

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท กังยงอีเลคทริก จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งเมื่อวันที่ 12 มกราคม 2507 โดยนายสิทธิผล โพธิ์วรคุณ ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 10 ล้านบาท ในนามของบริษัท กังยงอีเลคทริก แมนูแฟกเจอร์ จำกัด โดยการร่วมทุนระหว่างกลุ่มครอบครัวโพธิ์วรคุณ กับบริษัท มิตซูบิชิ อิเล็กทริก คอร์ปอเรชั่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อผลิตและจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ภายใต้เครื่องหมายการค้า “มิตซูบิชิ อิเล็กทริก” และในปี 2536 บริษัทฯ ได้รับอนุมัติให้เข้าเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พร้อมทั้งแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด โดยเปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท กังยงอีเลคทริก จำกัด (มหาชน)” โดยมีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 220 ล้านบาท ซึ่งมีจำนวนหุ้นสามัญรวม 22 ล้านหุ้น ราคาหุ้นละ 10 บาท

ปัจจุบันบริษัทฯ มีสำนักงานและโรงงานตั้งอยู่บนพื้นที่ 73 ไร่ 3 งาน 53 ตารางวา เลขที่ 67 หมู่ 11 ถนนบางนา-ตราด กม.20 จ.สมุทรปราการ 10540 เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ภายใต้เครื่องหมายการค้า “มิตซูบิชิ อิเล็กทริก” ประกอบด้วยตู้เย็น พัดลม พัดลมระบายอากาศ เครื่องปั้มน้ำและเครื่องเป่ามือ โดยได้รับลิขสิทธิ์ และเทคโนโลยีในการผลิตจากบริษัท มิตซูบิชิ อิเล็กทริก คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นบริษัทผู้ร่วมทุน

1.1 วิสัยทัศน์และพันธกิจ

วิสัยทัศน์ :

บริษัทฯ “มุ่งสร้างรากฐานการดำเนินงานที่แข็งแกร่ง ปรับภาพลักษณ์องค์กรสู่สากล ตั้งเป้าการส่งออกเติบโตต่อเนื่อง มุ่งพลิกผันสู่การดำเนินธุรกิจระดับโลกอย่างแท้จริง ภายใต้ปรัชญาการดำเนินธุรกิจ **We Balance for the Best**” ด้วยเป้าหมายเพิ่มกำลังการผลิตอย่างต่อเนื่องให้มากขึ้นจากกำลังการผลิตปัจจุบัน โดยสอดคล้องกับเป้าหมายการส่งออกที่มุ่งขยายฐานลูกค้าในต่างประเทศ จากการเปิดบริษัทขายใหม่ในตลาดโลก รวมถึงตลาดอาเซียนที่กำลังจะเริ่มขึ้นของบริษัท มิตซูบิชิ อิเล็กทริก คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่น

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังตั้งเป้าเพิ่มสายผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้นให้มากกว่า 5 ผลิตภัณฑ์ในปัจจุบัน โดยเร่งสร้างศักยภาพและมาตรฐานการผลิต ความสามารถในการควบคุมต้นทุนการผลิต เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ และรองรับสายการผลิตในผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่จะได้รับโอนมาจากบริษัท มิตซูบิชิ อิเล็กทริก คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่นในอนาคตอีกด้วย

พันธกิจ :

บริษัทฯ “มุ่งสร้างสรรค์องค์กรด้วยนโยบายการดำเนินงานหลัก 3 ประการ เพื่อตอบสนองความต้องการในทุกๆ ด้าน ทั้งเทคโนโลยีที่ทันสมัย คุณภาพ ความปลอดภัย และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม”

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญในรอบปี 2556

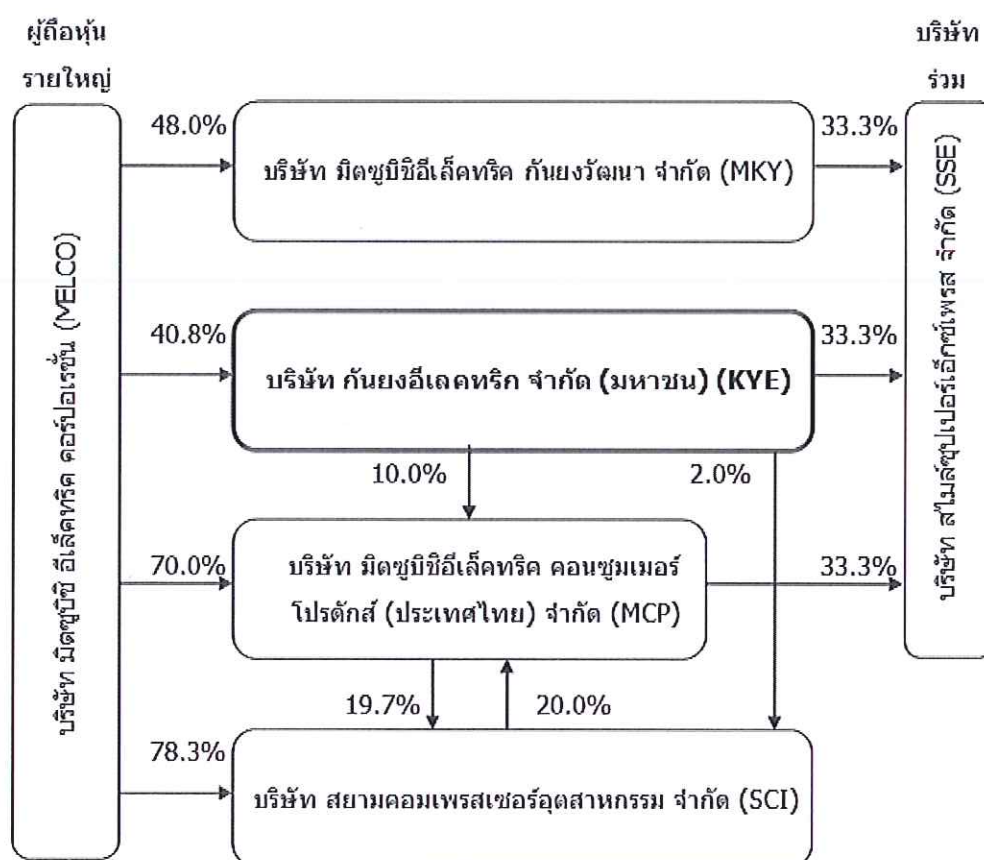
- ออกแบบผลิตภัณฑ์ตู้เย็นใหม่ ขนาด 1 ประตูทุกรุ่น และ ตู้เย็น 2 ประตู ขนาดเล็กที่มีความจุที่ 180 ลิตร 200 ลิตร และ 260 ลิตร ตามลำดับ เพื่อเปลี่ยนแปลงรูปลักษณ์ให้มีความทันสมัย

มากยิ่งขึ้น ออกแบบเรียบหฐมีสไดล์แบบ Flat Design พร้อมทั้งมีการเปลี่ยนแปลงสีสันที่สดใส มากขึ้นกว่าเดิม โดยขยายการขายไปยังตลาดภายในประเทศ และต่างประเทศ

- เปลี่ยนแปลงดีไซน์ผลิตภัณฑ์พัดลมระบายอากาศแบบติดผนัง โดยการออกแบบใบพัดใหม่ (New Extra Fan) แบบ 5 ใบพัดตามหลัก Aerodynamics ควบคุมจังหวะการระบายอากาศได้อย่างแม่นยำ หมดปัญหาการย้อนกลับของลม ลดปัญหาเรื่องการต้านอากาศ ทำให้เสียงเงียบ และให้ลมแรงพร้อมกับมอเตอร์แบบใหม่ที่มีประสิทธิภาพสูง ประหยัดพลังงานนอกจากนี้ยังสามารถถอดประกอบ ติดตั้ง และทำความสะอาดได้ง่ายกว่ารุ่นเดิมอีกด้วย โดยมีการจัดจำหน่ายสินค้ารุ่นใหม่ผ่านตัวแทนจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ
- เพิ่มไลน์อัพสำหรับผลิตภัณฑ์พัดลมขนาด 18 นิ้ว รุ่น R18-GS โดยมีให้เลือกถึง 4 สี เพื่อตอบสนองลูกค้าที่มีความต้องการลมแรง เนื่องจากสภาวะอากาศที่ร้อนมากขึ้นในปัจจุบัน
- เมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2556 ที่ประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี มีมติอนุมัติการจ่ายกำไรเป็นเงินปันผลในอัตราหุ้นละ 19.55 บาท รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 430.1 ล้านบาท จ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้นในเดือนสิงหาคม 2556

1.3 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทในกลุ่ม ณ 31 มีนาคม 2557



จากโครงสร้างผู้ถือหุ้นข้างต้นสรุปได้ดังนี้**• การลงทุนในบริษัทร่วม**

บริษัทฯ ร่วมกับ MKY และ MCP ลงทุนจัดตั้ง SSE ในสัดส่วนที่เท่ากันในอัตราร้อยละ 33.33 เพื่อทำหน้าที่เป็นผู้บริหารและดูแลการจัดเก็บสินค้าของทั้ง 3 บริษัท และเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารและควบคุมต้นทุนการขนย้ายสินค้า

• กลุ่มบริษัทของผู้ถือหุ้นรายใหญ่

บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ภายใต้เครื่องหมายการค้า “มิตซูบิชิ อิเล็กทริก” ประกอบด้วย ผู้ยื่น พัดลม พัดลมระบายอากาศ เครื่องปั้มน้ำ และเครื่องเป่ามือ โดยได้รับลิขสิทธิ์และเทคโนโลยีการผลิต จากมิตซูบิชิ อิเล็กทริก คอร์ปอเรชั่น (MELCO) ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัทฯ ดังนั้นธุรกิจหลักของบริษัทฯ จึงมีความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่อ่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

- การจำหน่ายสินค้า

บริษัทฯ จำหน่ายสินค้าผ่านบริษัทย่อย หรือบริษัทร่วมของ MELCO เช่นการขายภายในประเทศ ขายผ่าน MKY ซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายที่มีความเชี่ยวชาญสูง ทำให้ยอดขายของบริษัทฯ เติบโตอย่างต่อเนื่อง

- การซื้อชิ้นส่วนและวัตถุดิบ

บริษัทฯ ซื้อชิ้นส่วน และวัตถุดิบผ่านบริษัทย่อยของ MELCO โดยในปี 2556 มียอดซื้อคิดเป็นร้อยละ 17 ของยอดซื้อทั้งหมด เนื่องจาก MELCO มีอำนาจในการต่อรองจากการซื้อปริมาณมาก จึงซื้อได้ในราคาถูก อีกทั้งยังสามารถควบคุมคุณภาพให้เป็นไปตามมาตรฐานที่ MELCO กำหนดอีกด้วย

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ ไม่มีความพร้อมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีเทคโนโลยีสูง จึงต้องพึ่งพาเทคโนโลยีจาก MELCO ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบทันสมัย มีความปลอดภัย รักษาสิ่งแวดล้อม และประหยัดพลังงาน

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้หลักของบริษัทฯ คือ รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตู้เย็น พัดลม พัดลมระบายอากาศ เครื่องปั้มน้ำ และ เครื่องเป่ามือ ซึ่งมีโครงสร้างรายได้สำหรับปีสิ้นสุด ณ 31 มีนาคม 2557 ,2556 และ 2555 ดังต่อไปนี้

มูลค่า : ล้านบาท

ผลิตภัณฑ์	ปี 2557		ปี 2556		ปี 2555	
	ล้านบาท	% ต่อยอดขายรวม	ล้านบาท	% ต่อยอดขายรวม	ล้านบาท	% ต่อยอดขายรวม
มูลค่าการจำหน่ายภายใน และต่างประเทศ						
พัดลม และพัดลมระบายอากาศ	1,198.80	14.17	1,264.79	13.24	1,229.07	13.08
ตู้เย็น	6,267.85	74.09	7,406.20	77.51	7,424.89	79.02
เครื่องปั้มน้ำ	868.62	10.27	776.30	8.12	667.62	7.11
เครื่องเป่ามือ	77.53	0.92	67.54	0.71	24.25	0.26
อื่นๆ	46.80	0.55	40.02	0.42	49.35	0.53
รวมมูลค่าทั้งสิ้น	8,459.60	100.00	9,554.85	100.00	9,395.18	100.00

หมายเหตุ: รายได้อื่นๆ ของบริษัทฯ ประกอบด้วยรายได้จากการขายชิ้นส่วนอะไหล่

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ได้แก่ ตู้เย็น พัดลม พัดลมระบายอากาศ เครื่องปั้มน้ำ และเครื่องเป่ามือ บริษัทฯ ได้รับความร่วมมือและช่วยเหลือทางด้านเทคโนโลยี สำหรับการพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์และการผลิตจากบริษัท มิตรบุษิ อิเล็กทรอนิกส์ คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่น โดยเน้นการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัย และใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อให้สินค้าสามารถตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของลูกค้า และสามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้

ผลิตภัณฑ์ตู้เย็น

เป็นผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ ได้กำหนดแนวทางสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตู้เย็นโดยมุ่งเน้นตอบสนองต่อทุกๆ โฟล์กสไตล์ของผู้บริโภค ดังนี้

- Unique Design: การออกแบบรูปลักษณ์ภายนอกที่โดดเด่น สวยงาม สร้างความแตกต่างได้อย่างชัดเจน สวยสง่า โดดเด่นพร้อมสีล้นที่สวยงาม เสมือนเฟอร์นิเจอร์ชิ้นงามเข้ากับการตกแต่งภายในบ้านได้อย่างลงตัว ดีไซน์ใหม่ของรุ่น 1 ประตู และ 2 ประตูขนาดเล็ก ที่ล้ำสมัย มีความโดดเด่นมากยิ่งขึ้นด้วยเลเซอร์ประตูสไลด์ 3D โฉมงาม เปิดง่ายไม่ว่าจะเป็นการเปิดจาก

ด้านบน และด้านข้าง ขอบซ้ายขวา คุณสมบัติ พร้อมเทคโนโลยีการทำความเย็นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ด้วย DC Fan Motor ทำให้ประหยัดพลังงาน ทำงานเงียบ นอกจากนี้ ตัวตู้ยังเสริมฉนวนกันความร้อนทั้งฝาประตูและตัวตู้เพื่อเพิ่มการประหยัดพลังงานได้มากขึ้น

- Easy to Use: ผลิตภัณฑ์ยังถูกออกแบบให้มีความหลากหลาย ทั้งรุ่น จำนวนประตู ขนาด ความจุ รวมถึงช่องแช่แข็งที่มีให้เลือกทั้งรุ่นที่อยู่ด้านบนและอยู่ด้านล่าง เพื่อให้เหมาะสมกับการใช้งานของผู้บริโภค สะดวกสบาย ประหยัดเวลา และเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งานของผู้บริโภค
- Healthy Technology: เทคโนโลยีการถนอมอาหารเพื่อสุขภาพที่ดี การออกแบบโดยสร้างพื้นที่แห่งความสะอาดภายในตู้เย็นด้วยเทคโนโลยีใหม่ อาทิ
 - Anti-bacteria foodliner ผนังภายในช่องแช่แข็งและช่องแช่เย็นผสมสารแอนติแบคทีเรีย ช่วยยับยั้งการเจริญเติบโตของเชื้อแบคทีเรีย
 - ช่องแช่ผักอานุภาพแสงสีส้ม ติดตั้งหลอด LED แหล่งกำเนิดแสงสีส้ม ช่วยรักษาคูเล่่าวิตามินซีในผักใบเขียวได้นานวัน
 - ระบบกระจายความเย็นรอบทิศทางผสมผสานประจุลบ ช่วยกระจายส่งความเย็นสู่ทุกช่อง รวมถึงชั้นวางขวด เพื่อเพิ่มความชุ่มชื้นภายในตู้และคงความสดของอาหารได้นานวัน
 - Neuro Fussy System ระบบการทำงานควบคุมโดยไมโครชิพอัจฉริยะ ด้วยการทำงานของระบบเซ็นเซอร์ทำหน้าที่ตรวจวัดอุณหภูมิทั้งภายในและภายนอกตู้เย็น และส่งข้อมูลไปประมวลผลด้วยไมโครชิพอัจฉริยะ เพื่อควบคุมการทำงานของตู้เย็นให้มีประสิทธิภาพสูงสุดในทุกสภาวะการใช้งาน
- High Quality with Environmental Friendly & Energy Saving: มาตรฐานคุณภาพสินค้าสูงที่ถูกค่าเชื่อมั่น รวมทั้งเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และประหยัดพลังงาน
 - Premium Safety มาตรฐานความปลอดภัยเหนือระดับ ซึ่งเป็นมาตรฐานเฉพาะของผลิตภัณฑ์ มิตซูบิชิ อิเล็กทริก ที่คำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้งานสูงสุดแก่ผู้บริโภค ชิ้นส่วนวัสดุต่างๆ ในผลิตภัณฑ์ได้ถูกคัดสรรอย่างดี ก่อนนำมาใช้ตามเกณฑ์ดังนี้ ใช้วัสดุที่ไม่ถูกลามไฟในชิ้นส่วนต่างๆ ใช้ชิ้นส่วนเพิ่มเติมเพื่อป้องกันกระแสไฟฟ้ารั่ว ติดตั้งอุปกรณ์ตัดกระแสไฟฟ้าเมื่อกระแสไฟเกินกำหนด รวมถึงชิ้นส่วนที่ป้องกันความร้อนเกินค่าที่กำหนด
 - พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัย และข้อกำหนดในด้านการประหยัดพลังงาน รวมถึงการใช้วัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตามข้อกำหนด RoHS

ปัจจุบันบริษัทฯ ทำการผลิตตู้เย็นหลากหลาย รุ่นที่แตกต่างกัน เช่น ตู้เย็น 1 ประตู 2 ประตู 3 ประตู 4 ประตู และตู้แช่แข็ง ด้วยสายการผลิตที่ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อตอบสนองให้ตรงกับความต้องการของตลาดและสถานการณ์การขายทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ โดยที่บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นสร้างงานวิจัยและพัฒนาใหม่ เพื่อการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่องในทุกๆ ปี

ผลิตภัณฑ์พัดลม

บริษัทฯ ได้เน้นการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อให้มีระบบการกระจายลมที่เหมาะสมกับการใช้งาน มีมอเตอร์ไฟฟ้าที่มีความทนทานและปลอดภัย มีการออกแบบให้มีรูปลักษณะและสีสันสดใส ไม่ซ้ำใครกับรุ่นมาวินดี้ รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัย และข้อกำหนดด้านประหยัดพลังงานและการใช้ชิ้นส่วนและวัตถุดิบที่คำนึงต่อผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตามข้อกำหนด RoHS

บริษัทฯ ทำการพัฒนาพัดลมในแบบต่างๆ เพื่อให้เหมาะสมกับการใช้งาน ปัจจุบันมีการผลิตในแบบต่างๆ เช่น พัดลมแบบตั้งโต๊ะ แบบตั้งพื้น แบบตั้งพื้นกึ่งตั้งโต๊ะ แบบติดผนัง แบบโถง และแบบติดตั้งเพดาน ซึ่งแต่ละแบบจะมีรุ่นที่มีขนาดใบพัดตามความเหมาะสม รวมถึงพัฒนามอเตอร์พัดลมแบบปิดที่มีประสิทธิภาพสูง ป้องกันสิ่งแปลกปลอม มีความทนทานต่อการใช้งาน และมีความปลอดภัยสูง

ผลิตภัณฑ์พัดลมระบายอากาศ

บริษัทฯ ทำการผลิตพัดลมระบายอากาศในหลายรูปแบบ เพื่อให้เหมาะสมกับการใช้งานและการติดตั้งกับสถานที่ อาคาร บ้านเรือน หรือห้องต่างๆ เช่น พัดลมระบายอากาศแบบติดผนัง แบบติดกระจก แบบฝังฝ้าไม่ต้องใช้ท่อระบายอากาศ และแบบต่อท่อฝังฝ้า ซึ่งการพัฒนาพัดลมระบายอากาศจะคำนึงถึงการระบายอากาศที่มีแรงดันสูง ความสะดวกในการติดตั้งใช้งาน มีการออกแบบใบพัดพิเศษโดยยึดหลัก Aerodynamics ที่ควบคุมการเคลื่อนไหว ความปรวนแปรและการหมุนวนของอากาศให้เกิดน้อยที่สุด ในรุ่นใหม่ได้มีการพัฒนาชุดเตอร์แบบใหม่ ช่วยให้การเปิด-ปิดชุดเตอร์นุ่มนวลขึ้น เพิ่มแรงดันอากาศจากภายนอก-ภายใน รวมทั้งได้มีการออกแบบใบพัดขนาด 6 นิ้วดีไซน์ใหม่ ขนาดกะทัดรัด เหมาะกับห้องขนาดเล็ก นอกจากนี้บริษัทฯ มุ่งเน้นพัฒนาพัดลมระบายอากาศให้เป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัย ข้อกำหนดด้านการประหยัดพลังงาน และการใช้วัตถุดิบที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตามข้อกำหนด RoHS

เครื่องปั๊มน้ำ

บริษัทฯ ทำการผลิตเครื่องปั๊มน้ำที่มีแรงดันสูบน้ำและส่งน้ำสูงในแบบต่างๆ ให้เหมาะสมกับการใช้งานของผู้ใช้ เช่น เครื่องปั๊มน้ำแบบสูบน้ำจากบ่อน้ำหรือถังพักน้ำ แบบทำงานอัตโนมัติตามจังหวะการเปิด-ปิดก๊อกน้ำ แบบทำงานอัตโนมัติแรงดันคงที่ (Constant Pressure Pump) และล่าสุดบริษัทฯ ได้พัฒนาการผลิตเครื่องปั๊มน้ำแบบอินเวอร์เตอร์ ที่มีระบบควบคุมการทำงานด้วยอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งทำให้ประหยัดพลังงานได้มาก (ควบคุมการใช้พลังงานสัมพันธ์กับปริมาณการใช้) ปัจจุบันมีเครื่องปั๊มน้ำรุ่นต่างๆ ที่แยกตามขนาดและกำลังเครื่องให้ผู้บริโภคได้เลือกใช้ตามความเหมาะสมกับสภาพการใช้งานจริง

เครื่องเป่ามือ (Hand dryer / Jet Towel)

ผลิตภัณฑ์เครื่องเป่ามือ เป็นสินค้าที่ถูกสร้างสรรค์เพื่อความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง ด้วยขนาดกะทัดรัด มีพลังลมแรง สะดวกสบายในการใช้งานติดตั้งง่ายในทุกๆ ที่ที่ต้องการ บริษัทฯ ได้เริ่มผลิตเครื่องเป่ามือ หรือที่เราเรียกว่า Jet Towel เป็นครั้งแรกเมื่อเดือนกันยายน 2554 มีระบบควบคุมคุณภาพในการผลิตอย่างเข้มงวดในทุกขั้นตอน คุณสมบัติของเครื่อง Jet Towel นี้ช่วยเป่ามือให้แห้งโดยไม่ต้องใช้กระดาษ ลดการใช้ทรัพยากร ลดการเกิดขยะ โดยมีอัตราสิ้นเปลืองไฟฟ้าที่ต่ำ ประหยัดพลังงาน สะดวกต่อผู้ติดตั้งและผู้บริโภคในการดูแลรักษาเป็นอย่างดี

เครื่อง Jet Towel นี้ใช้งานได้อย่างสะดวก สามารถเป่ามือด้วยลมความเร็วสูง ปรับแรงลมได้หลายระดับ รวมถึงสามารถเปิด-ปิดระบบลมร้อนได้ และมีเสียงเงียบขณะใช้งาน ลดเวลาในการทำความสะดวกและดูแลรักษา นอกจากนี้เครื่อง Jet Towel ยังมีความเหมาะสมและคุ้มค่าต่อการลงทุน โดยสามารถลดค่าใช้จ่ายสำหรับห้องน้ำในสถานที่ต่างๆ เช่น ในร้านอาหาร ภัตตาคาร อาคารสำนักงาน โรงพยาบาล โรงแรม และสถานที่สาธารณะต่างๆ อีกด้วย

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

แนวโน้มธุรกิจและการแข่งขัน

บริษัทฯ มี 3 ฐานตลาดหลัก ได้แก่ ตลาดภายในประเทศ ตลาดประเทศญี่ปุ่น และตลาดต่างประเทศอื่นๆ ซึ่งในปีงบประมาณ 2556 มีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 35:45:20 ตามลำดับ

ช่องทางการจัดจำหน่าย

- ตลาดภายในประเทศ บริษัทฯ ได้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านบริษัท มิตซูบิชิ อิเล็กทริก กันยงวัฒนา จำกัด ซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัทฯ เพียงรายเดียว โดยที่บริษัทตัวแทนนี้ก็มีร้านตัวแทนจำหน่ายรายย่อยในสังกัดของตนกระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย
- ตลาดต่างประเทศ บริษัทฯ ได้ส่งออกโดยผ่านบริษัทย่อย ในกลุ่มมิตซูบิชิ อิเล็กทริก เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งมีตัวแทนจัดจำหน่ายอยู่ทั่วโลกทั้งในตลาดเอเชีย โอเชียเนีย ตลาดตะวันออกกลาง เป็นต้น

ตลาดภายในประเทศ ในปี 2556 ภาพรวมเศรษฐกิจภายในประเทศชะลอตัวลง แม้ว่าในครึ่งปีแรกภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศไทยมีการเติบโตจากนโยบายการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล เช่น บ้านหลังแรก การปรับอัตราค่าจ้างแรงงานขึ้นต่ำ รถยนต์คันแรก รวมทั้งการลดอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล ส่งผลให้ธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ในครึ่งปีแรกมีการเติบโตไปในทิศทางเดียวกัน แต่ในครึ่งปีหลังเศรษฐกิจมีการชะลอตัว เนื่องจากภาระหนี้ครัวเรือนที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งปัจจัยค่าครองชีพที่มีแนวโน้มสูงขึ้น และรัฐบาลไม่มีนโยบายในการกระตุ้นการบริโภค ประกอบกับมีการประกาศยุบสภาผู้แทนราษฎร ด้วยจึงส่งผลกระทบ เป็นเหตุให้ผู้บริโภคมีการระมัดระวังในการใช้จ่ายมากยิ่งขึ้น

- ผู้ยื่น ความต้องการของสินค้าผู้ยื่นเติบโตเพิ่มขึ้น 5.2% โดยในครึ่งปีแรกเติบโตเพิ่มขึ้น 13% แต่ในครึ่งปีหลังตลาดมีการเติบโตลดลง 2.24% เนื่องจากกำลังซื้อลดลง ค่าครองชีพสูงขึ้น

จากการปรับราคาสินค้าต่างๆ อุปสงค์โดยรวมในประเทศลดลง ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค ลดลง ผู้บริโภคไม่กล้าซื้อสินค้า ทำให้ในปีที่ผ่านมาตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านมีการแข่งขันที่สูงมาก คู่แข่งหลายรายมีการปรับลดราคา เพื่อเพิ่มยอดขายให้มากขึ้น

- พัดลม ตาลาดเติบโตทั้งปีลดลง 9.3% โดยลดลงมาในครึ่งปีหลังซึ่งเป็นเหตุผลเดียวกันกับตลาดตู้เย็น
- เครื่องปั้มน้ำ ความต้องการสินค้านี้มีเพิ่มขึ้นในปีที่ผ่านมาเนื่องจากผู้บริโภคมีการซื้อทดแทนสินค้าที่หมดอายุไป นอกจากนั้นบริษัทขายที่เป็นตัวแทนจำหน่าย ได้มีการขยายช่องทางการขายไปในพื้นที่ต่างจังหวัดมากขึ้นส่งผลทำให้การเจริญเติบโตของการขายของบริษัทฯ เพิ่มขึ้น 12%

ในปี 2556 ที่ผ่านมาบริษัทฯ ได้ทำการตลาดเชิงรุก โดยประสานงานกับตัวแทนจำหน่ายภายในประเทศจัดทำส่งเสริมการขายผ่านทางช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ รวมทั้งนำเสนอสินค้ารุ่นใหม่ๆ ที่ตรงความต้องการผู้บริโภค เช่น พัดลมตั้งพื้นขนาด 18 นิ้ว พัดลมระบายอากาศและตู้เย็น เป็นต้น

ตลาดญี่ปุ่น ปัจจุบันบริษัทฯ ได้มีการส่งออกสินค้าไปในตลาดญี่ปุ่น คือ ตู้เย็น เครื่องเป่ามือ พัดลม และพัดลมระบายอากาศ ในปี 2556 ความต้องการผลิตภัณฑ์พัดลมระบายอากาศและตู้เย็นในตลาดญี่ปุ่นมีอัตราเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลจากการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลด้วยการดำเนินนโยบายการเงินภายใต้มาตรการเศรษฐกิจ Abenomics ครั้งนี้ มุ่งหวังว่าการเพิ่มปริมาณเงินในระบบทำให้เงินเยนที่อ่อนค่าลง สามารถส่งออกสินค้าและบริการได้มากขึ้น ผลทางอ้อมคือรายได้ภาคธุรกิจจะสูงขึ้น นำไปสู่การเพิ่มขึ้นของการจ้างงานและความเชื่อมั่นผู้บริโภคที่จะกล้าเพิ่มการใช้จ่ายใช้สอย แต่ในขณะเดียวกันทางบริษัทฯ ต้องแบกรับสินค้านำเข้าที่มีราคาเพิ่มสูงขึ้นด้วยเช่นเดียวกันซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อยอดขาย

นอกเหนือจากปัจจัยลบภายนอกดังกล่าวแล้ว การประกาศขึ้นอัตราภาษีมูลค่าเพิ่มจาก 5% เป็น 8% ในเดือนเมษายน 2557 ของรัฐบาลญี่ปุ่นก็ยังเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สร้างความเสี่ยงของการผันผวนของอุปสงค์ในประเทศอีกด้วย การตัดสินใจซื้อสินค้าล่วงหน้าของผู้บริโภคที่ต้องการหลบหลีกเลี่ยงสินค้าที่แพงขึ้น ทำให้บริษัทฯ ต้องเตรียมการวางแผนขายและแผนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดอยู่บ่อยครั้ง อีกทั้งต้องเสริมการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การตลาดด้านผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายให้รักษาสมดุล และสร้างผลกำไรให้สูงที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ซึ่งสุดท้ายบริษัทฯ สามารถบรรลุเป้าหมายจำนวนเครื่องของสินค้าตู้เย็นและพัดลมระบายอากาศด้วยอัตรากำไรเฉลี่ย 3% และ 274% ตามลำดับ ถึงแม้ว่าจะมีอัตรากำไรเฉลี่ยของยอดขายที่ลดลงไป 13% เนื่องจากได้รับผลกระทบจากการอ่อนค่าของเงินเยนก็ตาม

ตลาดต่างประเทศอื่นๆ เพื่อรองรับการขยายตัวในกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asian Economic Community) บริษัทฯ ได้วางแผนกลยุทธ์เพื่อที่จะขยายการขายไปในประเทศดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง

- บริษัทฯ ได้ขายสินค้าไปยังประเทศในกลุ่ม AEC แล้ว รวม 8 ประเทศ และยังคงมีการขายเพิ่มขึ้น จากความสำเร็จด้านกลยุทธ์การขยายยอดขายโดยการเพิ่มตัวแทนจำหน่ายในยังต่างประเทศ รวมทั้งการเพิ่มจำนวนการแสดงสินค้าในร้านต่างๆ ให้มากขึ้น ถึงแม้ว่าการแข่งขัน

ในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีค่อนข้างสูง ทั้งทางด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ ราคาสินค้า รวมถึงค่าประสิทธิภาพการประหยัดพลังงาน แต่บริษัทฯ ก็ได้มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ด้านการตลาดในแต่ละประเทศให้สอดคล้องกับสภาพการแข่งขันในปัจจุบัน เช่น การปรับราคายาผลิตภัณฑ์พัฒนาให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดเวียดนาม และจัดรายการส่งเสริมการขายในตลาดมาเลเซีย เป็นต้น

- การขยายตลาดไปในกลุ่มประเทศโอเชียเนีย และกลุ่มประเทศตะวันออกกลางอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองตลาดในกลุ่มนี้โดยเฉพาะเน้นสร้างความแข็งแกร่งด้านต้นทุน เพิ่มความสามารถการแข่งขันในตลาดเป็นหลัก รวมไปถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์รุ่นใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ มีโรงงานผลิต ตั้งอยู่เลขที่ 67 หมู่ 11 ถนนบางนา - ตราด กม.20 ตำบลบางโฉลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540 ใช้เป็นโรงงานผลิตสินค้าประเภทตู้เย็น พัดลม พัดลมระบายอากาศ เครื่องปั้มน้ำ และเครื่องเป่ามือของบริษัทฯ

(ก) กระบวนการผลิตสินค้า

บริษัทฯ ได้มีกระบวนการผลิตสินค้า โดยเริ่มจากกระบวนการออกแบบและพัฒนา ซึ่งในการพัฒนาสินค้านั้น บริษัทฯ ได้รับความร่วมมือและสนับสนุนการออกแบบและเทคโนโลยีการผลิตส่วนหนึ่งจากบริษัท มิตรบุษิณี อิเล็กทริก คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งได้มีการศึกษา และสำรวจความต้องการของตลาด และนำไปสู่กระบวนการตกลงสเปกตามความต้องการกับลูกค้า จากนั้นบริษัทฯ จะดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์รุ่นใหม่ออกมา และนำไปสู่กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ตามคำสั่งซื้อของลูกค้า

ลักษณะของการผลิตสินค้าของบริษัทฯ มีลักษณะการผลิตแบบเชิงมวล (Mass Production) จากกระบวนการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า บริษัทฯ จะดำเนินการเข้าสู่กระบวนการวางแผนการผลิต และกระบวนการจัดหาจัดซื้อวัตถุดิบและชิ้นส่วนอุปกรณ์ สำหรับใช้ในการผลิตจากนั้นก็ดำเนินการเข้าสู่กระบวนการผลิต ซึ่งจะดำเนินการผลิตตามแผนที่กำหนดตามสายงานการผลิตของแต่ละผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะมีกระบวนการย่อยที่สำคัญในการผลิต ได้แก่ งานผลิตชิ้นส่วน งานเตรียมอุปกรณ์การผลิต งานประกอบ และบรรจุเป็นสินค้าสำเร็จรูป เป็นต้น

ในกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงคุณภาพที่ดีของผลิตภัณฑ์ โดยมีกระบวนการตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในทุกๆ ขั้นตอนของกระบวนการผลิต ซึ่งทำให้มั่นใจได้ว่าสินค้าในทุกผลิตภัณฑ์ที่ส่งมอบออกสู่ตลาด มีคุณภาพสูง ตรงตามความต้องการของลูกค้า

(ข) การบริการด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ

บริษัทฯ มีหน่วยงานที่รับผิดชอบงานการประกันคุณภาพสินค้าและการบริการหลังการขาย ซึ่งจะประสานงานกับตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ ในการดำเนินการให้ข้อมูลข่าวสารทางเทคนิคสำหรับผลิตภัณฑ์ การอบรมความรู้ทางเทคนิคสำหรับผลิตภัณฑ์รุ่นใหม่ การวิเคราะห์สาเหตุและวิธีการแก้ไขปัญหา การให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะการติดตั้ง การใช้ผลิตภัณฑ์ การจัดหาอะไหล่และอุปกรณ์การบริการหลังการขาย รวมถึงการประสานงานและดำเนินการร่วมกับตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ในการแก้ไขปัญหาคุณภาพที่อาจเกิดขึ้นอย่างกระตือรือร้น

กำลังการผลิตและปริมาณการผลิต

บริษัทฯ มีกำลังการผลิตและปริมาณการผลิตในปี 2554 – 2556

ผลิตภัณฑ์	หน่วย	2556	2555	2554
ตู้เย็น				
กำลังการผลิตเต็มที่	เครื่อง	1,200,000	1,100,000	1,000,000
ปริมาณการผลิตจริง	เครื่อง	929,881	936,294	842,102
อัตราการใช้กำลังการผลิต	ร้อยละ	77%	85%	84%
พัดลมและพัดลมระบายอากาศ				
กำลังการผลิตเต็มที่	เครื่อง	1,600,000	1,500,000	1,400,000
ปริมาณการผลิตจริง	เครื่อง	1,228,619	1,353,926	1,289,491
อัตราการใช้กำลังการผลิต	ร้อยละ	77%	90%	92%
เครื่องปั๊มน้ำ				
กำลังการผลิตเต็มที่	เครื่อง	250,000	250,000	250,000
ปริมาณการผลิตจริง	เครื่อง	175,795	212,556	220,037
อัตราการใช้กำลังการผลิต	ร้อยละ	70%	85%	88%
เครื่องเป่ามือ				
กำลังการผลิตเต็มที่	เครื่อง	50,000	40,000	30,000
ปริมาณการผลิตจริง	เครื่อง	25,350	20,071	8,234
อัตราการใช้กำลังการผลิต	ร้อยละ	51%	50%	27%

การจัดหาวัตถุดิบ**วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต**

	สัดส่วน การซื้อ/ใช้ (ร้อยละ)	แหล่งวัตถุดิบ	
		ในประเทศ	ต่างประเทศ
1. คอมเพรสเซอร์	17.55	√	√
2. เหล็กทำชิ้นส่วน	9.04	√	√
3. น้ำยาโฟม	6.28	√	
4. ทองแดง	3.58	√	
5. เม็ดพลาสติก	1.10	√	
6. สายไฟ	0.74	√	
7. มอเตอร์	3.35	√	
8. ชิ้นงานหล่อ	1.95	√	
9. ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์	1.47	√	√
10. ก่อเครื่องกระด้าง	0.03	√	

สัดส่วนการซื้อวัตถุดิบในประเทศและต่างประเทศ

สัดส่วนวัตถุดิบร้อยละ 19 ยังคงต้องนำเข้าจากต่างประเทศ เช่น คอมเพรสเซอร์ เหล็กทำชิ้นส่วน และ ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้เนื่องจากสินค้าที่บริษัทฯ ผลิตต้องมีคุณภาพตามมาตรฐานที่มีตูปิธี อิเล็กทรอนิกส์ คอร์ปอเรชั่นกำหนดซึ่งมีลักษณะเฉพาะตัว ชิ้นส่วนและวัสดุบางชนิดจึงไม่สามารถจัดซื้อภายในประเทศได้นอกจากนี้การซื้อชิ้นส่วนและวัตถุดิบในปริมาณมากๆ โดยมีบริษัทย่อยของ MELCO ทำหน้าที่จัดหาชิ้นส่วนและวัตถุดิบ จะทำให้ต้นทุนการผลิตถูกลงได้

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิตหรือการกำจัดวัตถุดิบเหลือใช้

บริษัทฯ มีความตระหนักในเรื่องผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิตและงานบริการอย่างยิ่ง บริษัทฯ จึงจัดตั้งนโยบายสิ่งแวดล้อมโดยคำนึงถึงการสร้างสมดุลต่อสิ่งแวดล้อมโลก และสิ่งแวดล้อมในสังคมท้องถิ่น โดยได้จัดสร้างระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management System : EMS) ที่มีความสอดคล้องตามข้อกำหนดในมาตรฐาน ISO 14001 เป็นเกณฑ์

ในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้ดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อนโยบายสิ่งแวดล้อม เช่น กิจกรรมสำคัญๆ ดังต่อไปนี้

- กิจกรรมการผลิตสินค้าที่ไม่ทำอันตรายต่อมนุษย์และสิ่งแวดล้อม ภายใต้ข้อกำหนด RoHS ซึ่งเป็นการจำกัด หรือลดการใช้สารอันตรายในอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์
- การลดการใช้สารทำความเย็นที่มีผลกระทบต่อการทำลายชั้นบรรยากาศโลก โดยได้ใช้สารทำความเย็นที่เหมาะสมแทน เพื่อลดและป้องกันการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิโลก

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์รุ่นใหม่ ให้เป็นไปตามข้อกำหนดด้านการประหยัดพลังงาน ในแต่ละตลาด ทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ
- การดำเนินกิจกรรมในการอนุรักษ์พลังงาน อาทิ การลดโหดการใช้งานเครื่อง Air Compressor การลดกำลังวัตต์ของหลอดไฟฟ้าฟลูออเรสเซนต์ การลดการใช้พลังงานไฟฟ้าของเครื่องจักรตามแผนอนุรักษ์พลังงาน เป็นต้น
- การจัดการและควบคุมกากขยะอุตสาหกรรมที่อาจทำให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม สังคมท้องถิ่น ให้เป็นไปตามข้อกำหนดของกฎหมายสิ่งแวดล้อม หรือข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้มีการเผยแพร่นโยบายสิ่งแวดล้อมไปสู่พนักงานทุกคน ผ่านการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสาร การฝึกอบรม และทำกิจกรรมร่วมกันกับพนักงาน คู่ค้า บริษัทในเครือ และบริษัทต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งยังจัดตั้งคณะกรรมการรับผิดชอบการทำงานด้านสิ่งแวดล้อม มีระบบติดตามและประเมินผลระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (EMS) อย่างมีประสิทธิภาพและวางแผนพัฒนาปรับปรุงระบบอย่างต่อเนื่อง

2.4 งานที่ยังไม่ส่งมอบ

- ไม่มี -

3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทฯ กำหนดมาตรการและแนวทางในการประเมินและบริหารความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี และการพัฒนาผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ ทำธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ซึ่งมีความเสี่ยงในเรื่องการเปลี่ยนแปลงการออกแบบของคู่แข่งทุกปี รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงในด้านเทคโนโลยีที่อาจมีผลทำให้สินค้าล้าสมัย และมีรุ่นใหม่มาทดแทนเร็ว ทำให้บริษัทฯ ต้องมีการติดตามการเปลี่ยนแปลงอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง

เพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทฯ ได้ศึกษาแนวโน้มของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด บริษัทฯ ได้มีการสนับสนุนข้อมูลและเทคโนโลยีจากผู้ร่วมทุนใหญ่อย่างมีตชูปิชิ อิเล็กทริก คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่นที่มีความเชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ตู้เย็น พัดลม พัดลมระบายอากาศ เครื่องปั้มน้ำ และเครื่องเป่ามือ ทำให้ปัจจุบันบริษัทฯ สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ เนื่องจากสินค้าคงคลังจะมีความเสี่ยงของการล้าสมัยอย่างรวดเร็วตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เพื่อเป็นการควบคุมค่าใช้จ่ายและลดความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทฯ จะทำการผลิตสินค้าเมื่อได้รับการยืนยันคำสั่งซื้อจากลูกค้าเท่านั้น โดยสินค้าคงคลังจะมีการจัดเก็บไว้เฉพาะจำนวนที่จำเป็น และมีการบริหารความเสี่ยงเพื่อตอบสนองความต้องการกรณีที่มีคำสั่งซื้อฉุกเฉิน หรือเพื่อทดแทนของเสียที่เกิดขึ้นจากการผลิตเท่านั้น นอกจากนี้บริษัทฯ ยังดำเนินการติดตามสินค้าคงคลังที่เคลื่อนไหวช้าในทุกสัปดาห์ ผ่านระบบสารสนเทศที่ถูกนำเข้ามาช่วยวิเคราะห์ข้อมูล หากพบว่ามีสินค้าที่มีการเคลื่อนไหวช้าเป็นเวลานาน ก็จะเร่งจัดทำรายการส่งเสริมการขายไปยังประเทศต่าง ๆ

ความเสี่ยงจากการเปิดเสรีการค้า และก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่างๆ มากมายทางด้านทรัพยากรบุคคล เงินทุน แรงงาน และตลาดการค้า บริษัทฯ ได้ประเมินความเสี่ยงที่น่าจะเกิดขึ้นไว้หลายประการ โดยเฉพาะความเสี่ยงด้านการแข่งขันทางการค้าที่จะเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งบริษัทฯ ได้เล็งความสำคัญของการตอบสนองความเสี่ยงดังกล่าวมาหลายปีแล้ว เราได้ทำการศึกษาวัฒนธรรม ลักษณะตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค และเตรียมการเปิดช่องทางการขายไปยังประเทศต่างๆ ในอาเซียนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอด 5 ปีที่ผ่านมา โดยปัจจุบันสินค้าของบริษัทฯ สามารถขยายไปยังประเทศอาเซียนแล้ว 8 ประเทศจาก 10 ประเทศ

บริษัทฯ ยังเร่งสร้างและขยายความร่วมมือกับคู่ค้าในแต่ละประเทศ แต่ละภูมิภาคอย่างต่อเนื่อง โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง ปลอดภัย มีความสวยงามพร้อมเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อตอบสนองอัตราการครอบครองสินค้าหลายประเภทยังอยู่ในระดับที่ต่ำ ซึ่งเป็นโอกาสทางการขายที่จะเพิ่มมากขึ้นในอนาคตอีกหลายเท่าตัว

ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

การส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น บริษัทฯ มีการกำหนดราคาขายเป็นสกุลเงินบาทโดยอ้างอิงกับสกุลเงินเยน ซึ่งบริษัทฯ อาจจะได้รับความเสี่ยงจากความผันผวนของค่าเงินเยน อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้มีนโยบายกำหนดราคาขายโดยการปรับราคาขายทุก 3 เดือนเพื่อลดความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

ความเสี่ยงด้านวัตถุดิบและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)

- ในรอบปีที่ผ่านมามีความเสี่ยงในเรื่องราคาวัตถุดิบในตลาดโลกได้เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะวัตถุดิบที่สำคัญที่ใช้ผลิตสินค้า เช่น พลาสติก ทองแดง อลูมิเนียม อีกทั้งในเรื่องราคาน้ำมันที่มีความผันผวนในตลาดโลกส่งผลต่อราคาขายปลีกในประเทศ และส่งผลกระทบต่อต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการผลิตของแต่ละผลิตภัณฑ์เพิ่มสูงขึ้นด้วย ปัจจุบันดังกล่าวมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้
- ความเสี่ยงจากผลกระทบจากภัยพิบัติธรรมชาติที่เกิดขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีผลกระทบต่อระบบ Supply Chain System ของผู้ผลิตชิ้นส่วนและวัตถุดิบที่ใช้สำหรับการผลิตสินค้า อาทิ เหตุการณ์แผ่นดินไหวที่ประเทศญี่ปุ่น และภัยธรรมชาติในบางประเทศที่บริษัทฯ ส่งสินค้าไปจำหน่าย บริษัทฯ จึงได้จัดทำแผนธุรกิจต่อเนื่อง (Business Continuity Plan) และปรับกลยุทธ์การผลิตเพื่อให้สามารถส่งมอบสินค้าให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ รวมถึงบริษัทฯ ยังได้ปรับแผนธุรกิจบางส่วนเพื่อรองรับสถานการณ์และเพื่อการเพิ่มศักยภาพในด้านต่างๆ ที่เกิดขึ้นอันจะส่งผลกระทบต่อการเพิ่มยอดขายและกำไรให้สูงขึ้น
- ความเสี่ยงจากสภาพเศรษฐกิจและการเมืองภายในประเทศ จากสถานการณ์การเมืองที่ผ่านมามีผลกระทบต่อการค้าขายโดยรวมอยู่บ้างแต่ไม่มีนัยสำคัญต่อบริษัทฯ ทั้งในด้านการผลิต การจัดส่ง การขายเท่าใดนัก โดยเฉพาะตลาดต่างประเทศยังมีเฉพาะตลาดภายในประเทศเท่านั้น ซึ่งถือเป็นความเสี่ยงประการหนึ่งในช่วงเวลาที่ผ่านมา

ความเสี่ยงทางการเงิน

- ความเสี่ยงจากเงินตราต่างประเทศ บริษัทฯ มีความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศซึ่งเกิดจากขายสินค้า ชำระค่าสินค้า วัตถุดิบ เครื่องจักรและอุปกรณ์ ที่เป็นเงินตราต่างประเทศ บริษัทฯ ได้ทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศไว้ล่วงหน้า โดยมีกำหนดระยะเวลาไม่เกินหนึ่งปีเพื่อป้องกันความเสี่ยงของหนี้สินทางการเงินที่เป็นเงินตราต่างประเทศ
- ความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ย หมายถึง ความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดในอนาคตของอัตราดอกเบี้ยในตลาด ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาระการดำเนินงานและกระแสเงินสดของบริษัทฯ เนื่องจากดอกเบี้ยมีอัตราลอยตัว ทั้งนี้ ผู้บริหารของบริษัทฯ เชื่อว่า ไม่มีความเสี่ยงในอัตราดอกเบี้ยอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากบริษัทฯ ไม่มีเงินกู้ยืมและวันครบกำหนดของเงินฝาก และสินทรัพย์ทางการเงินอื่นมีเวลาระยะสั้นประกอบกับอัตราดอกเบี้ยเป็นไปตามอัตราตลาดด้วย ดังนั้น บริษัทฯ จึงมิได้ทำสัญญาเพื่อป้องกันความเสี่ยงดังกล่าวไว้

- ความเสี่ยงทางด้านสินเชื่อเป็นความเสี่ยงที่ลูกค้าหรือคู่สัญญาอาจจะไม่สามารถชำระหนี้ให้แก่บริษัทฯ ตามเงื่อนไขที่ตกลงกันได้เมื่อครบกำหนด ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้กำหนดนโยบายทางด้านสินเชื่อเพื่อจัดการและควบคุมความเสี่ยงนี้ โดยการวิเคราะห์ฐานะทางการเงินของลูกค้าทุกรายที่ขอวงเงินสินเชื่อในระดับหนึ่งๆ ในเรื่องนี้ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าจะไม่เกิดผลเสียหาอันมีนัยสำคัญจากการเก็บหนี้จากลูกค้าไม่ได้
- ความเสี่ยงจากสภาพคล่องบริษัทฯ มีการควบคุมความเสี่ยงจากการขาดสภาพคล่องโดยการรักษาระดับของเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดให้เพียงพอต่อการดำเนินงานบริษัทฯ และเพื่อให้ผลกระทบจากความผันผวนของกระแสเงินสดลดลง

ความเสี่ยงทางด้านแรงงาน

ประเทศไทยประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงานในทุกภาคส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคอุตสาหกรรมของเอกชน เนื่องจากอัตราเพิ่มของประชากรต่ำมาก และประชาชนนิยมศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นเป็นเหตุให้มีบุคลากรมาสู่ภาคแรงงานไม่มากนัก จึงก่อให้เกิดภาวะการแย่งแรงงานกันขึ้น โดยการเสนอค่าตอบแทนและสวัสดิการที่สูงกว่า เพื่อให้ได้แรงงานเข้ามาทำงานกับตน ทางบริษัทฯ ได้ใช้มาตรการในหลายรูปแบบรวมทั้งเสนอค่าตอบแทนและสวัสดิการสูงที่แข่งขันได้ จึงสามารถรักษาและจัดหาแรงงานเข้ามาทำงานได้อย่างต่อเนื่อง

ความเสี่ยงทางด้านกฎหมายที่มีการเปลี่ยนแปลง

ประเทศไทยมีกฎหมายและข้อกำหนดใหม่ๆ ออกมาใช้บังคับหลายฉบับ เช่น การปรับภาษีเงินได้นิติบุคคลตามรอบบัญชีที่กำหนด การปรับอัตราค่าจ้างแรงงานขึ้นต่ำตามมาตรฐานฝีมือแรงงาน กฎหมายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย การอนุรักษ์พลังงาน ข้อกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม เป็นต้น บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในด้านนี้ จึงให้มีหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแล และติดตามการมีผลบังคับใช้ของกฎหมายและข้อกำหนดดังกล่าว พร้อมรายงานให้ผู้บริหารระดับสูงทราบ และสั่งการให้มีการปฏิบัติให้สอดคล้องหรือเป็นไปตามที่กำหนดไว้ทุกประการ

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ มี ณ วันที่ 31 มี.ค. 2557 ดังนี้
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์

(หน่วย : ล้านบาท)

ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า	ภาระผูกพัน
ที่ดิน	เป็นเจ้าของ	131.04	ไม่มี
อาคารสำนักงาน และอาคารโรงงาน	เป็นเจ้าของ	95.57	ไม่มี
เครื่องจักร / อุปกรณ์	เป็นเจ้าของ	581.73	ไม่มี
แม่พิมพ์	เป็นเจ้าของ	284.35	ไม่มี
งานระหว่างก่อสร้าง และติดตั้ง	เป็นเจ้าของ	36.43	ไม่มี
เครื่องใช้สำนักงาน	เป็นเจ้าของ	21.61	ไม่มี
อื่น ๆ	เป็นเจ้าของ	35.23	ไม่มี
รวม		1,185.95	

ค่าเสื่อมราคา สำหรับปี 2556 มีจำนวนทั้งสิ้น 275 ล้านบาท (ปี 2555 = 207 ล้านบาท) โดยค่าเสื่อมราคาจำนวน 268 ล้านบาท (ปี 2555 = 200 ล้านบาท) รวมอยู่ในต้นทุนการผลิต ส่วนที่เหลือจำนวน 7 ล้านบาท (ปี 2555 = 7 ล้านบาท) เป็นค่าใช้จ่ายในการขาย บริหาร และการวิจัยพัฒนา ณ วันที่ 31 มีนาคม 2557 บริษัทฯ มีเครื่องจักรและอุปกรณ์จำนวนหนึ่ง ซึ่งตัดค่าเสื่อมราคาหมดแล้ว แต่ยังใช้งานอยู่ มูลค่าตามบัญชี ก่อนหักค่าเสื่อมราคาสะสมของสินทรัพย์ดังกล่าว มีจำนวนเงินประมาณ 3,006 ล้านบาท (ปี 2555 = 3,010 ล้านบาท)

สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนที่สำคัญ

(หน่วย : ล้านบาท)

	ซอฟต์แวร์			รวม
	สิทธิบัตร	คอมพิวเตอรื	อื่น ๆ	
มูลค่าตามบัญชี - สุทธิ	-	5.10	-	5.10

อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน มีมูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 มีนาคม 2557 แสดงได้ดังนี้

(หน่วย : ล้านบาท)

	ที่ดินให้เช่า	อาคาร	รวม
มูลค่าตามบัญชี - สุทธิ	7.87	-	7.87

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

นโยบายในการลงทุนของบริษัทฯ จะมุ่งเน้นการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่อง หรือสนับสนุนการดำเนินงานของบริษัทฯ ทั้งในระยะสั้น และระยะยาว โดยได้มีการควบคุม ดูแลการดำเนินงาน อย่างใกล้ชิดด้วยการส่งกรรมการหรือผู้บริหาร ไปเป็นกรรมการที่บริษัทร่วม เพื่อมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเกี่ยวกับนโยบาย และทิศทางการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งติดตามผลการดำเนินงาน แต่ไม่ถึงระดับที่จะควบคุมนโยบายดังกล่าว สัดส่วนการลงทุน จะขึ้นอยู่กับธุรกิจที่ลงทุนว่า ต้องการเงินทุน มากน้อยเพียงใด

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

- ไม่มี -

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ชื่อภาษาไทย	:	บริษัท กันยงอิเล็กทริก จำกัด (มหาชน)
ชื่อภาษาอังกฤษ	:	KANG YONG ELECTRIC PUBLIC COMPANY LIMITED
เลขทะเบียนบริษัทฯ	:	0107536001257
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	67 หมู่ 11 ถนนบางนา-ตราด กม.20 ตำบลบางโรงง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540 โทรศัพท์ 0-2337-2900 (อัตรโนมัติ) โทรสาร 0-2337-2439-40
ประเภทธุรกิจ	:	ผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ได้แก่ ตู้เย็น พัดลม พัดลมระบายอากาศ เครื่องปั้มน้ำ และเครื่องเป่ามือ ภายใต้เครื่องหมาย การค้า “มิตซูบิชิ อิเล็กทริก”
Website	:	www.mitsubishi-kye.com
ทุนจดทะเบียน	:	หุ้นสามัญ 22,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท
ทุนเรียกชำระแล้ว	:	220,000,000 ล้านบาท (ณ วันที่ 31 มีนาคม 2557)
หน่วยประสานงาน	:	ฝ่ายสำนักกรรมการผู้จัดการ โทรศัพท์ 0-2337-2900 (อัตรโนมัติ) โทรสาร 0-2337-2439-40 E-mail address : information@kyc.meap.com

บุคคลอ้างอิง

นายทะเบียนหลักทรัพย์	:	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด 62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ 0-2229-2800 โทรสาร 0-2654-5599
----------------------	---	---

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต : นางสาวอรรวรรณ ศิริรัตนวงศ์ เลขทะเบียน 3757 และ / หรือ
นางสาวนิตยา เชนฐโชติรส เลขทะเบียน 4439 และ / หรือ
นางสาวบุญศรี โชติไพบูลย์พันธุ์ เลขทะเบียน 3756
บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด
ชั้น 48 เอ็มไพร์ทาวเวอร์ เลขที่ 195 ถนนสาทรใต้
กรุงเทพฯ 10120
โทรศัพท์ 0-2677-2000
โทรสาร 0-2677-2222
www.kpmg.com

เลขานุการบริษัทฯ : นางสาวพจนา ตฤณวร
บริษัท กังยงอิเล็กทริก จำกัด (มหาชน)
67 หมู่ 11 ถนน บางนา-ตราด ก.ม.20 ตำบลบางโจลง อำเภอบางพลี
จังหวัดสมุทรปราการ 10540 โทรศัพท์ 0-2337-2900 ต่อ 510
โทรสาร 0-2337-2439-40

ที่ปรึกษาบริษัทฯ : นายพนมพร พานิช
บริษัท กังยงอิเล็กทริก จำกัด (มหาชน)
67 หมู่ 11 ถนน บางนา-ตราด ก.ม.20 ตำบลบางโจลง อำเภอบางพลี
จังหวัดสมุทรปราการ 10540 โทรศัพท์ 0-2337-2900 ต่อ 593
โทรสาร 0-2337-2439-40