2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้จำแนกตามกลุ่มธุรกิจ

ผลิตภัณฑ์และบริการ	ดำเนินการโดย	ร้อยละการถือหุ้นของบริษัท	ปี 2555		ปี 2556		ปี 2557	
			ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
กลุ่มผลิตภัณฑ์วัตถุดิบอุตสาหกรรม	PPM	-	964.19	65.38	1,089.47	68.91	932.66	70.29
กลุ่มผลิตภัณฑ์วัสดุก่อสร้าง	PPM	-	487.80	33.08	476.19	30.12	382.24	28.81
รายได้อื่น [1)]			22.73	1.54	15.40	0.97	11.99	0.90
รวม			**1,474.72**	**100.00**	**1,581.06**	**100.00**	**1,326.89**	**100.00**

หมายเหตุ : *[1)] รายได้อื่น ได้แก่ รายได้ค่าสนับสนุนทางการตลาด, ยึดเงินประกันผู้เช่าที่ผิดเงื่อนไขในสัญญา, ดอกเบี้ยรับ เป็นต้น ทั้งนี้ ไม่มีรายได้อื่นใดมีสัดส่วนที่มีนัยสำคัญ*

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

2.1.1 กลุ่มผลิตภัณฑ์วัตถุดิบอุตสาหกรรม

ก. ทองแดงและทองเหลืองชนิดแผ่นและม้วน ท่อทองเหลือง และอุปกรณ์

บริษัทจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทองแดงและทองเหลืองชนิดแผ่นและม้วนที่มีขนาดและคุณสมบัติต่างๆ กัน ได้แก่ ความแข็ง ความทนทาน ความเหนียว ความยืดหยุ่น เป็นต้น ซึ่งสามารถนำไปใช้สำหรับผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ อุปกรณ์ไฟฟ้า ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ การผลิตกุญแจ บานพับ กระดุมโลหะ และป้ายต่างๆ ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจัดจำหน่ายส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่สามารถผลิตได้ในประเทศหรือผลิตได้แต่มีคุณภาพไม่ตรงตามมาตรฐานที่ลูกค้ากำหนด

ผลิตภัณฑ์ทองแดงและทองเหลืองที่บริษัทจัดจำหน่าย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ทองแดงตามมาตรฐานของ Copper Development Association (CDA) C1100 และ C1220 รวมทั้งผลิตภัณฑ์ทองเหลืองมาตรฐาน C2600 ที่มีส่วนผสมระหว่างทองแดงและสังกะสี 70:30 และมาตรฐาน C2801 ที่มีส่วนผสมระหว่างทองแดงและสังกะสี 60:40 นอกจากนี้ บริษัทยังจำหน่ายอุปกรณ์อื่นๆ ได้แก่ ท่อทองเหลืองและข้อต่อต่างๆ ซึ่งนำไปใช้ในระบบระบายความร้อนในอุตสาหกรรม (หม้ออบไอน้ำ) เครื่องสุขภัณฑ์ เครื่องฉีดย่าฆ่าแมลง และอุตสาหกรรมยานยนต์ เป็นต้น โดยบริษัทเป็นผู้นำเข้าหลักจากผู้ผลิตที่มีคุณภาพจากประเทศเกาหลี

นอกเหนือจากการจำหน่ายสินค้าแล้ว บริษัทยังมีบริการเสริมในการตัดซอยโลหะ โดยส่วนหนึ่งได้รับความร่วมมือจากผู้ผลิตในการให้บริการ ทั้งนี้ บริการดังกล่าวถือเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าของบริษัทได้เป็นอย่างมาก เนื่องจากลูกค้ามีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายทั้งในแง่ของขนาด ส่วนผสมของโลหะ ความแข็ง เป็นต้น ส่งผลให้บริษัทมีผลิตภัณฑ์ประเภททองแดงและทองเหลือไว้สำหรับจัดจำหน่ายมากกว่า 3,000 รายการ

ข. ลวดเหล็กและลวดสเตนเลส

บริษัทนำเข้าผลิตภัณฑ์ลวดเหล็กและลวดสเตนเลสคุณภาพสูงจากผู้ผลิตที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับตามมาตรฐานสากลจากประเทศเกาหลี โดยผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจัดจำหน่ายจะมีค่าความแข็งและพื้นผิวที่หลากหลาย มีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางตั้งแต่ 0.2-4.0 มิลลิเมตร ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจะถูกนำไปใช้ในการผลิตสปริงเพื่อนำไปใช้เป็นชิ้นส่วนในการผลิตสินค้าประเภทต่างๆ เช่น รถยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องเสียง อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องใช้สำนักงาน อุปกรณ์ตกแต่งภายในและเครื่องใช้ในครัวเรือน เป็นต้น

ค. อะลูมิเนียมชนิดแผ่นและม้วน

บริษัทจัดจำหน่ายอะลูมิเนียมชนิดแผ่นและม้วนหลากหลายประเภทซึ่งมีคุณสมบัติด้านโลหะและความแข็งที่แตกต่างกัน ประกอบด้วย Series 1000, Series 3000, Series 5000 และ Series 8000 โดยบริษัทเป็นผู้นำเข้าหลักจากผู้ผลิตที่มีคุณภาพจากประเทศจีน ทั้งนี้ อะลูมิเนียมชนิดแผ่นและม้วนที่บริษัทจัดจำหน่ายสามารถนำไปใช้ในอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์และอุปกรณ์ไฟฟ้า อุตสาหกรรมยานยนต์ และงานบรรจุภัณฑ์ เช่น ฟอยล์บรรจุอาหาร เป็นต้น

ง. อะลูมิเนียมชีทสำหรับทำวัสดุมุงหลังคา

บริษัทนำเข้าผลิตภัณฑ์อะลูมิเนียมชีทเกรดพิเศษคุณภาพสูงจากผู้ผลิตที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับตามมาตรฐานสากลจากประเทศจีน บริษัทจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวภายใต้เครื่องหมายการค้า “K-Roof” หลากหลายขนาดเริ่มตั้งแต่ 0.25, 0.33, 0.48, 0.80 mm. ID : 500 mm. Width : 915-1525 mm. โดยผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีคุณสมบัติโดดเด่นในด้านความแข็งแรง ทนทานต่อการกัดกร่อนสูง ระบายความร้อนได้ดี อายุการใช้งานยาวนาน และมีน้ำหนักเบาเมื่อเทียบกับเหล็กถึง 3 เท่า สามารถนำไปใช้กับเครื่องรีดลอนหลังคาเพื่อรีดแผ่นอะลูมิเนียมแล้วนำมามุงหลังคาโรงงาน คลังสินค้า อาคาร ที่พักอาศัยทั่วไป ฟาร์มเลี้ยงสัตว์ เป็นต้น

จ. บรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว

กลุ่มธุรกิจบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัวดำเนินงานภายใต้บริษัท พรีเมี่ยม เฟล็กซิเบิ้ล แพคเกจจิ้ง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัวที่ใช้สำหรับบรรจุสินค้าอุปโภคและบริโภคในรูปแบบที่หลากหลายขึ้นอยู่กับความต้องการหรือสายการผลิตของลูกค้า บรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัวส่วนใหญ่จะมีส่วนประกอบของแผ่นพลาสติก ได้แก่ โอ.พี.พี (OPP) ไนล่อน (Nylon) พี.อี.ที (PET) พี.อี (PE) และอะลูมิเนียมฟอยล์ (ALUMINIUM FOIL) หรือกระดาษชนิดพิเศษ ซึ่งส่วนใหญ่จะผ่านขั้นตอนการพิมพ์ตามรูปแบบ (Artwork) ของลูกค้า อาจจะมีการนำไปเคลือบพลาสติก กาว หรือฉาบด้วยโลหะ (Metallized) อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างรวมกันตามความเหมาะสมของประเภทสินค้าที่บรรจุภายในบรรจุภัณฑ์เพื่อทำหน้าที่ป้องกันและรักษาให้สินค้าคงสภาพที่ดีได้ยาวนาน หลังจากนั้น จะถูกนำไปตัดเป็นม้วนเพื่อส่งจำหน่ายให้ลูกค้าหรือทำเป็นซองชนิดต่างๆ ตามคำสั่งซื้อของลูกค้า เช่น ซองชนิดผนึกด้านเดียว สองหรือสามด้าน หรือชนิดซองตั้ง ซึ่งมีขนาดต่างๆ ตามที่ลูกค้ากำหนด ซึ่งกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทย่อย ได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมยา เครื่องสำอาง เป็นต้น

2.1.2 กลุ่มผลิตภัณฑ์วัสดุเพื่อใช้ในงานก่อสร้าง

ก. ท่อทองแดงและอุปกรณ์

บริษัทเป็นผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายท่อทองแดงไร้ตะเข็บที่มีมาตรฐานตาม ASTM B88 B280 และ B819 จากผู้ผลิตที่มีคุณภาพจากประเทศออสเตรเลียและจีน ผลิตภัณฑ์ท่อทองแดงที่บริษัทจัดหน่ายสามารถนำไปใช้ในงานระบบที่ต้องการอายุการใช้งานยาวนาน เช่น งานระบบประปา งานระบบเครื่องปรับอากาศ งานระบบท่อส่งก๊าซอุตสาหกรรม และงานระบบท่อส่งก๊าซทางการแพทย์ ซึ่งต้องการความสะอาดเป็นพิเศษ โดยลักษณะของผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ท่อทองแดงชนิดเส้นตรงที่มีเส้นผ่าศูนย์กลางตั้งแต่ 3/8-10 นิ้ว และท่อทองแดงไร้ตะเข็บชนิดบางที่เป็นท่อม้วน (Pancake Coil & Level Wound Coil) ที่มีเส้นผ่าศูนย์กลางตั้งแต่ 1/4-3/4 นิ้ว ซึ่งปัจจุบันความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสำหรับตลาดในประเทศเพิ่มสูงขึ้นทุกปี

ข. ฉนวนยางป้องกันความร้อนและอุปกรณ์

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

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

ค. ลวดเชื่อมเหล็กและลวดเชื่อมสเตนเลส

บริษัทได้รับการแต่งตั้งจากผู้ผลิตที่มีศักยภาพสูงในประเทศมาเลเซียและจากสำนักงานใหญ่ในประเทศเกาหลีใต้ให้เป็นผู้แทนจำหน่ายหลักผลิตภัณฑ์ลวดเชื่อม Kiswel เพื่อรองรับอุตสาหกรรมในประเทศไทย ด้วยการพัฒนาอุตสาหกรรมการเชื่อมมาอย่างต่อเนื่องกว่า 40 ปีส่งผลให้ Kiswel เป็นที่รู้จักน่าเชื่อถือและมียอดขายมากกว่า 120 ประเทศทั่วโลก ปัจจุบัน Kiswel มีฐานการผลิตอยู่ที่ประเทศมาเลเซียและจีน เนื่องจากบริษัทมียอดขายและฐานลูกค้าอุตสาหกรรมลวดเชื่อมที่เติบโตขึ้น ประกอบกับอุตสาหกรรมการเชื่อมมีเทคโนโลยีและการใช้ลวดเชื่อมที่หลากหลาย เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน บริษัทจึงมีผลิตภัณฑ์ลวดเชื่อมสำหรับทุกกระบวนการเชื่อม เช่น Covered Arc Welding Electrodes, GAS Metal Arc Welding Wires, Flux Cored Arc Welding Wires, TIG Welding Consumables, MIG Welding Consumables นอกจากนี้ บริษัทยังเสนอทางเลือกให้แก่ลูกค้าโดยการเพิ่มผลิตภัณฑ์สินค้าลวดเชื่อมซึ่งมีคุณภาพ ได้มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปในอุตสาหกรรมการเชื่อมภายใต้เครื่องหมายการค้า “K-Weld”

ทั้งนี้ กลุ่มธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัตถุดิบอุตสาหกรรมและกลุ่มธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัสดุก่อสร้างมีลักษณะทางการตลาดและการแข่งขัน รวมทั้งการจัดหาผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะใกล้เคียงกันตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 ภาวะการตลาด

1) นโยบายการตลาด

ในการประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โลหะเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบอุตสาหกรรมและวัสดุใช้ในงานก่อสร้างนั้น บริษัทได้ให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ ดังนี้

ก. การเป็นศูนย์รวมจำหน่ายผลิตภัณฑ์โลหะที่มีคุณภาพและหลากหลาย

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

ข. การกำหนดราคาสินค้า

บริษัทมีนโยบายกำหนดราคาสินค้าจากต้นทุนและบวกด้วยอัตรากำไรขั้นต้นที่เหมาะสม โดยจะคำนึงถึงปริมาณการสั่งซื้อและการแข่งขันของอุตสาหกรรมในแต่ละผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจำหน่ายเป็นหลัก ทั้งนี้ เนื่องจากราคาสินค้าส่วนใหญ่ ได้แก่ ทองแดง อะลูมิเนียม จะมีความผันผวนไปตามราคาสินค้าในตลาดโลก ดังนั้น บริษัทจะติดตามการเคลื่อนไหวของราคาสินค้าแต่ละชนิดอย่างใกล้ชิดและทำการสั่งจองราคาสินค้าจากผู้ผลิตสินค้าแต่ละรายให้สอดคล้องกับปริมาณความต้องการของลูกค้า ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ซึ่งการกำหนดราคาโดยวิธีการดังกล่าวจะช่วยให้บริษัทสามารถบริหารและควบคุมต้นทุนการสั่งซื้อสินค้า รวมทั้งกำไรขั้นต้นของบริษัทไม่ให้ผันผวนไปตามการเคลื่อนไหวของราคาสินค้าในตลาดโลก

ค. ช่องทางการจัดจำหน่าย

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

ง. การส่งเสริมการขาย

นอกเหนือจากการขายสินค้าผ่านพนักงานขายของบริษัทแล้ว บริษัทยังส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ เพื่อสนับสนุนการขายให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ ในขณะเดียวกัน เพื่อเป็นการสมนาคุณให้แก่ลูกค้าที่ให้การสนับสนุนสั่งซื้อสินค้าจากบริษัทอย่างต่อเนื่อง ผู้บริหารและทีมงานการตลาดของบริษัทจะเป็นผู้กำหนดรายการส่งเสริมการขายรายการต่างๆ

ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสภาวะการแข่งขันในตลาดและความต้องการของลูกค้าในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เช่น การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ การให้ของสมนาคุณต่างๆ เป็นต้น

จ. การจัดส่งสินค้าที่รวดเร็วและแน่นอน

เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทเป็นผู้ผลิตสินค้าอุตสาหกรรมที่ต้องการความเที่ยงตรงในการจัดส่งวัตถุดิบเพื่อนำไปใช้ในการผลิต ซึ่งหากเกิดความล่าช้าจะส่งผลกระทบโดยตรงต่อแผนการผลิตที่ลูกค้ากำหนดไว้ นอกจากนี้ กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ผลิตส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะสำรองสินค้าน้อยลงเพื่อควบคุมค่าใช้จ่าย โดยจะหันมาใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายที่จะสามารถจัดส่งวัตถุดิบให้ได้ตามเวลาที่ต้องการ ดังนั้น บริษัทจึงได้กำหนดนโยบายสำรองสินค้าให้แก่ลูกค้าประมาณร้อยละ 10 จากยอดประมาณการสั่งซื้อรวมที่ลูกค้าแจ้งไว้กับบริษัท ทั้งนี้ เพื่อให้บริษัทมีสินค้าสำรองไว้จำนวนหนึ่งเพื่อเตรียมจำหน่ายและจัดส่งให้แก่ลูกค้าที่มีความจำเป็นต้องใช้วัตถุดิบในกรณีฉุกเฉิน นอกจากนี้ เพื่อให้การบริการจัดส่งสินค้าเป็นไปอย่างประสิทธิภาพ รวดเร็ว และตรงต่อเวลา บริษัทได้จัดเตรียมรถบรรทุกเพื่อขนส่งสินค้าจำนวนเกือบ 20 คันไว้คอยบริการครอบคลุมพื้นที่จัดส่งทั้งในกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล รวมทั้งจังหวัดชลบุรีและระยองด้วย

ฉ. การให้บริการหลังการขาย

นอกเหนือจากการให้บริการจัดส่งสินค้าที่รวดเร็วและแน่นอนแล้ว บริษัทยังมีการให้บริการหลังการขายอื่นๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าอีก เช่น การเปลี่ยนสินค้าใหม่ให้แก่ลูกค้าทันทีเมื่อพบว่าปัญหาในกระบวนการผลิตเกิดขึ้นจากสินค้าที่สั่งซื้อไป การให้บริการทดลองใช้สินค้าตัวอย่างก่อนการสั่งซื้อจริง การประสานความร่วมมือระหว่างลูกค้าและผู้ผลิตสินค้าในการวิเคราะห์ส่วนประกอบของโลหะเพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาผลิตสินค้าให้ได้ตรงตามความต้องการของลูกค้ามากที่สุด การให้บริการประกอบและติดตั้งระบบท่อส่งลมสำหรับลูกค้าที่สั่งซื้อฉนวนยางป้องกันความร้อน

ช. การรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ผลิตสินค้าและลูกค้า

จากการดำเนินธุรกิจร่วมกันระหว่างบริษัทและผู้ผลิตสินค้าแต่ละรายที่มีมาอย่างยาวนาน ทำให้สัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้บริหารของบริษัทและผู้ผลิตเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้บริษัทมีความได้เปรียบในเชิงการค้ามากกว่าคู่แข่งขัน โดยบริษัทจะได้รับความร่วมมือจากผู้ผลิตสินค้าเป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นการวางแผนการผลิตสินค้าของผู้ผลิตเพื่อลดระยะเวลาในการสั่งซื้อสินค้า (Lead Time) ให้แก่บริษัทหรือการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีคุณสมบัติเหมาะสมตรงตามที่ลูกค้าต้องการ เป็นต้น

นอกจากการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ผลิตสินค้าแล้ว บริษัทยังได้เสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องเช่นกัน โดยบริษัทคำนึงถึงความสำคัญของการให้บริการสินค้าที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้า บริการจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าตรงตามเวลาที่กำหนด รวมทั้งบริษัทยังมีบริการหลังการขายไว้คอยให้บริการแก่ลูกค้า โดยบริษัทจะทำหน้าที่ติดต่อประสานงานระหว่างผู้ผลิตและลูกค้าในการเปลี่ยนสินค้าหรือแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการนำสินค้าที่สั่งซื้อจากบริษัทไปใช้ในกระบวนการผลิตของลูกค้า จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ทำให้บริษัทได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าในการสั่งซื้อสินค้าจากบริษัทตลอดมา

2) ลักษณะลูกค้า/กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ปัจจุบันบริษัทสามารถแบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็น 3 กลุ่มหลักๆ ดังนี้

ก. ลูกค้ากลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม

ลูกค้ากลุ่มนี้เป็นผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมประเภทต่างๆ ที่นำผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจัดจำหน่ายไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิต เช่น อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมผลิตอุปกรณ์ไฟฟ้า อุตสาหกรรมผลิตสปริง และอุตสาหกรรมผลิตเครื่องใช้ในครัวเรือน เป็นต้น ลูกค้ากลุ่มนี้เป็นลูกค้าที่สร้างรายได้หลักให้แก่บริษัทมาโดยตลอด

สำหรับปี 2556-2557 บริษัทมีสัดส่วนลูกค้าประเภทโรงงานอุตสาหกรรมประมาณร้อยละ 68.41 และ 69.97 ตามลำดับ

ข. ลูกค้ากลุ่มโครงการก่อสร้าง

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

สำหรับปี 2556-2557 บริษัทมีสัดส่วนลูกค้าประเภทโครงการก่อสร้างประมาณร้อยละ 19.45 และ 16.70 ตามลำดับ

ค. ลูกค้ากลุ่มผู้จัดจำหน่ายสินค้า (Dealers)

ลูกค้ากลุ่มนี้ ได้แก่ ผู้จัดจำหน่ายหรือตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์โลหะชนิดต่างๆ รวมทั้งท่อทองแดงและฉนวนยางป้องกันความร้อนจากบริษัทเพื่อนำไปจำหน่ายต่อให้แก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอื่นๆ และลูกค้าปลีกทั่วไป

สำหรับปี 2556-2557 บริษัทมีสัดส่วนลูกค้าประเภทผู้จัดจำหน่ายสินค้าประมาณร้อยละ 12.14 และ 13.32 ตามลำดับ

ตารางแสดงประเภทธุรกิจของลูกค้าสำหรับแต่ละผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์	ประเภทธุรกิจของลูกค้า		
	ผู้ผลิตสินค้าอุตสาหกรรม	ผู้รับเหมา	ผู้จัดจำหน่ายสินค้า
ทองแดงและทองเหลืองชนิดแผ่นและม้วน	✓		✓
ลวดเหล็กและลวดสเตนเลส	✓		
อะลูมิเนียมชนิดแผ่นและม้วน	✓	✓	✓
อะลูมิเนียมชีทสำหรับทำวัสดุมุงหลังคา		✓	✓
ท่อทองแดงและอุปกรณ์		✓	✓
ฉนวนยางป้องกันความร้อนและอุปกรณ์		✓	✓

ผลิตภัณฑ์	ประเภทธุรกิจของลูกค้า		
	ผู้ผลิตสินค้าอุตสาหกรรม	ผู้รับเหมา	ผู้จัดจำหน่ายสินค้า
ลวดเชื่อมเหล็กและลวดเชื่อมสเตนเลส	✓	✓	✓
เครื่องเชื่อมไฟฟ้า			✓

ตารางแสดงสัดส่วนการจำหน่ายสินค้าในประเทศและต่างประเทศ

	ปี 2555		ปี 2556		ปี 2557	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ยอดขายสินค้าในประเทศ	1,451.97	100.00	1,564.71	99.94	1,314.90	100.00
ยอดขายสินค้าต่างประเทศ	0.02	0.00	0.95	0.06	0.00	0.00
รวมทั้งสิ้น	**1,451.99**	**100.00**	**1,565.66**	**100.00**	**1,314.90**	**100.00**

จากตารางแสดงสัดส่วนการจำหน่ายสินค้าของบริษัทในประเทศและต่างประเทศ พบว่าบริษัทไม่มีคำสั่งซื้อจากลูกค้ารายใดที่สั่งซื้อสินค้ามากกว่าร้อยละ 30 ของรายได้จากการขายรวมทั้งหมดของบริษัท โดยในปี 2556 ลูกค้าที่มียอดสั่งซื้อสูงสุดคิดเป็นร้อยละ 4.11 ของรายได้จากการขายรวม ในขณะที่ลูกค้ารายใหญ่ 10 รายแรกของบริษัทมียอดสั่งซื้อรวมกันคิดเป็นร้อยละ 31.70 สำหรับปี 2557 ลูกค้าที่ยอดสั่งซื้อสูงสุดและลูกค้ารายใหญ่ 10 รายแรกของบริษัทมียอดสั่งซื้อรวมกันคิดเป็นร้อยละ 4.23 และร้อยละ 31.16 ตามลำดับ

3) การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

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

- ฝ่ายการตลาดสินค้าอุตสาหกรรม ทำหน้าที่รับผิดชอบในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัตถุดิบอุตสาหกรรมให้แก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมต่างๆ ทั้งนี้ สินค้าที่อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบ ประกอบด้วย ทองแดงและทองเหลือง ลวดเหล็ก ลวดสเตนเลส และอะลูมิเนียม
- ฝ่ายการตลาดสินค้าวัสดุก่อสร้าง ทำหน้าที่รับผิดชอบในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัสดุเพื่อใช้ในการก่อสร้างให้แก่ผู้รับเหมางานระบบต่างๆ ทั้งนี้ สินค้าที่อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบ ประกอบด้วย ท่อทองแดงและอุปกรณ์ฉนวนยางป้องกันความร้อนและอุปกรณ์อื่นๆ ลวดเชื่อมเหล็กและลวดเชื่อมสเตนเลส

ทั้งนี้ การแบ่งทีมงานการตลาดออกเป็น 2 ฝ่ายดังกล่าวข้างต้น เพื่อให้เจ้าหน้าที่การตลาดแต่ละคนสามารถดูแลลูกค้าเฉพาะกลุ่มได้อย่างทั่วถึง ทำให้ทราบความต้องการของลูกค้าและความเคลื่อนไหวของตลาดได้เป็นอย่างดี ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ เนื่องจากลักษณะของผลิตภัณฑ์รวมทั้งความต้องการของลูกค้าทั้ง 2 กลุ่มมีลักษณะที่แตกต่างกันอย่างมาก

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

2.2.2 สภาพการแข่งขัน

1) ภาวะการตลาดอุตสาหกรรมโลหะ

เนื่องจากปัจจุบันในประเทศไทยยังไม่มีผู้ประกอบการรายใดสามารถผลิตทองแดงเองได้ ทำให้ลักษณะการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมทองแดงในประเทศไทยเกือบทั้งหมดจะต้องนำเข้าผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศเข้ามาแปรรูปเพื่อผลิตเป็นสินค้า โดยส่วนใหญ่จะนำเข้ามาจากประเทศญี่ปุ่น ไต้หวัน อินโดนีเซีย และออสเตรเลีย เป็นหลัก ส่วนผลิตภัณฑ์อะลูมิเนียมในประเทศไทยจะมีการผลิตตั้งแต่การหลอมอะลูมิเนียมจากเศษโลหะและมีการนำเข้าทั้งผลิตภัณฑ์อะลูมิเนียมเพื่อการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อะลูมิเนียมเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมต่างๆ จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ทำให้ประเทศไทยต้องนำเข้าผลิตภัณฑ์โลหะชนิดต่างๆ จากต่างประเทศเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมต่อไป

ตารางแสดงปริมาณการนำเข้าผลิตภัณฑ์โลหะระหว่างปี 2554-2557

หน่วย : ตัน	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557
ทองแดง				
- ทองแดงไม่ขึ้นรูป	237,122.0	246,059.0	253,482.4	264,601.8
- ทองแดงแผ่น	36,381.4	38,566.2	35,223.0	41,236.6
- ท่อทองแดงและอุปกรณ์	26.275.9	29,945.4	31,977.7	31,669.6
- ผลิตภัณฑ์ทองแดงอื่น	94,994.6	113,124.5	123,241.9	117,879.7
ปริมาณการนำเข้าผลิตภัณฑ์ทองแดง	**394.774.0**	**427,695.1**	**443,925.0**	**455,387.7**
อะลูมิเนียม				
- อะลูมิเนียมไม่ขึ้นรูป	465,819.7	521,665.5	558,136.2	519,583.1
- อะลูมิเนียมแผ่น	153,615.2	165,457.8	183,835.3	203,217.9
- ผลิตภัณฑ์อะลูมิเนียมอื่น	127,709.7	152,615.8	172,158.7	167,731.9
ปริมาณการนำเข้าผลิตภัณฑ์อะลูมิเนียม	**747,144.6**	**839,739.1**	**914,130.3**	**890,533.0**

ที่มา : การค้าไทย

จากตารางแสดงปริมาณการนำเข้าผลิตภัณฑ์โลหะพบว่าในปี 2557 ประเทศไทยมีการนำเข้าผลิตภัณฑ์ทองแดงและอะลูมิเนียมในจำนวนที่ปรับเพิ่มขึ้นและลดลงเล็กน้อยจากปี 2556 ทั้งนี้ เป็นผลมาจากปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองภายในประเทศที่เริ่มต้นมาตั้งแต่ช่วงปลายปี 2556 จนถึงช่วงไตรมาส 2 ของปี 2557 ส่งผลให้ภาคอุตสาหกรรมการผลิตต่าง

ชะลอการผลิตและการลงทุนใหม่ออกไปเพื่อรอดูความชัดเจนของเศรษฐกิจ และถึงแม้ว่าเศรษฐกิจไทยในช่วงครึ่งปีหลังจะทยอยฟื้นตัวเป็นลำดับ แต่ภาคอุตสาหกรรมการผลิตส่วนใหญ่ยังคงชะลอการลงทุนเพราะรอการฟื้นตัวของเศรษฐกิจจากนโยบายภาครัฐ ประกอบกับอุตสาหกรรมการผลิตบางประเภท เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ ยังมีกำลังการผลิตส่วนเกินมาจากปีที่แล้ว

ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ทองแดงชนิดแผ่นที่บริษัทเป็นหนึ่งในผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายนั้น ในปี 2557 ประเทศไทยมีการนำเข้าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจำนวน 41,236.6 ตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2556 ที่นำเข้าจำนวน 35,223.0 ตัน ในขณะที่ปริมาณการนำเข้าท่อทองแดงและอุปกรณ์จำนวน 31,669.6 ตัน ลดลงจากปี 2556 ที่นำเข้าจำนวน 31,977.7 ตัน สำหรับปริมาณการนำเข้าผลิตภัณฑ์อะลูมิเนียมของประเทศไทยในปี 2557 มีจำนวน 890,533.0 ตัน ปรับลดลงจากปี 2556 ที่นำเข้าจำนวน 914,130.3 ตัน ซึ่งสอดคล้องกับการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมการผลิตที่ปรับตัวลดลงจากการชะลอการผลิตและการลงทุนออกไปเพื่อรอดูความชัดเจนของเศรษฐกิจภาพรวม

2) ภาวะการตลาดอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

บริษัทประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โลหะเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบอุตสาหกรรมและวัสดุเพื่อใช้ในงานก่อสร้าง ดังนั้น การเติบโตในธุรกิจของบริษัทจึงขึ้นอยู่กับการเติบโตของเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเติบโตของภาคอุตสาหกรรมที่ลูกค้าของบริษัทดำเนินธุรกิจอยู่ ซึ่งแบ่งออกเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ได้ 3 กลุ่ม คือ อุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ และอุตสาหกรรมการก่อสร้าง โดยในปี 2557 ภาวะการผลิตของอุตสาหกรรมยานยนต์ปรับลดลงเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจภายในประเทศชะลอตัว ประกอบกับหนี้ภาคครัวเรือนยังคงอยู่ในระดับสูง และการส่งออกรถยนต์หดตัวลงอันเนื่องมาจากภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวเช่นเดียวกัน

ในขณะที่ภาวะอุตสาหกรรมเครื่องไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ปรับตัวเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน โดยมาจากกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ปรับตัวเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีความต้องการนำไปใช้ในอุปกรณ์สื่อสารมากขึ้น ส่วนกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อน เนื่องจากในช่วงครึ่งปีแรกกำลังซื้อในประเทศลดลงและผู้บริโภคมีการระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้น

สำหรับภาวะอุตสาหกรรมการก่อสร้างในปี 2557 การก่อสร้างของภาครัฐและภาคเอกชนปรับตัวลดลง ซึ่งเป็นผลมาจากสถานการณ์เศรษฐกิจที่ชะลอตัวจากปัญหาสถานการณ์ทางการเมืองที่ยังคงยืดเยื้อตั้งแต่ช่วงปลายปี 2556 จนถึงต้นปี 2557 ทำให้ความเชื่อมั่นในการลงทุนของภาคเอกชนลดลง

อย่างไรก็ตาม แนวโน้มของอุตสาหกรรมการผลิตและการก่อสร้างในส่วนต่างๆ จะมีการขยายตัวที่ดีขึ้นจากแนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ การพื้นตัวของการลงทุน และการลงทุนก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐ

3) จำนวนคู่แข่งขัน

ตลอดระยะเวลา 20 กว่าปีที่ผ่านมายังไม่มีผู้ประกอบธุรกิจรายใดประกอบธุรกิจในการเป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โลหะและวัสดุเพื่อใช้ในการก่อสร้างที่มีสินค้าหลากหลายและให้บริการอย่างครบวงจรเช่นเดียวกับบริษัท ทำให้ภาวะการแข่งขันและคู่แข่งมีความแตกต่างกันไปในแต่ละผลิตภัณฑ์ โดยบริษัทอาจจำแนกประเภทคู่แข่งขันหลักในแต่ละผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้

ก. ผู้จัดจำหน่ายสินค้าในประเทศ

ผู้ผู้จัดจำหน่ายสินค้าในประเทศ ได้แก่ บริษัทในประเทศที่ประกอบธุรกิจคล้ายคลึงกับบริษัทในการนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าประเภทต่างๆ โดยแต่ละบริษัทจะมีการนำเข้าและจำหน่ายสินค้าที่เหมือนกับบริษัทเพียงหนึ่งหรือสองชนิดเท่านั้น รวมทั้งยังไม่มีการให้บริการเกี่ยวกับสินค้าคงเหลืออย่างครบวงจรเหมือนอย่างบริษัท

ข. ผู้จัดจำหน่ายสินค้าต่างประเทศ

นอกเหนือจากการแข่งขันกับผู้จัดจำหน่ายสินค้าในประเทศแล้ว ผลิตภัณฑ์บางประเภทที่บริษัทจัดจำหน่าย ได้แก่ ลวดเหล็กและลวดสเตนเลส ต้องแข่งขันกับผู้จัดจำหน่ายสินค้าจากต่างประเทศซึ่งเป็นบริษัทตัวแทนจำหน่ายสินค้า (Trading Company) ชั้นนำของประเทศญี่ปุ่นที่มีการจัดจำหน่ายสินค้าชนิดเดียวกับบริษัท

ค. ผู้ผลิตสินค้าในประเทศ

สำหรับผลิตภัณฑ์บางประเภท เช่น ผลิตภัณฑ์อะลูมิเนียมแผ่น ฉนวนยางป้องกันความร้อน และลวดเชื่อมเหล็ก บริษัทต้องแข่งขันกับผู้ผลิตรายใหญ่ในประเทศที่มีอำนาจกำหนดราคาซื้อขายสินค้าในตลาด ได้แก่ บริษัท อะลูมิเนียม ฉื่อจิ้น ฮั้ว จำกัด และบริษัท วโรปกรณ์ จำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตอะลูมิเนียม, บริษัท ตะวันออกโปลีเมอร์อุตสาหกรรม จำกัด ผู้ผลิตฉนวนยางป้องกันความร้อน และบริษัท ไทย - โกเบ เวลดิ้ง จำกัด ผู้ผลิตลวดเชื่อมเหล็กและลวดเชื่อมสเตนเลส เป็นต้น

นอกเหนือจากคู่แข่งทางตรงในแต่ละผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น บริษัทยังต้องแข่งขันกับคู่แข่งขันทางอ้อมที่เป็นผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายสินค้ารายย่อยที่สามารถนำมาใช้ทดแทนสินค้าที่บริษัทนำเข้ามาได้ เช่น ลวดเหล็กและลวดสเตนเลส ทองแดงและทองเหลือง ท่อทองแดง เป็นต้น อย่างไรก็ตาม สินค้าดังกล่าวเป็นสินค้าที่มีคุณสมบัติและ/หรือมีคุณภาพไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทที่เป็นผู้ผลิตสินค้าอุตสาหกรรมที่เน้นการจัดซื้อวัตถุดิบที่มีคุณภาพสูง นอกจากนี้ สินค้าบางชนิดที่บริษัทเป็นผู้นำเข้าก็เป็นสินค้าที่ไม่สามารถผลิตได้ในประเทศไทยหรือผลิตได้ก็ไม่ตรงตามมาตรฐานและคุณสมบัติตามที่ลูกค้ากำหนด ดังนั้น บริษัทจึงไม่ถือว่าผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายรายย่อยในประเทศดังกล่าวเป็นคู่แข่งขันที่อยู่ในระดับเดียวกับบริษัท

ทั้งนี้ รายละเอียดของผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจประเภทเดียวกันและอยู่ในตลาดระดับเดียวกันกับบริษัทสามารถสรุปได้ดังนี้

ผลิตภัณฑ์	จำนวนคู่แข่งขัน (ราย)	ประเภทธุรกิจของคู่แข่ง		
		ผู้จัดจำหน่ายสินค้าในประเทศ	ผู้จัดจำหน่ายสินค้าต่างประเทศ	ผู้ผลิตสินค้าในประเทศ
ทองแดงและทองเหลืองชนิดแผ่นและม้วน ท่อทองเหลือง และอุปกรณ์	3	✓		
ลวดเหล็กและลวดสเตนเลส	6		✓	
อะลูมิเนียมชนิดแผ่นและม้วน	6	✓	✓	✓
อะลูมิเนียมชีทสำหรับทำวัสดุมุงหลังคา	2			

ผลิตภัณฑ์	จำนวนคู่แข่งขัน (ราย)	ประเภทธุรกิจของคู่แข่ง		
		ผู้จัดจำหน่ายสินค้าในประเทศ	ผู้จัดจำหน่ายสินค้าต่างประเทศ	ผู้ผลิตสินค้าในประเทศ
ท่อทองแดงและอุปกรณ์	6	✓		✓
ฉนวนยางป้องกันความร้อน	3	✓		✓
ลวดเชื่อมเหล็กและลวดเชื่อมสเตนเลส	3	✓	✓	✓

นอกจากการที่บริษัทไม่มีคู่แข่งโดยตรงที่ประกอบธุรกิจเหมือนกับบริษัทแล้ว อีกปัจจัยหนึ่งที่สนับสนุนความสามารถในการเติบโตและความมั่นคงของบริษัท คือ อุปสรรคของการเข้ามาทำธุรกิจใหม่ (Barriers) ในอุตสาหกรรมที่บริษัทดำเนินธุรกิจอยู่ทั้งในด้านการจัดหาผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตและการขายสินค้าให้กับลูกค้า ทั้งนี้ นอกเหนือจากสถานะทางธุรกิจที่มีความน่าเชื่อถือแล้ว การมีความสัมพันธ์กับผู้ผลิตมาอย่างยาวนานส่งผลให้บริษัทได้รับเงื่อนไขทางการค้าที่ดีช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับบริษัท โดยบริษัทใช้เวลากว่า 20 ปีในการพัฒนาความสัมพันธ์ดังกล่าวกับผู้ผลิตแต่ละราย และในส่วนของลูกค้าโดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกค้าที่เป็นผู้ผลิตสินค้าอุตสาหกรรม คุณภาพของสินค้าและความตรงต่อเวลาในการจัดส่งสินค้ารวมทั้งความน่าเชื่อถือของผู้จัดจำหน่ายเป็นปัจจัยสำคัญที่ลูกค้าคำนึงถึง การเปลี่ยนผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบหมายถึงการเริ่มต้นทดสอบผลิตภัณฑ์ของผู้จัดจำหน่ายหรือผู้ผลิตแต่ละรายใหม่ รวมทั้งการทดสอบความน่าเชื่อถือของผู้จัดจำหน่าย/ผู้ผลิตในการจัดส่งสินค้าในจำนวนและเวลาที่ต้องการอีกด้วย สิ่งต่างๆ เหล่านี้ล้วนแต่ต้องใช้เวลาในการทดสอบซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิตของลูกค้าได้ นอกจากนี้ ด้วยประสบการณ์ที่ยาวนานในการประกอบธุรกิจยังทำให้บริษัทสามารถให้บริการต่างๆ ได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริหารการเก็บสินค้าสำรองที่มีประสิทธิภาพ

4) ภาวะการแข่งขันสำหรับผลิตภัณฑ์ชนิดต่างๆ ของบริษัท

ก. ทองแดงและทองเหลืองชนิดแผ่นและม้วน

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

บริษัทใช้ความหลากหลายของสินค้าทั้งในแง่ของความหนา ขนาด ส่วนผสมของโลหะ ความแข็ง ที่ปัจจุบันบริษัทมีสินค้าไว้จำหน่ายมากกว่า 3,000 รายการ การให้บริการเก็บสินค้าคงเหลือสำรอง และการบริการที่มีประสิทธิภาพเป็นกลยุทธ์

ในการแข่งขัน ซึ่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทก็ได้พิสูจน์แล้วว่า กลยุทธ์ดังกล่าวทำให้บริษัทสามารถรักษาฐานลูกค้าเดิม รวมทั้งขยายฐานลูกค้าใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง

ข. ลวดเหล็กและลวดสเตนเลส

ลวดเหล็กและลวดสเตนเลสเป็นผลิตภัณฑ์ที่ถือได้ว่ามีการแข่งขันน้อยที่สุด เนื่องจากฐานลูกค้ามีปริมาณจำกัด ลักษณะการแข่งขันบริษัทจะแข่งขันกับตัวแทนจำหน่ายสินค้าจากประเทศญี่ปุ่นเท่านั้น โดยยังไม่มีผู้ผลิตในประเทศรายใดที่สามารถผลิตลวดสเตนเลสและลวดเหล็กได้ตรงตามมาตรฐานที่ลูกค้าของบริษัทต้องการ เนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ผลิตสปริงจะเน้นการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพสูงและได้มาตรฐานจากผู้จัดจำหน่ายสินค้าที่สามารถจัดส่งสินค้าตามที่ต้องการได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้น คุณภาพของสินค้าและความสามารถในการให้บริการ รวมถึงการจัดเก็บสินค้าคงเหลือสำรองและการจัดส่งที่ตรงต่อเวลาจึงเป็นปัจจัยหลักที่บริษัทใช้เป็นกลยุทธ์ในการทำให้ลูกค้าหันมาสั่งซื้อสินค้าจากบริษัท โดยตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัทก็ได้รับคำสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้ากลุ่มดังกล่าวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ค. อะลูมิเนียมชนิดแผ่นและม้วน

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

นอกจากบริษัทจะเน้นการให้บริการแก่ลูกค้าที่ดีกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น บริษัทยังมีการเพิ่มผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะเฉพาะซึ่งไม่สามารถผลิตได้ภายในประเทศ อาทิ อะลูมิเนียมฟอยล์สำหรับอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น ทำให้บริษัทประสบความสำเร็จกับการขายผลิตภัณฑ์อะลูมิเนียม โดยมียอดขายและผลกำไรเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ง. อะลูมิเนียมชีทสำหรับทำวัสดุมุงหลังคา

บริษัทเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์อะลูมิเนียมชีทสำหรับทำวัสดุมุงหลังคาภายใต้เครื่องหมายการค้า “K-Roof” ปัจจุบันได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นมาก โดยเฉพาะในกลุ่มลูกค้าที่ต้องการวัสดุคงทนต่อสารเคมี ต้านสนิม และการผุกร่อน วัสดุอะลูมิเนียมมีคุณสมบัติช่วยให้อุณหภูมิใต้หลังคามีความเย็นกว่าวัสดุชนิดอื่นประมาณ 3-12 องศา

จ. บรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว

ปัจจุบันบริษัท พรีเมี่ยม เฟล็กซิเบิ้ล แพคเก็จจิ้ง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ตั้งอยู่ที่จังหวัดเพชรบุรี และเป็นผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัวให้กับหลากหลายอุตสาหกรรม อาทิ อาหาร เวชภัณฑ์ และเครื่องสำอาง เนื่องจากบริษัทย่อยได้เริ่มดำเนินงานแล้วเมื่อเดือนพฤษภาคม ปี 2556 ได้รับคำสั่งซื้อและการสนับสนุนจากลูกค้าปัจจุบันและลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างดี ธุรกิจจึงมีแนวโน้มการเติบโตที่ดี

ฉ. ท่อทองแดงและอุปกรณ์

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

อย่างไรก็ดี เนื่องจากราคาทองแดงในระยะ 2-3 ปีที่ผ่านมามีความผันผวนมากและราคาแร่ปรับตัวสูงขึ้น แม้จะมีผู้ใช้สินค้าพยายามลดต้นทุนโดยการใช้วัสดุอื่นๆ ทดแทนหรือยอมรับสินค้าจากกลุ่มผู้นำเข้าท่อทองแดงยี่ห้อต่างๆ จากประเทศจีนและบางประเทศในแถบเอเชียที่มีราคาถูก แต่อาจจะต้องเผชิญกับความเสี่ยงเกี่ยวกับสิ่งเจือปนในเนื้อทองแดงและความกังวลเกี่ยวกับที่มาของแหล่งผลิต สาเหตุเพราะเครื่องหมายการค้าของผู้ผลิตท่อทองแดงดังกล่าวอาจยังไม่เป็นที่รู้จักและยอมรับในระดับสากลทั่วโลก แต่ด้วยผลิตภัณฑ์ท่อทองแดง Kembla ซึ่งได้พิสูจน์แล้วถึงความเป็นเลิศด้านคุณภาพมาโดยตลอดและราคาสามารถแข่งขันได้ดี ทำให้บริษัทยังคงรักษาและเพิ่มสัดส่วนการตลาดได้อย่างดีเยี่ยม

นอกจากนี้ บริษัทมีแผนในการจัดสัมมนาเพื่อเผยแพร่ข้อมูลทางวิชาการเกี่ยวกับท่อทองแดงและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ รวมถึงการส่งเสริมความเข้าใจในด้านคุณภาพของวัตถุดิบและกระบวนการผลิตที่จะสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภค รวมถึงความคุ้มค่าในการตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์ Kembla

ช. ฉนวนยางป้องกันความร้อน

เช่นเดียวกันกับผลิตภัณฑ์อะลูมิเนียม ในประเทศไทยมีผู้ผลิตฉนวนยางป้องกันความร้อนรายใหญ่ที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดค่อนข้างสูง ทำให้การแข่งขันเป็นไปอย่างรุนแรง ราคาสินค้าจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขัน ปัจจุบันบริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทยสำหรับผลิตภัณฑ์ฉนวนยาง K-Flex ซึ่งบริษัทสามารถเพิ่มสัดส่วนตลาดได้อย่างโดดเด่นโดยได้รับการสนับสนุนอย่างดีจากผู้ผลิตและใช้กลยุทธ์ทางด้านคุณภาพของสินค้าที่มีคุณสมบัติพิเศษอันเป็นผลจากเทคโนโลยีการผลิตชั้นสูงของผู้ผลิต ซึ่งผิวและเนื้อวัสดุ รวมถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ K-Flex มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไปอย่างเด่นชัด และด้วยความพิเศษนี้จึงทำให้ได้รับการยอมรับจากทั่วโลก การลดความหนาของแผ่นฉนวนยางป้องกันความร้อนลงได้จะช่วยลดต้นทุนของลูกค้าได้อย่างแท้จริง นอกจากนี้ บริษัทยังมีการให้บริการเสริมอื่นๆ เช่น การรับประกอบและติดตั้งท่อส่งลมหรือการขายฉนวนยางป้องกันความร้อนร่วมกับท่อทองแดงและยางรองท่อเพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดซื้อให้กับลูกค้า เป็นต้น

ซ. ลวดเชื่อมเหล็กและลวดเชื่อมสเตนเลส

เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการแข่งขันค่อนข้างรุนแรง นอกเหนือจากการมีคู่แข่งที่เป็นผู้นำเข้า ในปัจจุบันยังมีผู้ผลิตสินค้าภายในประเทศหลายราย และบางรายผลิตสินค้าหลายยี่ห้อ รวมถึงมีการกำหนดราคาขายหลายระดับราคาเพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายต่างๆ อย่างไรก็ดี เนื่องจากลวดเชื่อมเหล็กและลวดเชื่อมสเตนเลสเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านคุณภาพมาก อีกทั้งยังมีปริมาณการใช้สูงและมีกลุ่มผู้ใช้แพร่หลายในทุกอุตสาหกรรม การที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าประเภทนี้จึงถือเป็นโอกาสในการขยายฐานลูกค้าให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

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

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

1) การจัดหาผลิตภัณฑ์และแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์

บริษัทมีนโยบายที่จะสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิต (Supplier) โดยตรง เนื่องจากคุณภาพของสินค้าและความน่าเชื่อถือของผู้ผลิตเป็นปัจจัยสำคัญที่บริษัทคำนึงถึงในการคัดเลือกและจัดหาสินค้าเพื่อนำมาจัดจำหน่าย ปัจจุบันบริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าหลักในประเทศไทยให้กับผู้ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพทั้งในประเทศและต่างประเทศจำนวนกว่า 10 ราย นอกจากการเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าหลักแล้ว บริษัทยังมีการทำงานร่วมกันในด้าน Technical Support ต่างๆ ระหว่างผู้ผลิตและลูกค้าของบริษัทซึ่งจะช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัท

ทั้งนี้ บริษัทมีการติดต่อทำธุรกิจกับผู้ผลิตส่วนใหญ่มาเป็นระยะเวลายาวนานส่งผลให้บริษัทมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ผลิต ซึ่งจะเป็นการเอื้อประโยชน์ในการประกอบธุรกิจของบริษัทเป็นอย่างดี โดยที่ผ่านมาบริษัทได้รับความร่วมมือจากผู้ผลิตสินค้าในการวางแผนการผลิตสินค้าเพื่อลดระยะเวลาในการสั่งซื้อสินค้าหรือการที่ผู้ผลิตบางรายช่วยเก็บรักษาสินค้าคงคลังที่ยังไม่ใช้งานให้ ทำให้บริษัทสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าของบริษัทว่า บริษัทจะสามารถจัดส่งสินค้าได้ตรงตามกำหนดเวลาที่ลูกค้าต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

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

ปัจจุบันบริษัทมีการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์หลักแต่ละประเภทจากผู้ผลิตในประเทศต่างๆ ดังนี้

ประเภทของผลิตภัณฑ์	ประเทศที่สั่งซื้อ
ทองแดงและทองเหลืองชนิดแผ่นและม้วน, ท่อทองเหลืองและอุปกรณ์	ประเทศเกาหลี, ประเทศอินเดีย
ลวดเหล็กและลวดสเตนเลส	ประเทศเกาหลี

ประเภทของผลิตภัณฑ์	ประเทศที่สั่งซื้อ
อะลูมิเนียมชนิดแผ่นและม้วน	ประเทศจีน
อะลูมิเนียมซีทสำหรับทำวัสดุมุงหลังคา	ประเทศจีน
ท่อทองแดงและอุปกรณ์	ประเทศออสเตรเลีย, ประเทศจีน
ฉนวนยางป้องกันความร้อน	ประเทศมาเลเซีย
ลวดเชื่อมเหล็กและลวดเชื่อมสเตนเลส	ประเทศเกาหลี, ประเทศจีน

ในปี 2557 บริษัทมียอดสั่งซื้อสินค้ารวมทั้งสิ้น 1,174.16 ล้านบาท แบ่งเป็นสัดส่วนการสั่งซื้อสินค้าจากในประเทศและต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 11.34 และร้อยละ 88.66 ตามลำดับ เปลี่ยนแปลงจากสัดส่วนดังกล่าวในปี 2556 ที่มีสัดส่วนการสั่งซื้อสินค้าในประเทศเท่ากับร้อยละ 31.09 และสัดส่วนการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 68.91 จะเห็นได้ว่า สัดส่วนการสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตต่างประเทศมีการปรับเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับการสั่งซื้อสินค้าจากในประเทศ ทั้งนี้ เนื่องจากในปี 2557 บริษัทมีการนำเข้าสินค้าในกลุ่มลวดเชื่อมและอะลูมิเนียมเพิ่มขึ้นมาก ซึ่งสินค้าดังกล่าวไม่สามารถจัดหาได้ภายในประเทศ

ตารางแสดงสัดส่วนการสั่งซื้อสินค้าในประเทศและต่างประเทศ

	ปี 2555		ปี 2556		ปี 2557	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ปริมาณการสั่งซื้อสินค้าในประเทศ	600.41	47.26	423.25	31.09	133.19	11.34
ปริมาณการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศ	669.93	52.74	938.26	68.91	1,040.97	88.66
รวมทั้งสิ้น	**1,270.34**	**100.00**	**1,361.51**	**100.00**	**1,174.16**	**100.00**

เนื่องจากสินค้าที่บริษัทจำหน่ายส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่มีผู้ผลิตอยู่เป็นจำนวนไม่มากนัก ดังนั้น บริษัทได้กำหนดนโยบายในการพิจารณาเลือกซื้อสินค้า โดยจะพิจารณาจากผู้ผลิตที่มีความเชี่ยวชาญในการผลิตสินค้าแต่ละชนิด สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงและได้มาตรฐาน นอกจากนี้ บริษัทยังพิจารณาถึงปัจจัยอื่นๆ ที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการและความสามารถในการแข่งขันของบริษัท ได้แก่ การสั่งซื้อสินค้าจากบริษัทที่มีฐานการผลิตอยู่ในกลุ่มประเทศที่ได้รับการสิทธิพิเศษทางภาษี (AFTA, FTA) เป็นต้น ดังนั้น บริษัทจึงมีการสั่งซื้อสินค้าแต่ละประเภทจากผู้ผลิตจำนวนน้อยราย โดยผู้ผลิตทุกรายที่บริษัทสั่งซื้อสินค้าเป็นผู้ผลิตที่มีคุณภาพอยู่ในอันดับต้นๆ ของโลก นอกจากนี้ การสั่งซื้อสินค้าจำนวนมากจากผู้ผลิตจะช่วยให้บริษัทมีอำนาจต่อรองกับผู้ผลิตเพิ่มมากขึ้นทั้งในด้านของเงื่อนไขในการผลิตและราคา

ในปี 2557 บริษัทไม่มีการสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตรายใหญ่รายใดในสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 30 ของยอดสั่งซื้อสินค้ารวมทั้งหมด

ประเภทของผลิตภัณฑ์	จำนวนผู้ผลิตรวม (ราย)	จำนวนผู้ผลิตที่บริษัทมียอดสั่งซื้อสินค้าแต่ละชนิดเกินกว่าร้อยละ 30 (ราย)	
		31 ธ.ค.2556	31 ธ.ค.2557
ทองแดงและทองเหลืองชนิดแผ่นและม้วน, ท่อทองเหลือง และอุปกรณ์	2	2	1
ลวดเหล็กและลวดสเตนเลส	2	2	2
อะลูมิเนียมชนิดแผ่นและม้วน	12	2	1
อะลูมิเนียมซีทสำหรับทำวัสดุมุงหลังคา	4	1	2
ท่อทองแดงและอุปกรณ์	5	2	2
ฉนวนยางป้องกันความร้อน	1	1	1
ลวดเชื่อมเหล็กและลวดเชื่อมสเตนเลส	6	1	2

นอกจากความมุ่งมั่นในการพัฒนาความสัมพันธ์กับผู้ผลิตแต่ละรายอย่างต่อเนื่องแล้ว บริษัทยังได้ติดตามข่าวสารและสถานการณ์ของอุตสาหกรรมต่างๆ รวมทั้งพัฒนาการของสินค้าที่บริษัทจัดจำหน่ายอย่างใกล้ชิด ไม่ว่าจะเป็นการติดตามข้อมูลข่าวสารจากลูกค้าโดยผ่านเจ้าหน้าที่ทางการตลาดของบริษัทหรือการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ เพื่อให้บริษัทสามารถปรับตัวได้ทันกับสถานการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นหากผู้ผลิตสินค้ารายใดเริ่มประสบปัญหาทั้งในด้านการผลิตและสภาพคล่องทางการเงิน ทั้งนี้ เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อนำมาจัดจำหน่ายและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

นอกจากนี้ บริษัทยังใช้บริการจากบริษัทที่ปรึกษาผู้มีความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์โลหะประเภทต่างๆ ทั้งในด้านการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มราคาแร่ ข้อมูลการผลิต และข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับอุตสาหกรรม รวมถึงการแนะนำผู้ผลิตสินค้าจากแหล่งต่างๆ ให้แก่บริษัทอีกด้วย

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

อย่างไรก็ตาม การที่ผู้บริหารของบริษัทเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โลหะมานานกว่า 20 ปี ทำให้มีความเชี่ยวชาญและสามารถประเมินสถานการณ์ราคาโลหะได้เป็นอย่างดี โดยที่ผ่านมาผู้บริหารของบริษัทจะติดตามการเคลื่อนไหวของราคาสินค้าแต่ละชนิด รวมทั้งสภาวะของตลาดโลกอย่างใกล้ชิดและจะทำการสั่งจองราคาสินค้าตามปริมาณคำสั่งซื้อที่ได้รับล่วงหน้าจากลูกค้า สำหรับสินค้าที่ต้องเก็บสำรองให้แก่ลูกค้าที่ไม่สามารถส่งคำสั่งซื้อล่วงหน้าได้ บริษัทจะพิจารณาสั่งซื้อตามความเหมาะสมในแต่ละช่วงเวลาเพื่อให้การบริหารต้นทุนการสั่งซื้อของบริษัทเป็นไปอย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วลูกค้าของบริษัทจะส่งคำสั่งซื้อล่วงหน้าให้แก่บริษัท

2) นโยบายการสั่งซื้อสินค้า

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