

3. การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

3.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

บริษัทประกอบธุรกิจหลักในการผลิตและจำหน่ายท่อเหล็กโดยวิธีเชื่อมเหล็กแผ่นซึ่งอาศัยความต้านทานไฟฟ้า (Electric Resistance Welded: ERW) โดยมีทั้งการผลิตตามคำสั่งลูกค้า (Made to order) และผลิตพร้อมสำหรับการจำหน่าย ทั้งนี้ท่อเหล็กของบริษัทสามารถแบ่งตามลักษณะการใช้งานเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่ งานทั่วไปและงานโครงสร้าง โดยบริษัทประมาณสัดส่วนการจำหน่ายท่อเหล็กของบริษัทโดยแบ่งตามลักษณะการใช้งานทั่วไปและงานโครงสร้าง คิดเป็นประมาณร้อยละ 40 และ 60 ของมูลค่าการจำหน่ายรวม ตามลำดับ

▪ ท่อเหล็กสำหรับงานทั่วไป

โดยทั่วไปท่อเหล็กสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในงานด้านต่างๆ ได้อย่างหลากหลาย ได้แก่ งานด้านสาธารณูปโภค งานประปา และงานด้านระบบป้องกันอัคคีภัย และยังมีแนวโน้มที่จะขยายตัวมากขึ้นเนื่องจากท่อเหล็กมีคุณสมบัติเพื่อใช้ทดแทนวัสดุอื่นๆ ในการใช้งานได้อีกมากมาย เช่น สามารถนำมาใช้เป็นท่อน้ำบาดาลหรือท่อสำหรับอัดฉีดน้ำในระบบอัคคีภัยสำหรับอาคารสูง ทดแทนการใช้ท่อพีวีซี เนื่องจากมีความแข็งแรงและสามารถรองรับแรงดันได้มากกว่าท่อพีวีซีทั่วไปได้ถึง 5 เท่า และสามารถดัดแปลงได้สะดวกกว่าท่อพีวีซี นอกจากนี้ ท่อเหล็กยังสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในงานด้านเกษตรกรรม งานรั้ว ประตู และตกแต่งทั่วไปตามความต้องการ เช่น ใช้ทำราวบันได รั้วบ้าน และแนวกันถนน เป็นต้น

นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ท่อเหล็กของบริษัทยังมีการนำมาใช้ในโครงการระบบคอมพิวเตอร์ในต่างประเทศหลายแห่ง ได้แก่ โครงการระบบคอมพิวเตอร์ของบริษัท CSM – Woodlands บริษัท 3M บริษัท Toshiba และอาคาร National Computer System – AMK ในประเทศสิงคโปร์ เป็นต้น



▪ ท่อเหล็กสำหรับงานโครงสร้าง

ท่อเหล็กสำหรับงานโครงสร้างจะเป็นท่อเหล็กที่มีขนาดใหญ่เพื่อทดแทนการใช้ไม้ เหล็กทรงหน้า เหล็กฉาก เหล็กโครงสร้างรูปพรรณรูปตัว H และ I (H, I Beam) รวมทั้งคอนกรีตในงานโครงสร้างต่างๆ เช่น งานเสาเข็ม นั่งร้าน ราวหลังคาหรือระแนง จั่วหลังคา ตลอดจนสามารถนำมาดัดแปลงเป็นโครงหลังคาเหล็กได้ เป็นต้น เนื่องจากท่อเหล็กมีความความแข็งแรง ทนทาน น้ำหนักเบา สะดวกในการเชื่อมต่อ มีความเสียหายระหว่างการขนส่งน้อย ซึ่งทำให้งานก่อสร้างมีคุณภาพมากขึ้น ในขณะเดียวกันก็สามารถประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย เมื่อเทียบกับการใช้ไม้และคอนกรีต นอกจากนี้ การใช้ท่อเหล็กยังมีข้อได้เปรียบเหล็กประเภทต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเหล็กฉาก เหล็กทรงหน้า เหล็กโครงสร้างรูปพรรณรูปตัว H หรือ I (H, I Beam) เนื่องจากท่อเหล็กมีน้ำหนักเบาและมีลักษณะสมมาตรซึ่งทำให้สามารถกระจายการรับน้ำหนักได้ทุกทิศทาง ส่งผลให้โครงสร้างที่ทำจากท่อเหล็กจะมีค่าใช้จ่ายและต้นทุน

ที่ต่ำกว่า ปัจจุบันการใช้ท่อเหล็กเป็นที่ยอมรับและเลือกใช้โดยวิศวกรในงานก่อสร้างต่างๆ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะสำหรับงานโครงสร้างขนาดใหญ่ที่มีลักษณะโปร่งหรืออาคารที่ต้องการให้มีพื้นที่ใช้สอยมากที่มีจำนวนเสาน้อย

ตัวอย่างการนำท่อเหล็กของบริษัทมาใช้เพื่อในงานโครงสร้างทั้งในและต่างประเทศและจากภาครัฐและเอกชน ได้แก่ สถานีขนส่ง ท่าอากาศยาน อาคารสำนักงานต่างๆ รวมทั้งบ้านที่อยู่อาศัย อาคารทรงโดม เช่น สนามกีฬา โกดังเก็บสินค้า และแปลงปลูกผัก เป็นต้น โดยโครงการก่อสร้างที่มีการใช้ผลิตภัณฑ์ท่อเหล็กของบริษัทที่สำคัญในประเทศ ได้แก่ เซ็นทรัลพระราม 2 สนามกีฬาศูนย์รังสิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คลังสินค้าของสนามบินภูเก็ต สถานีขนส่งสนามบินเมือง ได้แก่ พุทธมณฑล คลองหลวง และร่มเกล้า ศูนย์แสดงสินค้าอิมแพค อารีนา อาคาร 5, 6, 11 และ 13 ศูนย์ปัส. รังสิต และหน่วยทหารพัฒนา กองบัญชาการทหารสูงสุด เป็นต้น และในต่างประเทศ ได้แก่ สำนักงานใหญ่ของ Singapore Civil Defence – UBI Avenue อาคารศูนย์ข้อมูลและหอประชุมนักศึกษาของ National University of Singapore (NUS) อาคาร Automobile Megamart – EUNOS Link อาคาร Novena Square นิคมอุตสาหกรรม PAYA UBI Industrial Park อาคารตลาดหลักทรัพย์ ในประเทศสิงคโปร์ เป็นต้น

ตัวอย่างการใช้ท่อเหล็กสำหรับงานโครงสร้าง			
			
			

ในปัจจุบัน บริษัทผลิตและจำหน่ายท่อเหล็กครอบคลุมมากกว่า 3,000 รายการซึ่งสามารถจำแนกเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่ ท่อเหล็กดำ และท่อเหล็กชุบสังกะสี

3.1.1 ท่อเหล็กดำ

ท่อเหล็กดำเป็นท่อเหล็กที่ได้จากการนำแผ่นเหล็กรีดร้อน (Hot rolled coil: HRC) มาเชื่อมด้วยเครื่องเชื่อมความถี่สูง ปัจจุบันท่อเหล็กดำถือเป็นผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทโดยมีสัดส่วนการจำหน่ายประมาณร้อยละ 80 ของรายได้จากการจำหน่ายรวม ซึ่งท่อเหล็กดำที่จำหน่ายโดยบริษัทจะแบ่งเป็นท่อเหล็กแบบมาตรฐาน (Standard grade) และท่อเหล็กแบบคุณภาพทั่วไป (Commercial grade) นอกจากนี้ บริษัทยังสามารถผลิตท่อเหล็กเคลือบสีรองพื้นต่างๆ เช่น Zinc Guard Primer Blue และ Red Oxide Primer เป็นต้น เพื่อป้องกันการเกิดสนิมและเพื่อความสวยงามตามความต้องการของลูกค้า

ท่อเหล็กแบบมาตรฐาน (Standard grade)

ท่อเหล็กแบบมาตรฐานเป็นท่อเหล็กที่ได้รับการรับรองคุณภาพตามมาตรฐานสากลที่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น มาตรฐานจากประเทศสหรัฐอเมริกา อังกฤษ เยอรมัน ยุโรป และญี่ปุ่น โดยจะผ่านขั้นตอนการผลิตและการตรวจสอบให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด ทั้งในด้านวัตถุดิบ ขนาด ความหนา คุณสมบัติอื่นๆ เช่น การรับแรงดัน เป็นต้น ซึ่งส่วนมากท่อเหล็กแบบมาตรฐานจะนำมาใช้สำหรับงานก่อสร้าง หรืองานระบบที่มีความจำเป็นต้องใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงและเป็นที่รับรองทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อประโยชน์ในเรื่องของความปลอดภัยเป็นหลัก โดยมาตรฐานต่างๆ ที่บริษัทได้รับมีดังนี้



ลักษณะท่อเหล็ก	ประเทศ	มาตรฐานหลัก	มาตรฐานย่อย	การใช้งาน
ท่อเหล็กสำหรับงานทั่วไป	สหรัฐอเมริกา อังกฤษ เยอรมัน ญี่ปุ่น ไทย ไทย	ASTM A53 BS1387:1985 BS 3601:1987 DIN 2440, 2441 JIS G3452:1997 TIS 276:2532 TIS 277:2532	A,B EXTRA-LIGHT, LIGHT, MEDIUM, HEAVY 320, 360, 430 TYPE 1,2,3,4	งานสาธารณูปโภค, งานเกษตรกรรม, งานประปา, ชลประทาน, งานระบบป้องกัน อัคคีภัย
ท่อเหล็กสำหรับงานโครงสร้าง	สหรัฐอเมริกา อังกฤษ อังกฤษ อังกฤษ ยุโรป ญี่ปุ่น ญี่ปุ่น ไทย	ASTM A500 BS 1139:1990 BS 4360:1990 BS 6363:1983 EN 10219:1997 JIS G3444:1994 JIS G3466:1988 TIS 107:2533	A, B, C, D G 43A 235, 275 JOH, 355 J2H STK 290, STK 400, STK 490, STK 500 STKR 400, STKR 490 HS 41, HS 50, HS 51	งานวิศวกรรมโยธา, งานสถาปัตยกรรม, งานเสาเข็ม, นั่งร้าน งานโครงสร้างต่างๆ

ปัจจุบัน บริษัทเป็นผู้ผลิตท่อเหล็กสายแรกและรายเดียวในประเทศไทยที่มีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับใบอนุญาตแสดงเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ครบทุกผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ ท่อเหล็กแบบมาตรฐานจะจำหน่ายภายใต้เครื่องหมายการค้า “แปซิฟิกไพพ์” ซึ่งบริษัทจะมีการออกใบรับรองคุณภาพให้แก่ลูกค้าในการจำหน่ายท่อเหล็กแบบมาตรฐานทุกครั้ง

ท่อเหล็กแบบคุณภาพทั่วไป (Commercial grade)

กระบวนการผลิตท่อเหล็กแบบคุณภาพทั่วไปจะเป็นเช่นเดียวกับการผลิตท่อเหล็กแบบมาตรฐานแต่แตกต่างกันที่คุณภาพวัตถุดิบและท่อเหล็กแบบคุณภาพทั่วไปจะไม่ผ่านการทดสอบตามที่กำหนดในมาตรฐานต่างๆ ทั้งนี้ ท่อเหล็กแบบคุณภาพทั่วไปจะถูกนำมาใช้สำหรับงานที่ไม่มีการกำหนดมาตรฐาน เช่น ใช้เป็นท่อประปาทั่วไปหรือเพื่อนำไปแปรรูปหรือประกอบเป็นผลิตภัณฑ์อื่น ทั้งนี้ บริษัทจำหน่ายท่อเหล็กแบบคุณภาพทั่วไปให้แก่บริษัท ทาโมเส เทคดิง จำกัด (“ทาโมเส”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยและทาโมเสจะจำหน่ายท่อเหล็กภายใต้เครื่องหมายการค้า “ทาโมเส” ให้กับลูกค้าต่อไปเพื่อเป็นการแบ่งแยกตลาดและกลุ่มลูกค้าจากท่อเหล็กแบบมาตรฐานอย่างชัดเจน

3.1.2 ท่อเหล็กชุบสังกะสี

ท่อเหล็กชุบสังกะสีเป็นการนำท่อเหล็กดำที่ผลิตได้ข้างต้นมาชุบเคลือบผิวด้วยสังกะสี ให้มีความหนาตามกำหนด เพื่อประโยชน์ในเรื่องของความทนทาน การยืดอายุการใช้งาน และป้องกันความชื้นซึ่งเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้เกิดสนิม โดยท่อเหล็กชุบสังกะสีนิยมนำมาใช้เพื่อทำท่อน้ำประปาเป็นหลัก หรืองานที่นำมาใช้ในสภาพแวดล้อมที่มีความชื้นสูง เช่น ทำรั้วชายทะเล หรือทำคอกปศุสัตว์ ปัจจุบันบริษัทจำหน่ายท่อเหล็กชุบสังกะสีคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 20 ของรายได้จากการจำหน่ายรวม ซึ่งผลิตภัณฑ์ท่อเหล็กชุบสังกะสีของบริษัทยังแบ่งออกเป็นท่อเหล็กแบบมาตรฐาน (Standard grade) และท่อเหล็กแบบคุณภาพทั่วไป (Commercial grade) และสามารถนำไปใช้ได้ทั้งงานทั่วไปและงานโครงสร้างเช่นเดียวกับท่อเหล็กดำ

นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ท่อเหล็กของบริษัทยังมีความหลากหลายในด้าน รูปแบบท่อ ขนาด ความหนา ความยาว และรูปแบบปลายท่อ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการท่อเหล็กของผู้บริโภคได้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

รูปแบบท่อและขนาด

ท่อเหล็กของบริษัทมี 3 รูปแบบ ได้แก่ ท่อเหล็กกลม ท่อเหล็กสี่เหลี่ยมจัตุรัส และท่อเหล็กสี่เหลี่ยมผืนผ้า โดยเลือกใช้ท่อเหล็กรูปแบบต่างๆ ขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก เช่น ท่อเหล็กกลมมีลักษณะสวยงามและสามารถติดตั้งได้ดีกว่าท่อเหล็กสี่เหลี่ยมจึงเป็นที่นิยมนำมาใช้เป็นโครงสร้างอาคารทรงโดมหรือตกแต่งภายใน ในขณะที่ท่อเหล็กสี่เหลี่ยมมีความแข็งแรงและสะดวกในการเชื่อมต่อจึงเหมาะกับงานโครงสร้างทั่วไปและงานระบบสำหรับอาคารสูง นอกจากนี้ ท่อเหล็กที่ผลิตโดยบริษัทยังมีหลายขนาดซึ่งสามารถจำแนกตามรูปแบบของท่อเหล็กข้างต้นดังนี้

รูปแบบ	ขนาด
ท่อเหล็กกลม	15 มม. ถึง 200 มม.
ท่อเหล็กสี่เหลี่ยมจัตุรัส	12*12 มม. ถึง 200*200 มม.
ท่อเหล็กสี่เหลี่ยมผืนผ้า	38*19 มม. ถึง 200*100 มม.

ทั้งนี้ ในปัจจุบันบริษัทเป็นผู้ผลิตท่อเหล็กเพียงรายเดียวในประเทศที่สามารถผลิตท่อเหล็กสี่เหลี่ยมจัตุรัสขนาด 200*200 มิลลิเมตร ซึ่งจัดเป็นท่อเหล็กขนาดใหญ่ที่สุดที่ผลิตได้ภายในประเทศ

ความยาว และความหนา

บริษัทสามารถผลิตท่อเหล็กที่มีความยาวตั้งแต่ 3-15 เมตร และมีความหนาตั้งแต่ 0.5-11 มิลลิเมตร

รูปแบบปลายท่อ

ปัจจุบันบริษัทผลิตและจำหน่ายท่อเหล็กที่มีลักษณะปลายท่อ 3 แบบ ได้แก่ แบบตัดเฉียง แบบตัดตรง และแบบเกลียว เพื่อใช้สำหรับขันข้อต่อ โดยลูกค้าสามารถเลือกซื้อหรือสั่งทำปลายท่อเหล็กในรูปแบบดังกล่าวเพื่อนำไปใช้งานตามความต้องการ

3.2 การตลาดและการแข่งขัน

3.2.1 การตลาด

กลยุทธ์ในการแข่งขัน

(1) ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง

บริษัทได้มีการนำอุปกรณ์การผลิตที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเข้ามาใช้ และทำการติดตั้งระบบการทดสอบคุณภาพทุกขั้นตอนการผลิตอย่างละเอียดโดยวิศวกร ช่างเทคนิค ผู้ชำนาญการ เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีคุณภาพสูง ได้รับความน่าเชื่อถือและไว้วางใจจากลูกค้า โดยบริษัทจะทำการออกใบรับรองคุณภาพสินค้าทุกครั้งที่มีการจำหน่ายสินค้าแบบมาตรฐานให้กับลูกค้าเพื่อเป็นการรับประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ บริษัทเป็นเพียงผู้ผลิตท่อเหล็กรายแรกและรายเดียวในประเทศไทยที่มีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับใบอนุญาตแสดงเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) ครบทุกผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้บริษัทมีความได้เปรียบคู่แข่งโดยบริษัทสามารถเสนอขายท่อเหล็กในลักษณะที่ครอบคลุมความต้องการและประโยชน์ใช้สอยของลูกค้า นอกจากนี้ บริษัทยังได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐาน ISO 9002: 1994 จากสถาบัน Rheinisch-Westfälischer TUV e.V จากประเทศสาธารณรัฐเยอรมัน ISO 9001: 2000 จาก RWTUV Anglagentechnik GmbH ของประเทศเยอรมัน และ ISO 9001: 2000 จาก RWTUV (Thailand) Ltd. ทำให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้รับความไว้วางใจและได้รับการตอบรับจากลูกค้าด้วยดีตลอดมาทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะลูกค้าต่างประเทศที่เล็งเห็นความสำคัญในเรื่องคุณภาพ เช่น ประเทศสิงคโปร์ ออสเตรเลีย เป็นต้น โดยที่ผ่านมา ผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้ถูกนำไปใช้ในงานก่อสร้างโครงการขนาดใหญ่หลายแห่งในต่างประเทศ เช่น สนามบิน อาคารหรือสำนักงานของทั้งภาครัฐและเอกชน เป็นต้น โดยในปี 2546 บริษัทยังได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์จากสถาบัน Productivity Standard Board Corporation (PSB) จากประเทศสิงคโปร์ สำหรับผลิตภัณฑ์ท่อเหล็กของบริษัทที่ส่งออกไปจำหน่ายยังประเทศสิงคโปร์ ส่งผลให้ลูกค้าของบริษัทไม่จำเป็นต้องขอใบรับรองคุณภาพมาตรฐานจากสถาบันดังกล่าวทุกครั้งที่มีการสั่งซื้อ จึงเป็นการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายให้กับลูกค้า และจุดนี้ถือเป็นข้อได้เปรียบสำคัญของบริษัทเมื่อเทียบกับคู่แข่งรายอื่น

(2) กลยุทธ์การสร้างตราสินค้า

ตั้งแต่ปี 2541 บริษัทมุ่งเน้นพัฒนาตราสินค้า “แปซิฟิกไพพ์” ให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในกลุ่มลูกค้าทั้งจากตัวแทนจำหน่าย ผู้รับเหมาก่อสร้าง ตลอดจนวิศวกรผู้ควบคุมงานก่อสร้างเพื่อเป็นการส่งเสริมการใช้ท่อเหล็กที่มีคุณภาพมาตรฐาน อีกทั้งยังสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง โดยที่ผ่านมามีผลิตภัณฑ์ท่อเหล็กแบบคุณภาพมาตรฐานของบริษัทเป็นที่ยอมรับในกลุ่มลูกค้ามากขึ้น เห็นได้จากการที่โครงการก่อสร้างขนาดใหญ่บางโครงการทั้งในและต่างประเทศมีการระบุให้ใช้ท่อเหล็กของบริษัทในการก่อสร้างเท่านั้น และบริษัทยังจัดได้ว่าเป็นผู้นำทางการตลาดอันดับหนึ่งในตลาดของท่อเหล็กแบบคุณภาพมาตรฐานในประเทศไทย ซึ่งบริษัทคาดว่า ในปัจจุบันบริษัทมีส่วนแบ่งการตลาดมากกว่าร้อยละ 80 สำหรับท่อเหล็กที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) ซึ่งใช้บังคับสำหรับงานของภาครัฐในประเทศไทย และมีสัดส่วนการตลาดมากกว่าร้อยละ 60 สำหรับท่อเหล็กมาตรฐานทุกประเภทโดยรวม

(3) การส่งมอบสินค้าที่ตรงต่อเวลาและเชื่อถือได้

นอกจากเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้ตรงต่อเวลานับเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อท่อเหล็กของลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ลูกค้าประเภทงานโครงการ ดังนั้น บริษัทจึงอาศัยความได้เปรียบจากสถานะทางการเงินที่แข็งแกร่งในการสำรองวัตถุดิบและการผลิตล่วงหน้าเพื่อการจัดจำหน่ายทำให้บริษัทมีสินค้าที่สามารถส่งมอบได้ทันที ในขณะที่คู่แข่งส่วนใหญ่จะเป็นผู้ผลิตขนาดเล็กและมีการผลิตแบบตามคำสั่งลูกค้าเป็นหลัก นอกจากนี้ บริษัทยังมีการบริหารจัดการระบบสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพ โดยเริ่มตั้งแต่การพยากรณ์ความต้องการสินค้าที่มีความแม่นยำจากทีมผู้บริหาร ตลอดจนไปถึงการติดต่อประสานงานอย่างใกล้ชิดกับลูกค้าและบุคคลที่เกี่ยวข้องในการวางแผนและดำเนินการจัดซื้อวัตถุดิบเหล็กเพื่อให้บริษัทสามารถเริ่มผลิตท่อเหล็กตามคำสั่งลูกค้าได้ทันที ในอนาคต บริษัทมีโครงการก่อสร้างคลังสินค้าเพิ่มเติม โดยวางแผนให้คลังสินค้านี้ตั้งอยู่ในการทำเลยุทธศาสตร์ที่สามารถกระจายสินค้าสู่พื้นที่เป้าหมายได้ครอบคลุมมากขึ้น และลดระยะเวลาในการส่งสินค้าให้สามารถส่งมอบได้เร็วยิ่งขึ้น

(4) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์

บริษัทตระหนักดีว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายเป็นสิ่งจำเป็น บริษัทจึงให้ความสำคัญต่อการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีความหลากหลายมากกว่าคู่แข่ง ทั้งในด้านในรูปแบบ ขนาด ความหนา ความยาว และลักษณะของปลายท่อ เป็นต้น ในปัจจุบัน บริษัทผลิตและจำหน่ายท่อเหล็กกล้าครอบคลุมมากกว่า 3,000 รายการ ในขณะที่คู่แข่งส่วนมากมีการผลิตท่อเหล็กไม่เกิน 1,000 รายการ และบริษัทยังเป็นผู้ผลิตท่อเหล็กรายเดียวในประเทศไทยที่สามารถผลิตท่อเหล็กสี่เหลี่ยม ขนาด 200*200 มิลลิเมตร เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคทดแทนการใช้โครงสร้างเหล็กรูปพรรณแบบตัว H, I (H-Beam, I-Beam) สำหรับการก่อสร้างอาคารขนาดใหญ่ นอกจากนี้ บริษัทยังมีโครงการพัฒนาเพิ่มขนาดและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ท่อเหล็กอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการใช้ท่อเหล็กที่มีการเติบโตควบคู่กับอุตสาหกรรมต่างๆ และเศรษฐกิจของประเทศ และจากการที่บริษัทมีผลิตภัณฑ์ที่ครอบคลุมการใช้งานที่หลากหลาย ทำให้บริษัทมีความได้เปรียบมากกว่าคู่แข่งรายอื่นในการได้รับเลือกเป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ท่อเหล็กให้กับโครงการก่อสร้างขนาดใหญ่มากมาย

(5) คณะผู้บริหารที่มีประสบการณ์

ในช่วงที่ภาวะอุตสาหกรรมเหล็กตกต่ำ ภายหลังจากปี 2540 ผู้ประกอบการเหล็กจำนวนมากประสบปัญหาอย่างหนัก จนถึงขั้นเลิกกิจการหรือหยุดกิจการ อย่างไรก็ตาม ด้วยความมุ่งมั่นและประสบการณ์ในอุตสาหกรรมท่อเหล็กเป็นเวลานานของกลุ่มผู้บริหารของบริษัทสามารถนำบริษัทให้รอดพ้นจากวิกฤตดังกล่าว โดยบริษัทไม่เคยประสบปัญหาเรื่องการชำระคืนเงินกู้ ทั้งยังสามารถรักษาความสามารถในการชำระคืนเงินกู้ของเจ้าหนี้และการชำระหนี้อื่นๆ ให้อยู่ในเกณฑ์ดีและเป็นที่น่าพอใจอย่างต่อเนื่อง

(6) บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ

บุคลากรถือเป็นทรัพย์สินที่สำคัญของบริษัทในการประกอบธุรกิจเนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมให้บริษัทมีศักยภาพในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเหนือกว่าคู่แข่ง ดังนั้น บริษัทจึงมีนโยบายในการบริหารทรัพยากรบุคคลที่ดี โดยมุ่งเน้นการพัฒนาความสามารถและความรับผิดชอบของบุคลากร รวมทั้งการเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรภายในองค์กร อันจะเป็นการพัฒนาบุคลากรและสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงานได้อีกทางหนึ่ง รวมทั้งการให้ผลตอบแทนที่เหมาะสม และสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ โดยระดับของผลตอบแทนจะขึ้นอยู่กับความสามารถของแต่ละบุคคลเป็นสำคัญ



ลักษณะลูกค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีลักษณะการใช้งานที่มีความหลากหลาย ทำให้บริษัทมีกลุ่มลูกค้าครอบคลุมหลายอุตสาหกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ สาธารณูปโภคและเกษตรกรรม เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทยังมีการจำหน่ายท่อเหล็กทั้งในตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ โดยมีสัดส่วนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดังนี้

การจำหน่ายผลิตภัณฑ์	ปี 2544		ปี 2545		ปี 2546		งวด 6 เดือน สิ้นสุด 30 มิ.ย. 47	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ภายในประเทศ	915.15	73.34	1,206.94	74.65	1,535.28	78.19	776.90	70.37
ต่างประเทศ	332.63	26.66	409.93	25.35	428.18	21.81	327.12	29.63
รวม	1,247.78	100.00	1,616.87	100.00	1,963.46	100.00	1,104.02	100.00

จากตารางข้างต้น พบว่าบริษัทเน้นจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายในประเทศเป็นหลักเพื่อเป็นการรักษาสถานะลูกค้าและส่วนแบ่งตลาดภายในประเทศ อย่างไรก็ตาม บริษัทยังมีการส่งออกท่อเหล็กบางส่วนไปจำหน่ายยังต่างประเทศ เช่น ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ สิงคโปร์ฮ่องกง รวมทั้งประเทศในภูมิภาคตะวันออกกลาง ในอนาคตบริษัทวางแผนที่จะขยายตลาดส่งออกให้ครอบคลุมทุกภูมิภาคทั่วโลก เนื่องจากถือเป็นโอกาสสำคัญของบริษัทในการสร้างความร่วมมือกับลูกค้าในต่างประเทศเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่รวมทั้งเทคโนโลยีการผลิตท่อเหล็กของบริษัทให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัททั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศสามารถจำแนกได้เป็น 3 กลุ่มหลัก ดังนี้

(1) ลูกค้าประเภทตัวแทนจำหน่าย (Wholesales)

ลูกค้าประเภทตัวแทนจำหน่ายจะซื้อท่อเหล็กของบริษัทและจำหน่ายท่อเหล็กต่อให้กับลูกค้าอีกทอดหนึ่ง เช่น ร้านค้าวัสดุก่อสร้างทั่วไป ผู้รับเหมาก่อสร้างหรือลูกค้าตามบ้านเรือน รวมทั้งท่าเรือซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ซึ่งตัวแทนจำหน่ายวัสดุก่อสร้างเหล่านี้มีส่วนช่วยในการกระจายสินค้าของบริษัทในพื้นที่ต่างจังหวัด

(2) ลูกค้าประเภทโครงการก่อสร้าง (Projects)

ลูกค้าประเภทโครงการก่อสร้าง ได้แก่ ผู้รับเหมาก่อสร้างทั่วไป โดยมีทั้งการจำหน่ายโดยตรงและเป็นการจำหน่ายผ่านทางตัวแทนจำหน่ายซึ่งทำหน้าที่ประสานงานระหว่างผู้รับเหมาก่อสร้าง เจ้าของโครงการและบริษัท เพื่อนำผลิตภัณฑ์ท่อเหล็กของบริษัทไปใช้ในโครงการก่อสร้างต่างๆ ซึ่งที่ผ่านมาผลิตภัณฑ์ของบริษัทเริ่มเป็นที่ยอมรับและเป็นที่นิยมนำมาใช้อย่างแพร่หลายโดยวิศวกรและตลาดอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ทั้งในและต่างประเทศมากขึ้น

(3) ลูกค้าประเภทโรงงานอุตสาหกรรม (Industrials)

ลูกค้าประเภทโรงงานอุตสาหกรรมจะนำท่อเหล็กไปแปรรูปหรือประกอบเป็นชิ้นส่วนของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ตามความต้องการ เช่น แชนดรีดจอร์ยาน รวบบันได ข้อต่อท่อ หรือนำมาประกอบเพื่อทำโคมไฟประดับ เป็นต้น

(4) ลูกค้าอื่นๆ (Others)

ลูกค้าอื่นๆ ได้แก่ ลูกค้ารายย่อยทั่วไปที่นำท่อเหล็กไปใช้ประโยชน์โดยตรงทั้งเพื่อการก่อสร้าง ตกแต่งบ้านเรือน หรือเพื่อใช้ในงานทั่วไปอื่นๆ

สัดส่วนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าแต่ละประเภทของบริษัทตั้งแต่ปี 2544 เป็นต้นมาสามารถสรุปได้ดังนี้

การจำหน่ายผลิตภัณฑ์	ปี 2544		ปี 2545		ปี 2546		งวด 6 เดือน สิ้นสุด 30 มิ.ย. 47	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. ตัวแทนจำหน่าย	1,138.55	91.25	1,468.12	90.80	1,808.84	92.12	998.63	90.45
2. โครงการ	72.48	5.81	107.36	6.64	116.70	5.94	46.58	4.22
3. อุตสาหกรรม	33.27	2.67	37.54	2.32	36.46	1.86	17.02	1.54
4. อื่น ๆ	3.48	0.28	3.84	0.24	1.47	0.07	41.79	3.79
รวม	1,247.78	100.00	1,616.87	100.00	1,963.46	100.00	1,104.02	100.00

ในส่วนช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นั้น ทาโมเสจะเป็นผู้ทำหน้าที่ทางการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์ท่อเหล็กของบริษัททั้งหมด โดยเป็นผู้ติดต่อประสานงานกับลูกค้าตั้งแต่เริ่มต้นตลอดจนจบการขาย อย่างไรก็ตาม หน้าที่ทางการตลาดของทาโมเสจะ

มีลักษณะที่แตกต่างกันสำหรับสินค้าท่อเหล็กแบบมาตรฐานและท่อเหล็กแบบคุณภาพทั่วไปเพื่อให้เกิดความชัดเจนในการทำตลาดของผลิตภัณฑ์ซึ่งมีการวางตำแหน่งทางการตลาดและกลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน ดังนี้

- สำหรับการจำหน่ายท่อเหล็กแบบคุณภาพมาตรฐาน ทาโมเสจะเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวของบริษัท ภายใต้เครื่องหมายการค้า “แปซิฟิกไพพ์” โดยทาโมเสจะได้รับค่าตอบแทนในรูปของค่าตอบแทนทางการตลาด (Commission) เป็นร้อยละของยอดขาย
- สำหรับการจำหน่ายท่อเหล็กแบบคุณภาพทั่วไป ทาโมเสจะรับซื้อท่อเหล็กดังกล่าวจากบริษัทโดยตรงเพื่อนำไปจำหน่ายให้กับลูกค้าภายนอก ภายใต้เครื่องหมายการค้า “ทาโมเส” อย่างไรก็ตาม เนื่องจากทาโมเสมีสถานะเป็นบริษัทย่อยและทำหน้าที่การตลาดให้กับบริษัท ดังนั้น ในทางปฏิบัติจะมีการประสานงานในการวางแผนการผลิตและการขายอย่างใกล้ชิดโดยทาโมเสจะซื้อสินค้าจากบริษัทเมื่อมีคำสั่งซื้อจากลูกค้าเพื่อมิให้ทาโมเสต้องใช้เงินทุนหมุนเวียนมากเกินไปจนเกิดความจำเป็น

3.2.2 ภาวะการแข่งขัน

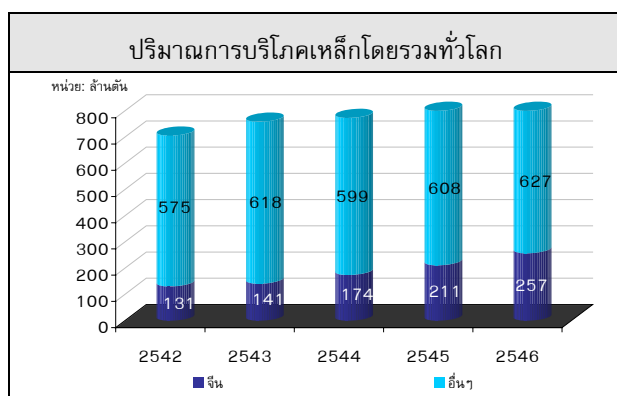
โครงสร้างอุตสาหกรรมโดยรวม

โครงสร้างอุตสาหกรรมเหล็กสามารถแบ่งออกเป็น 1) เหล็กขั้นต้น โดยเริ่มจากการนำสินแร่เหล็ก (Iron ore) มาถลุง (Iron making) เป็นเหล็กพิก (Pig Iron) และเศษเหล็ก (Scrap) 2) เหล็กขั้นกลาง เป็นการผลิตเหล็กกล้าโดยใช้วัตถุดิบที่ได้จากเหล็กขั้นต้นและ 3) เหล็กขั้นปลาย จะนำเหล็กขั้นกลางมารีดเป็นเหล็กเส้น ลวดเหล็ก เหล็กโครงสร้าง รวมไปถึงการแปรรูปและการเคลือบสปริงและท่อเหล็ก

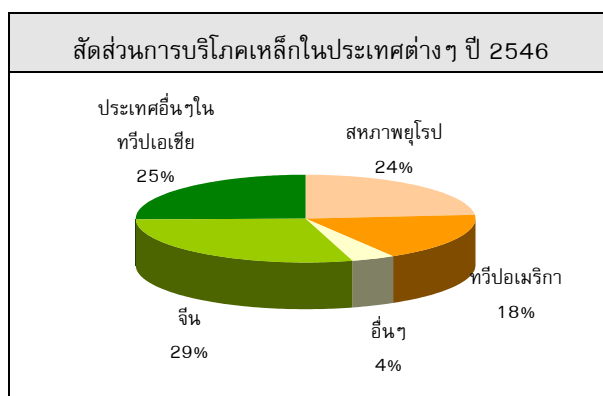
ภาวะอุตสาหกรรมเหล็กในตลาดโลก

ปัจจุบัน อุตสาหกรรมเหล็กในตลาดโลกกำลังอยู่ในช่วงขยายตัวภายหลังจากการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ ทำให้มีความต้องการบริโภคเหล็กเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะจากประเทศจีนซึ่งมีสัดส่วนการใช้เหล็กคิดเป็นประมาณร้อยละ 29.04 ของมูลค่าการบริโภคเหล็กโดยรวมทั่วโลกในปี 2546 โดยการบริโภคผลิตภัณฑ์เหล็กของจีนในปี 2546 คาดการณ์ว่าจะขยายตัวเป็น 257 ล้านตัน จาก 174 ล้านตัน ในปี 2544 หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 21.5 ต่อปี ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ซึ่งบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ได้ประมาณการแนวโน้มความต้องการใช้เหล็กของจีนจะยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่องถึงประมาณ 400 ล้านตันในปี 2553 ทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบันเศรษฐกิจของจีนมีการเติบโตอย่างรวดเร็วประกอบกับการเตรียมการเพื่อเป็นเจ้าภาพจัดงานระดับโลกที่จะจัดขึ้นในประเทศจีน เช่น การแข่งขันกีฬาโอลิมปิกในปี 2551

ในด้านราคาเหล็กทั่วโลก จากการที่ปริมาณความต้องการบริโภคเหล็กทั่วโลกมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องในขณะที่ผู้ประกอบการผลิตเหล็กรายใหญ่ของโลกมีการชะลอการผลิตลงตั้งแต่ในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจ กอปรกับการยกเลิกมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดของประเทศสหรัฐอเมริกาในช่วงปลายปี 2546 ที่ผ่านมามีผลทำให้การนำเข้าเหล็กจากต่างประเทศมากขึ้นและเกิดการแย่งตลาดกับเหล็กที่ส่งออกไปประเทศจีน ส่งผลให้ราคาเหล็กในตลาดโลกในปัจจุบันปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง



ที่มา: International Iron and Steel Institute



ที่มา: International Iron and Steel Institute

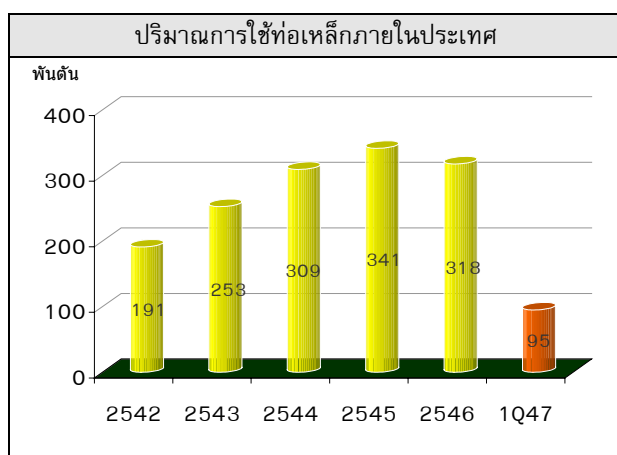
สำหรับอุตสาหกรรมเหล็กในประเทศไทยนั้น ปัจจุบันมีการปรับตัวขึ้นในทิศทางเดียวกับภาวะอุตสาหกรรมเหล็กในตลาดโลก ทั้งนี้ เป็นผลมาจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ โดยเฉพาะภาคอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจก่อสร้าง อุตสาหกรรม

ยานยนต์และชิ้นส่วน รวมถึงอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า ดังจะเห็นได้จากอุปสงค์ของเหล็กแผ่นรีดร้อนและเหล็กแผ่นรีดเย็นในปี 2544 เพิ่มขึ้นจาก 4 ล้านตัน และ 1.5 ล้านตัน เป็น 4.8 ล้านตัน และ 1.6 ล้านตันในปี 2545 ตามลำดับ และคาดว่าจะในปี 2546 ความต้องการเหล็กแผ่นทั้งสองประเภทจะเพิ่มขึ้นเป็น 7 ล้านตัน

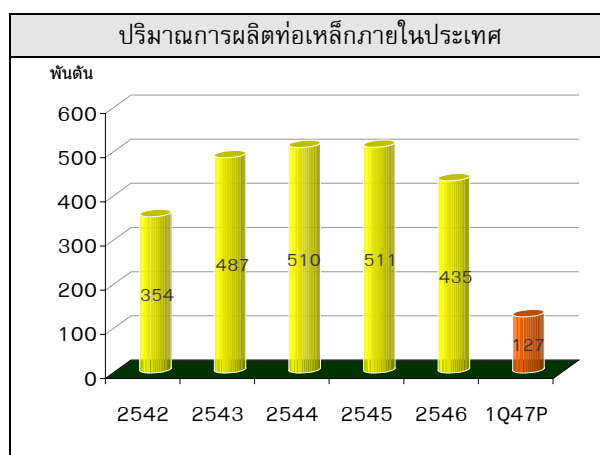
ภาวะอุตสาหกรรมท่อเหล็กในประเทศไทย

ท่อเหล็กเป็นอุตสาหกรรมต่อเนื่องสำคัญของอุตสาหกรรมเหล็กแผ่นรีดร้อน ผู้บริหารของบริษัทประเมินว่า ในปัจจุบันผู้ผลิตท่อเหล็กในประเทศใช้เหล็กแผ่นรีดร้อนเป็นวัตถุดิบคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 30 ของปริมาณเหล็กแผ่นรีดร้อนที่ผลิตได้ในประเทศทั้งหมด

ผู้ประกอบการท่อเหล็กปัจจุบันภายในประเทศทั้งหมดมีประมาณ 50 ราย คิดเป็นกำลังการผลิตติดตั้งรวมประมาณ 1.8 ล้านตัน โดยมีอัตราการใช้กำลังการผลิตเท่ากับร้อยละ 60-70 ในปี 2546 ซึ่งเพิ่มมากขึ้นจากร้อยละ 30-40 ในช่วงที่เศรษฐกิจอยู่ในภาวะชะลอตัวในปี 2541 เนื่องจากความต้องการบริโภคและการผลิตท่อเหล็กเริ่มมีการฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องตามการขยายตัวของเศรษฐกิจเช่นเดียวกับภาวะอุตสาหกรรมเหล็กโดยรวมโดยคิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (Compound Average Growth Rate, CAGR) ของความต้องการใช้เหล็กและการผลิตเหล็กตั้งแต่ปี 2542 ถึงปี 2545 เท่ากับร้อยละ 21.3 ต่อปีและร้อยละ 13.0 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ในปี 2546 ถึงแม้ว่าความต้องการท่อเหล็กจะเพิ่มสูงขึ้นตามภาวะอสังหาริมทรัพย์ที่ขยายตัว แต่จากข้อมูลสถิติพบว่า การบริโภคและการผลิตท่อเหล็กภายในประเทศมีปริมาณลดลงประมาณร้อยละ 6.7 ต่อปีและร้อยละ 14.9 ตามลำดับจากปีก่อน เนื่องจากการที่ราคาเหล็กแผ่นรีดร้อนและเศษเหล็กซึ่งเป็นวัตถุดิบของเหล็กแผ่นในตลาดโลกมีการปรับตัวสูงขึ้นอย่างมาก ในขณะที่ราคาจำหน่ายเหล็กแผ่นรีดร้อนภายในประเทศถูกตรึงไว้ที่เพดานราคาที่กำหนดโดยกระทรวงพาณิชย์ ส่งผลให้ผู้ผลิตเหล็กแผ่นรีดร้อนชะลอการผลิตลงและทำให้เกิดการขาดแคลนวัตถุดิบเหล็กแผ่นภายในประเทศอย่างหนักในช่วงไตรมาสที่ 2 และไตรมาสที่ 4 ของปี 2546 ส่งผลต่อเนื่องให้ปริมาณการผลิตและการบริโภคท่อเหล็กภายในประเทศลดลง นอกจากนี้ การปรับตัวสูงขึ้นของราคาเหล็กอย่างรวดเร็วส่งผลให้ผู้ผลิตท่อเหล็กและลูกค้าหลายรายเกิดปัญหาขาดสภาพคล่องเนื่องจากไม่มีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอสำหรับการซื้อวัตถุดิบ ซึ่งอาจเป็นอีกสาเหตุหนึ่งของการชะลอการบริโภคและการผลิตท่อเหล็กในปีที่ผ่านมา



ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย



ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

แนวโน้มอุตสาหกรรมท่อเหล็ก

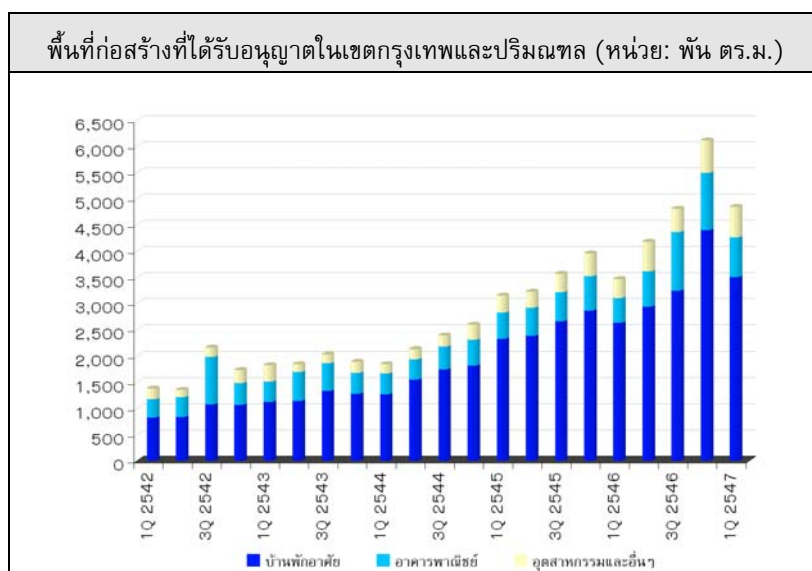
ผู้บริหารของบริษัทคาดการณ์ว่าอุตสาหกรรมท่อเหล็กยังคงมีแนวโน้มการเติบโตต่อไปในอนาคต ด้วยเหตุผลดังนี้

1. การที่ท่อเหล็กเป็นที่ยอมรับและมีแนวโน้มที่จะนำมาใช้ในงานโครงการก่อสร้างเพิ่มมากขึ้นเพื่อทดแทนการใช้วัสดุก่อสร้าง เช่น ไม้ คอนกรีตหรือเหล็กโครงสร้างรูปพรรณแบบตัว H และ I (H-Beam, I-Beam) รวมทั้งเหล็กฉากและเหล็กรางน้ำ เป็นต้น เนื่องจาก ท่อเหล็กมีความแข็งแรง ทนทาน น้ำหนักเบา สะดวกในการเชื่อมต่อ มีความเสียหายระหว่างการขนส่งน้อย จึงสามารถช่วยประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายได้ ทั้งนี้ ในการก่อสร้างที่ใช้โครงสร้างที่ทำจากท่อเหล็ก วิศวกรสามารถออกแบบโครงสร้างให้เป็นแบบน็อคดาวน์ (Knock Down) ไว้ก่อนแล้วจึงนำมาประกอบที่สถานที่ก่อสร้าง ทำให้ประหยัดทั้งเวลาและงบประมาณในการก่อสร้าง นอกจากนี้ การที่ราคาวัสดุก่อสร้างในปัจจุบันทั้งปูนซีเมนต์และเหล็กมีการปรับตัวสูงขึ้นมาก ถือเป็นโอกาสอันดีของท่อเหล็กที่จะสามารถมุ่งเน้นการขยายตลาดสำหรับโครงการทั้งภาครัฐและเอกชนที่ต้องการลดต้นทุนโครงการ เนื่องจากข้อได้เปรียบของท่อเหล็กในเรื่องของน้ำหนักที่เบาว่าแต่สามารถแบกรับน้ำหนักได้เท่ากัน ซึ่งในปัจจุบัน



ท่อเหล็กได้ถูกนำมาใช้ทดแทนเหล็กฉากและเหล็กทรงน้ำ สำหรับงานโครงหลังคาเหล็กสำหรับอาคารโปร่งขนาดใหญ่แล้ว และนำมาใช้ทดแทนเหล็กโครงสร้างรูปพรรณแบบตัว H และ I สำหรับทำเป็นเสา แบบหล่อคอนกรีต และโครงยึดสำหรับแบบหล่อคอนกรีต แล้ว ทั้งนี้ บริษัทคาดว่า ท่อเหล็กจะเป็นที่นิยมมากขึ้นเรื่อยๆ ตามแนวโน้มการก่อสร้างในต่างประเทศ เช่น ประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย สิงคโปร์ และฮ่องกง ส่วนในประเทศไทย ก็เริ่มมีการนำมาใช้ในโครงการจำนวนมากเช่นกัน ซึ่งรวมถึงโครงการของภาครัฐที่เน้นความประหยัดของต้นทุนการก่อสร้าง เช่น โครงการบ้านเอื้ออาทร เป็นต้น

- แนวโน้มการใช้ท่อเหล็กในโครงการก่อสร้างจะมีการขยายตัวในทิศทางเดียวกับภาคอสังหาริมทรัพย์เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด คาดการณ์ว่าจำนวนที่อยู่อาศัยใหม่ที่สร้างเสร็จในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลในปี 2547 จะมีจำนวนประมาณ 51,000 หน่วย ขยายตัวประมาณร้อยละ 9 (เทียบกับตัวเลขคาดการณ์ในปี 2546 ที่ 46,700 หน่วย) อย่างไรก็ตาม อัตราการเติบโตของบ้านพักอาศัยอาจมีการชะลอตัวลง เนื่องจากผู้บริโภคได้เร่งซื้อบ้านไปแล้วในปี 2546 โดยมีสาเหตุจากการปรับตัวสูงขึ้นของราคาที่อยู่อาศัยตามภาวะต้นทุนของผู้ประกอบการที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งการยกเลิกมาตรการกระตุ้นธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ในส่วนของโครงการก่อสร้างอาคารและสำนักงานนั้น ก็เป็นที่คาดว่ายังมีอัตราการเติบโตอยู่ในระดับดีเช่นกันเนื่องมาจากการขยายตัวของเศรษฐกิจทำให้อัตราการเช่าพื้นที่สำนักงานเพิ่มมากขึ้น (Occupancy rate) ซึ่งจะส่งผลให้การใช้ท่อเหล็กสำหรับระบบดับเพลิงมีการเติบโตมากขึ้นตามการขยายตัวของอาคารและสำนักงาน และโครงการก่อสร้างของภาครัฐจะยังเติบโตอย่างต่อเนื่องเช่นกัน



ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

- ในอนาคตท่อเหล็กยังสามารถพัฒนาเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในงานทั่วไปได้อีกหลายประเภท เช่น การใช้ท่อเหล็กเพื่อเป็นท่อระบบดับเพลิงสำหรับอาคารสูงจะยังเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นไปตามกฎหมายที่กำหนดให้อาคารสูงเกิน 6 ชั้นที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพฯต้องมีการติดตั้งระบบดับเพลิง และการใช้ท่อเหล็กเพื่อเป็นเสาของป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ เนื่องจากท่อเหล็กมีความแข็งแรงและสามารถรับแรงได้ทุกแนวอย่างสม่ำเสมอกว่าการใช้เหล็กประเภทอื่นๆ เช่น เหล็กฉาก เหล็กทรงน้ำ และเหล็กโครงสร้างรูปพรรณแบบตัว H และ I (H-Beam, I-Beam) เป็นต้น และจากการที่ราคาวัสดุเหล็กมีราคาแพงมากขึ้นในปัจจุบัน บริษัทเล็งเห็นว่า ท่อเหล็กจะสามารถเข้าไปทดแทนการใช้เหล็กประเภทอื่นๆเพิ่มมากขึ้นโดยอาศัยข้อได้เปรียบในเรื่องของการประหยัดต้นทุนมากกว่าวัสดุอื่น
- นอกเหนือจากแนวโน้มการขยายตัวของตลาดท่อเหล็กภายในประเทศ ความต้องการบริโภคท่อเหล็กในต่างประเทศก็มีทิศทางเติบโตอย่างมากเช่นกัน โดยเฉพาะโครงการก่อสร้างขนาดใหญ่ เช่น โครงการก่อสร้างศูนย์กีฬาสำหรับกีฬาโอลิมปิกที่ประเทศจีน และศูนย์กีฬาที่กาตาร์ เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับกีฬาเอเชียนเกมส์ ในปี 2006 เป็นต้น

ภาวะการแข่งขัน

ปัจจุบัน ผู้ประกอบการท่อเหล็กภายในประเทศทั้งหมดมีประมาณ 50 ราย คิดเป็นกำลังการผลิตติดตั้งรวมประมาณ 1.8 ล้านตัน โดยผู้ประกอบการท่อเหล็กภายในประเทศรายใหญ่ที่มีกำลังการผลิตท่อเหล็กเกินกว่า 100,000 ตันต่อปีมี 3 ราย โดยบริษัทเป็นหนึ่งในสามผู้ผลิตรายใหญ่สุดของประเทศดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตทั้ง 3 รายมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างกันโดยบริษัทจะเน้นการจำหน่ายท่อเหล็กแบบคุณภาพมาตรฐาน ในขณะที่ อีก 2 บริษัทจะเน้นการส่งออกและการจำหน่ายท่อเหล็กแบบคุณภาพทั่วไป ตามลำดับ

ปัจจุบัน บริษัทประมาณการว่าบริษัทมีส่วนการครองตลาดประมาณร้อยละ 25 ของตลาดท่อเหล็กรวมในประเทศ และหากพิจารณาเฉพาะท่อเหล็กคุณภาพมาตรฐาน ถือได้ว่าบริษัทเป็นผู้นำการตลาดอันดับหนึ่ง ซึ่งจากการประมาณการโดยผู้บริหารบริษัทมีส่วนแบ่งทางการตลาดมากกว่าร้อยละ 80 สำหรับท่อเหล็กมาตรฐานอุตสาหกรรม มอก. และมากกว่าร้อยละ 60 สำหรับท่อเหล็กมาตรฐานทุกประเภทโดยรวม ทั้งนี้ ผลผลิตของ บริษัทที่มีความได้เปรียบคู่แข่งในเรื่องของความหลากหลายและการส่งมอบสินค้าที่เชื่อถือได้ โดยที่คู่แข่งบางรายมุ่งเน้นการผลิตท่อเหล็กในปริมาณมาก ซึ่งส่งผลให้ประเภทของท่อเหล็กที่ผลิตได้มีจำนวนจำกัด และหากพิจารณาถึงการแข่งขันกับผู้ผลิตเหล็กแผ่นรีดร้อน บริษัทยังมีความได้เปรียบในเรื่องของความหลากหลายของท่อเหล็กและความสม่ำเสมอในการผลิตท่อเหล็กเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เนื่องจากผู้ผลิตเหล็กแผ่นรีดร้อนดังกล่าวจะมีการตัดสินใจเกี่ยวกับปริมาณการผลิตท่อเหล็กเปลี่ยนแปลงตามความต้องการผลิตท่อเหล็กภายในประเทศ กล่าวคือ ถ้าความต้องการบริโภคเหล็กแผ่นมีมาก ผู้ผลิตดังกล่าวอาจลดการผลิตท่อเหล็กเพื่อเพิ่มกำลังการผลิตในส่วนแผ่นเหล็กมากขึ้นเนื่องจากได้ผลตอบแทนมากกว่า นอกจากนี้ บริษัทมีความได้เปรียบต่อผู้นำเข้าท่อเหล็กภายในประเทศในเรื่องของความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าเนื่องจากการนำเข้าท่อเหล็กยังใช้ระยะเวลาการขนส่งนานกว่าการสั่งผลิตในประเทศและประกอบกับข้อจำกัดในด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ทำให้ผู้นำเข้าไม่สามารถสำรองสินค้าไว้เป็นจำนวนมาก

สำหรับในตลาดต่างประเทศของบริษัทได้แก่ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ สิงคโปร์ ฮ่องกง และประเทศในภูมิภาคตะวันออกกลางนั้น ถือว่ามีการแข่งขันไม่รุนแรงมากนัก เนื่องจากความต้องการบริโภคท่อเหล็กภายในประเทศของผู้ผลิตท่อเหล็กรายใหญ่ในภูมิภาคซึ่งถือเป็นคู่แข่งสำคัญของบริษัท ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย จีน ญี่ปุ่นและเกาหลี อยู่ในระดับที่สูงตามการเติบโตของเศรษฐกิจ จึงทำให้สัดส่วนการส่งออกท่อเหล็กมีไม่มากและในบางประเทศโดยเฉพาะประเทศจีน ยังมีการนำเข้าท่อเหล็กในปริมาณมากเช่นกัน

กฎระเบียบและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่อเหล็ก

(1) มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti-dumping: AD)

มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti-dumping: AD) คือ มาตรการที่ออกโดยภาครัฐเพื่อคุ้มครองอุตสาหกรรมเหล็กภายในประเทศไม่ให้ถูกเอารัดเอาเปรียบจากการนำเข้าสินค้าที่เพิ่มขึ้น และการนำเข้าสินค้าในราคาที่ไม่เป็นธรรมโดยการทุ่มตลาดหรือได้รับการอุดหนุน โดยกระทรวงพาณิชย์จะประกาศเรียกเก็บอากรตอบโต้การทุ่มตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์เหล็กที่นำเข้าจากบางประเทศ ตั้งแต่ในเดือนกรกฎาคม 2545 เป็นระยะเวลา 5 ปี ซึ่งในปัจจุบันมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดครอบคลุมสินค้าเหล็กกล้าไร้สนิม รีดเย็น เหล็กแผ่นรีดร้อน ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตท่อเหล็กเท่านั้นไม่รวมถึงผลิตภัณฑ์ท่อเหล็ก หากมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดของภาครัฐสิ้นสุดลงซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อราคาเหล็กแผ่นในประเทศมีความผันผวนมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการร้องเรียนจากผู้ประกอบการธุรกิจต่อเนื่องของอุตสาหกรรมเหล็กทำให้ในเดือนมีนาคม 2547 ภาครัฐได้ยกเลิกมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดลงชั่วคราวเป็นเวลา 6 เดือน ในขณะที่มาตรการกำหนดเพดานราคาจำหน่ายเหล็กแผ่นรีดร้อนยังมีผลบังคับใช้อยู่ในปัจจุบัน เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบเหล็กแผ่นภายในประเทศ

(2) มาตรการควบคุมราคาเหล็กวัตถุดิบ

กระทรวงพาณิชย์ได้มีการกำหนดราคาสูงสุดของเหล็กแผ่น (เพดานราคา) ซึ่งเริ่มมีผลบังคับใช้ตั้งแต่เดือนเมษายน 2546 เป็นต้นมา ทั้งนี้ เพื่อเป็นการควบคุมการขึ้นราคาเหล็กแผ่นภายในประเทศรวมทั้งเพื่อช่วยสร้างเสถียรภาพของราคาวัตถุดิบเหล็กให้กับอุตสาหกรรมต่อเนื่องต่างๆ รวมทั้งอุตสาหกรรมท่อเหล็ก ภายหลังจากการที่ภาครัฐมีมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดเพื่อลดการนำเข้าเหล็กแผ่น อย่างไรก็ตาม กระทรวงพาณิชย์สามารถปรับเปลี่ยนเพดานราคา หากเห็นว่าราคาเหล็กในตลาดโลกเพิ่มสูงขึ้น เพื่อเป็นการป้องกันปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบเหล็กภายในประเทศเนื่องจากผู้ผลิตวัตถุดิบเหล็กภายในประเทศเปลี่ยนไปส่งออกมากขึ้น

ทั้งนี้ ในเดือนเมษายน 2547 ภาครัฐได้ยกเลิกมาตรการกำหนดเพดานราคาเหล็กแผ่นรีดร้อนในประเทศเพื่อให้สอดคล้องกับการที่ภาครัฐได้ยกเลิกมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดลงชั่วคราวเป็นเวลา 6 เดือนในเดือนมีนาคม 2547

(3) เขตการค้าเสรี (AFTA)

ปัจจุบัน อัตราภาษีอากรขาเข้าของท่อเหล็กอยู่ที่ประมาณร้อยละ 12 ซึ่งตามข้อตกลงภายใต้สนธิสัญญาอาฟต้า ประเทศสมาชิกมีข้อตกลงร่วมกันให้ลดกำแพงภาษีนำเข้าให้เหลือเพียงร้อยละ 0-5 ภายในปี 2550 ส่งผลให้อาจมีการนำเข้าท่อเหล็กราคาถูกมากขึ้นในอนาคต อย่างไรก็ตาม เนื่องจากความต้องการบริโภคท่อเหล็กของประเทศผู้ผลิตท่อเหล็กรายใหญ่ภายใต้สนธิสัญญาอาฟต้าในปัจจุบัน เช่น ประเทศจีนและมาเลเซีย มีมากกว่ากำลังการผลิตภายในประเทศ ส่งผลให้ความสามารถในการส่งออกของประเทศผู้ผลิตท่อเหล็กรายใหญ่ลดลง นอกจากนี้ ข้อจำกัดในด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และระยะเวลาในการขนส่งของท่อเหล็กนำเข้าจะเป็นข้อเสียเปรียบสำคัญที่ทำให้ท่อเหล็กนำเข้าไม่สามารถแข่งขันกับบริษัทได้

3.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

3.3.1 การผลิต

โรงงานของบริษัทมี 2 แห่ง ได้แก่

โรงงาน	ที่ตั้ง	รายละเอียด
1. ศูนย์พระประแดง	ตั้งอยู่ที่ 298, 298/2 ซอยกลับเจริญ 3 ถนนสุขสวัสดิ์ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ	ดำเนินการผลิตท่อเหล็ก พื้นที่ 24 ไร่ 1 งาน 69 ตารางวา มี 3 อาคาร
2. ศูนย์มหาชัย	ตั้งอยู่ที่ 1/112 นิคมอุตสาหกรรมสมุทรสาคร หมู่ที่ 2 ถนนพระราม 2 ตำบลท่าทราย อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร	ดำเนินการชุบสังกะสีท่อเหล็ก พื้นที่ 8 ไร่ 2 งาน 5 ตารางวา มี 1 อาคาร

ขั้นตอนการผลิต

บริษัทผลิตท่อเหล็กโดยการเชื่อมเหล็กแผ่นเข้าด้วยกันโดยอาศัยความต้านทานไฟฟ้า (Electric Resistance Welded: ERW) ซึ่งมักใช้ผลิตท่อที่มีความหนาไม่มากนัก ทำให้ได้รอยเชื่อมตรงตามความยาวท่อ ทั้งนี้ บริษัทจะทำการตรวจสอบค่าธาตุทางเคมีและแรงดึงของวัตถุดิบเหล็กก่อนป้อนเข้าสู่กระบวนการผลิต จากนั้นเหล็กแผ่นจะถูกซอย (Slitting) ให้ได้ขนาดตามความต้องการของลูกค้าแล้วจึงทำการขึ้นรูปเพื่อให้เป็นท่อ และเชื่อมด้วยเครื่องเชื่อมความถี่สูงที่อาศัยความต้านทานไฟฟ้า ภายหลังจากการเชื่อม บริษัทจะทำการตรวจสอบรอยตะเข็บของท่อก่อนการใส่ตะเข็บทั้งผิวนอกและภายในท่อให้เป็นไปตามข้อกำหนดของมาตรฐานแต่ละชนิด จากนั้นผลิตภัณฑ์ท่อเหล็กที่ได้จะถูกตัดด้วยเครื่องอัตโนมัติและทำการตรวจสอบขนาดท่อเหล็ก ก่อนที่จะนำไปตัดตรงและปาดหน้าเพื่อให้ปลายทั้งสองข้างเรียบ เมื่อสิ้นสุดขั้นตอนการผลิต แผนกประกันคุณภาพ (Quality Assurance) จะทำการทดสอบคุณสมบัติต่างๆตามมาตรฐานแต่ละประเภทอย่างละเอียด จากนั้นจะเข้าสู่กระบวนการเตรียมผิวและชุบสังกะสีหรือพิมพ์สี การทำเกลียวและบรรจุภัณฑ์ก่อนส่งมอบให้ลูกค้า

นโยบายการผลิตและกำลังการผลิต

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีทั้งที่ผลิตตามคำสั่งลูกค้าและผลิตพร้อมสำหรับการจำหน่าย โดยการผลิตตามคำสั่งลูกค้าจะขึ้นอยู่กับลูกค้าแต่ละรายที่จะส่งคำสั่งซื้อเข้ามา ซึ่งบริษัทมีนโยบายรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าและดำเนินการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าในประเทศ ดังนี้ 1) ในกรณีที่มีสินค้าพร้อมจำหน่าย บริษัทจะดำเนินการจัดส่งสินค้าทันที 2) ในกรณีที่ไม่มีวัตถุดิบเหล็กในคลังสินค้า บริษัทจะดำเนินการจัดส่งสินค้าภายใน 20 วันและ 3) ในกรณีที่ต้องสั่งซื้อวัตถุดิบเหล็กเพิ่มเติม บริษัทจะดำเนินการจัดส่งสินค้าภายใน 45 วัน ส่วนกรณีของลูกค้าต่างประเทศ บริษัทจะดำเนินการส่งมอบสินค้าภายใน 60-75 วัน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับระยะเวลาในการสั่งซื้อของลูกค้า ซึ่งที่ผ่านมา บริษัทไม่เคยประสบปัญหาการส่งมอบผลิตภัณฑ์ล่าช้ากว่ากำหนด และสำหรับการผลิตพร้อมสำหรับการ



จำหน่าย บริษัทที่มีการวางแผนการผลิตจากฝ่ายบริหาร ฝ่ายผลิตและฝ่ายการตลาด โดยจะมีการประชุมเพื่อติดตามความเคลื่อนไหวของความต้องการสินค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อใช้ในการประกอบการกำหนดนโยบายการผลิตและการวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบให้มีประสิทธิภาพเพื่อช่วยประหยัดต้นทุนการผลิต และทำให้บริษัทสามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์ต่อลูกค้าได้ทันที

กำลังการผลิตติดตั้งและกำลังการผลิตจริงของบริษัทในช่วงปี 2544-2546 และงวด 6 เดือนสิ้นสุด 30 มิถุนายน 2547 สามารถสรุปได้ดังนี้

	ปี 2544	ปี 2545	ปี 2546	งวด 6 เดือน สิ้นสุด 30 มิ.ย. 47
โรงงานผลิตท่อเหล็ก (พระประแดง)				
1. กำลังการผลิตติดตั้งของเครื่องจักรรวม/1 (หน่วย: ตัน)	200,000	200,000	200,000	200,000
2. กำลังการผลิตตามระยะเวลาการผลิตรวม/2 (หน่วย: ตัน)	150,000	150,000	150,000	150,000
3. ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย: ตัน)	89,127	102,379	103,924	50,164
4. อัตราการใช้กำลังการผลิต/3 (ร้อยละ)	59.42	68.25	69.28	66.89
โรงงานชุบสังกะสี (มหาชัย)				
1. กำลังการผลิตติดตั้งของเครื่องจักรรวม/1 (หน่วย: ตัน)	50,000	50,000	50,000	50,000
2. กำลังการผลิตตามระยะเวลาการผลิตรวม/2 (หน่วย: ตัน)	40,000	40,000	40,000	40,000
3. ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย: ตัน)	11,039	15,317	19,697	7,335
4. อัตราการใช้กำลังการผลิต/3 (ร้อยละ)	27.60	38.29	49.24	36.68

หมายเหตุ:

- ^{1/} กำลังการผลิตติดตั้งของเครื่องจักรรวมคำนวณบนสมมติฐานที่เป็นการผลิตท่อเหล็กแบบเดียวโดยไม่มีการเปลี่ยนประเภทท่อเหล็กที่ผลิต
- ^{2/} กำลังการผลิตตามระยะเวลาการผลิตรวมคำนวณบนสมมติฐานที่มีการเปลี่ยนแปลงชนิดท่อเหล็กที่ผลิต โดยใช้ตัวเลขร้อยละ 75 สำหรับโรงงานผลิตท่อเหล็กดำ และร้อยละ 80 สำหรับโรงงานชุบสังกะสี เพื่อสำรองสำหรับระยะเวลาในการเปลี่ยนแปลงและติดตั้งระบบเครื่องจักรสำหรับปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม ตัวเลขดังกล่าวบริษัทอาจมีการปรับเปลี่ยนมากขึ้นได้ในอนาคต เมื่อปริมาณการผลิตท่อเหล็กแต่ละประเภทหรือขนาดเพิ่มมากขึ้น เช่น ภายหลังการเปิดศูนย์กระจายสินค้า ทำให้บริษัทสามารถใช้กำลังการผลิตได้เพิ่มมากขึ้น
- ^{3/} อัตราการใช้กำลังการผลิตเทียบกับกำลังการผลิตตามระยะเวลาการผลิต
- ^{4/} คำนวณตัวเลขอัตราการใช้กำลังการผลิตโดยปรับเป็นอัตราส่วนเต็มปี

โดยทั่วไป เมื่อมีการใช้กำลังการผลิตติดตั้งของเครื่องจักรถึงประมาณร้อยละ 75 บริษัทจะทำการประเมินความเหมาะสมในการขยายกำลังการผลิตโดยพิจารณาถึงแนวโน้มความต้องการท่อเหล็กประกอบกับกลยุทธ์และแผนงานของบริษัท นอกจากนี้ เพื่อรักษาประสิทธิภาพของเครื่องจักรภายในโรงงาน บริษัทได้มีการกำหนดการตรวจเช็คและปรับปรุงเครื่องจักรทุกสัปดาห์และแต่ละครั้งจะใช้เวลาประมาณ 2-3 ชั่วโมง

เทคโนโลยีในการผลิต

เทคโนโลยีการผลิตของบริษัทถือเป็นปัจจัยหนึ่งซึ่งบริษัทให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากจะช่วยให้บริษัทสามารถลดต้นทุนการผลิต และสามารถรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในระดับสูงได้ ซึ่งการผลิตท่อเหล็กและการชุบสังกะสีของบริษัทใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ในขณะเดียวกัน บริษัทยังร่วมมือกับลูกค้าเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่อเหล็กให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่องโดยมีเป้าหมายให้บริษัทสามารถผลิตท่อเหล็กที่มีประสิทธิภาพสูงสุดด้วยต้นทุนที่สามารถแข่งขันในตลาดได้ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2547 บริษัทมีผู้เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ซึ่งอยู่ในทีมวิจัยและพัฒนาของบริษัททั้งหมด 8 ราย

3.3.2 วัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักในการผลิตท่อเหล็กของบริษัท คือ เหล็กแผ่นรีดร้อน (Hot rolled coil) โดยบริษัทมีปริมาณการใช้เหล็กแผ่นรีดร้อนส่วนประมาณร้อยละ 97 ของมูลค่าวัตถุดิบรวม

วัตถุดิบ	ปี 2544		ปี 2545		ปี 2546		งวด 6 เดือน สิ้นสุด 30 มิ.ย. 47	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. เหล็กแผ่นรีดร้อน	1,013.62	96.84	1,362.24	97.22	1,452.19	96.07	940.31	97.08
2. สังกะสี	31.74	3.03	36.57	2.61	56.32	3.73	27.18	2.81
3. อื่นๆ	1.30	0.12	2.40	0.17	3.10	0.21	1.07	0.11
รวม	1,046.66	100.00	1,401.18	100.00	1,511.62	100.00	968.56	100.00



จากนโยบายการดำเนินธุรกิจของบริษัทที่ให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการส่งมอบงานที่ตรงต่อเวลา คุณภาพของวัตถุดิบและความน่าเชื่อถือของผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการพิจารณาสั่งซื้อวัตถุดิบ โดยบริษัทมีการจัดทำประเมินผลการดำเนินงานของผู้จำหน่ายวัตถุดิบเป็นประจำ ในปัจจุบัน บริษัทได้มีการสั่งซื้อเหล็กแผ่นประมาณร้อยละ 70-80 ของมูลค่าวัตถุดิบรวม จากผู้ผลิตในประเทศซึ่งในปัจจุบันมี 3 ราย ได้แก่ บมจ. สหวิริยาสตีลอินดัสตรี บมจ. จี สตีล และบมจ. นครไทยสตีลปริมิต ทั้งนี้ การที่บริษัทมีการสั่งซื้อวัตถุดิบจากภายในประเทศเป็นหลักทำให้บริษัทได้รับประโยชน์จากควมมีเสถียรภาพทางด้านราคาวัตถุดิบเหล็ก เนื่องจากเหล็กแผ่นเป็นสินค้าควบคุมและมีการกำหนดเพดานราคา สำหรับการนำเข้าวัตถุดิบเหล็กจากต่างประเทศ ปัจจุบัน บริษัทนำเข้าจากประเทศอินเดีย รัสเซีย และแอฟริกาใต้ เพื่อใช้ผลิตท่อเหล็กสำหรับการส่งออกทั้งหมดด้วยเหตุผลทางภาษีที่ให้มีการยกเว้นภาษีนำเข้าสำหรับวัตถุดิบเหล็กที่ผลิตเพื่อการส่งออกหรือในกรณีที่เหล็กแผ่นรีดร้อนในต่างประเทศมีราคาต่ำกว่าแหล่งในประเทศ

โดยสัดส่วนแหล่งที่มาของวัตถุดิบจากทั้งในประเทศและต่างประเทศตั้งแต่ปี 2544 เป็นต้นมา สรุปได้ดังนี้

แหล่งที่มาของวัตถุดิบ	ปี 2544		ปี 2545		ปี 2546		งวด 6 เดือน สิ้นสุด 30 มิ.ย. 47	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. ในประเทศ	489.36	46.75	1,092.46	77.97	1,191.21	78.80	848.95	87.65
2. ต่างประเทศ	557.30	53.25	308.72	22.03	320.41	21.20	119.60	12.35
รวม	1,046.66	100.00	1,401.18	100.00	1,511.62	100.00	968.55	100.00

3.3.3 นโยบายสินค้าคงคลัง

นโยบายการบริหารวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปของบริษัทจะเป็นแบบยืดหยุ่น ซึ่งมีได้กำหนดปริมาณการสำรองไว้ อย่างตายตัว ทั้งนี้ ผู้บริหารของบริษัทซึ่งมีประสบการณ์ในธุรกิจเหล็กมากกว่า 20 ปีจะติดตามข้อมูลความเคลื่อนไหวสภาวะตลาดอย่างใกล้ชิดจากแหล่งต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลการซื้อขายในตลาด งานวิจัยต่างๆ การพูดคุยกับผู้จัดท้าววัตถุดิบรายใหญ่ ฯลฯ เพื่อวางแผนและกำหนดนโยบายการจัดซื้อวัตถุดิบให้เหมาะสมกับภาวะตลาดในแต่ละขณะ และยังร่วมกับหน่วยงานผลิตและการตลาด ในการวางแผนการผลิตและจำหน่ายสินค้า ทั้งนี้ การที่บริษัทมีการสำรองสินค้าสำเร็จรูปดังกล่าวถือเป็นจุดแข็งสำคัญของบริษัท เนื่องจากบริษัทสามารถส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าในทันที ในขณะที่คู่แข่งส่วนใหญ่ซึ่งมีฐานะการเงินที่ต้อยกว่าจะมีลักษณะการผลิตตามคำสั่งของลูกค้าเป็นหลัก (made to order) ซึ่งอาจต้องรอการสั่งซื้อวัตถุดิบและสั่งผลิตเป็นเวลาหลายอาทิตย์ ทั้งนี้ จากการที่บริษัทมีความสามารถในการจัดส่งสินค้าได้ทันทีเนื่องจากมีสินค้าพร้อมส่งมอบ ส่งผลให้บริษัทสามารถจำหน่ายสินค้าได้ในราคาที่สูงกว่าผู้ผลิตท่อเหล็กทั่วไปและเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ช่วยเพิ่มอัตราการทำการกำไรของบริษัท

3.4 งานที่ยังไม่ส่งมอบ

ไม่มี

3.5 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทมีระเบียบในการรักษาสีสิ่งแวดล้อมในการดำเนินการผลิตและมีระบบควบคุมบำบัดของเสียให้เป็นไปตามที่ภาครัฐกำหนดไว้ ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงอุตสาหกรรม ทั้งนี้ ในส่วนของโรงงานที่พระประแดง บริษัทไม่เคยประสบปัญหาด้านมลพิษ ทั้งอากาศ เสียง สารพิษและน้ำเสียแต่อย่างใด ส่วนโรงงานที่มหาชัยนั้น บริษัทได้ดำเนินการผลิตให้เป็นไปตามมาตรฐานของนิคมอุตสาหกรรมสำหรับโรงงานชุบสังกะสี และบริษัทยังมีระบบป้องกันน้ำเสียที่มีประสิทธิภาพ เพื่อป้องกันมลภาวะที่อาจเกิดขึ้น