

3. การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

3.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทประกอบด้วยกลุ่มผลิตภัณฑ์หลัก 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มหลอดไฟฟ้า กลุ่มอุปกรณ์ไฟฟ้าแสงสว่าง กลุ่มโคมไฟฟ้า กลุ่มเสาไฟฟ้า และกลุ่มอุปกรณ์รองรับสายไฟและงานโลหะ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

(1) **กลุ่มหลอดไฟฟ้า** บริษัทมีหลอดไฟฟ้าประเภทต่างๆ จำนวนมากและหลากหลายเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม โดยหลอดไฟฟ้าต่างๆ ที่บริษัทจัดจำหน่ายให้ลูกค้า มีทั้งที่เป็นตราสินค้าของบริษัทเอง คือ LAMEX และตราสินค้าอื่นๆ ที่ไม่ใช่ของบริษัท เช่น OSRAM PHILIPS GE และ VENTURE เป็นต้น

(2) **กลุ่มอุปกรณ์ไฟฟ้าแสงสว่าง** ประกอบด้วย บัลลัสต์ สตาร์ทเตอร์ อิกไนเตอร์ หม้อแปลงไฟฟ้าแรงดันต่ำ อุปกรณ์หรี่ไฟ อุปกรณ์ควบคุมแสง และเต้ารับหลอดไฟ เป็นต้น อุปกรณ์ไฟฟ้าแสงสว่างเหล่านี้มีทั้งที่ผลิตในประเทศและที่นำเข้าจากต่างประเทศ อุปกรณ์ไฟฟ้าแสงสว่างต่างๆ ที่บริษัทจัดจำหน่ายให้ลูกค้า มีทั้งที่เป็นตราสินค้าของบริษัทเอง คือ LAMEX และที่ไม่ใช่ตราสินค้าของบริษัท เช่น PHILIPS OSRAM ATCO SCHWABE ECONOWATD VOSSLOH และ BOVO เป็นต้น

(3) **กลุ่มโคมไฟฟ้า** รายได้ส่วนใหญ่ของบริษัทมาจากกลุ่มโคมไฟฟ้า บริษัทมีโคมไฟฟ้าประเภทต่างๆ มากมาย และหลากหลาย ซึ่งมีทั้งโคมไฟฟ้าที่ใช้ภายในอาคารและโคมไฟฟ้าที่ใช้ภายนอกอาคาร โคมไฟเหล่านี้บางส่วนผลิตโดยโรงงานของบริษัทย่อยเอง บางส่วนนำเข้าจากต่างประเทศ และมีบางส่วนว่าจ้างให้โรงงานอื่นผลิตให้ โคมไฟฟ้าของบริษัทประกอบด้วย

(3.1) **โคมไฟฟ้าฟลูออเรสเซนต์** เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยโรงงานของบริษัทย่อยที่ถนนแจ้งวัฒนะ โดยใช้ตราสินค้า LUSO และ LUMAX มีผลิตภัณฑ์ส่วนน้อยที่ผลิตโดยโรงงานพันธมิตรอื่นในประเทศ

(3.2) **โคมไฟสำหรับใช้ภายในอาคาร** เช่น โคมไฟดาวนไลท์ โคมไฟแทรคไลท์ โคมไฟติดเพดาน และ โคมไฟติดผนัง เป็นต้น เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยโรงงานของบริษัทย่อยที่ถนนแจ้งวัฒนะ และโรงงานที่เป็นพันธมิตรอื่น ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ใช้ตราสินค้า OPTEX

(3.3) **โคมไฟสำหรับใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมและใช้ภายนอกอาคาร** เช่น โคมไฟไฮเบย์ โคมไฟโถเบ โคมไฟถนน และ โคมไฟเสาสูง เป็นต้น เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยโรงงานของบริษัทย่อยที่ถนนแจ้งวัฒนะ และโรงงานพันธมิตรอื่น ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ใช้ตราสินค้า LITEX

(3.4) **โคมไฟสำหรับใช้ในสวนและงานภูมิทัศน์** มีโคมไฟชนิดต่างๆ ที่ใช้ติดตั้งบนหัวเสา ติดตั้งบนรั้วกำแพง ติดตั้งบนกำแพง ติดตั้งบนพื้น และติดได้น้ำ เป็นต้น เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยโรงงานของบริษัทย่อยที่ถนนแจ้งวัฒนะและโรงงานพันธมิตรอื่น ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ใช้ตราสินค้า LANEX

(3.5) **โคมไฟตกแต่ง** มีทั้งโคมไฟติดเพดาน โคมไฟติดผนัง โคมไฟห้อย โคมไฟระย้า โคมไฟตั้งโต๊ะ และโคมไฟตั้งพื้น เป็นต้น เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยโรงงานของบริษัทย่อยที่ถนนแจ้งวัฒนะ และโรงงานพันธมิตรอื่น ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ใช้ตราสินค้า HOMEX

(3.6) **กล่องไฟโฆษณา** เป็นผลิตภัณฑ์ล่าสุดของบริษัทซึ่งกำลังเป็นที่นิยมในวงการสื่อโฆษณา เพื่อใช้ในงานโฆษณาและประชาสัมพันธ์ต่างๆ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยโรงงานของบริษัทย่อยที่ถนนแจ้งวัฒนะ โดยใช้ตราสินค้า SIGNEX

(3.7) **โคมไฟฟ้านำเข้าที่บริษัทเป็นผู้แทนจำหน่าย** เป็นผลิตภัณฑ์ของบริษัทชั้นนำของโลกที่บริษัทเป็นผู้แทนจำหน่าย อาทิเช่น ZUMTOBEL STAFF จากประเทศออสเตรีย GE จากประเทศสหรัฐอเมริกา SILL จากประเทศเยอรมัน LUMASCAPE จากประเทศออสเตรเลีย NORAL จากประเทศนอร์เวย์ และ CASTALDI จากประเทศอิตาลี เป็นต้น

(3.8) **โคมไฟฟ้าอื่นๆ** บริษัทยังจัดหาโคมไฟฟ้าต่างๆ ที่ผลิตโดยโรงงานอื่นและที่นำเข้าจากประเทศต่างๆ ที่ลูกค้าสนใจจะซื้อเพื่อเป็นการบริการลูกค้าตามนโยบายของบริษัทที่จะให้บริการลูกค้าในด้านผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าแสงสว่างอย่างครบวงจร

(4) **กลุ่มเสาไฟฟ้า** มีทั้งเสาไฟฟ้าที่ใช้ในงานภูมิทัศน์ เสาไฟฟ้าที่ใช้กับถนนต่างๆ และเสาไฟฟ้าอื่นๆ เสาไฟฟ้าที่ใช้ในงานภูมิทัศน์ส่วนใหญ่ผลิตโดยโรงงานของบริษัทย่อยที่ถนนแจ้งวัฒนะโดยใช้ตราสินค้า LANEX ส่วนเสาไฟฟ้าที่ใช้กับถนนต่างๆ ส่วนใหญ่บริษัทจะจ้างให้โรงงานพันธมิตรอื่นผลิตให้โดยใช้ตราสินค้า LITEX

(5) **กลุ่มอุปกรณ์รองรับสายไฟและงานโลหะ** ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ประกอบด้วย รางรองรับสายไฟ งานโลหะต่างๆ และอุปกรณ์ลดความตึงของสายที่ใช้กันทั่วไปในสถานีรถไฟใต้ดิน และสนามบิน เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยโรงงานของบริษัทย่อยที่อยู่ใกล้นิคมอุตสาหกรรมนวนคร โดยใช้ตราสินค้า TST

นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์หลัก 5 กลุ่มที่บริษัทมีไว้จำหน่ายให้แก่กลุ่มลูกค้าต่างๆ แล้ว บริษัทยังมีทีมวิศวกร สถาปนิก และมัณฑนากร ที่มีความรู้และประสบการณ์ไว้คอยให้บริการแนะนำการใช้ผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าแสงสว่างให้เหมาะสมกับการใช้งานต่างๆ ตลอดจนให้บริการด้านการออกแบบระบบไฟฟ้าแสงสว่างโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมการขายอีกด้วย บริษัทมีซอฟต์แวร์การออกแบบ (LIGHTING SOFTWARE) ที่มีคุณภาพดีเยี่ยมและเป็นที่ยอมรับกันทั่วโลกไว้ใช้ออกแบบระบบไฟฟ้าแสงสว่างที่สามารถแสดงผลเป็นภาพสามมิติ รวมทั้งภาพสามมิติที่เคลื่อนไหวได้ (ANIMATION) ทำให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจเลือกใช้สินค้าและระบบไฟฟ้าแสงสว่างที่บริษัทนำเสนอได้สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น

(6) **บริการ** นอกจากผลิตภัณฑ์หลักทั้ง 5 กลุ่ม ข้างต้นแล้ว บริษัทยังรับบริการเคลือบสีบนชิ้นงานโลหะให้แก่ลูกค้าอีกด้วย

3.2 การจัดหาผลิตภัณฑ์และวัตถุดิบ

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจำหน่ายให้กับลูกค้าประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยบริษัท ที. เอส. ทริงค์คิง จำกัด
2. ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากต่างประเทศ
3. ผลิตภัณฑ์ที่จ้างโรงงานในประเทศเป็นผู้ผลิตให้ และผลิตภัณฑ์ที่จัดซื้อจากในประเทศ

นอกเหนือจากการจัดหาผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปแล้ว บริษัทที่.เอส.ทริงคิ่ง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ยังได้จัดหาวัตถุดิบเพื่อนำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปอีกด้วย รายละเอียดของการจัดหาผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปและการจัดหาวัตถุดิบมี ดังนี้

(1) การจัดหาผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปและแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป

ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายโดยบริษัทในปัจจุบันสามารถแบ่งตามแหล่งที่มาได้ 3 ประเภท ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางแสดงแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปของบริษัท ในปี 2546

แหล่งที่มา	ประเภทของผลิตภัณฑ์	ร้อยละ
1. นำเข้าจากต่างประเทศ	โคมไฟฟ้าต่างๆ อุปกรณ์ไฟฟ้าแสงสว่างต่างๆ และหลอดไฟฟ้าต่างๆ	30
2. ผลิตโดยบริษัทย่อย	โคมไฟฟ้าต่างๆ เสาไฟฟ้าต่างๆ และอุปกรณ์รองรับสายไฟ	27
3. ว่าจ้างให้โรงงานในประเทศเป็นผู้ผลิตให้ รวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่จัดซื้อจากในประเทศ	โคมไฟฟ้าต่างๆ อุปกรณ์ไฟฟ้าแสงสว่างต่างๆ เสาไฟฟ้าต่างๆ และหลอดไฟฟ้าต่างๆ	43
รวม		100

ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากต่างประเทศ ส่วนใหญ่เป็นโคมไฟฟ้าต่างๆ ตัวเก็บประจุไฟฟ้า และอุปกรณ์ควบคุมระบบไฟฟ้าแสงสว่าง รวมทั้งหลอดไฟฟ้าชนิดต่างๆ เงื่อนไขการชำระสินค้าที่บริษัทซื้อจากผู้ผลิตต่างประเทศเฉลี่ยที่ 60-90 วัน การชำระค่าสินค้าส่วนใหญ่ใช้วิธีโอนเงินผ่านธนาคารเมื่อถึงกำหนดชำระและมีบางส่วนชำระค่าสินค้าโดยการเปิด L/C

ตารางแสดงสัดส่วนผลิตภัณฑ์ที่บริษัทนำเข้าจากต่างประเทศ ในปี 2545 2546 และไตรมาสแรก ปี 2547 มีดังนี้

บริษัทผู้ขายต่างประเทศ	ร้อยละ		
	2545	2546	มค.-มีค.2547
บริษัทผู้ขายผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปให้บริษัทสูงเป็นอันดับหนึ่ง	14	11	15
บริษัทผู้ขายผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปให้บริษัทสิบอันดับถัดไปรวมกัน	65	56	55
บริษัทผู้ขายผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปอื่นๆ ที่เหลือ	21	33	30
รวม	100	100	100

สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยบริษัทย่อย ประกอบด้วยโคมไฟฟ้าชนิดต่างๆ เสาไฟฟ้าต่างๆ และอุปกรณ์รองรับสายไฟ ส่วนผลิตภัณฑ์ที่ว่าจ้างให้โรงงานอื่นในประเทศเป็นผู้ผลิตให้รวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่จัดซื้อจากในประเทศส่วนใหญ่จะเป็นโคมไฟฟ้าต่างๆ เสาไฟฟ้าต่างๆ อุปกรณ์ไฟฟ้าแสงสว่างต่างๆ และหลอดไฟฟ้าชนิดต่างๆ โดยมีเงื่อนไขการชำระสินค้าเฉลี่ยที่ 60 วัน (ไม่รวมบริษัทย่อย)

สัดส่วนผลิตภัณฑ์ที่บริษัทซื้อจากโรงงานในประเทศ ในปี 2545 2546 และไตรมาสแรกปี 2547 มีดังนี้

บริษัทผู้ขายในประเทศ	ร้อยละ		
	2545	2546ะ	มค.-มีค.2547
บริษัทย้อย (บริษัท ที.เอส.ทังคิง จำกัด)	39	38	37
บริษัทผู้ขายผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปให้บริษัทสูงเป็นอันดับหนึ่ง	12	11	12
บริษัทผู้ขายผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปให้บริษัทสิบอันดับถัดไปรวมกัน	36	31	42
บริษัทผู้ขายผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปอื่นๆ ที่เหลือ	13	20	9
รวม	100	100	100

(2) การจัดหาวัตถุดิบและแหล่งที่มาของวัตถุดิบ

วัตถุดิบสำคัญที่ใช้ในการผลิตโคมไฟฟ้าและอุปกรณ์รองรับสายไฟได้แก่ เหล็กแผ่น และอลูมิเนียมแผ่น ซึ่งรวมกันแล้วเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 60 ของวัตถุดิบทั้งหมด บริษัทจัดหาเหล็กแผ่นจากบริษัทผู้จำหน่ายในประเทศ โดยจัดซื้อจากบริษัทผู้ขายผลิตภัณฑ์มากกว่า 5 ราย เพื่อไม่ให้พึ่งพารายบริษัทใดบริษัทหนึ่งมากเกินไป ส่วนอลูมิเนียมแผ่นนั้น บริษัทนำเข้าจากต่างประเทศทั้งหมด โดยจัดซื้อจากบริษัทผู้ผลิตอลูมิเนียมแผ่นมากกว่า 3 ราย เพื่อไม่ให้พึ่งพารายบริษัทใดบริษัทหนึ่งมากเกินไป โดยปกติบริษัทจะจัดซื้อวัตถุดิบจากบริษัทที่อยู่ในบัญชีรายชื่อผู้จำหน่ายวัตถุดิบที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานจากบริษัทแล้วเท่านั้น เพื่อให้บริษัทมั่นใจได้ว่าวัตถุดิบที่บริษัทซื้อได้มาตรฐาน สำหรับวัตถุดิบ นั้น ที่ผ่านมานในอดีต ราคาวัตถุดิบไม่มีความผันผวนมากนัก และบริษัทไม่เคยประสบปัญหาในการจัดหาวัตถุดิบ ทำให้บริษัทสามารถประมาณการต้นทุนในการผลิต และกำหนดราคาขายสินค้าได้

ตารางแสดงการสั่งซื้อเหล็กแผ่นและอลูมิเนียมแผ่นของบริษัท

หน่วย : ล้านบาท

ประเภทของวัตถุดิบ	2545	2546	ม.ค. – มี.ค. 2547
เหล็กแผ่น	31.2	33.3	10.32
อลูมิเนียมแผ่น	16.8	28.8	0.46
รวม	48.0	62.1	10.78

นอกเหนือจากอลูมิเนียมแผ่นที่นำเข้าจากต่างประเทศแล้ว วัตถุดิบที่เหลือส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบที่บริษัทซื้อจากผู้ขายในประเทศ โดยสัดส่วนวัตถุดิบที่บริษัทซื้อในประเทศมีดังนี้

ตารางแสดงสัดส่วนวัตถุดิบที่บริษัทซื้อในประเทศ

บริษัทผู้ขายในประเทศ	ร้อยละ		
	2545	2546	มค-มีค.2547
บริษัทผู้ขายวัตถุดิบให้บริษัทสูงเป็นอันดับหนึ่ง	11	9	15
บริษัทผู้ขายวัตถุดิบให้บริษัทสิบอันดับถัดไปรวมกัน	43	43	41
บริษัทผู้ขายวัตถุดิบอื่นๆที่เหลือ	46	48	44
รวม	100	100	100

เงื่อนไขการชำระเงินค่าสินค้าของวัตถุดิบที่ผลิตในประเทศเฉลี่ยที่ 60-90 วัน

(3) การผลิต

ปัจจุบันบริษัท ที.เอส.ทริคคิง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยทำหน้าที่ผลิตสินค้าต่างๆ ให้กับบริษัท โดยในปัจจุบันมีโรงงานผลิต 2 แห่ง และมีห้องปฏิบัติการทดสอบ 1 แห่ง บนเนื้อที่รวมกว่า 7,000 ตารางเมตร ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยโรงงานดังกล่าวประกอบด้วย 3 สายการผลิต

1. สายการผลิตโคมไฟฟลูออเรสเซนต์ ตั้งอยู่ในโรงงานที่ถนนแจ้งวัฒนะ
2. สายการผลิตโคมไฟอื่นๆ ตั้งอยู่ในโรงงานที่ถนนแจ้งวัฒนะ
3. สายการผลิตอุปกรณ์รองรับสายไฟและงานโลหะ ตั้งอยู่ในโรงงานที่อยู่ใกล้สนามบินสุวรรณภูมิ

ในแต่ละสายการผลิตมีเจ้าหน้าที่ระดับผู้ช่วยการเป็นผู้บริหาร เพื่อผลิตสินค้าและพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ป้อนให้บริษัทแม่ ทั้งสามสายการผลิตข้างต้นได้รับการรับรองระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 ทั้งระบบจากสถาบัน BVQI ซึ่งช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้ว่าโรงงานดังกล่าวมีระบบควบคุมคุณภาพการผลิตที่ดีและได้มาตรฐาน เพื่อสนองตอบการพัฒนากระบวนการของ บริษัทให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล บริษัทได้ประกาศนโยบายคุณภาพไว้ดังนี้ “ บริษัทมุ่งมั่นผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน ส่งมอบตรงเวลา ตลอดจนพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ “

สินค้าที่ผลิตโดยสายการผลิตทั้งสามมีรายละเอียดดังนี้

1. **สายการผลิตโคมไฟฟลูออเรสเซนต์** ผลิตโคมไฟฟลูออเรสเซนต์ประเภทต่างๆ อาทิเช่น โคมไฟสำหรับใช้ในบ้านอยู่อาศัย โคมไฟสำหรับใช้ในอาคารสำนักงาน โคมไฟสำหรับใช้ในห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ต โคมไฟสำหรับใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม และโคมไฟสำหรับใช้ในโรงพยาบาล เป็นต้น โคมไฟฟลูออเรสเซนต์ที่ผลิตโดยสายการผลิตนี้ใช้ตราสินค้า LUSO และ LUMAX โดยที่ตราสินค้า LUSO ใช้กับสินค้าระดับบน ส่วนตราสินค้า LUMAX ใช้กับสินค้าระดับล่างที่ต้องการราคาถูก
2. **สายการผลิตโคมไฟอื่นๆ** ผลิตโคมไฟอื่นๆ ที่ไม่ใช่โคมไฟฟลูออเรสเซนต์ อาทิเช่น
 - โคมไฟสำหรับใช้ในอาคารประเภทต่างๆ ที่ใช้ตราสินค้า OPTEX
 - โคมไฟสำหรับใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมและใช้ภายนอกอาคารประเภทต่างๆ ที่ใช้ตราสินค้า LITEX
 - โคมไฟสำหรับใช้ในสวนและงานภูมิทัศน์ประเภทต่างๆ ที่ใช้ตราสินค้า LANEX
 - โคมไฟตกแต่งประเภทต่างๆ ที่ใช้ตราสินค้า HOMEX

- และกล่องไฟโฆษณาประเภทต่างๆ ที่ใช้ตราสินค้า SIGNEX

3. **สายการผลิตอุปกรณ์รองรับสายไฟและงานโลหะ** ผลิตงานโลหะต่างๆ อาทิเช่น รางรองรับสายไฟ เสาไฟ และอุปกรณ์ลดระดับความดังของเสียง เป็นต้น โดยใช้ตราสินค้า TST

ตารางแสดงกำลังการผลิตและร้อยละของการผลิตจริงของบริษัท

กำลังผลิตเต็มกำลัง

สายการผลิต	กำลังการผลิต (ต่อปี)		
	2545	2546	มค-มีค.2547
โคมไฟฟ้าฟลูออเรสเซนต์	380,000 โคม	540,000 โคม	155,000 โคม
โคมไฟฟ้าอื่นๆ	20,000 โคม	40,000 โคม	12,000 โคม
อุปกรณ์รองรับสายไฟและงานโลหะ	1,000 ตัน	1,400 ตัน	400 ตัน

กำลังผลิตใช้จริง

สายการผลิต	กำลังการผลิต (ต่อปี)		
	2545	2546	มค-มีค.2547
โคมไฟฟ้าฟลูออเรสเซนต์	266,000 โคม	400,000 โคม	114,500 โคม
โคมไฟฟ้าอื่นๆ	16,000 โคม	32,000 โคม	10,000 โคม
อุปกรณ์รองรับสายไฟและงานโลหะ	720 ตัน	1,000 ตัน	400 ตัน

3.3 การดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อม

นอกเหนือจากการให้ความสำคัญด้านคุณภาพและมาตรฐานการผลิตแล้ว บริษัทยังให้ความสำคัญในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมของโรงงานเป็นอย่างดี ดังรายละเอียดต่อไปนี้

- **ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมชุมชนและบริเวณโดยรอบ** โรงงานของบริษัทได้ปฏิบัติตามข้อกำหนดของกองตรวจโรงงานและสำนักสิ่งแวดล้อม กระทรวงอุตสาหกรรม ตลอดจนอย่างเคร่งครัดทั้งในด้านการบำบัดกากอุตสาหกรรม การบำบัดน้ำเสีย การลดความดังเสียงรบกวน ระบบกำจัดฝุ่น จากการดำเนินการอย่างเคร่งครัดดังกล่าว ส่งผลให้โรงงานไม่เคยถูกร้องเรียนในเรื่องสิ่งแวดล้อมมาตั้งแต่ปี 2541

- **ความรับผิดชอบต่อสภาพการทำงานและสิ่งแวดล้อมในการทำงานของพนักงาน** โรงงานได้ดำเนินโครงการโรงงานปลอดภัยตั้งแต่ปี 2540 จวบจนถึงปัจจุบัน โดยมีคณะกรรมการความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อม ซึ่งประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพเป็นแกนนำ คณะกรรมการดังกล่าวดูแลความปลอดภัยและสวัสดิภาพของพนักงาน รวมถึงการฝึกอบรมการระงับอัคคีภัยเป็นประจำทุกปี เพื่อปกป้องทรัพย์สินของบริษัทจากอัคคีภัย

- ความรับผิดชอบต่ออาชีวอนามัยและสวัสดิภาพของพนักงาน บริษัทได้จัดให้มีระบบการดูแลสุขภาพพนักงานประจำปี เพื่อให้มีสภาพพร้อมที่จะทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และโรงงานของบริษัทยังได้รับการรับรองจากกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมเป็นโรงงานสีขาวหรือโรงงานปลอดภัยมาตั้งแต่ปี 2545 เป็นต้นมา

ปี	การดำเนินการ	ผลที่ได้รับ	ค่าใช้จ่าย
2544	บริษัทได้เปลี่ยนการใช้สีที่พื้นเคลือบโคมจากระบบสีที่มีส่วนผสมของทินเนอร์และสารระเหยมาเป็นระบบสีฝุ่นนครบวงจร	ระบบใหม่นี้ไม่ก่อให้เกิดสารระเหยที่จะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และชุมชน	5 ล้านบาท (โดยเป็นการทยอยปรับปรุง)
2545	บริษัทได้เปลี่ยนน้ำยาเคลือบผิวโคมก่อนพ่นเป็นระบบที่มีสารปนเปื้อนไม่เกินมาตรฐานที่อุตสาหกรรมกำหนด	ลดสารปนเปื้อนในน้ำที่จะปล่อยทิ้งให้อยู่ในมาตรฐานที่ทางกระทรวงอุตสาหกรรมกำหนด	400,000 บาท
2546	เพิ่มอุปกรณ์การกำจัดฝุ่นประสิทธิภาพสูงสำหรับกำจัดอนุภาคฝุ่นที่เกิดจากระบบสีฝุ่นซึ่งอาจรบกวนสิ่งแวดล้อม	ลดฝุ่นละอองได้ถึงร้อยละ 90	1.5 ล้านบาท
2547	ทำข้อตกลงกำจัดกากอุตสาหกรรมประเภท - น้ำเสียจากกระบวนการอุตสาหกรรม - เศษวัสดุประเภทสีฝุ่น - ของเสียที่เกิดจากกระบวนการพ่นเคลือบสี	สามารถกำจัดกากอุตสาหกรรมได้อย่างถูกต้อง	2,500 บาทต่อตัน ซึ่งในอดีตที่ผ่านมาบริษัทมีกากอุตสาหกรรมไม่ถึงหนึ่งตันต่อเดือน

3.4 การตลาดและการแข่งขัน

(1) ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ปัจจุบันบริษัทมีลูกค้าจากเกือบทุกจังหวัดทั่วประเทศกว่า 4,000 ราย และมีลูกค้าต่างประเทศจำนวนกว่า 50 รายกระจายอยู่ในประเทศต่างๆในทวีปเอเชีย ทวีปยุโรป และทวีปอเมริกา บริษัทมีเครือข่ายทางการตลาดที่ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ สามารถให้บริการแก่ทุกกลุ่มลูกค้า อาทิเช่น บ้านอยู่อาศัย อาคารสำนักงาน อาคารพาณิชย์ ศูนย์แสดงสินค้า ศูนย์การค้า ร้านค้าต่างๆ พิพิธภัณฑ์ โกดังเก็บสินค้า โรงงานอุตสาหกรรมต่างๆ อาคารอเนกประสงค์ สนามกีฬาต่างๆ สวนสาธารณะ โบราณสถาน ถนนหนทาง ป้ายโฆษณา และสนามบิน เป็นต้น ลูกค้าของบริษัทมีทั้งที่ซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าไปใช้โดยตรง ซื้อไปเพื่อขายต่อ ซื้อเพื่อเป็นชิ้นส่วนประกอบเป็นผลิตภัณฑ์สินค้าสำเร็จรูปอย่างอื่น และซื้อไปเพื่อใช้ติดตั้งในงานโครงการต่างๆ เป็นต้น

เพื่อให้บริษัทสามารถบริการทุกกลุ่มลูกค้าได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ บริษัทได้แบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มลูกค้างานโครงการ กลุ่มลูกค้างานขายส่งและขายปลีก และกลุ่มลูกค้าส่งออก โดยมีเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายจำนวน 6 แผนกรับผิดชอบดูแลและให้บริการ

กลุ่มลูกค้างานโครงการ

1. แผนกหน่วยราชการและลูกค้ารายใหญ่ : รับผิดชอบดูแลลูกค้าที่เป็นหน่วยราชการ และลูกค้ารายใหญ่ ลูกค้าของแผนกนี้แบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรกบริษัทเข้าประมูลเองหรือขายสินค้าให้กับลูกค้าโดยตรง เช่น กลุ่มเซ็นทรัล กลุ่มเดอะมอลล์ กลุ่มบิ๊กซี กลุ่มคาร์ฟู กลุ่มบริษัทปูนซีเมนต์ไทย การไฟฟ้านครหลวง การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ธนาคารแห่งประเทศไทย และร้านค้าชั้นนำต่างๆ เป็นต้น กลุ่มที่สอง บริษัทขายสินค้าผ่านผู้รับเหมารายใหญ่ เช่น บริษัทซีเมนต์ บริษัท เอ.บี.บี บริษัท ทิตาเลียนไทย และบริษัทฤทธา เป็นต้น
2. แผนกผู้รับเหมาระบบไฟฟ้าและก่อสร้าง : รับผิดชอบดูแลลูกค้าที่เป็นผู้รับเหมาระบบไฟฟ้าทั้งหลาย รวมทั้ง ผู้รับเหมาก่อสร้างสาธารณูปโภค (แผนกนี้จะไม่ขายสินค้าให้กับลูกค้าโดยตรง) เช่น บมจ. เพาเวอร์ไลน์ เอ็นจิเนียริง บมจ. อี.เอ็ม.ซี. บริษัทเช็กโก้ จำกัด เป็นต้น

ทั้งนี้ ในการแบ่งกลุ่มบริษัทลูกค้าซึ่งเป็นบริษัทผู้รับเหมาเข้าไปอยู่ในกลุ่มที่ 1 หรือ 2 นั้น เป็นการจัดการตามเกณฑ์ภายในของบริษัท ดังนั้น ในบางกรณี ลูกค้าที่ดำเนินธุรกิจคล้ายคลึงกันอาจถูกจัดให้อยู่ภายใต้แผนกที่รับผิดชอบต่างกัน

3. แผนกผู้รับเหมาตกแต่งภายในและโครงการพิเศษ : รับผิดชอบลูกค้าที่เป็นผู้รับเหมางานตกแต่งภายใน และงานโชว์รูมต่างๆ เป็นต้น

ตารางแสดงสัดส่วนรายได้ยอดขายที่บริษัทประมูลเองและงานที่ผ่านผู้รับเหมา

หน่วย: ร้อยละ

แหล่งที่มาของงาน	2545	2546	ม.ค. – มี.ค. 2547
บริษัทเข้าร่วมประมูล	36	32	34
ขายสินค้าผ่านผู้รับเหมา	64	68	66
รวม	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ: สัดส่วนที่แสดงเป็นยอดขายรวมจากยอดขายทั้ง 3 แผนก

กลุ่มลูกค้างานขายส่งและขายปลีก

4. แผนกขายส่ง : รับผิดชอบดูแลลูกค้าขายส่งทั่วประเทศ รวมทั้งลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าของบริษัทไปเป็นชิ้นส่วนประกอบเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปอย่างอื่น เป็นต้น
5. แผนกลูกค้าทั่วไป : รับผิดชอบดูแลลูกค้าทั่วไป รวมทั้งการรับผิดชอบงานสาขาที่เป็นโชว์รูมของบริษัท

กลุ่มลูกค้าส่งออก

6. แผนกส่งออก : รับผิดชอบลูกค้าต่างประเทศทั้งหมด

(2) กลยุทธ์ทางการตลาด

บริษัทมุ่งเป้าที่จะพัฒนา และขยายธุรกิจไฟฟ้าแสงสว่างให้ครบวงจร และครอบคลุมภูมิภาคอาเซียน โดยได้วางเป้าหมายไว้ว่า “ บริษัท ไลต์ติ้ง แอนด์ อิควิปเมนต์ จำกัด (มหาชน) เป็นศูนย์รวมของผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการด้านไฟฟ้าแสงสว่างอย่างครบวงจร และสามารถให้บริการแก่ทุกกลุ่มลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ” โดยมีพนักงานขายแต่ละท่านทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการให้บริการ (ONE STOP SERVICE) เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ เพื่อสะท้อนภาพลักษณ์ดังกล่าวบริษัทจึงมีสโลแกน (SLOGAN) ว่า TOTAL LIGHTING SOLUTION PROVIDER

บริษัทได้ตั้งเป้าหมายการขยายธุรกิจหลัก 3 กลุ่มของบริษัทอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ธุรกิจงานโครงการ
ธุรกิจงานขายส่งและขายปลีก และธุรกิจงานส่งออก โดยใช้กลยุทธ์ในแต่ละกลุ่มธุรกิจดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. **กลุ่มธุรกิจงานโครงการ** มุ่งเน้นรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดในกลุ่มธุรกิจนี้ ด้วยการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ
เช่น กล่องไฟโฆษณาที่ใช้ในสื่อโฆษณา โคมไฟส่องในโชว์รูมรถยนต์ โคมไฟที่ออกแบบเพื่อใช้ในโครงการบ้าน
เอื้ออาทร และโคมไฟประสิทธิภาพสูงเพื่อใช้ในโครงการอนุรักษ์พลังงาน เป็นต้น เพื่อตอบสนองให้ทันกับความต้องการ
ของตลาดที่มีอยู่เดิมและตลาดที่มีการขยายตัวสูง เช่น โครงการสาธารณูปโภคพื้นฐานของภาครัฐ โครงการ
การบ้านพักอาศัย และโครงการอนุรักษ์พลังงาน เป็นต้น

2. **กลุ่มธุรกิจขายส่งและขายปลีก** เน้นขยายการให้บริการแก่กลุ่มธุรกิจขายส่งให้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ
รวมทั้งการสร้างพันธมิตรทางการค้า และเพิ่มสาขาย่อย (โชว์รูม) ตลอดจนเพิ่มยอดขายในตลาดโมเดิร์น-เทรด
(MODERN TRADE) เช่น HOME PRO, HOME WORK, INDEX, CEMENT THAI HOME MART และ
DISCOUNT STORE ต่างๆ พร้อมกับเพิ่มสินค้าที่มีลักษณะ กึ่งสินค้าบริโภคที่เหมาะสมกับตลาดโมเดิร์น-เทรด

3. **กลุ่มธุรกิจส่งออก** เน้นขยายธุรกิจส่งออกในภูมิภาคอาเซียนเพื่อใช้ประโยชน์จากข้อตกลง AFTA ให้มาก
ที่สุด รวมทั้งเร่งขยายตลาดในประเทศที่มีข้อตกลง FTA กับรัฐบาลไทย เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา
ประเทศออสเตรเลีย เป็นต้น ตลอดจนรุกขยายตลาดในแถบเอเชียใต้ ซึ่งกำลังมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจ
อย่างรวดเร็ว เช่น ประเทศอินเดีย ประเทศบังกลาเทศ ประเทศศรีลังกา และประเทศมัลดีฟ เป็นต้น

พร้อมกันนี้ บริษัทยังเร่งพัฒนาระบบสารสนเทศและระบบโลจิสติกส์ (LOGISTICS) เพื่อให้สามารถ
บริการลูกค้าได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว โดยใช้แนวคิดที่เรียกว่า “ECONOMIC OF SPEED” และจะขยายพื้นที่
โชว์รูมและปรับปรุง LIGHTING APPLICATION CENTER ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น เพื่อตอบรับกับ
ความต้องการของลูกค้าที่สนใจเข้าเยี่ยมชมและซื้อสินค้า ตลอดจนศึกษาข้อมูลการประยุกต์ใช้สินค้าไฟฟ้าแสงสว่างให้
เหมาะสมกับการใช้งานต่างๆ

นอกจากนี้ บริษัทยังได้วางแผนกลยุทธ์ด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ของบริษัทไปสู่
ลูกค้ากลุ่มต่างๆให้มากขึ้น อาทิเช่น การเข้าร่วมกิจกรรมกับสมาคมที่มีบทบาทในด้านการก่อสร้าง และสมาคมที่
เกี่ยวข้องกับการใช้ไฟฟ้าแสงสว่าง การร่วมออกงานแสดงสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ
จัดประกวดการออกแบบสินค้าโดยร่วมมือกับมหาวิทยาลัยต่างๆ รวมทั้งจัดบรรยายพิเศษ
เป็นต้น

(3) ช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจุบันบริษัทจำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าให้แก่ลูกค้าผ่านช่องทางจัดจำหน่ายต่างๆ ได้แก่ จำหน่ายผ่าน
งานขายโครงการ งานขายส่งและขายปลีก งานส่งออก และงานบริการรับเคลือบสี ซึ่งรายได้ของบริษัทกว่า
ร้อยละ 90 มาจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าไฟฟ้าแสงสว่าง ส่วนที่เหลือมาจากการจำหน่ายอุปกรณ์รอง
รับสายไฟและงานโลหะ รวมถึงการให้บริการรับเคลือบสี ดังรายละเอียดต่อไปนี้

	2544		2545*		2546		มค-มีค.2547	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ขายโครงการ	334	62	342	57	432	55	104	51
ขายส่งและขายปลีก	165	31	227	38	309	39	82	41
ส่งออก	37	7	33	5	33	4	14	7
บริการรับเคลือบสี	-	-	-	-	11	2	1	1
รวม	536	100	602	100	785	100	201	100

* เป็นบรวมน้ำมันที่ได้จัดทำขึ้นโดยบริษัทเพื่อใช้ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบกับบรวมน้ำมันปี 2546

รายได้ของบริษัทกว่าร้อยละ 50 มาจากการขายผ่านงานโครงการ งานโครงการที่สำคัญๆ ที่มีมูลค่าตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ชื่องานโครงการ	ช่วงระยะเวลา	การได้มา ของงาน*	มูลค่างาน (ล้านบาท)
บิกซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ รวมสาขาต่างๆ	2539-2546	1	150
การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (ไฟฟ้าแสงสว่างสาธารณะหมู่บ้านชนบท)	2540	1	120
อาคารประชานิยโทรเลข สังกัดการสื่อสารแห่งประเทศไทย	2538-2546	2	100
ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล รวมสาขาต่างๆ	2540-2546	1	80
โรงพยาบาลประจำจังหวัดต่างๆ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข	2540-2546	2	60
ห้างคาร์ฟู รวมสาขาต่างๆ	2545-2546	2	50
บริษัทเดอะมอลล์ กรุ๊ป จำกัด รวมสาขาต่างๆ	2543-2546	1	80
การไฟฟ้านครหลวง (ปรับปรุงไฟส่องโบราณสถาน รอบเกาะรัตนโกสินทร์)	2538	1	50
ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน รวมสาขาต่างๆ	2539-2546	1	40
อาคารอนุรักษ์พลังงาน สังกัดกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน	2544-2546	2	35
ธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่	2546-2547	2	30
วังบางขุนพรหม	2546	1	28
รถไฟฟ้าใต้ดินสิงคโปร์	2545	2	22
อาคารที่ทำการศาลประจำจังหวัด	2540-2546	2	20
สถาบันราชภัฏ	2540-2546	2	20
ธนาคารไทยพาณิชย์ สำนักงานใหญ่	2537	2	18
สถานีขนส่งชานเมือง สังกัดกรมขนส่งทางบก	2540	2	16
การสื่อสารแห่งประเทศไทย บางรัก	2542	2	16
ธนาคารกสิกรไทย สำนักงานใหญ่	2537	2	15
โรงงานเอสซี ชลบุรี	2540	2	12
การไฟฟ้านครหลวง APEC	2546	1	12
พิพิธภัณฑ์เครื่องราชอิสริยาภรณ์ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม	2541	1	10
ประตูน้ำคอมเพล็กซ์	2546	2	10
ธนาคารไทยพาณิชย์ ปรับปรุงสาขา	2546	2	10
ธนาคารกสิกรไทย ปรับปรุงสาขา	2546	2	10
ท็อปซูเปอร์มาเก็ต รวมสาขาต่างๆ	2545-2546	2	10
การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (ปรับปรุงสำนักงานใหญ่)	2541	2	10
ตึกไทยคู่ฟ้า	2546	2	10

* การได้มาของงาน : 1 = บริษัทเข้าร่วมประมูลงานหรือขายตรงให้กับลูกค้า

2 = บริษัทขายสินค้าผ่านผู้รับเหมาของโครงการ

ตารางงานโครงการที่จะสร้างรายได้ในอนาคต

ชื่อโครงการ	ลักษณะของงาน	มูลค่าโครงการโดยประมาณ (ล้านบาท)	สถานะภาพและความคืบหน้าของงาน
1. อาคารที่พักผู้โดยสาร ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	ผ่านผู้รับเหมา	100	เริ่มส่งสินค้าแล้ว
2. ศูนย์การค้า เซ็นทรัลภูเก็ต	ประมูลเอง	25	เริ่มส่งสินค้าแล้ว
3. ลานจอดเครื่องบิน ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	ผ่านผู้รับเหมา	16	เริ่มส่งสินค้าแล้ว
4. ซูเปอร์สโตร์ บิ๊กซี (สาขาสำโรง และปทุมธานี)	ประมูลเองและผ่านผู้รับเหมา	10	เริ่มส่งสินค้าแล้ว

(4) แนวโน้มและภาวะอุตสาหกรรม

ธุรกิจไฟฟ้าแสงสว่างมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการเติบโตของอุตสาหกรรมก่อสร้าง ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการขยายตัวของธุรกิจนี้ได้แก่ การปรับปรุงและขยายสาขาของห้างร้านต่างๆ ธุรกิจสื่อโฆษณา และงานเทศกาลต่างๆ ตลอดจนนโยบายประหยัดพลังงานของรัฐบาล เป็นต้น ปัจจุบันธุรกิจไฟฟ้าแสงสว่างของประเทศไทยในภาพรวมมีมูลค่าประมาณ 8,000 ล้านบาท สำหรับแนวโน้มในปีนี้จะคาดว่าจะมีอัตราเติบโตสูงถึง 20% ตามภาวะการฟื้นตัวของอุตสาหกรรมก่อสร้างภายในประเทศ ในขณะเดียวกันภาพรวมของตลาดภูมิภาคอาเซียน (รวมประเทศในอินโดจีน) มีมูลค่ากว่า 40,000 ล้านบาท ซึ่งประเทศไทยยังคงเป็นผู้นำตลาดเพราะมีศักยภาพและความพร้อมในการแข่งขันที่เหนือกว่าประเทศอื่น ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการที่ประเทศไทยเป็นประเทศแรกในภูมิภาคนี้ที่เริ่มพัฒนาองค์กรด้านไฟฟ้าแสงสว่างอย่างจริงจัง สมาคมไฟฟ้าแสงสว่างแห่งประเทศไทยได้เริ่มนำแนวคิดเรื่องคุณภาพแสงสว่างมาใช้ นอกเหนือจากเรื่องประสิทธิภาพและราคา ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของทุกกลุ่มผู้ใช้งาน

มูลค่ารวมของธุรกิจไฟฟ้าแสงสว่างประมาณ 8,000 ล้านบาทในประเทศไทย ประกอบด้วย ตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์ต่างๆ 4 กลุ่มหลัก

- 1. ตลาดหลอดไฟฟ้า** มีสัดส่วนของตลาดประมาณร้อยละ 45 ตลาดหลอดไฟฟ้าส่วนใหญ่ยังอยู่ภายใต้ตราสินค้าต่างประเทศ เช่น PHILIPS TOSHIBA OSRAM และ GE เป็นต้น ปัจจุบันประเทศไทยมีโรงงานผลิตหลอดไฟฟ้าที่เป็นของคนไทยอยู่ประมาณ 4 แห่ง ซึ่งส่วนใหญ่ยังผลิตหลอดไฟฟ้ามাত্রฐานทั่วไป นอกจากนี้ยังมีหลอดไฟฟ้าประหยัดพลังงานราคาถูกจากประเทศจีนทะลักเข้ามาในประเทศ
- 2. ตลาดบัลลาสต์และอุปกรณ์ไฟฟ้าแสงสว่างต่างๆ** มีสัดส่วนของตลาดประมาณร้อยละ 15 ตลาดบัลลาสต์และอุปกรณ์ไฟฟ้าแสงสว่างส่วนใหญ่เป็นของผู้ผลิตภายในประเทศ นอกจากบัลลาสต์สำหรับใช้กับหลอดไฟ HID และอุปกรณ์ไฟฟ้าแสงสว่างบางชนิดที่ประเทศไทยยังต้องนำเข้าจากต่างประเทศ
- 3. ตลาดโคมไฟฟ้า** มีสัดส่วนของตลาดประมาณร้อยละ 30 ตลาดโคมไฟฟ้าส่วนใหญ่เป็นของผู้ผลิตภายในประเทศ เพราะประเทศไทยมีโรงงานผลิตโคมไฟฟ้าต่างๆ ที่มีศักยภาพในการแข่งขันจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งโคมไฟฟ้าที่ใช้ในงานภูมิทัศน์ โคมไฟฟ้างานนี้ที่ผลิตในประเทศไทย เป็นที่ยอมรับกันทั่วโลกซึ่งจะเห็นได้จากโคมไฟฟ้างานนี้สามารถส่งออกไปขายในประเทศต่างๆ ทั่วโลก

4. **ตลาดเสาไฟฟ้า** มีสัดส่วนของตลาดประมาณร้อยละ 10 ตลาดเสาไฟฟ้าส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตภายในประเทศ ประเทศไทยมีโรงงานขนาดใหญ่หลายแห่งที่สามารถผลิตเสาไฟฟ้าชนิดต่างๆ เพื่อสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

หมายเหตุ: ข้อมูลภาวะอุตสาหกรรมดังกล่าวข้างต้น วิเคราะห์โดยผู้บริหารของบริษัท โดยการรวบรวมจากงบการเงินของบริษัทผู้ประกอบธุรกิจในอุตสาหกรรมไฟฟ้าแสงสว่าง

(5) ภาวะการแข่งขัน

ปัจจุบันประเทศไทยในภูมิภาคอาเซียนมีภาวะการแข่งขันเข้มข้นขึ้นทุกวัน ปัจจัยราคามีความสำคัญสำหรับการแข่งขันมากเพราะผู้บริโภคและผู้ซื้อส่วนใหญ่ต้องการสินค้าที่มีคุณภาพพอรับได้แต่ราคาต้องถูก สินค้าไฟฟ้าแสงสว่างราคาถูกจากประเทศจีนจึงทะลักเข้ามาในภูมิภาคนี้ค่อนข้างมาก ผู้ประกอบธุรกิจในภูมิภาคนี้จึงจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในสถานการณ์เช่นนี้ อย่างไรก็ตามประเทศไทยในภูมิภาคนี้มีความก้าวหน้าด้านไฟฟ้าแสงสว่างมากกว่า เช่น ประเทศไทย ประเทศมาเลเซีย และประเทศสิงคโปร์ เป็นต้น ได้ให้ความสำคัญในเรื่องของความหลากหลายของสินค้าและการบริการในรูปแบบต่างๆ นอกเหนือจากเรื่องของราคา เนื่องจากเล็งเห็นว่าในตลาดของผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าแสงสว่างยังมีลูกค้าบางกลุ่มที่ให้ความสำคัญในเรื่องของคุณภาพสินค้า รูปแบบสินค้า ความหลากหลายของสินค้าและการบริการในรูปแบบต่างๆ รวมถึงเรื่องการประหยัดพลังงาน ทำให้ผู้ประกอบการในประเทศดังกล่าวจึงต้องแข่งขันในเรื่องดังกล่าวนอกเหนือจากการแข่งขันในด้านราคา

สำหรับในประเทศไทยนั้น เนื่องจากในปัจจุบันจำนวนผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไฟฟ้าแสงสว่างมีอยู่กว่าร้อยละ 100 ประกอบกับยังไม่มีองค์กรที่ทำหน้าที่ในการรวบรวมหรือจัดทำข้อมูลทางการแข่งขัน การแบ่งกลุ่มของผู้ประกอบการในธุรกิจไฟฟ้าแสงสว่างโดยใช้ลักษณะของการประกอบธุรกิจอาจจะทำให้เข้าใจถึงสภาวะของการแข่งขันมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 กลุ่ม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. **ผู้ประกอบการที่เน้นผลิตภัณฑ์หลอดไฟฟ้า** เช่น บริษัท ฟิลิปส์ อิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท โตชิบา ไลต์ติ้ง จำกัด บริษัท ทอสแรม (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท จีอี ไลต์ติ้ง จำกัด บริษัท ซิลวาเนีย (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท ลีเก้เจริญแสง จำกัด บริษัท สยามหลอดฟลูออเรสเซนต์ จำกัด และบริษัท เอเชียอุตสาหกรรมหลอดไฟ จำกัด เป็นต้น ผู้ประกอบการกลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะขายสินค้าผ่านร้านค้าที่เป็นตัวแทนขาย ผ่านโมเดิร์นเทรด และผ่านบริษัทขายชุดโคมไฟฟ้า ผู้ประกอบการกลุ่มนี้มีบางบริษัทที่ขายโคมไฟฟ้า และอุปกรณ์ไฟฟ้าแสงสว่างให้กับลูกค้าด้วย

2. **ผู้ประกอบการที่เน้นผลิตภัณฑ์อุปกรณ์บัลลาสต์** เช่น บริษัท เรเซอร์การไฟฟ้า (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท ทอสโล-ชาวเป้ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท อาร์มสตรองอุตสาหกรรมประเทศไทย จำกัด บริษัท ทองรัชมีอีเลคทริกเวิร์คส์ จำกัด บริษัท ธีระมงคลอุตสาหกรรม จำกัด บริษัท แอดวานซ์อีเลคทริก แอนด์ อิเลคทรอนิกส์ จำกัด และบริษัท ไทยเอ็นเนอร์ยี่คอนเซอร์เวชั่น จำกัด เป็นต้น ผู้ประกอบการกลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะขายสินค้าผ่านร้านค้าที่เป็นตัวแทนขาย ผ่านโมเดิร์นเทรด ผ่านบริษัทขายชุดโคมไฟฟ้า และมีบางบริษัทขายผ่านผู้รับเหมาระบบไฟฟ้าบ้าง

3. **ผู้ประกอบการที่เน้นผลิตภัณฑ์เสาไฟฟ้า** เช่น ห้างหุ้นส่วนจำกัด ฉื่อ จิ้น ฮั่ว บริษัท ทาซาอินดัสเทรียล จำกัด บริษัท ดีอีพี เอ็นจิเนียริง จำกัด บริษัท ฟรีเมียร์ไลต์ติ้ง จำกัด บริษัท สยามสตีลชีวิลโปรดักส์ จำกัด บริษัท เนสโคไลต์ติ้ง แอนด์โพล จำกัด และห้างหุ้นส่วนจำกัด วิเชียรการช่างกรุงเทพ เป็นต้น ผู้

ประกอบการกลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะขายสินค้าผ่านผู้รับเหมาก่อสร้าง และขายให้หน่วยราชการโดยตรง ผู้ประกอบการกลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะขายคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กคอมพิวเตอร์

4.ผู้ประกอบการที่เน้นผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ เช่น บริษัทแสงมิตรอิเล็กทรอนิกส์ จำกัด บริษัทตะวันออกชินเทค จำกัด บริษัท เอ็มเคพี จำกัด บริษัทสยามการไฟฟ้า จำกัด บริษัท อินเทอร์เน็ตประเทศไทย จำกัด บริษัทแสงวิวัฒนาโลห์ติงเซ็นเตอร์ จำกัด บริษัท ลีตเตอร์อิเล็กทรอนิกส์ บางกอก จำกัด บริษัทฮานาบี อิเลคทรอนิกส์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด บริษัทเพมโก้ อินเทอร์เน็ต จำกัด บริษัท วี-เอฟ โลห์ติง จำกัด บริษัท วินิค จำกัด บริษัท ยูนิแลมป์ จำกัด บริษัทโลห์ติงเทคโนโลยี อินเทอร์เน็ต จำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัดแสงสมบูรณ์การช่าง บริษัทพาลีคอน โพร อาร์ท โลห์ติง จำกัด บริษัทแสงอุดมโลห์ติงเซ็นเตอร์ จำกัด และบริษัทโลห์ติงเฮาส์(ทองหล่อ) จำกัด เป็นต้น ผู้ประกอบการกลุ่มนี้บางบริษัทเน้นขายคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก บางบริษัทเน้นขายคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กในสวนและงานภูมิทัศน์ บางบริษัทเน้นขายคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่ใช้ภายในอาคาร บางบริษัทเน้นขายคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กภายนอกอาคาร บางบริษัทเน้นขายสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ ผู้ประกอบการกลุ่มนี้มีทั้งที่ขายสินค้าผ่านผู้รับเหมาระบบไฟฟ้า ผ่านโมเดิร์นเทรด และขายตรงถึงผู้ใช้

สำหรับบริษัทโลห์ติง แอนด์ อีคิวเมนต์ จำกัด (มหาชน) นั้น อาจจัดอยู่ในผู้ประกอบการกลุ่มที่ 4 ที่เน้นการจำหน่ายผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเป็นหลัก เนื่องจากรายได้ของบริษัทประมาณร้อยละ 50 ของรายได้ทั้งหมดจะมาจากรายได้ในส่วนของผู้ประกอบการคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก แต่อย่างไรก็ตาม การวางแผนในการเป็นศูนย์กลางของผู้ประกอบการด้านไฟฟ้าแสงสว่างอย่างครบวงจร ทำให้สินค้าของบริษัทครอบคลุมถึงผลิตภัณฑ์หลอดไฟฟ้าและอุปกรณ์ไฟฟ้าแสงสว่างประเภทอื่นๆด้วย ส่งผลให้ลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัทมีส่วนเกี่ยวพันและแข่งขันกับผู้ประกอบการในกลุ่มอื่นๆด้วย แต่ด้วยความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้มุ่งเน้นการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใดเพียงผลิตภัณฑ์เดียว ซึ่งแตกต่างจากผู้ประกอบการในกลุ่มที่เน้นการจำหน่ายเฉพาะผลิตภัณฑ์ของตนเป็นหลัก เช่น บริษัท ฟิลิปส์ อิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัทโตชิบาโลห์ติง จำกัด บริษัท ออสแรม(ประเทศไทย) จำกัด บริษัท จีอี โลห์ติง จำกัด บริษัทซิลวาเนีย (ประเทศไทย) จำกัด เป็นต้น นอกจากนี้จากการสร้างความแตกต่างในเรื่องของความหลากหลายของผลิตภัณฑ์แล้ว บริษัทยังมีวิศวกร สถาปนิก วิศวกร และผู้ออกแบบด้านกราฟฟิค ที่มีความรู้และประสบการณ์จำนวนมากเพื่อคอยให้บริการด้านไฟฟ้าแสงสว่างในรูปแบบต่างๆอย่างครบวงจร อาทิเช่น แนะนำการประยุกต์ใช้ผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าแสงสว่างให้เหมาะสมกับงานต่างๆ ออกแบบผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าแสงสว่างสำหรับงานที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบหรือคุณสมบัติเฉพาะเป็นพิเศษ และออกแบบระบบไฟฟ้าแสงสว่างสำหรับงานต่างๆซึ่งบริษัทสามารถออกแบบโดยแสดงผลเป็นค่าความสว่างแบบทั่วไป หรือแสดงผลเป็นภาพสามมิติ รวมทั้งภาพสามมิติที่เคลื่อนไหวได้ (ANIMATION) เป็นต้น

ซึ่งการกำหนดทิศทางธุรกิจของบริษัทในแนวทางดังกล่าว นอกจากจะช่วยสร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้นระหว่างบริษัทกับผู้ประกอบการรายอื่นในอุตสาหกรรมแล้ว ยังมีส่วนช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับบริษัทอีกทางหนึ่งด้วย เนื่องจากบริการด้านการออกแบบและการให้คำแนะนำสามารถที่จะสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างครอบคลุม ทำให้บริษัทมีจุดแข็งที่ได้เปรียบคู่แข่งรายอื่นในธุรกิจ และมีความแตกต่างในการดำเนินธุรกิจ

(6) ศักยภาพการแข่งขัน

เนื่องจากเป้าหมายการดำเนินธุรกิจของบริษัทเน้นเรื่อง

1. การให้บริการลูกค้าในเรื่องสินค้าและบริการอย่างครบวงจร ซึ่งหมายความว่า สินค้าด้านไฟฟ้าแสงสว่าง ทุกประเภทที่ลูกค้าต้องการ บริษัทจะจัดทำให้ ทั้งนี้รวมทั้งบริการต่างๆในด้านไฟฟ้าแสงสว่างด้วย เช่น การออกแบบระบบไฟฟ้าแสงสว่าง การประยุกต์ใช้สินค้าไฟฟ้าแสงสว่างให้เหมาะกับงาน และการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ สำหรับงานเฉพาะกิจ เป็นต้น ฉะนั้นลูกค้าจึงได้รับความสะดวกมากในการมาซื้อสินค้าไฟฟ้าแสงสว่างจากบริษัท
2. การให้บริการแก่ทุกกลุ่มลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทมีเครือข่ายทางการตลาดที่ครอบคลุมและกว้างขวาง จึงสามารถให้บริการแก่ทุกกลุ่มลูกค้า ตั้งแต่ลูกค้าที่ซื้อสินค้าเพื่อนำไปใช้เอง ซื้อไปเพื่อติดตั้งใน งานโครงการต่างๆ ซื้อไปเพื่อเป็นชิ้นส่วนประกอบเป็นสินค้าสำเร็จรูปอื่น และซื้อไปเพื่อนำไปขายต่อ เป็นต้น
3. มีพนักงานฝ่ายขายที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการบริการ (ONE STOP SERVICE) เพื่อให้การบริการลูกค้าต่างๆ ทำได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ
4. มีพนักงานที่มีความรู้และประสบการณ์จำนวนมาก เพื่อคอยให้การสนับสนุนการบริการลูกค้าในด้านต่างๆ ด้วยความทุ่มเท

บริษัทเชื่อว่าตราใบที่บริษัทยังสามารถดำเนินธุรกิจตามเป้าหมายได้อย่างสมบูรณ์ และมีประสิทธิภาพ กล่าวคือ สามารถเสนอสินค้าที่มีราคาแข่งขันได้ในตลาด สินค้ามีคุณภาพดีและได้มาตรฐาน ส่งมอบสินค้าตรงเวลา และมีบริการที่ประทับใจ บริษัทจะสามารถรักษาลูกค้าที่ดีไว้ได้ และยังคงเพิ่มลูกค้าใหม่ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ยังได้สร้างตราสินค้าของบริษัทขึ้นมาจำนวนหนึ่ง โดยที่ตราสินค้าเหล่านี้จะเน้นใช้กับสินค้าไฟฟ้าแสงสว่างแต่ละประเภทโดยเฉพาะ เพื่อเป็นการตอกย้ำว่าแต่ละตราสินค้าเชี่ยวชาญเฉพาะสินค้าไฟฟ้าแสงสว่างแต่ละประเภท ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. LUSO จะเน้นสินค้าประเภท โคมไฟฟลูออเรสเซนต์
2. LUMAX จะเน้นสินค้าประเภท โคมไฟฟลูออเรสเซนต์ระดับล่าง
3. OPTEX จะเน้นสินค้าประเภท โคมไฟฟ้าสำหรับใช้ภายในอาคาร
4. LITEX จะเน้นสินค้าประเภท โคมไฟฟ้าสำหรับใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมและใช้ภายนอกอาคาร
5. LANEX จะเน้นสินค้าประเภท โคมไฟสวนและโคมไฟฟ้าที่ใช้กับงานภูมิทัศน์
6. HOMEX จะเน้นสินค้าประเภท โคมไฟตกแต่งต่างๆ
7. LAMEX จะเน้นสินค้าประเภท หลอดไฟฟ้าและอุปกรณ์ไฟฟ้าชนิดต่างๆ
8. SIGNEX จะเน้นสินค้าประเภท กล้องไฟโฆษณาต่างๆ

L&E**LUSO****LUMAX****OPTEX****HOMEX****LITEX****lanex****LAMEX****SIGNEX**