



## ส่วนที่ 1

### การประกอบธุรกิจ



## ส่วนที่ 1

## การประกอบธุรกิจ

## 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท เพิ่มสินสตีลเว็สต์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ก่อตั้งเมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2532 ด้วยทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้วเริ่มแรก จำนวน 6 ล้านบาท เพื่อประกอบธุรกิจซื้อมา-ขายไป เหล็กแผ่นรีดเย็น (Cold rolled steel) โดยการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศเป็นหลัก และพัฒนามาเป็นผู้แปรรูปสินค้าเหล็กโดยเริ่มติดตั้งเครื่องจักรสำหรับการตัดเหล็กแผ่นรีดเย็น (Cold Rolled Steel) และเหล็กแผ่นเคลือบเคมีด้วยไฟฟ้า (Electro-galvanized Steel) และในปี 2540 หลังจากที่มีการผลิตเหล็กแผ่นรีดเย็นในประเทศ บริษัทจึงหันมาซื้อจากผู้ผลิตในประเทศ ต่อมาในปี 2547 บริษัทได้ดำเนินธุรกิจผลิตแผ่นหลังคาเหล็กเคลือบสีและผนังเหล็กเคลือบสี (Roll Forming Metal Sheet) ได้เริ่มแปรรูปและจำหน่ายสินค้าเหล็กชนิดอื่น เช่น เหล็กโครงคร่าวเพดานและผนัง (C-line, C-u, T-bar) และเหล็กกล้าแรงดึงสูงชุบสังกะสีรูปตัวซี (C-Channel Galvanized High Tensile Strength) และในปี 2548 บริษัท ได้มีการก่อสร้างอาคารโรงงานและอาคารสำนักงาน เพื่อรองรับการขยายงาน อีก คือ เลขที่ 95-96 หมู่ที่ 6 ตำบลโคกขาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร และทำการย้ายสำนักงาน จากสาขาบางมด ในไตรมาสที่ 3 ของปี 2549 ไปอยู่ที่สำนักงานใหม่ในหมู่ที่ 95-96 หมู่ที่ 6 ตำบลโคกขาม อำเภอเมืองสมุทรสาคร ทำให้การประสานงานและการทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น และรวดเร็วยิ่งขึ้น บริษัท ได้มีการเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นคือ แผ่นหลังคาเหล็กเคลือบสีพร้อมฉนวนกันความร้อน เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อต้องการให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูงขึ้น เนื่องจากสามารถป้องกันความร้อน และเสียงดังได้ดีขึ้นจากผลิตภัณฑ์เดิม และในปี 2552 บริษัทได้ เพิ่มการจัดจำหน่ายเหล็กกริดร้อนชนิดม้วน โดยการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศเพื่อรองรับฐานลูกค้าที่บริษัทได้ทำธุรกิจเกี่ยวกับเหล็กกริดเย็นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ครบวงจรในธุรกิจเหล็กได้อย่างครบครันในเรื่องของการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เหล็กที่หลากหลายตามความต้องการของลูกค้า

นอกจากบริษัท เพิ่มสินสตีลเว็สต์ จำกัด (มหาชน) แล้วยังมีบริษัทย่อย 1 แห่ง คือ บริษัท เอส. ซี. สตีลเวอร์ค จำกัด มีทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้ว 10 ล้านบาท ซึ่งจัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินธุรกิจบริการติดตั้งแผ่นหลังคาเหล็กเคลือบสี และผนังเหล็กเคลือบสี บริษัทจำหน่ายสินค้าส่วนใหญ่โดยตรงกับลูกค้า (End User) ลูกค้าของบริษัทจะนำไปผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูป หรือเป็นส่วนประกอบสำหรับสินค้าอื่นต่อไป กลุ่มอุตสาหกรรมที่เป็นลูกค้าหลักของบริษัท เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ เหล็ก อุตสาหกรรมท่อเหล็กและอุตสาหกรรมก่อสร้าง เป็นต้น สำหรับเหล็กโครงคร่าวเพดานและผนัง บริษัทจำหน่ายสินค้าให้กับผู้รับเหมาและผู้ค้าส่งในอัตราส่วนร้อยละ 90 ของการจำหน่ายเหล็กโครงคร่าวเพดานและผนัง และสำหรับแผ่นหลังคาเหล็กเคลือบสีและผนังเหล็กเคลือบสีนั้น บริษัทจำหน่ายให้กับลูกค้าโดยตรงและผ่านผู้รับเหมาก่อสร้าง เนื่องจากแผ่นหลังคาเหล็กเคลือบสีและผนังเหล็กเคลือบสีจะเป็นการผลิตตามคำสั่งเท่านั้น

## 1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย

วิสัยทัศน์ ของบริษัท คือ มุ่งมั่นให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับจากลูกค้าทั่วประเทศให้บริการเป็นเลิศ ส่งมอบสินค้ารวดเร็วและตรงต่อเวลา เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าได้สูงสุด

บริษัทมีเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ คือ การให้บริการด้วยความจริงใจ รวดเร็วและสร้างความประทับใจให้ลูกค้าและบริษัทมุ่งมั่นที่จะสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และ พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยการนำผลิตภัณฑ์ที่



ผลิตอยู่ในปัจจุบันมาสร้างมูลค่าเพิ่ม ทั้งที่ดำเนินการด้วยตนเองหรือจ้างผู้อื่น เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีมูลค่าสูงขึ้นหรือขยายตลาดไปยังผู้ใช้ประเภทอื่น ๆ เช่น ผลิตภัณฑ์เหล็กเคลือบเคลือบด้วยไฟฟ้า ผลิตภัณฑ์โครงถักวเพดานและผนังรูปตัวซี เป็นต้น กลยุทธ์ดังต่อไปนี้ เป็นการดำเนินการโดยตลอดอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน

- ด้านการตลาด โดยการจัดหาผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่มารองรับลูกค้าในปัจจุบัน เช่น เหล็กกล้าแรงดึงสูงชุบสังกะสีรูปตัวซี โดยเป็นการดำเนินการเพื่ออำนวยความสะดวกหรือสร้างทางเลือกสำหรับการสร้างโครงหลังคา ซึ่งทำให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทยังสามารถเจาะกลุ่มลูกค้าใหม่ที่ใช้หลังคาประเภทอื่น เช่น หลังคากระเบื้องซีเมนต์ และเหล็กกริดอื่น ซึ่งเพื่อให้บริการลูกค้า ที่ได้สั่งซื้อสินค้ากับบริษัทในส่วนของเหล็กกริดอื่น เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าที่บริษัทมีอยู่แล้ว และ ขยายกลุ่มลูกค้ามากขึ้น จะส่งผลทำให้บริษัทสามารถเพิ่มยอดขาย ได้

- ด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่ของบริษัทจะนำไปใช้ในอุตสาหกรรมต่อเนื่อง บริษัทจึงคำนึงถึงการรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นสำคัญ โดยการจัดการให้มีการตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ทุกขั้นตอน ตั้งแต่การตรวจรับวัตถุดิบ จากผู้ผลิต จนกระทั่งการส่งมอบให้กับลูกค้า เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานตามที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งเป็นมาตรฐานของลูกค้าแต่ละราย ที่จะนำไปใช้งาน เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า

- ด้านการให้บริการ บริษัท ได้จัดให้มีการบริการที่รวดเร็ว และ ตรงตามความต้องการของลูกค้า ทั้งด้านการผลิตและการจัดส่ง โดยสอบถามถึงรูปแบบและปริมาณความต้องการของผลิตภัณฑ์ เพื่อใช้ในการวางแผนการผลิต และแผนในการจัด เก็บผลิตภัณฑ์คงคลังแต่ละประเภท เพื่อให้มีผลิตภัณฑ์ที่เพียงพอ ต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ทางบริษัทยังจัดให้มีการเข้าพบลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า และทำการปรับเปลี่ยนและสร้างความพึงพอใจในระยะยาว

- ด้านมาตรฐานคุณภาพบุคลากร เนื่องจากการขยายตัวอย่างต่อเนื่องทั้งในแง่ยอดขายและการพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ ออกสู่ตลาด ดังนั้นบริษัทจึงมีการเพิ่มบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเข้ามาทำงานในองค์กร ในขณะเดียวกัน มีการอบรมเพื่อยกระดับความสามารถของพนักงานอย่างต่อเนื่อง

#### ค่านิยม

ผลการดำเนินการที่มีประสิทธิภาพสูง (High Performance)

เรามีความมุ่งมั่นที่จะสร้างความเป็นเลิศให้กับงานทุกอย่างที่เราทำ และเราพร้อมที่จะปรับปรุงต่อไปอย่างต่อเนื่อง เราปรารถนาที่จะบรรลุผลสำเร็จที่เหนือกว่าความคาดหวังทั้งของเราเองและผู้อื่นเราทุ่มเทพลังและตระหนักถึงความเร่งด่วนในการทำงาน เพื่อมุ่งสู่ผลสำเร็จ

ความซื่อตรง (Integrity)

เราซื่อสัตย์ต่อตนเองและผู้อื่น เราดำเนินธุรกิจทุกประเภทบนพื้นฐานของจรรยาบรรณมาตรฐานสูงสุด เรารักษาคำพูดของเราเสมอ เรามีความรับผิดชอบต่อการกระทำและงานที่ได้รับมอบหมาย

การเป็นพันธมิตร (Partnership)

เรามุ่งที่จะเป็นพันธมิตรที่ดี โดยเน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ก่อให้เกิดประโยชน์กับทุกฝ่ายที่ร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดและไว้วางใจกัน ทั้งกับลูกค้า บริษัทอื่น ๆ ชุมชน และพวกเราตนเอง

ความเป็นเจ้าของ (Ownership)

รักในองค์กร มีจิตสำนึกความเป็นเจ้าของในงาน และภาคภูมิใจในองค์กรที่ทำ

การมีจิตใจในการให้บริการที่ดี (Service Mind )

มีจิตบริการมุ่งเน้นลูกค้าเป็นหลัก และมอบประสบการณ์ที่ดีๆ ให้กับลูกค้า



## 1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา สรุปได้ ดังนี้

- ปี 2555 เดือน ตุลาคม - บริษัท มี ซื้อและติดตั้ง เครื่องรีดหลังคา ลอนคู่ เพิ่มอีก 1 เครื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ในการรีดหลังคา เพิ่มขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการ ของลูกค้า
- ปี 2556 มีนาคม - บริษัท ซื้อ ที่ ดิน ในบริเวณใกล้เคียงกับโรงงาน เพิ่มเติม จำนวน 17 ไร่ 3 งาน 101 ตาราง วา เพื่อรองรับการขยายโรงงานในอนาคต
- ปี 2556 เดือน มิถุนายน -บริษัท ซื้อ เครื่องขึ้นรูปตัวซี เพื่อ เพิ่ม ผลผลิตภัณฑ์ของบริษัท ให้มากขึ้น
- ปี 2556 บริษัทได้มีการก่อสร้าง อาคารโรงงาน เพิ่ม เป็น อาคาร โรงงาน โกดัง 6 เพื่อการการ รองรับ การวางเครื่องจักร สำหรับตัดเหล็กรีดร้อน มีพื้นที่ใช้ สอย 7,500 ตารางเมตร
- ปี 2557 เดือนเมษายน บริษัทได้ ทำการซื้อ และติดตั้งเครื่องรีดหลังคา 2 เครื่อง กำลังการผลิต ประมาณ 1,200,000 ตารางเมตร ต่อปี
- เดือน พฤษภาคม บริษัทซื้อ และติดตั้งเครื่อง ตัดเหล็กรีดร้อน จำนวน 2 เครื่อง กำลังการผลิต ของเครื่องตัดเหล็กรีดร้อน 2 เครื่อง อยู่ที่ 50,000 ตัน ต่อ ปี
- บริษัท มี การ ซื้อ และติดตั้ง เครื่อง คลายม้วน เหล็ก 1 เครื่อง เพื่อการ รีดหลังคา ได้ สะดวก รวดเร็ว ขึ้น กำลัง การผลิต ก็ ขึ้น อยู่กับการผลิตหลังคา



## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้แยกตามสายผลิตภัณฑ์/บริการของบริษัท

โครงสร้างรายได้ของบริษัทในระยะเวลา 3 ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2555-2557 มีดังนี้

ลำดับ ที่	รายได้	ปี 2557		ปี 2556		ปี 2555	
		ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน
1	จัดหาแปรรูป และจำหน่ายเหล็กรีดเย็น แผ่น และ ม้วน ซื้อมาขายไป	425.17	20.5	882.97	17.08	839.92	20.5
2	จัดหาแปรรูป และจำหน่ายเหล็กรีดร้อน แผ่น และม้วน ซื้อมาขายไป	2,914.77	32.28	2,415.93	46.73	1,322.80	32.28
3	จัดหาแปรรูปเหล็กเคลือบด้วยเคมีไฟฟ้า เหล็กเคลือบอลูซิงค์ ลังกะสี	2,103.77	38.08	1,418.27	27.44	1,560.44	38.08
4	หลังคาเหล็กผนังเหล็ก และตัวแปร	468.29	7.85	402.89	7.79	350.49	8.55
5	บริการและรับจ้าง	51.82	0.87	49.38	0.96	23.67	0.59
	รายได้ทั้งหมด	5,963.82	100	5,169.44	100	4,097.32	100

### 2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทแบ่งลักษณะการผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

#### 1) ผลิตภัณฑ์เหล็กรีดเย็น (Cold Rolled Steel)



บริษัทเป็นผู้แปรรูปและจัดจำหน่ายสินค้าเหล็กรีดเย็น (Cold Rolled Steel) โดยปัจจุบันบริษัทซื้อเหล็กแผ่นรีดเย็นชนิดม้วน (Cold Rolled Steel Sheet In Coil) จากผู้ผลิตในประเทศ ซึ่งลูกค้าจะนำไปใช้ในการผลิตเป็นชิ้นงานเหล็กต่างๆ ต่อไป โดยสามารถจำแนกสินค้าเหล็กแผ่นรีดเย็นของบริษัทออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

### 1.1 เหล็กรีดเย็นชนิดม้วนชั้นหนึ่ง (Prime Grade Cold Rolled Steel)

เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงโดยพิจารณาจากความหนาที่สม่ำเสมอ ไม่มีรอยตำหนิ มีความตึงผิวสม่ำเสมอ ผลิตภัณฑ์นี้เป็นสินค้าหลัก ของโรงงานผลิตเหล็กแผ่นรีดเย็น โดยการนำเหล็กแผ่นรีดร้อนมารีดให้มีขนาดบางลง และนำมาผ่านกระบวนการปรับระเบียบประจุไฟฟ้าและขัดผิว ให้เป็นเหล็กแผ่นรีดเย็นที่มีความบาง อ่อนตัวมากขึ้น และมีผิวสัมผัสที่เรียบ สวยงาม ปัจจุบัน บริษัทซื้อเหล็กแผ่นรีดเย็นชนิดม้วนชั้นหนึ่งจากกลุ่มบริษัทผู้ผลิตเหล็กแผ่นรีดเย็นในประเทศ คือ บริษัท ไทยสตีลเซลล์ จำกัด (ผู้จัดจำหน่ายของบริษัท เหล็กแผ่นรีดเย็นไทย จำกัด (มหาชน)) โดยบริษัทจะนำเหล็กแผ่นรีดเย็นชนิดม้วนชั้นหนึ่งมาแปรรูป เป็นผลิตภัณฑ์และจำหน่ายให้แก่ลูกค้า ดังนี้

- 1.1.1 เหล็กแผ่น (Cutting Sheet) บริษัทนำเหล็กแผ่นรีดเย็นชนิดม้วน นำมาตัดเป็นเหล็กแผ่นตามความกว้างและความยาวที่ลูกค้ากำหนด โดยบริษัทสามารถตัดเหล็กแผ่นรีดเย็น ที่มีความหนา ตั้งแต่ 0.18 - 3.00 มิลลิเมตร ตามความกว้างได้สูงสุด 1,550 มิลลิเมตร และตามความยาวสูงสุด 4,000 มิลลิเมตร
- 1.1.2 เหล็กม้วน (Steel Coil) บริษัทจำหน่ายเหล็กแผ่นรีดเย็นชนิดม้วนตามน้ำหนักให้ลูกค้า สำหรับลูกค้าซึ่งมีเครื่องตัดแผ่นหรือเครื่องตัดเหล็กม้วนแถบเล็กเอง โดยลูกค้าจะนำเหล็กม้วนที่ซื้อไปตัดหรือขึ้นรูปเพื่อผลิตชิ้นงานต่อไป ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้ไม่สามารถซื้อโดยตรงจากกลุ่มบริษัทผู้ผลิตเหล็ก เนื่องจากในอุตสาหกรรมเหล็กนั้น กลุ่มบริษัทผู้ผลิตเหล็กจะพิจารณาถึงการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง รวมถึงความสามารถในการชำระหนี้ของผู้ค้าเหล็กแต่ละราย ซึ่งจะมีผู้ค้าเหล็กเพียงไม่กี่รายที่สามารถซื้อเหล็กแผ่นรีดเย็น โดยตรงจากกลุ่มบริษัทผู้ผลิตเหล็กแผ่นรีดเย็น
- 1.1.3 เหล็กม้วนแถบเล็ก (Slitting Coil) บริษัทนำเหล็กแผ่นรีดเย็นชนิดม้วนมาตัดตามความกว้างที่ลูกค้ากำหนดและม้วนกลับเพื่อจำหน่ายเป็นม้วน โดยส่วนใหญ่ลูกค้าจะนำเหล็กม้วนดังกล่าวไปตัดหรือขึ้นรูปเพื่อผลิตชิ้นงานต่อไป

### 1.2 เหล็กรีดเย็นชั้นรอง (Second Grade Cold Rolled Steel)

เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพรองลงมาจากเหล็กแผ่นรีดเย็นชั้นหนึ่ง ซึ่งเกิดจากกระบวนการผลิตเหล็กแผ่นรีดเย็นชั้นหนึ่ง ซึ่งปกติจะมีเหล็กที่ไม่ได้มาตรฐานออกมาจากการผลิตด้วย ได้แก่ เหล็กแผ่นรีดเย็นชนิดม้วนขนาดเล็ก (Pup Coil) เหล็กแผ่นรีดเย็นหัว-ท้าย (Cut Sheet) และเหล็กแผ่นรีดเย็นด้านข้างของม้วน (Scrap)



ball / Chopstick) ปัจจุบัน บริษัทซื้อเหล็กแผ่นรีดเย็นชั้นรองจากบริษัท เหล็กแผ่นรีดเย็นไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีรายละเอียดของแต่ละผลิตภัณฑ์ มีดังนี้

- 1.2.1** เหล็กแผ่นรีดเย็นชนิดม้วนขนาดเล็ก (Pup Coil) เหล็กแผ่นรีดเย็นชนิดม้วนขนาดเล็ก (Pup Coil) ได้แก่ เหล็กแผ่นรีดเย็นซึ่งเกิดจากกระบวนการผลิตเหล็กแผ่นรีดเย็นชั้นหนึ่งที่ไม่ได้มาตรฐาน เช่น มีคานาบนพื้นผิว หรือมีความกว้างและน้ำหนักไม่ได้ตามกำหนด โดยโรงงานผู้ผลิตเหล็กแผ่นรีดเย็นจะนำมาตัดและม้วนเป็นม้วนขนาดเล็กและจำหน่ายเป็นเหล็กชั้นรองให้กับบริษัท และบริษัทจะนำเหล็กรีดเย็นชนิดม้วนขนาดเล็ก (Pup Coil) มาทำการคัดแยกนำส่วนที่ดีที่มีความหนาสม่ำเสมอมาตัดเป็นแผ่นเพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้าต่อไป ซึ่งลูกค้าผู้ใช้เหล็กแผ่นกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นโรงงานอุตสาหกรรมขนาดเล็กถึงปานกลาง ที่ไม่มีความจำเป็นต้องใช้เหล็กแผ่นรีดเย็นชั้นหนึ่งสำหรับเป็นวัตถุดิบในกระบวนการผลิต และสำหรับเหล็ก รีดเย็นชั้นรองที่มีความหนาที่ไม่สม่ำเสมอทั้งม้วนซึ่งต้องใช้ แรงงานในการคัดแยกและพื้นที่จัดเก็บจำนวนมากบริษัทจะขายต่อไปยังผู้ค้าเหล็กชั้นสอง
- 1.2.2** เหล็กแผ่นรีดเย็นห้วน-ท้าย (Cut Sheet) เหล็กแผ่นรีดเย็นห้วน-ท้าย (Cut Sheet) ได้แก่ เหล็กแผ่นรีดเย็นที่เกิดจากกระบวนการผลิตเหล็กแผ่นรีดเย็นในช่วงห้วน-ท้ายม้วนของการรีดเหล็กแผ่นรีดเย็น ซึ่งผู้ผลิตต้องตัดออกตามมาตรฐานการผลิต ที่กำหนด ซึ่งจะได้ออกมาเป็นเหล็กแผ่นเรียกว่าเหล็กแผ่นรีดเย็นห้วน-ท้าย (Cut Sheet) รวมทั้งเหล็กแผ่นรีดเย็นที่เกิดจากกระบวนการนำเหล็กรีดเย็นชนิดม้วนมาตัดเป็นแผ่นของบริษัทซึ่งจะต้องทำการตัดช่วงห้วน-ท้ายของม้วนที่ไม่ได้มาตรฐานหรือมีรอยขีดออกเป็นแผ่น และจำหน่ายให้แก่ลูกค้าต่อไป ซึ่งลูกค้าผู้ใช้เหล็กแผ่นกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นโรงงานอุตสาหกรรมขนาดเล็ก
- 1.2.3** เหล็กแผ่นรีดเย็นด้านข้างของม้วน (Scrap ball / Chopstick) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการตัดขอบด้านข้างของเหล็กแผ่นรีดเย็นชนิดม้วน เพื่อให้เหล็กแผ่นรีดเย็นดังกล่าวมีความกว้างสม่ำเสมอเท่ากันตลอดทั้งม้วน ซึ่งเศษที่ตัดขอบด้านข้างดังกล่าว จะออกมาในลักษณะที่ขดเป็นก้อน เรียกว่า Scrap Ball และลักษณะที่เป็นแท่งยาวขนาดเล็ก เรียกว่า Chopstick ซึ่งจะขึ้นอยู่กับเครื่องจักรที่ใช้สำหรับการตัดขอบ ซึ่งบริษัทจะจำหน่ายต่อไปยังผู้ผลิตเหล็กแผ่นรีดร้อนหรือผู้ผลิตเหล็กเส้นในประเทศที่ใช้เศษเหล็กเป็นวัตถุดิบในการผลิต

บริษัทนำเหล็กแผ่นรีดเย็นทั้งประเภทชั้นหนึ่งและชั้นรอง มาผ่านกระบวนการแปรรูปโดยใช้เครื่องจักร ที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพในการแปรรูปผลิตภัณฑ์เหล็กแผ่นรีดเย็น ทั้งนี้บริษัทมีเครื่องจักรสำหรับการตัดเหล็กแผ่น รีดเย็น (Cutting Sheet) จำนวน 3 เครื่อง กำลังการผลิต อยู่ที่ 120,000 ตัน ต่อปี และ



เครื่องจักรสำหรับการตัดเหล็กม้วนแถบเล็ก (Slitting Coil) จำนวน 1 เครื่อง โดยมีกำลังการผลิต อยู่ที่ 40,000 ตัน ปี โดยลูกค้าจะนำผลิตภัณฑ์เหล็กแผ่นรีดเย็น ทั้งชนิดแผ่นและชนิดม้วนที่ซื้อจากบริษัท เป็นวัตถุดิบในกระบวนการผลิตในอุตสาหกรรมต่อเนื่องต่างๆ ได้แก่ อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์เหล็ก อุตสาหกรรมท่อเหล็ก และอุตสาหกรรมอื่น ๆ

## 2. ผลิตภัณฑ์เหล็กรีดร้อน ( Hot Rolled Steel )

บริษัทเป็นผู้ให้บริการในการจัดหาและจำหน่ายเหล็กรีดร้อนเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผ่านกระบวนการผลิตเหล็กแท่งทรงแบน มาผ่านการรีดด้วยความร้อนให้มีลักษณะที่เป็น แผ่นมีขนาดความกว้างความยาว และมีความหนาที่แตกต่างกัน โดยเหล็กรีดร้อนที่บริษัทจำหน่ายมี ความหนาตั้งแต่ 1.2 มิลลิเมตร ถึง 12 มิลลิเมตร โดยบริษัทจะจัดจำหน่ายโดยเป็นม้วน และ จำหน่าย เป็น แผ่น ตามความต้องการของลูกค้า โดย บริษัท มีเครื่องตัดเหล็กรีดร้อน จำนวน 2 เครื่อง กำลังการผลิต 100,000 ตัน ต่อปีเหล็กรีดร้อนที่บริษัทจำหน่ายให้ลูกค้า นั้น เพื่อนำไปใช้ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่ต้องการพื้นผิวด้านนอกของสินค้าสำเร็จรูปที่เรียบสำหรับการพ่นสี เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ ในส่วนตัวถัง อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า ตัวถังคอมพิวเตอร์ ในส่วนโครงของเครื่องปรับอากาศและตู้เย็น เป็นต้น

### 3) ผลิตภัณฑ์เหล็กเคลือบเคมีด้วยไฟฟ้า เหล็กเคลือบอลูซิงค์ และ เหล็กเคลือบสังกะสี

#### 3.1. ผลิตภัณฑ์เหล็กเคลือบเคมีด้วยไฟฟ้า ( Electro-galvanized Steel

บริษัทแปรรูปและจำหน่ายเหล็กเคลือบเคมีด้วยไฟฟ้า ซึ่งเหล็กดังกล่าว เกิดจากการนำเหล็กแผ่นรีดเย็น มาผ่านกรรมวิธีเคลือบเคมีโดยใช้ไฟฟ้า ทำให้พื้นผิวเหล็กแผ่นรีดเย็นเป็นสีเทา เพื่อนำไปใช้ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่ต้องการพื้นผิวด้านนอกของสินค้าสำเร็จรูปที่เรียบสำหรับการพ่นสี เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ ในส่วนตัวถัง อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า ตัวถังคอมพิวเตอร์ ในส่วนโครงของเครื่องปรับอากาศและตู้เย็น เป็นต้น โดยบริษัทจะนำเหล็กแผ่นเหล็กเคลือบเคมีด้วยไฟฟ้าชนิดม้วน และ แผ่น ตามที่ลูกค้าต้องการ

#### 3.2 ผลิตภัณฑ์เหล็กอลูซิงค์ (Aluzinc)

บริษัทเป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์เหล็กเคลือบอลูมิเนียมคุณภาพสูง ALUZINC ตราพระอาทิตย์ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากเหล็กเคลือบโลหะผสมระหว่างอลูมิเนียม สังกะสี Copper Alloy Organic และซิลิคอนมีคุณสมบัติการป้องกันความร้อน ทนทานต่อการกัดกร่อน โดยเฉพาะส่วนผสม Copper Alloy Organic มีคุณสมบัติช่วยต้านทานการเกิดสนิมที่เหนือกว่าเหล็กเคลือบสังกะสีธรรมดาทั่วไป ผลิตภัณฑ์เหล็กเคลือบอลูมิเนียม ALUZINC ตราพระอาทิตย์ ผ่านขบวนการผลิตที่มีคุณภาพมีมาตรฐานสูง ผ่านการทดสอบในสภาพภูมิอากาศทั่วโลก เพื่อความมั่นใจในคุณภาพเป็นเลิศเหมาะสำหรับการใช้งานในการก่อสร้าง

## 4. ผลิตภัณฑ์แผ่นหลังคาเหล็กเคลือบสีและผนังเหล็กเคลือบสี ( Roll Forming Metal Sheet ) และตัวแปรร

4.1 แผ่นหลังคาเหล็กเคลือบสีและผนังเหล็กเคลือบสีใช้สำหรับอาคาร โรงงาน อาคารสำนักงาน และบ้านพักอาศัย โดยใช้ ตราสินค้า “Suntech” ในการทำการตลาดซึ่งเป็นตราสินค้าที่จดทะเบียนโดยบริษัท เฟอร์นิชเมทัลเวลด์ จำกัด (มหาชน) บริษัทจะนำเหล็กแผ่นรีดเย็นเคลือบด้วยโลหะผสมอลูมิเนียมกับสังกะสี (เหล็กอลูซิงค์) หรือเคลือบสี ซึ่งซื้อจากบริษัท บลูสโคป สตีล (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นผู้ผลิตเหล็กเคลือบสีหนึ่งในสองรายของประเทศ มารีดขึ้นรูปเป็นลอนหลังคาและผนัง และปรับความโค้งให้ได้ตามระดับที่วิศวกรกำหนด และ





ตามที่ขนาดและรูปแบบที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งบริษัทมีเครื่องจักรสำหรับการแปรรูปแผ่นหลังคาเหล็กเคลือบสี และผนังเหล็กเคลือบสี โดยเป็นเครื่องขึ้นลอน บริษัทสามารถรีด ขึ้นรูปเป็นลอนหลังคา ซึ่งความกว้างของ ลอนหลังคาจะแตกต่างกันตามแบบที่ลูกค้าต้องการ แต่จะมีความกว้างไม่เกิน 90 เซนติเมตร ซึ่งเป็นความกว้าง ของเหล็กเคลือบสี และมีความยาวได้เท่ากับ ความยาวของรถที่ใช้บรรทุก ซึ่งเป็นการขึ้นรูปเป็นลอนหลังคาและ ผนังภายในอาคารโรงงาน แต่ถ้าลูกค้าต้องการความยาวนั้น บริษัทสามารถนำเครื่องจักรไปรีดขึ้นรูปที่สถานที่ ก่อสร้างของลูกค้าได้

สำหรับการบริการติดตั้งหลังคาเหล็กเคลือบสีและผนังเหล็กเคลือบสี บริษัทให้บริการฟรี บริษัทให้บริษัทย่อย คือ บริษัท เอส.ซี. สตีลเวอร์ค จำกัด เป็นผู้ดำเนินการ

#### 4.2 ผลิตภัณฑ์เหล็กเคลือบสังกะสีรูปตัวซี (C-Channel Galvanized High Tensile Strength )

บริษัทแปรรูปและจำหน่ายเหล็กเคลือบสังกะสีรูปตัวซี สำหรับใช้ในอุตสาหกรรมก่อสร้างเป็น หลัก โดยบริษัทจะนำเหล็กกล้าแรงดึงสูงชุบสังกะสีชนิดม้วน (Galvanized Steel Coil) ซึ่งมีความหนา 1.4, 1.9 มิลลิเมตร ที่ตัดตามขนาดมาขึ้นรูปในลักษณะรูปตัวซี บริษัทนำเข้าเหล็กเคลือบสังกะสีจากประเทศแคนาดาและ ใต้หวัน โดยบริษัทมีเครื่องจักรสำหรับการแปรรูปเหล็กเคลือบสังกะสีรูปตัวซี จำนวน 4 เครื่อง มีกำลังการผลิต เต็มที่ เท่ากับ 12,000 ตันต่อปี เหล็กเคลือบสังกะสีรูปตัวซีจะนำไปใช้ในอุตสาหกรรมก่อสร้างเพื่อใช้เป็น โครงสร้างหลังคา ซึ่งเหล็กเคลือบสังกะสีรูปตัวซีนั้นจะแตกต่างจากเหล็กโครงสร้างรูปตัวซีที่ผลิตจากเหล็กแผ่น รีดร้อน คือ เหล็กเคลือบสังกะสีรูปตัวซีไม่จำเป็นต้องทาสีกันสนิมและสีจริง ทำให้มีความสะดวกและรวดเร็วใน การติดตั้ง โดยราคาจำหน่ายเหล็กเคลือบสังกะสีรูปตัวซีไม่แตกต่างจากราคาจำหน่ายเหล็กโครงสร้างรูปตัวซีที่ ผลิตจากเหล็กแผ่นรีดร้อนที่รวมค่าสีกันสนิมและสีจริง และสามารถลดจำนวนที่ใช้ต่อตารางเมตร เนื่องจากเหล็ก เคลือบชุบสังกะสีรูปตัวซี มีความแข็งแรงมากกว่าเหล็ก โครงสร้างรูปตัวซีที่ผลิตจากเหล็กแผ่นรีดร้อนที่มีความ หนาเท่ากัน ทำให้มีน้ำหนักเบากว่า ซึ่งจะลดต้นทุนการก่อสร้างได้

รายได้จากการขายสินค้าเหล็กรีดเย็น ชนิดม้วน,แบบแผ่น เหล็กรีดร้อนชนิดม้วนแผ่น , เหล็กเคลือบ รวมทั้ง หลังคาเหล็ก และผนังเหล็ก ของบริษัท ในปี 2557 มาจากลูกค้าภายในประเทศทั้งสิ้น และ เป็นรายได้ที่ กระจายตัวมาจากลูกค้าหลาย กลุ่ม และ หลายราย โดยไม่ได้พึ่งพิงกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเกิน กว่า ร้อยละ 20 ของรายได้ ไม่ได้พึ่งพิงลูกค้ารายใดรายหนึ่ง เกิน กว่า ร้อยละ 10 ของกลุ่มลูกค้าหลักๆ ของบริษัทได้แก่ ธุรกิจค้าส่ง,ค้าปลีก เหล็ก รวมทั้งอุตสาหกรรมต่อเนื่องต่างๆ เพื่อนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิต โดย ผลิตภัณฑ์เหล็กของบริษัทจะ ถูกนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตของอุตสาหกรรมต่อเนื่องต่างๆ ดังนี้

อุตสาหกรรมก่อสร้าง	:	ใช้เหล็กกล้าแรงดึงสูงชุบสังกะสีรูปตัวซีในการทำโครงหลังคา และใช้ เหล็กโครงค้ำวางเพดานและผนังสำหรับเป็นเหล็กแปปูฝ้าเพดานและผนัง และใช้แผ่นหลังคาเหล็กเคลือบสีและผนังเหล็กเคลือบสีสำหรับ มุง หลังคาและกันผนัง เป็นต้น
อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์เหล็ก:		ใช้เหล็กแผ่นรีดเย็นและเหล็กเคลือบเคมีด้วยไฟฟ้า ในการทำพื้นผิว ของเฟอร์นิเจอร์ชนิดต่าง ๆ เช่น โต๊ะเหล็ก ตู้ ชั้นวางของ เป็นต้น
อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า	:	ใช้เหล็กแผ่นเป็นส่วนประกอบในการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เช่น เครื่องซักผ้า เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น โคมไฟ เป็นต้น
อุตสาหกรรมยานยนต์	:	ใช้เหล็กแผ่นเป็นส่วนประกอบในการผลิตยานยนต์ เช่น ใช้เหล็กแผ่น



อุตสาหกรรมท่อเหล็ก	:	เป็นพื้นผิวตัวถังภายนอกของรถยนต์ และใช้เหล็กรีดเย็นเพื่อผลิต
	:	ชิ้นส่วนยานยนต์ เป็นต้น
อุตสาหกรรมอื่น ๆ	:	ใช้เหล็กแผ่นรีดเย็น สำหรับการผลิตท่อเหล็กตามขนาด แล้วจำหน่ายไป
	:	ยังอุตสาหกรรมอื่น ๆ ต่อไป
	:	ใช้เหล็กแผ่นรีดเย็นเป็นพื้นผิวของสินค้าสำเร็จรูปอื่น และใช้ใน
	:	อุตสาหกรรมทุกประเภทที่ลูกค้าต้องการ เช่น กลุ่มจักรยาน :
	:	ชิ้นส่วนจักรยาน เบาะนั่งรถจักรยาน กลุ่มเครื่องใช้ในครัวเรือน : หม้อ
	:	เคลือบ กลุ่มบรรจุภัณฑ์ : กระป๋องสี ถังน้ำมัน แทงค์น้ำ กลุ่มเกษตร : บัว
	:	รดน้ำ เป็นต้น

## 2.2 การตลาดและการแข่งขัน

### 1) กลยุทธ์ทางการตลาด

บริษัทมุ่งเน้นที่จะสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อขยายตลาดไปสู่กลุ่มลูกค้าที่ต้องการสินค้าคุณภาพสูงเพื่อทดแทนผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่โดยทั่วไป ภายใต้ราคาที่สามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์เดิม ทั้งนี้เมื่อจำแนกกลยุทธ์ของบริษัทสามารถแยกได้เป็นดังนี้

- 1.1 ขยายตลาดโดยการจัดหาผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่มารองรับลูกค้าในปัจจุบัน เช่น เหล็กกล้าแรงดึงสูงชุบสังกะสี รูปตัวซี โดยเป็นการดำเนินการเพื่ออำนวยความสะดวกหรือสร้างทางเลือกสำหรับการสร้างโครงหลังคา ซึ่งทำให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทยังสามารถเจาะกลุ่มลูกค้าใหม่ที่ใช้หลังคาประเภทอื่นเช่นหลังคากระเบื้องซีเมนต์อีกด้วย
- 1.2 เนื่องจากผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่ของบริษัทจะนำไปใช้ในอุตสาหกรรมต่อเนื่องบริษัท จึงคำนึงถึงการรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นสำคัญ โดยการ จัดให้มีการตรวจสอบ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ทุกขั้นตอนตั้งแต่ การตรวจรับวัตถุดิบ จากผู้ผลิต จนกระทั่งการส่งมอบให้ลูกค้า เพื่อให้ได้ ผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานตามที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งเป็นมาตรฐาน ของลูกค้าแต่ละราย ที่จะนำไปใช้งาน เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า
- 1.3 กลยุทธ์ทางด้านการให้บริการ บริษัท ได้จัดให้มีการบริการที่รวดเร็ว และตรงตามความต้องการของลูกค้าทั้งด้านการผลิตและการจัดส่ง โดยสอบถามถึงรูปแบบปละปริมาณความต้องการของผลิตภัณฑ์ เพื่อใช้ในการวางแผนผลิต และแผนในการจัดเก็บผลิตภัณฑ์ ที่เพียงพอ ต่อการตอบสนองความต้องการ ของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ทางบริษัทยังจัด ให้มีการเข้าพบลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อสำรวจความพึงพอใจ ของลูกค้า และทำการปรับเปลี่ยนและสร้างความพึงพอใจในระยะยาว
- 1.4 สร้างมาตรฐานคุณภาพบุคลากร เนื่องจากการขยายตัวอย่างต่อเนื่องทั้งในแง่ยอดขายและการพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ ออกสู่ตลาด ดังนั้นบริษัทจึงมีการเพิ่มบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเข้ามาทำงานในองค์กร ในขณะเดียวกัน มีการอบรมเพื่อยกระดับความสามารถของพนักงานอย่างต่อเนื่อง

### • ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัท

บริษัทแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัท ตามประเภทของอุตสาหกรรมของลูกค้า ดังนี้



1. ลูกค้าย่อยอุตสาหกรรมก่อสร้าง ลูกค้าย่อยนี้ ได้แก่ บริษัทผู้รับเหมาก่อสร้าง และผู้บริโภคโดยตรง และบริษัทไม่มีการจำหน่ายสินค้าให้แก่ลูกค้าย่อยใดเกินร้อยละ 30 ของรายได้
2. ลูกค้าย่อยอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์เหล็ก ลูกค้าย่อยนี้ ได้แก่ บริษัทผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์สำหรับใช้ในสำนักงานและในบ้านพักอาศัย เช่น ผู้ผลิตโต๊ะเหล็ก ตู้เหล็ก ชั้นวางของ เป็นต้น
3. ลูกค้าย่อยอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า ลูกค้าย่อยนี้ ได้แก่ บริษัทผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าสำหรับใช้ในสำนักงานและในครัวเรือนต่าง ๆ เช่น ผู้ผลิตเครื่องปรับอากาศ ผู้ผลิตโคมไฟ เป็นต้น
4. ลูกค้าย่อยอุตสาหกรรมยานยนต์ ลูกค้าย่อยนี้ ได้แก่ บริษัทผู้ป้อนชิ้นส่วนยานยนต์ให้กับผู้ผลิตรถยนต์ชั้นนำ บริษัทผู้ประกอบรถยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศ เช่น ผู้ผลิตฝากระโปรงรถยนต์ แก้มรถยนต์ ผู้ประกอบรถบัส ผู้ผลิตหลังคารถกระบะ เป็นต้น
5. ลูกค้าย่อยอุตสาหกรรมท่อเหล็ก ลูกค้าย่อยนี้ ได้แก่ บริษัทผู้ผลิตท่อเหล็ก ซึ่งลูกค้าของบริษัทผู้ผลิตท่อเหล็กเหล่านั้นจะนำท่อเหล็กไปเป็นส่วนประกอบสินค้าสำเร็จรูปอีกทอดหนึ่ง
6. ลูกค้าย่อยอุตสาหกรรมอื่น ๆ ลูกค้าย่อยนี้ ได้แก่ บริษัทผู้ผลิตที่นำเหล็กแผ่นรีดเย็นเป็นพื้นผิวของสินค้าสำเร็จรูป เช่น ชิ้นส่วนจักรยาน เบาะนั่งรถจักรยาน หม้อเคลือบ กระป๋องสี ถังน้ำมัน แทงค์น้ำ เป็นต้น

#### • การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทจำหน่ายสินค้าส่วนใหญ่ของบริษัทโดยตรงกับลูกค้า (End User) โดยไม่ผ่านตัวแทนจำหน่าย ซึ่งลูกค้าของบริษัทจะนำไปผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูปหรือเป็นส่วนประกอบสำหรับสินค้าอื่นต่อไป สำหรับเหล็กเคลือบสีและผนังเหล็กเคลือบสีนั้น บริษัทจำหน่ายให้กับลูกค้าโดยตรงและผ่านผู้รับเหมาก่อสร้างในอัตราส่วน 50 : 50 เนื่องจากหลังคาเหล็กเคลือบสีและผนังเหล็กเคลือบสีจะเป็นการผลิตตามคำสั่งเท่านั้น และสำหรับเหล็กโครงคร่าวเพดานและผนัง บริษัทจำหน่ายสินค้าให้กับผู้ค้าและผู้รับเหมาในอัตราส่วนร้อยละ 90 : 10 ของการจำหน่ายเหล็กโครงคร่าวเพดานและผนัง

#### ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

โครงสร้างของอุตสาหกรรมเหล็กแบ่งออกเป็น 3 ชั้น ดังนี้

##### 1 อุตสาหกรรมเหล็กขั้นต้น

ได้แก่ ขั้นตอนการถลุงเหล็ก (Iron Making) เพื่อเป็นการแยกเหล็กออกจากแร่เหล็กโดยการถลุงแร่เหล็กได้เป็นเหล็กเหลวและหล่อออกมาเป็นแท่ง เรียกว่า เหล็กพิกหรือเหล็กถลุง (Pig Iron) ซึ่งเป็นการผลิตขนาดใหญ่ ซึ่งต้องใช้เงินลงทุนสูง ซึ่งประเทศที่เป็นผู้ผลิตเหล็กขั้นต้น เช่น ประเทศญี่ปุ่น รัสเซีย บราซิล และออสเตรเลีย เป็นต้น และประเทศไทย ยังไม่มีการผลิตเหล็กขั้นต้น

##### 2 อุตสาหกรรมเหล็กขั้นกลาง

ได้แก่ ขั้นตอนการผลิตเหล็กกล้า (Steel Making) เป็นการลดปริมาณของธาตุเจือปนและปรับปรุงส่วนผสมให้ได้ตามที่ต้องการ โดยนำเหล็กพิกที่ได้จากเตาถลุงไปแปรเปลี่ยนเป็นเหล็กกล้า หรือโดยการนำเศษเหล็ก (Scrap) หรือเหล็กพูน มาหลอมในเตาหลอมไฟฟ้า แล้วนำไปหล่อเป็นเหล็กแท่งชนิดต่างๆ ในเบ้าหล่อ จะได้เหล็กแท่งเล็ก (Billet) เหล็กแท่งใหญ่ (Bloom) และเหล็กแท่งแบน (Slab) ซึ่งจะนำไปเป็นวัตถุดิบในการผลิตเหล็กทรง



ยาว (Long Products) และเหล็กทรงแบน (Flat Products) ตามลำดับ ปัจจุบันมีผู้ผลิตในประเทศที่อยู่ในอุตสาหกรรมเหล็กขั้นนี้ คือ บริษัท จี สตีล จำกัด (มหาชน) และบริษัท จีเอ สตีล จำกัด (มหาชน) แต่กำลังการผลิตในประเทศยังไม่เพียงพอความต้องการ ทำให้ยังต้องพึ่งการนำเข้าจากต่างประเทศ เช่น การนำเข้าการผลิตในทวีปอเมริกาใต้ เป็นต้น

### 3 อุตสาหกรรมเหล็กขั้นปลาย

ได้แก่ ขั้นตอนการแปรรูปผลิตภัณฑ์เหล็กขั้นกลาง โดยการนำเหล็กแท่งชนิดต่างๆ แปรรูปด้วยการรีด เช่น การนำ Slab ไปรีดเป็นเหล็กแผ่นรีดร้อน หรือการนำ Billet ไปรีดเป็นเหล็กเส้น เป็นต้น ซึ่งผู้ผลิตในประเทศที่อยู่ในอุตสาหกรรมเหล็กขั้นนี้ คือ บริษัท สหวิริยาสตีลอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) ผลิตภัณฑ์เหล็กแผ่นรีดร้อนที่ได้จากขั้นตอนนี้บางส่วน จะนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตเหล็กแผ่นรีดเย็น ซึ่งบริษัทผลิตเหล็กแผ่นรีดเย็นชนิดม้วนในประเทศ มีเพียง 2 บริษัท ได้แก่ บริษัท เหล็กแผ่นรีดเย็นไทย จำกัด (มหาชน) (บริษัทร่วมทุนระหว่างบริษัท สหวิริยาสตีลอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) และกลุ่มผู้ผลิตเหล็กจากญี่ปุ่น ได้แก่ บริษัท มารูเบนิ คอร์ปอเรชั่น และบริษัท เจเอฟ อี สตีล คอร์ปอเรชั่น ) และ บริษัท สยามยูไนเต็ด (1995) จำกัด (บริษัทร่วมทุนระหว่างกลุ่มบริษัทปูนซิเมนต์ไทยและกลุ่มผู้ผลิตเหล็กจากญี่ปุ่นแก่ บริษัท นิปปอนสตีล คอร์ปอเรชั่น และ บริษัท คาวาซากิสตีล คอร์ปอเรชั่น จำกัด )

อุตสาหกรรมเหล็กในประเทศไทยส่วนใหญ่ อยู่ในอุตสาหกรรมเหล็กขั้นปลาย รวมทั้งธุรกิจของบริษัทด้วย โดยผลิตภัณฑ์เหล็กจากขั้นตอนนี้แบ่งออกตามรูปทรงของผลิตภัณฑ์ได้เป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

- กลุ่มเหล็กทรงยาว ( Long product ) หรือเหล็กเส้นซึ่งใช้ในอุตสาหกรรมก่อสร้าง โดยจะผ่านการผลิตจากการหลอมสินแร่เหล็ก ( Pig iron ) หรือเศษเหล็ก ให้เป็นเหล็กแท่งเหลี่ยม ( Billet ) จากนั้นจึงนำไปรีดให้เป็นเส้น หรือเหล็กหลอด
- กลุ่มเหล็กทรงแบน ( Flat product ) ได้แก่ เหล็กแผ่นรีดร้อนและเหล็กแผ่นรีดเย็น โดยขั้นตอนการผลิตเหล็กแผ่นรีดร้อนเกิดจากการนำสินแร่เหล็ก หรือเศษเหล็ก และสินแร่ต่าง ๆ เช่น มังกานีส นำมาหลอมในเตาหลอมเพื่อผลิตเหล็กแผ่นหนา ( Slab ) จากนั้นจึงนำไปรีดให้เป็นเหล็กแผ่นที่บางลงหรือเรียกว่า เหล็กแผ่นรีดร้อน ซึ่งใช้เป็นชิ้นส่วนรถยนต์ เช่น แชตซี เป็นต้น เหล็กรูปพรรณ เช่น ท่อเหล็ก เหล็กโครงสร้างรูปตัวซี ที่ไปใช้ในอุตสาหกรรม ก่อสร้าง เฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น ในขณะที่กระบวนการผลิตเหล็กแผ่นรีดเย็นเกิดจากการนำเหล็กแผ่นรีดร้อนบางประเภทมาเป็นวัตถุดิบในกระบวนการผลิต โคนนำเหล็กแผ่นรีดร้อนมาผ่านการรีดอีกครั้งเพื่อให้มีขนาดบาง และมีพื้นผิวที่มีความเรียบ ซึ่งนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตชิ้นงานในอุตสาหกรรมต่างๆ ที่ต้องการใช้เหล็กที่มีความบางและผิวสัมผัสที่เรียบ เช่น บางส่วนของตัวถังรถยนต์และเครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

#### • อุตสาหกรรมเหล็ก

อุตสาหกรรมเหล็กแยกเป็น 2 กลุ่มตามที่ได้กล่าวข้างต้น เมื่อพิจารณาถึงภาวะอุตสาหกรรมในแต่ละกลุ่ม สามารถสรุปได้ดังนี้ คือ กลุ่มเหล็กทรงยาว จะมีแนวโน้มตามอุตสาหกรรมที่ใช้เหล็กเส้นเป็นวัตถุดิบซึ่งได้แก่ อุตสาหกรรมก่อสร้าง และการก่อสร้างระบบสาธารณูปโภคของภาครัฐ ทั้งนี้ในปัจจุบันอุตสาหกรรมก่อสร้างเริ่มชะลอตัวลงตามภาวะของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ สำหรับกลุ่มเหล็กทรงแบน มีการใช้ที่หลากหลายในอุตสาหกรรมต่างๆ เหล็กแผ่นที่จำหน่ายให้กับอุตสาหกรรมรถยนต์มีแนวโน้มการเติบโตตามอุตสาหกรรมรถยนต์



ทั้งนี้รวมถึงอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ หรืออุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าซึ่งแม้ว่าจะมีการแข่งขันสูงแต่ก็ยังมีความต้องการวัตถุดิบอย่างต่อเนื่อง

### 2.3 การจัดหาวัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์

#### 1) วัตถุดิบเหล็กแผ่นรีดเย็นแบ่งออกเป็น 2 ประเภท

##### - เหล็กแผ่นรีดเย็นชนิดม้วนชั้นหนึ่ง

บริษัทซื้อเหล็กแผ่นรีดเย็นชนิดม้วนชั้นหนึ่ง คิดเป็นอัตราเฉลี่ยร้อยละ 70 ของยอดซื้อเหล็กแผ่นรีดเย็นทั้งหมด จากการนำเข้าจากต่างประเทศ ในแถบเอเชียส่วนใหญ่มาจากประเทศจีนม เกาหลี และ ไต้หวัน อีก ร้อยละ 30กลุ่มบริษัทผู้ผลิตเหล็กแผ่นรีดเย็นในประเทศซึ่งมีเพียง 2 บริษัท คือ บริษัท ไทยสตีลเซลล์ จำกัด (ผู้จัดจำหน่ายของบริษัทแผ่นเหล็กรีดเย็นไทย จำกัด (มหาชน) และบริษัท เมทัล วัน (ไทยแลนด์) จำกัด (ผู้จัดจำหน่ายของบริษัท สยามยูไนเต็ด สตีล (1995) จำกัด) โดยบริษัทจะทำการสั่งซื้อโดยดูจากปริมาณสินค้าคงเหลือของบริษัท ว่าจะสามารถรองรับการผลิตได้เท่าไร ซึ่งบริษัทมีนโยบายการจัดเก็บวัตถุดิบเพื่อผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูปเฉลี่ย 45 วัน รวมทั้งค่าสั่งซื้อสินค้าของลูกค้า จากนั้นบริษัทจะทำการแจ้งปริมาณและขนาดความหนาที่ต้องการให้แก่บริษัททั้งสองเพื่อทำการเสนอราคา และเมื่อบริษัทตกลงซื้อจะทำการกำหนดระยะเวลากำหนดส่งสินค้าต่อไป และจากการที่บริษัทเป็นลูกค้าที่ดีมาโดยตลอดโดยมีการสั่งซื้ออย่างต่อเนื่องและในปริมาณมาก รวมทั้งบริษัทไม่เคยมีประวัติการผิดนัดชำระหรือค้างค่าสินค้ากับบริษัททั้งสองแห่ง บริษัทจัดเป็นลูกค้าที่ดีของทั้งสองบริษัท ทำให้บริษัทไม่เคยมีการขาดแคลนเหล็กแผ่นรีดเย็นทั้งในช่วงปกติและในช่วงที่เหล็กแผ่นรีดเย็นมีความต้องการใช้สูง

##### - เหล็กแผ่นรีดเย็นชั้นรอง

บริษัทซื้อเหล็กแผ่นรีดเย็นชั้นรองโดยวิธีการประมูลจากบริษัท เหล็กแผ่นรีดเย็นไทย จำกัด (มหาชน) และบริษัท สยามยูไนเต็ด สตีล (1995) จำกัด ซึ่งทั้งสองบริษัทมีการกำหนดคุณสมบัติของผู้เข้าร่วมประมูลซึ่งต้องมีความพร้อมทั้งด้านการเงินและการจัดการ เนื่องจากต้องจัดรถเข้าไปทำการรับสินค้าเองเพราะโรงงานทั้งสองแห่งไม่มีนโยบายในการจัดเก็บเหล็กชั้นรองซึ่งไม่ใช่สินค้าหลัก โดยเปิดการประมูลเป็นรายไตรมาสให้ผู้สนใจที่มีคุณสมบัติครบถ้วนยื่นเสนอการรับซื้อต่ออีกไตรมาส ซึ่งมีผู้เข้าประมูลที่มีคุณสมบัติทั้งการเงิน การจัดการ และการขนส่งเพียง 2 – 3 ราย ดังนั้นจึงทำให้บริษัทชนะการประมูลเป็นผู้ซื้อเหล็กชั้นรองจากผู้ผลิตทั้งสองมาอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตาม ในกรณีที่เกิดภาวะขาดแคลน และในกรณีที่ผู้ผลิตในประเทศเกิดปัญหา สำหรับเหล็กแผ่นรีดเย็น บริษัทสามารถนำเข้าเหล็กชนิดต่าง ๆ จากต่างประเทศได้ เนื่องจากการที่บริษัทเคยเป็นผู้นำเข้าเหล็ก ทำให้บริษัทมีข้อได้เปรียบในการหาวัตถุดิบได้

#### 2) วัตถุดิบสำหรับผลิตเหล็กเคลือบเคมีด้วยไฟฟ้า เหล็ก โครงคร่าวเพดานและผนัง และเหล็กกล้าแรงดึงสูงชุบสังกะสีรูปตัวซี

บริษัทนำเข้าเหล็กเคลือบเคมีด้วยไฟฟ้าชนิดม้วนเพื่อใช้ในการแปรรูปเป็นเหล็กแผ่นเคลือบเคมีด้วยไฟฟ้า และเหล็กชุบสังกะสีเพื่อใช้ในการแปรรูปเป็นเหล็กโครงคร่าวเพดานและผนัง และเหล็กกล้าแรงดึงสูงชุบสังกะสีชนิดม้วนเพื่อใช้ในการแปรรูปเป็นเหล็กกล้าแรงดึงสูงชุบสังกะสีรูปตัวซี จากประเทศแคนาดาและไต้หวัน ซึ่งต้นทุนของเหล็กกล้าแรงดึงสูงชุบสังกะสี เหล็กเคลือบเคมีด้วยไฟฟ้า และเหล็กชุบสังกะสี เมื่อรวมค่าขนส่ง



และภานำเข้าแล้วยังต่ำกว่าการซื้อจากผู้ผลิตภายในประเทศประมาณร้อยละ 20 ซึ่งบริษัทไม่มีลักษณะการพึ่งพิงผู้จัดหาผลิตภัณฑ์รายใดรายหนึ่ง เนื่องจากโรงงานผู้ผลิตเหล็กเหล่านี้ในประเทศแคนาดาและไต้หวันมีหลายราย

### 3) วัตถุดิบแผ่นหลังคาและผนังเหล็กเคลือบสี

ผู้ผลิตแผ่นเหล็กเคลือบสีในประเทศมีเพียง 2 บริษัท ได้แก่ บริษัท บลูสโกล สเตล (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท กรุงเทพผลิตเหล็ก จำกัด (มหาชน) ซึ่งบริษัทซื้อเหล็กแผ่นเคลือบสีชนิดม้วนจากบริษัท บลูสโกล สเตล (ประเทศไทย) จำกัด นอกจากนี้ บริษัทสามารถนำเข้าจากต่างประเทศได้โดยตรง ซึ่งเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้าได้ ซึ่งขณะนี้ เรา จะ นำเข้าจากต่างประเทศถึงร้อยละ 75 ของยอดที่ สั่งซื้อ ทั้งหมด

### 4. วัตถุดิบเหล็กกรีดร้อน

บริษัทจะทำการสั่งซื้อเหล็กกรีดร้อนจากโรงงานที่ผลิตภายในประเทศเพียงราย เดียวเท่านั้นเป็นเหมือนการพึ่งพิงผู้ผลิตรายนี้ เป็นอย่างมากซึ่งที่ผ่านมาบริษัทผู้ผลิตรายนี้มีปัญหาเราก็ได้ผลกระทบโดยตรงจากการส่งมอบสินค้าไม่ได้ ทำให้บริษัทได้หาแนวทางในการป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นอีกบริษัทจึงได้มีการนำเข้าเหล็กกรีดร้อนจากต่างประเทศ เข้ามาจำหน่ายเพื่อเพิ่มช่องทางในการจัดหาแหล่งผลิตภัณฑ์

### • ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่สำคัญของโรงงานแปรรูปเหล็ก คือ มลภาวะจากเสียงในขบวนการผลิต แต่บริษัทได้มีการควบคุมปริมาณเสียงที่เกิดจากขบวนการผลิตของบริษัท ไม่ให้มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยการออกแบบอาคาร โรงงานให้มีการเก็บเสียงที่ดียิ่งขึ้น และบริษัทได้รับการตรวจสอบโรงงานอย่างสม่ำเสมอทุกปี ภายใต้การควบคุมดูแลของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งผลการตรวจสอบสรุปได้ว่า สภาพโรงงานและสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ในบริเวณโรงงานอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน ไม่ก่อให้เกิดปัญหาใด ๆ ต่อสภาพแวดล้อม

## 2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -



### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

คณะกรรมการบริษัทได้ตระหนักถึงปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายการดำเนินงานของบริษัท จึงได้กำหนดนโยบายเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในขึ้นมา เพื่อให้บริษัทมีการบริหารความเสี่ยงทั้งองค์กรอย่างเป็นระบบ มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล เพื่อใช้เป็นกลไกที่สำคัญในการบริหารความเสี่ยงของบริษัท ตลอดเวลาที่ผ่านมามีบริษัทได้ประเมินและวิเคราะห์ความเสี่ยง โดยแยกเป็นส่วนงานทั้งแนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง และติดตามผลการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างมีระบบ เพื่อให้การดำเนินงานสอดคล้องกับนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี สำหรับผลการประเมินความเสี่ยง และการบริหารจัดการความเสี่ยงมีผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัท สามารถจำแนกได้ ดังนี้

#### 1. ความเสี่ยงจากด้านการตลาด

##### • ความเสี่ยงความผันผวนของราวัตถุดิบและราคาผลิตภัณฑ์

อุตสาหกรรมเหล็กของไทยเผชิญกับความเสี่ยงอย่างมาก จากความต้องการและราคาของสินค้าที่มีความผันผวนตามฤดูกาล เช่นเดียวกับในประเทศอื่นที่ต้องประสบความเสี่ยงนี้ ทั้งในด้านราวัตถุดิบและราคาของสินค้าสำเร็จรูปเนื่องจากสินค้าและผลิตภัณฑ์เหล็ก มักใช้งานในภาคการก่อสร้างเป็นหลัก ดังนั้น การเติบโตของอัตราสินค้า ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศจึงส่งผลกระทบโดยตรงต่อความผันผวนทางด้านอุปสงค์ นอกจากนั้น จากการที่ประเทศไทยได้ส่งเสริม ในเรื่องข้อตกลงการค้าเสรี จึงเป็นเหตุให้สถานการณ์ทางด้านอุปทานได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงสืบเนื่องมาจากการนำเข้าเหล็กจากต่างประเทศ ซึ่งนำไปสู่ความผันผวนที่เพิ่มมากขึ้นต่อราคาของผลิตภัณฑ์เหล็กสำเร็จรูป

บริษัทได้ดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรมในการบรรเทาและลดผลกระทบด้านลบของความเสี่ยงด้านการตลาด โดยการมุ่งเน้นที่การสร้างตราสินค้าในสายผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท นอกจากนั้น บริษัทยังได้พัฒนา สินค้า และผลิตภัณฑ์ใหม่ๆอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดในด้านอุตสาหกรรมต่างๆ การที่บริษัทมุ่งเน้นในการเพิ่มสัดส่วนสินค้าเหล็กพิเศษมากขึ้น จะมีผลโดยตรงต่อการลดความเสี่ยงทางการตลาดได้ ดังนั้นมาตรการที่ใช้ในการลดความเสี่ยงดังกล่าวของบริษัท ที่สำคัญได้แก่

- (1) มีการติดตามความเคลื่อนไหวของราคาเหล็กโลกอย่างใกล้ชิดและเพื่อความระมัดระวังในการจัดซื้อสินค้า และผลิตภัณฑ์ โดยพยายามจัดซื้อจากแหล่งที่มีราคาที่จะทำให้บริษัทมีส่วนต่างระหว่างราคาขายและต้นทุนสินค้า ตามที่ต้องการ และในปริมาณที่จะขายได้
- (2) ควบคุมปริมาณสินค้าคงคลังทั้งวัตถุดิบเหล็กและสินค้า ผลิตภัณฑ์ สำเร็จรูปให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมให้สอดคล้องกับการประมาณการการขายและลดระยะเวลาการหมุนเวียนของวัตถุดิบและสินค้าคงคลังเพื่อลดความเสี่ยงจากผลกระทบของราคาในเชิงลบ
- (3) ดำเนินการวางแผนผลิตให้สอดคล้องกับการขาย และเร่งรัดระยะเวลาในการส่งมอบให้เร็วขึ้น
- (4) ติดตามสถานการณ์การทุ่มตลาดของสินค้านำเข้าจากต่างประเทศและนโยบายการควบคุมราคาของภาครัฐอย่างใกล้ชิด และดำเนินการอย่างเหมาะสมและรวดเร็ว





- (5) เพิ่มการขายและผลิตสินค้าที่จัดเป็นสินค้าคุณภาพพิเศษให้มากขึ้น เนื่องจากมีราคาที่สูงกว่าและมีความผันผวนของราคาที่น้อยกว่า

● **ความเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจ**

เนื่องจากการเปลี่ยนของภาวะเศรษฐกิจในเชิงลบจะมีผลกระทบในเชิงลบต่อความต้องการของสินค้าหลักโดยรวม ซึ่งจะส่งผลกระทบในเชิงลบต่อปริมาณการขายของบริษัท และผลการดำเนินงานของบริษัทในที่สุด ดังนั้น บริษัทมีความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจ ความเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจและการแข่งขันเกิดจากปัจจัยภายนอก ซึ่งอยู่นอกเหนือการควบคุมของบริษัท เช่น ความเสี่ยงที่เกิดจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความเสี่ยงต่อต้นทุนสินค้าและความสามารถในการสร้างผลกำไรของธุรกิจโดยเฉพาะสินค้าที่มีการจัดซื้อจากต่างประเทศ ดังนั้นมาตรการที่บริษัทใช้ลดความเสี่ยงดังกล่าวจึงมีค่อนข้างจำกัด สำหรับมาตรการที่บริษัทใช้เพื่อลดความเสี่ยงจากการแข่งขันคือ

1. เพิ่มการขายสินค้าที่ จัดเป็นชั้นคุณภาพพิเศษเพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันทางด้านราคา
2. เพิ่มประสิทธิภาพด้านการผลิต เพื่อลดต้นทุนการผลิต
3. เน้นการให้การให้บริการแก่ลูกค้าที่ดีขึ้น

● **ความเสี่ยงความผันผวนของราคาวัตถุดิบและราคาผลิตภัณฑ์**

ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาสินค้าและผลิตภัณฑ์ถือว่าเป็นปัจจัยที่มีความเสี่ยงที่มีความสำคัญมากของของบริษัท ทั้งนี้ เนื่องจากว่าความผันผวนของราคาสินค้า และผลิตภัณฑ์ มีผลกระทบต่อส่วนต่างระหว่างราคาขายและต้นทุนของสินค้า และโดยที่ต้นทุนสินค้าโดยทั่วไปแล้วมีสัดส่วนสูงถึงประมาณร้อยละ 96 ของราคาขาย ดังนั้นการหาความผันผวนของราคาของสินค้า และผลิตภัณฑ์ ทำให้ ส่วนต่างระหว่างราคาขายและต้นทุนขาย ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ก็จะมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทค่อนข้างมาก ในปี 2557 ที่ผ่านมาราคาเหล็กยังมีความผันผวนต่อเนื่องจากปีก่อน แต่ความรุนแรงของความผันผวนน้อยกว่ามาก ปี 2556 โดยเพิ่มขึ้นจากราคา เนื่องจากความผันผวนของราคาสินค้าและผลิตภัณฑ์หลัก เกิดจากปัจจัยภายนอก ซึ่งอยู่นอกเหนือการควบคุมของบริษัท ดังนั้น มาตรการที่ใช้ในการลดความเสี่ยงจากปัจจัยเสี่ยงดังกล่าวของบริษัท ที่สำคัญได้แก่

- 1) มีการติดตามความเคลื่อนไหวของราคาเหล็กโลกอย่างใกล้ชิดและเพื่อความระมัดระวังในการจัดซื้อสินค้า และผลิตภัณฑ์ โดยพยายามจัดซื้อจากแหล่งที่มีราคาที่จะทำให้บริษัทมีส่วนต่างระหว่างราคาขายและต้นทุนสินค้า ตามที่ต้องการ และในปริมาณที่จะขายได้
- 2) เพิ่มการขายและผลิตสินค้าที่จัดเป็นสินค้าคุณภาพพิเศษให้มากขึ้น เนื่องจากมีราคาที่สูงกว่าและมีความผันผวนของราคาที่น้อยกว่า
- 3) ควบคุมปริมาณสินค้าคงเหลือในคลังให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม เพื่อลดความเสี่ยงจากผลกระทบของราคาในเชิงลบ

● **ความเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจ และการแข่งขัน**





เนื่องจากการเปลี่ยนของภาวะเศรษฐกิจในเชิงลบจะมีผลกระทบในเชิงลบต่อความต้องการของสินค้าหลักโดยรวม ซึ่งจะส่งผลกระทบในเชิงลบต่อปริมาณการขายของบริษัท และผลการดำเนินงานของบริษัทในที่สุด ดังนั้น บริษัทมีความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจ ความเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจและการแข่งขันเกิดจากปัจจัยภายนอก ซึ่งอยู่นอกเหนือการควบคุมของบริษัท ดังนั้นมาตรการที่ใช้ลดความเสี่ยงดังกล่าวจึงมีค่อนข้างจำกัด สำหรับมาตรการที่ใช้ลดความเสี่ยงดังกล่าว จึงมีค่อนข้างจำกัด สำหรับมาตรการที่ใช้เพื่อลดความเสี่ยงจากการแข่งขันคือ

4. เพิ่มการขายสินค้าที่ จัดเป็นชั้นคุณภาพพิเศษเพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันทางด้านราคา
5. เพิ่มประสิทธิภาพด้านการผลิต เพื่อลดต้นทุนการผลิต
6. เน้นการให้บริการให้บริการแก่ลูกค้าที่ดีขึ้น

## 2. ความเสี่ยงด้านการเงิน

### ● ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัทมีการนำเข้าเหล็กรีดเย็น และ เหล็กรีดร้อนจากต่างประเทศจากการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ ซึ่งมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 70 ของยอดขายทั้งหมด บริษัทจึงมีความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งบริษัทจะใช้เครื่องมือทางการเงินเพื่อป้องกันความเสี่ยงทางด้านนี้ ด้วยการทำสัญญาซื้อเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า ( Forward Cover) นอกจากนี้เพื่อป้องกันความเสี่ยงได้ในขณะใดขณะหนึ่งในวงเงินตามที่คณะกรรมการเห็นว่าเหมาะสม และในปัจจุบัน ทีมบริหารได้ กำหนดนโยบายเกี่ยวกับอัตราแลกเปลี่ยนคือจะรับรู้ เมื่อสินค้ามาถึงท่าเรือ ก็ จะ ทำการ กำหนดค่าเงินบาท เลข เพื่อ ป้องกันการ ผันผวน เพื่อจะได้รับรู้ต้นทุน ของสินค้า และ กำหนด ราคาสินค้าที่จะขายได้ เลข

### ● ความเสี่ยงจากการให้สินเชื่อทางการค้า

ในการดำเนินธุรกิจทางการค้าตามปกติของบริษัท บริษัทจะมีลูกหนี้การค้า ซึ่งเกิดการที่บริษัทจำหน่ายสินค้าให้แก่ลูกค้า ซึ่งเกิดจากการที่บริษัทจัดจำหน่ายสินค้าให้ลูกค้าภายในประเทศที่มีเงื่อนไขการชำระเงินภายในเวลาตามที่ได้กำหนดเวลาตามที่ได้ตกลงไว้กับลูกค้า ลูกหนี้คงค้างของลูกหนี้เฉลี่ยในปี 2557 มีจำนวน 662.10 ล้านบาท บริษัทจึงมีความเสี่ยงจากการที่ลูกหนี้การค้าไม่สามารถชำระหนี้ค่าสินค้าภายในกำหนดเวลาที่ ต้องชำระหรือภายในกำหนดเวลาตามกำหนดเวลาที่บริษัท ผ่อนผันให้เพื่อลดความเสี่ยงทางด้านนี้ บริษัทจึงได้ กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการให้สินเชื่อทางการค้า โดยกำหนดวงเงินสินเชื่อการค้าให้แก่ลูกค้าแต่ละรายตามการวิเคราะห์ความต้องการซื้อสินค้าและความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้ารายนั้นๆ และ ต้องได้รับการอนุมัติเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้บริหารที่มีอำนาจในการอนุมัติการให้สินเชื่อทางการค้า นอกจากนี้ ยังมีการกำกับดูแลบริหารความเสี่ยงในด้านนี้อย่างสม่ำเสมอด้วยการให้ฝ่ายจัดการรายงานต่อที่ประชุมคณะกรรมการการบริหารทราบเป็นประจำทุกเดือนเกี่ยวกับคุณภาพของลูกหนี้การค้า โดยเฉพาะลูกหนี้รายที่มีหนี้สินเกินกำหนดระยะเวลาชำระ ณ วันสิ้นปี 2557 บริษัทมีลูกหนี้ 662.10 ล้านบาท โดยไม่มีลูกหนี้รายใดที่มียอดหนี้คงค้างเกินกำหนดชำระ ด้วยระบบการวิเคราะห์และติดตามที่มีประสิทธิภาพ ประกอบกับลูกหนี้การค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่บริษัทรู้จักดี เพราะมีประวัติการติดต่อกับบริษัทมานาน บริษัทจึงสามารถติดตามให้ลูกหนี้ชำระหนี้ที่เกินกำหนดชำระเป็นที่เรียบร้อย โดยที่บริษัทไม่ได้รับความเสียหายแต่อย่างใด



### ● ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง

ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง หมายถึง ความเสี่ยงที่บริษัทไม่สามารถที่จะปฏิบัติตามภาระผูกพันต่าง ๆ เมื่อครบกำหนดอันเนื่องจากบริษัทไม่สามารถเปลี่ยนทรัพย์สินเป็นเงินสด หรือไม่สามารถจัดหาเงินสด หรือไม่สามารถจัดหาเงินในจำนวนที่เพียงพอกับความต้องการภายในระยะเวลาที่กำหนดและมีต้นทุนที่เหมาะสม ซึ่งอาจทำให้เกิดความเสียหายต่อบริษัท ได้ บริษัทมีการบริหารความเสี่ยงทางด้านนี้ ที่สำคัญดังนี้

- ติดตามควบคุมไม่ให้นำหนี้สินระยะสั้นไปลงทุนในสินทรัพย์ที่ไม่หมุนเวียน ซึ่งบริษัทได้ ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ นี้อย่างเคร่งครัด
- ติดตามการเปลี่ยนแปลงของสัดส่วนสินทรัพย์หมุนเวียน ซึ่งเป็นเครื่องมือวัดสภาพคล่องที่สำคัญอย่างหนึ่ง หากสัดส่วนสูงขึ้นก็ แสดงว่าบริษัทมีสภาพคล่องที่ดีขึ้น
- จัดหาแหล่งเงินทุนและประเภทของสินเชื่อให้เพียงพอสอดคล้องกับความต้องการกับแผนการดำเนินงานของบริษัท

### 3. ความเสี่ยงจากการบริหารและการจัดการสินค้าคงคลัง

สืบเนื่องจากความผันผวนของราคาเหล็กแผ่นรีดร้อน ที่เป็นวัตถุดิบหลักที่ใช้ผลิตเหล็กแผ่นรีดเย็น เพราะฉะนั้นการบริหารและการจัดการสินค้าคงคลังจึงมีผลกระทบโดยตรงกับอัตรากำไรขั้นต้นและความสามารถในการแข่งขันของบริษัทค่อนข้างมาก โดยในช่วงที่ระดับราคาเหล็กเพิ่มสูงขึ้น หากบริษัทมีปริมาณสินค้าคงคลังในระดับสูง จะทำให้ต้นทุนเหล็กรีดเย็นเฉลี่ยของบริษัทอยู่ในระดับต่ำ และในทางกลับกัน กรณีที่เหล็กปรับตัวลดลง หากบริษัทมีปริมาณสินค้าคงคลังสูง จะส่งผลให้ต้นทุนให้ต้นทุนเหล็กรีดเย็นเฉลี่ยของบริษัทอยู่ในระดับสูง ซึ่งอาจจะทำให้กำไรขั้นต้นของบริษัทลดลงหรืออาจขาดทุนได้ หรือในช่วงที่เหล็กรีดเย็นขาดตลาด ถ้าบริษัทสำรองวัตถุดิบในระดับที่ต่ำเกินไป จะทำให้บริษัทไม่สามารถส่งสินค้าให้ลูกค้าได้ทันตามกำหนดเวลาได้ แต่ด้วยประสบการณ์และการติดตามความเคลื่อนไหวแนวโน้มของราคาเหล็กรีดเย็นในตลาดอย่างใกล้ชิด รวมถึงการที่บริษัทมีเงินทุนหมุนเวียนอยู่ในระดับสูง บริษัทจึงสามารถสั่งซื้อเหล็กรีดเย็นสำรองไว้ในปริมาณที่เหมาะสมสำหรับการใช้งานในแต่ละช่วงเวลาได้

### 4. ความเสี่ยงด้านการบริหาร การจัดการ

#### ● ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหาร

เนื่องจากการประกอบธุรกิจของบริษัทอาศัยความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้บริหารหลักและลูกค้าที่เกี่ยวข้อง ทั้งผู้จัดหาวัตถุดิบ (Supplier) และลูกค้า ทำให้บริษัทสามารถจัดหาแหล่งวัตถุดิบได้ในราคาถูกและทราบการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการผลิต รวมถึงผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ๆ ทำให้บริษัทอาจได้รับผลกระทบต่อผลประกอบการของบริษัท หากบริษัทสูญเสียผู้บริหารหลักที่เป็นผู้ก่อตั้งบริษัท

อย่างไรก็ตาม บริษัทตระหนักถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง รวมถึงในปัจจุบันบริษัทมีผู้อำนวยการแต่ละฝ่ายที่มีความรู้ ความชำนาญในแต่ละด้านที่ดูแล และบริษัทได้มีการกระจายอำนาจให้แก่ฝ่ายมีอำนาจตัดสินใจตามขอบเขตที่บริษัทกำหนด



#### 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

##### 4.1 ทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทมีทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ดังนี้

ตาราง ที่ดิน อาคาร และสิ่งปลูกสร้าง

หน่วย : ล้านบาท

ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน	มูลค่าสุทธิ	วัตถุประสงค์ในการถือครองทรัพย์สิน
1. ที่ดิน น.ส.3ก. เลขที่ 1637  โฉนด 2352,30382,43764 32045,42359 63013,16668	เลขที่ 222 หมู่ 6 ถนนพหลโยธินสายกลางนา-ยายพลอย ตำบลแม่รำพึง อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เนื้อที่ 6 ไร่ 3 งาน 30 ตารางวา  เลขที่ 4,95-96 หมู่ที่ 6 ถนนพระราม 2 ตำบลโคกขาม อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร เนื้อที่ 51 ไร่ 8 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	ติดจำนองกับ ธนาคารกรุงไทย เพื่อค้ำประกันเงินกู้ และเงินเบิกเกินบัญชี  ติดจำนองกับ ธนาคารกรุงไทย เพื่อค้ำประกันเงินกู้ และเงินเบิกเกินบัญชี	0.60  51.80	สำนักงานสาขา 1  สำนักงานใหญ่
โฉนด 81270, 2351, 5692, 9750	เลขที่ 95-96 หมู่ 6 ถนนพระราม 2 ตำบลโคกขาม อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร เนื้อที่ 33 ไร่ 97.3 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	ติดจำนองกับ ธนาคาร กสิกรไทย เพื่อค้ำประกันเงินกู้ และเงินเบิกเกินบัญชี	67.24	สำนักงานใหญ่
โฉนด 85143	เลขที่ 4 หมู่ 6 ถนนพระราม 2 ตำบลโคกขาม อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร เนื้อที่ 4 ไร่ 74.7 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	ติดจำนองกับ ธนาคารไทยพาณิชย์ เพื่อค้ำประกันเงินกู้ และเงินเบิกเกินบัญชี	11.06	สำนักงานใหญ่
โฉนด 16667,16668 10586	ตำบลโคกขาม อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร เนื้อที่ 6 ไร่ - งาน 31 ตารางวา, เนื้อที่ 3 ไร่ 1 งาน 34 ตารางวา, เนื้อที่ 6 ไร่ 3 งาน 70 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	ปลอดภาระผูกพัน	36.31	สำนักงานใหญ่



ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน	มูลค่าสุทธิ	วัตถุประสงค์ในการถือครองทรัพย์สิน
2. อาคารและสิ่งปลูกสร้าง	สำนักงานสาขา 1 เลขที่ 222 หมู่ 6 ถนนรพช.สายกลางนา-ยายพลอย ตำบลแม่รำพึง อำเภอบางสะพาน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์	เป็นเจ้าของ	ติดจำนองกับ ธนาคารกรุงไทย เพื่อค้ำประกันเงินกู้ และเงินเบิกเกิน บัญชี	4.79	อาคารโรงงาน สาขา 1
	สำนักงานสาขา 2 เลขที่ 108/9 หมู่ 1 ซอยวัดเทพธงชัย ถนนพระราม 2 ตำบลบางน้ำจืด อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัด สมุทรสาคร	เป็นเจ้าของ	ติดจำนองกับ ธนาคารกรุงไทย เพื่อค้ำประกันเงินกู้ และเงินเบิกเกิน บัญชี	1.55	อาคารโรงงาน สาขา 2
	สำนักงานใหญ่ เลขที่ 4 หมู่ 6 ถนนพระราม 2 ตำบลโคกขาม อำเภอ เมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร  เลขที่ 95-96 หมู่ 6 ถนนพระราม 2 ตำบลโคกขาม อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร	เป็นเจ้าของ	ติดจำนองกับ ธนาคารกรุงไทย เพื่อค้ำประกันเงินกู้ และเงินเบิกเกิน บัญชี	20.65  212.00	อาคารโรงงาน สำนักงานใหญ่  อาคารโรงงาน 2 หลัง อาคารสำนักงาน 2 หลัง
	ยอดรวมทั้งสิ้น			398.04	



## ตาราง เครื่องจักร อุปกรณ์ เครื่องตกแต่งติดตั้ง เครื่องใช้สำนักงาน และยานพาหนะ

หน่วย : ล้านบาท

ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าสุทธิ	ภาระผูกพัน
เครื่องจักรอุปกรณ์ - โรงงานที่ 1	เครื่องตัดซอย 6 เครื่อง	เป็นเจ้าของ	26.35	ไม่มี
	เครื่องผ่าม้วน 3 เครื่อง	เป็นเจ้าของ	50.07	ไม่มี
	เครื่องจักรอื่นๆ 18 เครื่อง	เป็นเจ้าของ	3.38	ไม่มี
	อุปกรณ์	เป็นเจ้าของ	4.82	ไม่มี
- โรงงานที่ 2	เครื่องผลิต C-line 2 เครื่อง	เป็นเจ้าของ	0.89	ไม่มี
	เครื่องจักรอื่น ๆ 3 เครื่อง	เป็นเจ้าของ	0.56	ไม่มี
- โรงงานที่ 3	เครื่องรีดลอนหลังคา 5 เครื่อง	เป็นเจ้าของ	6.48	ค้ำประกันเงินกู้ SCB
	เครื่องพับงานครอบ 2 เครื่อง	เป็นเจ้าของ	1.61	ค้ำประกันเงินกู้ SCB
	เครื่องผ่าเหล็ก 2 เครื่อง	เป็นเจ้าของ	0.46	ค้ำประกันเงินกู้ SCB
	อุปกรณ์	เป็นเจ้าของ	0.43	ค้ำประกันเงินกู้ SCB
- โรงงานที่ 4	เครื่องตัดแผ่น 2 เครื่อง	เป็นเจ้าของ	0.46	ไม่มี
- โรงงานที่ 5	เครื่องรีดลอนหลังคาพร้อมฉีดโฟม	ผู้ครอบครอง	80.2	เช่าซื้อ
เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน		เป็นเจ้าของ	2.17	ไม่มี
ยานพาหนะ		เป็นเจ้าของ	20.25	ไม่มี
รวมทั้งสิ้น			198.13	

### 4.2 นโยบายการลงทุนและการบริหารงานในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

นโยบายการลงทุนของบริษัท คือ บริษัทจะพิจารณาลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องและเอื้อประโยชน์ต่อการทำธุรกิจของบริษัทหรือเป็นธุรกิจซึ่งอยู่ในอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มเจริญเติบโต และจะคำนึงถึงอัตราผลตอบแทนที่ได้รับจากการลงทุนเป็นสำคัญ และบริษัทจะควบคุมดูแลโดยจะส่งกรรมการเข้าไปเป็นตัวแทนตามสัดส่วนการถือหุ้น และหากเป็นบริษัทร่วม บริษัทจะไม่เข้าไปควบคุมดูแลมากนัก เพียงแต่จะส่งตัวแทนจากบริษัทเข้าไปเป็นกรรมการในบริษัทนั้น ๆ ทั้งนี้จำนวนตัวแทนจากบริษัทที่เข้าไปเป็นกรรมการจะขึ้นอยู่กับสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท

### 4.3 บริษัทไม่ได้มีการประเมินและตีราคาทรัพย์สินใหม่



## 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทและบริษัทย่อย ไม่มีคดีความทางกฎหมายที่ถูกฟ้องร้องเรียกค่าเสียหาย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557



## 6. ข้อมูลทั่วไป

### ชื่อ ที่ตั้งสำนักงาน ประเภทธุรกิจ

ชื่อบริษัท : บริษัท เพ็ญสินสตีลเวิร์กส์ จำกัด (มหาชน)  
PERMSIN STEEL WORKS PUBLIC COMPANY LIMITED.

ชื่อย่อ : PERM

เลขทะเบียนบริษัท : 0107548000196

เว็บไซต์ : <http://www.permsin.com>

ประเภทธุรกิจ : แปรรูปและจัดจำหน่ายเหล็กแผ่นรีดเย็น เหล็กแผ่นรีดร้อน เหล็กเคลือบเคมีด้วยไฟฟ้า

หลังคาเหล็กเคลือบสี ผนังเหล็กเคลือบสี หลังคาเหล็กเคลือบสีพร้อมฉนวนกันความร้อน

เหล็กโครงสร้างเพดานบ้านและผนัง และเหล็กกล้าแรงดึงสูงชุบสังกะสีรูปตัวซี

### ที่ตั้งสำนักงาน

สำนักงานใหญ่ : 4, 95-96 หมู่ที่ 6 ถนนพระราม 2 ตำบลโคกขาม อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร

74000

สาขาที่ 1 : 222 หมู่ที่ 6 ตำบลแม่รำพึง อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สาขาที่ 2 : 108/9 หมู่ที่ 1 ถนนพระราม 2 ตำบลบางน้ำจืด อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร

74000

สาขาที่ 3 : 108/3 หมู่ที่ 1 ถนนพระราม 2 ตำบลบางน้ำจืด อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร

74000

สาขาที่ 4 : 55/93 หมู่ที่ 6 ถนนพระราม 2 แขวงบางมด เขตจอมทอง กรุงเทพมหานคร 10150

สาขาที่ 5 : 90/9 หมู่ที่ 1 ถนนพระราม 2 ตำบลบางน้ำจืด อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร

74000

สำนักงานโรงงาน : 4, 95-96 หมู่ที่ 6 ถนนพระราม 2 ตำบลโคกขาม อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร

74000

### จำนวนและชนิดของหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท

ทุนจดทะเบียน	จำนวน	500,000,000	บาท
แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ	จำนวน	500,000,000	หุ้น



มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ		1	บาท
ทุนชำระแล้ว	จำนวน	500,000,000	บาท
แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ	จำนวน	500,000,000	หุ้น
มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ		1	บาท

## ชื่อ สถานที่ตั้ง ของบุคคลอ้างอิงอื่นๆ

นายทะเบียน	:	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด เลขที่ 2/7 หมู่ที่ 4 อาคารสถาบันวิชาการตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ชั้น 2 NORTH PARK แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร 10210 โทรศัพท์ 0-2596-9000 โทรสาร 0-2832-4994-6 E-mail <a href="mailto:supapan.p@set.or.th">supapan.p@set.or.th</a>	
ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต	:	นายบุญเลิศ แก้วพันธุ์พฤกษ์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4165 นายนิรศ เสวตลักษณ์สกุล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 5369	
		บริษัท พีบีพีอาร์ ออดิท แอนด์ แอดไวเซอร์ จำกัด เลขที่ 152 อาคารชาร์เตอร์ด์ สแควร์ ชั้น 12 เอ ห้อง 08 ถนนสาทรเหนือ แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500 โทรศัพท์ 0-2634-5398 โทรสาร 0-2634-5399 E-mail <a href="mailto:audit@bpr.co.th">audit@bpr.co.th</a> <a href="http://www.bpraudit.co.th">www.bpraudit.co.th</a>	
เลขานุการบริษัท	:	นางชไมพร ยงวงศ์ไพบูลย์ โทรศัพท์ 0-3482-5090-100 โทรสาร 0-3482-5078-9 Email : <a href="mailto:chamaiporn@permsin.com">chamaiporn@permsin.com</a>	
ส่วนงานนักลงทุนสัมพันธ์		นางสาวณิษฐา พร้อมพราย โทรศัพท์ 0-3482-5090-100 โทรสาร 0-3482-5078-9 Email : <a href="mailto:kanittha@permsin.com">kanittha@permsin.com</a>	