

3. การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

3.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์

บริษัทดำเนินธุรกิจเป็นผู้นำเข้า ประกอบและผลิตชิ้นส่วนเพื่อใช้ประกอบผลิตภัณฑ์ โดยจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ สำหรับผลิตภัณฑ์ในกลุ่มชิ้นส่วนและผลิตภัณฑ์ก๊อกน้ำและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ ซึ่งสามารถจำแนกลักษณะการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องได้ ดังนี้

- การเป็นผู้ส่งผลิตผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป (Made to order) ที่นำเข้าจากต่างประเทศและในประเทศ เพื่อจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- การเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนของเครื่อง ได้แก่ ตัวเรือนสำหรับผลิตภัณฑ์ก๊อกน้ำ เพื่อประกอบร่วมกับชิ้นส่วนที่จัดหาจากทั้งในประเทศและต่างประเทศเป็นผลิตภัณฑ์ก๊อกน้ำสำเร็จรูป รวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ เพื่อจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- การเป็นผู้รับจ้างผลิตชิ้นส่วนและผลิตภัณฑ์ก๊อกน้ำสำเร็จรูป รวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ ตามคำสั่งผลิต (Made to order) เพื่อจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ

จากลักษณะการดำเนินงานต่าง ๆ ของบริษัทตามที่กล่าวมา แสดงให้เห็นถึงการได้มาและจำหน่ายชิ้นส่วนและผลิตภัณฑ์ก๊อกน้ำและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ โดยสามารถจำแนกกลุ่มของผลิตภัณฑ์ที่บริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายและรับจ้างผลิต โดยมีรายละเอียดดังนี้

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทประกอบด้วยกลุ่มผลิตภัณฑ์ 5 กลุ่มหลัก ได้แก่

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ก๊อกน้ำ (Faucet)

ก๊อกน้ำ คือ อุปกรณ์ควบคุมการเปิด/ปิดน้ำจากท่อหรือภาชนะ ซึ่งถือเป็นส่วนประกอบที่สำคัญที่ต้องใช้ในการดำรงชีวิตประจำวันของมนุษย์ เนื่องจากน้ำเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับใช้บริโภคและอุปโภค ฉะนั้นแล้วผู้บริโภคจึงควรให้ความสำคัญกับอุปกรณ์ที่น้ำต้องไหลผ่าน เนื่องจากหากก๊อกน้ำที่ใช้ไม่ได้มาตรฐานอาจก่อให้เกิดสารปนเปื้อนเจือปนมา กับน้ำส่งผลให้เกิดอันตรายแก่ผู้ใช้งาน จากที่กล่าวมานั้นผู้บริโภคจึงควรเล็งเห็นถึงความสำคัญว่า ทรัพยากรน้ำถือเป็นสิ่งที่มีค่าและมีความสำคัญต่อชีวิตประจำวัน ดังนั้นการเลือกใช้ก๊อกน้ำที่เป็นอุปกรณ์สำคัญในการเปิด/ปิดน้ำ ผู้บริโภคควรให้ความสำคัญและเอาใจใส่ทั้งในด้านความปลอดภัย คุณภาพและความเหมาะสมแก่การใช้งานตามแต่ละวัตถุประสงค์ รวมไปถึงรูปลักษณะที่เหมาะสมและสอดคล้องกับรสนิยม และรูปแบบการดำรงชีวิตของผู้บริโภคด้วย

1.1. ก๊อกน้ำสุขภัณฑ์ (“ก๊อกเซรามิค”)

ก๊อกน้ำสุขภัณฑ์ หรือ “ก๊อกเซรามิค” เป็นก๊อกน้ำที่เหมาะสมสำหรับติดตั้งประกอบกับเครื่องสุขภัณฑ์ภายในห้องน้ำหรือห้องครัว ด้วยการออกแบบมาเพื่อให้มีรูปลักษณะภายนอกที่มีความสวยงามและใหม่อยู่ตลอดเวลา โดยภายนอกมีการชุบนิลเคลือบโครเมียมซึ่งทำให้มีลักษณะเป็นมันวาว มีความทนทานต่อสารเคมีและรอยขีดข่วน ส่วนตัวเรือนด้านในผลิตจากทองเหลืองนำมาขึ้นรูปด้วยระบบการหล่อขึ้นรูป (Casting) โดยการนำทองเหลืองมาหลอมให้ละลายเป็นน้ำทองเหลือง แล้วจึงตักเทใส่แม่พิมพ์เพื่อขึ้นรูปให้มีลักษณะตามที่ออกแบบไว้ หรือผลิตจากสังกะสีโดยการเจือโลหะสังกะสีและฉีดขึ้นรูป และเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การใช้งานที่ต้องเปิด/ปิดน้ำบ่อย ๆ จึงต้องเลือกใช้วาล์วเซรามิค

ที่มีความทนทานต่อความดันและอุณหภูมิ (ในกรณีที่เป็นระบบท่อผสมน้ำร้อน/น้ำเย็น) ทั้งยังทนทานต่อการใช้งานที่ต้องเปิด/ปิดน้ำบ่อย ๆ และสามารถปิดน้ำได้อย่างสนิทไม่รั่วซึมง่าย

ก๊อกน้ำสุขภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่ต้องได้รับใบอนุญาตทำหรือนำเข้าผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมประเภท ก๊อกน้ำสำหรับเครื่องสุขภัณฑ์ ที่เน้นมาตรฐานคุณภาพเฉพาะด้านสิ่งแวดล้อมเรื่องการประหยัดน้ำ ที่มีพระราชกฤษฎีกากำหนดให้ต้องเป็นไปตามมาตรฐาน (มาตรฐานบังคับ) จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม หรือที่รู้จักในชื่อ มอก. 2067-2552 ซึ่งเป็นมาตรฐานที่สำคัญสำหรับการเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายก๊อกน้ำที่ได้มาตรฐานในด้านการประหยัดน้ำและความปลอดภัยของผู้บริโภคด้วยสินค้าที่มีคุณภาพ โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานจะต้องผ่านการทดสอบปริมาณน้ำที่ไหลผ่าน และทดสอบถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ว่ามีความทนทาน ไม่รั่วซึม ไม่มีสารพิษตกค้างหรือปนเปื้อน โดยเน้นคุณภาพน้ำที่เกิดขึ้นกับน้ำที่ออกจากผลิตภัณฑ์ ซึ่งมาตรฐานอุตสาหกรรมฉบับนี้จะมีผลต่อการจำกัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้มาตรฐานทั้งในประเทศและต่างประเทศที่จะเข้ามาในอุตสาหกรรมประปาและสุขภัณฑ์ภายในประเทศ

ทั้งนี้ บริษัทได้รับใบอนุญาตแสดงเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.2067-2544) ตั้งแต่ ปีพ.ศ. 2548 ซึ่งเป็นปีที่มีการกำหนดใช้ครั้งแรก ก่อนจะมีการปรับปรุงเป็นมาตรฐานฉบับใหม่ (มอก.2067-2552) นอกเหนือจากมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่ทางบริษัทได้รับการรับรองแล้ว บริษัทยังได้ทำการสุ่มทดสอบตัวอย่างก๊อกเซรามิค โดยการเปิด/ปิดน้ำกว่า 300,000 ครั้ง เพื่อให้แน่ใจว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีคุณภาพ ซึ่งบริษัทรับประกันคุณภาพสินค้าสามารถเปิด/ปิดน้ำได้ไม่ต่ำกว่า 300,000 ครั้ง และมีระยะเวลาในการรับประกันการรั่วซึมของผลิตภัณฑ์ 2 - 5 ปี ขึ้นอยู่กับวัสดุของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการผลิต

ทั้งนี้การเลือกซื้อก๊อกน้ำจำเป็นจะต้องคำนึงถึงความเหมาะสมแก่การใช้งานตามแต่ละวัตถุประสงค์เป็นหลัก และควรเลือกรูปลักษณะที่เหมาะสมกับดีไซน์การตกแต่งของสิ่งปลูกสร้างหรือสถานที่นั้น ๆ โดยก๊อกน้ำสุขภัณฑ์แต่ละรุ่นมีความเหมาะสมสำหรับการใช้งานที่แตกต่างกัน โดยทั่วไปจะแบ่งออกเป็นระบบท่อเดี่ยวหรือระบบท่อผสมน้ำร้อน/น้ำเย็น ซึ่งสามารถจำแนกประเภทตามการใช้งานได้ ดังนี้



- วาล์วไดอานกประสงค์ เหมาะสำหรับการติดตั้งเข้ากับท่อประปาที่ผนังห้องน้ำ โดยทางที่น้ำไหลออกจะถูกต่อเข้ากับสายน้ำดีสำหรับอ่างล้างหน้าหรือสายฉีดชำระ



- วาล์วลอยหรือก๊อกฝักบัว เหมาะสำหรับการติดตั้งเข้ากับท่อประปาที่ผนังห้องน้ำ หรือติดตั้งเข้ากับแท่งก้าน้ำ โดยทางที่น้ำไหลออกต่อเข้ากับสายฝักบัว



- ก๊อกคอส์สัน เหมาะสำหรับการติดตั้งเข้ากับผนังห้องน้ำผ่านท่อประปา หรือติดตั้งเข้ากับแท็งก์น้ำ

- ก๊อกอ่างอาบน้ำ เหมาะสำหรับการติดตั้งเข้ากับท่อประปาที่อ่างอาบน้ำ



- ก๊อกอ่างล้างหน้า เหมาะสำหรับการติดตั้งเข้ากับท่อประปาที่อ่างล้างหน้า เนื่องจากมีวงยาวปานกลางยื่นออกมาด้านหน้า



- ก๊อกอ่างล้างชาม เหมาะสำหรับการติดตั้งเข้ากับท่อประปาที่ผนังหรือซิงค์เคาท์เตอร์ในครัว เนื่องจากมีวงยาวและสามารถหมุนได้ 360 องศา เพื่อปรับให้มีความเหมาะสมต่อการใช้งาน

1.2. ก๊อกน้ำประปา (“ก๊อกบอล”)

ก๊อกน้ำประปา หรือ “ก๊อกบอล” เป็นก๊อกน้ำที่เหมาะสมสำหรับการใช้งานภายนอกอาคาร ซึ่งมีวัตถุประสงค์การใช้งานแตกต่างจากก๊อกน้ำสุขภัณฑ์โดยสิ้นเชิง ดังนั้นการออกแบบและวัสดุที่ใช้จึงมีความแตกต่างกัน ตัวเรือนผลิตจากทองเหลืองขึ้นรูปด้วยระบบการปั๊มขึ้นรูป (Forging) โดยนำก้อนทองเหลืองมาเผาไฟให้เกิดการอ่อนตัว แล้วนำไปปั๊มขึ้นรูปตามแบบแม่พิมพ์เพื่อให้ได้รูปร่างตามที่ต้องการ จึงมีความทนทานต่อความดันได้สูงกว่าก๊อกเซรามิคประมาณ 3 เท่า ดังนั้นวาล์วที่ใช้จึงเป็นบอลวาล์วที่ผลิตจากทองเหลืองซึ่งมีความคงทนแข็งแรง ทนต่อความดันสูงได้ และจะมีแหวนรองรับลูกบอลที่ผลิตจากเทปลอนเพื่อช่วยป้องกันการรั่วซึมและเพิ่มความนุ่มนวลในการปิด/เปิด ทั้งนี้ เพื่อให้สอดคล้องกันตามจับจึงต้องมีความแข็งแรงเพื่อการหมุนเปิด/ปิด ที่สามารถทนต่อความดันสูงได้ โดยจะใช้วัสดุสแตนเลสหรืออลูมิเนียมที่มีความทนทานต่อสภาวะสิ่งแวดล้อมภายนอก ไม่ก่อให้เกิดสนิมหรือการกัดกร่อนได้ง่าย

ก๊อกน้ำประปาของบริษัทผ่านการทดสอบคุณภาพสินค้าจากสำนักวิจัยและบริการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (สวท.) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี โดยการทดสอบความทนต่อความดันพบว่า สามารถทนต่อความดันได้ถึง 30 กิโลกรัมต่อลูกบาศก์เซนติเมตร และบริษัทรับประกันวาล์วเปิด/ปิดของผลิตภัณฑ์ 2 – 5 ปี ขึ้นอยู่กับวัสดุของผลิตภัณฑ์

ก๊อกน้ำประปาจะมีขนาดที่แตกต่างกันออกไปเพื่อใช้ต่อกับท่อที่มีขนาดพอดีกันโดย ก๊อกน้ำประปาของบริษัทจะมีขนาดมาตรฐาน 2 ขนาด คือขนาด 4 หุน และ 6 หุน หรือเทียบเท่ากับขนาด $\frac{1}{2}$ นิ้ว และ $\frac{3}{4}$ นิ้ว (หุน คือ มาตรฐานหน่วยวัดชนิดหนึ่ง ใช้สำหรับวัดอุปกรณ์ประเภทท่อน้ำ ซึ่งตามมาตรฐานสากลกำหนดว่า 1 นิ้ว เท่ากับ 8 หุน หมายความว่า 1 นิ้ว แบ่งออกเป็น 8 ช่อง ดังนั้น หากก๊อกบอลมีขนาด 4 หุน และ 6 หุน จะหมายถึง มีขนาด $\frac{1}{2}$ นิ้ว และ $\frac{3}{4}$ นิ้ว ตามลำดับ) นอกเหนือจากขนาดที่เป็นปัจจัยหลักในการเลือกใช้ก๊อกน้ำประปาแล้ว การคำนึงถึงความเหมาะสมตามแต่ละวัตถุประสงค์การใช้งานก็เป็นปัจจัยที่สำคัญด้วย ซึ่งแต่ละรุ่นจะมีความแตกต่างกันทั้งรูปทรงและด้ามจับ



ก๊อกบอล



ก๊อกบอลด้ามสแตนเลส



ก๊อกบอลกัญญแจล็อก



ก๊อกบอลสนาม

2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับประปา

2.1. ประตุน้ำ (“วาล์ว” หรือ “บอลวาล์ว”)

ประตุน้ำ (Valve) หรือที่เรียกทับศัพท์กันว่า “วาล์ว” หรือ “บอลวาล์ว” หมายถึงอุปกรณ์ควบคุมการเปิด/ปิดน้ำ เพื่อให้น้ำไหลผ่าน ลักษณะการทำงานภายในของวาล์วมีระบบการทำงานของวาล์วเปิด/ปิด ภายในเช่นเดียวกับ ก๊อกบอล คือ ใช้บอลวาล์วในการเปิด/ปิด แต่มีความแตกต่างกันคือ วาล์วสำหรับการเปิด/ปิด ระบบน้ำประปา ซึ่งจะสังเกตได้ว่า ระบบท่อประปามีทั้งขนาดใหญ่ อาทิเช่น ท่อประปาของสระว่ายน้ำ หรือ สวนน้ำ ฯลฯ หรือขนาดเล็ก อาทิเช่น ระบบท่อประปาภายในบ้าน หรือท่อประปาแยกจุดต่าง ๆ ภายในบ้าน ฯลฯ ซึ่งสรุปได้ว่ามีวัตถุประสงค์หลักในการควบคุมระบบประปาเพื่อใช้เปิด/ปิดได้ตามต้องการแล้วแต่สถานการณ์ อาทิเช่น การซ่อมแซมก๊อกน้ำภายในบ้านที่ชำรุด การทำความสะอาดสระน้ำ หรือ แม้กระทั่งการเปิด/ปิดระบบน้ำที่ใช้ในการดับเพลิง เป็นต้น จากตัวอย่างที่กล่าวมาแสดงให้เห็นได้ว่า วาล์วมีหน้าที่ควบคุมการเปิด/ปิดระบบประปาที่มีความแตกต่างกันด้วยปริมาณน้ำที่มีจำนวนมากหรือน้อย ซึ่งเป็นปัจจัยแปรผันตามต่อความดันที่เกิดขึ้น ฉะนั้นวาล์วจะต้องมีขนาดและความแข็งแรงเพียงพอต่อวัตถุประสงค์ในการใช้งานในแต่ละประเภท โดยวาล์วของบริษัทใช้วัสดุบอลวาล์วทองเหลืองแท้และมีด้านจับเป็นสแตนเลสหรืออลูมิเนียม เพื่อให้มีความแข็งแรงเหมาะสมกับงานด้านต่าง ๆ ผ่านการทดสอบคุณภาพจากสำนักวิจัยและบริการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี โดยวาล์วทุกขนาดมีความทนต่อความดันได้สูงถึง 30 กิโลกรัมต่อลูกบาศก์เซนติเมตร ซึ่งความทนจะมีเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากยิ่งขนาดของท่อประปาเล็กความดันก็จะต่ำลง วาล์วมีขนาดตามมาตรฐานตั้งแต่ 1/4 นิ้ว จนถึง 4 นิ้ว (ส่วนใหญ่ที่มีขนาดเล็กใช้สำหรับระบบประปาภายในบ้านจะเรียกว่า “มินิวาล์ว” หรือ “มินิบอลวาล์ว”) มิให้เลือกใช้งานตามความเหมาะสม และทุกรุ่น ทุกขนาดมีการรับประกันวาล์วเปิด/ปิด ระยะเวลาตั้งแต่ 2 - 5 ปีขึ้นอยู่กับวัสดุของผลิตภัณฑ์



บอลวาล์ว



มินิบอลวาล์ว



มินิบอลวาล์วข้องอ



มินิบอลวาล์วสามทาง

2.2. อุปกรณ์ทองเหลืองสำหรับใช้กับประปา

อุปกรณ์ทองเหลืองสำหรับใช้กับประปา คือ อุปกรณ์ที่ใช้ประกอบงานประปา โดยทำหน้าที่เป็นส่วนที่เชื่อมต่อหรือหักเหในแต่ละจุดแตกต่างกันออกไป ตามการออกแบบงานประปา ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะใช้ท่อประปาที่ผลิตจาก Thermoplastic Resin ประเภท Polyvinyl chloride (PVC) แต่สำหรับงานที่ต้องการความแข็งแรงทนทานสูงนั้น จะต้องใช้วัสดุที่มีคุณสมบัติความคงทนมากกว่าคือ วัสดุประเภทโลหะ เช่น เหล็ก อลูมิเนียม ทองเหลือง ฯลฯ โดยบริษัทผลิตอุปกรณ์ทองเหลืองสำหรับใช้กับงานประปาที่ต้องการความคงทนเป็นระยะเวลายาวนาน เนื่องจากทองเหลืองเป็นโลหะที่มีความคงทนแข็งแรงและความทนทานต่อการเป็นสนิม ซึ่งอุปกรณ์ทองเหลืองแต่ละรูปแบบถูกออกแบบมาเพื่อให้เหมาะสมกับรูปแบบการใช้งานที่แตกต่างกันเพื่อให้งานประปาสำเร็จตามที่ออกแบบไว้ โดยมีตัวอย่างดังนี้



สามทางเกลียวใน



ข้ออฉาก



ข้อต่อ

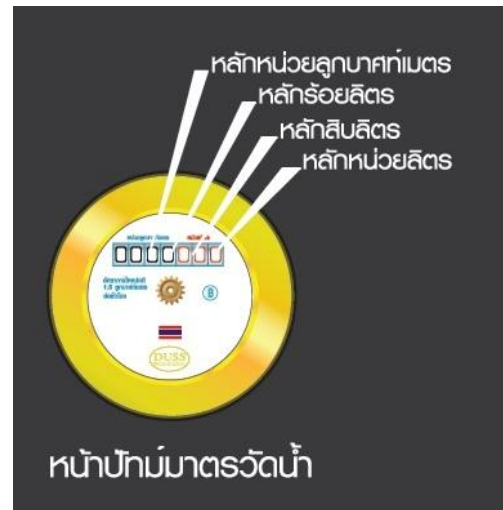


ลดเหลี่ยม

2.3. มาตรวัดน้ำ หรือมิเตอร์น้ำ

มาตรวัดน้ำ หรือ มิเตอร์น้ำ เป็นเครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ใช้ติดตั้งในระบบประปาเพื่อวัดปริมาณการใช้น้ำของระบบประปาที่ต้องการทราบข้อมูลการใช้น้ำ ระบบกลไกพื้นฐานธรรมดาของมิเตอร์น้ำเป็นระบบเครื่องกล ไม่มีระบบอิเล็กทรอนิกส์ใด ๆ ทั้งนี้เพื่อป้องกันความผิดพลาดอันเกิดจากระบบไฟฟ้า ทำงานขับเคลื่อนโดยใบพัดซึ่งเป็นเหมือนกังหัน เมื่อน้ำไหลผ่านก็จะทำให้ใบพัดหมุนตามทิศทาง และปริมาณของน้ำที่ไหลผ่าน จากใบพัดซึ่งติดตั้งไว้กับระบบเฟืองทดต่อไปยังแกนหมุนตัวเลข ตัวเลขที่หน้าปัดจึงขับเคลื่อนโดยปริมาณน้ำที่ไหลผ่านใบพัด ซึ่งหน้าปัทม์ของมาตรวัดน้ำจะมีช่องแสดงตัวเลข ซึ่งมีสองสี **สีแดง** จะมีอยู่สามหลัก เป็นตัวเลขแสดงจำนวนลิตร หลักแรกคือหลักหน่วย หลักที่สองคือหลักสิบ และหลักที่สามคือหลักร้อย เมื่อตัวเลขขึ้นถึง หลักร้อยที่ 999 ลิตร จะทดต่อไปที่ตัวเลขซึ่งมี **สีดำ** หมายถึง จำนวนลูกบาศก์เมตร คือ ใน 1 ลูกบาศก์เมตร เท่ากับ 1,000 ลิตร โดยมีเมตรทุกเครื่องจะต้องผ่านการทดสอบและรับรองโดยหน่วยงาน ชั่ง ตวง วัด ของกระทรวงพาณิชย์ เพื่อให้แน่ใจว่ามิเตอร์น้ำสามารถวัดปริมาณน้ำได้อย่างเที่ยงตรง

มิเตอร์น้ำของบริษัท ตัวเรือนผลิตจาก Thermoplastic Resin ประเภท Acrylonitrile Butadiene Styrene (ABS) เสริมเส้นใยไฟเบอร์ (ซึ่งใช้ในการผลิตกันชนรถยนต์) ประกอบกับชิ้นส่วนของเครื่องทำให้ไม่เป็นสนิม หน้าปัทม์ฉีกด้วยระบบสุญญากาศจึงแห้งสนิทไม่ก่อให้เกิดฝ้า ผ่านการทดสอบคุณภาพและได้รับการรับรองจากสำนักวิจัยและบริการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ว่าสามารถทนต่อความดันได้ถึง 10 กิโลกรัมต่อลูกบาศก์เซนติเมตร และบริษัทรับประกันการรั่วซึมตลอดอายุการใช้งานเป็นเวลา 3 ปี



ภาพตัวอย่างสินค้า



มิเตอร์น้ำ

3. กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภัณฑ์

3.1. ฝักบัวอาบน้ำ

ฝักบัว หมายถึง อุปกรณ์ที่ใช้ร่วมกับก๊อกน้ำสำหรับอ่างอาบน้ำ หรือท่อน้ำ เพื่อกระจายน้ำให้เป็นฝอย ใช้สำหรับการอาบน้ำชำระร่างกาย โดยฝักบัวถือเป็นนวัตกรรมที่ช่วยประหยัดน้ำในการอาบน้ำ จากบทความของสำนักนโยบายพลังงานและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน พบว่า การอาบน้ำด้วยฝักบัวประหยัดน้ำจะใช้น้ำเพียงแค่ครึ่งหนึ่ง คือ เท่ากับ 5 - 7 ลิตรต่อนาที เมื่อเทียบกับการตักน้ำราดหรือการแช่อ่างอาบน้ำ ซึ่งต้องเสียน้ำถึง 10 - 18 ลิตรต่อนาที

ฝักบัวอาบน้ำเป็นผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่ต้องได้รับใบอนุญาตทำหรือนำเข้าผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ประเภท ฝักบัวอาบน้ำ ที่เน้นมาตรฐานคุณภาพเฉพาะด้านสิ่งแวดล้อมเรื่องการประหยัดน้ำ ที่มีพระราชกฤษฎีกา กำหนดให้ต้องเป็นไปตามมาตรฐาน (มาตรฐานบังคับ) จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม หรือที่รู้จักในชื่อ มอก. 2066-2552 ซึ่งเป็นมาตรฐานที่สำคัญสำหรับการเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายฝักบัวอาบน้ำที่ได้มาตรฐานในด้านการประหยัดน้ำและความปลอดภัยของผู้บริโภคด้วยสินค้าที่มีคุณภาพ ส่งผลต่อการจำกัดสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพในลักษณะเดียวกับ มอก. 2067-2552 ที่เป็นมาตรฐานสำหรับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมก๊อกน้ำสำหรับสุขภัณฑ์ โดยบริษัทได้รับใบอนุญาตดังกล่าวเช่นเดียวกัน

ผลิตภัณฑ์ฝักบัวอาบน้ำของบริษัท สายฝักบัวผลิตจากวัตถุดิบ 2 ประเภท สามารถเลือกใช้งานตามคุณสมบัติที่เหมาะสมต่อวัตถุประสงค์การใช้งาน คือ

1. วัตถุดิบประเภทโลหะ เช่น ทองเหลือง อลูมิเนียม สแตนเลส ฯลฯ มีคุณสมบัติคงทนแข็งแรง เหมาะกับการใช้งานในระยะยาว แต่จะมีน้ำหนักมาก

2. Thermoplastic Resin ประเภท Acrylonitrile Butadiene Styrene (ABS) เสริมเส้นใยไฟเบอร์ (ซึ่งใช้ผลิตภัณฑ์ชนวนยนต์) มีคุณสมบัติแข็งแรงแต่น้อยกว่าทองเหลืองที่เป็นวัสดุประเภทโลหะ ข้อดีคือน้ำหนักที่เบาและมีราคาถูก ทั้งนี้ บริษัทรับประกันการรั่วซึมตั้งแต่ 1 - 3 ปี ขึ้นอยู่กับวัสดุของผลิตภัณฑ์

ภาพตัวอย่างสินค้า



ชุดฝักบัวอาบน้ำปรับ 5 ระดับ



ชุดฝักบัวอาบน้ำแบบปรับ 3 ระดับ



ชุดฝักบัวอาบน้ำแบบปรับ 1 ระดับ

3.2. ฝักบัวชำระ หรือสายชำระ

ฝักบัวชำระ หรือที่นิยมเรียกกันว่า “สายชำระ” หรือ “สายฉีดชำระ” หมายถึง อุปกรณ์ที่ใช้สำหรับชำระล้าง (ภายหลังจากเสร็จธุระ) ในห้องสุขา ซึ่งเชื่อมต่อกับท่อประปาโดยมีสายน้ำดีเป็นสายเชื่อมต่อ มีระบบการทำงานคล้ายฝักบัวอาบน้ำคือ มีวัตถุประสงค์ให้น้ำกระจายออก แต่สายชำระจะมีข้อแตกต่างคือ มีหัวฉีดใช้ควบคุมการเปิด/ปิดน้ำ และระดับปริมาณ/ความแรงของน้ำที่ออกจากสายชำระ ส่วนใหญ่ความนิยมในการใช้ฝักบัวชำระจะพบในทวีปเอเชียเนื่องจาก

วัฒนธรรมการทำความสะอาดหลังเสร็จธุระภายในห้องสุขาจะใช้น้ำ ซึ่งแตกต่างจากยุโรปที่ใช้กระดาษชำระ หรือจะพบในหลาย ๆ ประเทศที่น้ำเป็นทรัพยากรที่หาได้ยาก

ผลิตภัณฑ์ฝักบัวชำระของบริษัท สายฝักบัวผลิตจากวัตถุดิบ 2 ประเภท สามารถเลือกใช้งานตามคุณสมบัติที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์การใช้งาน ซึ่งได้แก่ วัตถุดิบประเภทโลหะ เช่น ทองเหลือง อลูมิเนียม สแตนเลส ฯลฯ และวัตถุดิบประเภท Thermoplastic Resin ประเภท Acrylonitrile Butadiene Styrene (ABS) โดยวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตจะเป็นวัตถุดิบประเภทเดียวกับการผลิตฝักบัวอาบน้ำ

ทั้งนี้ บริษัทรับประกันการรั่วซึมตั้งแต่ 1 - 3 ปี ขึ้นอยู่กับวัสดุของผลิตภัณฑ์

ภาพตัวอย่างสินค้า



ชุดฝักบัวชำระแบบโลหะ



ชุดฝักบัวชำระแบบพลาสติก

3.3. สายน้ำดี

สายน้ำดี หมายถึง สายที่ใช้เชื่อมต่อระหว่างจุด 2 จุด เพื่อให้น้ำประปา (น้ำดี) ไหลผ่าน ทำหน้าที่เช่นเดียวกับท่อประปา ส่วนใหญ่จะใช้เชื่อมจากท่อประปาไปยังจุดที่ต้องการ โดยสายน้ำดีจะมีความสะดวกและสามารถเคลื่อนไหวได้แตกต่างจากท่อประปา อาทิเช่น ใช้ติดตั้งร่วมกับฝักบัวอาบน้ำหรือฝักบัวฉีดชำระ ใช้เชื่อมต่อระบบประปาจากท่อน้ำดีไปยังก๊อกอ่างล้างหน้าหรืออ่างล้างจาน เป็นต้น

สายน้ำดีมีหลายแบบ หลายความยาว ผลิตจากวัสดุที่แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่ในส่วนที่เป็นสายมักจะผลิตจาก Polyvinyl Chloride (PVC) และมีส่วนของหัวต่อเป็นพลาสติก แต่หากเป็นแบบที่มีโลหะหุ้มจะมีการนำโลหะชนิดต่าง ๆ อาทิเช่น ทองเหลือง อลูมิเนียม สแตนเลส ฯลฯ นำมาทำเป็นสายถักหุ้มด้านนอกและชุบนิเกิลโครเมียมอีกครั้งหนึ่งเพื่อให้มีลักษณะเป็นมันวาว ทนต่อสารเคมีและรอยขีดข่วน และมีส่วนของหัวต่อเป็นโลหะเช่นเดียวกัน

สายน้ำดีของบริษัทมีหลายแบบ ผลิตจากสแตนเลสคุณภาพสูงหัวน็อตทำจากทองเหลืองแข็งแรงทนทาน ผ่านการทดสอบคุณภาพและได้รับการรับรองจากสำนักวิจัยและบริการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ว่า สามารถทนต่อความดันได้ถึง 50 กิโลกรัมต่อลูกบาศก์เซนติเมตร และทนต่อความร้อนอุณหภูมิสูงสุดถึง 100 องศาเซลเซียส ทั้งนี้ บริษัทรับประกันการรั่วซึมตั้งแต่ 1 - 5 ปีขึ้นอยู่กับวัสดุของผลิตภัณฑ์

ภาพตัวอย่างสินค้า



สายน้ำดีแบบสแตนเลส ความยาว 14 นิ้ว สายน้ำดีแบบสแตนเลสความยาว 1 เมตร สายน้ำดีแบบสแตนเลสความยาว 24 นิ้ว

3.4. สะดืออ่าง

สะดืออ่าง มักใช้สำหรับอุปกรณ์ระบายน้ำสำหรับอ่างล้างหน้าหรืออ่างอาบน้ำ เพื่อเชื่อมต่อน้ำทิ้งไปยังท่อน้ำทิ้ง โดยทั่วไปจะมี 2 รูปแบบ คือ แบบจุกยางจะมีสายใช้ร้อยกับจุกยาง การใช้งานสะดวกแต่เมื่อใช้ไปนาน ๆ จุกยางจะเสื่อมสภาพและขันน้ำได้ไม่ดี ส่วนอีกรูปแบบหนึ่งคือ แบบ Pop Up จะมีกลไกในการเปิดปิดง่าย สะดวกในการใช้งาน วัสดุเป็นโลหะทำให้มีความทนทานต่อการใช้งาน แต่จะมีปัญหาเรื่องการอุดตัน เนื่องจากเศษผงต่าง ๆ จะลงไปจับตัวกันบริเวณก้นสะดือ ต้องคอยขจัดสิ่งสกปรกเพื่อไม่ให้เกิดการอุดตันของท่อน้ำทิ้ง

ผลิตภัณฑ์สะดืออ่างล้างหน้าของบริษัทเป็นระบบ Pop Up ผลิตจากทองเหลือง และสแตนเลส เพื่อความทนทานแข็งแรง ใช้งานได้ยาวนาน ภายนอกชุบด้วยนิกเกิลโครเมียมทำให้มีลักษณะเป็นมันวาว ทนต่อสารเคมีและรอยขีดข่วน ซึ่งหากต้องการให้การใช้งานร่วมกับอ่างล้างหน้าหรืออ่างอาบน้ำได้ ควรมีระบบการจัดการท่อน้ำทิ้งที่มีประสิทธิภาพ มีระบบกรองหรือดักเศษผง และระบบป้องกันกลิ่นจากท่อน้ำทิ้งย้อนกลับขึ้นมาด้วย

ภาพตัวอย่างสินค้า



สะดืออ่างแบบกด รุ่นฝาใหญ่

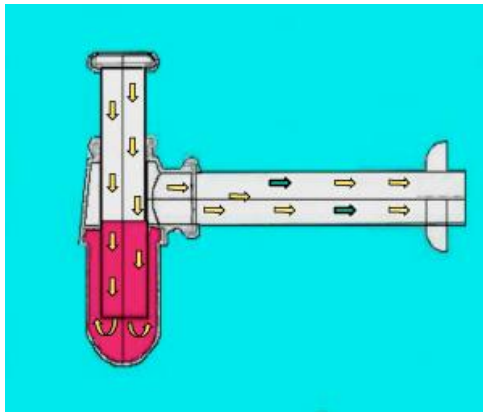
สะดืออ่างแบบกด รุ่นฝาเล็ก

3.5. ท่อน้ำทิ้งแบบกันกลิ่น

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

ท่อน้ำทิ้งแบบกันกลิ่นของบริษัทผลิตจากวัสดุประเภทโลหะขึ้นรูปเป็นชิ้นส่วนต่าง ๆ เพื่อให้มั่นใจในความคงทนแข็งแรง ก่อนประกอบเข้าด้วยกัน ส่วนภายนอกชุบด้วยนิเกิลโครเมียม เพื่อให้มีลักษณะเป็นมันวาว ทนต่อสารเคมี และรอยขีดข่วน บริษัทรับประกันสินค้าเป็นระยะเวลาตั้งแต่ 2 - 5 ปีขึ้นอยู่กับวัสดุของผลิตภัณฑ์

ภาพประกอบและภาพตัวอย่างสินค้า



ระบบท่อน้ำทิ้งแบบกันกลิ่น



ท่อน้ำทิ้งทองเหลืองแบบกันกลิ่น



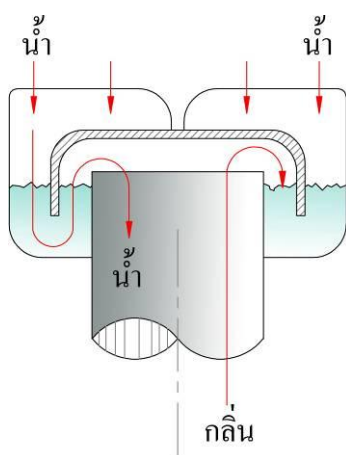
ท่อน้ำทิ้งสแตนเลสแบบกันกลิ่น

3.6. ตะแกรงระบายน้ำแบบกันกลิ่น

ตะแกรงระบายน้ำแบบกันกลิ่น เป็นตะแกรงระบายน้ำที่มีคุณสมบัติพิเศษในการกันกลิ่น และ แผลงจากท่อน้ำทิ้ง มี Trap ลักษณะเป็นถ้วยคว่ำทำหน้าที่กันกลิ่นและแมลง โดยมีน้ำเป็นตัวช่วย ทำให้หมดความกังวลเรื่องกลิ่นที่ไม่พึงประสงค์ รวมถึงยุงและแมลงต่าง ๆ หากแต่การระบายน้ำทิ้งจะสามารถระบายได้ช้ากว่าตะแกรงระบายน้ำแบบไม่กันกลิ่น ตะแกรงระบายน้ำแบบกันกลิ่นนี้เหมาะสำหรับการใช้ในพื้นที่ยื่น และต้องการปลอดกลิ่น ปลอดแมลงรบกวน เช่น การใช้งานภายในห้องน้ำ ห้องครัว อีกทั้งยังมีหลายแบบ หลายขนาดให้เลือกใช้ตามความเหมาะสม

ตะแกรงระบายน้ำแบบกันกลิ่นหรือท่อน้ำทิ้งแบบกันกลิ่นของบริษัทผลิตจากวัสดุประเภทโลหะขึ้นรูปเป็นชิ้นส่วนต่าง ๆ เพื่อให้มั่นใจในความคงทนแข็งแรง ก่อนประกอบเข้าด้วยกัน ส่วนภายนอกชุบด้วยนิเกิลโครเมียม เพื่อให้มีลักษณะเป็นมันวาว ทนต่อสารเคมีและรอยขีดข่วน

ภาพประกอบและภาพตัวอย่างสินค้า



ระบบตะแกรงระบายน้ำแบบกันกลิ่น



ตะแกรงระบายน้ำแบบกันกลิ่น

3.7. อุปกรณ์ตกแต่งอื่นๆ

นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์ที่ใช้ประกอบร่วมกับเครื่องสุขภัณฑ์แล้ว ภายในห้องน้ำยังมีอุปกรณ์ตกแต่งอื่นๆ เพื่ออำนวยความสะดวกภายในห้องน้ำอีกด้วย อาทิเช่น กระเบื้อง ทีวีวางของ ราวแขวนผ้า ฯลฯ ซึ่งผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้ผ่านการเลือกสรรมาเป็นอย่างดีเพื่อให้ลูกค้าได้ใช้สินค้าที่มีคุณภาพ และเพื่อเป็นการยืนยันความพึงพอใจของลูกค้า บริษัทมีการรับประกันสินค้าเป็นระยะเวลา 3 ปี

ภาพตัวอย่างสินค้า



ชุดอุปกรณ์ตกแต่งอื่นๆ แบบเหลี่ยม



ชุดอุปกรณ์ตกแต่งอื่นๆ แบบกลม

4. กลุ่มผลิตภัณฑ์วัสดุสิ้นเปลือง

เทปพันเกลียว

เทปพันเกลียว จัดเป็นกลุ่มสินค้าสิ้นเปลือง มีรูปแบบเป็นแถบบาง ๆ ถูกม้วนไว้เป็นม้วนคล้ายม้วนกระดาษ ใช้ในการพันเกลียวก่อนการขันเกลียวเพื่อต่อข้อต่อเกลียว พี.วี.ซี. ข้อต่อทองเหลือง และข้อต่ออื่น ๆ โดยส่วนมากเทปพันเกลียวหรือเทปซีลจะใช้กับท่อขนาดเล็ก หากเป็นท่อขนาดใหญ่จะใช้ป่านหรือสารสังเคราะห์ประเภทยางสำหรับการซีลเพื่อป้องกันการรั่วซึมบริเวณข้อต่อเกลียวของน้ำประปา คุณสมบัติของเทปพันเกลียวคือ ขาวเหนียว ไม่ขาดง่าย ทนทาน ต่อแรงดึง และแรงดันต่าง ๆ ได้ดี ผลิตจาก Polytetrafluoroethylene (P.T.F.E.) เป็นพลาสติกชนิดพิเศษชนิดหนึ่ง เรียกกันโดยทั่วไปว่า “เทฟลอน” มีคุณสมบัติเยี่ยมในด้านความทนทานต่อการกัดกร่อนของสารเคมี และทนต่อความร้อนสูงได้ดี

มีสีขาวขุ่น ผิวมีความลื่นมันไม่ต้องการสารหล่อลื่น เนื่องจากมีความทนทานต่อความร้อนสูงมากจึงทำให้กระบวนการขึ้นรูปเป็นผลิตภัณฑ์นั้น ต้องใช้ความร้อนสูงและมีความยุ่งยากกว่าพลาสติกชนิดอื่น

ภาพประกอบและภาพตัวอย่างสินค้า



เทปพันเกลียว

5. ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตตามคำสั่งจ้างผลิต

บริษัทเป็นผู้รับจ้างผลิตชิ้นส่วนซึ่งเป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ก๊อกน้ำ และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปา และสุขภัณฑ์ตามคำสั่งจ้างผลิต เนื่องจากบริษัทมีความพร้อมและความเชี่ยวชาญสำหรับการผลิตชิ้นส่วนและการประกอบขึ้นเป็นสินค้าสำเร็จรูปที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ นอกจากนี้ บริษัทยังได้มีการจ้างบุคคลภายนอกผลิตตามบางส่วน

จากปัจจัยดังกล่าวจึงเป็นที่มาที่ทำให้บริษัทรับงานจากลูกค้าในกลุ่มดังกล่าวที่เข้ามาติดต่อเพื่อจ้างบริษัทผลิตสินค้าให้ตามคำสั่ง โดยปัจจุบันมีลูกค้าประเภทร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) สั่งผลิตสินค้าสำเร็จรูปเพื่อขายภายใต้ตราสินค้าของร้านค้าปลีกสมัยใหม่เองอยู่เป็นประจำอย่างต่อเนื่อง และในช่วงปี 2555 บริษัทก็ได้รับคำสั่งจ้างผลิตชิ้นส่วนก๊อกน้ำจากผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ก๊อกน้ำในประเทศจีน เนื่องจากกระบวนการผลิตที่มีการพัฒนาประสิทธิภาพและแรงงานที่มีความชำนาญภายใต้ต้นทุนแรงงานในระดับที่เหมาะสม ซึ่งทำให้ต้นทุนสินค้ารับจ้างผลิตมีกำไรส่วนเพิ่ม (Gross Margin) ค่อนข้างที่บริษัทจะรับจ้างผลิตชิ้นส่วนดังกล่าวเพื่อส่งออกไปยังผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ก๊อกน้ำในประเทศจีน

ภาพตัวอย่างชิ้นส่วนที่บริษัทเป็นผู้ผลิต



ชิ้นส่วนผลิตตามคำสั่งลูกค้า



ชิ้นส่วนผลิตตามคำสั่งลูกค้า

3.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

3.2.1 การตลาด

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

บริษัทมีนโยบายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ให้ได้รับผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพการใช้งานได้ดีและมีความคงทนแข็งแรง คำนึงถึงความปลอดภัยของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ โดยจ่ายเงินเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ในราคาที่เหมาะสม ผลตอบสนองความต้องการด้านการใช้งานผลิตภัณฑ์ ก๊อกน้ำและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ เพื่อให้ลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้รับความพึงพอใจจากการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ตามสโลแกนที่ว่า “DUSS for better life เพื่อชีวิตที่ดีกว่า”

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

บริษัทให้ความสำคัญเกี่ยวกับการควบคุมการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเป็นไปตามที่กำหนด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่มีพระราชกฤษฎีกากำหนดให้ต้องเป็นไปตามมาตรฐาน (มาตรฐานบังคับ) ซึ่งมี 2 ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ได้แก่

- 1) ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ก๊อกน้ำสำหรับเครื่องสุขภัณฑ์ เฉพาะด้านสิ่งแวดล้อม : การประหยัดน้ำ (มอก.2067/2552) ที่มีพระราชกฤษฎีกากำหนดให้ต้องเป็นไปตามมาตรฐาน มีข้อบ่งชี้และคุณสมบัติที่ต้องผ่านการทดสอบดังนี้

ข้อบ่งชี้ :

มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมก๊อกน้ำสำหรับเครื่องสุขภัณฑ์ เฉพาะด้านสิ่งแวดล้อม : การประหยัดน้ำ ครอบคลุม ถึง

- 1.1. ก๊อกน้ำอ่างล้างชาม ที่ให้ปริมาณน้ำไหลผ่านได้ไม่เกิน 6.0 ลิตรต่อนาที และไม่น้อยกว่า 0.50 ลิตรต่อนาที ที่ความดัน 0.10 เมกะพาสคัล (1 เมกะพาสคัล เท่ากับ 10.197 กิโลกรัมต่อลูกบาศก์เซนติเมตร)
- 1.2. ก๊อกน้ำอ่างล้างหน้า-ล้างมือ ที่ให้ปริมาณน้ำไหลผ่านได้ไม่เกิน 6.0 ลิตรต่อนาที และไม่น้อยกว่า 0.50 ลิตรต่อนาที ที่ความดัน 0.10 เมกะพาสคัล
- 1.3. ก๊อกน้ำปิดอัตโนมัติอ่างล้างหน้า-ล้างมือ ที่ให้ปริมาณน้ำต่อครั้งสูงสุดไม่เกิน 0.60 ลิตร และให้ปริมาณน้ำต่อครั้งเฉลี่ยไม่เกิน 0.40 ลิตร มีเวลาที่น้ำไหลออกต่อครั้งเฉลี่ยไม่น้อยกว่า 2 วินาที ที่ความดัน 0.10 เมกะพาสคัล ถึง 0.30 เมกะพาสคัล

คุณสมบัติที่ต้องผ่านการทดสอบ :

- 2.1. มีความทนต่อความดัน 1.5 เมกะพาสคัล มากกว่า 1 นาที โดยที่ก๊อกไม่รั่วซึมหรือเสียหาย

- 2.2. จากการเปิดน้ำ 1 นาที ทำการทดสอบ 3 ครั้ง ในลักษณะเดียวกัน จะต้องใช้ปริมาณน้ำไม่เกิน 6 ลิตร แต่ไม่น้อยกว่า 0.50 ลิตร และมีความคงที่ โดยแตกต่างกันไม่เกิน 1 ลิตร จากการทดสอบแต่ละครั้ง
- 2.3. จากการทดสอบสมรรถภาพการเปิดและปิดน้ำทันทีโดยเวลาเฉลี่ยต่อครั้งไม่น้อยกว่า 2 วินาที ทำการทดสอบ 3 ครั้ง ในความดันที่แตกต่างกันตามเกณฑ์ที่กำหนด จะต้องใช้ปริมาณน้ำไม่เกิน 0.60 ลิตร และปริมาณน้ำต่อครั้งเฉลี่ยไม่เกิน 0.40 ลิตร
- 2.4. ไม่มีสิ่งแปลกปลอมปนเปื้อน และมีปริมาณสารเคมีปนเปื้อนไม่เกินเกณฑ์ ตามตารางดังนี้

โลหะ	ปริมาณสูงสุด (มิลลิกรัมต่อลิตร)
แคดเมียม	0.001
ตะกั่ว	0.007
สังกะสี	0.97

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

- 2) ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ผักบัวอาบน้ำ เฉพาะด้านสิ่งแวดล้อม : การประหยัดน้ำ (มอก.2066/2552) ที่มีพระราชกฤษฎีกากำหนดให้ต้องเป็นไปตามมาตรฐาน มีข้อขายและคุณสมบัติที่ต้องผ่านการทดสอบดังนี้

ข้อขาย :

มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมผักบัวอาบน้ำ เฉพาะด้านสิ่งแวดล้อม : การประหยัดน้ำ กำหนดให้ครอบคลุมผักบัวที่ใช้ร่วมกับก๊อกน้ำสำหรับอ่างอาบน้ำ ก๊อกน้ำสำหรับผักบัวอาบน้ำ หรือเครื่องทำน้ำร้อนไฟฟ้า น้ำผ่านร้อนทันที (Instantaneous water heater) โดย

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

คุณสมบัติที่ต้องผ่านการทดสอบ :

- 2.1. ขนาดระบุเกลียวและความยาวเกลียวของหัวผักบัว หัวต่อสายผักบัวและก้านผักบัว ต้องมีขนาดเกลียวและความยาวเกลียวเป็นไปตามที่กำหนดในแต่ละรุ่น และสายผักบัวต้องมีความยาวไม่น้อยกว่า 1,200 มิลลิเมตร
- 2.2. จากการเปิดน้ำ 1 นาที เพื่อทดสอบการรั่วซึม จะต้องทนต่อความดันได้ตามละเอียดแต่ละประเภท ดังนี้
- ผักบัวไม่มีที่เปิด/ปิดน้ำ จะต้องมีความทนต่อความดัน 3 เมกะพาสคัล มากกว่า 1 นาที โดยที่ก๊อกไม่รั่วซึมหรือเสียหาย
 - ผักบัวมีที่เปิด/ปิดน้ำ จะต้องมีความทนต่อความดัน 1 เมกะพาสคัล มากกว่า 1 นาที โดยที่ก๊อกไม่รั่วซึมหรือเสียหาย

2.3. จากการเปิดน้ำ 1 นาที ทำการทดสอบ 3 ครั้ง ในลักษณะเดียวกัน จะต้องมียุทธวิธีน้ำอยู่ในระดับที่กำหนด โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- ผักบัวสายอ่อนจะต้องมีปริมาตรน้ำไม่เกิน 0.80 ลิตร แต่ไม่น้อยกว่า 0.50 ลิตร และปริมาตรน้ำในแต่ละครั้งจะต้องแตกต่างกันไม่เกิน 0.50 ลิตร
- ผักบัวก้านแข็งจะต้องมีปริมาตรน้ำไม่เกิน 0.90 ลิตร แต่ไม่น้อยกว่า 0.50 ลิตร และปริมาตรน้ำในแต่ละครั้งจะต้องแตกต่างกันไม่เกิน 0.50 ลิตร

2.4. ทดสอบความทนทานของหัวผักบัวแบบก้านแข็งเฉพาะหัวผักบัวปรับมุมได้ (Swivel) ขณะที่มีน้ำไหลผ่านปกติ จำนวน 10,000 รอบ ได้โดยไม่รั่วซึม

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

ดังนั้น จึงเป็นที่มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัททุก ๆ ประเภท จะมีคุณภาพและผ่านการตรวจสอบแล้วทุกชิ้น อีกทั้งบริษัทยังมีการรับประกันสินค้าต่าง ๆ โดยมีระยะเวลาขึ้นอยู่กับปัจจัยในแต่ละผลิตภัณฑ์และวัสดุที่ใช้ในการผลิตที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งการรับประกันสินค้าจะต้องเป็นไปตามเงื่อนไขที่บริษัทกำหนด โดยมีรายละเอียดเงื่อนไขการรับประกัน ดังนี้

เงื่อนไขการรับประกัน

- 1) บริษัทจะรับประกันผลิตภัณฑ์จากข้อผิดพลาดด้านการผลิต อันส่งผลต่อการใช้งานปกติ
- 2) การรับประกัน ครอบคลุมเฉพาะปัญหาที่เกิดจากสภาพการใช้งานปกติเท่านั้น การรับประกันจะถือเป็นโมฆะในกรณีดังต่อไปนี้
 - ความเสียหาย อันเกิดจากการติดตั้งที่ไม่ถูกต้อง
 - การขาดความรู้ ความชำนาญในการติดตั้ง
 - การดัดแปลงใช้งานที่ไม่ถูกต้อง ไม่ปฏิบัติตาม คู่มือแนะนำการติดตั้ง
 - ขาดการดูแลรักษา การผูกพันที่เกิดจากสารเคมี
 - ความเสียหายที่เกิดจากการขนส่ง
- 3) การพิจารณาการรับประกันจะดูจากใบรับประกัน ใบเสร็จรับเงินหรือหลักฐานอื่น ๆ โดยนับจากวันที่ซื้อขายเป็นสำคัญ และตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทมีปัญหการขอคืนสินค้าในอัตราที่ต่ำมาก โดยปัญหาส่วนใหญ่ไม่ได้เกิดจากการรั่วซึม แต่เกิดจากปัญหาในระหว่างติดตั้งที่เกิดขึ้นโดยกลุ่มลูกค้าเองเป็นส่วนใหญ่ซึ่งไม่อยู่ในเงื่อนไขการรับประกันสินค้า ซึ่งที่ผ่านมาทางบริษัทได้รับการติดต่อจากลูกค้าเพื่อขอคืนสินค้าคิดเป็นจำนวนและมูลค่าที่น้อยมาก ซึ่งคำนวณสัดส่วนเทียบกับยอดขายแล้วถือว่าไม่มีนัยสำคัญ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของบริษัททุกชิ้นผ่านการตรวจสอบคุณภาพ

ตามที่ได้กล่าวไป และส่วนของความเสียหายอันเกิดจากการขนส่งนั้น บริษัทมีการบริการขนส่งสินค้าให้กับลูกค้าภายใน กรุงเทพมหานครและปริมณฑล สำหรับลูกค้าต่างจังหวัดบริษัทจะส่งมอบให้แก่บริษัทขนส่งซึ่งทางลูกค้าของบริษัทจะเป็นผู้ดำเนินการจัดหาเองเพื่อขนส่งไปยังจังหวัดที่ลูกค้าต้องการต่อไป ทั้งนี้ ที่ผ่านมามีไม่เคยเกิดกรณีความเสียหายต่อสินค้าจากการขนส่ง แต่อาจมีความเสียหายเล็กน้อยต่อบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่องหรือลังที่ใช้การขนส่งสินค้านั้น

นอกจากนี้บริษัทยังให้ความสำคัญต่อการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง โดยการติดตามข่าวสาร และข้อมูล และกระแสมความนิยมของตลาดในขณะนั้น ๆ เพื่อให้มีความหลากหลายทั้งในด้านรูปแบบ และประโยชน์การใช้สอย สามารถตอบสนองทุกความต้องการใช้งานของลูกค้าได้ทุกรูปแบบและทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น ซึ่งจะช่วยให้บริษัทมีรายได้จากการขายและส่วนแบ่งทางการตลาดที่มั่นคงและมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องในอนาคต

2. ด้านการกำหนดราคาขาย (Price)

บริษัทกำหนดตำแหน่งทางการตลาดในกลุ่มผลิตภัณฑ์ของบริษัทไว้ในระดับกลาง โดยเน้นคุณภาพของสินค้าที่ดีและกำหนดราคาให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าที่มีคุณภาพ ตามสโลแกน “DUSS for better life” โดยมีนโยบายการกำหนดราคาสินค้าแบบบวกกำไรที่ต้องการ (Cost - Plus Pricing) โดยคำนวณราคาจาก “ต้นทุนขาย บวกกำไรที่ต้องการ” ซึ่งสามารถแยกที่มาของต้นทุนขายได้ 2 ประเภท คือ

- 1) สินค้าที่บริษัทผลิต ต้นทุนขาย คือ “ต้นทุนวัตถุดิบ + ค่าแรงงาน + ค่าใช้จ่ายในการผลิต
- 2) สินค้าที่บริษัทจ้างบุคคลภายนอกผลิต ต้นทุนขาย คือ “ต้นทุนสินค้าที่จ้างบุคคลภายนอกผลิต(รวมค่าใช้จ่ายในการขนส่ง)”

ทั้งนี้ การกำหนดราคาสินค้าบางประเภทอาจกำหนดกำไรที่ต้องการ (Margin) ได้น้อยกว่าที่กำหนดไว้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยการแข่งขันในตลาด ซึ่งอาจมีการเปลี่ยนแปลงและเคลื่อนไหวไปตามสถานการณ์ แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทมีการวิจัยและวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันตลอดเวลา และใช้เครื่องมือการส่งเสริมการขาย (Promotion) หรือการให้ส่วนลดทางการค้า (Trade Discount) เพื่อสร้างแรงจูงใจแก่ลูกค้าในช่วงที่มีการแข่งขันสูง ซึ่งเป็นผลให้การกำหนดกำไรส่วนเพิ่มลดลง

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ผลิตภัณฑ์ก๊อกร้านและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ถือเป็นวัสดุก่อสร้างประเภทหนึ่งซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มวัสดุก่อสร้างและวัสดุตกแต่งที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านค้าวัสดุก่อสร้างและวัสดุตกแต่งภายในบ้านโดยเฉพาะ หรือจากแผนกวัสดุก่อสร้างและวัสดุตกแต่งภายในบ้านภายในร้านค้าปลีกสมัยใหม่หรือห้างสรรพสินค้า ดังนั้นจึงเป็นปกติธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ก๊อกร้านและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ที่มีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านร้านค้าหรือคนกลางในการกระจายสินค้าเพื่อกระจายสินค้าสู่ผู้บริโภคต่อไป ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทคือ ร้านค้าหรือคนกลางในการกระจายสินค้า โดยสามารถแบ่งกลุ่มลูกค้าตามรูปแบบธุรกิจและวิธีการในการสั่งซื้อสินค้า รวมทั้งมูลค่าการสั่งซื้อ ได้ดังนี้

1) กลุ่มร้านค้าตัวแทนจำหน่าย (Agent) และร้านค้าส่ง (Dealer)

ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย และร้านค้าส่งถูกจัดรวมอยู่ในกลุ่มเดียวกัน เนื่องจากมีแนวทางการประกอบธุรกิจที่คล้ายคลึงกัน คือ ร้านค้าในกลุ่มนี้จะดำเนินการซื้อสินค้าจากบริษัทในปริมาณมากเพื่อนำไปจำหน่ายต่อไปให้กับร้านค้าปลีกรายย่อยหรือลูกค้ารายย่อยประเภทอื่น ๆ ด้วยปริมาณการซื้อสินค้าจำนวนมากทำให้มีอำนาจต่อรองทางการค้าส่งผลให้

ได้รับราคาหรือเงื่อนไขทางการค้าที่ดี เช่นเดียวกันทางบริษัทจะได้รับประโยชน์จากการจำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้ากลุ่มนี้ เนื่องจากสามารถจำหน่ายสินค้าได้ในปริมาณมากและร้านค้าในกลุ่มนี้มีช่องทางการกระจายสินค้ามาก ทำให้ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่ห่างไกลออกไปในแต่ละภูมิภาคสามารถหาซื้อสินค้าดังกล่าวได้ง่ายขึ้น หรือกล่าวได้ว่า “บริษัทสามารถกระจายสินค้าถึงผู้บริโภคได้อย่างครอบคลุมทุกพื้นที่รวมถึงพื้นที่ที่อยู่ไกลออกไปในแต่ละภูมิภาค ผ่านกลุ่มร้านค้าตัวแทนจำหน่ายและร้านค้าส่ง” นั่นเอง

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

ร้านค้าปลีกสมัยใหม่และห้างสรรพสินค้ามีลักษณะการประกอบธุรกิจที่คล้ายคลึงกันคือ มีสถานที่ขนาดใหญ่ในการจัดแสดงสินค้าเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าได้ตามความต้องการและมีการขยายสาขาอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในทุก ๆ พื้นที่ ขึ้นอยู่กับปริมาณความต้องการและกำลังซื้อของผู้บริโภคที่เป็นแรงจูงใจให้ร้านค้าปลีกสมัยใหม่และห้างสรรพสินค้าตัดสินใจขยายสาขาไปในพื้นที่ต่าง ๆ นั่นเอง ซึ่งร้านค้าปลีกสมัยใหม่และห้างสรรพสินค้าจะมีความแตกต่างกันเล็กน้อย โดยร้านค้าปลีกสมัยใหม่จะมีความเฉพาะเจาะจงในการขายสินค้ามากกว่าห้างสรรพสินค้าที่มีสินค้าและบริการ รวมไปถึงกิจกรรมและความบันเทิงต่าง ๆ อยู่รวมกันในสถานที่แห่งเดียว ส่งผลให้แนวโน้มการขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่จึงมีมากกว่าห้างสรรพสินค้าเนื่องจากห้างสรรพสินค้าต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก โดยที่ความต้องการสินค้าและบริการที่หลากหลายของผู้บริโภคนั้นน้อยกว่าความต้องการสินค้าที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวัน

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

3) กลุ่มร้านค้าปลีกย่อย (Retailer) และลูกค้ารายย่อยอื่น ๆ (Customer)

ลูกค้าในกลุ่มนี้มีหลายประเภท ส่วนใหญ่มีลักษณะในการซื้อสินค้าเหมือนกัน จะซื้อในปริมาณไม่มาก ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าที่แตกต่างกัน สามารถจำแนกได้คร่าว ๆ ดังนี้

- ร้านค้าปลีกย่อย ซื้อสินค้าเพื่อนำไปจำหน่ายต่อให้แก่ผู้บริโภค
- บริษัทเอกชน ที่สั่งซื้อสินค้าจากบริษัทเพื่อนำไปเป็นส่วนประกอบหนึ่งของชุดสินค้าที่ใช้งานร่วมกัน
- ผู้พัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ ซื้อสินค้าเพื่อนำไปใช้เป็นอุปกรณ์ติดตั้งและตกแต่ง ภายในห้องน้ำและห้องครัว
- ผู้บริโภครายย่อยทั่วไป สามารถซื้อสินค้าของบริษัทผ่านช่องทางเว็บไซต์ของบริษัทเพื่อนำไป ติดตั้งและตกแต่ง ภายในห้องน้ำและห้องครัว

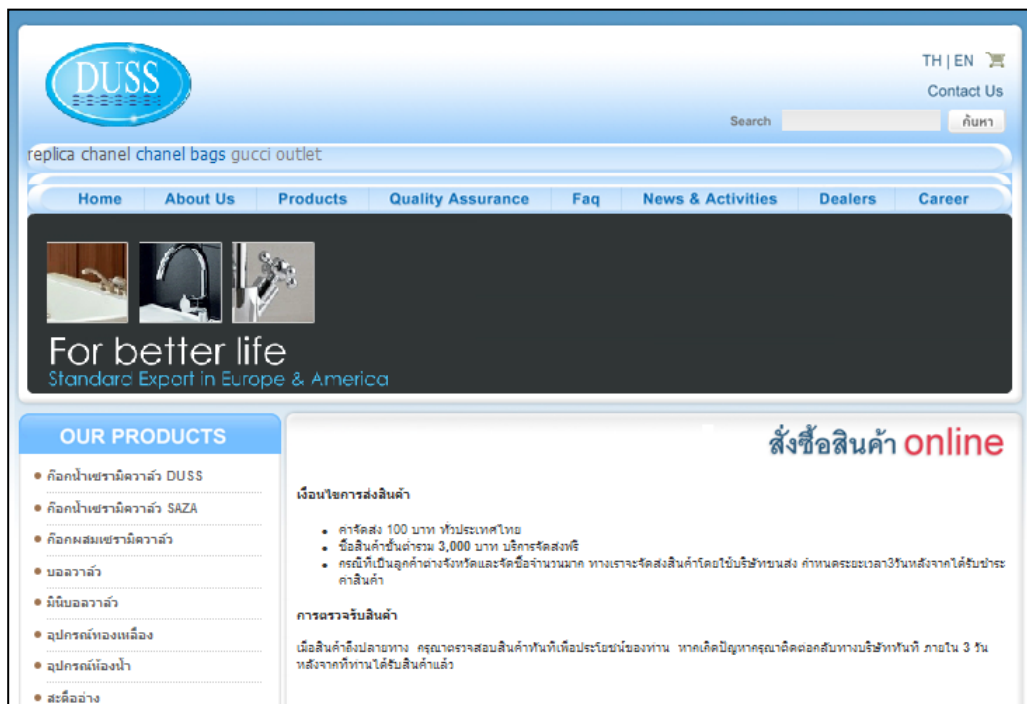
ทั้งนี้ ลูกค้ากลุ่มนี้มีความสำคัญต่อบริษัท ในด้านการยอมรับและเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าของบริษัท ซึ่งก่อให้เกิดชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้บริโภคเนื่องจากได้ทดลองใช้สินค้าจริงก่อให้เกิดความต้องการซื้อสินค้าในช่องทางการจัดจำหน่ายอื่น ๆ เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

4) กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ

บริษัทได้เริ่มขยายตลาดเพื่อส่งออกสินค้าไปจำหน่ายยังประเทศเพื่อนบ้านในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อาทิ ประเทศลาว เวียดนาม เป็นต้น แต่ทั้งนี้ ในอนาคตบริษัทมีแผนขยายการตลาดสำหรับประเทศเพื่อนบ้านในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ในปี 2555 บริษัทเริ่มได้รับคำสั่งจ้างผลิตชิ้นส่วนก๊อกน้ำจากผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ก๊อกน้ำในประเทศจีนด้วย

นอกจากนี้บริษัทให้ความสำคัญต่อการพัฒนารูปแบบการจัดจำหน่ายสินค้าและการให้บริการด้านการจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่ออำนวยความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้าจากทางบริษัท และเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อสร้างการเติบโตอย่างต่อเนื่องของรายได้จากการขายสินค้าของบริษัท ทางบริษัทจึงให้ความสำคัญต่อการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าให้กับบริษัทอีกช่องทางหนึ่ง รวมถึงช่วยอำนวยความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้าสำหรับกลุ่มลูกค้ารายย่อยสมัยใหม่ ที่มีความคล่องตัวต่อการใช้งานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ผ่านการให้บริการจัดจำหน่ายสินค้าทางเว็บไซต์ของบริษัท ซึ่งนอกจากจะสร้างความพึงพอใจ อำนวยความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้าแล้ว ยังเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่สำคัญของบริษัท โดยคาดการณ์ว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์นี้ จะค่อย ๆ เติบโตอย่างต่อเนื่องต่อไปในอนาคต ตามพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ปัจจุบันมีแนวโน้มจะให้ความสำคัญต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น

ภาพจากเว็บไซต์ www.dussthai.com ในส่วนของการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์



โดยมีรายละเอียดที่สำคัญในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ดังนี้

ขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้า

• ขั้นตอนของผู้สั่งซื้อ

1. สำหรับลูกค้าที่ยังไม่เคยสมัครสมาชิกจะต้องทำการสมัครสมาชิกก่อนโดยจะมีการตั้งชื่อผู้ใช้ (Username) และตั้งรหัสผ่าน (Password)
2. กรอกข้อมูลส่วนตัวที่สำคัญเกี่ยวกับ ชื่อ-นามสกุล เบอร์โทรศัพท์ อีเมล และที่อยู่ หลังจากนั้นกดส่งข้อมูลเพื่อเป็นฐานข้อมูลลูกค้าสำหรับบริษัท
3. เมื่อลูกค้าได้รับอีเมลยืนยันการเป็นสมาชิกแล้ว ลูกค้าสามารถเข้าสู่ระบบที่หน้าเว็บไซต์ จากนั้นเลือกสินค้าที่ต้องการ
4. กรอกจำนวนสินค้าตามที่ต้องการแล้วกดปุ่ม Add to Cart เพื่อดำเนินการในขั้นตอนต่อไป
5. หลังจากที่ได้เลือกสินค้าและกรอกจำนวนสินค้าแล้ว จะมีหน้าสรุปรายการสั่งซื้อซึ่งลูกค้าสามารถเปลี่ยนแปลงรายการสินค้าและจำนวนสินค้าตามที่ต้องการได้
6. กรอกข้อมูลเกี่ยวกับการจัดส่งสินค้า หลังจากนั้นกดส่งข้อมูล
7. ขั้นตอนสุดท้าย คือ การชำระค่าสินค้า เมื่อทางผู้ทำการชำระค่าสินค้า โดยโอนเงินผ่านทางธนาคารเรียบร้อยแล้ว ผู้ทำการชำระจะต้องดำเนินการสแกนสลิปโอนเงิน แล้วทำการแนบไฟล์เพื่อแจ้งเป็นหลักฐานการชำระเงิน หลังจากนั้นทางบริษัทจะตรวจสอบเอกสาร และดำเนินการจัดส่งสินค้าให้กับผู้ทำการชำระต่อไป โดยผู้ทำการชำระสามารถตรวจสอบสถานะการจัดส่งสินค้าได้ในประวัติการสั่งซื้อสินค้า

• ขั้นตอนของบริษัท

1. สำหรับลูกค้าใหม่ บริษัทจะตรวจสอบข้อมูลการสมัครสมาชิกที่ลูกค้ากรอกว่าครบถ้วนหรือไม่ก่อนที่จะมีการส่งอีเมลยืนยันการเป็นสมาชิก
2. คำสั่งซื้อจะถูกส่งไปยังศูนย์ข้อมูลของบริษัท และทางบริษัทจะตรวจสอบประวัติการสั่งซื้อสินค้าของผู้ทำการชำระ
3. หลังจากที่ได้รับหลักฐานการชำระเงินจากลูกค้าแล้ว ทางบริษัทจะตรวจสอบเอกสารและดำเนินการจัดส่งสินค้าให้กับผู้ทำการชำระต่อไป โดยสินค้าจะถูกจัดส่งจัดส่งภายใน 3 วันหลังจากวันที่ได้รับคำสั่งซื้อ

เงื่อนไขการส่งสินค้า

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

การตรวจรับสินค้า

เมื่อทางลูกค้าได้รับสินค้าและตรวจสอบสินค้าเรียบร้อยแล้ว หากเกิดปัญหาใด ๆ ให้ทางลูกค้าแจ้งกลับทางบริษัท ภายใน 3 วันหลังจากที่ลูกค้าได้รับสินค้าแล้ว

เงื่อนไขการรับประกันสินค้า

1. บริษัทจะรับประกันผลิตภัณฑ์ จากข้อผิดพลาดด้านการผลิต อันส่งผลต่อการใช้งานผิดปกติ
2. การรับประกัน จะครอบคลุมเฉพาะปัญหาที่เกิดจากสภาพการใช้งานปกติเท่านั้น การรับประกันจะถือเป็นโมฆะในกรณี
 - ความเสียหายอันเกิดจากการติดตั้งที่ไม่ถูกต้อง
 - การขาดความรู้ ความชำนาญในการติดตั้ง
 - การดัดแปลงใช้งานที่ไม่ถูกต้อง ไม่ปฏิบัติตามคู่มือแนะนำการติดตั้ง
 - ขาดการดูแลรักษา การบุกรุก กร่อน ที่เกิดจากสารเคมี
 - ความเสียหายที่เกิดจากการขนส่ง
3. การรับประกันจะพิจารณาจากใบรับประกัน ใบเสร็จรับเงิน หรือหลักฐานอื่น ๆ โดยนับจากวันที่ซื้อขายเป็นสำคัญ

ที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันบริษัทมีการศึกษาและทำการตลาดร่วมกับกลุ่มลูกค้าทุกกลุ่มของบริษัทก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับร้านค้าหรือคนกลางในการกระจายสินค้า โดยบริษัทมีนโยบายให้ทีมงานทางการตลาดแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในการดูแลลูกค้าแต่ละกลุ่มอย่างชัดเจน ซึ่งเจ้าหน้าที่ของบริษัทจะคอยดูแลและประสานงานกับลูกค้าเพื่อรวบรวมข้อมูลความเคลื่อนไหวในการแข่งขันและความต้องการของผู้บริโภคในตลาดมาวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของตลาดผลิตภัณฑ์ที่ออกจำหน่ายและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ในอนาคต

4. ด้านการควบคุมและพิจารณาเครดิตของลูกค้า

ธุรกิจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ออกจำหน่ายและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านค้าวัสดุก่อสร้างและวัสดุตกแต่งภายในบ้านโดยเฉพาะ หรือจากแผนกวัสดุก่อสร้างและวัสดุตกแต่งที่เกี่ยวกับประปาและสุขภัณฑ์ ภายในร้านค้าปลีกสมัยใหม่หรือห้างสรรพสินค้า ซึ่งทำหน้าที่เป็นคนกลางในการกระจายสินค้าไปในแต่ละช่องทางการจัดจำหน่ายต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อสินค้าตามช่องทางการจัดจำหน่ายนั้นต่อไป ซึ่งโดยส่วนใหญ่ร้านค้าหรือคนกลางในการกระจายสินค้าจะซื้อสินค้าจากบริษัท โดยมีเงื่อนไขการให้สินเชื่อและกำหนดเวลาการชำระ พร้อมทั้งส่วนลดสำหรับการชำระภายในเวลาที่กำหนดเป็นปกติธุรกิจ อยู่ในช่วงระหว่าง 30 – 120 วัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ที่ใช้ประกอบการพิจารณา ได้แก่ นโยบายการดำเนินธุรกิจและการชำระเงินของแต่ละธุรกิจร้านค้า มูลค่าการสั่งซื้อสินค้า และปัจจัยเฉพาะอื่น ๆ รวมถึงความสามารถในการสำรองเงินเพื่อการค้า อาทิเช่น ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่มีสาขาจำนวนมากก่อให้เกิดอำนาจต่อรองกับบริษัทและได้รับเงื่อนไขทางการค้าที่ดี เป็นต้น

ทั้งนี้ยังมีข้อยกเว้นสำหรับลูกค้ารายใหม่ของบริษัท ซึ่งบริษัทกำหนดนโยบายที่ชัดเจนว่า การขายสินค้าครั้งแรกจะต้องชำระค่าสินค้าเป็นเงินสดเท่านั้น และจะมีการพิจารณาสินเชื่อในการซื้อสินค้าครั้งต่อไป โดยคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ทางด้านการค้า ก่อนจะกำหนดมูลค่าและเงื่อนไข รวมทั้งระยะเวลาการชำระค่าสินค้าในการขายสินค้าเป็นเงินเชื่อ และบริษัทจะมีการเก็บข้อมูลอย่างต่อเนื่องก่อนนำมาพิจารณาอีกครั้งเพื่อปรับมูลค่าการให้สินเชื่อและเงื่อนไขต่าง ๆ ในการให้สินเชื่อ รวมทั้งระยะเวลาการชำระค่าสินค้าในการขายสินค้าเป็นเงินเชื่อให้แก่ลูกค้าแต่ละรายในทุก ๆ ปี

5. นโยบายด้านการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์

ที่ผ่านมามีบริษัทให้ความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของบริษัทผ่านสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์และวิทยุ รวมไปถึงสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย แต่ปัจจุบันได้ลดการประชาสัมพันธ์ในด้านดังกล่าวลง แต่ยังคงมีการประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายโฆษณาต่าง ๆ เนื่องจากบริษัทได้พิจารณาผลจากนโยบายด้านการส่งเสริมการขายและการทำประชาสัมพันธ์และปรับแผนนโยบายดังกล่าว โดยมุ่งเน้นการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขายเพื่อจูงใจกลุ่มลูกค้าประเภทร้านค้าหรือคนกลางในการกระจายสินค้าและสนับสนุนกิจกรรมและงานทางด้านสังคมเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ในทางอ้อม โดยสามารถสรุปนโยบายการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ ตัวอย่างกิจกรรมต่าง ๆ และช่องทางการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ได้ดังนี้

- บริษัทมีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท www.dussthai.com เพื่อเป็นช่องทางช่วยให้ลูกค้าทุกประเภท รวมไปถึงผู้บริโภค สามารถเข้าถึงข้อมูลและทำความรู้จักกับบริษัทและผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจำหน่าย ทั้งยังเป็นช่องทางให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ได้ด้วย
- บริษัทมีการทำประชาสัมพันธ์ผ่านทางป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศเพื่อให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคในทุก ๆ ภูมิภาค
- บริษัทมีการทำประชาสัมพันธ์ผ่านทางแผ่นพับและโบชัวร์ โดยแจกให้กับลูกค้า และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- บริษัทให้ความสำคัญต่อการให้การสนับสนุนกิจกรรมและงานทางด้านสังคม อาทิเช่น การบริจาคก้อนน้ำแกวเรียนในสังกัดของกระทรวงศึกษาธิการ ร่วมสมทบมอบทุนการศึกษาให้นักศึกษาปริญญาตรีร่วมกับมหาวิทยาลัยในประเทศไทย การมอบเงินช่วยเหลือและการร่วมงานจำหน่ายสินค้าราคาทุนเพื่อผู้ประสบภัยน้ำท่วม ฯลฯ
- การออกเยี่ยมร้านค้าและแจกของที่ระลึกให้กับลูกค้ากลุ่มร้านค้าหรือคนกลางในการกระจายสินค้าตามแต่ละภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศ
- การทำรายการส่งเสริมการขาย หรือจัดรายการส่วนลดทางการค้าเป็นพิเศษในช่วงเวลาหนึ่งให้กับลูกค้ากลุ่มร้านค้าหรือคนกลางในการกระจายสินค้า

3.2.2 แนวโน้มอุตสาหกรรมและภาวะการแข่งขัน

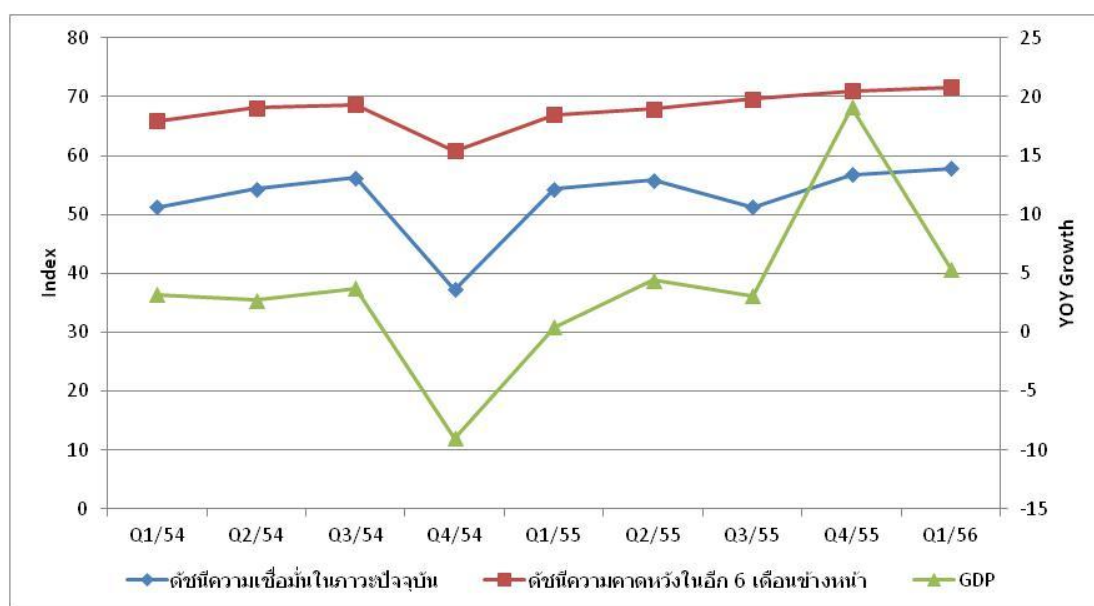
1. ภาวะอุตสาหกรรมในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต

เนื่องด้วยผลิตภัณฑ์ก๊อมน้ำและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ถือเป็นวัสดุก่อสร้างประเภทหนึ่งจัดอยู่ในกลุ่มวัสดุก่อสร้างและวัสดุตกแต่งที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ ซึ่งปัจจุบันยังไม่มีหน่วยงานหรือองค์กรใดเก็บรวบรวมและจัดทำข้อมูลเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ก๊อมน้ำและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ เพื่อใช้วิเคราะห์ภาวะอุตสาหกรรมในปัจจุบันและแนวโน้มที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต ดังนั้นการวิเคราะห์ดังกล่าวจึงจำเป็นต้องใช้การอ้างอิงอุตสาหกรรมก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งสะท้อนปริมาณความต้องการที่วัสดุก่อสร้างที่เป็นวัตถุดิบสำคัญอันเป็นปัจจัยแปรผันตามกัน โดยมีภาพรวมที่ผ่านมาและคาดการณ์แนวโน้มการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยและสะท้อนถึงภาวะอุตสาหกรรมก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์ทั้งปัจจุบันและในอนาคต โดยมีรายละเอียดดังนี้

ทางสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง ได้มีการประมาณการการขยายตัวของเศรษฐกิจของปี 2556 ไว้ที่ร้อยละ 5.3 (โดยมีช่วงคาดการณ์ร้อยละ 4.8 - 5.8) ซึ่งเป็นการปรับเพิ่มขึ้นจากการคาดการณ์ครั้งก่อนที่คาดว่าจะขยายตัวที่ร้อยละ 5 เนื่องจากอุปสงค์ภายในประเทศยังมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่อง โดยการบริโภคภายในประเทศจะเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของเศรษฐกิจ ทั้งนี้ การขยายตัวของการบริโภคภาคเอกชนได้รับผลดีจากรายได้ภาคครัวเรือนที่ปรับตัวขึ้นจากการจ้าง

งานที่มีแนวโน้มขยายตัวได้ดี รวมถึงมาตรการต่าง ๆ ของภาครัฐ อีกทั้งการบริโภคภาครัฐก็ขยายตัวดีตามการเบิกจ่ายงบประมาณประจำปีของรัฐบาลในปี 2556 ที่เป็นไปอย่างต่อเนื่อง ขณะที่การลงทุนภายในประเทศจะยังสนับสนุนการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยในปีนี้ โดยการขยายตัวของการลงทุนภาคเอกชนคาดว่า จะยังคงปรับตัวเพิ่มขึ้นในระดับสูงต่อเนื่องจากปีก่อน เนื่องจากได้รับผลดีจากการดำเนินนโยบายภาครัฐในการกระตุ้นเศรษฐกิจให้ฟื้นตัวจากอุทกภัยในปีที่ผ่านมา รวมทั้งจากมาตรการของรัฐเพื่อการส่งเสริมการลงทุน ในขณะที่การลงทุนภาครัฐคาดว่า จะปรับตัวขึ้นในปีนี้อาจจากการเร่งรัดการเบิกจ่ายงบลงทุนภาครัฐและการลงทุนตามแผนการบริหารจัดการน้ำของภาครัฐวงเงินลงทุนรวม 3.5 แสนล้านบาท สำหรับอุปสงค์ภายนอกจะส่งผลดีต่อภาคการส่งออกในปีนี้อาจจากการส่งออกคาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 9.0 (โดยมีช่วงคาดการณ์ที่ร้อยละ 8.0 – 11.0) ตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกโดยรวมที่คาดว่าจะขยายตัวดีขึ้นจากปีก่อน ถึงแม้ว่าการส่งออกจะได้รับผลกระทบจากค่าเงินบาทที่แข็งค่าบ้างก็ตาม อย่างไรก็ตามในปี 2556 อัตราเงินเฟ้อทั่วไปคาดว่าจะอยู่ที่ร้อยละ 3.0 ตามราคาน้ำมันในตลาดโลกที่คาดว่าจะขยายตัวในอัตราชะลอลงจากปีก่อน เนื่องจากอุปทานน้ำมันในตลาดโลกจะเพิ่มขึ้น และจากนโยบายการใช้จ่ายของภาครัฐเพื่อเป็นการเร่งกระตุ้นเศรษฐกิจให้มีการขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงการส่งออกที่อาจจะมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มมากขึ้นตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก ก็จะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยผลักดันให้เศรษฐกิจของประเทศไทยมีโอกาสขยายตัวได้สูงขึ้นที่ร้อยละ 5.5 ต่อปี

ภาพกราฟเปรียบเทียบดัชนีความเชื่อมั่นในภาวะปัจจุบัน / ดัชนีความคาดหวังในอีก 6 เดือน ข้างหน้า และ GDP

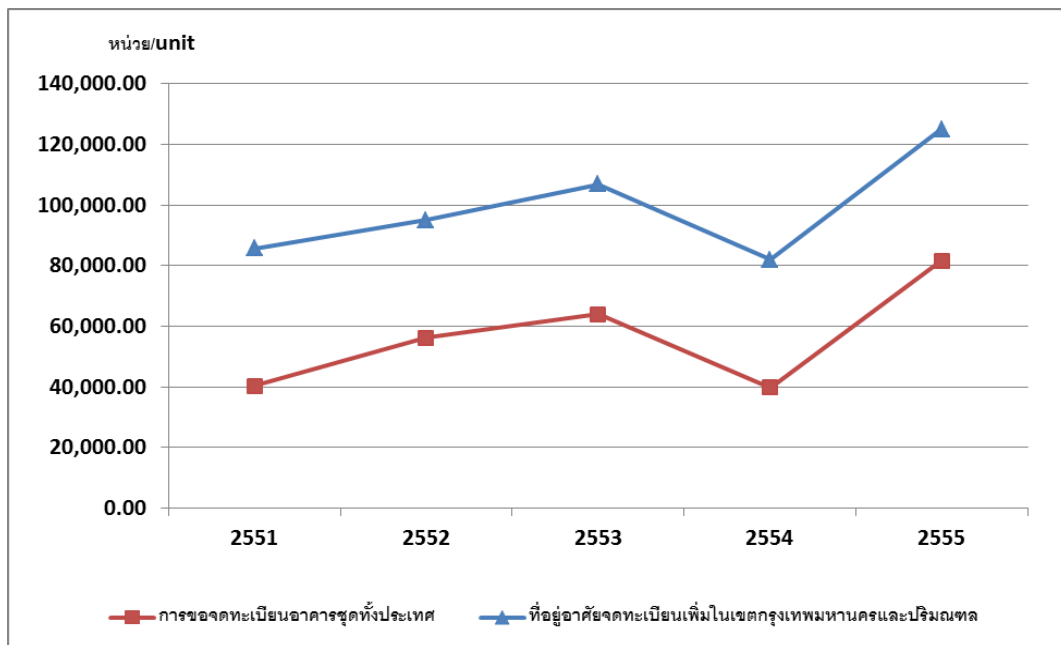


ที่มา: ศูนย์ข้อมูลสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

จากข้อมูลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการธุรกิจพัฒนาที่อยู่อาศัยในภาวะปัจจุบัน (Current Situation Index) เทียบกับอัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) จะเห็นได้ว่า ดัชนีความเชื่อมั่นใน 3 ไตรมาสหลังมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีทิศทางที่เป็นไปในแนวเดียวกับอัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) แต่ในไตรมาสที่ 4 ของปี 2554 ที่อัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศติดลบนั้น เนื่องมาจากการเกิดอุทกภัยครั้งใหญ่ในประเทศ ทั้งนี้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการธุรกิจพัฒนาที่อยู่อาศัยใน

ภาวะปัจจุบันในไตรมาสที่ 1 ปี 2555 ก็ลดลงอย่างมีนัยสำคัญอีกด้วย แต่หลังจากไตรมาสที่ 1 ปี 2555 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการธุรกิจพัฒนาที่อยู่อาศัยในภาวะปัจจุบันและอัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ มีแนวโน้มที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ทางสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง ได้มีการประมาณการการขยายตัวของเศรษฐกิจของปี 2556 ไว้ที่ร้อยละ 5.3 (โดยมีช่วงคาดการณ์ร้อยละ 4.8 - 5.8) ซึ่งเป็นการปรับเพิ่มขึ้นจากการคาดการณ์ครั้งก่อนที่คาดว่าจะขยายตัวที่ร้อยละ 5 ซึ่งสอดคล้องกับค่าดัชนีความคาดหวังในอีก 6 เดือนข้างหน้าของผู้ประกอบการพัฒนาที่อยู่อาศัยว่ามีค่าสูงถึง 71.6 และมีค่าสูงกว่าดัชนีความเชื่อมั่นล่าสุดที่มีค่าดัชนีอยู่ที่ 57.8 ซึ่งแสดงถึงความคาดหวังที่ดีขึ้นในอนาคตของธุรกิจพัฒนาที่อยู่อาศัย

ภาพกราฟเปรียบเทียบการขอจดทะเบียนอาคารชุดทั่วประเทศ / ที่อยู่อาศัยจดทะเบียนเพิ่มในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล



ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

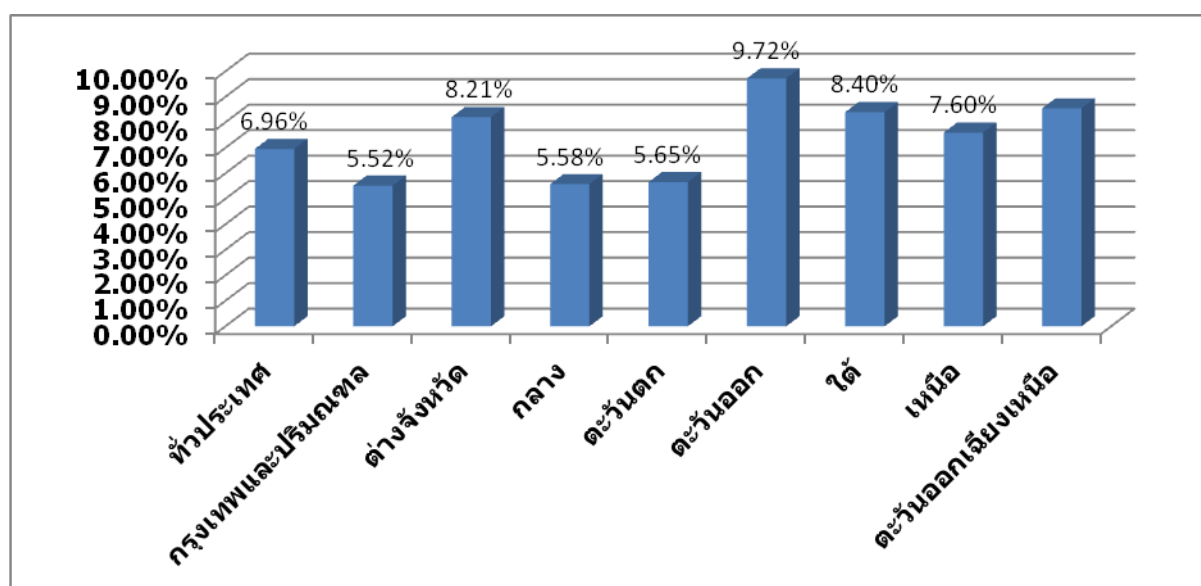
จากข้อมูลแผนภาพด้านบน แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของจำนวนหน่วยที่อยู่อาศัยจดทะเบียนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่ปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น เช่นเดียวกับแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของจำนวนหน่วยที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดทั่วประเทศ โดยข้อมูลการเพิ่มจำนวนหน่วยที่อยู่อาศัยจดทะเบียนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในปี 2555 มีจำนวน 125,002 หน่วย เพิ่มขึ้นจากปี 2554 มีจำนวน 81,856 หน่วย คิดเป็นสัดส่วนเพิ่มขึ้นร้อยละ 52.71 เนื่องจากผู้ประกอบการจะหันมาพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยประเภทแนวราบในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลมากขึ้น หลังจากที่ได้มีการชะลอการเปิดตัวมาตั้งแต่ปี 2555 เนื่องจากสาเหตุที่ได้รับผลกระทบมาจากน้ำท่วมตั้งแต่ปลายปี 2554 ทำให้ผู้ประกอบการต้องมีการชะลอการเปิดโครงการและปรับผังเกี่ยวกับโครงการใหม่ให้สามารถรองรับปัญหาน้ำท่วมที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตได้ เพื่อเรียกความมั่นใจของผู้บริโภคกลับคืนมา จึงน่าจะส่งผลให้โครงการแนวราบจะมีการเปิดโครงการเพิ่มเป็นจำนวนมากในปี 2556 ส่วนการเพิ่มขึ้นของจำนวนหน่วยที่อยู่อาศัยประเภทอาคาร

ชุดทั่วประเทศในปี 2555 มีจำนวน 81,665 หน่วย เพิ่มขึ้นจากปี 2554 มีจำนวน 39,795 หน่วย คิดเป็นสัดส่วนเพิ่มขึ้นร้อยละ 105.21 โดยในต่างจังหวัดมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดมากกว่าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้วยปัจจัยต่าง ๆ ที่ช่วยส่งเสริมทั้งในส่วนของมาตรการต่าง ๆ ของภาครัฐ ที่ช่วยเพิ่มกำลังซื้อให้แก่ผู้บริโภค เช่น การปรับค่าแรงรายวันขึ้นต่ำขึ้นเป็น 300 บาท และเงินเดือนปริญญาตรี 15,000 บาท มาตรการลดหย่อนภาษีสำหรับผู้ซื้อที่อยู่อาศัยหลังแรก ในราคาที่อยู่อาศัยไม่เกิน 5 ล้านบาท ฯลฯ และนโยบายด้านเศรษฐกิจและการลงทุนของภาครัฐ เช่น การรักษาสถิติการส่งออกให้อยู่ในระดับต่ำ การเร่งผลักดันโครงการขนาดใหญ่ อาทิ ระบบรถไฟฟ้ามหานคร ระบบป้องกันน้ำท่วม โครงการรถไฟความเร็วสูง ฯลฯ เหล่านี้จะเป็นตัวกระตุ้นให้ตลาดอสังหาริมทรัพย์มีการขยายตัวได้อย่างต่อเนื่องต่อไป อีกทั้ง การเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ที่จะเกิดขึ้นในปี 2558 นี้ ยังจะสามารถส่งเสริมโอกาสในการลงทุนในภาคอสังหาริมทรัพย์ในระยะยาวให้มีการเติบโตต่อเนื่อง จากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทั้งในประเทศและต่างประเทศ การพัฒนาเส้นทางเชื่อมโยงระหว่างประเทศ การพัฒนาด้านอุตสาหกรรม และการค้า กฎหมายการใช้สิทธิในที่ดิน และการเติบโตของประชากร เป็นต้น

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา เศรษฐกิจในต่างจังหวัดของประเทศไทยมีบทบาทสำคัญต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก เพราะเศรษฐกิจในต่างจังหวัดมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีสัดส่วนมูลค่าผลผลิตมวลรวมที่สูงกว่าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

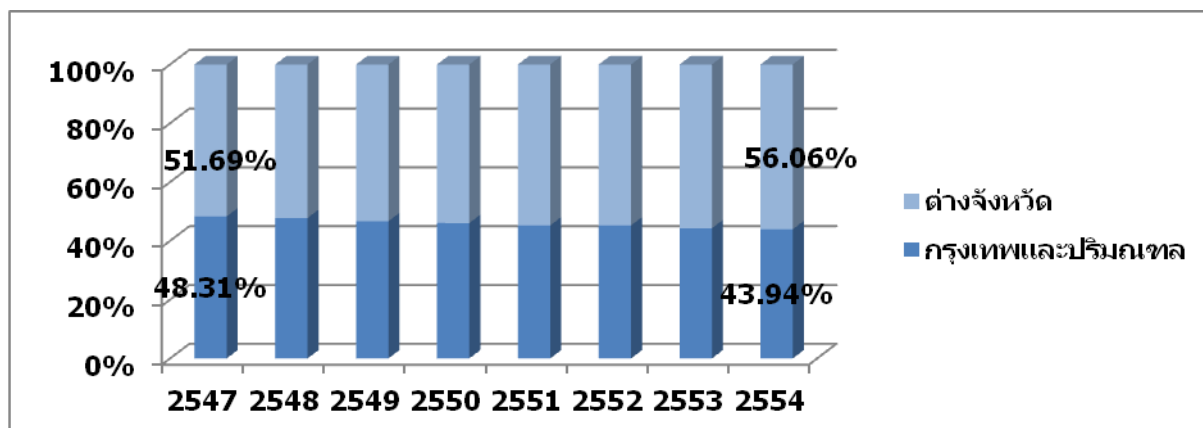
โดยปี 2547 - 2554 เศรษฐกิจในต่างจังหวัดมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 8.21 ต่อปี ในขณะที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลเติบโตเฉลี่ยเพียงร้อยละ 5.52 ต่อปี มูลค่าผลผลิตมวลรวมในต่างจังหวัดของประเทศไทย ปี 2554 อยู่ที่ 6,234,603.22 ล้านบาท ส่วนกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีมูลค่า 4,885,914.78 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 56.06 และ 43.94 ตามลำดับ

ภาพที่ 1 : อัตราการเปลี่ยนแปลงผลผลิตมวลรวมปี 2547 – 2554



ที่มาของข้อมูล : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ภาพที่ 2 : การเปลี่ยนแปลงสัดส่วนมูลค่าผลผลิตมวลรวม



ที่มาของข้อมูล : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

การเติบโตทางเศรษฐกิจในต่างจังหวัดส่งผลให้ประชาชนมีรายได้และกำลังการซื้อที่เพิ่มมากขึ้น โดยรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน ปี 2547 - 2554 ในต่างจังหวัดเติบโตเฉลี่ยสูงกว่ากรุงเทพมหานครและปริมณฑล อยู่ที่ร้อยละ 7.08 และ 5.76 ต่อปีตามลำดับ จากแนวโน้มรายได้ที่เพิ่มขึ้นในต่างจังหวัด ทำให้เกิดการขยายตัวในภาคอุตสาหกรรมต่าง ๆ และที่สำคัญคือการขยายตัวของร้านค้าปลีกและกลุ่มพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

ร้านค้าปลีก

ในช่วงปี 2549 - 2555 จำนวนห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ของ บริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน), บริษัท สยามโกลบอลเฮาส์ จำกัด (มหาชน), บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) และ บริษัท เทสโก้ โลตัส จำกัด มีการขยายสาขาในต่างจังหวัดมากกว่าในกรุงเทพและปริมณฑลอย่างเห็นได้ชัด โดยภาพรวมห้างค้าปลีกขนาดใหญ่มีสาขาในต่างจังหวัดทั้งสิ้น 224 สาขา ณ สิ้นปี 2555 เพิ่มขึ้นร้อยละ 215 จากสิ้นปี 2549 ส่วนกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีสาขาทั้งสิ้น 108 สาขา ณ สิ้นปี 2555 เพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 23 จากสิ้นปี 2549 นอกจากนี้ในทุกบริษัทที่กล่าวมา ยังมีการขยายสาขาในต่างจังหวัดมากกว่าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตารางที่ 1 : จำนวนห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ปี 2549 – 2555

บริษัท	กรุงเทพและปริมณฑล								ต่างจังหวัด							
	2549	2550	2551	2552	2553	2554	2555	55/49	2549	2550	2551	2552	2553	2554	2555	55/49
BIGC*	43	44	50	54	49	49	50	16%	30	36	46	52	56	59	63	110%
GLOBAL	0	0	0	0	0	0	0	-	4	5	7	8	11	13	20	400%
HMPRO	15	17	17	17	19	19	20	33%	11	13	16	18	21	26	33	200%
TESCO*	30	36	38	39	36	37	38	27%	26	29	41	45	85	98	108	315%
Total	88	97	105	110	104	105	108	23%	71	83	110	123	173	196	224	215%

*หมายเหตุ: เฉพาะห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ไม่นับรวมร้านค้าสะดวกซื้อ

แหล่งข้อมูล: รายงานประจำปีของแต่ละบริษัท

การลงทุนอสังหาริมทรัพย์

ช่วงไตรมาส 1 ปี 2556 มีการขยายตัวของการลงทุนอสังหาริมทรัพย์แนวราบในต่างจังหวัดมากกว่าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยมีการขยายตัวในภาคกลางมากที่สุดที่ร้อยละ 26 จากไตรมาสที่แล้ว ในขณะที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลเติบโตเพียงร้อยละ 6¹ ด้านการลงทุนอสังหาริมทรัพย์แนวสูงก็เช่นกัน มีการเติบโตในภาคกลางสูงสุดที่ร้อยละ 57 จากไตรมาสที่แล้ว ในขณะที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลขยายตัวติดลบร้อยละ 30 ทั้งนี้เนื่องมาจากปัจจัยสนับสนุนทางภาครัฐบาลในการลงทุน 2 ด้านด้านบาทเพื่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ โดยรัฐบาลจะจัดสร้างรถไฟความเร็วสูงไปยังจังหวัดหัวเมืองเศรษฐกิจต่าง ๆ และมีแผนการสร้างเมืองใหม่รอบสถานีรถไฟความเร็วสูง

1 อ้างอิงจากศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ และ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

ตาราง 2 : แผนสร้างเมืองใหม่รอบสถานีรถไฟความเร็วสูง

สายรถไฟความเร็วสูง	สถานที่	พื้นที่ (ไร่)
สายกรุงเทพฯ – พิษณุโลก	1. อยุธยา	5,000
	2. ลพบุรี	5,000
	3. นครสวรรค์	5,000
	4. พิจิตร	5,000
	5. พิษณุโลก	5,000
สายกรุงเทพฯ – นครราชสีมา	1. สระบุรี	1,200 – 3,000
	2. ปากช่อง	3,000
	3. นครราชสีมา	3,000 – 7,000
สายกรุงเทพฯ – หัวหิน	1. นครปฐม	3,000 – 4,000
	2. ราชบุรี	700 – 3,000
	3. เพชรบุรี	3,000 – 4,000
	4. หัวหิน	2,000 – 5,000
สายกรุงเทพฯ – พัทยา – ระยอง	1. ฉะเชิงเทรา	2,500
	2. ชลบุรี	3,000 – 4,000
	3. ศรีราชา	400 – 7,000
	4. พัทยา	5,000 – 6,000
	5. ระยอง	4,000 – 5,000

ที่มาของข้อมูล: กรมโยธาธิการและผังเมือง

ซึ่งจากแนวโน้มการขยายตัวของเมืองสู่ต่างจังหวัดมากขึ้น น่าจะส่งผลดีต่อธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และทำให้มีปริมาณความต้องการสินค้ากลุ่มวัสดุก่อสร้าง ซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์ก๊อกน้ำและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ที่จัดเป็นวัสดุก่อสร้างประเภทหนึ่งเพิ่มขึ้นด้วย

2. ภาวะการแข่งขันในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต

เนื่องด้วยผลิตภัณฑ์ก๊อกรน้ำและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ถือเป็นวัสดุก่อสร้างประเภทหนึ่งที่จัดอยู่ในกลุ่มวัสดุก่อสร้างและวัสดุก่อสร้างที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ ซึ่งปัจจุบันยังไม่มีหน่วยงานหรือองค์กรใดเก็บรวบรวมและจัดทำข้อมูลเฉพาะด้านตามที่ได้กล่าวไปแล้วนั้น ดังนั้นในส่วนนี้จึงเป็นการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันจากข้อมูลข่าวสารและข้อเท็จจริงจากการค้นคว้าข้อมูลอื่น ๆ ประกอบเท่านั้น

จากข้อมูลที่ได้รับทราบจากทางผู้บริหารบริษัทแจ้งว่า ปัจจุบันในประเทศไทยมีโรงงานผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ก๊อกรน้ำและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ประมาณ 12 โรงงาน ซึ่งทำให้ปริมาณการผลิตก๊อกรน้ำภายในประเทศไม่เพียงพอต่อความต้องการ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องนำเข้าผลิตภัณฑ์ก๊อกรน้ำจากต่างประเทศ และในภาพรวมตลาดผลิตภัณฑ์ก๊อกรน้ำและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ สามารถจำแนกตามระดับกลุ่มลูกค้าซึ่งมีวัตถุประสงค์และความต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มผู้เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานรับรองคุณภาพและมีความน่าเชื่อถือจัดเป็นกลุ่มเป้าหมายตลาดระดับบน ซึ่งผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยผู้ประกอบการรายใหญ่ภายในประเทศไทย และบางส่วนเป็นการนำเข้าจากต่างประเทศ มีกลุ่มลูกค้าเป็นผู้เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานรับรองคุณภาพว่า มีความคงทนแข็งแรง และมีการรับประกันสินค้าตามเงื่อนไขที่สมเหตุสมผลโดยผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายที่มีความน่าเชื่อถือ คิดเป็นสัดส่วนมูลค่าทางการตลาดในประเทศไทยรวมแล้วประมาณร้อยละ 40

ส่วนที่เหลือเป็นกลุ่มผู้เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่คุณภาพอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าผลิตภัณฑ์ในกลุ่มแรกซึ่งอาจจะอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานหรือต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคุณภาพของชิ้นงานและวัสดุที่ใช้ในการผลิต โดยคุณสมบัติบางประการของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวด้อยกว่าผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มเป้าหมายตลาดระดับบน ซึ่งจัดได้ว่าลูกค้าในกลุ่มนี้อยู่ในตลาดระดับกลางและระดับล่าง ขึ้นอยู่กับคุณภาพของชิ้นงานและวัสดุที่ใช้ในการผลิตตามที่ได้กล่าวมา แต่มีจุดเด่นด้านราคาที่แตกต่างกันอย่างมาก แต่ด้วยวัตถุประสงค์การทำงานที่ไม่เน้นคุณสมบัติบางประการ อาทิเช่น ความสวยงามหรูหรา ความทนทานพิเศษบางประการ ฯลฯ เป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดให้ผู้บริโภคที่ไม่ยึดติดกับตราสินค้า ตัดสินใจที่จะเลือกซื้อสินค้าดังกล่าว คิดเป็นสัดส่วนมูลค่าทางการตลาดในประเทศไทยรวมแล้วประมาณร้อยละ 60

โดยภาพรวมภาวะการแข่งขันค่อนข้างรุนแรงทั้งในกลุ่มลูกค้าระดับบนที่มีการแข่งขันทั้งทางด้านการออกแบบ และคุณภาพ โดยใช้การโฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นสื่อทางการตลาดในการสร้างความสนใจและดึงดูดผู้บริโภค แต่ด้วยปัจจัยด้านราคาที่สูงตามมูลค่าทางการตลาดจึงเป็นโอกาสให้สินค้าที่มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าระดับกลางและระดับล่างเข้ามาใช้จุดเด่นในปัจจัยด้านราคาที่มีต้นทุนต่ำกว่ามาก เนื่องจากมีต้นทุนทางการตลาดต่ำกว่า แต่ทั้งนี้ ผู้บริโภคที่เลือกใช้สินค้าที่มีมาตรฐานรับรองคุณภาพเนื่องจากต้องการสินค้าที่มีคุณภาพและมีอายุการใช้งานที่ยาวนาน มีความทนทาน ยังคงตัดสินใจเลือกสินค้าในกลุ่มที่ได้มาตรฐานถึงแม้ว่า จะมีราคาจำหน่ายที่สูงกว่ามาก ซึ่งแนวโน้มการขยายตัวของก่อสร้างและธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ย่อมเป็นปัจจัยให้กลุ่มผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มตลาดผู้ใช้สินค้าที่ต้องการมาตรฐานรับรองคุณภาพมีแนวโน้มขยายตัวมากกว่า นอกเหนือจากนั้นแล้วที่ผ่านมามักมีมาตรการหรือมาตรฐานต่าง ๆ ที่กำหนดโดยหน่วยงานของภาครัฐ โดยการกำหนดมาตรฐานดังกล่าวเป็นไปเพื่อกีดกันสินค้านำเข้าและช่วยปกป้องผู้ผลิตสินค้าภายในประเทศ ทั้งนี้คาดว่าในอนาคตจะมีมาตรการหรือมาตรฐานต่าง ๆ เพิ่มขึ้นเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และส่งผลให้ภาวะการแข่งขันที่ปัจจุบันค่อนข้างรุนแรงของอุตสาหกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์ก๊อกรน้ำและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปามีเสถียรภาพมากขึ้น

3. คู่แข่งและกลยุทธ์การแข่งขัน

เนื่องจากตลาดผลิตภัณฑ์ก๊อมน้ำและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ที่มีการแข่งขันในรูปแบบการตลาดเพื่อให้เกิดความเชื่อในตราสินค้า (Brand Royalty) ในกลุ่มผู้ผลิตรายใหญ่ โดยมุ่งเน้นจุดเด่นที่ภาพลักษณ์และการรับประกันมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าระดับบนตามที่ได้กล่าวไปแล้ว ทำให้ผู้ผลิตรายย่อยอื่นๆ มุ่งเน้นการแข่งขันด้านราคาเป็นหลัก บริษัทจึงกำหนดกลยุทธ์เพื่อเข้าสามารถเข้าถึงลูกค้าทุกกลุ่มได้โดยใช้ตราสินค้าที่แตกต่างกันออกไป โดยมีตราสินค้า “DUSS” เป็นตราสินค้าที่เน้นคุณภาพสูงเพื่อมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าที่ค่อนข้างเน้นไปทางระดับบน ส่วนการแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นๆ บริษัทจะใช้ตราสินค้าอื่นๆ คือ “Saza”, “3P”, “Bay”, “Bay-Tex”, Feed, “Union” และ “Icon” ใช้เพื่อแข่งขันตามแต่ละประเภทกลุ่มผลิตภัณฑ์ ในการแข่งขันทางด้านราคากับคู่แข่งที่มีการแข่งขันด้านราคาในระดับเดียวกัน 3-4 ราย โดยมีตัวอย่างแบรนด์ อาทิเช่น AE , Sweethome , Sanwa เป็นต้น

- ลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทในปัจจุบัน คือ กลุ่มร้านค้าหรือคนกลางในการกระจายสินค้าและผู้บริโภคภายในประเทศไทย ซึ่งธุรกิจผลิตภัณฑ์ก๊อมน้ำและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ภายในประเทศ มีผู้ประกอบการรายใหญ่ 3 - 4 ราย ครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดในกลุ่มลูกค้าระดับบนที่มีภาวะการแข่งขันสูง ผู้บริหารจึงมีความเห็นว่าบริษัทควรกำหนดภาพลักษณ์ให้เหมาะสมแก่กลุ่มลูกค้าทุกระดับ ทั้งระดับบนและระดับล่าง โดยใช้ตราสินค้าต่าง ๆ ของบริษัท สื่อสารให้กลุ่มลูกค้าเข้าใจถึงผลิตภัณฑ์และคุณภาพที่จะได้รับจากการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ในแต่ละตราสินค้า รวมทั้งการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าที่แตกต่างกันของบริษัท สามารถสรุปข้อมูลสำหรับตราสินค้าต่าง ๆ ของบริษัทได้ ดังนี้

ตราสินค้า	ภาพตราสินค้า	ภาพลักษณ์ตราสินค้า	ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า
DUSS		ดี - ดีมาก	ผลิตภัณฑ์ก๊อมน้ำ ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ และวัสดุสิ้นเปลือง
Saza		ค่อนข้างดี	ผลิตภัณฑ์ก๊อมน้ำ
3P		ค่อนข้างดี	ผลิตภัณฑ์ก๊อมน้ำ

ตราสินค้า	ภาพตราสินค้า	ภาพลักษณะตราสินค้า	ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า
Bay		ค่อนข้างดี	ผลิตภัณฑ์ก๊อกน้ำ
Bay-Tex		ค่อนข้างดี	วัสดุสิ้นเปลือง
Feed		พอใช้	ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภัณฑ์และวัสดุสิ้นเปลือง
Union		ค่อนข้างดี	อุปกรณ์ตกแต่งอื่น ๆ
Icon		สำหรับสินค้าที่จำหน่ายในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)	ผลิตภัณฑ์ก๊อกน้ำ ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์และวัสดุสิ้นเปลือง

ทั้งนี้ ด้วยการรักษาสถานลูกค้าเดิมที่บริษัทมีซึ่งมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องตามการขยายตัวของกลุ่มร้านค้าสมัยใหม่และห้างสรรพสินค้า รวมทั้งความต้องการสินค้าประเภทวัสดุก่อสร้างและวัสดุตกแต่งที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ที่เป็นปัจจัยแปรผันตามแนวโน้มการขยายตัวของการก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างและอสังหาริมทรัพย์ด้วย อีกทั้งในส่วน of สินค้าที่รับจ้างผลิตภายในประเทศก็น่าจะมีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกัน นอกเหนือจากนั้นแล้ว บริษัทเริ่มรับจ้างผลิตขึ้นส่วนเพื่อส่งออกไปจำหน่ายในต่างประเทศ โดยในปี 2556 นี้ บริษัทมีความตั้งใจที่จะพัฒนาระบบการผลิตเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการขึ้นส่วนและสินค้าที่หลากหลายได้มากขึ้น จึงคาดว่าจะทำให้มีรายได้จากการส่งออกในส่วนดังกล่าวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

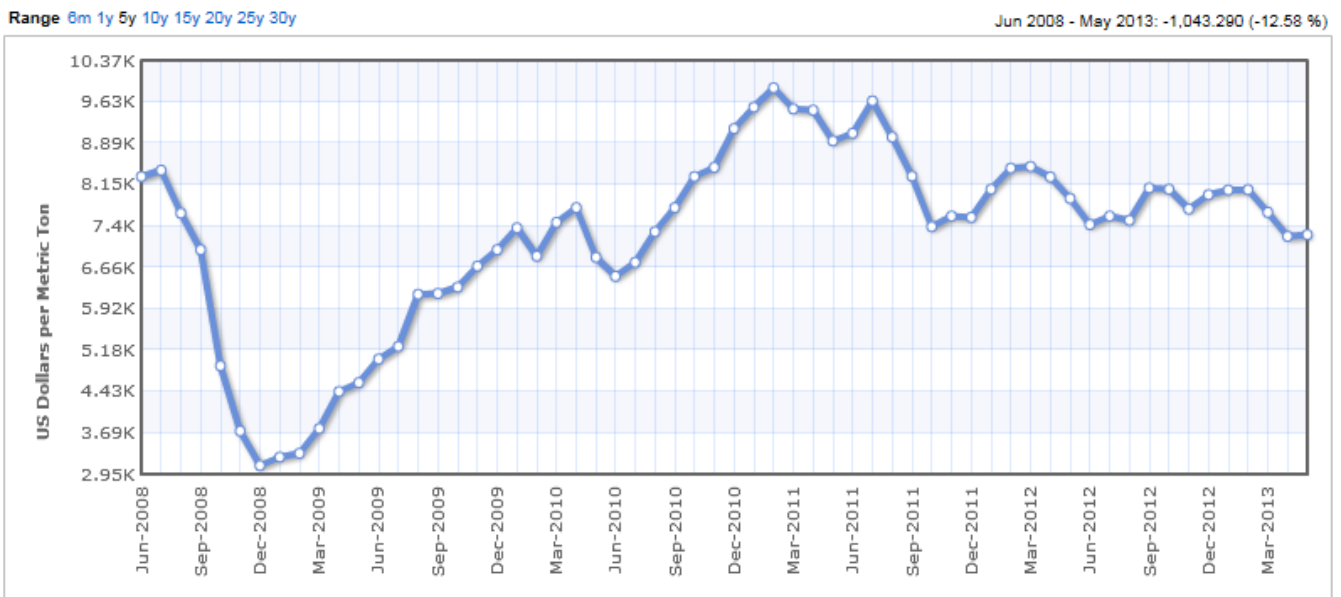
และด้วยวิสัยทัศน์ของผู้บริหารที่เล็งเห็นโอกาส บริษัทจึงได้เริ่มทำการตลาดขยายไปสู่ฐานลูกค้าใหม่ โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในประเทศแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่มีลักษณะความต้องการสินค้าที่ใกล้เคียงกัน เนื่องด้วยลักษณะภูมิประเทศและการดำรงชีวิตของประชากรที่คล้ายคลึงกัน แต่ทั้งนี้ในบางประเทศยังถือเป็นประเทศกำลังพัฒนา ทำให้กลุ่มลูกค้าในประเทศเหล่านี้ยังมีกำลังซื้อไม่สูงมากนัก ประกอบกับไม่มีผู้ประกอบการรายใหญ่ในธุรกิจผลิตภัณฑ์ก๊อกน้ำและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ดำเนินธุรกิจในประเทศดังกล่าว ส่งผลให้มีโอกาสที่ส่วนแบ่งทางการตลาดจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากการขยายตลาดไปในประเทศดังกล่าว ซึ่งเป็นส่วนแบ่งทางการตลาดที่ยังไม่มีผู้ใดครองอย่างเป็นรูปธรรม ทางบริษัทจึงได้วางแผนที่จะเริ่มต้นการขยายตลาดจากประเทศเพื่อนบ้านในแถบเอเชียตะวันออกเฉียง

ได้ก่อน ได้แก่ ประเทศลาว และประเทศกัมพูชา อันสอดคล้องกับแนวโน้มการเติบโตและโอกาสที่จะเกิดขึ้นจากการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) โดยมีข้อได้เปรียบจากการระบุว่า สินค้าผลิตจากประเทศไทย ("Made in Thailand") ซึ่งเป็นที่น่าเชื่อถือในด้านคุณภาพสินค้า

แนวโน้มราคาและปริมาณความต้องการวัตถุดิบหลักประเภทโลหะ (ทองเหลือง)
ในการผลิตผลิตภัณฑ์ก๊อกร้านและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์นั้น วัตถุดิบที่ใช้มีส่วนประกอบของวัตถุดิบประเภทโลหะเป็นหลัก โดยวัตถุดิบดังกล่าวมีส่วนประกอบของทองเหลืองเป็นหลัก ดังนั้นปริมาณความต้องการและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของราคาวัตถุดิบประเภทโลหะ โดยเฉพาะทองเหลืองจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนผลิตและต้นทุนขายของบริษัท ทั้งจากผลิตภัณฑ์ที่บริษัทเป็นผู้ผลิตเองและที่จ้างบุคคลภายนอกผลิต

Source: COMEX - CME Group

Copper, grade A cathode Monthly Price - US Dollars per Metric Ton



Description: Copper, grade A cathode, LME spot price, CIF European ports, US Dollars per Metric Ton

Unit: US Dollars per Metric Ton

ทองเหลืองซึ่งเป็นวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเป็นสสารประเภทโลหะผสมระหว่าง ทองแดงและสังกะสีเป็นส่วนประกอบหลัก ปริมาณของสังกะสีนั้นแปรเปลี่ยนไป ระหว่างร้อยละ 5 - 45 ทำให้ได้ทองเหลืองที่มีคุณสมบัติเฉพาะตัวที่แตกต่างกันไป โดยทองเหลืองที่บริษัทใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตนั้น เป็นทองเหลืองประเภท Muntz Metal หรือมีชื่อทางการค้าว่า Muntz มีส่วนประกอบของทองเหลืองผสมสังกะสี ซึ่งบริษัทจะนำเข้าทองเหลืองจากต่างประเทศ มาผ่านกระบวนการปรับปรุงคุณภาพก่อนนำเข้าสู่กระบวนการผลิตต่อไป

แนวโน้มราคาของวัตถุดิบทองเหลืองจะแปรผันในทิศทางเดียวกับราคาทองแดงซึ่งเป็นธาตุโลหะหลักที่นำไปเป็นส่วนประกอบในการผลิตโลหะผสมหลายประเภทและเป็นส่วนประกอบหลักของทองเหลือง โดยในอดีตที่ผ่านมาแนวโน้มปริมาณความต้องการและราคานั้นจะขึ้นอยู่กับปริมาณความต้องการโลหะของโลกซึ่งจะมีความผันผวนตาม

ภาวะเศรษฐกิจและการเติบโตในภาคธุรกิจสำคัญ ๆ ที่มีโลหะเป็นปัจจัยหลักของวัตถุดิบ อาทิเช่น อุตสาหกรรมโลหะหนัก อุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และการก่อสร้าง เป็นต้น โดยมีปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมกลุ่มดังกล่าวคือภาวะการเติบโตของเศรษฐกิจซึ่งสอดคล้องกับกราฟแนวโน้มราคาข้างต้น โดยราคาทองแดงมีปริมาณความต้องการและราคาลดลง ซึ่งต่ำสุดที่ประมาณ 3,000 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกาต่อเมตริกตัน ในช่วงปีพ.ศ. 2551 ซึ่งเป็นผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจของประเทศสหรัฐอเมริกา (Hamburger Crisis) ในปีพ.ศ. 2550 เป็นต้นมา และเริ่มปรับตัวขึ้นอย่างต่อเนื่องหลังจากเศรษฐกิจของประเทศสหรัฐอเมริกาทดต่ำถึงจุดต่ำสุดและเศรษฐกิจของโลกเริ่มฟื้นตัวโดยมีประเทศจีนเป็นผู้นำการเติบโต ในเศรษฐกิจโลกและมีราคาสูงสุดที่ประมาณ 10,000 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกาต่อเมตริกตัน และมีการปรับตัวลดลงก่อนเข้าสู่สภาวะที่มีความผันผวนไม่มากนักด้วยสาเหตุจากภาวะวิกฤตเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศในสหภาพยุโรป อย่างไรก็ตาม บริษัทมีการติดตามข้อมูลข่าวสารและแนวโน้มราคาของวัตถุดิบอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้สามารถวางแผนบริหารจัดการในการจัดหาวัตถุดิบได้สอดคล้องและทันเวลาต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างทันท่วงที

3.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และส่วนประกอบ

1. การผลิตเพื่อให้ได้มาซึ่งชิ้นส่วนและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป

บริษัทมีหน่วยงานสำหรับการผลิตแยกเป็น 2 ส่วนหลัก ๆ คือ

1. ส่วนการผลิตชิ้นส่วนจากวัตถุดิบของเหลือ
2. ส่วนการประกอบชิ้นส่วนให้เป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป

โดยมีสถานที่สำหรับใช้ในการผลิตชิ้นส่วนของเหลือและประกอบผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป 2 แห่ง ดังนี้

1. สำนักงานใหญ่ เป็นที่ตั้งของอาคารสำนักงาน อาคารสโตน ตั้งอยู่เลขที่ 148/1 ซอยรามอินทรา 14 ถนนรามอินทรา แขวงท่าแร้ง เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร 10230 มีขนาดพื้นที่ทั้งหมด 1-0-0.0 ไร่ (บริษัทเช่าที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างจากคุณรัตนฯ) ใช้เป็นส่วนสำนักงาน ส่วนของการประกอบผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป และเป็นศูนย์กระจายสินค้า โดยปัจจุบันใช้ประโยชน์เต็มพื้นที่ และมีสิ่งปลูกสร้างดังนี้

- อาคารสำนักงาน 5 ชั้น	1 อาคาร
- โกดังสินค้า	1 อาคาร
2. สาขาที่ 1 เป็นที่ตั้งของอาคารโรงงาน ตั้งอยู่เลขที่ 88/8 หมู่ 4 ตำบลบ้านหม้อ อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดสิงห์บุรี 16120 มีขนาดพื้นที่ทั้งหมด 30-3-51 ไร่ เป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัท ใช้เป็นที่ตั้งของโรงงานเพื่อการผลิตชิ้นส่วนและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปของบริษัท ปัจจุบันใช้ประโยชน์ในพื้นที่ประมาณ 3-3-0 ไร่ และยังมีเหลือที่ว่างประมาณ 27-0-51 ไร่ สำหรับการขยายโรงงานเพื่อรองรับกำลังการผลิตที่จะเพิ่มขึ้น โดยปัจจุบันโดยมีสิ่งปลูกสร้าง ดังนี้

- อาคารโรงงาน	2 อาคาร
- อาคารบ้านพักพนักงาน	2 อาคาร

ปัจจุบัน บริษัทมีระบบการผลิตแยกตามสายการผลิตหลัก ๆ ออกเป็น 3 สายการผลิต โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. สายการผลิตตัวเรือนก๊อกรน้ำและผลิตอุปกรณ์ทองเหลืองที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์บางชนิดที่ทำจากทองเหลือง

เครื่องจักร - ในสายการผลิตตัวเรือนก๊อกรน้ำและผลิตอุปกรณ์ทองเหลืองที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์บางชนิดที่ทำจากทองเหลือง มีเครื่องจักรทั้งหมดตามรายการต่อไปนี้

เครื่องจักร	จำนวน/หน่วย
(1) เครื่องทดสอบสเปกโตรมิเตอร์ ตรวจสอบค่าสาร	1 เครื่อง
(2) เครื่องยิงทราย ขนาด 300 กิโลกรัม	1 เครื่อง
(3) เตาหลอม	2 เตา
(4) เครื่องปั๊ม 80 ตัน	3 เครื่อง
(5) เครื่องปั๊ม 25 ตัน	2 เครื่อง
(6) เครื่องกลึงเล็ก	10 เครื่อง
(7) เครื่องกลึง 2 หัว	5 เครื่อง
(8) เครื่องกลึง 6 หัว	1 เครื่อง
(9) เครื่องกลึงแบบ CNC	3 เครื่อง

แรงงาน - ใช้แรงงานรายวันจำนวน 20 คน (เป็นแรงงานต่างด้าว 6 คน มีใบอนุญาตทำงานถูกต้องตามกฎหมาย) ทำงาน 1กะต่อวัน ชั่วโมงแรงงาน 8 ชั่วโมง เริ่มตั้ง 07.00 – 16.00 น. (พักเพียง 60 นาที)

กำลังการผลิต - ปัจจุบันใช้กำลังการผลิตประมาณร้อยละ 50 (ใช้เตาหลอม 1 เตา) คิดเป็นจำนวนเฉลี่ยประมาณ 2,000 ชิ้นต่อวัน และโดยปกติแล้วจะผลิตได้ต่างจากค่าเฉลี่ย ซึ่งอาจจะมากกว่าหรือน้อยกว่าค่าเฉลี่ยไม่เกินร้อยละ 10 ขึ้นอยู่กับขนาดของชิ้นส่วนที่ผลิต กล่าวคือ หากชิ้นส่วนที่ต้องการผลิตมีขนาดใหญ่จะทำให้ผลิตได้ช้า จำนวนที่ผลิตได้ก็จะน้อยกว่าค่าเฉลี่ย ในทางตรงกันข้ามหากชิ้นส่วนที่ต้องการผลิตมีขนาดเล็กจะทำให้ผลิตได้เร็ว จำนวนชิ้นงานที่ผลิตได้ก็จะมากกว่าค่าเฉลี่ย

อัตราสูญเสียจากการผลิต

การผลิตตัวเรือนทองเหลือง เพื่อนำไปประกอบเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปประเภทก๊อกรน้ำและการผลิตอุปกรณ์ทองเหลืองที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์บางชนิด ต้องคำนึงถึงคุณภาพของชิ้นงานที่ผลิตว่าสามารถใช้งานได้จริง ไม่มีการร้าวซึมหรือเกิดข้อผิดพลาดที่ทำให้ชิ้นงานไม่มีคุณภาพ อาทิ รูปร่างไม่ได้ตามที่ต้องการหรืออาจมีส่วนที่เกิดรอยที่ทำให้ชิ้นงานมีตำหนิ ฯลฯ แต่อย่างไรก็ตาม ชิ้นงานที่ไม่ได้คุณภาพดังกล่าวสามารถนำเข้าเตาหลอมใหม่ได้โดยไม่ต้องทิ้งชิ้นงานนั้นๆ ซึ่งทำให้กล่าวได้ว่าไม่มีการสูญเสียในการผลิต หรือมีมูลค่าความสูญเสียต่ำ ประกอบกับผู้บริหารได้ให้ความสำคัญกับการควบคุมประสิทธิภาพการผลิต รวมทั้ง ปัจจุบัน ธุรกิจของบริษัท เน้นการนำเข้าผลิตภัณฑ์และชิ้นส่วนเพื่อนำมาประกอบ สำหรับจำหน่ายให้กับลูกค้า เป็นหลัก จึงทำให้มูลค่าการสูญเสียจากการผลิตต่ำและไม่มีความสำคัญ

2. สายการประกอบผลิตภัณฑ์ก๊อกเซรามิค

เครื่องจักร - ในสายการประกอบผลิตภัณฑ์ก๊อกเซรามิค มีเครื่องจักรทั้งหมดตามรายการต่อไปนี้

เครื่องจักร	จำนวน/หน่วย
(1) เครื่องตรวจสอบการร่วซึม	1 เครื่อง
(2) เครื่องตรวจสอบการเปิด/ปิดน้ำ	1 เครื่อง
(3) ไซควงลมใช้สำหรับประกอบ	10 เครื่อง

แรงงาน - ใช้แรงงานรายวันจำนวน 20 คน ทำงาน 1กะต่อวัน ชั่วโมงแรงงาน 8 ชั่วโมง เริ่มตั้งแต่ 09.00 น. – 17.00 น. (พักเที่ยง 60 นาที)

กำลังการผลิต - เนื่องจากการประกอบผลิตภัณฑ์ก๊อกเซรามิค มีปัจจัยที่เป็นตัวแปรหลักในการผลิตคือ แรงงาน ดังนั้นกำลังการผลิตจึงขึ้นอยู่กับจำนวนแรงงานที่ใช้ โดยปกติ 1 สายการประกอบผลิตภัณฑ์ จะใช้พนักงานจำนวน 4 คน สามารถประกอบผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปได้เฉลี่ยประมาณ 1,000 ชิ้นต่อวันต่อ 1 สายการประกอบ ซึ่งอาจจะมากกว่าหรือน้อยกว่าค่าเฉลี่ยไม่เกินร้อยละ 10 ขึ้นอยู่ความยากง่ายของขั้นตอนการประกอบผลิตภัณฑ์

3. สายการประกอบผลิตภัณฑ์ก๊อบบอล

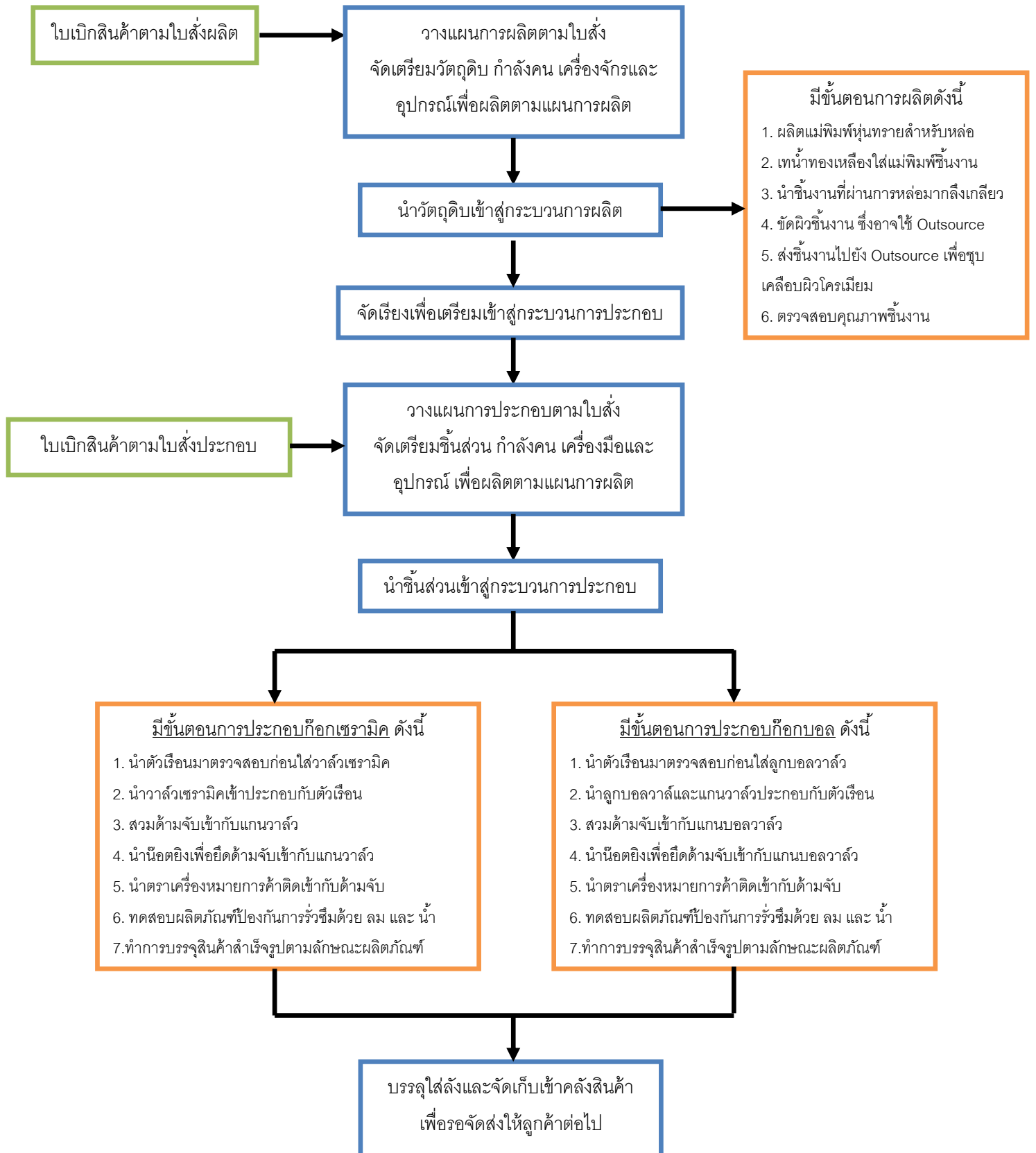
เครื่องจักร - ในสายการประกอบผลิตภัณฑ์ก๊อบบอล มีเครื่องจักรทั้งหมดตามรายการต่อไปนี้

เครื่องจักร	จำนวน/หน่วย
(1) เครื่องตรวจสอบการร่วซึม	1 เครื่อง
(2) เครื่องตรวจสอบการเปิด/ปิดน้ำ	1 เครื่อง
(3) ไซควงลมใช้สำหรับประกอบ	8 เครื่อง

แรงงาน - ใช้แรงงานรายวันจำนวน 7 คน ทำงาน 1กะต่อวัน ชั่วโมงแรงงาน 8 ชั่วโมง เริ่มตั้งแต่ 07.00 – 16.00 น. (พักเที่ยง 60 นาที)

กำลังการผลิต - เนื่องจากการประกอบผลิตภัณฑ์ก๊อบบอล มีปัจจัยที่เป็นตัวแปรหลักในการผลิตคือแรงงาน ดังนั้นกำลังการผลิตจึงขึ้นอยู่กับจำนวนแรงงานที่ใช้ โดยปกติ 1 สายการประกอบผลิตภัณฑ์ จะใช้พนักงานจำนวน 7 คน สามารถประกอบผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปได้เฉลี่ยประมาณ 1,500 ชิ้นต่อวัน ซึ่งอาจจะมากกว่าหรือน้อยกว่าค่าเฉลี่ยไม่เกินร้อยละ 10 ขึ้นอยู่ความยากง่ายของขั้นตอนการประกอบผลิตภัณฑ์

แผนภาพแสดงขั้นตอนการผลิตสินค้าของบริษัท



2. การจัดหา วัตถุดิบ ชิ้นส่วนประกอบ และผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป

บริษัทมีการศึกษาและพัฒนากระบวนการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและความหลากหลาย สามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภค ประกอบกับความพยายามในการสรรหาผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ อย่างครบวงจร แต่ทั้งนี้ ต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์บางประเภทไม่คุ้มค่าต่อการลงทุน เนื่องจากสาเหตุต่าง ๆ อาทิเช่น เงินลงทุนในเครื่องจักรที่มีมูลค่าสูง หรือการผลิตผลิตภัณฑ์บางชนิดที่ต้องการประสบการณ์และความชำนาญของผู้ควบคุม และแรงงานที่ใช้ในการผลิต ฯลฯ ทำให้บริษัทเลือกที่จะสั่งผลิตชิ้นส่วนต่าง ๆ มาเพื่อประกอบเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป รวมไปถึงสั่งผลิตผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปตามรูปแบบ คุณภาพและมาตรฐานที่บริษัทต้องการจากผู้จัดหาสินค้าหรือผู้ผลิตที่มีประสบการณ์และความชำนาญในการผลิตในผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพภายใต้ต้นทุนที่สมเหตุสมผล บริษัทจึงมีการกำหนดนโยบายและขั้นตอนการดำเนินการจัดหาวัตถุดิบ ชิ้นส่วนประกอบและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปจากบุคคลภายนอก โดยมีฝ่ายจัดซื้อเป็นผู้ดำเนินการตามขั้นตอนที่มีการกำหนดไว้อย่างเป็นระบบ ซึ่งมีการจัดเก็บข้อมูลการประเมินคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่สั่งซื้อโดยการเปรียบเทียบราคาที่มีการเสนอจากผู้จัดหาสินค้ามากกว่า 1 รายขึ้นไป เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อทางบริษัท

ตารางสรุปข้อมูลการจัดหาวัตถุดิบ ชิ้นส่วนประกอบ และผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป

วัตถุดิบ ชิ้นส่วน และผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป	สัดส่วนเปรียบเทียบกับยอดซื้อรวม (ร้อยละ)		
	ในประเทศ	ต่างประเทศ	รวมทั้งในและต่างประเทศ
(1) ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป	20.22	58.42	78.64
(2) ทองเหลือง	1.32	9.66	10.98
(3) ชิ้นส่วนประกอบ	-	9.90	9.90
(4) ทราวยแก้วและวัสดุสิ้นเปลือง	0.24	-	0.24
(5) สังกะสี	0.19	-	0.19
(6) อลูมิเนียม	0.05	-	0.05
รวม	22.02	77.98	100.00

ที่มา : ข้อมูลจากบริษัท โดยสัดส่วนคำนวณจากมูลค่าที่เกิดขึ้นจริงในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2556

ในการจัดหาวัตถุดิบ ชิ้นส่วนประกอบและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปจากบุคคลภายนอก บริษัทไม่ได้มีการจัดทำสัญญาซื้อขายหรือสัญญาว่าจ้างผลิตผลิตภัณฑ์กับผู้ประกอบการรายใดแต่อย่างใด และฝ่ายจัดซื้อจะจัดทำข้อมูลเปรียบเทียบเงื่อนไขของผู้ขายหรือผู้จัดหาผลิตภัณฑ์ปีละ 1 ครั้ง เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลสำหรับการจัดหาวัตถุดิบ ชิ้นส่วนประกอบและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป โดยในปัจจุบันบริษัทมีการพึ่งพาผู้ขายหรือผู้จัดหาผลิตภัณฑ์ 1 ราย อย่างมีนัยสำคัญ คือ ผู้จัดหาผลิตภัณฑ์รายใหญ่ในประเทศจีน โดยข้อมูลการสั่งซื้อและสั่งผลิตที่เกิดขึ้นในช่วงปี 2555 บริษัทมีมูลค่าการสั่งซื้อ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 71.96 เมื่อเทียบกับยอดซื้อทั้งหมดของบริษัท และในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2556 มีสัดส่วนลดลงเหลือร้อยละ 60.46 เมื่อเทียบกับยอดซื้อทั้งหมดของบริษัท

สิทธิหรือข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ

1. ได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุน เลขที่ 1314(2)/2556 ลงวันที่ 6 มีนาคม 2556 จากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนและได้รับสิทธิประโยชน์ ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 จำนวน 1 โครงการ ในกิจการผลิตชิ้นส่วนหรืออุปกรณ์ประกอบห้องน้ำและห้องครัว ประเภท 4.3 กิจการผลิตผลิตภัณฑ์โลหะรวมทั้งชิ้นส่วนโลหะ โดยได้รับสิทธิและประโยชน์ ดังต่อไปนี้

- ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการ ที่ได้รับการส่งเสริม รวมกันไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุนไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนมีกำหนดเวลา 8 ปี นับจากวันที่เริ่มมีรายได้ โดยรายได้ที่ต้องนำมาคำนวณกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการให้รวมถึงรายได้จากการจำหน่ายผลพลอยได้ ได้แก่ เศษหรือของเสียจากกระบวนการผลิต และภาษีเงินได้นิติบุคคลที่ได้รับยกเว้น มีมูลค่าไม่เกิน 40.00 ล้านบาท ทั้งนี้จะปรับเปลี่ยนตามจำนวนเงินลงทุน โดยไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนที่แท้จริงในวันเปิดดำเนินการตามโครงการที่ได้รับการส่งเสริม
- ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าวัตถุดิบและวัสดุจำเป็นที่จะต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศเพื่อใช้ในการผลิตเพื่อการส่งออกเป็นระยะเวลา 1 ปี
- ได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ตลอดระยะเวลาที่ผู้ได้รับการส่งเสริมได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลนั้น

ปัจจุบันบริษัทยังไม่ได้เริ่มดำเนินการผลิตในส่วนที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนฯ ดังกล่าว ซึ่งคาดว่าจะเริ่มดำเนินการและรับรายได้ในปี 2557

สภาพปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบ / การจัดหาผลิตภัณฑ์เพื่อนำมาจำหน่าย

ที่ผ่านมา บริษัทมีสภาพปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบ / การจัดหาผลิตภัณฑ์เพื่อนำมาจำหน่าย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ปัญหาจากการจัดหาวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักของบริษัทคือ ทองเหลือง ซึ่งที่ผ่านมาบริษัทไม่เคยประสบปัญหาที่เกิดจากการจัดหาวัตถุดิบหลักดังกล่าวแต่อย่างใด แต่ทั้งนี้ ทางบริษัทยังคงมีความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดปัญหาจากการจัดหาวัตถุดิบดังกล่าว ซึ่งมีรายละเอียดเกี่ยวกับการจัดหาวัตถุดิบ ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น และแนวทางในการจัดการ ดังนี้

- ความผันผวนของราคาราวัตถุดิบประเภทโลหะ (ทองเหลือง)

ตามที่ได้กล่าวถึงข้อมูลแนวโน้มความต้องการและราคาราวัตถุดิบประเภทโลหะ และวัตถุดิบหลักในการผลิตผลิตภัณฑ์ของบริษัทซึ่งได้แก่ ทองเหลือง จากข้อมูลแสดงให้เห็นถึงความผันผวนของความต้องการและราคาที่เกิดขึ้นในอดีตที่ผ่านมา ซึ่งส่งผลต่อต้นทุนขายของบริษัทในช่วงที่ราคามีการปรับตัวขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้บริษัทต้องทำการปรับขึ้นราคาสินค้า โดยที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันบริษัทมีการบริหารจัดการในส่วนของกระบวนการผลิต การจัดซื้อและการบริหารสต็อกวัตถุดิบคงเหลือ เพื่อให้สามารถควบคุมระดับสัดส่วนของต้นทุนขายไม่ให้ความผันผวนจนส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงานของบริษัท ส่งผลให้บริษัทไม่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงานจากปัญหาความผันผวนของราคาทองเหลืองแต่อย่างใด

- การขาดแคลนวัตถุดิบประเภทโลหะ (ทองเหลือง)

บริษัทได้ติดตามข่าวสารและข้อมูลเพื่อวิเคราะห์แนวโน้มปริมาณความต้องการและราคาทองเหลืองอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถบริหารจัดการซื้อและการบริหารสต็อกวัตถุดิบคงเหลือได้สอดคล้องกับปริมาณความต้องการวัตถุดิบที่ใช้ผลิตได้อย่างเพียงพอ เพื่อป้องกันภาวะการขาดแคลนวัตถุดิบทองเหลืองที่เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซึ่งโดยปกติบริษัทจะดำเนินการสั่งซื้อทองเหลืองเข้ามาทุกๆ 2 เดือน ในปริมาณที่คาดการณ์ไว้ให้สอดคล้องกับปริมาณความต้องการวัตถุดิบเพื่อนำไปผลิตตัวเรือนทองเหลืองนำไปประกอบเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปประเภทก๊อกรุ่นและผลิตอุปกรณ์ทองเหลืองที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์บางชนิดอย่างเพียงพอ ซึ่งที่ผ่านมาบริษัทไม่เคยประสบปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบทองเหลืองแต่อย่างใด โดยปัจจุบันบริษัทมีการนำเข้าทองเหลืองจากผู้ประกอบรายใหญ่ในประเทศเยอรมนีเป็นหลักเนื่องจากเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีความน่าเชื่อถือ มีประวัติการดำเนินงานมายาวนาน เป็นที่รู้จักกันดีในระดับโลก และราคาจำหน่ายมีความเหมาะสม ทำให้บริษัทนำเข้าวัตถุดิบจากผู้ประกอบการรายดังกล่าวเป็นหลัก อย่างไรก็ตามบริษัทมีการสั่งซื้อวัตถุดิบทองเหลืองจากบริษัทภายในประเทศที่เป็นตัวแทนนำเข้าทองเหลือง โดยการเลือกนำเข้าโดยตรงหรือซื้อจากตัวแทนนำเข้านั้น จะพิจารณาความเหมาะสมขึ้นอยู่กับว่าในช่วงเวลานั้นต้นทุนการจัดหาทองเหลืองจากแหล่งใดต่ำกว่า หรืออาจซื้อจากตัวแทนนำเข้าในกรณีที่มีความต้องการวัตถุดิบเร่งด่วน

- ปัญหาการพึ่งพิงผู้ผลิต / ผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบประเภทโลหะ (ทองเหลือง)

บริษัทมีการนำเข้าทองเหลืองจากผู้ประกอบรายใหญ่ในประเทศเยอรมนีเป็นหลัก และพิจารณาสั่งซื้อวัตถุดิบทองเหลืองจากบริษัทภายในประเทศที่เป็นตัวแทนนำเข้าทองเหลือง พิจารณาความเหมาะสมขึ้นอยู่กับว่าในช่วงเวลานั้นต้นทุนการจัดหาทองเหลืองจากแหล่งใดต่ำกว่า โดยข้อมูลการสั่งซื้อที่เกิดขึ้นในช่วงปี 2555 บริษัทมีมูลค่าการนำเข้าทองเหลืองจากต่างประเทศ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.12 และซื้อจากตัวแทนนำเข้าคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.87 เมื่อเทียบกับยอดซื้อทั้งหมดของบริษัท และในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2556 บริษัทมีมูลค่าการนำเข้าทองเหลืองจากต่างประเทศ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.66 และซื้อจากตัวแทนนำเข้าคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.32 เมื่อเทียบกับยอดซื้อทั้งหมดของบริษัท จากการดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า บริษัทจะสามารถหาแนวทางป้องกันการขาดแคลนหรือพึ่งพิงในการจัดหาทองเหลืองได้ เนื่องจากบริษัทมีทางเลือกในการนำเข้าโดยตรงจากต่างประเทศหรือซื้อจากตัวแทนนำเข้า ขึ้นอยู่กับต้นทุนการจัดหาทองเหลืองและปริมาณความต้องการทองเหลืองในแต่ละช่วงเวลา อีกทั้งยังสามารถรองรับความต้องการวัตถุดิบเร่งด่วนได้อีกด้วย

- ปัญหาเรื่องการจัดเก็บวัตถุดิบ

ในการบริหารสต็อกวัตถุดิบคงเหลือ และการจัดการต่าง ๆ เกี่ยวกับวัตถุดิบทองเหลืองนั้น บริษัทมีการนำเข้าวัตถุดิบทองเหลืองแต่ละครั้งตามกำหนด โดยมีการพิจารณาถึงปริมาณที่เหมาะสมสอดคล้องกับปริมาณการผลิตและการส่งมอบสินค้าที่คาดว่าจะเกิดขึ้น เพื่อให้วัตถุดิบทองเหลืองเพียงพอต่อความต้องการในการนำไปผลิตผลิตภัณฑ์ซึ่งวัสดุทองเหลืองที่นำเข้าจะถูกนำไปจัดเก็บที่โรงงาน และมีการควบคุมสต็อกอย่างเป็นระบบ ซึ่งพนักงานจะดำเนินการเบิกตามขั้นตอนเพื่อนำไปผลิตและในการผลิตจะมีการเก็บข้อมูลปริมาณที่ผลิตได้และส่วนสูญเสียที่เกิดขึ้นในขั้นตอนต่าง ๆ ได้แก่ ชิ้นส่วนที่ไม่ได้มาตรฐาน ส่วนเกินที่จะต้องตัดออก รวมถึงเศษที่เกิดจากกระบวนการกลึง ฯลฯ อันนำมาซึ่งการก่อให้เกิดเศษทองเหลืองจากกระบวนการผลิตนั้น พนักงานของบริษัทจะทำหน้าที่ในการรวบรวมเศษทองเหลืองที่เกิดขึ้น

ในทุกกระบวนการผลิต โดยจะนำกลับไปเข้าเตาหลอมเพื่อหลอมให้เป็นน้ำทองเหลืองและหล่อขึ้นรูปใหม่เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่อีกครั้ง ดังนั้นในกระบวนการผลิตจึงมีส่วนที่สูญเสียจากการระเหยและส่วนที่ไม่สามารถหลอมละลายด้วยความร้อนที่ใช้ในเตาหลอมที่เกิดเป็นส่วนสูญเสียจริงเท่านั้น

ปัญหาจากการส่งผลิตผลิตภัณฑ์จากบุคคลภายนอก

ที่ผ่านมาบริษัทไม่เคยประสบปัญหาที่เกิดจากการส่งผลิตผลิตภัณฑ์จากบุคคลภายนอก แต่ทั้งนี้ บริษัทมีการสั่งผลิตชิ้นส่วนและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป จากผู้จัดหาสินค้ารายใหญ่จากประเทศจีนเป็นมูลค่าจำนวนมากและสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 30 เมื่อเปรียบเทียบกับยอดซื้อทั้งหมดของบริษัท โดยบริษัทมีการพึงพิงในการสั่งผลิตชิ้นส่วนและผลิตภัณฑ์ซึ่งมีรายละเอียดเกี่ยวกับที่มาของการพึ่งพิงดังกล่าว ความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น และแนวทางในการจัดการ ดังนี้

- การพึ่งพิงการสั่งผลิตชิ้นส่วนและผลิตภัณฑ์จากผู้จัดหาสินค้าในประเทศจีน

บริษัทมีนโยบายและขั้นตอนการดำเนินการจัดหาวัตถุดิบ ชิ้นส่วน หรือแม้กระทั่งผลิตผลิตภัณฑ์จากบุคคลภายนอก โดยมีฝ่ายจัดซื้อเป็นผู้ดำเนินการตามขั้นตอนที่มีการกำหนดไว้อย่างเป็นระบบ ซึ่งการจัดซื้อวัตถุดิบชิ้นส่วน หรือการสั่งผลิตผลิตภัณฑ์จากบุคคลภายนอกนั้น จะต้องมีการจัดเก็บข้อมูลประเมินคุณสมบัติของสินค้าที่จะสั่งซื้อ การเปรียบเทียบราคาที่มีการเสนอจากผู้ขายสินค้ามากกว่า 1 รายขึ้นไป และจะต้องทำการประเมินผู้ขายสินค้าใหม่ทุกครั้งในรอบระยะเวลาที่กำหนดเพื่อให้แน่ใจว่าการจัดซื้อเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อทางบริษัท แต่อย่างไรก็ตามจากการประเมินของฝ่ายจัดซื้อผลลัพธ์ที่ได้คือ การสั่งซื้อหรือสั่งผลิตผลิตภัณฑ์จากผู้จัดหาสินค้ารายใหญ่ในประเทศจีน ได้รับความเหมาะสมที่สุดในหลายผลิตภัณฑ์ เนื่องด้วยบริษัทดังกล่าวมีรัฐบาลท้องถิ่นของประเทศจีนเป็นผู้ถือหุ้น ในสัดส่วนร้อยละ 33.50 โดยที่ผ่านมาผู้จัดหาสินค้ารายใหญ่นำมาดำเนินบทบาทเป็นผู้จัดหาชิ้นส่วนประกอบและสินค้าสำเร็จรูปในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่กอนำให้กับบริษัทมาเป็นระยะเวลากว่า 4 ปี ทั้งยังเป็นผู้จัดหาสินค้าจำนวนมากและประกอบธุรกิจหลากหลายประเภทส่งผลให้มีอำนาจต่อรองทางการค้าสูง สามารถจัดหาสินค้าได้ในราคาที่ต่ำ ประกอบกับในประเทศจีนมีโรงงานอุตสาหกรรมผลิตผลิตภัณฑ์ที่กอนำและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์จำนวนมาก ทำให้เกิดการแข่งขันใกล้เคียงกับตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ส่งผลให้ผู้บริโภคหรือผู้เลือกซื้อสินค้าได้รับผลประโยชน์ เนื่องจากการแข่งขันสูง สินค้ามีความใกล้เคียง สามารถทดแทนกันได้ ทำให้ผู้จัดหาสินค้าเป็นผู้ได้เปรียบในการเจรจาต่อรองราคาสินค้า ในขณะที่เดียวกันการสั่งซื้อสินค้าจากผู้จัดหาสินค้ารายใหญ่มีการรับประกันคุณภาพของสินค้า ซึ่งหากคุณภาพของสินค้าที่ได้รับไม่ได้มาตรฐานหรือไม่เป็นไปตามที่ตกลงไว้ตามรายละเอียดการสั่งซื้อหรือสั่งผลิต บริษัทสามารถเปลี่ยนหรือคืนสินค้าดังกล่าวได้ ซึ่งผู้จัดหาสินค้ารายใหญ่จะเป็นผู้รับผิดชอบและช่วยแก้ไขปัญหาระหว่างสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพมาตรฐานตามที่สั่งซื้อหรือสั่งผลิตได้ ซึ่งเมื่อเทียบกับการสั่งซื้อสินค้าจากโรงงานผู้ผลิตในประเทศจีนโดยตรงหรือจากผู้จัดหาสินค้ารายอื่น ๆ บริษัทอาจไม่ได้รับการชดเชยหรือรับผิดชอบต่อสินค้าที่จัดส่งมาแล้วไม่ได้คุณภาพมาตรฐานตามที่ตกลงกันไว้ โดยการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางผู้จัดหาสินค้ารายใหญ่จะแตกต่างออกไปเนื่องด้วยความน่าเชื่อถือและอำนาจในการต่อรอง และมีกระบวนการควบคุมคุณภาพสินค้าก่อนที่จะดำเนินการรับมอบสินค้า ซึ่งจะทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยควบคุมด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้กับบริษัทในขั้นหนึ่งก่อนจัดส่งต่อไปให้กับบริษัท ด้วยเหตุผลตามที่กล่าวมาทั้งหมดเป็นที่มาของการจัดซื้อหรือการสั่งผลิตผลิตภัณฑ์จากผู้จัดหาสินค้ารายใหญ่ว่าได้รับการประเมินว่า มีความเหมาะสมที่สุด ช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัททำการค้ากับผู้จัดหาสินค้าดังกล่าวมาอย่างยาวนานโดยมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้บริหารบริษัทตั้งแต่อ่อนที่บริษัทจะถูกก่อตั้งขึ้น และไม่

เคยมีข้อขัดแย้งหรือข้อขัดข้องในการทำการค้าระหว่างกันแต่อย่างใดตลอดช่วงเวลาที่ผ่านมา ซึ่งจากข้อมูลการจัดซื้อทางบริษัทมีการสั่งซื้อสินค้า ในปี 2555 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 71.96 เมื่อเทียบกับยอดซื้อรวมทั้งหมดของบริษัทและในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2556 มีสัดส่วนลดลงคิดเป็นร้อยละ 60.46 เมื่อเทียบกับยอดซื้อรวมทั้งหมดของบริษัท โดยผู้จัดหาสินค้ารายใหญ่มียอดขายในปี 2555 เท่ากับ 3,820.56 ล้านบาท คิดเป็น 19,057.72 ล้านบาท (คำนวณจากอัตราแลกเปลี่ยน ณ วันที่ 28 ธันวาคม 2555) โดยมียอดการจำหน่ายสินค้าให้กับบริษัท คิดเป็นสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 0.69 เมื่อเทียบกับยอดขายทั้งหมดในปี 2555 ของผู้จัดหาสินค้ารายใหญ่

อย่างไรก็ตาม บริษัทตระหนักถึงประเด็นการพึ่งพิงการสั่งซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์จากผู้จัดหาสินค้าดังกล่าว ซึ่งเชื่อได้ว่ามีโอกาสน้อยมากที่จะก่อให้เกิดเหตุการณ์ที่จะส่งผลกระทบต่อบริษัทในการสั่งซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์จากผู้จัดหาสินค้ารายดังกล่าว แต่ทั้งนี้ หากเกิดเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อคำสั่งซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์ อาจส่งผลกระทบต่อบริษัทในระยะเวลานานขึ้น แต่เชื่อได้ว่าจะมีผลกระทบไม่มากเนื่องด้วยเหตุผลที่กล่าวไปแล้วว่าประเทศจีนมีอุตสาหกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์กักน้ำและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์จำนวนมาก บริษัทก็สามารถจัดหาหรือสั่งซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์จากผู้จัดหาสินค้าหรือผู้ประกอบการรายอื่นได้ อีกทั้งปัจจุบันผู้ผลิตผลิตภัณฑ์กักน้ำและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับประปาและสุขภัณฑ์ในประเทศไทยได้พัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตประกอบกับประสิทธิภาพและความชำนาญ ทำให้บริษัทมีการสั่งซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์บางชนิดภายในประเทศแล้ว

3.4 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายบริษัทที่ต้องการให้กระบวนการผลิตของบริษัทเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม บริษัทจึงได้มีการวางแผนเพื่อบริหารจัดการกับมลภาวะที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิตภายในโรงงาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ฝุ่นและควันที่เกิดจากการเผาไหม้เชื้อเพลิงในเตาหลอม

เนื่องจากฝุ่นและควันที่เกิดจากการเผาไหม้เชื้อเพลิงในเตาหลอม ซึ่งมีส่วนผสมของฝุ่นละอองและก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เป็นจำนวนมาก ถ้าหากมีการปล่อยสู่ภายนอกโดยทันทีจะส่งผลกระทบต่อมลภาวะทางอากาศ ดังนั้น บริษัทจึงติดตั้งเครื่องดูดควันที่ออกจากเตาหลอม นำมาเข้ากระบวนการผ่านน้ำเพื่อให้เศษฝุ่นละอองซึ่งมีส่วนผสมของสังกะสีตกตะกอน ก่อนปล่อยก๊าซที่ผ่านการกรองฝุ่นละอองออกแล้วสู่ภายนอก

- เศษชี้เถ้าทองเหลืองที่เหลือจากการหลอมทองเหลืองในเตาหลอม

จากกระบวนการหลอมทองเหลืองเพื่อขึ้นรูปชิ้นงาน โดยใช้เตาหลอมหลอมทองเหลืองด้วยความร้อนสูงเพื่อให้ได้น้ำทองเหลืองนำไปเทขึ้นรูปชิ้นงาน จะมีทองเหลืองบางส่วนที่หลอมละลายไม่หมดปนอยู่ในเศษชี้เถ้าที่เหลือนเศษชี้เถ้าดังกล่าวทางบริษัทจะทำการเก็บรวบรวมเศษชี้เถ้าทองเหลือง ที่เหลือจากการหลอมในเตาของแต่ละสัปดาห์ไว้เพื่อจัดเก็บอย่างมิดชิดและเพื่อรวบรวมรอให้ได้ปริมาณมากจึงติดต่อให้ผู้รับซื้อเศษชี้เถ้าทองเหลืองที่ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงานประเภทคัดแยกสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว มาขนออกจากโรงงานหลังจากมีการได้ตกลงซื้อขายแล้ว ซึ่งผู้รับซื้อเศษชี้เถ้าทองเหลืองจะนำไปหลอมเพื่อแยกทองเหลืองที่ปนอยู่ในเศษชี้เถ้าด้วยความร้อนสูงที่สามารถหลอมละลายเศษทองเหลืองดังกล่าวนี้ได้ ซึ่งสามารถนำไปเป็นส่วนประกอบใช้หลอมพระพุทธรูปต่อไป

- ฝุ่นทองเหลืองที่เกิดจากการกลิ้งเกลียวชิ้นงานทองเหลือง

การกลิ้งชิ้นงานทองเหลืองคือ การนำชิ้นส่วนที่หลอมขึ้นรูปเสร็จเรียบร้อยแล้วมากลิ้งเกลียว ซึ่งทำให้เกิดเศษฝุ่นทองเหลืองจากการกลิ้ง โดยฝุ่นทองเหลืองเป็นโลหะหนักชนิดหนึ่งที่เกิดอันตรายต่อร่างกายได้หากเข้าสู่ร่างกายในปริมาณมากเกินไปอาจส่งผลต่อระบบทางเดินหายใจ ระบบทางเดินอาหาร และประสาทสัมผัส เนื่องจากฝุ่นทองเหลืองดังกล่าวทำให้ระคายเคืองผิวหนังหรือส่วนอื่นของร่างกายภายนอกได้ง่าย บริษัทจึงได้ดำเนินการวางระบบการจัดการโดยมีการทำผนังกันเพื่อป้องกันการกระจายของเศษและฝุ่นทองเหลืองจากการกลิ้งและมีเครื่องดูดเศษและฝุ่นทองเหลืองเพื่อรวบรวมและนำกลับไปใส่เตาหลอมใหม่อีกครั้ง ทั้งนี้ในส่วนของเครื่องจักรรุ่นใหม่ที่ใช้ในการกลิ้งเกลียวชิ้นงานทองเหลืองจะมีส่วนดักเศษฝุ่น ซึ่งจะไม่ก่อให้เกิดการการฟุ้งกระจายแบบเดียวกับเครื่องจักรรุ่นเก่า

3.5 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -