

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท กันยงอิเล็กทริก จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งเมื่อวันที่ 12 มกราคม 2507 โดยนายสิทธิผล โพธิ์วรคุณ ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 10 ล้านบาท ในนามของบริษัท กันยงอิเล็กทริก แมนูแฟกเจอร์ จำกัด โดยการร่วมทุนระหว่างกลุ่มครอบครัวโพธิ์วรคุณ กับบริษัท มิตซูบิชิ อิเล็กทริก คอร์ปอเรชั่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อผลิตและจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ภายใต้เครื่องหมายการค้า “มิตซูบิชิ อิเล็กทริก” และในปี 2536 บริษัทฯ ได้รับอนุมัติให้เข้าเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พร้อมทั้งแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด โดยเปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท กันยงอิเล็กทริก 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 โดยได้รับลิขสิทธิ์และเทคโนโลยีในการผลิตจากบริษัท มิตซูบิชิ อิเล็กทริก คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นบริษัทผู้ร่วมทุน

1.1 วิสัยทัศน์และพันธกิจ

วิสัยทัศน์ :

บริษัทฯ “มุ่งสร้างรากฐานการดำเนินงานที่แข็งแกร่ง ปรับภาพลักษณ์องค์กรสู่สากล ตั้งเป้าการส่งออกเติบโตต่อเนื่อง มุ่งพลิกผันสู่การดำเนินธุรกิจระดับโลกอย่างแท้จริง ภายใต้ปรัชญาการดำเนินธุรกิจ **We Balance for the Best**” ในการเพิ่มกำลังการผลิตอย่างต่อเนื่องให้มากกว่าปัจจุบัน โดยสอดคล้องกับเป้าหมายการส่งออกที่มุ่งขยายฐานลูกค้าในต่างประเทศ จากการที่บริษัท มิตซูบิชิ อิเล็กทริก คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่นได้แต่งตั้งผู้แทนจำหน่ายใหม่ในตลาดโลก และตลาดอาเซียน

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังตั้งเป้าหมายเพิ่มสายผลิตภัณฑ์ให้มากกว่า 5 ผลิตภัณฑ์จากปัจจุบัน โดยเร่งสร้างศักยภาพและมาตรฐานการผลิต เน้นหนักเรื่องการควบคุมต้นทุนการผลิต เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ และรองรับสายการผลิตในผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่จะได้รับโอนมาจาก บริษัท มิตซูบิชิ อิเล็กทริก คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่นในอนาคตอีกด้วย

พันธกิจ :

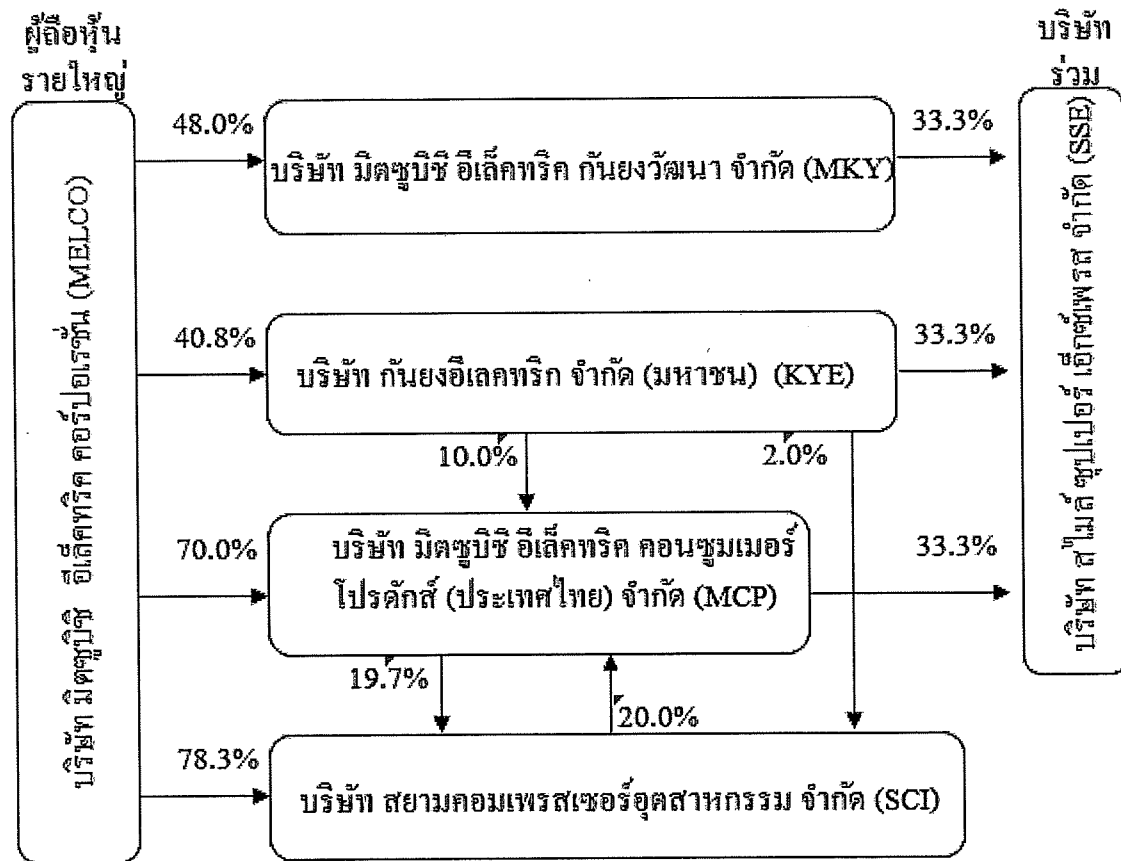
บริษัทฯ “มุ่งสร้างสรรค์องค์กรด้วยนโยบายการดำเนินงานหลัก 3 ประการ เพื่อตอบสนองความต้องการในทุกๆ ด้าน ทั้งเทคโนโลยีที่ทันสมัย คุณภาพ ความปลอดภัย และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม”

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนากิจการที่สำคัญในรอบปี 2557

- ❖ วันที่ 9 กรกฎาคม 2557 ได้รับรางวัลบริษัทยอดเยี่ยมแห่งปีในหมวด "สินค้าอุปโภคบริโภค" เป็นปีที่ 2 จากวารสารการเงินการธนาคาร
- ❖ วันที่ 25 กรกฎาคม 2557 ที่ประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี มีมติอนุมัติการจัดสรรกำไรเป็นเงินปันผลในอัตราหุ้นละ 11.50 บาท รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 253 ล้านบาท จ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้นในวันที่ 25 สิงหาคม 2557
- ❖ มกราคม 2558
 - เปิดตัวพัฒมคติผนังและพัฒมโคมจรุ่นใหม่ ขนาดใบพัด 18 นิ้ว (W18 และ CY 18) ออกจำหน่ายตลาดภายในประเทศ
 - ขยายกำลังการผลิตมอเตอร์พัฒม (39SD motor) ที่มีเทคโนโลยีขั้นสูง ลดการใช้ลวดทองแดง เพื่อใช้เป็นชิ้นส่วนประกอบพัฒมระบายอากาศและพัฒมไฟฟ้า โดยเพิ่มเป็นสายการผลิตที่ 2 ด้วยเงินลงทุน 23 ล้านบาท เพื่อให้เพียงพอต่อการผลิตพัฒมทุกรุ่น ซึ่งเป็นหนึ่งในโครงการลดต้นทุนวัตถุดิบ (VA Project)
- ❖ กุมภาพันธ์ 2558
 - ตามแผนงาน PCB Inhouse Project เริ่มนำแผงวงจรไฟฟ้า (Print Circuit Board: PCB) มาทำการผลิตเอง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และลดต้นทุนในการผลิต สำหรับชิ้นส่วนที่สำคัญ (Critical Component Parts) ที่ใช้ในการผลิตตู้เย็น ด้วยเงินลงทุน 33 ล้านบาท
 - ทำการผลิตตู้เย็นรุ่นใหม่ที่ใช้คอมเพรสเซอร์ระบบอินเวอร์เตอร์ (Neuro Inverter) ที่สามารถประหยัดพลังงานมากยิ่งขึ้น และออกแบบหน้าบานประตูที่มีความเงาเสมือนกระจก (Uni Glossy Door Panel) สำหรับตู้เย็น 2 ประตูขนาดกลาง (ความจุ 346 และ 380 ลิตร) และขนาดใหญ่ (ความจุ 460 และ 510 ลิตร) และตู้เย็น 4 ประตูที่มีความจุ 635 ลิตร จำหน่ายตลาดภายในประเทศ และต่างประเทศ
- ❖ ขยายการส่งออกผลิตภัณฑ์ไปยังตลาดใหม่ๆ ดังนี้
 - พัฒมระบายอากาศ ไปยัง ประเทศซาอุดีอาระเบีย และคูเวต
 - กุมภาพันธ์ 2558 เครื่องปั้มน้ำไปยังประเทศอินโดนีเซีย
 - เครื่องเป่ามือไปยังประเทศเวียดนาม เป็นครั้งแรกในเดือนธันวาคม 2557 และ ในเดือนมีนาคม 2558 ส่งออกไปยังประเทศอินเดีย และประเทศฟิลิปปินส์
 - ตู้เย็น 4 ประตู L4 Grande Neuro Inverter ไปยังประเทศสหพันธรัฐรัสเซียและประเทศอินโดนีเซีย

1.3 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทในกลุ่ม ณ 31 มีนาคม 2558



จากโครงสร้างผู้ถือหุ้นข้างต้นสรุปได้ดังนี้

- **การลงทุนในบริษัทร่วม**

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

- **กลุ่มบริษัทของผู้ถือหุ้นรายใหญ่**

บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ภายใต้เครื่องหมายการค้า "มิตซูบิชิ อิเล็กทริก" ประกอบด้วย ตู้เย็น พัดลม พัดลมระบายอากาศ เครื่องปั้มน้ำ และเครื่องเป่ามือ โดยได้รับลิขสิทธิ์และเทคโนโลยีการผลิต จากบริษัท มิตซูบิชิ อิเล็กทริก คออร์ปอเรชั่น (MELCO) ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ ดังนั้น ธุรกิจหลักของบริษัทฯ จึงมีความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่อย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

- การจำหน่ายสินค้า

บริษัทฯ จำหน่ายสินค้าผ่านบริษัทย่อย หรือบริษัทร่วมของ MELCO เช่นการขายภายในประเทศ ขายผ่าน MKY ซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายที่มีความเชี่ยวชาญสูง ทำให้ยอดขายของบริษัทฯ เติบโตอย่างต่อเนื่อง

- การซื้อชิ้นส่วนและวัตถุดิบ

บริษัทฯ ซื้อชิ้นส่วน และวัตถุดิบผ่านบริษัทย่อยของ MELCO โดยในปี 2557 มียอดซื้อคิดเป็นร้อยละ 16 ของยอดซื้อทั้งหมด เนื่องจาก MELCO มีอำนาจในการต่อรองจากการซื้อในปริมาณมาก จึงสามารถซื้อได้ในราคาถูกมีความเชื่อมั่นในเรื่องการตรงต่อเวลาในการส่งมอบ อีกทั้งยังสามารถควบคุมคุณภาพให้เป็นไปตามมาตรฐานที่ MELCO กำหนดอีกด้วย

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ ยังมีความพร้อมไม่มากนักในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีเทคโนโลยีสูง จึงยังต้องพึ่งพาเทคโนโลยีจาก MELCO ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบทันสมัย มีความปลอดภัย รักษาสิ่งแวดล้อม และประหยัดพลังงาน

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้หลักของบริษัทฯ คือ รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตู้เย็น พัดลม พัดลมระบายอากาศ เครื่องปั้มน้ำ และ เครื่องเป่ามือ ซึ่งมีโครงสร้างรายได้สำหรับปีสิ้นสุด ณ 31 มีนาคม 2558, 2557 และ 2556 ดังต่อไปนี้

มูลค่า : ล้านบาท

ผลิตภัณฑ์	ปี 2558		ปี 2557		ปี 2556	
	ล้านบาท	%ต่อยอดขายรวม	ล้านบาท	%ต่อยอดขายรวม	ล้านบาท	%ต่อยอดขายรวม
มูลค่าการจำหน่ายภายในและต่างประเทศ						
พัดลม และ พัดลมระบายอากาศ	1,384.6	16.0	1,198.8	14.2	1,264.8	13.3
ตู้เย็น	6,267.7	72.2	6,267.9	74.1	7,406.2	77.5
เครื่องปั้มน้ำ	894.8	10.3	868.6	10.3	776.3	8.1
เครื่องเป่ามือ	74.6	0.9	77.5	0.9	67.5	0.7
อื่นๆ	53.6	0.6	46.8	0.5	40.0	0.4
รวมมูลค่า	8,675.3	100.0	8,459.6	100.0	9,554.8	100.0

หมายเหตุ: รายได้อื่นๆ ของบริษัทฯ ประกอบด้วยรายได้จากการขายชิ้นส่วนอะไหล่

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ได้แก่ ตู้เย็น พัดลม พัดลมระบายอากาศ เครื่องปั้มน้ำ และเครื่องเป่ามือ ภายใต้เครื่องหมายการค้า “มิตซูบิชิ อิเล็กทริก” โดยได้รับความร่วมมือและสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยี สำหรับการพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์ และระบบการผลิตจากบริษัท มิตซูบิชิ อิเล็กทริก คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่น บริษัทฯ มุ่งเน้นการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อสามารถตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของลูกค้า และแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้

ผลิตภัณฑ์ตู้เย็น

ในปี 2557 ที่ผ่านมามีผลิตภัณฑ์ตู้เย็นได้รับรางวัลชนะเลิศการประกวด Good Design Award จากประเทศญี่ปุ่นเป็นปีที่ 3 ซึ่งนับเป็นความภาคภูมิใจอย่างยิ่งของทีมงานออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้รับรางวัลนี้ติดต่อกัน บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นงานด้านวิจัยและพัฒนาเพื่อให้ได้ข้อมูลความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค โดยในปี 2557 นี้ สินค้าตู้เย็นได้ถูกออกแบบให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการ และรสนิยมของผู้บริโภคในหลายๆ ด้าน ได้แก่

- Unique Design การออกแบบรูปลักษณ์ภายนอกที่โดดเด่น สวยงาม สร้างความแตกต่างได้อย่างชัดเจน สะท้อนความหรูหรา พร้อมสีสันสวยงาม เสมือนเฟอร์นิเจอร์ชิ้นงามเข้ากับการตกแต่งภายในบ้านได้อย่างลงตัว นอกจากนี้ ตู้เย็นทุกรุ่นถูกออกแบบให้สามารถเปิดได้ง่ายไม่ว่าจะเป็นการเปิดจากด้านบน หรือด้านข้าง

- Easy to Use: การออกแบบให้มีความหลากหลาย ทั้งจำนวนรุ่น จำนวนประตู ขนาดความจุ รวมถึงช่องแช่แข็งที่มีให้เลือกทั้งรุ่นที่อยู่ด้านบนและอยู่ด้านล่าง เพื่อความเหมาะสมในการเลือกใช้งานของผู้บริโภค สะดวกสบาย ประหยัดเวลา และเพิ่มทางเลือกในการจัดเก็บอาหารในช่องชั้นต่างๆ ได้มากขึ้น
- Healthy Technology: การผสมผสานเทคโนโลยีในการถนอมอาหารต่างๆ เข้าไว้ด้วยกัน เพื่อสุขอนามัยที่ดีในการบริโภคอาหาร ที่คงคุณค่าความสดของอาหาร และสร้างพื้นที่แห่งความสะอาดในแต่ละช่องชั้นภายในตู้เย็นด้วยเทคโนโลยีต่างๆ ได้แก่
 - Anti-bacteria Foodliner: ผนังภายในช่องแช่แข็งและช่องแช่เย็นที่ผสมสารช่วยยับยั้งการเจริญเติบโตของเชื้อแบคทีเรีย
 - Vitamin Factory: ช่องแช่ผักอานุภาพแสงสีส้มที่ติดตั้งหลอด LED แสงส้มช่วยรักษาคูณค่าวิตามินซีในผักใบเขียวได้นานวัน
 - Minus Ion Surround Cooling System: ระบบกระจายความเย็นรอบทิศทางผสานประจุลบ ช่วยกระจายส่งความเย็นสู่ทุกช่องรวมถึงชั้นวางขวด เพื่อเพิ่มความชุ่มชื้นภายในตู้และคงความสดของอาหารได้นานวัน
 - Neuro Fussy System: ระบบควบคุมการทำงานด้วยไมโครชิพอัจฉริยะ และระบบเซ็นเซอร์ที่ทำหน้าที่ตรวจวัดอุณหภูมิทั้งภายในและภายนอกตู้เย็น พร้อมทั้งส่งข้อมูลไปประมวลผลด้วยไมโครชิพอัจฉริยะ เพื่อควบคุมการทำงานของตู้เย็นให้มีประสิทธิภาพสูงสุดในทุกสภาวะการใช้งาน
- High Quality with Environmental Friendly & Energy Saving: มาตรฐานคุณภาพสินค้าสูงที่ลูกค้าเชื่อมั่น รวมทั้งเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และประหยัดพลังงาน
 - Neuro Inverter System: เป็นการประสานการทำงานร่วมกันระหว่าง Neuro Fuzzy System, Inverter Compressor และ อุปกรณ์ทำความเย็นแบบ Multi Fan ทำให้สามารถประหยัดพลังงาน และเพิ่มประสิทธิภาพการทำความเย็นในทุกสภาวะการใช้งาน
 - Premium Safety: มาตรฐานความปลอดภัยเหนือระดับ ซึ่งเป็นมาตรฐานเฉพาะของผลิตภัณฑ์มิตซูบิชิ อิเล็กทริกที่คำนึงถึงความปลอดภัยสูงสุดในการใช้งานของผู้บริโภค ชื่นส่วนวัสดุทุกชิ้นในผลิตภัณฑ์ถูกคัดสรรเป็นอย่างดี เช่น การใช้วัสดุที่ไม่ลุกลามไฟ การเพิ่มเติมชิ้นส่วนเพื่อป้องกันกระแสไฟฟ้ารั่ว การติดตั้งอุปกรณ์ตัดกระแสไฟฟ้าเมื่อเกิดกระแสไฟเกินกำหนด รวมถึงอุปกรณ์ที่ป้องกันความร้อนเกินค่าที่กำหนดไว้ เป็นต้น
 - การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัยของมาตรฐานสินค้าอุตสาหกรรมในแต่ละประเทศ และข้อกำหนดในด้านประหยัดพลังงาน รวมถึงการใช้วัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานสากลอย่าง RoHS Standard อีกด้วย

ในปี 2557 ที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้เริ่มพัฒนาตู้เย็นรุ่นใหม่ 4 ประสิทธิภาพสูง แข็งแรงอยู่ด้านล่าง ชื่อ L4 Grande ที่มีขนาดใหญ่ความจุ 635 ลิตร หรือ 22.4 คิว และมีฟังก์ชันการใช้งานที่มากขึ้นกว่าเดิม นับเป็นการก้าวหน้าไปอีกขั้นของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ที่ได้รับผลิตตู้เย็นที่มีขนาดความจุมากกว่า 510 ลิตร เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าใหม่ที่ต้องการตู้เย็นขนาดใหญ่ และมีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ อาทิ แผงควบคุมพร้อมจอดิจิทัล LED ช่องชั้นที่กว้างขวาง ใช้งานง่าย โดยในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้มีการวางแผนยุทธศาสตร์การจัดจำหน่ายสินค้ารุ่นนี้ ด้วยความร่วมมือกับตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทยทำการส่งเสริมการขาย และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้น รวมไปถึงขยายการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศให้มากขึ้น อาทิ ประเทศสหพันธรัฐรัสเซีย อินโดนีเซีย ปัจจุบันสามารถเพิ่มมูลค่าการส่งออกของบริษัทฯ ครอบคลุมไปถึง 14 ประเทศด้วยกัน

ผลิตภัณฑ์พัดลม

บริษัทฯ เน้นการออกแบบและพัฒนามอเตอร์ไฟฟ้าที่มีความทนทาน มีประสิทธิภาพสูง ปลอดภัย เสียงเงียบ และคำนึงถึงความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาโดยตลอด หลังจากที่ได้รับผลิตมอเตอร์พัดลมนวัตกรรมใหม่และใช้ประกอบในพัดลมรุ่น 12 นิ้วในปี 2556 ก่อนหน้านั้นแล้ว ในปี 2557 ที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้เริ่มพัฒนาพัดลมแบบใหม่สำหรับพัดลมรุ่นใบพัดขนาด 16 นิ้ว ทั้งรุ่นตั้งโต๊ะ, ตั้งพื้นกึ่งตั้งโต๊ะ, ตั้งพื้น และรุ่นติดผนัง มีจำนวนทั้งหมด 4 รุ่นด้วยกัน

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ทำการวิเคราะห์ตลาดและเล็งเห็นโอกาสการขายของสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบรูปปลั๊กชนิดดีไซน์ที่สวยงาม ดูทันสมัยมากขึ้น พัดลมรุ่นใหม่ 2 รุ่น ประกอบด้วย พัดลมใบพัดขนาด 12 นิ้ว แบบตั้งพื้นกึ่งตั้งโต๊ะ มีรีโมทรุ่น R12A-HRS และพัดลมใบพัดขนาด 16 นิ้วแบบตั้งพื้น มีรีโมทรุ่น LV16S-RT ได้ถูกออกแบบและพัฒนาขึ้นอย่างพิถีพิถัน ด้วยแนวทางการออกแบบที่ล้ำสไตล์ ดูเรียบหรู สามารถเข้ากับการตกแต่งภายในห้องได้อย่างมีระดับ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่กำลังซื้อ และชื่นชอบการเลือกสินค้าให้เข้ากับการตกแต่งภายในบ้านตนเอง

ในปี 2556 บริษัทฯ ได้เริ่มพัฒนาพัดลมตั้งพื้นกึ่งตั้งโต๊ะรุ่นใบพัดขนาด 18 นิ้ว และได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี ดังนั้น ในปี 2557 ที่ผ่านมา จึงได้ทำการพัฒนาพัดลมใบพัดขนาด 18 นิ้วรุ่นติดผนัง และพัดลมโคมไฟ เพิ่มขึ้นอีก 2 รุ่น เพื่อให้มีความหลากหลายมากขึ้นและเป็นการต่อยอดความสำเร็จด้านการขยายไลน์อัพ เพื่อให้ผู้บริโภคได้มีทางเลือกมากขึ้น และสามารถตอบสนองการใช้งานที่แตกต่างได้อย่างลงตัวมากขึ้น รวมถึงการปรับเปลี่ยนไลน์อัพประเภทสีในรุ่นต่างๆ ให้ดูทันสมัยขึ้น สามารถเข้าถึงลูกค้าทุกกลุ่มเป้าหมาย ตอบรับทุกไลฟ์สไตล์ได้ดียิ่งขึ้นอีกด้วย

ผลิตภัณฑ์พัดลมระบายอากาศ

การระบายอากาศภายในบ้าน ถือเป็นสิ่งดีๆ ที่ไม่ควรมองข้าม โดยจะช่วยถ่ายเทอากาศเสีย นำอากาศบริสุทธิ์เข้ามาแทนที่ ช่วยให้รู้สึกสบายขึ้น และส่งผลดีต่อสุขภาพของทุกคนในบ้านได้เป็นอย่างดี

ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์พัดลมระบายอากาศ

- ลดฝุ่นละออง ควันและความอับชื้น ช่วยให้อากาศภายในห้องถ่ายเทได้ดีขึ้น
- ลดกลิ่น ความร้อนจากการทำอาหาร ช่วยระบายความร้อน และกลิ่นไม่พึงประสงค์จากการทำอาหารในห้องครัวได้
- ลดความร้อนสะสมก่อนเปิดใช้เครื่องปรับอากาศ ช่วยให้อุณหภูมิห้องเย็นเร็วขึ้น และทำให้ประหยัดพลังงานมากขึ้น

ผลิตภัณฑ์พัดลมระบายอากาศของบริษัทฯ ถือเป็นสินค้าที่สามารถสร้างประโยชน์ และยกระดับคุณภาพชีวิตให้กับผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ปัจจุบันบริษัทฯ มีความแข็งแกร่งด้านไลน์ผลิตภัณฑ์ที่มีรุ่นให้ผู้บริโภคเลือกอย่างหลากหลาย เหมาะสมกับการใช้งาน และการติดตั้งกับสถานที่ อาคาร บ้านเรือน หรือห้องต่างๆ ที่แตกต่างกันได้อย่างลงตัว ได้แก่ แบบติดผนัง แบบติดกระจก แบบฝังฝ้าที่ไม่ต้องใช้ท่อระบายอากาศ และแบบต่อท่อฝังฝ้า นอกจากนี้ยังมีการออกแบบใบพัดแบบพิเศษ 5 ใบพัด ตามหลัก Aerodynamics สามารถควบคุมจังหวะการหมุนของใบพัดได้อย่างแม่นยำ หมดปัญหาการย้อนกลับของแรงลม และการต้านอากาศจึงทำให้เสียงเงียบอีกด้วย

ในปี 2557 ที่ผ่านมานอกจากเริ่มใช้มอเตอร์ไฟฟ้าที่มีนวัตกรรมใหม่กับผลิตภัณฑ์พัดลมแล้ว บริษัทฯ ยังขยายการพัฒนามอเตอร์รุ่นใหม่มาใช้กับพัดลมระบายอากาศทุกรุ่น (ยกเว้นรุ่น EX-15SCT แบบฝังฝ้าโดยไม่ต้องใช้ท่อระบายอากาศ) เพื่อยกระดับความทนทาน มีประสิทธิภาพสูง ปลอดภัย เสียงเงียบ และคำนึงถึงความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในเวลาเดียวกันด้วย นับเป็นอีกปีที่บริษัทฯ สามารถนำนวัตกรรมใหม่ๆ ที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวสินค้า มาประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้อย่างกว้างขวางมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของบริษัทฯ ที่ต้องการพัฒนาสินค้าที่สามารถให้ประโยชน์สูงสุดกับลูกค้า ในทุกๆ ด้านได้เป็นอย่างดี

ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้มน้ำ

ปัจจุบัน บริษัทฯ ทำการผลิตเครื่องปั้มน้ำที่มีแรงดันสูบน้ำและส่งน้ำสูงในแบบต่างๆ ให้เหมาะสมกับการใช้งานของผู้บริโภค เช่น เครื่องปั้มน้ำแบบสูบน้ำจากบ่อน้ำหรือถังพักน้ำ, แบบทำงานอัตโนมัติตามจังหวะการเปิด-ปิดก๊อกน้ำ, แบบทำงานอัตโนมัติแรงดันคงที่ และ แบบอินเวอร์เตอร์ที่มีระบบควบคุมการทำงานด้วยแผงวงจรอิเล็กทรอนิกส์ตรวจวัดปริมาณการใช้น้ำ ช่วยทำให้ประหยัดพลังงานได้มากขึ้น

ในปี 2557 ที่ผ่านมานี้ บริษัทฯ มุ่งเน้นวิเคราะห์ตลาด เพื่อวางรากฐานการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในอนาคต รวมถึงสร้างระบบการประกันคุณภาพของสินค้าให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์เครื่องเป่ามือ (Hand dryer / Jet Towel)

บริษัทฯ ยังคงมุ่งสร้างยอดขายของผลิตภัณฑ์เครื่องเป่ามือให้เติบโตเพิ่มขึ้น ทั้งตลาดภายในประเทศ และต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง ผลิตภัณฑ์เครื่องเป่ามือ เป็นสินค้าที่ถูกสร้างสรรค์เพื่อความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง ด้วยขนาดกะทัดรัด มีพลังลมแรง สะดวกสบายในการใช้งาน และติดตั้งง่าย

คุณสมบัติหลักของเครื่อง Jet Towel คือ เป่ามือให้แห้งด้วยลมความเร็วสูง ปรับแรงลมได้หลายระดับ สามารถเปิด-ปิดระบบลมร้อนได้ และมีเสียงเงียบขณะใช้งาน ลดการใช้ทรัพยากรโดยไม่ต้องใช้กระดาษจึงไม่ก่อให้เกิดขยะ มีอัตราสิ้นเปลืองไฟฟ้าที่ต่ำ ประหยัดพลังงาน สะดวกในการดูแลรักษา ลดเวลาในการทำความสะดวก นอกจากนี้เครื่อง Jet Towel ยังมีความเหมาะสมและคุ้มค่าต่อการลงทุน โดยสามารถลดค่าใช้จ่ายสำหรับห้องน้ำในสถานที่ต่างๆ เช่น ในร้านอาหาร ภัตตาคาร อาคารสำนักงาน โรงพยาบาล โรงแรม และสถานที่สาธารณะต่างๆ อีกด้วย

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

แนวโน้มธุรกิจและการแข่งขัน

บริษัทฯ จัดจำหน่ายสินค้าผ่าน 3 กลุ่มตลาดหลัก ได้แก่ ตลาดภายในประเทศ ตลาดประเทศญี่ปุ่น และตลาดต่างประเทศอื่นๆ ในปีงบประมาณ 2557 นี้มีสัดส่วนการขายร้อยละ 35:43:22 ตามลำดับ เปลี่ยนแปลงจากปีงบประมาณ 2556 ที่มีสัดส่วน 35:45:20 ซึ่งสอดคล้องกับแผนการขายที่ได้วางไว้ก่อนเริ่มปีงบประมาณ โดยมีเป้าหมายที่จะเพิ่มสัดส่วนการขายในกลุ่มตลาดต่างประเทศอื่นๆ ให้มากขึ้น

สถานการณ์การตลาดและการขาย

ตลาดภายในประเทศ

ในปี 2557 ภาพรวมเศรษฐกิจทั้งปีในประเทศชะลอตัวลง โดยในครึ่งปีแรกภาพรวมของเศรษฐกิจมีความผันผวน จากการที่ภาคเอกชนมีการชะลอการลงทุนเนื่องจากความชัดเจนจากภาครัฐในด้านเศรษฐกิจและการเมือง ส่งผลให้ความเชื่อมั่นด้านการบริโภคอยู่ในระดับต่ำทั้งสินค้าอุปโภคและสินค้าบริโภค ประกอบกับบรรยากาศในการท่องเที่ยวไม่เอื้ออำนวย โดยปริมาณนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีจำนวนที่ลดลงเนื่องจากสถานการณ์ทางการเมือง ส่งผลให้การใช้จ่ายในพื้นที่ท่องเที่ยวลดลงตามไปด้วย ซึ่งเป็นผลทำให้ธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าในครึ่งปีแรกของตลาดภายในประเทศมีการชะลอตัวไปในทิศทางเดียวกัน สำหรับในครึ่งปีหลังเศรษฐกิจมีแนวโน้มฟื้นตัวช้า โดยแรงขับเคลื่อนในภาคการส่งออกและการท่องเที่ยวยังอยู่ในระดับต่ำ รวมทั้งการเบิกจ่ายภาครัฐยังทำได้ไม่เต็มที่ ซึ่งมีผลโดยตรงต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ ในขณะที่การใช้จ่ายของภาครัฐเร็วขึ้นมีการขยายตัวในอัตราที่ต่ำโดยผู้บริโภคมีความระมัดระวังในการใช้จ่าย เนื่องจากภาระหนี้ครัวเรือนที่ยังสูงและรายได้ในภาคเกษตรที่ตกต่ำ รวมทั้งในครึ่งปีหลังรัฐบาลไม่มีนโยบายในการกระตุ้นการบริโภคเพิ่มเติม

สถานการณ์ตลาดในประเทศ ในปีงบประมาณ 2557 ที่ผ่านมาของแต่ละผลิตภัณฑ์ สามารถสรุปพอสังเขปได้ดังนี้

- ผู้เย็น: ความต้องการรวมของสินค้าผู้เย็นในตลาดเติบโตทั้งปีลดลงร้อยละ 6.2 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยแบ่งเป็นครึ่งปีแรกเติบโตลดลงมากถึงร้อยละ 11.2 และขยับตัวดีขึ้นในครึ่งปีหลังด้วยอัตราการเติบโตลดลง ร้อยละ 0.4 ภาพรวมของตลาดทั้งประเทศเป็นไปในทิศทางลบ กำลังซื้อลดลง สวนทางกับค่าครองชีพที่ถีบตัวสูงขึ้นจากการปรับราคาสินค้าต่างๆ ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคลดลง และชะลอการใช้จ่ายและซื้อสินค้า ตลาดผู้เย็นในปี

ที่ผ่านมาการแข่งขันที่สูงมาก คู่แข่งหลายรายมีการปรับลดราคา เพื่อกระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้น

- พัฒน: ความต้องการรวมของสินค้าพัฒนาทั้งปีเติบโตเพิ่มขึ้นเล็กน้อยเพียงร้อยละ 0.7 โดยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในครึ่งปีหลัง ในขณะที่ครึ่งปีแรกความต้องการลดลงถึงร้อยละ 8.5 ซึ่งเป็นทิศทางเดียวกันกับการขายตู้เย็น
- เครื่องปั้มน้ำ: ภาพรวมตลาดมีความต้องการเพิ่มขึ้นเล็กน้อย เนื่องจากเป็นผลจากการขยายตัวของบ้านเดี่ยวที่มีการก่อสร้างเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะที่ก่อสร้างโดยประชาชนทั่วไปที่เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 13 แต่ส่วนทางกับอัตราการเติบโตของบ้านเดี่ยวที่เกิดจากการก่อสร้างโดยผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ที่ลดลงไปร้อยละ 3 เนื่องจากความไม่มั่นใจในภาวะเศรษฐกิจ และชะลอการลงทุนนั่นเอง นอกจากนี้ บริษัทขายที่เป็นตัวแทนจำหน่าย ได้มีการขยายช่องทางการจำหน่ายไปในต่างจังหวัดมากขึ้น โดยเฉพาะในส่วนที่เป็น Modern Trade ส่งผลให้การเจริญเติบโตของการขายของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.0

อย่างไรก็ดี ท่ามกลางความต้องการโดยรวมในตลาดที่ตกลงไปในช่วงปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้ทำการตลาดเชิงรุก โดยประสานงานกับตัวแทนจำหน่ายภายในประเทศจัดทำกิจกรรมการขายผ่านทางช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ รวมทั้งนำเสนอสินค้ารุ่นใหม่ ๆ ที่ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค เช่น พัฒนาพัฒนาผลิตภัณฑ์รุ่นใหม่เพิ่มขึ้น ขยายไลน์ออฟ พัฒนาขนาดใบพัด 18 นิ้ว รวมถึงพัฒนาสินค้าตู้เย็นรุ่นใหม่แบบเทคโนโลยีระบบ Inverter เป็นต้น ทำให้บริษัทฯ สามารถบรรลุยอดขายรวมในประเทศที่ 2,977 ล้านบาท โดยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วร้อยละ 2

ตลาดญี่ปุ่น

ภาพรวมทั้งปีของเศรษฐกิจญี่ปุ่นในปี 2557 มีอัตราการเติบโตลดลง โดยมีผลกระทบจากการขึ้นภาษีมูลค่าเพิ่มจากเดิมอัตราร้อยละ 5 เป็นอัตราร้อยละ 8 ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2557 ซึ่งถือเป็นปัจจัยเชิงลบที่กระทบต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจ แต่รัฐบาลได้ตัดสินใจเลือกวิธีการประกาศขึ้นอัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม ด้วยความหวังที่จะเพิ่มรายรับของรัฐบาล เพื่อมาลดหนี้สาธารณะของประเทศที่มีอัตราสูงถึง ร้อยละ 200 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมหรือ GDP ในขณะเดียวกันธนาคารกลางญี่ปุ่นได้ประกาศขยายมาตรการผ่อนคลายในเชิงปริมาณทางการเงิน (Quantitative Easing : QE) เพิ่มเติมจาก 60 ล้านล้านเยนเป็น 80 ล้านล้านเยนต่อปี เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจส่งผลกระทบโดยตรงต่อการอ่อนค่าของเงินเยน ด้วยเป้าหมายที่จะกระตุ้นมูลค่าการส่งออกของประเทศญี่ปุ่นให้เพิ่มขึ้น แต่ในทางกลับกันทำให้สินค้านำเข้ามีราคาสูงขึ้นมากกว่าร้อยละ 30 ซึ่งนโยบายดังกล่าวส่งผลกระทบต่อยอดขายของบริษัทฯ เป็นอย่างมาก

ปัจจุบันบริษัทฯ มีการส่งออกสินค้า 4 ประเภทไปยังตลาดญี่ปุ่น ได้แก่ ตู้เย็น พัดลม พัดลมระบายอากาศ และเครื่องเป่ามือ จากภาวะเศรษฐกิจภายในประเทศที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลันของนโยบายทางการเงิน ความต้องการรวมของตลาดในญี่ปุ่นได้ปรับตัวลงอย่างฉับพลันเช่นกัน โดยพัดลมลดลงร้อยละ 20 พัดลมระบายอากาศลดลงร้อยละ 5 และตู้เย็นลดลงร้อยละ 25 ซึ่งปัจจัยหลักมาจากการที่ผู้บริโภคหลีกเลี่ยงราคาสินค้าที่แพงขึ้น และได้ตัดสินใจซื้อสินค้าล่วงหน้าก่อนที่ภาษีมูลค่าเพิ่มจะถูกขึ้นในวันที่ 1 เมษายน 2557 ไปเรียบร้อยแล้ว

อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งกระทบต่อการขายของบริษัทฯ อย่างมาก ดังที่กล่าวไว้ข้างต้น บริษัทฯ ได้ปรับกลยุทธ์ด้านการตลาดรวมทั้งการบริหารการขายในแต่ละช่องทางจัดจำหน่ายให้สอดคล้องสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว ร่วมกับบริษัทมิตซูบิชิ อิเล็กทริก คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่น และสามารถบรรลุยอดขายรวมในประเทศญี่ปุ่นที่ 3,766 ล้านบาท โดยที่สามารถคงอัตราการเติบโตเท่ากับปีก่อนหน้านั้นได้

ตลาดต่างประเทศอื่นๆ

ในปี 2557 เศรษฐกิจโลกโดยรวมขยายตัวในอัตราชะลอตัวลง แม้ว่าเศรษฐกิจสหรัฐฯ จะขยายตัวได้ดีต่อเนื่อง แต่เศรษฐกิจยูโรโซน และจีนมีสัญญาณการขยายตัวที่ชะลอตัวลงชัดเจน ในขณะที่เศรษฐกิจในภูมิภาคอาเซียนยังคงขยายตัวได้ดี โดยเฉพาะมาเลเซียที่มีมูลค่าการค้าขายแดนกับไทยสูงสุด มีอัตราการเติบโตของเศรษฐกิจสะสมตั้งแต่ต้นปี 2557 ร้อยละ 6.1 ส่งผลให้การค้าขายแดนยังคงเติบโตได้ดี ในขณะที่ตลาดการส่งออกอื่นๆ ชบเซา โดยตั้งแต่เดือนมกราคม – กันยายน 2557 การค้าขายแดนของไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน (ได้แก่ มาเลเซีย เมียนมาร์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และกัมพูชา) เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปี 2556 กว่าร้อยละ 6.5

ปัจจุบันบริษัทฯ สามารถขยายการส่งออกครอบคลุมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 10 ประเทศเรียบร้อยแล้ว และยังคงได้รับผลดีจากสถานการณ์การค้าขายแดนที่เพิ่มขึ้นในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนด้วยกัน ถึงแม้ว่าการแข่งขันในกลุ่ม 10 ประเทศดังกล่าว มีค่อนข้างสูงทั้งทางด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ ราคาสินค้า รวมถึงค่าประสิทธิภาพการประหยัดพลังงาน อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ด้านการตลาดในแต่ละประเทศให้สอดคล้องกับสภาพการแข่งขันในปัจจุบัน เช่น การปรับราคาขายผลิตภัณฑ์ พัดลมให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดเวียดนาม และจัดรายการส่งเสริมการขายในตลาดมาเลเซีย เป็นต้น

บริษัทฯ ยังขยายช่องทางการขายในประเทศออสเตรเลียให้มากขึ้น ผ่านกลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจใหม่อย่างบริษัท Harvey Norman โดยมีการสร้างแผนกลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์ ราคาและการส่งเสริมการขายร่วมกัน เพื่อขยายการขายไปยังช่องทางจัดจำหน่ายใหม่ของ Harvey Norman ที่มีอยู่ทั่วประเทศออสเตรเลียให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ ตลาดส่งออกใหม่ของบริษัทฯ ที่เพิ่งเกิดขึ้นอย่างซาอุดีอาระเบีย และสหพันธรัฐรัสเซีย ในปี 2557 ก็ถือเป็นตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ และสร้างยอดขายที่เพิ่มขึ้นให้บริษัทฯ ในอนาคตต่อไป

ในปี 2557 ที่ผ่านมา บริษัทฯ มีการทำแผนขยายช่องทางจัดจำหน่าย ร่วมกับบริษัทฯ ในกลุ่ม มิตรชูปิชิ อิเล็กทริก ในแต่ละประเทศอย่างจริงจัง เพื่อเร่งขยายยอดขายและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดให้มากขึ้น โดยเฉพาะในตลาดมาเลเซีย เวียดนาม และอินโดนีเซีย สอดคล้องกับนโยบายการขยายการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศอื่นๆ ของบริษัทฯ ทำให้สามารถบรรลุยอดขายรวมในตลาดต่างประเทศอื่นๆ ที่ 1,884 ล้านบาท โดยที่ทุกผลิตภัณฑ์ นับตั้งแต่ ตู้เย็น พัดลม พัดลมระบายอากาศ เครื่องปั้มน้ำ สามารถบรรลุอัตราการเติบโตมากกว่าปีก่อนหน้าที่ ร้อยละ 6: 29: 30 และ 22 ตามลำดับ

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 มิตรชูปิชิ อิเล็กทริก คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งได้มีการศึกษา และสำรวจความต้องการของตลาด และนำไปสู่กระบวนการตกลงสเปคตามความต้องการกับลูกค้า 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 ทั้งตลาดในประเทศและตลาด

ต่างประเทศ ในการดำเนินการให้ข้อมูลข่าวสารทางเทคนิคสำหรับผลิตภัณฑ์ การอบรมความรู้ทางเทคนิคสำหรับผลิตภัณฑ์รุ่นใหม่ การวิเคราะห์สาเหตุและวิธีการแก้ไขปัญหา การให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะการติดตั้ง การใช้ผลิตภัณฑ์ การจัดหาอะไหล่และอุปกรณ์การบริการหลังการขาย รวมถึงการประสานงานและดำเนินการร่วมกับตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ในการแก้ไขปัญหาคุณภาพที่อาจเกิดขึ้นอย่างกะทันหัน

กำลังการผลิตและปริมาณการผลิต

บริษัทฯ มีกำลังการผลิตและปริมาณการผลิตในปี 2555 – 2557

ผลิตภัณฑ์	หน่วย	2557	2556	2555
ตู้เย็น				
กำลังการผลิตเต็มที่	เครื่อง	1,200,000	1,200,000	1,100,000
ปริมาณการผลิตจริง	เครื่อง	842,355	929,881	936,294
อัตราการใช้กำลังการผลิต	ร้อยละ	70%	77%	85%
พัดลมและพัดลมระบายอากาศ				
กำลังการผลิตเต็มที่	เครื่อง	1,600,000	1,600,000	1,500,000
ปริมาณการผลิตจริง	เครื่อง	1,493,673	1,228,619	1,353,926
อัตราการใช้กำลังการผลิต	ร้อยละ	93%	77%	90%
เครื่องปั้มน้ำ				
กำลังการผลิตเต็มที่	เครื่อง	250,000	250,000	250,000
ปริมาณการผลิตจริง	เครื่อง	227,554	175,795	212,556
อัตราการใช้กำลังการผลิต	ร้อยละ	91%	70%	85%
เครื่องเป่ามือ				
กำลังการผลิตเต็มที่	เครื่อง	50,000	50,000	40,000
ปริมาณการผลิตจริง	เครื่อง	25,756	25,350	20,071
อัตราการใช้กำลังการผลิต	ร้อยละ	51%	51%	50%

การจัดหาวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

	สัดส่วน การซื้อ/ใช้ (ร้อยละ)	แหล่งวัตถุดิบ	
		ในประเทศ	ต่างประเทศ
1. คอมเพรสเซอร์	17.7	√	√
2. เหล็กทำชิ้นส่วน	18.6	√	√
3. น้ำยาโฟม	5.9	√	
4. ทองแดง	4.1	√	
5. เม็ดพลาสติก	9.5	√	√
6. สายไฟ	3.4	√	√
7. มอเตอร์	1.9	√	√
8. ชิ้นงานหล่อ	2.3	√	
9. ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์	10.9	√	√
10. ก่อกล่องกระดาษ	2.5	√	

สัดส่วนการซื้อวัตถุดิบในประเทศและต่างประเทศ

สัดส่วนวัตถุดิบร้อยละ 12.7 ยังต้องนำเข้าจากต่างประเทศ เช่น คอมเพรสเซอร์ เหล็กทำชิ้นส่วน และ ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้เนื่องจากสินค้าที่บริษัทฯ ผลิตต้องมีคุณภาพตามมาตรฐานที่มีมติของ อีเล็กทริก คอร์ปอเรชันกำหนด ซึ่งมีลักษณะเฉพาะตัว ชิ้นส่วนและวัสดุบางชนิดจึงไม่สามารถจัดซื้อภายในประเทศได้ นอกจากนี้การซื้อชิ้นส่วนและวัตถุดิบในปริมาณมากๆ โดยมีบริษัทย่อยของ MELCO ทำหน้าที่จัดหาชิ้นส่วน และวัตถุดิบ จะทำให้ต้นทุนการผลิตถูกลงได้

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิตหรือการกำจัดวัตถุดิบเหลือใช้

บริษัทฯ มีความตระหนักในเรื่องผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิตและงานบริการ ดังนั้นจึงจัดตั้งนโยบายสิ่งแวดล้อมโดยคำนึงถึงการสร้างสมดุลต่อสิ่งแวดล้อมโลก และสิ่งแวดล้อมในสังคมท้องถิ่น โดยได้จัดสร้างระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management System : EMS) ที่มีความสอดคล้องตามข้อกำหนดในมาตรฐาน ISO 14001 เป็นเกณฑ์

จากรายงานการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ประจำปี 2557 ที่ประชุมคณะกรรมการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management Committee : EMC) บริษัทฯ ได้ดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อนโยบายสิ่งแวดล้อม ดังต่อไปนี้

- การลดการใช้สารทำความเย็นที่มีผลกระทบต่อการทำลายชั้นบรรยากาศโลก โดยเปลี่ยนการใช้ยา R 134 a มาใช้สารทำความเย็น R600 a แทน เพื่อลดและป้องกันการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิโลก

- การดำเนินกิจกรรมในการอนุรักษ์พลังงาน
 - เปลี่ยนหลอดไฟ จาก T8 เป็น T5 จำนวน 382 หลอด ประเมินการประหยัดพลังงานได้ 14,206 KWh/ปี
 - ติดตั้งมอเตอร์เพื่อวัดค่าประหยัดพลังงานและกำหนดกิจกรรมประหยัดพลังงาน สำหรับเครื่องจักรที่ลงทุนใหม่ อาทิ เครื่อง Hot Water สายการผลิต PCB
 - กรณีที่มีการลงทุนเครื่องจักรและอุปกรณ์ใหม่ จะพิจารณาขนาดของมอเตอร์และประสิทธิภาพของมอเตอร์ให้เหมาะสมกับงาน อาทิ ลดขนาดมอเตอร์เครื่องบีบไฮดรอลิก (Hydraulic Press) 100 Ton จาก 30 กำลังม้าเป็น 25 กำลังม้า สามารถลดปริมาณการใช้ไฟฟ้าได้
 - ค่าพลังงานไฟฟ้าที่ใช้ในสายการผลิตลดลงจากจำนวน 350 MWh ในปี 2556 เป็นจำนวน 300 MWh ในปี 2557 คิดเป็นร้อยละ 14
- ลดผลกระทบที่มีต่อชุมชนรอบโรงงาน
 - ปรับปรุงการส่งกลิ่นสีที่กระจายไปยังชุมชนโดยการเพิ่มความสูงของปล่องระบายอากาศจากความสูง 16 เมตร เป็น 20 เมตร เพื่อให้กลิ่นกระจายตัวไปในอากาศได้ดี และอยู่ในค่าที่ไม่ทำลายชั้นบรรยากาศอีกด้วย
 - ปรับปรุงการทิ้งน้ำเสีย โดยการเพิ่มตัวกรองกากสี
- เพิ่มถังขยะสำหรับใส่เศษโลหะบัดกรี และรณรงค์การทิ้งขยะให้ถูกประเภทของขยะ โดยติดบอร์ดและจัดฝึกอบรม การคัดแยกขยะอย่างถูกวิธีให้พนักงานทุกคนได้ทราบ
- การดำเนินการในระบบโลจิสติกส์
 - ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ โดยการลดระยะทางของรถบรรทุก และเลือกส่งในสถานที่ใกล้เคียง สามารถลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้ร้อยละ 8
 - ใช้กล่องกระดาษที่เหลือทิ้งจากสายการผลิตมาใช้กันกระแทกสินค้าในกระบวนการจัดส่ง เพื่อหลีกเลี่ยงสินค้าเกิดความเสียหายจากการขนส่ง โดยในปี 2557 มีการนำกลับมาใช้เป็นจำนวน 90 ตัน

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

2.4 งานที่ยังไม่ส่งมอบ

- ไม่มี -

3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทฯ กำหนดมาตรการและแนวทางในการประเมินและบริหารความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อการดำเนินงาน ดังนี้

ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี และการพัฒนาผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน เป็นสินค้าที่มีการพัฒนาและออกแบบรุ่นใหม่ ๆ เป็นประจำทุกปี ซึ่งถือเป็นความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงในด้านเทคโนโลยี และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่อาจมีผลทำให้สินค้าล้าสมัย และมีรุ่นใหม่มาทดแทนอย่างรวดเร็ว บริษัทฯ จึงต้องมีการติดตามการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง

เพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทฯ ได้ศึกษาแนวโน้มของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด อีกทั้งมุ่งเน้นเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและประหยัดพลังงาน โดยบริษัทฯ ได้รับการสนับสนุนด้านการพัฒนา ออกแบบ และเทคโนโลยี จากบริษัท มิตรubishi อิเล็กทริก คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่น ผู้ร่วมทุน ส่งผู้เชี่ยวชาญมาให้คำแนะนำและปรึกษา ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทำให้บริษัทฯ สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จะเห็นได้จากในปี 2557 ได้มีการพัฒนาตู้เย็นรุ่นใหม่ที่ใช้คอมเพรสเซอร์ระบบอินเวอร์เตอร์ (Neuro Inverter) และออกแบบหน้าบานประตูที่มีความเงาเสมือนกระจก (Uni Glossy Door Panel) สำหรับตู้เย็น 2 ประตูขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี จากเทคโนโลยีประหยัดพลังงานและการออกแบบหน้าบานประตูที่เรียบหรู สามารถแข่งขันในตลาดได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ สินค้าคงคลังอาจมีความเสี่ยงของการล้าสมัยอย่างรวดเร็ว ตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เพื่อเป็นการควบคุมค่าใช้จ่ายและลดความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทฯ จะทำการผลิตสินค้าเมื่อได้รับการยืนยันคำสั่งซื้อจากลูกค้าเท่านั้น โดยสินค้าคงคลังจะมีการจัดเก็บไว้เฉพาะจำนวนที่จำเป็น และมีการบริหารความเสี่ยงเพื่อตอบสนองความต้องการกรณีที่มีคำสั่งซื้อฉุกเฉิน หรือเพื่อทดแทนของเสียที่เกิดขึ้นจากการผลิตเท่านั้น บริษัทฯ ยังดำเนินการติดตามสินค้าคงคลังที่เคลื่อนไหวช้าในทุกสัปดาห์ ผ่านระบบสารสนเทศที่ถูกนำเข้ามาช่วยวิเคราะห์ข้อมูล หากพบว่าสินค้าที่ไม่เคลื่อนไหวเป็นเวลานาน ก็จะเร่งจัดทำรายการส่งเสริมการขายไปยังประเทศต่าง ๆ

ความเสี่ยงจากการเปิดเสรีการค้า และก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง มากมาย ทั้งทางด้านทรัพยากรบุคคล เงินทุน แรงงาน และตลาดการค้า บริษัทฯ ได้ประเมินความเสี่ยงที่น่าจะเกิดขึ้น ดังนี้

- การแข่งขันด้านราคา เนื่องจากประเทศไทยไม่มีมาตรการกีดกันทางการค้าที่มีโทษภัย (NTBs) ทำให้สินค้านำเข้ามามีราคาถูก ไม่มีมาตรฐานควบคุม ส่งผลเสียต่อความปลอดภัยผู้บริโภค และยังเป็นการแข่งขันของสินค้าที่ผลิตภายในประเทศอีกด้วย อย่างไรก็ดี ด้วยนโยบาย

คุณภาพที่มุ่งมั่นผลิตสินค้าให้สอดคล้องตามข้อกำหนดในมาตรฐานคุณภาพ ประหยัดพลังงาน บริษัทฯ จึงสามารถรักษาคำแหน่งทางการตลาดได้เป็นอย่างดี

- ข้อจำกัดในการขยายการส่งออก เนื่องจากขั้นตอนพิธีการทางศุลกากร มาตรการด้านสุขอนามัย และมาตรฐานอุตสาหกรรม ถือเป็นอุปสรรคต่อการส่งออก ด้วยมาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (Non- Tariff Barriers: NTBs) ทำให้การเคลื่อนย้ายสินค้าระหว่างกันชะลอตัว หรือไม่สามารถส่งออกสินค้าไปประเทศนั้นได้ ทำให้เสียโอกาสในการขาย และขยายตลาดไปยังแถบประเทศอาเซียน แต่ด้วยความเชื่อมั่นในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องตามมาตรฐานสากลสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้า ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถส่งออกสินค้าไปยังกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้ โดยดำเนินการยื่นขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของแต่ละประเทศก่อนที่จะทำการส่งออก

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเร่งสร้างและขยายความร่วมมือกับคู่ค้าในแต่ละประเทศ แต่ละภูมิภาคอย่างต่อเนื่อง โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง ปลอดภัย และประหยัดพลังงาน มีความสวยงามพร้อมด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อตอบสนองอัตราการครอบครองสินค้าหลายประเภทที่ยังอยู่ในระดับที่ต่ำ ซึ่งเป็นโอกาสทางการขายที่จะเพิ่มมากขึ้นในอนาคตอีกหลายเท่าตัว

ความเสี่ยงด้านการจัดหาวัตถุดิบและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)

- ในรอบปีที่ผ่านมาความเสี่ยงในเรื่องราคาวัตถุดิบในตลาดโลกยังคงมีราคาที่สูงอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะวัตถุดิบที่สำคัญที่ใช้ผลิตสินค้า เช่น พลาสติก ทองแดง อลูมิเนียม อีกทั้งราคาน้ำมันที่มีความผันผวนในตลาดโลกส่งผลกระทบต่อราคาขายปลีกในประเทศ ต้นทุนวัตถุดิบและค่าใช้จ่ายในการผลิตของแต่ละผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มสูงขึ้นด้วย ปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้
- ความเสี่ยงจากผลกระทบจากภัยพิบัติธรรมชาติที่เกิดขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ หากเกิดขึ้นเมื่อใด จะมีผลกระทบต่อระบบ Supply Chain ของผู้ผลิตชิ้นส่วนและวัตถุดิบที่ใช้สำหรับการผลิตสินค้า อาทิ เหตุการณ์แผ่นดินไหวที่ประเทศญี่ปุ่น และภัยธรรมชาติในบางประเทศที่บริษัทฯ ส่งสินค้าไปจำหน่าย บริษัทฯ จึงได้จัดทำแผนธุรกิจต่อเนื่อง (Business Continuity Plan) และปรับกลยุทธ์การผลิตเพื่อให้สามารถส่งมอบสินค้าให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ โดยในปี 2557 ได้นำแผงวงจรไฟฟ้า (Print Circuit Board: PCB) มาทำการผลิตเอง เพื่อลดความเสี่ยงในการขาดแคลนชิ้นส่วนที่สำคัญ (Critical Component Parts) ที่ใช้ในการผลิตตู้เย็นซึ่งบริษัทฯ เคยประสบปัญหาขาดแคลนชิ้นส่วนดังกล่าวเมื่อปี 2554 ที่ประเทศไทยประสบอุทกภัยครั้งใหญ่ เกิดผลกระทบต่อการผลิตของซัพพลายเออร์ และต้องปิดกิจการไป ดังนั้นบริษัทฯ จึงได้ตัดสินใจลงทุนเปิดสายการผลิต เพื่อทำการผลิต PCB เอง ซึ่งนอกจากจะลดความเสี่ยงในการจัดหาชิ้นส่วนที่สำคัญ แล้ว ยังสามารถควบคุมจำนวนการผลิตชิ้นส่วน PCB ให้ผัน

แปรตามแผนการผลิตผลิตภัณฑ์ผู้ยื่นได้ และลดต้นทุนในการผลิต อีกทั้งเป็นการเพิ่มทักษะให้กับพนักงานในด้านเทคโนโลยีขั้นสูง

ความเสี่ยงทางการเงิน

- ความเสี่ยงจากเงินตราต่างประเทศ บริษัทฯ มีความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ซึ่งเกิดจากขายสินค้า ข้าราชการสินค้า วัตถุดิบ เครื่องจักรและอุปกรณ์ ที่เป็นเงินตราต่างประเทศ บริษัทฯ ได้ทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศไว้ล่วงหน้า โดยมีกำหนดระยะเวลาไม่เกินหนึ่งปี เพื่อป้องกันความเสี่ยงขอบหนี้สินทางการเงินที่เป็นเงินตราต่างประเทศ
- ความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ย หมายถึง ความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดในอนาคตของอัตราดอกเบี้ยในตลาด ซึ่งส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและกระแสเงินสดของบริษัทฯ เนื่องจากดอกเบี้ยมีอัตราลอยตัว ทั้งนี้ ผู้บริหารของบริษัทฯ เชื่อว่า ไม่มีความเสี่ยงในอัตราดอกเบี้ย อย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากบริษัทฯ ไม่มีเงินกู้ยืมและวันครบกำหนดของเงินฝาก และสินทรัพย์ทางการเงินอื่น มีเวลาระยะสั้นประกอบกับอัตราดอกเบี้ยเป็นไปอัตราตลาดด้วย ดังนั้น บริษัทฯ จึงมิได้ทำสัญญาเพื่อป้องกันความเสี่ยงดังกล่าวด้วย
- ความเสี่ยงทางด้านสินเชื่อเป็นความเสี่ยงที่ลูกค้าหรือคู่สัญญาอาจจะไม่สามารถชำระหนี้ให้แก่บริษัทฯ ตามเงื่อนไขที่ตกลงกันไว้เมื่อครบกำหนด ดังนั้น บริษัทฯ จึงได้กำหนดนโยบายทางด้านสินเชื่อเพื่อจัดการและควบคุมความเสี่ยงนี้ โดยการวิเคราะห์ฐานะทางการเงินของลูกค้าทุกรายที่ขอวงเงินสินเชื่อในระดับหนึ่งๆ ในเรื่องนี้ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ เชื่อกันว่าจะไม่เกิดผลเสียหายอันมีนัยสำคัญจากการเก็บหนี้จากลูกค้าไม่ได้
- ความเสี่ยงจากสภาพคล่องบริษัทฯ มีการควบคุมความเสี่ยงจากการขาดสภาพคล่องโดยการรักษาระดับของเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดให้เพียงพอต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ และเพื่อให้ผลกระทบจากความผันผวนของกระแสเงินสดลดลง

ความเสี่ยงทางด้านการงาน

ประเทศไทยประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงานในทุกภาคส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคอุตสาหกรรมของเอกชน เนื่องจากอัตราเพิ่มของประชากรต่ำมาก และประชาชนนิยมศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น เป็นเหตุให้มีบุคลากรมาสู่ภาคแรงงานไม่มากนัก จึงก่อให้เกิดภาวะการแย่งแรงงานกันขึ้น โดยการเสนอค่าตอบแทนและสวัสดิการที่สูงกว่า เพื่อให้ได้แรงงานเข้ามาทำงานกับตน ทางบริษัทฯ ได้ใช้มาตรการในหลายรูปแบบรวมทั้งเสนอค่าตอบแทนและสวัสดิการจูงใจที่แข่งขันได้ จึงสามารถรักษาและจัดหาแรงงานเข้ามาทำงานได้อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้สร้างความร่วมมือกับสถาบันอาชีวศึกษา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเรียนการสอน อันจะส่งผลต่อการลดปัญหาการขาดแคลนแรงงานลงได้

ความเสี่ยงทางด้านกฎหมายที่มีการเปลี่ยนแปลง

ประเทศไทยมีกฎหมายและข้อกำหนดใหม่ๆ ออกมาใช้บังคับหลายฉบับ เช่น การปรับภาษีเงินได้นิติบุคคลตามรอบบัญชีที่กำหนด การปรับอัตราค่าจ้างแรงงานขึ้นตามมาตรฐานฝีมือแรงงาน กฎหมายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย การอนุรักษ์พลังงาน ข้อกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม รวมทั้งกฎหมาย ข้อกำหนด ของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่บริษัทจดทะเบียนต้องถือปฏิบัติ บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในด้านนี้ จึงได้มีหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแล และติดตามการมีผลบังคับใช้ของกฎหมายและข้อกำหนดดังกล่าว พร้อมรายงานให้ผู้บริหารระดับสูงทราบ และสั่งการให้มีการปฏิบัติให้สอดคล้องหรือเป็นไปตามที่กำหนดไว้ทุกประการ

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ มี ณ วันที่ 31 มี.ค. 2558 ดังนี้
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์

(หน่วย : ล้านบาท)

ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า	ภาระผูกพัน
ที่ดิน	เป็นเจ้าของ	130.44	ไม่มี
อาคารสำนักงาน และอาคารโรงงาน	เป็นเจ้าของ	86.72	ไม่มี
เครื่องจักร / อุปกรณ์	เป็นเจ้าของ	584.36	ไม่มี
แม่พิมพ์	เป็นเจ้าของ	264.44	ไม่มี
งานระหว่างก่อสร้าง และติดตั้ง	เป็นเจ้าของ	81.73	ไม่มี
เครื่องใช้สำนักงาน	เป็นเจ้าของ	23.79	ไม่มี
อื่น ๆ	เป็นเจ้าของ	36.25	ไม่มี
รวม		1,207.73	

การแบ่งส่วนค่าเสื่อมราคา

ปี 2557

ปี 2556

ค่าเสื่อมราคา	280 ล้านบาท	275 ล้านบาท
1) ต้นทุนการผลิต	272 ล้านบาท	268 ล้านบาท
2) ค่าใช้จ่ายในการขาย บริหาร และการวิจัยพัฒนา	8 ล้านบาท	7 ล้านบาท

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2558 บริษัทฯ มีเครื่องจักรและอุปกรณ์จำนวนหนึ่ง ซึ่งตัดค่าเสื่อมราคาหมดแล้ว แต่ยังใช้งานอยู่ มูลค่าตามบัญชี ก่อนหักค่าเสื่อมราคาสะสมของสินทรัพย์ดังกล่าว มีจำนวนเงินประมาณ 3,076 ล้านบาท (ปี 2556 = 3,006 ล้านบาท)

สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนที่สำคัญ

(หน่วย : ล้านบาท)

	ซอฟต์แวร์			รวม
	สิทธิบัตร	คอมพิวเตอรื	อื่น ๆ	
มูลค่าตามบัญชี - สุทธิ	-	7.31	-	7.31

อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน มีมูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 มีนาคม 2558 แสดงได้ดังนี้

(หน่วย : ล้านบาท)

	ที่ดินให้เช่า	อาคาร	รวม
มูลค่าตามบัญชี - สุทธิ	4.97	-	4.97

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

นโยบายในการลงทุนของบริษัทฯ จะมุ่งเน้นการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง 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 ตำบลบางโฉลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540 โทรศัพท์ 0-2337-2900 (อัตโนมัติ) 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 2558)
หน่วยประสานงาน	:	ฝ่ายสำนักกรรมการผู้จัดการ โทรศัพท์ 0-2337-2900 (อัตโนมัติ) โทรสาร 0-2337-2439-40 E-mail address : information@kye.meap.com

บุคคลอ้างอิง

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

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต : นางสาวอรรณ ศรีรัตนวงศ์ เลขทะเบียน 3757 และ / หรือ
นางสาวนิตยา เชนฐโชติรส เลขทะเบียน 4439 และ / หรือ
นางสาวบุญศรี โชติไพบุลย์พันธุ์ 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 กัณยอิเล็กทริก จำกัด (มหาชน)
67 หมู่ 11 ถนน บางนา-ตราด ก.ม.20 ตำบลบางโฉลง อำเภอบางพลี
จังหวัดสมุทรปราการ 10540 โทรศัพท์ 0-2337-2900 ต่อ 510
โทรสาร 0-2337-2439-40

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