

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1. ลักษณะผลิตภัณฑ์ของบริษัท

บริษัท เค.ซี.เมททอลซีท จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจขึ้นรูปแผ่นเหล็กตามรูปแบบและขนาดตามความต้องการของลูกค้าสำหรับใช้เป็นแผ่นหลังคาและผนังเหล็ก รวมทั้งขึ้นรูปชิ้นงานเหล็กกล้าสำเร็จรูปสำหรับงานโครงสร้างหลังคาและผนัง และให้บริการงานออกแบบและติดตั้งงานโครงสร้างเหล็กสำเร็จรูปสำหรับอาคารสิ่งปลูกสร้างแบบครบวงจรและงานติดตั้งแผ่นหลังคาและผนังเหล็ก โดยสามารถแบ่งลักษณะกลุ่มผลิตภัณฑ์ 2 กลุ่มหลัก ได้แก่

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์เหล็กเคลือบสังกะสีและอลูมิเนียม มีสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 90 ของรายได้รวม บริษัททำการตลาดสำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์นี้ภายใต้เครื่องหมายการค้าจดทะเบียน “รตัง” (TANK) และ “คอมมานโด” (Commando) แบ่งเป็น 3 ประเภทผลิตภัณฑ์ ดังนี้
 - 1.1 ผลิตภัณฑ์แผ่นเหล็กเคลือบสีลอน ทั้งชนิดเคลือบสีและไม่เคลือบสี ในการติดตั้งหลังคาและผนังเหล็ก (Core Product) เป็นวัสดุหลักสำหรับการติดตั้งหลังคาและผนังเหล็ก ทั้งแผ่นเหล็กชนิดเคลือบสีและไม่เคลือบสีสำหรับติดตั้งหลังคาและฝ้าผนัง ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มีสัดส่วนรายได้สูงสุดในกลุ่มผลิตภัณฑ์ คือ ประมาณร้อยละ 90 ของรายได้กลุ่มผลิตภัณฑ์
 - 1.2 วัสดุประกอบที่เกี่ยวข้องในการติดตั้งหลังคาและผนังเหล็ก (Option Product) เป็นวัสดุทางเลือกที่ใช้ประกอบในการก่อสร้างหลังคาและผนังของอาคารสิ่งปลูกสร้าง ไม่เฉพาะเจาะจงสำหรับวัสดุหลังคาหรือผนังเหล็กเท่านั้น ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มีสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 5 ของรายได้กลุ่มผลิตภัณฑ์
 - 1.3 อุปกรณ์ใช้ร่วมในการติดตั้งหลังคาและผนังเหล็ก (Accessories Product) เป็นวัสดุอุปกรณ์ใช้ร่วมกันในการติดตั้งสำหรับการก่อสร้างหลังคาและผนังของอาคารและสิ่งปลูกสร้าง ไม่เฉพาะเจาะจงสำหรับวัสดุหลังคาหรือผนังเหล็กเท่านั้น ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มีสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 5 ของรายได้กลุ่มผลิตภัณฑ์
- หมายเหตุ : บริษัทได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) สำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์ 1.1 ที่เป็งานขึ้นรูปแผ่นหลังคาและผนังเหล็ก
2. กลุ่มผลิตภัณฑ์โครงสร้างเหล็กกล้าสำเร็จรูป มีสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 8 ของรายได้รวม แบ่งเป็น 3 ประเภท ดังนี้
 - 2.1 งานโครงสร้างเหล็กกล้าสำเร็จรูปสำหรับอาคารขนาดกลางและขนาดใหญ่ ผลิตภัณฑ์หลักประกอบด้วย แปเหล็กกล้ากำลังสูง (High Strength Purlin) และโครงสร้างเหล็กกล้าขนาดใหญ่ (Pre-Engineered Building, P.E.B.) ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มีสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 94 ของรายได้กลุ่มผลิตภัณฑ์
 - หมายเหตุ : บริษัทได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) สำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์ 2.1 ที่เป็งานขึ้นรูปโครงสร้างเหล็กกล้าสำเร็จรูป
 - 2.2 งานโครงสร้างเหล็กกล้าสำเร็จรูปสำหรับอาคารขนาดเล็ก บริษัททำการตลาดภายใต้เครื่องหมายการค้า “เ็นดูโรเฟรม” (ENDUROFRAME) ซึ่งบริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัท บลูสโคป สตีล (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท เอ็นเอส บลูสโคป (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของ BlueScope Steel Limited เจ้าของกรรมสิทธิ์ในตราผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมการผลิตโครงสร้างเหล็กกล้าสำเร็จรูปจากประเทศออสเตรเลีย ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มีสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 3 ของรายได้กลุ่มผลิตภัณฑ์
 - 2.3 งานเหล็กรูปพรรณ ผลิตภัณฑ์เหล็กกล้าสำหรับงานก่อสร้างอาคารสิ่งปลูกสร้าง ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มีสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 3 ของรายได้กลุ่มผลิตภัณฑ์

นอกจากนี้ ตั้งแต่ปี 2555 เป็นต้นมา บริษัทมีการขยายการให้บริการไปยังงานออกแบบและรับติดตั้งงานโครงสร้างเหล็กสำหรับอาคารสิ่งปลูกสร้างให้แก่ลูกค้า เพื่อเป็นการสนับสนุนการขายผลิตภัณฑ์หลักและเป็นการเพิ่มแหล่งรายได้ช่องทางหนึ่ง โดยมีสัดส่วนรายได้ค่าบริการติดตั้งเมื่อเปรียบเทียบกับต่อรายได้จากการขายและบริการ ในปี 2555-2556 และช่วง 6 เดือนแรกปี 2557 คิดเป็นร้อยละ 1.00 ร้อยละ 1.40 และร้อยละ 1.96 ตามลำดับ

เพื่อต่อยอดธุรกิจและเป็นการบริหารจัดการทรัพย์สินที่บริษัทเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์อยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด บริษัทจึงได้เริ่มลงทุนธุรกิจก่อสร้างอาคารสำเร็จรูปเพื่อให้เช่าพื้นที่ ปัจจุบันอยู่ระหว่างการก่อสร้างคลังสินค้าสำเร็จรูปให้เช่าที่จังหวัดเชียงใหม่ และคาดว่าจะสามารถเปิดให้เช่าและสร้างรายได้ต่อเนื่อง (Recurring income) ให้แก่บริษัทในเดือนกุมภาพันธ์ 2558

รายละเอียดผลิตภัณฑ์และการบริการ สามารถสรุปได้ดังนี้

ผลิตภัณฑ์กลุ่มที่ 1 : กลุ่มผลิตภัณฑ์เหล็กเคลือบสังกะสีและอลูมิเนียม

1.1 ผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหล็กเคลือบรีดลอน ทั้งชนิดเคลือบสีและไม่เคลือบสี สำหรับติดตั้งหลังคาและฝ้าผนัง

1.1.1) ผลิตภัณฑ์แผ่นหลังคาและแผ่นผนังเหล็ก (Steel Roof and wall)

แผ่นหลังคาและแผ่นผนังเหล็ก (ในทางวิศวกรรมหรือการช่างหมายถึงแผ่นเหล็กในลักษณะแผ่นตรงมีรูปลอนไปในระนาบเดียวกัน) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเหมือนกันและสามารถใช้ทดแทนกัน เนื่องจากผนังเหล็กมีคุณสมบัติรูปร่างและลักษณะการใช้งานที่มีความใกล้เคียง ผลิตภัณฑ์จากวัสดุชนิดเดียวกันและกระบวนการผลิตแบบเดียวกัน ซึ่งลักษณะที่กล่าวมาสามารถแยกคุณสมบัติตามรูปร่างได้ 4 ประเภท คือ

1.1) *รูปลอน* เป็นรูปแบบลักษณะของทางกายภาพของแผ่นหลังคาและแผ่นผนังเหล็กเพื่อตอบสนองความต้องการใช้งานในรูปแบบต่างๆ ซึ่งลักษณะของรูปลอนหลังคามีแบบขึ้นอยู่กับองค์ประกอบทางกายภาพ ดังนี้

- จำนวนสันลอน
- จำนวนท้องลอน
- ความสูงสันลอน
- ความกว้าง
- พื้นที่ใช้งาน

ปัจจุบันบริษัทมีรูปลอนให้เลือกทั้งหมด 7 แบบ ถูกออกแบบอย่างสอดคล้องเพื่อให้เหมาะสมตามรูปแบบการใช้งานต่างๆ

1.2) *สี* เป็นอีกรูปแบบลักษณะของทางกายภาพของแผ่นหลังคาและแผ่นผนังเหล็ก โดยปัจจุบันบริษัทผลิตภัณฑ์ทั้งแบบเคลือบสีและไม่เคลือบสี กรณีลูกค้าต้องการผลิตภัณฑ์เคลือบสีจะมีสีมาตรฐานให้เลือกทั้งหมด 13 สี

นอกจากนี้ ลูกค้ายังสามารถสั่งซื้อแผ่นหลังคาและแผ่นผนังเหล็กสีอื่นๆ นอกเหนือจากสีมาตรฐานที่บริษัทมีอยู่ แต่ปริมาณการสั่งซื้อต้องมีความยาวมากกว่า 1,000 เมตร หรือคิดเป็นน้ำหนัก 5 ตันขึ้นไป

1.3) *ความหนา* เป็นลักษณะสำคัญของแผ่นหลังคาและแผ่นผนังเหล็กที่ลูกค้าเลือกพิจารณาเนื่องจากว่า หลังคาหรือผนังของสิ่งปลูกสร้างต้องการคุณสมบัติความแข็งแรงทนทานต่อสภาวะแวดล้อม ซึ่งปัจจัยที่ควบคุมความหนาของผลิตภัณฑ์คือ วัตถุประสงค์การใช้งาน ซึ่งมีผลต่อราคาของผลิตภัณฑ์โดยตรง ทั้งนี้ ลูกค้าสามารถเลือกวัตถุประสงค์ที่ใช้ให้เหมาะสมตามวัตถุประสงค์ความต้องการของการก่อสร้างหลังคาหรือผนังของสิ่งปลูกสร้างและเพื่อให้สอดคล้องกับด้านต้นทุนวัตถุดิบในการก่อสร้าง โดยบริษัทมีวัตถุดิบให้ลูกค้าเลือกสรรตามคุณสมบัติที่เหมาะสมตามการใช้งาน

นอกเหนือจากความหนาตามประเภทของเหล็กแผ่นรีดเย็นซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักที่มีผลต่อความหนาของผลิตภัณฑ์แผ่นหลังคาและแผ่นผนังเหล็กของบริษัทแล้ว หากลูกค้ามีวัตถุประสงค์การใช้งานที่ต้องการคุณสมบัติความหนาเป็นพิเศษมากกว่าวัตถุดิบที่บริษัทมีให้ลูกค้าเลือกปกติแล้ว ยังสามารถเลือกใช้วัตถุดิบที่มีความหนาเป็นพิเศษมากกว่าปกติ ซึ่งการสั่งซื้อจะต้องมีปริมาณการสั่งซื้อความยาวมากกว่า 1,000 เมตร หรือคิดเป็นน้ำหนัก 5 ตันขึ้นไป

ที่ผ่านมาบริษัทมีจุดเด่นด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้การตอบสนองความต้องการใช้งานด้านความทนทานซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อและเป็นผลให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือในตราผลิตภัณฑ์ของ

บริษัท ตามสโลแกนที่ว่า “บริการซื้อตรง ไม่โกงความหนา คุณภาพสมราคา กล้าวัดความหนาต่อหน้าคุณ” โดยใช้ไมโครมิเตอร์ (Micrometer) วัดความหนา

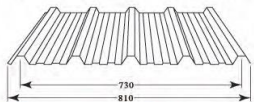
- 1.4) ความยาว ของแผ่นหลังคาและแผ่นผนังเหล็กสามารถเปรียบได้กับพื้นที่การใช้งานเนื่องจากความกว้างขึ้นอยู่กับรูปลอนแต่ละชนิด เพราะฉะนั้นความยาวจึงเป็นตัวแปรตามความต้องการของขนาดพื้นที่ใช้งาน ซึ่งทางบริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยบริษัทสามารถผลิตแผ่นหลังคาและแผ่นผนังเหล็กตามความยาวได้ทุกขนาดขึ้นอยู่กับการต้องการของลูกค้า

จากที่กล่าวมาถึงคุณสมบัติและลักษณะเฉพาะที่ให้ลูกค้าได้ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ความต้องการใช้งานแล้ว บริษัทก็จะดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์ตามที่คุณค่าสั่งซื้อทันที(ยกเว้นกรณีที่ลูกค้าต้องการวัตถุดิบที่มีลักษณะพิเศษคือสีหรือความหนาที่พิเศษกว่าปกติที่บริษัทมีไว้ให้ลูกค้าเลือก ซึ่งจะต้องมีปริมาณการสั่งซื้อความยาวมากกว่า 1,000 เมตร หรือคิดเป็นน้ำหนัก 5 ตันขึ้นไป บริษัทจะต้องใช้เวลาในการจัดหาวัตถุดิบ) ซึ่งโดยทั่วไปหากผลิตภัณฑ์ที่สั่งซื้อจะสามารถรับผลิตภัณฑ์ได้ภายในวันทำการถัดไปนับจากวันที่สั่งซื้อผลิตภัณฑ์

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ตามโบว์รของบริษัท

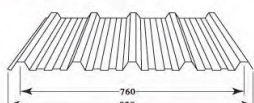
K.C. STEEL ROOF AND WALL SYSTEM

ผลิตภัณฑ์หลังคาเหล็ก และผนังเหล็กรีดลอน ตรารดก๊อ



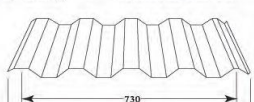
หลังคาลอน KC730B (Trimline 730)
ระบบ ยึดสกรู • ความกว้าง 810 มม. • ความสูง 30 มม. • พื้นที่ปิดคลุม 730 มม.





หลังคาลอน KC760B (Trimline 760)
ระบบ ยึดสกรู • ความกว้าง 830 มม. • ความสูง 26 มม. • พื้นที่ปิดคลุม 760 มม.





หลังคาลอน KC730 LV (Lava)
ระบบ ยึดสกรู • ความกว้าง 800 มม. • ความสูง 35 มม. • พื้นที่ปิดคลุม 730 มม.





หลังคาลอน KC 750B (URO)
ระบบ ยึดสกรู • ความกว้าง 850 มม. • ความสูง 30-45 มม. • พื้นที่ปิดคลุม 750 มม.





หลังคาลอน KC820 B (Boxer)
ระบบ ยึดสกรู • ความกว้าง 860 มม. • ความสูง 15 มม. • พื้นที่ปิดคลุม 820 มม.





หลังคาลอน KC700BL (Klip-lok)
ระบบ ไข K-LIP-LOK • ความกว้าง 720 มม. • ความสูง 38 มม. • พื้นที่ปิดคลุม 700 มม.





แผ่นผนังลอน KC850B (PANELRIB)
ระบบ ยึดสกรู • ความกว้าง 905 มม. • ความสูง 2 มม. • พื้นที่ปิดคลุม 850 มม.

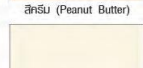
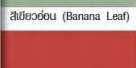
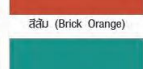






STANDARD COLOR*

สีมาตรฐาน*

	สีน้ำเงิน (Nuvo Blue)
	สีเขียวเข้ม (Bright Green)
	สีเหลือง (MG Yellow)
	สีแดงสด (Tiger Red)
	สีครีม (Peanut Butter)
	สีเขียวอ่อน (Bansana Leaf)
	สีขาว (Asian White)
	สีแดงอิฐ (Castle Red)
	สีส้ม (Brick Orange)
	สีน้ำตาล (Natural Brown)
	เขียวจาก กรีน (Bangchak Green)
	สีฟ้าอ่อน (Shampoo Blue)
	สีเงิน (Za)

*สีอาจผิดเพี้ยนเนื่องจากข้อจำกัดด้านงานพิมพ์
*Colour may be varied, due to the quality of brochure printing.

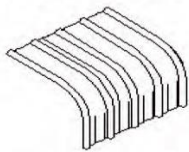
1.1.2) ผลิตภัณฑ์แผ่นหลังคาโค้ง (Curved Roof)

แผ่นหลังคาโค้งเป็นส่วนประกอบหลักอีกส่วนหนึ่งที่ถูกเลือกใช้ใช้ในการติดตั้งหลังคาสิ่งปลูกสร้างในลักษณะตามที่ต้องการ โดยส่วนใหญ่แล้วหลังคามักจะมีลักษณะทางกายภาพที่เป็นรูปร่างโค้งหรือว่าในบางส่วนเป็นไปตามการออกแบบเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ความต้องการใช้งาน รวมไปถึงความต้องการให้รูปร่างที่ออกมาเกิดความสวยงาม

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ตามโบว์ลอร์ของบริษัท

แผ่นหลังคาโค้ง (Curved Roof)

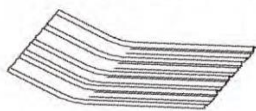
• โคงค์ว่า (Inside Curved Roof)



ตัวอย่างแผ่นโค้งว่า



• โคงค์ทงาย (Outside Curved Roof)



ตัวอย่างแผ่นโค้งทงาย

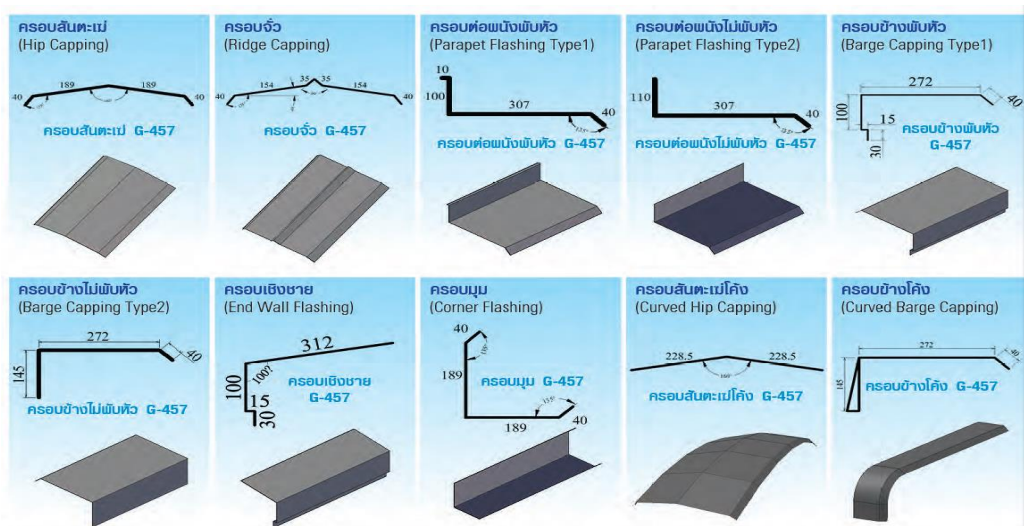


1.1.3) ผลิตภัณฑ์แผ่นปิดครอบ (Capping and Flashing)

ปิดแผ่นครอบจะถูกนำไปใช้ประโยชน์ในการปิดรอยต่อ ปิดสัน เติมน้ำ เพื่อกันน้ำ เข้าไปในทุกๆที่มีรอยเชื่อมต่อกัน เพราะอาจเกิดการรั่วซึมหากไม่มีการปิดครอบส่วนดังกล่าวตามรอยต่อ รวมทั้งการประโยชน์ในด้านความสวยงามในการเชื่อมต่อส่วนตกแต่งต่างๆ เพิ่มเติมอีกด้วย

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าแผ่นปิดครอบเป็นส่วนประกอบหนึ่งติดกับแผ่นหลังคาและแผ่นผนังเหล็ก เช่นเดียวกับแผ่นหลังคาโค้งแต่มีรูปแบบการใช้งานที่ต่างกันออกไป ดังนั้นวัตถุประสงค์ของแผ่นปิดครอบจะใช้วัตถุประสงค์เดียวกันกับแผ่นหลังคาและแผ่นผนังเหล็ก แต่จะมีกระบวนการผลิตที่แตกต่างกัน ซึ่งจะต้องอาศัยการพับและขึ้นรูปเพื่อให้ได้รูปแบบแผ่นปิดครอบที่ใช้ประโยชน์ในลักษณะต่างๆ ซึ่งบริษัทมีรูปแบบแผ่นปิดครอบให้เลือกใช้ประโยชน์ได้ตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ตามโบว์ลอร์ของบริษัท



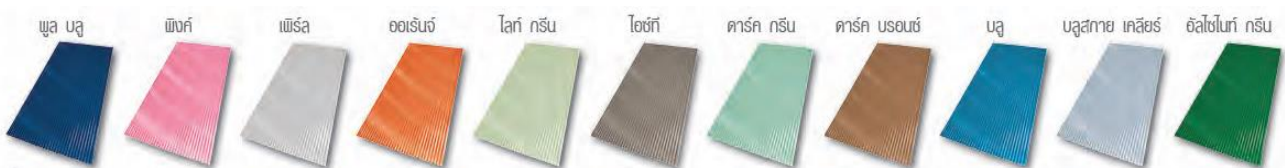
1.2 วัสดุประกอบที่เกี่ยวข้องในการติดตั้งหลังคาและฝ้าผนัง

1.2.1) ผลิตภัณฑ์หลังคาโปร่งแสง (Translucent Sheet Roof)

หลังคาโปร่งแสงเป็นวัสดุทางเลือกที่ใช้ร่วมกับแผ่นผนังเหล็กในการติดตั้งหลังคาเหล็ก ด้วยคุณสมบัติที่ช่วยกรองแสงธรรมชาติให้ผ่านเข้ามาในพื้นที่ของอาคารตามที่ต้องการ แสงที่ผ่านเข้ามานั้นจะมีความนุ่มนวลเป็นธรรมชาติช่วยสร้างความสว่างให้กระจายได้อย่างทั่วถึง โดยไม่ต้องเปิดไฟฟ้าในเวลากลางวัน เป็นการประหยัดการใช้พลังงานไฟฟ้าซึ่งเป็นการช่วยลดค่าใช้จ่ายได้

หลังคาโปร่งแสงของบริษัทสั่งซื้อ จากผู้ผลิตที่ใช้เทคโนโลยีล่าสุดของเครื่องจักรการผลิตมาตรฐานออสเตรเลีย ที่ชื่อ ว่า UVIC Technology ด้วยการนำเรซินเกรดสูงมาเป็นวัตถุดิบ เสริมกำลังด้วยใยแก้วตามมาตรฐานจากออสเตรเลีย AS/NZS 4256.3 part 1&3 : 1994 เคลือบผิวสองด้านด้วยแผ่นฟิล์มเมลิเน็กซ์ ช่วยปกป้องให้ผิวด้านนอกไม่หลุดร่อน เพิ่มความคงทน แข็งแรง และคงสภาพความใสให้แสงผ่าน ยืดอายุการใช้งานได้นานยิ่งขึ้น อีกทั้งยังมีคุณสมบัติสะท้อนรังสี UVA/ UVB ได้ถึง 99% จึงช่วยลดความร้อนและปกป้องอันตรายจากรังสีได้อีกด้วย

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์หลังคาโปร่งแสงของบริษัทมี 2 แบบ คือ หลังโปร่งแสงซึ่งมีสีขาวขุ่นปกติ เป็นที่นิยมอย่างมากใน อาคารและสิ่งปลูกสร้างประเภทโรงงานอุตสาหกรรม โกดังผลิตภัณฑ์ ที่ต้องการแสงสว่างตลอดช่วงเวลาการทำงาน ส่งผลให้ผู้ประกอบการสามารถลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มผลกำไรให้กิจการ และหลังคาโปร่งแสงสี เพื่อเพิ่มสีสันความสวยงาม นิยมใช้ ในส่วนตกแต่งเพิ่มเติมอาคารสิ่งปลูกสร้างประเภทที่อยู่อาศัย อาทิ กันสาดหน้าบ้าน โรงจอดรถ กันสาดหลังบ้าน หรือส่วนอื่นๆ ที่ต้องการแสงสว่างปัจจุบัน มีให้เลือกทั้งหมด 11 สี



1.2.2) ผลิตภัณฑ์ฉนวนกันความร้อน (Heat Insulator)

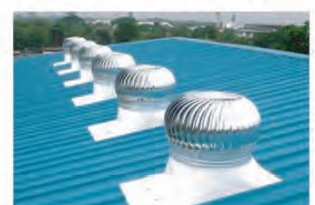
ฉนวนกันความร้อนเป็นวัสดุทางเลือกที่ใช้ร่วมกับแผ่นผนังเหล็กในการติดตั้งหลังคาเหล็ก โดยมีที่มาจากการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีของมนุษย์ที่มีการคิดค้นและสร้างขึ้นมา เพื่อลดอุณหภูมิความร้อนในอาคารเพื่อควบคุมอุณหภูมิภายในอาคารและสิ่งปลูกสร้างให้อยู่ในระดับที่ต้องการ ปัจจุบัน อาคารและสิ่งปลูกสร้างในประเทศไทย เกือบทุกประเภท ทั้งในกลุ่มอุตสาหกรรม โรงงาน อาคารสำนักงาน หรือแม้กระทั่งที่อยู่อาศัย มีความจำเป็นที่จะต้องใช้อุณหภูมิความร้อน เพื่อช่วยป้องกันความร้อนจากภายนอกและรักษาความเย็นเอาไว้ภายใน โดยเฉพาะในเวลากลางวันที่มีอากาศร้อนเนื่องจากประเทศไทยเป็นเมืองร้อน ทั้งนี้เพื่ออนุรักษ์พลังงานและรักษาสีสิ่งแวดล้อม



ฉนวนกันความร้อนของบริษัทผลิตจากสารสังเคราะห์โพลีเอธิลีนโฟม มีลักษณะเป็นฟองอากาศขนาดเล็กจำนวนมากอัดติดกันอย่างแน่นหนาใช้ติดได้แผ่นหลังคาเหล็กเพื่อป้องกันความร้อนและการซึมผ่านของไอน้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าฉนวนใยแก้ว สามารถสะท้อนความร้อน ได้ถึง 95% ทั้งนี้ ลูกค้าสามารถเลือกที่จะซื้อหลังคาเหล็กที่ติดฉนวนกันความร้อนเรียบร้อยแล้วเพื่อนำไปติดตั้งได้ทันที

1.2.3) ผลิตภัณฑ์ลูกหมุนระบายอากาศ (Roof Ventilator)

ลูกหมุนระบายอากาศเป็นวัสดุทางเลือกที่ใช้ร่วมกับแผ่นผนังเหล็กในการติดตั้งหลังคาเหล็ก มีลักษณะทางกายภาพเป็นทรงกลมคล้ายลูกมะเฟือง มีช่องระบายอากาศเป็น



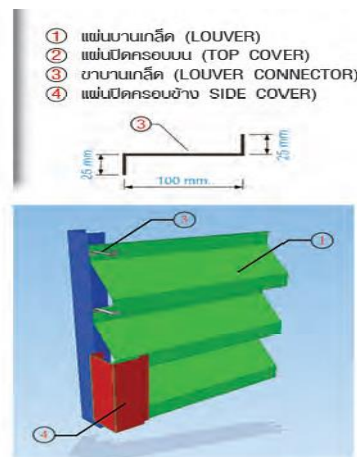
กลีบๆ เรียงติดๆ ไปจนรอบ ผลิตจากอลูมิเนียม ส่วนตัวฐานเป็นไฟเบอร์กลาส มีคุณสมบัติระบายอากาศร้อนด้านในให้ออกไปด้านนอกอาคารและสิ่งปลูกสร้าง โดยอาศัยปัจจัยทางธรรมชาติคือลมที่มีความร้อนจะก่อให้เกิดแรงดัน ลมร้อนจะลอยตัวขึ้นสูง แรงดันอากาศดังกล่าวจากภายในลูกหมุนประกอบกับลมเย็นความดันต่ำจากด้านนอก จะก่อให้เกิดแรงเหวี่ยงทำให้สามารถดึงอากาศจากด้านในออกไปนอกอาคารและสิ่งปลูกสร้าง ผ่านทางใบพัด หรือ ใบกังหันของลูกหมุน เหมาะสำหรับโรงงานอุตสาหกรรม โกดังสินค้า โดยติดตั้งเข้ากับฐานซึ่งมีรูปแบบเข้ากับลักษณะของหลังคาเหล็กเคลือบ

อย่างไรก็ตาม การจะเกิดการไหลเวียนหรือการถ่ายเทของอากาศได้นั้น ผู้ออกแบบอาคารต้องคำนึงถึงการสร้างสภาวะที่เอื้ออำนวยให้เกิดการถ่ายเทของอากาศ โดยจัดให้มีทั้งช่องอากาศเข้าและช่องอากาศออก มีขนาดที่กว้างพอเพื่อให้เกิดการถ่ายเทของอากาศ โดยอาจจะติดตั้งทั้งแผ่นบานเกล็ดระบายอากาศและลูกหมุนระบายอากาศด้วย ทั้งนี้การติดตั้งลูกหมุนระบายอากาศนั้นจะติดตั้งในตำแหน่งที่อยู่ส่วนบนสุดของหลังคาเพื่อช่วยระบายอากาศออก และในขณะเดียวกันก็ช่วยระบายลมร้อนที่ลอยขึ้นสูงและสะสมอยู่ด้านบนของตัวอาคาร หากไม่มีช่องระบายอากาศเข้าและออกแล้ว การติดลูกหมุนแต่เพียงอย่างเดียวอาจจะไม่สามารถช่วยให้ระบบการระบายอากาศของอาคารและสิ่งปลูกสร้างมีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

1.2.4) ผลิตภัณฑ์แผ่นบานเกล็ดระบายอากาศ (Steel Louver)

จากที่กล่าวไปถึงการใช้ลูกหมุนระบายอากาศร่วมกันกับแผ่นบานเกล็ดจึงถือเป็นวัสดุทางเลือกที่ใช้ร่วมกับแผ่นผนังเหล็กเช่นกัน ในการออกแบบโครงสร้างอาคารและสิ่งปลูกสร้างนั้น การสร้างช่องอากาศเข้า-ออก เพื่อให้มีระบบระบายอากาศสามารถออกแบบได้หลายลักษณะ อาทิเช่น ตัดหรือเจาะแผ่นหลังคาเหล็ก หรือเว้นช่องเพื่อระบายความร้อน นิยมสร้างช่องอากาศเข้า-ออก ที่บริเวณโครงสร้าง หรือโครงถักตอนบน แต่หากต้องการอาคารและสิ่งปลูกสร้างที่สามารถกันความร้อนจากแสงแดดและความชื้นจากฝนควรใช้แผ่นบานเกล็ดระบายอากาศ ที่ออกแบบลักษณะบานเกล็ดมาเพื่อป้องกันแดดและฝนโดยเฉพาะ

บานเกล็ดระบายอากาศผลิตจากการนำแผ่นเหล็กรีดเย็นมารีดและตัดให้ได้แผ่นบานเกล็ดก่อนจะต่อเข้ากับขาบานเกล็ด และปิดครอบด้านบนและด้านข้างด้วยแผ่นปิดครอบที่ออกแบบมาให้สอดคล้องกัน ติดเข้ากับส่วนบนผนังอาคารก่อนจะเชื่อมไปยังส่วนหลังคาสอดคล้องตามหลัก การสร้างระบบระบายอากาศที่มีประสิทธิภาพของอาคารและสิ่งปลูกสร้าง



1.2.5) ผลิตภัณฑ์ประตูเหล็กม้วน (Steel Roller Shutter)

ประตูเหล็กม้วนเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความนิยมสูง ในสิ่งปลูกสร้างประเภทอาคาร ตึกแถว โรงงาน อุตสาหกรรม ซึ่งจากรูปแบบประตูที่มีขนาดกว้าง สะดวกต่อการใช้งาน มีหลายระบบเปิด-ปิดให้เลือกใช้งานได้ มีความแข็งแรงทนทาน อีกทั้งสามารถออกแบบบานประตูเหล็กม้วนได้หลายรูปแบบ ทั้งขนาดและรูปลักษณะเพื่อให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ความต้องการใช้งาน โดยมีข้อจำกัดในการออกแบบไม่มากทำให้สามารถออกแบบและผลิตประตูเหล็กม้วนได้ตามต้องการของลูกค้า

1.3 อุปกรณ์ใช้ร่วมในการติดตั้งหลังคาและฝ้าผนัง

1.3.1) ผลิตภัณฑ์สกรูและหัวจับสกรู (Screw and Mag Socket)

สกรู เป็นวัสดุที่ใช้สำหรับการยึด หรือหนียว้งงานของสองชิ้นให้ติดกัน ลักษณะการทำงานคล้ายๆ ตะปู นอกเหนือจากการประสิทธิภาพการยึดหรือหนียว้งแล้ว สกรูของบริษัทมีคุณสมบัติทนทานต่อการผุกร่อนตามสภาวะแวดล้อมได้ดี มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน เพราะผลิตตามมาตรฐานออสเตรเลีย AS3566, CLASS3 ซึ่งเป็นข้อกำหนดมาตรฐานการทดสอบผลิตภัณฑ์เพื่อให้มั่นใจได้ว่าสกรูที่ผ่านการทดสอบจะมีอายุยาวนานพอเทียบเท่ากับหลังคาเหล็กนั่นเอง สกรูของบริษัทมีหลายรูปแบบให้เลือกใช้ตามความเหมาะสม โดยมีรายละเอียดดังนี้

หัวจับสกรู เป็นหัวสว่านชนิดหนึ่งใช้เฉพาะสำหรับยึดหัวสกรูในการยิงสกรู โดยใช้แม่เหล็กเป็นตัวดึงดูดไม่ให้หลุดออกจากหัวจับ ปัจจุบันรูปร่างในหัวจับถูกพัฒนามาเพื่อป้องกันไม่ให้หัวจับสกรู เกิดการขูดขีดขณะยิงสกรูเพื่อยึดแผ่นหลังคาเหล็ก โดยสกรูของบริษัทใช้टेपเปอร์ เพื่อป้องกันไม่ให้หัวสกรูเกิดรอยขีดข่วน

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ตามโบว์รของบริษัท



1.3.2) ผลิตภัณฑ์แหวนรองสกรูสำหรับแผ่นโปร่งแสง (Dome Washer)

แหวนรองสกรูสำหรับแผ่นโปร่งแสง ใช้สำหรับรองสกรูในการติดตั้งแผ่นโปร่งแสงเพื่อป้องกันการรั่วซึมเมื่อฝนตก และช่วยในการติดตั้ง เนื่องจากขณะยึดสกรูหากไม่มีแหวนรองสกรูอาจทำให้แผ่นโปร่งแสงเกิดรอยแตกร้าวได้

แหวนรองสกรูของบริษัทผลิตจาก ยางสังเคราะห์ เอพทีอีอีโพรพิลีนไดอีน (EPDM) มีความยืดหยุ่นสูงกว่ายางสังเคราะห์ชนิดอื่นๆ แต่ยังมีต่ำกว่า ยางธรรมชาติ ทนต่อแรงดึงต่ำ ทนต่อแรงฉีกขาดสูง โดยเฉพาะที่อุณหภูมิสูง มีสมบัติทางเชิงพลวัตสูง มีความต้านทานต่อการล้าตัวสูง ทนต่อการเสื่อมสภาพจาก ออกซิเจน โอโซน ความร้อน แสงแดดได้เป็นอย่างดี เหมาะแก่การนำมาใช้เป็นวัสดุติดสำหรับแหวนรองสกรูในงานติดตั้งหลังคา

1.3.3) ผลิตภัณฑ์แผ่นปิดกั้นนก (Filler Strip)

แผ่นปิดกั้นนก คือ แผ่นปิดบริเวณเชิงชายของหลังคาเพื่อป้องกันสัตว์ขนาดเล็กเข้าไปอยู่อาศัย หรือทำรังได้บนหลังคาเหนือฝ้าเพดาน ไม่ว่าจะเป็น นก หนู แมลงสาบ เพราะส่วนใหญ่สัตว์ไม่พึงประสงค์พวกนี้ นอกจากจะทำความเดือดร้อนรำคาญแล้ว ยังเป็นพาหะของโรคอีกหลายชนิดอีกด้วย

ผลิตภัณฑ์แผ่นปิดกั้นนกของบริษัท ผลิตจากวัสดุพอลิโพรไพลีน (Polypropylene) เป็นเทอร์โมพลาสติก (thermoplastic) คือพอลิเมอร์พลาสติกที่สามารถขึ้นรูปโดยใช้ความร้อนซ้ำๆ ได้หลายครั้ง จึงสามารถขึ้นรูปตามลอนหลังคาแต่ละชนิดได้ มีคุณลักษณะผิวแข็ง ทนทานต่อการขีดข่วนคงตัวไม่เสียรูปง่าย มีความทนทานมากสามารถทำเป็นบานพับในตัว น้ำหนักเบาทั้งยังมีความต้านทานการซึมผ่านของไอน้ำและก๊าซได้ดี ทั้งยังทนทานต่อสารเคมี ได้แก่ กรด ด่าง แอลกอฮอล์ ตัวทำละลายอินทรีย์ อีกด้วย

1.3.4) ผลิตภัณฑ์ซิลิโคน (Silicone)

ซิลิโคนของบริษัท เป็นประเภท นิวตรอนซิลิโคน ชนิดที่ไม่มีกรดน้ำส้ม มีลักษณะเป็นน้ำยางเหลว บรรจุในหลอด เพื่อใช้อุดรอยรั่วบริเวณต่างๆ อาทิเช่น รอยต่อครอบ รอยต่อแผ่นหลังคาเหล็กกับวัสดุทางเลือกอื่นที่มีการเชื่อมต่อกัน ฯลฯ หรือแม้กระทั่งใช้อุดรอยรั่วในกรณีทีหลังคาเกิดรอยรั่วโดยการตัดแผ่นหลังคาเหล็กให้มีขนาดพอดีสำหรับอุดรอยรั่วแล้วใช้ซิลิโคนยาปะทะบนรอยรั่วดังกล่าว

ผลิตภัณฑ์กลุ่มที่ 2 : กลุ่มผลิตภัณฑ์โครงสร้างเหล็กกล้าสำเร็จรูป

2.1 งานโครงสร้างเหล็กกล้าสำเร็จรูปสำหรับอาคารขนาดกลางและขนาดใหญ่

2.1.1) ผลิตภัณฑ์แปเหล็กกล้ากำลังสูง (High Strength Purlin)

“แป” คือ ส่วนหนึ่งของโครงสร้างหลังคา การวางโครงสร้างแปจะวางขนานแนวเดียวกับ “อกไก่” แต่ถูกวางขวาง 90 องศา กับ “จันทัน” มีหน้าที่รับน้ำหนักหลังคาโดยยึดต่อกับหลังคาโดยใช้สกรู

แปเหล็กกล้ากำลังสูงของบริษัท ผลิตขึ้นจากแผ่นเหล็กซึ่งเป็นเหล็กกล้าที่มีค่าความต้านทานแรงดึงสูงถึง G550 – G570 MPa พร้อมเคลือบกันสนิม ซึ่งมีความต้านทานมากกว่าเหล็กดำที่ใช้ในการก่อสร้างทั่วไปที่มีค่าต้านทานแรงดึงเพียง G300 MPa เหมาะสำหรับใช้ในงานโครงสร้างหลังคา หรือโครงสร้างผนังของอาคารสิ่งปลูกสร้าง เป็นวัสดุที่มีน้ำหนักเบา แต่มีความแข็งแรงสูง โดยเฉพาะเมื่อเทียบกับแปเหล็กที่มีขายในตลาดวัสดุก่อสร้างทั่วไปแล้วแปเหล็กกล้าให้ประสิทธิภาพในการรับน้ำหนักได้ดีเยี่ยม ติดตั้งได้สะดวกรวดเร็ว และประหยัดเวลา ประกอบด้วย แป-ตัว C และ แป-ตัว C-Premium

แปของบริษัทมีคุณภาพและมีความแข็งแรงสูง บริษัทได้พัฒนาจนทำให้ แป-ตัว C และ แป-ตัว C-Premium สำเร็จรูป ซึ่งสามารถรองรับการติดตั้งหลังคาและผนังเหล็กได้หน้ากว้างขนาด 10-50 เมตร โดยไม่ต้องมีเสากลางคอยรับน้ำหนัก โครงสร้างของอาคารสิ่งปลูกสร้าง ซึ่งทำให้เกิดพื้นที่การทำงานภายในอาคารกว้างขึ้น รูปแบบอาคารมีความทันสมัยและมีความสวยงามยิ่งขึ้น รวมทั้งรูปแบบสำเร็จรูปทำให้ติดตั้งง่าย สะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลาในการก่อสร้างอาคาร และไม่จำเป็นต้องพึ่งพิงช่างรับเหมาก่อสร้างมากนักในการติดตั้ง

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ตามโบว์ลาร์ของบริษัท

แปเหล็กกล้ากำลังสูง หน้าตัดรูปตัว “ซี พรีเมียม”
(High Strength Purlin “C Premium” Section)

ประเภท	ขนาด				ความหนา
	A(mm.)	B(mm.)	H(mm.)	C(mm.)	
C75	38	40	75	10	1.0
					1.2
					1.5
C100	48	50	100	12.5	1.0
					1.2
					1.5
C150	63	65	150	12	1.2
					1.5

แปเหล็กกล้ากำลังสูง “แปซีแพค หรือระแนงสำเร็จรูป”
(K.C. High Strength Purlin “C-Pac” Section)

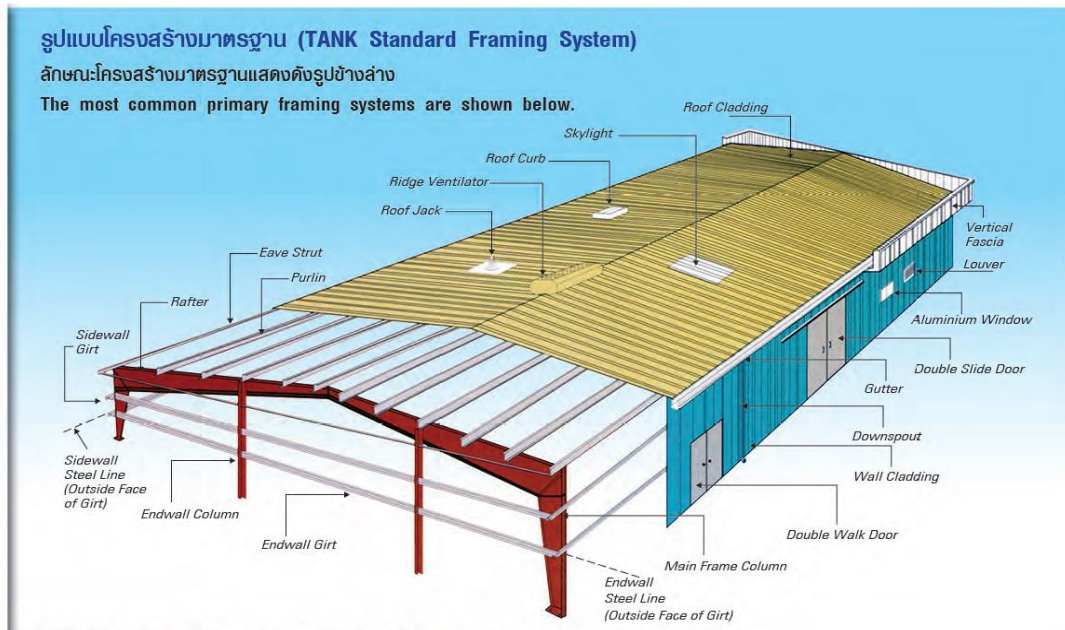
ขนาด			ความหนา
A(mm.)	B(mm.)	C(mm.)	
24	24	13	0.55
27	40	16.25	0.55

2.1.2) ผลิตภัณฑ์โครงสร้างอาคารเหล็กกล้าสำเร็จรูป (Pre-Engineered Building, P.E.B.)

โครงสร้างอาคารเหล็กกล้าสำเร็จรูป (P.E.B.) คือ ระบบการก่อสร้างอาคารโครงสร้างเหล็ก โดยวิธีการประกอบเจาะรูขึ้นรูป (Knock Down) จากโรงงานมาแล้ว โครงสร้างถูกออกแบบการรับแรงโดยใช้หลักวิศวกรรม คำนวณหาจุดที่ประหยัดที่สุดของการนำเหล็กมาขึ้นรูป แต่ก็คำนึงถึงความปลอดภัยมาเป็นอันดับแรก ทำให้อาคารดังกล่าวมีความปลอดภัยและสามารถรองรับภัยธรรมชาติได้ ซึ่งข้อดีของสิ่งปลูกสร้างประเภทดังกล่าวคือ ลดงานเชื่อมเหล็กทำให้มีความรวดเร็วในการก่อสร้าง และเพิ่มความปลอดภัยในหน้างานก่อสร้าง สามารถเปิดใช้งานอาคารได้เร็ว ควบคุมค่าก่อสร้างได้

โครงสร้างอาคารเหล็กกล้าสำเร็จรูปของบริษัทนั้น เป็นนวัตกรรมล่าสุดออกแบบและผลิตด้วยวัสดุคุณภาพสูง มีใบรับรองการออกแบบโดยสถาบันต่างประเทศ ซึ่งในทางปฏิบัติโครงสร้างทุกส่วนจะถูกออกแบบร่วมกันระหว่างทีมวิศวกรของบริษัทและลูกค้าเพื่อให้ได้โครงสร้างที่เหมาะสมตรงตามวัตถุประสงค์การใช้งานของลูกค้า และถูกต้องตามหลักวิศวกรรม โดยโครงสร้างทุกส่วนจะถูกจัดเตรียมขึ้นพร้อมทำสีให้แล้วเสร็จจากโรงงาน ก่อนขนส่งไปติดตั้งที่หน้างานด้วยระบบ Bolt Connection โดยไม่ต้องมีการเจาะ เชื่อม หรือตัดให้เสียเวลา เหมาะสำหรับสร้างโรงงาน โรงเก็บผลิตภัณฑ์ ไซรุ่ม ศูนย์แสดงผลิตภัณฑ์ โรงเรือนเกษตร และอาคารพื้นราบทั่วไป การให้บริการติดตั้งงานโครงสร้างเหล็กกล้าสำเร็จรูปสำหรับอาคารสิ่งปลูกสร้างและงานติดตั้งแผ่นหลังคาและผนังเหล็กพร้อมรับรองงานติดตั้งโดยวิศวกรชั้นภาคี และรับประกันงานติดตั้งเป็นเวลา 1 ปี

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ตามโบว์ลของ บริษัท



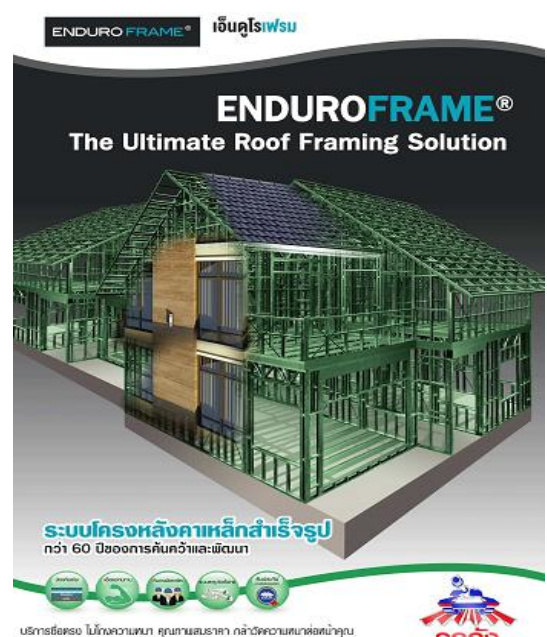
2.2 งานโครงสร้างเหล็กกล้าสำเร็จรูปสำหรับที่อยู่อาศัย

2.2.1) ผลิตภัณฑ์“เอ็นดูโรเฟรม” (ENDUROFRAME)

นวัตกรรมของผลิตภัณฑ์งานโครงสร้างเหล็กกล้าสำเร็จรูปเหมือนกันกับงาน P.E.B. แต่ออกแบบมาให้เหมาะสมกับที่อยู่อาศัยหรืออาคารขนาดเล็กซึ่งมีหน้ากว้างไม่เกิน 10 เมตร อาทิ บ้านเดี่ยว บ้านสำเร็จรูป อาคารสำนักงานชาย เป็นต้น

บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายในตราผลิตภัณฑ์ “เอ็นดูโรเฟรม” (ENDUROFRAME) ซึ่งบริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัท บลูสโคป สตีล (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท เอ็นเอส บลูสโคป (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของ BlueScope Steel Limited เจ้าของกรรมสิทธิ์ในตราผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมการผลิตโครงสร้างเหล็กสำเร็จรูปจากประเทศออสเตรเลีย ซึ่งผ่านการรับรองทั้งการออกแบบและการผลิตจากสถาบันในประเทศออสเตรเลีย (ศึกษารายละเอียดสัญญาเพิ่มเติมในหัวข้อ 2.2-5 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ)

งานโครงสร้างเหล็กสำเร็จรูปของ ENDUROFRAME บริษัทรับประกันสินค้าให้ลูกค้านานถึง 30 ปี และรับประกันงานติดตั้งเป็นเวลา 1 ปี



2.3 งานหลักรูปพรรณ

ในงานก่อสร้างงานระบบหลังคาและผนังบางกรณีจำเป็นต้องใช้หลักกลักรูปพรรณหรือเหล็กด้า ในการทำเสาอาคารหรือวางเป็นคานสำหรับรองรับระบบหลังคาหรือวางพื้นอาคารชั้นบน บริษัทจึงมีการจัดจำหน่ายหลักรูปพรรณสำหรับงานก่อสร้างด้วย เพื่อให้มีผลิตภัณฑ์ที่ครบวงจรในที่เดียว (One-stop shop) สำหรับงานระบบหลังคาและผนังเหล็ก และงานก่อสร้างอาคารโครงสร้างเหล็ก

2.2. บริการรับจ้างออกแบบและก่อสร้าง รวมทั้งบริหารจัดการอาคารให้เช่า

ลูกค้าที่เข้ามาเพื่อเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากบริษัทจะได้รับการให้บริการอย่างครบวงจร ตั้งแต่การแนะนำผลิตภัณฑ์และหากต้องการออกแบบหรือหาหรือองค์ความรู้เกี่ยวกับทางวิศวกรรม ก็จะมีทีมวิศวกรคอยให้บริการ ตลอดจนบริการขนส่งผลิตภัณฑ์ไปยังสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ นอกเหนือจากนั้นแล้ว หากลูกค้ามีความประสงค์จะใช้บริการติดตั้งหลังจากซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท ทางบริษัทมีทีมงานช่างติดตั้งคอยให้บริการติดตั้ง และตรวจสอบคุณภาพและการให้บริการแก่ลูกค้าโดยมีทีมช่างวิศวกร และเมื่องานติดตั้งแล้วเสร็จ ลูกค้าจะต้องตรวจและประเมินผลงานทั้งหมดร่วมกันกับเจ้าหน้าที่ของบริษัทอีกครั้งหนึ่ง ก่อนจะรับส่งมอบงานติดตั้งทุก ๆ งาน เพื่อให้มั่นใจถึงคุณภาพโดยรวมของผลงาน เพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการที่น่าพึงพอใจ ซึ่งมีผลต่อภาพลักษณ์และความประทับใจที่ลูกค้าได้รับบริการ ซึ่งอาจส่งผลต่อความน่าเชื่อถือ และอาจส่งผลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทได้เช่นกัน

บริษัทมีขอบข่ายงานบริการแบบครบวงจรที่เกี่ยวข้องกับงานระบบหลังคาและผนังเหล็ก ประกอบด้วย

1. งานออกแบบโครงสร้างหลังคาและผนังเหล็ก พร้อมรับรองแบบก่อสร้างโดยวิศวกรชั้นสามัญ
2. การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับหลังคาและผนังเหล็ก
3. การให้คำปรึกษาทางด้านวิศวกรรมโครงสร้างหลังคาและผนัง
4. การให้บริการติดตั้งงานโครงสร้างเหล็กกล้าสำเร็จรูปสำหรับอาคารสิ่งปลูกสร้างและที่อยู่อาศัย พร้อมรับรองงานติดตั้งโดยวิศวกรชั้นภาคี และรับประกันงานติดตั้งเป็นเวลา 1 ปี
5. การให้บริการติดตั้งแผ่นหลังคาและผนังเหล็ก พร้อมรับรองงานติดตั้งโดยวิศวกรชั้นภาคี และรับประกันงานติดตั้งเป็นเวลา 1 ปี

ภาพผลงานที่ผ่านมาของบริษัท



วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น ขอนแก่น



วัดด่านจาก นครพนม

นอกเหนือจากนั้นแล้ว บริษัทมีนโยบายบริหารการใช้ทรัพย์สินที่บริษัทเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด จึงมีความประสงค์จะดำเนินธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อให้เช่า โดยเน้นการสร้างอาคารขนาดใหญ่จากโครงสร้างเหล็กสำเร็จรูป (P.E.B.) อาทิ อาคารโรงงานและคลังสินค้าสำเร็จรูป ซึ่งนอกจากจะเป็นการสนับสนุนธุรกิจหลักของบริษัทในปัจจุบันแล้ว บริษัทยังเล็งเห็นธุรกิจให้เช่าพื้นที่โรงงานหรือคลังสินค้าสำเร็จรูปจะมีศักยภาพในการสร้างรายได้ต่อเนื่อง (Recurring income) ให้แก่บริษัทในอนาคต ปัจจุบันอยู่ระหว่างการลงทุนก่อสร้างคลังสินค้าสำเร็จรูปให้เช่าที่แรกที่จังหวัดเชียงใหม่ และคาดว่าจะสามารถเปิดให้บริการได้ภายในเดือนกุมภาพันธ์ 2558

2.3. การตลาดและภาวะการแข่งขัน

1. การตลาด

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

บริษัทมีสโลแกนที่สำคัญคือ “บริการซื้อตรง ไม่โกงความหนา คุณภาพสมราคา กล้าวัดความหนาต่อหน้าคุณ” โดยมีจุดแข็งที่เน้นให้ความสำคัญที่สุดคือกับการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ เครื่องจักรที่ทันสมัยในการผลิต และมีการควบคุมการผลิต-ทดสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้มั่นใจได้ว่า ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทผลิตและจำหน่ายนั้น มีคุณภาพและมีมาตรฐาน รวมทั้งงานบริการจากพนักงานขายที่สามารถให้คำแนะนำกับลูกค้า ทำให้ลูกค้าสามารถเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะและคุณสมบัติที่เหมาะสมตรงความวัตถุประสงค์ความต้องการใช้งาน และช่วยตรวจรับผลิตภัณฑ์ให้ถูกต้องตามที่ลูกค้าสั่งซื้อ อีกทั้งยังสามารถให้พนักงานขายวัดความหนาเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นว่าบริษัทไม่โกงความหนาของแผ่นเหล็กที่ใช้ โดยใช้ไมโครมิเตอร์(อุปกรณ์เฉพาะที่ใช้วัดความหนาของสิ่งของ) รวมถึงผลิตภัณฑ์ตรา “รตถึง” นั้นมีการรับประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ตามที่ผู้จำหน่ายวัตถุดิบให้การรับประกันด้วย ซึ่งมีการรับประกันนานสูงสุดถึง 20 ปี ตามประเภทของชนิดเคลือบ ทำให้ที่ผ่านมามีบริษัทผู้จุดเด่นด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ภายใต้ตรา “รตถึง” ลูกค้าจึงให้ความเชื่อถือมาจนถึงปัจจุบัน

นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์หลักคือแผ่นเหล็กเคลือบสำหรับหลังคาและผนังเหล็ก ผลิตภัณฑ์อื่นของบริษัทก็ผ่านการเลือกสรรจากวัสดุที่มีคุณภาพจากผู้ผลิตที่มีความน่าเชื่อถือ ผ่านการทดสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์เช่นเดียวกัน เพื่อสร้างความมั่นใจได้ว่าลูกค้าจะได้รับผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุด

บริษัทเป็นผู้นำรายแรกได้รับการรับรองระบบการบริหารงานคุณภาพ ISO 9001:2008 โดย AJA EQS (Thailand) LTD. และเป็น 1 ใน 3 รายของผู้ประกอบการขึ้นรูปแผ่นหลังคาเหล็กในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.1128-2535) จากสำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม (สมอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งตอกย้ำให้เห็นถึงความมุ่งมั่นที่จะจำหน่ายสินค้าคุณภาพ มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับทั้งในระดับประเทศและในระดับสากล

1.2 ด้านการกำหนดราคาขาย (Price)

บริษัทมีการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบมาตรฐาน โดยส่วนใหญ่ผลิตภัณฑ์ของบริษัทจัดอยู่ประเภทดังกล่าวเป็นส่วนใหญ่ ยกเว้นงานที่ต้องมีการกำหนดรูปแบบเฉพาะตัว จะกำหนดราคาขายเป็นราคาตามใบเสนอราคาขาย (Price List) และจะมีการพิจารณาปรับปรุงใบเสนอราคาขายให้สอดคล้องกับต้นทุนการผลิตเป็นประจำทุกไตรมาส หรือกรณีต้นทุนวัตถุดิบหลักมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ
2. ผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีรูปแบบมาตรฐาน คือ ผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าสั่งออกแบบหรือมีรูปแบบเฉพาะตัวที่แตกต่างออกไป เช่น งานโครงสร้างเหล็กสำเร็จรูป (P.E.B. หรือ ENDUROFRAME) ซึ่งขึ้นอยู่กับแบบของอาคาร สิ่งปลูกสร้างหรือที่อยู่อาศัย การกำหนดราคาขายจะใช้วิธีกำไรส่วนเพิ่มจากประมาณการต้นทุน (Mark up on cost) สำหรับงานบริการจะกำหนดราคาค่าบริการด้วยวิธีนี้เช่นกัน

ทั้งนี้ บริษัทใช้ปัจจัยในด้านปริมาณและพฤติกรรมการสั่งซื้อประกอบการพิจารณาการกำหนดราคาและเงื่อนไขทางการค้าโดยแบ่งตามกลุ่มลูกค้า 3 ประเภทหลักๆ คือ

1. กลุ่มลูกค้ารายย่อย (Retail)
2. กลุ่มลูกค้าร้านค้าปลีก-ค้าส่ง (Agent&Dealer)
3. กลุ่มลูกค้าโครงการ (Project)

ซึ่งหากมีการขอส่วนลดหรือเงื่อนไขทางการค้าเพิ่มเติม พนักงานจะต้องทำตามขั้นตอนการปฏิบัติในการให้ผู้บริหารระดับสูงขึ้นไปเป็น อาทิ ผู้จัดการสาขา ผู้จัดการสำนักงานเขต รองกรรมการผู้จัดการ ให้เป็นผู้พิจารณาอนุมัติตามนโยบายและอำนาจการอนุมัติตามที่กำหนดไว้สำหรับผู้บริหารแต่ละระดับ

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

เนื่องจากลูกค้าของบริษัทสามารถจัดกลุ่มประเภท โดยใช้เกณฑ์ในด้านสถานะและวัตถุประสงค์ของลูกค้าในแต่ละกลุ่มที่มีความแตกต่างกันออกไป เป็นข้อพิจารณาในการจำแนกลูกค้าออกเป็นกลุ่มๆ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท โดยมีรายละเอียดลักษณะการซื้อผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการซื้อในกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังนี้

1. **กลุ่มลูกค้ารายย่อย (Retail)** เป็นกลุ่มลูกค้าประเภทผู้ใช้ผลิตภัณฑ์อย่างแท้จริง เจ้าของบ้าน เจ้าของอาคาร โรงงานหรือโกดัง ช่างรับเหมาก่อสร้างรายย่อย-รายกลาง เป็นต้น
2. **กลุ่มลูกค้าร้านค้าปลีก-ค้าส่ง (Agent&Dealer)** เป็นกลุ่มลูกค้าประเภทตัวกลางในกระจายผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภค อาทิ ร้านค้าวัสดุก่อสร้างรายเล็ก หรือรายใหญ่ที่มีการวัสดุก่อสร้างหรือวัสดุเกี่ยวกับการตกแต่งบ้าน อย่างครบวงจร โดยมีลูกค้า Modern Trade รายใหญ่คือ บริษัท สยามโกลบอลเฮาส์ จำกัด (มหาชน) มียอดซื้อประมาณร้อยละ 3-7 ต่อปีเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้จากการขายของบริษัท แสดงให้เห็นว่าฐานของลูกค้าบริษัทกว้างมากและไม่พึ่งพิงลูกค้ารายใดเป็นพิเศษ ทั้งนี้บริษัทมีแผนจะขยายเข้าสู่ Modern Trade รายอื่นๆ ต่อไป
3. **กลุ่มลูกค้าโครงการ (Project)** เป็นกลุ่มลูกค้าประเภทเจ้าของสิ่งปลูกสร้างหรือผู้รับเหมาก่อสร้างสำหรับสิ่งปลูกสร้างขนาดใหญ่ซึ่งติดต่อซื้อไปเพื่อใช้สำหรับโครงการของตนเองหรือโครงการที่ตนเองเป็นผู้รับเหมา อาทิ เจ้าของสิ่งปลูกสร้าง , บริษัท สยามโกลบอลเฮาส์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งซื้อไปก่อสร้างสาขา , บริษัท ไดโนพาร์ค จำกัด มีการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการก่อสร้างสวนน้ำขนาดใหญ่ และ ผู้รับเหมาก่อสร้างรายใหญ่ บริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวล๊อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) ที่มีการซื้อผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ฯลฯ จากที่กล่าวมาแสดงถึงความเชื่อถือของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท

บริษัทกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายหลัก 2 ทาง เพื่อรองรับการทำการตลาดกับแต่ละกลุ่มลูกค้า คือ

1. **สำนักงานขาย** เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายหลักที่ให้บริการแก่ลูกค้ารายย่อยหรือผู้ต้องการจัดหาผลิตภัณฑ์เดินเข้ามาขอคำปรึกษาและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ต่างๆ (Walk In) โดยมีพนักงานขาย วิศวกร และทีมติดตั้ง คอยให้บริการอย่างครบวงจร ซึ่งปัจจุบันบริษัทมีสำนักงานขายทั้งหมด 20 สาขา (ศึกษาข้อมูลรายละเอียดสาขาในหัวข้อ 2.2-8 ข้อมูลสำคัญอื่น)

บริษัทได้เล็งเห็นความสำคัญของสำนักงานขายที่เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายหลักของบริษัท จึงมีนโยบายขยายสาขาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายการขยายสาขาขนาดใหญ่ (มีเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต) จำนวน 3 สาขาในปี 2558 และจะเปลี่ยนรูปแบบการขยายเป็นสาขาเป็นสาขาขนาดเล็ก (มีเฉพาะออฟฟิศขาย ไม่มีเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต) เพิ่มอีก 92 สาขา ภายใน 3 ปีข้างหน้า

2. **ทีมพนักงานขายและวิศวกร** มีหน้าที่ให้บริการลูกค้ารายใหญ่ ซึ่งส่วนใหญ่มักเป็นลูกค้าโครงการ ทีมพนักงานขายดังกล่าวจะมีวิศวกรที่ความสามารถร่วมทีมด้วยเพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้ากลุ่มโครงการ และลูกค้าดังกล่าวจะมีการสรรหาโดยทีมพนักงานขายเพื่อเข้าไปนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้ากลุ่มดังกล่าวตัดสินใจ และบางครั้งจะต้องมีการออกแบบงานและนำเสนองาน รวมไปถึงเสนอราคาเพื่อแข่งขันให้ได้อีกด้วย

1.4 ด้านการควบคุมและพิจารณาเครดิตของลูกค้า

โดยส่วนใหญ่บริษัทมีการขายผลิตภัณฑ์เป็นเงินสดให้กับกลุ่มลูกค้ารายย่อย (Retail) จะพิจารณาให้เครดิตเฉพาะกับกลุ่มลูกค้าโครงการ (Project) และกลุ่มลูกค้าตัวแทน (Agent/Dealer) ที่มีการติดต่อกับมานานและไม่มีประวัติการชำระหนี้ล่าช้า แต่มีนโยบายให้เครดิตประมาณ 7-15 วัน ยกเว้นเป็นกรณีโครงการพิเศษที่มีมูลค่างานสูงและมีฐานะการเงินที่เข้มแข็งจะให้เครดิตได้สูงสุดไม่เกิน 2 เดือน

1.5 นโยบายด้านการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทจะให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ ผลิตรายการของบริษัทให้เป็นที่ยอมรับอย่างต่อเนื่องและแพร่หลาย โดยได้มีสื่อโฆษณา แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ ติดตามสถานที่ทั่วไป การจัดหาฟรีเซ็นเตอร์เพื่อสร้างความน่าสนใจ นอกจากนี้ บริษัทยังได้มีการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่ช่วยการส่งเสริมการขาย และประชาสัมพันธ์ ตราผลิตภัณฑ์ , ผลิตภัณฑ์ และภาพลักษณ์บริษัทให้เป็นที่รู้จักเพื่อขยายฐานลูกค้า ได้แก่

- งาน “แก่นอาสา คบเด็กสร้างบ้าน” โดยจัดขึ้น ณ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยวิทยาเขตขอนแก่น
- การเปิดโอกาสให้สถาบันการศึกษาเข้ามาศึกษาดูงานที่บริษัท
- ร่วมจัดงานวันเด็กเป็นประจำทุกปี ที่จังหวัดขอนแก่น
- การออกงานสมาคมหอพัก จังหวัดขอนแก่น

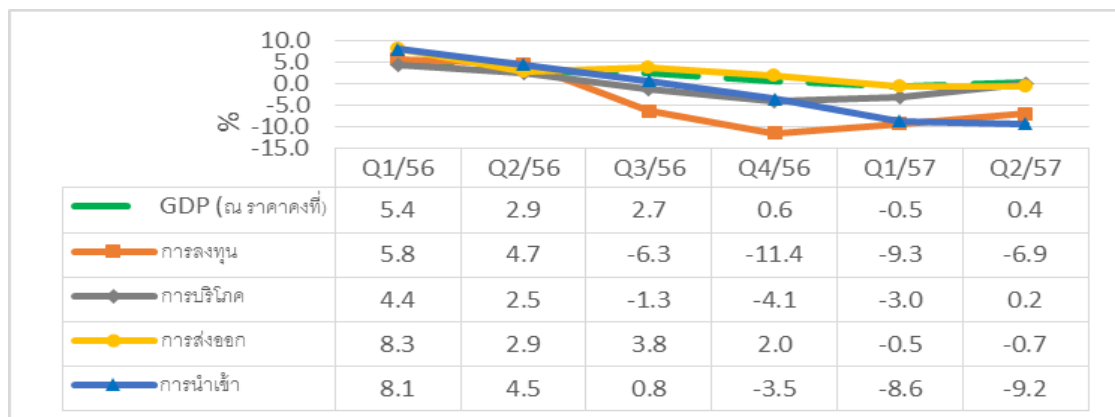
บริษัทได้รับรางวัล Bai Po Business Awards จากสถาบันศินทร ซึ่งเป็นรางวัลสำหรับความโดดเด่นในมิติการให้ความสำคัญต่อลูกค้า (Customer Focus) ด้วยความมุ่งมั่นเน้นคุณภาพสินค้าและบริการ ยึดมั่นในความซื่อสัตย์กับลูกค้า โดยกล้าวัดความหนาของสินค้าต่อหน้าลูกค้าเพื่อแสดงให้เห็นว่าลูกค้าได้รับสินค้าตรงตามความต้องการไม่โกงสินค้า ซึ่งเป็นอีกจุดเด่นที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่จะได้รับสินค้าตามมาตรฐานมีคุณภาพเหมาะสมกับราคา

2. ภาวะการแข่งขันและแนวโน้มอุตสาหกรรม

ภาวะอุตสาหกรรม

ภาพรวมภาวะเศรษฐกิจ

ก. ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP)



ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

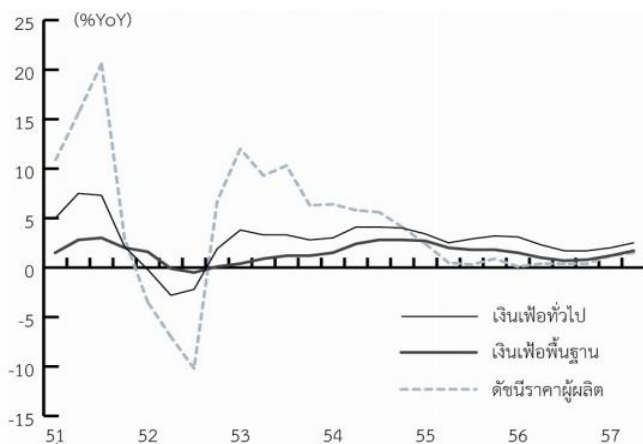
เศรษฐกิจไทยในไตรมาสที่สองของปี 2557 ขยายตัวร้อยละ 0.4 ปรับตัวดีขึ้นจากการหดตัวร้อยละ 0.5 ในไตรมาสแรก ของปี 2557 โดยรวมครึ่งปีเศรษฐกิจไทยหดตัวร้อยละ 1 เนื่องจากสถานการณ์ทางการเมืองที่ยืดเยื้อในช่วงห้าเดือนแรกของปี การฟื้นตัวอย่างล่าช้าของการส่งออก และการหดตัวต่อเนื่องของปริมาณการผลิตและจำหน่ายรถยนต์ส่งผลให้เศรษฐกิจไทยใน ครึ่งปีแรกยังหดตัว ในช่วงครึ่งปีหลัง เศรษฐกิจมีแนวโน้มขยายตัวเร่งขึ้นตามการปรับตัวดีขึ้นของความเชื่อมั่นและการปรับตัว เข้าสู่ภาวะปกติของการบริหารงานและการเบิกจ่ายงบประมาณภาครัฐแต่การขยายตัวยังมีแนวโน้มต่ำกว่าศักยภาพ เนื่องจาก ข้อจำกัดสำคัญ 4 ประการ คือ (1) การขยายตัวของการส่งออกยังมีข้อจำกัดจากการฟื้นตัวอย่างล่าช้าของเศรษฐกิจโลกและ ราคาสินค้าส่งออกที่ลดลง (2) การฟื้นตัวของการท่องเที่ยวยังต้องใช้เวลาและตลาดท่องเที่ยวที่มีการแข่งขันกันมากขึ้นทำให้นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งเปลี่ยนจุดหมายการเดินทางท่องเที่ยว (3) การขยายตัวของการลงทุนยังมีข้อจำกัดจากการใช้กำลังการผลิตที่ยังอยู่ในระดับต่ำและความล่าช้าในการอนุมัติส่งเสริมการลงทุนในช่วงครึ่งปีแรก และ (4) การจำหน่ายและการผลิต รถยนต์ยังคงปรับตัวลดลงจากฐานการจำหน่ายที่สูงในปีก่อน ในขณะที่เสถียรภาพทางเศรษฐกิจยังอยู่ในเกณฑ์ดี โดยอัตราเงิน เพื่อมีแนวโน้มทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติคาดว่าเศรษฐกิจไทยในปี 2557 จะขยายตัวร้อยละ 1.5 - 2.0 โดยคาดว่าเศรษฐกิจจะค่อยๆ ปรับตัวดีขึ้นในครึ่งหลังของปีตามการใช้จ่ายภาครัฐ และความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและนักธุรกิจที่ปรับตัวดีขึ้นและส่งผลดีต่อการใช้จ่ายและการลงทุน รวมทั้งการส่งออกจะปรับตัวดีขึ้นตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก โดยมูลค่าการส่งออกสินค้าจะขยายตัวร้อยละ 2.0 การบริโภคของครัวเรือนขยายตัวร้อยละ 0.8 การลงทุนรวมหดตัวร้อยละ 2.0 อัตราเงินเฟ้อทั่วไปอยู่ในช่วงร้อยละ 1.9 - 2.4 และบัญชีเดินสะพัดเกินดุลร้อยละ 2.6 ของ GDP

เมื่อพิจารณาสาขาการก่อสร้าง มีมูลค่าหดตัวร้อยละ 3.2 ปรับตัวดีขึ้นจากการหดตัวร้อยละ 11.9 ในไตรมาสก่อนหน้า ซึ่งเป็นการปรับตัวดีขึ้นทั้งการก่อสร้างภาครัฐและเอกชน สอดคล้องกับปริมาณการจำหน่ายปูนซีเมนต์ที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.3 ต่อเนื่องจากร้อยละ 0.4 ในไตรมาสแรก โดยรวมครึ่งแรกของปี 2557 การผลิตสาขาการก่อสร้างหดตัวร้อยละ 7.5 โดยการก่อสร้างภาครัฐหดตัวร้อยละ 7.2 และการก่อสร้างภาคเอกชนหดตัวร้อยละ 6.5 (ที่มา: ภาวะเศรษฐกิจไทยไตรมาสที่สองและแนวโน้มปี 2557, สำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนเศรษฐกิจมหภาค)

ข. ภาวะเงินเฟ้อ

ในไตรมาสที่สองของปี 2557 อัตราเงินเฟ้อทั่วไปอยู่ที่ร้อยละ 2.5 เติบโตขึ้นจากร้อยละ 2.0 ในไตรมาสก่อนหน้า เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของราคาอาหารสำเร็จรูป และราคาพลังงานโดยเฉพาะราคาเชื้อเพลิงในบ้านและค่ากระแสไฟฟ้า โดยการทยอยปรับขึ้นราคาก๊าซหุงต้มในภาคครัวเรือน (LPG) ในช่วงเดือนกันยายน 2556 ถึง 31 พฤษภาคม 2557 เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้



ต้นทุนและราคาอาหารสำเร็จรูปเพิ่มขึ้น ขณะที่การปรับขึ้นราคาพลังงานทั้งในส่วนของการซื้อเชื้อเพลิงในบ้าน (ก๊าซหุงต้มในภาคครัวเรือน) และค่ากระแสไฟฟ้าที่เพิ่มสูงขึ้นตามอัตราค่าไฟฟ้าผันแปรอัตโนมัติ (Ft) ในงวดเดือนพฤษภาคม ถึงสิงหาคม 2557 ที่ปรับขึ้นอีก 10 สตางค์ต่อหน่วย จึงส่งผลให้ราคาสินค้าในหมวดพลังงานเพิ่มขึ้นเช่นกัน สำหรับอัตราเงินเฟ้อพื้นฐานอยู่ที่ร้อยละ 1.7 เทียบกับร้อยละ 1.2 ในไตรมาสก่อนหน้ารวมครึ่งแรกของปี 2557 อัตราเงินเฟ้อทั่วไปอยู่ที่ร้อยละ 2.2 อัตราเงินเฟ้อพื้นฐานอยู่ที่ร้อยละ 1.4

ที่มา : สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

ดัชนีราคาผู้ผลิตในไตรมาสที่สองของปี 2557 เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.5 เติบโตขึ้นจากร้อยละ 1.2 ในไตรมาสก่อนหน้า เป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของราคาคาผลิตภัณฑ์จากเหมือง และผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเป็นหลัก โดยราคาคาผลิตภัณฑ์จากเหมืองเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.1 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของราคาลิกไนต์ ปิโตรเลียมและก๊าซธรรมชาติ ในขณะที่ราคาคาผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.7 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของราคาคาผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมเป็นสำคัญ ส่วนราคาคาผลผลิตเกษตรกรรมหดตัวร้อยละ 0.9 เนื่องจากการลดลงของราคาคาผลผลิตการเกษตร รวมครึ่งแรกของปี 2557 ดัชนีราคาผู้ผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.4 (ที่มา: ภาวะเศรษฐกิจไทยไตรมาสที่สองและแนวโน้มปี 2557, สำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนเศรษฐกิจมหภาค)

ค. อัตราดอกเบี้ย

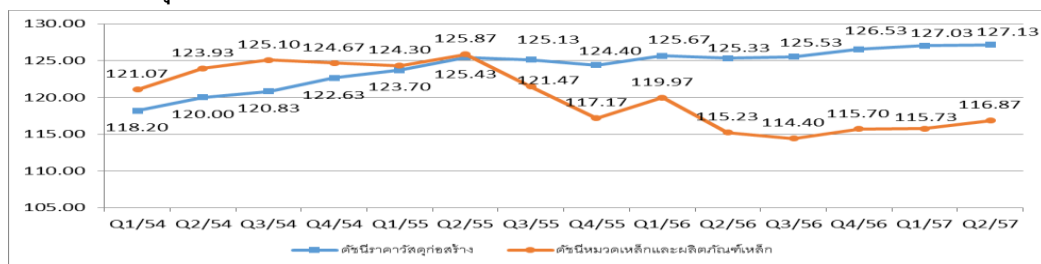
อัตราดอกเบี้ยนโยบายทรงตัว ในไตรมาสที่สองของปี 2557 คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) มีมติให้คงอัตราดอกเบี้ยนโยบายไว้ที่ร้อยละ 2 ต่อปี ตลอดทั้งไตรมาส หลังจากการปรับลดอัตราดอกเบี้ยนโยบายในเดือนมีนาคม 2557 เนื่องจาก

ธนาคาร	2555	2556				2557					อัตราดอกเบี้ย ณ สิ้น ก.ค. 57
	ทั้งปี	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	
อัตราดอกเบี้ยนโยบาย	-0.25	-0.25	-0.25	-0.25	-0.25	-0.25	-0.25	-0.25	-0.25	-0.25	2.00
อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 12 เดือน											
ธนาคารพาณิชย์ใหญ่ 4 แห่ง	-0.41	0.05	-0.27	-0.49	-0.10	-0.02	0.13	-0.50	1.73		
ธนาคารพาณิชย์ขนาดกลาง	0.28	-0.06	-0.13	-0.35	-0.19	-0.1	-0.03	-0.06	1.83		
สถาบันการเงินเฉพาะกิจ	-0.30	-0.11	-0.23	-0.10	-0.10	-0.10	-0.35	2.13			
อัตราดอกเบี้ย MLR											
ธนาคารพาณิชย์ใหญ่ 4 แห่ง	-0.25	-0.16	-0.10	6.75							
ธนาคารพาณิชย์ขนาดกลาง	-0.22	-0.13	-0.09	7.17							
สถาบันการเงินเฉพาะกิจ	-0.12	-0.12	6.92								

ประเมินว่าอัตราดอกเบี้ยนโยบายที่ร้อยละ 2 ต่อปี เป็นระดับที่ผ่อนคลายเพียงพอในการสนับสนุนการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทย หลังจากสถานการณ์ทางการเมืองได้คลี่คลายลงและการบริหารราชการแผ่นดิน โดยเฉพาะการจัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปี 2558 สามารถดำเนินการได้ทันตามกำหนด

อัตราดอกเบี้ยเงินฝากเฉลี่ยและอัตราดอกเบี้ยเงินกู้เฉลี่ยของธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ 4 แห่ง ทรงตัวเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า โดยมีอัตราดอกเบี้ย MLR เฉลี่ยอยู่ที่ระดับร้อยละ 6.75 ต่อปี สอดคล้องกับอัตราดอกเบี้ยนโยบายที่ทรงตัว สำหรับอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 12 เดือนเฉลี่ยของธนาคารพาณิชย์ขนาดกลาง และสถาบันการเงินเฉพาะกิจปรับตัวลดลงจากไตรมาสที่แล้วร้อยละ 0.19 และ 0.10 ตามลำดับ เป็นร้อยละ 1.83 และ 2.24 ต่อปี ตามลำดับ ในขณะที่อัตราดอกเบี้ย MLR ของธนาคารพาณิชย์ขนาดกลางและสถาบันการเงินเฉพาะกิจทรงตัวอยู่ที่ระดับร้อยละ 7.17 และ 6.92 ต่อปี ตามลำดับ (ที่มา: ภาวะเศรษฐกิจไทยไตรมาสที่สองและแนวโน้มปี 2557, สำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนเศรษฐกิจมหภาค)

ง. ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง



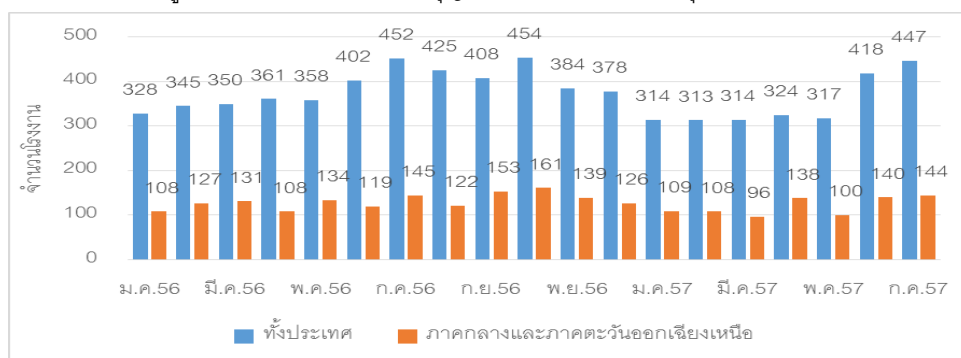
ที่มา : สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างซึ่งประกอบด้วยสินค้าหมวดวัสดุก่อสร้าง 6 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มเหล็กและผลิตภัณฑ์ กลุ่มผลิตภัณฑ์คอนกรีต กลุ่มอุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา กลุ่มซีเมนต์ กลุ่มไม้และผลิตภัณฑ์ และกลุ่มกระเบื้องและประปา ทั้งนี้ ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างในไตรมาสที่ 2 ของปี 2557 สูงขึ้นร้อยละ 1.4 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า ขณะที่ดัชนีหมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็กในไตรมาสที่ 2 ของปี 2557 ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.42 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยส่วนใหญ่เป็นการสูงขึ้นจากทางด้านอุปทาน ได้แก่การปรับสูงขึ้นของต้นทุนการผลิต ค่าแรงและวัตถุดิบส่งผลให้ดัชนี หมวดซีเมนต์ ผลิตภัณฑ์คอนกรีต วัสดุก่อสร้างอื่นๆ และหมวดสุขภัณฑ์ ปรับตัวสูงขึ้นตาม ขณะที่ด้านอุปสงค์ ชะลอตัวลงจากสถานการณ์การเมืองที่ยืดเยื้อ ทำให้โครงการก่อสร้างพื้นฐานของภาครัฐที่ยังไม่มีกำหนดเวลาการก่อสร้างที่แน่นอน

ทั้งนี้คาดว่า จากการยุติปัญหาการชุมนุมทางการเมืองและการเริ่มจัดตั้งรัฐบาลใหม่ในช่วงไตรมาสที่ 3 จะช่วยส่งเสริมให้บรรยากาศการลงทุนและการก่อสร้างใหม่จากภาคเอกชนพัฒนาไปในทิศทางที่ดีขึ้น ขณะที่โครงการลงทุนจากภาครัฐน่าจะกลับมาเริ่มดำเนินการอีกครั้งภายหลังจากการจัดตั้งรัฐบาลชุดใหม่ ทำให้ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างในช่วงที่เหลือของปี 2557 น่าจะปรับตัวเร่งขึ้น อันเนื่องมาจากปัจจัยด้านอุปสงค์ที่เพิ่มขึ้นดังกล่าว

จ. ภาพรวมการก่อสร้างโรงงานอุตสาหกรรม

รูปจำนวนโรงงานที่ได้รับอนุญาตให้ตั้งจากกระทรวงอุตสาหกรรม



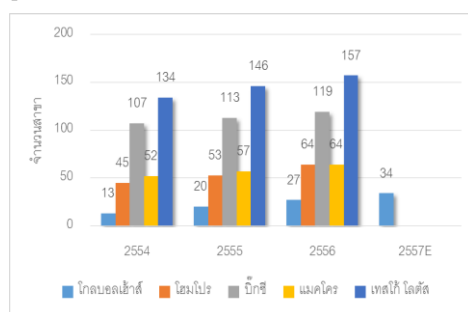
ที่มา : กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

การขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมมีความเกี่ยวข้องกับการขยายตัวของโรงงาน จากข้อมูลจำนวนโรงงานที่ได้รับอนุญาตให้ตั้ง จากกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม พบว่า จำนวนโรงงานก่อสร้างใหม่เพิ่มขึ้นสูงสุดช่วงไตรมาสที่ 3 ของปี 2556 โดยหลังจากนั้นจำนวนโรงงานที่ก่อสร้างใหม่ ได้ลดลงอันเนื่องมาจากปัญหาความไม่แน่นอนทางการเมืองภายในประเทศในช่วงไตรมาสที่ 4 ปี 2556 ทำให้ผู้ประกอบการชะลอการลงทุนเพิ่ม อย่างไรก็ตาม ภายหลังจากยุติการชุมนุมทางการเมืองในช่วงเดือนพฤษภาคม 2557 และมีการจัดตั้งรัฐบาลใหม่ ทำให้บรรยากาศการลงทุนของประเทศกลับมาดีขึ้น อันจะเห็นได้จากจำนวนโรงงานที่ได้รับอนุญาตให้ตั้งใหม่มีการฟื้นตัวขึ้นจากจำนวน 317 โรงงานในเดือนพฤษภาคม 2557 เป็น 418 และ 447 โรงงาน ในเดือนมิถุนายนและกรกฎาคม 2557 ตามลำดับ

ในการก่อสร้างโรงงานมีความเกี่ยวเนื่องกับผลการดำเนินงานของบริษัท เนื่องจากในกิจกรรมการลงทุนและก่อสร้างโรงงานใหม่ จะทำให้มีความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์จากบริษัทซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการก่อสร้างโรงงาน อันได้แก่ หลังคาเหล็ก ผนังเหล็ก ฉนวนกันความร้อน โครงสร้างอาคารเหล็กกล้า เป็นต้น โดยจากข้อมูลข้างต้นยังพบว่าจำนวนโรงงานที่ก่อสร้างใหม่ในพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นภาคที่บริษัทมีสาขาตั้งอยู่ มีการก่อสร้างเพิ่มในทิศทางเดียวกันกับจำนวนโรงงานก่อสร้างใหม่ทั่วประเทศ โดยคาดว่าจะการฟื้นตัวของการก่อสร้างโรงงานใหม่ภายหลังการมีรัฐบาล จะทำให้มีความต้องการใช้วัสดุและผลิตภัณฑ์ที่เป็นส่วนประกอบของโรงงานเพิ่มขึ้น อันจะส่งผลดีต่อธุรกิจของบริษัทในช่วงที่เหลือของปี 2557

จ. ภาพรวมการขยายตัวของโมเดิร์นเทรด

รูปจำนวนสาขาของร้านโมเดิร์นเทรด

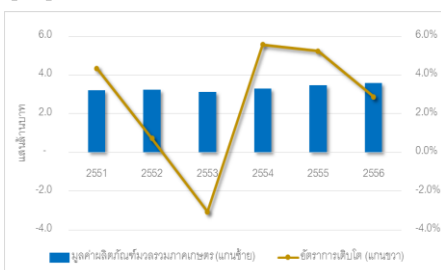


บริษัทมีรายได้ประมาณร้อยละ 3-7 ของรายได้ทั้งหมดในปี 2556 จากการขายสินค้าผ่านช่องทางของร้านโมเดิร์นเทรด (ร้านโกลบอลเฮ้าส์) โดยที่ผ่านมาโกลบอลเฮ้าส์มีการขยายสาขาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง คาดว่าภายในสิ้นปี 2557 จะมีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 34 สาขา นอกจากนี้ การขยายสาขาของธุรกิจโมเดิร์นเทรดก็มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงานของบริษัท การขยายสาขาใหม่ของโมเดิร์นเทรด นอกจากบริษัทมีโอกาสจะจำหน่าย

ผลิตภัณฑ์สำหรับการก่อสร้างอาคารจัดเก็บและแสดงสินค้าแล้ว ยังจะช่วยส่งเสริมให้บริษัทมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าในแต่ละพื้นที่ได้มากขึ้นในกรณีนำผลิตภัณฑ์เข้าไปจำหน่ายในโมเดิร์นเทรดดังกล่าว จากข้อมูลของธุรกิจโมเดิร์นเทรด ได้แก่ โกลบอลเฮ้าส์ โฮมโปร บิ๊กซี แมคโคร และเทสโก้ โลตัส พบว่า อุตสาหกรรมโมเดิร์นเทรดภายในประเทศยังคงมีการขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง จากการขยายตัวของเมืองไปยังพื้นที่ต่างจังหวัด (ที่มา : รายงาน 56-1 ของ บมจ.สยามโกลบอลเฮ้าส์, บมจ.โฮม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์, บมจ.สยามแมคโคร)

ข. ภาพรวมรายได้ภาคเกษตรกร

รูปมูลค่าและอัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคเกษตร



บริษัทมีสาขาทั้งหมดตั้งอยู่ในพื้นที่ต่างจังหวัด ซึ่งจากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่าในปี 2556 ประชากรในวัยแรงงานประมาณร้อยละ 50 ของแรงงานในพื้นที่ประกอบอาชีพอยู่ในภาคเกษตรกรรม ประกอบกับบริษัทได้ตั้งเป้าหมายสัดส่วนของรายได้จากการขายสินค้าให้แก่ลูกค้ารายย่อยที่ร้อยละ 80 จึงกล่าวได้ว่าเกษตรกรเป็นกลุ่มลูกค้าหลัก โดยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคเกษตรซึ่งสะท้อนรายได้จากสินค้าในภาคเกษตรกรรมได้

เพิ่มขึ้นต่อเนื่องร้อยละ 5.6, 5.2 และ 2.9 ในปี 2554 ปี 2555 และปี 2556 ตามลำดับ สะท้อนให้เห็นว่าแรงงานในภาคเกษตรมีระดับรายได้ที่เพิ่มขึ้นซึ่งจะส่งผลดีต่อบริษัท (ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ)

นอกจากนี้ นโยบายจากภาครัฐในเรื่องการกำหนดราคาสินค้าเกษตรก็มีผลต่อระดับรายได้และกำลังซื้อภาคครัวเรือนเกษตรกรด้วย หากภาครัฐกำหนดนโยบายที่ส่งผลให้ราคาสินค้าเกษตรสูง เกษตรกรก็จะมีรายได้ดี อันส่งผลให้เกิดการจับจ่ายใช้สอยซื้อสินค้า รวมไปถึงความมีเสถียรภาพของภาครัฐเองก็มีผลต่อกำลังซื้อของเกษตรกรด้วย เช่น เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการจำนำข้าวไม่สามารถเบิกเงินค่าจำนำข้าวได้ทำให้การจับจ่ายใช้สอยของเกษตรกรในช่วงที่ผ่านมาลดลง โดยที่กลุ่มลูกค้ารายย่อย (Retail) ซึ่งเป็นฐานลูกค้าหลักที่มีสัดส่วนยอดขายมากกว่าร้อยละ 60 ของรายได้รวม และบริษัทมีนโยบายที่จะเน้นทำการตลาดกับลูกค้ากลุ่มนี้เป็นหลักโดยปรับเป้าหมายสัดส่วนยอดขายถึงร้อยละ 80 ของรายได้รวม ลูกค้ากลุ่มนี้ส่วนใหญ่คือเจ้าของบ้านที่เป็นเกษตรกรในจังหวัดพื้นที่การขายของบริษัทและจังหวัดใกล้เคียง ปัจจัยเรื่องผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคการเกษตรและราคาสินค้าพืชผลทางการเกษตรย่อมส่งผลกระทบต่อภาพรวมอุตสาหกรรมของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ

๕. สภาพการแข่งขันและผู้ประกอบการ

ณ สิ้นเดือนสิงหาคม 2557 มีจำนวนผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โลหะโดยวิธีการรีดโลหะที่จดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์รวมทั้งสิ้น 289 ราย โดยสามารถเรียงตามลำดับแยกตามภูมิภาคได้ดังนี้

ลำดับ	ภูมิภาค	จำนวนผู้ประกอบการ (ราย)
1.	ภาคกลาง (ไม่รวมกรุงเทพฯ)	121
2	กรุงเทพมหานคร	68
3	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	65
4	ภาคตะวันออก	16
5	ภาคใต้	12
6	ภาคตะวันตก	5
7	ภาคเหนือ	2
รวม		289

ที่มา : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

ภาพรวมของอุตสาหกรรมผู้ผลิตและจำหน่ายแผ่นเหล็กเคลือบคอนกรีตช่วงรุนแรง เนื่องจากมีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาแข่งขันค่อนข้างมาก เนื่องจากหลายปัจจัย อาทิ ผลิตภัณฑ์ไม่ต้องอาศัยเทคโนโลยีเฉพาะด้านมากนัก กอปรกับการลงทุนไม่ต้องอาศัยเงินลงทุนสูงอย่างมีนัยสำคัญ เป็นต้น จากการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นส่งผลให้ราคาคาตลาดของแผ่นเหล็กเคลือบรีดลอนสำหรับหลังคาและผนังปรับตัวลดลง ผู้ประกอบการที่เหลือจึงต้องเน้นการแข่งขันกันลดต้นทุน โดยการหาแหล่งผู้ผลิตวัตถุดิบที่มีต้นทุนต่ำ การตั้งจุดขายในทำเลพื้นที่ใกล้กับกลุ่มลูกค้าเพื่อให้สามารถเข้าถึงได้ง่ายและบริหารต้นทุนด้านโลจิสติกส์ได้ รวมไปถึงการแข่งขันด้านการบริการ และการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ มากยิ่งขึ้น

3. กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ปัจจุบันบริษัทมีการจำแนกลูกค้าออกเป็นกลุ่มๆ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท โดยมีรายละเอียดลักษณะการซื้อผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการซื้อในกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท ดังนี้

1. กลุ่มลูกค้ารายย่อย (Retail)

เป็นกลุ่มลูกค้าประเภทผู้ใช้ผลิตภัณฑ์อย่างแท้จริง เจ้าของสิ่งปลูกสร้างหรือช่างรับเหมาก่อสร้างจะได้รับคำปรึกษาจากพนักงานขายของบริษัทซึ่งมีความรู้ความชำนาญในการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการออกแบบและการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ในการก่อสร้างหรือต่อเติมหลังคาและฝ้าผนังของอาคารและสิ่งปลูกสร้างให้ได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า อีกทั้งลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการติดตั้งโดยทีมช่างมืออาชีพของบริษัทในกรณีที่ยังไม่มีช่างในการติดตั้งด้วย บริษัทกำหนดเป้าหมายสัดส่วนรายได้จากลูกค้ากลุ่มนี้ประมาณร้อยละ 80 ของรายได้รวม

2. กลุ่มลูกค้าร้านค้าปลีก-ค้าส่ง (Agent&Dealer)

เป็นกลุ่มลูกค้าประเภทคนกลางในกระจายผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภค อาทิ ร้านค้าวัสดุก่อสร้างรายเล็กทั่วไป หรือรายใหญ่ที่มีการวัสดุก่อสร้างหรือวัสดุเกี่ยวกับการตกแต่งบ้านอย่างครบวงจร โดยมีลูกค้า Modern Trade รายใหญ่คือ บริษัท สยามโกลบอลเฮาส์ จำกัด (มหาชน) และมีแผนจะขยายเข้าสู่ Modern Trade รายอื่นๆต่อไป ลูกค้าในกลุ่มดังกล่าวมีลักษณะการซื้อผลิตภัณฑ์ในปริมาณมาก หรือมีการซื้ออย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดอำนาจต่อรองทางด้านราคาหรือเงื่อนไขทางการค้ามากกว่าลูกค้ารายย่อย บริษัทกำหนดเป้าหมายสัดส่วนรายได้จากลูกค้ากลุ่มนี้ประมาณร้อยละ 10 ของรายได้รวม

3. กลุ่มลูกค้าโครงการ (Project)

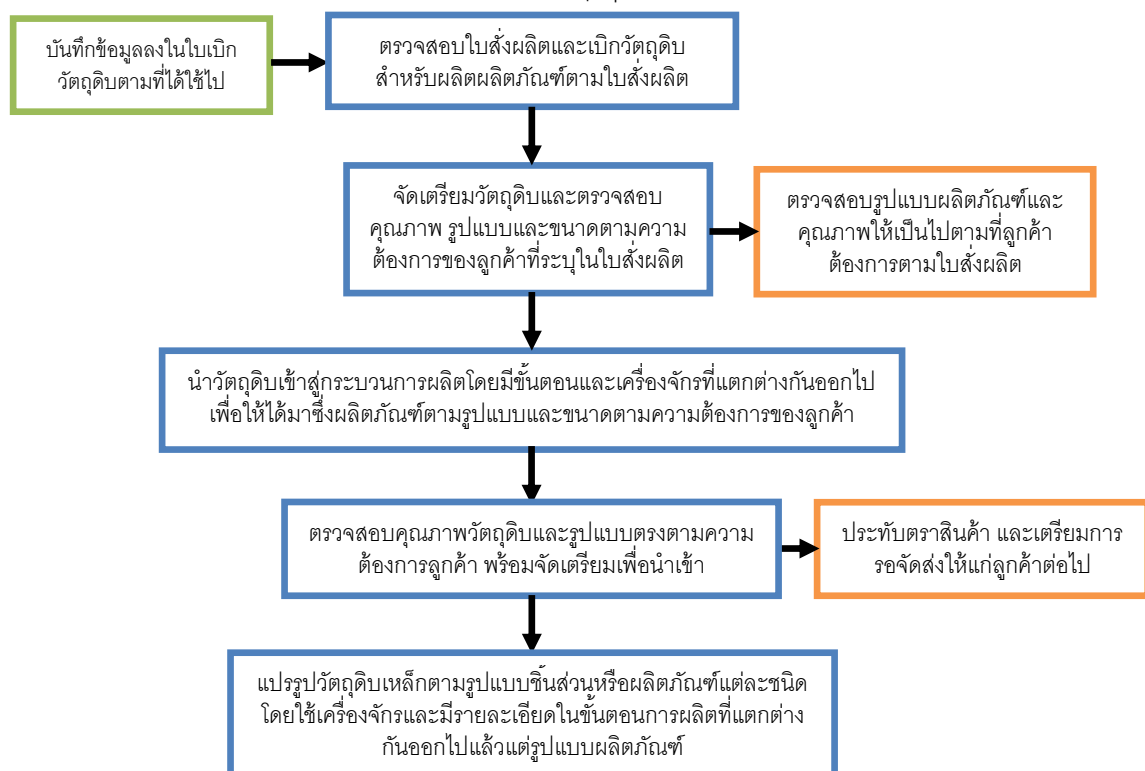
เป็นกลุ่มลูกค้าประเภทเจ้าของสิ่งปลูกสร้างหรือผู้รับเหมาก่อสร้างสำหรับสิ่งปลูกสร้างขนาดใหญ่ อาทิ เจ้าของสิ่งปลูกสร้าง , บริษัท สยามโกลบอลเฮาส์ จำกัด (มหาชน) , บริษัท ไดโนพาร์ค จำกัด และ ผู้รับเหมาก่อสร้างรายใหญ่ บริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวล๊อปเมนต์ จำกัด (มหาชน) ฯลฯ มีการทำตกลงทำการซื้อขายในปริมาณมากในครั้งเดียวสำหรับโครงการนั้นๆ ซึ่งลูกค้าสามารถขอคำแนะนำกับพนักงานขายหรือวิศวกรของบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญเพื่อให้ได้ข้อสรุปของรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการตรงตามความต้องการของงานในแต่ละโครงการที่มีวัตถุประสงค์แตกต่างกันออกไป บริษัทกำหนดเป้าหมายสัดส่วนรายได้จากลูกค้ากลุ่มนี้ประมาณร้อยละ 10 ของรายได้รวม

2.4. การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การจัดหาเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีขั้นตอนการดำเนินการจัดหา ตามนโยบายการจัดซื้อจัดจ้าง ซึ่งจะมีการเปรียบเทียบราคาและจัดทำรายชื่อผู้ค้า (Approve Vendor List) เพื่อใช้ประกอบการจัดซื้อสินค้าที่มีการจัดซื้อเป็นประจำ โดยสามารถจำแนกรูปแบบการได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ของบริษัทออกเป็น 2 กลุ่ม ได้ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทเป็นผู้ผลิต

ด้วยประสบการณ์ในการผลิตผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับแผ่นเหล็กรีดเย็นที่ผ่านมามีปัจจุบันบริษัทมีผลิตภัณฑ์ที่บริษัทผลิตเองทั้งหมด 6 รายการ ซึ่งมีรายละเอียดขั้นตอนการผลิตในทุกๆ ผลิตภัณฑ์ ตามแผนภาพ ดังนี้



จากกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ทั้งหมดข้างต้น แสดงให้เห็นว่าการผลิตผลิตภัณฑ์บางประเภทมีขั้นตอนที่เหมือนกัน หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ เครื่องจักรชนิดหนึ่งมีการใช้งานในขั้นตอนการผลิตของหลายผลิตภัณฑ์ ซึ่งการคำนวณกำลังการผลิตเต็มกำลังของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดจะไม่ทราบปริมาณที่แน่นอน เนื่องจากอาศัยเครื่องจักรชนิดเดียวกันในขั้นตอนการผลิตที่เหมือนกันทำให้เกิดการผันแปรของกำลังการผลิตได้ ดังนั้นควรจะคำนวณกำลังการผลิตเต็มกำลังของเครื่องจักรเพื่อเปรียบเทียบสัดส่วนการใช้กำลังการผลิตที่ใช้จริงเทียบกับกำลังการผลิตเต็มกำลัง

ปัจจุบัน บริษัทมีเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตหลักๆ อาทิ เครื่องอัลคอยล์ เครื่องรีดเหล็ก เพื่อใช้ในการผลิตแผ่นหลังคาและแผ่นผนังเหล็กแบบแผ่นตรง ก่อนนำไปตัดแปลงเพิ่มเติมเพื่อให้ได้แผ่นหลังคาโค้ง ผลิตภัณฑ์แผ่นปิดครอบ ส่วนผลิตภัณฑ์อื่นจะมีการผลิตเฉพาะบางสาขาและกระจายผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายในสาขาอื่นๆ โดยมีรายละเอียดเครื่องจักรและกำลังการผลิตในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2557 ดังนี้

เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต	จำนวนเครื่องจักร	กำลังการผลิตเต็มกำลัง	อัตราการใช้กำลังการผลิตในปัจจุบัน
เครื่องขึ้นรูปแผ่นเหล็กเคลือบและรีดลอนสำหรับแผ่นหลังคาและผนังเหล็ก เคลือบแป-ตัว C เคลือบแป-ระแนง และประตูม้วน	37 เครื่อง	95,320 เมตร/วัน	35.37% ¹

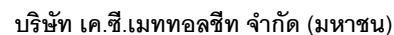
หมายเหตุ : กำลังการผลิตคำนวณจากเครื่องจักรทั้งหมด โดยเป็นเครื่องจักรสำหรับการรีดลอนรูปแบบต่างๆ ซึ่งบริษัทลงทุนซื้อเครื่องจักรดังกล่าวมาเพื่อสร้างความหลากหลายของการรีดลอนเพื่อรองรับความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า ทั้งนี้บริษัทยังมีกำลังการผลิตเพียงพอสำหรับการขยายการผลิตและเติบโตของยอดขายในอนาคต

ในส่วนของผลิตภัณฑ์ที่บริษัททำการผลิต บริษัทได้รับสิทธิพิเศษจากการได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุน (BOI) จำนวน 18 ฉบับ ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ.2520 มีสิทธิพิเศษทางภาษีโดยสังเขป ดังนี้

- 1) ยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรตามที่คณะกรรมการพิจารณาอนุมัติ
- 2) บัตรส่งเสริมการลงทุนบางฉบับได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้รับจากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนในอัตราร้อยละ 50 ของอัตราปกติมีกำหนดเวลา 5 ปี นับจากวันที่พ้นกำหนดระยะเวลาตามบัตรส่งเสริมการลงทุน
- 3) บัตรส่งเสริมการลงทุนบางฉบับได้รับอนุญาตให้หักค่าขนส่ง ค่าไฟฟ้า และค่าประปาสองเท่าของค่าใช้จ่ายดังกล่าวเป็นระยะเวลา 10 ปี นับตั้งแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการนั้น

โดยมีลำดับสาขาที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนและระยะเวลาการใช้สิทธิ ดังนี้

ลำดับ	สาขา	ระยะเวลาใช้สิทธิ	ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับส่งเสริม	สิทธิประโยชน์
1	ขอนแก่น	10 ม.ค. 2554 – 9 ม.ค. 2562	ผลิตภัณฑ์แผ่นหลังคาเหล็กเคลือบ แป-ตัวซี แป-ระแนง และประตูม้วน	ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนซึ่งมีมูลค่าไม่เกิน 25 ล้านบาท มีกำหนดเวลา 8 ปี นับตั้งแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการนั้น
2	บุรีรัมย์	25 ก.ค. 2552 – 24 ก.ค. 2560	ผลิตภัณฑ์แผ่นหลังคาเหล็กเคลือบและแผ่นหลังคาเหล็กเคลือบติดฉนวนกันความร้อน	ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนซึ่งมีมูลค่าไม่เกิน 20 ล้านบาท มีกำหนดเวลา 8 ปี นับตั้งแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการนั้น
3	พิษณุโลก	13 ต.ค. 2551 – 12 ต.ค. 2559	ผลิตภัณฑ์แผ่นหลังคาเหล็กเคลือบ	ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนซึ่งมีมูลค่าไม่เกิน 15 ล้านบาท มีกำหนดเวลา 8 ปี นับตั้งแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการนั้น
4	นครราชสีมา	2 มิ.ย. 2551 – 1 มิ.ย. 2559	ผลิตภัณฑ์แผ่นหลังคาเหล็กเคลือบ	ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนซึ่งมี



2.2 - 2 หน้า ที่ 20



ลำดับ	สาขา	ระยะเวลาใช้สิทธิ	ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับส่งเสริม	สิทธิประโยชน์
	ขอนแก่น)	29 มี.ค. 2563	เคลือบแปต่าง ๆ และประตูม้วน	การประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนซึ่งมีมูลค่าไม่เกิน 22 ล้านบาท มีกำหนดเวลา 8 ปี นับตั้งแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการนั้น
17	อุดรดิตถ์	15 ต.ค. 2556 – 14 ต.ค. 2554	ผลิตภัณฑ์แผ่นหลังคาเหล็กเคลือบ แป และประตูม้วน	ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนซึ่งมีมูลค่าไม่เกิน 22 ล้านบาท มีกำหนดเวลา 8 ปี นับตั้งแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการนั้น
18	เพชรบูรณ์	30 ก.ค. 2556 – 29 ก.ค. 2564	ผลิตภัณฑ์แผ่นหลังคาเหล็กเคลือบแปต่าง ๆ และประตูม้วน	ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนซึ่งมีมูลค่าไม่เกิน 22 ล้านบาท มีกำหนดเวลา 8 ปี นับตั้งแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการนั้น

2. ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อมาเพื่อจำหน่าย

บริษัทมีการจัดหาวัสดุประกอบที่เกี่ยวข้องและอุปกรณ์ใช้ร่วมในการติดตั้งหลังคาและผนัง มาจำหน่ายร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการผลิตภัณฑ์เพื่อให้การก่อสร้างหรือต่อเติมหลังคาและผนังของอาคารสิ่งปลูกสร้างได้อย่างครบถ้วน โดยผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้บริษัทสั่งซื้อจากผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายในประเทศไทยทั้งสิ้น

การจัดหาวัตถุดิบ

ข้อมูลวัตถุดิบของบริษัท แยกตามประเภทวัตถุดิบสำหรับปี 2554-2556 และรอบ 6 เดือนแรกของปี 2557 มีดังนี้

ประเภทวัตถุดิบ	มูลค่าการสั่งซื้อและสัดส่วนเทียบกับมูลค่าการสั่งซื้อวัตถุดิบทั้งหมด								แหล่งที่มาของวัตถุดิบ
	ปี 2554		ปี 2555		ปี 2556		ปี 2557		
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	
1. แผ่นเหล็กเคลือบสังกะสีผสมอลูมิเนียม	552.59	93.58	452.03	88.95	446.29	78.51	169.21	85.60	
1.1 กลุ่ม BlueScope	226.56	38.37	163.91	32.25	179.37	31.56	57.15	28.91	สั่งซื้อในประเทศ
1.2 กลุ่มอื่นๆ	326.03	55.21	288.12	56.70	266.91	46.96	112.06	56.69	นำเข้าจากต่างประเทศ
2. ฉนวนกันความร้อนและอื่นๆ	37.91	6.42	46.13	9.07	86.51	15.22	25.19	12.74	สั่งซื้อในประเทศ
3. โครงสร้าง P.E.B.	0.00	0.00	10.01	1.98	35.64	6.27	3.27	1.66	สั่งซื้อในประเทศ
รวม	590.51	100.00	56.14	100.00	122.15	100.00	197.67	100.00	

แผ่นเหล็กรีดเย็นเคลือบสังกะสีผสมอลูมิเนียมซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักของผลิตภัณฑ์บริษัท ปัจจุบันจัดหามาจาก 2 แหล่งสำคัญ คือ

- 1) บริษัทสั่งซื้อแผ่นเหล็กเคลือบสังกะสีผสมอลูมิเนียมที่ใช้กับผลิตภัณฑ์ตรา “รตถัง” จากบริษัท เอ็นเอส บลูสโคป (ประเทศไทย) จำกัด (“NSBT”)
- 2) บริษัทสั่งซื้อและนำเข้าแผ่นเหล็กเคลือบสังกะสีผสมอลูมิเนียมที่ใช้กับผลิตภัณฑ์ตรา “คอมมานโด” จากต่างประเทศ

สำหรับฉนวนกันความร้อนและวัสดุอุปกรณ์อื่นๆ ที่ใช้ประกอบกับผลิตภัณฑ์แผ่นหลังคาและผนังเหล็ก โครงสร้างเหล็กกล้าสำเร็จรูปสำหรับอาคารขนาดกลางถึงขนาดใหญ่ และเหล็กรูปพรรณ บริษัทจะสั่งซื้อจากผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายในประเทศไทย

การจัดหาวัตถุดิบจากผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายในประเทศไทยจะมีการติดต่อสั่งซื้อหรือให้เสนอราคาจากคู่ค้าที่อยู่ในทะเบียนคู่ค้าของบริษัท (Vendor List) โดยบริษัทสามารถจัดหาผลิตภัณฑ์ได้จากคู่ค้าหลายราย ทำให้โอกาสเกิดปัญหาเรื่อง การขาดแคลนผลิตภัณฑ์ค่อนข้างน้อยมาก

3. บริการรับจ้างติดตั้งสำหรับลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท

การให้บริการติดตั้งแผ่นหลังคาหรือผนังเหล็ก หรือโครงสร้างเหล็กกล้าสำเร็จรูปไม่ว่าจะเป็นงาน P.E.B. หรืองาน ENDUROFRAME ให้แก่ลูกค้า บริษัทจะจัดจ้างผู้รับเหมาช่วงสำหรับงานบริการติดตั้งผลิตภัณฑ์ มาเป็นผู้ทำการติดตั้งตามรูปแบบ วิธีการ และการควบคุมงานโดยวิศวกรมืออาชีพของบริษัท ซึ่งบริษัทจะมีการคัดเลือกผู้รับเหมาช่วงในแต่ละพื้นที่เขตการขาย และจัดทำทะเบียนผู้รับเหมาช่วงสำหรับงานติดตั้งผลิตภัณฑ์ โดยมีการบันทึกข้อมูลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า และผลงานการติดตั้งในทุกงานโดยให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายวิศวกรรม (Site Supervisor) เป็นผู้ตรวจสอบคุณภาพการให้บริการติดตั้งและตรวจสอบผลงานหลังจากเสร็จงานติดตั้งทุกครั้ง และเมื่องานติดตั้งแล้วเสร็จ ลูกค้าจะต้องตรวจและประเมินผลงานทั้งหมดร่วมกันกับเจ้าหน้าที่ของบริษัทอีกครั้งหนึ่งก่อนจะรับส่งมอบงานติดตั้งทุกงาน เพื่อให้มั่นใจถึงคุณภาพโดยรวมของผลงาน และผู้รับเหมาช่วงจะรับประกันงานหลังจากส่งมอบเป็นระยะเวลา 1 ปี ข้อมูลการประเมินผลงานผู้รับเหมาช่วงดังกล่าวจะถูกรวบรวมเพื่อนำมาประเมินผลงานทุกเดือน ทำให้มั่นใจว่าบริษัทมีผู้รับเหมาที่มีคุณภาพและมีการปรับปรุงคุณภาพ หรือเปลี่ยนแปลงผู้รับเหมาหากมีการให้บริการต่ำกว่ามาตรฐาน ปัจจุบันบริษัทมีผู้รับเหมาช่วงที่มีศักยภาพซึ่งส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจกับบริษัทมาเป็นระยะเวลา 5 ปีขึ้นไป และผ่านการประเมินคุณภาพแล้วรวมทั้งสิ้น 10 ราย ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้รับเหมาช่วงค่อนข้างน้อย และที่ผ่านมาไม่เคยประสบปัญหาการขาดแคลนผู้รับติดตั้งงานหรือทำงานติดตั้งไม่แล้วเสร็จ

2.5. ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากบริษัทไม่มีกระบวนการผลิตมีเพียงการขึ้นรูปแผ่นเหล็กเคลือบเป็นรูปแบบลอนต่างๆ จึงไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในส่วนของการขึ้นรูปลอนและการตัดแผ่นเหล็กจะมีเสียงดังจากการทำงานของเครื่องจักรซึ่งอยู่ในระดับที่ไม่เป็นอันตรายต่อพนักงานหรือชุมชนแวดล้อม อีกทั้งที่ผ่านมาบริษัทยังไม่เคยได้รับข้อร้องเรียนใดๆ จากชุมชนรอบข้างโรงงานและสาขาของบริษัท

สำหรับเศษขี้เถ้าหรือความร้อนที่เหลือจากกระบวนการผลิต บริษัทได้จัดเก็บรวบรวมไว้อย่างเหมาะสมตามขั้นตอนอย่างรัดกุมเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาด้านชีวอนามัยของพนักงานของบริษัท และจะให้ผู้จำหน่ายขนวนกันความร้อน (supplier) รับกลับไปเพื่อทำการกำจัดด้วยวิธีที่ถูกต้องต่อไป

2.6. งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

โครงสร้างรายได้สัดส่วนใหญ่เป็นรายได้จากการขายซึ่งกลุ่มลูกค้ามากกว่าร้อยละ 90 ของรายได้รวม ซึ่งเป็นการซื้อผ่านหน้าร้าน (ลูกค้ารายย่อย) และลูกค้าตัวแทนค้าปลีก-ค้าส่ง (Agent/Dealer) โดยมีลักษณะการสั่งซื้อเป็นรายโครงการสัดส่วนไม่มากนัก เมื่อรวมกับรายได้จากการให้บริการสำหรับงานโครงการที่บริษัทรับออกแบบติดตั้งโครงสร้างเหล็กกล้าสำเร็จรูป และโครงสร้างหลังคา-ผนังเหล็ก ซึ่งเพิ่งเริ่มให้บริการส่วนนี้ตั้งแต่ปี 2555 เป็นต้นมา และปัจจุบันยังมีสัดส่วนรายได้เพียงไม่ถึงร้อยละ 10 ของรายได้รวม ดังนั้นบริษัทจึงมีงานโครงการที่ยังไม่ได้ส่งมอบจำนวนไม่มากนัก

กรณีงานบริการติดตั้งไม่ว่าจะเป็นงานโครงสร้างเหล็กกล้าสำหรับอาคารขนาดกลางถึงขนาดใหญ่ (P.E.B.) หรืองานโครงสร้างเหล็กกล้าสำหรับที่อยู่อาศัย (ENDUROFRAME) จะมีช่วงเวลาในการดำเนินการตามสัญญา การส่งผลิต และการติดตั้งงาน ส่งผลให้อาจมีงานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ ณ วันสิ้นงวดบัญชี รวมไปถึงกรณีที่อยู่ระหว่างรอตรวจรับงานจากลูกค้าด้วย ซึ่ง ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2557 มีงานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ ดังนี้

ลำดับ	โครงการ	ลักษณะโครงการ และลักษณะงาน	เจ้าของโครงการ	ระยะเวลา ดำเนินการ	มูลค่างาน (ล้านบาท)	ความคืบหน้า (%)	ยอดรับรู้รายได้ (ล้านบาท)	ยอดคงเหลือ (ล้านบาท)
งานก่อสร้าง								
1.	บ.ข.ส.3	ออกแบบและติดตั้ง โครงสร้างสำเร็จรูปขนาด ใหญ่ พร้อมหลังคาเหล็ก	บริษัท ธนวรา 2006 จำกัด	20 มี.ค.2557 – 25 ก.ค. 2557	12.28	79.96%	9.82	2.46