

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์

บริษัทมุ่งเน้นการเป็นผู้นำผลิตภัณฑ์แผ่นเหล็กชุบสังกะสีป้องกันสนิม และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง โดยมุ่งเน้นการสรรหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด

วัตถุประสงค์

บริษัทสามารถมีผลการดำเนินงานเติบโตขึ้นทุกปี พร้อมทั้งมีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อรองรับและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดอย่างต่อเนื่อง

เป้าหมาย

- บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายที่จะเพิ่มผลประกอบการให้มีอัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยไม่น้อยกว่าร้อยละ 15 ต่อปี
- บริษัทฯ จะเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้นอย่างน้อยปีละ 1 ผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์ในการดำเนินงาน

1. ดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลงความต้องการของตลาด ในช่วงสองปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ประสบผลสำเร็จในการผลิตสินค้า และผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น

- 1.1 แผ่นเหล็กชุบสังกะสีเคลือบสีแบบม้วน (Colored Metal Sheet Coil) หรือ PPGI ซึ่งในปัจจุบันเป็นที่ แพร่หลาย ใช้ในงานมุงหลังคาแทนหลังคากระเบื้อง และแผ่นเหล็กชุบสังกะสีแบบลอน ซึ่งในปัจจุบันมีผู้ผลิตผลิตภัณฑ์นี้ได้ไม่เกิน 3 ราย สำหรับแผ่นเหล็กชุบสังกะสีเคลือบสีแบบม้วนของบริษัทฯ นั้น ในปัจจุบันได้มีการพัฒนาขึ้นจนได้รับการรับรองตามมาตรฐานอุตสาหกรรม (มอก.2131-2545) จากสำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม จึงทำให้เป็นที่ยอมรับในเรื่องคุณภาพสินค้าได้เป็นอย่างดี ยังผลทำให้สามารถเข้าถึงงานของหน่วยงานราชการได้ง่ายมากยิ่งขึ้น

1.2 รางน้ำฝนและอุปกรณ์เกี่ยวกับรางน้ำฝน

2. เสริมสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อให้เข้าถึงผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง

ในช่วงปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้รับความร่วมมือจากบริษัท นิซชิน สตีล (ประเทศไทย) จำกัด ประเทศญี่ปุ่น เพื่อความร่วมมือในด้านการพัฒนาสินค้ากลุ่มต่างๆ ของบริษัทฯ โดยในรอบปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้นำเข้าเหล็ก ZAM ซึ่งถือว่าเป็นนวัตกรรมใหม่ของเหล็กชุบป้องกันสนิมของ Nisshin Steel โดยเหล็ก ZAM นี้ถือได้ว่ามีคุณสมบัติโดดเด่นกว่าแผ่นเหล็กชุบที่มีอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งเป็นที่นิยมใช้กันอย่าง แผ่นเหล็กชุบสังกะสีและแผ่นเหล็กชุบอะลูมิเนียมและสังกะสี หรือ ที่ในตลาดรู้จักกันในชื่อ อลูซิงค์ (Alu-Zinc) โดยเหล็ก ZAM ได้เอาคุณสมบัติที่ดีของการชุบทั้งสองประเภทมารวมเข้าไว้ด้วยกัน โดยมีการใช้การชุบแผ่นเหล็กด้วยสังกะสีและอะลูมิเนียมในสัดส่วนที่เหมาะสม

ขึ้น และมีการเพิ่ม Magnesium เข้าไปในส่วนผสม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการป้องกันสนิมให้ได้มากยิ่งขึ้น ในปัจจุบันที่ประเทศญี่ปุ่นมีการนำเอาเหล็ก ZAM เข้ามาใช้อย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะงานด้านโครงสร้างบ้าน เครื่องใช้ไฟฟ้า งานด้านเกษตรกรรม หรือแม้แต่งานโครงสร้างที่ใช้สำหรับโซลาร์ฟาร์ม (Solar Farm) ทั้งนี้ ทางบริษัทฯ ยังคงมุ่งหาพันธมิตรทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาสินค้าของบริษัทฯ ต่อไป

1. ส่งเสริมการขยายฐานการตลาด โดยทำการจัดตั้งทีมงานด้านการขายสำหรับในแต่ละพื้นที่ เพื่อให้สามารถครอบคลุมได้ทั่วทั้งประเทศมากยิ่งขึ้น โดยในทุกๆ เดือน บริษัทฯ ได้จัดส่งทีมการตลาดออกสำรวจเยี่ยมเยียนร้านค้าต่างๆ ที่เป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัทฯ และเสาะหาตัวแทนจำหน่ายในพื้นที่อื่นๆ โดยรอบเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งแตกต่างจากวิธีการตลาดแบบเดิมที่ใช้ตัวแทนจำหน่ายรายเดิมๆ ดังที่บริษัทฯ เคยปฏิบัติมาก่อนหน้า นอกจากนี้ทีมงานด้านการตลาดสามารถทำให้บริษัทฯ ได้ทราบถึงข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวในตลาดได้เป็นอย่างดี ทำให้สามารถปรับปรุงแผนงานให้สอดคล้องและรองรับกับสถานการณ์ที่แปรเปลี่ยนได้เป็นอย่างดี

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

พัฒนาการที่สำคัญของบริษัท

บริษัทได้ก่อตั้งขึ้นในปีพ.ศ.2501 ชื่อว่า บริษัท ไทยแลนด์ไอออนเวคส์ จำกัด มีสำนักงานและโรงงานตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร การจัดตั้งบริษัทขึ้นนั้น เป็นการร่วมลงทุนกันระหว่างผู้ลงทุนชาวไทยและชาวญี่ปุ่น โดยมีวัตถุประสงค์ในการผลิตแผ่นเหล็กชุบสังกะสีขึ้นเองภายในประเทศ เพื่อทดแทนการนำเข้าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจากต่างประเทศ เนื่องจากในขณะนั้น บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์แผ่นเหล็กชุบสังกะสีเป็นรายแรกของประเทศ บริษัทฯ จึงได้รับการส่งเสริมการลงทุนภายใต้พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุนที่มีผลบังคับใช้อยู่ในเวลานั้น โดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนเป็นผู้รับรองการได้รับการส่งเสริมการลงทุนดังกล่าวแก่บริษัทฯ



ในปีพ.ศ.2503 เป็นปีแรกที่สายการผลิตซึ่งประกอบไปด้วยเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยอย่างครบครัน ได้เริ่มผลิตผลิตภัณฑ์แผ่นเหล็กชุบสังกะสีเป็นครั้งแรก นับเป็นการผลิตเหล็กแผ่นชุบสังกะสีแผ่นแรกในประเทศไทย ทั้งนี้ บริษัทได้ทูลเกล้าทูลกระหม่อมถวายผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้จำนวน 1,000 แผ่นแรก แต่พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช (รัชกาลที่ 9)

ในปีพ.ศ.2535 บริษัท ซึ่งมีกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ประกอบด้วย บริษัท มิตซูบิชิ จำกัด, บริษัท มิตรสยาม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด และ กลุ่มครอบครัวสิริสวัสดิ์ตระกูล ได้นำหลักทรัพย์ของบริษัทฯ เข้าจดทะเบียน และดำรงสถานะเป็นบริษัทรับอนุญาตในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย นอกจากนั้น บริษัทฯ ยังได้ย้ายสถานประกอบการจากเดิมที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร ไปอยู่ที่จังหวัดสมุทรปราการ เนื่องจากการขยายตัวของเขตเมืองและพื้นที่ที่ใช้อยู่อาศัยขึ้นในในเขตกรุงเทพมหานคร ในครั้งนั้น บริษัทฯ ได้สร้างโรงงานใหม่และปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตเป็นกระบวนการผลิตแบบต่อเนื่อง ซึ่งทำให้บริษัทฯ สามารถผลิตผลิตภัณฑ์แผ่นเหล็กชุบสังกะสีที่มีคุณลักษณะหลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างสมบูรณ์

ในปีพ.ศ.2537 บริษัทฯ ได้แปรสภาพจากบริษัทจำกัด เป็นบริษัทมหาชนจำกัด ชื่อว่า บริษัท ไทยแลนด์ ไอออนเวลส์ จำกัด (มหาชน) และเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทเป็น 100,000,000 บาท

เหตุการณ์สำคัญของบริษัทฯ ที่เกิดขึ้นระหว่างปี พ.ศ.2538 ได้แก่

- การเพิ่มทุนเรียกชำระของบริษัทอีกจำนวน 1,000,000 หุ้น โดยการกระจายหุ้นให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม ทำให้หุ้นที่ออกและเรียกชำระแล้วของบริษัทฯ ซึ่งจดทะเบียนต่อกระทรวงพาณิชย์ มีจำนวนรวม 60,000,000 บาท
- บริษัทได้ผลิตและนำผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ แผ่นเหล็กชุบสังกะสีเคลือบสี ออกสู่ตลาด เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศ และ เพื่อส่งออกไปยังผู้บริโภคในประเทศเพื่อนบ้าน



นับตั้งแต่ที่บริษัทฯ ได้ก่อตั้งมา บริษัทฯ ได้สั่งสมประสบการณ์และชื่อเสียงในการเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์แผ่นเหล็กชุบสังกะสีและแผ่นเหล็กชุบสังกะสีเคลือบสีคุณภาพสูง มีความหลากหลายในรูปแบบและชนิดของการอัดลอน ได้แก่

ชนิดลอนใหญ่ ชนิดลอนเล็ก ชนิดลอนเหลี่ยม และชนิดแผ่นเรียบ ภายใต้เครื่องหมายการค้าที่แยกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ คือ ระดับความหนาของแผ่นเหล็กและความหนาของชั้นเคลือบสังกะสีที่แตกต่างกัน จะเป็นเครื่องหมายการค้า "สามดาว" "หนึ่งดาว" , ผลิตภัณฑ์ชนิดอัดลอน เครื่องหมายการค้า "DDD" ส่วนผลิตภัณฑ์ชนิดแผ่นเรียบ เครื่องหมายการค้า "TIW"

ในปีพ.ศ.2547 บริษัทได้เพิ่มธุรกิจอีกหนึ่งประเภท นั่นคือ การให้บริการติดตั้งหลังคาและผนัง โดยเป็นการให้บริการอย่างต่อเนื่องแก่ผู้รับเหมาก่อสร้างหลักของโครงการในแต่ละโครงการก่อสร้างที่มีอยู่ทั่วประเทศ



ในปีพ.ศ.2551 หุ้นสามัญของบริษัททั้งจำนวน ซึ่งถือโดยผู้ถือหุ้นรายใหญ่รายหนึ่งของบริษัทฯ ชื่อ บริษัท มิตร ชูย์ จำกัด ได้โอนไปยังบริษัท มิตรชูย์ (เอเชียแปซิฟิค) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยในกลุ่มบริษัท มิตรชูย์ จำกัด อย่างไรก็ตาม ภายหลังการโอนหุ้นครั้งนี้แล้ว โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทฯ โดยกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ก็มิได้มีการเปลี่ยนแปลงแต่อย่างใด

ในปีพ.ศ.2555 บริษัทได้เริ่มนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด คือ "ผลิตภัณฑ์หลังคาเหล็กชุบสังกะสีเคลือบสี" ซึ่งมีความสวยงาม ทนทาน ทนสนิม ติดตั้งง่าย ทั้งงานหลังคาและฝาผนัง เหมาะสำหรับบ้านพักอาศัยและอาคารโรงงานทุกประเภท



ในปีพ.ศ.2558 บริษัทฯ ได้มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างผู้ถือหุ้นใหญ่ครั้งสำคัญ โดยมีการเข้าซื้อหุ้นของนาย ประสิทธิ์ กาญจนศักดิ์ชัย จากกลุ่มผู้ถือหุ้นเดิมผ่านการเสนอซื้อแบบ Tender Offer ตามข้อกำหนดของสำนักงาน คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งภายหลังการทำ Tender Offer ณ วันที่ 3 สิงหาคม 2558 นาย ประสิทธิ์ กาญจนศักดิ์ชัย ได้ถือหุ้นของบริษัทฯ จำนวน 4,610,168 หุ้น เท่ากับร้อยละ 76.84

ในปีพ.ศ.2559 ผลิตภัณฑ์หลังคาเหล็กชุบสังกะสีแบบเคลือบสีของบริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) และบริษัทฯ ได้ใช้เครื่องหมายการค้า "สามดาว" สำหรับผลิตภัณฑ์ดังกล่าว

ในปีพ.ศ.2560 บริษัทฯ ได้เพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ แผ่นครอบ (Ridge) ที่มีรูปทรงเพิ่มขึ้นจากเดิมที่ผลิตอยู่ เพื่อเป็น ทางเลือกให้กับลูกค้า และมีการเพิ่มเครื่องอัดลอน (Corrugated Machine) ทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็ก จำนวนละ 1 เครื่อง สำหรับผลิตสินค้าให้ได้เพียงพอกับความต้องการของลูกค้าที่มีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ในปี พ.ศ.2561 บริษัทฯ ได้มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างผู้ถือหุ้นอีกครั้ง โดยการเข้าซื้อหุ้นของนายเกรียงไกร ด้าน ชัยวิจิตร จากนายประสิทธิ์ กาญจนศักดิ์ชัย และ ณ วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2561 นายเกรียงไกร ด้านชัยวิจิตร ได้ถือหุ้นใน บริษัทฯ จำนวน 1,304,000 หุ้น เท่ากับร้อยละ 21.73 และในปีเดียวกันนี้บริษัทได้มีการจัดตั้งบริษัทย่อย 2 บริษัท คือ

1. บริษัท ชันพาวเวอร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด
2. บริษัท ทีไอดับบลิว อินดัสตรี จำกัด

โดย บริษัท ไทยแลนด์ไอออนเวคส์ จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นร้อยละ 99.99 ทั้งสองบริษัท

ตัวอย่างโครงการและการสร้างนวัตกรรม ของ R&S

1. ชื่อโครงการ Thai Kansai Gateway New Factory Project

ผู้รับเหมาหลัก Thai Obayashi Corp. Ltd.

เจ้าของโครงการ Thai Kansai Paint Co., Ltd.

ลักษณะงาน : ติดตั้งหลังคาเมทัลชีท บนพื้นที่หลังคา 2,220 ตรม. และให้การสนับสนุนด้านการเคลือบสีกันความร้อนด้วยเทคโนโลยีจากประเทศญี่ปุ่น โดยเทคโนโลยีนี้สามารถช่วยลดอุณหภูมิได้มากถึง 30% ซึ่งผ่านการทดสอบที่แม่นยำจากประเทศญี่ปุ่น และจากเทคโนโลยีดังกล่าวที่บริษัทฯ ได้เริ่มดำเนินการติดตั้งให้กับลูกค้าไปบางส่วนแล้วนั้น จะเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริษัทฯ ได้เป็นอย่างดี เพราะในประเทศไทยมีสภาพอากาศที่ร้อนมากขึ้นทุกปี เป็นผลทำให้ต้องใช้พลังงานไฟฟ้าช่วยในการปรับสภาพอากาศและทำให้เกิดค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมาก สีกันความร้อนด้วยเทคโนโลยีดังกล่าวนี้จะสามารถช่วยลดต้นทุนในด้านนี้ได้เป็นอย่างดี



การเปลี่ยนแปลงอำนาจในการควบคุมบริษัท

บริษัทฯ ได้มีการเปลี่ยนแปลงอำนาจในการควบคุมภายหลังจากที่นายเกรียงไกร ด้านชัยวิจิตร ได้เข้าซื้อหุ้นจำนวนร้อยละ 21.73 จากนายประสิทธิ์ กาญจนศักดิ์ชัย ซึ่งคงเหลือการถือครองหุ้นร้อยละ 55.18 โดยในปัจจุบันอำนาจในการลงลายมือชื่อแทนบริษัทฯ กำหนดเป็นดังนี้

อำนาจลงลายมือชื่อแทนบริษัท คือ นายประสิทธิ์ กาญจนศักดิ์ชัย หรือ นายเกรียงชัย ตรีนภากร คนใดคนหนึ่ง ลงลายมือชื่อร่วมกับ นายเกรียงไกร ด้านชัยวิจิตร หรือ นายวิวัฒน์ ธนิตติราภรณ์ รวมเป็นสองคนและประทับตราสำคัญของบริษัท (รายละเอียดให้ดูรายชื่อคณะกรรมการบริษัทในหัวข้อ 8.1)

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม

- บริษัท ชัน พาวเวอร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด เพื่อประกอบธุรกิจพลังงานแสงอาทิตย์
- บริษัท ทีไอดับบลิว อินดัสตรี จำกัด เพื่อประกอบธุรกิจเช่นเดียวกับบริษัท และหรือธุรกิจอื่นใดที่เกี่ยวพันบริษัท เดิมของบริษัท ซึ่งรวมธุรกิจผลิตภัณฑ์แผ่นเหล็กชุบสังกะสีและธุรกิจให้บริการรับเหมาติดตั้งหลังคาและผนังของบริษัท

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

- ไม่มี -

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้

รายได้ของบริษัทมาจาก 3 ประเภท คือ

1. การผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์แผ่นเหล็กชุบสังกะสีและแผ่นเหล็กชุบสังกะสีเคลือบสี ทั้งแบบแผ่น และแบบม้วน
2. การให้บริการรับเหมาติดตั้งหลังคาและผนัง
3. การจำหน่ายเหล็ก ZAM และผลิตภัณฑ์จาก ZAM

โครงสร้างรายได้ที่เกิดจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชนิดต่างๆในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา

(หน่วย: ล้านบาท)

รายการ	1 เม.ย. 58- 31 มี.ค. 59	ร้อยละ	1 เม.ย. 59- 31 มี.ค. 60	ร้อยละ	1 เม.ย. 60- 31 มี.ค. 61	ร้อยละ
มูลค่าจำหน่ายในประเทศ	316	99.37	318	100	538	99.81
มูลค่าจำหน่ายต่างประเทศ	2	0.63	-	-	1	0.19
รวมมูลค่าการจำหน่าย	318	100.00	318	100	539	100.00
การเพิ่ม (ลด) ของมูลค่าการจำหน่าย	(195)	(38.01)	-	-	221	69.64

โครงสร้างรายได้ที่เกิดจากการให้บริการรับเหมาติดตั้งหลังคาและผนังในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา

หน่วย: ล้านบาท)

รายการ	1 เม.ย. 58- 31 มี.ค. 59	ร้อยละ	1 เม.ย. 59- 31 มี.ค. 60	ร้อยละ	1 เม.ย. 60- 31 มี.ค. 61	ร้อยละ
มูลค่ารับเหมาในประเทศ	27	100.00	20	100.00	14	100.00
มูลค่ารับเหมาต่างประเทศ	-	-	-	-	0	-
รวมมูลค่าการรับเหมา	27	100.00	20	100.00	14	100.00
การเพิ่ม (ลด) ของมูลค่าการรับเหมา	(4)	(13.45)	(7)	(25.92)	(6.23)	31.14

ในรอบปีที่ผ่านมา สัดส่วนรายได้ที่ได้จากการให้บริการรับเหมาติดตั้งหลังคาและผนัง มีมูลค่าน้อยกว่าร้อยละ 4 ของรายได้รวมที่แสดงในงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จของบริษัทฯ

โครงสร้างรายได้ที่เกิดจากการจำหน่ายเหล็กZAM และผลิตภัณฑ์จาก ZAM ในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา

(หน่วย: ล้านบาท)

รายการ	1 เม.ย. 58- 31 มี.ค. 59	ร้อยละ	1 เม.ย. 59- 31 มี.ค. 60	ร้อยละ	1 เม.ย. 60- 31 มี.ค. 61	ร้อยละ
มูลค่าจำหน่ายในประเทศ	-	-	-	-	5.59	100.00
มูลค่าจำหน่ายต่างประเทศ	-	-	-	-	-	-
รวมมูลค่าการจำหน่าย	-	-	-	-	5.59	100.00
การเพิ่ม(ลด)ของมูลค่าการจำหน่าย	-	-	-	-	-	-

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

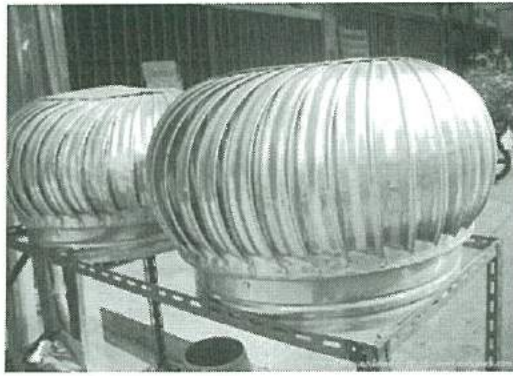
บริษัทดำเนินการผลิตและจำหน่ายแผ่นเหล็กชุบสังกะสีชนิดแผ่นอัดลอนและชนิดแผ่นเรียบ ผลิตด้วยเครื่องจักรคุณภาพสูงจากประเทศญี่ปุ่น ตามมาตรฐานอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

แผ่นเหล็กชุบสังกะสีชนิดแผ่นอัดลอน ผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้า "3 ดาว" "1 ดาว" "DDD" "111" "888" และ "999" ผลิตทั้งแบบลอนเล็กและลอนใหญ่ แบบเคลือบสีและไม่เคลือบสี นอกจากนี้ยังได้ผลิตแผ่นเหล็กชุบสังกะสีชนิดแผ่นเรียบ ภายใต้เครื่องหมายการค้า "TIW" ทั้งนี้บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ จึงได้ออกผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ตอบสนองต่อการใช้งาน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับลูกค้า โดยสามารถแยกประเภทการใช้งานของแผ่นเหล็กชุบสังกะสี ได้ดังนี้

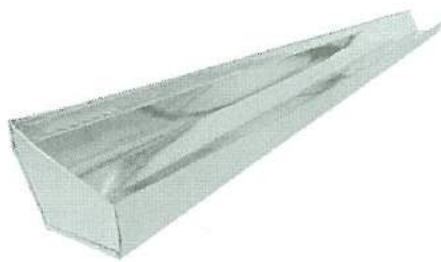
1. แผ่นเหล็กชุบสังกะสีชนิดแผ่นอัดลอน ใช้ในครัวเรือนและอาคารต่างๆ เช่น มุงหลังคา ทำรั้ว ทำผนังกันพื้นที่ ตกแต่งอาคารสถานที่ เป็นต้น



2. แผ่นเหล็กชุบสังกะสีชนิดแผ่นเรียบ ใช้ในอุตสาหกรรมต่อเนื่องต่างๆ เช่น ทำป้ายโฆษณาและป้ายประกาศ ท่อระบายอากาศ ลูกหมุนระบายอากาศ ประตูห้องน้ำ ตู้เอกสาร กล่องใส่ของ ครอบรางน้ำ และ แทงค์เก็บน้ำ เป็นต้น



บริษัทฯ ได้พัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลายและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า โดยนำแผ่นเหล็กชุบสังกะสีแผ่นเรียบมาดัดแปลงให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ และต่อยอดในการเป็นผู้ผลิตสังกะสีแผ่นแรกของประเทศไทย ที่อยู่เคียงข้างคนไทยมานานกว่า 60 ปี



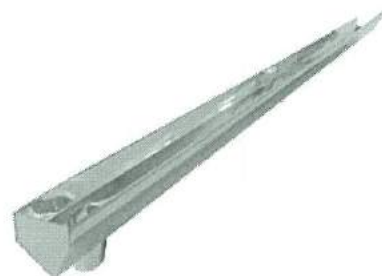
รางน้ำฝนท้องร่องปิดซ้าย (สังกะสี)



รางน้ำฝนท้องร่องปิดขวา (สังกะสี)



รางน้ำฝนท้องร่องเจาะซ้าย (สังกะสี)



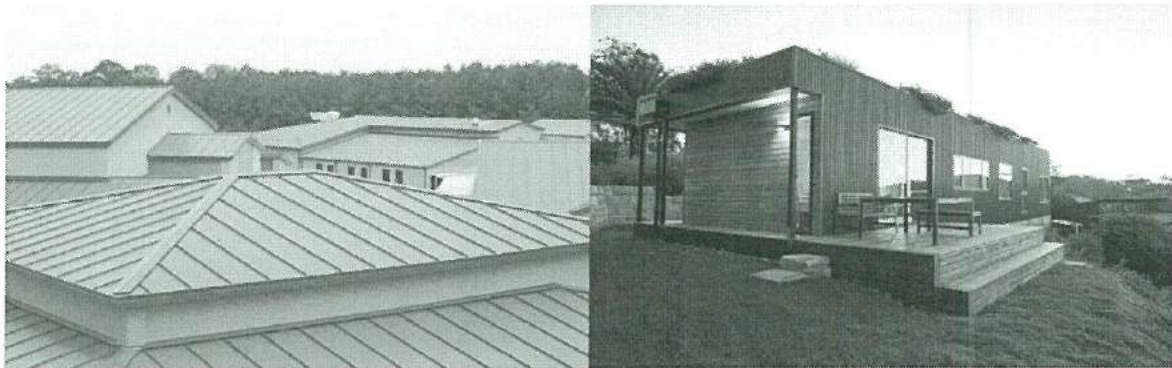
รางน้ำฝนท้องร่องเจาะขวา (สังกะสี)



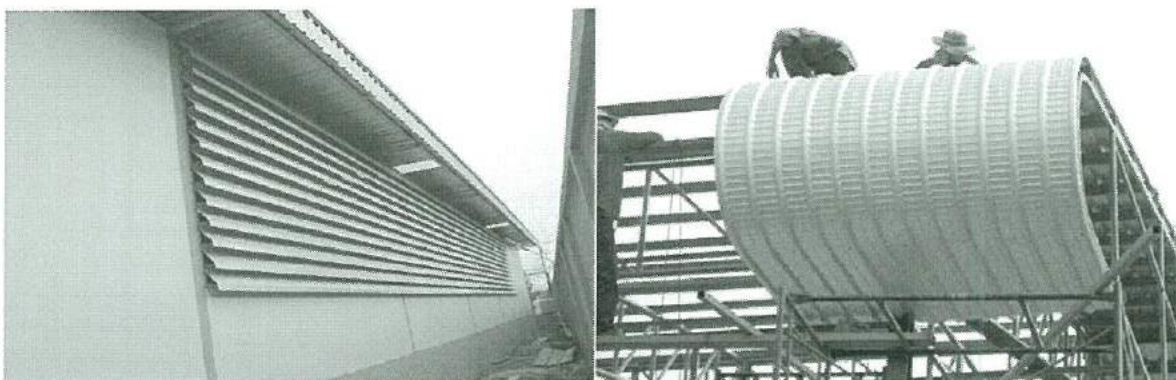
รางน้ำฝนท้องร่องรางกลาง (สังกะสี)

นอกจากผลิตแผ่นเหล็กชุบสังกะสีชนิดแผ่นอัดลอนและชนิดแผ่นเรียบแล้ว บริษัทฯ ยังได้ผลิตแผ่นเหล็กเมทัลชีท ซึ่งเป็นแผ่นที่มีการเคลือบสารกันสนิม โดยมีส่วนผสมของอลูมิเนียมและสังกะสี มีทั้งแบบเคลือบสีและเคลือบอลูซิงค์ ภายใต้เครื่องหมายการค้า "3 ดาว" และ "ตรีสตาร์ (TRISTAR) " โดยแผ่นเหล็กเมทัลชีทสามารถรีดลอนได้หลายรูปแบบตามความต้องการของผู้ใช้งาน สามารถผลิตได้ทั้งแผ่นตรงและแผ่นโค้ง นำไปใช้งานได้หลากหลายรูปแบบดังนี้

1. แผ่นเหล็กเมทัลชีทเคลือบสี นิยมใช้ทำเป็นแผ่นหลังคาและแผ่นผนัง ทั้งในอุตสาหกรรมก่อสร้าง, บ้านพักอาศัย, โรงรถ, โรงอาหาร, ร้านกาแฟ, ปั๊มน้ำมัน, คอนโด, อพาร์ทเมนต์ และ วัด เป็นต้น ซึ่งลูกค้าสามารถเลือกสีได้ตามความต้องการ



2. แผ่นเหล็กเมทัลชีทเคลือบอลูซิงค์ นิยมใช้ทำหลังคาและแผ่นผนัง, หลังคาโค้งทำกันสาด, แผ่นปิดครอบ, ทำกรอบ, ทำบานเกร็ดระบายอากาศ, ฝ้าเพดาน และ รั้ว เป็นต้น



2.2 ขั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้าผ่านหลักซุบสังกะสีและแผ่นเหล็กเมทัลชีท

โดยดำเนินการขั้นตอนของผู้สั่งซื้อและขั้นตอนของบริษัทดังนี้

ลูกค้าติดต่อมาที่บริษัท หรือ พนักงานขายติดต่อลูกค้า

นำเสนอราคาสินค้า

ฝ่ายขาย เสนอขายสินค้ากับลูกค้า โดยยึดจากราคาที่กำหนดไว้ (Price List)
(กรณีสั่งซื้อสินค้าเป็นจำนวนมาก ต้องการราคาพิเศษ ขออนุมัติราคาจากฝ่ายบริหารทุกครั้ง)

ลูกค้าส่งใบสั่งซื้อสินค้า

ลูกค้าส่งใบสั่งซื้อสินค้า (PO) ทาง Fax ,Mail ,Line หรือ โทรแจ้ง

บันทึกใบสั่งซื้อสินค้าเข้าระบบ

(กรณีลูกค้าใหม่ เปิดรหัสลูกค้าใหม่ก่อนจัดทำใบสั่งซื้อสินค้าเข้าระบบ)

ฝ่ายขายบันทึกใบสั่งซื้อขาย+ใบรับสินค้าชั่วคราว(อ้างอิงจาก PO ลูกค้า) เข้าระบบ AS เพื่อให้บัญชีออกใบกำกับ

ลูกค้าเข้ารับสินค้า / บริษัทจัดส่งสินค้า / ส่งใบรับประกันสินค้า

(ตรวจเช็คสินค้าให้ตรงตามจำนวนและถูกต้อง)

ลูกค้าชำระเงิน

(กรณีเงินสด ลูกค้าชำระเงินสด/โอนเงินเข้าบัญชีบริษัท พร้อมส่งหลักฐานการโอนเงิน)

กรณีระยะเวลาในการชำระหนี้

กรอกเอกสารแบบฟอร์มการขออนุมัติ ระยะเวลาชำระหนี้ให้ผู้บริหารอนุมัติ

และชำระเงินตามระยะเวลาที่ได้อนุมัติ)

บริษัทฯให้ความสำคัญทุกขั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้าแผ่นเหล็กชุบสังกะสีและแผ่นเหล็กเมทัลชีท ให้บริการหลังการขายในเรื่องการรับประกันสินค้า

รวมถึงการ

เงื่อนไขการรับประกันสินค้า

การรับประกันสินค้า ทางบริษัทฯ รับประกันสินค้าทุกรายการที่ทางบริษัทฯ เป็นผู้จำหน่าย

1. แผ่นเหล็กชุบสังกะสี (ชนิดแผ่นอัดลอน-ชนิดแผ่นเรียบ)
2. แผ่นเหล็กเมทัลชีท (เคลือบสีและเคลือบอลูซิงค์)

ตัวอย่าง เอกสารรับประกันแผ่นเหล็กเมทัลชีทเคลือบสี








โดยเงื่อนไขการรับประกันสินค้าสามารถสรุปเบื้องต้นได้ดังนี้

1. บริษัทจะรับประกันสินค้าจากข้อผิดพลาดด้านการผลิต อันส่งผลต่อการใช้งานผิดปกติ
2. การรับประกันจะครอบคลุมเฉพาะปัญหาที่เกิดจากสภาพการใช้งานปกติเท่านั้น การรับประกันจะถือเป็นโมฆะ ในกรณีการใช้งานที่นอกเหนือจากการใช้งานปกติทั่วไป อาทิ
 - ความเสียหายอันเกิดจากการติดตั้งที่ไม่ถูกวิธี
 - การขาดความรู้ ความชำนาญในการติดตั้ง
 - การดัดแปลงใช้งานที่ไม่ถูกวิธี ไม่ปฏิบัติตามคำแนะนำในการติดตั้ง
 - ความเสียหายที่เกิดจากการขนส่ง
3. การรับประกันจะพิจารณาจากใบรับประกัน ใบเสร็จรับเงิน หรือ หลักฐานอื่นๆ โดยนับจากวันที่ซื้อขายเป็นสำคัญ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ผลิตภัณฑ์แผ่นเหล็กชุบสังกะสี : เป้าหมายหลักเป็นกลุ่มเกษตรกร ซึ่งถือเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักในการขายสินค้า 80% ของยอดขายทั้งหมด โดยเกษตรกรและลูกค้าอื่นๆ จะซื้อผ่านตัวแทนจำหน่ายร้านวัสดุก่อสร้าง และ Modern Trade เพื่อให้สินค้ามีภาพลักษณ์ที่ชัดเจน เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าทั้งระดับบนและระดับล่าง จึงใช้เครื่องหมายการค้าเพื่อสื่อสารให้กลุ่มลูกค้าเข้าใจถึงผลิตภัณฑ์และคุณภาพสินค้าที่ทางบริษัทฯ จำหน่ายให้กับลูกค้า โดยสามารถแยกเครื่องหมายการค้าต่างๆ ของบริษัทฯ ได้ดังนี้

เครื่องหมายการค้า	ภาพเครื่องหมายการค้า	ภาพลักษณ์เครื่องหมายการค้า	ช่องทางการจำหน่าย
3 ดาว		คุณภาพสูง ได้มาตรฐาน มอก.50-2548	<ul style="list-style-type: none"> ● ตัวแทนจำหน่าย ● ผู้ซื้อ
ดาวเดียว		คุณภาพปานกลาง	<ul style="list-style-type: none"> ● ตัวแทนจำหน่าย ● ผู้ซื้อ
3 ดี		คุณภาพมาตรฐาน	<ul style="list-style-type: none"> ● ตัวแทนจำหน่าย ● ผู้ซื้อ ● ผู้ซื้อต่างประเทศ
111		คุณภาพมาตรฐาน	<ul style="list-style-type: none"> ● ตัวแทนจำหน่าย ● ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่มีสาขาทั่วประเทศ
888		คุณภาพมาตรฐาน	<ul style="list-style-type: none"> ● ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่มีสาขาทั่วประเทศ

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทฯ จำหน่ายสินค้าให้แก่ลูกค้าทุกกลุ่ม โดยแยกช่องทางการจำหน่ายสินค้าได้ดังนี้

- ตัวแทนจำหน่าย : ร้านวัสดุก่อสร้างที่ทำหน้าที่ขายสินค้าในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศ
- Modern Trade : มีสาขาย่อยอยู่ทั่วประเทศ อาทิ ดุโฮม และ Global House
- ผู้ซื้อ : ประชาชนทั่วไปที่ซื้อสินค้าโดยตรงกับทางบริษัทฯ
- ผู้ซื้อต่างประเทศ : บริษัทฯ หรือ ห้างร้านที่ทำหน้าที่ขายสินค้าส่งออกนอกประเทศ เช่น ลาว

ผลิตภัณฑ์แผ่นเหล็กเมทัลชีท : เป้าหมายหลักเป็นกลุ่มผู้รับเหมาติดตั้งเมทัลชีท ซึ่งถือเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักในการขายสินค้า 80% ของยอดขายทั้งหมด โดยผู้รับเหมาติดตั้งเมทัลชีท จะซื้อผ่านตัวแทนจำหน่ายร้านวัสดุก่อสร้าง และโรงรีด โดยเครื่องหมายการค้าแผ่นเหล็กเมทัลชีทของบริษัทฯ คือ ตรา 3 ดาว ตามมาตรฐานอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

เครื่องหมายการค้า	ภาพเครื่องหมายการค้า	ภาพลักษณ์ เครื่องหมายการค้า	ช่องทางการจำหน่าย
3 ดาว		คุณภาพสูง ได้มาตรฐาน มอก.2131-2545	<ul style="list-style-type: none"> ● ตัวแทนจำหน่าย ● ผู้ซื้อ

เพื่อรองรับต่อความต้องการของลูกค้า บริษัทฯ ได้รับผลิตแผ่นเหล็กเมทัลชีทตามเครื่องหมายการค้าของลูกค้า (House Brand) ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากลูกค้า โดยในปีที่ผ่านมาจากการรับผลิตในเครื่องหมายการค้าของลูกค้า นั้น สามารถสร้างยอดขายให้กับทางบริษัทฯ ได้ถึง 80 % ของยอดขายทั้งหมด

3. ธุรกิจการให้บริการรับเหมาติดตั้งหลังคาและผนัง

ในปีพ.ศ. 2548 บริษัท ไทยแลนด์ไอออนเวคส์ จำกัด (มหาชน) เพิ่มลักษณะกิจกรรมในธุรกิจ 1 ประเภท ได้แก่ การให้บริการรับเหมาติดตั้งหลังคาและผนัง รวมถึงการจำหน่ายวัสดุอุปกรณ์ที่ทำจากผลิตภัณฑ์แผ่นเหล็กชุบสังกะสี แผ่นเคลือบ Alu-zinc หรือวัสดุอื่นๆ ตามที่ลูกค้ากำหนด

ในการให้บริการรับเหมาติดตั้งหลังคาและผนัง บริษัท ไทยแลนด์ไอออนเวคส์ จำกัด (มหาชน) ให้บริการแก่โครงการภายใต้สัญญารับเหมาช่วง และสัญญารับเหมาตรง ซึ่งมีการกำหนดรายละเอียดของวัสดุและกำหนดวันเสร็จสิ้นของงานไว้ล่วงหน้า ส่วนการรับชำระเงินค่าบริการนั้น บริษัทฯ จะได้รับชำระเงินค่าบริการตามสัดส่วนของงานที่ทำเสร็จของแต่ละช่วงในการดำเนินการของโครงการ แต่โดยส่วนใหญ่จะทำข้อตกลงกันในสัญญาว่าจ้างว่า บริษัทฯ ต้องทำเบงกวดงานเดือนละ 1 ครั้ง

กลุ่มลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย

การบริการ : มีทั้งโครงการขนาดใหญ่และขนาดเล็ก การก่อสร้างอาคารใหม่, การปรับปรุงหลังคาเก่าของลูกค้าที่หมดสภาพ ด้วยนวัตกรรมการก่อสร้างอันทันสมัย ที่เรียกว่า Roof On Roof ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้ในการสร้างอาคารเก็บสินค้า และโรงงานขนาดใหญ่ ลูกค้าและกลุ่มเป้าหมายจึงเป็นนิติบุคคลในประเทศ หรือ บริษัทร่วมลงทุนกับต่างชาติซึ่งก่อตั้งในประเทศไทย ทั้งนี้ สถานที่ให้บริการกระจายอยู่ทั่วไปตามภาคต่างๆ ของประเทศไทยเป็นหลัก

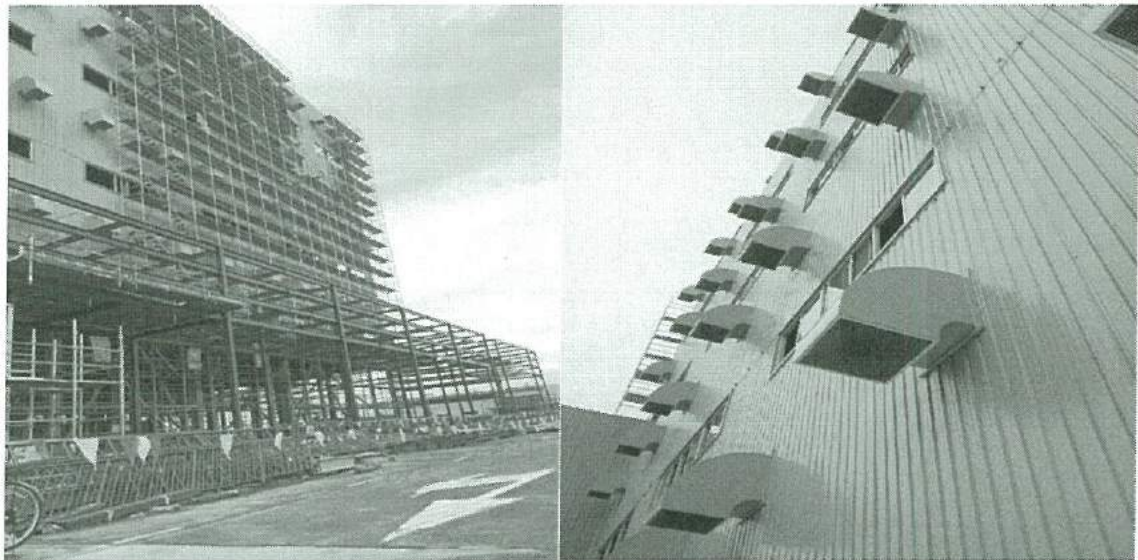
การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

การบริการ : หน่วยงานของบริษัทฯ ซึ่งมีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบงานทางด้านการบริการรับเหมา เป็นผู้ติดต่อโดยตรงกับลูกค้า ซึ่งเป็นผู้ให้บริการงานก่อสร้างชั้นนำของประเทศ รวมถึงลูกค้าได้ติดต่อผ่านทางฝ่ายการตลาดของบริษัทฯ ซึ่งมักเป็นงานต่อเนื่องจากลูกค้าเดิมหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าเดิม โดยการแนะนำแบบต่อกันไป และด้วยว่าบริษัทฯ ยึด

หลักการทำงานที่เน้นคุณภาพ รักษาเวลา มีราคาที่เหมาะสม มุ่งเน้นความต้องการของลูกค้าก่อนเสมอ จึงทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นในการทำงานของบริษัท ไทยแลนด์ไอออนนิคส์ จำกัด (มหาชน) เป็นอย่างดีมาโดยตลอด

ตัวอย่างโครงการที่ผ่านมาของแผนก Roofing & Siding

- ชื่อโครงการ S1 (310, 401, 701 & 803 Building)
ผู้รับเหมาหลัก Thai Kajima Co., Ltd.
เจ้าของโครงการ Shin-Etsu Silicone (Thailand) Co., Ltd.
ลักษณะงาน ติดตั้งหลังคาเมทัลชีท ผนังเมทัลชีท และรางน้ำเหล็ก ZAM พื้นที่ 8,310 ตร.ม.



- ชื่อโครงการ New Factory Endo Thai LKB.
ผู้รับเหมาหลัก Thai Fukuda Co., Ltd.
เจ้าของโครงการ Endo (Thailand) Co., Ltd.
ลักษณะงาน ติดตั้งหลังคาเหล็ก ZAM ผนังเมทัลชีท และรางน้ำเหล็ก ZAM พื้นที่ 7,700 ตร.ม



3. ชื่อโครงการ New Factory Thai Kansai Paint (Thailand) Co., Ltd.
 ผู้รับเหมาหลัก Thai Obayashi Co., Ltd.
 เจ้าของโครงการ Thai Kansai Paint (Thailand) Co., Ltd.
 ลักษณะงาน ติดตั้งหลังคาเมทัลชีท ผนังเมทัลชีท และรางน้ำเหล็ก ZAM พื้นที่ 5,000 ตร.ม.



ตัวอย่างโครงการและการสร้างนวัตกรรม ของ Roofing & Siding

- ชื่อโครงการ Thai Kansai Gateway New Factory Project
 ผู้รับเหมาหลัก Thai Obayashi Corp. Ltd.
 เจ้าของโครงการ Thai Kansai Paint Co., Ltd.

ลักษณะงาน ติดตั้งหลังคาเมทัลชีท บนพื้นที่หลังคา 2,220 ตรม. และ ให้การสนับสนุนด้านการเคลือบสีกันความร้อนด้วยเทคโนโลยีจากประเทศญี่ปุ่น โดยเทคโนโลยีนี้สามารถช่วยลดอุณหภูมิได้มากถึง 30% โดยการทดสอบที่แม่นยำจากประเทศญี่ปุ่น ด้วยเทคโนโลยีที่ได้เริ่มทำให้กับลูกค้าบางส่วนไปแล้วจะเป็นสิ่งที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ บริษัทฯ ได้เป็นอย่างดี เพราะในประเทศไทยมีสภาพอากาศที่ร้อนมากขึ้นทุกที ทำให้ต้องเสียงบประมาณในการใช้พลังงานช่วยปรับอากาศเป็นจำนวนมาก อนึ่งสีกันความร้อนชนิดนี้สามารถช่วยลดต้นทุนในด้านนี้ได้เป็นอย่างดี



2.2 การตลาดและการแข่งขัน

นโยบายฝ่ายขายและการตลาด

ในการดำเนินงานด้านการขายและการตลาด บริษัทฯ มีนโยบายที่ถือปฏิบัติต่อลูกค้า ดังนี้

นโยบายหลักที่ถือปฏิบัติต่อลูกค้า

ผู้บริหารฝ่ายขายและการตลาด มีนโยบายหลักที่ถือปฏิบัติต่อลูกค้าทุกท่านเสมือนหนึ่งหุ้นส่วนสำคัญทางธุรกิจ ด้วยการขายสินค้าที่มีคุณภาพและการให้บริการที่ดี เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดกับลูกค้าทุกท่าน

(1) นโยบายความรับผิดชอบต่อลูกค้าก่อนขายสินค้า

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะผลิตสินค้าที่มีคุณภาพออกสู่ตลาด และใส่ใจในการให้บริการก่อนการขายสินค้าทุกขั้นตอน นับตั้งแต่การวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าแต่ละราย เพื่อนำเสนอขายสินค้าให้ได้ตรงตามความต้องการ จัดส่งใบเสนอราคา พร้อมให้คำแนะนำรายละเอียดข้อมูลสินค้าด้วยความถูกต้องแม่นยำ และนำเสนอด้วยความสุภาพเรียบร้อย เพื่อเป็นการให้เกียรติแก่ลูกค้า

(2) นโยบายความรับผิดชอบต่อลูกค้าในการขายสินค้า

บริษัทฯ มีนโยบายในการขายสินค้าที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน ใส่ใจในการผลิตทุกขั้นตอน เสนอราคาในการขายสินค้าที่เป็นธรรม ตามสภาวะราคาตลาด ณ ช่วงเวลานั้นๆ รวมทั้งการออกเอกสารการซื้อขายที่ถูกต้อง เช่น เอกสารใบกำกับภาษี, เอกสารรับประกันคุณภาพสินค้า และเอกสารใบส่งสินค้า โดยลูกค้าต้องได้รับ เอกสารที่ครบถ้วนถูกต้อง และรวดเร็ว ซึ่งระหว่างการเจรจาซื้อขาย จะมีการทบทวนตรวจสอบเอกสารทุกครั้ง เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นในการซื้อขาย

(3) นโยบายความรับผิดชอบต่อลูกค้าหลังขายสินค้า

ตลอดระยะเวลาการดำเนินงานของบริษัทฯ ผู้บริหารฝ่ายขายและการตลาด มีนโยบายในการติดตามการให้บริการหลังการขาย โดยมีทีมงานตรวจสอบคุณภาพหลังการขาย ทั้งในด้านตัวสินค้าและด้าน เอกสาร เช่น ลูกค้าแจ้งสินค้าเกิดการชำรุดหรือเสียหาย เจ้าหน้าที่ของบริษัทฯ จะลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลและ วิเคราะห์หาสาเหตุ และสรุปปัญหาที่เกิดขึ้น เพื่อนำมาแก้ไขปรับปรุง และป้องกันความผิดพลาดที่จะเกิดขึ้น อีกในอนาคต รวมถึงการรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่างๆ จากลูกค้าทุกท่าน เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุง กลยุทธ์การแข่งขันการขายและการตลาดต่อไป

นโยบายหลักที่ถือปฏิบัติต่อคู่ค้า

ผู้บริหารฝ่ายขายและการตลาด มีนโยบายหลักที่ถือปฏิบัติต่อคู่ค้าอย่างเป็นธรรม มีนโยบายในการสร้างและพัฒนาความสัมพันธ์กับคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง หลีกเลี่ยงสถานการณ์ที่อาจทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ เจริญบนพื้นฐานของความสัมพันธ์ทางธุรกิจอันดี และเป็นประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย

สัดส่วนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์แผ่นเหล็กชุบสังกะสีในประเทศและต่างประเทศ

รายการ	1 เม.ย. 58– 31 มี.ค. 59 ร้อยละ	1 เม.ย. 59– 31 มี.ค. 60 ร้อยละ	1 เม.ย. 60 – 31 มี.ค. 61 ร้อยละ
มูลค่าจำหน่ายในประเทศ	99.22	99.37	100.00
มูลค่าจำหน่ายต่างประเทศ	0.78	0.63	-
รวมมูลค่าการจำหน่าย	100.00	100.00	100.00

ทั้งนี้ บริษัทไม่มีการพึงพิงลูกค้ารายใดเกินร้อยละ 30 ของรายได้รวม

ประเทศที่บริษัทจำหน่ายผลิตภัณฑ์ : ประเทศกัมพูชา

สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมปีที่ผ่านมา, แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต
จำนวนคู่แข่ง สถานภาพและศักยภาพในการแข่งขันของบริษัท ชื่อคู่แข่ง

สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม

การแข่งขันในอุตสาหกรรมแผ่นเหล็กชุบสังกะสีและแผ่นเหล็กเมทัลชีทมีความรุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะแผ่นเหล็กชุบสังกะสีมีผู้จำหน่ายในตลาดหลายราย โดยมีทั้งผลิตเองในประเทศ (ในอดีตที่ผ่านมามีผู้ผลิตอยู่ 8 ราย ปัจจุบันเหลือเพียง 3 ราย เท่านั้น) และนำเข้าจากต่างประเทศเพื่อมาจำหน่ายในประเทศ ทั้งยังมีสินค้าอื่นที่ดูทันสมัย ดึงดูดความสนใจผู้บริโภคได้มาก ผู้บริโภคหลายรายเปลี่ยนความนิยมจากเดิม เช่น ใช้กระเบื้องหลังคาซีแพค กระเบื้องหลังคาคอนกรีต แทนการใช้สังกะสี รวมถึงภาวะทางการเมืองที่มีความผันผวน ทำให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และโครงการขนาดใหญ่หลายโครงการชะลอตัวหรือระงับไป อุปสงค์ในตลาดถดถอยลงอย่างมากในขณะที่ปริมาณอุปทานมีล้นตลาด ผู้ผลิตและผู้จำหน่าย จึงเข้าสู่กลไกการแข่งขันทางด้านราคาอย่างรุนแรง ภาวะเช่นนี้เป็นสัญญาณแสดงให้เห็นว่า ผู้ผลิตที่มีความแข็งแกร่งทางการเงิน สามารถบริหารต้นทุนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมทั้งหมดเท่านั้น จึงจะเป็นผู้สามารถอยู่รอดในธุรกิจนี้ได้ต่อไป

คู่แข่ง

แผ่นเหล็กชุบสังกะสี : สินค้าของบริษัทฯ มีศักยภาพในการแข่งขันใกล้เคียงกันกับผู้ผลิตรายใหญ่ ซึ่งปัจจุบันมีผู้ผลิตเพียง 3 บริษัท เช่น บริษัท กรุงเทพลีตเหล็ก จำกัด (มหาชน) ซึ่งถือเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายรายใหญ่ของประเทศ คาดว่าในปัจจุบันทางบริษัทฯ จะเป็นผู้นำทางด้านการตลาด โดยการจำหน่ายสินค้าผ่านหลายช่องทาง เช่น ตัวแทนจำหน่าย (Dealer), Modern Trade. และมีการขยายตัวของฐานลูกค้าที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องใน 2 ปีที่ผ่านมา

แผ่นเหล็กเมทัลชีท : สินค้าของบริษัทฯ มีศักยภาพในการแข่งขันใกล้เคียงกันกับผู้ผลิตรายใหญ่ เช่น บริษัท เอ็นเอส บลูสโคป (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งถือเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายรายใหญ่ของประเทศเช่นกัน

สถานภาพและศักยภาพในการแข่งขันของบริษัท ที่ผ่านมา

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ผลิตภัณฑ์ของบริษัท มีศักยภาพในการแข่งขันใกล้เคียงกันกับผู้ผลิตรายใหญ่รายอื่น เช่น บริษัท กรุงเทพผลิตภัณฑ์ จำกัด (มหาชน) ที่เหลือเป็นบริษัทผู้นำเข้าเป็นส่วนใหญ่

ในเดือนกันยายน 2559 ที่ผ่านมา ทางกรมการค้าต่างประเทศได้ทำการประกาศไต่สวนการทุ่มตลาด (Anti Dumping) ของแผ่นเหล็กชุบสังกะสี จากสาธารณรัฐประชาชนจีน สาธารณรัฐประชาชนเกาหลี และไต้หวัน และต่อมาในเดือน มีนาคม 2561 กรมการค้าต่างประเทศได้ประกาศ การปรับการเก็บภาษีนำเข้าจาก 3 ประเทศ ดังกล่าวเป็น 0 %

เหตุการณ์ดังกล่าวข้างต้น มิได้ส่งผลกระทบต่อการทำงานของของบริษัท แต่อย่างใด เนื่องจากบริษัท ได้มีการปรับกลยุทธ์ที่พร้อมจะทำได้ทั้งการผลิตเอง และการนำเข้า ตามแต่อย่างใดจะมีต้นทุนที่ต่ำกว่า

ประกอบกับในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา รัฐบาลของสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งเป็นประเทศหลักในการทำการทุ่มตลาด ได้สั่งปิดโรงงานผลิตเหล็กที่ไม่มีคุณภาพ จึงส่งผลให้สถานการณ์อุตสาหกรรมเหล็กในสาธารณรัฐประชาชนจีนแยลง ดังนั้นราคาเหล็กนำเข้าจึงเริ่มมีราคาที่สูงขึ้นเรื่อยๆ

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรม

ถึงแม้ว่าทางภาครัฐจะมีนโยบายส่งเสริมรายได้เกษตรกรทั่วประเทศ แต่ก็ยังคงมีพืชผลทางการเกษตรอีกหลายชนิดที่ยังขาดการสนับสนุนจากภาครัฐ รวมทั้งราคาพืชผลทางการเกษตรที่ตกต่ำอย่างต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา ทำให้กำลังซื้อและกำลังในการจับจ่ายใช้สอยล่าช้าตามไปด้วย โดยเฉพาะสินค้าประเภทวัสดุก่อสร้างที่เกี่ยวข้องกับภาคเกษตรที่ได้รับผลกระทบโดยตรง ประกอบกับมีสินค้าทดแทนชนิดใหม่ๆ เช่น ผลิตภัณฑ์หลังคาเหล็ก Metal Sheet และ Alu-Zinc เข้ามา และเป็นที่นิยมมาก ส่งผลให้กำลังซื้อของอุตสาหกรรมแผ่นเหล็กชุบสังกะสีแบบลอนลดลง

พฤติกรรมผู้บริโภคในพื้นที่ชนบทเริ่มเปลี่ยนไป การปลูกสร้างบ้านใหม่ นิยมการมุงหลังคาด้วยผลิตภัณฑ์แผ่นเหล็กชุบสังกะสีแบบลอนลดลง โดยชาวบ้านที่พอมีกำลังซื้อจะตัดสินใจมุงหลังคาบ้านใหม่ด้วยผลิตภัณฑ์หลังคาเหล็กแบบ Metal Sheet และ Alu-Zinc มากขึ้นเรื่อยๆ บริษัทจึงจำเป็นต้องนำผลิตภัณฑ์แผ่นเหล็กชุบสังกะสีแบบเคลือบสี Metal Sheet เข้ามา เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับผู้บริโภค อีกทั้งผลิตภัณฑ์กลุ่มแผ่นเหล็กชุบสังกะสีแบบลอนที่เป็นสินค้าหลักของทางบริษัท มีการนำเข้าสินค้าคุณภาพไม่สูง ราคาถูกจากสาธารณรัฐประชาชนจีนเข้ามา โดยเป็นสินค้าที่ไม่เน้นเรื่องคุณภาพแต่ราคาถูก บริษัท จึงมีความจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนโดยการนำเข้าเข้ามาเช่นกัน เพื่อมิให้บริษัท มีข้อเสียเปรียบในเรื่องนี้

สภาพการแข่งขันในอนาคต

ตลอดระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา ตลาดแผ่นเหล็กชุบสังกะสีแบบลอน ได้มีการแข่งขันโดยผู้นำเข้าแผ่นเหล็กชุบสังกะสีจากสาธารณรัฐประชาชนจีนที่มีคุณภาพชั้นเคลือบสังกะสีที่บางมาก และคุณภาพเหล็กที่ต่ำ เข้ามาทำการทุ่มตลาดค่อนข้างมาก ทำให้ปัจจุบันเหลือผู้ผลิตแผ่นเหล็กสังกะสีแบบลอนที่ยังมีการชุบสังกะสีเองอยู่เพียง 3 รายในประเทศ ซึ่งคาดว่าจะการแข่งขันในอนาคตจะมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะการแข่งขันทางด้านราคา และการขายสินค้าที่ไม่เน้นคุณภาพ อันจะส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคโดยตรง

อย่างไรก็ตาม สถานการณ์แผ่นเหล็กชุบสังกะสีของทางบริษัท กลับอยู่ในทิศทางที่ดีขึ้น ถึงแม้ว่าจะไม่มีการเก็บภาษีการทุ่มตลาด (Anti dumping) บริษัท ก็สามารถที่จะเลือกทำการผลิตสินค้าเอง ถ้าต้นทุนการผลิตใกล้เคียงหรือน้อยกว่าการนำเข้า แต่ได้สินค้าที่มีคุณภาพที่สูงกว่าการนำเข้า และหากในระยะเวลาใดที่มีต้นทุนการผลิตสูงกว่าการนำเข้า บริษัท

ฯ ก็จะต้องเลือกการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาแทนที่ จึงทำให้บริษัทมีสินค้าคงคลังที่ต่อเนื่องและพร้อมจำหน่ายให้กับลูกค้าได้ตลอดเวลา ซึ่งเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า ในขณะที่คู่แข่งที่นำเข้าจากต่างประเทศเพียงอย่างเดียว ก็จะไม่มีความยากลำบากในการบริหารจัดการสินค้าคงคลังเพื่อที่จะให้มีไว้พร้อมจำหน่าย

นอกจากนี้ในอนาคตอันใกล้ บริษัทฯ จะมีความได้เปรียบในการแข่งขันมากขึ้น เนื่องจากในวันที่ 23 มีนาคม 2561 คณะกรรมการมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม มีมติเห็นสมควรกำหนดให้ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเหล็กกล้าทรงแบนรีดเย็นเคลือบสังกะสี โดยกรรมวิธีจุ่มร้อนแผ่นม้วน แผ่นแถบ แผ่นตัด และแผ่นลูกฟูก ต้องเป็นตามมาตรฐาน ซึ่งจะต้องตราเป็นพระราชกฤษฎีกาในลำดับต่อไป

ส่งผลให้สินค้า ที่จะขายต้องมีมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม(มอก.) เท่านั้น ซึ่งปัจจุบันบริษัทฯ ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมอยู่แล้ว จึงเป็นข้อได้เปรียบสำหรับบริษัทฯ และเป็นความยากลำบากของคู่แข่งที่เลือกการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศเพียงอย่างเดียว

สำหรับสินค้าทางด้านผลิตภัณฑ์หลังคาเหล็ก Metal Sheet และ Aluzinc ทางกรมการค้าต่างประเทศได้ประกาศเมื่อวันที่ 10 มกราคม 2561 ที่จะเปิดการทบทวนความจำเป็นในการใช้มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดสินค้าเหล็กแผ่นรีดเย็นเคลือบด้วยสังกะสีแบบจุ่มร้อนแล้วทาสี และเหล็กแผ่นรีดเย็นชุบหรือเคลือบด้วยโลหะเจือของอลูมิเนียมและสังกะสี แบบจุ่มร้อนแล้วทาสี ที่มีแหล่งกำเนิดมาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน สาธารณรัฐประชาชนเกาหลี และได้วัน ที่หมดอายุลงไปในเดือน มกราคม 2561 และการทบทวนดังกล่าว ได้มีการแก้ไขพิกัดอัตราภาษีศุลกากรใหม่ในปีพ.ศ.2560 เพื่อให้ครอบคลุมและป้องกันการหลีกเลี่ยงภาษีการทุ่มตลาด และประกาศให้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 10 มกราคม 2561 เป็นต้นไป เป็นระยะเวลา 1 ปี

ในระหว่างการศึกษาการทบทวนให้เรียกเก็บอากรตอบโต้การทุ่มตลาดจากการนำเข้าสินค้าเหล็กแผ่นรีดเย็นเคลือบด้วยสังกะสีแบบจุ่มร้อนแล้วทาสี และเหล็กแผ่นรีดเย็นชุบหรือเคลือบด้วยโลหะเจือของอลูมิเนียมและสังกะสีแบบจุ่มร้อนแล้วทาสี ตามพิกัดอัตราศุลกากรประเภทย่อยตามบัญชี ก.ท้ายประกาศนี้ ที่มีแหล่งกำเนิดจากสาธารณรัฐประชาชนจีน สาธารณรัฐประชาชนเกาหลี และได้วัน ในอัตราดังต่อไปนี้

- 1) สินค้าที่มีแหล่งกำเนิดจากสาธารณรัฐประชาชนจีน อัตราร้อยละ 23.24 ของราคา ซี ไอ เอฟ
- 2) สินค้าที่มีแหล่งกำเนิดจากสาธารณรัฐประชาชนเกาหลี อัตราร้อยละ 10.70 ของราคา ซี ไอ เอฟ โดยยกเว้นการเรียกเก็บอากรกับสินค้าที่ผลิตจาก Dongkuk Steel Mill Co., Ltd.
- 3) สินค้าที่มีแหล่งกำเนิดจากไต้หวัน ซึ่งผลิตจาก

(ก) Sheng Yu Steel Co., Ltd	อัตราร้อยละ 23.55 ของราคา ซี ไอ เอฟ
(ข) Yieh Phui Enterprise Co., Ltd	อัตราร้อยละ 18.39 ของราคา ซี ไอ เอฟ
(ค) Prosperity Tieh Enterprise Co., Ltd	อัตราร้อยละ 20.78 ของราคา ซี ไอ เอฟ
(ง) Kai Ching Industry Co., Ltd	อัตราร้อยละ 20.78 ของราคา ซี ไอ เอฟ
(จ) ผู้ผลิตรายอื่น	อัตราร้อยละ 44.77 ของราคา ซี ไอ เอฟ

ซึ่งมาตรการดังกล่าว จะช่วยให้การนำเข้าแผ่นเหล็กแผ่นรีดเย็นเคลือบด้วยสังกะสีแบบจุ่มร้อนแล้วทาสี และเหล็กแผ่นรีดเย็นชุบหรือเคลือบด้วยโลหะเจือของอลูมิเนียมและสังกะสี แบบจุ่มร้อนแล้วทาสี ทำได้ยากขึ้น จะทำให้สินค้าของบริษัทฯ ซึ่งได้รับรองจากมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สามารถทำตลาดและแข่งขันได้มากขึ้น

บริษัทยังได้ปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อลดต้นทุน โดยการนำเข้าเหล็กแผ่นเคลือบสังกะสีโดยกรรมวิธีจุ่มร้อน(GI) จากสาธารณรัฐประชาชนจีน เข้ามาทำการชุบสีในบริษัท เอง ทำให้ต้นทุนการผลิตลดลงอย่างมีนัยสำคัญ และยังคงรักษา มาตรฐานของการเคลือบสีไว้ได้ดังเดิม

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

(ก) การจัดหาให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายในปีที่ผ่านมา จำนวนโรงงาน กำลังการผลิตรวม การ จัดหาวัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์ จำนวนผู้จำหน่ายวัตถุดิบ สัดส่วนการซื้อวัตถุดิบในประเทศและต่างประเทศ

ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

- 1) จำนวนโรงงาน : 1 แห่ง
- 2) กำลังการผลิตรวม : 60,000 ตันต่อปี
- 3) นโยบายการผลิต : ผลิตผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามมาตรฐานอุตสาหกรรม
- 4) การจัดหาวัตถุดิบ : จัดหาจากผู้ผลิตและผู้จำหน่ายภายในและภายนอกประเทศ
- 5) จำนวนผู้จำหน่ายวัตถุดิบหลัก : 3 ราย
- 6) สัดส่วนการซื้อวัตถุดิบในประเทศและต่างประเทศ :
บริษัทยังคงสัดส่วนการซื้อจากผู้ผลิตภายในประเทศเป็นหลัก

ผู้ผลิตภายในประเทศ

ชื่อผู้ผลิต	:	บริษัท เอ็นเอส-สยามยูไนเต็ด จำกัด
วัตถุดิบที่ซื้อ	:	แผ่นเหล็กรีดเย็น(CRC)
ลักษณะความสัมพันธ์	:	ผู้จัดจำหน่ายมีสถานะเป็นนิติบุคคลจดทะเบียนจัดตั้งใน ประเทศไทย

ชื่อผู้จัดจำหน่าย	:	บริษัท มิตซูบิชิ แอนด์ คัมปะนี (ไทยแลนด์) จำกัด
วัตถุดิบที่ซื้อ	:	แผ่นเหล็กรีดเย็น(CRC)
ลักษณะความสัมพันธ์	:	ผู้จัดจำหน่ายมีสถานะเป็นนิติบุคคลจดทะเบียนจัดตั้งใน ประเทศไทยและเป็นผู้ถือหุ้นที่ไม่มีอำนาจควบคุมในบริษัท

ชื่อผู้ผลิต	:	บริษัท เหล็กแผ่นรีดเย็นไทย จำกัด (มหาชน)
วัตถุดิบที่ซื้อ	:	แผ่นเหล็กรีดเย็น (CRC)
ลักษณะความสัมพันธ์	:	ผู้จัดจำหน่ายมีสถานะเป็นนิติบุคคลจดทะเบียนจัดตั้งใน ประเทศไทย

ชื่อผู้จำหน่าย : มารูบิน-อีโฑู สตีล ฟิทอี ลิมิเต็ด
 วัตถุดิบที่ซื้อ : แผ่นเหล็กกริตเย็น (CRC)
 ลักษณะความสัมพันธ์ : ผู้จำหน่ายมีสถานะเป็นนิติบุคคลจดทะเบียนจัดตั้งในประเทศไทย

ผู้ผลิตต่างประเทศ

ชื่อผู้ผลิต : TohoZinc Co., Ltd
 Terk Metal Ltd.
 Korea Zinc Co., Ltd

วัตถุดิบที่ซื้อ : สังกะสี (Zinc)
 ลักษณะความสัมพันธ์ : ผู้ผลิตมีสถานะเป็นนิติบุคคลจดทะเบียนจัดตั้งในต่างประเทศ

ชื่อผู้จำหน่าย/ผู้ผลิต : 1. Zhejiang Catarich Intemation Trade Co., Ltd
 วัตถุดิบที่ซื้อ : เหล็กแผ่นเคลือบสังกะสี โดยกรรมวิธีจุ่มร้อน (GI)
 ลักษณะความสัมพันธ์ : ผู้จำหน่าย/ผู้ผลิตมีสถานะเป็นนิติบุคคลจดทะเบียนจัดตั้งในต่างประเทศ

ชื่อผู้จำหน่าย : 2. บริษัท นิซชิน สตีล (ประเทศไทย) จำกัด
 วัตถุดิบที่ซื้อ : เหล็กแผ่นเคลือบสังกะสีผสมอลูมิเนียมและแมกนีเซียม โดยกรรมวิธีจุ่มร้อน (ZAM)
 ลักษณะความสัมพันธ์ : ผู้จำหน่ายมีสถานะเป็นนิติบุคคลจดทะเบียนจัดตั้งในต่างประเทศ

ชื่อผู้จำหน่าย : 3. Changzhou Machinery and Equipment., and Export Ltd.
 วัตถุดิบที่ซื้อ : เหล็กแผ่นเคลือบสังกะสี โดยกรรมวิธีจุ่มร้อน (GI)
 ลักษณะความสัมพันธ์ : ผู้จำหน่ายมีสถานะเป็นนิติบุคคลจดทะเบียนจัดตั้งในต่างประเทศ

ชื่อผู้จำหน่าย : 4. บริษัท ทองกุก สตีล (ประเทศไทย) จำกัด
 วัตถุดิบที่ซื้อ : เหล็กแผ่นเคลือบอลูมิเนียม 55% ผสมสังกะสี โดยกรรมวิธีจุ่มร้อน (GL)
 ลักษณะความสัมพันธ์ : ผู้จำหน่ายมีสถานะเป็นนิติบุคคลจดทะเบียนจัดตั้งในประเทศไทย

บริษัทฯ มีเครือข่ายในการติดต่อกับผู้ผลิตและจำหน่ายเหล็กทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ทำให้บริษัทฯ สามารถเลือกวัตถุดิบซึ่งมีราคาและคุณภาพเหมาะสม สำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท โดยเฉพาะปัจจุบันบริษัทฯ ได้จัดหา

แหล่งที่มาของวัตถุดิบที่มีคุณภาพสูงทัดเทียมกันทั้งจากในประเทศ รวมทั้งนำเข้าจากต่างประเทศ ดังนั้น จึงทำให้สามารถผลิตสินค้าจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพสูงและไม่เคยประสบปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบแต่อย่างใด

ลักษณะของการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อการให้บริการรับเหมาติดตั้งหลังคาและผนัง

บริษัทฯ จัดหาวัตถุดิบหลักแผ่นซูปจากผู้จำหน่ายภายในประเทศ หลังจากนั้น ทำการตัด ขึ้นรูป ภายในบริเวณพื้นที่โรงงานของบริษัทหรือที่หน้างาน วัสดุประกอบต่างๆ ทุกประเภท จัดหาจากภายในประเทศ ดังนั้น สภาพทั่วไปหรือปัญหาในการขาดแคลนวัตถุดิบจึงไม่เกิดขึ้น

(ข) **เรื่องนโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิตหรือการกำจัดวัตถุดิบเหลือใช้**

1. การดำเนินการของบริษัทเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

1.1 บริษัทฯ ได้ระบุเรื่องสิ่งแวดล้อมเป็นประเด็นสำคัญใน "จริยธรรมธุรกิจ" และ "จรรยาบรรณของพนักงาน" เพื่อให้พนักงานทุกคนตระหนักและปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด โดยได้ทำคู่มือปฏิบัติในด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อม ให้บุคลากรต่างๆ ในบริษัทได้อ่านปฏิบัติ

บริษัทฯ ได้ทำการจัดตั้งคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน จัดให้มีระบบการจัดการประเมินความเสี่ยงและการติดตามตรวจสอบ ซึ่งครอบคลุมถึง

- การเฝ้าระวังความปลอดภัยความเสี่ยงด้านสารเคมี
- การเฝ้าระวังความปลอดภัยความเสี่ยงด้านอุปกรณ์ และเครื่องจักร
- การเฝ้าระวังความปลอดภัยความเสี่ยงด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน
- การเฝ้าระวังความปลอดภัยความเสี่ยงด้านอุปกรณ์ คู่มือรองความปลอดภัยส่วนบุคคล
- การเฝ้าระวังความปลอดภัยความเสี่ยงด้านอัคคีภัย

1.2 มีการจัดการด้านมลภาวะอย่างเป็นระบบ กล่าวคือ

1.2.1 ทางด้านการจัดการมลภาวะด้านน้ำ

บริษัทฯ ได้ก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียประเภท Chemical Waste Water Treatment ตั้งแต่วันที่ พ.ศ. 2535 โดยน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดจะนำกลับไปใช้ในระบบบำบัดน้ำเสีย จะไม่มีการปล่อยน้ำทิ้งออกสู่ภายนอก นอกจากนั้น บริษัทฯ ได้ดำเนินการว่าจ้างบริษัทที่ปรึกษาที่มีใบอนุญาตจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม ตรวจสอบสภาพของน้ำที่ผ่านระบบบำบัดน้ำเสียเป็นประจำทุกๆ เดือน เพื่อประเมินผลและให้คำปรึกษากับทางบริษัทฯ

1.2.2 ทางด้านการจัดการมลภาวะด้านอากาศ

บริษัทฯ ได้ดำเนินการติดตั้งระบบดักจับฝุ่น พุ่ม และไอของก๊าซต่างๆ ซึ่งปัจจุบันบริษัทฯ ได้ติดตั้งจำนวน 2 ชุด เป็นระบบการดักจับด้วยละอองหยดน้ำ (Wet Scrubber) ทั้งในกระบวนการชุบสังกะสีหลอมละลาย และกระบวนการชุบสี บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงการปล่อยมลพิษออกสู่สิ่งแวดล้อมในปลายปี 2557 จึงได้มีการเปลี่ยนแปลงระบบบำบัดอากาศแบบใหม่ ซึ่งแล้วเสร็จและใช้งบประมาณ 30 ล้านบาท โดยใช้ความร้อนในการบำบัดมลพิษ เพื่อลดมลพิษที่จะ

ปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น อีกทั้งบริษัทฯ ยังได้ดำเนินการว่าจ้างหน่วยงานราชการ ให้ตรวจสอบสภาพอากาศ ทั้งในพื้นที่ปฏิบัติงาน และอากาศที่ปล่อยออกสู่ภายนอก โดยดำเนินการตรวจวัดปีละ 2 ครั้ง

1.2.3 การจัดการมลภาวะด้านกากอุตสาหกรรม

บริษัทฯ ได้ดำเนินการจัดตั้งหน่วยงานที่ดูแลและประสานงาน โดยได้จัดให้มีพื้นที่ในการจัดเก็บและหาวัสดุอุปกรณ์ที่เหมาะสมในการป้องกันการรั่วไหล โดยแยกพื้นที่เก็บออกจากตัวอาคารโรงงาน ในส่วนของการกำจัดนั้น บริษัทฯ ได้ว่าจ้างและทำสัญญากับบริษัทผู้ขนส่ง และผู้รับกำจัดให้ดำเนินการกำจัด

1.2.4 การจัดการมลภาวะด้านความร้อน แสง เสียง

บริษัทฯ ได้จัดให้มีการตรวจเช็คสภาพ ความร้อน แสง เสียง ในสถานที่ทำงาน และบริเวณใกล้เคียงบริษัทฯ เป็นประจำทุกๆ ปี โดยดำเนินการตรวจวัด 2 ครั้งต่อปี

2. การดำเนินการและมาตรการลดอุบัติเหตุ และสถิติการเกิดอุบัติเหตุในรอบปีที่ผ่านมา

บริษัทฯ ดำเนินการเก็บรวบรวมสถิติการเกิดอุบัติเหตุ โดยการแยกเป็นสถิติรายเดือน ซึ่งจะสะดวกในการติดตาม โดยจะมีการนัดประชุมคณะกรรมการความปลอดภัยทุกๆ เดือน จัดการประชุมเพื่อหาวิธีการแก้ไข และ ป้องกันในกรณีนั้นๆ และประชาสัมพันธ์ไปยังหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

3. กิจกรรมที่ดำเนินการเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม / การจัดการของเสีย

- ได้จัดตั้งคณะกรรมการด้านการอนุรักษ์พลังงาน
- ได้เข้าร่วมโครงการสถานที่ทำงานน่าอยู่ น่านำทำงาน
- ได้จัดให้มีระบบบำบัดมลพิษด้านน้ำ อากาศ มีการตรวจวัดคุณภาพน้ำและอากาศทุกปี โดยหน่วยงานภายนอก
- ได้จัดให้มีการจัดการด้านกากอุตสาหกรรม/ขยะทั่วไป
- ได้มีการปรับปรุงกระบวนการผลิต พร้อมจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพสูง เพื่อลดการก่อมลพิษ
- สนับสนุนให้พนักงานได้มีการฝึกอบรม

4. ผลของการปฏิบัติเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมของบริษัทในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

ระดับค่ามลภาวะของบริษัทฯ อยู่ต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดของทางราชการ

5. ข้อพิพาทเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

ไม่เคยมีข้อพิพาทหรือถูกฟ้องร้องใดๆ

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ไม่มีงานโครงการใดที่มีมูลค่าโครงการตั้งแต่ร้อยละ 10 ของรายได้รวมตามงบการเงินที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม



มอก.50-2548

เมื่อวันที่ 8 กันยายน 2548 บริษัทฯ ได้รับอนุญาตมาตรฐาน สำหรับผลิตภัณฑ์ เหล็กแผ่นเคลือบสังกะสีโดย
กรรมวิธีจุ่มร้อนเคลือบสี : แผ่นลอน (Prepainted Hot-Dip Zinc-Coated Steel : Corrugated)



มอก.2131-2545

เมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2549 บริษัทฯ ได้รับอนุญาตมาตรฐาน สำหรับผลิตภัณฑ์ เหล็กแผ่นรีดเย็นเคลือบสังกะสี
โดยกรรมวิธีจุ่มร้อน แผ่นม้วนแผ่นตัด และแผ่นลูกฟูก (Hot-Dip Zinc-Coated Cold-Rolled Steel Coil, Sheet and
Corrugated Sheet)



มอก.2132-2545

เมื่อวันที่ 21 กันยายน 2559 บริษัทฯ ได้รับอนุญาตมาตรฐาน สำหรับผลิตภัณฑ์ เหล็กแผ่นเคลือบสังกะสีโดย
กรรมวิธีจุ่มร้อนและเคลือบสี : แผ่นม้วน และแผ่นตัด (Prepainted Hot-Dip Zinc-Coated Steel : Coil and Sheets)

3. ปัจจัยความเสี่ยง

3.1 ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

ความเสี่ยงจากการทุ่มตลาดของสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ

ในรอบ 2-3 ปีที่ผ่านมาการทุ่มตลาดของสินค้าแผ่นเหล็กชุบสังกะสีจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ได้ทวีความรุนแรงขึ้นค่อนข้างมาก ทำให้ผู้ผลิตแผ่นเหล็กชุบสังกะสีในบ้านเราต้องประสบปัญหาทางธุรกิจมากมาย บางรายถึงกับเลิกกิจการไป ทำให้เหลือผู้ที่ยังทำการผลิตได้อยู่น้อยราย ซึ่งทำแบบประคองตัวไปเรื่อยๆ

หนึ่งในเรื่องของการทุ่มราคาสินค้าจากต่างประเทศนั้น ทางบริษัทฯ ได้มีกระบวนการเพื่อป้องกันความเสียหายเปรียบที่อาจถูกทุ่มตลาด จึงได้ทำการศึกษหาพันธมิตรจากต่างประเทศ โดยเลือกเป็นรายที่สามารถผลิตสินค้าให้ได้คุณภาพใกล้เคียงกับทางบริษัทฯ มากที่สุด เพื่อเป็นตัวเลือกเพิ่มขึ้นให้แก่ลูกค้าของบริษัทฯ ซึ่งในขณะนี้ทางบริษัทฯ ได้ดำเนินการศึกษาคู่ค้าพันธมิตรที่ผ่านเงื่อนไขของบริษัทฯ ในเรื่องคุณภาพสินค้าในระดับที่ยอมรับไว้ประมาณ 4-5 ราย เพื่อเป็นตัวเลือก

อีกมาตรการหนึ่งที่ทางบริษัทฯ ได้มีการดำเนินการไปแล้วและได้ผลพอสมควร คือ การศึกษาการลดต้นทุน โดยการออกสินค้าผลิตภัณฑ์อีกกลุ่มที่มีคุณภาพใกล้เคียงหรือดีกว่าสินค้าที่ถูกทุ่มตลาด ทำให้สามารถลดต้นทุนลงมาก และช่องว่างระหว่างราคาสินค้ากลุ่มดังกล่าว และสินค้าที่มีการทุ่มตลาดลดลงมากพอสมควรจนอยู่ในระดับที่พอจะแข่งขันได้ ที่ผ่านมามีบริษัทฯ ได้ออกสินค้าแผ่นสังกะสีแบบลอน รุ่น 3D ที่มีความบางของเนื้อเหล็กน้อยลง และลดความหนาของสังกะสีที่ชุบลงเล็กน้อย ทำให้ต้นทุนลดลงมาระดับหนึ่ง แต่อยู่ในระดับที่มีคุณภาพดีกว่าสินค้านำเข้าเล็กน้อย แต่สามารถแข่งขันราคาได้ในระดับหนึ่ง

ความเสี่ยงด้านความผันผวนของราคาวัตถุดิบ

วัตถุดิบสำคัญของการผลิตผลิตภัณฑ์เหล็กแผ่นชุบสังกะสีของทางบริษัทฯ คือ เหล็กแผ่นรีดเย็นแบบม้วน และสังกะสี ซึ่งถือว่าเป็นสินค้ากลุ่มโภคภัณฑ์ (Commodities) ที่มีระดับราคาผันผวนตามกลไกราคาในตลาดโลกตลอดเวลา

แนวทางการบริหารความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบ ทางบริษัทฯ ได้พยายามเน้นการบริหารสินค้าคงคลังให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น แต่ยังคงอยู่ในระดับเพียงพอเพื่อป้อนตลาดได้อย่างต่อเนื่อง มาตรการที่ดำเนินการไปแล้วในส่วนนี้ คือ

1) การใช้วิธีซื้อวัตถุดิบบ่อยครั้งขึ้น หรือทำสัญญาสั่งซื้อในแต่ละครั้งสั้นลง แทนที่จะเป็นการทำสัญญาระยะยาวตามแบบเดิมที่เคยทำมาตลอด 40-50 ปีที่ผ่านมา และที่สำคัญคือการให้มีผู้ขายวัตถุดิบมากมายขึ้น เพื่อเป็นตัวเลือกและให้มั่นใจได้ว่ามีวัตถุดิบเพียงพอในการสั่งซื้อ และได้เงื่อนไขราคาที่ดี ทั้งนี้โดยทั่วไปการปรับราคาของวัตถุดิบของผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบในแต่ละครั้ง ต่างมีระดับราคาปรับขึ้นที่แตกต่างกัน ไม่ได้ปรับขึ้นตามระดับราคาในตลาดโลกทีเดียวในระยะเวลาอันสั้น

2) ได้มีการนำระบบการจัดการทางด้านบัญชีและการเงินเข้ามาใหม่ คือ ระบบ AS ทำให้สามารถบริหารจัดการสินค้าคงคลังให้มีประสิทธิภาพและแม่นยำยิ่งขึ้น

3.2 ความเสี่ยงด้านการเงิน

ความเสี่ยงอันเนื่องมาจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

ในอดีตที่ผ่านมาทางบริษัทฯ มีการนำเข้าสินค้าและวัตถุดิบจากต่างประเทศในสัดส่วนน้อยมาก แต่เมื่อไม่นานมานี้ทางบริษัทฯ ได้มีการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาทำการตลาด เพื่อเป็นการศึกษาการรับมือกับสินค้าท่วมตลาดในอนาคต อีกทั้งเพื่อเป็นการเพิ่มเติมรายการสินค้า จึงปฏิเสธไม่พินิจที่จะต้องเผชิญกับความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

นโยบายหลักของทางบริษัทฯ ในการบริหารจัดการความเสี่ยงจากการความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนโดยทำการป้องกันความเสี่ยงราว 50-100% ของมูลค่านำเข้า เพื่อลดผลกระทบความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนลง โดยขึ้นอยู่กับสถานการณ์ในขณะนั้นๆ ว่า มีความผันผวนมากน้อยเพียงใด แต่ทั้งนี้ในปัจจุบันสินค้าที่มีการนำเข้ายังถือว่ามีสัดส่วนไม่มาก มีเพียง 10-20 % ของสินค้าที่จำหน่ายทั้งหมด

3.3 ความเสี่ยงเกี่ยวกับการผลิต

ความเสี่ยงด้านบุคลากรทางด้านการผลิต

กระบวนการผลิตแผ่นเหล็กชุบสังกะสีนั้น มีกระบวนการที่ต้องใช้เครื่องจักรค่อนข้างซับซ้อนพอสมควร การผลิตแต่ละขั้นตอนต้องมีความต่อเนื่องสม่ำเสมอในทุกขั้นตอน จึงจำเป็นต้องอาศัยบุคลากรที่มีพื้นฐานทางด้านทักษะด้านนี้พอสมควร

บริษัทฯ ได้เล็งเห็นความเสี่ยงด้านนี้มาโดยตลอด จึงได้กำหนดให้ทำการผลิตอย่างสม่ำเสมอเป็นระยะๆ โดยให้บุคลากรที่ทำงานด้านนี้มีผลตอบแทนพิเศษ เพื่อเป็นแรงจูงใจ อีกทั้งบริษัทฯ ยังได้จัดให้มีการหมุนเวียนของงาน (Job Rotation) อยู่ตลอด ทำให้มีบุคลากรจากฝ่ายอื่นเข้ามาสลับเปลี่ยนหมุนเวียนในด้านนี้อย่างต่อเนื่อง

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ลักษณะสำคัญของทรัพย์สินถาวรหลักที่บริษัทใช้ในการประกอบธุรกิจ-ที่ดิน อาคารโรงงาน เครื่องจักร

ทรัพย์สินถาวรหลัก ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน 1 แปลง ที่ตั้ง - 86 หมู่ 1 ถนนสุขสวัสดิ์-ป้อมพระจุล ตำบลแหลม ฟ้าผ่า อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ เนื้อที่ 14 ไร่ 2 งาน 77.5 ตารางวา	เป็นเจ้าของ (โฉนด)	65.20	ไม่มีภาระผูกพัน และ ไม่เป็นหลักทรัพย์ ค้ำประกัน
2. อาคารสำนักงาน 3 ชั้น ที่ตั้ง - 86 หมู่ 1 ถนนสุขสวัสดิ์-ป้อมพระจุล ตำบลแหลม ฟ้าผ่า อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ	เป็นเจ้าของ	6.01	ไม่มีภาระผูกพัน และ ไม่เป็นหลักทรัพย์ ค้ำประกัน
3. อาคารโรงงาน ที่ตั้ง - 86 หมู่ 1 ถนนสุขสวัสดิ์-ป้อมพระจุล ตำบลแหลม ฟ้าผ่า อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ	เป็นเจ้าของ	23.93	ไม่มีภาระผูกพัน และ ไม่เป็นหลักทรัพย์ ค้ำประกัน
4. เครื่องจักร เครื่องมือเครื่องใช้ และอุปกรณ์ต่างๆ	เป็นเจ้าของ	110.12	ไม่มีภาระผูกพัน และ ไม่เป็นหลักทรัพย์ ค้ำประกัน

สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน

1) ลิขสิทธิ์เครื่องหมายการค้า

ก. เครื่องหมายการค้ารูป "3ดาว" และ "TIW"

ก.1 เครื่องหมายการค้า รูป 3 ดาว อยู่ภายในรูปสามเหลี่ยมด้านเท่า มีอักษรโรมันคำว่า "THREE" และ คำว่า "STARS" อยู่บนด้านของสามเหลี่ยมด้านเท่าทั้ง 2 ด้าน ที่มีขีดฐานของสามเหลี่ยม ด้านละ 1 คำ บนแผ่นเหล็กชุบสังกะสีชนิดอัลลอย และบนแผ่นเหล็กชุบสังกะสีเคลือบสีแบบม้วน (PPGI) ที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.)

ก.2 เครื่องหมายการค้ารูป TIW เป็นอักษรโรมัน TIW บนแผ่นเหล็กชุบสังกะสีชนิดแผ่นเรียบ

อายุของเครื่องหมายการค้า

เครื่องหมายการค้ามีอายุ 10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และอาจต่ออายุได้ทุก 10 ปี

ข. เครื่องหมายการค้า "ตรีสตาร์"

เครื่องหมายการค้ารูปดาว 3 ดวง ในตำแหน่งมุมของสามเหลี่ยมด้านเท่า มีอักษรไทยคำว่า หลังคาเหล็ก ตราตรีสตาร์ อยู่ด้านล่าง และ ด้านล่างของภาษาไทย มีคำภาษาอังกฤษว่า TRISTAR ได้อักษรภาษาอังกฤษมีรูปตัดด้านขวางของแผ่นหลังคาเหล็ก

เงื่อนไขและผลต่อการดำเนินธุรกิจ

บริษัทประทับเครื่องหมายการค้ารูป "ตรีสตาร์" ลงบนผลิตภัณฑ์แผ่นเหล็กชุบสังกะสีเคลือบสีชนิดอัดลอน และ ชนิดม้วน ที่ด้านหลังของแผ่น เพื่อจำหน่ายสู่ท้องตลาดโดยทั่วไป

อายุของเครื่องหมายการค้า

เครื่องหมายการค้ามีอายุ 10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และอาจต่ออายุได้ทุก 10 ปี

ค. งานรับเหมาติดตั้งผนังและหลังคา

สำหรับงานรับเหมาติดตั้งผนังและหลังคานั้น ไม่มีการประทับตราเครื่องหมายการค้าหรือดวงตราใดๆ บนแผ่นเหล็กชุบนั่นๆ เนื่องจากเป็นแผ่นเหล็กที่จัดหามาใช้โดยเฉพาะ ตามความประสงค์ของลูกค้าในแต่ละโครงการตามสัญญา

2) สินทรัพย์ไม่มีตัวตนตัดจำหน่ายโดยวิธีเส้นตรงตามระยะเวลา ดังนี้

ก. โปรแกรมคอมพิวเตอร์	5	ปี
ข. สมาชิกกอล์ฟ	10	ปี

4.2 ราคาประเมินทรัพย์สิน

บริษัทได้จัดให้มีการประเมินมูลค่าของทรัพย์สินในส่วนของบริษัทหลักที่ใช้ในการดำเนินการผลิต โดยจ้างบริษัทประเมินภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญในด้านนี้โดยเฉพาะมาเป็นผู้ประเมิน สามารถสรุปรายงานการประเมินได้ว่า "ไม่พบรายการมูลค่าประเมินใดที่มีมูลค่าต่ำกว่ามูลค่าทางบัญชีอย่างมีนัยสำคัญ" (โปรดดูรายละเอียดในเอกสารแนบ 4)

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

- ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมาย -

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

(1) ชื่อ สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ ประเภทธุรกิจ เลขทะเบียนบริษัท โทรศัพท์ โทรสาร จำนวนและชนิดของหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท

บริษัท ไทยแลนด์ไอออนเว็คส์ จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจ ผลิตและจำหน่ายแผ่นเหล็กชุบสังกะสี ผลิตภัณฑ์หลังคาเหล็กเคลือบสี และงานการให้บริการรับเหมาติดตั้งหลังคาและผนัง

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่: 86 หมู่ 1 ถนนสุขสวัสดิ์-ป้อมพระจุล ตำบลแหลมฟ้าผ่า อำเภอพระสมุทรเจดีย์
จังหวัดสมุทรปราการ 10290

เลขทะเบียนบริษัท: 0107537001714

โทรศัพท์: 02-425-0011

โทรสาร: 02-425-8882

เว็บไซต์: <http://www.tiw.co.th>

Email address info@tiw.co.th

ทุนจดทะเบียนของบริษัทแบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 10 ล้านหุ้น ละ 10.- บาท มูลค่า 100 ล้านบาท
หุ้นที่ออกและเรียกชำระแล้วทั้งหมดของบริษัทเป็นหุ้นสามัญจำนวน 6 ล้านหุ้น ละ 10.- บาท มูลค่า 60 ล้านบาท

(2) ชื่อ สถานที่ตั้งของนิติบุคคล ที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป
บริษัทฯ เป็นบริษัทที่มีบริษัทย่อย ดังต่อไปนี้

1.บริษัท ชัน พาวเวอร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่: 123 อาคารชัน ทาวเวอร์ส เอ ชั้นที่ 15 ห้องเลขที่ 1501
ถนนวิภาวดี-รังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ

2.บริษัท ทีไอดับบลิวอินดัสตรี จำกัด

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่: 86 หมู่ 1 ถนนสุขสวัสดิ์-ป้อมพระจุล ตำบลแหลมฟ้าผ่า อำเภอพระสมุทรเจดีย์
จังหวัดสมุทรปราการ 10290

(3) ชื่อ สถานที่ตั้ง โทรศัพท์ โทรสาร ของบุคคลอ้างอิงอื่นๆ เช่น นายทะเบียนหลักทรัพย์
ผู้สอบบัญชี ที่ปรึกษากฎหมาย

1) นายทะเบียนหลักทรัพย์

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

เลขที่ 62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110

โทรศัพท์: 02-229-2800, 02-654-5599 โทรสาร: 02-359-1259

2) ผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้

-ไม่มี-

3) ผู้สอบบัญชี

	นายชวลา เทียนประเสริฐกิจ	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่	4301
และ/หรือ	ดร.เกียรตินิยม คุณติสุข	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่	4800
และ/หรือ	นางนิสกร ทรงมณี	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่	5035
และ/หรือ	นายสุวัจชัย เมฆะอำนวยการ	ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทะเบียนเลขที่	6638

จาก บริษัท ดีลรอยท์ ทัช โรแมนติก ไชยยศ สอบบัญชี จำกัด

11/1 อาคารเอไอเอ สหกรณ์ ทาวเวอร์ ชั้นที่ 23-27 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา

เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120

โทรศัพท์: 02-034-0000 โทรสาร: 02-034 0100

4) ที่ปรึกษากฎหมาย

จาก บริษัท กฎหมายปาระมี จำกัด

551/4 ประชาอุทิศ 117/1 แขวงทุ่งครุ เขตทุ่งครุ กรุงเทพมหานคร 10140

โทรศัพท์: 02-815-9522 โทรสาร: 02-815-9523

5) ที่ปรึกษาหรือผู้จัดการภายใต้สัญญาการจัดการ

-ไม่มี-

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

-ไม่มี-