3. การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

3.1 ลักษณะของสินค้าและบริการ

3.1.1 ผลิตภัณฑ์เหล็กแข็งสำหรับทำแม่พิมพ์และเครื่องมือ (Special Steel)

บริษัทเป็นผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายเหล็กแข็งพิเศษพร้อมให้บริการตัด ปาด เจียร ด้วยเครื่องจักรที่ทันสมัย เป็นเหล็กที่มีส่วนผสมของธาตุโลหะอยู่สูง (High Alloy Element) ซึ่งเป็นเหล็กเกรดสูงที่ประเทศไทยไม่สามารถผลิตได้ ซึ่งมีคุณสมบัติแข็งแรงและทนทานสูงกว่าเหล็กทั่วไป ใช้ในอุตสาหกรรมผลิตแม่พิมพ์ เครื่องมือ อะไหล่และอุปกรณ์ นอกจากนั้นบริษัทยังเป็นผู้จัดจำหน่าย (1) เหล็กแข็งคาร์บอน (Carbon Steel) ซึ่งมีทั้งเหล็กเพลากลมและเหล็กแบน (2) เข็มกระทุ้งแม่พิมพ์พลาสติกและแม่พิมพ์ฉีดอลูมิเนียมซึ่งใช้ในกระบวนการผลิตแม่พิมพ์อุตสาหกรรมร่วมกับเหล็กแข็งของบริษัท (3) อลูมิเนียมอัลลอยด์ และ (4) ใบเลื่อยสายพาน ใบเลื่อยวงเดือน และแผ่นเหล็กสแตนเลส

เหล็กแข็งที่บริษัทจัดจำหน่ายเป็นการนำเข้าจากผู้ผลิตเหล็กแข็งชั้นนำของประเทศออสเตรีย เยอรมนี รัสเซีย ไต้หวัน และจีน ทำให้บริษัทมีเหล็กแข็งที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับการใช้งานที่หลากหลายครอบคลุมความต้องการของอุตสาหกรรมผลิตแม่พิมพ์ เครื่องมือ อะไหล่และอุปกรณ์ ในประเทศ (รายละเอียด ดูในภาวะอุตสาหกรรม ส่วนที่ 2 หน้า 28)

ผลิตภัณฑ์เหล็กแข็งที่บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายส่วนใหญ่เป็นเหล็กแข็งยี่ห้อ BOHLER ของประเทศออสเตรีย ซึ่งบริษัทได้รับการแต่งตั้งจาก BOHLER ให้เป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทยมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2528 โดย ในปี 2546 BOHLER มีส่วนแบ่งในตลาดเหล็กแข็งพิเศษเป็นอันดับหนึ่งของโลกคือประมาณร้อยละ 28 และมีกำลังการผลิตเฉพาะเหล็กแข็งสำหรับทำเครื่องมือประมาณ 250,000 เมตริกตันต่อปี

บริษัทให้บริการแปรรูปเหล็กขั้นต้น เช่น บริการตัด ปาด เจียร เจาะรู และอื่นๆ ด้วยเครื่องจักรที่ทันสมัยเป็นบริการที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์เหล็กแข็งเพราะสามารถอำนวยความสะดวกและลดต้นทุนให้กับลูกค้า ปัจจุบันบริษัทสามารถตัด ปาด เจียร เหล็กแข็งได้ประมาณ 500 - 600 ชิ้นต่อวันด้วยเครื่องจักรกล 75 เครื่องประกอบด้วยเครื่องเลื่อยเหล็กขนาดใหญ่ 4 เครื่อง เครื่องเลื่อยเหล็กอัตโนมัติ 42 เครื่อง เครื่องปาดแบบแนวตั้งและแนวนอน 19 เครื่อง เครื่องเจียรผิวเรียบ 8 เครื่อง เครื่องเจาะชิ้นงาน 1 เครื่อง และเครื่อง CNC (Machining Center) 1 เครื่อง นอกจากนั้นบริษัทยังมีบริการเจาะและตัดแต่งชิ้นงานให้กับลูกค้าด้วย

ผลิตภัณฑ์เหล็กแข็งสำหรับทำแม่พิมพ์และเครื่องมือ (Special Steel) ยี่ห้อ BOHLER

ประเภท	การนำไปใช้งาน
เหล็กแข็งไฮสปีด High Speed Steel	ใช้ทำเครื่องมือกลึงเกลียว ดอกสว่าน รีมเมอร์ มีดรูดเฟือง มีดไสไม้ ใบเลื่อยตัดเหล็ก แม่พิมพ์กรรไกร และงานปั๊มเย็น ใช้ทำแม่พิมพ์ที่ต้องทนแรงอัดกระแทกสูง เช่น แม่พิมพ์ปั๊มตัดแผ่นที่ต้องการความแม่นยำ และความละเอียดสูง ใช้ทำมีดกลึง ดอกสว่าน ที่มีอายุการใช้งานยาวมาก โดยเฉพาะใช้กับโลหะ เช่น ไทเทเนียม และอลูมิเนียมผสม
เหล็กแข็งงานร้อน Hot Work Tool Steel	ใช้ทำแม่พิมพ์รีด และฉีด ทองแดง ทองเหลือง อลูมิเนียม ซิ้งค์ และแม่พิมพ์ปั๊มร้อน น็อต สกรู อะไหล่อุปกรณ์ทนความร้อนสูง ใช้ทำแม่พิมพ์ปั๊มร้อน อะไหล่อุปกรณ์ทนไฟ แม่พิมพ์ฉีดอลูมิเนียม และใช้ทำแม่พิมพ์งานร้อนที่ต้องการความแข็งแรงสูง ด้วยกรรมวิธีการหล่อซ้ำแบบสูญญากาศ

เหล็กแข็งงานเย็น Cold Work Tool Steel	ใช้ทำแม่พิมพ์กรรไกร งานปั๊มขึ้นรูป มีความแข็งเหนียว ทนเสียดสีสูง ใช้ทำแม่พิมพ์อัดขึ้นรูป มีดรูดเฟือง แม่พิมพ์อัด ในอุตสาหกรรมเซรามิค และยา ใช้ทำลูกรีดเกลียว ลูกรีดรีดแป๊ป มีดตัดเหล็ก ใช้ทำแม่พิมพ์อัดขึ้นรูปที่มีความเหนียว ทนเสียดสีสูงมาก และอายุการใช้งานยาวมาก ใช้ทำเครื่องมือจับชิ้นงาน ใบมีดตัดเหล็ก แม่พิมพ์ปั๊มเจาะ ใช้ทำลูกรีดทั่วไป ดอกต๊าป ใบมีดตัดกระดาษ และใช้ทำแม่พิมพ์หัวน็อต สกูร งานปั๊มขึ้นรูป มีดไสไม้ แม่พิมพ์ปั๊มลาย
เหล็กทำแม่พิมพ์พลาสติก Plastic Mould Steel	ใช้ทำแม่พิมพ์พลาสติก แบล็คกาไลท์ เมลามีน ทำให้ไม่มีตามด แข็งสม่ำเสมอ ขัดเงาเหมือนกระจก ใช้ทำแม่พิมพ์ชนิดที่ต้องการทนกรดสูง ทนสนิม ใช้ทำแผ่นรองแม่พิมพ์ แผ่นยึดโมลด์อินเสริท์ในงานพลาสติก ใช้ทำแม่พิมพ์ฉีดเลนส์ แผ่นซีดี จอคอมพิวเตอร์ และเครื่องแก้วคริสตัล และใช้ทำแม่พิมพ์พลาสติก ที่ต้องการความแข็งสูง และการขัดเงาดีเลิศ
เหล็กแข็งสแตนเลส Stainless Chromium Steel	ใช้ทำมีดผ่าตัด และอุปกรณ์ที่ต้องการทนสนิม มีความคมและทนเสียดสี
เหล็กแข็งอะไหล่ Heat Treating Steel	ใช้ทำชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องจักร เพลา ข้อเหวียง สลัก เป็นเหล็กทนแรงดึงสูง
เหล็กแข็งลูกปืน Bearing Steel	ใช้ทำตลับลูกปืน ชิ้นส่วนตลับลูกปืน ปลอก แหวน ดอกสว่าน ลูกรีด เกจ และสากยา

3.1.2 ผลิตภัณฑ์เครื่องจักรกลโรงงาน (Machine Tools)

บริษัทเป็นผู้นำเข้าและตัวแทนจำหน่ายเครื่องจักรกลโรงงานที่ควบคุมด้วยระบบคอมพิวเตอร์ (Computer Numerically Controlled Machine: CNC Machine) ที่ใช้ในการผลิตแม่พิมพ์และชิ้นส่วน โดยการกลึง ตัด เจาะ เจียร ขุดเนื้อและงานกัดด้านชิ้นงานที่มีความแม่นยำสูง ควบคุมการทำงานด้วยระบบคอมพิวเตอร์ โดยวิศวกรจะทำการออกแบบชิ้นงานด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (Computer Aided Design: CAD) และป้อนแบบดังกล่าวเข้าไปที่ระบบคอมพิวเตอร์ของเครื่อง CNC ซึ่งจะสั่งการให้เครื่องผลิตชิ้นงานออกมาตามแบบ เครื่อง CNC เป็นเครื่องจักรที่นิยมใช้อย่างแพร่หลายในทุกอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอุตสาหกรรมการผลิตแม่พิมพ์และชิ้นส่วน เนื่องจากต้องการความแม่นยำสูง เพราะจะนำไปใช้เป็นแบบในการผลิตสินค้า นอกจากนั้น บริษัทยังจัดจำหน่ายอะไหล่และอุปกรณ์เครื่องจักรกลซึ่งถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของบริการหลังการขาย

บริษัทเป็นผู้นำเข้าและตัวแทนจำหน่ายเครื่อง CNC จากผู้ผลิตชั้นนำของโลกหลายยี่ห้อ ที่มีความละเอียดในการทำงานระดับปานกลางจนถึงความละเอียดสูงถึงระดับ 0.1 ไมครอน และจัดอยู่ในตลาดระดับกลางจนถึงระดับบน ปัจจุบันบริษัทเป็นผู้นำเข้าและตัวแทนจำหน่ายเครื่องจักรกลโรงงานดังต่อไปนี้

1. CHARMILLES เป็นเครื่องจักร CNC แบบ Electrical Discharge Machining (E.D.M.) ระดับสูงสุดของตลาด (Hi-end Machine) ที่ผลิตในประเทศสวิตเซอร์แลนด์ มีความแม่นยำและมีคุณภาพสูงที่สุดในโลกยี่ห้อหนึ่งใช้ในการผลิตแม่พิมพ์และเครื่องมือที่มีความละเอียดสูง ซึ่งบริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงรายเดียวในประเทศไทยมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2517 โดยเครื่อง CHARMILLES แบ่งเป็น 2 ประเภท ดังต่อไปนี้

- เครื่องวายร์คัท (E.D.M. Wire-Cutting Machines) เป็นเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตแม่พิมพ์โลหะโดยใช้เส้นลวดทองแดงเป็นตัวนำกระแสไฟฟ้าความถี่สูงสปาร์ค (ตัด) ลงไปยังโลหะแม่พิมพ์ สามารถตัดชิ้นงานให้มีความลาดเอียงถึง 30 องศา และมีความผิดพลาดไม่เกิน 1 ไมครอน เหมาะสำหรับแม่พิมพ์งานปั๊มโลหะ (Stamping & Blanking Die) และแม่พิมพ์ตัดทะลุทุกประเภท
- เครื่องสปาร์คแม่พิมพ์ (E.D.M. Die Sinking Machines) มีหลักการทำงานเหมือนเครื่องวายร์คัท แต่ตัวนำจะมีรูปร่างเหมือนแม่พิมพ์ที่ต้องการ เมื่อสปาร์ค (กัด) ลงบนโลหะแม่พิมพ์ก็จะขุดโลหะนั้นให้เป็นรูปตรงกันข้าม (Negative) ซึ่งเมื่อนำแม่พิมพ์ไปฉีดพลาสติกหรือปั๊มขึ้นรูปก็จะได้ผลิตภัณฑ์ตามต้นแบบตัวนำ (Positive) ซึ่งให้ความละเอียดของผิวงานได้สูงถึง 0.1 ไมครอน ซึ่งเหมาะสำหรับแม่พิมพ์ฉีดซิงค์ ฉีดพลาสติก และแม่พิมพ์ปั๊มขึ้นรูปทุกประเภท

2. KITAMURA เป็นเครื่อง Machining Center ที่ใช้ในการผลิตแม่พิมพ์ โดยการขุดเนื้อ (Pocket) กัดด้าน (Side Milling) ที่มีประสิทธิภาพและความแม่นยำสูง เป็นเครื่อง CNC ที่อยู่ในระดับสูงสุดของตลาด (Hi-end Machine) อีกประเภทหนึ่ง ซึ่งมีความแม่นยำและคุณภาพสูงที่สุดในโลก เป็นเครื่องที่ผลิตในประเทศญี่ปุ่นและบริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงรายเดียวในประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ.2546

3. HARDINGE เป็นเครื่องกลึงที่มีความเร็วในการกลึงงานและกัดงานโลหะที่ให้ความแม่นยำในการเคลื่อนที่สูงใช้ในการผลิตแม่พิมพ์ กลึงงาน และสามารถใช้ได้กับชิ้นงานที่มีความหลากหลาย เป็นเครื่องที่ออกแบบในประเทศสหรัฐอเมริกาและทำการผลิตในประเทศไต้หวัน โดยบริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงรายเดียวในประเทศไทยมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2540 เครื่อง HARDINGE เป็นเครื่องในระดับกลาง ใช้สำหรับการผลิตแม่พิมพ์และเครื่องมือที่ต้องการความละเอียดปานกลาง

การขายเครื่องจักรกลโรงงานของบริษัทนั้นครอบคลุมตั้งแต่ขั้นตอนการเตรียมการก่อนติดตั้ง การอบรมการใช้งานเครื่องจักร และบริการซ่อมหรือซ่อมบำรุงรายปี (Maintenance Service Agreement) ซึ่งทุกขั้นตอนจะได้รับการดูแลจากทีมวิศวกรของบริษัทที่มีความชำนาญเฉพาะในตัวเครื่องจักรแต่ละยี่ห้อ

ขั้นตอนการให้บริการดังต่อไปนี้ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของการขายเครื่องจักรของบริษัท

เตรียมการก่อนติดตั้ง	วิศวกรของบริษัทจะให้คำปรึกษาสำหรับการเลือกเครื่องจักรที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การใช้งานของลูกค้า และการเตรียมการติดตั้งเครื่องจักรเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพการใช้งานสูงสุด
การอบรมการใช้งานเครื่องจักร	วิศวกรผู้เชี่ยวชาญด้านการประยุกต์การใช้งาน (Application) ของบริษัทจะเป็นผู้ให้คำปรึกษาและจัดอบรมให้ลูกค้าสามารถปรับตั้งเครื่องจักร และสามารถใช้งานโปรแกรมประยุกต์ของเครื่องให้สามารถผลิตชิ้นงานตามแบบได้อย่างแม่นยำ
บริการซ่อมเครื่องหรือซ่อมบำรุงรายปี	บริษัทมีรถและวิศวกรซ่อมบำรุงพร้อมให้บริการซ่อมเครื่องจักรครอบคลุมทั่วประเทศ โดยบริการของบริษัทแบ่งเป็นบริการซ่อมเป็นครั้งคราวตามที่ลูกค้าสั่ง และบริการซ่อมบำรุงรายปี

นอกจากนั้น เพื่อให้บริการซ่อมเครื่องได้อย่างรวดเร็ว บริษัทจึงมีการสำรองชิ้นส่วนอะไหล่ที่สำคัญหรือมีการใช้อย่างสม่ำเสมอในคลังสินค้าซึ่งแบ่งเป็น 2 ประเภทคือ ชิ้นส่วนเฉพาะซึ่งต้องสั่งซื้อจากผู้ผลิตเครื่องจักรกลโดยตรง และชิ้นส่วนทั่วไปที่สามารถสั่งซื้อจากผู้ผลิตในประเทศ เช่น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์พื้นฐาน สกรู และวาล์วระบบลม เป็นต้น

3.1.3 ผลิตภัณฑ์เครื่องมืออุปกรณ์ (Tooling)

บริษัทเป็นผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายเครื่องมือและอุปกรณ์สำหรับโรงงานอุตสาหกรรม (Tooling) ซึ่งส่วนใหญ่ใช้ในอุตสาหกรรมผลิตแม่พิมพ์ อุปกรณ์ และอะไหล่ โดยมีผลิตภัณฑ์ที่สำคัญได้แก่

1. อุปกรณ์ที่ใช้ประกอบกับเครื่องจักรผลิตแม่พิมพ์ และเครื่องมือ ประกอบด้วย (1) ดอกกัดและมีดเล็บยี่ห้อ SECO ของประเทศสวีเดน ซึ่งมีให้เลือกครอบคลุมการใช้งานทุกประเภท ตั้งแต่การกัดชิ้นงานเล็กบนเครื่องจักรขนาดเล็ก จนถึงการกัดงานหนักบนเครื่องจักรขนาดใหญ่ โดยมีลักษณะการใช้งานต่างๆ เช่น งานปาดผิว กัดบ่า ปาดฉาก กัดร่องด้วยจานกัดร่องหรือเลื่อยวงเดือน ขุดหลุมด้วยดอกกัดแบบเจาะได้ กัดข้างด้วยเอ็นมิลหรือดอกกัดแบบฝักข้าวโพด งานกัดขึ้นรูป และงานลักษณะอื่นๆ เช่น ขุดจ้วง (Plunging), ตัดเกลียว, ปาดหน้าแบบ Spot facing, ลบคมเป็นต้น ทั้งนี้ ดอกกัดและมีดเล็บยี่ห้อ SECO ถือว่าเป็นวัสดุสิ้นเปลืองในการผลิตแม่พิมพ์ อะไหล่ และเครื่องมือ (2) อุปกรณ์จับเครื่องมือยี่ห้อ REGO-FIX ของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ และ (3) อุปกรณ์จับยึดชิ้นงานยี่ห้อ VERTEX ของประเทศไต้หวัน

2. เครื่องมือประกอบด้วย (1) เครื่องมือวัดยี่ห้อ SONY ของประเทศญี่ปุ่น ใช้สำหรับวัดระยะทางการเคลื่อนที่ของโต๊ะวางชิ้นงานบนเครื่องจักร หรือวัดขนาดชิ้นงานและอุปกรณ์ต่างๆ เป็นต้น โดยแสดงค่าเป็นแบบดิจิตอล(Digital) ซึ่งเป็นเครื่องที่สามารถใช้ประกอบกับเครื่องจักรได้ทุกประเภท และ (2) เครื่องมือวัดยี่ห้อ TESA ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ซึ่งใช้วัดขนาดรูปทรงต่างๆ

3. เครื่องจักรทั่วไปที่ไม่ได้ควบคุมด้วยระบบคอมพิวเตอร์ ประกอบด้วย (1) เครื่อง กัด เจาะ เซาะ ปาด ยี่ห้อ PHOEBUS (2) เครื่องกลึงยี่ห้อ ANN YANG จากประเทศไต้หวัน เพื่อรองรับกลุ่มผู้ผลิตที่ไม่ต้องการเครื่องจักรกลที่มีความละเอียดสูง และ (3) เครื่อง กัด ปาด เจาะ เซาะร่อง และเครื่องเจียรนัยหน้าราบยี่ห้อ CHEVALIER จากประเทศไต้หวัน

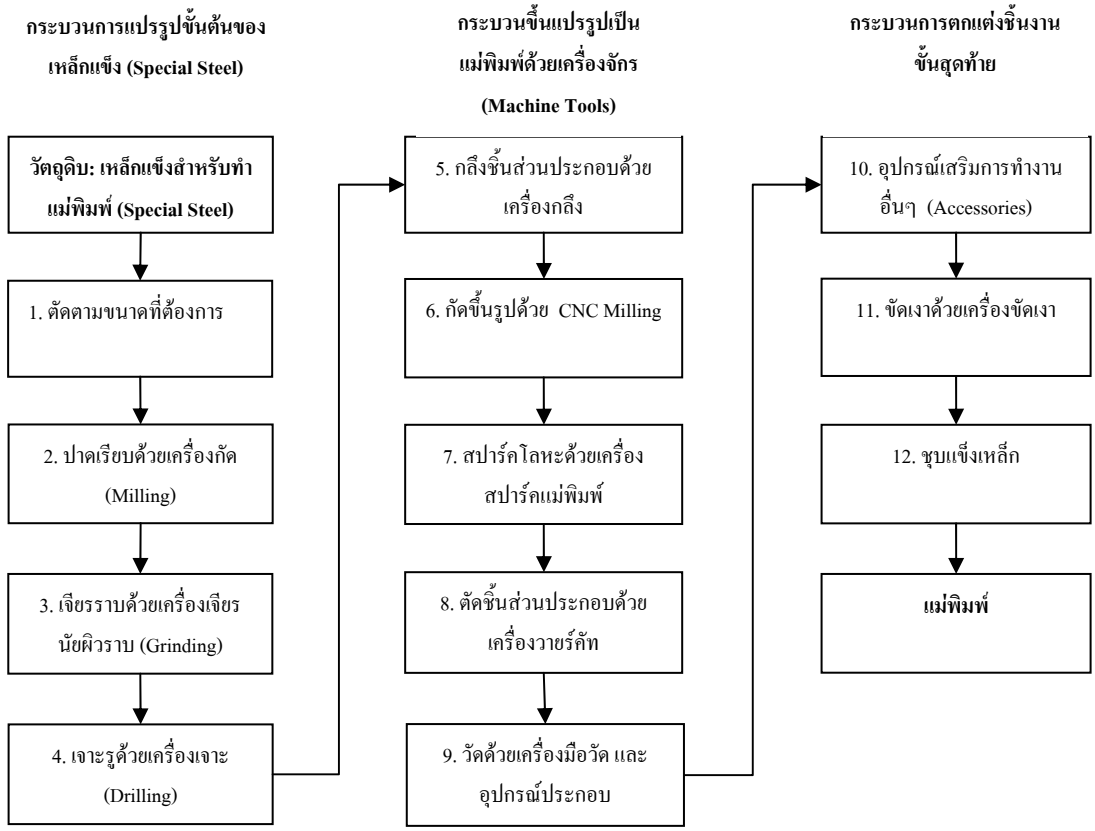
4. เครื่องเลื่อยสายพานระบบอัตโนมัติ ยี่ห้อ EVERISING ใช้สำหรับตัดเหล็กจากประเทศไต้หวัน

เครื่องมืออุปกรณ์ของบริษัททุกชนิด บริษัทมีทีมพร้อมบริการติดตั้ง ซ่อมบำรุง และมีอะไหล่ไว้คอยบริการ

<u>บทบาทของบริษัทต่ออุตสาหกรรมผลิตแม่พิมพ์และเครื่องมือ</u>

บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์พร้อมให้บริการครบวงจรสำหรับอุตสาหกรรมผลิตแม่พิมพ์และเครื่องมือดังต่อไปนี้

ภาพกระบวนการผลิตแม่พิมพ์ทั่วไป



ที่มา: บริษัท สหมิตรเครื่องกล จำกัด (มหาชน)

- บริษัทเป็นผู้จำหน่ายเหล็กแข็งสำหรับทำแม่พิมพ์ (Special Steel) และเหล็กแข็งสำหรับทำเครื่องมือ
- บริษัทให้บริการตัด ปาด เจียรผิว และเจาะรูด้วยเครื่องเจาะ ตามแบบของลูกค้า **ในขั้นตอนที่ 1 – 4**
- บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในกระบวนการขึ้นรูปเป็นแม่พิมพ์ **ในขั้นตอนที่ 5 – 9**
- บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายอุปกรณ์เสริมการทำงานอื่นๆ **ในขั้นตอนที่ 10**

ทั้งนี้ จากตัวอย่างกระบวนการผลิตแม่พิมพ์ผู้ผลิตสามารถซื้อเหล็กแข็ง เครื่องจักรและเครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการผลิตแม่พิมพ์ทั้งหมดได้จากบริษัท อย่างไรก็ตาม ก่อนการนำแม่พิมพ์ไปใช้งานต้องนำแม่พิมพ์ไปชุบแข็งเหล็กก่อนเพื่อเพิ่มความทนทาน ซึ่งในปัจจุบันบริษัทยังไม่ได้ให้บริการชุบแข็งเหล็กตาม**ขั้นตอนที่ 12** แต่มีโครงการที่จะเปิดให้บริการภายในปี พ.ศ.2549 (รายละเอียดดูใน โครงการในอนาคต ส่วนที่ 2 หน้า 44) เพื่อเป็นผู้ให้บริการที่ครบวงจร (One Stop Services) แก่อุตสาหกรรมผลิตแม่พิมพ์ เครื่องมือ อะไหล่ และอุปกรณ์

3.1.4 ผลิตภัณฑ์กลุ่มกระดาษ (Paper)

บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับกระดาษ ครอบคลุมความต้องการของอุตสาหกรรมกระดาษในประเทศ คือ โรงงานกระดาษและเยื่อกระดาษ ผู้แปรรูปกระดาษ โรงพิมพ์หนังสือพิมพ์ โรงพิมพ์หนังสือและสิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ และโรงงานบรรจุภัณฑ์ โดยผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ ปัจจุบันบริษัทแบ่งผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับกระดาษออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

(1) กระดาษสำหรับงานพิมพ์และบรรจุภัณฑ์

บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายกระดาษหลายชนิด ได้แก่ กระดาษหนังสือพิมพ์ (Newsprint), กระดาษพิมพ์เขียนปอนด์ขาว (Printing & Writing Paper), กระดาษพิมพ์ต่อเนื่อง (Computer Form), กระดาษถ่ายเอกสาร, กระดาษอาร์ตมัน, กระดาษอาร์ตด้านและอาร์ตการ์ด และกระดาษสำหรับทำบรรจุภัณฑ์ เช่น กระดาษสีน้ำตาล และกระดาษทำกล่อง เป็นต้น

บริษัทมีคลังเก็บสินค้า โรงตัดกระดาษไว้อำนวยความสะดวกในการตัดหรือเปลี่ยนขนาดกระดาษที่มีไว้จำหน่ายอีกทั้งเพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการขายกระดาษ โดยสามารถรองรับกลุ่มลูกค้าที่สั่งกระดาษขนาดอื่นๆ ได้ในเวลาเดียวกัน

(2) เครื่องจักรและเคมีภัณฑ์

บริษัทเป็นผู้จัดหาและจัดจำหน่าย เครื่องจักรสำหรับผลิตกระดาษและเยื่อกระดาษ เครื่องตัดและกรอกระดาษขนาดใหญ่ และเคมีภัณฑ์สำหรับกำจัดน้ำเสียของโรงงานกระดาษ นอกจากนั้นบริษัทยังจัดจำหน่ายวัสดุสิ้นเปลือง ได้แก่ ใบมีดบดเยื่อ มีดตัดกระดาษ ผ้าลูกกอบ เป็นต้น ซึ่งผลิตภัณฑ์เครื่องจักรและเคมีภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าจากผู้ผลิตในต่างประเทศ

3.1.5 ผลิตภัณฑ์เครื่องจักรและอุปกรณ์สำหรับอุตสาหกรรมไม้ (Machinery and Equipment for Wood Processing)

บริษัทเป็นผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายเครื่องจักรและอุปกรณ์สำหรับอุตสาหกรรมไม้อย่างครบวงจร ตั้งแต่เครื่องจักรขนาดใหญ่ทั้งระบบของโรงงานไม้ตลอดจนเครื่องมือและอุปกรณ์สิ้นเปลืองที่ใช้ในอุตสาหกรรมไม้ สินค้าที่บริษัทจัดจำหน่ายในอุตสาหกรรมไม้แบ่งออกเป็น 4 ประเภท

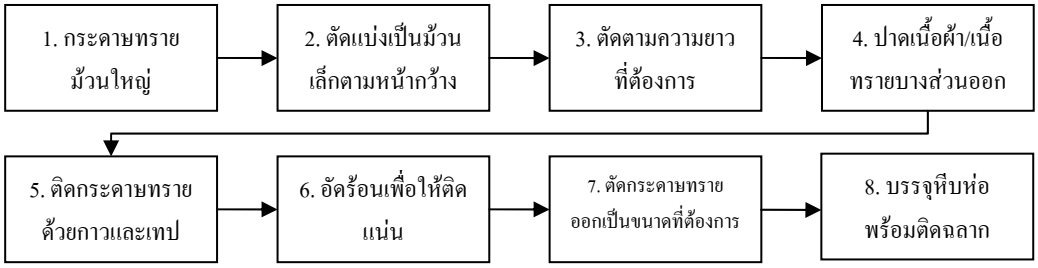
(1) กระดาษทราย

บริษัทเป็นผู้นำเข้าและจำหน่ายกระดาษทรายยี่ห้อ HERMES ของประเทศเยอรมนี เป็นกระดาษทรายคุณภาพสูงใช้ในอุตสาหกรรมไม้ และอุตสาหกรรมโลหะ ซึ่งกระดาษทรายที่จัดจำหน่ายจะเป็นกระดาษทรายสำหรับเครื่องขัดผิวไม้ที่ใช้ในโรงงานผลิตไม้อัด (Hard Board), โรงงานผลิตไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด (Particle Board), โรงงานผลิตไม้เอ็ม ดี เอฟ (MDF Board) และโรงงานเฟอร์นิเจอร์ รวมถึงกระดาษทรายที่ใช้สำหรับเครื่องขัดผิวโลหะ สำหรับกระดาษทรายที่จำหน่ายแบ่งเป็น 2 ประเภทคือ

- กระดาษทรายสำเร็จรูป (Finished Abrasive) เป็นกระดาษทรายนำเข้าแบบสำเร็จรูปพร้อมใช้งานตามขนาดมาตรฐานที่กำหนดโดย HERMES
- กระดาษทรายสั่งผลิต (Made to Order Abrasive) เป็นกระดาษทรายที่ตัด-ต่อกระดาษตามขนาดที่ลูกค้าต้องการโดยเครื่องจักรและเทคโนโลยีซึ่งได้รับการถ่ายทอดจาก HERMES โดยตรง ทำให้กระดาษทรายที่แปรรูปโดยบริษัทมีมาตรฐานเดียวกับกระดาษทรายที่แปรรูปโดย HERMES ในประเทศเยอรมนี กระดาษทรายของบริษัทสามารถครอบคลุมลักษณะการใช้งานที่แตกต่างกันของลูกค้า โดยกระดาษทรายที่ ตัด-ต่อมีหน้ากว้างมากที่สุด 1,600 มม. และหน้าแคบที่สุด 10 มม. สำหรับความยาวขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้า และหลังจากแปรรูป

แล้วบริษัทจะม้วนและหุ้มกระดาษทรายด้วยกระดาษกันความชื้นและบรรจุในกล่อง เพื่อป้องกันความเสียหายจากการขนส่งและรักษาคุณภาพกระดาษทรายให้ยาวนานขึ้น

ขั้นตอนการแปรรูปกระดาษทราย



ที่มา: บริษัท สหมิตรเครื่องกล จำกัด (มหาชน)

(2) ใบมีดอุตสาหกรรม

บริษัทเป็นผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายใบมีดอุตสาหกรรมคุณภาพสูงภายใต้ยี่ห้อ TOYO KNIFE ของประเทศญี่ปุ่น ประกอบด้วยมีดหลายประเภทใช้ในอุตสาหกรรมประเภทต่าง ๆ เช่น มีดปอกไม้, มีดฝานไม้, มีดสับไม้, มีดย่อยไม้, ใบเลื่อยวงเดือน เป็นต้น เพื่อใช้ตัด/ซอยวัสดุจำพวกไม้ พลาสติก โลหะ สำหรับใช้ในอุตสาหกรรมไม้ อุตสาหกรรมยางและอุตสาหกรรมเหล็ก

สำหรับมีดอุตสาหกรรมนั้นตามปกติเป็นวัสดุสิ้นเปลืองที่ลูกค้าให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพและมาตรฐานของใบเลื่อยมาก ลูกค้าส่วนใหญ่ในประเทศจึงใช้ใบเลื่อยที่นำเข้าจากต่างประเทศ เพราะใบเลื่อยที่ผลิตในประเทศนั้นยังไม่ได้มาตรฐานเพียงพอสำหรับงานไม้

(3) เครื่องจักร

บริษัทสามารถให้บริการจัดหาและนำเข้าเครื่องจักรทุกประเภททั้งเครื่องจักรใหม่และเครื่องจักรมือสองจากต่างประเทศ ซึ่งใช้สำหรับกระบวนการผลิตทั้งระบบของโรงงานผลิตไม้อัด (Hard Board) โรงงานผลิตไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด (Particle Board) โรงงานผลิตไม้เอ็ม ดี เอฟ (MDF Board) และโรงงานเฟอร์นิเจอร์ ที่ผ่านมาบริษัทได้จำหน่ายทั้งที่เป็นโครงการ (Project) และเป็นรายเครื่องจักร ได้แก่ แท่นอัด, เครื่องบดเยื่อไม้, ไซโล, เครื่องขัดกระดาษทราย, เครื่องสับไม้หรือย่อยไม้ และเครื่องลับมีด เป็นต้น

(4) สินค้าอื่น ๆ

นอกจากนี้ บริษัทยังเป็นผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายอุปกรณ์อื่น ๆ ที่ใช้ในอุตสาหกรรมไม้ ได้แก่ วัสดุปิดขอบเฟอร์นิเจอร์ยี่ห้อ MICHEL NORDLINGER ของประเทศฝรั่งเศส และแผ่นอัด Stainless ยี่ห้อ AVESTA ของประเทศสวีเดน

3.1.6 ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับไฟฟ้า (Electrical Engineering)

เป็นผลิตภัณฑ์กลุ่มใหม่ที่บริษัทเริ่มนำเข้ามาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ไฟฟ้ายี่ห้อ ISKRA ที่ผลิตจากประเทศสโลวาเนีย (Slovenia) ซึ่งเป็นประเทศในเครือสหภาพยุโรป (European Union: EU) ประกอบด้วย

1. ระบบ Computer Substation Control System (CSCS) เป็นระบบควบคุมและสั่งการระยะไกลภายในสถานีไฟฟ้าด้วยคอมพิวเตอร์ ซึ่งใช้งานในสถานีย่อยไฟฟ้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ทั้งนี้ยังสามารถที่จะนำไปใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมที่เรียกว่าระบบ SCADA (Supervisory Control And Data Acquisition)

2. เครื่องมือวัดปริมาณทางไฟฟ้า (Instrument or Meter) ประกอบไปด้วย 2 ส่วนหลัก ๆ คือ
   - เครื่องมือวัดปริมาณทางไฟฟ้าภายในโรงงานอุตสาหกรรม, สถานีไฟฟ้า
   - เครื่องมือวัดปริมาณทางไฟฟ้าที่ซื้อขายระหว่างการไฟฟ้ากับภาคเอกชน เช่น ระหว่างการไฟฟ้าฝ่ายผลิตกับผู้ผลิตกระแสไฟฟ้า, การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคกับบ้านเรือนหรือโรงงานอุตสาหกรรม

3. Low-Voltage Switch Gear เป็นอุปกรณ์ตัดต่อกระแสไฟฟ้าที่ใช้ระบบไฟฟ้าแรงต่ำแบบต่าง ๆ ตามลักษณะการใช้งาน ซึ่งใช้สำหรับบ้านเรือนและโรงงานอุตสาหกรรม

4. ตัวเก็บประจุไฟฟ้า (Capacitor) เป็นอุปกรณ์ไฟฟ้าที่ใช้ปรับค่าตัวประกอบกำลังไฟฟ้าให้กับระบบไฟฟ้าแรงสูง เพื่อช่วยเพิ่มเสถียรภาพของระบบไฟฟ้า ซึ่งใช้งานในสถานีไฟฟ้า ระบบสายส่งไฟฟ้าของการไฟฟ้า และในโรงงานอุตสาหกรรม

3.2 กลยุทธ์การแข่งขัน กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และช่องทางการจัดจำหน่ายของแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์

3.2.1 กลยุทธ์การแข่งขันของบริษัท

จากประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจมากว่า 30 ปี ในฐานะผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายวัตถุดิบ เครื่องจักรกล และอุปกรณ์ที่หลากหลายพร้อมบริการครบวงจรให้กับภาคอุตสาหกรรมการผลิตที่สำคัญของประเทศ เป็นผลให้บริษัทพบว่าปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factors) ของธุรกิจดังกล่าวที่สำคัญประกอบด้วย คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านบริการก่อนและหลังการขาย และความไว้วางใจที่ได้รับจากลูกค้าและผู้จัดจำหน่ายสินค้า (Supplier) ให้บริษัท ดังนั้นบริษัทจึงกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน และความเป็นผู้นำในอุตสาหกรรม ดังต่อไปนี้

(1) การรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทมุ่งมั่นที่จะรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่าย โดยการคัดเลือกเฉพาะผลิตภัณฑ์คุณภาพที่ได้รับการยอมรับจากภาคอุตสาหกรรม เช่น เหล็กแข็ง BOHLER และเครื่องจักรกล CHARMILLES ซึ่งถือว่าเป็นผู้ผลิตชั้นนำของโลก เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทยังมุ่งมั่นรักษาและพัฒนาคุณภาพการให้บริการก่อนและหลังการขายโดยให้ความสำคัญกับการอบรมและพัฒนาบุคลากรของบริษัทให้ตระหนักถึงความสำคัญของความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ

(2) การพัฒนาความเชี่ยวชาญเฉพาะในตัวผลิตภัณฑ์

ความเชี่ยวชาญเฉพาะในตัวผลิตภัณฑ์ที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายถือเป็นปัจจัยสำคัญอย่างมากสำหรับธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ความเชี่ยวชาญเฉพาะในตัวผลิตภัณฑ์ส่งผลให้บริษัทสามารถเลือกสรรผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตที่มีคุณภาพ และให้คำปรึกษากับลูกค้าในการเลือกผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการนำไปใช้งานในอุตสาหกรรม และสามารถให้บริการหลังการขายที่ดี ทั้งนี้ บริษัทมีนโยบายพัฒนาบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญอย่างแท้จริงในผลิตภัณฑ์ทุกประเภทที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายโดยการส่งวิศวกรและพนักงานที่เกี่ยวข้องไปอบรมทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติโดยตรงกับผู้ผลิตในต่างประเทศ

(3) การเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการครบวงจร (One Stop Services)

บริษัทมีนโยบายอย่างชัดเจนในการนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าที่ใช้ในอุตสาหกรรมหลักของประเทศอย่างครบวงจร ดังจะเห็นได้จากประเภทของสินค้าและบริการที่หลากหลายถึง 6 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ บริษัทมุ่งเน้นที่จะจัดจำหน่ายสินค้าคุณภาพสูงจากผู้ผลิตชั้นนำของโลก ทำให้ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าในเรื่องคุณภาพและบริการมาโดยตลอด อย่างไรก็ตาม เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน บริษัทจึงมีนโยบายเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการครบวงจรโดยเฉพาะอย่างยิ่ง (1) การจัดหาและจัดจำหน่ายอุปกรณ์และอะไหล่ (2) การให้บริการเสริมต่างๆ เช่น ตัด ปาด เจียร เหล็กแข็ง และ (3) บริการก่อนและหลังการขาย เป็นต้น เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เหล็กแข็งและเครื่องจักรกลประกอบกับการจัดหาผลิตภัณฑ์ เช่น เหล็กแข็ง เครื่องจักรกล อะไหล่ และอุปกรณ์จากผู้ผลิตรายอื่นๆ เข้ามาจำหน่ายในประเทศ เพื่อเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของภาคอุตสาหกรรมที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันในการนำไปใช้งาน นอกจากนั้นบริษัทยังมีนโยบายในการขยายบริการต่อเนื่องเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ภาคอุตสาหกรรม เช่น การขยายการให้บริการชุบแข็งเหล็ก (ดูรายละเอียดในโครงการในอนาคต ส่วนที่ 2 หน้า 44) เพื่อให้บริษัทมีบริการครบวงจรสำหรับอุตสาหกรรมผลิตแม่พิมพ์และเครื่องมือ เป็นต้น

(4) การรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้จัดจำหน่ายสินค้าให้บริษัท (Supplier)

บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้จัดจำหน่ายสินค้าให้บริษัท (Supplier) ของบริษัท เพราะลูกค้าและผู้จัดจำหน่ายสินค้าให้บริษัทเปรียบเสมือนหุ้นส่วน (Partner) ทางการค้าที่เติบโตไปพร้อมกับบริษัท และจะดำเนินธุรกิจร่วมกันในระยะยาว ดังนั้นบริษัทจึงเลือกที่จะจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพด้วยราคาที่เป็นธรรม พร้อมบริการหลังการขายที่รวดเร็วและมีคุณภาพกับลูกค้าของบริษัท สำหรับผู้จัดจำหน่ายสินค้าให้บริษัท บริษัทจะมุ่งทำตลาดให้กับผลิตภัณฑ์ดังกล่าวอย่างเต็มความสามารถ เพื่อสร้างยอดขายที่เติบโตอย่างมั่นคงเป็นผลให้ผู้จัดจำหน่ายสินค้าชั้นนำของโลกหลายรายให้ความไว้วางใจแต่งตั้งให้บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย กลยุทธ์ดังกล่าวส่งผลให้บริษัทมีศักยภาพที่จะเติบโตอย่างมั่นคงในระยะยาว

3.2.2 กลยุทธ์การแข่งขัน กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย ของแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์

1. ผลิตภัณฑ์เหล็กแข็งสำหรับทำแม่พิมพ์และเครื่องมือ (Special Steel)

(1) กลยุทธ์การแข่งขัน

กลยุทธ์การแข่งขันที่สำคัญของการจัดจำหน่ายเหล็กแข็งของบริษัทคือ

- การจัดหาผลิตภัณฑ์เหล็กแข็งจากผู้ผลิตที่มีคุณภาพและมาตรฐานสูงเป็นที่ยอมรับในวงการอุตสาหกรรม
- การมีสินค้าคงคลังเพียงพอและหลากหลายประเภทสามารถรองรับความต้องการของภาคอุตสาหกรรม และสามารถจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าตรงตามเวลาที่ต้องการ โดยในปัจจุบัน บริษัทมีปริมาณเหล็กแข็งคงคลังที่หลากหลายและมากที่สุดรายหนึ่งในประเทศ ซึ่งถือว่าเป็นจุดแข็งของบริษัท
- การมีบริการตัด ปาด เจียร ที่มีคุณภาพและมาตรฐาน สามารถแปรรูปชิ้นงานตรงตามแบบของลูกค้า และจัดส่งได้อย่างรวดเร็ว

กลยุทธ์ต่างๆที่กล่าวมานี้ สามารถอำนวยความสะดวกและมีส่วนช่วยลดต้นทุนในการสำรองสินค้าคงคลังของลูกค้า ทำให้ลูกค้าพึงพอใจและไว้วางใจที่จะทำการค้ากับบริษัทในระยะยาวส่งผลให้บริษัทมีความได้เปรียบในการแข่งขัน

(2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทคือ ผู้ผลิตแม่พิมพ์ เครื่องมือ อุปกรณ์และอะไหล่ส่งให้กับอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศ และโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีการผลิตแม่พิมพ์และเครื่องมือเอง ปัจจุบันบริษัทมีลูกค้าประมาณ 1,500 ราย ที่มีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์แม่พิมพ์ เครื่องมือ อุปกรณ์และอะไหล่จะนำไปใช้ใน 4 กลุ่มอุตสาหกรรมดังต่อไปนี้

1. อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน (Automotive and Parts)
2. อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า (Electric & Electronics)
3. อุตสาหกรรมเครื่องใช้ในครัวเรือน (Household Ware)
4. อุตสาหกรรมผลิตวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง เช่น น๊อต สกรู และสลัก เป็นต้น

(3) การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

การจำหน่ายเหล็กแข็งส่วนใหญ่เป็นการขายตรงโดยพนักงานขายที่มีประสบการณ์และมีวิศวกรคอยให้คำแนะนำทางเทคนิคแก่ลูกค้าทั้งก่อนและหลังการขาย และส่วนน้อยเป็นการขายให้กับผู้ค้าปลีกหรือค้าส่งที่จะนำไปจำหน่ายให้กับลูกค้ารายย่อยต่อไป สำหรับการจัดส่งสินค้าบริษัทมีคลังสินค้ากระจายอยู่ 3 แห่งทำหน้าที่ในการจัดเก็บสินค้า และเป็นศูนย์กระจาย

สินค้า ประกอบกับบริษัทมีรถส่งสินค้าจำนวน 31 คัน ทำให้บริษัทสามารถจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และครอบคลุมพื้นที่ทั่วเขตกรุงเทพฯ ปริมณฑล และต่างจังหวัด

2. ผลิตภัณฑ์เครื่องจักรกลโรงงาน (Machine Tools)

(1) กลยุทธ์การแข่งขัน

ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์เครื่องจักรกลโรงงาน คือ การจัดหาเครื่องจักรกลที่มีเทคโนโลยีและคุณภาพสูงจากผู้ผลิตชั้นนำของโลก การรักษาคุณภาพของบริการอย่างต่อเนื่องด้วยการพัฒนาทีมวิศวกรให้มีความชำนาญเฉพาะในตัวเครื่องจักร สามารถให้คำแนะนำด้านเทคนิคทั้งก่อนและหลังการขาย เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับการใช้งาน และประยุกต์ใช้เครื่องจักรกลให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด ปัจจุบันบริษัทมีวิศวกรจำนวน 23 คนที่ผ่านการอบรมจากต่างประเทศ ซึ่งมีความชำนาญเฉพาะในตัวผลิตภัณฑ์ นับว่ามากที่สุดในบรรดาบริษัทระดับเดียวกัน นอกจากนั้นบริษัทยังมีการสำรองอะไหล่อย่างเพียงพอทำให้บริการซ่อมบำรุงเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว

(2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทคือ ผู้ผลิตแม่พิมพ์ เครื่องมือ อุปกรณ์และอะไหล่ส่งให้กับอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศ และโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่ผลิตแม่พิมพ์และเครื่องมือเอง ปัจจุบันบริษัทมีลูกค้าประมาณ 1,000 รายและผลิตภัณฑ์เครื่องจักรกลของบริษัทนำไปใช้ใน 5 กลุ่มอุตสาหกรรมดังต่อไปนี้

1. อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน (Automotive and Parts)
2. อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า (Electric and Electronics)
3. อุตสาหกรรมเครื่องใช้ในครัวเรือน (Household Ware)
4. อุตสาหกรรมผลิตวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง
5. หน่วยงานราชการและวิทยาลัยเทคนิคต่างๆ รวมทั้งศูนย์วิจัยและราชการทหาร

(3) การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทจัดจำหน่ายเครื่องจักรโดยขายตรงให้กับผู้ผลิตแม่พิมพ์และชิ้นส่วน และโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ โดยวิศวกรขายจะทำหน้าที่ในการให้คำปรึกษาด้านเทคนิคเพื่อให้ลูกค้าเลือกใช้เครื่องได้อย่างเหมาะสม สำหรับพื้นที่การขายปัจจุบันครอบคลุมกรุงเทพฯ และจังหวัดใกล้เคียงซึ่งเป็นพื้นที่อุตสาหกรรมส่วนใหญ่ของประเทศ นอกจากนั้นบริษัทยังมีการขายผลิตภัณฑ์ให้กับส่วนราชการแต่คิดเป็นสัดส่วนที่น้อยและมิได้มีการขายอย่างสม่ำเสมอ

3. ผลิตภัณฑ์เครื่องมืออุปกรณ์ (Tooling)

(1) กลยุทธ์การแข่งขัน

กลยุทธ์การแข่งขันที่สำคัญสำหรับธุรกิจจัดจำหน่ายเครื่องมือและอุปกรณ์ (Tooling) คือ การจัดหาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพจากผู้ผลิตที่มีมาตรฐาน การบริหารสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพกล่าวคือ มีการสำรองสินค้าคงคลังอย่างเพียงพอต่อปริมาณความต้องการของตลาด และมีประเภทสินค้าที่หลากหลายครอบคลุมความต้องการของอุตสาหกรรม และความสามารถในการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ

(2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องมืออุปกรณ์บริษัทมีลูกค้าประมาณ 700 ราย ซึ่งมีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ โดยสามารถแบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็น 2 กลุ่มดังต่อไปนี้

1. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก ได้แก่ โรงงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ และโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า
2. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง ได้แก่ โรงงานผลิตแม่พิมพ์และชิ้นส่วน

(3) การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทเน้นการจัดจำหน่ายแบบขายตรงเป็นหลัก โดยพนักงานขายจะแบ่งพื้นที่ดูแลลูกค้าที่กระจายอยู่ทั่วกรุงเทพฯ ปริมณฑล และในจังหวัดที่มีโรงงานอุตสาหกรรมตั้งอยู่ นอกจากนี้บางส่วนเป็นการขายให้กับผู้ค้าปลีก

4. ผลิตภัณฑ์กลุ่มกระดาษ (Paper)

(1) กลยุทธ์การแข่งขัน

กลยุทธ์การขายกระดาษของบริษัทมุ่งเน้นการจัดหาสินค้าที่ได้มาตรฐานและมีคุณภาพ และต้องมีสินค้าคงคลังเพียงพอที่จะจัดส่งได้อย่างสม่ำเสมอตามความต้องการของลูกค้า เพื่อที่จะสามารถรักษาฐานลูกค้าไว้ได้

ความเชี่ยวชาญในการแปรรูปกระดาษให้ตรงตามขนาดที่ลูกค้าต้องการถือเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ดังนั้นบริษัทจึงมีนโยบายพัฒนาทักษะและวิธีการแปรรูปกระดาษให้มีส่วนสูญเสียน้อยที่สุดซึ่งจะทำให้ต้นทุนกระดาษของบริษัทต่ำกว่าคู่แข่งขัน นอกจากนั้นบริษัทยังให้บริการแนะนำการเลือกกระดาษให้เหมาะสมกับเครื่องพิมพ์และงานพิมพ์ของลูกค้า จากนโยบายดังกล่าวส่งผลให้บริษัทมีความได้เปรียบในการแข่งขัน

(2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

บริษัทมีกลุ่มลูกค้าสำหรับงานพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ประมาณ 100 ราย และมีกลุ่มลูกค้าสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องจักรและเคมีภัณฑ์ประมาณ 70 ราย ทั้งนี้สามารถแบ่งเป็น 5 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

1. หนังสือพิมพ์
2. โรงพิมพ์และสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่ของ ภาคเอกชน มหาวิทยาลัย และส่วนราชการ เป็นต้น
3. ผู้จัดจำหน่ายทั่วไป
4. โรงพิมพ์และสำนักพิมพ์ขนาดกลาง
5. โรงงานกระดาษ

ซึ่งกลุ่มที่ 1 และ 2 เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก (Primary Target) ของผลิตภัณฑ์กระดาษ เนื่องจากเป็นลูกค้าที่มีปริมาณการสั่งซื้อเป็นจำนวนมากและสม่ำเสมอ

(3) การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

การจำหน่ายกระดาษเน้นเป็นการขายตรง (Direct Sale) ให้กับหนังสือพิมพ์ โรงพิมพ์และสำนักพิมพ์ขนาดใหญ่ ของเอกชน มหาวิทยาลัย และส่วนราชการ เป็นหลักเนื่องจากเป็นลูกค้าที่มีปริมาณการสั่งซื้อเป็นจำนวนมากและสม่ำเสมอ นอกจากนั้นยังมีการขายให้กับผู้จัดจำหน่ายทั่วไป ซึ่งจะนำกระดาษออกไปจำหน่ายในตลาดต่างจังหวัด ซึ่งไม่ซ้ำซ้อนกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของบริษัท และถือเป็นการลดการพึ่งพิงลูกค้ากลุ่มหลักเพียงกลุ่มเดียว ยิ่งไปกว่านั้นบริษัทยังเข้าร่วมงานประมูลของทางหน่วยงานราชการ หน่วยงานรัฐวิสาหกิจและภาคเอกชนบางรายโดยถือเป็นช่องทางการจำหน่ายของทางบริษัท

อีกวิธีหนึ่งเช่นกัน และสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องจักรและเคมีภัณฑ์ จะเป็นการขายตรงให้กับโรงงานผลิตกระดาษ และโรงงานแปรรูปกระดาษโดยตรง

5. ผลิตภัณฑ์เครื่องจักรและอุปกรณ์สำหรับอุตสาหกรรมไม้ (Machinery and Equipment for Wood Processing)

(1) กลยุทธ์การแข่งขัน

สำหรับกลยุทธ์การแข่งขันของผลิตภัณฑ์เครื่องจักรและอุปกรณ์สำหรับอุตสาหกรรมไม้ บริษัทเน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการเป็นสำคัญ ทั้งนี้บริษัทเล็งเห็นว่าผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นปัจจัยสำคัญในการผลิตของลูกค้า หากบริษัทมีความสามารถในการจัดส่งสินค้าได้อย่างทันท่วงทีก็จะเป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของบริษัท สำหรับบริการหลังการขาย บริษัทได้จัดส่งพนักงานไปเยี่ยมลูกค้าเพื่อติดตามผลการขายและความพึงพอใจในสินค้าอย่างสม่ำเสมอ ยิ่งไปกว่านั้น บริษัทยังประสานงานให้วิศวกรจากผู้ผลิตสินค้าในต่างประเทศที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายเข้าเยี่ยมเยียนลูกค้าของบริษัทประมาณ 4-5 ครั้งต่อปี โดยวิศวกรเหล่านี้จะให้คำแนะนำในการแก้ไขปัญหา การดูแลรักษาผลิตภัณฑ์ให้ถูกวิธี และการใช้งานให้ได้ประโยชน์สูงสุด

(2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

สำหรับผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้บริษัทมีลูกค้าประมาณ 480 ราย โดยแบ่งลูกค้าออกเป็น 3 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

1. โรงงานปาร์ติเคิลบอร์ด (Particle Board) และเอ็ม ดี เอฟ บอร์ด (MDF Board)
2. โรงงานไม้อัด (Hard Board) และโรงงานปาร์เก้
3. โรงงานเฟอร์นิเจอร์ทั้งแบบไม้จริงและแบบถอดประกอบ (Knockdown)

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักได้แก่ โรงงานปาร์ติเคิลบอร์ดและเอ็ม ดี เอฟ บอร์ด ซึ่งใช้เครื่องจักร เครื่องขัดกระดาษทราย กระดาษทราย ใบมีด และใบเลื่อยจากบริษัทอย่างสม่ำเสมอและเป็นจำนวนมาก

ส่วนลูกค้ารองลงมา ได้แก่ กลุ่มโรงงานไม้อัดและไม้พื้น ปาร์เก้ ซึ่งใช้มีดปอก ไส กระดาษ-ผ้าทราย ใบเลื่อย และกลุ่มโรงงานเฟอร์นิเจอร์ซึ่งใช้เครื่องจักรประเภท เครื่องปิดขอบ วัสดุปิดขอบ และใบเลื่อยซอยไม้

(3) การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทเน้นการขายตรง (Direct Sale) กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นโรงงานเป็นหลัก และมีการจำหน่ายเป็นส่วนน้อยให้กับร้านขายวัสดุอุปกรณ์ (Hardware) โดยบริษัทมีพนักงานขายรับผิดชอบดูแลการขายและการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างทั่วถึงในทุกจังหวัดที่มีโรงงานอุตสาหกรรมไม้ตั้งอยู่

6. ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับไฟฟ้า (Electrical Engineering)

(1) กลยุทธ์การแข่งขัน

ผลิตภัณฑ์ ISKRA เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้เข้ามาจำหน่ายในประเทศไทยเป็นระยะเวลาหนึ่ง สำหรับการขายให้หน่วยงานรัฐ เช่น การไฟฟ้าฝ่ายผลิต การไฟฟ้านครหลวง และการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคนั้น บริษัทมีกลยุทธ์โดยรวมเป็นผู้รับเหมาช่วง (Sub Contractor) กับผู้รับเหมาขนาดใหญ่ที่เข้าไปประมูลงานก่อสร้างสถานีไฟฟ้ากับภาครัฐดังกล่าว โดยบริษัทจะเป็นผู้จัดหาและติดตั้งอุปกรณ์ไฟฟ้า เช่น ระบบควบคุมอุปกรณ์ภายในสถานีไฟฟ้าด้วยคอมพิวเตอร์ และเครื่องมือวัดปริมาณทางไฟฟ้า เป็นต้น

ส่วนกลยุทธ์ในการขายให้กับภาคเอกชนบริษัทจะใช้การกระจายสินค้าเข้าสู่กลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด โดยบริษัทวางแผนเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าด้วยการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายเพิ่มขึ้น รวมถึงพยายามเพิ่มการกระจายสินค้าเข้าสู่

ภาคเอกชนโดยตรง รวมถึงการแนะนำสินค้าด้วยการจัดงานสัมมนา การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า และจัดรายการส่งเสริมการขายต่าง ๆ เพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จัก

บริษัทได้วางตำแหน่งผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานยุโรปซึ่งมีคุณภาพสูงและมีราคาที่เหมาะสม ซึ่งความแตกต่างระหว่างบริษัทกับคู่แข่งขันคือ บริษัทเน้นการให้บริการก่อนการขาย โดยการให้คำปรึกษาและวางแผนทางด้านเทคนิค และการบริการหลังการขายคือการให้บริการดูแล ตรวจสอบ และแก้ไขปัญหาต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า

(2) กลุ่มเป้าหมาย

บริษัทแบ่งกลุ่มลูกค้าของผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับไฟฟ้าออกเป็น 2 กลุ่มคือ

1.หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ การไฟฟ้าฝ่ายผลิต การไฟฟ้านครหลวง และการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ซึ่งมีความต้องการอุปกรณ์ไฟฟ้าที่เป็นลักษณะเฉพาะ และมีศักยภาพในการสั่งซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าดังกล่าวเป็นจำนวนมาก

2. หน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ โรงงานอุตสาหกรรม, บริษัทรับเหมา และนิคมอุตสาหกรรมต่าง ๆ

(3) การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

การจัดจำหน่ายให้กับภาครัฐจะเป็นการจัดจำหน่ายโดยตรงกับหน่วยงานภาครัฐด้วยวิธีการประมูล และโดยการจัดจำหน่ายผ่านผู้รับเหมา (Main Contractor) สำหรับช่องทางการจำหน่ายให้กับภาคเอกชน จะเป็นการจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย (Dealer) ที่ได้รับการแต่งตั้งจากบริษัทและจัดจำหน่ายโดยตรงให้กับผู้บริโภค

3.3 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

3.3.1 ภาวะอุตสาหกรรมแม่พิมพ์และเครื่องมือสำหรับโรงงานอุตสาหกรรม

เหล็กแข็งสำหรับทำแม่พิมพ์และอุปกรณ์ (Special steel) เครื่องจักรกลโรงงาน (Machine Tools) และเครื่องมืออุปกรณ์ (Tooling) ใช้เป็นวัตถุดิบ เครื่องจักรกล และอุปกรณ์ในการผลิตแม่พิมพ์ เครื่องมือ อุปกรณ์และอะไหล่สำหรับโรงงานอุตสาหกรรม ดังนั้นปริมาณความต้องการจะสอดคล้องกับการเติบโตหรือถดถอยของอุตสาหกรรมแม่พิมพ์ และภาวะอุตสาหกรรมโดยรวมของประเทศ

จากรายงานเรื่องแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมแม่พิมพ์ไทย ของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ปี 2545 สรุปว่าอุตสาหกรรมแม่พิมพ์เป็นอุตสาหกรรมที่มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตต่างๆ ทั้งการผลิตโลหะ ผลิตภัณฑ์พลาสติก ผลิตภัณฑ์แก้ว ผลิตภัณฑ์ยาง เป็นต้น เนื่องจากแม่พิมพ์เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีรูปทรงเหมือนๆกันได้ครั้งละมากๆ ทำให้สามารถผลิตสินค้าที่มีมาตรฐานระดับเดียวกันได้อย่างรวดเร็ว โดยแม่พิมพ์ที่มีการผลิตค่อนข้างมากทั้งในและต่างประเทศ ได้แก่ แม่พิมพ์โลหะและแม่พิมพ์พลาสติก ซึ่งนำไปใช้ในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ และอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์เป็นส่วนใหญ่

ปัจจุบันมีการประมาณการว่าโรงงานผลิตแม่พิมพ์ในประเทศไทยมีประมาณ 700 ราย เป็นโรงงานขนาดเล็กประมาณร้อยละ 70 โรงงานขนาดกลางประมาณร้อยละ 20 และที่เหลือเป็นโรงงานขนาดใหญ่ โดยโรงงานผู้ผลิตแม่พิมพ์ส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 90 เป็นโรงงานที่ผลิตแม่พิมพ์โลหะและแม่พิมพ์พลาสติก ส่วนที่เหลือผลิตแม่พิมพ์แก้ว แม่พิมพ์ยาง และแม่พิมพ์เซรามิกส์ เป็นต้น

แม้ว่าในปัจจุบันประเทศไทยสามารถผลิตแม่พิมพ์คุณภาพ แต่ไม่สามารถทดแทนการนำเข้าได้โดยในปี 2543 มูลค่าการนำเข้าแม่พิมพ์ประมาณ 17,000 ล้านบาทเพิ่มขึ้นเป็น 20,000 ล้านบาทในปี 2545

สำหรับแนวโน้มของอุตสาหกรรมแม่พิมพ์ไทย คาดว่ายังคงมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากแม่พิมพ์เป็นเครื่องมือสำคัญในการผลิตในภาคอุตสาหกรรมแทบทุกประเภท ดังนั้นเมื่ออุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ มีการขยายตัว ก็ย่อมต้องมีการสั่งซื้อแม่พิมพ์ ทำให้อุตสาหกรรมแม่พิมพ์เติบโตตามไปด้วย

เนื่องจากความต้องการแม่พิมพ์และเครื่องมือที่มีคุณภาพสูงเพื่อทดแทนการนำเข้าแม่พิมพ์สำเร็จจากต่างประเทศ ทำให้มีความต้องการเหล็กแข็ง (Special Steel) คุณภาพสูงที่มีคุณสมบัติเฉพาะซึ่งมีราคาสูง และเครื่องมือกล (Machine Tools) ที่มีความเที่ยงตรงสูง (High Precision) เช่น EDM, CNC, Wire-cut EDM และ NC lathe Cylindrical grinding เป็นต้นซึ่งเป็นเครื่องมือกลที่มีราคาสูง และเป็นผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากต่างประเทศ

มูลค่าการนำเข้า (หน่วย: ล้านบาท)

	2544	2545	2546	ม.ค. - มิ.ย. 2547
เหล็กและเหล็กกล้า	23,409	23,083	27,500	20,748
เครื่องจักรกล	16,320	15,212	23,426	14,396

ที่มา: รวบรวมจากกรมศุลกากร

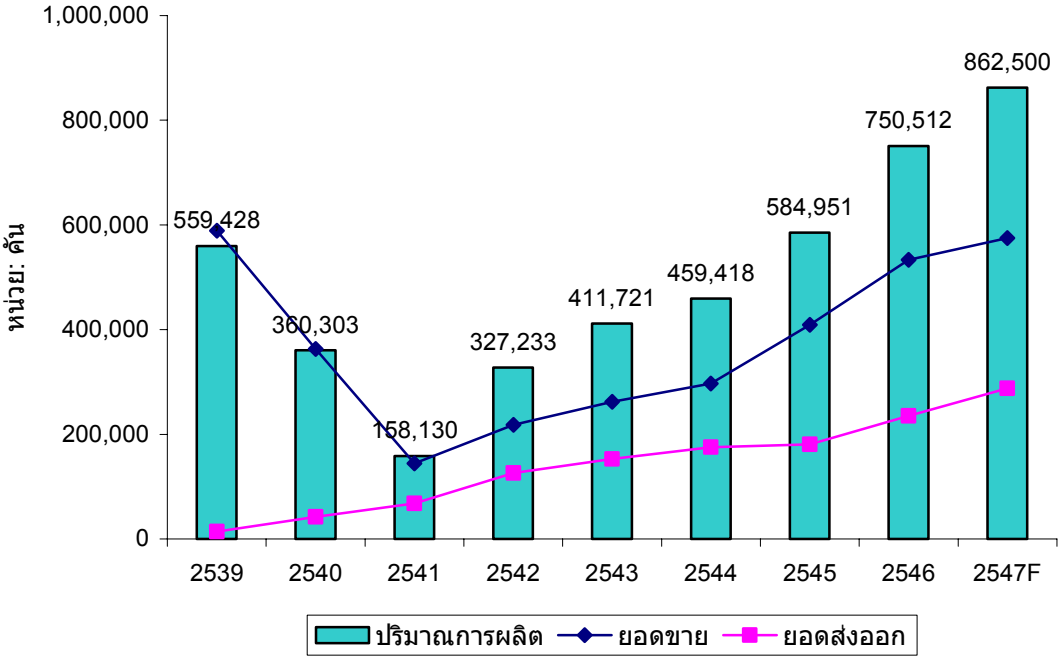
หมายเหตุ: ผลิตภัณฑ์เหล็กแข็งที่บริษัทนำเข้าจัดอยู่ในหมวดเหล็กและเหล็กกล้า

เมื่อพิจารณาจากมูลค่าการนำเข้าเหล็กและเหล็กกล้า และเครื่องจักรกลที่รวบรวมจากกรมศุลกากร พบว่ามูลค่าการนำเข้าในปี 2546 มีการเติบโตสูงถึงร้อยละ 19.14 และ 54.00 ตามลำดับ และยังมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องสำหรับช่วง 6 เดือนแรกของปี 2547

ภาวะและแนวโน้มอุตสาหกรรมยานยนต์

สถานการณ์ของอุตสาหกรรมยานยนต์ของเดือน ม.ค. – มิ.ย. 2547 ปริมาณการจำหน่ายในประเทศเท่ากับ 298,704 คัน เพิ่มขึ้น ร้อยละ 21.26 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และมีปริมาณการส่งออกทั้งสิ้น 151,910 คันเพิ่มขึ้นร้อยละ 40.06 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน

แผนภาพปริมาณการผลิต ยอดขาย และยอดส่งออกรถยนต์ของประเทศไทย ปี 2539 - 2547



ที่มา: สถาบันยานยนต์

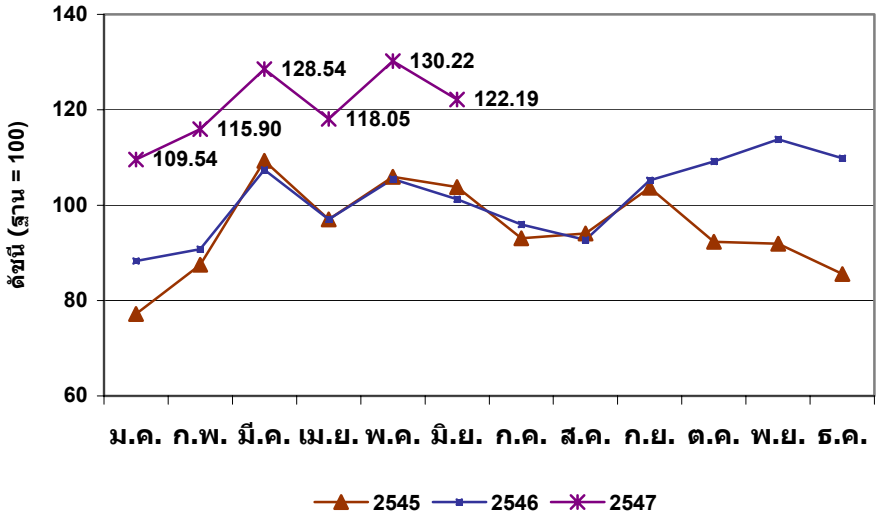
หมายเหตุ: ปี 2547 คาดการณ์โดยสถาบันยานยนต์

คาดการณ์ว่าอุตสาหกรรมชิ้นส่วนและยานยนต์จะยังคงมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องในระยะยาว แม้ว่าในระยะสั้นจะถูกกระทบจากแนวโน้มราคาน้ำมันและอัตราดอกเบี้ยที่ปรับเพิ่มขึ้น เนื่องจากอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจในระยะยาวของไทยที่คาดว่าจะมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง โดยคาดว่า GDP ปี 2547 – 2549 จะเติบโตในอัตราเฉลี่ย 6% และจากการย้ายฐานการผลิตของผู้ผลิตยานยนต์เข้ามาในประเทศไทย ซึ่งทำให้ยอดการผลิตยานยนต์เพื่อการส่งออกปรับเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 14,020 คันในปี 2539 เป็น 235,022 คันในปี 2546 คิดเป็นร้อยละ 31 ของปริมาณการผลิตยานยนต์ และคาดว่าปริมาณการส่งออกจะเพิ่มขึ้นสู่ระดับ 300,000 คันในปี 2547 ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทยก็คาดว่าภายในเวลาไม่ถึง 10 ปีนับจากปี 2547 ประเทศไทยจะกลายเป็นประเทศที่มีการผลิตยานยนต์เพื่อการส่งออกมากกว่าที่ใช้ในประเทศ กล่าวคือในปี 2556 ไทยจะมีปริมาณการส่งออกกว่า 1.34 ล้านคันจากปริมาณการผลิตทั้งหมดประมาณ 2.6 ล้านคัน หรือมีสัดส่วนการส่งออกกว่าร้อยละ 50 ของยอดผลิต ซึ่งจะทำให้ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ผลิตยานยนต์เพื่อการส่งออกยานยนต์อย่างเต็มตัว และสถาบันยานยนต์คาดการณ์ว่ายอดการผลิตยานยนต์ของไทยจะปรับเพิ่มขึ้นสู่ระดับ 1 ล้านคันในปี 2549 จากปี 2546 ที่ 7.5 แสนคัน ซึ่งเป็นผลให้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศได้รับผลบวกโดยตรงจากการเป็นศูนย์กลางการผลิตยานยนต์ของผู้ผลิตชั้นนำของโลกอันจะส่งผลให้มีปริมาณความต้องการเหล็กแข็ง เครื่องจักรกล และอุปกรณ์ สำหรับผลิตแม่พิมพ์ อุปกรณ์ และอะไหล่ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ภาวะและแนวโน้มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมของอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่ช่วงครึ่งปีแรก (ม.ค.- มิ.ย.) ของปี 2547 มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นจากครึ่งปีหลัง (ก.ค. - ธ.ค.) ของปี 2546 ร้อยละ 15.6 และเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 22.7 โดยเป็นผลจากการขยายตัวเพิ่มขึ้นของสินค้ากลุ่มไฟฟ้าประมาณร้อยละ 8 และเพิ่มขึ้นจากสินค้ากลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ถึงร้อยละ 42.7 ทั้งนี้ เป็นผลจากการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามความต้องการของอิเล็กทรอนิกส์โลกที่ยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

แผนภาพดัชนีผลผลิตของอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของไทย ปี 2545 - 2547



ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

แนวโน้มอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าในไตรมาสที่ 3 ปี 2547 และครึ่งหลังของปี คาดว่าน่าจะปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงแรกของปี ทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ เนื่องจากเป็นช่วงฤดูกาลที่มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นของปี และเมื่อเทียบช่วงเดียวกันของปีก่อนน่าจะปรับตัวดีขึ้นเช่นกัน เพราะในปีนี้มี เทศกาลการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก ซึ่งเป็นปัจจัยกระตุ้นให้มีความต้องการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ามากขึ้น โดยเฉพาะเครื่องรับโทรทัศน์ เครื่องเล่นวีซีดี และดีวีดี เพื่อเตรียมตัวติดตามชมรายการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก และแนวโน้มของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในไตรมาสที่ 3 ปี 2547 และครึ่งหลังของปีคาดว่าจะปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง และจะขยายตัวเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนเช่นกัน ตามภาวะตลาดอิเล็กทรอนิกส์ของโลกที่เพิ่มขึ้น ซึ่ง Semiconductor Industry Association (SIA) ได้คาดการณ์ว่ายอดขาย Semiconductor ทั่วโลกจะเพิ่มสูงขึ้นถึงร้อยละ 28.6 ในปี 2547 โดยเป็นผลจากความต้องการ คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล, โทรศัพท์มือถือ และกล้องดิจิตอล ที่คาดว่าในปี 2547 จะเติบโตร้อยละ 13, 15 และ 27 ตามลำดับ ทำให้ประเทศไทยซึ่งเป็นฐานการผลิตชิ้นส่วนจะได้รับผลดีตามภาวะอิเล็กทรอนิกส์โลกไปด้วย ทั้งนี้ จากการแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในปี 2547 จะส่งผลให้ปริมาณความต้องการเหล็กแข็ง เครื่องจักรกล และอุปกรณ์ สำหรับผลิตแม่พิมพ์ อุปกรณ์ และอะไหล่ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ภาวะการแข่งขัน

บริษัทเป็นบริษัทเดียวที่มีผลิตภัณฑ์และบริการ ครอบคลุมความต้องการของอุตสาหกรรมผลิตแม่พิมพ์และเครื่องมือ ซึ่งประกอบด้วย เหล็กแข็ง (Special Steel) เครื่องจักรกลโรงงาน (Machine Tools) และเครื่องมือและอุปกรณ์ (Tooling) และบริการ เช่น แปรรูปเหล็กแข็งขั้นต้น เป็นต้น ซึ่งทำให้บริษัทมีความได้เปรียบในการแข่งขัน และในปัจจุบันยังไม่มีคู่แข่งขันโดยตรงที่มีผลิตภัณฑ์และบริการที่ครบวงจรเหมือนบริษัท แต่จะมีคู่แข่งขันในแต่ละผลิตภัณฑ์ ดังต่อไปนี้

(1) การแข่งขันในธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายเหล็กแข็งสำหรับทำแม่พิมพ์และอุปกรณ์ (Special Steel)

บริษัทมีเหล็กแข็ง 2 กลุ่มคือ เหล็กแข็ง BOHLER ซึ่งเป็นเหล็กแข็งคุณสมบัติเฉพาะใช้สำหรับทำแม่พิมพ์เป็นหลัก และเหล็กแข็งอื่นๆ ซึ่งใช้ในการผลิตอะไหล่และอุปกรณ์ และแม่พิมพ์ที่ไม่ต้องการความทนทานสูง ทำให้บริษัทมีผลิตภัณฑ์ที่ครอบคลุมความต้องการของลูกค้าตั้งแต่ตลาดระบนถึงตลาดระดับกลาง ทั้งนี้ ในปี 2546 บริษัทประเมินว่ามีส่วนแบ่งประมาณ 27% ในตลาดเหล็กแข็งสำหรับทำแม่พิมพ์ระดับเดียวกับ BOHLER และมีส่วนแบ่งตลาดประมาณ 30% ในตลาดเหล็กแข็งสำหรับทำอะไหล่และอุปกรณ์ นอกจากนั้น บริษัทยังมียอดขายเหล็ก BOHLER เป็นอันดับต้นๆในภูมิภาคเอเชีย

ในตลาดเหล็กแข็งสำหรับทำแม่พิมพ์มีผู้นำเข้ารายใหญ่ในประเทศไทยประมาณ 6 ราย โดยผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าประกอบด้วยเหล็กแข็งยี่ห้อ BOHLER ประเทศออสเตรีย, KOSHUHA ประเทศญี่ปุ่น, UDDEHOLM ประเทศสวีเดน, HITACHI ประเทศญี่ปุ่น, THYSSEN ประเทศเยอรมนี และ DAIDO ประเทศญี่ปุ่น ทั้งนี้ การที่มีเหล็กแข็งสำหรับผลิตแม่พิมพ์เพียง 6 ยี่ห้อเนื่องจากเป็นเหล็กที่ต้องใช้เทคโนโลยีในการผลิตสูงทำให้ในตลาดโลกมีผู้ผลิตน้อยราย ดังนั้นในเรื่องคุณภาพของเหล็กแข็งจะเป็นการแข่งขันกันระหว่างผู้ผลิตเหล็กในต่างประเทศ

การแข่งขันในธุรกิจจัดจำหน่ายเหล็กแข็งระหว่างผู้นำเข้าทั้ง 6 รายจะเป็นการแข่งขันกันที่บริการก่อนและหลังการขาย และความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าเป็นสำคัญ ส่วนการแข่งขันด้านราคามีไม่มานนัก ดังนั้น การที่บริษัทมีสินค้าคงคลังที่หลากหลายและมากเพียงพอ ทำให้สามารถจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ ประกอบกับมีบริการ ตัด ปาด เจียร ด้วยเครื่องจักรที่ทันสมัย ทำให้บริษัทมีความได้เปรียบในการแข่งขัน เป็นผลบริษัทมีฐานลูกค้าที่ซื้อเหล็กแข็งของบริษัทกว่า 1,000 ราย

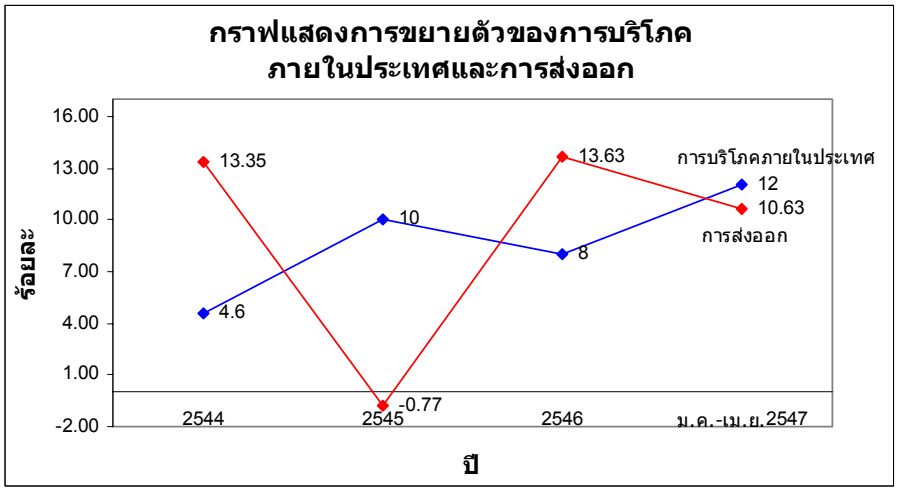
(2) ธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายเครื่องจักรกลโรงงาน (Machine Tools) นั้นมีผู้นำเข้าเป็นจำนวนมากและมีเครื่องจักรกลที่หลากหลาย โดยมีบริษัทผู้นำเข้าและตัวแทนจำหน่ายเครื่องกลระดับเดียวกับบริษัทประมาณ 4 ยี่ห้อซึ่งนับรวมบริษัท ประกอบด้วยเครื่องจักรยี่ห้อ CHARMILLES ประเทศสวิตเซอร์แลนด์, MISUBISHI ประเทศญี่ปุ่น, SODICK ประเทศสหรัฐอเมริกา และ AGIE ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ซึ่งเครื่องจักรยี่ห้อ CHARMILLES เป็นเครื่องจักรที่มีคุณภาพสูงอยู่ในระดับบนสุดของตลาด ทำให้มีผู้ผลิตเครื่องระดับดังกล่าวอยู่น้อยรายในตลาดโลกเนื่องจากต้องใช้เทคโนโลยีในการผลิตสูงมาก และเป็นเทคโนโลยีที่เป็นลิขสิทธิ์เฉพาะของผู้ผลิตรายนั้นๆ เป็นสาเหตุให้มีผู้นำเข้าเครื่องจักรกลระดับเดียวกับบริษัทมีน้อยราย เพราะถูกจำกัดโดยจำนวนผู้ผลิตเครื่องจักรกลในตลาดโลกที่มีอยู่น้อยราย นอกจากนี้ บริษัทยังนำเข้าเครื่องจักรยี่ห้อ KITAMURA จากประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นเครื่องจักรกลที่มีคุณภาพและได้รับการยอมรับจากลูกค้าอย่างกว้างขวางเช่นกัน โดยมีเครื่องกลในระดับเดียวกันกับ KITAMURA ประมาณ 5-6 ยี่ห้อ แต่สำหรับเครื่องระดับ HARDINGE มีผู้ผลิตเป็นจำนวนมากในตลาดโลกเนื่องจากเป็นเครื่องจักรระดับกลางซึ่งใช้เทคโนโลยีระดับปานกลางในการผลิต ทั้งนี้ การแข่งขันระหว่างผู้นำเข้าในตลาดจะเป็นการแข่งขันกันที่บริการก่อนและหลังการขาย ของผู้นำเข้า เนื่องจากเครื่องจักรดังกล่าวมีราคาและเทคโนโลยีสูง ซึ่งผู้ซื้อต้องมั่นใจว่าจะได้รับการดูแลจากวิศวกรและช่างเทคนิคที่มีความชำนาญเฉพาะในเครื่องจักรกลนั้นๆ ดังนั้น การที่บริษัทดำเนินธุรกิจมานานกว่า 30 ปี ทำให้สะสมประสบการณ์ในการให้บริการก่อนและหลังการขาย และปัจจุบันมีบุคลากรระดับวิศวกรที่มีความชำนาญเรื่องเครื่องจักรกลกว่า 23 คน ไม่นับรวมช่างเทคนิค ซึ่งมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งขัน

ระดับเดียวกัน ทำให้บริษัทสามารถให้บริการก่อนและหลังการขายได้อย่างรวดเร็วและมีคุณภาพ เป็นผลให้บริษัทมีความได้เปรียบในการแข่งขัน

(3) การแข่งขันของธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายเครื่องมือและอุปกรณ์ (Tooling) มีการแข่งขันไม่รุนแรงมากนัก เนื่องจากเป็นการแข่งขันที่คุณภาพและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ โดยมีผลิตภัณฑ์เป็นจำนวนมากในตลาด ซึ่งแต่ละยี่ห้อก็จะมีจุดเด่นจุดด้อยที่แตกต่างกัน รองรับความต้องการที่แตกต่างกันในตลาดตั้งแต่ตลาดระดับบนจนถึงระดับล่าง โดยผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจำหน่ายจัดอยู่ในสินค้าระดับบน ตัวอย่าง เช่น ดอกกัดและมีดเล็บ SECO ของประเทศสวีเดน อุปกรณ์เครื่องมือ REGO-FIX ของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ และเครื่องมือการวัดระยะการเคลื่อนที่ SONY ประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น โดยการขายส่วนใหญ่จะเป็นการขายให้กลับกลุ่มลูกค้าที่ซื้อเหล็กแข็งสำหรับทำแม่พิมพ์และเครื่อง และเครื่องจักรกลของบริษัทเนื่องจากเครื่องมือและอุปกรณ์ที่บริษัทจำหน่ายส่วนใหญ่เป็นอุปกรณ์สิ้นเปลือง หรือเครื่องมือที่ใช้ประกอบกับเครื่องจักรกลที่บริษัทจำหน่าย หรือใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมทั่วไป

3.3.2 ภาวะอุตสาหกรรมกระดาษ

เมื่อพิจารณาอุตสาหกรรมกระดาษแยกตามรายกลุ่มผลิตภัณฑ์พบว่า ความต้องการในเกือบทุกกลุ่มมีแนวโน้มที่จะขยายตัวอย่างรวดเร็วตามการเติบโตของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจภายในประเทศ



ที่มา: กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ และการรวบรวมของฝ่ายวิจัย IFCT

<u>เยื่อกระดาษ</u> ปี 2546 ความต้องการกระดาษภายในประเทศมีทั้งสิ้น 1.18 ล้านตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.06 ในขณะที่ตลาดส่งออกขยายตัวถึงร้อยละ 41.36 ทำให้ผู้ประกอบการต้องใช้กำลังการผลิตสูงถึงร้อยละ 101.32 ความต้องการที่เพิ่มขึ้นทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดส่งออกผลักดันให้ราคาเยื่อกระดาษปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องร้อยละ 10 – 20 ตั้งแต่ปลายปี 2546 อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมเยื่อกระดาษของไทยมีข้อจำกัดในการเพิ่มกำลังการผลิตคือ พื้นที่ปลูกป่าเชิงพาณิชย์ขนาดใหญ่มีจำกัดและเงินลงทุนเบื้องต้นของเครื่องจักรค่อนข้างสูง

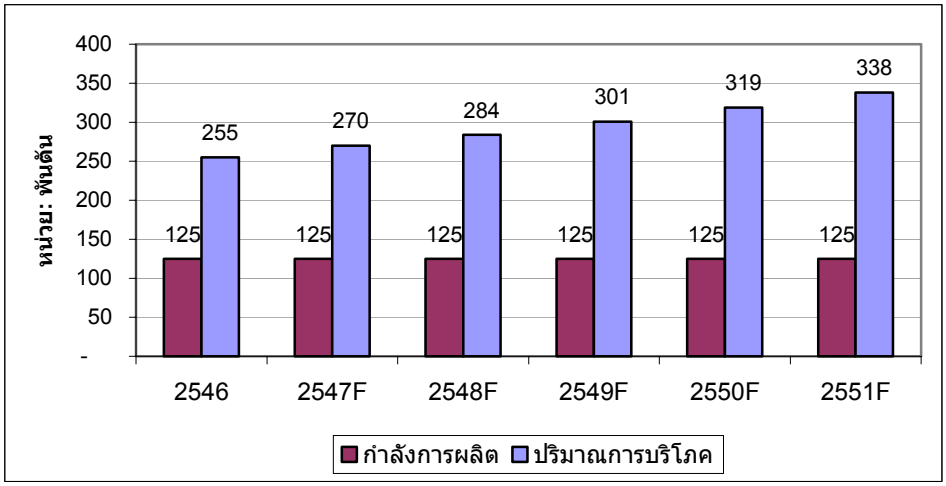
<u>กระดาษคราฟท์</u> ปี 2546 ความต้องการกระดาษคราฟท์ภายในประเทศมีทั้งสิ้น 1.5 ล้านตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.7 ตามการขยายตัวของตลาดบรรจุภัณฑ์กระดาษ และคาดว่าจะขยายตัวอย่างต่อเนื่องอีกร้อยละ 7 ในปีนี้ กำลังการผลิตภายในประเทศยังสามารถรองรับการเติบโตของตลาดได้อีกมาก โดยในปัจจุบันมีการใช้กำลังการผลิตอยู่ที่ระดับร้อยละ 79 ประกอบกับอุตสาหกรรมกระดาษคราฟท์ใช้วัตถุดิบภายในประเทศถึงร้อยละ 80 – 85 จึงมีความได้เปรียบในด้านต้นทุน

กระดาษพิมพ์เขียน ตลาดส่งออกขยายตัวถึงร้อยละ 21.2 ควบคู่ไปกับการบริโภคภายในประเทศที่โตขึ้นร้อยละ 8.8 ในปี 2546 และคาดว่าตลอดปี 2547 ตลาดในประเทศจะขยายตัวถึงร้อยละ 15 โดยในช่วงไตรมาสแรกของปีนี้ความต้องการเพิ่มขึ้นมากกว่าที่ตั้งไว้มาก เนื่องจากการเติบโตอย่างรวดเร็วของตลาดสิ่งพิมพ์จนเกิดปัญหาขาดแคลนกระดาษพิมพ์เขียนภายในประเทศ ด้านกำลังการผลิตถูกใช้ถึงระดับร้อยละ 89 ประกอบกับราคามีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ประกอบการตั้งเป้าหมายที่จะเพิ่มกำลังการผลิตขึ้นเป็น 1.06 ล้านตันภายในปีนี้

บรรจุภัณฑ์กระดาษ ปี 2546 ความต้องการบรรจุภัณฑ์กระดาษภายในประเทศขยายตัวร้อยละ 8 ในขณะที่การส่งออกขยายตัวถึงร้อยละ 27.64 และคาดว่าในปี 2547 ตลาดในประเทศจะขยายตัวได้ต่อไปในอัตราร้อยละ 10 ด้วยเหตุที่ความต้องการบรรจุภัณฑ์กระดาษมีความสัมพันธ์โดยตรงกับภาวะเศรษฐกิจภายในประเทศและการขยายตัวของการส่งออก นอกจากนั้นอัตราการใช้กำลังการผลิตยังอยู่เพียงร้อยละ 71.64 ซึ่งถือว่าต่ำที่สุดในกลุ่มอุตสาหกรรมกระดาษด้วยกัน จึงยังสามารถรองรับการเติบโตของตลาดได้อีกมาก

กระดาษหนังสือพิมพ์ ปี 2546 ความต้องการภายในประเทศมีทั้งสิ้น 2.5 แสนตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4 ในขณะที่กำลังการผลิตภายในประเทศมีเพียง 1.25 แสนตัน ส่วนการส่งออกลดลงร้อยละ 57.5 เมื่อพิจารณาถึงแนวโน้มของปี 2547 ตลาดกระดาษหนังสือพิมพ์มีโอกาสที่จะกลับมาขยายตัวในอัตราที่สูงอีก เนื่องจากงบโฆษณาผ่านสื่อหนังสือพิมพ์เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดถึงร้อยละ 54.37 ในช่วง 2 เดือนแรกของปีนี้ ประกอบกับนโยบายขยายโอกาสการศึกษาของรัฐบาลที่หันมาใช้กระดาษหนังสือพิมพ์ผลิตแบบเรียนมากยิ่งขึ้น

แผนภาพแสดงปริมาณการบริโภคกระดาษหนังสือพิมพ์และกำลังการผลิตในประเทศไทย



ที่มา: สมาคมอุตสาหกรรมเยื่อและกระดาษแห่งประเทศไทย

เมื่อพิจารณาจากปริมาณการผลิตกระดาษหนังสือพิมพ์ในประเทศโดย Pan Asia Paper Co. Pte Ltd ซึ่งเป็นผู้ผลิตกระดาษหนังสือพิมพ์รายเดียวในประเทศซึ่งมีกำลังการผลิตเท่ากับ 125,000 ตันต่อปี ขณะที่มีความต้องการใช้ในประเทศในปี 2546 เท่ากับ 255,000 ตันต่อปี และคาดว่าปริมาณความต้องการกระดาษหนังสือพิมพ์จะเติบโตอย่างต่อเนื่องในปี 2547 ถึงปี 2551 ทำให้ประเทศไทยต้องทำการนำเข้ากระดาษหนังสือพิมพ์อย่างน้อย 130,000 ตันต่อปี

ภาวะการแข่งขัน

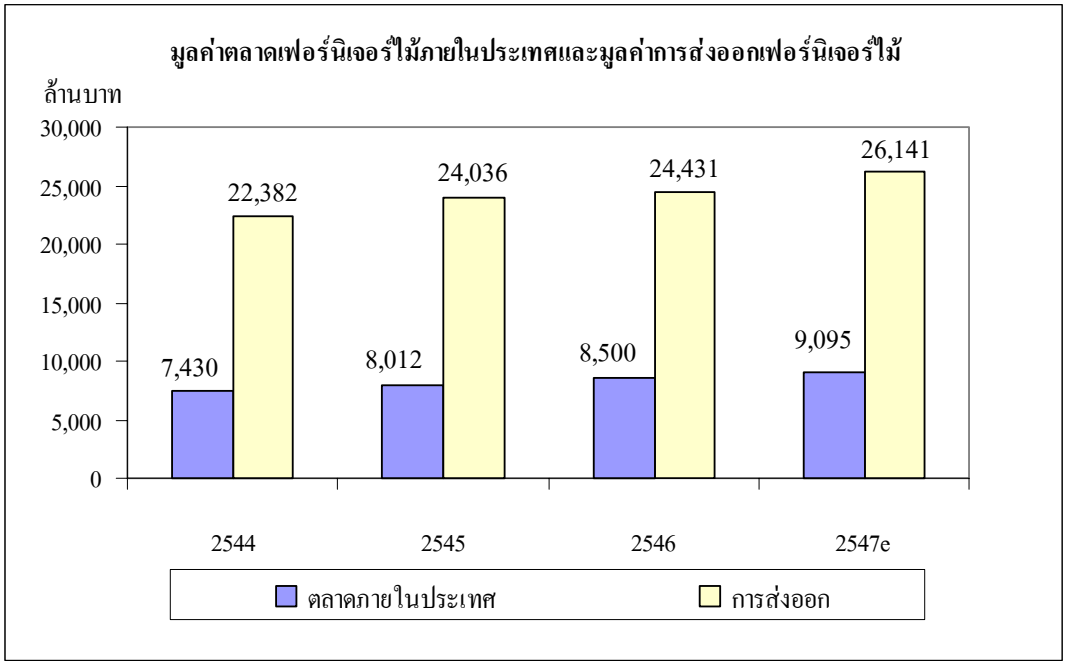
การแข่งขันในธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายกระดาษประเภทที่บริษัทนำเข้ามีการแข่งขันกันไม่รุนแรงมากนัก และมิได้เป็นการแข่งขันกับผู้ผลิตกระดาษในประเทศเนื่องจากกระดาษที่บริษัทนำเข้ามาจำหน่ายเป็นกระดาษที่ผู้ผลิตกระดาษใน

ประเทศยังไม่สามารถผลิตได้เพียงพอกับความต้องการใช้ในประเทศ เช่น กระดาษหนังสือพิมพ์ เป็นต้น และความได้เปรียบเสียเปรียบของการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการก็ไม่สูงมากเนื่องจากภายใต้ตลาดรวมของกระดาษมีการแบ่งตลาดออกเป็นตลาดย่อยๆ หลายตลาด โดยแบ่งตามความต้องการกระดาษและการนำไปใช้งานที่แตกต่างกัน ทำให้ผู้ประกอบการแต่ละรายพยายามจัดหากระดาษที่มีลักษณะแตกต่างกันเพื่อขายให้กับฐานลูกค้าของตนเอง ทั้งนี้ บริษัทประเมินว่ามีผู้นำเข้าและจัดหน่ายกระดาษหนังสือพิมพ์รายใหญ่ประมาณ 5 รายประกอบด้วย บริษัท แสงฟ้าศึกษาภัณฑ์ (1982) จำกัดบริษัท เจริญอักษร จำกัด บริษัท เล่าฮั่วเชียง จำกัด บริษัท เส่งเจียบฮง จำกัด และบริษัท ไทยเรืองทอง จำกัด โดยแต่ละบริษัทต่างก็มีฐานลูกค้าเป็นของตนเอง ดังนั้นความได้เปรียบในการแข่งขันจะขึ้นอยู่กับความสามารถในการจัดหากระดาษจากผู้ผลิตที่มีคุณภาพในต่างประเทศเข้ามาจำหน่ายในตลาด และบริษัทประเมินว่าบริษัทมีส่วนแบ่งตลาดประมาณ 10% ของมูลค่าการนำเข้ากระดาษหนังสือพิมพ์

3.3.3 ภาวะอุตสาหกรรมไม้และเฟอร์นิเจอร์ไม้

ภาวะอุตสาหกรรมไม้และเครื่องเรือนปี 2546 และแนวโน้มปี 2547

ปัจจุบันอุตสาหกรรมไม้และเครื่องเรือนของไทย สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าปีละ 1,000 ล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยมีโรงงานในภาคอุตสาหกรรมดังกล่าวไม่น้อยกว่า 8,000 โรง ทำให้ภาพรวมของอุตสาหกรรมไม้และเครื่องเรือนเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ และมีโอกาสก้าวไกลในตลาดโลก และถูกจัดให้เป็นสินค้าเป้าหมายในการส่งออกของไทยที่ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐ



ที่มา: กรมศุลกากร

หมายเหตุ: e = ประมาณการโดยใช้อัตราการขยายตัวที่ร้อยละ 7.00

แนวโน้มอุตสาหกรรมไม้และเครื่องเรือนของไทย ในปี 2547 สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมคาดว่าจะขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 7 - 10 ตามภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ธุรกิจการก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์ที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่องด้วยการส่งเสริมจากภาครัฐ ประกอบกับการขยายตัวของการส่งออกไปยังตลาดในประเทศสหรัฐอเมริกาที่เพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้ ยังมีการย้ายฐานอุตสาหกรรมเครื่องเรือนจากยุโรปมายังประเทศในแถบเอเชีย เช่น ไทย จีน และเวียดนามมากขึ้น ส่งผลให้

อุตสาหกรรมไม้และเครื่องเรือนมีแนวโน้มที่ดีขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม ไทยยังคงจะต้องเผชิญกับการแข่งขันกับประเทศคู่แข่งที่มีค่าจ้างแรงงานที่ถูกกว่า เช่น จีน และเวียดนาม ดังนั้น ไทยจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์โดยการเร่งพัฒนาบุคลากรด้านการออกแบบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกสู่ตลาดโดยเร็ว รวมถึงการสร้างเครือข่ายพันธมิตรและการแสวงหาตลาดใหม่ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมดังกล่าว ทั้งนี้ บริษัทคาดว่าปริมาณความต้องการผลิตภัณฑ์เครื่องจักรและอุปกรณ์สำหรับอุตสาหกรรมไม้จะเพิ่มขึ้นสอดคล้องกับแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมไม้และเฟอร์นิเจอร์ไม้

ภาวะการแข่งขัน

การแข่งขันของธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายเครื่องจักรและอุปกรณ์สำหรับอุตสาหกรรมไม้มีการแข่งขันไม่สูงมากนัก เพราะเป็นการแข่งขันกันระหว่างผู้นำเข้ารายย่อยจำนวนมากและในปัจจุบันยังไม่มีรายใดที่มีสินค้าครบวงจรเหมือนบริษัททำให้ยังไม่มีคู่แข่งขันโดยตรง และมีความได้เปรียบในการแข่งขันเนื่องจากมีสินค้าที่หลากหลายซึ่งรองรับตลาดตั้งแต่ระดับบนจนถึงระดับล่าง และมีบริการตัดต่อกระดาษทรายตามขนาดที่ลูกค้าต้องการได้อย่างรวดเร็ว

บริษัทคาดว่าภาวะการแข่งขันในอนาคตจะทวีความรุนแรงขึ้นเนื่องจากจะมีผู้นำเข้าสินค้าราคาถูกจากประเทศจีนเข้ามาขายในประเทศไทย ซึ่งบริษัทก็มีนโยบายติดต่อผู้ผลิตสินค้าในประเทศจีนเพื่อทดลองนำสินค้าเข้ามาทำตลาดเพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้าและรักษาความสามารถในการแข่งขันไว้ อย่างไรก็ตามบริษัทยังคงยึดมั่นในนโยบายหลักในการแข่งขัน คือ การมีสินค้าที่มีคุณภาพ ราคาเหมาะสม บริการที่รวดเร็วและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

3.3.4 ภาวะอุตสาหกรรมไฟฟ้า

แนวโน้มการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับไฟฟ้าของบริษัทจะสอดคล้องกับการเติบโตหรือถดถอยของอุตสาหกรรมการผลิตโดยรวมและปริมาณการใช้ไฟฟ้าของประเทศ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นอุปกรณ์ไฟฟ้าที่ใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมทั่วไป

สำหรับแนวโน้มของผลผลิตภาคอุตสาหกรรมในปี 2547 มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องจากปี 2546 โดยดัชนีผลผลิตภาคอุตสาหกรรมเดือนมิถุนายน 2547 เท่ากับ 148.8 เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.4 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน ส่วนอัตราการใช้กำลังการผลิตของภาคอุตสาหกรรมในเดือนมิถุนายน 2547 เท่ากับ 71.6 ลดลงจากเดือนก่อนที่ 73.0 ตามปัจจัยฤดูกาล

ปริมาณการใช้ไฟฟ้า มกราคม – เมษายน 2547 อยู่ที่ระดับ 41,150 ล้านหน่วย ซึ่งเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันในปี 2546 ประมาณ 8.27% โดยคณะอนุกรรมการพยากรณ์ความต้องการไฟฟ้าคาดการว่าการใช้ไฟฟ้าทั้งปีจะอยู่ที่ระดับ 126,811 ล้านหน่วย ส่วนค่าพลังไฟฟ้าสูงสุด (Peak) รอบ 4 เดือนที่ผ่านมาเมื่อเทียบแล้วเฉลี่ยสูงกว่าเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมาที่ระดับ 1,383 เมกะวัตต์ ทั้งนี้ การใช้ไฟฟ้าที่เพิ่มสูงขึ้น เป็นผลจากการขยายตัวของเศรษฐกิจที่ดีขึ้น โดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรม ได้แก่ หมวดวัสดุก่อสร้าง หมวดยานยนต์ นอกจากนั้นยังมีปัจจัยที่เกิดจากภาคบริการ ได้แก่ การท่องเที่ยว รวมถึงภาวะอากาศร้อนในช่วงที่ผ่านมา ก็มีส่วนทำให้การใช้ไฟฟ้าเพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน ทั้งนี้ บริษัทคาดว่ายอดขายของผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับไฟฟ้าจะเติบโตสอดคล้องกับภาวะอุตสาหกรรมและปริมาณการใช้ไฟฟ้าที่เพิ่มขึ้นในปี 2547

ภาวะการแข่งขัน

การแข่งขันในธุรกิจจัดจำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้ามีการแข่งขันค่อนข้างรุ่นแรง เนื่องจากในตลาดมีผู้นำรายใหญ่ประกอบด้วย REMSDAQ และ ABB ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ชั้นนำจากกลุ่มประเทศยุโรป ทำให้มีการแข่งขันด้านราคาสูง โดยผลิตภัณฑ์ ISKRA เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพจัดอยู่ในระดับเดียวกับผลิตภัณฑ์ชั้นนำดังกล่าว แต่มีราคาที่ต่ำกว่าทำให้ผลิตภัณฑ์ของ ISKRA มีศักยภาพเพียงพอที่จะแข่งขันในตลาดได้ โดยบริษัทได้วางตำแหน่งผลิตภัณฑ์เป็นอุปกรณ์ไฟฟ้าคุณภาพสูงแต่มีราคาต่ำกว่าผลิตภัณฑ์จากผู้นำตลาด ประกอบกับเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่บริษัทพึ่งเริ่มทำตลาดในปี 2545 ดังนั้นบริษัทจึงอยู่ระหว่างพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย

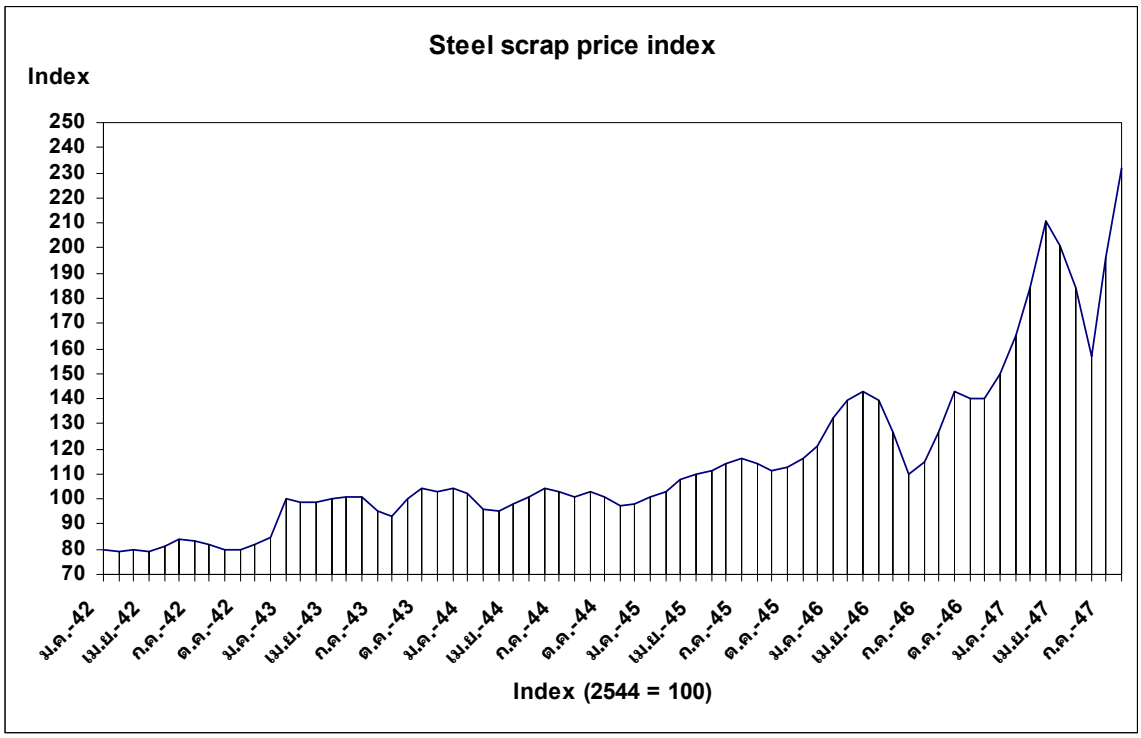
3.4 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจัดจำหน่ายส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าโดยตรงจากผู้ผลิตในต่างประเทศ ปัจจุบันมีผู้จัดจำหน่ายสินค้าให้บริษัท (Supplier) ประมาณ 70 บริษัท โดยมีผู้จัดจำหน่ายสินค้าให้บริษัท (Supplier) ที่สำคัญแบ่งตามผลิตภัณฑ์ ดังต่อไปนี้

(1) ผลิตภัณฑ์เหล็กแข็งสำหรับทำแม่พิมพ์และเครื่องมือ (Special Steel)

เหล็กแข็งที่บริษัทจัดจำหน่ายทั้งหมดเป็นการนำเข้าจากผู้ผลิตขนาดใหญ่หลายบริษัทในต่างประเทศประกอบด้วยผู้ผลิตในประเทศ ออสเตรีย เยอรมนี รัสเซีย ไต้หวัน และจีน สำหรับผู้จัดจำหน่ายสินค้าให้บริษัท (Supplier) ที่สำคัญของเหล็กแข็งสำหรับทำแม่พิมพ์และเครื่องมือได้แก่ BOHLER INTERNATIONAL GMBH ประเทศออสเตรีย ซึ่งเป็นผู้ผลิตเหล็กแข็งสำหรับทำแม่พิมพ์และเครื่องมืออันดับต้นๆของโลก โดยในปี 2546 มียอดขายเท่ากับ 1,499.8 ล้านยูโร มีส่วนแบ่งตลาดของเหล็กแข็งสำหรับทำเครื่องมือเป็นอันดับหนึ่งในตลาดโลกคือประมาณร้อยละ 28 และมีกำลังการผลิตเฉพาะเหล็กแข็งพิเศษประมาณ 250,000 เมตริกตันต่อปี ทั้งนี้ บริษัทได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายเหล็กแข็งสำหรับทำแม่พิมพ์และเครื่องมือของ BOHLER INTERNATIONAL GMBH แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทยมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2528 และสัญญาตัวแทนจำหน่ายฉบับล่าสุดทำขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2536 ซึ่งเป็นสัญญาที่ไม่มีกำหนดอายุสัญญาแต่สามารถยกเลิกได้โดยแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้า 3 เดือน

เหล็กแข็งสำหรับทำแม่พิมพ์และเครื่องมือเป็นเหล็กที่มีส่วนผสมของธาตุโลหะและอัลลอยด์ (Alloy) สูง แต่วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตเหล็กแข็งพิเศษ คือ เศษเหล็ก (Scrap) คุณภาพสูง ดังนั้นราคาเหล็กแข็งจะเคลื่อนไหวไปในทิศทางเดียวกับราคาเศษเหล็ก และราคาอัลลอยด์ในตลาดโลก แต่ราคาเหล็กแข็งจะผันผวนต่ำกว่าราคาเหล็กทั่วไปเนื่องจากเป็นเหล็กที่ต้องใช้เทคโนโลยีในการผลิตสูงและมิได้มีการซื้อขายกันทั่วไป ทั้งนี้ ราคาเศษเหล็กในตลาดยุโรปปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่เดือนมกราคม 2544 ตามอุปสงค์เหล็กของโลกที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น เนื่องจากความต้องการใช้เหล็กของประเทศจีนเพิ่มขึ้นสูงมาก



ที่มา: European Confederation of Iron and Steel Industries

หมายเหตุ: ดัชนี ม.ค. 2544 เป็นดัชนีฐานเท่ากับ 100 และดัชนีคำนวณจากซื้อขายเฉลี่ยเป็นเงินสกุลยูโรของเศษเหล็ก (Shredder Scrap) ในประเทศฝรั่งเศส เยอรมนี อิตาลี สเปน และอังกฤษ

สำหรับเข็มกระทุ้งแม่พิมพ์พลาสติกที่บริษัทจัดจำหน่ายเป็นของ บริษัท เค.เอส โมลด์ พาร์ท จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุนระหว่าง Kanzaki Mfg. Co.,Ltd. , Katsuki Corporation และ บริษัท สหมิตร โฮลดิ้ง จำกัด โดยมีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 55.0, 5.0 และ 40.0 ตามลำดับ ซึ่ง Kanzaki Mfg. เป็นบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญและเป็นผู้นำในธุรกิจผลิตเครื่องมือที่ใช้ในอุตสาหกรรมผลิตแม่พิมพ์ และชิ้นส่วนในประเทศญี่ปุ่น (ข้อมูลเพิ่มเติม http://www.kanzakimfg.co.jp) โดยบริษัท เค.เอส โมลด์ พาร์ท จำกัด ได้ทำสัญญาแต่งตั้งให้บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย ทั้งนี้ รายการซื้อขายสินค้ากับ บริษัท เค.เอส โมลด์ พาร์ท จำกัด ถือเป็นรายการเกี่ยวโยงกัน (รายละเอียดดูใน รายการระหว่างกัน ส่วนที่ 2 หน้า 63 และ 73)

(2) ผลิตภัณฑ์เครื่องจักรกลโรงงาน (Machine Tools)

เครื่องจักรกลโรงงานที่บริษัทจัดจำหน่ายทั้ง 3 ยี่ห้อคือ CHARMILLES, KITAMURA และ HARDINGE นั้นบริษัทได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการจากเจ้าของผลิตภัณฑ์ ปัจจุบัน CHARMILLES ถือว่าเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าให้บริษัท (Supplier) ที่สำคัญที่สุดของธุรกิจเครื่องจักรกลโรงงาน

บริษัทได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องจักรกลโรงงานยี่ห้อ CHARMILLES จากบริษัท CHARMILLES S.A. ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ซึ่งเป็นผู้ผลิตเครื่องกัดเซาะโลหะด้วยไฟฟ้าหรือเครื่องสปาร์คที่ใหญ่ที่สุดในโลก มีกำลังการผลิตประมาณ 1,500 เครื่องต่อปี โดยในปี 2546 มียอดขายเท่ากับ 877.9 ล้านสวิสฟรังค์ และ CHARMILLES เป็นเครื่องจักรที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลกว่ามีความละเอียดแม่นยำสูงที่สุดยี่ห้อหนึ่งและมีการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ บริษัทได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทยของ CHARMILLES S.A. มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2517 และสัญญาตัวแทนจำหน่ายฉบับล่าสุดทำขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2526 ซึ่งเป็นสัญญาปีต่อปีสามารถบอกยกเลิกสัญญาได้โดยแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าเป็นเวลา 3 เดือน

(3) ผลิตภัณฑ์เครื่องมืออุปกรณ์ (Tooling)

บริษัทได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่าย (Sales Agent) เครื่องมือและอุปกรณ์จากผู้ผลิตชั้นนำในต่างประเทศกว่า 10 บริษัท เช่น (1) ดอกกัดและมีดเล็บ SECO จาก SECO TOOL AB. ของประเทศสวีเดน (2) อุปกรณ์จับเครื่องมือ REGO-FIX จาก REGO-FIX AG REIGOLDSWIL ของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ (3) เครื่องมือวัดระยะการเคลื่อนที่ SONY จาก SONY MANUFACTURING SYSTEM CORPORATION ของประเทศญี่ปุ่น (4) เครื่องกัด ปาด เจาะ เซาะร่องจาก PHOEBUS จาก PHOEBUS MACHINERY CORPORATION ของประเทศไต้หวัน และ (5) อุปกรณ์จับยึดชิ้นงาน VERTEX จาก VERTEX MACHINERY WORK CO.,LTD. ของประเทศไต้หวัน เป็นต้น

สำหรับผู้จัดจำหน่ายสินค้า (Supplier) ให้บริษัท ที่สำคัญของบริษัทได้แก่ SECO TOOL AB. ของประเทศสวีเดน ซึ่งเป็นผู้ผลิตดอกกัดและมีดเล็บคุณภาพสูงซึ่งครอบคลุมงานกัดวัสดุเกือบทุกชนิด ตั้งแต่วัสดุที่กัดง่ายประเภทอลูมิเนียม จนถึงกัดยากในกลุ่มที่มีอัลลอยด์สูง ทั้งนี้ SECO TOOL AB. ได้แต่งตั้งให้บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่าย (Sole Agent) ในประเทศไทย

(4) ผลิตภัณฑ์กลุ่มกระดาษ (Paper)

กระดาษที่บริษัทเป็นผู้จัดหน่ายเป็นกระดาษที่นำเข้าจากต่างประเทศประมาณร้อยละ 80 และซื้อจากในประเทศประมาณร้อยละ 20 ของยอดขายรวม

ผลิตภัณฑ์กระดาษสำหรับพิมพ์หนังสือพิมพ์ที่บริษัทจำหน่ายนั้นเป็นการนำเข้าจากต่างประเทศทั้งหมด เนื่องจากการผลิตกระดาษสำหรับพิมพ์หนังสือพิมพ์ภายในประเทศมีไม่เพียงพอกับความต้องการใช้ และในการนำเข้าบริษัทได้นำเข้ากระดาษสำหรับพิมพ์หนังสือพิมพ์มากกว่ากระดาษชนิดอื่น โดยนำเข้าจากโรงงาน SOLIKAMSKBUMPROM ประเทศรัสเซีย ซึ่งเป็นหนึ่งในผู้ผลิตกระดาษหนังสือพิมพ์รายใหญ่ของโลก โดยบริษัทได้นำเข้ามาตั้งแต่ปี 2526 ปัจจุบันบริษัทมีสัญญาจอง

กระดาษล่วงหน้าเป็นรายปีกับ SOLIKAMSKBUMPROM โดยสัญญาจะระบุปริมาณที่ SOLIKAMSKBUMPROM ต้องสำรองกระดาษไว้ให้บริษัท และจะทยอยส่งมอบเป็นรายเดือน โดยราคากระดาษจะเปลี่ยนแปลงตามราคาตลาดโลก ทั้งนี้สัญญาดังกล่าวไม่ถือเป็นภาระผูกพันให้บริษัทในการที่จะต้องซื้อเท่ากับจำนวนที่จองไว้ล่วงหน้า โดยบริษัทสามารถซื้อน้อยกว่าหรือมากกว่าในสัญญาได้ แต่ SOLIKAMSKBUMPROM ต้องมีกระดาษสำรองให้บริษัทอย่างน้อยเท่ากับสัญญาที่ทำไว้ล่วงหน้า

นอกจากนั้นแล้ว บริษัทยังได้นำเข้าโดยตรงจากผู้ผลิตกระดาษในประเทศอินโดนีเซีย และประเทศฟิลิปปินส์ และซื้อผ่านตัวแทนจำหน่ายสำหรับกระดาษที่นำเข้าจากสหรัฐอเมริกา เยอรมนี มาเลเซีย และเกาหลี เป็นการนำเข้ากระดาษสำหรับพิมพ์หนังสือพิมพ์ หนังสือการ์ตูน งานโรเนียว การห่ออาหารและผลไม้ กระดาษสำหรับทำแพทเทินในการตัดเย็บเสื้อผ้า เป็นต้น

ราคากระดาษในประเทศจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกับราคากระดาษในตลาดโลก ดังนั้นบริษัทจึงบริหารความเสี่ยงจากความผันผวนของราคา โดยการควบคุมระดับสินค้าคงคลังให้เหมาะสมในแต่ละช่วงเวลา และการบริหารการจัดซื้อให้สอดคล้องกับความต้องการและการเปลี่ยนแปลงของราคา พร้อมกับติดตามความเคลื่อนไหวของราคา การเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์และอุปทานในตลาดโลกและในประเทศ และข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิด

ส่วนเครื่องจักรและเคมีภัณฑ์นั้น บริษัทได้นำเข้าจากผู้ผลิตกว่า 17 รายในหลายประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา เยอรมนี ญี่ปุ่น ไต้หวัน จีน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย และสิงคโปร์ เป็นต้น

(5) ผลิตภัณฑ์เครื่องจักรและอุปกรณ์สำหรับอุตสาหกรรมไม้ (Machine and Equipment for Wood Processing)

ผลิตภัณฑ์เครื่องจักรและอุปกรณ์สำหรับอุตสาหกรรมไม้เป็นการนำเข้าจากผู้ผลิตชั้นนำในต่างประเทศ เช่น เครื่องขัดกระดาษทราย IMEAS SPA ของประเทศอิตาลี, เครื่องสับไม้หรือย่อยไม้ยี่ห้อ BRUKS KLOCKNER ของประเทศสวีเดนและเยอรมนี, เครื่องปิดขอบไม้ยี่ห้อ CEHISA ของประเทศสเปน, มีดปอก ไส ยี่ห้อ TOYO KNIFE ของประเทศญี่ปุ่น, วัสดุปิดขอบเฟอร์นิเจอร์ยี่ห้อ MICHEL NORDLINGER ของประเทศฝรั่งเศส, ใบเลื่อยวงเดือน ยี่ห้อ SEAL ของประเทศอิตาลี และกระดาษทรายอุตสาหกรรมยี่ห้อ HERMES ของประเทศเยอรมนี เป็นต้น

สำหรับผู้จัดจำหน่ายสินค้าให้บริษัท (Supplier) ที่สำคัญของบริษัทได้แก่ HERMES SCHLEIFMITTEL GMBH & Co. ของประเทศเยอรมนี ซึ่งเป็นผู้ผลิตกระดาษทรายอุตสาหกรรมชั้นนำของโลก และบริษัทได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทยตั้งแต่ปี 2539 และบริษัทยังได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีในการแปรรูปกระดาษทรายจาก HERMES โดยตรง และ TOYO KNIFE Co. ประเทศญี่ปุ่นซึ่งบริษัทได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทยตั้งแต่ปี 2519

ทั้งนี้ บริษัทได้จัดส่งพนักงานไปดูงานแสดงสินค้า (Trade Fair) และเครื่องจักรอุตสาหกรรมไม้ในต่างประเทศ (Wood Working Machinery Exhibition) ที่จัดเป็นประจำทุกปีในยุโรป เอเชีย และสหรัฐอเมริกาเพื่อศึกษาหาสินค้าและนวัตกรรมใหม่เข้ามาทดลองทำการตลาดในประเทศไทยเป็นการเพิ่มโอกาสทางการตลาดใหม่ให้กับบริษัท

(6) ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับไฟฟ้า (Electrical Engineering)

ตามนโยบายขยายธุรกิจให้ครอบคลุมภาคอุตสาหกรรมที่สำคัญในประเทศนั้น ทำให้บริษัทเล็งเห็นแนวทางที่จะตอบสนองต่อนโยบายดังกล่าว ด้วยการมุ่งความสนใจไปสู่กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับไฟฟ้า เนื่องจากเห็นว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในทุกโรงงานอุตสาหกรรม ดังนั้น บริษัทจึงได้ทำการติดต่อกับผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับไฟฟ้ายี่ห้อ ISKRA ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยอมรับเป็นอย่างมากในกลุ่มประเทศยุโรป ทำให้บริษัทได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียว (Sole Agent) ในประเทศไทยตั้งแต่ปี 2544 จาก ISKRA GROUP ประเทศสโลวาเนีย (Slovenia)

3.5 นโยบายสินค้าคงคลัง

การบริหารสินค้าคงคลังอย่างมีประสิทธิภาพถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการประกอบธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายวัตถุดิบ เครื่องจักรกล และอุปกรณ์ให้กับภาคอุตสาหกรรม และถือเป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขัน ซึ่งการที่บริษัทสามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันไว้ได้อย่างต่อเนื่องเพราะบริษัทมีสินค้าคงคลังมากเพียงพอและเป็นที่ต้องการของตลาด ซึ่งส่งผลให้บริษัทสามารถจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ

บริษัทมีนโยบายควบคุมระดับสินค้าคงคลังให้เหมาะสมและเพียงพอสามารถรองรับความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันท่วงที โดยบริษัทจะแบ่งสินค้าคงคลังออกเป็น 6 กลุ่มผลิตภัณฑ์ตามลักษณะการประกอบธุรกิจ ซึ่งทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์จะมีผู้บริหารเป็นผู้พิจารณาระดับสินค้าคงคลังที่เหมาะสมในแต่ละช่วงเวลา โดยแบ่งสินค้าคงคลังออกเป็น 2 กลุ่มหลักคือ

(1) สินค้าหมุนเร็วหรือกลุ่มที่ถูกสั่งซื้อเป็นประจำ เป็นกลุ่มที่ตลาดมีความต้องการสูง และผู้ซื้อต้องใช้สินค้าทันทีหลักจากสั่งซื้อ ทำให้บริษัทต้องมีสินค้าคงคลังสำรองมากเพียงพอและพร้อมส่งตลอดเวลา ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ เหล็กแข็งสำหรับทำแม่พิมพ์และเครื่องมือ เครื่องมืออุปกรณ์ และเครื่องจักรและอุปกรณ์สำหรับอุตสาหกรรมไม้ และเกี่ยวกับไฟฟ้า

(2) สินค้าปกติหรือกลุ่มที่ถูกสั่งซื้อไม่บ่อยครั้ง เป็นสินค้าที่มีมูลค่าสูง และผู้ซื้อสามารถรอสินค้าได้ ทำให้บริษัทไม่จำเป็นต้องสำรองสินค้าคงคลังเป็นจำนวนมาก คือ ผลิตภัณฑ์เครื่องจักรกลโรงงาน

นอกจากนั้น บริษัทจะติดตามความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมและข้อมูลสถิติย้อนหลังอย่างใกล้ชิดเพื่อที่จะสามารถประมาณความต้องการของตลาดได้ ทำให้บริษัทสามารถบริหารสินค้าคงคลังได้อย่างมีประสิทธิภาพ

มูลค่าสินค้าคงคลังแบ่งตามกลุ่มผลิตภัณฑ์

ประเภทสินค้า	ณ 31 ธันวาคม 2546		ณ 31 ธันวาคม 2547	
	มูลค่าสินค้าคงเหลือ (ล้านบาท)	ร้อยละ	มูลค่าสินค้าคงเหลือ (ล้านบาท)	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์เหล็กแข็งสำหรับทำแม่พิมพ์และเครื่องมือ	312.44	64.12	457.38	66.02
ผลิตภัณฑ์เครื่องจักรกลโรงงาน	30.06	6.17	70.71	10.21
ผลิตภัณฑ์เครื่องมืออุปกรณ์	41.82	8.58	29.03	4.19
ผลิตภัณฑ์กลุ่มกระดาษ	72.82	14.95	100.24	14.47
ผลิตภัณฑ์เครื่องจักรและอุปกรณ์สำหรับอุตสาหกรรมไม้	27.82	5.71	29.29	4.23
ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับไฟฟ้า	2.28	0.47	6.11	0.88
รวม	**487.24**	**100.00**	**692.77**	**100.00**

3.6 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ไม่มี -

3.7 งานที่ยังไม่ส่งมอบ

- ไม่มี –