



บริษัท ซิก้า อินโนเวชั่น จำกัด(มหาชน) Ziga Innovation Public Company Limited

OPPORTUNITY DAY
14 JUNE 2018



“Value creation through innovation”

ส่วนที่	ข้อมูล
1	ข้อมูลบริษัท
2	ลักษณะการประกอบธุรกิจ
3	กลยุทธ์การแข่งขัน และโมเดลธุรกิจ (Business Model)
4	จุดเด่นในการแข่งขัน
5	สถานะอุตสาหกรรม
6	ข้อมูลทางการเงิน

1. ข้อมูลบริษัท

ชื่อ

- บริษัท ซิก้า อินโนเวชั่น จำกัด (มหาชน)

วันที่จดทะเบียน จัดตั้งบริษัทฯ

- วันที่ 21 เมษายน 2541

ทุนจดทะเบียน บริษัทฯ

- ทุนจดทะเบียน 260 ล้านบาท
- มูลค่าที่ตราไว้เท่ากับ 0.50 บาทต่อหุ้น

ที่ตั้งสำนักงาน

- 999/9, 10, 11 หมู่ที่ 9 ตำบลในคลองบางปลากด อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ 10290

ธุรกิจหลัก

- ผลิตและจำหน่ายเหล็กโครงสร้างประเภท Pre-zinc และท่อเหล็กร้อยสายไฟ

วิสัยทัศน์

- เพิ่มมูลค่าธุรกิจด้วยนวัตกรรม

วิสัยทัศน์

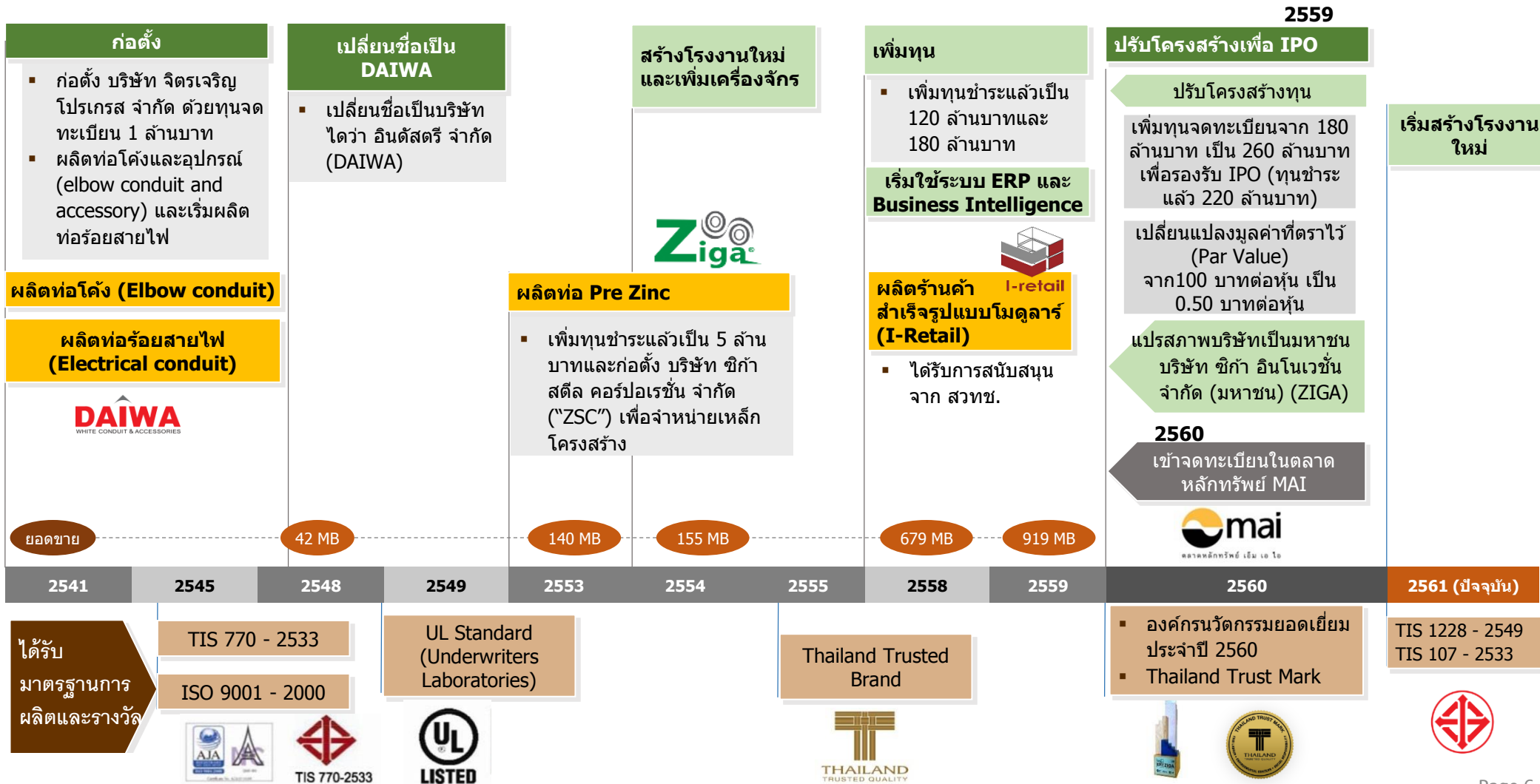
“เพิ่มมูลค่าธุรกิจด้วยนวัตกรรม”

พันธกิจ

1. ผลิตสินค้าเหล็กนวัตกรรม เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า สร้างลูกค้าเฉพาะกลุ่ม(niche market)ด้วยเทคโนโลยีการป้องกันสนิมที่เหมาะสมกับการใช้งาน
2. ขยับเคลื่อนองค์กรด้วยการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาเพิ่มประสิทธิภาพมุ่งสู่การเป็นองค์กรนวัตกรรมที่มีการบริหารห่วงโซ่ อุปทาน ลดต้นทุนบริหาร
3. วิจัยพัฒนาสินค้าระบบการสร้างร้านค้าสำเร็จรูป I-retailเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและรองรับสังคมผู้สูงอายุ ลดการพึ่งพิงแรงงาน

ZIGA : พัฒนาการที่สำคัญ

ปัจจุบัน ZIGA เป็นหนึ่งในผู้นำผลิตสินค้าเหล็กนวัตกรรมการที่มีการเติบโตที่ยั่งยืน และต่อเนื่อง ด้วยประสบการณ์ที่ยาวนานมากกว่า 20 ปี และมุ่งเน้นการเพิ่มมูลค่าสินค้า สร้างลูกค้าเฉพาะกลุ่ม(niche market) ด้วยเทคโนโลยีการผลิตและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ



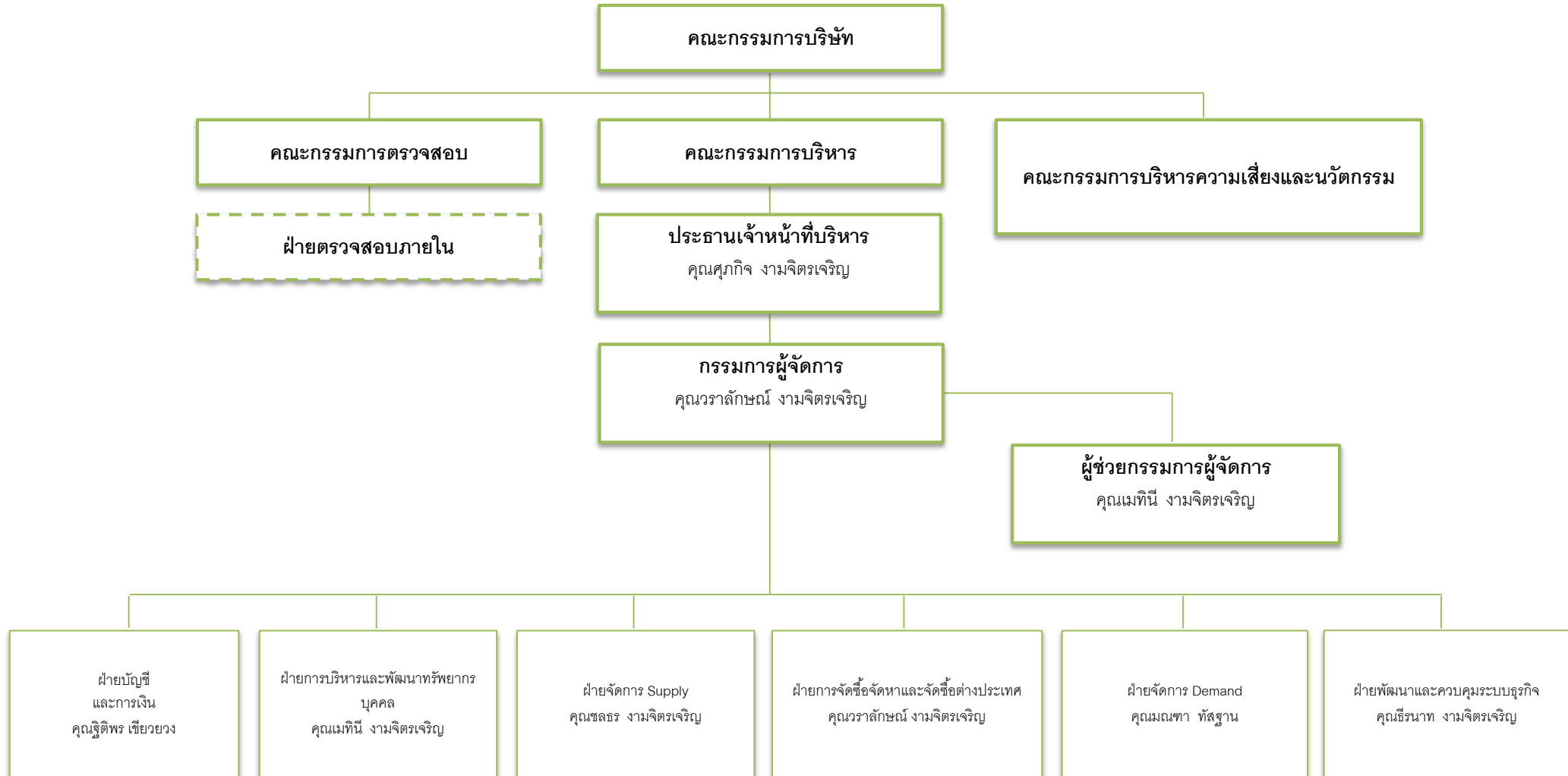


องค์กรนวัตกรรมยอดเยี่ยม ประจำปี 2560 TOTAL INNOVATION MANAGEMENT AWARDS 2017

Thailand Trust Mark



ORGANIZATION CHART



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ



1

ธุรกิจผลิตและจำหน่าย
เหล็กโครงสร้างประเภท Pre-zinc



2

ธุรกิจผลิตและจำหน่าย
ท่อเหล็กร้อยสายไฟ



3

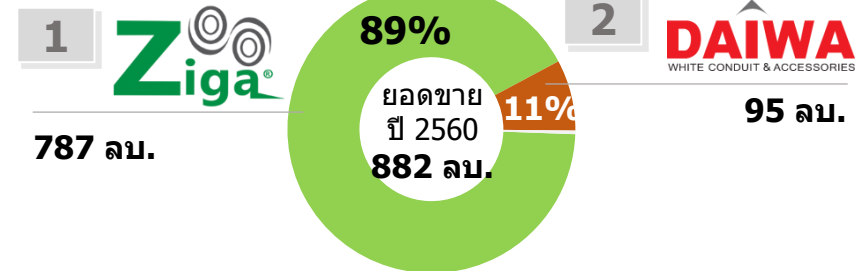
ร้านค้าสำเร็จรูป
แบบโมดูลาร์ (modular)



ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัท ซิก้า อินโนเวชั่น จำกัด(มหาชน) เป็นผู้ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายเหล็กโครงสร้างประเภท Pre-zinc และท่อเหล็กร้อยสายไฟ โดยมีสัดส่วนการขาย ดังนี้



1 ท่อ Pre Zinc ("ZIGA")

เหล็ก Pre-zinc ภายใต้ตราสินค้า "ZIGA" สำหรับงานโครงสร้างที่ไม่รับน้ำหนักหรือรับน้ำหนักไม่มาก มีความยาวมาตรฐาน 6 เมตร

ประเภท	ความหนา	ขนาด	การใช้งาน
	บาง	1/2 - 2 นิ้ว	เหมาะสำหรับงานที่มีต้องรับน้ำหนัก เช่น ราวบันได รั้ว เป็นต้น
	ปานกลาง	1/2 - 4 นิ้ว	เหมาะกับงานที่มีการรับน้ำหนักพอสมควร เช่น เติ้นท์ นั้งร้าน เฟอร์นิเจอร์ต่างๆ เป็นต้น
	หนา	1/2 - 5 นิ้ว	เหมาะกับงานโครงสร้างที่ต้องการความแข็งแรงเป็นพิเศษ หรือต้องทนทานต่อแรงดัน เช่น คอกเลี้ยงสัตว์ ท่อน้ำ โรงเพาะชำ เป็นต้น

2 ท่อร้อยสายไฟ ("DAIWA")

ท่อเหล็กสายไฟภายใต้ตราสินค้าไดว่า "DAIWA" โดยท่อเหล็กร้อยสายไฟคือท่อที่มีไว้สำหรับปกป้องสายไฟภายในท่อจากความเสียหายภายนอก เช่น การถูกระแทกหรือการถูกสารเคมี เป็นต้น ความยาวมาตรฐาน 3 เมตร

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

ลักษณะการประกอบธุรกิจ : ท่อ Pre Zinc

ธุรกิจผลิตและจำหน่ายท่อ Pre Zinc



ตราสินค้า (Brand)



กลุ่มลูกค้า

- ตัวแทนจำหน่าย (distributor) รายใหญ่ในกรุงเทพและปริมณฑล
- ร้านค้าปลีก (retail shop) ในกรุงเทพและปริมณฑล
- ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (modern trade) ทั่วประเทศ

Product Application : General purpose



คอกฟาร์มปศุสัตว์



ชั้นวางเฟอร์นิเจอร์



โครงสร้างหลังคา



เดินท์



โครงเหล็กโรงเพาะชำ



รถสามล้อขนของ

ลักษณะการประกอบธุรกิจ : ท่อเหล็กร้อยสายไฟ

ธุรกิจผลิตและจำหน่ายท่อเหล็กร้อยสายไฟ



ตราสินค้า (Brand)



กลุ่มลูกค้า

- ผู้รับเหมา (contractor)
- ร้านค้าปลีก (retail shop)

มาตรฐานสินค้าในระดับสากล



UL Standard
(Underwriters
Laboratories)

ตัวอย่างโครงการที่ลูกค้านำสินค้าไปใช้

กลุ่ม Public Transportation



กลุ่มอาคารอุตสาหกรรม



กลุ่มอาคารสูง โรงแรม และห้างสรรพสินค้า

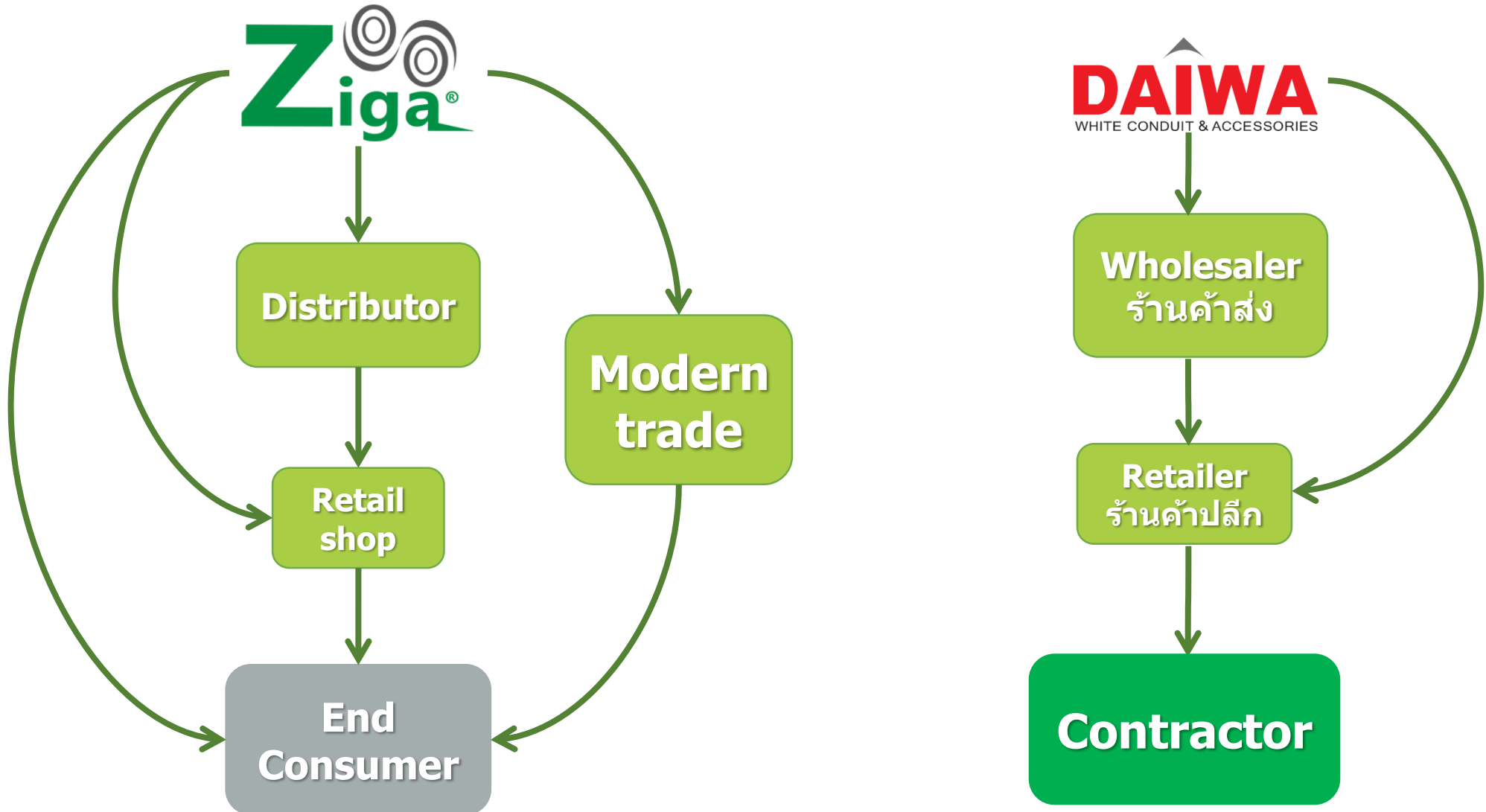


มาตรฐานการทดสอบ	ประเภทสินค้า	หน่วยงานที่รับรอง/ทดสอบ
มอก.770 – 2533	ท่อเหล็กกล้าเคลือบสังกะสีสำหรับใช้ร้อยสายไฟฟ้า (ท่อ DAIWA)	สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.)
UL 797	Electrical Metallic tubing (ท่อ DAIWA)	Underwriters Laboratories (UL)
UL 1242	Intermediate Ferrous Metal Conduit – Steel (ท่อDAIWA)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

ปี 2561

มาตรฐานการทดสอบ	ประเภทสินค้า	หน่วยงานที่รับรอง/ทดสอบ
มอก. 1228 - 2549	เหล็กโครงสร้างรูปพรรณชั้นรูปเย็น (เฉพาะเหล็กรูปตัวซีทุกขนาด)	สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.)
มอก. 107 - 2533	เหล็กโครงสร้างรูปพรรณกลาง <ul style="list-style-type: none"> - เหล็กกลวงแบบกลม (ทุกขนาด) - เหล็กกลวงแบบสี่เหลี่ยมจัตุรัส (ยกเว้นขนาด 200x200 ขึ้นไป) - เหล็กกลวงแบบสี่เหลี่ยมผืนผ้า (ทุกขนาด) 	สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.)

ช่องทางการกระจายสินค้า



ลักษณะการประกอบธุรกิจ : I - retail

3 ธุรกิจผลิตและจำหน่ายร้านค้าสำเร็จรูปแบบโมดูลาร์

บริษัทได้มีการศึกษาและพัฒนาร้านค้าสำเร็จรูปแบบโมดูลาร์ (modular) ภายใต้เครื่องหมายการค้า I-retail

ร้านค้าสำเร็จรูปแบบโมดูลาร์ เป็นการสร้างร้านค้าสำเร็จรูป โดยการสร้างโครงสร้างหลักเป็นส่วนๆ จากโรงงานแล้วจึงนำไปประกอบที่สถานที่ใช้งาน ทำให้สามารถควบคุมเวลาในการก่อสร้างและคุณภาพได้ดีกว่า



On Demand Customization
 (Design Flexibility)

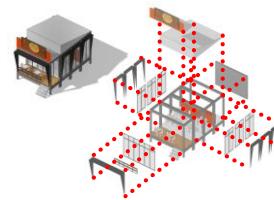


Dry and Time Saving for Installation and Construction (Fast&Clean)



**Modular System
 Complete Set of
 Retail Solution
 Manufactured from
 Factory**

Logistics by Truck
 (Convenience)



Produce At Factory
 (Quality Control & Budget Control)



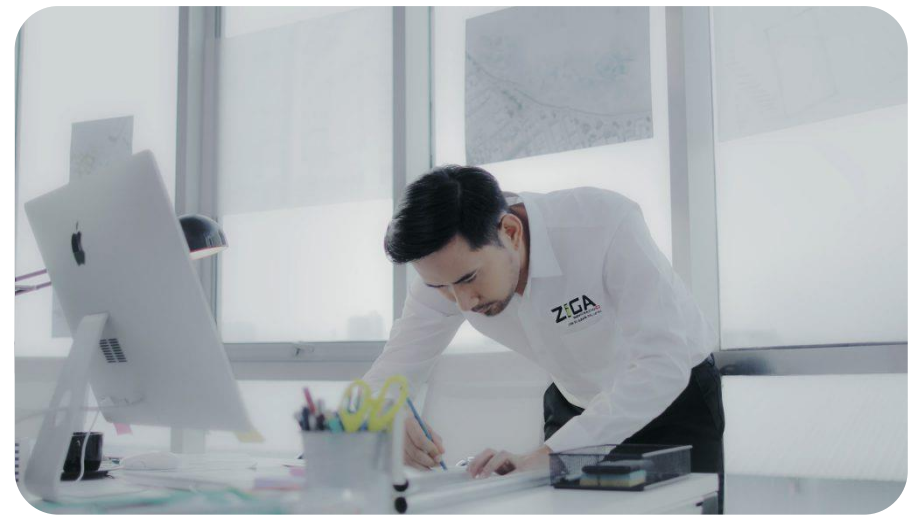
ลักษณะการประกอบธุรกิจ : I – retail (ต่อ)





แนวความคิดการสร้างบ้าน

เราสร้างบ้านด้วยความรัก เสมือนสร้างบ้านให้เป็นบ้านของตัวเอง เพราะการสร้างบ้านที่ดีจะต้อง สร้างความปลอดภัยเป็นร่มเงาและเป็นที่พึ่งพิงให้กับสมาชิกทุกคนในครอบครัว เราใช้แนวความคิดเรื่องความปลอดภัยเป็นหลัก ตามปรัชญาญี่ปุ่น



ZiGA
INNOVATIO ∞
บริษัท ซิก้า อินโนเวชั่น จำกัด (มหาชน)

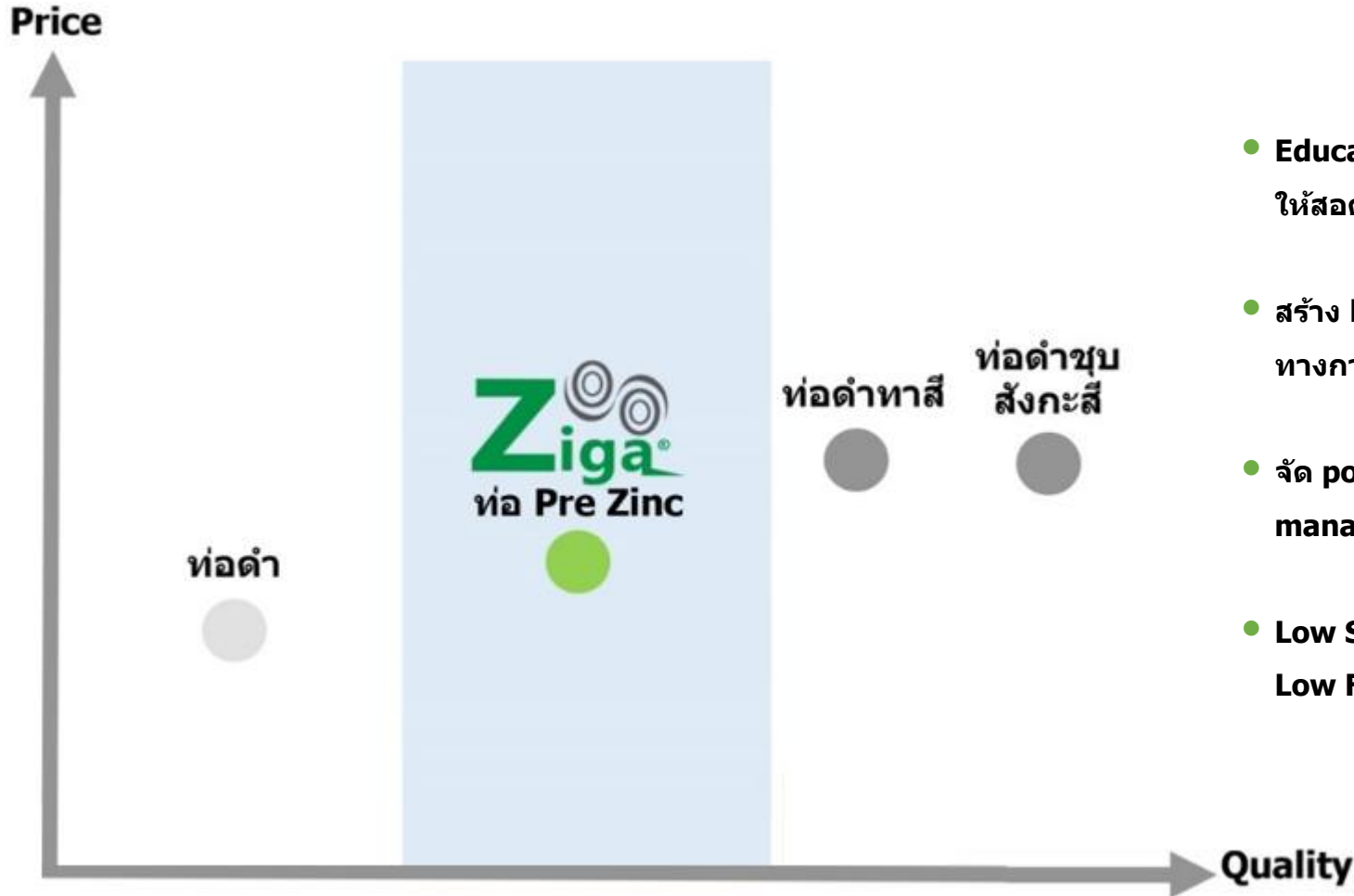


- ด้วยปรัชญาการทำงานของ ผู้บริหาร บริษัทฯ ที่จะสร้างบ้านคุณภาพให้กับผู้ที่มีงบประมาณ ได้มีโอกาสที่ทัดเทียม ด้วยนวัตกรรมที่ดีกว่า ประหยัดกว่า และ รวดเร็วกว่า



3. กลยุทธ์การแข่งขัน และโมเดลธุรกิจ

Product Positioning / สินค้าทดแทน niche market



กลยุทธ์

- Educate product, วางแผนเพิ่มกำลังการผลิตให้สอดคล้องกับ demand
- สร้าง brand, ขยาย product line, พันธมิตรทางการค้า
- จัด port การขายสินค้า, Supply chain management
- Low SG&A → Innovative Organization, Low Financial cost



Barrier to entry

- Experience to brand
- Number of sku (more than 100 sku)

4. จุดเด่นในการแข่งขัน

1

ประสบการณ์ที่ยาวนานมากกว่า 20 ปี และการขับเคลื่อนองค์กรด้วยนวัตกรรม (Innovation) และการเพิ่มมูลค่าสินค้า (Value Creation)

- บริษัทไม่หยุดยั้งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองโจทย์การใช้งานของลูกค้า มีการร่วมมือกับสถาบันการศึกษาและบริษัทชั้นนำ
- ประสบการณ์ในธุรกิจท่อเหล็กที่ยาวนานกว่า 20 ปี โดยกรรมการและผู้บริหารที่มีประสบการณ์ในธุรกิจสูง
- มีฐานลูกค้า และรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ามาตลอด 20 ปี

2

สินค้าเหล็กนวัตกรรม (Innovative Product)

- ZIGA เป็นสินค้าเหล็กนวัตกรรม โดยมุ่งเน้นเพิ่มมูลค่าสินค้า สร้างลูกค้าเฉพาะกลุ่ม(niche market) ด้วยเทคโนโลยีการป้องกันสนิม
- Knowhow : ZIGA สามารถใช้ทดแทน ท่อดำชุบสังกะสี และท่อดำทาสี ซึ่งเป็นสินค้าที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน (Replacement Products) โดยมีจุดเด่นที่ความเงาของท่อ และความคงทน
- 1 ใน 4 บริษัทในประเทศไทยที่ได้มาตรฐาน UL
- ในปี 2560 ZIGA มีปริมาณผลิตท่อเหล็ก 31,018 ตัน คิดเป็นเพียงร้อยละ 7.9 ของปริมาณจำหน่ายท่อเหล็กในประเทศไทย (4 แสนตันต่อปี)



3

ตราสินค้าที่เข้มแข็งและเป็นที่ยอมรับ (Strong Brands and Awareness)

- สินค้าของ ZIGA และ DAIWA ถูกนำไปใช้ในอุตสาหกรรมที่หลากหลาย เช่น กลุ่มการขนส่ง กลุ่มโรงงาน ทางด่วน ที่อยู่อาศัย อาคารสูง
- ZIGA และ DAIWA เป็นที่ยอมรับอย่างดีในอุตสาหกรรม ทำให้ได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้แทนจัดจำหน่าย ร้านค้า Modern Trade และร้านค้าปลีกขนาดเล็ก



4

การใช้ Business Intelligent ในการจัดการโดยรวม

- บริษัทสามารถบริหารจัดการ Big Data ให้เกิดประโยชน์ เช่นการใช้ข้อมูลการสั่งซื้อของลูกค้าตลอด 20 ปีที่ผ่านมาในการประมาณการ จัดซื้อ ผลิตและขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- บริษัทมี Inventory turnover ประมาณ 55 วันและมีเป้าหมายจะลดลงให้เหลือ 7 วันในระยะ 5 ปีข้างหน้า
- SG&A to sales ที่ประมาณ 8% และจะลดลงเมื่อมีกำลังการผลิตเพิ่มขึ้นเนื่องจากการประหยัดต่อขนาด

5

Product and Process Innovation

- บริษัทมีความรู้ความเข้าใจที่แข็งแกร่งและใส่ใจในรายละเอียดทำให้สินค้าที่ออกตลาดประสบความสำเร็จ
- ผลิตภัณฑ์ที่จะออกตลาดในอนาคตก็ต่อยอดจากสินค้าปัจจุบันเช่น Super ZIGA หรือ I-retail
- Process Innovation ทำให้สามารถส่งสินค้าได้ตรงเวลาตามจำนวนที่ลูกค้าสั่ง

6

Opportunity to grow

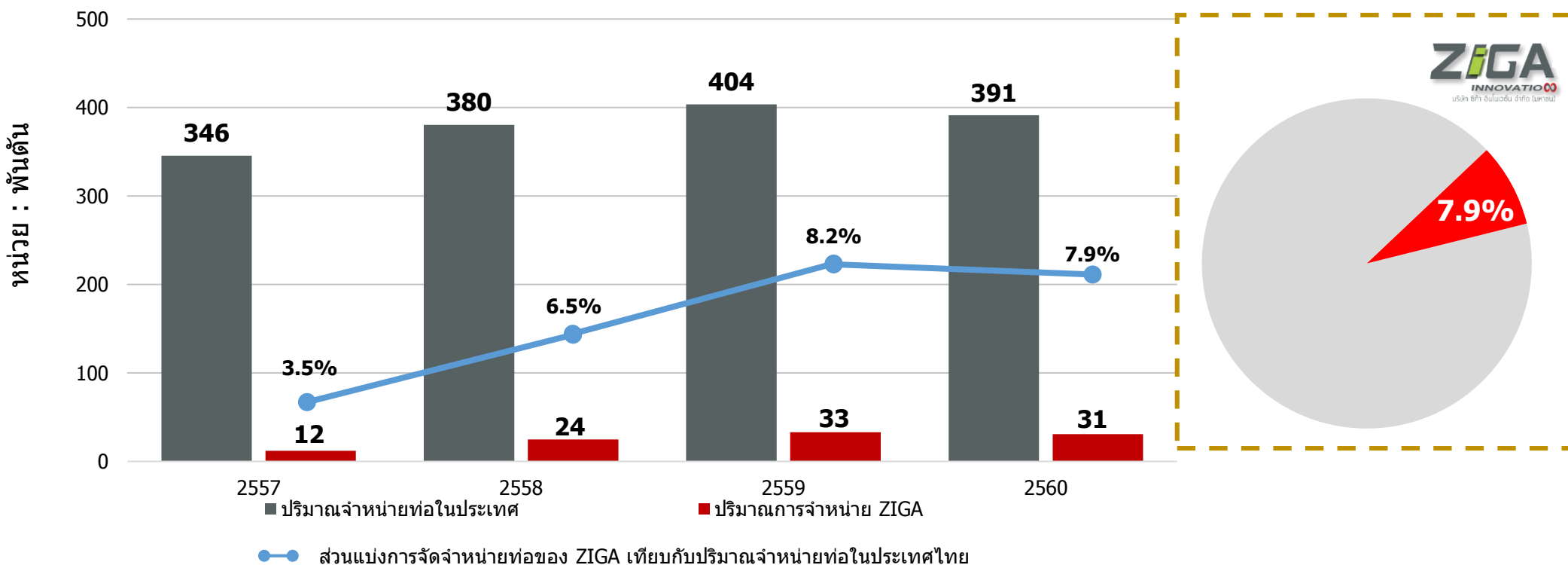
- บริษัทสามารถเติบโตได้โดยไม่อิงกับอุตสาหกรรมหลักเนื่องจากสินค้าเป็นสินค้าทดแทนที่อำนวยความสะดวกและเพิ่มการใช้งานให้กับลูกค้า
- Better Cheaper Faster Solution
- บริษัทมีความพร้อมในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด เมื่อสายการผลิตพร้อมภายหลังการขยายโรงงานเรียบร้อยแล้ว

5. สภาวะอุตสาหกรรม

สภาวะอุตสาหกรรม

ปริมาณจำหน่ายท่อเหล็กในประเทศไทยรวมเท่ากับประมาณ 391,322.92 ตันในปี 2560 ในขณะที่ ZiGA มีปริมาณผลิตท่อเหล็ก 31,018 ตัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7.9 ของปริมาณจำหน่ายท่อเหล็กในประเทศไทย

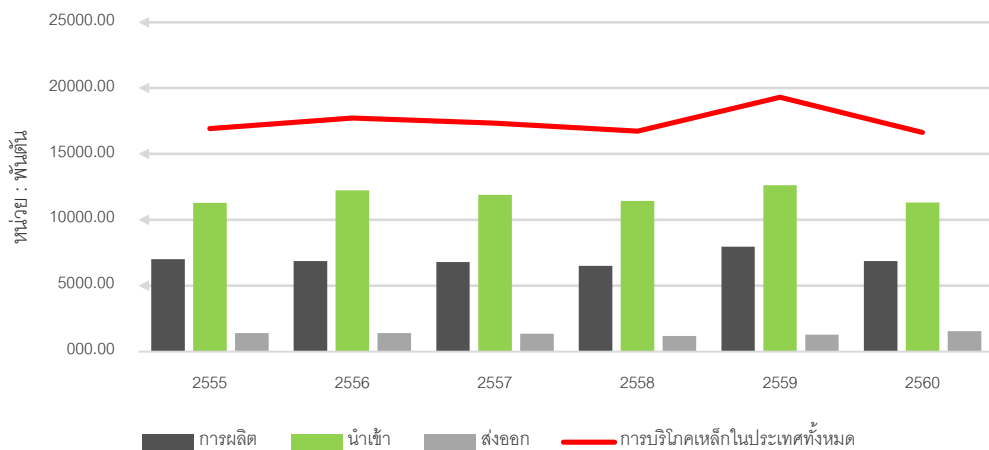
เปรียบเทียบปริมาณจำหน่ายท่อบริษัทกับทั้งประเทศ



ที่มา : ศูนย์ข้อมูลเชิงลึกอุตสาหกรรมเหล็กไทย สถาบันเหล็กและเหล็กกล้าแห่งประเทศไทย

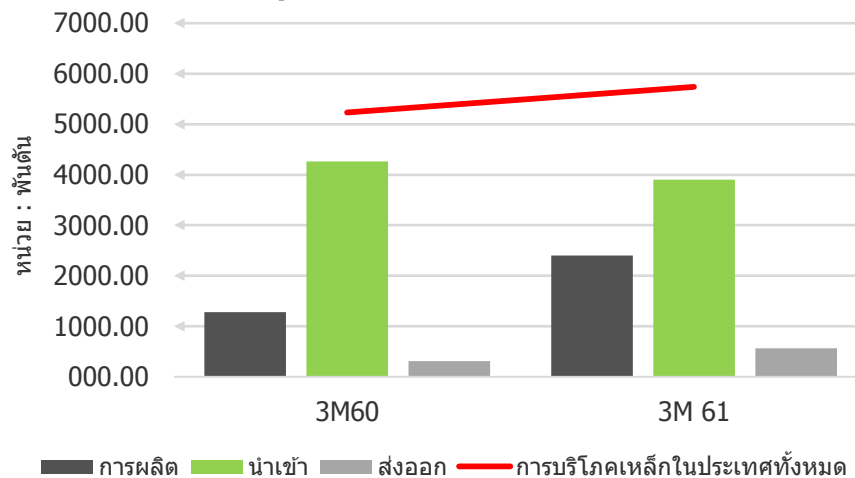
สภาวะอุตสาหกรรม

ข้อมูลแสดงแนวโน้มการบริโภคเหล็กไทย



หมายเหตุ ความต้องการใช้เหล็กของไทย ในปี 2560 ลดลงจากปี 2559 ร้อยละ 14

ข้อมูลแสดงแนวโน้มการบริโภคเหล็กไทย



การบริโภคเหล็กในประเทศทั้งหมด

หน่วย : พันตัน

ข้อมูลแสดงแนวโน้มการบริโภคเหล็กไทย

ปี	การผลิต	นำเข้า	ส่งออก	Consumption
3M60	1283.55	4259.94	314.46	5229.03
3M 61	2400.74	3902.60	562.42	5740.92

↑ 10%

ที่มา : ศูนย์ข้อมูลเชิงลึกอุตสาหกรรมเหล็กไทย สถาบันเหล็กและเหล็กกล้าแห่งประเทศไทย

- มูลค่าการก่อสร้างในปี 2561 มีแนวโน้มจะขยายตัว 6.3-8.3% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน คิดเป็นมูลค่า 1.28-1.31 ล้านล้านบาท
- มูลค่าการก่อสร้างภาครัฐมีทิศทางขยายตัว 8-10% คิดเป็น 7.40-7.54 แสนล้านบาท เนื่องจากผลของฐานที่ต่ำในปี 2560
- โครงการขนาดใหญ่หลายโครงการ เช่น รถไฟสายสีชมพูและสายสีเหลือง รวมถึงโครงการรถไฟทางคู่ 5 เส้นทางที่เซ็นสัญญาไปแล้วเมื่อปี 2560 จะเริ่มการก่อสร้างในปีนี้

นอกจากนี้ ยังมีโครงการใหม่ที่เตรียมเปิดประกวดราคาภายในเดือน มิ.ย เป็นต้นไป เช่น โครงการทางพิเศษสายพระราม 3-ดาวคะนอง และโครงข่ายคมนาคมในพื้นที่พัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (อีอีซี) ที่น่าจะเร่งดำเนินการก่อสร้างได้บางส่วนในปีี้ ประกอบกับแรงกดดันจาก พ.ร.บ.จัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ พ.ศ. 2560 ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ขั้นตอนการเบิกจ่ายงบลงทุนภาครัฐล่าช้าจะผ่อนคลายลงในช่วงครึ่งหลังของปี 2561

มูลค่าก่อสร้างภาคเอกชนคาดว่าจะเติบโตเร่งขึ้น 4-6% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน คิดเป็น 5.47-5.57 แสนล้านบาท เพราะได้รับอานิสงส์จากเศรษฐกิจที่เติบโตต่อเนื่องและการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐ โดยเฉพาะโครงการรถไฟฟ้าและโครงการในอีอีซีจะหนุนความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการ ประกอบกับกำลังซื้อผู้บริโภคมีทิศทางปรับดีขึ้น ทำให้ภาคเอกชนมีแนวโน้มขยายการก่อสร้างโครงการที่อยู่อาศัย โรงงานอุตสาหกรรม และห้างสรรพสินค้าเพิ่มขึ้นทั้งใน กทม.และต่างจังหวัด

แผนการลงทุนภายใต้แผนงาน EEC พ.ศ. 2560-2564



แผนงาน	จำนวน (โครงการ)	วงเงิน (ล้านบาท)
1. คมนาคมและโลจิสติกส์ (รวมสนามบินอุตะเถาและท่าเรือพาณิชย์สัตหีบ)	103	745,710.56
2. ผังเมือง ระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการ สิ่งแวดล้อมเมือง ท้องเที่ยว และสาธารณสุข	60	93,663.90
3. อุตสาหกรรม	11	24,042.48
4. การบริหารจัดการ	2	131.70
รวม	176	863,416.94

๖๘

ในระยะแรก การลงทุนโครงสร้างพื้นฐานคมนาคมในบริเวณ EEC คาดว่าจะมีมูลค่าราว 5 แสนล้านบาท ซึ่งจะส่งผลบวกโดยตรงต่อธุรกิจก่อสร้าง และวัสดุก่อสร้าง

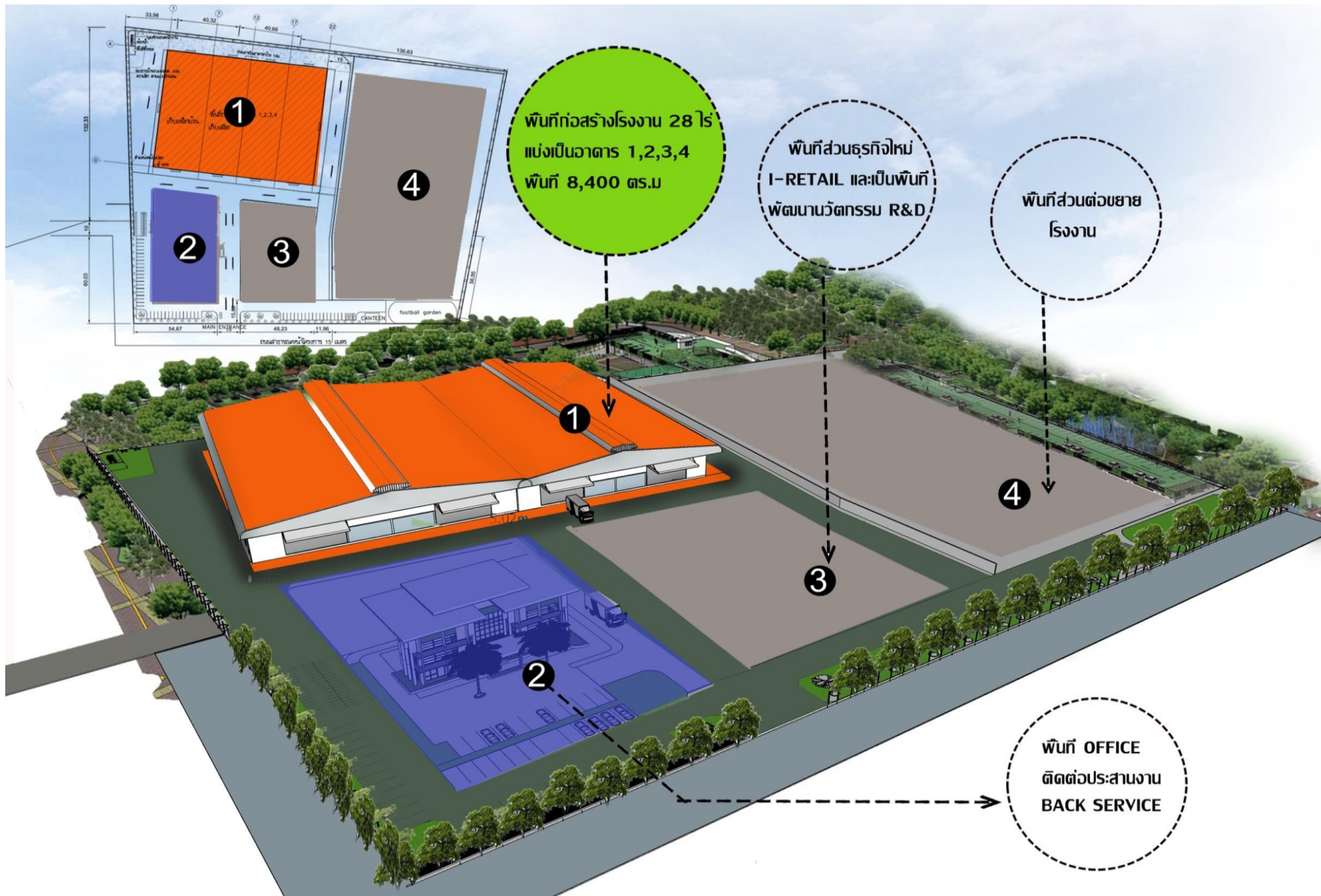
โรงงานแห่งใหม่เพื่อเพิ่มกำลังการผลิต และเก็บสินค้าสำเร็จรูป

- ▶ มูลค่ารวม : ประมาณ 480 ล้านบาท
- ▶ บนที่ดินประมาณ 28 ไร่ มูลค่า 202 ล้านบาท
- ▶ โดยบริษัทคาดว่าจะสามารถเริ่มใช้งานคลังสินค้าได้ภายในไตรมาสที่ 3 ปี 2561
- ▶ วัตถุประสงค์ :
 - 1.เพิ่มกำลังการผลิต
 - ซื้อเครื่องตัดม้วนเหล็ก สำหรับตัดม้วนเหล็กให้มีหน้ากว้างตามกำหนดสำหรับผลิตสินค้า
 - ซื้อเครื่องจักรเพื่อเพิ่มสายการผลิตท่อเหล็กเพิ่ม
 - 2.เพิ่มพื้นที่คลังสินค้าและที่เก็บวัตถุดิบ
 - 3.ทำให้เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการบริหารคลังสินค้าโดยใช้พื้นที่โรงงานใหม่สำหรับบริหารจัดการวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูป

กำลังการผลิตคาดการณ์

	2559	2560	2561F	2562F	2563F
Capability (ton)	45,346	65,000	79,000	120,000	160,000

โครงการระหว่างก่อสร้าง



6. ข้อมูลทางการเงิน

Financial Performance

MB

Revenues	2558		2559		2560		Q1/2560		Q1/2561	
	Amount	%	Amount	%	Amount	%	Amount	%	Amount	%
Sales	680.00	98.60%	919.78	97.68%	882.23	96.95%	274.68	95.43%	189.14	92.25%
Cost of sales	- 553.33	80.23%	- 588.91	62.54%	- 679.62	74.69%	- 193.59	67.26%	- 160.81	78.43%
Gross profit	126.66	18.63%	330.87	35.97%	202.61	22.97%	81.09	29.52%	28.34	14.98%
Other income	9.68	1.40%	21.89	2.32%	27.72	3.05%	13.16	4.57%	15.89	7.75%
Selling expenses	- 7.89	1.14%	- 12.75	1.35%	- 15.89	1.75%	- 3.68	1.28%	- 4.00	1.95%
Administrative expenses	- 33.84	4.91%	- 46.15	4.90%	- 44.95	4.94%	- 9.76	3.39%	- 11.92	5.81%
Finance costs	- 11.32	1.64%	- 11.34	1.20%	- 11.37	1.25%	- 3.04	1.06%	- 2.97	1.45%
Profit before income tax	83.29	12.08%	282.52	30.00%	158.11	17.38%	77.78	27.02%	25.33	12.36%
Income tax	- 14.69	2.13%	- 56.39	5.99%	- 26.44	2.91%	- 15.20	5.28%	- 4.68	2.28%
Net profit for the year	68.60	9.95%	226.13	24.01%	131.68	14.47%	62.57	21.74%	20.65	10.07%

Remark : Calculating by percentage for every transactions comparing to the total revenue (Sales and other income) except gross margin comparing with sales.

Financial Position

MB

Assets	2558		2559		2560		Q1/2561	
	Amount	%	Amount	%	Amount	%	Amount	%
Cash and cash equivalents	68.24	11.81%	109.38	17.46%	393.95	30.73%	290.43	23.87%
Trade and other receivables	71.78	12.42%	72.50	11.57%	81.53	6.36%	75.89	6.24%
Inventories	212.39	36.75%	216.56	34.57%	501.76	39.14%	364.50	29.95%
Total current assets	358.23	61.98%	402.31	64.22%	1,026.45	80.07%	782.98	64.34%
Property, plant, and equipment	208.60	36.09%	212.33	33.89%	200.84	15.67%	419.21	34.45%
Total non-current assets	219.76	38.02%	224.14	35.78%	255.53	19.93%	433.97	35.66%
Total assets	577.99	100.00%	626.44	100.00%	1,281.98	100.00%	1,216.95	100.00%

Financial Position

MB

Liabilities	2558		2559		2560		Q1/2561	
	Amount	%	Amount	%	Amount	%	Amount	%
Liabilities under trust receipt	200.74	34.73%	150.01	23.95%	217.77	16.99%	321.17	26.39%
Trade and other payables	7.85	1.36%	12.07	1.93%	209.89	16.37%	25.05	2.06%
Total current liabilities	256.93	44.45%	248.10	39.60%	460.94	35.96%	380.98	31.31%
Total non-current liabilities	63.98	11.07%	63.01	10.06%	38.79	3.03%	33.07	2.72%
Total liabilities	320.91	55.52%	311.10	49.66%	499.73	38.98%	414.05	34.02%

Long-term borrowings from banks	47.18	68.02	43.26	38.40
Liability under finance lease	47.00	28.86	23.55	20.06

Financial Position

MB

Equity	2558		2559		2560		Q1/2561	
	Amount	%	Amount	%	Amount	%	Amount	%
Share capital	180.00		260.00		260.00		260.00	
Issued and fully paid-up share capital	180.00	31.14%	220.00	35.12%	260.00	20.28%	260.00	21.36%
Premium on paid-up capital ordinary shares	-	0.00%	-	0.00%	415.24	32.39%	415.24	34.12%
Retained earnings - Appropriated - legal reserve	0.74	0.13%	11.68	1.86%	21.10	1.65%	21.10	1.73%
Retained earnings - Unappropriated	77.39	13.39%	84.72	13.52%	86.97	6.78%	107.62	8.84%
Total equity	257.07	44.48%	315.34	50.34%	782.25	61.02%	802.90	65.98%
Total liabilities and equity	577.99	100.00%	626.44	100.00%	1,281.98	100.00%	1,216.95	100.00%

Financial Ratios

อัตราส่วนทางการเงิน	2015	2016	2017	Q1/2018
Current Ratio / อัตราส่วนสภาพคล่อง	1.39	1.62	2.23	2.06
Quick / อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว	0.54	0.73	1.12	1.07
Gross Profit Margin / อัตราส่วนกำไรขั้นต้น	18.63	35.97	22.97	14.98
Net Profit Margin / อัตรากำไรสุทธิ	9.95	24.01	14.47	10.07
Return on Equity / อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	44.32	79.01	23.99	13.99
Return on Asset / อัตราผลตอบแทนสินทรัพย์	12.90	37.55	13.80	8.07
Debt to Equity / อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	1.25	0.99	0.64	0.52
Receivable Turnover / อัตราหมุนเวียนลูกหนี้	12.81	13.16	12.25	6.73
Collection Period / ระยะเวลาในการเก็บหนี้(วัน)	28.10	27.36	29.40	53.52
Inventory Turnover / อัตราหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ	7.67	8.04	6.13	6.44
Holding Period / ระยะเวลาในการขายสินค้า(วัน)	46.95	44.79	58.69	55.89

Q&A