

6. โครงการในอนาคต

6.1 โครงการสร้างศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center)

เพื่อให้บริษัทสามารถรักษาความเป็นผู้นำในตลาดท่อเหล็กในประเทศ บริษัทมีแผนในการสร้างความแข็งแกร่งทางการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท่อเหล็กไปยังผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการขยายไปสู่กลุ่มลูกค้าทั่วไปโดยตรง (Retail) ให้มากขึ้นจากเดิมซึ่งเป็นการขายจากโรงงานเพียงอย่างเดียว ทั้งนี้ บริษัทจะเริ่มจากโครงการสร้างศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center) บริเวณถนน บางนา-ตราด เป็นแห่งแรกเพื่อขยายตลาดให้ครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพฯ ผังตะวันออก โดยจะเริ่มก่อสร้างในช่วงเดือนสิงหาคม-กันยายน 2547 และคาดว่าจะเริ่มเปิดดำเนินการได้ประมาณต้นปี 2548 ทั้งนี้ บริษัทจะใช้เงินลงทุนสำหรับการก่อสร้างอาคารและซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ดังกล่าวรวมประมาณ 50 ล้านบาท และศูนย์กระจายสินค้าดังกล่าวจะมีความสามารถในการสำรองผลิตภัณฑ์ท่อเหล็กไว้สำหรับจำหน่ายประมาณ 4,000 ตัน (ปริมาณการจำหน่ายที่เพิ่มขึ้นจากศูนย์กระจายสินค้าจะขึ้นอยู่กับความเร็วในการหมุนเวียนสินค้า) ทั้งนี้ บริษัทมีนโยบายในการเช่าที่ดินเพื่อศูนย์กระจายสินค้าทั้งหมด เนื่องจากต้องการความยืดหยุ่นหากต้องการเปลี่ยนแปลงทำเลที่ตั้ง นอกจากนี้ บริษัทยังมีโครงการที่จะเปิดศูนย์กระจายสินค้าในทำเลยุทธศาสตร์อื่นๆ เพิ่มเติม 2-3 แห่งในอีก 2-3 ปีข้างหน้าเพื่อขยายตลาดให้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ

บริษัทคาดว่าจะได้รับประโยชน์จากโครงการสร้างศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center) ดังนี้

- บริษัทสามารถเพิ่มยอดขายจำหน่ายท่อเหล็กโดยไม่ทำให้เกิดการแข่งขันกับผลิตภัณฑ์ของบริษัทในปัจจุบัน เนื่องจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท่อเหล็กในตลาดใหม่ซึ่งเป็นตลาดที่สินค้าของบริษัทกระจายไปไม่ถึงในปัจจุบัน ดังนั้นจึงไม่ส่งผลกระทบต่ออัตราการทำการกำไรของบริษัท
- บริษัทสามารถลดต้นทุนการผลิตได้เนื่องจากการผลิตท่อเหล็กในปริมาณที่มากขึ้นจะทำให้บริษัทได้รับประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale)
- บริษัทสามารถเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับผู้ผลิตท่อเหล็กรายอื่นๆ โดยหลีกเลี่ยงการแข่งขันทางด้านราคาเพื่อลดผลกระทบต่ออัตราการทำการกำไรของบริษัทในระยะยาว โดยการขยายการจำหน่ายท่อเหล็กไปสู่ลูกค้ากลุ่มทั่วไปโดยตรง (Retail) มากขึ้น เนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้เป็นกลุ่มลูกค้าที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของท่อเหล็กมากกว่าราคา

6.2 การขยายประเภทผลิตภัณฑ์

นอกจากโครงการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าเพื่อขยายตลาดแล้ว บริษัทยังเล็งเห็นโอกาสในการขยายประเภทผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งท่อเหล็กขนาดใหญ่ เพื่อรองรับความต้องการท่อเหล็กที่เติบโตตามอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ โดยบริษัทมีแผนที่จะนำเข้าท่อเหล็กที่มีขนาดใหญ่กว่า 200 มม. ซึ่งยังไม่สามารถผลิตได้ในประเทศไทยในปัจจุบัน เข้ามาทำตลาดประมาณต้นปี 2548 ซึ่งจะสอดคล้องกับการเปิดดำเนินการของศูนย์กระจายสินค้าของบริษัทบริเวณถนนบางนา-ตราด