

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท กังยงอิเล็กทริก จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งเมื่อวันที่ 12 มกราคม 2507 โดยนายสิทธิผล โพธิ์วรคุณ ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 10 ล้านบาท ภายใต้ชื่อบริษัท กังยงอิเล็กทริก แมนูแฟคเจอร์ส จำกัด โดยการร่วมทุนระหว่างกลุ่มครอบครัวโพธิ์วรคุณ และบริษัท มิตซูบิชิ อิเล็กทริก คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่น บริษัทฯ มีวัตถุประสงค์ของการดำเนินธุรกิจเพื่อผลิตและจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ภายใต้เครื่องหมายการค้า “มิตซูบิชิ อิเล็กทริก” โดยในปีพ.ศ. 2536 บริษัทฯ ได้รับอนุมัติเข้าเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พร้อมทั้งแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และเปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท กังยงอิเล็กทริก จำกัด (มหาชน)” ใช้ชื่อหลักทรัพย์ “KYE” มีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 220 ล้านบาท มีจำนวนหุ้นสามัญรวม 22 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ (ราคาพาร์) หุ้นละ 10 บาท

ปัจจุบัน บริษัทฯ มีสำนักงาน และโรงงานตั้งอยู่บนพื้นที่ 73 ไร่ 2 งาน 23 ตารางวา เลขที่ 67 หมู่ 11 ต.เทพรัตน กม. 20 ต.บางโหลง อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540 เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ตู้เย็น พัดลมไฟฟ้า พัดลมระบายอากาศ และเครื่องปั้มน้ำ โดยได้รับลิขสิทธิ์และเทคโนโลยีในการผลิตจากบริษัท มิตซูบิชิ อิเล็กทริก คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่นซึ่งเป็นบริษัทผู้ร่วมทุน

1.1 นโยบายบริหาร และพันธกิจ

นโยบายบริหาร :

สนับสนุนผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีต่อสุขภาพและคุณภาพชีวิตของลูกค้า

อุทิศตนเพื่อนำพาสังคมและสิ่งแวดล้อม มีชีวิตชีวายิ่งขึ้นไป

ภายใต้สโลแกน “ONE KYE FOR OUR CUSTOMERS”

พันธกิจ :

1. มุ่งเสริมยุทธศาสตร์การเติบโตอย่างยั่งยืนในตลาดโลก รวมถึงสร้างรายได้และผลกำไรอย่างมั่นคงต่อเนื่อง
2. สร้างระบบการบริหารงานที่แข็งแกร่ง จับใจ และสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดและสภาพแวดล้อม
3. ให้ความสำคัญสูงสุดต่อเรื่องความปลอดภัยและคุณภาพ รวมถึงการปฏิบัติให้ถูกต้องตามกฎหมายและจริยธรรมทางธุรกิจโดยเคร่งครัด

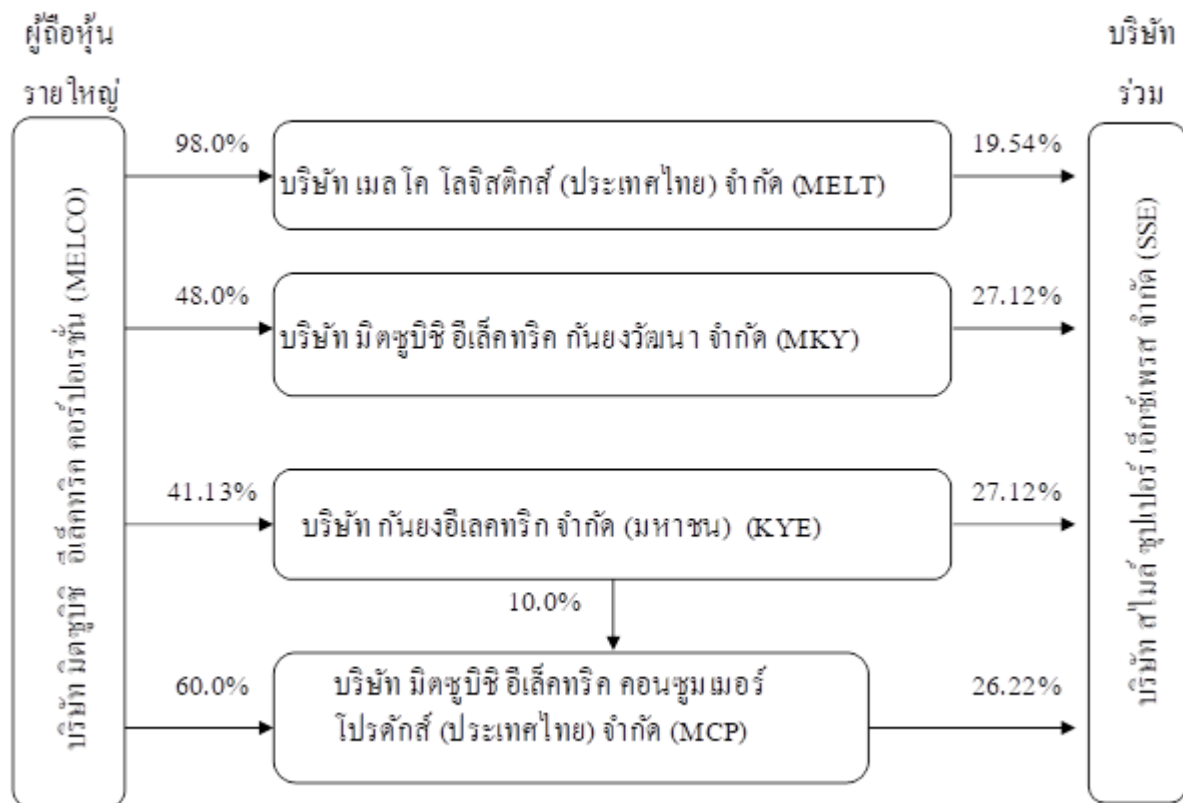
1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญในรอบปี 2561

- วันที่ 25 กรกฎาคม 2561 ที่ประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี มีมติอนุมัติการจัดสรรกำไรเป็นเงินปันผลในอัตราหุ้นละ 16.35 บาท รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 359.7 ล้านบาท จ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้นในวันที่ 23 สิงหาคม 2561
- วันที่ 4 กันยายน 2561 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 3/2561 มีมติอนุมัติโครงการซื้อหุ้นคืนเพื่อบริหารทางการเงิน ผ่านทางการเสนอซื้อเป็นการทั่วไป (General Offer หรือ GO) วงเงินสูงสุดในการซื้อหุ้นคืนไม่เกิน 968 ล้านบาท จำนวนหุ้นไม่เกิน 2,200,000 หุ้น คิดเป็นไม่เกินร้อยละ 10 ของหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของทุนชำระแล้วของบริษัทฯ
- บริษัทฯ มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์รุ่นใหม่ออกสู่ตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพิ่มประโยชน์ในการใช้สอย เน้นการประหยัดพลังงานและคุณภาพ และสามารถช่วยผลักดันยอดขายให้เพิ่มมากขึ้น
 - กันยายน 2561 เริ่มผลิตตู้เย็นรุ่นใหม่ที่ใช้ฝาตู้เย็นแบบกระจกนิรภัย (Tempered Glass Door) รุ่น 4 ประตู Bottom Freezer และ รุ่น 2 ประตู Top Freezer จำหน่ายภายในประเทศ และส่งออกไปยังประเทศออสเตรเลีย อินโดนีเซีย มาเลเซีย เวียดนาม สิงคโปร์และฮ่องกง
 - ธันวาคม 2561 เริ่มผลิตพัดลมเพดาน ขนาดใบพัด 1500 มม. โดยใบพัดใช้วัสดุพลาสติกพิเศษ เน้นปริมาณลมสูงตรงกลาง
 - มกราคม 2562 เริ่มผลิตผลิตภัณฑ์ปั้มน้ำรุ่นใหม่ R-series ซึ่งรองรับมาตรฐาน ฉลากประหยัดไฟฟ้าเบอร์ 5 ระดับสูงสุด 3 ดาว
- บริษัทฯ มีการลงทุนและปรับปรุงกระบวนการผลิต ประจำปี 2561
 - กันยายน-ตุลาคม 2561 ฝ่ายผลิตปั้มน้ำ ติดตั้งเครื่องจักร CNC ทดแทน จำนวน 4 เครื่อง สำหรับผลิตชิ้นงานเรือนปั้ม (Casing) และใบพัดแรงดันน้ำ (Impeller) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การควบคุมคุณภาพที่แม่นยำยิ่งขึ้น รองรับมาตรฐานประหยัดไฟฟ้าเบอร์ 5 แบบใหม่
- รางวัลแห่งความภาคภูมิใจ ประจำปี 2561
 - กันยายน 2561 บริษัทฯ ได้รับรางวัลสถานประกอบการดีเด่นด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการแรงงาน จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน ซึ่งปีที่ผ่านมามีผลการได้รับการได้รับรางวัลเป็นปีที่ 12 ติดต่อกัน (พ.ศ. 2550 – พ.ศ. 2561)
 - ตุลาคม 2561 บริษัทฯ ได้รับรางวัล Good Design Award จาก Japan Institute of Design Promotion ประเทศญี่ปุ่น สำหรับตู้เย็น 2 ประตู FX-Series (Glass Door Type) ซึ่งเป็นตู้เย็นที่พัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่อาศัยในคอนโดมิเนียม ตู้เย็น FX-Series ได้ออกแบบรูปลักษณ์ที่ทันสมัย บานประตูทำด้วยกระจกนิรภัยที่เรียบหรู

1.3 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

บริษัทฯ เป็นผู้ผลิต และจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ภายใต้เครื่องหมายการค้า “มิตซูบิชิ อิเล็กทริก” โดยได้รับลิขสิทธิ์และเทคโนโลยีการผลิต จากบริษัท มิตซูบิชิ อิเล็กทริก คอร์ปอเรชั่น (MELCO) ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ ดังนั้นธุรกิจหลักของบริษัทฯ จึงมีความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่อย่างมีนัยสำคัญ โดยบริษัทฯ ได้ร่วมกับบริษัท MKY และ MCP ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ จัดตั้งบริษัท SSE ทำหน้าที่บริหารและดูแลการจัดเก็บสินค้าคงคลังของทั้ง 3 บริษัท เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหาร และควบคุมต้นทุนด้านโลจิสติกส์ของบริษัทฯ

ในเดือนมีนาคม 2561 SSE ได้มีการเปลี่ยนแปลงการบริหารงาน โดยมีบริษัท เมลโค โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด (MELT) ได้เข้าร่วมร่วมลงทุน เพื่อขยายยอดขายและกำไร โดย MELT เป็นผู้มีส่วนการดำเนินงานบริหารสินค้าคงคลัง และงานขนส่งสินค้า รายละเอียดและความสัมพันธ์มีดังต่อไปนี้



บริษัทที่เกี่ยวข้อง

ชื่อบริษัท	:	บริษัท เมลโค โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	:	การขนส่ง และขนถ่ายสินค้า รวมถึงคนโดยสาร
วันที่ก่อตั้ง	:	1 ธันวาคม 2004
ทุนจดทะเบียน/ทุนชำระแล้ว	:	39 ล้านบาท / 39 ล้านบาท
ความสัมพันธ์	:	ไม่มี
เหตุผลที่ไม่จัดเข้ากลุ่ม	:	ลักษณะการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน

ชื่อบริษัท	:	บริษัท มิตซูบิชิ อิเล็กทริก กันยงวัฒนา จำกัด (MKY)
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	:	ผู้จำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ใช้ในครัวเรือน
วันที่ก่อตั้ง	:	1 พฤศจิกายน 2514
ทุนจดทะเบียน/ทุนชำระแล้ว	:	120.1 ล้านบาท / 120.1 ล้านบาท
ความสัมพันธ์	:	มีกรรมการบริษัทร่วมกัน 3 ท่าน คือ นายประพัฒน์ โพธิ์วรรณ นายประพนธ์ โพธิ์วรรณ และนายชาซูมิ ทาซึโนกิ
เหตุผลที่ไม่จัดเข้ากลุ่ม	:	ลักษณะการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน

ชื่อบริษัท	:	บริษัท มิตซูบิชิ อิเล็กทริก คอนซูมเมอร์ โปรดักส์ (ประเทศไทย) จำกัด (MCP)
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	:	ผู้ผลิตเครื่องปรับอากาศสำเร็จรูปผลิตขึ้นส่วนเครื่องปรับอากาศ
วันที่ก่อตั้ง	:	27 พฤศจิกายน 2532
ทุนจดทะเบียน/ทุนชำระแล้ว	:	120 ล้านบาท / 120 ล้านบาท
ความสัมพันธ์	:	มีกรรมการบริษัทร่วมกัน 2 ท่าน คือ นายทาเคโนริ อะดาคิ และนายทาเคชิ โอชิมะ
เหตุผลที่ไม่จัดเข้ากลุ่ม	:	ลักษณะการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้หลักของบริษัทฯ คือ รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตู้เย็น พัดลมไฟฟ้า พัดลมระบายอากาศ เครื่องปั๊มน้ำ และ เครื่องเป่ามือ ซึ่งมีโครงสร้างรายได้สำหรับปีสิ้นสุด ณ 31 มีนาคม 2560, 2561 และ 2562 ดังต่อไปนี้

มูลค่า : ล้านบาท

ผลิตภัณฑ์	สำหรับปีสิ้นสุด 31 มีนาคม					
	ปี 2560		ปี 2561		ปี 2562	
	รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%
มูลค่าการจำหน่ายภายในและต่างประเทศ						
พัดลมไฟฟ้าและพัดลมระบายอากาศ	1,516.7	16.8	1,434.1	16.6	1,531.9	19.3
ตู้เย็น	6,440.1	71.1	6,236.8	72.2	5,399.0	67.8
เครื่องปั๊มน้ำ	962.9	10.6	841.6	9.8	919.0	11.5
เครื่องเป่ามือ	61.3	0.7	45.0	0.5	15.9	0.2
อื่นๆ	74.3	0.8	74.2	0.9	94.4	1.2
รวมมูลค่า	9,055.3	100	8,631.7	100	7,960.2	100

หมายเหตุ: รายได้อื่นๆ ประกอบด้วยรายได้จากการขายชิ้นส่วนอะไหล่

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ได้แก่ ตู้เย็น พัดลมไฟฟ้า พัดลมระบายอากาศ และเครื่องปั๊มน้ำ ภายใต้เครื่องหมายการค้า “มิตซูบิชิ อิเล็กทริก” โดยได้รับความร่วมมือและสนับสนุนด้านเทคโนโลยีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ และระบบการผลิตจากบริษัท มิตซูบิชิ อิเล็กทริก คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่น บริษัทฯ มุ่งเน้นผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ปลอดภัย มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย ประหยัดพลังงานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อสามารถตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของลูกค้า และสามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้

ผลิตภัณฑ์ตู้เย็น

บริษัทฯ มุ่งเน้นในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ตู้เย็นให้ได้รับการออกแบบ สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในหลายๆ ด้าน ได้แก่

- Unique Design: การออกแบบรูปลักษณ์ภายนอกที่โดดเด่น สวยงาม สร้างความแตกต่างได้อย่างชัดเจน สะท้อนความหรูหรา
- Easy to Use: การออกแบบให้มีความหลากหลาย ทั้งจำนวนรุ่น จำนวนประตู ขนาดความจุ เพื่อความเหมาะสมในการเลือกใช้งานของผู้บริโภค สะดวกสบาย ประหยัดเวลา
- Healthy Technology: การผสมผสานเทคโนโลยีในการถนอมอาหารต่างๆ เข้าไว้ด้วยกัน เพื่อสุขอนามัยที่ดีในการบริโภคอาหาร ที่คงคุณค่าความสดของอาหาร และสร้างพื้นที่แห่งความสะอาดในแต่ละห้องชั้นภายในตู้เย็นด้วยเทคโนโลยีต่างๆ ได้แก่

- Anti-bacteria Foodliner: ผนังภายในช่องแช่แข็งและช่องแช่เย็นที่ผสมสารช่วยยับยั้งการเจริญเติบโตของเชื้อแบคทีเรีย (Silvery inorganic anti- bacteria material)
- Vitamin Factory: ช่องแช่ผักด้วยพลังแห่งแสงสีส้มพร้อม Humidity Control ปุ่มปรับควบคุมความชื้น สามารถคงความสดใหม่ให้ผักและผลไม้ได้ยาวนานยิ่งขึ้น
- Minus Ion Surround Cooling System: ระบบกระจายความเย็นรอบทิศทาง ผสานประจุลบช่วยกระจายส่งความเย็นสู่ทุกช่อง เพื่อเพิ่มความชุ่มชื้นและคงความสดของอาหารได้นานวัน
- High Quality with Environmental Friendly & Energy Saving: มาตรฐานคุณภาพสินค้าสูงที่ลูกค้าเชื่อมั่น รวมทั้งเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และประหยัดพลังงาน
 - Neuro Inverter System: ระบบการทำงานด้วยไมโครชิพอัจฉริยะ พร้อมทั้งประสานการทำงานร่วมกันกับคอมเพรสเซอร์แบบ Inverter เพื่อประสิทธิภาพสูงสุดในทุกสภาวะการทำงาน
 - Premium Safety: มาตรฐานความปลอดภัยเหนือระดับ เช่น การใช้วัสดุที่ไม่ลุกลามไฟ การเพิ่มเติมชิ้นส่วนเพื่อป้องกันกระแสไฟฟ้ารั่ว การติดตั้งอุปกรณ์ตัดกระแสไฟฟ้าเมื่อเกิดกระแสไฟเกินกำหนดรวมถึงอุปกรณ์ที่ป้องกันความร้อนเกินค่าที่กำหนดไว้ เป็นต้น
 - การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัยของมาตรฐานสินค้าอุตสาหกรรมในแต่ละประเทศ และข้อกำหนดในด้านการประหยัดพลังงาน รวมถึงการใช้วัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานสากลอย่าง RoHS Standard อีกด้วย

ในปี 2561 บริษัทฯ ได้มีการพัฒนาตู้เย็นรุ่นใหม่ระบบ Neuro Inverter System ช่วยในการประหยัดพลังงานเพิ่มขึ้น โดยพัฒนาทั้งตู้เย็น 2 ประตู Top Freezer และ 4 ประตู Bottom Freezer เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ทั้งกลุ่มที่ชอบช่องแช่เย็นอยู่ด้านบน และด้านล่าง สำหรับตู้เย็นรุ่นใหม่ทั้ง 2 และ 4 ประตู ฝาประตูตู้เย็นจะใช้เป็นกระจกนิรภัย (Tempered Glass) โดยตู้เย็น 4 ประตู Bottom Freezer รุ่นใหม่ มีการควบคุมการทำงานของตู้เย็นด้วยระบบ Touch Screen ที่ประตูตู้เย็นโดยไม่ต้องเปิดประตู

ผลิตภัณฑ์พัดลมไฟฟ้า

บริษัทฯ ทำการพัฒนาพัดลมแบบต่างๆ เพื่อให้เหมาะสมกับการใช้งาน ทั้งพัดลมแบบตั้งโต๊ะแบบตั้งพื้น แบบตั้งพื้นกึ่งตั้งโต๊ะ แบบติดผนัง แบบโถง และแบบติดตั้งเพดาน ซึ่งในแต่ละแบบจะมีรุ่นที่มีขนาดใบพัดหลากหลายตามความเหมาะสมของการใช้งาน รวมถึงการพัฒนามอเตอร์พัดลมแบบปิด ซึ่งเป็นลิขสิทธิ์เฉพาะของมิตซูบิชิ อิเล็กทริก ที่ช่วยป้องกันฝุ่นละอองและสิ่งแปลกปลอมเข้าไปทำความเสียหายต่อผลิตภัณฑ์ จึงทำให้มีความทนทานสูง และทนต่อทุกสภาวะการใช้งาน

ในปี 2561 บริษัทฯ ได้เริ่มจำหน่ายพัดลมรุ่นใหม่เพื่อผลักดันยอดขายมากขึ้น โดยพัฒนาและผลิตพัดลมชนิดตั้งโต๊ะที่ใช้มอเตอร์กระแสตรง ส่งออกไปยังประเทศไต้หวัน สิงคโปร์ อินโดนีเซีย เวียดนาม นิวซีแลนด์ ซึ่งได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี

ผลิตภัณฑ์พัดลมระบายอากาศ

ผลิตภัณฑ์พัดลมระบายอากาศของบริษัทฯถือเป็นสินค้าที่สร้างคุณประโยชน์และยกระดับคุณภาพชีวิตให้แก่ผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ซึ่งบริษัทฯได้ให้ความสนใจเป็นพิเศษในขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้การระบายและการหมุนเวียนอากาศที่ดีและมีประสิทธิภาพ ทั้งระบายอากาศ แบบติดผนัง แบบติดกระจก แบบฝังฝ้าที่ไม่ต้องใช้ท่อระบายอากาศ และแบบต่อท่อฝังฝ้า

ในปี 2561 บริษัทฯ ได้พัฒนาและผลิตพัดลมระบายอากาศชนิดแขวนเพดานแบบมี Shutter ขนาด 20 และ 25 เซนติเมตร เพื่อป้องกันฝุ่นละอองหรือกลิ่นย้อนกลับเข้ามาในห้อง รวมทั้งพัฒนาและผลิตมอเตอร์ขนาดเล็ก เพื่อลดสารเคลือบ Stator ทำลายสิ่งแวดล้อม และนำไปใช้ในพัดลมระบายอากาศเพื่อส่งออกต่างประเทศ

ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้มน้ำ

บริษัทฯ ทำการพัฒนาและผลิตเครื่องปั้มน้ำในแบบต่างๆ ให้เหมาะกับการใช้งานของผู้ใช้ที่มีหลายรูปแบบ เช่น เครื่องปั้มน้ำแบบสูบน้ำจากบ่อน้ำ หรือถังพักน้ำ แบบทำงานอัตโนมัติตามจังหวะการเปิด-ปิดก๊อกน้ำ แบบทำงานอัตโนมัติแรงดันคงที่ และแบบอินเวอร์เตอร์ซึ่งมีระบบการควบคุมด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ช่วยทำให้การประหยัดพลังงานได้มากขึ้น

ในปี 2561 บริษัทฯ ได้พัฒนาและผลิตผลิตภัณฑ์ปั้มน้ำรุ่นใหม่ R-series สู้มาตรฐานใหม่ ประหยัดไฟเบอร์ 5 ระดับสูงสุด 3 ดาว ด้วยการออกแบบใบพัดใหม่ ดีไซน์รูปตัว U ช่วยให้ชุดหัวปั้ม ส่งน้ำได้มากและแรงยิ่งขึ้น ช่วยประหยัดพลังงานอย่างคุ้มค่า

นอกจากนี้ยังได้มีการขยายช่องทางการขายเพิ่มขึ้นทั้งในและต่างประเทศโดยผ่านทางช่องทางการขายทั้งส่วนที่เป็น Dealer และ Modern Trade อีกด้วย

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

บริษัทฯ จัดจำหน่ายสินค้าผ่าน 3 กลุ่มตลาดหลัก ได้แก่ ตลาดภายในประเทศ ตลาดต่างประเทศญี่ปุ่น และตลาดต่างประเทศอื่นๆ ในปีงบประมาณ 2561 นี้มีสัดส่วนการขายร้อยละ 39:39:22 ตามลำดับ หากเปรียบเทียบสัดส่วนการขายกับปีงบประมาณ 2560 การขายในตลาดไทย และตลาดต่างประเทศอื่นๆ มีสัดส่วนการขายเพิ่มขึ้น ส่วนตลาดญี่ปุ่นมีสัดส่วนการขายลดลง โดยบริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะเพิ่มสัดส่วนการขายในกลุ่มตลาดต่างประเทศอื่นๆ และตลาดภายในประเทศ เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจญี่ปุ่นมีอัตราการขยายตัวแบบค่อยเป็นค่อยไป จึงจำเป็นต้องเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน เพื่อเพิ่มยอดขายไปยังตลาดภายในประเทศ และตลาดต่างประเทศอื่นๆ

ช่องทางการจัดจำหน่าย

- ตลาดภายในประเทศ บริษัทฯ ได้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านบริษัท มิตซูบิชิ อิเล็กทริก กันยงวัฒนา จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทตัวแทนจำหน่ายของบริษัทฯ เพียงรายเดียว โดยที่บริษัทดังกล่าวมีช่องทางการกระจายสินค้าผ่าน Dealer Modern Trade และ Project Sales กระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย

- ตลาดต่างประเทศ บริษัทฯ ได้ส่งออกผ่านบริษัทย่อยในกลุ่มมิตซูบิชิ อิเล็กทริก เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งมีตัวแทนจัดจำหน่ายอยู่ทั่วโลกทั้งในตลาดเอเชีย โอเชียเนีย ตลาดตะวันออกกลาง เป็นต้น

ตลาดภายในประเทศ

ในปี 2561 ตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าในประเทศขยายตัว เมื่อเทียบกับปี 2560 ปัจจัยหลักจากภาวะเศรษฐกิจฟื้นตัว และกำลังซื้อภาคครัวเรือนปรับตัวดีขึ้น ตลาดก่อสร้างมีทรัพย์สินฟื้นตัว ทำให้มีความต้องการเครื่องใช้ไฟฟ้าเพิ่มขึ้น มีอัตราสูงขึ้นจากความต้องการเปลี่ยนเครื่องใช้ไฟฟ้าใหม่ ประกอบกับคาดการณ์ว่าผู้ผลิตและผู้ค้าเครื่องใช้ไฟฟ้ามีกลยุทธ์การตลาดช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น

สถานการณ์ตลาดภายในประเทศของแต่ละผลิตภัณฑ์ สามารถสรุปพอสังเขปได้ดังนี้

- ตู้เย็น: ความต้องการของตลาดโดยรวมของสินค้าตู้เย็น มีอัตราการเติบโตทั้งปีลดลงเล็กน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะตู้เย็น 1 ประตู มีทิศทางปรับลงมาก เนื่องจากพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภคเปลี่ยนไปซื้อตู้เย็น 2 ประตูขนาดเล็กซึ่งมีราคาใกล้เคียงกับตู้เย็น 1 ประตู และตู้เย็น 2 ประตูจะมีฟังก์ชันที่ดีกว่า 1 ประตู เช่น มีระบบละลายน้ำแข็งอัตโนมัติ มีช่องแช่ผัก อีสุระ รวมทั้งมีระบบการทำงานแบบอินเวอร์เตอร์ ทำให้ตู้เย็น 2 ประตูมีแนวโน้มในการใช้งานมากขึ้นในแต่ละปี อย่างไรก็ตาม การขายตู้เย็นขนาดใหญ่ แบบ 4 ประตู มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น เนื่องจากลูกค้าแนวโน้มนิยมกลุ่มรายได้สูง มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น
- เครื่องปั้มน้ำ: ในภาพรวมของเศรษฐกิจได้เกิดการเกิดความเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค สำหรับการหาที่อยู่อาศัยใหม่ โดยคนที่อยู่อาศัยหัวเมืองใหญ่ และหัวเมืองรองได้หันมาซื้อที่อยู่อาศัยตามโครงการบ้านจัดสรรรอบเมืองมากขึ้น ทำให้แนวโน้มของโครงการบ้านจัดสรรรอบเมืองเกิดขึ้นจำนวนมาก ซึ่งเป็นโอกาสในการขยายโอกาสทางการขายผลิตภัณฑ์ปั้มน้ำ

ตลาดญี่ปุ่น

ในปี 2561 เศรษฐกิจมีการขยายตัวแบบค่อยเป็นค่อยไป โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักจาก อุปสงค์ที่เพิ่มขึ้นคือ การบริโภคภาคประชาชน และการลงทุนภาคธุรกิจ อีกหนึ่งนโยบายช่วยสนับสนุนคือ นโยบายการเงินที่ธนาคารแห่งประเทศไทยจะยังคงนโยบายผ่อนคลายทางการเงิน โดยคงมาตรการดอกเบี้ยติดลบ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ

ปัจจุบันบริษัทฯ มีการส่งออกสินค้า 3 ประเภทไปยังตลาดญี่ปุ่น ได้แก่ ตู้เย็น พัดลมไฟฟ้า พัดลมระบายอากาศ โดยปีงบประมาณ 2561 สถานการณ์ตลาดในประเทศญี่ปุ่นของแต่ละผลิตภัณฑ์ สามารถสรุปพอสังเขปได้ดังนี้

- ตู้เย็น : ความต้องการตลาดโดยรวม ใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมา โดยการเติบโตลดลงมากสำหรับตู้เย็นชนิด 2 ประตูขนาดเล็ก เนื่องจากมีการแข่งขันทางด้านราคาค่อนข้างสูง โดยเฉพาะตู้แช่ Freezer ซึ่งได้รับผลกระทบจาก Private Brands แต่อย่างไรก็ตามในปีที่ผ่านมา ยังคงได้รับผลตอบแทนที่ดีสำหรับยอดขายตู้เย็นชนิด 3 ประตู

- พัฒลมไฟฟ้า : ความต้องการตลาดโดยรวมใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมา เนื่องจากความต้องการผลิตภัณฑ์พัฒลมสำหรับโครงการป้องกันแผ่นดินไหวของโรงเรียนมีแนวโน้มลดลง อย่างไรก็ตาม ในปีที่ผ่านมา การขายพัฒลมรุ่น DC Fan ยังคงได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดีต่อเนื่อง

ตลาดต่างประเทศอื่นๆ

ในปี 2561 ที่ผ่านมา บริษัทฯ มีแผนขยายช่องทางจัดจำหน่าย ร่วมกับกลุ่ม Sales Company ของกลุ่ม มิตซูบิชิ อิเล็กทริกในแต่ละประเทศ เพื่อเร่งขยายยอดขายและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดให้มากขึ้น ทั้งใน เวียดนาม อินโดนีเซีย และโอเชียเนีย ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายการขยายการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศอื่นๆ แต่อย่างไรก็ดี บริษัทฯ มีอัตราการเติบโตลดลงจากปีที่ผ่านมา สืบเนื่องจากบางประเทศเช่น มาเลเซีย มีการเปลี่ยนแปลงระบบภาษีจาก ภาษีสำหรับสินค้าและบริการ (GST) เป็นภาษีจากการขายและการบริการ (SST) อัตราภาษีปรับขึ้นจาก 7% เป็น 10% ซึ่งกระทบกับยอดขายของบริษัทฯ ในทุกๆ ผลิตภัณฑ์ นอกจากนั้นหลายประเทศ เช่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย ได้รับผลกระทบจากความอ่อนตัวของอัตราแลกเปลี่ยน มีผลทำให้สินค้าที่นำเข้ามีราคาที่สูง ส่งผลทำให้การเติบโตของการขายลดลงจากปีที่ผ่านมา อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ได้ให้การสนับสนุนในการปรับปรุงช่องทางการขาย และสร้างความแข็งแกร่งของตัวแทนจำหน่าย เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในอนาคตต่อไป

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

(ก) กระบวนการพัฒนาและผลิตสินค้า

การพัฒนาสินค้านวัตกรรมใหม่ๆ บริษัทฯ ได้รับความร่วมมือและการสนับสนุนการออกแบบและเทคโนโลยีการผลิตส่วนหนึ่งจากบริษัท มิตซูบิชิ อิเล็กทริก คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่น เริ่มจากการศึกษา และสำรวจความต้องการของตลาด นำไปสู่กระบวนการตกลงสเปกตามความต้องการกับลูกค้า จากนั้นบริษัทฯ จึงดำเนินการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์รุ่นใหม่ และนำไปสู่กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ตามคำสั่งซื้อของลูกค้า

ลักษณะของการผลิตสินค้าของบริษัทฯ มีลักษณะการผลิตแบบเชิงมวล (Mass Production) จากกระบวนการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า บริษัทฯ จะดำเนินการเข้าสู่กระบวนการวางแผนการผลิตและกระบวนการจัดหาจัดซื้อวัตถุดิบและชิ้นส่วนอุปกรณ์สำหรับการใช้ในการผลิต จากนั้นดำเนินการเข้าสู่กระบวนการผลิตตามแผนที่ได้กำหนดไว้ตามสายงานการผลิตของแต่ละผลิตภัณฑ์ โดยมีกระบวนการผลิตย่อยที่สำคัญ ได้แก่ งานเตรียมอุปกรณ์การผลิต งานผลิตชิ้นส่วน งานประกอบ และบรรจุเป็นสินค้าสำเร็จรูป

ในกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ ตระหนักถึงการควบคุมคุณภาพที่ดีของผลิตภัณฑ์ โดยมีกระบวนการตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในทุกๆ ขั้นตอนของกระบวนการผลิต ทำให้มั่นใจได้ว่าสินค้าในทุกผลิตภัณฑ์ที่ส่งมอบออกสู่ตลาด มีคุณภาพสูง ตรงตามความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภค

(ข) การบริการด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ

บริษัทฯ มีหน่วยงานที่รับผิดชอบงานการประกันคุณภาพสินค้าและการบริการหลังการขาย ทำหน้าที่ประสานงานกับตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ มีการให้ข้อมูลข่าวสารทางเทคนิคสำหรับผลิตภัณฑ์ การอบรมความรู้ทางเทคนิคสำหรับผลิตภัณฑ์ รุ่นใหม่ การแลกเปลี่ยนข้อมูลจากผู้บริโภค วิเคราะห์หาสาเหตุและวิธีการแก้ไขปัญหา การให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการติดตั้ง การใช้ผลิตภัณฑ์ การจัดหาอะไหล่และอุปกรณ์การบริการหลังการขาย รวมไปถึงการประสานงานและดำเนินการร่วมกับตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ในการแก้ไขปัญหาคุณภาพที่อาจเกิดขึ้นอย่างกะทันหัน ทางบริษัทฯ ได้ยกระดับความปลอดภัยที่อาจเกิดปัญหาจากการติดตั้งที่ไม่สอดคล้องกับข้อกำหนด จึงได้เพิ่มเติมอบรมให้ความรู้กับงานติดตั้งที่ถูกต้องวิธีให้กับตัวแทนจำหน่าย

กำลังการผลิตและปริมาณการผลิต

บริษัทฯ มีกำลังการผลิตและปริมาณการผลิตในปี 2559 - 2561

พัน/เครื่อง

ผลิตภัณฑ์	หน่วย	2559	2560	2561
ตู้เย็น				
กำลังการผลิตเต็มที่	เครื่อง	1,200.00	1,200.00	1,200.00
ปริมาณการผลิตจริง	เครื่อง	839.14	790.87	716.89
อัตราการใช้กำลังการผลิต	ร้อยละ	70%	66%	60%
พัดลมไฟฟ้าและพัดลมระบายอากาศ				
กำลังการผลิตเต็มที่	เครื่อง	1,700.00	1,700.00	1,700.00
ปริมาณการผลิตจริง	เครื่อง	1,536.41	1,494.56	1,527.99
อัตราการใช้กำลังการผลิต	ร้อยละ	90%	88%	90%
เครื่องปั๊มน้ำ				
กำลังการผลิตเต็มที่	เครื่อง	250.00	260.00	260.00
ปริมาณการผลิตจริง	เครื่อง	238.24	207.35	229.22
อัตราการใช้กำลังการผลิต	ร้อยละ	95%	80%	88%
เครื่องเป่ามือ				
กำลังการผลิตเต็มที่	เครื่อง	50.00	50.00	50.00
ปริมาณการผลิตจริง	เครื่อง	21.84	14.42	4.79
อัตราการใช้กำลังการผลิต	ร้อยละ	44%	29%	9%

การจัดหาวัตถุดิบ**วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต**

	สัดส่วน การซื้อ/ใช้ (ร้อยละ)	แหล่งวัตถุดิบ	
		ในประเทศ	ต่างประเทศ
1. คอมเพรสเซอร์	12.4	√	√
2. เหล็กทำชิ้นส่วน	12.4	√	√
3. น้ำยาโฟม	7.3	√	√
4. ทองแดง	6.2	√	√
5. เม็ดพลาสติก	13.4	√	√
6. สายไฟ	4.7	√	
7. มอเตอร์	6.1	√	√
8. ชิ้นงานหล่อ	2.5	√	
9. ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์	7.9	√	√
10. ก่อ้งกระดาศ	3.2	√	
11. อื่นๆ	23.9	√	√
รวม	100.0		

สัดส่วนการซื้อวัตถุดิบในประเทศและต่างประเทศ

วัตถุดิบนำเข้าจากต่างประเทศ เช่น คอมเพรสเซอร์ ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้ เนื่องจากสินค้าที่บริษัทฯ ผลิตต้องมีคุณภาพตามมาตรฐานที่ บริษัท มิตรบุษิ อิเล็กทริก คอร์ปอเรชั่น กำหนด ที่มีลักษณะเฉพาะตัว ดังนั้นชิ้นส่วนและวัสดุบางชนิดจึงไม่สามารถจัดซื้อภายในประเทศได้ นอกจากนี้การซื้อชิ้นส่วนและวัตถุดิบในปริมาณมากๆ โดยมีบริษัทย่อยของ MELCO ทำหน้าที่จัดหาชิ้นส่วนและวัตถุดิบ ทำให้ต้นทุนการผลิตถูกลงได้

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิตหรือการกำจัดวัตถุดิบเหลือใช้

บริษัทฯ มีความตระหนักในเรื่องผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิตและงานบริการ โดยพิจารณาผลกระทบของผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อสิ่งแวดล้อมตลอดช่วงชีวิตของผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การได้มาซึ่งวัตถุดิบ การออกแบบ กระบวนการผลิต การขนส่ง/การแจกจ่าย การใช้งานผลิตภัณฑ์ การซ่อมบำรุง และการกำจัดซากผลิตภัณฑ์ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าพิจารณาผลิตภัณฑ์ตั้งแต่เกิดจนตาย (Cradle to grave)

บริษัทฯ ได้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม โดยอ้างอิงมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO 14001:2015) ซึ่งกำหนดแผนการจัดการสิ่งแวดล้อมต่างๆ จากนโยบายสิ่งแวดล้อม ประเด็นปัญหาสิ่งแวดล้อมที่มีนัยสำคัญ การพิจารณาความเสี่ยงและโอกาสด้านสิ่งแวดล้อม กฎหมายหรือข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

ปี 2561 บริษัทฯ ได้กำหนดตั้งวัตถุประสงค์ ค่าเป้าหมาย และแผนงานสิ่งแวดล้อม (Environmental Objective & Target and Environmental Program) ที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม ดังต่อไปนี้

- การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ (Resource Conservation) : ดำเนินกิจกรรมอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ โดยใช้หลัก 3Rs (Reduce Reuse Recycle) ได้แก่
 - Reduce : อาทิ ลดการใช้กระดาษพิมพ์เอกสาร ลดกำลังไฟฟ้าในตัวผลิตภัณฑ์ ลดน้ำหนักรวมของผลิตภัณฑ์ ลดปริมาณการใช้วัตถุดิบ เช่น เหล็ก พลาสติก ทองแดง และอลูมิเนียม เป็นต้น
 - Reuse : อาทิ นำของเสีย เช่น Plastic scrap , Steel scrap มาใช้ซ้ำในกระบวนการผลิต เป็นต้น
 - Recycle : อาทิ นำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดแล้วไปใช้รดต้นไม้ และล้างสายพานเครื่องรีดตะกอนของระบบบำบัดน้ำเสีย เป็นต้น
- การป้องกันสิ่งแวดล้อมมลพิษ (Pollution Prevention) : โดยการลดการใช้สารเคมีอันตราย อาทิ เปลี่ยนชนิดสีที่พ่นชิ้นงานจากสีน้ำมันเป็นสีฝุ่น ลดการใช้น้ำยาวานิช ด้วยการออกแบบมอเตอร์รุ่นใหม่ที่ไม่ต้องเคลือบด้วยวานิช เช่น มอเตอร์รุ่น 09SDW, 39SD ลดการใช้น้ำยาโฟม ด้วยการปรับปรุงวิธีการ และเปลี่ยนเครื่องมือ Calibration น้ำยาโฟม เป็นต้น
- ดำเนินการตรวจวัดคุณภาพสิ่งแวดล้อม ได้แก่ คุณภาพน้ำเสีย คุณภาพน้ำทิ้ง คุณภาพน้ำารระบายน้ำฝน คุณภาพอากาศที่ระบายออกจากปล่องระบายอากาศ แสง เสียง ความร้อน โอโซน สารเคมี และเสียงรบกวน เพื่อติดตามและรายงานให้หน่วยงานราชการ รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทราบ

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้แต่งตั้งคณะกรรมการรับผิดชอบการทำงานด้านสิ่งแวดล้อม ดำเนินการติดตามและประเมินผลระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (EMS) อย่างเป็นระเบียบแบบแผน และวางแผนพัฒนาปรับปรุงระบบอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ได้มีการเผยแพร่ นโยบายสิ่งแวดล้อมไปยังพนักงานทุกคน ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารภายในบริษัทฯ การฝึกอบรม และการทำกิจกรรมร่วมกันกับพนักงาน คู่ค้า บริษัทในเครือ และบริษัทต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอีกด้วย

2.4 งานที่ยังไม่ส่งมอบ

- ไม่มี -

3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงขององค์กร ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมให้บริษัทฯ บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจได้อย่างเติบโตและยั่งยืน โดยการบริหารความเสี่ยงทางธุรกิจของบริษัทฯ อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการบริษัทฯ คณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการตรวจสอบ และสำนักงานควบคุมตรวจสอบภายในของบริษัทฯ

บริษัทฯ ได้ทบทวนและติดตามความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ ท่ามกลางสถานการณ์เศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัว และไม่แน่นอนจากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วรวมถึงความเสี่ยงอื่นๆ ที่บริษัทฯ ประสบอยู่ เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ มีการบริหารจัดการความเสี่ยงที่ดี สามารถช่วยป้องกันการเกิดผลกระทบต่างๆ ที่สร้างความเสียหายให้บริษัทฯ ได้โดยในปีงบประมาณ 2561 ที่ผ่านมา บริษัทฯ กำหนดมาตรการและแนวทางในการประเมินและบริหารความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน ดังนี้

ความเสี่ยงจากการแข่งขันในอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านยังคงมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ทำให้เกิดความท้าทายเชิงกลยุทธ์กับบริษัทฯ ภาวะการแข่งขันในตลาดก็ทวีความรุนแรงขึ้นด้วยเช่นเดียวกัน แต่ละบริษัทมีการใช้กลยุทธ์ทั้งทางด้านราคา รูปแบบผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมการขาย เพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาด ทำให้บริษัทฯ ต้องปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว และสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันเพื่อให้เกิดความได้เปรียบและลดความเสี่ยงดังกล่าว

ภายใต้ภาวะการแข่งขันที่เข้มข้นในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ มุ่งเน้นการเสริมยุทธศาสตร์การเติบโตในตลาดส่งออกอื่นๆ ให้มากขึ้น เพื่อกระจายความเสี่ยงด้านการขาย โดยไม่พึ่งพาสหรัฐอเมริกาเพียงอย่างเดียว

เพื่อให้การเติบโตของบริษัทฯ เป็นไปอย่างยั่งยืนและมั่นคง บริษัทฯ ได้มีการปรับกลยุทธ์การขายในตลาดส่งออกอื่นๆ โดยทำการกำหนดแผนธุรกิจร่วมกับบริษัท Sales Company ในแต่ละประเทศ โดยมุ่งเน้นขยายส่วนแบ่งทางการตลาด เน้นการตอบสนองความต้องการผู้บริโภค ด้วยแผนการตลาดที่ยืดหยุ่น สามารถตอบสนองลูกค้าได้ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการขายในประเทศต่างๆ ที่มีความต้องการแตกต่างกัน เช่น มีรุ่นเฉพาะกลุ่มลูกค้าสำหรับตลาดใดตลาดหนึ่งมากขึ้น สีที่หลากหลายขึ้น มีฟังก์ชันใหม่ๆ ที่น่าสนใจมากขึ้น เป็นต้น นอกจากนี้ กลยุทธ์การมุ่งขยายช่องทางการจัดจำหน่ายในแต่ละประเทศ ก็เป็นสิ่งสำคัญที่บริษัทฯ มุ่งเน้นผลักดันไปพร้อมกัน

ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีต่อกระบวนการผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์

การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านเป็นสินค้าที่มีการแข่งขันด้านการพัฒนาและออกแบบสูงมาก บริษัทฯ มีการเปลี่ยนแปลงสินค้าเป็นประจำทุกปีทั้งด้านฟังก์ชันการทำงาน รูปผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงการประหยัดพลังงาน เพื่อให้คงไว้ซึ่งความสามารถในการแข่งขันในตลาดของทุกผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม

เสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงในด้านเทคโนโลยี ต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาจมีผลทำให้สินค้าล้าสมัย และมีรุ่นใหม่มาทดแทนอย่างรวดเร็ว บริษัทฯ จึงมีการติดตามสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของตลาดอย่างใกล้ชิดและทำการศึกษาแนวโน้มของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเป็นประจำทุกปี เพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าว

ปัจจุบันปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าที่ผู้บริโภคยังให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ คือ การประหยัดพลังงาน ซึ่งบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาสินค้าที่ประหยัดพลังงานสูงสุดเช่นเดียวกัน โดยในปีที่ผ่านมา ผลิตภัณฑ์พัดลม พัดลมระบายอากาศ มีการปรับมอเตอร์ รวมทั้ง ผลิตภัณฑ์ปั้มน้ำ มีการปรับโครงสร้างปั้มเพื่อรองรับการประหยัดพลังงาน ปัจจัยที่มีความสำคัญรองลงมาก็คือ รูปลักษณ์ ซึ่งบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญเช่นเดียวกัน เช่น ผลิตภัณฑ์ตู้เย็น รุ่น 2 ประตู Top Freezer และ รุ่น 4 ประตู Bottom Freezer ออกแบบประตูตู้เย็นเป็นกระจกนิรภัย (Tempered Glass) ทำให้โคมหน้าประตูตู้เย็นดูหรูหรามีระดับ อีกทั้งยังมีการควบคุมการทำงานของตู้เย็นด้วยระบบ Touch Screen ที่ด้านหน้าประตูตู้เย็น เป็นต้น

การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีต่อกระบวนการผลิต

นอกจากนี้ เพื่อตอบสนองการก้าวเข้าสู่ยุคอุตสาหกรรม 4.0 ที่บริษัทฯ มองว่าจะมีความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีต่อกระบวนการผลิตของบริษัทฯ โดยตรง ในปีที่ผ่านมาบริษัทฯ ได้พิจารณาวางแผนการปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีที่จะมาใช้ในการกระบวนการผลิตในอนาคตแล้ว โดยได้เริ่มลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ เช่น

- การนำระบบ Navigator cell production เข้ามาใช้ในการประกอบตู้เย็นรุ่นใหญ่ 4 ประตู ช่วยลดปัญหาการสอนงานพนักงานใหม่ และป้องกันปัญหาประกอบชิ้นส่วนผิด
- การสร้างระบบการรับชิ้นส่วนจาก supplier ระบบการผลิตและเบิก-จ่ายชิ้นส่วนพลาสติกโดยใช้ระบบ QR code ช่วยควบคุมวัสดุคงคลังได้อย่างแม่นยำ และลด Stock ในการผลิต
- ขยายผลการนำระบบพิมพ์ฉลากสินค้าตู้เย็นแบบ real time มาใช้กับตู้เย็นส่งขายประเทศญี่ปุ่นทำให้สินค้าที่ใช้กล่องขนาดเดียวกัน สามารถใช้ร่วมกันได้ ลดพื้นที่ในการจัดเก็บกล่องตู้เย็น

ความเสี่ยงจากการจัดการสินค้าคงคลัง

การบริหารจัดการสินค้าคงคลังในปีที่ผ่านมา ได้มีการปรับปรุงงานด้าน Just-in-time (JIT) ในหลายด้าน เช่น

- การนำระบบคัมบัง (Kanban System คือ เครื่องมือที่ช่วยให้การทำระบบการผลิต แบบดึงทำหน้าที่กำหนดปริมาณการผลิตในทุกกระบวนการ) มาใช้บริหารปริมาณสต็อกในกระบวนการ Work-in-process และคลังเก็บชิ้นส่วน รวมถึงการควบคุมการรับ-ส่งชิ้นส่วนตั้งแต่กระบวนการรับชิ้นส่วนจาก Vendor ไปจนถึงการส่งเข้าสู่สายการผลิต ทำให้สามารถปรับปรุงเวลาการส่งมอบจาก Vendor ให้จำนวนจัดส่งต่อวันมีความถี่มากขึ้น สามารถรับชิ้นส่วนแต่ละล็อตได้ในปริมาณที่น้อยลง ใช้พื้นที่จัดเก็บน้อย และประหยัดค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บ

- การปรับปรุงพื้นที่การจัดเก็บสินค้าทั้งสินค้าสำเร็จรูป และชิ้นส่วนวัตถุดิบ ให้เป็นหมวดหมู่ เข้าถึงง่ายและประหยัดพื้นที่ มีพื้นที่กว้างขวางมากขึ้น ทำให้สามารถบริหารจัดการสินค้าคงคลัง ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความเสี่ยงด้านการจัดหาวัตถุดิบและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)

ความเสี่ยงด้านการจัดหาวัตถุดิบยังคงเป็นประเด็นที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญและเฝ้าติดตาม สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างใกล้ชิด โดยเฉพาะด้านราคาวัตถุดิบที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในรอบปีที่ผ่านมา

- ราคาน้ำมันดิบยังมีความผันผวนตามปัจจัยที่เกิดจากเศรษฐกิจโลกเป็นหลัก โดยส่งผลกระทบต่อ โดยตรงกับราคาวัตถุดิบสำคัญที่บริษัทฯ ใช้ผลิตสินค้าอย่าง พลาสติกเรซิน ทองแดง อลูมิเนียม เหล็ก รวมไปถึงต้นทุนอื่นๆ และค่าใช้จ่ายในการผลิตก็เพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงดำเนินการทำกิจกรรมลดต้นทุนอย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพและสเปก ที่คงเดิม แต่มีราคาที่ถูกลง การค้นหาแหล่งผลิตใหม่ที่มีประสิทธิภาพ และราคาถูก รวมถึงการร่วมมือกับคู่ค้าคิดค้นหาสูตรการผลิตชิ้นส่วนใหม่ที่ทำให้ต้นทุนต่ำลง โดยสามารถคงคุณสมบัติ ของชิ้นส่วนไว้ได้
- กรณีหากเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติเกิดขึ้นทั้งในประเทศหรือต่างประเทศ ที่ส่งผลกระทบต่อ ระบบ Supply Chain ของผู้ผลิตชิ้นส่วนและวัตถุดิบที่ใช้สำหรับการผลิตสินค้า เช่น เหตุการณ์ แผ่นดินไหวและภัยธรรมชาติอื่นๆ เพื่อรองรับความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทฯ มีการจัดทำแผนธุรกิจ ต่อเนื่อง (Business Continuity Plan) ในการบริหารจัดการคู่ค้าทั้งในและต่างประเทศ
- ความเสี่ยงจากสถานการณ์ที่ได้รับผลกระทบจากนโยบายต่างประเทศของชาติมหาอำนาจ เช่น การประกาศสงครามการค้า มาตรการคว่ำบาตร รวมทั้งสัญญาณเศรษฐกิจและนโยบายดอกเบี้ย ของธนาคารกลางสหรัฐฯ ที่มีแนวโน้มปรับเพิ่มขึ้น ล้วนมีผลกระทบต่อราคาวัตถุดิบ กำลังการผลิต ที่จะส่งผลให้เกิดความผันผวน และกระทบต่อ Supply Chain ทั้งสิ้น บริษัทฯ ได้เฝ้าติดตาม สถานการณ์โลกอย่างใกล้ชิด และพร้อมสำหรับการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและตลอดเวลา

ความเสี่ยงทางการเงิน

- ความเสี่ยงจากเงินตราต่างประเทศ บริษัทฯ มีความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ที่เกิดจากขายสินค้า การชำระค่าสินค้า วัตถุดิบ เครื่องจักรและอุปกรณ์ ที่เป็นเงินตรา ต่างประเทศ บริษัทฯ ได้ทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศไว้ล่วงหน้า โดยมีกำหนด ระยะเวลาไม่เกินหนึ่งปี เพื่อป้องกันความเสี่ยงของหนี้สินทางการเงินที่เป็นเงินตราต่างประเทศ
- ความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ย ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาระดำเนินงานและกระแสเงินสดของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ เชื่อว่าบริษัทฯ ไม่มีความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ยอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจาก บริษัทฯ ไม่มีเงินกู้ยืมและวันครบกำหนดของเงินฝาก และสินทรัพย์ทางการเงินอื่นมีระยะเวลา

สั้น ประกอบกับอัตราดอกเบี้ยเป็นไปตามอัตราตลาดด้วย ดังนั้น บริษัทฯ จึงมิได้ทำสัญญาเพื่อป้องกันความเสี่ยงดังกล่าว

- ความเสี่ยงทางด้านสินเชื่อเป็นความเสี่ยงที่ลูกค้าหรือคู่สัญญาอาจจะไม่สามารถชำระหนี้ให้แก่บริษัทฯ ตามเงื่อนไขที่ตกลงกันได้เมื่อครบกำหนด ดังนั้นบริษัทฯ จึงได้กำหนดนโยบายทางด้านสินเชื่อเพื่อจัดการและควบคุมความเสี่ยงนี้อย่างสม่ำเสมอ โดยการวิเคราะห์ฐานะทางการเงินของลูกค้าทุกรายที่ขอวงเงินสินเชื่ออย่างละเอียด ซึ่งบริษัทฯ เชื่อมั่นว่าจะไม่เกิดผลเสียหายอันมีนัยสำคัญจากการเรียกเก็บหนี้จากลูกหนี้ไม่ได้
- ความเสี่ยงจากสภาพคล่อง บริษัทฯ มีการควบคุมความเสี่ยงจากการขาดสภาพคล่องโดยการรักษาระดับของเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดให้เพียงพอต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ เพื่อให้ผลกระทบจากความผันผวนของกระแสเงินสดลดลง

ความเสี่ยงทางด้านแรงงาน

การประกาศปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ 2561 ในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการที่มีความแตกต่างกับพื้นที่ข้างเคียงคือ จังหวัดชลบุรีและระยองที่สูงกว่า และการขาดแคลนแรงงานในทุกภาคส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคอุตสาหกรรมของเอกชน เนื่องจากประเทศไทยประสบปัญหาอัตราเพิ่มของประชากรต่ำมาก และประชาชนนิยมศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น เป็นเหตุให้มีบุคลากรมาสู่ภาคแรงงานไม่มากนัก จึงก่อให้เกิดภาวะการแย่งแรงงานกันมากขึ้น ด้วยการเสนอค่าตอบแทนและสวัสดิการที่สูงกว่า เพื่อให้ได้แรงงานเข้ามาทำงานกับตน ทางบริษัทฯ ได้ใช้มาตรการในหลายรูปแบบ รวมทั้งเสนอค่าตอบแทนและสวัสดิการจูงใจที่แข่งขันได้ จึงสามารถรักษาและจัดหาแรงงานเข้ามาทำงานได้อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินโครงการความร่วมมือด้านการจัดการศึกษาระบบทวิภาคีกับวิทยาลัยในสังกัดอาชีวศึกษาอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการฝึกอาชีพ และเพิ่มทักษะในการปฏิบัติงานจริง รวมถึงสรรหาแรงงานต่างด้าวที่มีคุณภาพอย่างพนักงานกัมพูชาเข้ามาเสริมอีกด้วย ซึ่งทำให้ลดความเสี่ยงจากปัญหาการขาดแคลนแรงงานลงได้เป็นอย่างดี

ความเสี่ยงทางด้านกฎหมายที่มีการเปลี่ยนแปลง

ประเทศไทยมีกฎหมายและข้อกำหนดใหม่ๆ ออกมาใช้บังคับหลายฉบับ ซึ่งมีความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ ในรอบปีที่ผ่านมา เช่น การปรับอัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำ กฎหมายความปลอดภัยในการทำงานเกี่ยวกับไฟฟ้า กฎหมายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย การอนุรักษ์พลังงาน ข้อกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม รวมทั้งกฎหมาย ข้อกำหนดของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่บริษัทจดทะเบียนต้องถือปฏิบัติ ซึ่งบริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในด้านนี้ จึงจัดตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลและติดตามการมีผลบังคับใช้ของกฎหมายและข้อกำหนดต่างๆ โดยมีการแต่งตั้งผู้บริหารระดับสูงตำแหน่ง Chief Compliance Office (CCO) เพื่อบริหารจัดการงานด้านกฎหมาย กฎระเบียบทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ ติดตามและตรวจสอบการปฏิบัติให้

เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดไว้ทุกประการ พร้อมทั้งออกกฎระเบียบภายในบริษัทฯ เอง เพื่อให้เกิดการปฏิบัติที่สอดคล้องกับข้อกำหนด และรายงานให้ผู้บริหารระดับสูงทราบ

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2562 มีดังนี้
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์

หน่วย : ล้านบาท

ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่า	ภาระผูกพัน
ที่ดิน	เป็นเจ้าของ	129.5	ไม่มี
อาคารสำนักงาน และอาคารโรงงาน	เป็นเจ้าของ	97.7	ไม่มี
เครื่องจักร / อุปกรณ์	เป็นเจ้าของ	810.2	ไม่มี
แม่พิมพ์	เป็นเจ้าของ	286.3	ไม่มี
งานระหว่างก่อสร้าง และติดตั้ง	เป็นเจ้าของ	50.8	ไม่มี
เครื่องใช้สำนักงาน	เป็นเจ้าของ	46.0	ไม่มี
อื่นๆ	เป็นเจ้าของ	1.2	ไม่มี
รวม		1,421.7	

การแบ่งส่วนค่าเสื่อมราคา

	ปี 2561	ปี 2560
1.ต้นทุนการผลิต	336 ล้านบาท	329 ล้านบาท
2.ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	22 ล้านบาท	23 ล้านบาท
รวม ค่าเสื่อมราคา	358 ล้านบาท	352 ล้านบาท

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2562 บริษัทฯ มีเครื่องจักรและอุปกรณ์จำนวนหนึ่ง ซึ่งตัดค่าเสื่อมราคาหมดแล้ว แต่ยังใช้งานอยู่ มูลค่าตามบัญชีก่อนหักค่าเสื่อมราคาสะสมของสินทรัพย์ดังกล่าว มีจำนวนเงินประมาณ 3,815 ล้านบาท (ปี 2560 = 3,693 ล้านบาท)

สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนที่สำคัญ

หน่วย:ล้านบาท

	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้ส่วนเสียและงบการเงินเฉพาะกิจการ			
	สิทธิบัตร	ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์	อื่น ๆ	รวม
มูลค่าตามบัญชี-สุทธิ	-	41.2	-	41.2

อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน มูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 มีนาคม 2562 แสดงได้ดังนี้ หน่วย:ล้านบาท

	งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้ส่วนเสียและงบการเงินเฉพาะกิจการ			
	ที่ดินให้เช่า	อาคารสำนักงานให้เช่า	อื่น ๆ	รวม
มูลค่าตามบัญชี-สุทธิ	4.2	-	-	4.2

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

นโยบายในการลงทุนของบริษัทฯ มุ่งเน้นการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องหรือสนับสนุนการดำเนินงานของบริษัทฯ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยคณะกรรมการบริหาร มีกลไกในการกำกับดูแลด้วยการส่งกรรมการหรือผู้บริหารไปดำรงตำแหน่งกรรมการที่บริษัทร่วม 1 คนตามสัดส่วนการลงทุน เพื่อดูแลรักษาผลประโยชน์ในเงินลงทุนของบริษัทฯ มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเกี่ยวกับนโยบาย และทิศทางการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งติดตามผลการดำเนินงาน แต่ไม่ถึงระดับที่สามารถควบคุมนโยบายดังกล่าว สัดส่วนการลงทุนขึ้นอยู่กับธุรกิจที่ลงทุนว่า ต้องการเงินทุนมากน้อยเพียงใด

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

- ไม่มี -

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ชื่อภาษาไทย	:	บริษัท กันยงอีเลคทริก จำกัด (มหาชน)
ชื่อภาษาอังกฤษ	:	KANG YONG ELECTRIC PUBLIC COMPANY LIMITED
เลขทะเบียนบริษัทฯ	:	0107536001257
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	67 หมู่ 11 ถนนเทพรัตน กม.20 ตำบลบางโฉลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540 โทรศัพท์ 0-2337-2900 (อัตโนมัติ) โทรสาร 0-2337-2439-40
ประเภทธุรกิจ	:	ผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ได้แก่ ตู้เย็น พัดลมไฟฟ้า พัดลมระบายอากาศ และเครื่องปั้มน้ำ ภายใต้เครื่องหมายการค้า “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 2562)
หน่วยประสานงาน	:	สำนักงานวางแผนกลยุทธ์องค์กร โทรศัพท์ 0-2337-2900 ต่อ 1120 โทรสาร 0-2337-2439-40 E-mail address: information@kye.meap.com

บุคคลอ้างอิง

นายทะเบียนหลักทรัพย์	:	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400 โทรศัพท์ 0-2009-9000 โทรสาร 0-2009-9991
----------------------	---	--

- ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต : นางสาวปัทมวรรณ วัฒนกุล เลขทะเบียน 9832 และ / หรือ
นางสาวพรทิพย์ ริมคุสิต เลขทะเบียน 5565 และ / หรือ
นางสาวกนกอร ภูมิปัญญวานิช เลขทะเบียน 10512
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 : นายอนิวัตรต แซ่ลิ้ม
บริษัท กันยงอิเล็กทริก จำกัด (มหาชน)
67 หมู่ 11 ถนน เทพรัตน์ กม.20 ตำบลบางโจลง อำเภอบางพลี
จังหวัดสมุทรปราการ 10540
โทรศัพท์ 0-2337-2900 ต่อ 1300
โทรสาร 0-2337-2439-40
- ที่ปรึกษากฎหมายบริษัทฯ : นายประจักษ์ ดอกพุด
บริษัท กันยงอิเล็กทริก จำกัด (มหาชน)
67 หมู่ 11 ถนน เทพรัตน์ กม.20 ตำบลบางโจลง อำเภอบางพลี
จังหวัดสมุทรปราการ 10540
โทรศัพท์ 0-2337-2900 ต่อ 1502
โทรสาร 0-2337-2439-40