



บริษัท แปซิฟิกไพพ์ จำกัด (มหาชน)

Pacific Pipe Public Company Limited



ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ



1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

ภาพรวมการพัฒนาและการประกอบธุรกิจ

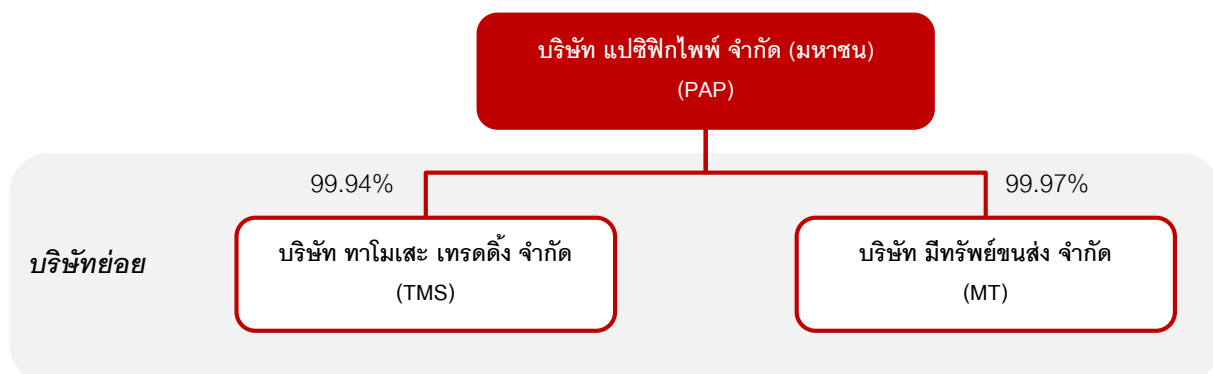
บริษัท แปซิฟิกไพพ์ จำกัด (มหาชน) จัดทะเบียนจัดตั้งเป็นบริษัทจำกัดเมื่อวันที่ 19 กันยายน 2534 เพื่อประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายท่อเหล็ก บริษัทได้เข้าซื้อหุ้นร้อยละ 99.94 ของ บริษัท ทาโมเสะ เทรดิง จำกัด เพื่อเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายท่อเหล็กของบริษัท และเข้าซื้อหุ้นร้อยละ 99.97 ของ บริษัท มีทรัพย์ขนสง จำกัด เพื่อทำหน้าที่เป็นผู้ขนส่งสินค้าสู่ลูกค้า โดยธุรกิจทั้งสองจะสนับสนุนให้การบริการของบริษัทครบวงจร ทั้งนี้ บริษัท แปซิฟิกไพพ์ จำกัด (มหาชน) ได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด เมื่อวันที่ 17 มีนาคม 2547

บริษัท แปซิฟิกไพพ์ จำกัด (มหาชน) (“PAP”) ประกอบธุรกิจหลักในการผลิตและจำหน่ายท่อเหล็กโดยใช้ระบบผลิตแบบการเชื่อมเหล็กแผ่นโดยใช้ความต้านทานไฟฟ้า (Electric Resistance Welded: ERW) ในปัจจุบัน PAP ผลิตและจำหน่ายท่อเหล็กครอบคลุมมากกว่า 5,000 รายการ โดยจำแนกเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่ ท่อเหล็กดำ และท่อเหล็กชุบสังกะสี ซึ่งท่อเหล็กทั้งสองประเภทจะแบ่งออกเป็นท่อเหล็กคุณภาพมาตรฐานซึ่งจำหน่ายภายใต้เครื่องหมายการค้า “” (แปซิฟิกไพพ์) และท่อเหล็กคุณภาพทั่วไปซึ่งจำหน่ายภายใต้เครื่องหมายการค้า “” (ทาโมเสะ)

ลักษณะนโยบายการแบ่งการดำเนินงานของ บริษัท แปซิฟิกไพพ์ จำกัด (มหาชน) (“PAP”) และ บริษัท ทาโมเสะ เทรดิง จำกัด (“TMS”) มีความชัดเจนในการดำเนินงานโดย PAP จะเป็นผู้ผลิตท่อเหล็กและ TMS เป็นผู้ทำหน้าที่การตลาดให้กับผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของ PAP โดย TMS เป็นผู้ติดต่อประสานงานกับลูกค้า ตั้งแต่เริ่มต้นจนจบการขาย หน้าที่ทางการตลาดของบริษัท ทาโมเสะ เทรดิง จำกัด (“TMS”) แบ่งได้ดังนี้

- การจำหน่ายท่อเหล็กแบบคุณภาพมาตรฐาน TMS จะเป็นตัวแทนจำหน่ายภายใต้เครื่องหมายการค้า “” (แปซิฟิกไพพ์) โดย TMS จะได้รับค่าตอบแทนในรูปค่าตอบแทนทางการตลาด (Commission) เป็นอัตราร้อยละของยอดขาย
- การจำหน่ายท่อเหล็กแบบคุณภาพทั่วไป TMS จะรับซื้อท่อเหล็กจาก PAP โดยตรง เพื่อนำไปจำหน่ายให้กับลูกค้าภายนอกภายใต้เครื่องหมายการค้า “” (ทาโมเสะ)

อย่างไรก็ตามเนื่องจาก TMS มีสถานะเป็นบริษัทย่อยและทำหน้าที่การตลาดให้ PAP ดังนั้น ในทางปฏิบัติจะมีการประสานงานในการวางแผนการผลิตและการขายอย่างใกล้ชิด โดย TMS จะซื้อสินค้าจาก PAP เมื่อมีคำสั่งซื้อจากลูกค้า เพื่อให้ TMS ต้องใช้เงินทุนหมุนเวียนมากเกินความจำเป็น โดยมี บริษัท มีทรัพย์ขนสง จำกัด (“MT”) ซึ่งเป็นอีกหนึ่งบริษัทย่อยของ PAP ทำหน้าที่เป็นผู้ขนส่งสินค้าสู่ลูกค้า จึงทำให้การบริการของบริษัทครบวงจร โดยมีโครงสร้างการถือหุ้นในบริษัทย่อยทั้ง 2 แห่ง ดังนี้



ในปีพ.ศ. 2554 บริษัท แปซิฟิกไพพ์ จำกัด (มหาชน) ได้รับการรับรองมาตรฐาน JIS MARK SCHEME CERTIFICATE OF COMPLIANCE จาก JQA หรือ Japan Quality Assurance Organization คือองค์กรไม่หวังผลกำไรของประเทศญี่ปุ่น มีหน้าที่หลักอย่างหนึ่งคือ การออกไปรับรองผลิตภัณฑ์ที่มีข้อกำหนดเป็นไปตามอุตสาหกรรมของประเทศญี่ปุ่น หรือ JIS (Japanese Industrial Standards) โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองจะได้รับอนุญาตให้ใส่เครื่องหมาย **JIS** หรือ JIS Mark ลงบนผลิตภัณฑ์นั้นได้ เพื่อให้ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์นั้นได้ทราบว่าสินค้าดังกล่าวสามารถนำมาใช้งานได้ตามที่มาตรฐานอุตสาหกรรมประเทศญี่ปุ่นกำหนดไว้ได้อย่างถูกต้องและปลอดภัย

บริษัท แปซิฟิกไพพ์ จำกัด (มหาชน) (“PAP”) เป็นผู้ผลิตท่อเหล็กกล้ารายแรกของประเทศไทยที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน JIS MARK SCHEME CERTIFICATE OF COMPLIANCE จากประเทศญี่ปุ่น เพื่อเพิ่มทางเลือกท่อเหล็กคุณภาพสูงให้กับผู้ใช้งาน ทั้งท่อเหล็กกล้าสำหรับงานโครงสร้างทั่วไป และท่อเหล็กกล้าสำหรับงานระบบต่างๆ

วิสัยทัศน์	เป็นผู้นำในธุรกิจท่อเหล็ก	
พันธกิจ	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีนวัตกรรมการผลิต การจัดจำหน่ายและการส่งมอบ ท่อเหล็กที่มีคุณภาพโดดเด่นทันตามเวลาที่ลูกค้าต้องการ ในราคาที่แข่งขันได้ 2. มุ่งการพัฒนาบุคลากร เทคโนโลยี และการบริหารจัดการที่เป็นเลิศของบุคลากรในทุกระดับ 3. มีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมของประเทศ 4. พัฒนารูขี้อย่างมีประสิทธิภาพ ก่อเกิดผลตอบแทนอย่างยั่งยืนต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 	
ค่านิยม	F	Focus on Customer (มุ่งมั่นให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นที่สุด)
	A	Achievement Orientation (มุ่งบรรลุเป้าขององค์กร ของทีม และของบุคลากร)
	S	Share for Knowledge Management (มุ่งแบ่งปันความรู้ในเชิงบริหารจัดการจากผู้บริหารระดับสูงสู่ผู้ปฏิบัติการ)
	T	Teamwork (มุ่งทำงานร่วมกันอย่างเป็นอันหนึ่งอันเดียวเพื่อผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพสู่มือผู้บริโภค)

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้

	ปี 2555		ปี 2556		ปี 2557	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (แบ่งตามประเภทลูกค้า)						
1. ตัวแทนจำหน่าย	5,893.52	80.98	5,907.70	79.08	5,545.50	79.00
2. โครงการก่อสร้าง	424.86	5.84	621.35	8.32	645.32	9.19
3. อุตสาหกรรม	677.93	9.32	646.37	8.65	518.48	7.39
4. อื่นๆ	40.02	0.55	30.95	0.41	47.86	0.68
รายได้จากการบริการ	62.77	0.86	71.62	0.96	91.86	1.31
รายได้จากการจำหน่ายและบริการรวม	7,099.10	97.55	7,277.99	97.42	6,849.02	97.57
กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนสุทธิ	18.96	0.26	-	-	0.44	-
รายได้อื่น	159.66	2.19	192.81	2.58	170.49	2.43
รายได้รวม	7,277.72	100.00	7,470.80	100.00	7,019.95	100.00
เพิ่มขึ้น (ลดลง) จากปีก่อน	1,403.72	23.90	193.08	2.65	(450.85)	(6.03)

หมายเหตุ : รายได้อื่น ได้แก่ รายได้จากการขายเศษเหล็ก รายได้ดอกเบี้ย เป็นต้น

2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทผลิตท่อเหล็กโดยวิธีเชื่อมเหล็กแผ่นซึ่งอาศัยความต้านทานไฟฟ้า (Electric Resistance Welded: ERW) โดยมีทั้งการผลิตตามคำสั่งลูกค้า (Made to order) และผลิตพร้อมสำหรับการจำหน่าย โดยท่อเหล็กของบริษัทสามารถแบ่งตามลักษณะการใช้งานเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่

1. ท่อเหล็กสำหรับงานทั่วไป

โดยทั่วไปท่อเหล็กสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในงานด้านต่างๆ ได้อย่างหลากหลาย ได้แก่ งานด้านสาธารณูปโภค งานประปา งานด้านระบบป้องกันอัคคีภัย และยังมีแนวโน้มที่จะขยายตัวมากขึ้น เนื่องจากท่อเหล็กมีคุณสมบัติเพื่อใช้ทดแทนวัสดุอื่นๆ ในการใช้งานได้อีกมากมาย เช่น สามารถนำมาใช้เป็นท่อน้ำบาดาล หรือท่อสำหรับอัดฉีดน้ำในระบบอัคคีภัยสำหรับอาคารสูงทดแทนการใช้ท่อพีวีซี เนื่องจากมีความแข็งแรงและสามารถรองรับแรงดันได้มากกว่าท่อพีวีซีทั่วไปได้ถึง 5 เท่า และสามารถดัดแปลงได้สะดวกกว่าท่อพีวีซี นอกจากนี้ ท่อเหล็กยังสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในงานด้านเกษตรกรรม งานรั้ว ประตู และตกแต่งทั่วไปตามความต้องการ เช่น ใช้ทำราวบันได รั้วบ้าน แนวกันถนน และป้ายโฆษณา เป็นต้น

2. ท่อเหล็กสำหรับงานโครงสร้าง

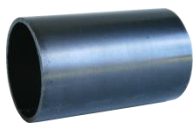
ท่อเหล็กสำหรับงานโครงสร้างจะเป็นท่อเหล็กที่มีขนาดใหญ่เพื่อทดแทนการใช้ไม้ เหล็กทรงน้ำ เหล็กฉาก เหล็กโครงสร้างรูปพรรณรูปตัว H และ I (H, I Beam) รวมทั้งคอนกรีตในงานโครงสร้างต่างๆ เช่น งานเสาเข็ม นั่งร้าน ราวหลังคาหรือระแนง จักรหลังคา ตลอดจนสามารถนำมาดัดแปลงเป็นโครงหลังคาเหล็กได้ เป็นต้น เนื่องจากท่อเหล็กมี

ความแข็งแรง ทนทาน น้ำหนักเบา สะดวกในการเชื่อมต่อ มีความเสียหายระหว่างการขนส่งน้อย ซึ่งทำให้งานก่อสร้างมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็สามารถประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย เมื่อเทียบกับการใช้ไม้และคอนกรีต

นอกจากนี้ การใช้ท่อเหล็กยังมีข้อได้เปรียบเหล็กประเภทต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเหล็กฉาก เหล็กทรงน้ำ เหล็กโครงสร้างรูปพรรณรูปตัว H หรือ I (H, I Beam) เนื่องจากท่อเหล็กมีน้ำหนักเบาและมีลักษณะสมมาตรซึ่งทำให้สามารถกระจายการรับน้ำหนักได้ทุกทิศทาง ส่งผลให้โครงสร้างที่ทำจากท่อเหล็กจะมีค่าใช้จ่ายและต้นทุนที่ต่ำกว่า ปัจจุบันการใช้ท่อเหล็กเป็นที่ยอมรับและเลือกใช้โดยวิศวกรในงานก่อสร้างต่างๆ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะสำหรับงานโครงสร้างขนาดใหญ่ที่มีลักษณะโปร่งหรืออาคารที่ต้องการให้มีพื้นที่ใช้สอยมากที่มีจำนวนเสาน้อย

ตัวอย่างการนำท่อเหล็ก ของบริษัทมาใช้ในงานโครงสร้างทั้งในและต่างประเทศและจากภาครัฐและเอกชน ได้แก่ สถานีขนส่ง ท่าอากาศยาน อาคารสำนักงานต่างๆ รวมทั้งบ้านที่อยู่อาศัย อาคารทรงโดม เช่น สนามกีฬา โกดังเก็บสินค้า และแปลงปลูกผัก เป็นต้น

รูปทรงและขนาดของท่อเหล็กที่บริษัทผลิต



ท่อเหล็กกลม
ตั้งแต่ ½ นิ้ว (15 มม.) ถึง
16 นิ้ว (400 มม.)



ท่อเหล็กสี่เหลี่ยมจัตุรัส
ตั้งแต่ 12 x 12 มม. ถึง
300 x 300 มม.



ท่อเหล็กสี่เหลี่ยมผืนผ้า
ตั้งแต่ 19 x 38 มม. ถึง
200 x 400 มม.



เหล็กรูปตัวซี
ตั้งแต่ 60 x 30 x 100 มม. ถึง
200 x 75 x 25 มม.

บริษัทสามารถผลิตท่อเหล็กได้ความหนาถึง 12 มม. และท่อเหล็กของบริษัทขนาด 10 นิ้ว – 16 นิ้ว จัดว่าเป็นท่อเหล็กที่ผลิตภายใต้ระบบ ERW (Electric-Resistance-Welded Pipe) ขนาดใหญ่พิเศษ ซึ่งสามารถผลิตได้ในประเทศ ณ ปัจจุบัน

ประเภทของท่อเหล็กที่ผลิต

แบ่งเป็นประเภทใหญ่ๆ คือ ท่อเหล็กดำและท่อเหล็กชุบสังกะสี ซึ่งมีคุณภาพและมาตรฐาน แบ่งออกเป็น

ท่อเหล็กแบบมาตรฐาน จำหน่ายภายใต้เครื่องหมายการค้า “  ” (แปซิฟิกไพพ์)

เป็นท่อเหล็กที่ได้รับการรับรองคุณภาพตามมาตรฐานสากลที่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ผลิตภัณฑ์ของบริษัทผ่านขั้นตอนการผลิต และการตรวจสอบให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด ทั้งในด้านวัสดุดิบ ขนาด ความหนา และคุณสมบัติอื่นๆ เช่น การรับแรงดัน เป็นต้น ซึ่งส่วนมากท่อเหล็กแบบมาตรฐานจะนำมาใช้สำหรับงานก่อสร้าง หรืองานระบบที่มีความจำเป็นต้องใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงและเป็นที่รับรองทั้งในประเทศ และต่างประเทศ เพื่อประโยชน์ในเรื่องของความปลอดภัยเป็นหลัก

ท่อเหล็กแบบคุณภาพทั่วไป จำหน่ายภายใต้เครื่องหมายการค้า “  ” (ทาโมเสะ)

กระบวนการผลิตท่อเหล็กแบบคุณภาพทั่วไปจะเป็นเช่นเดียวกับการผลิตท่อเหล็กแบบมาตรฐาน แต่แตกต่างกันที่คุณภาพวัสดุดิบ ซึ่งท่อเหล็กแบบคุณภาพทั่วไปจะไม่ผ่านการทดสอบตามที่กำหนดในมาตรฐานต่างๆ ทั้งนี้ ท่อเหล็กแบบคุณภาพทั่วไปจะถูกนำมาใช้สำหรับงานที่ไม่มีการกำหนดมาตรฐาน เช่น ใช้เป็นท่อประปาทั่วไป หรือใช้ทำราวบันได รั้วบ้าน เป็นต้น

นอกจากนี้ การเลือกใช้ท่อเหล็กรูปแบบต่างๆ ขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก เช่น ท่อเหล็กกลมมีลักษณะสวยงามและสามารถติดตั้งได้ดีกว่าท่อเหล็กสี่เหลี่ยม จึงเป็นที่นิยมนำมาใช้เป็นโครงสร้างอาคารทรงโดม หรือตกแต่งภายใน ในขณะที่ท่อเหล็กสี่เหลี่ยมมีความแข็งแรงและสะดวกในการเชื่อมต่อจึงเหมาะกับการใช้งานโครงสร้างทั่วไปและงานระบบสำหรับอาคารสูง

การรับรองมาตรฐานทั้งในและต่างประเทศ

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทผลิตด้วยเครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีทันสมัย และทำการติดตั้งระบบทดสอบการผลิตทุกขั้นตอนอย่างละเอียด ควบคุมโดยทีมวิศวกร และช่างเทคนิคผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัท มีคุณภาพและได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า โดยบริษัทจะออกไปรับรองคุณภาพสินค้าทุกครั้งที่มีการจำหน่ายท่อแบบมาตรฐาน ให้กับลูกค้าเพื่อเป็นการรับประกันคุณภาพ

บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานทั้งในและต่างประเทศซึ่งเป็นที่ยอมรับระดับสากล ดังนี้

- ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบคุณภาพ DIN EN ISO 9002: 1994 จากสถาบัน The TUV CERT Certification Body of Rheinsch – Westfalischer TUV e.V สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน
- ได้รับการรับรองระบบบริหารคุณภาพ DIN EN ISO 9001: 2000 จากสถาบัน The TUV CERT สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน
- ได้รับการรับรองระบบบริหารคุณภาพ DIN EN ISO 9001: 2008 จาก TUV NORD CERT สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน

บริษัทถือเป็นผู้ผลิตท่อเหล็กและเหล็กโครงสร้างรูปพรรณรายแรกในประเทศไทยที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001: 2008 ซึ่งเป็นมาตรฐานระบบบริหารจัดการงานด้านคุณภาพอันเป็นการสร้างความเชื่อมั่นว่าการบริหารจัดการภายในองค์กรมีประสิทธิภาพ สามารถตอบสนองต่อความเชื่อมั่นของลูกค้า และสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนให้กับบริษัทฯ อีกทั้งยังได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ทั้งในและต่างประเทศซึ่งเป็นที่ยอมรับระดับประเทศและระดับสากล ดังนี้

- ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม
- ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ประเภท MATTALIC SPRINKLER PIPE จากสถาบัน Underwriters Laboratories Inc © ประเทศสหรัฐอเมริกา ในปี 2550
- ได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานอุตสาหกรรม JIS (Japan Industry Standard) จาก Japan Quality Assurance Organization ประเทศญี่ปุ่น

นอกจากนี้ บริษัทยังเป็นผู้ผลิตท่อเหล็กแรกในประเทศไทยที่มีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับใบอนุญาตแสดงเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) ครบทุกประเภทผลิตภัณฑ์ และจัดได้ว่าเป็นผู้นำทางการตลาดอันดับหนึ่งในตลาดของท่อเหล็กแบบคุณภาพมาตรฐานในประเทศไทย นอกจากการเป็นผู้นำทางการตลาดในประเทศแล้ว ผลิตภัณฑ์ของบริษัทยังเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางในตลาดต่างประเทศ โดยบริษัทได้ส่งออกสินค้าไปจำหน่ายทั้งภูมิภาคเอเชีย ตะวันออกกลาง ทวีปอเมริกาเหนือ และทวีปออสเตรเลีย โดยมีแผนงานที่จะขยายการส่งออกให้ครอบคลุมทุกภูมิภาค ซึ่งนอกจากจะเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับบริษัทแล้วยังเป็นโอกาสในการสร้างความร่วมมือกับลูกค้าเพื่อพัฒนาเทคโนโลยี และมาตรฐานผลิตภัณฑ์อีกด้วย

2.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

ความผันผวนของสภาพเศรษฐกิจ และความไม่มั่นคงทางการเมือง ส่งผลกระทบต่อความต้องการบริโภคเหล็ก ทำให้สภาวะการแข่งขันยังคงมีความรุนแรง ทั้งนี้ ทางบริษัทได้เล็งเห็นความสำคัญและเสริมสร้างความแตกต่างของตัวสินค้าและการบริการอย่างต่อเนื่องในรอบหลายปีที่ผ่านมา ทำให้ในปัจจุบัน สินค้าของทางบริษัทมีความน่าเชื่อถือในเรื่องของคุณภาพ การผลิตสินค้าที่มีความหลากหลายเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย อีกทั้งทางบริษัทเล็งเห็นความสำคัญในการพัฒนาการให้บริการแก่ลูกค้า ซึ่งทำให้ทางบริษัทสามารถสร้างความน่าเชื่อถือในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีความรวดเร็วและตรงเวลาตามที่ตกลงกับลูกค้า

2.2.1 กลยุทธ์ในการแข่งขัน

1. ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง

บริษัทจะทำการออกไปรับรองคุณภาพสินค้าทุกครั้งที่มีการจำหน่ายสินค้าแบบมาตรฐานให้กับลูกค้าเพื่อเป็นการรับประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์และเป็นผู้ผลิตท่อเหล็กสายแรกในประเทศไทยที่มีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับใบอนุญาตแสดงเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) ครบทุกผลิตภัณฑ์ส่งผลให้บริษัทมีความได้เปรียบคู่แข่งโดยบริษัทสามารถเสนอขายท่อเหล็กในลักษณะที่ครอบคลุมความต้องการและประโยชน์ใช้สอยของลูกค้าทำให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้รับความไว้วางใจและได้รับการตอบรับจากลูกค้าด้วยดีตลอดมาทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2. กลยุทธ์การสร้างตราสินค้า

ตั้งแต่ปี 2541 บริษัทมุ่งเน้นพัฒนาตราสินค้า “แปซิฟิกไพพ์” ให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในกลุ่มลูกค้าทั้งจากตัวแทนจำหน่าย ผู้รับเหมาก่อสร้าง ตลอดจนวิศวกรผู้ควบคุมงานก่อสร้างเพื่อเป็นการส่งเสริมการใช้ท่อเหล็กที่มีคุณภาพมาตรฐาน อีกทั้งยังสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง โดยที่ผ่านมามีผลิตภัณฑ์ท่อเหล็กแบบคุณภาพมาตรฐานของบริษัท เป็นที่ยอมรับในกลุ่มลูกค้ามากขึ้น เห็นได้จากการที่โครงการก่อสร้างขนาดใหญ่บางโครงการทั้งในและต่างประเทศมีการระบุให้ใช้ท่อเหล็กของบริษัทในการก่อสร้างเท่านั้น และบริษัทยังจัดได้ว่าเป็นผู้นำทางการตลาดในตลาดของท่อเหล็กแบบคุณภาพมาตรฐานในประเทศไทย

3. การส่งมอบสินค้าที่ตรงต่อเวลาและเชื่อถือได้

นอกจากเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้ตรงต่อเวลานับเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อท่อเหล็กของลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกค้าประเภทงานโครงการ ดังนั้น บริษัทจึงอาศัยความได้เปรียบจากสถานะทางการเงินที่เข้มแข็ง ในการสำรองวัตถุดิบและการผลิตล่วงหน้าเพื่อการจำหน่ายทำให้บริษัทมีสินค้าที่สามารถส่งมอบได้ทันที ในขณะที่คู่แข่งส่วนใหญ่จะเป็นผู้ผลิตขนาดเล็กและมีการผลิตแบบตามคำสั่งลูกค้าเป็นหลัก นอกจากนี้บริษัทยังมีการบริหารจัดการระบบสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพ โดยเริ่มตั้งแต่การคาดการณ์ความต้องการสินค้าที่มีความแม่นยำจากทีมผู้บริหาร ตลอดจนไปจนถึงการติดต่อประสานงานอย่างใกล้ชิดกับลูกค้าและบุคคลที่เกี่ยวข้องในการวางแผนและดำเนินการจัดซื้อวัตถุดิบเหล็กเพื่อให้บริษัท สามารถเริ่มผลิตท่อเหล็กตามคำสั่งลูกค้าได้ทันที

4. ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์

บริษัทให้ความสำคัญต่อการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีความหลากหลายมากกว่าคู่แข่ง ทั้งในด้านรูปแบบ ขนาด ความหนา ความยาวและลักษณะของปลายท่อ เป็นต้น ปัจจุบันบริษัทผลิตและจำหน่ายท่อเหล็กกล้าครอบคลุมมากกว่า 5,000 รายการ ในขณะที่คู่แข่งส่วนมากมีการผลิตท่อเหล็กไม่เกิน 1,000 รายการ และบริษัทยังสามารถผลิตท่อเหล็กสี่เหลี่ยม ขนาด 300 x 300 มิลลิเมตร เพื่อเป็นทางเลือก

ให้กับผู้บริโภคมทดแทนการใช้โครงสร้างเหล็กรูปพรรณแบบตัว H, I (H-Beam, I-Beam) สำหรับการก่อสร้างอาคารขนาดใหญ่

5. คณะผู้บริหารที่มีประสบการณ์

ในช่วงที่ภาวะอุตสาหกรรมเหล็กตกต่ำภายหลังจากปี 2540 ผู้ประกอบการเหล็กจำนวนมากประสบปัญหาอย่างหนัก จนถึงขั้นเลิกกิจการหรือหยุดกิจการ อย่างไรก็ตาม ด้วยความมุ่งมั่นและประสบการณ์ในอุตสาหกรรมท่อเหล็กเป็นเวลานานของกลุ่มผู้บริหารของบริษัทสามารถนำพาบริษัทให้รอดพ้นจากวิกฤตดังกล่าว โดยบริษัทไม่เคยประสบปัญหา เรื่องการชำระคืนเงินกู้ทั้งยังสามารถรักษาความสามารถในการชำระคืนเงินกู้ของเจ้าหนี้และการชำระหนี้อื่นๆ ให้อยู่ในเกณฑ์ดีและเป็นที่น่าพอใจอย่างต่อเนื่อง

6. บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ

บุคลากรถือเป็นทรัพย์สินที่สำคัญของบริษัทในการประกอบธุรกิจ เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมให้บริษัทมีศักยภาพในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพเหนือกว่าคู่แข่ง ดังนั้น บริษัทจึงมีนโยบายในการบริหารทรัพยากรบุคคลที่ดี โดยมุ่งเน้นการพัฒนาความสามารถและความรับผิดชอบของบุคลากร รวมทั้งการเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรภายในองค์กรอันจะเป็นการพัฒนาบุคลากรและสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงานได้อีกทางหนึ่ง รวมทั้งการให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมและสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้

2.2.2 ลักษณะลูกค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของบริษัท มีลักษณะการใช้งานที่มีความหลากหลาย ทำให้บริษัทมีกลุ่มลูกค้าครอบคลุมหลายอุตสาหกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมก่อสร้างหิรัญทรัพย์ สาธารณูปโภคและเกษตรกรรม เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทยังมีการจำหน่ายท่อเหล็กทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ โดยมีสัดส่วนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ดังนี้

การจำหน่ายผลิตภัณฑ์	ปี 2555		ปี 2556		ปี 2557	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. ในประเทศ	6,657.54	94.62	7,043.91	97.75	6,632.78	98.16
2. ต่างประเทศ	378.79	5.38	162.46	2.25	124.38	1.84
รวม	7,036.33	100.00	7,206.37	100.00	6,757.16	100.00

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัททั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ สามารถจำแนกได้เป็น 4 กลุ่มหลัก ดังนี้

1. ลูกค้าประเภทตัวแทนจำหน่าย

ลูกค้าประเภทตัวแทนจำหน่ายจะซื้อท่อเหล็กของบริษัท และจำหน่ายต่อให้กับลูกค้าอีกทอดหนึ่ง เช่น ร้านค้าวัสดุก่อสร้างทั่วไป ผู้รับเหมาก่อสร้างหรือลูกค้าตามบ้านเรือน รวมทั้งบริษัท ทาโมเสะ เทรดิง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ซึ่งตัวแทนจำหน่ายวัสดุก่อสร้างเหล่านี้มีส่วนช่วยในการกระจายสินค้าของบริษัทในพื้นที่ต่างจังหวัด

2. ลูกค้าประเภทโครงการก่อสร้าง

ลูกค้าประเภทโครงการก่อสร้าง ได้แก่ ผู้รับเหมาก่อสร้างทั่วไป โดยมีทั้งการจำหน่ายโดยตรงและเป็นการจำหน่ายผ่านทางตัวแทนจำหน่ายซึ่งทำหน้าที่ประสานงานระหว่างผู้รับเหมาก่อสร้าง เจ้าของโครงการและ บริษัทเพื่อนำผลิตภัณฑ์ท่อเหล็กของบริษัทไปใช้ในโครงการก่อสร้างต่างๆ ซึ่งที่ผ่านมาผลิตภัณฑ์ของบริษัท เริ่มเป็นที่ ย อ ม รั บ และเป็นที่นิยมนำมาใช้อย่างแพร่หลายโดยวิศวกรและตลาดอุตสาหกรรม อสังหาริมทรัพย์ ทั้งในและต่างประเทศมากขึ้น

3. ลูกค้าประเภทโรงงานอุตสาหกรรม

ลูกค้าประเภทโรงงานอุตสาหกรรมจะนำท่อเหล็กไปแปรรูปหรือประกอบเป็นชิ้นส่วนของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ตามความต้องการ เช่น แขนดัดรถจักรยาน รวบบันได ข้อต่อท่อ หรือนำมาประกอบเพื่อทำโคมไฟประดับ เป็นต้น

4. ลูกค้าอื่นๆ

ลูกค้าอื่นๆ ได้แก่ ลูกค้ารายย่อยทั่วไปที่นำท่อเหล็กไปใช้ประโยชน์โดยตรง ทั้งเพื่อการก่อสร้าง ตกแต่งบ้านเรือน หรือเพื่อใช้ในงานทั่วไปอื่นๆ

2.2.3 ภาวะการแข่งขัน

ในปี 2557 ช่วงครึ่งปีแรกสถานการณ์ทางการเมืองที่ยืดเยื้อจากปลายปี 2556 ทำให้ทำให้ความเชื่อมั่นในการลงทุนของภาคเอกชนลดลง ขณะที่ภาคครัวเรือนก็ยังขาดความเชื่อมั่นในภาวะเศรษฐกิจ ถึงแม้ว่าในช่วงครึ่งปีหลังสถานการณ์ทางการเมืองจะเริ่มคลี่คลาย และมีการจัดตั้งรัฐบาล แต่การลงทุนของโครงการภาครัฐยังไม่ชัดเจน ตลอดจนการเบิกจ่ายของภาครัฐที่ล่าช้า และมีอัตราต่ำกว่าเป้าหมาย ส่งผลต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทย อุตสาหกรรมเหล็กในประเทศไทย มีปริมาณการผลิตและจำหน่ายเหล็กลดลงจากปี 2556 ในทิศทางเดียวกัน นอกจากนี้สถานการณ์ราคาเหล็กลดลงอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 แนวทางการบริหารงานของบริษัท มุ่งเน้นด้านการวางแผนและติดตามความเสี่ยงในด้านต่างๆ อย่างใกล้ชิด ทั้งด้านการวางแผนงานและประสานงานกันในแต่ละหน่วยงานไม่ว่าจะเป็นการผลิต การตลาด คลังสินค้า และการบริหารการเงิน ที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้หน่วยงานต่างๆ สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเป็นระบบและเชื่อมโยงกัน เกิดความคล่องตัวในการทำงาน และส่งผลให้ผลประกอบการของบริษัทยังคงเป็นที่น่าพอใจ ด้วยนโยบายการผลิตสินค้าที่หลากหลาย และมียุทธศาสตร์ที่ตั้งทั้งโรงงานและศูนย์กระจายสินค้าของบริษัทรองรับความต้องการในการใช้ท่อเหล็กหลายขนาดและหลากหลายประเภทการใช้งาน แต่คงไว้ซึ่งมาตรฐานด้านคุณภาพของสินค้า

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

2.3.1 การผลิต

ปัจจุบัน บริษัทมีโรงงาน 4 แห่ง มีกำลังการผลิตรวม 450,000 ตันปี ศูนย์กระจายสินค้า 2 แห่ง และสำนักงานขาย 1 แห่ง ดังนี้

สาขา	ที่ตั้ง	รายละเอียด	พื้นที่
1. โรงงาน ศูนย์พระประแดง	ตั้งอยู่ที่ 298, 298/2 ซอยกลับเจริญ ถนนสุขสวัสดิ์ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ	โรงงานสำหรับผลิตท่อเหล็ก	พื้นที่ 24 ไร่ 1 งาน 69 ตารางวา มี 3 อาคาร
2. โรงงานศูนย์มหาชัย 1	ตั้งอยู่ที่ 1/112 นิคมอุตสาหกรรมสมุทรสาคร หมู่ที่ 2 ถนนพระราม 2 ตำบลท่าทราย อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร	โรงงานสำหรับชุบสังกะสีท่อ	เหล็กพื้นที่ 8 ไร่ 2 งาน 5 ตารางวา มี 1 อาคาร
3. โรงงานศูนย์มหาชัย 2	ตั้งอยู่ที่ 1/97 นิคมอุตสาหกรรมสมุทรสาคร หมู่ที่ 2 ถนนพระราม 2 ตำบลท่าทราย อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร	โรงงานสำหรับผลิตท่อเหล็ก ขนาดใหญ่	พื้นที่ 20 ไร่ 3 งาน 98 ตารางวา มี 1 อาคาร
4. โรงงานศูนย์มหาชัย 3	ตั้งอยู่ที่ 24/31 หมู่ที่ 2 ตำบลท่าทราย อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร 74000	โรงงานสำหรับผลิตท่อเหล็ก ขนาดกลาง	44 ไร่ 1 งาน มี 3 อาคาร
5. ศูนย์กระจายสินค้า บางนาตราด กม.29	ตั้งอยู่ที่ 158 หมู่ที่ 6 ตำบลบางบ่อ อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ	ศูนย์กระจายสินค้าเพื่อ สำรองผลิตภัณฑ์ท่อเหล็ก	พื้นที่ 22 ไร่ 22 ตารางวา มี 2 อาคาร
6. ศูนย์กระจายสินค้า ลาดหลุมแก้ว	ตั้งอยู่ที่ 50/6 หมู่ที่ 2 ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี	ศูนย์กระจายสินค้าเพื่อ สำรองผลิตภัณฑ์ท่อเหล็ก	พื้นที่ 25 ไร่ 2 งาน 31 ตารางวา มี 2 อาคาร
7. สำนักงานขายลุมพินี	ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 1168/74 ชั้น 26 อาคารลุมพินี ทาวเวอร์ ถนนพระราม 4 แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร	สำนักงานขาย	พื้นที่ 1,772.17 ตารางเมตร

นโยบายการผลิตและกำลังการผลิต

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่ผลิตตามคำสั่งลูกค้าและผลิตพร้อมสำหรับการจำหน่าย โดยการผลิตตามคำสั่งลูกค้าจะขึ้นอยู่กับลูกค้าแต่ละรายที่จะส่งคำสั่งซื้อเข้ามา ซึ่งบริษัทมีนโยบายรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าและดำเนินการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าในประเทศ ดังนี้

- 1) ในกรณีที่สินค้าพร้อมจำหน่าย บริษัทจะดำเนินการจัดส่งสินค้าทันที
- 2) ในกรณีที่วัตถุดิบหลักในคลังสินค้า บริษัทจะดำเนินการจัดส่งสินค้าภายใน 20 วัน
- 3) ในกรณีที่ต้องสั่งซื้อวัตถุดิบหลักเพิ่มเติม บริษัทจะดำเนินการจัดส่งสินค้าภายใน 45 วัน
- 4) ส่วนกรณี ของลูกค้าต่างประเทศ บริษัทจะดำเนินการส่งมอบสินค้าภายใน 60 - 75 วัน

ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระยะเวลาในการสั่งซื้อของลูกค้า บริษัทมีการวางแผนการผลิตจากฝ่ายบริหาร ฝ่ายผลิต และฝ่ายการตลาด โดยจะมีการประชุมเพื่อติดตามความเคลื่อนไหวของความต้องการสินค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อใช้ในการประกอบการกำหนดนโยบายการผลิตและการวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบให้มีประสิทธิภาพเพื่อช่วยประหยัดต้นทุนการผลิต และทำให้บริษัทสามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์ท่อเหล็กได้ทันที โดยทั่วไปเมื่อมีการใช้กำลังการผลิตของเครื่องจักรถึงประมาณร้อยละ 75

บริษัทจะทำการประเมินความเหมาะสมในการขยายกำลังการผลิตโดยพิจารณาถึงแนวโน้มความต้องการท่อเหล็กประกอบกับแผนกลยุทธ์และแผนงานของบริษัท นอกจากนี้ เพื่อรักษาประสิทธิภาพของเครื่องจักรภายในโรงงาน บริษัทได้มีการกำหนดการตรวจเช็คและบำรุงรักษาเครื่องจักรทุกสัปดาห์และแต่ละครั้งจะใช้เวลาประมาณ 2 – 3 ชั่วโมง กำลังการผลิตของเครื่องจักรสำหรับท่อเหล็กดำและท่อเหล็กชุบสังกะสี เท่ากับ 400,000 และ 50,000 ตามลำดับ โดยในปี 2557 บริษัทใช้กำลังการผลิตท่อเหล็กดำ เท่ากับ 264,137 ตัน/ปี และท่อชุบสังกะสี 18,526 ตัน/ปี คิดเป็นอัตราการใช้กำลังการผลิต เท่ากับ ร้อยละ 66.03 และร้อยละ 37.05 ตามลำดับ

ตารางแสดงกำลังการผลิตและอัตราการใช้กำลังการผลิต

	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557
1. กำลังการผลิตติดตั้งของเครื่องจักรรวม ^{/1} (หน่วย : ตัน)	350,000	350,000	450,000
2. ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : ตัน)	277,088	295,017	282,663
3. อัตราการใช้กำลังการผลิต ^{/2} (ร้อยละ)	79.17	84.29	62.81
4. ปริมาณการผลิตปีนี้เทียบกับปีก่อน (%)	24.71	6.47	-21.48

หมายเหตุ : ^{/1} กำลังการผลิตติดตั้งของเครื่องจักรรวม คำนวณบนสมมติฐานที่เป็นการผลิตท่อเหล็กแบบเดียว โดยไม่มีการเปลี่ยนประเภทท่อเหล็กที่ผลิต

^{/2} อัตราการใช้กำลังการผลิตเทียบกับกำลังการผลิตตามระยะเวลาการผลิต

2.3.2 วัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักในการผลิตท่อเหล็กของบริษัท คือ เหล็กแผ่นรีดร้อน (Hot rolled coil) โดยบริษัทมีปริมาณการใช้เหล็กแผ่นรีดร้อนสัดส่วนประมาณร้อยละ 98.26 ของมูลค่าวัตถุดิบรวม

วัตถุดิบ	ปี 2555		ปี 2556		ปี 2557	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. เหล็กแผ่นรีดร้อน	6,055.63	98.14	5,791.01	98.02	6,070.85	98.26
2. สังกะสี	112.47	1.82	115.43	1.95	106.16	1.72
3. สังกะสีผสม	2.46	0.04	1.60	0.03	1.39	0.02
รวม	6,170.56	100.00	5,908.04	100.00	6,178.40	100.00

จากนโยบายการดำเนินธุรกิจของบริษัทที่ให้ความสำคัญในเรื่อง คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และการส่งมอบงานที่ตรงต่อเวลา ดังนั้น คุณภาพของวัตถุดิบและความน่าเชื่อถือของผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการพิจารณาสั่งซื้อวัตถุดิบ โดยบริษัทมีการจัดทำการประเมินผลการดำเนินงานของผู้จำหน่ายวัตถุดิบเป็นประจำ ในปัจจุบัน บริษัทได้มีการสั่งซื้อเหล็กแผ่นรีดร้อนประมาณร้อยละ 90 ของมูลค่าวัตถุดิบรวม จากผู้ผลิตในประเทศ ได้แก่ บริษัท สหวิริยาสตีลอินดัสตรี จำกัด (มหาชน) และจากผู้ค้ารายย่อย (Retail Trader) ในประเทศ โดยสัดส่วนแหล่งที่มาของวัตถุดิบจากทั้งในประเทศและต่างประเทศประจำปี 2555 – 2557 สรุปได้ดังนี้

แหล่งที่มาของวัตถุดิบ	ปี 2555		ปี 2556		ปี 2557	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. ในประเทศ	5,045.56	81.77	4,576.39	77.46	5,862.5	94.89
2. ต่างประเทศ	1,125.00	18.23	1,331.65	22.54	315.90	5.11
รวม	6,170.56	100.00	5,908.04	100.00	6,178.40	100.00

2.3.3 นโยบายสินค้าคงคลัง

การบริหารจัดการทางด้านวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปนั้น ทางบริษัทได้มีนโยบายที่มีลักษณะยืดหยุ่น กล่าวคือ มีการบริหารจัดการทางด้านวัตถุดิบและสินค้าคงเหลืออิงตามสภาพเศรษฐกิจและสภาวะตลาดในขณะนั้น โดยมีการศึกษาวิเคราะห์ และประเมินสถานการณ์ในอนาคตเพื่อปรับการจัดการและปริมาณ การเก็บสินค้าคงคลังให้เหมาะสมตามความต้องการของตลาด

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบและปริมาณที่จัดเก็บ

วัตถุดิบหลักของบริษัท คือแผ่นเหล็ก ซึ่งมีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงตามราคาเหล็กโลก ดังนั้นความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบ จัดเป็นปัจจัยความเสี่ยงที่สำคัญ เพราะผลจากการเปลี่ยนแปลงของราคาเหล็ก หากมีการปรับตัวลงอย่างรุนแรง อาจเกิดความเสี่ยงจากการด้อยค่าของวัตถุดิบ หรือในกรณีที่ราคาวัตถุดิบมีการปรับตัวสูงขึ้น จะเกิดผลกระทบต่อราคาขายสินค้า อีกทั้งความเสี่ยงดังกล่าวเกิดจากปัจจัยภายนอก ซึ่งอยู่นอกเหนือการควบคุมของบริษัท ทั้งนี้ บริษัทได้มีการกำหนดนโยบายเพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าวโดย (1) ติดตามราคาวัตถุดิบของราคาเหล็กโลกอย่างใกล้ชิด เพิ่มความระมัดระวังในการจัดซื้อวัตถุดิบ และ (2) ควบคุมปริมาณวัตถุดิบและสินค้าคงคลังให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม

ความเสี่ยงทางด้านอัตราแลกเปลี่ยน

เนื่องจากบริษัทมีการนำเข้าแผ่นเหล็กที่ร้อนและเครื่องจักรบางส่วนจากต่างประเทศ รวมถึงมีการส่งออกผลิตภัณฑ์ไปขายในประเทศ ส่งผลให้บริษัทเกิดความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน เพื่อลดความเสี่ยง บริษัทได้จัดทำรายการงานเพื่อติดตามสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยน และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้บริษัทยังได้นำเครื่องมือทางการเงิน เช่น Forward และ Option มาใช้เพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าวอีกด้วย รวมถึงการป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนโดยธรรมชาติ (Natural Hedge) จากการที่มีทั้งซื้อวัตถุดิบและขายสินค้าในสกุลเงินเดียวกัน

ความเสี่ยงจากกระแสเงินสดไม่เพียงพอต่อการขยายตัวของธุรกิจ

เนื่องจากบริษัทมีการลงทุนขนาดใหญ่เพื่อก่อสร้างโรงงานแห่งใหม่ที่มหาชัย โดยกู้เงินระยะยาวส่วนหนึ่งจากสถาบันการเงิน และใช้เงินทุนหมุนเวียนของบริษัทเองอีกส่วนหนึ่ง

บริษัทได้จัดทำรายการงานเพื่อติดตามกระแสเงินสด ยอดวงเงินสินเชื่อ และสินเชื่อที่ใช้จริงอย่างสม่ำเสมอ ทำให้มั่นใจได้ว่าบริษัทมีกระแสเงินสดเพียงพอสำหรับการขยายตัวของธุรกิจ

ความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ

บริษัทตระหนักถึงผลกระทบของความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม อัคคีภัย เป็นต้น จึงได้จัดทำแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuous Planning : BCP) และมีการซ้อมแผนเป็นประจำ เพื่อเตรียมความพร้อมรับมือจัดการหากเกิดภัยพิบัติได้อย่างทัน่วงที

ความเสี่ยงจากการมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่

บริษัท ตั้งหมงเส็ง โฮลดิ้ง จำกัด และกลุ่มผู้ถือหุ้น ถือหุ้นบริษัทร้อยละ 73.85 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด จึงอาจทำให้ควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด ผู้ถือหุ้นอื่นจึงอาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องของผู้ถือหุ้นรายใหญ่เสนอได้ ยกเว้นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทกำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น

ความเสี่ยงจากการมีผู้ผลิตวัตถุดิบน้อยรายและการออกมาตรการตอบโต้ทางการค้าจากภาครัฐ

ภาครัฐได้ใช้มาตรการตอบโต้ทางการค้าทั้งมาตรการการทุ่มตลาด (Anti-Dumping) และ มาตรการปกป้องจากการนำเข้าสินค้าที่เพิ่มขึ้น (Safe Guard) ในสินค้าเหล็กแผ่นรีดร้อน ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักของบริษัท รวมถึงมีผู้ผลิตในประเทศน้อยราย ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงในกรณีวัตถุดิบไม่เพียงพอ หรือขาดตลาด บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว ด้วยการวางแผนการผลิตและสั่งซื้อวัตถุดิบล่วงหน้า มีการเก็บสต็อกในปริมาณที่เหมาะสม และมองหาผู้ผลิตรายใหม่จากต่างประเทศเพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าว

ความเสี่ยงจากการเคลื่อนไหวของอัตราดอกเบี้ย

จากสถานการณ์ในปัจจุบัน สภาพเศรษฐกิจยังคงมีความไม่แน่นอน อาจส่งผลให้อัตราดอกเบี้ยเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งอาจมีผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบต่อบริษัท เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงในด้านอัตราดอกเบี้ย บริษัทได้ติดตามการเคลื่อนไหวอย่างใกล้ชิด

หนี้สินระยะยาวของบริษัท ที่มีอัตราดอกเบี้ยแบบลอยตัว (MLR) มีจำนวนน้อยหากเทียบกับหนี้สินระยะสั้นของบริษัท หนี้สินของบริษัทส่วนใหญ่เป็นหนี้สินระยะสั้นสำหรับซื้อวัตถุดิบ ซึ่งมีอัตราดอกเบี้ยคงที่ จึงทำให้ความเสี่ยงที่มีไม่สูงมาก

ความเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจภายในและต่างประเทศ

เพื่อลดความเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจ บริษัทจึงมุ่งเน้นที่การพัฒนาคุณภาพ และความหลากหลายของสินค้า โดย (1) รักษาฐานลูกค้าเดิม ที่เน้นการใช้สินค้าคุณภาพ (2) เจาะกลุ่มลูกค้าได้หลากหลาย และสามารถขยายการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายจากลูกค้า ซึ่งถือเป็นข้อได้เปรียบหากเปรียบเทียบกับบริษัทที่มีการผลิตสินค้าเฉพาะกลุ่ม จากจุดนี้แสดงให้เห็นว่าทางบริษัทมีความยืดหยุ่นในการดำเนินงานเพื่อสามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงและตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างรวดเร็ว (3) เพิ่มประสิทธิภาพด้านการผลิต เพื่อลดต้นทุนการผลิต และ (4) เน้นการให้บริการแก่ลูกค้า โดยเน้นการส่งมอบที่ตรงเวลา

ความไม่มั่นคงทางการเมืองในประเทศ

ความไม่มั่นคงทางการเมืองภายในประเทศส่งผลกระทบโดยตรงต่อนักลงทุน หากการเมืองภายในประเทศเกิดความขัดแย้งหรือความรุนแรงจะส่งผลกระทบต่อระดับความมั่นใจของนักลงทุน ทำให้เกิดการชะลอตัวหรือลดขนาดการลงทุนในทางตรงข้าม หากภาวะทางการเมืองของประเทศไทยมีความมั่นคง จะสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่นักลงทุน อีกทั้งรัฐบาลสามารถกระตุ้นการลงทุนในโครงการของภาครัฐ ซึ่งเป็นการเพิ่มอุปสงค์ภายในประเทศ

ความเสี่ยงจากการให้สินเชื่อทางการค้า

ในการทำธุรกิจของบริษัทนั้น จะมีลูกหนี้การค้าซึ่งเกิดจากการจำหน่ายสินค้าภายใต้เงื่อนไขการชำระเงินภายในกำหนดตามที่ได้ตกลงกัน ซึ่งอาจเกิดความเสี่ยงจากการไม่ชำระค่าสินค้า หรือการชำระที่ไม่ตรงเวลาที่กำหนด บริษัทมีมาตรการลดความเสี่ยงดังกล่าว ด้วยการกำหนดวงเงินสินเชื่อการค้าแก่ลูกค้าโดยวิเคราะห์ตามความต้องการซื้อสินค้าและความสามารถในการชำระหนี้ ซึ่งต้องผ่านการอนุมัติเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้บริหารที่มีอำนาจในเรื่องดังกล่าว นอกจากนี้ บริษัทมีการจัดทำประกันลูกหนี้ เพื่อลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าไม่สามารถชำระหนี้

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ



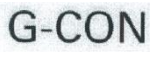
ปี 2557 บริษัทมีทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจดังนี้

หน่วย : พันบาท

รายการทรัพย์สิน	เจ้าของกรรมสิทธิ์	มูลค่าคงเหลือสุทธิ หลังหักค่าเสื่อมราคาสะสม	วงเงินของภาระ หลักประกัน
ทรัพย์สินที่มีกรรมสิทธิ์			
1. ที่ดิน	บริษัท	236,124	-ไม่มี-
2. ส่วนปรับปรุงที่ดิน	บริษัท	9,751	-ไม่มี-
3. อาคารและส่วนปรับปรุง	บริษัท	285,628	-ไม่มี-
4. เครื่องจักรและอุปกรณ์โรงงาน	บริษัท	513,871	-ไม่มี-
5. เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	บริษัท	13,873	-ไม่มี-
6. ยานพาหนะ	บริษัท	60,950	-ไม่มี-
7. งานระหว่างก่อสร้าง	บริษัท	332,340	-ไม่มี-
รวม		1,452,537	

เครื่องหมายการค้า

บริษัทและบริษัทย่อยเป็นเจ้าของ และจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าต่อกรมทรัพย์สินทางปัญญากระทรวงพาณิชย์ ตามประเภทของผลิตภัณฑ์ โดยการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าแต่ละเครื่องหมายจะมีอายุ 10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และสามารถต่ออายุได้คราวละ 10 ปี โดยมีรายละเอียดเครื่องหมายการค้าของบริษัท ดังนี้

เครื่องหมายการค้า	เลขทะเบียน	ประเภทสินค้า / บริการ	เจ้าของกรรมสิทธิ์	ระยะเวลาคุ้มครอง
	ค33682	ท่อเหล็ก ท่อโลหะ	บมจ. แปซิฟิกไพพ์	10 ปี ตั้งแต่วันที่ 24/11/2557 ถึง วันที่ 5/01/2568
	ค143853	ท่อเหล็กชุบสังกะสี	บมจ. แปซิฟิกไพพ์	10 ปี ตั้งแต่วันที่ 22/11/2553 ถึง วันที่ 26/11/2563
	ค144291	ท่อเหล็กชุบสังกะสี	บมจ. แปซิฟิกไพพ์	10 ปี ตั้งแต่วันที่ 17/02/2553 ถึง วันที่ 27/03/2563

สรุปสัญญาเช่าที่สำคัญ

1. สัญญาเช่าที่ดินศูนย์กระจายสินค้าบางนา-ตราด

บริษัทเช่าที่ดินบริเวณถนนบางนา-ตราด กม.29 ตำบลบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อใช้เป็นที่ตั้งศูนย์กระจายสินค้า โดยมีเนื้อที่ 22 ไร่ 22 ตารางวา ระยะเวลาการเช่า 11 ปี ตั้งแต่ 1 กันยายน 2557 ถึง 31 สิงหาคม 2568 โดยมีการปรับอัตราค่าเช่าทุก 3 ปี และมีวิธีการคำนวณค่าเช่าตามรายละเอียดในหัวข้อรายการระหว่างกัน ในหน้า 60

สรุปรายละเอียดของสัญญาเช่า

ผู้เช่า	: บริษัท แปซิฟิกไพพ์ จำกัด (มหาชน)
ผู้ให้เช่า	: คณะบุคคลโดยนายประยูร เลขะพจน์พานิช
ระยะเวลาในการเช่าคงเหลือ	: 10 ปี 9 เดือน (สิ้นสุด 31 สิงหาคม 2568)
ค่าเช่า ปี 2557	: 1,736,000 บาท

2. สัญญาเช่าที่ดินศูนย์กระจายสินค้าลาดหลุมแก้ว

บริษัทเช่าที่ดินบนถนนบางบัวทอง- สุพรรณบุรี (ทางหลวงหมายเลข 340, ระหว่างหลักกิโลเมตรที่ 32 – 33 ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี เพื่อใช้เป็นที่ตั้งศูนย์กระจายสินค้า โดยมีเนื้อที่ 25 ไร่ 2 งาน 31 ตารางวา ระยะเวลาการเช่า 10 ปี ตั้งแต่ 1 กรกฎาคม 2548 ถึง 30 มิถุนายน 2558 โดยมีการปรับอัตราค่าเช่าทุก 3 ปี และมีวิธีการคำนวณค่าเช่าตามรายละเอียดในหัวข้อรายการระหว่างกัน ในหน้า 60

สรุปรายละเอียดของสัญญาเช่า

ผู้เช่า	: บริษัท แปซิฟิกไพพ์ จำกัด (มหาชน)
ผู้ให้เช่า	: คณะบุคคลโดยนายสมชัย เลขะพจน์พานิช
ระยะเวลาในการเช่าคงเหลือ	: 6 เดือน (สิ้นสุด 30 มิถุนายน 2558)
ค่าเช่า ปี 2557	: 2,200,000 บาท

3. สัญญาเช่าพื้นที่สำนักงาน ชั้น 24 อาคารลุมพินีทาวเวอร์ของบริษัท ทาโมเสะ เทตดิง จำกัด (บริษัทย่อย)

บริษัทเช่าพื้นที่ห้องชุดเลขที่ 1168/68-69 ชั้น 24 อาคารลุมพินีทาวเวอร์ ถนนพระราม 4 แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร เพื่อใช้เป็นที่สำนักงาน มีเนื้อที่ทั้งหมด 692.50 ตารางเมตร ระยะเวลาการเช่า 3 ปี ตั้งแต่ 1 สิงหาคม 2556 ถึง 31 กรกฎาคม 2559

สรุปรายละเอียดของสัญญาเช่าดังนี้

ผู้เช่า	: บริษัท ทาโมเสะ เทตดิง จำกัด (บริษัทย่อย)
ผู้ให้เช่า	: บริษัท ตั้งหมงเส็ง โฮลดิ้ง จำกัด
ระยะเวลาในการเช่าคงเหลือ	: 1 ปี 8 เดือน (สิ้นสุด 31 กรกฎาคม 2559)
ค่าเช่า ปี 2557	: 3,157,800 บาท

4. สัญญาเช่าพื้นที่สำนักงาน ชั้น 30 อาคารลุมพินีทาวเวอร์

บริษัทเช่าพื้นที่ห้องชุดเลขที่ 1168/89 ชั้น 30 อาคารลุมพินีทาวเวอร์ ถนนพระราม 4 แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร เพื่อใช้เป็นสำนักงาน มีเนื้อที่ทั้งหมด 528.22 ตารางเมตร ระยะเวลาเช่า 3 ปี ตั้งแต่ 15 กรกฎาคม 2555 ถึง 14 กรกฎาคม 2558

สรุปรายละเอียดของสัญญาเช่าดังนี้

ผู้เช่า	: บริษัท แปซิฟิกไพพ์ จำกัด (มหาชน)
ผู้ให้เช่า	: บริษัท ชุมพรโฮลดิ้ง จำกัด
ระยะเวลาในการเช่าคงเหลือ	: 7 เดือน (สิ้นสุด 14 กรกฎาคม 2558)
ค่าเช่า ปี 2557	: 1,901,592 บาท

รายการเช่าที่ดินในลำดับที่ 1 – 3 ถือเป็นรายการที่เกี่ยวข้องกัน สามารถดูรายละเอียดทั้งหมดได้ที่ หัวข้อรายการระหว่างกัน ในหน้าที่ 59 – 61

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทมีนโยบายการลงทุน คือลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลักของบริษัททั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อเสริมความมั่นคงและความสามารถในการแข่งขันของบริษัทซึ่งหากบริษัทเข้าลงทุนในกิจการใดในสัดส่วนที่สูงกว่า ร้อยละ 20 ของสินทรัพย์รวมของกิจการนั้นๆ บริษัทจะส่งตัวแทนเข้าไปเป็นกรรมการในกิจการดังกล่าวเพื่อมีส่วนร่วมในการบริหารงาน และกำหนดนโยบายการดำเนินงานที่สำคัญ โดยหากบริษัทย่อยมีการดำเนินธุรกิจที่กระทบต่อบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ ตัวแทนดังกล่าวต้องนำเสนอเรื่องนั้นๆ เพื่อขออนุมัติต่อที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัทก่อน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อย 2 แห่ง คือ บริษัท ทาโมเสะ เทรดิง จำกัด (“TMS”) มูลค่ารวม 1 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนการถือครองหุ้นใน TMS ร้อยละ 99.94 ซึ่ง TMS ดำเนินธุรกิจเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายท่อเหล็กของบริษัท และ บริษัท มีทรัพย์ขนสง จำกัด (“MT”) มูลค่ารวม 11 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนการถือครองหุ้นใน MT ร้อยละ 99.97 ซึ่ง MT ดำเนินธุรกิจด้านการขนส่งสินค้า สามารถสนับสนุนธุรกิจของบริษัทให้มีความสะดวก รวดเร็วในการจัดส่งสินค้าสู่ปลายทาง ซึ่งเป็นหลักสำคัญในด้านการบริการให้กับลูกค้า รวมทั้งหมดบริษัทมีสัดส่วนเงินลงทุนในบริษัทย่อยทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 0.32 ของสินทรัพย์รวม

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ตามความเห็นของที่ปรึกษากฎหมายของบริษัท ระบุว่า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทไม่ได้เป็นคู่ความ หรือคู่กรณี ในคดีดังต่อไปนี้



1. คดีที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 ซึ่งเป็นวันสิ้นปีบัญชีล่าสุด
2. คดีที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทหรือบริษัทย่อยอย่างมีนัยสำคัญ
3. กรณีพิพาทซึ่งอยู่ระหว่างถูกกล่าวหาหรือมีข้อพิพาทกับหน่วยงานราชการอันมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทหรือบริษัทย่อย

6. ข้อมูลทั่วไป

6.1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท	: บริษัท แปซิฟิกไพพ์ จำกัด (มหาชน)
โลโก้	: 
ชื่อย่อ	: PAP
ประเภทธุรกิจ	: ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายท่อเหล็ก
ที่ตั้งโรงงานศูนย์พระประแดง	: เลขที่ 298, 298/2 หมู่ 1 ถนนสุขสวัสดิ์ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ 10290
ที่ตั้งโรงงานศูนย์มหาชัย (1)	: เลขที่ 1/112 นิคมอุตสาหกรรมสมุทรสาคร หมู่ที่ 2 ถนนพระราม 2 ตำบลท่าทราย อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร 74000
ที่ตั้งโรงงานศูนย์มหาชัย (2)	: เลขที่ 1/97 นิคมอุตสาหกรรมสมุทรสาคร หมู่ที่ 2 ถนนพระราม 2 ตำบลท่าทราย อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร 74000
ที่ตั้งโรงงานศูนย์มหาชัย (3)	: เลขที่ 24/31 หมู่ที่ 2 ตำบลท่าทราย อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร 74000
ที่ตั้งศูนย์กระจายสินค้า (1)	: 158 หมู่ที่ 6 ตำบลบางบ่อ อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ 10560
ที่ตั้งศูนย์กระจายสินค้า (2)	: 50/6 หมู่ 2 ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี 12140
ที่ตั้งสำนักงาน	: 1168/74 ชั้น 26 อาคารลุมพินีทาวเวอร์ ถนนพระราม 4 แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120
เลขทะเบียนบริษัท	: บมจ. 0107547000206
โทรศัพท์ (สำนักงาน)	: 02 679 9000
โทรสาร (สำนักงาน)	: 02 679 9074
เว็บไซต์	: www.pacificpipe.co.th
ทุนจดทะเบียน	: 660,000,000 บาท
ทุนจดทะเบียนเรียกชำระแล้ว	: 660,000,000 บาท
ชนิดหุ้น	: หุ้นสามัญ
จำนวนหุ้นสามัญที่เรียกชำระแล้ว	: 660,000,000 หุ้น
มูลค่าที่ตราไว้	: หุ้นละ 1 บาท

นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป

ชื่อบริษัท	: บริษัท ทาโมเสะ เทรดิง จำกัด (บริษัทย่อย)
โลโก้	: 
ชื่อย่อ	: TMS
ที่ตั้งสำนักงาน	: 1168/68-69 ชั้น 24 อาคารลุมพินีทาวเวอร์ ถนนพระราม 4 แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120
ประเภทธุรกิจ	: ประกอบธุรกิจจำหน่ายท่อเหล็ก
ทุนจดทะเบียน	: 1,000,000 บาท
ทุนจดทะเบียนเรียกชำระแล้ว	: 1,000,000 บาท
ชนิดหุ้น	: หุ้นสามัญ
จำนวนหุ้นสามัญที่เรียกชำระแล้ว	: 10,000 หุ้น
มูลค่าที่ตราไว้	: หุ้นละ 100 บาท
ชื่อบริษัท	: บริษัท มีทรัพย์ขนส่ง จำกัด (บริษัทย่อย)
โลโก้	: 
ชื่อย่อ	: MT
ที่ตั้งสำนักงาน	: 298/2 หมู่ 1 ถนนสุขสวัสดิ์ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ 10290
ประเภทธุรกิจ	: ประกอบธุรกิจขนส่ง
ทุนจดทะเบียน	: 14,000,000 บาท
ทุนจดทะเบียนเรียกชำระแล้ว	: 9,200,000 บาท
ชนิดหุ้น	: หุ้นสามัญ
จำนวนหุ้นสามัญที่เรียกชำระแล้ว	: 92,000 หุ้น
มูลค่าที่ตราไว้	: หุ้นละ 100 บาท

ข้อมูลอ้างอิง

นายทะเบียนหลักทรัพย์

- ▶ บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ชั้น 4, 6 – 7 ถนนรัชดาภิเษก
แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110

ผู้ตรวจสอบบัญชี

- ▶ บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด
เลขที่ 193/136-137 อาคารเลอรัชดาออฟฟิศ คอมเพล็กซ์ ชั้น 33
ถนนรัชดาภิเษกตัดใหม่ เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

- ไม่มี -