

## ส่วนที่ 1

### การประกอบธุรกิจ

#### 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

##### 1.1 ภาพรวมการประกอบธุรกิจ

เหล็กนับเป็นหนึ่งในโลหะที่มีความสำคัญซึ่งถูกนำไปใช้ในสิ่งปลูกสร้างต่างๆ มากมาย เช่น อาคาร บ้านเรือน สะพาน เป็นต้น นอกจากนี้เหล็กยังอยู่ในชีวิตประจำวันของเรา อาทิ เฟอร์นิเจอร์ รั้ว เครื่องมือช่าง เป็นต้น ด้วยเห็นความสำคัญของเหล็กเช่นนี้ บมจ.ซิก้า อินโนเวชั่น (“บริษัท” หรือ “ซิก้า”) จึงมีแนวคิดที่จะนำเหล็กมาเพิ่มคุณค่าด้วยนวัตกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยบริษัทได้จดทะเบียนก่อตั้งบริษัทขึ้น เมื่อวันที่ 21 เมษายน 2541 ภายใต้ชื่อ บริษัท จิตรเจริญ โปรเกรส จำกัด โดยเริ่มจากการผลิตท่อโค้งร้อยสายไฟตามความเชี่ยวชาญของผู้บริหารเพื่อทดแทนสินค้านำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น ต่อมาได้เปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น บริษัท ไคว่ อินดัสตรี จำกัด และเริ่มผลิตท่อโลหะร้อยสายไฟประเภท Pre-zinc ภายใต้ชื่อสินค้า “DAIWA” โดยในช่วงแรกบริษัทผลิตท่อเหล็กแล้วจ้างให้โรงงานทำการชุบสังกะสีให้ ต่อมา บริษัทสั่งซื้อเหล็กชุบสังกะสีประเภท Pre-zinc ชนิดม้วน ( Hot dip galvanizing coil ) มาใช้ในการผลิตท่อร้อยสายไฟแทน ซึ่งเป็นวิธีที่นอกจากจะมีประสิทธิภาพการป้องกันสนิมที่ดีแล้วยังเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วย

บริษัทมองเห็นโอกาสในการใช้เหล็กชุบสังกะสีด้วยกระบวนการต่อเนื่องเพื่อใช้ทดแทนเหล็กที่ไม่ได้ผ่านการชุบในปี 2553 บริษัทจึงได้ก่อตั้ง บริษัท ซิก้า สตีล คอร์ปอเรชั่น จำกัด เพื่อจำหน่ายแผ่นเหล็กชุบสังกะสีเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศ และได้ขยายกลุ่มสินค้าไปสู่การจำหน่ายเหล็กโครงสร้างประเภท Pre-zinc ภายใต้ตราสินค้า “ZIGA” เพื่อใช้ในงานโครงสร้างทั่วไปที่ไม่ได้มีการรับน้ำหนักมาก เช่น เติ้นท์ นั่งร้าน เฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น เหล็กโครงสร้างโดยทั่วไปมักไม่ได้ใช้เหล็กที่ชุบมาแล้วตั้งแต่เป็นวัตถุดิบ โดยเหล็กโครงสร้างเหล่านี้จะถูกนำไปชุบหรือทาสีก่อนนำไปใช้งาน ซึ่งต่างกับสินค้าของบริษัทที่นำเหล็กชุบสังกะสีชนิดม้วนมาตัดแบ่งและขึ้นรูปทำให้ไม่ต้องเสียเวลาและค่าแรงในการทาสี นอกจากนี้สังกะสียังมีความหนาที่สม่ำเสมอ นอกจากการนำเสนอสินค้าที่แตกต่างแล้วบริษัทยังมีการรักษาคุณภาพอย่างต่อเนื่องจนได้รับอนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์ Thailand Trusted Mark จากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ในปี 2555

บริษัทยังมุ่งมั่นพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่องโดยได้มีการประยุกต์ใช้โครงสร้างเหล็กของบริษัทมาต่อยอดเพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยนวัตกรรมด้วยการผลิตร้านค้าสำเร็จรูปแบบโมดูลาร์ ภายใต้ตราสินค้า “I-RETAIL” ซึ่งเป็นร้านค้าที่ก่อสร้างที่โรงงานแล้วนำไปประกอบที่หน้างานซึ่งมีข้อดีคือ สามารถควบคุมคุณภาพการผลิตได้และลดปัญหาขาดแรงงานฝีมือ ปัจจุบันบริษัทแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนและเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ซิก้า อินโนเวชั่น จำกัด (มหาชน) โดยมีทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว 260.00 ล้านบาท

##### 1.2 วิสัยทัศน์ ภารกิจ เป้าหมาย และกลยุทธ์การดำเนินงาน

###### วิสัยทัศน์

“เพิ่มมูลค่าธุรกิจด้วยนวัตกรรม”

###### พันธกิจ

1. ผลิตสินค้าเหล็กนวัตกรรม เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า สร้างลูกค้าเฉพาะกลุ่ม(niche market)ด้วยเทคโนโลยีการป้องกันสนิมที่เหมาะสมกับการใช้งาน
2. ขยายช่องทางการขายด้วยการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาเพิ่มประสิทธิภาพมุ่งสู่การเป็นองค์กรนวัตกรรมที่มีการบริหารห่วงโซ่อุปทาน ลดต้นทุนบริหาร
3. วิจัยพัฒนาระบบการสร้างร้านค้าสำเร็จรูป I-retail เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและรองรับสังคมผู้สูงอายุ ลดการพึ่งพิงแรงงาน

## ค่านิยมองค์กร

SMART	SPIRIT	ENERGETIC	SHARING
มืออาชีพ	ใส่ใจ	ฉับไว	แบ่งปัน

**Smart-Work Smart** การทำงานอย่างชาญฉลาด หมายความว่าเราต้องเข้าใจและสามารถปรับปรุงการทำงานด้วยความคิดที่สร้างสรรค์ เพื่อการทำงานที่ดีกว่าเสมอ และรู้จักการประยุกต์ เครื่องมือ เช่น IT เพื่อพัฒนาขีดความสามารถ และเชื่อมต่อกับกับโลกที่เปลี่ยนแปลงเสมอ

**Spirit-Never give up** ทศณคติในการก้าวผ่านอุปสรรคต่างๆ ต้องอาศัยจิตวิญญาณของนักสู้ และทุกวิกฤตคือโอกาสที่เราต้องมีความจิตวิญญาณที่จะมองอย่างสร้างสรรค์เสมอ ไม่ว่าโลกจะเปลี่ยนแปลงเช่นไร เราจะสามารถปรับตัวได้เสมอด้วยทัศนคติที่ดี

**Energetic-Active to run fast** โลกเปลี่ยนเร็วแค่ไหน เราต้องวิ่งให้เร็วเพื่อทันโลก ดังนั้น เราต้องเตรียมพร้อมเสมอด้วยพลังที่พร้อมจะเปลี่ยนแปลง

**Sharing-We can grow together** เราแบ่งปันความรู้และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และทำงานเป็นทีมเดียวกัน เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร เหมือนพี่เหมือนน้อง และมีความนิยม การแบ่งปัน สู้สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม เพื่อ การเติบโตอย่างยั่งยืนของ องค์กร สังคม และโลกที่เรากำลังอยู่จะเติบโตไปพร้อมกันหากเรามีการแบ่งปัน

## 1.3 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

- ปี 2541 : ก่อตั้ง บริษัท จิตรเจริญ โปรเกรส จำกัด (“บริษัท”) ด้วยทุนจดทะเบียน 1.00 ล้านบาท จำนวนหุ้นรวม 10,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100.00 บาท เพื่อประกอบธุรกิจผลิตท่อโค้งและอุปกรณ์ (elbow conduit and accessory) และเริ่มผลิตท่อร้อยสายไฟ
- ปี 2545 : ได้รับมาตรฐาน มอก TIS 770-2533 และมาตรฐาน ISO 9001:2000
- ปี 2548 : บริษัทเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ไดว่า อินดัสตรี จำกัด (“บริษัท”หรือ“DAIWA”)
- ปี 2549 : ได้รับมาตรฐาน UL (Underwriters Laboratories)
- ปี 2552 : ย้ายโรงงานมาที่ 999/9 ซ.พรพัฒนา ถ.ประชาอุทิศ
- ปี 2553 : บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 5.00 ล้านบาท เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน
  - : ก่อตั้ง บริษัท ชิก้า สตีล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (“ZSC”) เพื่อจำหน่ายเหล็กโครงสร้าง ประเภท Pre-zinc โดยเริ่มต้นจากการจำหน่ายเหล็กแผ่นชุบสังกะสี (Hot-dipped Galvanized) และต่อมาเริ่มผลิตและจำหน่ายเหล็กโครงสร้าง
- ปี 2554 : สร้างโรงงานใหม่และเพิ่มเครื่องจักร
- ปี 2555 : บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 30.00 ล้านบาท เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน
  - : ได้รับรางวัล Thailand Trusted Mark
- ปี 2557 : ZSC หยุดการประกอบธุรกิจ โดยเหล็กโครงสร้างถูกจำหน่ายโดย DAIWA
- ปี 2558 : บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 120.00 ล้านบาท
  - : เริ่มการประกอบธุรกิจใหม่ คือ ร้านค้าสำเร็จรูปแบบโมดูลาร์ภายใต้ตราสินค้า I-Retail โดยได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ(สวทช.) ในโครงการสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมไทย( Industrial Technology Assistance Program : ITAP)

- : บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 180.00 ล้านบาท
  - : ส่งมอบร้านค้าสำเร็จรูปแบบโมดูลาร์ แห่งแรกที่สถานีบริการน้ำมันบางจาก
- ปี 2559
  - : ได้รับมาตรฐาน ISO 9001 : 2015
  - : บริษัทดำเนินการแปรรูปบริษัทเป็นมหาชน และเปลี่ยนชื่อจาก “บริษัท ไควว่า อินดัสตรี จำกัด” เป็น “บริษัท ชิก้า อินโนเวชั่น จำกัด (มหาชน)” เพื่อนำบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
  - : บริษัทเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้ของหุ้นสามัญจากหุ้นละ 100.00 บาท เป็นหุ้นละ 0.50 บาท และเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 180.00 ล้านบาท เป็น 212.00 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 424.00 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท
  - : ทั้งนี้ หุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 64 ล้านหุ้น บริษัทจัดสรรไว้เพื่อเสนอขายต่อประชาชน
  - : บริษัทลดทุนจดทะเบียนจาก 212.00 ล้านบาท เป็น 180.00 ล้านบาท เนื่องจากบริษัทประสงค์จะเพิ่มทุนจดทะเบียนจึงต้องลดทุนส่วนที่ยังไม่ชำระก่อน
  - : บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 180.00 ล้านบาท เป็น 260.00 ล้านบาท โดยเป็นการเพิ่มทุนเพื่อจัดสรรให้ผู้ถือหุ้นเดิม 80.00 ล้านหุ้น เป็นจำนวนเงิน 40.00 ล้านบาทสำหรับการลงทุนเพื่อเพิ่มกำลังการผลิต และจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 80.00 ล้านหุ้นเพื่อเสนอขายต่อประชาชน
  - : ผู้ถือหุ้นเดิม ชำระทุนจดทะเบียน 40.00 ล้านบาท ทำให้ทุนชำระแล้วเป็นเงิน 220.00 ล้านบาท
  - : ได้รับรางวัลด้านการลดต้นทุนโลจิสติกส์ดีเด่น กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่และสมาคมไทยโลจิสติกส์และการผลิต
- ปี 2560
  - : บริษัทได้รับอนุมัติเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ และเริ่มซื้อขายหลักทรัพย์
  - : วันแรก ในวันที่ 17 สิงหาคม 2560
  - : ได้รับรางวัล Thailand Trust Mark
  - : ได้รับรางวัล องค์การนวัตกรรมยอดเยี่ยม ประจำปี 2560
  - : (TOTAL INNOVATION MANAGEMENT AWARDS 2017)
- ปี 2561
  - : สร้างโรงงานใหม่และเพิ่มเครื่องจักร
  - : ได้รับมาตรฐาน มอก TIS 1228-2549
  - : ได้รับมาตรฐาน มอก TIS 107-2533
  - : ได้รับมาตรฐาน มอก TIS 276-2532
  - : ได้รับมาตรฐาน มอก TIS 277-2532
  - : บริษัทมีการขยายสาขา Ziga Outlet เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้ามากยิ่งขึ้น โดยในปี 2561 เปิดสาขาไป 4 สาขา ได้แก่ กระบี่ ภูเก็ต พนมสารคาม สัตหีบ อรัญประเทศ

#### 1.4 โครงสร้างกลุ่มบริษัท

เดิมผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทมีการถือหุ้นในบริษัท ชิก้า สตีล คอร์ปอเรชั่น จำกัด ซึ่งทำธุรกิจจำหน่ายเหล็กโครงสร้างประเภท Pre-zinc ของบริษัท ดังนั้นบริษัท ชิก้า สตีล คอร์ปอเรชั่น จำกัด จึงเป็นบริษัทภายใต้การควบคุมเดียวกันเนื่องจากมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่วางร่วมกัน

ภายหลังบริษัทได้มีการปรับโครงสร้างภายในองค์กร โดยบริษัททำการจำหน่ายเหล็กโครงสร้างประเภท Pre-zinc เองและบริษัท ชิก้า สตีล คอร์ปอเรชั่น จำกัด ได้หยุดการประกอบธุรกิจ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559

### 1.5 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

กลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ได้มีการประกอบธุรกิจที่อาจมีความขัดแย้งกับกลุ่มบริษัทแต่อย่างใด อย่างไรก็ตามเพื่อเป็นการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่ผู้ถือหุ้นใหญ่ ซึ่งได้แก่ คุณศุภกิจ งามจิตร์เจริญ จะประกอบธุรกิจทับซ้อนกันกับบริษัท ผู้ถือหุ้นใหญ่มิได้ดำเนินการใดๆที่จะได้ทำสัญญากับบริษัทว่าจะไม่ประกอบธุรกิจประเภทเดียวกันกับบริษัท ซึ่งได้แก่ การประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายท่อร้อยสายไฟ เหล็กโครงสร้างและระบบก่อสร้างร้านค้าสำเร็จรูปแบบโมดูลาร์ รวมถึงธุรกิจอื่นของบริษัทในอนาคต รวมทั้งจะไม่กระทำการใดๆ อันเป็นการแข่งขันกับธุรกิจของบริษัท หรือเข้าเป็นหุ้นส่วนในบริษัท หรือทำหุ้นส่วนสามัญ หรือเป็นหุ้นส่วนแบบไม่จำกัดความรับผิดในหุ้นส่วนจำกัด หรือเป็นกรรมการหรือรับจ้างหรือเป็นผู้มีอำนาจควบคุมในกิจการใดที่ประกอบกิจการอันมีสภาพอย่างเดียวกัน และเป็นการแข่งขันกับกิจการของบริษัท ไม่ว่าจะทำเพื่อประโยชน์ตนหรือประโยชน์ผู้อื่น โดยหากผู้ถือหุ้นใหญ่เห็นโอกาสทางธุรกิจดังกล่าวในอนาคต จะพิจารณาให้บริษัทเป็นผู้ประกอบกิจการนั้นๆ ซึ่งสัญญานี้มีผลผูกพันจนกว่าผู้ถือหุ้นใหญ่รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องตามนิยามของประกาศคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ที่ กจ.17/2551 จะถือหุ้นรวมกันต่ำกว่าร้อยละ 10 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้วของบริษัท และไม่มีท่านใดดำรงตำแหน่งเป็นผู้บริหารหรือกรรมการของบริษัท

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### 2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัท ซีก้า อินโนเวชั่น จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายเหล็กโครงสร้างประเภท Pre-zinc และท่อเหล็กร้อยสายไฟประเภท Pre-zinc

เหล็ก(Steel) เป็นโลหะที่มีการใช้งานกันอย่างแพร่หลาย เนื่องด้วยเหล็กมีความแข็งแรงและราคาอยู่ในระดับที่ไม่สูงเมื่อเทียบกับโลหะอื่นๆ ในการผลิตเหล็กต้องผ่านขั้นตอนหลายกระบวนการ ซึ่งมักแบ่งขั้นตอนหลักๆ เป็น 3 กระบวนการคือ อุตสาหกรรมเหล็กขั้นต้น ขั้นกลางและขั้นปลาย โดยสินค้าของบริษัทอยู่ในประเภทอุตสาหกรรมเหล็กขั้นปลาย ดังนี้

#### อุตสาหกรรมเหล็กขั้นต้น:

กระบวนการ: เป็นการนำสินแร่เหล็ก (iron ore) มาถลุงเพื่อแยกสิ่งเจือปนในแร่เหล็กออกไป

ผลิตภัณฑ์ที่ได้: เหล็กถลุง (Pig iron) หรือ เหล็กฟรูน (Sponge iron)

ผู้ประกอบการในประเทศไทย: ไม่มีผู้ผลิตในประเทศไทย



#### อุตสาหกรรมเหล็กขั้นกลาง:

กระบวนการ: เป็นการนำเหล็กถลุงรวมถึงเศษเหล็กไปหลอมปรับปรุงคุณสมบัติและส่วนผสมทางเคมีให้เป็น เหล็กกล้า (Steel) แล้วนำมาหล่อให้เป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป

ผลิตภัณฑ์ที่ได้: เหล็กแท่งเล็ก (Billet) เหล็กแท่งใหญ่ (Bloom) และเหล็กแท่งแบน (Slab)

ผู้ประกอบการในประเทศไทย: มีประมาณ 16 ราย เช่น บมจ.มิลล์คอน สตีล บมจ.จี เจ สตีล เป็นต้น



#### อุตสาหกรรมเหล็กขั้นปลาย:

กระบวนการ: เป็นการนำผลิตภัณฑ์เหล็กกล้าที่สำเร็จรูปไปผ่านกระบวนการแปรรูป โดยมี 2 ขั้นตอนหลักๆ คือ ขั้นปฐมภูมิ

กระบวนการ: เป็นการลดหรือเปลี่ยนรูปทรง เหล็กแท่งเล็ก (Billet) เหล็กแท่งใหญ่ (Bloom) และเหล็กแท่งแบน (Slab)

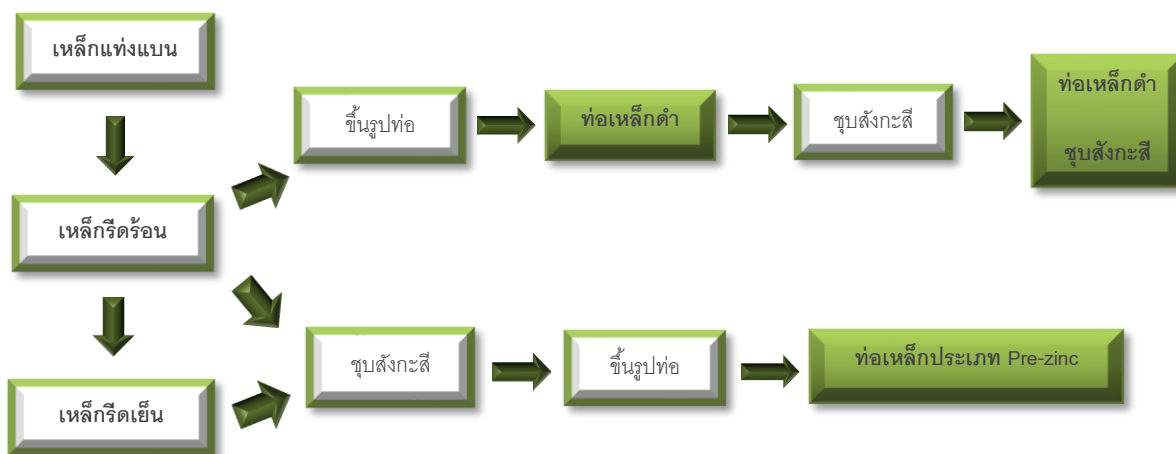
ผลิตภัณฑ์ที่ได้: เหล็กแผ่นรีดร้อนชนิดม้วน เหล็กเส้น เหล็กโครงสร้างรูปพรรณ เป็นต้น

ขั้นทุติยภูมิ  
กระบวนการ: เป็นการผลิต แปรรูปและตกแต่งงานขั้นสุดท้าย เพื่อให้เหล็กมีรูปทรงและคุณสมบัติตามต้องการ ซึ่งแบ่งย่อยเป็นกระบวนการต่างๆ เช่น การรีดเย็น การเชื่อม การชุบสังกะสี เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์ที่ได้: เหล็กแผ่นรีดเย็นชุบสังกะสี ท่อเหล็ก เหล็กรูปตัวซี เป็นต้น

ผู้ประกอบการในประเทศไทย: มีมากกว่า 100 ราย เช่น บมจ.แปซิฟิกไฟฟ์ บมจ.เอเซีย เมทัล เป็นต้น

เหล็กจะเป็นสนิมหากปล่อยให้สัมผัสกับอากาศโดยไม่มีการป้องกัน การป้องกันสนิมมีหลากหลายวิธี การเคลือบสังกะสีเพื่อป้องกันการเป็นสนิมเป็นหนึ่งในวิธีที่ได้รับความนิยมเพราะสังกะสีที่เคลือบไว้สร้างชั้นฟิล์มเพื่อปกป้องเหล็กจากบรรยากาศ จึงสามารถป้องกันการเป็นสนิมได้เป็นเวลานาน การเคลือบสังกะสีสามารถทำได้ทั้งก่อน (Pre-zinc) หรือหลังขึ้นรูปชิ้นงาน บริษัทเลือกที่จะใช้การเคลือบสังกะสีบนวัตถุดิบก่อนขึ้นรูปชิ้นงาน โดยใช้เหล็กม้วนกัลวาไนซ์ ซึ่งผลิตจากเหล็กรีดร้อนหรือเย็นที่ผ่านการชุบเคลือบสังกะสีแบบจุ่มร้อนด้วยกระบวนการต่อเนื่อง (continuous hot dip galvanizing) ตามมาตรฐาน มอก.50-2548 วิธีนี้เป็นการเคลือบสังกะสีตั้งแต่ยังเป็นม้วนเหล็ก ทำให้สามารถควบคุมความหนาของสังกะสีให้มีความต่อเนื่อง ทั้งถึงและสม่ำเสมอ



ภาพแสดงขั้นตอนการผลิตท่อเหล็กดำ ท่อเหล็กดำชุบสังกะสี และท่อเหล็กประเภท Pre-zinc

หากเทียบกับการทาสีที่ผิวเหล็กเพื่อป้องกันสนิม การเคลือบด้วยสังกะสีแบบนี้สามารถปกป้องพื้นผิวเหล็กได้ทั่วถึงกว่าและสามารถป้องกันการผุกร่อนได้ยาวนานกว่า ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษา และการชุบสังกะสีทำในโรงงานทำให้สามารถควบคุมมลพิษได้ดีกว่าการทาสีที่หน้างานซึ่งมีส่วนเกินอาจลงไปในแหล่งน้ำ ดังนั้นการเคลือบด้วยสังกะสีจึงเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้อายุการใช้งานยังยาวนานกว่าการป้องกันสนิมด้วยการทาสีอีกด้วย

บริษัทมีการนำเหล็กชุบเคลือบสังกะสีแบบ Pre-zinc มาผลิตสินค้าหลักๆ 2 ประเภท โดยมีรายละเอียดสินค้าแต่ละประเภท ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผลิตและจำหน่ายเหล็กโครงสร้างประเภท Pre-zinc ภายใต้ตราสินค้า "ZIGA"

กลุ่มที่ 2 ผลิตและจำหน่ายท่อเหล็กร้อยสายไฟประเภท Pre-zinc ภายใต้ตราสินค้า "DAIWA"

โดยโครงสร้างรายได้ของบริษัทตาม แบ่งตามลักษณะผลิตภัณฑ์ มีดังต่อไปนี้

โครงสร้างรายได้	2559		2560		2561	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
1. เหล็กโครงสร้าง ZIGA	842.87	91.64	787.19	89.23	747.99	88.93
2. ท่อเหล็กร้อยสายไฟ DAIWA	73.20	7.96	95.05	10.77	90.08	10.71
3. รายได้จากการขายอื่น <sup>1)</sup>	3.71	0.40	-	-	3.07	0.36
<b>รวมรายได้จากการขาย</b>	<b>919.78</b>	<b>100.00</b>	<b>882.24</b>	<b>100.00</b>	<b>841.14</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ:1) รายได้จากการขายอื่น เช่น ร้านค้าสำเร็จรูปแบบโมดูลาร์ เป็นต้น

## 1. ผลิตภัณฑ์เหล็กโครงสร้างประเภท Pre-zinc

ในปี 2559 ปี 2560 และปี 2561 บริษัทมีรายได้จากการจำหน่ายเหล็กโครงสร้างประเภท Pre-zinc ภายใต้ตราสินค้า ZIGA เท่ากับ 842.87 ล้านบาท 787.19 ล้านบาท และ 747.99 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 91.64, 89.23 และ 88.93 ของรายได้จากการขายรวมตามลำดับ

ปัจจุบันเหล็กโครงสร้างที่บริษัทจำหน่ายเป็นท่อเหล็กโครงสร้าง หรือ ท่อเหล็กอเนกประสงค์ (General Purpose Pipe) สำหรับงานโครงสร้างที่รับน้ำหนักไม่มาก ซึ่งในตลาดเรียกท่อประเภทนี้ว่า “ท่อประปา” เนื่องจากสมัยก่อนมีการใช้ท่อเหล็กดำซึ่งทำจากเหล็กแผ่นรีดร้อน นำมาชุบสังกะสีเพื่อใช้เป็นท่อประปาเพราะสามารถป้องกันการเป็นสนิมได้ดี แต่ปัจจุบันท่อประปามักทำจากพลาสติก ท่อเหล็กดำชุบสังกะสีจึงถูกนำไปใช้ในงานอื่น เช่น เฟอร์นิเจอร์ ราวบันได เติ้นท์ เรือนเพาะชำ คอกปศุสัตว์ เป็นต้น อย่างไรก็ตามท่อเหล็กดำชุบสังกะสีนั้นมิได้ถูกออกแบบมาใช้กับงานเหล่านี้โดยตรง จึงมีข้อจำกัดหลายประการ เช่น เหล็กมีความหนาเกินความจำเป็นของงานที่ใช้จนยากต่อการตัดงอผิวของเหล็กไม่ได้ถูกผลิตให้มีความเรียบสวย การเคลือบสังกะสีหนาเกินความจำเป็น เป็นต้น บริษัทจึงนำเสนอท่อเหล็กชุบสังกะสีสำหรับใช้งานโครงสร้างทั่วไปโดยเฉพาะ โดยออกแบบท่อแต่ละขนาดมีความหนาหลายความหนา เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกใช้ให้เหมาะสมกับงานมากขึ้น ผิวมีความเรียบเงา สวยงาม สามารถนำไปใช้ทำเฟอร์นิเจอร์หรือผลิตภัณฑ์ที่มีการเห็นพื้นผิว ดังนั้นสินค้าของบริษัทจึงนับได้ว่าเป็นสินค้าทดแทนท่อเหล็กดำชุบสังกะสีในการใช้งานประเภทโครงสร้างทั่วไปที่มีความหนาไม่มาก เหล็กโครงสร้างของบริษัทมิได้ใช้กับงานโครงสร้างอาคารขนาดใหญ่ที่ต้องรับน้ำหนักมาก บริษัทนับเป็นผู้ผลิตรายแรกๆ ที่ทำการตลาดเหล็กโครงสร้างประเภทนี้ ดังนั้นชื่อ ZIGA ของบริษัทจึงเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป

นอกจากความแตกต่างของสินค้าแล้ว บริษัทยังมีการควบคุมคุณภาพอย่างเข้มงวด บริษัทมีการวางระบบในการควบคุมคุณภาพเป็นอย่างดี เนื่องจากบริษัทใช้ระบบการควบคุมการผลิตเหล็กโครงสร้างเช่นเดียวกันกับการควบคุมการผลิตท่อร้อยสายไฟซึ่งได้รับทั้งมาตรฐานมอก. และ UL

บริษัทได้เริ่มผลิตและจำหน่ายเหล็กโครงสร้างในปี 2554 โดยเริ่มจากเหล็กโครงสร้างแบบทอกลม โดยสามารถผลิตได้ขนาดตั้งแต่ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง ½ นิ้วจนถึงเส้นผ่าศูนย์กลาง 5 นิ้ว ต่อมาบริษัทมีการผลิตเหล็กโครงสร้างแบบท่อเหลี่ยมและรูปตัวซี โดยเหล็กแบบท่อเหลี่ยมนิยมใช้กับงานโครงหลังคาเหล็กหรือคานเหล็ก ส่วนเหล็กรูปตัวซีนิยมใช้ในการทำแปหลังคา อย่างไรก็ตามเหล็กทั้ง 2 ประเภทสามารถประยุกต์ใช้งานโครงสร้างต่างๆได้อย่างหลากหลาย ปัจจุบันเหล็กโครงสร้างทั้ง 2 แบบยังมีได้ผลิตเพื่อจำหน่าย

เหล็กโครงสร้างประเภท Pre-zinc แบบท่อของบริษัทสามารถนำไปใช้งานได้หลากหลาย โดยบริษัทมีการผลิตหลายความหนาเพื่อให้เหมาะสมกับการใช้งาน ซึ่งสามารถแบ่งลักษณะการใช้งานตามแถบสีได้ ดังนี้

<div>1</div> <div>  </div>			
เหล็ก Pre-zinc ภายใต้ตราสินค้า “ZIGA” สำหรับงานโครงสร้างที่ไม่รับน้ำหนักหรือรับน้ำหนักไม่มาก มีความยาวมาตรฐาน 6 เมตร			
ประเภท	ความหนา	ขนาด	การใช้งาน
	บาง	½ - 2 นิ้ว	เหมาะสำหรับงานที่มีต้องรับน้ำหนัก เช่น ราวบันได รั้ว เป็นต้น
	ปานกลาง	½ - 4 นิ้ว	เหมาะกับการรับน้ำหนักพอสมควร เช่น เติ้นท์ นักร้าน เฟอร์นิเจอร์ต่างๆ เป็นต้น
	หนา	½ - 5 นิ้ว	เหมาะกับการรับน้ำหนักที่ต้องการความแข็งแรงเป็นพิเศษ หรือต้องทนทานต่อแรงดัน เช่น คอกเลี้ยงสัตว์ ท่อน้ำ โรงเพาะชำ เป็นต้น

## งานเฟอร์นิเจอร์เหล็ก



**งานโครงสร้าง** เหล็กโครงสร้างของบริษัทนิยมนำไปใช้ในการสร้างโครงสร้างต่างๆ เช่น โรงเพาะชำ เต็นท์ คอกเลี้ยงสัตว์ โครงสร้างแผงรับแสงอาทิตย์ เป็นต้น

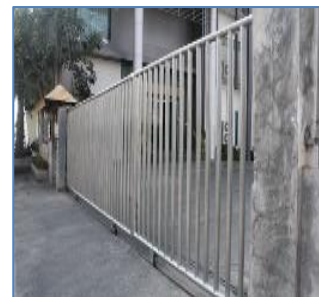


โรงเพาะชำ



เต็นท์

**งานทั่วไป** นอกจากงานเฟอร์นิเจอร์และงานโครงสร้างแล้ว เหล็กโครงสร้างของบริษัทสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อีกมากมาย เช่น รั้ว กรงราวตากผ้า เป็นต้น



## 2. ผลิตและจำหน่ายท่อเหล็กร้อยสายไฟประเภท Pre-zinc

ในปี 2559 ปี 2560 และปี 2561 บริษัทมีรายได้จากการจำหน่ายท่อเหล็กสำหรับร้อยสายไฟประเภท Pre-zinc เท่ากับ 73.20 ล้านบาท, 95.05 ล้านบาทและ 90.08 ล้านบาทตามลำดับ คิดเป็นสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 7.96, 10.77 และ 10.71 ของรายได้จากการขายรวมตามลำดับ

บริษัทจำหน่ายท่อเหล็กร้อยสายไฟประเภท Pre-zinc ภายใต้ตราสินค้าได้ว่า "DAIWA" โดยท่อเหล็กร้อยสายไฟคือท่อที่มีไว้สำหรับปกป้องสายไฟภายในท่อจากความเสียหายภายนอก เช่น การถูกกระแทกหรือการถูกสารเคมี เป็นต้น นอกจากนี้ยังช่วยป้องกันอันตรายจากไฟไหม้เนื่องด้วยหากเกิดการลัดวงจรของสายไฟ ประกายไฟหรือความร้อนจะถูกจำกัดอยู่ภายในท่อ อีกทั้งการเดินสายไฟในท่อยังทำให้การซ่อมหรือเปลี่ยนสายไฟเมื่อชำรุดสามารถทำได้ง่ายสะดวก ผลิตภัณฑ์ท่อเหล็กร้อยสายไฟของบริษัท มี 5 ประเภทหลักคือ



2



ท่อเหล็กร้อยสายไฟภายใต้ตราสินค้าได้ว่า "DAIWA" โดยท่อเหล็กร้อยสายไฟคือท่อที่มีไว้สำหรับปกป้องสายไฟภายในท่อจากความเสียหายภายนอก เช่น การถูกกระแทกหรือการถูกสารเคมี เป็นต้น ความยาวมาตรฐาน 3 เมตร

ประเภท	ความหนา	ขนาด	การใช้งาน
	ท่อตรงชนิดบาง	1/2 - 2 นิ้ว	เหมาะสำหรับงานภายในอาคาร
	ท่อตรงชนิดหนาปานกลาง	1/2 - 4 นิ้ว	เหมาะสำหรับงานภายนอกอาคาร
	ท่อตรงชนิดหนา	1/2 - 6 นิ้ว	สามารถฝังดินหรือพื้นคอนกรีตได้
	ท่อโค้ง	1/2 - 4 นิ้ว	สำหรับการเดินท่อเข้ามุม
	ข้อต่อ	1/2 - 5 นิ้ว	สำหรับต่อท่อเข้าด้วยกันในกรณีที่ดินท่อเป็นระยะทางยาวกว่าความยาวท่อ

ท่อเหล็กร้อยสายไฟมักใช้ตามอาคารต่างๆ เนื่องจากการเดินสายไฟในอาคารต้องการความปลอดภัยสูง บริษัทจึงมีการรักษาคุณภาพในการผลิตเป็นอย่างดี ท่อเหล็กร้อยสายไฟของบริษัทได้รับการรับรองมาตรฐาน มอก.770 - 2553 และมาตรฐาน UL ซึ่งมาตรฐาน UL เป็นมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลในการตรวจสอบความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์

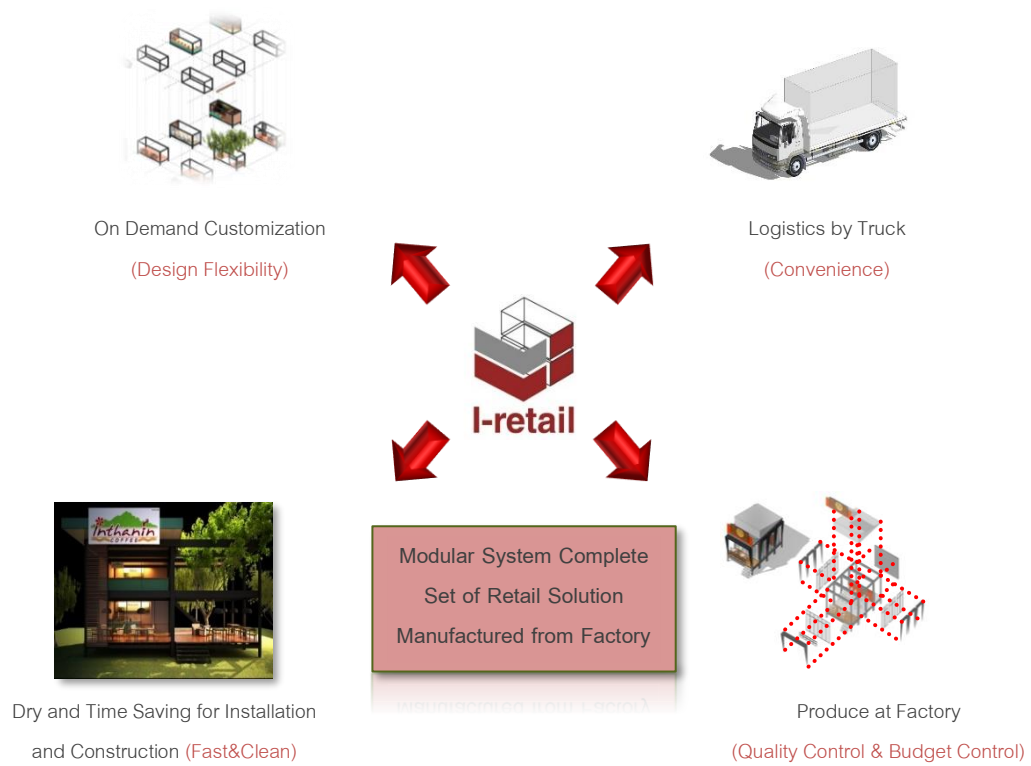


### 3. รายได้จากการขายอื่น

นอกจากสินค้าหลักทั้ง 2 ประเภทแล้ว บริษัทยังมีรายได้จากการจำหน่ายร้านค้าสำเร็จรูปแบบโมดูลาร์ และการจำหน่ายท่อเกรดรอง ดังนี้

#### ร้านค้าสำเร็จรูปแบบโมดูลาร์

เป็นนวัตกรรมของบริษัทที่เกิดจากความมุ่งมั่นที่จะช่วยสนับสนุนการทำธุรกิจของลูกค้า บริษัทพบว่า การก่อสร้างร้านค้าประสบปัญหาเรื่องระยะเวลาในการก่อสร้างที่ไม่สามารถควบคุมให้เสร็จตามกำหนดเวลาเนื่องด้วยปัจจัยด้านแรงงานและสภาพแวดล้อม เช่น ขาดแรงงานที่มีฝีมือ ฝนตกทำให้ไม่สามารถทำการก่อสร้างได้ เป็นต้น ร้านค้าสำเร็จรูปแบบโมดูลาร์เป็นการสร้างร้านค้าในโรงงานโดยการแบ่งการสร้างโครงสร้างเป็นส่วนๆ แล้วนำไปประกอบเป็นร้านค้าที่หน้างาน ร้านค้าสำเร็จรูปแบบโมดูลาร์นี้สามารถควบคุมเวลาและคุณภาพในการสร้างได้เนื่องด้วยการผลิตส่วนใหญ่อยู่ในโรงงานซึ่งไม่มีปัญหาเรื่องสภาพแวดล้อม อีกทั้งยังสามารถควบคุมคุณภาพในการผลิตได้ นอกจากนี้ยังสามารถลดเวลาในการก่อสร้างได้อีกด้วย โครงการนี้ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ในโครงการสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมไทย (Industrial Technology Assistance Program : ITAP) และได้รับความร่วมมือจากคณาจารย์และทีมนักวิจัยที่มีความเชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรมจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีในการพัฒนาผลิตภัณฑ์



## 2.2 การตลาดและการแข่งขัน

### 2.2.1 กลยุทธ์การตลาด

เนื่องด้วยเหล็กมีส่วนสำคัญในการสร้างเครื่องมือ เครื่องใช้ รวมถึงที่อยู่อาศัยในชีวิตประจำวัน อุตสาหกรรมเหล็กจึงเป็นอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่และมีผู้ประกอบการอยู่ในตลาดนี้มากมาย เพื่อให้บริษัทมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดนี้ บริษัทมีการใช้ประสิทธิภาพที่มีการสั่งสมมาอย่างยาวนานควบคู่ไปกับความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาและนำเสนอสินค้าและบริการที่เป็นนวัตกรรม ภายใต้กลยุทธ์เหล่านี้

#### การสร้างตราสินค้า

เพื่อสร้างความแตกต่างระหว่างสินค้าของบริษัทกับสินค้าของคู่แข่ง บริษัทจึงมีการสร้างตราสินค้าให้ผู้บริโภคจดจำ โดยบริษัทได้มุ่งเน้นการโฆษณาสินค้าแต่มุ่งเน้นที่การสร้างสินค้าที่มีความแตกต่างและรักษาคุณภาพของสินค้าให้มีความสม่ำเสมอ โดยมีการวางภาพลักษณ์ของสินค้าไว้อย่างชัดเจนว่าเป็นสินค้าทดแทนสำหรับการใช้งานโครงสร้างทั่วไปด้วยสโลแกน “ท่อเหล็กซิก้า ทางเลือกใหม่ของช่างมืออาชีพ” ส่วนท่อร้อยสายไฟยี่ห้อว่า บริษัทมุ่งเน้นด้านความปลอดภัยด้วยสโลแกน “สายไฟปลอดภัยเลือกใช้ได้”

นอกจากนี้บริษัทยังมีการสร้างเว็บไซต์ คือ <http://www.ziga.co.th> เพื่อใช้เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์สินค้าของบริษัทอีกด้วย

#### การรักษาคุณภาพของสินค้าและบริการ

บริษัทมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าและบริการ บริษัทจึงมีการควบคุมคุณภาพตลอดกระบวนการตั้งแต่การเลือกวัตถุดิบจากผู้ผลิตที่มีคุณภาพ ควบคุมการผลิตให้เป็นไปตามมาตรฐาน และยังมีทีมงานควบคุมคุณภาพซึ่งตรวจสอบคุณภาพของสินค้าทั้งระหว่างกระบวนการผลิตและเมื่อผลิตเสร็จ โดยสินค้าของบริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานต่างๆ ดังนี้

มาตรฐานการทดสอบ	ประเภทสินค้า	หน่วยงานที่รับรอง/ทดสอบ
มอก.770 – 2533	ท่อเหล็กกล้าเคลือบสังกะสีสำหรับใช้ร้อยสายไฟฟ้า (ท่อ DAIWA)	สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.)
UL 797	Electrical Metallic tubing (ท่อ DAIWA)	Underwriters Laboratories (UL)
UL 1242	Intermediate Ferrous Metal Conduit – Steel (ท่อDAIWA)	Underwriters Laboratories (UL)
UL 6	Rigid Ferrous Metal Conduit (ท่อDAIWA)	Underwriters Laboratories (UL)
มอก. 50 - 2548	เหล็กแผ่นรีดเย็นเคลือบสังกะสีโดยกรรมวิธีจุ่มร้อน (วัตถุดิบของท่อ DAIWA และ ZIGA)	สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.)
มอก. 276 - 2532	ท่อเหล็กกล้า	สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.)
มอก. 277 - 2532	ท่อเหล็กกล้าอาบสังกะสี	สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.)
มอก. 1228 - 2549	เหล็กโครงสร้างรูปพรรณขึ้นรูปเย็น	สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.)
มอก. 107 - 2533	เหล็กโครงสร้างรูปพรรณกลวง	สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.)

มาตรฐาน Underwriters Laboratories(UL) เป็นมาตรฐานขององค์กรอิสระที่จัดทำมาตรฐานและรับรองความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ มาตรฐานนี้ได้รับการยอมรับในระดับสากลจึงทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองได้รับการเชื่อถือทั้งในและต่างประเทศซึ่งในประเทศไทยมีผู้ผลิตท่อเหล็กร้อยสายไฟเพียงไม่กี่รายที่ได้รับมาตรฐานนี้

นอกจากนี้บริษัทยังได้รับการรับรองมาตรฐานระบบการบริหารงานคุณภาพ ISO 9001:2015 จาก AJA ซึ่งรับรองระบบงาน “เหล็กโครงสร้างรูปพรรณอาบสังกะสี, ท่อเหล็กกล้าเคลือบสังกะสีสำหรับใช้ร้อยสายไฟและเหล็กแผ่นรีดเย็นเคลือบสังกะสีโดยกรรมวิธีจุ่มร้อน

(ทั้งแบบแผ่นและม้วน) (ไม่รวมการออกแบบ)” เพื่อให้มีระบบการทำงานที่มีคุณภาพ อันจะทำให้สามารถรักษาคุณภาพของสินค้าได้อย่างต่อเนื่อง การให้ความสำคัญกับการควบคุมคุณภาพเช่นนี้ ทำให้ลูกค้าสามารถมั่นใจได้ว่าจะได้รับสินค้าที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน

### การวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

บริษัทให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาได้เห็นได้จากวิสัยทัศน์ของบริษัทที่ว่า “เพิ่มมูลค่าธุรกิจด้วยนวัตกรรม” ภายใต้แนวคิดที่ว่าสินค้าและบริการรวมถึงกระบวนการทำงานจะต้องบรรลุถึงสิ่งที่ดีกว่าเสมอ (“Better, Cheaper, Faster”) ด้วยเชื่อว่านวัตกรรมสามารถส่งเสริมให้บริษัทเติบโตได้อย่างยั่งยืน โดยบริษัทมีผลงาน business development เพื่อศึกษาตลาดหาช่องทางทำธุรกิจใหม่หรือช่องทางการขายใหม่ๆ แล้วจึงนำผลการศึกษานั้นมาพัฒนาสินค้าภายในบริษัทเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด

ความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาสิ่งใหม่ๆ เห็นได้ตั้งแต่การทดลองผลิตท่อโครงสร้าง ด้วยวัตถุดิบที่เป็นเหล็กชุบสังกะสีแบบ Pre-zinc เพื่อนำไปใช้ทดแทนท่อเหล็กดำชุบสังกะสี และลองปรับเปลี่ยนความหนาให้เหมาะสมกับการใช้งานที่หลากหลาย นอกจากนี้บริษัทยังมีการพัฒนาสินค้าใหม่ด้วยการต่อยอดสินค้าของบริษัทให้มีการใช้งานที่หลากหลายมากขึ้น เช่น การสร้างร้านค้าสำเร็จรูปแบบโมดูลาร์ เป็นต้น

### การรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า

บริษัทประกอบธุรกิจในอุตสาหกรรมเหล็กมานานกว่า 18 ปี จึงมีความรู้ ความเข้าใจในความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี ลูกค้าหลักของบริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายที่นำสินค้าไปจำหน่ายต่อไปยังร้านค้าปลีกหรือผู้ใช้งาน ดังนั้นการร่วมมือกันจะได้รับประโยชน์ทั้งสองฝ่าย คือ ฝ่ายบริษัทได้รับข้อมูลความต้องการของผู้ใช้งานเพื่อนำมาพัฒนาสินค้า ส่วนทางลูกค้าจะได้รับสินค้าที่ตรงความต้องการของผู้ใช้งาน ลูกค้าจึงสามารถจำหน่ายสินค้าได้ การร่วมมือเช่นนี้ทำให้บริษัทและลูกค้าสามารถได้ร่วมกันได้อย่างยั่งยืน บริษัทจึงมีการสื่อสารกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีระหว่างกัน

นอกจากนี้ บริษัทยังเน้นการบริการที่ดีเพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ โดยการแจ้งสินค้าที่สามารถจัดส่งได้อย่างถูกต้องเพื่อให้ลูกค้าสามารถวางแผนการนำไปจำหน่ายต่อไปได้ มีการให้ข้อมูลสินค้าที่ถูกต้อง มีการให้ความรู้เรื่องการใช้งานของสินค้าชนิดต่างๆ เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจในการดำเนินธุรกิจร่วมกับบริษัท บริษัทจึงไม่เน้นการจำหน่ายสินค้าไปยังผู้ใช้งานโดยตรงเพื่อเป็นการไม่ประกอบกิจการแข่งขันกับลูกค้าของบริษัท นอกจากนี้บริษัทยังรักษาคุณภาพของสินค้าเสมอ มีการตอบสนองอย่างรวดเร็วเมื่อเกิดปัญหา และส่งสินค้าตามเวลาที่ได้แจ้งกับลูกค้าไว้ ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในการทำธุรกิจกับบริษัท

### การมีระบบจัดการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

ความต้องการของลูกค้ามีโอกาสเปลี่ยนแปลงได้เสมอ ตัวแทนจำหน่ายและร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ซึ่งเป็นลูกค้าของบริษัทมีการจำหน่ายสินค้าต่อทั่วประเทศ แต่ละพื้นที่อาจมีความต้องการสินค้าที่ไม่เหมือนกันดังนั้นความต้องการสินค้าจึงมีความหลากหลาย บริษัทจึงต้องมีระบบการจัดการที่ดีในการวางแผนตั้งแต่การสั่งวัตถุดิบไปจนถึงการผลิตสินค้า บริษัทได้พัฒนาระบบการจัดการแบบห่วงโซ่อุปทาน (supply chain management) ด้วยระบบ ERP โดยบริษัทจะรวบรวมข้อมูลความต้องการสินค้าของลูกค้าแล้วนำมาเข้าระบบ ERP ซึ่งระบบจะแสดงข้อมูลที่จำเป็นต่อการวางแผนการผลิต เช่น ความต้องการของแต่ละชนิดของผลิตภัณฑ์ วัตถุดิบที่จำเป็นต้องใช้ เป็นต้น เพื่อให้ผู้บริหารสามารถวางแผนการผลิตและสั่งวัตถุดิบเพื่อทำการผลิต ทำให้ตอบสนองการเปลี่ยนแปลงความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและลดการเกิดวัตถุดิบหรือสินค้าสำเร็จรูปคงค้างอีกด้วย

### ความเชี่ยวชาญในสินค้า

บริษัทเป็นผู้ผลิตท่อแบบ Pre-zinc เป็นสินค้าหลัก การจัดซื้อวัตถุดิบ การผลิต การพัฒนาบุคลากร รวมถึงการจำหน่ายสินค้า จึงเน้นไปที่สินค้ากลุ่มนี้เท่านั้น ด้วยประสบการณ์การผลิตสินค้าประเภทนี้มานานกว่า 10 ปี บริษัทจึงมีความเชี่ยวชาญในสินค้าประเภทดังกล่าว นอกจากนี้ บริษัทมีการใช้ระบบ ERP เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลในการผลิตสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า โดยบริษัทสามารถผลิตท่อแบบ Pre-zinc ให้มีขนาดและความหนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและผู้ใช้งานที่เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงมีความได้เปรียบกว่าคู่แข่งที่มีการผลิตสินค้าหลายประเภท การที่บริษัทเน้นสินค้ากลุ่มเดียวจึงสามารถให้ความรู้และคำแนะนำในการใช้งานแก่ลูกค้าและผู้ใช้งานมากกว่าคู่แข่งที่ไม่ได้มีการมุ่งเน้นการให้ความรู้หรือคำแนะนำในการใช้งานในสินค้ากลุ่มนี้มากนัก

นอกจากนี้บริษัทยังมีความได้เปรียบคู่แข่งที่นำเข้าจากต่างประเทศ เนื่องจากการผลิตสินค้าเองและมีความรู้ในตัวสินค้า ทำให้สามารถปรับเปลี่ยนการผลิตได้ตามความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว รวมถึงสามารถให้คำแนะนำในการใช้งานกับลูกค้าได้อย่างใกล้ชิด ในขณะที่การนำเข้าจากต่างประเทศจะต้องมีการสั่งล่วงหน้าเป็นเวลานาน ทำให้การปรับเปลี่ยนสินค้าเพื่อตอบสนองตลาดทำได้ช้ากว่า และการติดต่อให้คำแนะนำเพื่อใช้งานทำได้ยากกว่าเช่นเดียวกัน

ระบบ ERP (Enterprise Resource Planning) คือ ระบบสารสนเทศเพื่อการบูรณาการข้อมูล และกระบวนการทำงานภายในองค์กร เช่น การจัดจ้าง การผลิต การขาย การบัญชี การเงินและการบริหารทรัพยากรบุคคล ให้มีการทำงานร่วมกัน และไม่ทำงานซ้ำซ้อน พร้อมทั้งสามารถรับรู้สถานการณ์และปัญหาของงานต่างๆ ได้ทันที ทำให้สามารถตัดสินใจดำเนินธุรกิจ หรือแก้ปัญหาภายในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น

## 2.2.2 ลักษณะของลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

### หลักโครงสร้างประเภท Pre-zinc

บริษัทแบ่งกลุ่มลูกค้าของบริษัทออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1.ลูกค้าขายส่ง (wholesaler) ลูกค้ากลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีผู้ใช้ใช้งานโดยตรง โดยมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 85 ถึง 100 ของรายได้จากหลักโครงสร้างประเภท Pre-zinc โดยลูกค้ากลุ่มนี้สามารถแบ่งออกเป็นประเภทหลักๆ ได้ 3 ประเภท ได้แก่

1.ตัวแทนจำหน่าย (distributor) เป็นผู้ดำเนินการค้าส่งหลักทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด ลูกค้ากลุ่มนี้ซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อนำไปจำหน่ายต่อ โดยลูกค้าของตัวแทนจำหน่ายส่วนใหญ่เป็น ตัวแทนจำหน่ายในพื้นที่ และร้านค้าปลีก ซึ่งเป็นร้านขายเหล็กรูปพรรณ ซึ่งลูกค้าเหล่านี้มักซื้อครั้งละมากๆ เพื่อให้คุ้มกับค่าขนส่ง ดังนั้นตัวแทนจำหน่ายมักมีคลังสินค้าเพื่อเก็บสินค้ารวมถึงมีรถสำหรับกระจายสินค้า ตัวแทนจำหน่ายมีร้านค้าที่เป็นคู่ค้าประจำอยู่แล้ว ดังนั้นการขายสินค้าให้กับตัวแทนจำหน่ายจึงเป็นการได้ช่องทางการกระจายสินค้ามาด้วย

2.ร้านค้าปลีก (retail shop) ร้านค้าเหล่านี้มักเป็นร้านขายเหล็กรูปพรรณโดยเฉพาะ แต่ก็มีบางร้านซึ่งมีการขายวัสดุก่อสร้างต่างๆควบคู่ไปด้วย มักมีขนาดไม่ใหญ่นักโดยร้านค้าเหล่านี้รับเหล็กรูปพรรณจากผู้ผลิตหลายราย ลูกค้ามีทั้งผู้รับเหมาและผู้ใช้งาน ร้านค้าปลีกที่บริษัทจำหน่ายให้มักอยู่ในบริเวณไม่ไกลจากบริษัททำให้สะดวกต่อการขนส่งและบริการ

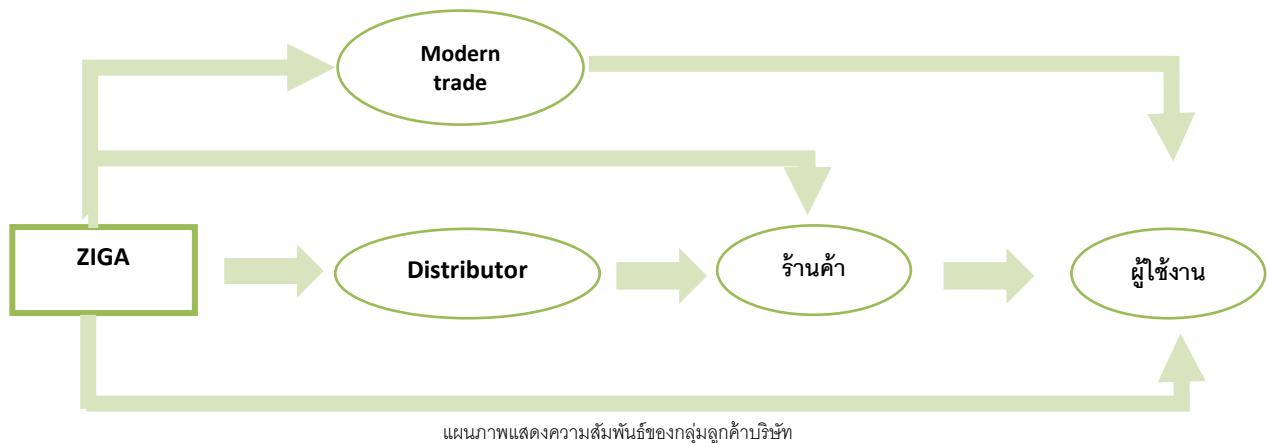
3.ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (modern trade) ร้านค้าปลีกสมัยใหม่เป็นร้านที่มีขนาดใหญ่ มีเครือข่ายจำนวนมากทั่วประเทศ และมีระบบบริหารจัดการที่ดี มีสินค้าให้เลือกหลากหลายประเภทและหลากหลายตราสินค้า บริษัทมีการจำหน่ายสินค้าในร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลายร้าน ร้านค้าปลีกสมัยใหม่เหล่านี้จะสั่งซื้อสินค้าสำหรับสาขาที่มีความต้องการสินค้า ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ได้รับความนิยมเนื่องจากผู้ซื้อสามารถซื้อสินค้าที่ต้องการได้ในทีเดียว จึงมีการขยายสาขาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันทำให้สินค้าของบริษัทสามารถขยายตัวตามไปด้วย

2.ลูกค้าขายปลีก (retailer) ลูกค้ากลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มาซื้อสินค้าโดยตรงที่บริษัทโดยมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 0 ถึง 15 ของรายได้จากหลักโครงสร้าง ส่วนมากจะเป็นลูกค้าที่มีใช้ลูกค้าประจำ ลูกค้ากลุ่มนี้มักเป็นผู้ใช้งาน (end consumer) ซึ่งซื้อไปใช้เอง และร้านค้าปลีกที่ซื้อเพื่อนำไปจำหน่ายต่อ โดยลูกค้ากลุ่มนี้มักสะดวกที่จะเข้ามารับสินค้าโดยตรงกับบริษัท

ผู้ใช้งานหลักโครงสร้างประเภท Pre-zinc ของบริษัท ลูกค้าหลักๆ มี 2 ประเภท คือ

- 1.ผู้ประกอบการ เป็นผู้ที่ใช้สินค้าของบริษัทในการประกอบธุรกิจ เช่น ร้านค้าให้เช่าเต็นท์จะซื้อหลักโครงสร้างประเภท Pre-zinc ของบริษัทไปผลิตเต็นท์ เป็นต้น
- 2.ผู้รับเหมา เป็นผู้ที่ได้รับการว่าจ้างจากผู้ใช้งานในการสร้างสิ่งต่างๆ เช่น โรงเพาะชำ คอกเลี้ยงสัตว์ เป็นต้น ผู้รับเหมาเหล่านี้จะซื้อสินค้าของบริษัทไปเพื่อนำไปผลิตตามที่ได้รับการว่าจ้างมา

นอกจากนี้ผู้ใช้งานตามบ้านยังอาจซื้อสินค้าของบริษัทเพื่อนำไปประดิษฐ์สิ่งของเพื่อใช้เอง เช่น แก้วอี รวตากผ้า เป็นต้น



### ท่อเหล็กร้อยสายไฟประเภท Pre-zinc

บริษัทแบ่งกลุ่มลูกค้าของบริษัทออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1.ลูกค้าขายส่ง (wholesaler) ลูกค้ากลุ่มนี้มักเป็นผู้รับเหมา (contractor) ซึ่งซื้อท่อเหล็กร้อยสายไฟสำหรับงานใช้ในงานโครงการทั้งโครงการ โดยมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 50 - 80 ของรายได้จากท่อเหล็กร้อยสายไฟ ลูกค้ากลุ่มนี้มี 2 ประเภท คือ

1.ผู้รับเหมาโครงการ ลูกค้ากลุ่มนี้ได้รับงานจากโครงการต่างๆ เช่น งานสนามบิน งานคอนโดมิเนียม งานโรงงานต่างๆ เป็นต้น โดยผู้ออกแบบของทางโครงการจะกำหนดชนิดสินค้าและตราสินค้าที่สามารถใช้ในโครงการได้ในทะเบียนผู้ค้า (vendor list) ซึ่งผู้รับเหมาจะต้องเลือกซื้อสินค้าตามชนิดและยี่ห้อที่ระบุในทะเบียนผู้ค้านั้น โดยสินค้าชนิดหนึ่งอาจมีหลายตราสินค้าที่ได้รับการขึ้นทะเบียนในทะเบียนผู้ค้า

2.ร้านค้าที่ขายสินค้าให้ผู้รับเหมา ร้านค้ากลุ่มนี้จะเน้นการขายสินค้าให้กับผู้รับเหมาที่ทำงานขนาดใหญ่จึงมักจะซื้อจากร้านค้า ด้วยว่าในโครงการหนึ่งๆมีรายการสินค้าที่จะต้องซื้อหลายชนิด ร้านค้าเหล่านี้เป็นผู้เสนอสินค้าที่อยู่ในทะเบียนผู้ค้าชนิดต่างๆให้แก่ผู้รับเหมา ทำให้ผู้รับเหมาไม่จำเป็นต้องเสียเวลาติดต่อหาสินค้าทีละชนิด ช่วยให้มีความสะดวกในการติดต่อประสานงาน

2.ลูกค้ากลุ่มขายปลีก (retailer) ลูกค้ากลุ่มนี้โดยมากจะเป็นร้านค้าทั่วไปที่ขายอุปกรณ์ไฟฟ้าทั่วไป ลูกค้ากลุ่มนี้มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 18 - 50 ของรายได้จากท่อเหล็กร้อยสายไฟ โดยมากแล้วบริษัทจะเน้นร้านค้าที่มีศักยภาพ เช่น มีทีมงานขายและมีคลังสินค้ารองรับ เป็นต้น อย่างไรก็ตามบริษัทมีการจำหน่ายให้ร้านค้าปลีกที่มีสาขา เพื่อเป็นช่องทางในการกระจายสินค้า ลูกค้าของร้านขายปลีกมักเป็นผู้รับเหมารายย่อยที่รับงานเดินสายไฟตามบ้านหรือเป็นช่างรับซ่อมงานไฟฟ้า

สำหรับปี 2560 และปี 2561 บริษัทมีการจำหน่ายสินค้าให้แก่ลูกค้ารายใหญ่จำนวน 2 ราย รายหนึ่งในสัดส่วนประมาณร้อยละ 30 - 50 ของรายได้รวมของบริษัท อีกรายหนึ่งในสัดส่วนประมาณร้อยละ 10 - 20 ของรายได้รวมของบริษัท

### 2.2.3 การจัดจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

#### เหล็กโครงสร้างประเภท Pre-zinc

บริษัทแบ่งช่องทางการจำหน่ายของบริษัทออกเป็น 3 ช่องทาง ดังนี้

1.จำหน่ายตรง บริษัทมีฝ่ายขายเข้าไปนำเสนอสินค้าให้แก่ตัวแทนจำหน่ายและร้านค้าปลีกสมัยใหม่เพื่อเป็นช่องทางในการจำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้ใช้งานหรือร้านค้าปลีกต่อไป โดยบริษัทจะเลือกนำเสนอสินค้าให้แก่ตัวแทนจำหน่ายหรือร้านค้าที่มีศักยภาพเพื่อที่จะเป็นคู่ค้าที่ส่งเสริมกันต่อไป ในกรณีที่ลูกค้าติดต่อซื้อสินค้าโดยตรงกับบริษัท ฝ่ายขายก็จะทำหน้าที่ในการนำเสนอและขายสินค้าให้แก่ลูกค้าด้วย

2.ตัวแทนจำหน่าย (distributor) ส่วนมากมักเป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีช่องทางจำหน่ายสินค้าทั่วประเทศ ช่องทางจำหน่ายของตัวแทนจำหน่าย มีทั้งตัวแทนจำหน่ายรายที่เล็กกว่า ร้านค้าปลีกและผู้ใช้งาน บริษัทเลือกตัวแทนที่มีช่องทางการจำหน่ายต่อได้อย่างทั่วถึง มีคลังสินค้าสำหรับเป็นจุดกระจายสินค้าและมีทีมขายที่ช่วยจำหน่ายสินค้า

3.ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (modern trade) เป็นร้านค้าขนาดใหญ่ที่มีอุปกรณ์ก่อสร้างครบทุกประเภทเพื่อให้ลูกค้าที่มาซื้อสินค้าสามารถซื้อทุกอย่างได้ในทีเดียว ร้านค้าปลีกสมัยใหม่บางแห่งมีสินค้าอุปโภค บริโภคจำหน่ายด้วย ลูกค้าเป็นได้ทั้งผู้รับเหมาที่มาซื้อสินค้าเพื่อให้ได้สินค้าที่ต้องการได้ในทีเดียว หรือเป็นผู้ใช้งานทั่วไปที่ซื้อไปใช้งานเอง

### ท่อเหล็กร้อยสายไฟประเภท Pre-zinc

บริษัทแบ่งช่องทางการจำหน่ายของบริษัทออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1.จำหน่ายตรง บริษัทมีฝ่ายขายที่ทำหน้าที่เสนอสินค้าให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยมีกลุ่มหลักดังนี้

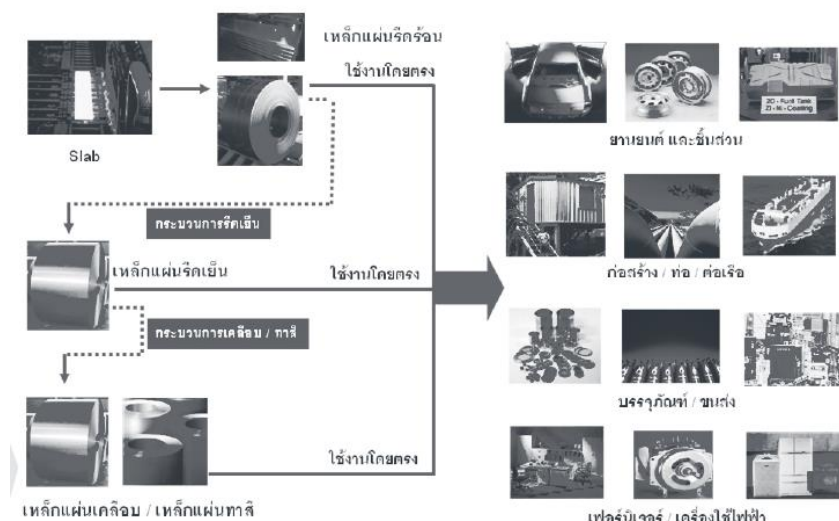
ผู้ออกแบบโครงการ ฝ่ายขายเข้าไปนำเสนอสินค้ากับผู้ออกแบบงานโครงการ เช่น โครงการคอนโด โครงการอาคารต่างๆ เป็นต้น เพื่อให้สินค้าของบริษัทเป็นที่รู้จักและได้ขึ้นทะเบียนผู้ค้า (vendor list) เนื่องจากผู้รับเหมาของโครงการจะต้องซื้อสินค้าที่มีคุณสมบัติและตราสินค้าตามที่ระบุอยู่ในทะเบียนผู้ค้าเท่านั้น

ผู้รับเหมา ในโครงการที่มีขนาดใหญ่ ผู้รับเหมาที่ได้รับงานมักจะซื้อสินค้าโดยตรงกับผู้ผลิต บริษัทจึงมีการเข้าไปนำเสนอสินค้าให้ผู้รับเหมาสามารถจดจำสินค้าของบริษัทได้

2.ร้านค้าปลีก เป็นช่องทางจำหน่ายที่ทำให้สินค้าของบริษัทสามารถครอบคลุมพื้นที่จำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น ฝ่ายขายบริษัทจะเป็นผู้เลือกร้านค้าปลีกที่จะจำหน่ายสินค้าของบริษัท ร้านค้าปลีกมีทั้งที่เป็นร้านค้าปลีกที่เน้นลูกค้าผู้รับเหมาและร้านค้าปลีกที่ลูกค้าหลักเป็นผู้ใช้งานรายย่อย เช่น ผู้รับเหมาหรือช่างไฟฟ้า เป็นต้น ซึ่งใช้สินค้าไม่มาก การขายผ่านร้านค้าปลีกจึงเป็นการกระจายสินค้าให้ทั่วถึงและได้ร้านค้าปลีกเหล่านี้ช่วยอธิบายการใช้งานสินค้าอีกด้วย

นอกจากนี้บริษัทยังมีการแนะนำสินค้าผ่านเว็บไซต์ [www.ziga.co.th](http://www.ziga.co.th) ของบริษัทและจำหน่ายสินค้าผ่านเว็บไซต์ [www.thaitrade.com](http://www.thaitrade.com) ซึ่งเป็นเว็บไซต์ค้าส่ง ซึ่งดำเนินงานโดยกรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์

### ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน



ภาพจากสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม



โครงสร้างอุตสาหกรรมเหล็กแบ่งได้เป็น 3 ชั้นคือ อุตสาหกรรมเหล็กขั้นต้น ขั้นกลางและขั้นปลาย โดยสินค้าของบริษัทอยู่ในอุตสาหกรรมเหล็กขั้นปลาย

### อุตสาหกรรมเหล็กขั้นปลาย

เป็นขั้นตอนการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากอุตสาหกรรมเหล็กขั้นกลาง โดยผ่านกระบวนการต่างๆ ได้แก่ การรีดร้อน การรีดเย็น การหล่อ หรือการตีขึ้นรูป โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้จากขั้นตอนนี้จะนำไปใช้เป็นวัตถุดิบให้แก่อุตสาหกรรมเหล็กต่อเนื่องต่างๆ

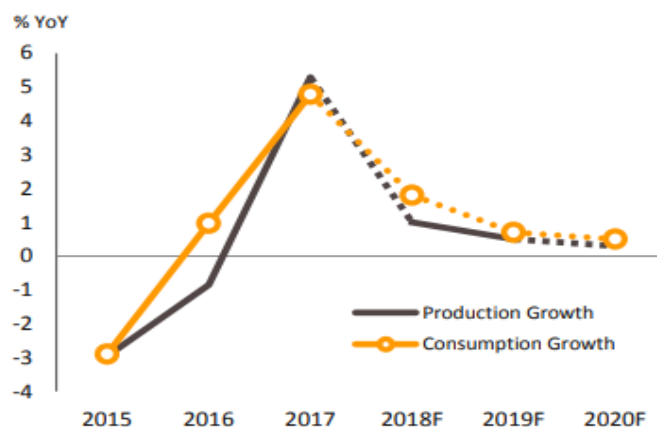
อุตสาหกรรมเหล็กในประเทศไทยส่วนใหญ่ อยู่ในอุตสาหกรรมเหล็กขั้นปลาย รวมทั้งธุรกิจของบริษัท ซึ่งผลิตภัณฑ์เหล็กจากขั้นตอนนี้สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

- อุตสาหกรรมเหล็กทรงยาว (Long product) เป็นอุตสาหกรรมการผลิตเหล็กเส้น เหล็กหลอด และเหล็กโครงสร้างรูปพรรณ เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมก่อสร้าง โดยมีกระบวนการผลิต 2 แบบ คือ การหลอม และการรีด
- อุตสาหกรรมเหล็กทรงแบน (Flat product) แบ่งได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ คือ
  - 1) ผลิตภัณฑ์เหล็กแผ่นรีดร้อน (Hot Rolled Sheet) เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตถังแก๊ส ถังเหล็ก ตู้คอนเทนเนอร์ ท่อเหล็กกล้า และชิ้นส่วนยานยนต์ เป็นต้น
  - 2) เหล็กแผ่นรีดเย็น (Cold Rolled Sheet) เป็นวัตถุดิบสำคัญของอุตสาหกรรมต่อเนื่องจำนวนมาก เช่น ยานยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า เฟอร์นิเจอร์โลหะ เป็นต้น
  - 3) เหล็กแผ่นเคลือบ (Coated Sheet) เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมเหล็กต่อเนื่องต่างๆ เช่น ยานยนต์ กระจก เครื่องใช้ไฟฟ้า ก่อสร้าง เป็นต้น ในประเทศไทยอุตสาหกรรมเหล็กแผ่นเคลือบมี 2 แบบ คือ เหล็กแผ่นเคลือบดีบุก (Tinplate) และเหล็กแผ่นเคลือบสังกะสี (Galvanized iron sheet)

### แนวโน้มอุตสาหกรรม

การที่สหรัฐฯประกาศเรียกเก็บภาษีศุลกากรกับเหล็กที่นำเข้าจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นในอัตรา 25% เมื่อเดือนมีนาคม 2561 ที่ผ่าน มา เพื่อคุ้มครองอุตสาหกรรมการผลิตเหล็กในสหรัฐฯ ส่งผลให้ประเทศคู่ค้าซึ่งรวมถึงไทยที่ส่งออกเหล็กไปยังสหรัฐฯ เร่งเจรจาต่อรองทาง การค้าในกรณีนี้กับทางสหรัฐฯ เพื่อบรรเทาผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมเหล็กในประเทศตน ทั้งนี้ ณ เดือนพฤษภาคม 2561 สหรัฐฯ ประกาศยกเว้นการบังคับใช้มาตรการดังกล่าวอย่างถาวร ให้แก่ อาร์เจนตินา ออสเตรเลีย บราซิล และเกาหลีใต้ ซึ่งเป็นพันธมิตรทางการค้า ส่วนไทยได้รับการผ่อนปรนมาตรการฯ ชั่วต้น ทูรรอบที่ดำเนินการส่งออก ปัจจุบันกำลังเจรจาเพื่อขอลดล๊อคแก่ทุกรายการสินค้า

Global Steel Production and Consumption Trend



ที่มา : World Steel Association and Krungsri Research



อย่างไรก็ดี ในมุมมองของทิศทางความต้องการใช้เหล็กในตลาดโลกในช่วงปี 2561-2563 คาดว่าจะได้อานิสงส์จากการขยายการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐาน และการฟื้นตัวของภาคอสังหาริมทรัพย์และอุตสาหกรรมการผลิตในหลายประเทศทั่วโลกซึ่งจะทำให้อุตสาหกรรมการผลิตเหล็กทั่วโลกปรับตัวดีขึ้น แม้จะมีปัจจัยเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายทางการค้าและการลงทุนของประเทศมหาอำนาจอย่างเช่น สหรัฐฯ และจีน

สำหรับทิศทางอุตสาหกรรมเหล็กของไทยในช่วงปี 2561-2563 คาดว่าจะได้รับผลกระทบทางตรงค่อนข้างน้อยจากกรณีที่สหรัฐฯ เรียกเก็บภาษีนำเข้าเหล็กในอัตราที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากมูลค่าการส่งออกของเหล็กไทยไปยังสหรัฐฯ ในช่วงปี 2555-2560 มีสัดส่วนน้อย คิดเป็น 0.2% ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของไทย (แม้ว่ามูลค่าการส่งออกเหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์เหล็กจากไทยไปยังสหรัฐฯ ในปี 2560 เพิ่มขึ้นในอัตราที่ก้าวกระโดดถึง 44.9% YoY อยู่ที่ 846.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (กรมศุลกากร) แต่เป็นผลชั่วคราว เนื่องจากผู้ประกอบการเหล็กไทยเร่งส่งออกก่อนที่สหรัฐฯ จะเข้มงวดด้านขึ้นต่อนำเข้าสินค้า) ประกอบกับผลจากการประชุมกรอบความตกลงการค้าและการลงทุนไทย-สหรัฐฯ ณ เดือนเมษายน 2561 ได้ข้อสรุปว่าเหล็กไทยจะได้รับการยกเว้นมาตรการเพิ่มภาษี ข้างต้น (ข้อมูลจากกระทรวงพาณิชย์) อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี นโยบายการเพิ่มอัตราภาษีนำเข้าเหล็กของสหรัฐฯ อาจมีผลกระทบทางอ้อมแก่อุตสาหกรรมเหล็กของไทย กดดันให้เกิดอุปทานส่วนเกินในตลาดโลกเพิ่มขึ้น

#### Thailand's steel Apparent Use Trend

	2017	2018F	2019F	2020F
(million tonnes)	16.6	17.0-17.4	18.0-18.5	19.3-19.9
Growth (% YoY)	-13.7	2-5	5-8	6-9

ที่มา : ISIT, forecast by Krungsri Research

แม้ว่าอุตสาหกรรมเหล็กของไทยจะเผชิญกับความท้าทายหลายด้าน แต่คาดว่าความต้องการใช้เหล็กจะมีปริมาณ 17.0-17.4 ล้านตัน ในปี 2561 กลับมาขยายตัว 2-5% YoY และในปี 2562 และ 2563 จะเติบโต 5-8% และ 6-9% YoY ตามลำดับ เนื่องจากงานก่อสร้างมีแนวโน้มเติบโตโดยเฉพาะโครงการก่อสร้างขนาดใหญ่ของภาครัฐ ได้แก่ การลงทุนโครงสร้างพื้นฐานในระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) และโครงการรถไฟฟ้าสายต่างๆ ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ขณะเดียวกันภาคอสังหาริมทรัพย์และอุตสาหกรรมการผลิตที่เกี่ยวข้องมีแนวโน้มขยายตัวดีขึ้น

#### ภาวะการแข่งขัน

ในปี 2561 ปริมาณการจำหน่ายท่อเหล็กทั้งประเทศประมาณ 441,862 ตัน โดยปริมาณการผลิตท่อเหล็กทั้งประเทศประมาณ 904,800 ตัน ส่วนยอดผลิตของบริษัทประมาณ 28,469 ตัน คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 3.15 ปริมาณการผลิตท่อเหล็กทั้งประเทศนั้นประกอบด้วยท่อหลายประเภท โดยส่วนใหญ่เป็นท่อเหล็กดำ ทั้งนี้จากข้อมูลของศูนย์วิจัยเชิงลึกอุตสาหกรรมเหล็กไทย พบว่าผู้ประกอบการในธุรกิจท่อเหล็กมีจำนวนประมาณ 58 ราย สำหรับผู้ประกอบการที่มีการจำหน่ายท่อเหล็กชุบสังกะสีมีจำนวน 14 ราย แต่ไม่มีบริษัทใดที่จำหน่ายสินค้าหลักเป็นท่อเหล็กแบบ Pre-zinc ซึ่งทำการตลาดตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักเช่นเดียวกับบริษัท

อย่างไรก็ดีเนื่องจากท่อเหล็ก pre-zinc มีสินค้าทดแทนเป็นท่อดำทาสีกันสนิม หากระดับราคาในตลาดดังกล่าวไม่ปรับราคาขึ้นตามราคาตลาดเหล็กโลก บริษัทมีนโยบายรักษาสวนแบ่งการตลาด และเพิ่มปริมาณการขายเพื่อขยายตลาดผู้ใช้ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่ออัตรากำไรในระยะสั้น แต่จะสามารถขยายตลาดและส่งผลดีในระยะยาว

## กำลังการผลิตและนโยบายการผลิต

บริษัทมีโรงงานตั้งอยู่ที่ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ โดย ณ สิ้น ปี 2561 บริษัทมีเครื่องจักรหลักซึ่งเดินเครื่องเพื่อผลิตสินค้าดังนี้

- 1.เครื่องขึ้นรูปเหล็กเป็นท่อเหล็ก จำนวน 6 เครื่อง
- 2.เครื่องลบคมเหล็ก จำนวน 4 เครื่อง
- 3.เครื่องทำเกลียว จำนวน 5 เครื่อง

โดยบริษัทมีกำลังการผลิตดังนี้

	2559	2560	2561
กำลังการผลิต <sup>1)</sup> (ตัน)	45,346	65,000	65,000
ปริมาณการผลิต (ตัน)	36,083	31,018	28,469
อัตราการใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	79.57	47.72	43.80

### หมายเหตุ

- 1) กำลังการผลิตเต็มที่ คำนวณจากความสามารถในการผลิตของเครื่องขึ้นรูปเหล็ก โดยกำลังการผลิตเต็มที่ = จำนวนท่อที่ขึ้นรูปได้ใน 1 ชั่วโมง x น้ำหนักท่อ x ชั่วโมงทำงาน x จำนวนวันทำงาน 300 วันต่อปี ทั้งนี้ชั่วโมงทำงานคิดจากชั่วโมงทำงานปกติ 8 ชั่วโมงรวมกับชั่วโมงการทำงานล่วงเวลาและการเปิดกะกลางคืนด้วย

เครื่องขึ้นรูปเหล็กเป็นเหล็กรูปตัวซี 1 เครื่อง ปัจจุบันยังไม่เริ่มผลิตเพื่อจำหน่าย

บริษัทมีนโยบายการผลิตสินค้าตามความต้องการของตลาด โดยบริษัทจะนำข้อมูลการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้ามาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลการจำหน่ายสินค้าในอดีตเพื่อนำมาใช้ในการวางแผนการผลิต

## ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างยิ่ง บริษัทจึงมีการพิจารณาผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้น โดยมี 2 ปัจจัยที่อาจมีผลกระทบดังนี้

1. เสี่ยง กระบวนการผลิตเหล็กโครงสร้างทำให้เกิดเสียงดังซึ่งอาจรบกวนผู้คนหรือส่งผลกระทบต่อรายได้เงินของผู้ปฏิบัติงานได้ อย่างไรก็ตามก็ไม่มีบ้านเรือนอยู่อาศัยอยู่บริเวณสถานประกอบการของบริษัทแต่อย่างใด และบริษัทมีการออกข้อกำหนดให้พนักงานต้องสวมใส่อุปกรณ์ป้องกันเสียงตลอดเวลาเพื่อลดผลกระทบจากเสียงที่เกิดขึ้น
2. ของเสียจากการผลิต ในกระบวนการผลิตมีการใช้สารหล่อเย็นเพื่อลดความร้อน และฝุ่นผงสังกะสีสำหรับเคลือบรอยเชื่อม ซึ่งของเสียเหล่านี้จำเป็นต้องมีการกำจัดอย่างถูกวิธีเพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม บริษัทได้มีการจ้างให้บริษัทรับกำจัดของเสียที่ได้รับอนุญาตในการประกอบกิจการเกี่ยวกับการนำผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่ไม่ใช้แล้วไปกำจัด

## 2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

การประกอบธุรกิจของบริษัท มีปัจจัยเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท ที่มีนัยสำคัญดังนี้

#### 3.1 ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักของบริษัท คือ เหล็กขุบสังกะสี ซึ่งมูลค่าซื้อเหล็กขุบสังกะสีของบริษัทคิดเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 90 ของยอดซื้อสินค้าและบริการรวม ระหว่างปี 2560 ถึงปี 2561 ราคาเหล็กที่บริษัทซื้อมีการผันผวนตามราคาเหล็กในตลาดโลก ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อผลการประกอบกิจการของบริษัทหากบริษัทไม่สามารถปรับราคาขายสินค้าตามต้นทุนเหล็กที่มีการเปลี่ยนแปลงได้

##### มาตรการจัดการความเสี่ยง

อย่างไรก็ดี บริษัทมีการกำหนดราคาเพื่อรองรับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของราคาวัตถุดิบ แต่ในกรณีที่ราคาวัตถุดิบมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างมาก บริษัทสามารถเจรจาเพื่อปรับราคาได้ในระดับหนึ่ง อีกทั้งบริษัทมีได้มีนโยบายกักตุนเหล็กเพื่อเก็งกำไร โดยจะสั่งซื้อเหล็กตามความต้องการในการผลิตเท่านั้น วัตถุดิบที่ได้รับผลกระทบจึงมีไม่มากนัก

#### 3.2 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

วัตถุดิบหลักของบริษัทมีการนำเข้าจากต่างประเทศเป็นสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ โดยระหว่างปี 2559 ถึง 2561 บริษัทมีการนำเข้าโดยชำระค่าวัตถุดิบเป็นสกุลเงินตราต่างประเทศมูลค่าระหว่าง 477.00 ล้านบาท ถึง 705.00 ล้านบาท บริษัทจึงมีความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ในกรณีที่อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างสกุลเงินบาทและสกุลเงินต่างประเทศมีความผันผวนมาก จะส่งผลให้บริษัทได้รับผลกระทบที่มีนัยสำคัญต่อรายได้และอัตรากำไรของบริษัทเมื่อคิดเป็นสกุลเงินบาท โดยอาจเกิดผลกำไรหรือขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน ในกรณีที่อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันที่ทำการบันทึกบัญชีกับวันที่ทำการแลกเปลี่ยนเงินเป็นสกุลบาทมีความแตกต่างกันอย่างมี โดยในปี 2559 บริษัทมีกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนเท่ากับ 5.52 ล้านบาท ปี 2560 บริษัทมีกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนเท่ากับ 9.32 ล้านบาท และปี 2561 บริษัทมีกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน 18.99 ล้านบาท

##### มาตรการจัดการความเสี่ยง

ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนดังกล่าว ผู้บริหารมีการตรวจสอบข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนเป็นประจำ เพื่อให้สามารถตอบสนองได้ทันทั่วทั้งหากอัตราแลกเปลี่ยนมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้บริษัทมีการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (forward contract) เพื่อลดความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน ภายใต้ดุลยพินิจของผู้บริหาร

#### 3.3 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ย

ในปี 2559, ปี 2560 และปี 2561 บริษัทมีหนี้สินภายใต้สัญญาตราสารหนี้และเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน เท่ากับ 246.90 ล้านบาท, 284.58 ล้านบาท และ 287.81 ล้านบาท ตามลำดับ และบริษัทมีต้นทุนทางการเงินเป็นจำนวนเท่ากับ 11.34 ล้านบาท, 11.37 ล้านบาท และ 7.92 ล้านบาท ตามลำดับ ซึ่งส่วนหนึ่งของเงินกู้ยืมมีอัตราดอกเบี้ยลอยตัว ดังนั้นในกรณีที่อัตราดอกเบี้ยเพิ่มสูงขึ้น ย่อมส่งผลให้บริษัทมีภาระที่จะต้องจ่ายดอกเบี้ยเป็นจำนวนเงินที่เพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน

##### มาตรการจัดการความเสี่ยง

อย่างไรก็ดี บริษัทได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยแล้ว เงินที่ได้จากการระดมทุนส่วนหนึ่งจะนำมาใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนทดแทนส่วนที่กู้ยืมจากสถาบันการเงิน ซึ่งช่วยลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยได้

#### 3.4 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่

บริษัทมีการจำหน่ายสินค้าผ่านตัวแทนจำหน่ายและร้านค้าที่มีศักยภาพ เพื่อเป็นช่องทางในการกระจายสินค้าอย่างทั่วถึง ตัวแทนจำหน่ายและร้านค้าเหล่านี้มักมีร้านค้าในเครือหรือคู่ค้ากระจายอยู่หลายพื้นที่ สินค้าของบริษัทจึงสามารถเข้าถึงผู้ใช้งานได้ ทั้งนี้ ในปี 2560 และปี 2561 บริษัทมีการจำหน่ายสินค้าให้ตัวแทนจำหน่ายรายหนึ่ง คิดเป็นยอดขายมากกว่าร้อยละ 30 บริษัทจึงมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงตัวแทนจำหน่ายรายดังกล่าว

### มาตรการจัดการความเสี่ยง

ลูกค้ารายดังกล่าวเป็นลูกค้าประจำที่มีการทำธุรกิจกับบริษัทฯ เป็นระยะเวลากว่า 6 ปี และมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน บริษัทจึงเชื่อว่าทราบเท่าที่บริษัทมีการรักษาคุณภาพของสินค้าและบริการที่ดี ลูกค้ารายนี้จะยังคงเป็นลูกค้าที่ดีของบริษัทต่อไป นอกจากนี้บริษัทยังมีการขยายลูกค้าใหม่ ๆ เพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยงและเพิ่มพื้นที่ในการกระจายสินค้าอีกด้วย ล่าสุดบริษัทได้ผนึกกับพันธมิตร เป็ด ziga outlet จำนวน 4 สาขาในภาคตะวันออก

### 3.5 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้า

บริษัทมีการซื้อเหล็กชุบสังกะสีด้วยยอดซื้อมากกว่าร้อยละ 30 ของมูลค่าซื้อสินค้าและบริการรวมจากลูกค้าจำนวน 3 ราย โดยเป็นลูกค้าในปี 2559 จำนวน 2 ราย มีสัดส่วนการซื้อ ร้อยละ 30 – 50 ของมูลค่าซื้อสินค้าและบริการรวม ,ปี 2560 จำนวน 2 ราย มีสัดส่วนการซื้อ ร้อยละ 30 – 70 ของมูลค่าซื้อสินค้าและบริการ และปี 2561 จำนวน 1 ราย มีสัดส่วนการซื้อ ร้อยละ 70 ของมูลค่าซื้อสินค้าและบริการ บริษัททั้งสองบริษัท เป็นบริษัทในประเทศจีน โดยบริษัทมีการซื้อเหล็กชุบสังกะสีจากลูกค้าทั้ง 3 รายนี้มากกว่าตัวแทนจำหน่ายรายอื่นๆ ด้วยเหตุผลเรื่องราคา การจัดส่งและคุณภาพของสินค้า

### มาตรการจัดการความเสี่ยง

บริษัทมีลูกค้าที่บริษัทได้คัดเลือกเอาไว้ใน approved vendor list จำนวนหลายราย โดยมีทั้งลูกค้าในประเทศไทยและต่างประเทศ ดังนั้นแม้ว่าบริษัทจะไม่สามารถซื้อเหล็กชุบสังกะสีจากลูกค้าทั้ง 3 รายนี้ บริษัทก็ยังมีลูกค้ารายอื่นๆ สำหรับซื้อวัตถุดิบ

### 3.6 ความเสี่ยงจากการเข้ามาของคู่แข่ง

ปัจจุบันเหล็กโครงสร้างประเภท Pre-zinc ไม่มีผู้ประกอบการรายใดทำการจำหน่ายเพื่อเป็นสินค้าหลัก เนื่องจากตลาดยังมีขนาดเล็กหากเทียบกับเหล็กโครงสร้างสำหรับงานก่อสร้าง ดังนั้นอาจไม่คุ้มกับการลงทุน อย่างไรก็ตาม ความเป็นไปได้ว่าในอนาคต ผู้ประกอบการรายอื่นอาจมีการเปลี่ยนนโยบายและเริ่มจำหน่ายสินค้าประเภทเดียวกับบริษัทได้ ซึ่งจะกระทบต่อส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัท

### มาตรการจัดการความเสี่ยง

บริษัทได้ทำตลาดเหล็กโครงสร้างประเภท Pre-zinc มานานกว่า 6 ปีและเป็นผู้บุกเบิกขายแรกๆ ดังนั้นแล้วบริษัทจึงมีประสบการณ์ในสินค้าประเภทนี้ อีกทั้งสินค้ายังได้รับการยอมรับเป็นอย่างดีจากลูกค้า รวมถึงตราสินค้าเป็นที่รู้จักและจดจำได้ ดังนั้นบริษัทจึงเชื่อว่าความเสี่ยงดังกล่าวจะไม่ส่งผลกระทบต่อบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ

### 3.7 ความเสี่ยงจากการไม่ได้รับการต่อสัญญาเช่าที่ดินจากผู้ถือหุ้นรายใหญ่

บริษัทได้มีการเช่าที่ดินจากผู้ถือหุ้นรายใหญ่ซึ่งเป็นกรรมการ และผู้บริหารของบริษัท เพื่อใช้เป็นที่ตั้งของเครื่องจักรการผลิต ซึ่งในปัจจุบันใช้ในการผลิตท่อร้อยสายไฟประเภท Pre-zinc เป็นหลัก โดยในปี 2560 และปี 2561 เครื่องจักรนี้มีสัดส่วนกำลังการผลิตไม่เกินร้อยละ 10 ของกำลังการผลิตทั้งหมด ดังนั้นบริษัทจึงอาจมีความเสี่ยงจากการที่ไม่ได้รับการต่อสัญญาเช่าที่ดินในอนาคตซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลผลิต รวมถึงการสูญเสียอาคารและส่วนปรับปรุงอาคารมูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 เท่ากับ 3.08 ล้านบาท ซึ่งตั้งอยู่บนที่ดินที่เช่าดังกล่าว และต้องเสียค่ารื้อถอนและติดตั้งเครื่องจักร

### มาตรการจัดการความเสี่ยง

อย่างไรก็ดี เครื่องจักรในที่ดินดังกล่าวเป็นเครื่องจักรเก่าที่ใช้ในการผลิตไม่มาก นอกจากนี้บริษัทได้มีการทำสัญญาเช่าซึ่งเป็นการต่ออายุสัญญาได้ทุก 3 ปี โดยเป็นการต่ออายุแบบอัตโนมัติใน 2 ครั้งแรก รวมเป็นระยะเวลา 9 ปี และหากจะมีการขายที่ดิน บริษัทจะได้รับสิทธิในการซื้อที่ดินดังกล่าวก่อนบุคคลอื่น

### 3.8 ความเสี่ยงจากการมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายการบริหารงาน

ภายหลังจากการเสนอขายหุ้นสามัญในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่คือกลุ่มผู้บริหาร รวมถึง บริษัท ดิงาม โฮลดิ้ง จำกัด จะถือหุ้นคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 62.6 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท และกลุ่มผู้บริหารยังเป็นประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้มีอำนาจลงนามของบริษัทด้วย จึงทำให้กลุ่มผู้ถือหุ้นดังกล่าว เป็นผู้มีอำนาจในการบริหารจัดการและควบคุมคะแนนเสียงในการลงมติที่สำคัญได้เกือบทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการจัดตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทกำหนด ซึ่งต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 เสียงของจำนวนหุ้นที่เข้าประชุมและมีสิทธิออก

เสียง ดังนั้นผู้ถือหุ้นรายอื่นที่เข้าร่วมประชุมและมีสิทธิออกเสียงอาจจะไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบหรือถ่วงดุลการบริหารของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ได้

#### มาตรการจัดการความเสี่ยง

ด้วยโครงสร้างการจัดการของบริษัท ประกอบด้วยคณะกรรมการและคณะอนุกรรมการ รวม 4 ชุด ได้แก่ คณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและนวัตกรรม โดยแต่ละคณะมีการกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่อย่างชัดเจน ทำให้ระบบการทำงานของบริษัทมีความเป็นมาตรฐานตรวจสอบได้ง่าย อีกทั้ง โครงสร้างคณะกรรมการของบริษัท ประกอบด้วยกรรมการอิสระ 3 ท่าน จากจำนวนกรรมการทั้งหมด 7 ท่าน และมีคณะกรรมการตรวจสอบที่ประกอบด้วยกรรมการอิสระ 3 ท่าน ซึ่งแต่ละท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ ทำให้สามารถสอบทานการทำงานของบริษัทให้มีความโปร่งใสได้ดียิ่งขึ้น ตลอดจนสามารถถ่วงดุลอำนาจในการนำเสนอเรื่องต่างๆที่จะพิจารณาเข้าสู่การประชุมผู้ถือหุ้นได้ระดับหนึ่ง นอกจากนี้แล้ว บริษัทได้มีระเบียบปฏิบัติกรณีที่มีการทำรายการที่เกี่ยวข้องกับกรรมการ ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมในกิจการ รวมทั้งบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง โดยบุคคลดังกล่าวจะไม่มีอำนาจอนุมัติในการทำรายการนั้นๆ ทำให้สามารถลดทอนความเสี่ยงอันอาจเกิดขึ้นได้อีกด้วย

### 3.9 ความเสี่ยงจากการที่ไม่สามารถจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าครบทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์

บริษัทได้ยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าสำหรับสินค้าประเภทท่อร้อยสายไฟ โดยปัจจุบันอยู่ระหว่างขั้นตอนการพิจารณาของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งต้องมีการพิจารณาถึงความเหมือนคล้ายกับเครื่องหมายการค้าอื่น ๆ ที่แพร่หลายหรือได้ยื่นขอจดทะเบียนไว้ก่อนแล้ว (โปรดศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมในพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534) ดังนั้น หากบริษัทไม่สามารถจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าดังกล่าว หรือไม่สามารถใช้เครื่องหมายการค้าดังกล่าวต่อไป รวมถึงถูกดำเนินคดีตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ย่อมอาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของบริษัทได้

#### มาตรการจัดการความเสี่ยง

อย่างไรก็ดี จากการสอบทานข้อมูลของบริษัทในเบื้องต้นพบว่า ยังไม่พบเครื่องหมายการค้าใดที่มีความเหมือนคล้ายกับตราสินค้าของบริษัทในสินค้าประเภทเดียวกันแต่อย่างใด ประกอบกับบริษัทมีการใช้เครื่องหมายการค้าดังกล่าวมาเป็นระยะเวลาเกินกว่า 10 ปี โดยที่ไม่เคยได้รับการร้องเรียนให้ระงับใช้เครื่องหมายการค้า นอกจากนี้ ในกรณีที่มิเหตุการณอื่นใดที่จะส่งผลให้บริษัทไม่สามารถใช้เครื่องหมายการค้าดังกล่าวได้นั้น บริษัทยังสามารถเปลี่ยนไปใช้เครื่องหมายการค้าอื่นของบริษัทที่ได้รับการจดทะเบียนแล้วอีกด้วย ทั้งนี้ รายได้จากการจำหน่ายสินค้ากลุ่มที่ใช้เครื่องหมายการค้าที่อยู่ระหว่างการขอจดทะเบียนดังกล่าวนั้น คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 10 ของรายได้จากการขายรวมในปี 2561 เท่านั้น ทางบริษัทจึงประเมินว่าความเสี่ยงดังกล่าวไม่มีผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อบริษัทแต่อย่างใด

#### 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

##### 1. ทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทมีทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ดังนี้

##### ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์

บริษัทมีที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ มูลค่า 516.31 ล้านบาท ประกอบด้วย

รายการ	ลักษณะกรรมสิทธิ์	การใช้งาน	มูลค่าตามบัญชี (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน จำนวน 11 ไร่ 3 งาน 51.9 ตารางวา ที่ตั้ง 999/9,10,11 หมู่ 9 ซอยพรพัฒนา ถนนประชาอุทิศ ตำบลในคลองบางปลากด อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ 10290		เป็นที่ตั้งโรงงาน 3 หลัง และอาคารสำนักงาน 3 ชั้น 1 หลัง		ติดภาระค้ำประกันเงินกู้กับสถาบันการเงิน มูลค่าวงเงินกู้รวม 93.16 ล้านบาท
- โฉนดเลขที่ 81777	เจ้าของ		18.15	
- โฉนดเลขที่ 20005	ผู้เช่า		-	
- โฉนดเลขที่ 20008 และ เลขที่ 20009	เจ้าของ		28.75	ติดภาระค้ำประกันสัญญา ทรัสต์รีซีท มูลค่าวงเงิน 540.00 ล้านบาท
- โฉนดเลขที่ 33449 และ เลขที่ 33450	เจ้าของ		25.66	
รวม			72.56	
2. ที่ดิน จำนวน 27 ไร่ 3 งาน 62.76 ตารางวา ที่ตั้ง 8 หมู่ 10 ถนนประชาอุทิศ ตำบลในคลองบางปลากด อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ 10290		เป็นที่ตั้งโรงงานใหม่ (อยู่ระหว่างการก่อสร้าง)		
- โฉนดเลขที่ 59509, 59513, 59805, 59806, 62276, 62279, 62280 และ 62283	เจ้าของ		201.90	-
3. อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	เจ้าของ		47.12	ติดภาระค้ำประกันเงินกู้กับสถาบันการเงิน มูลค่าวงเงินกู้รวม 93.16 ล้านบาท
				ติดภาระค้ำประกันสัญญา ทรัสต์รีซีท มูลค่าวงเงิน 540.00 ล้านบาท
4. เครื่องจักรและอุปกรณ์	เจ้าของ	ใช้ในการผลิตสินค้า	41.56	ติดสัญญาเช่าซื้อกับสถาบันการเงิน โดยมีมูลค่าปัจจุบันของหนี้สินตามสัญญาเช่าการเงิน (ก่อนหักค่าใช้จ่ายทางการเงินในอนาคต) ณ 31 ธ.ค. 61 เท่ากับ 5.68 ล้านบาท
5. เครื่องตกแต่งติดตั้งและอุปกรณ์สำนักงาน	เจ้าของ		4.22	-
6. ยานพาหนะ	เจ้าของ		9.61	ติดสัญญาเช่าซื้อกับสถาบันการเงิน โดยมีมูลค่าปัจจุบันของหนี้สินตามสัญญาเช่าการเงินการเงิน (ก่อนหักค่าใช้จ่ายทางการเงินในอนาคต) ณ 31 ธ.ค. 61 เท่ากับ 6.55 ล้านบาท
7. ทรัพย์สินระหว่างก่อสร้าง			139.34	-
รวม			516.31	

## เครื่องหมายการค้า

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ มีเครื่องหมายการค้าที่สำคัญ ดังนี้

รายชื่อผู้จดทะเบียน	เครื่องหมายการค้า	สินค้า	วันหมดอายุ
บมจ.ซีก้า อินโนเวชั่น		เหล็กโครงสร้างจากเหล็กชุบสังกะสีแบบจุ่มร้อน	3 สิงหาคม 2564
บมจ.ซีก้า อินโนเวชั่น		ร้านค้าสำเร็จรูปแบบโมดูลาร์	15 พฤษภาคม 2569
บมจ.ซีก้า อินโนเวชั่น		ท่อร้อยสายไฟฟ้า	อยู่ในระหว่างการดำเนินการ

ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ มีการทำประกันภัยความเสี่ยงทรัพย์สินที่อาจจะเกิดขึ้นกับทรัพย์สินของบริษัท ได้แก่ สิ่งปลูกสร้างตัวอาคารโรงงาน และสำนักงาน (ไม่รวมฐานราก) รวมส่วนปรับปรุงต่อเติมอาคารและระบบสาธารณูปโภค ได้แก่ ระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบโทรศัพท์ และระบบสุขาภิบาล จำนวน 3 ฉบับ โดย 2 ฉบับแรก มีทุนประกันรวม 50.94 ล้านบาท ระยะเวลาเอาประกัน 1 ปี เริ่มวันที่ 31 ธันวาคม 2561 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2562 และอีกหนึ่งฉบับ มีทุนประกัน 20 ล้านบาท ระยะเวลาเอาประกัน 1 ปี เริ่มวันที่ 3 ธันวาคม 2561 ถึงวันที่ 3 ธันวาคม 2562 รวมเป็นทุนประกันทั้งสิ้น 70.94 ล้านบาท

## 2. นโยบายการลงทุนและการบริหารงานในบริษัทย่อย และบริษัทร่วม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ ไม่มีการลงทุนในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วม อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีนโยบายที่จะลงทุนในบริษัทที่มีวัตถุประสงค์ในการประกอบธุรกิจเช่นเดียวกับธุรกิจหลักของบริษัทหรือกิจการที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน หรือกิจการสนับสนุนกิจการของบริษัท อันจะทำให้บริษัทมีผลประโยชน์หรือผลกำไรเพิ่มมากขึ้นหรือลงทุนในธุรกิจที่เอื้อประโยชน์ (Synergy) ให้กับบริษัทโดยสามารถสนับสนุนการดำเนินธุรกิจหลักของบริษัทให้มีความครบวงจรมากขึ้น เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของบริษัท

กรณีที่บริษัทมีการลงทุนในบริษัทย่อยและหรือบริษัทร่วม บริษัทฯ มีนโยบายในการกำกับดูแลบริษัทย่อยและบริษัทร่วม โดยบริษัทฯ จะส่งกรรมการหรือผู้บริหารที่มีคุณสมบัติและประสบการณ์ที่เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจเพื่อเป็นตัวแทนในการบริหารกิจการของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมนั้นๆ เพื่อกำหนดนโยบายที่สำคัญและควบคุมการดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อย และ/หรือ บริษัทร่วมดังกล่าว ทั้งนี้ กรรมการซึ่งเป็นตัวแทนของบริษัทจะต้องทำหน้าที่ในการกำกับดูแลบริษัทย่อย และ/หรือ บริษัทร่วม ให้บริหารจัดการ หรือดำเนินงาน ต่างๆ ตามนโยบายที่บริษัทกำหนด รวมถึงจะต้องใช้ดุลยพินิจตามมติของที่ประชุมคณะกรรมการ และ/หรือ ที่ประชุมผู้ถือหุ้นที่อนุมัติในเรื่องที่สำคัญของบริษัทย่อยและ/หรือบริษัทร่วม เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่บริษัทและเพื่อการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนของบริษัท

## 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่อาจส่งผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น



## 6. ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท	บริษัท ซิก้า อินโนเวชั่น จำกัด (มหาชน)
ชื่อย่อ	ZIGA
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	999/9, 10, 11 หมู่ที่ 9 ต.ในคลองบางปลากด อ.พระสมุทรเจดีย์ จ. สมุทรปราการ 10290
ประเภทธุรกิจ	ผลิตและจำหน่ายเหล็กโครงสร้างประเภท Pre-zinc และท่อเหล็กร้อยสายไฟ
เลขทะเบียนบริษัท	0107559000265
โทรศัพท์	(662) 816 – 9315 – 6
โทรสาร	(662) 816 – 9315 – 6 ต่อ 444
เว็บไซต์บริษัท	<a href="http://www.ziga.co.th">http://www.ziga.co.th</a>
ทุนจดทะเบียน	260,000,000 บาท / 520,000,000 หุ้น (มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท)
ทุนชำระแล้ว	260,000,000 บาท / 520,000,000 หุ้น (มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท)
เลขานุการบริษัท	<ul style="list-style-type: none"> <li>คุณธนิดา เกรียงพานิช</li> <li>โทรศัพท์ (662) 816-9315 ต่อ 212</li> <li>อีเมล <a href="mailto:tanida@ziga.co.th">tanida@ziga.co.th</a></li> </ul>
นักลงทุนสัมพันธ์	<ul style="list-style-type: none"> <li>คุณธนิดา เกรียงพานิช</li> <li>โทรศัพท์ (662) 816-9315 ต่อ 212</li> <li>อีเมล <a href="mailto:ir@ziga.co.th">ir@ziga.co.th</a></li> </ul>

ชื่อ และสถานที่ตั้งของบุคคลอ้างอิงอื่นๆ

นายทะเบียนหลักทรัพย์

บริษัท	บริษัทศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เลขที่ 93 ชั้น 14 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400
โทรศัพท์	(662) 009 - 9999

ผู้สอบบัญชี

บริษัท	บริษัท ไพรซ์วอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส เอบีเอส จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	179/74-80 ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120
โทรศัพท์	(662) 344- 1000
โทรสาร	(662) 286 - 5050
เว็บไซต์บริษัท	<a href="http://www.pwc.com">http://www.pwc.com</a>