

# ส่วนที่ 1

## การประกอบธุรกิจ

## ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

### 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท กังยงอีเลคทริก จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งเมื่อวันที่ 12 มกราคม 2507 โดยนายสิทธิผล โพธิ์วรคุณ ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 10 ล้านบาท ภายใต้ชื่อบริษัท กังยงอีเลคทริก แมนูแฟกเจอริ่ง จำกัด โดยการร่วมทุนระหว่างกลุ่มครอบครัวโพธิ์วรคุณ และบริษัท มิตซูบิชิ อิเล็กทริก คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่น บริษัทฯ มีวัตถุประสงค์ของการดำเนินธุรกิจเพื่อผลิตและจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ภายใต้เครื่องหมายการค้า “มิตซูบิชิ อิเล็กทริก” โดยในปีพ.ศ. 2536 บริษัทฯ ได้รับอนุมัติเข้าเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พร้อมทั้งแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และเปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท กังยงอีเลคทริก จำกัด (มหาชน)” ใช้ชื่อหลักทรัพย์ “KYE” มีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 220 ล้านบาท มีจำนวนหุ้นสามัญรวม 22 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ (ราคาพาร์) หุ้นละ 10 บาท และล่าสุดในวันที่ 12 กันยายน 2562 ที่ผ่านมามีบริษัทฯ ได้มีการลดทุนจดทะเบียนเหลือ 198 ล้านบาท หรือ 19.8 ล้านหุ้น

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

#### 1.1 นโยบายบริหาร และพันธกิจ

##### นโยบายบริหาร :

สนับสนุนผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีต่อสุขภาพและคุณภาพชีวิตของลูกค้า  
อุทิศตนสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม และสังคมที่มีศักยภาพ เพื่อนำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดี  
ภายใต้สโลแกน “ONE KYE FOR OUR CUSTOMERS”

##### พันธกิจ :

1. มุ่งมั่นสร้างเสริมยุทธศาสตร์การเติบโตอย่างยั่งยืนในตลาดโลก รวมถึงสร้างรายได้และผลกำไรอย่างมั่นคงและยั่งยืน
2. สร้างระบบการบริหารงานที่แข็งแกร่ง หนักไว และก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดและสภาพแวดล้อม
3. ให้ความสำคัญสูงสุดต่อความปลอดภัย คุณภาพ รวมถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และการปฏิบัติถูกต้องตามกฎหมายและจริยธรรมทางธุรกิจอย่างเคร่งครัด

## 1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญในรอบปีงบประมาณ 2562

- วันที่ 25 กรกฎาคม 2562 ที่ประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี มีมติอนุมัติการจัดสรรกำไรเป็นเงินปันผลในอัตราหุ้นละ 4.55 บาท รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 90.1 ล้านบาท จ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้นในวันที่ 22 สิงหาคม 2562
- วันที่ 12 กันยายน 2562 บริษัทฯ ได้ดำเนินการลงทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์เรื่องการลดทุนจดทะเบียนเหลือ 198 ล้านบาท มีจำนวนหุ้นที่ 19.8 ล้านหุ้น
- บริษัทฯ มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์รุ่นใหม่ออกสู่ตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพิ่มประโยชน์ในการใช้สอย โดยเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ประหยัดพลังงาน คุณภาพของสินค้าและมาตรฐานการให้บริการ
  - มกราคม 2562 ได้พัฒนาเพิ่มฟังก์ชันด้านความปลอดภัยในผลิตภัณฑ์ปั้มน้ำรุ่น R-series ให้สอดคล้องกับมาตรฐานของมิตซูบิชิ และสามารถครองความเป็นแบรนด์อันดับ 1 ในตลาดไทย 2 ปีติดต่อกันจากการสำรวจความนิยมของผลิตภัณฑ์ปั้มน้ำจากนิตยสาร Marketeer



### ■ พฤษภาคม 2562

- ผลิตตู้เย็นรุ่นใหม่ที่ใช้ฝาตู้เย็นแบบกระจกนิรภัย (Tempered Glass Door) รุ่น 3 ประตู Bottom Freezer สำหรับส่งออก
- ผลิตพัดลมระบายอากาศแบบติดตั้งกับฝ้าเพดาน ขนาดใบพัด 6 นิ้วโดยใช้มอเตอร์ขนาดเล็กแบบใหม่ และใบพัดแบบใหม่ที่ง่ายต่อการถอดล้างทำความสะอาด เพื่อขายภายในประเทศและส่งออก

- มิถุนายน 2562 เริ่มผลิตพัดลมแบบตั้งโต๊ะและพัดลมติดผนัง ขนาดใบพัด 18 นิ้วใช้มอเตอร์แบบใหม่ภายในเป็นดัดบลูกปืน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพให้พัดลมใช้ได้ยาวนาน ขายภายในประเทศและส่งออก
- กรกฎาคม 2562
  - ผลิตพัดลมระบายอากาศแบบต่อท่อ หน้ากากแบบใหม่ ขนาดใบพัด 4 นิ้ว และ 6 นิ้ว สำหรับส่งออก
  - ขยายการส่งออกผลิตภัณฑ์ปั้มน้ำรุ่นใหม่ R-series และรุ่น SP-N series ไปสู่ตลาดประเทศในภูมิภาคอาเซียน
- กันยายน 2562
  - ผลิตตู้เย็นรุ่นใหม่ รุ่น 3 ประตู Bottom Freezer ที่มีขนาดความจุ300-400 ลิตรโดยมีจำหน่ายภายในประเทศ และส่งออก นอกจากนี้ยังมีการผลิตตู้เย็นรุ่นใหม่ 3 ประตู ขนาด 350-450 ลิตรที่ใช้ฝาตู้เย็นแบบกระจกนิรภัย (Tempered Glass Door) และมีการนำเทคโนโลยี “Supercool Chilling” ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงในประเทศญี่ปุ่นเข้ามาใช้เพื่อการถนอมอาหารประเภทเนื้อสัตว์ โดยมีจำหน่ายภายในประเทศ และส่งออกเช่นกัน
  - ผลิตพัดลมระบายอากาศแบบต่อท่อ ตัวเครื่องใช้วัสดุพิเศษไม่พ่นสีสำหรับงานโปรเจก ขนาดใบพัด 4 นิ้ว สำหรับส่งออก
- ตุลาคม 2562
  - ผลิตตู้เย็นรุ่นใหม่ 3 ประตู ขนาด 400-450 ลิตรที่ถือว่าเป็นตู้เย็นขนาดใหญ่ที่สุดในกลุ่มตู้เย็น 3 ประตู โดยจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศแรก
  - ผลิตพัดลมพัดลมระบายอากาศติดตั้งกับกระจกแบบใหม่ ขนาดใบพัด 6 นิ้ว เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ติดตั้งได้สะดวกและบำรุงรักษาได้ง่าย สำหรับขายภายในประเทศและส่งออก
- ธันวาคม 2562 ได้มีการพัฒนาในการเพิ่มความปลอดภัยของสินค้าพัดลมที่จำหน่ายภายในประเทศ โดยเปลี่ยนเป็นปลั๊ก 3 ขา สำหรับพัดลมทุกรุ่น และยังได้ติดตั้งกล่องเหล็กครอบสวิทช์ เพื่อป้องกันการถูกلامไฟ สำหรับพัดลมตั้งโต๊ะ พัดลมสไลด์ พัดลมตั้งพื้น (รุ่นปุ่มกด) นอกจากนี้ยังได้นำพลาสติกแบบไม่ลามไฟมาใช้กับตัวฐานและแผ่นรอง รวมทั้งได้เสริมโครงสร้างเหล็กเพื่อเพิ่มความแข็งแรง สำหรับสินค้าพัดลมติดผนังด้วย

- มกราคม 2563 ผลิตตู้เย็นรุ่นใหม่ 1 ประตู และ 2 ประตู Top Freezer ตู้เย็น 1 ประตู ขนาด 140-180 ลิตร มีการออกแบบรูปลักษณะดีไซน์ใหม่ และมีการพัฒนาระบบละลายน้ำแข็ง (defrost system) จากระบบละลายน้ำแข็งแบบกดปุ่มด้วยมือ ให้เป็นระบบละลายน้ำแข็งกึ่งอัตโนมัติ (Semi Auto Defrost) ในรุ่น Standard และ Supreme และระบบละลายน้ำแข็งแบบอัตโนมัติ (Auto Defrost) ในรุ่น Hi-End โดยมีจำหน่ายในประเทศไทย ส่วนตู้เย็น 2 ประตูรุ่นใหม่ FC-series ขนาด 200-250 ลิตร มีการออกแบบรูปลักษณะดีไซน์ใหม่ เพิ่มความจุจากรุ่นปัจจุบัน และมีฟังก์ชันเพิ่มขึ้นโดยมี “Capsule Pocket” เพื่อการจัดเก็บอาหารให้เป็นระเบียบมากขึ้น และการใช้งานที่สะดวกและง่ายขึ้น โดยมีจำหน่ายภายในประเทศและส่งออก
- บริษัทฯ มีการลงทุนและปรับปรุงกระบวนการผลิต ประจำปี 2562
  - มกราคม 2562 เริ่มใช้ระบบ e-F@ctory เข้ามาช่วยยกระดับกระบวนการผลิตตู้เย็น เช่น กระบวนการประกอบชิ้นส่วน การประกอบคอมเพรสเซอร์เข้ากับตู้เย็น การชาร์จสารทำความเย็นเข้ากับตู้เย็น เป็นต้น ทำให้สามารถควบคุมคุณภาพสินค้าและปรับปรุงกระบวนการผลิตให้ดียิ่งขึ้น
  - เมษายน 2562 เริ่มนำแขนกลอัตโนมัติ (Robot) เข้าใช้ในกระบวนการผลิต เพื่อช่วยลดปัญหาคุณภาพ และยังสามารถลดเวลาการผลิต ทำให้ยอดการผลิตเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย
  - สิงหาคม 2562
    - เปลี่ยน Screw & Barrel เพื่อปรับปรุงกระบวนการทำงานให้เร็วและเพิ่มคุณภาพของชิ้นงานให้ดียิ่งขึ้น ทำให้ลดเวลาที่สูญเสีย (Loss Time) ในกระบวนการผลิต
    - ติดตั้งระบบ Laser mark (QR code) ทดแทนการใช้หมึกประทับวันเดือนปี ที่ผลิตและรหัสของมอเตอร์พัดลมทุกรุ่น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ง่ายต่อการทวนสอบประวัติ และตอบสนองนโยบายสิ่งแวดล้อม
  - กันยายน 2562
    - ปรับปรุงระบบ Touch Screen ของเครื่อง Injection เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต
    - เริ่มปรับปรุงเครื่องฉีด ให้เป็น Servo เพื่อลดการใช้พลังงานไฟฟ้า และเพิ่มคุณภาพของชิ้นงานได้ดี
  - พฤศจิกายน 2562
    - ติดตั้งเครื่องฉีดพลาสติกระบบไฟฟ้าทดแทน สำหรับผลิตชิ้นส่วนพลาสติก เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และอนุรักษ์พลังงาน

- ติดตั้งระบบบำบัดกลิ่นเตาอบสีและระบบหมุนเวียนความร้อนที่ปล่อยทิ้ง เพื่อลดกลิ่นที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และลดการใช้ก๊าซ LPG โดยนำพลังงานความร้อนจากปล่องระบายอากาศกลับมาใช้ใหม่ เป็นการใช้พลังงานให้เกิดประโยชน์สูงสุด

■ ธันวาคม 2562

- ติดตั้ง Energy Meter กับเครื่องฉีดพลาสติก เพื่อสามารถตรวจสอบการใช้พลังงานไฟฟ้าของแต่ละเครื่องจักร เพื่อลดการใช้พลังงานที่สูญเปล่า
- ติดตั้งแขนกลพ่นสีฝุ่นทดแทนระบบเก่า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตให้สูงขึ้น ลดปัญหาด้านคุณภาพ เพิ่มความหลากหลายในการผลิตชิ้นส่วน และง่ายต่อการบำรุงรักษา
- ติดตั้งเครื่องบัดกรีอัตโนมัติ ทดแทนการใช้คนบัดกรี สำหรับผลิตมอเตอร์พัดลม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และควบคุมคุณภาพให้เกิดความเสถียรในกระบวนการผลิตมอเตอร์
- ติดตั้งเครื่องเจียแกนหมุนมอเตอร์และระบบตรวจสอบอัตโนมัติ ทดแทนการใช้คนตรวจสอบ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การควบคุมคุณภาพที่แม่นยำยิ่งขึ้น

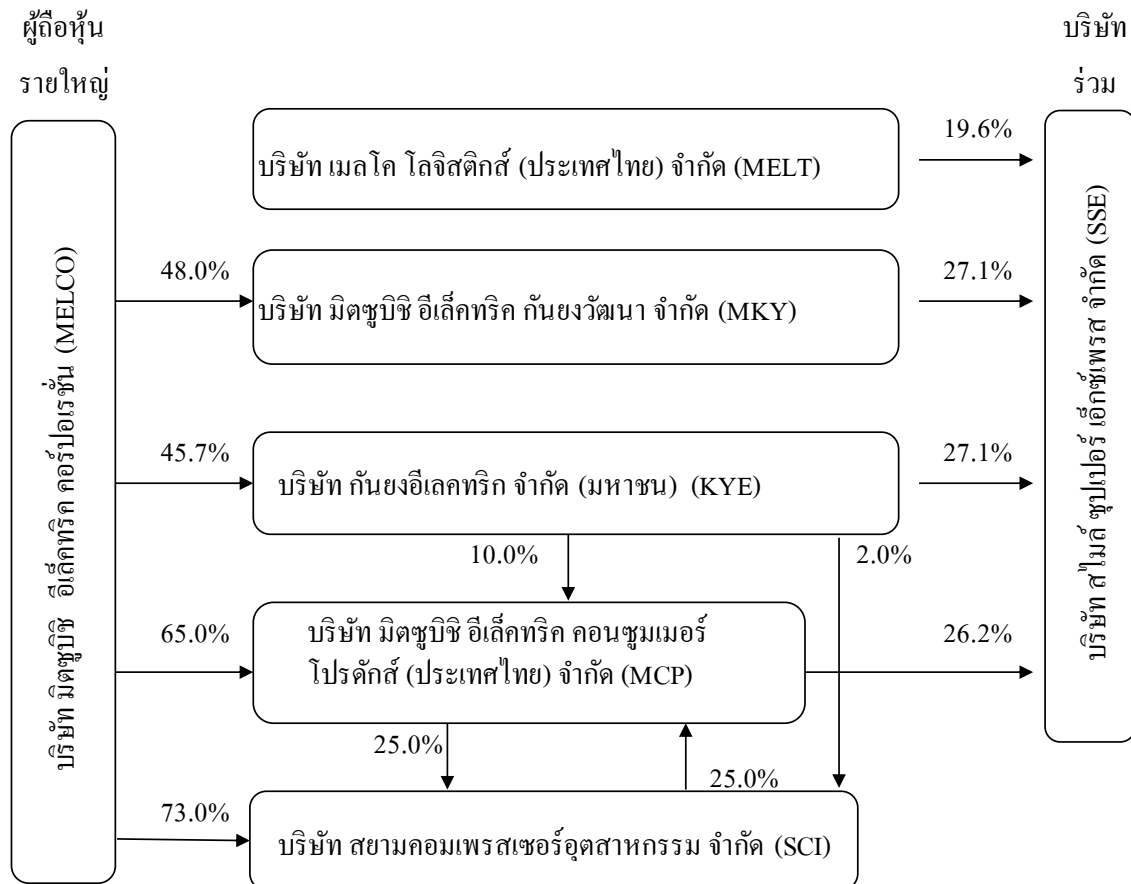
● รางวัลแห่งความภาคภูมิใจ ประจำปี 2562

- พฤษภาคม 2562 ผลิตภัณฑ์ปั้มน้ำ ได้รับรางวัล Marketeer No. 1 Brand Thailand 2018-2019 ซึ่งเป็นรางวัลจากการสำรวจความนิยมผู้บริโภคในประเทศไทยของนิตยสาร Marketeer โดยบริษัทฯ ได้รับรางวัลติดต่อกันเป็นปีที่สอง
- กันยายน 2562 บริษัทฯ ได้รับรางวัลสถานประกอบการดีเด่นด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการแรงงาน จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน ซึ่งปีที่ผ่านมาถือเป็นการได้รับรางวัลเป็นปีที่ 13 ติดต่อกัน (พ.ศ. 2550 – พ.ศ. 2562)

### 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) ได้เข้าร่วมลงทุน เพื่อขยายยอดขายและกำไร โดย MELT เป็นผู้มีส่วนการดำเนินการบริหารสินค้าคงคลัง และงานขนส่งสินค้า รายละเอียด และความสัมพันธ์มีดังต่อไปนี้



บริษัทที่เกี่ยวข้อง

|                          |   |   |
|--------------------------|---|---|
| ชื่อบริษัท               | : | บริษัท เมลโค โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด |
| ลักษณะการประกอบธุรกิจ    | : | การขนส่ง และขนถ่ายสินค้า รวมถึงคนโดยสาร   |
| วันที่ก่อตั้ง            | : | 1 ธันวาคม 2547                            |
| ทุนจดทะเบียน/ทุนชำระแล้ว | : | 39 ล้านบาท / 39 ล้านบาท                   |
| ความสัมพันธ์             | : | ไม่มี                                     |
| เหตุผลที่ไม่จัดเข้ากลุ่ม | : | ลักษณะการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน           |

|                          |   |   |
|--------------------------|---|---|
| ชื่อบริษัท               | : | บริษัท มิตซูบิชิ อิเล็กทริก กันยงวัฒนา จำกัด (MKY)  |
| ลักษณะการประกอบธุรกิจ    | : | ผู้จำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ชนิดใช้ในครัวเรือน   |
| วันที่ก่อตั้ง            | : | 1 พฤศจิกายน 2514  |
| ทุนจดทะเบียน/ทุนชำระแล้ว | : | 120.1 ล้านบาท / 95.1 ล้านบาท  |
| ความสัมพันธ์             | : | มีกรรมการบริษัทร่วมกัน 3 ท่าน คือ นายประพัฒน์ โพธิ์วรคุณ<br>นายประพนธ์ โพธิ์วรคุณ และนายเคนอิจิโร ฟุจิโมโตะ |
| เหตุผลที่ไม่จัดเข้ากลุ่ม | : | ลักษณะการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน   |
| ชื่อบริษัท               | : | บริษัท มิตซูบิชิ อิเล็กทริก คอนซูมเมอร์ โปรดักส์ (ประเทศไทย) จำกัด (MCP)                                    |
| ลักษณะการประกอบธุรกิจ    | : | ผู้ผลิตเครื่องปรับอากาศสำเร็จรูปผลิตชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศ  |
| วันที่ก่อตั้ง            | : | 27 พฤศจิกายน 2532   |
| ทุนจดทะเบียน/ทุนชำระแล้ว | : | 1,200 ล้านบาท / 1,200 ล้านบาท   |
| ความสัมพันธ์             | : | มีกรรมการบริษัทร่วมกัน 2 ท่าน คือ นายทาเคโนริ อะดาชิ<br>และนายทาเคชิ โอชิมะ                                 |
| เหตุผลที่ไม่จัดเข้ากลุ่ม | : | ลักษณะการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน   |

|                          |   |   |
|--------------------------|---|---|
| ชื่อบริษัท               | : | บริษัท สยามคอมเพรสเซอร์อุตสาหกรรม จำกัด (SCI)       |
| ลักษณะการประกอบธุรกิจ    | : | ผู้ผลิตคอมเพรสเซอร์สำหรับเครื่องปรับอากาศ           |
| วันที่ก่อตั้ง            | : | 7 ธันวาคม 2531                                      |
| ทุนจดทะเบียน/ทุนชำระแล้ว | : | 1,603.8 ล้านบาท / 1,603.8 ล้านบาท                   |
| ความสัมพันธ์             | : | มีกรรมการบริษัทร่วมกัน 1 ท่าน คือ นายโทโมฮิโกะ คาไซ |
| เหตุผลที่ไม่จัดเข้ากลุ่ม | : | ลักษณะการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน                     |



## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

**โครงสร้างรายได้หลักของบริษัทฯ** คือ รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตู้เย็น พัดลมไฟฟ้า พัดลมระบายอากาศ เครื่องปั๊มน้ำ ซึ่งมีโครงสร้างรายได้สำหรับปีสิ้นสุด ณ 31 มีนาคม 2561, 2562 และ 2563 ดังต่อไปนี้

มูลค่า : ล้านบาท

| ผลิตภัณฑ์                          | สำหรับปีสิ้นสุด 31 มีนาคม |            |                |            |                |            |
|------------------------------------|---------------------------|------------|----------------|------------|----------------|------------|
|                                    | ปี 2561                   |            | ปี 2562        |            | ปี 2563        |            |
|                                    | รายได้                    | %          | รายได้         | %          | รายได้         | %          |
| มูลค่าการจำหน่ายภายในและต่างประเทศ |                           |            |                |            |                |            |
| พัดลมไฟฟ้าและพัดลมระบายอากาศ       | 1,434.1                   | 16.6       | 1,531.9        | 19.3       | 1,440.3        | 18.7       |
| ตู้เย็น                            | 6,236.8                   | 72.2       | 5,399.0        | 67.8       | 5,139.1        | 66.7       |
| เครื่องปั๊มน้ำ                     | 841.6                     | 9.8        | 919.0          | 11.5       | 1,036.7        | 13.5       |
| อื่นๆ                              | 119.2                     | 1.4        | 110.3          | 1.4        | 87.3           | 1.1        |
| <b>รวมมูลค่า</b>                   | <b>8,631.7</b>            | <b>100</b> | <b>7,960.2</b> | <b>100</b> | <b>7,703.4</b> | <b>100</b> |

หมายเหตุ: รายได้อื่นๆ ประกอบด้วยรายได้จากการขายชิ้นส่วนอะไหล่ และเครื่องเป่ามือ

### 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 และสร้างความแตกต่างได้อย่างชัดเจนโดยเฉพาะบานประตูกระจกนิรภัยที่หน้าบานกระจกออกแบบพิเศษ ดูหรูหราสวยงาม
- Easy to Use: การออกแบบให้มีความหลากหลาย ทั้งจำนวนรุ่น จำนวนประตู ขนาดความจุ เพื่อความเหมาะสมในการเลือกใช้งานของผู้บริโภค สะดวกสบาย ประหยัดเวลา
- Healthy Technology: การผสมผสานเทคโนโลยีในการถนอมอาหารต่างๆ เข้าไว้ด้วยกัน เพื่อสุขอนามัยที่ดีในการบริโภคอาหาร ที่คงคุณค่าความสดของอาหาร และสร้างพื้นที่แห่งความสะอาดในแต่ละช่องชั้นภายในตู้เย็นด้วยเทคโนโลยีต่างๆ ได้แก่

- Vegetable Drawer with Vitamin Factory: ช่องแช่ผักแบบลิ้นชักแยกอิสระ ที่ภายในมาพร้อมแสงสีส้มและระบบรักษาความชื้น ที่จะช่วยให้คงความสดใหม่ให้ผักและผลไม้ได้ยาวนาน
- Supercool Chilling Case : เทคโนโลยีล่าสุดที่จะช่วยให้สามารถเก็บรักษาเนื้อสัตว์ หรือปลา ที่ต้องดูแลเป็นพิเศษ และเก็บรักษาความสดภายใต้ความเย็น 0 ถึง - 3 องศาซึ่งจะคงสภาพเนื้อสัตว์ไว้และพร้อมปรุงอาหารได้ทันทีโดยไม่ต้องเสียเวลาทำละลาย
- Auto Ice Maker : ระบบทำน้ำแข็งอัตโนมัติ ถอดล้างทำความสะอาดง่าย เพื่อให้ได้น้ำแข็งที่สะอาดอยู่เสมอ
- Anti-bacteria Foodliner : ผนังภายในช่องแช่แข็งและช่องแช่เย็นที่ผสมสารป้องกัน และช่วยยับยั้งการเจริญเติบโตของเชื้อแบคทีเรีย (Silvery inorganic anti- bacteria material)
- 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 2562 เริ่มผลิตตู้เย็นรุ่นใหม่ 3 ประตู ขนาด 300-450 ลิตร ที่ใช้ฝาตู้เย็นแบบกระจกนิรภัย (Tempered Glass Door) และมีการนำเทคโนโลยี “Supercool Chilling” เพื่อการถนอมอาหารประเภทเนื้อสัตว์อย่างมีคุณภาพ รวมทั้ง ผลิตตู้เย็นรุ่นใหม่ 1 ประตู ขนาด 140-180 ลิตร และ 2 ประตูรุ่นใหม่ FC-series ขนาด 200-250 ลิตร มีการออกแบบรูปลักษณะดีไซน์ใหม่ เพิ่มความจุจากรุ่นปัจจุบัน และมีฟังก์ชันเพิ่มขึ้นโดยมี “Capsule Pocket” เพื่อการจัดเก็บอาหารให้เป็นระเบียบมากขึ้น

### **ผลิตภัณฑ์พัดลมไฟฟ้า**

บริษัทฯ ทำการพัฒนาพัดลมแบบต่างๆ เพื่อให้เหมาะกับการใช้งาน ทั้งพัดลมชนิดตั้งโต๊ะ ชนิดตั้งพื้น ชนิดติดผนัง ชนิดสายรอบตัว และชนิดแขวนเพดาน ซึ่งในแต่ละแบบจะมีรุ่นที่มีขนาดใบพัด หลากหลายตามความเหมาะสมของการใช้งาน รวมถึงการพัฒนามอเตอร์พัดลมแบบปิด ซึ่งเป็นลิขสิทธิ์ เฉพาะของมิตซูบิชิ อิเล็กทริก ที่ช่วยป้องกันฝุ่นละอองและสิ่งแปลกปลอมเข้าไปทำความเสียหายต่อ ผลิตภัณฑ์ จึงทำให้มีความทนทานสูง และทนต่อทุกสภาวะการใช้งาน

ในปี 2562 บริษัทฯ ได้เริ่มจำหน่ายพัดลมชนิดตั้งโต๊ะที่ใช้มอเตอร์กระแสตรง รวมถึงพัดลมแขวนเพดาน ขนาดใบพัด 56 นิ้ว ควบคุมการทำงานระยะไกลด้วยรีโมทคอนโทรล (RW series) โดยใบพัดใช้วัสดุพลาสติกพิเศษ เน้นปริมาณลมสูง

### **ผลิตภัณฑ์พัดลมระบายอากาศ**

ผลิตภัณฑ์พัดลมระบายอากาศของบริษัทฯ ถือเป็นสินค้าที่สร้างคุณภาพประโยชน์และยกระดับคุณภาพชีวิตให้แก่ผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ซึ่งบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญเป็นพิเศษในขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้การระบายและการหมุนเวียนอากาศที่ดีและมีประสิทธิภาพ ทั้งแบบระบายอากาศ แบบติดผนัง แบบติดกระจก แบบฝังฝ้าที่ไม่ต้องใช้ท่อระบายอากาศ และแบบต่อท่อฝังฝ้า

ในปี 2562 บริษัทฯ ได้พัฒนาพัดลมระบายอากาศรุ่นใหม่ แบบฝังฝ้าไม่ต่อท่อ ขนาดใบพัด 6 นิ้ว และแบบติดกระจกที่เน้นการติดตั้งบนอาคารสูง โดยใช้มอเตอร์ที่ออกแบบพิเศษ เพื่อเพิ่มการประหยัดพลังงาน และการออกแบบใบพัดใหม่แบบ Easy click สามารถถอดล้างทำความสะอาดได้ง่าย

### **ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้มน้ำ**

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

ในปี 2562 บริษัทฯ ได้ผลิตผลิตภัณฑ์ปั้มน้ำรุ่น R-series มาตรฐานใหม่ประหยัดไฟเบอร์ 5 ระดับสูงสุด 3 ดาว ด้วยการออกแบบใบพัดใหม่ดีไซน์รูปตัว U ช่วยให้ชุดหัวปั้มน้ำส่งน้ำได้มากและแรงยิ่งขึ้น ช่วยประหยัดพลังงานอย่างคุ้มค่า และผลิตปั้มน้ำขนาดเล็กรุ่นใหม่ Non-Automatic ขนาด 150 และ 200 วัตต์

## 2.2 การตลาดและการแข่งขัน

บริษัทฯ จัดจำหน่ายสินค้าผ่าน 3 กลุ่มตลาดหลัก ได้แก่ ตลาดภายในประเทศ ตลาดประเทศญี่ปุ่น และตลาดต่างประเทศอื่นๆ ในปีงบประมาณ 2562 นี้มีสัดส่วนการขายร้อยละ 39:43:18 ตามลำดับ หากเปรียบเทียบสัดส่วนการขายกับงบประมาณปี 2561 การขายในตลาดประเทศญี่ปุ่นมีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นมาก ในขณะที่สัดส่วนการขายของตลาดภายในประเทศ และตลาดต่างประเทศอื่นๆ มีสัดส่วนที่ลดลง ทั้งนี้เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจของประเทศญี่ปุ่นมีอัตราการขยายตัวค่อนข้างน้อยเป็นค่อยไป บริษัทฯ จึงต้องเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน และเร่งกระตุ้นยอดขายในกลุ่มตลาดรองอย่างตลาดภายในประเทศ และตลาดต่างประเทศอื่นๆ ขึ้นมาทดแทนด้วย

### ช่องทางการจัดจำหน่าย

- ตลาดภายในประเทศ บริษัทฯ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านบริษัท มิตซูบิชิ อิเล็กทริก กังยงวัฒนา จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทตัวแทนจำหน่ายของบริษัทฯ เพียงรายเดียว โดยที่บริษัทดังกล่าวมีช่องทางการกระจายสินค้าผ่าน Dealer Modern Trade และ Project Sales กระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย
- ตลาดต่างประเทศอื่นๆ บริษัทฯ ส่งออกผ่านบริษัทย่อยในกลุ่มมิตซูบิชิ อิเล็กทริก เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งมีตัวแทนจัดจำหน่ายอยู่ทั่วโลกทั้งในตลาดเอเชีย โอเชียเนีย ตลาดตะวันออกกลาง เป็นต้น

### ตลาดภายในประเทศ

ในปี 2562 ความต้องการเครื่องใช้ไฟฟ้ากลับมาขยายตัวอีกครั้ง ปัจจัยหลักมาจากภาวะเศรษฐกิจฟื้นตัวและกำลังซื้อภาคครัวเรือนปรับตัวดีขึ้นเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนเพิ่มมากขึ้น โดยคาดการณ์ว่าจะมีความต้องการเปลี่ยนเครื่องใช้ไฟฟ้าใหม่ตามหลังจากภาระหนี้ในโครงการรถคันแรกทยอยครบกำหนด และตลาดอสังหาริมทรัพย์ทยอยฟื้นตัว ทำให้มีความต้องการรอบระยะเวลาการถือครอง (Replacement cycle) และจากสภาพอากาศที่คาดว่าจะร้อนขึ้น สนับสนุนให้มีความต้องการเครื่องใช้ไฟฟ้าประเภททำความเย็นเพิ่มมากขึ้น

ผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้ามีการจัดโปรโมชั่นเพื่อกระตุ้นยอดขายอย่างต่อเนื่อง การขายผ่านธุรกิจร้านค้าปลีกสมัยใหม่รายใหญ่ (Modern Trade) ซึ่งมีความได้เปรียบด้านเงินทุน ความหลากหลายของสินค้า สาขาที่มีจำนวนมาก รวมทั้งกลยุทธ์การตลาด และราคาที่ดึงดูดใจ จะเป็นกลุ่มที่ได้รับอานิสงส์จากการฟื้นตัวของตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้า แต่ร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าทั่วไป ซึ่งส่วนใหญ่มีการบริหารธุรกิจแบบดั้งเดิม อาจมีผลประกอบการไม่ดีนัก เนื่องจากต้องเผชิญกับภาวะการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นจากร้านค้ารายใหญ่ และร้านค้าปลีกสมัยใหม่บางประเภทที่มีการจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า

สภาวะการตลาดภายในประเทศของแต่ละผลิตภัณฑ์ สามารถสรุปพอสังเขปได้ดังนี้

- ตู้เย็น: ความต้องการของตลาดโดยรวมของผลิตภัณฑ์ตู้เย็น มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยตู้เย็นทุกชนิดมีการเติบโตที่เพิ่มมากขึ้น ยกเว้นตู้เย็น 1 ประตู ที่มีแนวโน้มความต้องการลดลงอย่างต่อเนื่อง เป็นผลมาจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปซื้อตู้เย็น 2 ประตูขนาดเล็กซึ่งมีราคาใกล้เคียงกัน และมีฟังก์ชันการใช้งานที่ดีกว่า ทำให้

ตู้เย็น 2 ประตูมีแนวโน้มการใช้งานมากขึ้นในแต่ละปี นอกจากนี้ความต้องการตู้เย็นขนาดใหญ่แบบ 3 ประตู และ 4 ประตูมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น เนื่องจากกลุ่มลูกค้ารายได้สูงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

แต่อย่างไรก็ตาม มีการแข่งขันทางด้านราคาค่อนข้างรุนแรง และมีคู่แข่งเข้ามาในตลาดมากขึ้น โดยเฉพาะสินค้าจากประเทศเกาหลีและประเทศจีนซึ่งมีราคาถูกกว่า และมีการพัฒนาคุณภาพสูงขึ้น จึงทำให้การเติบโตของบริษัทฯ ลดลงจากปีที่ผ่านมา

- เครื่องปั้มน้ำ: ความต้องการของตลาดโดยรวมของผลิตภัณฑ์ปั้มน้ำมีอัตราการเติบโตสูงขึ้นมากเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา สืบเนื่องจากภาพรวมของตลาดอสังหาริมทรัพย์ที่เริ่มฟื้นตัว ประกอบกับผู้บริโภคมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสำหรับการหาที่อยู่อาศัยใหม่ โดยคนที่อยู่อาศัยหัวเมืองใหญ่ และหัวเมืองรองได้หันมาซื้อที่อยู่อาศัยตามโครงการบ้านจัดสรรรอบเมืองมากขึ้น ทำให้โครงการบ้านจัดสรรรอบเมืองเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นช่องทางในการขยายโอกาสทางการขายของผลิตภัณฑ์ปั้มน้ำ
- พัดลมไฟฟ้า : ความต้องการของตลาดโดยรวมมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา จากสภาพอากาศที่ไม่เอื้ออำนวย ฤดูฝนยาวนานกว่าปกติ และอุณหภูมิลดลง จึงไม่ค่อยเอื้อต่อการทำตลาด แต่อย่างไรก็ตามผลิตภัณฑ์ของเรายังคงสามารถเติบโตได้จากช่องทางการขายผ่านธุรกิจร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) รายใหญ่ซึ่งมีสาขามาก
- พัดลมระบายอากาศ : ความต้องการของตลาดโดยรวมมีอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา สอดคล้องกับอัตราการเติบโตของโครงการที่อยู่อาศัยแนวตั้ง ที่มีความต้องการใช้งานพัดลมระบายอากาศเป็นจำนวนมาก

### ตลาดประเทศญี่ปุ่น

ในปี 2562 เศรษฐกิจของประเทศญี่ปุ่นยังคงมีการขยายตัวแบบค่อยเป็นค่อยไป โดยได้แรงสนับสนุนจากการลงทุนของภาคเอกชน โดยการลงทุนด้านเทคโนโลยีเพื่อทดแทนแรงงาน และการเร่งใช้จ่ายของภาครัฐไว้ก่อนการขึ้นภาษีการบริโภค จากร้อยละ 8 เป็นร้อยละ 10 ในเดือนตุลาคม 2562 อย่างไรก็ตาม ความเสี่ยงหลักต่อเศรษฐกิจของประเทศญี่ปุ่นคือ การที่เงินเยนแข็งค่าอย่างต่อเนื่อง จากสงครามการค้าสหรัฐฯ-จีน และความกังวลต่อภาวะเศรษฐกิจโลกถดถอย

ปัจจุบันบริษัทฯ มีการส่งออกสินค้า 3 ประเภทไปยังตลาดประเทศญี่ปุ่น ได้แก่ ตู้เย็น พัดลมไฟฟ้า พัดลมระบายอากาศ โดยปีงบประมาณ 2562 สถานะการตลาดในประเทศญี่ปุ่นของแต่ละผลิตภัณฑ์ สามารถสรุปพอสังเขปได้ดังนี้

- ตู้เย็น : ความต้องการตลาดโดยรวมเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะตู้เย็นในกลุ่ม 3 ประตู และตู้แช่ Freezer ซึ่งเป็นกลุ่มสินค้าที่บริษัทฯ ยังมีศักยภาพในการแข่งขัน แต่ความต้องการของตู้เย็น 2 ประตูขนาดเล็กลดลง เนื่องจากมีการแข่งขันทางด้านราคาค่อนข้างสูง ทั้งจากแบรนด์ญี่ปุ่น และแบรนด์จีน ซึ่งมีราคาค่อนข้างถูก

- พัฒนไฟฟ้า : ความต้องการตลาดโดยรวมมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา ส่วนหนึ่งมาจากความต้องการใช้งานสำหรับอาคารสำนักงานที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น และ DC Fan ยังคงได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง
- พัฒนระบายอากาศ : ความต้องการตลาดโดยรวมลดลงอันเนื่องมาจากภาคอสังหาริมทรัพย์ มีการเติบโตน้อยลง โดยเฉพาะโครงการ โรงเรียน (School project)

### ตลาดต่างประเทศอื่นๆ

ในปี 2562 ที่ผ่านมา บริษัทฯ มีแผนขยายช่องทางการจัดจำหน่ายร่วมกับกลุ่ม Sales Company ของกลุ่มมิตซูบิชิ อิเล็กทริกในแต่ละประเทศ เพื่อเร่งขยายยอดขายและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดให้มากขึ้นทั้งในเวียดนาม อินโดนีเซีย และโอเชียเนีย ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายการขยายการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศอื่นๆ แต่อย่างไรก็ดี บริษัทฯ มีอัตราการเติบโตลดลงจากปีที่ผ่านมา เนื่องจากหลายๆ ประเทศได้รับผลกระทบจากสงครามการค้าระหว่าง สหรัฐอเมริกา และจีน ตลอดจนภาวะชะลอตัวของเศรษฐกิจทั่วโลก และในบางประเทศเช่น ฮองกง ประสบปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองซึ่งส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและภาคธุรกิจ การเผชิญภาวะการแข่งขันสูง โดยเฉพาะเครื่องใช้ไฟฟ้าจากจีนซึ่งมีราคาถูกกว่าและมีการพัฒนาคุณภาพสูงขึ้น นอกจากนี้ในหลายประเทศ เช่น อินโดนีเซีย และมาเลเซีย ยังคงได้รับผลกระทบจากการอ่อนค่าของอัตราแลกเปลี่ยน มีผลทำให้สินค้าที่นำเข้ามีราคาสูง

แต่อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ได้ให้การสนับสนุนในการปรับปรุงช่องทางการขาย กลยุทธ์ทางการขาย และสร้างความแข็งแกร่งของตัวแทนจำหน่าย เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในทุกๆ ตลาดเพื่อการเติบโตในอนาคตต่อไป

## 2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

### ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

#### (ก) กระบวนการพัฒนาและผลิตสินค้า

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

ซึ่งในปีที่ผ่านมา ได้พัฒนาและยกระดับในเรื่องความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามมาตรฐานทั้งมาตรฐานภายในกลุ่มมิตซูบิชิ อิเล็กทริกและมาตรฐานของแต่ละประเทศ เพื่อให้ลูกค้ามีความมั่นใจในความปลอดภัยและคุณภาพที่ดีของผลิตภัณฑ์

ลักษณะของการผลิตสินค้าของบริษัทฯ มีลักษณะการผลิตแบบเชิงมวล (Mass Production) จากกระบวนการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า บริษัทฯ จะดำเนินการเข้าสู่กระบวนการวางแผนการผลิตและกระบวนการจัดหาจัดซื้อวัตถุดิบและชิ้นส่วนอุปกรณ์สำหรับการใช้ในการผลิต จากนั้นดำเนินการเข้าสู่

กระบวนการผลิตตามแผนที่ได้กำหนดไว้ตามสายงานการผลิตของแต่ละผลิตภัณฑ์ โดยมีกระบวนการผลิตย่อยที่สำคัญ ได้แก่ งานเตรียมอุปกรณ์การผลิต งานผลิตชิ้นส่วน งานประกอบ และบรรจุเป็นสินค้าสำเร็จรูป

ในกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ ตระหนักถึงการควบคุมคุณภาพที่ดีของผลิตภัณฑ์ โดยมีกระบวนการตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในทุกๆ ขั้นตอนของกระบวนการผลิต โดยการนำเครื่องมือและเครื่องจักรที่ทันสมัยมากขึ้นมาช่วยในกระบวนการควบคุมคุณภาพ ทำให้มั่นใจได้ว่าสินค้าในทุกผลิตภัณฑ์ที่ส่งมอบออกสู่ตลาด มีคุณภาพสูง ตรงตามความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภค

**(ข) การบริการด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ**

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

ในปี 2562 บริษัทฯ ได้มีการพัฒนาเพื่อยกระดับการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ โดยได้นำข้อมูลประวัติการใช้งาน ปัญหาที่เกิดขึ้น รวมถึงประสิทธิภาพการทำงานของผลิตภัณฑ์ผู้ยื่น ที่บันทึกผ่านระบบการบันทึกใน Micro controller จากตัวผู้ยื่น เพื่อลดระยะเวลาในการวิเคราะห์ และทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้ใช้งานในผลิตภัณฑ์ผู้ยื่นที่ใช้ คอมเพรสเซอร์ระบบอินเวอร์เตอร์

## กำลังการผลิตและปริมาณการผลิต

บริษัทฯ มีกำลังการผลิตและปริมาณการผลิตในปี 2560 – 2562

พัน/เครื่อง

| ผลิตภัณฑ์                           | หน่วย   | 2560  | 2561  | 2562  |
|-------------------------------------|---------|-------|-------|-------|
| <b>ตู้เย็น</b>                      |         |       |       |       |
| กำลังการผลิตเต็มที่                 | เครื่อง | 1,200 | 1,200 | 1,200 |
| ปริมาณการผลิตจริง                   | เครื่อง | 791   | 717   | 670   |
| อัตราการใช้กำลังการผลิต             | ร้อยละ  | 66%   | 60%   | 56%   |
| <b>พัดลมไฟฟ้าและพัดลมระบายอากาศ</b> |         |       |       |       |
| กำลังการผลิตเต็มที่                 | เครื่อง | 1,700 | 1,700 | 1,800 |
| ปริมาณการผลิตจริง                   | เครื่อง | 1,494 | 1,528 | 1,630 |
| อัตราการใช้กำลังการผลิต             | ร้อยละ  | 88%   | 90%   | 91%   |
| <b>เครื่องปั๊มน้ำ</b>               |         |       |       |       |
| กำลังการผลิตเต็มที่                 | เครื่อง | 260   | 260   | 280   |
| ปริมาณการผลิตจริง                   | เครื่อง | 207   | 229   | 260   |
| อัตราการใช้กำลังการผลิต             | ร้อยละ  | 80%   | 88%   | 93%   |

## การจัดหาวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

|                           | สัดส่วน<br>การซื้อ/ใช้ (ร้อยละ) | แหล่งวัตถุดิบ |            |
|---------------------------|---------------------------------|---------------|------------|
|                           |                                 | ในประเทศ      | ต่างประเทศ |
| 1. คอมเพรสเซอร์           | 11.9                            | ✓             | ✓          |
| 2. เหล็กทำชิ้นส่วน        | 12.2                            | ✓             | ✓          |
| 3. น้ำยาโฟม               | 4.9                             | ✓             | ✓          |
| 4. ทองแดง                 | 6.1                             | ✓             | ✓          |
| 5. เม็ดพลาสติก            | 11.1                            | ✓             | ✓          |
| 6. สายไฟ                  | 4.9                             | ✓             |            |
| 7. มอเตอร์                | 7.3                             | ✓             | ✓          |
| 8. ชิ้นงานหล่อ            | 3                               | ✓             |            |
| 9. ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ | 7.1                             | ✓             | ✓          |
| 10. กล่องกระดาษ           | 3.3                             | ✓             |            |
| 11. อื่นๆ                 | 28.2                            | ✓             | ✓          |
| รวม                       | 100.0                           |               |            |



### สัดส่วนการซื้อวัตถุดิบในประเทศและต่างประเทศ

วัตถุดิบนำเข้าจากต่างประเทศ เช่น คอมเพรสเซอร์ ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้ เนื่องจากสินค้าที่บริษัทฯ ผลิตต้องมีคุณภาพตามมาตรฐานที่ บริษัท มิทซูบิชิ อิเล็กทริก คอร์ปอเรชั่น กำหนด ที่มีลักษณะเฉพาะตัว ดังนั้นชิ้นส่วนและวัสดุบางชนิดจึงถูกนำเข้าจากแหล่งผลิตที่น่าเชื่อถือในต่างประเทศ นอกจากนี้ การซื้อชิ้นส่วนและวัตถุดิบในปริมาณมากๆ โดยมีบริษัทย่อยของ MELCO ทำหน้าที่จัดหาชิ้นส่วนและวัตถุดิบ ทำให้ต้นทุนการผลิตถูกลงได้

### ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิตหรือการกำจัดวัตถุดิบเหลือใช้

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

บริษัทฯ ได้บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม โดยอ้างอิงมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO 14001:2015) โดยพิจารณาปัจจัยด้านต่างๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อจัดการสิ่งแวดล้อมขององค์กร ได้แก่ ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก ความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กฎหมาย ข้อบังคับ พันธะสัญญา และประเด็นลักษณะปัญหาสิ่งแวดล้อม เป็นต้น เพื่อนำปัจจัยต่างๆ เหล่านี้มากำหนดเป็นแผนการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กรต่อไป

ปี 2562 บริษัทฯ ได้กำหนดตั้งแผนการจัดการสิ่งแวดล้อมที่เรียกว่า “วัตถุประสงค์ ค่าเป้าหมาย และแผนงานสิ่งแวดล้อม (Environmental Objective & Target and Environmental Program)” ดังต่อไปนี้

- การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resources 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
  - Recycle : อาทิ นำน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดแล้วมาปรับปรุงคุณภาพ เพื่อนำกลับมาใช้สำหรับซักโครก ห้องน้ำ ใช้รดต้นไม้ และล้างสายพานเครื่องรีดตะกอนของระบบบำบัดน้ำเสีย เป็นต้น
- การปกป้องสิ่งแวดล้อม (Environment Protection) : โดยการลดการใช้สารเคมีอันตราย อาทิ เปลี่ยนชนิดสีที่พ่นชิ้นงานจากสีน้ำมันเป็นสีฝุ่น เปลี่ยนแปลงวัตถุดิบที่ไม่ต้องพ่นสี เช่น PCM ลดการใช้น้ำยาพิษ ลดการใช้น้ำยาโฟม และเปลี่ยนสารทำความสะอาดของผลิตภัณฑ์ตู้เย็น เป็นต้น
- การป้องกันมลพิษ (Pollution Prevention) ดำเนินการควบคุมคุณภาพน้ำ คุณภาพอากาศที่ระบายออกนอกโรงงาน โดยตรวจวัด คุณภาพน้ำเสีย คุณภาพน้ำทิ้ง คุณภาพน้ำารระบายน้ำฝน คุณภาพอากาศที่ระบายออกจากปล่องระบายอากาศ แสง เสียง ความร้อน ไอระเหยสารเคมี และเสียงรบกวน เพื่อติดตามและรายงานให้หน่วยงานราชการ รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทราบ

- ความตระหนักในด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental awareness) เข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว กับกรมโรงงานอุตสาหกรรม เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมขององค์กร มุ่งสู่การสร้างเครือข่ายการจัดการสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่การจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้แต่งตั้งคณะกรรมการรับผิดชอบการทำงานด้านสิ่งแวดล้อม ดำเนินการติดตามและประเมินผลระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (EMS) อย่างเป็นระเบียบแบบแผน และวางแผนพัฒนาปรับปรุงระบบอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ได้มีการเผยแพร่นโยบายสิ่งแวดล้อมไปยังพนักงานทุกคน 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 ได้ โดยในปีงบประมาณ 2562 ที่ผ่านมา บริษัทฯ กำหนดมาตรการและแนวทางในการประเมินและบริหารความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

#### ความเสี่ยงจากการแข่งขันในอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านยังคงมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ทำให้เกิดความท้าทายเชิงกลยุทธ์กับบริษัทฯ และในขณะเดียวกันภาวะการแข่งขันในตลาดก็ทวีความรุนแรงขึ้นด้วยจึงทำให้แต่ละบริษัทต้องใช้กลยุทธ์ทั้งทางด้านราคา รูปแบบผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมการขาย เพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาด ทำให้บริษัทฯ ต้องปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว และสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันเพื่อให้เกิดความได้เปรียบและลดความเสี่ยงดังกล่าว

ภายใต้ภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ มุ่งเน้นการส่งเสริมยุทธศาสตร์การเติบโตทั้งตลาดในประเทศ ตลาดประเทศญี่ปุ่น และตลาดส่งออกประเทศอื่นๆ เพื่อกระจายความเสี่ยงด้านการขาย โดยไม่พึ่งพาสถานที่ใดตลาดหนึ่งมากเกินไป

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

#### ความเสี่ยงทางการตลาดอันเนื่องจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่องค์การอนามัยโลก (WHO) ยกย่องให้เป็น “ภาวะการระบาดใหญ่ทั่วโลก (Pandemic)” ส่งผลกระทบต่อ Demand และ Supply ของสินค้าและบริการทั่วโลก อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจโลกรวมถึงประเทศไทยยังมีความไม่แน่นอนสูงมาก ขึ้นอยู่กับความสามารถในการควบคุมการระบาดไม่ให้ยืดเยื้อออกไปในระยะยาว โดยความเสี่ยงที่เกิดขึ้นกับบริษัทฯ

เป็นผลมาจากการที่ประเทศคู่ค้าต่างก็ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ทุกประเทศต่างออกมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส ซึ่งอาจมีข้อแตกต่างกันขึ้นอยู่กับสถานการณ์ในแต่ละประเทศ บางประเทศมีมาตรการเข้มงวดเช่นประเทศมาเลเซีย ลูกค้าได้มีการระงับคำสั่งซื้อชั่วคราวจนกว่าสถานการณ์จะดีขึ้น ประเทศอื่นๆ เช่น ประเทศไทย ประเทศเวียดนาม มีการปรับลดตัวเลขการสั่งซื้อโดยเน้นสั่งเฉพาะรุ่นที่มีความจำเป็นสำหรับการขาย เนื่องจากห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ปิด อย่างไรก็ตามวิกฤตครั้งนี้ช่วยให้เกิดการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี มีการให้บริการแก่ผู้บริโภคออนไลน์มากขึ้น หลายบริษัทฯ มีการทำงานแบบ Work from Home ตลอดจนมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) ซึ่งจำกัดให้คนออกไปใช้ชีวิตนอกบ้านน้อยลง เกิดความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าใหม่ หรือต้องการผลิตภัณฑ์รุ่นที่ใหญ่ขึ้น เช่น ประเทศออสเตรเลีย บริษัทฯ มียอดขายที่เติบโตของผู้ใช้รุ่นใหญ่ นอกจากนั้นความต้องการตู้แช่แข็ง (Freezer) ยังเพิ่มมากขึ้นในหลายประเทศ เช่น ประเทศญี่ปุ่น และประเทศไทย เนื่องจากผู้บริโภคต้องการกักตุนอาหาร และลดความเสี่ยงในการออกไปซื้อสินค้านอกบ้าน เป็นต้น

เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 เป็นทั้งโอกาสและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อเพิ่มโอกาสทางการขายและการแข่งขัน บริษัทฯ จึงให้ความร่วมมือกับทุกภาคส่วนในการจัดการวิกฤต COVID-19 มีการติดตามและประเมินสถานการณ์ของบริษัทคู่ค้าทั้งในและต่างประเทศอย่างใกล้ชิด ทั้งกับบริษัทขาย และบริษัท Supplier เพื่อปรับเปลี่ยนแผนการผลิต และแผนการขาย ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในแต่ละประเทศ

### **ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีต่อกระบวนการผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์**

#### **การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์**

ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านเป็นสินค้าที่มีการแข่งขันด้านการพัฒนาและออกแบบสูงมาก บริษัทฯ มีการเปลี่ยนแปลงสินค้าเป็นประจำทุกปีทั้งด้านฟังก์ชันการทำงาน รูปลักษณ์ รวมไปถึงการประหยัดพลังงาน เพื่อให้คงไว้ซึ่งความสามารถในการแข่งขันในตลาดของทุกผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ อย่างไรก็ตามความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงในด้านเทคโนโลยี ต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาจมีผลทำให้สินค้าล้าสมัย และมีรุ่นใหม่มาทดแทนอย่างรวดเร็ว บริษัทฯ จึงมีการติดตามสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของตลาดอย่างใกล้ชิดและทำการศึกษาแนวโน้มของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเป็นประจำทุกปี เพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าว

ปัจจุบันปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าที่ผู้บริโภคยังให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ คือ การประหยัดพลังงาน ซึ่งบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาสินค้าที่ประหยัดพลังงานสูงสุดเช่นเดียวกัน โดยในปีที่ผ่านมาผลิตภัณฑ์ปั้มน้ำ มีการปรับเปลี่ยนมาตรฐานการประหยัดพลังงาน จากเดิมระดับสูงสุดคือเบอร์ 5 ได้เปลี่ยนมาเป็น เบอร์ 5 ระดับสูงสุด 3 ดาว ซึ่งผลิตภัณฑ์ปั้มน้ำมิตซูบิชิ รุ่น R-series ได้ผ่านมาตรฐานฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 ระดับสูงสุด 3 ดาวทุกรุ่น

ปัจจัยรองลงมาคือ ฟังก์ชันการใช้งานและรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ซึ่งบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญเช่นเดียวกัน เช่น ผลิตภัณฑ์ตู้เย็น 1 ประตู ได้ออกแบบระบบละลายน้ำแข็งอัตโนมัติ (Auto Defrost) และ

แผงควบคุมอุณหภูมิด้านนอก (Outside Temperature Control Panel) ที่ด้านหน้าประตูตู้เย็น ทำให้สามารถปรับอุณหภูมิและละลายน้ำแข็งได้โดยไม่ต้องเปิดประตูตู้เย็น เป็นต้น

#### การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีต่อกระบวนการผลิต

บริษัทฯ รับรู้ถึงความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีต่อกระบวนการผลิตของบริษัทฯ โดยตรง ในปีที่ผ่านมาบริษัทฯ ได้พิจารณาวางแผนการปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีที่จะมาใช้ในการกระบวนการผลิตในอนาคต โดยได้เริ่มลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ เช่น

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

#### ความเสี่ยงจากการจัดการสินค้าคงคลัง

การบริหารจัดการสินค้าคงคลังในปีที่ผ่านมา ได้มีการปรับปรุงงานด้าน Just-in-time (JIT) ในหลายๆ ด้าน เช่น

- การนำระบบคัมบัง (Kanban System คือ เครื่องมือที่ช่วยให้การทำการระบบการผลิต แบบดึงทำหน้าที่กำหนดปริมาณการผลิตในทุกกระบวนการ) มาใช้บริหารปริมาณสต็อกในกระบวนการ Work-in-process รวมถึงการควบคุมการรับ-ส่งชิ้นส่วน ตั้งแต่กระบวนการรับชิ้นส่วนจากผู้ผลิตชิ้นส่วน ไปจนถึงการส่งเข้าสู่สายการผลิต ทำให้สามารถปรับปรุงเวลาการส่งมอบจากผู้ผลิตชิ้นส่วน ให้จำนวนจัดส่งต่อวันมีความถี่มากขึ้น สามารถรับชิ้นส่วนแต่ละล็อตได้ในปริมาณที่น้อยลง ใช้พื้นที่จัดเก็บน้อย และประหยัดค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บ
- บริษัทฯ ได้พิจารณาปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีในโครงสร้างของระบบเรียกชิ้นส่วนจากผู้ผลิตชิ้นส่วน โดยใช้ Website และนำระบบ Barcode เข้ามาช่วยทั้งในระบบรับชิ้นส่วน และตลอดจนระบบการจ่ายชิ้นส่วนในกระบวนการผลิต เพื่อเพิ่มความแม่นยำ ลดภาระงาน รวมถึงเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการวัตถุดิบและสินค้าคงคลัง
- ปรับปรุงระบบขนส่งชิ้นส่วนภายในบริษัทฯ จากเดิมที่เป็นระบบผลักเปลี่ยนมาเป็นระบบดึง โดยเปลี่ยนจากใช้รถโฟร์คลิฟต์ในการดึงชิ้นส่วนขนส่งในปริมาณมากๆ มาเป็นรถลากไฟฟ้า แล้วใช้การ shopping ชิ้นส่วนเข้ามาที่สายการผลิตในปริมาณเท่าที่จำเป็นแทน เพื่อลด Work in process และลดมลพิษที่รถโฟร์คลิฟต์ปล่อยออกมาได้อีกด้วย

### ความเสี่ยงด้านการจัดหาวัตถุดิบและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)

ความเสี่ยงด้านการจัดหาวัตถุดิบยังคงเป็นประเด็นที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญและเฝ้าติดตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างใกล้ชิด โดยเฉพาะด้านราคาวัตถุดิบที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในรอบปีที่ผ่านมา

- ราคาน้ำมันดิบยังมีความผันผวนตามปัจจัยที่เกิดจากเศรษฐกิจโลกเป็นหลัก โดยส่งผลกระทบต่อโดยตรงกับราคาวัตถุดิบสำคัญที่บริษัทฯ ใช้ผลิตสินค้าอย่าง พลาสติกเรซิน ทองแดง อลูมิเนียม เหล็ก รวมไปถึงต้นทุนอื่นๆ และค่าใช้จ่ายในการผลิตก็เพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงดำเนินการทำกิจกรรมลดต้นทุนอย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพและสเปกที่คงเดิม แต่มีราคาที่ถูกลง การค้นหาแหล่งผลิตใหม่ที่มีประสิทธิภาพ และราคาถูกลง รวมถึงการร่วมมือกับคู่ค้าคิดค้นหาสูตรการผลิตชิ้นส่วนใหม่ที่ทำให้ต้นทุนต่ำลง โดยสามารถคงคุณสมบัติของชิ้นส่วนไว้ได้
- กรณีหากเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติเกิดขึ้นทั้งในประเทศหรือต่างประเทศ ที่ส่งผลกระทบต่อระบบ Supply Chain ของผู้ผลิตชิ้นส่วนและวัตถุดิบที่ใช้สำหรับการผลิตสินค้า เช่น เหตุการณ์แผ่นดินไหวและภัยธรรมชาติอื่นๆ เพื่อรองรับความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทฯ มีการจัดทำแผนธุรกิจต่อเนื่อง (Business Continuity Plan) ในการบริหารจัดการคู่ค้าทั้งในและต่างประเทศ
- ความเสี่ยงจากสถานการณ์ที่ได้รับผลกระทบจากนโยบายต่างประเทศของชาติมหาอำนาจ เช่น การประกาศสงครามการค้า มาตรการคว่ำบาตร รวมทั้งสัญญาณเศรษฐกิจและนโยบายดอกเบี้ยของธนาคารกลางสหรัฐฯ ที่มีแนวโน้มปรับเพิ่มขึ้น ล้วนมีผลกระทบต่อราคาวัตถุดิบ กำลังการผลิต ที่จะส่งผลให้เกิดความผันผวน และกระทบต่อ Supply Chain ทั้งสิ้น บริษัทฯ ได้เฝ้าติดตามสถานการณ์โลกอย่างใกล้ชิด และพร้อมสำหรับการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและตลอดเวลา
- ความเสี่ยงในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 หรือโรค COVID-19 ส่งผลให้การสั่งซื้อจัดหาวัตถุดิบได้รับผลกระทบโดยตรงโดยเฉพาะชิ้นส่วนและวัตถุดิบที่ต้องนำเข้ามาจากประเทศที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ได้แก่ ประเทศจีน เกาหลี ญี่ปุ่น เวียดนาม ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย และสิงคโปร์ ซัพพลายเออร์บางรายประสบปัญหาด้านการขาดแคลนวัตถุดิบและแรงงาน ทำให้ไม่สามารถดำเนินการผลิตและจัดส่งได้ทันเวลา นอกจากนี้ยังได้รับผลกระทบด้านการขนส่งทั้งทางเรือที่มีการยกเลิกบ่อยครั้ง มีจำนวนเที่ยวอย่างจำกัด ทำให้ต้องขนส่งทางเครื่องบินแทนทำให้มีค่าใช้จ่ายในการจัดส่งที่สูงขึ้น ดังนั้นเพื่อลดปัญหาในเรื่องการจัดส่งชิ้นส่วน วัตถุดิบที่ล่าช้าซึ่งกระทบต่อแผนการผลิต จึงได้มีการประสานงานกับแผนกโลจิสติกส์เพื่อหาช่องทางการจัดส่งให้รวดเร็วขึ้นเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบกับการผลิต

สำหรับมาตรการในการจัดการแก้ไขและป้องกัน บริษัทฯ ได้ติดตามและประเมินสถานการณ์อย่างใกล้ชิดและต่อเนื่องเพื่อรับมือกับความเสี่ยงในเรื่องการผลิตและการจัดส่งชิ้นส่วน วัตถุดิบของซัพพลายเออร์

รวมทั้งประสานงานในการประชุมชี้แจงกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายในบริษัทฯ โดย มีการรวบรวมและวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อเป็นข้อมูลในการทำ Business Continuity Plan รวมทั้งยังมีการเลือกใช้ซอฟต์แวร์มากกว่าหนึ่งราย เพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยงและลดความเสี่ยงในการขาดแคลนชิ้นส่วนและวัตถุดิบ อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับการเป็นพันธมิตรที่ดีกับซัพพลายเออร์หลักโดยการอัปเดตข้อมูลการผลิต และแผนการสั่งซื้อล่วงหน้าเพื่อให้ซัพพลายเออร์สามารถวางแผนการผลิต การเตรียมชิ้นส่วนและวัตถุดิบได้อย่างแม่นยำมากขึ้น

จากการดำเนินการต่าง ๆ นั้น บริษัทฯ สามารถแก้ปัญหาและติดตามชิ้นส่วนและวัตถุดิบเพื่อนำมาผลิตและส่งมอบสินค้าได้ทันต่อความต้องการของลูกค้า

### ความเสี่ยงทางการเงิน

บริษัทฯ มีความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจตามปกติจากการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยและอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และจากการไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดตามสัญญาของกลุ่มสัญญา บริษัทฯ ไม่มีการถือหรือออกอนุพันธ์เพื่อการเก็งกำไรหรือการค้า

การจัดการความเสี่ยงเป็นส่วนที่สำคัญของธุรกิจ ซึ่งบริษัทฯ มีระบบในการควบคุมให้มีความสมดุลของระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ โดยพิจารณาระหว่างต้นทุนที่เกิดจากความเสี่ยงและต้นทุนของการจัดการความเสี่ยง บริษัทฯ ได้มีการควบคุมกระบวนการจัดการความเสี่ยงของบริษัทอย่างต่อเนื่องเพื่อให้มั่นใจว่ามีความสมดุลระหว่างความเสี่ยงและการควบคุมความเสี่ยง

- ความเสี่ยงจากเงินตราต่างประเทศ บริษัทฯ มีความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศที่เกิดจากขายสินค้า การชำระค่าสินค้า วัตถุดิบ เครื่องจักรและอุปกรณ์ ที่เป็นเงินตราต่างประเทศ บริษัทฯ ได้ทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศไว้ล่วงหน้า โดยมีกำหนดระยะเวลาไม่เกินหนึ่งปี เพื่อป้องกันความเสี่ยงของหนี้สินทางการเงินที่เป็นเงินตราต่างประเทศ
- ความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ย เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดในอนาคตของอัตราดอกเบี้ยในตลาด ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาระการดำเนินงานและกระแสเงินสดของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ เชื่อว่าบริษัทฯ จะไม่มีความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ยที่เป็นสาระสำคัญ เนื่องจากบริษัทฯ มีจำนวนเงินกู้ยืมที่ไม่มีสาระสำคัญ และวันครบกำหนดของเงินฝากและสินทรัพย์ทางการเงินอื่นมีระยะสั้น ประกอบกับดอกเบี้ยเป็นไปตามอัตราตลาด ดังนั้น บริษัทฯ จึงมิได้ทำสัญญาเพื่อป้องกันความเสี่ยงดังกล่าว
- ความเสี่ยงทางด้านสินเชื่อเป็นความเสี่ยงที่ลูกค้าหรือคู่สัญญาอาจจะไม่สามารถชำระหนี้ให้แก่บริษัทฯ ตามเงื่อนไขที่ตกลงกันไว้เมื่อครบกำหนด ดังนั้นบริษัทฯ จึงได้กำหนดนโยบายทางด้านสินเชื่อเพื่อจัดการและควบคุมความเสี่ยงนี้อย่างสม่ำเสมอ โดยการวิเคราะห์ฐานะทางการเงินของลูกค้าทุกรายที่ขอวงเงินสินเชื่ออย่างละเอียด ซึ่งบริษัทฯ เชื่อมั่นว่าจะไม่เกิดผลเสียหายอันมีนัยสำคัญจากการเรียกเก็บหนี้จากลูกหนี้ไม่ได้

- ความเสี่ยงจากสภาพคล่อง บริษัทฯ มีการควบคุมความเสี่ยงจากการขาดสภาพคล่องโดยการรักษาระดับของเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดให้เพียงพอต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ เพื่อให้หลีกเลี่ยงผลกระทบจากความผันผวนของกระแสเงินสดลดลง

#### **ความเสี่ยงทางด้านแรงงาน**

การประกาศปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ 2563 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 ตระหนักถึงความสำคัญในทุก ๆ ด้าน จึงจัดตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลและติดตามการมีผลบังคับใช้ของกฎหมายและข้อกำหนดต่างๆ โดยมีการแต่งตั้งผู้บริหารระดับสูงตำแหน่ง Chief Compliance Officer (CCO) เพื่อบริหารจัดการงานด้านกฎหมาย กฎระเบียบทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ ติดตามและตรวจสอบการปฏิบัติให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดไว้ทุกประการ พร้อมทั้งออกกฎระเบียบภายในบริษัทฯ รวมถึงการให้ความร่วมมืออย่างเคร่งครัด ในการปฏิบัติตามมาตรการประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินของประเทศเพื่อป้องกันโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ถือเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมรับผิดชอบต่อสังคมอีกทางหนึ่ง



#### 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2563 มีดังนี้  
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์

หน่วย : ล้านบาท

| ประเภททรัพย์สิน               | ลักษณะกรรมสิทธิ์ | มูลค่า  | ภาระผูกพัน |
|-------------------------------|------------------|---------|------------|
| ที่ดิน                        | เป็นเจ้าของ      | 129.5   | ไม่มี      |
| อาคารสำนักงาน และอาคารโรงงาน  | เป็นเจ้าของ      | 110.0   | ไม่มี      |
| เครื่องจักร / อุปกรณ์         | เป็นเจ้าของ      | 786.4   | ไม่มี      |
| แม่พิมพ์                      | เป็นเจ้าของ      | 369.5   | ไม่มี      |
| งานระหว่างก่อสร้าง และติดตั้ง | เป็นเจ้าของ      | 92.5    | ไม่มี      |
| เครื่องใช้สำนักงาน            | เป็นเจ้าของ      | 47.1    | ไม่มี      |
| อื่นๆ                         | เป็นเจ้าของ      | 0.9     | ไม่มี      |
| รวม                           |                  | 1,535.9 |            |

การแบ่งส่วนค่าเสื่อมราคา

|                                | ปี 2562     | ปี 2561     |
|--------------------------------|-------------|-------------|
| 1. ต้นทุนการผลิต               | 337 ล้านบาท | 336 ล้านบาท |
| 2. ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร | 23 ล้านบาท  | 22 ล้านบาท  |
| รวม ค่าเสื่อมราคา              | 360 ล้านบาท | 358 ล้านบาท |

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2563 บริษัทฯ มีเครื่องจักรและอุปกรณ์จำนวนหนึ่ง ซึ่งตัดค่าเสื่อมราคาหมดแล้ว แต่ยังใช้งานอยู่ มูลค่าตามบัญชีก่อนหักค่าเสื่อมราคาสะสมของสินทรัพย์ดังกล่าว มีจำนวนเงินประมาณ 3,976 ล้านบาท (ปี 2561 = 3,815 ล้านบาท)

สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนที่สำคัญ

หน่วย: ล้านบาท

|                      | งบการเงินที่แสดงเงินลงทุนตามวิธีส่วนได้ส่วนเสียและงบการเงินเฉพาะกิจการ |                      |        |      |
|----------------------|--|----------------------|--------|------|
|                      | สิทธิบัตร  | ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ | อื่น ๆ | รวม  |
| มูลค่าตามบัญชี-สุทธิ | -  | 35.4                 | -      | 35.4 |

อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน มูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 มีนาคม 2563 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 กันยงอิเล็กทริก จำกัด (มหาชน)  |
| ชื่อภาษาอังกฤษ      | : | KANG YONG ELECTRIC PUBLIC COMPANY LIMITED   |
| เลขทะเบียนบริษัทฯ   | : | 0107536001257   |
| ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ | : | 67 หมู่ 11 ถนนเทพรัตน กม.20 ตำบลบางโฉลง อำเภอบางพลี<br>จังหวัดสมุทรปราการ 10540<br>โทรศัพท์ 02-337-2900 (อัตโนมัติ) โทรสาร 02-337-2439-40                                       |
| ประเภทธุรกิจ        | : | ผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ได้แก่ ตู้เย็น พัดลมไฟฟ้า<br>พัดลมระบายอากาศ และเครื่องปั้มน้ำ ภายใต้เครื่องหมายการค้า<br>“มิตซูบิชิ อิเล็กทริก”                      |
| Website             | : | <a href="http://www.mitsubishi-kye.com">www.mitsubishi-kye.com</a>  |
| ทุนจดทะเบียน        | : | หุ้นสามัญ 19,800,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท   |
| ทุนเรียกชำระแล้ว    | : | 198,000,000 ล้านบาท<br>(ณ วันที่ 31 มีนาคม 2563)  |
| หน่วยประสานงาน      | : | สำนักงานวางแผนกลยุทธ์องค์กร<br>โทรศัพท์ 02-337-2900 ต่อ 1120<br>โทรสาร 02-337-2439-40<br>E-mail address: <a href="mailto:information@kye.meap.com">information@kye.meap.com</a> |

**บุคคลอ้างอิง**

|                      |   |  |
|----------------------|---|--|
| นายทะเบียนหลักทรัพย์ | : | บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด<br>93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง<br>กรุงเทพมหานคร 10400<br>โทรศัพท์ 02-009-9000<br>โทรสาร 02-009-9991 |
|----------------------|---|--|

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต : นางสาวโสภณัฐ พรหมพล เลขทะเบียน 10042 และ / หรือ  
นางสาวดุชนีย์ อัมสุวรรณ เลขทะเบียน 10235 และ / หรือ  
นางสาวพรทิพย์ ริมคูสัต เลขทะเบียน 55655  
บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด  
เลขที่ 195 ชั้น 48 เอ็มไพร์ทาวเวอร์ ถนนสาทรใต้  
กรุงเทพฯ 10120  
โทรศัพท์ 02-677-2000  
โทรสาร 02-677-2222  
[www.kpmg.com](http://www.kpmg.com)

เลขานุการบริษัทฯ : นายอนิวัตรต แซ่ลิ้ม  
บริษัท กังยงอิเล็กทริก จำกัด (มหาชน)  
67 หมู่ 11 ถนนเทพรัตน กม.20 ตำบลบางโฉลง อำเภอบางพลี  
จังหวัดสมุทรปราการ 10540  
โทรศัพท์ 02-337-2900 ต่อ 1300  
โทรสาร 02-337-2439-40

ที่ปรึกษากฎหมายบริษัทฯ : นายประจักษ์ ดอกพุด  
บริษัท กังยงอิเล็กทริก จำกัด (มหาชน)  
67 หมู่ 11 ถนนเทพรัตน กม.20 ตำบลบางโฉลง อำเภอบางพลี  
จังหวัดสมุทรปราการ 10540  
โทรศัพท์ 02-337-2900 ต่อ 1502  
โทรสาร 02-337-2439-40