความต้องการใช้น้ำมันปาล์มเพื่อทดแทนน้ำมันถั่วเหลืองเช่นในอดีต อีกทั้งคาดว่าผู้ผลิตน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์จะไม่เร่งการผลิตเนื่องจากปริมาณสต็อกน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ที่อยู่ในปริมาณสูงเป็นประวัติการณ์

- อุตสาหกรรมอาหาร และอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ แม้คาดว่าความต้องการใช้น้ำมันปาล์มดิบหรือไขมันปาล์มในอุตสาหกรรมดังกล่าวภายในประเทศจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศและแนวโน้มการส่งออกสินค้าอุปโภคบริโภคที่คาดว่าจะขยายตัวดี แต่มีแนวโน้มที่อุตสาหกรรมดังกล่าวจะหันไปนำเข้าวัตถุดิบไขมันปาล์มถึงสำเร็จรูปราคาต่ำกว่าจากมาเลเซียและอินโดนีเซียมาทดแทนวัตถุดิบในประเทศเพื่อลดต้นทุนการผลิต จึงอาจกระทบความต้องการใช้น้ำมันปาล์มดิบในประเทศบางส่วน
- อุตสาหกรรมไบโอดีเซล คาดว่าความต้องการใช้น้ำมันปาล์มดิบในการผลิตไบโอดีเซลในไทยจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ตามความต้องการใช้น้ำมันในภาคขนส่งและยังมีปัจจัยหนุนจากแผนพัฒนาพลังงานทดแทนและพลังงานทางเลือกของทางกรที่ตั้งเป้าเพิ่มสัดส่วนน้ำมันปาล์มในน้ำมันดีเซลเป็น B10 อย่างไรก็ตามเนื่องจากปัญหาทางเทคนิคเกี่ยวกับเครื่องยนต์และค่ายรถยนต์ยังไม่ยอมรับการใช้น้ำมัน B10 อีกทั้งจากกรณีที่ทางการขอความร่วมมือให้ผู้ผลิตและผู้ค้าเพิ่มปริมาณสต็อกน้ำมันไบโอดีเซล B10 ทำให้เกิดภาวะส่วนเกินในระบบและเกิดการแข่งขันด้านราคาจำหน่าย B10

จากการคาดการณ์อุปทานและอุปสงค์น้ำมันปาล์มในช่วงปี 2561 - 2563 อุตสาหกรรมน้ำมันปาล์มของไทยในระยะ 3 ปีข้างหน้าอาจเผชิญแรงกดดันจากอุปทานที่เพิ่มขึ้น และมีแนวโน้มที่ราคาน้ำมันปาล์มของไทยจะลดลงต่อเนื่องในระยะยาว ผลผลิตปาล์มน้ำมันและน้ำมันปาล์มดิบของไทยที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่องจะเป็นปัจจัยกดดันราคาน้ำมันปาล์ม โดยเฉพาะในช่วงที่ความต้องการใช้น้ำมันปาล์มดิบภายในประเทศชะลอลงกว่าเป้าหมายเดิมของทางภาครัฐ ประกอบกับการส่งออกน้ำมันปาล์มส่วนเกินอาจมีอุปสรรคจากมาตรการกีดกันในประเทศผู้นำเข้า ซึ่งล่าสุดประเทศในยุโรปมีนโยบายเพิ่มความเข้มงวดตรวจสอบพื้นที่ปลูกปาล์มที่เป็นแหล่งนำเข้า และบางประเทศ เช่น อิตาลี ฝรั่งเศส เบลเยียม ระบุการผลิตและจำหน่ายสินค้าที่มีส่วนผสมของปาล์มน้ำมัน อาจมีผลให้ความต้องการนำเข้าและบริโภคน้ำมันปาล์มในตลาดโลกชะลอลงต่อเนื่องและภาวะการแข่งขันในตลาดโลกจะมีแนวโน้มสูงขึ้น

อีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อราคาน้ำมันปาล์มคือราคาน้ำมันปิโตรเลียมที่กำลังอยู่ในทิศทางขาขึ้นจากการขยายข้อตกลงลดการผลิตของกลุ่มประเทศผู้ส่งออกน้ำมันรายใหญ่ของโลก (OPEC) และกลุ่มนอกโอเปก (non OPEC) โดยคาดว่าราคาน้ำมันจะยังคงปรับตัวขึ้นต่อไปในปี 2561 ขณะเดียวกันอุปสงค์น้ำมันมีแนวโน้มปรับตัวขึ้นจากการที่เศรษฐกิจโลกขยายตัวอย่างแข็งแกร่ง จนส่งผลให้ความต้องการใช้น้ำมันเพิ่มขึ้น

ตามไปด้วย โดยโอเปกคาดการณ์ว่าอุปสงค์น้ำมันจะปรับขึ้นไปอยู่ที่ 1.53 ล้านบาร์เรล/วัน ในปี 2561 ซึ่งประเทศในแถบเอเชีย โดยเฉพาะจีนและอินเดียจะเป็นตัวแปรสำคัญในการขับเคลื่อนอุปสงค์ดังกล่าว อย่างไรก็ตาม คาดว่าราคาน้ำมันปีโตรเลียมโดยเฉลี่ยน่าจะทรงตัวอยู่ในระดับไม่เกิน 65 - 70 ดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรล เนื่องจากจะมีแรงกดดันด้านอุปทานที่สูงขึ้นจากกลุ่มผู้ผลิตน้ำมันจากชั้นหินดินดาน (เชลลอยล์) ซึ่งจะลงทุนเพิ่มการขุดเจาะในปี 2561 ด้วยเหตุนี้การเพิ่มกำลังผลิตของกลุ่มเชลลอยล์จึงนับเป็นความเสี่ยงสำคัญที่จะกดดันราคาน้ำมันในปี 2561 ท่ามกลางราคาที่มีแนวโน้มปรับขึ้นต่อจากข้อตกลงของกลุ่มโอเปก

#### 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ:

##### 4.1 สินทรัพย์ถาวรหลัก

โดยที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ ของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ประกอบด้วย

| ประเภททรัพย์สิน  | ลักษณะกรรมสิทธิ์ | มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท) | ภาระผูกพัน |
|--|------------------|-----------------------|------------|
| 1. <u>อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร</u><br>อาคารสหโชค สำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 148/1 ซอยรามอินทรา 14 ถนนรามอินทรา แขวงท่าแร้ง เขตบางเขน กรุงเทพฯ <sup>1</sup> | เป็นผู้เช่า      | 3.96                  |            |
| 2. เครื่องจักรและอุปกรณ์   | เป็นเจ้าของ      | -                     |            |
| 3. เครื่องตกแต่งติดตั้ง และเครื่องใช้สำนักงาน  | เป็นเจ้าของ      | 1.01                  |            |
| 4. ยานพาหนะ  | เป็นเจ้าของ      | 2.20                  |            |

หมายเหตุ <sup>1</sup> 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 โดยกลุ่มบริษัทได้จัดทำสัญญาเช่าที่ดินและอาคาร มีกำหนดระยะเวลา 3 ปี สิ้นสุดวันที่ 31 กรกฎาคม 2562 โดยมีค่าเช่าอัตราเดือนละ 60,000 บาท

##### 4.2. เครื่องหมายทางการค้า

บริษัทฯ มีเครื่องหมายการค้า “DUSS” , “Bay” , “Bay-Tex” , “Feed” , “Union” , “3P” และ “Icon” ซึ่งเป็นลิขสิทธิ์ของบริษัทฯ เพื่อประโยชน์ในทางการค้า การผลิตสินค้า และประกอบการเชิงพาณิชย์ใดๆ (บริษัทฯ

ได้รับโอนเครื่องหมายการค้าจำนวน 6 รายการ จากนายอุทัย วิไลเลิศโกศา ผู้ถือหุ้นใหญ่ / กรรมการ / ผู้บริหาร บริษัท 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 :****ข้อมูลทั่วไปบริษัทที่ออกหลักทรัพย์**

|  |  |
|--|--|
| บริษัทที่ออกหลักทรัพย์                             | : บริษัท โอเชียน คอมเมิร์ซ จำกัด (มหาชน)   |
| ชื่อย่อหลักทรัพย์                                  | : OCEAN  |
| มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด                        | : 4,343,220,000 บาท ( ณ วันที่ 28 ธันวาคม 2561)  |
| ทุนจดทะเบียน                                       | : 452,418,389.50 บาท (ณ วันที่ 23 มกราคม 2562)   |
| ทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว                            | : 301,612,259.75 บาท   |
| จำนวนผู้ถือหุ้นทั้งหมด                             | : 1,553 ราย ( ณ วันที่ 30 มกราคม 2562 วันปิดสมุดทะเบียนล่าสุด)   |
| สัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นรายย่อย (Free float) | : 2,277 ราย (51.80%) (ณ วันที่ 7 มีนาคม 2561)  |
| ลักษณะการประกอบธุรกิจ                              | : จัดจำหน่ายและรับจ้างผลิตชิ้นส่วน / ผลิตภัณฑ์ก๊อคน้ำ / อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ / ซื้อขายน้ำมันปาล์มดิบ CPOA |
| ที่ตั้งสำนักงานใหญ่                                | : เลขที่ 148/1 ซอยรามอินทรา14 ถนนรามอินทรา แขวงท่าแร้ง เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร 10230   |
| ที่ตั้งโรงงาน                                      | : เลขที่ 88/8 หมู่ 4 ตำบลบ้านหม้อ อำเภอบางบาล จังหวัดสิงห์บุรี 16120   |
| เลขทะเบียนบริษัท                                   | : 0107556000558  |
| เว็บไซต์   | : <a href="http://www.dussthai.com">www.dussthai.com</a>   |
| โทรศัพท์   | : 02943-6663-4   |
| โทรสาร   | : 02943-6343 และ 02943-7740  |



ข้อมูลของบุคคลอ้างอิงอื่นๆ

นายทะเบียนหลักทรัพย์หุ้นสามัญ

: บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง

เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400

โทรศัพท์ : (66) 2009 9382

โทรสาร : (66) 2009 9001

TSD Call center : (66) 2009 9999

ผู้สอบบัญชี

: นางสาววราภรณ์ วารีเสวตสุวรรณ

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 5087

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