

## ส่วนที่ 1

### การประกอบธุรกิจ

#### 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

##### 1.1 ภาพรวมการประกอบธุรกิจ

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

บริษัทมองเห็นโอกาสในการใช้เหล็กชุบสังกะสีด้วยกระบวนการต่อเนื่องเพื่อใช้ทดแทนเหล็กที่ไม่ได้ผ่านการชุบในปี 2553 บริษัทจึงได้ก่อตั้ง บริษัท ซีเกา 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 ซีเกา อินโนเวชั่น จำกัด (มหาชน) โดยมีทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว 260.00 ล้านบาท

##### 1.2 วิสัยทัศน์ ภารกิจ เป้าหมาย และกลยุทธ์การดำเนินงาน

###### วิสัยทัศน์

“เพิ่มมูลค่าธุรกิจด้วยนวัตกรรม”

###### พันธกิจ

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

## ค่านิยมองค์กร

SMART  
มืออาชีพSPIRIT  
ใส่ใจENERGETIC  
ฉับไวSHARING  
แบ่งปัน

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

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

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

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

## 1.3 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนากิจการที่สำคัญ

- 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 Trust 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 ไดว่า 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
- ปี 2562
  - : เปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ของ ZIGA สีทาเหล็กกล้าไนซ์ และ ลวดเชื่อมไฟฟ้าเหล็กกล้าไนซ์
  - : เริ่มเปิดใช้โรงงานใหม่

#### 1.4 โครงสร้างกลุ่มบริษัท

เดิมผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทมีการถือหุ้นในบริษัท ชีก้า สตีล คอร์ปอเรชั่น จำกัด ซึ่งทำธุรกิจจำหน่ายเหล็กโครงสร้างประเภท Pre-zinc ของบริษัท ดังนั้นบริษัท ชีก้า สตีล คอร์ปอเรชั่น จำกัด จึงเป็นบริษัทภายใต้การควบคุมเดียวกันเนื่องจากมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ร่วมกัน

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

#### 1.5 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

กลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ได้มีการประกอบธุรกิจที่อาจมีความขัดแย้งกับกลุ่มบริษัทแต่อย่างใด อย่างไรก็ตามเพื่อเป็นการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ที่อาจจะเกิดขึ้นจากการที่ผู้ถือหุ้นใหญ่ ซึ่งได้แก่ คุณศุภกิจ งามจิตตเจริญ จะประกอบธุรกิจทับซ้อนกันกับบริษัท ผู้ถือหุ้นใหญ่อ้างอิงได้ทำสัญญากับบริษัทว่าจะไม่ประกอบธุรกิจประเภทเดียวกันกับบริษัท ซึ่งได้แก่ การประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายท่อร้อยสายไฟ เหล็กโครงสร้างและระบบก่อสร้างร้านค้าสำเร็จรูปแบบโมดูลาร์ รวมถึงธุรกิจอื่นของบริษัทในอนาคต รวมทั้งจะไม่กระทำการใดๆ อันเป็นการแข่งขันกับธุรกิจของบริษัท หรือเข้าเป็นหุ้นส่วนในบริษัท หรือห้างหุ้นส่วนสามัญ หรือเป็นหุ้นส่วนแบบไม่จำกัดความรับผิดในห้างหุ้นส่วนจำกัด หรือเป็นกรรมการหรือรับจ้างหรือเป็นผู้มีอำนาจควบคุมในกิจการใดที่ประกอบกิจการอันมีสภาพอย่างเดียวกัน และเป็นการแข่งขันกับกิจการของบริษัท ไม่ว่าจะทำเพื่อประโยชน์ตนหรือประโยชน์ผู้อื่น โดยหากผู้ถือหุ้นใหญ่เห็นโอกาสทางธุรกิจดังกล่าวในอนาคตจะพิจารณาให้บริษัทเป็นผู้ประกอบกิจการนั้นๆ ซึ่งสัญญานี้มีผลผูกพันจนกว่าผู้ถือหุ้นใหญ่รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องตามนิยามของประกาศคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ที่ กจ.17/2551 จะถือหุ้นรวมกันต่ำกว่าร้อยละ 10 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้วของบริษัท และไม่มีท่านใดดำรงตำแหน่งเป็นผู้บริหารหรือกรรมการของบริษัท

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### 2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัท ชีก้า 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 เหล็กฟรุ่น (Sponge iron)

ผู้ประกอบการในประเทศไทย: ไม่มีผู้ผลิตในประเทศไทย



#### อุตสาหกรรมเหล็กขั้นกลาง:

กระบวนการ: เป็นการนำเหล็กถลุงรวมถึงเศษเหล็กไปหลอมปรับปรุงคุณสมบัติและส่วนผสมทางเคมีให้เป็น เหล็กกล้า (Steel) แล้วนำมาหล่อให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่สำเร็จรูป

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)

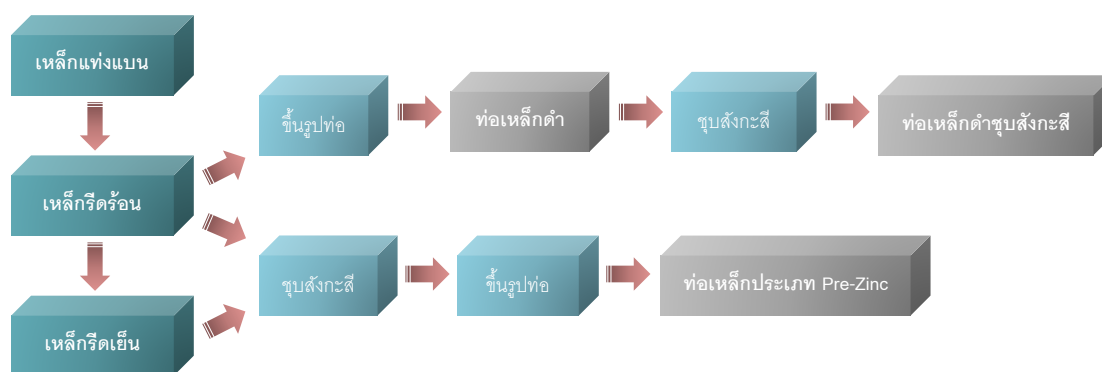
ผลิตภัณฑ์ที่ได้: เหล็กแผ่นรีดร้อนชนิดม้วน เหล็กเส้น เหล็กโครงสร้างรูปพรรณ เป็นต้น

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 โดยการใช้เหล็กม้วนกลวงไนซ์ ซึ่งผลิตจากเหล็กรีดร้อนหรือเย็นที่ผ่านการชุบเคลือบสังกะสีแบบจุ่มร้อนด้วยกระบวนการต่อเนื่อง (continuous hot dip galvanizing) ตามมาตรฐาน มอก.50-2548 วิธีนี้เป็นการเคลือบสังกะสีตั้งแต่ยังเป็นม้วนเหล็ก ทำให้สามารถควบคุมความหนาของสังกะสีให้มีความต่อเนื่องทั่วถึงและสม่ำเสมอ



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”

โดยโครงสร้างรายได้ของบริษัท แบ่งตามลักษณะผลิตภัณฑ์ มีดังต่อไปนี้

โครงสร้างรายได้	2560		2561		2562	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
1. เหล็กโครงสร้าง ZIGA	787.19	89.23	747.99	88.93	650.97	85.64
2. ท่อเหล็กร้อยสายไฟ DAIWA	95.05	10.77	90.08	10.71	109.20	14.36
3. รายได้จากการขายอื่น <sup>1)</sup>	-	-	3.07	0.36	-	-
<b>รวมรายได้จากการขาย</b>	<b>882.24</b>	<b>100.00</b>	<b>841.14</b>	<b>100.00</b>	<b>760.17</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ: 1) รายได้จากการขายอื่น เช่น ร้านค้าสำเร็จรูปแบบโมดูลาร์ เป็นต้น

## 1. ผลิตภัณฑ์เหล็กโครงสร้างประเภท Pre-zinc

ในปี 2560 ปี 2561 และปี 2562 บริษัทมีรายได้จากการจำหน่ายเหล็กโครงสร้างประเภท Pre-zinc ภายใต้ตราสินค้าซิก้า (ZIGA) เท่ากับ 787.19 ล้านบาท, 747.99 ล้านบาท และ 650.97 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 89.23, 88.93 และ 85.64 ของรายได้จากการขายรวมตามลำดับ

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

นอกจากความแตกต่างของสินค้าแล้ว บริษัทยังมีการควบคุมคุณภาพอย่างเข้มงวด บริษัทมีการวางระบบในการควบคุมคุณภาพเป็นอย่างดี เนื่องจากบริษัทใช้ระบบการควบคุมการผลิตเหล็กโครงสร้างเช่นเดียวกันกับการควบคุมการผลิตท่อร้อยสายไฟซึ่งได้รับทั้งมาตรฐานมอก. และ UL

บริษัทได้เริ่มผลิตและจำหน่ายเหล็กโครงสร้างในปี 2554 โดยเริ่มจากเหล็กโครงสร้างแบบทอกลม โดยสามารถผลิตได้ขนาดตั้งแต่ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง ½ นิ้วจนถึงเส้นผ่าศูนย์กลาง 5 นิ้ว ต่อมาบริษัทมีการผลิตเหล็กโครงสร้างแบบท่อเหลี่ยมและรูปตัวซี โดยเหล็กแบบท่อเหลี่ยมนิยมใช้กับงานโครงหลังคาเหล็กหรือคานเหล็ก ส่วนเหล็กรูปตัวซีนิยมใช้ในการทำแปหลังคา อย่างไรก็ตามเหล็กทั้ง 2 ประเภทสามารถประยุกต์ใช้งานโครงสร้างต่างๆ ได้อย่างหลากหลาย 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	เหมาะสำหรับงานที่ต้องรับน้ำหนัก เช่น ราวบันได รั้ว เป็นต้น
	ปานกลาง	½ - 4 นิ้ว	เหมาะกับการรับน้ำหนักพอสมควร เช่น เติ้นท์ นั่งร้าน เฟอร์นิเจอร์ต่างๆ เป็นต้น
	หนา	½ - 5 นิ้ว	เหมาะกับการใช้งานโครงสร้างที่ต้องการความแข็งแรงเป็นพิเศษ หรือต้องทนทานต่อแรงดัน เช่น คอกเลี้ยงสัตว์ ท่อน้ำ โรงเพาะชำ เป็นต้น

## งานเฟอร์นิเจอร์เหล็ก



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



โรงเพาะชำ

เต็นท์

**งานทั่วไป** นอกจากงานเฟอร์นิเจอร์และงานโครงสร้างแล้ว เหล็กโครงสร้างของบริษัทสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อีกมากมาย เช่น รั้ว กรง ราวตากผ้า เป็นต้น



## 2. ผลิตและจำหน่ายท่อเหล็กร้อยสายไฟประเภท Pre-zinc

ในปี 2560 ปี 2561 และปี 2562 บริษัทมีรายได้จากการจำหน่ายท่อเหล็กสำหรับร้อยสายไฟประเภท Pre-zinc เท่ากับ 95.05 ล้านบาท, 90.09 ล้านบาท และ 109.20 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 10.77, 10.71 และ 14.36 ของรายได้จากการขายรวมตามลำดับ

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





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

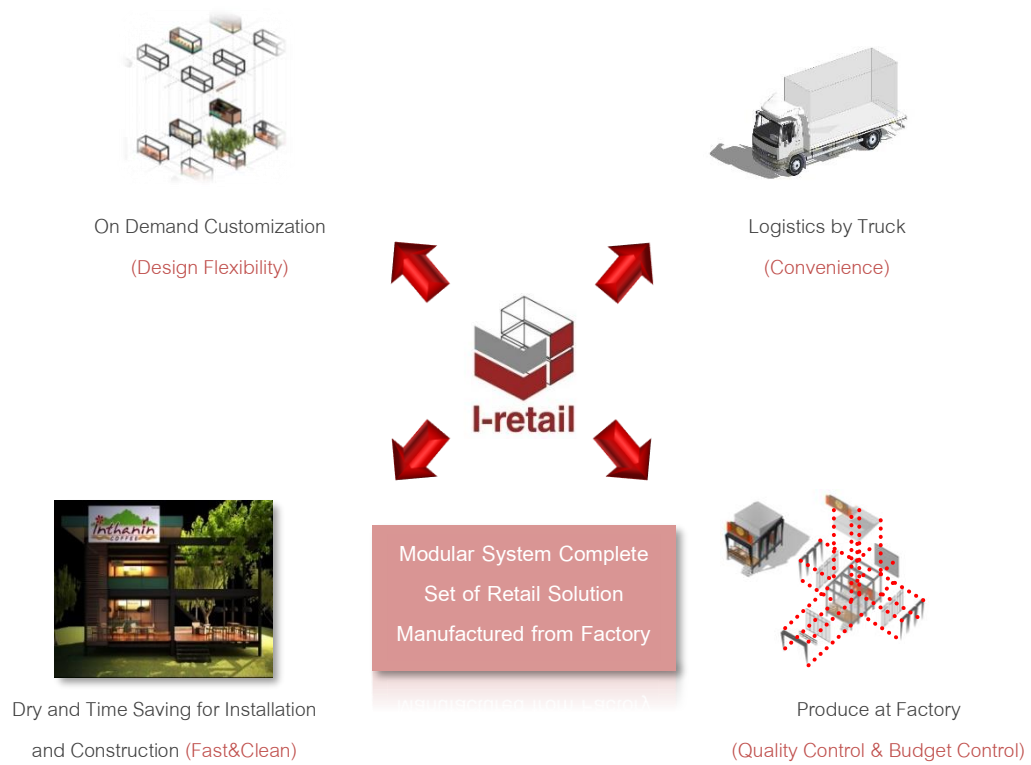


### 3. รายได้จากการขายอื่น

นอกจากสินค้าหลักทั้ง 2 ประเภทแล้ว บริษัทยังมีรายได้จากการจำหน่ายร้านค้าสำเร็จรูปแบบโมดูลาร์ ดังนี้

#### ร้านค้าสำเร็จรูปแบบโมดูลาร์

เป็นนวัตกรรมของบริษัทที่เกิดจากความมุ่งมั่นที่จะช่วยสนับสนุนการทำธุรกิจของลูกค้า บริษัทพบว่าการก่อสร้างร้านค้าประสบปัญหาเรื่องระยะเวลาในการก่อสร้างที่ไม่สามารถควบคุมให้เสร็จตามกำหนดเวลาเนื่องด้วยปัจจัยด้านแรงงานและสภาพแวดล้อม เช่น ขาดแรงงานมีฝีมือ ฝนตกทำให้ไม่สามารถทำการก่อสร้างได้ เป็นต้น ร้านค้าสำเร็จรูปแบบโมดูลาร์เป็นการสร้างร้านค้าในโรงงานโดยการแบ่งการสร้างโครงสร้างเป็นส่วนๆ แล้วนำไปประกอบเป็นร้านค้าที่หน้างาน ร้านค้าสำเร็จรูปแบบโมดูลาร์นี้สามารถควบคุมเวลาและคุณภาพในการสร้างได้เนื่องด้วยการผลิตส่วนใหญ่อยู่ในโรงงานซึ่งไม่มีปัญหาเรื่องสภาพแวดล้อม อีกทั้งยังสามารถควบคุมคุณภาพในการผลิตได้ นอกจากนี้ยังสามารถลดเวลาในการก่อสร้างได้อีกด้วย โครงการนี้ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ในโครงการสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมไทย (Industrial Technology Assistance Program : ITAP) และได้รับความร่วมมือจากคณาจารย์และทีมนักวิจัยผู้มีความเชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรมจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีในการพัฒนาผลิตภัณฑ์



## 2.2 การตลาดและการแข่งขัน

### 2.2.1 กลยุทธ์การตลาด

เนื่องด้วยเหล็กมีส่วนสำคัญในการสร้างเครื่องมือ เครื่องใช้ รวมถึงที่อยู่อาศัยในชีวิตประจำวัน อุตสาหกรรมเหล็กจึงเป็นอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่และมีผู้ประกอบการอยู่ในตลาดนี้มากมาย เพื่อให้บริษัทมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดนี้ บริษัทมีการใช้ประโยชน์ที่มีการส่งเสริมมาอย่างยาวนานควบคู่ไปกับความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาและนำเสนอสินค้าและบริการที่เป็นนวัตกรรม ภายใต้กลยุทธ์เหล่านี้

#### การสร้างตราสินค้า

เพื่อสร้างความแตกต่างระหว่างสินค้าของบริษัทกับสินค้าของคู่แข่ง บริษัทจึงมีการสร้างตราสินค้าให้ผู้บริโภคจดจำ โดยบริษัทได้มุ่งเน้นการโฆษณาสินค้าแต่มุ่งเน้นที่การสร้างสินค้าที่มีความแตกต่างและรักษาคุณภาพของสินค้าให้มีความสม่ำเสมอ โดยมีการวางภาพลักษณ์ของสินค้าไว้อย่างชัดเจนว่าเป็นสินค้าทดแทนสำหรับการใช้งานโครงสร้างทั่วไปด้วยสโกลแกน “ท่อเหล็กซิก้า ทางเลือกใหม่ของช่างมืออาชีพ” ส่วนท่อร้อยสายไฟยี่ห้อว่า บริษัทมุ่งเน้นด้านความปลอดภัยด้วยสโกลแกน “สายไฟปลอดภัยเลือกใช้ได้ว้า”

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)	สำนักงานมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (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)	สำนักงานมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.)
มอก. 276 - 2532	ท่อเหล็กกล้า	สำนักงานมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.)
มอก. 277 - 2532	ท่อเหล็กกล้าอบสังกะสี	สำนักงานมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.)
มอก. 1228 - 2549	เหล็กโครงสร้างรูปพรรณขึ้นรูปเย็น	สำนักงานมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.)
มอก. 107 - 2533	เหล็กโครงสร้างรูปพรรณกลวง	สำนักงานมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.)

มาตรฐาน Underwriters Laboratories(UL) เป็นมาตรฐานขององค์กรอิสระที่จัดทำมาตรฐานและรับรองความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ มาตรฐานนี้ได้รับการยอมรับในระดับสากลจึงทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองได้รับการเชื่อถือทั้งในและต่างประเทศซึ่งในประเทศไทยมีผู้ผลิตท่อเหล็กร้อยสายไฟเพียงไม่กี่รายที่ได้รับการรับรองนี้

นอกจากนี้บริษัทยังได้รับการรับรองมาตรฐานระบบการบริหารงานคุณภาพ ISO 9001:2015 จาก AJA ซึ่งรับรองระบบงาน “เหล็กโครงสร้างรูปพรรณอาบสังกะสี, ท่อเหล็กกล้าเคลือบสังกะสีสำหรับใช้ร้อยสายไฟและเหล็กแผ่นรีดเย็นเคลือบสังกะสีโดยกรรมวิธีจุ่มร้อน (ทั้งแบบแผ่นและม้วน) (ไม่รวมการออกแบบ)” เพื่อให้มีระบบการทำงานที่มีคุณภาพ อันจะทำให้สามารถรักษาคุณภาพของสินค้าได้อย่างต่อเนื่อง การให้ความสำคัญกับการควบคุมคุณภาพเช่นนี้ ทำให้ลูกค้าสามารถมั่นใจได้ว่าจะได้รับสินค้าที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน

### การวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

บริษัทให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาตั้งเห็นได้จากวิสัยทัศน์ของบริษัทที่ว่า “เพิ่มมูลค่าธุรกิจด้วยนวัตกรรม” ภายใต้แนวคิดที่ว่าสินค้าและบริการรวมถึงกระบวนการทำงานจะต้องบรรลุถึงสิ่งที่ดีกว่าเสมอ (“Better, Cheaper, Faster”) ด้วยเชื่อว่านวัตกรรมสามารถส่งเสริมให้บริษัทเติบโตได้อย่างยั่งยืน โดยบริษัทมีส่วนงาน business development เพื่อศึกษาตลาดหาช่องทางทำธุรกิจใหม่หรือช่องทางขยายใหม่ๆ แล้วจึงนำผลการศึกษานั้นมาพัฒนาสินค้าภายในบริษัทเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด

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

### การรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า

บริษัทประกอบธุรกิจในอุตสาหกรรมเหล็กมานานกว่า 19 ปี จึงมีความรู้ ความเข้าใจในความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี ลูกค้าหลักของบริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายที่นำสินค้าไปจำหน่ายต่อไปยังร้านค้าปลีกหรือผู้ใช้งาน ดังนั้นการร่วมมือกันจะได้รับประโยชน์ทั้งสองฝ่าย คือ ฝ่ายบริษัทได้รับข้อมูลความต้องการของผู้ใช้งานเพื่อนำมาพัฒนาสินค้า ส่วนทางลูกค้าจะได้รับสินค้าที่ตรงความต้องการของผู้ใช้งาน ลูกค้าจึงสามารถจำหน่ายสินค้าได้ การร่วมมือเช่นนี้ทำให้บริษัทและลูกค้าสามารถโตร่วมกันได้อย่างยั่งยืน บริษัทจึงมีการสื่อสารกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีระหว่างกัน

นอกจากนี้ บริษัทยังเน้นการบริการที่ดีเพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ โดยการแจ้งสินค้าที่สามารถจัดส่งได้อย่างถูกต้องเพื่อให้ลูกค้าสามารถวางแผนการนำไปจำหน่ายต่อไปได้ มีการให้ข้อมูลสินค้าที่ถูกต้อง มีการให้ความรู้เรื่องการใช้งานของสินค้าชนิดต่างๆ เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจในการดำเนินธุรกิจร่วมกันกับบริษัท บริษัทจึงไม่เน้นการจำหน่ายสินค้าไปยังผู้ใช้งานโดยตรงเพื่อเป็นการไม่กระทบกิจการแข่งขันกับลูกค้าของบริษัท นอกจากนี้บริษัทยังรักษาคุณภาพของสินค้าเสมอ มีการตอบสนองอย่างรวดเร็วเมื่อเกิดปัญหา และส่งสินค้าตามเวลาที่ได้แจ้งกับลูกค้าไว้ ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในการทำธุรกิจกับบริษัท

### การมีระบบจัดการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

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

### ความเชี่ยวชาญในสินค้า

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

และคำแนะนำในการใช้งานแก่ลูกค้าและผู้ใช้งานมากกว่าคู่แข่งที่ได้มีการมุ่งเน้นการให้ความรู้หรือคำแนะนำในการใช้งานในสินค้ากลุ่มนี้มากนัก

นอกจากนี้บริษัทยังมีความได้เปรียบคู่แข่งที่นำเข้าจากต่างประเทศ เนื่องจากการผลิตสินค้าเองและมีความรู้ในตัวสินค้า ทำให้สามารถปรับเปลี่ยนการผลิตได้ตามความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว รวมถึงสามารถให้คำแนะนำในการใช้งานกับลูกค้าได้อย่างใกล้ชิด ในขณะที่การนำเข้าจากต่างประเทศจะต้องมีการส่งล่วงหน้าเป็นเวลานาน 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) ลูกค้ากลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีผู้ใช้ผู้ใช้งานโดยตรง โดยมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 81 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

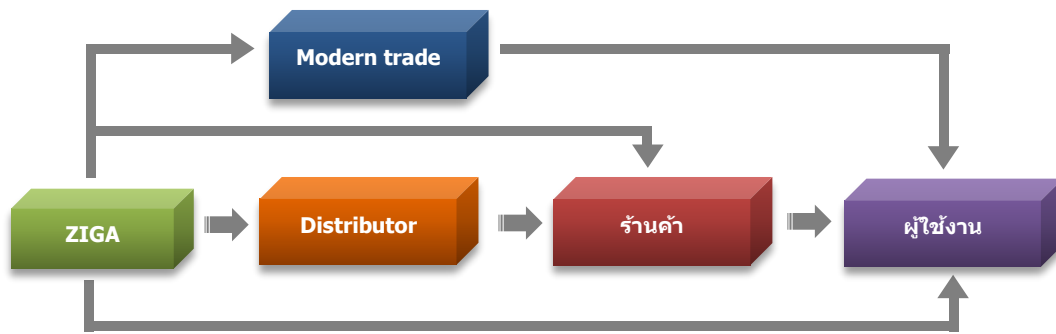
3. ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (modern trade) ร้านค้าปลีกสมัยใหม่เป็นร้านที่มีขนาดใหญ่ มีเครือข่ายจำนวนมากทั่วประเทศ และมีระบบบริหารจัดการที่ดี มีสินค้าให้เลือกหลากหลายประเภทและหลากหลายตราสินค้า บริษัทมีการจำหน่ายสินค้าในร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลายร้าน ร้านค้าปลีกสมัยใหม่เหล่านี้จะสั่งซื้อสินค้าสำหรับสาขาที่มีความต้องการสินค้า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

2. ลูกค้าขายปลีก (retailer) ลูกค้ากลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มาซื้อสินค้าโดยตรงที่บริษัท โดยมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 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 ผู้รับเหมาเหล่านี้จะซื้อสินค้าของบริษัทไปเพื่อนำไปผลิตตามที่ได้มีการว่าจ้างมา

นอกจากนี้ผู้ใช้งานตามบ้านยังอาจซื้อสินค้าของบริษัทเพื่อนำไปประดิษฐ์สิ่งของเพื่อใช้เอง เช่น แก้วอี รวตากผ้า เป็นต้น



แผนภาพแสดงความสัมพันธ์ของกลุ่มลูกค้าบริษัท

### ท่อเหล็กร้อยสายไฟประเภท Pre-zinc

บริษัทแบ่งกลุ่มลูกค้าของบริษัทออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1.ลูกค้าขายส่ง (wholesaler) ลูกค้ากลุ่มนี้มักเป็นผู้รับเหมา (contractor) ซึ่งซื้อท่อเหล็กร้อยสายไฟสำหรับงานใช้ในงานโครงการทั้งโครงการ โดยมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 50 - 98 ของรายได้จากท่อเหล็กร้อยสายไฟ ลูกค้ากลุ่มนี้มี 2 ประเภท คือ

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

2.ร้านค้าที่ขายสินค้าให้ผู้รับเหมา ร้านค้ากลุ่มนี้จะเน้นการขายสินค้าให้กับผู้รับเหมาที่ทำงานขนาดใหญ่จึงมักจะซื้อจากร้านค้า ด้วยว่าในโครงการหนึ่งๆมีรายการสินค้าที่จะต้องซื้อหลายชนิด ร้านค้าเหล่านี้เป็นผู้เสนอสินค้าที่อยู่ในทะเบียนผู้ค้าชนิดต่างๆให้แก่ผู้รับเหมา ทำให้ผู้รับเหมาไม่จำเป็นต้องเสียเวลาติดต่อหาสินค้าทีละชนิด ช่วยให้มีความสะดวกในการติดต่อประสานงาน

2.ลูกค้ากลุ่มขายปลีก (retailer) ลูกค้ากลุ่มนี้โดยมากจะเป็นร้านค้าทั่วไปที่ขายอุปกรณ์ไฟฟ้าทั่วไป โดยมากแล้วบริษัทจะเน้นร้านค้าที่มีศักยภาพ เช่น มีทีมงานขายและมีคลังสินค้ารองรับ เป็นต้น อย่างไรก็ตามบริษัทมีการจำหน่ายให้ร้านค้าปลีกที่มีสาขา เพื่อเป็นช่องทางในการกระจายสินค้า ลูกค้าของร้านขายปลีกมักเป็นผู้รับเหมารายย่อยที่รับงานเดินสายไฟตามบ้านหรือเป็นช่างรับซ่อมงานไฟฟ้า

### 2.2.3 การจัดจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

#### เหล็กโครงสร้างประเภท Pre-zinc

บริษัทแบ่งช่องทางการจำหน่ายของบริษัทออกเป็น 3 ช่องทาง ดังนี้

1.จำหน่ายตรง บริษัทมีฝ่ายขายเข้าไปนำเสนอสินค้าให้แก่ตัวแทนจำหน่ายและร้านค้าปลีกสมัยใหม่เพื่อเป็นช่องทางในการจำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้ใช้งานหรือร้านค้าปลีกต่อไป โดยบริษัทจะเลือกนำเสนอสินค้าให้แก่ตัวแทนจำหน่ายหรือร้านค้าที่มีศักยภาพเพื่อที่จะเป็นคู่ค้าที่ส่งเสริมกันต่อไป ในกรณีที่ลูกค้าติดต่อซื้อสินค้าโดยตรงกับบริษัท ฝ่ายขายก็จะทำหน้าที่ในการนำเสนอและขายสินค้าให้แก่ลูกค้าด้วย

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

3.ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (modern trade) เป็นร้านค้าขนาดใหญ่ที่มีอุปกรณ์ก่อสร้างครบทุกประเภทเพื่อให้ลูกค้าที่มาซื้อสินค้าสามารถซื้อทุกอย่างได้ในที่เดียว ร้านค้าปลีกสมัยใหม่บางแห่งมีสินค้าอุปโภค บริโภคจำหน่ายด้วย ลูกค้าเป็นได้ทั้งผู้รับเหมาที่มาซื้อสินค้าเพื่อให้ได้สินค้าที่ต้องการได้ในที่เดียว หรือเป็นผู้ใช้งานทั่วไปที่ซื้อไปใช้งานเอง

## ท่อเหล็กร้อยสายไฟประเภท Pre-zinc

บริษัทแบ่งช่องทางการจำหน่ายของบริษัทออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1.จำหน่ายตรง บริษัทมีฝ่ายขายที่ทำหน้าที่เสนอสินค้าให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยมีกลุ่มหลักดังนี้

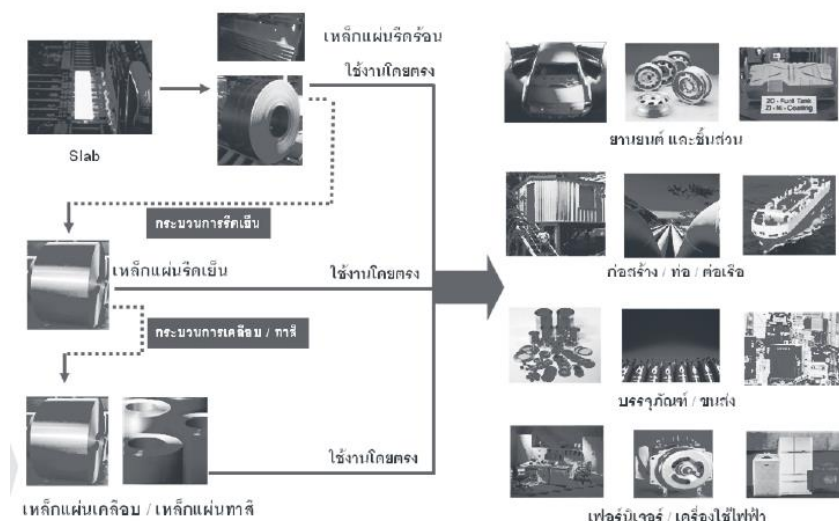
**ผู้ออกแบบโครงการ** ฝ่ายขายเข้าไปนำเสนอสินค้ากับผู้ออกแบบงานโครงการ เช่น โครงการคอนโด โครงการอาคารต่างๆ เป็นต้น เพื่อให้สินค้าของบริษัทเป็นที่รู้จักและได้ขึ้นทะเบียนผู้ค้า (vendor list) เนื่องด้วยผู้รับเหมาของโครงการจะต้องซื้อสินค้าที่มีคุณสมบัติและตราสินค้าตามที่ระบุอยู่ในทะเบียนผู้ค้าเท่านั้น

**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 ซึ่งดำเนินงานโดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

## ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน



ภาพจากสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

โครงสร้างอุตสาหกรรมเหล็กแบ่งได้เป็น 3 ชั้นคือ อุตสาหกรรมเหล็กขั้นต้น ขั้นกลางและขั้นปลาย โดยสินค้าของบริษัทอยู่ในอุตสาหกรรมเหล็กขั้นปลาย



## อุตสาหกรรมเหล็กชั้นปลาย

เป็นขั้นตอนการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากอุตสาหกรรมเหล็กชั้นกลาง โดยผ่านกระบวนการต่างๆ ได้แก่ การรีดร้อน การรีดเย็น การหล่อ หรือการตีขึ้นรูป โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้จากขั้นตอนนี้จะนำไปใช้เป็นวัตถุดิบให้แก่อุตสาหกรรมเหล็กต่อเนื่องต่างๆ

อุตสาหกรรมเหล็กในประเทศไทยส่วนใหญ่ อยู่ในอุตสาหกรรมเหล็กชั้นปลาย 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

ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ไทยมีการใช้มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดกับประเทศคู่ค้าโดยการเพิ่มภาษีนำเข้าในสินค้าผลิตภัณฑ์เหล็กในหลากหลายประเภท ยกตัวอย่างเช่น เหล็กกล้าไร้สนิมรีดเย็น, เหล็กแผ่นรีดร้อน, เหล็กแผ่นรีดเย็นชุบหรือเคลือบ, และเหล็กหลอดคาร์บอนสูง เป็นต้น เพื่อเป็นการปกป้องผู้ประกอบการผลิตเหล็กไทยจากการไหลทะลักเข้าของผลิตภัณฑ์เหล็กเหล่านี้ แต่มาตรการการ AD/CVD อาจยังมีช่องโหว่ในการหลบเลี่ยง (circumvention) เพื่อนำเข้าสินค้าจากประเทศคู่ค้า ยิ่งเมื่อมีสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีนปะทุขึ้น ผลิตภัณฑ์เหล็กเป็นสินค้าอีกประเภทหนึ่งที่มีโอกาสที่จะถูกนำเข้าจากจีนสู่ไทยมากขึ้น เนื่องจากสหรัฐฯ ได้ตั้งกำแพงภาษีผลิตภัณฑ์เหล็กจากจีนเพิ่มขึ้นอีกราว 25%-50% จากอัตราภาษีนำเข้าปกติ ทำให้การส่งออกเหล็กจากจีนไปยังสหรัฐฯ มีแนวโน้มลดลง ซึ่งเหล็กที่ไม่สามารถส่งออกไปยังสหรัฐฯ เหล่านี้ก็มีโอกาสที่จะไหลเข้าสู่ไทยเนื่องจากการทุ่มตลาดและ/หรือการอุดหนุนทำให้ราคาขายเหล็กบวกกับค่าขนส่งเหล็กยังสามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์เหล็กที่ผลิตหรือแปรรูปในไทยได้

Steel Pipe/Tube กรณีของเวียดนาม ในช่วง 2012-2014 หรือ 3 ปีก่อนที่ไทยใช้มาตรการ AD กับจีน เวียดนามนำเข้า Steel Pipe/Tube เฉลี่ยราว 15,500 ตัน/ปี และส่งออกมาที่ไทยเฉลี่ยราว 6,500 ตัน/ปี แต่หลังจากมีมาตรการ AD เวียดนามนำเข้า Steel Pipe/Tube จากจีนเฉลี่ยราว 39,500 ตัน/ปี (2015-2018) และส่งออกมาที่ไทยเฉลี่ยราว 136,750 ตัน/ปี เนื่องจากเวียดนามมีการผลิตผลิตภัณฑ์ Steel Pipe/Tube ภายในประเทศจึงมีการส่งออกมายังไทยสูงกว่าปริมาณที่นำเข้าจากจีน ส่วนต่างที่เพิ่มขึ้นระหว่างปริมาณผลิตภัณฑ์ Steel Pipe/Tube ที่เวียดนามนำเข้าจากจีนก่อนและหลังมีมาตรการ AD จึงมีแนวโน้มว่าจะถูก transshipment circumvention เฉลี่ยราว 24,000 ตัน/ปี



ที่มา : การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของ Trade Map



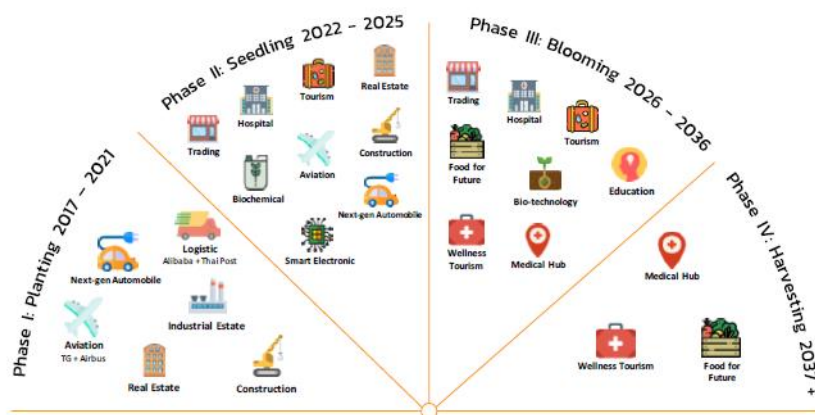
การบังคับใช้มาตรการ AC จะส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เหล็กทรงแบนภายในประเทศ ขณะที่ผู้ค้าเหล็กและผู้บริโภคเหล็กมีโอกาสได้รับผลลบ เนื่องจากผลิตภัณฑ์เหล็กทรงแบนที่ถูกทำ circumvention ไม่สามารถนำเข้าได้ บริษัทหรือผู้บริโภคที่ต้องการใช้เหล็กจึงจำเป็นต้องหาผลิตภัณฑ์ภายในประเทศเพื่อทดแทน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตเหล็กทรงแบนภายในประเทศ ในทางตรงกันข้าม ผู้ค้าเหล็ก (Steel trader) ที่เคยนำเข้าสินค้าที่มีการทำ circumvention มีโอกาสที่จะได้รับผลลบจากราคาผลิตภัณฑ์เหล็กที่อาจเพิ่มขึ้น บริษัทวางแผนเตรียมการบริหารคงคลังให้เหมาะสมกับความผันผวนของราคาเหล็ก ซึ่งส่งผลกระทบต่อกำไรโดยตรง และมองว่าหากมีการบังคับใช้มาตรการ AC จะส่งผลกระทบต่อบริษัท

อย่างไรก็ดี การเร่งลงทุนโครงสร้างพื้นฐานภาครัฐ โดยเฉพาะการผลักดันโครงการระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) จะช่วยยกระดับศักยภาพธุรกิจไทยในระยะยาว และกระตุ้นเศรษฐกิจในปี 2563 เนื่องจากแผนงบประมาณ

- การลงทุนในระบบโครงสร้างพื้นฐานและโครงการลงทุนขนาดใหญ่ (Mega projects) ของภาครัฐช่วยกระตุ้นธุรกิจ/อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยโครงการรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายที่สามารถเชื่อมต่อระยะทางจากพื้นที่ย่านธุรกิจสู่พื้นที่รอบนอกได้อย่างครอบคลุมมากขึ้น ทั้งโครงการรถไฟฟ้า BTS รถไฟฟ้า MRT และรถไฟฟ้าชานเมือง (Commuter rail) คาดว่าจะดึงดูดการลงทุนของกลุ่มผู้ประกอบการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ และธุรกิจค้าปลีกในบริเวณพื้นที่โดยรอบ ขณะเดียวกัน โครงการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridors: EEC) มีการพัฒนาระบบโลจิสติกส์เชื่อมโยงการขนส่งทั้งทางบก (รถไฟฟ้าความเร็วสูงเชื่อมระหว่างสนามบินสุวรรณภูมิ - ดอนเมือง - อุตะมา) ทางอากาศ (สนามบินอุตะมาและเมืองการบินภาคตะวันออก) และทางทะเล (ท่าเรือน้ำลึก มาบตาพุด แหลมฉบัง และสัตหีบ) อย่างครบวงจร ทั้งนี้ โครงข่ายคมนาคมดังกล่าวจะเชื่อมโยงสู่ภูมิภาคอื่นๆ และประเทศเพื่อนบ้านในลักษณะของ Multimodal Transport ซึ่งจะเหนี่ยวนำให้เกิดการลงทุนในธุรกิจอื่นของภาคเอกชนตามมา (Crowding-in effects) อาทิ ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ค้าปลีก และก่อสร้าง เป็นต้น

- คาดว่า EEC จะเข้ามาช่วยกระตุ้นการลงทุนรอบใหม่และผลักดันอุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี จากการพัฒนาพื้นที่นำร่องครอบคลุม 3 จังหวัดยุทธศาสตร์ได้แก่ ระยอง ชลบุรี และฉะเชิงเทรา เพื่อรองรับการลงทุนในกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายตามนโยบายภาครัฐ โดยองค์ประกอบสำคัญที่จะดึงดูดการลงทุนใน EEC ประกอบด้วยเสาหลัก 3 ด้าน ได้แก่ 1) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ได้แก่ การพัฒนาโครงข่ายคมนาคมที่ครบวงจร คาดว่าการลงทุนก่อสร้างโครงการขนาดใหญ่จะเริ่มดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรมในช่วงปี 2564-2565 2) มาตรการจูงใจ (Incentives) ทั้งด้านภาษีและไม่ใช่ภาษีเพื่อเอื้อประโยชน์แก่นักลงทุน และ 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) เป็นการจัดตั้งเขตส่งเสริมพิเศษต่างๆ (เขตนวัตกรรมระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (the Eastern Economic Corridor of Innovation: EECi) เมืองการบินภาคตะวันออก (Aerotropolis: EECa) และเขตส่งเสริมอุตสาหกรรมและนวัตกรรมดิจิทัล (Digital Park Thailand: EECd) ปัจจุบันถือเป็นโอกาสที่เอื้อต่อการลงทุนในภาคธุรกิจจะแตกต่างกันตามช่วงเวลา โดยระยะแรกจะเป็นโอกาสของธุรกิจก่อสร้าง โลจิสติกส์ อสังหาริมทรัพย์ ขณะที่ภาคการผลิตที่ใช้เทคโนโลยีจะเริ่มจากกลุ่มที่มีฐานอยู่แล้ว ได้แก่ ยานยนต์สมัยใหม่ การบิน อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ ธุรกิจเชื้อเพลิงและเคมีชีวภาพ แปรรูปอาหาร ก่อนจะมุ่งสู่ธุรกิจเทคโนโลยีชีวภาพและการแพทย์ครบวงจร เมื่อ EEC พัฒนาอย่างเต็มรูปแบบ

Business Opportunities from EEC Implication



การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบต่างๆ ของทางการที่อาจมีผลต่อภาคอุตสาหกรรม

➤ ด้านเสถียรภาพ

- การปรับเกณฑ์ภาคอสังหาริมทรัพย์ ได้แก่ 1) เกณฑ์กำกับดูแลสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย โดยให้ธนาคารพาณิชย์ลดสัดส่วนเงินให้สินเชื่อต่อมูลค่าหลักประกัน (Loan to Value; LTV) สำหรับที่อยู่อาศัยหลังที่ 2 ขึ้นไป (กรณีผ่อนหลังแรกยังไม่หมด) หรือที่อยู่อาศัยราคา 10 ล้านบาทขึ้นไป และลดสัดส่วนเงินให้สินเชื่อรวม (สินเชื่อ Top-up รวมสินเชื่อที่อยู่อาศัย) ต่อมูลค่าหลักประกันไม่เกินเพดานที่กำหนด (มีผล เม.ย. 2562) เพื่อลดการเก็งกำไรในภาคอสังหาฯ และความไม่แน่นอนของมูลค่าหลักประกันในอนาคต และ 2) พรบ. ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง (มีผล ม.ค. 2563) เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ที่ดิน อาจเพิ่มภาระภาษีแก่ผู้ประกอบการที่มีอุปทานคงค้างมาก โดยเฉพาะคอนโดมิเนียมสร้างเสร็จจะถูกเก็บภาษีหากจำหน่ายไม่หมดภายใน 3 ปี นับจากวันที่ พรบ. มีผลบังคับใช้
- การปฏิรูประบบสถาบันการเงินและกฎระเบียบทางการเงิน เพื่อให้สถาบันการเงินพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงของโลก และความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ได้แก่
  - 1) แผนแม่บทสถาบันการเงินระยะที่ 3 (2559-2563) และปรับเกณฑ์การจดทะเบียนตามความเสี่ยงในธุรกิจหลักทรัพย์
  - 2) การให้มาตรฐานบัญชีใหม่ (IFRS 9) (มีผลเดือนมกราคม 2563)
  - 3) กฎระเบียบที่กระตุ้นให้เกิดการแข่งขันในภาคการเงิน อาทิ พ.ร.บ. หลักทรัพย์ใหม่ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2562)
  - 4) การปรับเกณฑ์การให้สินเชื่อแก่ภาคธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยผู้ประกอบการ SMEs ต้องยื่นบัญชีชุดเดียวกับที่กรมสรรพากร (มีผลปี 2562) ซึ่งจะเอื้อให้ธุรกิจ SMEs ที่มีผลประกอบการดีเข้าถึงแหล่งเงินทุนในการต่อยอดธุรกิจได้มากขึ้น

คาดการณ์ความต้องการใช้เหล็กของไทยปี 2563 อยู่ที่ประมาณ 18.6 – 19 ล้านตัน ขยายตัวขึ้นเล็กน้อย ร้อยละ 0.7 โดยมีปัจจัยหนุนจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมก่อสร้าง การลงทุนโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐโครงการรถไฟฟ้าในกรุงเทพฯ และปริมณฑล และแนวโน้มการลงทุนในภาคอสังหาริมทรัพย์ และการลงทุนในพื้นที่เขตระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ไทยแลนด์ 4.0 จากการที่ร่าง พ.ร.บ. ระบายประจำปีงบประมาณ 2563 ที่คาดว่าจะผ่านการพิจารณาและสามารถเบิกจ่ายได้ รวมทั้งขยายตัวในกลุ่มของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าจากทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ ประกอบกับปัจจัยภายนอกในเรื่องสงครามการค้าจีน-สหรัฐฯ ที่เริ่มคลี่คลายหลังจากรัฐบาลจีนยอมข้อตกลงการค้าเฟสแรกระหว่างทั้งสองประเทศเมื่อ 15 มกราคม 2563 ซึ่งนับเป็นสัญญาณที่ดีที่จะมีการเจรจาเพิ่มเติมในรอบต่อไปและอาจนำไปสู่การฟื้นตัวของภาคเศรษฐกิจภาคอุตสาหกรรมต่างๆ รวมถึงอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่ใช้งานผลิตภัณฑ์เหล็กในปี 2563 อาทิเช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมเครื่องจักรกล และอุตสาหกรรมการผลิตที่เกี่ยวข้อง

## ภาวะการแข่งขัน

ปัจจัยภายนอกที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะในเรื่องของสงครามการค้าที่ส่งผลกระทบต่อการลงทุนในประเทศ และยังคงส่งผลกระทบต่อโดยตรงมายังภาคอุตสาหกรรม สัดส่วนของการบริโภคลดลง ถึงแม้ว่าบริษัทจะยังสามารถรักษาสถานะลูกค้าไว้ได้และขยายฐานลูกค้ามากขึ้นแต่ด้วยสินค้าบริษัทเป็นนวัตกรรมที่ทดแทน ไม่สามารถปรับราคาขายให้สอดคล้องกับต้นทุน เมื่อมีการปรับต้นทุนสูงขึ้นจึงส่งผลกระทบต่อยอดขายของบริษัทโดยตรง ซึ่งการแข่งขันที่รุนแรงในการแย่งตลาด ท่อเหล็ก Pre-zinc เป็นสินค้าทดแทนท่อดำทาสีกันสนิม หากระดับราคาในตลาดไม่ปรับราคาขึ้นตามราคาตลาดเหล็กโลก บริษัทพบทวนการบริหารสัดส่วนสินค้าและระดับสต็อกเพื่อลดภาระคงคลังและปรับสัดส่วนของสินค้าที่มีมูลค่ามากขึ้น อาทิ ตลาดท่อเหล็กร้อยสายไฟ ท่อเหล็กโครงสร้างขนาดใหญ่ เพื่อเข้าสู่ตลาดโครงการมากขึ้น เพื่อหลีกเลี่ยงตลาดที่มีการแข่งขันราคาและยกระดับมาตรฐานสินค้าเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นโครงการมากขึ้น รักษาอัตรากำไรบริษัทและนำเสนอสินค้าที่สามารถลดต้นทุนให้โครงการมากขึ้น ในปี 2562 ปริมาณการจำหน่ายท่อเหล็กทั่วประเทศประมาณ 599,164 ตัน โดยปริมาณการผลิตทั่วประเทศประมาณ 975,000 ตัน

### กำลังการผลิตและนโยบายการผลิต

บริษัทมีโรงงานตั้งอยู่ที่ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ โดย ณ สิ้น ปี 2562 บริษัทมีเครื่องจักรหลักซึ่งเดินเครื่องเพื่อผลิตสินค้าดังนี้

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

โดยบริษัทมีกำลังการผลิตดังนี้

	2560	2561	2562
กำลังการผลิต <sup>1)</sup> (ตัน)	65,000	65,000	65,000
ปริมาณการผลิต (ตัน)	31,018	28,469	31,238
อัตราการใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	47.72	43.80	48.06

#### หมายเหตุ

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

เครื่องขึ้นรูปเหล็กเป็นเหล็กรูปตัวซี 1 เครื่อง ปัจจุบันยังไม่เริ่มผลิตเพื่อจำหน่าย

\* เครื่องขึ้นรูปเหล็กเป็นท่อเหล็กอีก 2 เครื่อง อยู่ระหว่างการติดตั้ง

บริษัทมีนโยบายการผลิตสินค้าตามความต้องการของตลาด โดยบริษัทจะนำข้อมูลการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้ามาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลการจำหน่ายสินค้าในอดีตเพื่อนำมาใช้ในการวางแผนการผลิต

### ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างยิ่ง บริษัทจึงมีการพิจารณาผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้น โดยมี 2 ปัจจัยที่อาจมีผลกระทบดังนี้

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

### 2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

การประกอบธุรกิจของบริษัท มีปัจจัยเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท ที่มีนัยสำคัญดังนี้

#### 3.1 ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักของบริษัท คือ เหล็กขุบสังกะสี ซึ่งมูลค่าซื้อเหล็กขุบสังกะสีของบริษัทคิดเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 90 ของยอดซื้อสินค้าและบริการรวม ระหว่างปี 2562 ราคาเหล็กที่บริษัทซื้อมีการผันผวนตามราคาเหล็กในตลาดโลก ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อผลประกอบการของบริษัทหากบริษัทไม่สามารถปรับราคาขายสินค้าตามต้นทุนเหล็กที่มีการเปลี่ยนแปลงได้

##### มาตรการจัดการความเสี่ยง

บริษัท ไม่มีนโยบายกักตุนเหล็กเพื่อเก็งกำไร โดยจะซื้อเหล็กตามความต้องการในการผลิตเท่านั้น วัตถุดิบที่ได้รับผลกระทบจึงมีไม่มากนักและบริษัทมีนโยบายกำหนดราคาขายให้รักษาสัดส่วนต่างกำไรและบริษัทมีการติดตามราคาวัตถุดิบอย่างใกล้ชิดเพื่อพิจารณาการตัดสินใจสั่งซื้อ และบริหารคงคลัง

#### 3.2 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

วัตถุดิบหลักของบริษัทมีการนำเข้าจากต่างประเทศเป็นสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ โดยระหว่างปี 2562 บริษัทมีการนำเข้าโดยชำระค่าวัตถุดิบเป็นสกุลเงินตราต่างประเทศ บริษัทจึงมีความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ในกรณีที่อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างสกุลเงินบาทและสกุลเงินต่างประเทศมีความผันผวนมาก จะส่งผลให้บริษัทได้รับผลกระทบที่มีนัยสำคัญต่อรายได้และอัตรากำไรของบริษัทเมื่อคิดเป็นสกุลเงินบาท โดยอาจเกิดผลกำไรหรือขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน ในกรณีที่อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันที่ทำการบันทึกบัญชีกับวันที่ทำการแลกเปลี่ยนเงินเป็นสกุลบาทมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยในปี 2562 บริษัทมีกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน 21.91 ล้านบาท

##### มาตรการจัดการความเสี่ยง

ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนดังกล่าว ผู้บริหารมีการตรวจสอบข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนเป็นประจำเพื่อให้สามารถตอบสนองได้ทันทั่วทั้งที่หากอัตราแลกเปลี่ยนมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้บริษัทมีการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (forward contract) เพื่อลดความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน ภายใต้ดุลยพินิจของผู้บริหาร

#### 3.3 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ย

ในปี 2561 และปี 2562 บริษัทมีหนี้สินภายใต้สัญญาตราสารหนี้และเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน เท่ากับ 287.81 ล้านบาท และ 360.10 ล้านบาท ตามลำดับ และบริษัทมีต้นทุนทางการเงินเป็นจำนวนเท่ากับ 7.92 ล้านบาท และ 12.23 ล้านบาท ตามลำดับ ซึ่งส่วนหนึ่งของเงินกู้ยืมมีอัตราดอกเบี้ยลอยตัว ดังนั้นในกรณีที่อัตราดอกเบี้ยเพิ่มสูงขึ้น ย่อมส่งผลให้บริษัทมีภาระที่จะต้องจ่ายดอกเบี้ยเป็นจำนวนเงินที่เพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน

##### มาตรการจัดการความเสี่ยง

อย่างไรก็ดีเมื่อพิจารณาอัตราส่วนความสามารถในการชำระดอกเบี้ย (interest coverage) คิดเป็น 12.61 เท่า และ ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยคิดเป็นร้อยละ 1.54 ของรายได้รวม

#### 3.4 ความเสี่ยงจากมาตรการตอบโต้ทางการค้าของภาครัฐ

ภาครัฐ ภายใต้กรมการค้าต่างประเทศ สามารถเปิดประกาศไต่สวนการทุ่มตลาดสินค้าเหล็กแผ่นรีดเย็นเคลือบสังกะสี เพื่อตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti-Dumping) เพื่อปกป้องอุตสาหกรรมภายในประเทศจากการโจมตีจากสินค้าต่างประเทศ ที่ขายในราคาต่ำกว่าต้นทุนการผลิตหรือสินค้าที่ขายในราคาต่ำกว่าสินค้าชนิดเดียวกันในตลาดอื่น ซึ่งปกติใช้เวลาหลังการเปิดไต่สวนการทุ่มตลาดหลังจากการตั้งพิจารณาล่วงหน้าประมาณ 1 ปี

##### มาตรการจัดการความเสี่ยง

การขึ้นภาษีนี้นำให้ต้นทุนเหล็กขุบสังกะสีแบบจุ่มร้อนและเย็นของผู้ผลิตทุกรายเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน บริษัทจึงไม่ได้สูญเสียความสามารถในการแข่งขันแต่อย่างใด นอกจากนี้บริษัท สามารถนำเข้าเหล็กชนิดเดียวกันนี้จากประเทศอื่น

### 3.5 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่

บริษัทมีการจำหน่ายสินค้าผ่านตัวแทนจำหน่ายและร้านค้าที่มีศักยภาพ เพื่อเป็นช่องทางในการกระจายสินค้าอย่างทั่วถึง ตัวแทนจำหน่ายและร้านค้าเหล่านี้มักมีร้านค้าในเครือหรือลูกค้ากระจายอยู่หลายพื้นที่ สินค้าของบริษัทจึงสามารถเข้าถึงผู้ใช้งานได้ ทั้งนี้ ในปี 2561 และปี 2562 บริษัทมีการจำหน่ายสินค้าให้ตัวแทนจำหน่ายรายหนึ่ง คิดเป็นยอดขายมากกว่าร้อยละ 27-30 บริษัทจึงมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงตัวแทนจำหน่ายรายดังกล่าว

#### มาตรการจัดการความเสี่ยง

ลูกค้ารายดังกล่าวเป็นลูกค้าประจำที่มีการทำธุรกิจกับบริษัทมาเป็นระยะเวลากว่า 6 ปี และมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน บริษัทจึงเชื่อว่าตราประทับที่บริษัทมีการรักษาคุณภาพของสินค้าและการบริการที่ดี ลูกค้ารายนี้ยังคงเป็นลูกค้าที่ดีของบริษัทต่อไป นอกจากนี้บริษัทยังมีการขยายลูกค้าใหม่เพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยงและเพิ่มพื้นที่ในการกระจายสินค้าอีกด้วย และเพิ่มยอดขายร้านค้าปลีก เพื่อลดการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่

### 3.6 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้า

บริษัทมีการซื้อเหล็กขลุ่ยสังกะสี จากต่างประเทศ โดยทั้งหมดเป็นการซื้อจากประเทศจีน ด้วยเหตุผลเรื่องราคา การจัดส่งและคุณภาพของสินค้า

#### มาตรการจัดการความเสี่ยง

บริษัทมีลูกค้าที่บริษัทได้คัดเลือกเอาไว้ใน approved vendor list จำนวนหลายราย โดยมีทั้งลูกค้าในประเทศไทยและต่างประเทศ ดังนั้น แม้ว่าบริษัทจะไม่สามารถซื้อเหล็กขลุ่ยสังกะสีจากลูกค้าในประเทศจีน บริษัทก็ยังมีลูกค้ารายอื่นๆ สำหรับซื้อวัตถุดิบ

### 3.7 ความเสี่ยงจากการเข้ามาของคู่แข่ง

ปัจจุบัน มีผู้ประกอบการหลายรายที่เข้ามาในตลาด pre-zinc อย่างไรก็ดี ยังไม่มีผู้ประกอบการใดรักษามาตรฐาน หรือสร้างแบรนด์สินค้าในตลาดนี้ ผู้ใช้งานเริ่มมีการใช้งานและมีความเข้าใจในสินค้า และทำให้ตลาดผู้ใช้ขยายมากขึ้น

#### มาตรการจัดการความเสี่ยง

การรักษามาตรฐานของสินค้าและการสร้างแบรนด์สินค้า ตลอดจนขยายกลุ่มสินค้า อาทิ เหล็ก pre-zinc รูปทรง เหลี่ยมแบน ซึ่งจะทำให้บริษัทยังมีความสามารถในการแข่งขัน

### 3.8 ความเสี่ยงจากการไม่ได้รับการต่อสัญญาเช่าที่ดินจากผู้ถือหุ้นรายใหญ่

บริษัทได้มีการเช่าที่ดินจากผู้ถือหุ้นรายใหญ่ซึ่งเป็นกรรมการ และผู้บริหารของบริษัท เพื่อใช้เป็นที่ตั้งของเครื่องจักรการผลิต ซึ่งในปัจจุบันใช้ในการผลิตท่อร้อยสายไฟประเภท Pre-zinc เป็นหลัก เครื่องจักรนี้มีสัดส่วนกำลังการผลิตไม่เกินร้อยละ 5 ของกำลังการผลิตทั้งหมด ดังนั้นบริษัทจึงอาจมีความเสี่ยงจากการที่ไม่ได้รับการต่อสัญญาเช่าที่ดินในอนาคตซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อกำลังการผลิต รวมถึงการสูญเสียอาคารและส่วนปรับปรุงอาคารมูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 เท่ากับ 2.83 ล้านบาท ซึ่งตั้งอยู่บนที่ดินที่เช่าดังกล่าว และต้องเสียค่ารื้อถอนและติดตั้งเครื่องจักร

#### มาตรการจัดการความเสี่ยง

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

#### 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

##### 1. ทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทมีทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ดังนี้

##### ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์

บริษัทมีที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ มูลค่า 570.78 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		
- โฉนดเลขที่ 81777	เจ้าของ		18.15	ติดภาระค้ำประกันเงินกู้กับสถาบันการเงิน มูลค่าวงเงินกู้รวม 305 ล้านบาท
- โฉนดเลขที่ 20005	ผู้เช่า		-	
- โฉนดเลขที่ 20008 และ เลขที่ 20009	เจ้าของ		28.75	
- โฉนดเลขที่ 33449 และ เลขที่ 33450	เจ้าของ		25.66	
รวม			72.56	ติดภาระค้ำประกันสัญญา ทรัสต์รีซีท มูลค่าวงเงิน 600 ล้านบาท
2. ที่ดิน จำนวน 27 ไร่ 3 งาน 62.76 ตารางวา ที่ตั้ง 8 หมู่ 10 ถนนประชาอุทิศ ตำบลในคลองบางปลากด อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ 10290		เป็นที่ตั้งโรงงานใหม่		
- โฉนดเลขที่ 59509, 59513, 59805, 59806, 62276, 62279, 62280 และ 62283	เจ้าของ		201.90	
3. อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	เจ้าของ		176.26	ติดภาระค้ำประกันเงินกู้กับสถาบันการเงิน มูลค่าวงเงินกู้รวม 305 ล้านบาท ติดภาระค้ำประกันสัญญา ทรัสต์รีซีท มูลค่าวงเงิน 600 ล้านบาท
4. เครื่องจักรและอุปกรณ์	เจ้าของ	ใช้ในการผลิตสินค้า	59.73	ติดสัญญาเช่าซื้อกับสถาบันการเงิน โดยมีมูลค่าปัจจุบันของหนี้สินตามสัญญาเช่าการเงิน (ก่อนหักค่าใช้จ่ายทางการเงินในอนาคต) ณ 31 ธ.ค. 62 เท่ากับ 0.44 ล้านบาท
5. เครื่องตกแต่งติดตั้งและอุปกรณ์สำนักงาน	เจ้าของ		3.71	-
6. ยานพาหนะ	เจ้าของ		7.37	ติดสัญญาเช่าซื้อกับสถาบันการเงิน โดยมีมูลค่าปัจจุบันของหนี้สินตามสัญญาเช่าการเงินการเงิน (ก่อนหักค่าใช้จ่ายทางการเงินในอนาคต) ณ 31 ธ.ค. 62 เท่ากับ 4.70 ล้านบาท
7. ทรัพย์สินระหว่างก่อสร้าง			49.25	-
รวม			570.78	

**เครื่องหมายการค้า**

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 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 2562 บริษัทฯ มีการทำประกันภัยความเสี่ยงทรัพย์สินที่อาจเกิดขึ้นกับทรัพย์สินของบริษัท ได้แก่ สิ่งปลูกสร้างตัวอาคารโรงงาน และสำนักงาน (ไม่รวมฐานราก) รวมส่วนปรับปรุงต่อเติมอาคารและระบบสาธารณูปโภค ได้แก่ ระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบโทรศัพท์ และระบบสุขาภิบาล จำนวน 4 ฉบับ โดย 2 ฉบับแรก มีทุนประกันรวม 50.94 ล้านบาท ระยะเวลาเอาประกัน 1 ปี เริ่มวันที่ 31 ธันวาคม 2562 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2563 ฉบับที่ 3 มีทุนประกัน 20 ล้านบาท ระยะเวลาเอาประกัน 1 ปี เริ่มวันที่ 3 ธันวาคม 2562 ถึงวันที่ 3 ธันวาคม 2563 และอีกหนึ่งฉบับ มีทุนประกัน 117.80 ล้านบาท ระยะเวลาเอาประกัน 1 ปี เริ่มวันที่ 26 ธันวาคม 2562 ถึงวันที่ 26 ธันวาคม 2563 รวมเป็นทุนประกันทั้งสิ้น 188.74 ล้านบาท

**2. นโยบายการลงทุนและการบริหารงานในบริษัทย่อย และบริษัทร่วม**

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ ไม่มีการลงทุนในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วม อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีนโยบายที่จะลงทุนในบริษัทที่มีวัตถุประสงค์ในการประกอบธุรกิจเช่นเดียวกับธุรกิจหลักของบริษัทหรือกิจการที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน หรือกิจการสนับสนุนกิจการของบริษัท อันจะทำให้บริษัทมีผลประกอบการหรือผลกำไรเพิ่มมากขึ้นหรือลงทุนในธุรกิจที่เอื้อประโยชน์ (Synergy) ให้กับบริษัทโดยสามารถสนับสนุนการดำเนินธุรกิจหลักของบริษัทให้มีความครบวงจรมากขึ้น เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของบริษัท

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

## 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่อาจส่งผลกระทบต่อสินทรัพย์ของบริษัทที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 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> </ul> โทรศัพท์ (662) 816-9315 ต่อ 212 อีเมล <a href="mailto:tanida@ziga.co.th">tanida@ziga.co.th</a>
นักลงทุนสัมพันธ์	<ul style="list-style-type: none"> <li>คุณธนิดา เกรียงพานิช</li> </ul> โทรศัพท์ (662) 816-9315 ต่อ 212 อีเมล <a href="mailto:ir@ziga.co.th">ir@ziga.co.th</a>

ชื่อ และสถานที่ตั้งของบุคคลอ้างอิงอื่น ๆ

#### นายทะเบียนหลักทรัพย์

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

#### ผู้สอบบัญชี

บริษัท	บริษัท เอเอ็นเอส ออดิท จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	100/72,100/2 อาคารว่องวานิชคอมเพล็กซ์ บี ถนนพระราม 9 แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310
โทรศัพท์	(662) 645-0101
โทรสาร	(662) 645-0110
เว็บไซต์บริษัท	<a href="http://www.ans.co.th">http://www.ans.co.th</a>