

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัท

ในสภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวที่เกิดขึ้นไปทั่วทั้งโลก รวมถึงปัญหาการเมืองที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยเป็นอย่างมาก ทำให้อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยไม่มีการขยายตัวในปีที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม บริษัทยังมีส่วนแบ่งการตลาดสำหรับสายควบคุมสูงเป็นอันดับหนึ่งของภูมิภาคอาเซียน โดยมีลูกค้าเป็นกลุ่มบริษัทผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์ชั้นนำ รวมทั้งบริษัทก็ยังคงได้รับความไว้วางใจจากบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ให้เป็นผู้ผลิตและออกแบบให้กับสายควบคุมในรถยนต์รุ่นใหม่ ๆ ที่จะเกิดขึ้นทั้งในไทยและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง

1.1 วิสัยทัศน์และภารกิจ

วิสัยทัศน์

- เป็นผู้ผลิตสายควบคุมยานยนต์ระดับโลก

ภารกิจ

- ด้านการตลาด – มุ่งสู่ตลาดโลก
- ด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ – มุ่งสู่การเป็นผู้ออกแบบระดับโลก
- ด้านองค์กร – มุ่งสู่ความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้
- ด้านผลิตภัณฑ์ – พัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพระดับโลก

ทางคณะกรรมการบริษัทได้พิจารณาทบทวนและอนุมัติวิสัยทัศน์และภารกิจของบริษัทอย่างน้อยทุกๆ 5 ปี และตั้งแต่ปี 2559 เป็นต้นไป คณะกรรมการบริษัทจะพิจารณาทบทวนและอนุมัติทุกรอบปีบัญชีของบริษัท

สำหรับปี 2559 มติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 1/2559 ประชุมเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2558 เห็นควรให้ใช้งานฉบับเดิมต่อไปเนื่องจากยังคงเหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ประวัติความเป็นมาของธุรกิจ

บริษัทเดิมชื่อว่า บริษัท ไทยสตีลเคเบิล (ที เอส เค) จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2521 โดยผู้ก่อตั้งหลัก 2 ท่าน คือนายสรเสรีญ จุฬางกูร และนายชูทอง พัฒนะเมธียง บริษัทมีทุนจดทะเบียนเริ่มแรกจำนวน 4 ล้านบาท และมีกำลังการผลิตในช่วงแรก 250,000 เส้นต่อปี ต่อมาได้เพิ่มทุนจดทะเบียนและร่วมทุนกับไฮเล็กซ์ คอร์ปอเรชั่น ซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตสายควบคุมรถยนต์และรถจักรยานยนต์รายใหญ่ของประเทศญี่ปุ่น

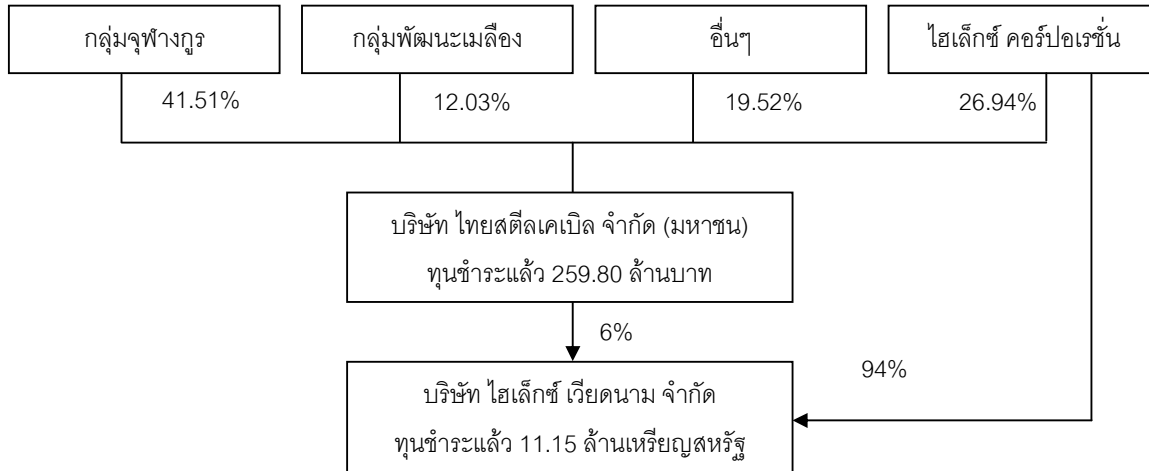
ต่อมาในปี 2548 บริษัทได้จดทะเบียนเป็นบริษัทมหาชนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ไทยสตีลเคเบิล จำกัด (มหาชน) แต่สัดส่วนผู้ถือหุ้นยังคงเดิม

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา

ปี	กิจกรรม
2556	<ul style="list-style-type: none"> - ได้รับประกาศเกียรติคุณในฐานะที่เป็นสถานประกอบการที่ปฏิบัติตามพรบ. ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการดีเด่นประจำปี จากผู้ว่าราชการจังหวัดชลบุรี - ได้รับรางวัล Cost Reduction จากบริษัท ยามาฮ่า มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด
2557	<ul style="list-style-type: none"> - ได้รับรางวัลประสิทธิภาพความถูกต้อง (TOYOTA Delivery Accuracy) จากบริษัท โตโยต้า พาร์ตเซ็นเตอร์ เอเชียแปซิฟิก จำกัด - ได้รับรางวัล Quality Improvement จากบริษัท มิตซูบิชิ มอเตอร์ส (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นรางวัลสำหรับการแก้ไข ปรับปรุง และพัฒนาทางด้านคุณภาพ - ได้รับรางวัล Thailand Corporate Brand Rising Star 2014 จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นรางวัลสำหรับบริษัทที่มีมูลค่าแบรนด์องค์กรสูงสุดประจำปี 2557 ประเภทหมวดสินค้าอุตสาหกรรม
2558	<ul style="list-style-type: none"> - ได้รับรางวัล “GM Supplier Quality Excellence Award 2014” จากบริษัท เจนเนอรัล มอเตอร์ส (ประเทศไทย) จำกัด เป็นรางวัลผู้ส่งมอบชิ้นส่วนที่มีผลงานคุณภาพยอดเยี่ยมประจำปี 2557 - ได้รับรางวัล Top Supplier Award ซึ่งเป็นรางวัลสำหรับผู้ผลิตที่มีกิจกรรมลดต้นทุนทางด้านวิศวกรรม (VA/VE) ดีเด่นประจำปี 2557 จากบริษัท ออโตอัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด - ได้รับรางวัลชนะเลิศ TCC-HRD ระดับ Graduate ประจำปี 2557 จากบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ เอเชียแปซิฟิก เอ็นจิเนียริง แอนด์ แมนูแฟคเจอร์ จำกัด ซึ่งเป็นรางวัลที่มอบให้กับบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนที่มีผลงานดีเด่นในการพัฒนาความรู้และทักษะการทำงาน รวมทั้งพัฒนาความเป็นผู้นำของระดับหัวหน้างานส่วนงานผลิต - ได้รับรางวัลการจัดการโลจิสติกส์ดีเด่นประจำปี 2557 จากกระทรวงอุตสาหกรรม โดยกรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่ ซึ่งเป็นรางวัลที่มอบให้กับบริษัทที่สามารถจัดการโลจิสติกส์ภายในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ - ได้รับใบรับรองการประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรมและผ่านการตรวจประเมินระดับ A ของกิจกรรมด้านความปลอดภัยของบริษัทในเครือผู้ผลิตชิ้นส่วนของบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ เอเชียแปซิฟิก เอ็นจิเนียริง แอนด์ แมนูแฟคเจอร์ จำกัด ซึ่งบริษัทได้รับการประเมินอยู่ในระดับ A และได้รับเลือกให้เป็นผู้นำเสนอผลงานในการประชุม “The 9th TCC-Safety Activity 2014 Final Conference” - ได้รับรางวัลสถานประกอบการกิจการดีเด่นด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานระดับประเทศ ประจำปี 2558 จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน - ได้รับใบประกาศเกียรติคุณสถานประกอบการกิจการปลอดภัยเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี จากสำนักงานสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานจังหวัดชลบุรี กระทรวงแรงงาน

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท ไทยสตีลเคเบิล จำกัด (มหาชน) ณ วันที่ 31 ตุลาคม 2558



1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นรายใหญ่

บริษัทมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ทั้งหมด 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มจุฬารังกร กลุ่ม Hi-Lex Corporation และกลุ่มพัฒนาเมลิ้ง (รายละเอียดเพิ่มเติมใน : ข้อมูลหลักทรัพย์และผู้ถือหุ้น) โดย ณ วันที่ 30 กันยายน 2558 ทั้งสามกลุ่มมีการถือหุ้นในบริษัทรวมเป็นจำนวน 209,065,700 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80.48 ของทุนจดทะเบียนและชำระแล้วของบริษัท

บริษัทมีการซื้อวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบบางประเภทจากไฮเล็กซ์ คอร์ปอเรชั่น ในกรณีที่ไม่สามารถจัดหาจากแหล่งจำหน่ายภายในประเทศไทยได้ หรือมีปริมาณการใช้น้อยจึงไม่คุ้มที่จะผลิตเอง โดยในปี 2558 มียอดการสั่งซื้ออยู่ที่ 180.18 ล้านบาทต่อปี หรือคิดเป็น 16.82% ของยอดการสั่งซื้อทั้งหมด

และบริษัทมีการซื้อขายกับบริษัทที่มีความสัมพันธ์กันจำนวน 17 บริษัท โดยบริษัทต่างๆ ดังกล่าวมีกลุ่มจุฬารังกร และกลุ่มพัฒนาเมลิ้งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ โดยในปี 2558 มียอดการสั่งซื้ออยู่ที่ 337.31 ล้านบาทต่อปี หรือคิดเป็น 31.49% ของยอดการสั่งซื้อทั้งหมด

อย่างไรก็ดี รายการซื้อขายทั้งหมดเป็นการซื้อขายตามธุรกิจปกติ มีหลักฐานการเปรียบเทียบราคา ราคาขายเป็นราคาตลาด มีเงื่อนไขทางการค้าและกำหนดวิธีการชำระเงินตามปกติเช่นเดียวกับการซื้อขายกับคู่ผลิตอื่นๆ และไม่มีข้อสัญญาบังคับว่าจะต้องซื้อขายกับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นรายใหญ่เท่านั้น

1.5 เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

บริษัทมีเป้าหมายหลักที่จะเป็นผู้ผลิตสายเคเบิลคุณภาพดีและราคาจรรยาบรรณ และชุดควบคุมรางกระงะกหน้าต่าง ผลิตในระดับโลก ซึ่งบริษัทตระหนักว่าปัจจัยสำคัญที่จะทำให้บริษัทสามารถบรรลุเป้าหมายดังกล่าวได้ บริษัทจะต้องดำเนินการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ควบคุมต้นทุนการผลิต เพิ่มประสิทธิภาพการจัดส่งผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการเพิ่มความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัทผู้ผลิตวัตถุดิบในต่างประเทศให้มากยิ่งขึ้น

ในการรักษาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพตรงตามความต้องการของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์นั้น บริษัทจำเป็นต้องพัฒนาความสามารถให้เป็นที่ยอมรับ โดยการได้รับรองจากสถาบันรับรองมาตรฐานระดับสากล จากเดิมที่ได้รับการรับรองในระบบ ISO/TS16949, ISO14001 และ ISO17025 แล้ว บริษัทยังได้เริ่มศึกษาระบบ VDA (Verband der Deutschen Automobilindustrie E.V.) ซึ่งเป็นมาตรฐานรับรองคุณภาพของผู้ผลิตรถยนต์ในยุโรป เพื่อพัฒนาสู่การได้รับการรับรองต่อไป

บริษัทได้ปรับปรุงระบบการผลิตให้ทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อจะผลิตสินค้าที่มีมาตรฐานสูงขึ้นและสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า มีการพัฒนาสายการผลิตไปสู่ระบบอัตโนมัติ ซึ่งช่วยลดความผิดพลาดและลดจำนวนแรงงานคนในกระบวนการผลิต รวมถึงระบบงานอื่นๆ เช่น ระบบคลังสินค้า ระบบการขนส่งก็มีการพัฒนาอยู่อย่างต่อเนื่อง

อีกปัจจัยที่สำคัญสำหรับผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์คือ การวิจัยพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ บริษัทได้ร่วมมือกับและแก้ปัญหาผลิตภัณฑ์ร่วมกับผู้ผลิตรถยนต์ทั้งในและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง และล่าสุด บริษัทได้ทำการวิจัยร่วมกับสถาบันการศึกษาชั้นนำของประเทศไทยในการพัฒนาคุณภาพเชิงวิศวกรรม ซึ่งเป็นการสานต่อวิสัยทัศน์ “เป็นผู้ผลิตสายควบคุมยานยนต์ระดับโลก” ด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี พร้อมตระหนักถึงความยั่งยืนของทุกภาคส่วนตลอดไป

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้แยกตามผลิตภัณฑ์

บริษัทมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยสามารถสรุปโครงสร้างรายได้ของบริษัทแยกตามผลิตภัณฑ์ในช่วงปี 2556 – 2558 ได้ดังตารางต่อไปนี้

สายผลิตภัณฑ์	2556		2557		2558	
	รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
รายได้จากการขายในประเทศ	3,587	95	2,610	95	2,675	93
- สายควบคุมรถยนต์	2,494	67	1,984	72	1,859	65
- สายควบคุมรถจักรยานยนต์	504	14	409	15	356	12
- ชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์	578	15	217	8	460	16
- อื่นๆ	11	-	-	-	-	-
รายได้จากการขายต่างประเทศ	69	1	122	4	154	5
- สายควบคุมรถยนต์	22	0	29	1	9	0
- สายควบคุมรถจักรยานยนต์	-	-	-	-	1	0
- ชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์	-	-	1	0	1	0
- อื่นๆ	47	1	92	3	143	5
รายได้อื่น						
- อื่นๆ	123	3	28	1	37	1
รวมรายได้	3,779	100	2,760	100	2,866	100

ผลิตภัณฑ์ของบริษัท

ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทคือ

- 1) สายควบคุม (Control Cable) ประกอบด้วย
 - สายควบคุมระบบต่างๆ ภายในรถยนต์ (Automobile Control Cable) อาทิเช่น สายเปิดฝากระโปรงหน้า - หลัง สายสตาร์ทเครื่องยนต์ สายคันเร่ง สายเกียร์ เป็นต้น
 - สายควบคุมระบบต่างๆ ของรถจักรยานยนต์ (Motorcycle Control Cable) อาทิเช่น สายเบรก สายคลัช สายวัดรอบ สายเร่งความเร็ว เป็นต้น
- 2) ชุดควบคุมกระจกหน้าต่างรถยนต์ (Window Regulator) ได้แก่ ชุดควบคุมกระจกหน้าต่างรถยนต์ แบบใบใช้สายควบคุมสำหรับรถยนต์ทุกประเภท

การผลิตสายควบคุมและชุดควบคุมกระจกหน้าต่างรถยนต์แบบใบใช้สายควบคุมต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้น บริษัททำการผลิตภายใต้สัญญาการใช้สิทธิและรับความช่วยเหลือทางด้านเทคนิค (License and Technical Assistance Agreement) ระหว่างบริษัทกับไฮเล็กซ์ คอร์ปอเรชั่น (HI-LEX Corporation) ซึ่งเป็นผู้ผลิตสายควบคุมสำหรับยานยนต์ชั้นนำของประเทศญี่ปุ่นและเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท

ปัจจุบันบริษัทตั้งโรงงานและสำนักงานใหญ่เพื่อดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์ของบริษัททั้ง 2 ประเภท อยู่ที่นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร เลขที่ 700/737 หมู่ 1 ตำบลพานทอง อำเภอพานทอง จังหวัดชลบุรี มีพื้นที่ 50 ไร่ 56 ตารางวา (ประมาณ 80,224 ตารางเมตร) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

พื้นที่ใช้ในการผลิต จัดเก็บและจัดส่งสินค้า (เดิม)	พื้นที่ (ตารางเมตร)
ส่วนการผลิตสายควบคุม	
- สายควบคุมรถยนต์	4,821
- สายควบคุมรถจักรยานยนต์	1,934
ส่วนการผลิตชุดควบคุมกระจกหน้าต่างรถยนต์	1,404
พื้นที่จัดเก็บและจัดส่งสินค้า	8,640
พื้นที่ใช้สอยรวม	12,001
รวม	28,800

พื้นที่อื่น ๆ (เดิม)	พื้นที่ (ตารางเมตร)
พื้นที่ซ่อมบำรุง	3,584
พื้นที่สำนักงานและโรงอาหาร	10,200
รวม	13,784

พื้นที่ใช้ในการผลิต จัดเก็บและจัดส่งสินค้า (ใหม่)	พื้นที่ (ตารางเมตร)
ส่วนการผลิตสายควบคุม	
- สายควบคุมรถยนต์	7,061
- สายควบคุมรถจักรยานยนต์	2,678
ส่วนการผลิตชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์	1,299
ส่วนการจัดเตรียมชิ้นส่วนการผลิต	8,525
พื้นที่จัดเก็บและจัดส่งสินค้า	10,881
พื้นที่ใช้สอยรวม	8,958
พื้นที่ Free Area	9,988
พื้นที่ Loading Area	1,010
รวม	50,400

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของบริษัท สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. สายควบคุมรถยนต์ และรถจักรยานยนต์ (Control Cable)
2. ชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์ (Window Regulator)

บริษัททำหน้าที่เป็นผู้ผลิตชิ้นส่วน OEM (Original Equipment Manufacturer) และ REM (Replacement Equipment Manufacturer) เพื่อส่งให้แก่โรงงานประกอบของลูกค้า ผู้ผลิตชิ้นส่วน และศูนย์อะไหล่ ซึ่งได้แก่ ผู้ผลิตรถยนต์ และรถจักรยานยนต์ ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงบริษัทต่างๆ ในเครือของไฮเล็กซ์ คอร์ปอเรชั่น โดยรายละเอียดผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีดังนี้

1. สายควบคุม (Control Cable)

บริษัททำการผลิตสายควบคุมทั้งที่ใช้กับรถยนต์และรถจักรยานยนต์ โดยสายควบคุมเป็นอุปกรณ์ที่มีความสำคัญมาก เนื่องจากเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการควบคุมระบบต่างๆ ของรถยนต์และรถจักรยานยนต์ อาทิ เช่น ระบบเบรก ระบบสตาร์ทเครื่องยนต์ ระบบเกียร์ และระบบคลัช เป็นต้น บริษัทมียอดขายสายควบคุมในปี 2558 คิดเป็นสัดส่วนประมาณ ร้อยละ 83 ของยอดขายรวม โดยเป็นการขายในประเทศร้อยละ 95 และเป็นการขายต่างประเทศร้อยละ 5 ของยอดขายรวมของสายควบคุม ทั้งนี้รายละเอียดของผลิตภัณฑ์สายควบคุมของบริษัทมีดังนี้

สายควบคุมรถยนต์ (Automobile Control Cable)

บริษัทผลิตสายควบคุมระบบต่างๆ ในรถยนต์ โดยเน้นรถยนต์นั่งส่วนบุคคล รถบรรทุก (กระบะ) ขนาด 1 ตัน ซึ่งโดยเฉลี่ยแล้วในรถยนต์ 1 คัน จะมีสายควบคุมประมาณ 8 - 16 ประเภท ทำหน้าที่ควบคุมการทำงานของระบบต่างๆ ในรถยนต์ เช่น เครื่องยนต์ เกียร์ คลัช ฯลฯ ทั้งนี้ บริษัทสามารถผลิตสายควบคุมที่ใช้ในรถยนต์ได้ทุกๆ ประเภท

[illegible]

ในช่วงระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา บริษัทมียอดการจำหน่ายสายควบคุมรถยนต์ ดังนี้

	2556	2557	2558
ในประเทศ	2,496	1,984	1,859
ต่างประเทศ	22	29	9
รวม	2,516	2,013	1,866
อัตราการเติบโต (ร้อยละ)	66	(21)	(7)

บริษัทผลิตสายควบคุมระบบต่างๆ ของรถจักรยานยนต์ญี่ปุ่นทุกประเภท ซึ่งโดยเฉลี่ยแล้วในรถจักรยานยนต์ 1 คัน จะมีสายควบคุมประมาณ 8 ประเภทซึ่งทำหน้าที่ควบคุมการทำงานของระบบต่างๆ ของรถจักรยานยนต์ เช่น เครื่องยนต์ เกียร์ คลัช ฯลฯ ทั้งนี้ บริษัทสามารถผลิตสายควบคุมที่ใช้ในรถจักรยานยนต์ได้ทุกประเภท

สายวัดรอบเครื่องยนต์

สายวัดความเร็วเครื่องยนต์

สายล๊อคเบร่าท้าย

สายคลัช

สายเบรค

สายวาล์ว

สายวัดความเร็ว

สายสลับเกสรเครื่องยนต์

ในช่วงระยะเวลา 3 ปี ที่ผ่านมา บริษัทมียอดการจำหน่ายสายควบคุมรอกจักรยานยนต์ ดังนี้

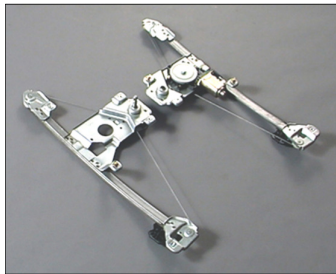
หน่วย : ล้านบาท

	2556	2557	2558
ในประเทศ	504	409	356
ต่างประเทศ	-	-	1
รวม	504	409	357
อัตราการเติบโต (ร้อยละ)	13	(19)	(13)

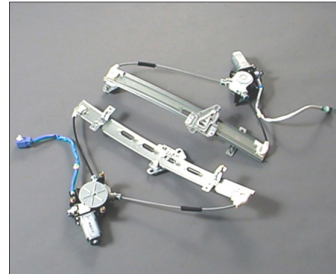
2. ชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์ (Window Regulator)

ชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์เป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการเปิด - ปิดกระจกหน้าต่างรถยนต์ โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่บริษัทให้ความสำคัญในการทำตลาด เนื่องจากสามารถใช้ได้กับรถทุกชนิด และทุกขนาด บริษัทมียอดขายชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์ในปี 2558 คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 18 ของยอดขายรวม โดยเป็นการขายในประเทศเกือบทั้งหมด

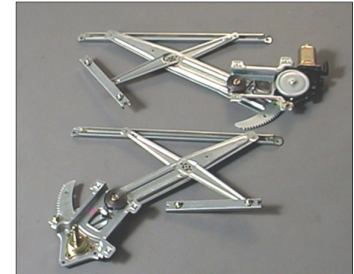
แผนภาพแสดงชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์แบบใช้สายควบคุม



Cable and Drum Types



Arm and Sector Types



X-arm Types

ในช่วงระยะเวลา 3 ปี ที่ผ่านมา บริษัทมียอดการจำหน่ายสายควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์ ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

	2556	2557	2558
ในประเทศ	578	217	460
ต่างประเทศ	-	1	1
รวม	578	218	461
อัตราการเติบโต (ร้อยละ)	71	(62)	112

สายควบคุมรถยนต์และรถจักรยานยนต์

การออกแบบรถยนต์ในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงและพัฒนาไปสู่ระบบไฟฟ้ากันอย่างแพร่หลาย สายควบคุมก็เป็นหนึ่งในอุปกรณ์ชิ้นส่วนที่ได้รับการพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน โดยในอดีต สายควบคุมจะเป็นระบบจักรกล (Mechanic) แต่ปัจจุบันรถยนต์รุ่นใหม่ ๆ จะถูกออกแบบโดยใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic) ซึ่งมีข้อดีกว่า

ระบบเดิมหลายประการ เช่น ลดขั้นตอนการประกอบสายควบคุม ระบบการควบคุมมีความแม่นยำมากขึ้น แต่ในทางกลับกันก็มีข้อเสียที่ตามมา เช่น ต้องเพิ่มการติดตั้งสายไฟและสายสัญญาณจำนวนมาก และแม้ว่าในแง่การพัฒนาและภาพลักษณ์ของรถยนต์จะดูทันสมัยและซับซ้อนยิ่งขึ้น แต่ต้นทุนราคาและปัญหาทางด้านเทคนิคก็ยังเป็นปัจจัยที่ทำให้การเลือกใช้สายควบคุมแบบเดิมยังเป็นทางเลือกที่ผู้ผลิตส่วนใหญ่คงนิยมอยู่

2.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

ก) นโยบายการตลาด

- เพิ่มส่วนแบ่งการตลาดทั้งในและต่างประเทศ
- เพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านราคา เพื่อรักษามลกำไรตามเป้าหมายของบริษัท
- รักษาความพึงพอใจลูกค้าให้อยู่ในระดับสูงสุดทั้งในด้านราคา การบริการ คุณภาพและจัดส่ง

2.2.1 กลยุทธ์ทางการตลาด

บริษัทได้ดำเนินธุรกิจการผลิตและจำหน่ายสายควบคุมรถยนต์มาเป็นเวลากว่า 37 ปี และชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์มาเป็นเวลากว่า 19 ปี มีผลงานและคุณภาพเป็นที่ยอมรับและไว้วางใจของลูกค้ามาอย่างต่อเนื่อง โดยในการดำเนินงานที่ผ่านมาบริษัทมีกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญ ดังนี้

1) มุ่งเน้นกลยุทธ์การตลาดเชิงรุก

บริษัทยังคงให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์หลัก โดยพยายามเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด และสร้างความแข็งแกร่งให้กับฐานการตลาดที่มีอยู่ เช่น ชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์และรางกระจกหลังรถกระบะ โดยจากการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์พบว่า ผู้ผลิตรถยนต์ชั้นนำหลายรายเริ่มใช้ระบบสายเคเบิลสำหรับชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์ในรถยนต์รุ่นใหม่มากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และปรับปรุงคุณภาพให้ดียิ่งขึ้น โดยในปีที่ผ่านมา บริษัทประสบความสำเร็จในการขยายส่วนแบ่งตลาดจากหลายโครงการ

ในปี 2559 บริษัทจะยังคงมุ่งการขยายตลาดในกลุ่มผลิตภัณฑ์ข้างต้นอย่างต่อเนื่อง พยายามเพิ่มการส่งออกเพื่อรองรับการแข่งขันที่สูงขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศอาเซียน เนื่องจากกำแพงภาษีที่ลดลงและการคมนาคมขนส่งที่มีความสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น

ปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นรถยนต์ใดก็ตาม บริษัทผู้ผลิตรถยนต์จะใช้นโยบายการจัดหาแบบ Global คือ ให้ประเทศที่เป็นฐานการผลิตหลัก หรือประเทศที่ทำราคาได้ดีที่สุด เป็นผู้ทำการส่งออกไปยังประเทศใกล้เคียง ซึ่งแม้ นโยบายนี้จะทำให้ภาวะการแข่งขันสูงขึ้น แต่ก็ก็เป็นโอกาสที่จะขยายส่วนแบ่งตลาดมากขึ้นด้วยเช่นกัน โดยบริษัทมีความได้เปรียบกว่าผู้ผลิตสายเคเบิลรายอื่น เนื่องจากมีศักยภาพและมีประสบการณ์ยาวนานในการส่งออกผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ บริษัทยังเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ของประเทศไทย ซึ่งปัจจุบันเป็นฐานการผลิตหลักของรถยนต์ทั้งค่ายญี่ปุ่นและอเมริกา รวมถึงรถยนต์จากค่ายยุโรปที่กำลังขยายกำลังการผลิตในประเทศไทย

จากภาวะการแข่งขันทางการตลาดที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง บริษัทเน้นใช้กลยุทธ์ด้านราคา โดยลดต้นทุนและหาแนวทางในการปรับปรุงราคา ให้สามารถแข่งขันได้กับผู้ผลิตทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งศึกษาสิทธิประโยชน์ทางภาษี เพื่อช่วยลดต้นทุนสำหรับชิ้นส่วนที่ยังคงต้องนำเข้าจากต่างประเทศอยู่

ตั้งแต่ต้นปี 2558 บริษัทได้ทำโครงการทำวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์หลายชนิดร่วมกับมหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าลาดกระบัง เพื่อตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนไปของอุตสาหกรรมยานยนต์ ซึ่งหันมาเน้นการลดมลพิษ (Green Environment) ตัวอย่างเช่น ใช้ระบบเบรกไฟฟ้า ระบบมอเตอร์ไฟฟ้าสำหรับชุดควบคุมรางกระจกรถยนต์ การพัฒนาต่าง ๆ จะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และลดต้นทุนการผลิตได้ และบริษัทยังมีข้อได้เปรียบคู่แข่งหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นความรู้ความชำนาญ (Know-how) จากผู้ร่วมทุนและทีมงานคุณภาพที่มีประสบการณ์สูง มีเครื่องจักรทันสมัย และศูนย์ทดสอบครบวงจรที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

2) มุ่งเน้นการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ

แม้บริษัทจะมีกิจกรรมลดต้นทุนโดยการวิเคราะห์คุณค่าทางวิศวกรรม (VA/VE หรือ Value Analyses/ Value Engineering) แต่บริษัทก็ตระหนักถึงความสำคัญในการรักษาคุณภาพให้ได้ตามมาตรฐานที่กำหนด จากเหตุผลดังกล่าว บริษัทจึงทำการพัฒนาคุณภาพการผลิตมาโดยตลอด การที่บริษัทสามารถรักษามาตรฐานการผลิตให้มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ จึงทำให้การผลิตของบริษัทมีประสิทธิภาพ มีของเสียระหว่างผลิตน้อย ซึ่งส่งผลให้บริษัทมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำลงด้วย

3) มุ่งเน้นความสัมพันธ์กับลูกค้า

บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า โดยเน้นหลักการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relation Management : CRM) ด้วยการศึกษาค้นคว้าความต้องการของลูกค้าในทุกๆ ด้าน คือ คุณภาพ ราคา และการส่งมอบ (Quality, Cost, Delivery) เพื่อบริหารจัดการให้สอดคล้องและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพที่ดีต่อกัน โดยมีการกำหนดระดับความพึงพอใจของลูกค้าไว้เป็นเป้าหมายขององค์กร พร้อมทั้งนำมาวิเคราะห์และกำหนดแผนการปรับปรุงร่วมกัน เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า อีกทั้งยังได้กำหนดแผนการออกเยี่ยมพบลูกค้าเพื่อรับทราบปัญหาต่างๆ และนำข้อเสนอแนะของลูกค้ามาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทได้เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยานยนต์อย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้บริษัทยังได้ส่งพนักงานไปร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์กับบริษัทผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์ เพื่อให้พนักงานเข้าใจความต้องการและออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้ ซึ่งการร่วมมือเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจะเป็นการช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าและเพิ่มโอกาสในการขายผลิตภัณฑ์ของบริษัทต่อไป

4) การจัดส่งผลิตภัณฑ์ได้ตรงต่อเวลา

การจัดส่งผลิตภัณฑ์ได้ตรงตามเวลาที่ลูกค้าต้องการเป็นปัจจัยที่สำคัญไม่น้อยไปกว่าคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่ง บริษัทได้พัฒนาระบบการจัดส่งผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง โดยนอกจากจะนำระบบ Toyota Production System (TPS) ซึ่งเป็นระบบที่คิดค้นโดยโตโยต้า มอเตอร์ คอร์ปอเรชั่น มาใช้ในกระบวนการผลิต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต ในปี 2557 ทางบริษัทยังออกมาตรการในการปรับปรุงด้านการจัดส่งตรงเวลา เพื่อยกระดับมาตรฐานการบริการ โดยมีการเพิ่มจุดตรวจสอบด้านคุณภาพก่อนส่งงาน เพื่อป้องกันปัญหาหลุดรอดไปที่ลูกค้า รวมถึงการนำเอา WMS (Warehouse Management System) และระบบ Barcode มาใช้เพื่อลดความผิดพลาดในการจัดส่งด้วย

5) มีพันธมิตรทางธุรกิจที่เป็นที่ยอมรับ

การที่บริษัทมีพันธมิตรทางธุรกิจที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์ อาทิเช่น ไฮเล็กซ์ คอโรปอเรชั่น การทำสัญญาการใช้สิทธิและรับความช่วยเหลือทางด้านเทคนิค และยังมีผู้ผลิตชิ้นส่วนประกอบรายย่อยทั้งในและต่างประเทศที่ให้การสนับสนุน ทำให้สามารถผลิตชิ้นส่วนที่มีคุณภาพสูง เป็นที่ยอมรับในระดับสากล และเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้บริษัทได้รับการยอมรับในด้านมาตรฐานและคุณภาพของผลิตภัณฑ์จากลูกค้าตลอดมา

6) กลยุทธ์ด้านการกำหนดราคา

ในสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงทั้งในประเทศและต่างประเทศนั้น ทำให้บริษัทต้องทำการควบคุมต้นทุนการผลิตให้ลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยการใช้ระบบการผลิตที่มีประสิทธิภาพและเป็นไปตามมาตรฐาน

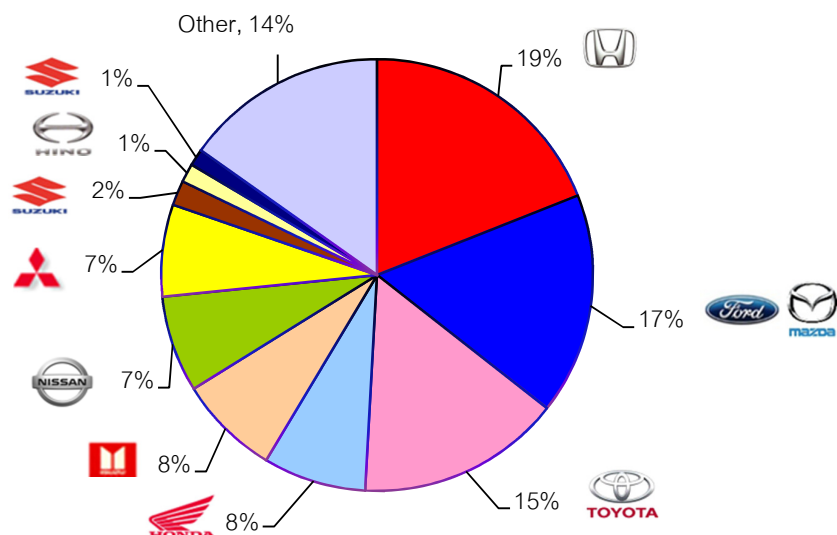
ทั้งนี้ การมุ่งเน้นในการบริหารจัดการ รวมทั้งการพัฒนาผู้ผลิตชิ้นส่วนให้มีความสามารถที่จะดำเนินการด้วยต้นทุนต่ำ เพื่อให้ได้ราคาที่เหมาะสมและสามารถแข่งขันได้ จะช่วยให้บริษัทสามารถกำหนดราคาสินค้าผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้าและสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้

7) กลยุทธ์การพัฒนาชิ้นส่วนภายในประเทศ (Local Parts)

บริษัทมีแผนที่จะพัฒนาผู้ผลิตชิ้นส่วนในประเทศให้มากขึ้น เพื่อที่จะลดการสั่งซื้อวัตถุดิบนำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งจะทำให้ต้นทุนต่ำลง และบริษัทมีความยืดหยุ่นในการใช้กลยุทธ์ด้านราคาในการแข่งขัน และการวางแผนผลิตชิ้นส่วนใหม่ๆ ในระยะยาว รวมทั้งจะช่วยลดความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนด้วย อีกประการหนึ่งการได้ศึกษาข้อมูลของคู่แข่งและทำการวิเคราะห์การเปรียบเทียบราคา จะช่วยเพิ่มการพัฒนาและปรับปรุงความสามารถในการแข่งขันได้

2.2.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ในปี 2558 บริษัทมียอดขายรวมทั้งสิ้นจำนวน 2,828 ล้านบาท โดยเมื่อแบ่งสัดส่วนยอดขายแยกตามยี่ห้อของลูกค้า (รวมยอดขายให้แก่ศูนย์อะไหล่ของผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์แต่ละราย) จะสามารถแบ่งได้ตามแผนภูมิวงกลมดังนี้



กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัท สามารถแบ่งได้ดังนี้

1. ผู้ผลิต

กลุ่มลูกค้าผู้ผลิตรถยนต์

ปัญหาทางการเมืองที่ยืดเยื้อมาตั้งแต่ปลายปี 2557 ส่งผลกระทบกับสภาพเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม ทำให้ยอดขายผู้ผลิตรถยนต์ลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยยอดขายรถยนต์ในประเทศลดลงไปมากกว่าร้อยละ 34 ในปี 2557 และยอดขายสะสมในปี 2558 จนถึงกลางปี ยังคงลดลงอีกกว่าร้อยละ 15 เนื่องจากผู้บริโภคขาดกำลังซื้อ

สภาอุตสาหกรรมฯ ได้ประเมินยอดขายผู้ผลิตเมื่อต้นปี 2558 ไว้ที่ 2.1 ล้านคัน โดยคาดหวังยอดขายจากการส่งออกถึงร้อยละ 60 หรือ 1.1 ล้านคัน แต่จากผลสรุปการส่งออกในช่วงครึ่งปีที่ผ่านมา พบว่ายังไม่ได้ตามเป้าหมาย เนื่องจากตลาดส่งออกก็ได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจโลก และปัญหาการเมืองในทวีปตะวันออกกลาง












อย่างไรก็ตาม ตลาดส่งออกในกลุ่มประเทศในอาเซียนยังมีแนวโน้มที่ดี เนื่องจากปีนี้เป็นปีที่เปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC ทำให้ประเทศสมาชิกต้องปรับลดภาษีรถยนต์เป็นร้อยละ 0 น่าจะกระตุ้นยอดขายการส่งออกให้เพิ่มขึ้นได้

ในปี 2559 ประเทศไทยจะเริ่มใช้ภาษีสรรพสามิตในอัตราใหม่ ประกอบกับโครงการอีโคคาร์ เฟส 2 ได้รับการสนับสนุนที่ดีจากภาครัฐ มีผู้ผลิตรถยนต์เข้าร่วมโครงการหลายราย เพื่อผู้ผลิตที่ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ซึ่งตรงตามความต้องการของตลาดโลก ทำให้คาดว่าจะมีการส่งออกรถยนต์จากประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

ดังนั้น ทางบริษัทยังคงตั้งเป้าที่จะเพิ่มยอดขายจากปีที่แล้ว โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายสำหรับธุรกิจผลิตสายควบคุมรถยนต์ และชุดควบคุมรางกระบอกหน้าต่างรถยนต์ เป็นบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ชั้นนำต่างๆ ได้แก่ บริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด, บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ เอเซีย แปซิฟิก เอ็นจิเนียริง แอนด์ แมนูแฟคเจอร์ จำกัด, บริษัท นิสสัน ไทยแลนด์ จำกัด และบริษัทฟอร์ด ไทยแลนด์ มอเตอร์ จำกัด เป็นต้น ซึ่งลูกค้าดังกล่าวเป็นลูกค้าของบริษัทมาเป็นเวลานาน และมีนโยบายในการใช้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออก โดยในปีนี้มีแผนที่จะเปิดตัวรุ่นใหม่ๆ อีกหลายรุ่น เพื่อเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทุกกลุ่ม ทำให้มีโอกาสในการขยายสัดส่วนการขายเพิ่มขึ้น

นอกจากนั้นทางบริษัทยังมุ่งเน้นที่จะขยายตลาดจากกลุ่มผู้ผลิตที่เข้าร่วมโครงการอีโค คาร์ เฟส 2 ซึ่งปัจจุบันได้รับการสานต่อโครงการอย่างต่อเนื่องจากภาครัฐ และมีผู้ผลิตรถยนต์หลายรายเข้าร่วมโครงการแล้ว ทั้งที่มีฐานการผลิตในไทย เพื่อส่งออกและผู้ผลิตจากค่ายยุโรปที่มีแนวโน้มจะขยายกำลังการผลิตมาที่ประเทศไทย ทั้งนี้บริษัทจะขยายส่วนแบ่งตลาดทั้งในประเทศและส่งออกไปยังต่างประเทศด้วย เพื่อลดความเสี่ยงจากสภาวะเศรษฐกิจในประเทศ ซึ่งยังไม่เสถียรอันเนื่องมาจากปัจจัยภายในประเทศหลายๆ ด้าน

ผู้ผลิตรถยนต์ที่เป็นลูกค้าของบริษัท ในช่วงระยะเวลา 5 ปี (ตั้งแต่ปี 2554 – 2558) มีดังนี้

บริษัทผู้ผลิตรถยนต์	รุ่นรถยนต์
	- Vios, Corolla, Altis, Camry, Hilux Revo, Yaris, Fortuner
	- City, Jazz, Civic, Accord, CR-V, Brio, Amaze - Jazz Hybrid, Mobilio, HRV
	- Space Wagon, Lancer Cedia, G-Wagon, Triton, Fuso, Pajaro sport, Lancer EX, Mirage, Atttrage
	- D-Max, All new D-Max, MU-7, Truck N*Series & F*Series
	- Teana, Navara, Tida, March, Almera, Sylphy, Pulsa
	- BT-50, Mazda 2, Mazda 3
	- Ford Fiesta, Ford Focus, Ranger, Everest, Eco-sport
	- Series 3, Series 5, CNG Bus and CNG Truck
	- Corolado, TrailBlazer, Captiva
	- Swift, Ciaz, Celereo
	- Xenon

กลุ่มลูกค้าผู้ผลิตรถจักรยานยนต์

ตลาดรถจักรยานยนต์ในประเทศไทยมีอัตราการเติบโตในอัตราที่ไม่สูงนักช่วงหลายปีที่ผ่านมา และในปีนี้จะคาดว่าจะเติบโตเพียงเล็กน้อยจากปีที่ผ่านมา ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลกระทบจากเศรษฐกิจในประเทศและความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป กลุ่มลูกค้าของบริษัทสำหรับธุรกิจผลิตสายควบคุมรถจักรยานยนต์ ได้แก่ บริษัท ไทยฮอนด้า แมนูแฟคเจอริ่ง จำกัด, บริษัท ไทยยามาฮ่า มอเตอร์ จำกัด, บริษัท ไทยซูซูกิมอเตอร์ จำกัด และบริษัท คาวาซากิ มอเตอร์ เอ็นเตอร์ไพรส์ (ประเทศไทย) จำกัด

บริษัทมีรายได้จากลูกค้ารายใหญ่ คือ บริษัท ไทยฮอนด้า แมนูแฟคเจอริ่ง จำกัด คิดเป็นร้อยละ 7 ของยอดขายรวม เนื่องจากเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ในประเทศไทย ทั้งนี้ บริษัทมีนโยบายเพิ่มส่วนแบ่งตลาดจากลูกค้าเดิมและขยายฐานลูกค้าใหม่เพิ่มมากขึ้น

ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ที่เป็นลูกค้าของบริษัท ในช่วงระยะเวลา 5 ปี (ตั้งแต่ปี 2554 - 2558) มีดังนี้

บริษัทผู้ผลิตรถจักรยานยนต์	รุ่นรถจักรยานยนต์
	- Wave, Dream, Sonic, CBR, NSR, Tena, MSX Click, Air Blade, Scoopy
	- Smash, RC100, Step, Katana, Jaretto, Hayata, Shogun, Skydrive, Burgman, 97L00 (Marine)
	- Mio, Nouvo, X-1, Spark Nano, Fino, Fiore, Tricity, TTX (Scooter), Sport Naked (150CC) - 6EE (Marine), 6EG (Marine), Golf Car
	- Kaze, Boss, GTO, KL650, KLX300, KSR, KR, EX250 Ninja, ER650, 1100CC
	- Gorila RK-125, Cruiser RK-125, Classic RK-110, Monkey RK-125, Mini Classic
	- Go125, Bravo 150

2. ศูนย์อะไหล่รถยนต์และรถจักรยานยนต์

กลุ่มลูกค้าศูนย์อะไหล่รถยนต์และรถจักรยานยนต์ เป็นลูกค้าต่อเนื่องจากกลุ่มลูกค้าผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์ เนื่องจากเป็นส่วนของการบริการอะไหล่และซ่อมบำรุงรถยนต์และรถจักรยานยนต์ของผู้ผลิตแต่ละราย การขยายตัวของลูกค้ากลุ่มนี้จึงเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับกลุ่มลูกค้าผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์

บริษัทมีทีมการตลาดที่มีประสบการณ์ในการขายโดยตรงและมีการบริการหลังการขายเป็นของตนเอง โดยเจ้าหน้าที่การตลาดของบริษัทจะทำการหารายชื่อและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งมีทั้งกลุ่มเป้าหมายที่เป็นบริษัทในเครือและกลุ่มเป้าหมายใหม่ จากนั้นจะส่งทีมการตลาดซึ่งมีความเชี่ยวชาญและได้รับการอบรมในเรื่องผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดีเข้าไปติดต่อ โดยบริษัทได้เน้นถึงความสำคัญของบริการหลังการขาย เจ้าหน้าที่การตลาดจะเข้าเยี่ยมเยียนและพบปะกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อรับทราบปัญหาและนำไปปรับปรุงการปฏิบัติงานให้อยู่ในระดับสูงสุดตามที่ลูกค้าคาดหวัง

2.2.3 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทมีช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดังนี้

- การจัดจำหน่ายสายควบคุมและชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์ในลักษณะ OEM (Original Equipment Manufacturer) ให้แก่ผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์โดยตรง (First Tier) โดยผลิตตามแบบ (Specification) ที่ผู้ผลิตกำหนดไว้ในแต่ละรุ่น และทำสัญญากับผู้ผลิตตามระยะเวลาในการผลิตแต่ละรุ่น ซึ่งมีระยะเวลาการผลิตประมาณ 4 - 8 ปี สำหรับรถยนต์ และ 2 - 3 ปี สำหรับรถจักรยานยนต์
- การจัดจำหน่ายสายควบคุมและชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์หรือชิ้นส่วน (Components) ของสายควบคุมและชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์ในลักษณะ OEM ให้แก่ผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และรถจักรยานยนต์ (Second Tier) เพื่อผลิตเพิ่มเติมก่อนส่งให้แก่ผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์ต่อไป โดยเป็นการผลิตตามคำสั่งซื้อของผู้ผลิตชิ้นส่วนนั้นๆ
- การจัดจำหน่ายสายควบคุมและชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์ให้แก่ศูนย์อะไหล่ของรถยนต์และรถจักรยานยนต์ในลักษณะ REM (Replacement Equipment Manufacturer) โดยใช้ช่องทางเดียวกันกับการจัดจำหน่ายในลักษณะ OEM เนื่องจากเป็นการจำหน่ายให้แก่ศูนย์บริการของผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์แต่ละราย ทั้งนี้จะเป็นการจัดจำหน่ายตามใบคำสั่งซื้อเป็นครั้งๆ ไป

ในปัจจุบัน บริษัทมีสัดส่วนรายได้จากการขายในประเทศต่อต่างประเทศเท่ากับร้อยละ 95 ต่อร้อยละ 5 โดยมีการส่งออกไปยังประเทศมาเลเซีย จีน อินเดีย เวียดนาม ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย ออสเตรเลีย บราซิล เม็กซิโก สหรัฐอเมริกา อังกฤษ และปากีสถาน

ทั้งนี้ ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้ผลิตรถยนต์หรือรถจักรยานยนต์ บริษัทจะต้องผ่านกระบวนการคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนซึ่งจะเริ่มตั้งแต่บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ หรือรถจักรยานยนต์ประกาศแผนการผลิต โดยจะเปิดให้บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนเข้าร่วมเสนอราคาเพื่อเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วน โดยการนำเสนอแบบและราคาของชิ้นส่วนสำหรับรถยนต์ หรือรถจักรยานยนต์เป็นรุ่นๆ ไป

2.2.4 ยอดการผลิตปี 2558 และแนวโน้มการผลิตปี 2559

ปี 2558

แม้ว่าสถานะตลาดรถยนต์ในช่วงต้นปีจะไม่สดใส แต่เมื่อพิจารณาปัจจัยต่างๆ แล้ว เห็นว่า ตลาดรถยนต์น่าจะปรับเข้าสู่ฐานการเติบโตเดิมของตลาดในช่วงปลายปี เนื่องจากการประกาศใช้โครงสร้างภาษีรถยนต์ใหม่ในปี 2559 จะทำให้ราคาเครื่องยนต์เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 5 น่าจะเร่งให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อรถยนต์ภายในปี 2558 นี้มากขึ้น

สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์จึงประเมินว่า ตลาดรถยนต์ในปลายปีจะมีแนวโน้มที่ดีขึ้น ประกอบกับสถานะเศรษฐกิจที่น่าจะเริ่มฟื้นตัว โดยประเมินยอดขายรถยนต์รวมในปีที่ 9.5 แสนคัน - 1 ล้านคัน หรือ 2.15 ล้านคัน เมื่อรวมกับยอดส่งออก โดยเชื่อมั่นว่า การที่ประชาชนเร่งซื้อรถยนต์ในปลายปี 2558 นั้น จะไม่เป็นการดึงความต้องการของปี 2559 มาใช้ เนื่องจากตั้งแต่ปลายปี 2557 ถึงปัจจุบัน ตลาดรถยนต์ซบเซามานาน ช่วงปลายปี 2558 นี้จึงเป็นเวลาที่ดีที่ตลาดน่าจะกลับมาเติบโตอีกครั้ง ส่วนความต้องการของปี 2559 ก็ยังคงมีอยู่ เพราะแม้จะมีการปรับราคาเพิ่มสำหรับรถบางประเภท แต่ด้วยสภาพการแข่งขัน ทำให้ผู้ผลิตไม่สามารถปรับราคาได้มากนัก

ปี 2559

สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์คาดว่า ในปี 2559 ยอดผลิตรถยนต์น่าจะสูงถึง 2.4 - 2.5 ล้านคัน และมีปริมาณการส่งออกสูงขึ้น เนื่องจากกำแพงภาษีในกลุ่มประเทศอาเซียนใหม่จะกลายเป็น 0 รวมทั้งในปี 2559 ประเทศไทยจะใช้อัตราภาษีสรรพสามิตฉบับใหม่ ที่ให้การสนับสนุนการผลิตที่ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ซึ่งตรงตามความต้องการของตลาดโลก ทำให้รถยนต์ของไทยสามารถส่งออกมากขึ้น

ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ในปัจจุบัน ผู้ผลิตรถยนต์ใช้นโยบายจัดซื้อแบบ Global Sourcing ซึ่งจะเปรียบเทียบราคาชิ้นส่วนวัตถุดิบจากผู้ผลิตในแหล่งต่างๆ ทั่วโลก หมายความว่า มีโอกาสที่จะขายสินค้าได้มากขึ้น และมีโอกาสที่จะถูกคู่แข่งแย่งชิงลูกค้าได้ในเวลาเดียวกัน

ราคาของผู้ผลิตจากประเทศไทยจะถูกเปรียบเทียบกับจีน อินเดีย และญี่ปุ่น ผู้ที่ทำราคาได้ถูกที่สุดจะเป็นผู้ที่มีโอกาสได้รับเลือกมากที่สุด ในภาวะที่การแข่งขันด้านราคาสูงขึ้นเช่นนี้ นอกจากการพัฒนาต้นทุนการผลิตและดูแลราคาชิ้นส่วนวัตถุดิบแล้ว บริษัทยังจำเป็นต้องพัฒนาศักยภาพในด้านอื่นด้วย โดยเฉพาะการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบรับเทคโนโลยีใหม่ที่เกิดขึ้นพร้อมกับบรรณปัจจุบัน เช่น ผลิตภัณฑ์ที่เปลี่ยนจากระบบกำลังเป็นระบบไฟฟ้า และจะต้องปรับปรุงคุณภาพ ราคาและความสามารถในการผลิตของผู้ผลิตชิ้นส่วนซึ่งเป็นคู่ค้าของบริษัท เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก

อย่างไรก็ตาม ความสามารถในการจัดส่งและการดูแลคุณภาพยังคงเป็นสิ่งที่คุณสมบัติให้มีความสำคัญ ยกตัวอย่างเช่น การใช้ฐานการผลิตแห่งเดียวสำหรับส่งชิ้นส่วนให้กับประเทศต่างๆ จะต้องควบคุมให้มีปริมาณสินค้าคงคลังอย่างเพียงพอ การบริหารการจัดส่งเพื่อรองรับการผลิตแบบ Just-in-time การปรับปรุงความสามารถในด้านภาษา ซึ่งยังคงเป็นอุปสรรคในการติดต่อกับงานข้ามประเทศ และต้องคำนึงถึงกรณีมีแก้ไขปรับปรุงด้านคุณภาพ จะไม่สามารถทำได้รวดเร็วเท่ากับการจัดซื้อภายในประเทศ ดังนั้น แม้ว่าราคาของหลายประเทศจะต่ำกว่าของประเทศไทย แต่เมื่อพิจารณาปัจจัยดังกล่าวร่วมกัน พบว่า สินค้าที่ผลิตจากประเทศไทยมีราคาสูงกว่าอินเดียและจีน แต่ราคาและคุณภาพยังเป็นรองญี่ปุ่น ส่วนการที่ประเทศไทยตั้งอยู่ในจุดศูนย์กลางของอาเซียนถือเป็นข้อได้เปรียบ โดยผู้ผลิตรถยนต์สามารถใช้เป็นศูนย์กลางกระจายสินค้าภายในภูมิภาคได้ จึงเห็นว่ามีโอกาสสำหรับในกลุ่มประเทศอาเซียน อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยยังมีความได้เปรียบในการแข่งขันและมีโอกาสขยายตลาดมากพอสมควร

เปรียบเทียบคู่แข่งในภาพรวม

จากภาวะการแข่งขันทางการตลาดที่เข้มข้นขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในด้านราคา บริษัทจะมุ่งการลงทุนและหาทางปรับปรุงราคา ให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งศึกษาสิทธิประโยชน์ทางภาษี เพื่อช่วยลดต้นทุนสำหรับชิ้นส่วนที่ยังคงต้องนำเข้าจากต่างประเทศอยู่ นอกจากนั้น ตั้งแต่ต้นปี 2558 บริษัทได้ทำโครงการทำวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์หลายชิ้นร่วมกับมหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าลาดกระบัง เพื่อตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนไปของอุตสาหกรรมยานยนต์ ซึ่งหันมาเน้นการลดมลพิษ (Green Environment) ตัวอย่างเช่น ใช้ระบบเบรคไฟฟ้า ระบบมอเตอร์ไฟฟ้าสำหรับชุดควบคุมรางกระแจะรถยนต์ การพัฒนาต่างๆ จะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และลดต้นทุนการผลิตได้ และบริษัทยังมีข้อได้เปรียบคู่แข่งหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็น

ความรู้ความชำนาญ (Know-how) จากผู้ร่วมทุนและทีมงานคุณภาพที่มีประสบการณ์สูง มีเครื่องจักรทันสมัย และศูนย์ทดสอบครบวงจรที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมในปีที่ผ่านมา

ในปี 2558 สภาอุตสาหกรรมฯ ได้ประเมินยอดผลิตรถยนต์เมื่อต้นปีไว้ที่ 2.1 ล้านคัน โดยคาดหวังผลผลิตจากการส่งออกถึงร้อยละ 55 หรือ 1.15 ล้านคัน แต่ผลสรุปการส่งออกในช่วงครึ่งปีที่ผ่านมา ก็ยังไม่บรรลุเป้าหมาย เนื่องจากตลาดส่งออกก็ได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจโลกและปัญหาการเมืองในทวีปตะวันออกกลาง ในขณะเดียวกัน ยอดขายรถยนต์ในประเทศยังคงลดลงอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ต้นปี 2558 โดยลดลงอีกประมาณร้อยละ 15 จากปี 2557

แม้ว่าทิศทางตลาดรถยนต์ในช่วงต้นปีที่ผ่านมาจะยังคงไม่สดใส แต่เชื่อว่า หากพิจารณาปัจจัยต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นทั้งปี น่าจะเป็นปีที่ตลาดรถยนต์ฟื้นตัวได้ และปรับเข้าสู่ฐานการเติบโตเดิมของตลาด จากการที่ประเทศไทยจะหันมาใช้โครงสร้างภาษีรถยนต์ใหม่ในปี 2559 ส่งผลให้ราคารถยนต์มีแนวโน้มจะปรับราคาเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 5 น่าจะเป็นปัจจัยที่ช่วยเร่งให้ประชาชนซื้อรถยนต์ภายในปีนี้มากขึ้น

สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์จึงประเมินว่า ตลาดรถยนต์ในช่วงปลายปี 2558 จะมีแนวโน้มที่ดีขึ้น ประกอบกับสภาวะเศรษฐกิจที่น่าจะเริ่มฟื้นตัว โดยประเมินยอดขายรถยนต์รวมในปีนี้อยู่ที่ระดับ 9.5 แสนคัน - 1 ล้านคัน หรือ 2.1 ล้านคันเมื่อรวมกับยอดส่งออก โดยเชื่อว่าการที่ประชาชนมาเร่งซื้อรถยนต์ในปลายปี 2558 นั้นไม่เป็นการดึงความต้องการของปี 2559 มาใช้ เนื่องจากที่ผ่านมาตั้งแต่ปลายปี 2557 ถึงปัจจุบัน ตลาดค่อนข้างซบเซามานาน ช่วงครึ่งปีหลังของปีนี้จึงเป็นเวลาตลาดน่าจะเติบโตอีกครั้ง ส่วนความต้องการของปี 2559 ยังคงมีอยู่ เพราะแม้จะมีการปรับราคาเพิ่มสำหรับรถบางประเภท แต่ด้วยการแข่งขันของตลาดก็ทำให้ไม่สามารถจะปรับราคาได้มากนัก

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต (ทั้งในและต่างประเทศ)

ขณะที่มีการตั้งเป้าว่า ประเทศไทยจะมียอดผลิตรถยนต์ถึง 3 ล้านคันต่อปีภายในปี 2560 นั้น แม้ตลาดรถยนต์จะชะลอตัวไปบ้างในช่วงที่ผ่านมา ก็ยังเชื่อมั่นว่าจะสามารถผลิตตามเป้าหมายได้ เนื่องจากความต้องการภายในประเทศยังคงมีอยู่ โดยจำนวนประชากรต่อจำนวนรถในพื้นที่ต่างจังหวัดยังไม่สูง ยังเป็นโอกาสที่ค่ายรถจะเข้าไปขยายตลาด รวมไปถึงตลาดส่งออก ด้วยโครงการอีโคคาร์ เฟส 2 ซึ่งเป็นรถที่มีคุณสมบัติผ่านมาตรฐานยูโร 5 สามารถส่งออกไปจำหน่ายในประเทศที่มีมาตรฐานยานยนต์สูงได้

นอกจากนั้น ภาครัฐยังมีนโยบายส่งเสริมคือ การสร้างศูนย์ทดสอบยานยนต์แห่งชาติ ซึ่งรัฐบาลกำลังอนุมัติงบประมาณก่อสร้าง โดยมีวงเงินเริ่มต้น 400 ล้านบาท เพื่อสร้างศูนย์ทดสอบยางล้อในเบื้องต้น แต่หากจะสร้างศูนย์ทดสอบแบบครบวงจร คาดว่าจะต้องใช้งบประมาณราว 1,500 - 2,000 ล้านบาท สำหรับศูนย์ทดสอบยางล้อนั้น ขณะนี้อยู่ระหว่างการจัดหาพื้นที่ ซึ่งน่าจะมีขนาดกว่า 200 ไร่ หลังจากนั้นคาดว่าจะมีการสร้างศูนย์ทดสอบอื่นๆ ตามมา เพื่อเป็นการสนับสนุนผู้ประกอบการในประเทศ ให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐานและสามารถแข่งขันได้

หากพิจารณาในกลุ่มประเทศอาเซียน ตลาดส่งออกยังมีแนวโน้มที่ดี เนื่องจากปี 2558 เป็นปีที่เปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC ซึ่งกำหนดให้ประเทศสมาชิกปรับภาษีรถยนต์เป็นร้อยละ 0 ซึ่งจะทำให้ยอดส่งออกเพิ่มขึ้นอีกในปีหน้า ส่วนประเทศไทยก็จะเริ่มใช้อัตราภาษีธรรมดานี้ใหม่ อีกทั้งยังมีโครงการอีโคคาร์เฟส 2 ที่จะ

สนับสนุนการผลิตรถยนต์ที่ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ตรงตามความต้องการของตลาดโลก ก็คาดว่าจะมีการส่งออกรถยนต์จากประเทศไทยมากขึ้น

ยอดการผลิตจริงของอุตสาหกรรม

ปี	รถยนต์				รถจักรยานยนต์			
	ยอดผลิต (คัน)	ยอดขายใน ประเทศ (คัน)	ยอดส่งออก (คัน)	อัตรา การเติบโตของ ยอดผลิต (%)	ยอดผลิต (คัน)	ยอดขายใน ประเทศ (คัน)	ยอดส่งออก (คัน)	อัตรา การเติบโตของ ยอดผลิต (%)
2556	2,457,057	1,328,905	1,128,152	1	2,218,625	1,884,845	333,780	(15)
2557	1,880,007	751,905	1,128,102	(23)	1,842,708	1,554,181	288,527	(17)
2558*	1,431,759	520,199	911,560	(24)	1,381,596	1,111,976	269,620	(25)

*ข้อมูลสะสม 9 เดือน (มกราคม – กันยายน)

ที่มา : สมาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ณ วันที่ 30 กันยายน 2558

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

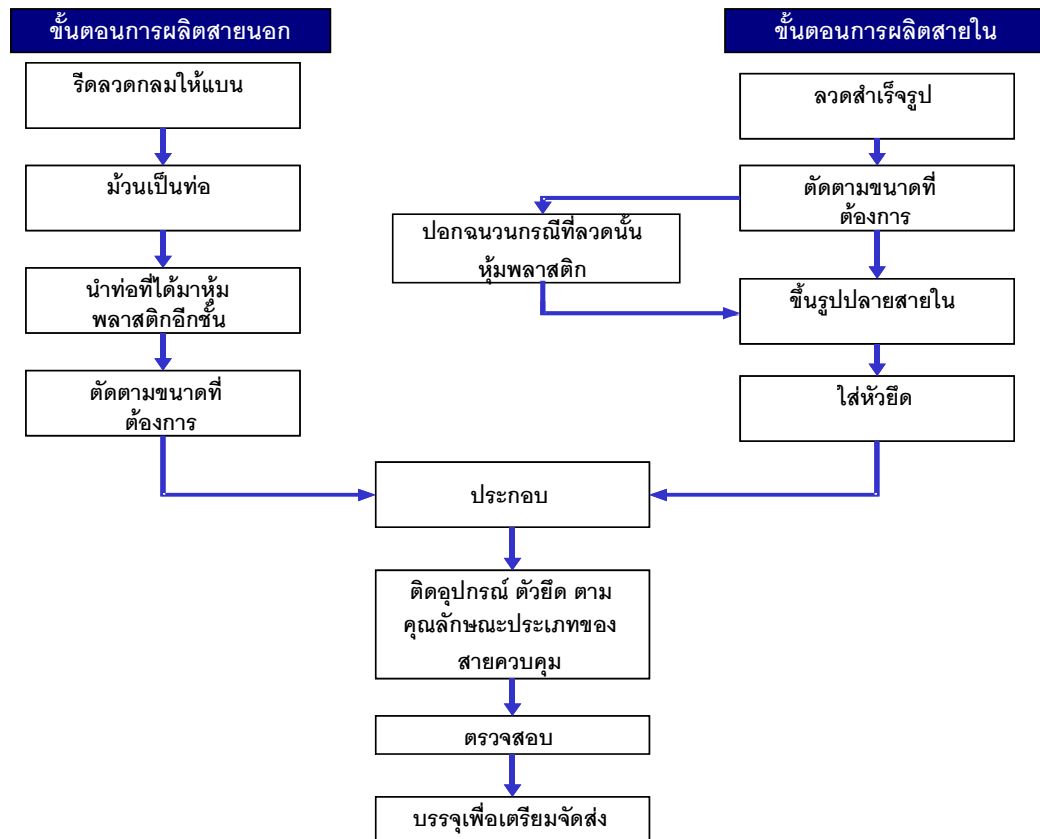
ก) การจัดหาซึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

การผลิต (จำนวนโรงงาน และกำลังการผลิตรวม)

บริษัทมีกำลังการผลิตและอัตราการใช้กำลังการผลิตในช่วงปี 2556 - 2558 ดังตารางต่อไปนี้

	2556	2557	2558
สายควบคุมรถยนต์			
กำลังการผลิต (เส้น)	49,880,160	54,226,400	54,226,400
การผลิตจริง (เส้น)	33,003,901	28,706,933	28,698,082
อัตราการใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	66%	52%	53%
สายควบคุมรถจักรยานยนต์			
กำลังการผลิต (เส้น)	26,227,632	26,227,632	26,227,632
การผลิตจริง (เส้น)	9,669,714	8,267,196	7,854,746
อัตราการใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	36%	31%	30%
ชุดควบคุมรางกระจะกหน้าต่างรถยนต์			
กำลังการผลิตรวม (ชุด)	3,537,600	3,921,600	3,921,600
การผลิตจริง - แบบใช้สายควบคุม (ชุด)	1,141,185	467,369	860,749
อัตราการใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	32%	11%	22%
ยอดรวมทุกผลิตภัณฑ์			
กำลังการผลิตรวม (ชุด)	79,645,392	84,375,632	84,375,632
การผลิตจริง - แบบใช้สายควบคุม (ชุด)	43,814,800	37,441,498	37,413,577
อัตราการใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	55%	44%	44%

ขั้นตอนการผลิต

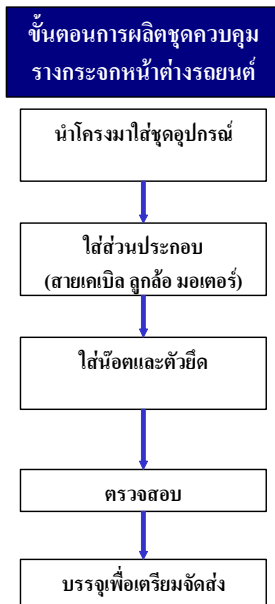


ขั้นตอนการผลิตสายควบคุมรถยนต์และรถจักรยานยนต์

การผลิตสายควบคุมรถยนต์และรถจักรยานยนต์มีขั้นตอนการผลิตที่เหมือนกันทุกประการ โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

1. ขั้นตอนการผลิตสายนอก เริ่มจากการเตรียมวัตถุดิบ โดยนำลวดกลมที่มีคุณภาพและขนาดตามความต้องการของลูกค้ามารีดให้แบน จากนั้นจึงนำลวดซึ่งได้ผ่านการรีดแบนแล้วมาเข้าเครื่องม้วนเป็นท่อ แล้วจึงนำท่อที่ได้มาหุ้มพลาสติกอีกชั้นหนึ่ง ก่อนที่จะตัดให้ได้ขนาดตามต้องการ
2. ขั้นตอนการผลิตสายใน เริ่มจากการนำลวดสำเร็จรูปมาตัดให้ได้ขนาดตามต้องการ ปอกฉนวนที่ปลาย (กรณีที่ลวดนั้นหุ้มพลาสติก) ใช้แรงกดทำให้ลวดนั้นบานออก และใส่หัวยึด เพื่อร่อนนำไปประกอบกับสายนอก
3. ขั้นตอนการผลิตชิ้นส่วนพลาสติกสำเร็จรูป นำเม็ดพลาสติกมาหลอมและฉีดขึ้นรูปพลาสติกตามแบบที่ต้องการเพื่อนำไปเป็นส่วนประกอบสำหรับสายควบคุมรถยนต์ต่อไป
4. ขั้นตอนการประกอบ นำสายนอกมาประกอบกับสายใน โดยติดอุปกรณ์และชิ้นส่วนประกอบอื่นๆ ตามคุณลักษณะของสายควบคุมรถยนต์ประเภทที่ต้องการ
5. ขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพ บริษัทจะทำการตรวจสอบคุณภาพของชิ้นงานก่อนที่จะบรรจุผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ลงกล่องเพื่อเตรียมส่งมอบให้แก่ลูกค้าต่อไป

ขั้นตอนการผลิตชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์



การผลิตชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์แบ่งออกได้เป็น 4 ขั้นตอนหลักดังนี้

1. ขั้นตอนการประกอบโครงชุดรางเลื่อน เริ่มจากการนำโครงเหล็กที่จัดซื้อมาประกอบเข้าชุดตามแบบที่ต้องการ
2. ขั้นตอนการประกอบชิ้นส่วนหลัก เป็นการติดตั้งมอเตอร์ ลูกล้อ และสายเคเบิล (แบบสายควบคุม) ทาจาระบี เป็นต้น
3. ขั้นตอนการประกอบเก็บรายละเอียด เก็บรายละเอียดต่างๆ และใส่ตัวน็อต หรือตัวยึด
4. ขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพ โดยจะต้องมีการตรวจสอบคุณภาพของชิ้นงานก่อนที่จะบรรจุผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ลงกล่องเพื่อเตรียมส่งมอบให้แก่ลูกค้าต่อไป

การจัดหาวัตถุดิบ

ในการผลิตสายควบคุมรถยนต์และรถจักรยานยนต์ และชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์นั้น บริษัทมีการจัดหาวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบจากทั้งคู่ค้าภายในประเทศและต่างประเทศ ทั้งนี้ชิ้นส่วนประกอบต่างๆ (Component Parts) ที่บริษัทสั่งซื้อนั้นเป็นชิ้นส่วนที่บริษัทยังไม่สามารถหาผู้ผลิตในประเทศได้ หรือไม่คุ้มทุนที่จะผลิต

ในปี 2558 บริษัทมีการจัดซื้อวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบเพื่อนำมาใช้ในการกระบวนการผลิตสายควบคุมรถยนต์และรถจักรยานยนต์ และชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์ คิดเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้นประมาณ 1,630.86 ล้านบาท ทั้งนี้เป็นการจัดซื้อในประเทศไทยประมาณร้อยละ 67.22 และเป็นการจัดซื้อจากต่างประเทศประมาณร้อยละ 32.78 โดยวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบหลักที่บริษัทซื้อมาใช้ในการกระบวนการผลิต ได้แก่ วัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบประเภทเหล็ก ยาง ลวด เม็ดพลาสติก และมอเตอร์ เป็นต้น

สำหรับคู่ค้าของบริษัทนั้นมีจำนวน 155 รายซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นคู่ค้ากับบริษัทมาเป็นระยะเวลานาน โดยมีคู่ค้า 1 ราย ที่มียอดสั่งซื้อรวมจากบริษัทในปี 2558 มากกว่าร้อยละ 10 ของยอดการสั่งซื้อรวมของบริษัท ได้แก่ ไฮเล็กซ์ คอร์ปอเรชั่น โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.58 ทั้งนี้วัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบหลักที่ซื้อจากไฮเล็กซ์ คอร์ปอเรชั่น ได้แก่ วัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบประเภทยาง ส่วนประกอบสำเร็จรูป เหล็ก และเม็ดพลาสติก เพื่อนำมาใช้ในการประกอบสายควบคุมรถยนต์และรถจักรยานยนต์ และชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์ โดยสาเหตุที่บริษัทต้องจัดซื้อวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบจากไฮเล็กซ์ คอร์ปอเรชั่น นั้น เนื่องจากชิ้นส่วนประกอบดังกล่าวเป็นชิ้นส่วนประกอบที่ไม่สามารถผลิตในประเทศไทยได้ หรือปริมาณการผลิตไม่คุ้มที่จะผลิตเองหรือไม่สามารถจัดหาวัตถุดิบจากแหล่งภายในประเทศไทยได้ ดังนั้นการซื้อจาก ไฮเล็กซ์ คอร์ปอเรชั่น ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัทที่มีนโยบายในการสนับสนุนด้านวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบที่มีคุณภาพและราคา ที่แข่งขันได้ให้กับบริษัทในกลุ่มของไฮเล็กซ์ คอร์ปอเรชั่น อยู่แล้วจึงเป็นวิธีที่เหมาะสม อย่างไรก็ตามบริษัทไม่ได้ทำสัญญาที่กำหนดให้บริษัทจะต้องจัดซื้อวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบจากไฮเล็กซ์ คอร์ปอเรชั่น แต่อย่างใด

สำหรับสัดส่วนการสั่งซื้อนั้น บริษัทมีการสั่งซื้อจากคู่ค้าหลายราย แต่ไม่ได้พึ่งพาการจัดซื้อวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบจากคู่ค้ารายใดรายหนึ่งเป็นสำคัญ และเนื่องจากบริษัทมีคู่ค้าหลายรายทำให้หากเกิดปัญหาในการจัดหาจากคู่ค้ารายใดรายหนึ่ง บริษัทจะยังสามารถจัดหาวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบทดแทนที่มีคุณภาพในระดับเดียวกันจากคู่ค้ารายอื่นได้

ข) การกำจัดวัตถุดิบเหลือใช้

บริษัทมีการจัดทำพื้นที่เพื่อจัดเก็บสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้วจากการผลิต ซึ่งถือว่าเป็นกากอุตสาหกรรมจัดเก็บเป็นสัดส่วนโดยแยกตามประเภทของสิ่งปฏิกูล ซึ่งทุกคนในบริษัทมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ เช่น คัดแยก การนำมาทิ้งอย่างเป็นระบบ เป็นต้น

โดยมีฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล เป็นผู้ดูแลควบคุมสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้ เพื่อนำไปกำจัดให้สอดคล้องตามที่กฎหมายกำหนด ได้แก่

1. สิ่งปฏิกูลประเภท: เศษกระดาษ เศษพลาสติก เศษเหล็ก เศษไม้ ถังพลาสติก เศษสแตนเลส เศษอะลูมิเนียม เศษสังกะสี
 - ผู้ขนส่ง/จัดการโดย : บริษัท อีสเทิร์น รีคัพเวอรี จำกัด
 - วิธีการกำจัด : คัดแยกประเภทเพื่อจำหน่ายต่อ
2. สิ่งปฏิกูลประเภท: หลอดไฟ ภาชนะปนเปื้อน ผงคาร์บอน เศษผ้าถุงมือปนเปื้อน น้ำมันใช้แล้ว เศษสังกะสีปนเปื้อน
 - ผู้ขนส่ง/จัดการโดย : บริษัทเบตเตอร์ เวิลด์ กรีน จำกัด (มหาชน)
 - วิธีการกำจัด : ปรับเสถียรและฝังกลบแบบปลอดภัย ทำเชื้อเพลิงผสม

ทั้งนี้ บริษัทได้ปฏิบัติตามกฎหมายและประกาศกระทรวงที่เกี่ยวข้องด้านสิ่งแวดล้อม ดังนี้

- พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535
- พระราชบัญญัติการสาธารณสุข (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2550
- ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม พ.ศ. 2548 เรื่อง การกำจัดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุไม่ใช้แล้ว
- ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่องระบบเอกสารกำกับการขนส่งของเสียอันตราย พ.ศ. 2547
- ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้วจากโรงงาน โดยทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Internet)
- ประกาศกรมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ที่ 79/2554 เรื่อง วิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการกากอุตสาหกรรมมูลฝอยและสิ่งปฏิกูลที่เกิดขึ้นในนิคมอุตสาหกรรม

โดยได้นำส่งเอกสารที่เกี่ยวข้องต่อกรมโรงงานและนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ดังนี้

1. นำส่งใบแจ้งเกี่ยวกับรายละเอียดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว สำหรับผู้ก่อกำเนิดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว (สก.3)
2. นำส่งแบบฟอร์มรายงานการจัดการกากอุตสาหกรรม มูลฝอยและสิ่งปฏิกูลของผู้ประกอบกิจการในนิคมอุตสาหกรรม
3. ขออนุญาตนำสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้วออกนอกบริเวณโรงงานรายปี (สก.2) ต่อกรมโรงงานอุตสาหกรรม

4. รายงานใบกำกับการณ์ขนส่งวัสดุไม่ใช้แล้วจากอุตสาหกรรม (Manifest) โดยทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Internet)

ปัจจุบันบริษัทดำเนินการด้านเอกสารอย่างสอดคล้อง เป็นไปตามที่กฎหมายและประกาศกระทรวง อีกทั้งบริษัทยังเล็งเห็นและให้ความสำคัญกับงานด้านสิ่งแวดล้อม และปฏิบัติตามกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมจริงอย่างต่อเนื่อง บนหลักการของระบบ ISO14001: 2004 จึงทำให้ไม่มีข้อพิพาทหรือถูกร้องเรียนเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ในปี 2558 ฝ่ายความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน ยังมีการติดตามและเฝ้าระวังการดำเนินการในการกำจัดวัตถุอันตราย โดยกำหนดไว้ในแผนการติดตามและวัดผล (Monitoring & Measurement Program) พร้อมทั้งติดตามผลอย่างต่อเนื่องทุกเดือนและมีการรายงานผลการประชุมของฝ่ายบริหาร (Management Review) ประจำปี อีกทั้งจัดให้มีโครงการด้านสิ่งแวดล้อม เช่น โครงการ 3R โครงการ ISO 14001 เพื่อลดการเกิดของเสียหรือวัตถุอันตรายอีกด้วย

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจ

3.1 ความเสี่ยงจากการพึ่งพาผู้ถือหุ้นรายใหญ่

บริษัทมีการทำสัญญาได้รับความช่วยเหลือในด้านพึ่งพาเครื่องหมายการค้า ภายใต้ชื่อ **HI-LEX CORPORATION** และ “HI-LEX” และสัญญาได้รับความช่วยเหลือด้านเทคนิคการผลิตสายควบคุมรถยนต์ รถจักรยานยนต์ และชุดควบคุมวงจรกระจกหน้าต่างรถยนต์แบบใช้สายเคเบิลควบคุมจากไฮดรอลิก คอโรปอเรชั่น (HI-LEX Corporation) เป็นลายลักษณ์อักษร

ในกรณีที่ไม่สามารถจัดหาจากแหล่งจำหน่ายภายในประเทศไทยได้ หรือมีปริมาณการใช้น้อยจึงไม่คุ้มที่จะผลิตเอง บริษัทจะสั่งซื้อวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบบางประเภทจากไฮดรอลิก คอโรปอเรชั่น อย่างไรก็ตามไม่มีสัญญาควบคุมในการจัดซื้อวัตถุดิบระหว่างกันแต่อย่างใด

สำหรับความเสี่ยงด้านการสั่งซื้อวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบนั้น บริษัทสามารถจัดซื้อจากผู้ผลิตอื่นแทนการสั่งซื้อจาก ไฮดรอลิก คอโรปอเรชั่นได้ แต่อาจมีราคาและเงื่อนไขทางการค้าที่ต่างจากเดิม ในปัจจุบันบริษัทได้สรรหาแหล่งจัดซื้อวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบในประเทศมากขึ้น ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนโดยเฉพาะค่าขนส่งและภาษีนำเข้าได้

ส่วนความเสี่ยงในแง่ของสัญญา ดังกล่าวนั้น บริษัทเห็นว่า ไฮดรอลิก คอโรปอเรชั่น จะต่อสัญญาให้ อย่างแน่นอน เนื่องจากไฮดรอลิก คอโรปอเรชั่น ได้ให้คำรับรองเป็นลายลักษณ์อักษรไว้ว่า หากสัญญาปัจจุบันหมดอายุจะต่อสัญญาให้อีกคราวละ 5 ปี (ซึ่งเป็นนโยบายการต่อสัญญาที่ไฮดรอลิก คอโรปอเรชั่น ใช้กับบริษัทในเครือทุกบริษัท) ประกอบกับไฮดรอลิก คอโรปอเรชั่น มีสถานะเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท ได้ร่วมทุนและเป็นพันธมิตรที่ดีต่อกันมาเกือบ 40 ปี ทำให้มีความมั่นใจว่าไฮดรอลิก คอโรปอเรชั่น จะยังคงเป็นผู้ถือหุ้นและให้การสนับสนุนบริษัทอย่างต่อเนื่องต่อไป

ด้วยเหตุนี้ ในประเด็นดังกล่าวจึงมีความเสี่ยงต่ำ

3.2 ความเสี่ยงจากการแข่งขันจากต่างประเทศ

บริษัทอาจมีความเสี่ยงจากการแข่งขันกับคู่แข่งรายใหม่ ซึ่งเป็นผู้ประกอบการต่างชาติที่ย้ายฐานการผลิตขึ้นส่วนเข้ามาภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรี ปัจจัยหลักที่จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันได้คือ คุณภาพ ต้นทุนการผลิตที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า การส่งมอบที่ตรงเวลา และการบริการหลังการขายเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า โดยบริษัทได้กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญ คือ มุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง ควบคู่กับการดำเนินงานลดต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพการจัดส่งที่ตรงต่อเวลา และการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมและสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ ซึ่งบริษัทมีกลุ่มลูกค้าเป็นผู้ผลิตชั้นนำที่มีฐานการผลิตในประเทศไทย และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเหล่านี้มาโดยตลอด ประกอบกับได้มีห้องทดสอบผลิตภัณฑ์เป็นของตนเอง ส่งผลให้ลดเวลาและค่าใช้จ่ายในการทำงาน

ดังนั้น จึงมีความเสี่ยงต่ำที่คู่แข่งจากต่างประเทศจะเข้ามาและแข่งขันได้ในระดับเดียวกัน เนื่องจากจะต้องลงทุนสูงและไม่สามารถดำเนินการได้ครบวงจรเช่นเดียวกับบริษัท

3.3 ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบ

ในปี 2558 บริษัทได้จัดซื้อวัตถุดิบหลัก ได้แก่ เหล็ก ลวดโลหะ เม็ดพลาสติก และยาง โดยมีมูลค่ารวมกว่าร้อยละ 50 ของมูลค่าวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบที่บริษัทจัดซื้อทั้งหมด โดยราคาวัตถุดิบเหล่านี้ได้รับผลกระทบจากความผันผวนของราคาซื้อขายอันเนื่องมาจากสภาวะอุปสงค์และอุปทานของวัตถุดิบหลักดังกล่าวในตลาดโลก ซึ่งปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยที่อยู่เหนือความควบคุมของบริษัท

อย่างไรก็ตาม หากราคาวัตถุดิบเกิดความผันผวนถึงขนาดที่มีนัยสำคัญ บริษัทสามารถจะปรับราคาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับต้นทุนวัตถุดิบที่มีความผันผวนนั้นได้ ตามข้อตกลงในสัญญาซื้อขายชิ้นส่วนที่บริษัททำกับลูกค้านั้น ได้กำหนดให้บริษัทและลูกค้าสามารถพิจารณาปรับราคาได้เป็นครั้งคราว เช่น ทุกๆ 6 เดือน หรือทุกๆ ครั้งที่ราคาวัตถุดิบมีการเปลี่ยนแปลงตั้งแต่ร้อยละ 3 ขึ้นไป เป็นต้น ซึ่งการปรับราคาแต่ละครั้งคู่สัญญาทั้งสองฝ่ายจะทำการตกลงร่วมกัน โดยบางครั้งลูกค้าจะยินยอมให้ทำการปรับราคาย้อนหลังด้วย ซึ่งการปรับราคาได้ดังกล่าวจะช่วยทำให้ผลกระทบจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบลดลง และบริษัทได้กำหนดนโยบายให้ผู้ผลิตทำการลดต้นทุนเพื่อเกิดการบริหารจัดการต้นทุนที่ดี ซึ่งเมื่อผู้ผลิตมีความแข็งแกร่ง มีต้นทุนการบริหารจัดการที่ดีแล้วก็จะสามารถควบคุมราคาขายให้มีเสถียรภาพได้แม้ราคาวัตถุดิบจะสูงขึ้นก็ตาม

3.4 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

ในปี 2558 บริษัทมีการจัดซื้อวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบโดยนำเข้าจากต่างประเทศประมาณร้อยละ 34 ของยอดซื้อวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบทั้งหมด โดยบริษัทมียอดการสั่งซื้อวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบทั้งหมดที่เป็นสกุลเงินตราต่างประเทศตลอดทั้งปีเทียบเท่าเงินบาทจำนวนประมาณ 445 ล้านบาท ซึ่งทำให้บริษัทมีความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศในกรณีที่อัตราแลกเปลี่ยนมีการปรับตัวสูงขึ้น

3.5 ความเสี่ยงจากการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่

ปัจจุบันบริษัทมีลูกค้ารายใหญ่ 8 ราย ประกอบด้วยบริษัทผู้ผลิตรถยนต์รายใหญ่ 7 ราย และผู้ผลิตรถจักรยานยนต์รายใหญ่ 1 ราย โดยรายได้รวมจากการขายผลิตภัณฑ์ให้แก่บริษัทเหล่านี้คิดเป็นประมาณร้อยละ 87 ของรายได้รวมของบริษัทในปี 2558 ดังนั้นบริษัทจึงอาจมีความเสี่ยงด้านรายได้หากผู้ผลิตรายใดรายหนึ่งลดปริมาณการผลิตหรือ

เลิกการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์จากบริษัทซึ่งอาจมีผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจ สถานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัทในอนาคต

อย่างไรก็ตาม บริษัทเป็นผู้ผลิตสายควบคุมสำหรับรถยนต์และรถจักรยานยนต์และชุดควบคุมรางกระชกหน้าต่างรถยนต์ที่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 37 ปี โดยได้พัฒนาประสิทธิภาพการผลิตจนมีชื่อเสียง มีเทคโนโลยีการผลิตที่ได้คุณภาพและมีประสิทธิภาพที่เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง มีต้นทุนการผลิตที่แข่งขันได้ มีห้องทดสอบผลิตภัณฑ์เป็นของตนเอง ส่งผลให้ลดเวลาและเพิ่มความรวดเร็วในการดำเนินงาน อีกทั้งการทำธุรกิจกับบริษัทผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์รายใหญ่มาเป็นเวลานาน มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ คือ ไฮเล็กซ์ คอร์ปอเรชั่น ซึ่งเป็นผู้ผลิตสายควบคุมชั้นนำของประเทศญี่ปุ่น ตลอดจนการเป็นบริษัทในกลุ่มของซัมมิต คอร์ปอเรชั่น ซึ่งเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และรถจักรยานยนต์รายใหญ่ของประเทศไทย ที่มีประสบการณ์ในธุรกิจมานานเป็นผู้ผลิตที่มีความน่าเชื่อถือในเรื่องของคุณภาพผลิตภัณฑ์ โดยผลิตภัณฑ์ของบริษัทในกลุ่มซัมมิต คอร์ปอเรชั่น ครอบคลุมถึงอุปกรณ์และชิ้นส่วนเกือบทุกชนิดในรถยนต์และรถจักรยานยนต์ อาทิ ตัวถัง เบาะที่นั่ง ผนังประตูข้าง ฯลฯ ซึ่งคุณสมบัติดังกล่าวทำให้เห็นว่ามีความเป็นไปได้ต่ำที่บริษัทผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์เหล่านี้จะเปลี่ยนไปสั่งซื้อจากคู่แข่งของบริษัท

อนึ่ง บริษัทได้มีนโยบายกระจายความเสี่ยงโดยมีแผนการจะเพิ่มการส่งออกไปยังต่างประเทศมากขึ้น เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่อีกทางหนึ่งด้วย

3.6 ความเสี่ยงจากการที่บริษัทมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ถือหุ้นรวมกันเกินกว่าร้อยละ 50 และการมีอำนาจบริหารจัดการบริษัทและผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นรายใหญ่อาจขัดแย้งกับผลประโยชน์ของบริษัท และ/หรือผู้ถือหุ้นรายอื่นของบริษัท

บริษัทมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มจุฬารัตน์ กลุ่ม Hi-Lex Corporation และกลุ่มพัฒนาเมล็ด (รายละเอียดเพิ่มเติมใน : ข้อมูลหลักทรัพย์และผู้ถือหุ้น) โดย ณ วันที่ 30 กันยายน 2558 ทั้งสามกลุ่มมีการถือหุ้นในบริษัทรวมเป็นจำนวน 209,065,700 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80.48 ของทุนจดทะเบียนและชำระแล้วของบริษัท จึงทำให้ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ทั้งสามมีจำนวนหุ้นเพียงพอที่จะควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นกรณีการแต่งตั้งกรรมการ หรือขอมติในเรื่องอื่นใดที่จะต้องให้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องกฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทกำหนดว่าต้องมีเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น

นอกจากนี้ ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ยังเป็นผู้มีอำนาจในการบริหารจัดการบริษัท โดยดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัทถึง 7 ท่าน จากทั้งหมด 11 ท่าน จึงมีความเสี่ยงจากการที่ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ใช้อำนาจบริหารจัดการอย่างเบ็ดเสร็จ และบริหารจัดการไปในทางที่ขัดแย้งกับผลประโยชน์ของบริษัท และ/หรือผู้ถือหุ้นรายย่อย ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัทได้

ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นและรายย่อยจึงอาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นรายใหญ่เสนอได้

เพื่อป้องกันความเสี่ยงในประเด็นดังกล่าว บริษัทจึงได้แต่งตั้งบุคคลภายนอกที่มีความเป็นอิสระเข้าร่วมเป็นกรรมการบริษัท จำนวน 4 ท่าน จากจำนวนกรรมการทั้งหมด 11 ท่าน โดยกรรมการอิสระทั้ง 4 ท่าน รับหน้าที่เป็นคณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน และคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ เพื่อ

ทำหน้าที่ตรวจสอบและให้ความเห็นในประเด็นที่อาจทำให้ผู้ถือหุ้นรายย่อยเสียประโยชน์ รวมทั้งพิจารณาในสรรหาบุคคลเข้าดำรงตำแหน่ง และกำหนดคำตอบตอบแทนอย่างเหมาะสม

ดังนั้น จึงมีความเป็นไปได้น้อยที่จะเกิดความเสี่ยงดังกล่าวขึ้น

3.7 ความเสี่ยงจากการชดเชยค่าเสียหายจากผลิตภัณฑ์ (Warranty Claim)

ตามที่บริษัทมีหน้าที่ในการรับประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์และต้องรับผิดชอบต่อดูกค้าของบริษัทนั้น กรณีที่เกิดความเสียหายอันเนื่องมาจากความบกพร่องของผลิตภัณฑ์ของบริษัท ในสัญญาซื้อขายชิ้นส่วนระบุให้บริษัทต้องชำระค่าเสียหายที่เกิดจากความบกพร่องนั้นๆ ซึ่งหากผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์เรียกร้องให้บริษัทชำระค่าเสียหายจากผลิตภัณฑ์ในจำนวนเท่ากับหรือมากกว่ายอดขายของบริษัท และศาลมีคำสั่งเป็นที่สุดให้บริษัทชำระเงินจำนวนดังกล่าว บริษัทก็อาจได้รับผลกระทบในการประกอบธุรกิจในอนาคต รวมทั้งการที่บริษัทต้องร่วมรับผิดชอบกับผู้ผลิตรถยนต์หรือรถจักรยานยนต์หากมีผู้บริโภคได้รับความเสียหายอันเกิดจากข้อบกพร่องในผลิตภัณฑ์ของบริษัท ในแต่ละปีที่ผ่านมาลูกค้าได้มีการเรียกร้องให้บริษัทชดเชยค่าเสียหายจากผลิตภัณฑ์อยู่บ้าง แต่เป็นจำนวนเงินที่น้อยมากเมื่อเทียบกับยอดขาย และการเรียกร้องให้ชดเชยค่าเสียหายดังกล่าวเป็นเหตุการณ์ปกติของการดำเนินธุรกิจยานยนต์ ไม่ใช่ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้า และเท่าที่ผ่านมาไม่เคยมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินงานปกติของบริษัทแต่ประการใด นอกจากนี้บริษัทยังตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ดังนั้นก่อนการส่งให้ลูกค้าบริษัทจะทำการตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์อย่างถี่ถ้วน และทุกๆ ครั้งปี บริษัทจะสรุปยอดการเรียกร้องให้ชดเชยค่าเสียหาย เพื่อนำผลลัพธ์ไปวางแผนการตรวจสอบและพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ต่อไป ซึ่งบริษัทเชื่อว่าจะช่วยลดความเสี่ยงในกรณีที่บริษัทต้องชำระค่าเสียหายจากผลิตภัณฑ์ได้

3.8 ความเสี่ยงจากการพึ่งพาอุตสาหกรรมรถยนต์และรถจักรยานยนต์

การดำเนินการของบริษัทจะเปลี่ยนแปลงไปในแนวทางที่สอดคล้องกับอุตสาหกรรมรถยนต์และรถจักรยานยนต์เป็นสำคัญ ซึ่งหากอุตสาหกรรมรถยนต์และรถจักรยานยนต์อยู่ในภาวะถดถอยหรือภาวะชะงักงัน บริษัทก็จะได้รับผลกระทบในการประกอบธุรกิจเช่นเดียวกัน

เนื่องจากปัจจุบัน อุตสาหกรรมยานยนต์ถือเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างมหาศาล หลายประเทศจึงพยายามสนับสนุนให้เกิดการผลิตภายในประเทศตัวเองให้มากที่สุด ปัจจุบันประเทศไทยเป็นผู้ผลิตรถยนต์อันดับต้นๆ ของโลก มียอดผลิตในปี 2558 ประมาณเกือบ 2 ล้านคัน ภาครัฐมีนโยบายเพิ่มเติมในการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมรถยนต์ของภูมิภาคอาเซียน โดยได้ริเริ่มโครงการ Eco Car 2 ซึ่งคาดว่าโอกาสที่อุตสาหกรรมยานยนต์จะมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องต่อไป

3.9 ความเสี่ยงจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และรถจักรยานยนต์

บริษัทอาจสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดแก่บริษัทคู่แข่ง เนื่องจากอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และรถจักรยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูงทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ จึงมีความเสี่ยงที่อาจเกิดผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจ เนื่องจากการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และรถจักรยานยนต์ต้องใช้ขั้นตอนการผลิตที่มีประสิทธิภาพเที่ยงตรง เพื่อให้ได้คุณภาพตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละราย นอกจากนี้ในการสั่งซื้อชิ้นส่วนสำหรับรถยนต์หรือรถจักรยานยนต์แต่ละรุ่นนั้น บริษัทผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์จะทำการคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วน

ล่วงหน้าก่อนการผลิตจริง โดยผู้ผลิตชิ้นส่วนที่ผ่านการคัดเลือกแล้ว จะได้รับคำสั่งซื้อผลิตภัณฑ์จากบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ และรถจักรยานยนต์อย่างต่อเนื่องตลอดอายุการผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์รุ่นนั้นๆ อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงรุ่นของรถยนต์และรถจักรยานยนต์ไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีในการผลิตสายควบคุม และชุดควบคุมวงจรกระจกหน้าต่างรถยนต์มากนัก

ดังนั้น บริษัทในฐานะที่เป็นผู้ผลิตสายควบคุมสำหรับรถยนต์และรถจักรยานยนต์และชุดควบคุมวงจรกระจกหน้าต่างรถยนต์ ซึ่งดำเนินธุรกิจมายาวนานกว่า 37 ปี เป็นผู้ผลิตรายใหญ่รายหนึ่งของประเทศ มีผลงานและชื่อเสียงที่เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางในกลุ่มผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์มาเป็นเวลานาน จึงได้เปรียบคู่แข่งอื่นๆ ในการผลิตสายควบคุมและชุดควบคุมวงจรกระจกหน้าต่างรถยนต์เพื่อประกอบรถยนต์และรถจักรยานยนต์ในประเทศ ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น บริษัทจึงมั่นใจว่ายังสามารถจะแข่งขันกับผู้ผลิตรายอื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.10 ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย สิ่งแวดล้อม และชุมชน

บริษัทได้กำหนดนโยบายนโยบายความปลอดภัย สิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างชัดเจน ในด้านความปลอดภัยได้ให้ความสำคัญกับทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิต ตั้งแต่การออกแบบเครื่องจักรและอุปกรณ์ ระบบควบคุมการผลิต และระบบควบคุมการเฝ้าระวังและสัญญาณเตือนภัยต่างๆ รวมถึงมีการจัดการขั้นตอนการปฏิบัติงานและปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ มีการให้ความรู้ ความเข้าใจกับพนักงานทุกระดับด้วยการจัดการฝึกอบรมด้านความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อม เป็นประจำอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากโครงการหรือกิจกรรมต่างๆ

นอกจากนี้บริษัทยังได้ส่งเสริมให้มีกิจกรรมต่างๆ เพื่อป้องกันความเสี่ยงทางด้านความปลอดภัยทั้งในงานและนอกงานอย่างต่อเนื่อง เช่น กิจกรรมการประเมินความเสี่ยง การค้นหาจุดเสี่ยงและขจัดอันตรายก่อนการเริ่มงาน (Completely Check Completely Find out : CCCF) กิจกรรมสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านความปลอดภัย (Safety Culture) และโครงการมาตรฐานเครื่องจักรด้านความปลอดภัย (Machine Safety Activity) รวมทั้งการเตรียมความพร้อมและตอบสนองต่อภาวะฉุกเฉินต่อเหตุการณ์ต่างๆ เช่น การฝึกซ้อมดับเพลิงและอพยพหนีไฟ การฝึกซ้อมแผนฉุกเฉินภาวะสารเคมีหกรั่วไหล เป็นต้น ตลอดจนการจัดกิจกรรม การสร้างจิตสำนึกด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยนอกงาน เช่น การรณรงค์ไม่ดื่มแอลกอฮอล์ขณะขับขี เป็นต้น ซึ่งผลลัพธ์ของการดำเนินโครงการต่างๆ ทำให้อุบัติเหตุมีแนวโน้มลดลง การปฏิบัติตามกฎหมายครบถ้วน บุคลากรพร้อมที่จะปฏิบัติงานได้เต็มประสิทธิภาพ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตามเป้าหมายทั้งด้านคุณภาพและด้านความปลอดภัย

สำหรับการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อม ชุมชนและสังคมนั้น บริษัทได้จัดให้มีการตรวจวัดสภาพแวดล้อมในการทำงานและติดตามคุณภาพอากาศภายในบริษัทอย่างต่อเนื่อง รวมถึงติดตามคุณภาพอากาศโดยทั่วไปในพื้นที่ชุมชนโดยรอบ ซึ่งมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและป้องกันปัญหามลพิษ เช่น การจัดให้มีระบบบำบัดอากาศที่มีประสิทธิภาพ เป็นต้น อีกทั้งยังมีการปรับปรุงประสิทธิภาพและพัฒนาทรัพยากรให้มีประสิทธิผลสูงสุด ลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินการในการกำจัดของเสีย เช่น จัดตั้งโครงการ 3R เพื่อนำวัสดุที่เหลือใช้กลับมามหาหมุนเวียนหรือสร้างมูลค่าโดยการแปรสภาพ โดยมีการนำวัสดุเหลือใช้จากการผลิตส่งให้ผู้มีส่วนได้เสียนำไปแปรสภาพเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ การเพิ่มมูลค่าให้กับวัสดุเหลือใช้โดยนำมาจัดทำเป็นเครื่องใช้ และเครื่องอำนวยความสะดวกให้กับบุคลากรภายในบริษัท ตลอดจนการคิดค้นหาแนวทางในการลดการใช้ก๊าซปิโตรเลียมเหลวในกระบวนการผลิต ซึ่งบริษัทได้ร่วมมือกับสถาบันการศึกษาชั้นนำเพื่อจัดตั้งเป็นศูนย์ศึกษาและ

พัฒนาการบริหารจัดการพลังงาน การออกแบบกระบวนการผลิตให้ทันสมัยและมีความปลอดภัยกับผู้ปฏิบัติงาน ลดการเกิดของเสียอีกทั้งยังส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูงขึ้น ทั้งนี้บริษัทได้มีการรณรงค์และสร้างจิตสำนึกให้กับพนักงานทุกคนในการตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อมโดยเริ่มตั้งแต่สภาพแวดล้อมในการทำงาน ผ่านทางกิจกรรมต่างๆ เช่น กิจกรรม 5ส และ Big cleaning Day แล้วขยายกรอบแนวคิดไปจนถึงการดูแลสิ่งแวดล้อมของชุมชน เช่น กิจกรรมปลูกป่าชายเลน กิจกรรม TSC รักษ์ทะเล ซึ่งได้รับการตอบรับจากพนักงานทุกระดับเป็นอย่างดี

ความเสี่ยงต่อการลงทุนต่อผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์สิน

การซื้อหลักทรัพย์มีโอกาสได้รับผลตอบแทนสูงกว่าการลงทุนประเภทอื่นๆ แต่ก็มีความเสี่ยงที่สูงกว่า นักลงทุนจึงจำเป็นต้องศึกษาความเสี่ยงและประเมินความสามารถในการรับความเสี่ยงของตนเองก่อนตัดสินใจลงทุน

ความเสี่ยงหลักๆ ในการลงทุนถือหลักทรัพย์ มีดังนี้

ความเสี่ยงจากภาวะตลาด (Market Risk) ซึ่งขึ้นอยู่กับสภาวะการณต่างๆ ทั้งในและนอกประเทศ และสภาวะดังกล่าวมีผลทำให้ราคาหลักทรัพย์มีการผันผวนหรือเปลี่ยนแปลง เช่น สถานการณ์ทางสังคมหรือการเมือง การจลาจล การนัดหยุดงาน ปัญหาเศรษฐกิจ อัตราเงินเฟ้อหรืออัตราดอกเบี้ยมีการเปลี่ยนแปลง ฯลฯ

ความเสี่ยงจากการดำเนินงานของผู้ถือหุ้น (Company Risk) อาจเกิดจากการบริหารกิจการไม่ได้ตามเป้าหมาย มีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารหรือนโยบายการทำธุรกิจ บริษัทประสบปัญหาทางการเงิน ขาดแคลนแรงงาน หรือมีการพึ่งพาอาศัยลูกค้ารายใหญ่บางรายมากเกินไป

ความเสี่ยงของอุตสาหกรรม (Industrial Risk) เป็นความเสี่ยงที่เกิดเฉพาะกลุ่มอุตสาหกรรม ซึ่งนักลงทุนสามารถลดความเสี่ยงนี้ได้โดยการซื้อหุ้นในหลายๆ กลุ่มอุตสาหกรรม แทนการซื้อหุ้นในอุตสาหกรรมเดียว

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ ณ สิ้นรอบปีบัญชี

4.1.1 ทรัพย์สินถาวรหลัก


บริษัทมีสินทรัพย์ถาวรที่ใช้ในการดำเนินงาน และไม่ได้ใช้ในการดำเนินงาน โดยมีรายละเอียดและมูลค่าบัญชีสุทธิ ณ วันที่ 30 กันยายน 2558 ดังต่อไปนี้

ลำดับ	ประเภททรัพย์สิน	ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1	<u>ที่ดินที่ตั้งโรงงาน</u> - 18 ไร่ 2 งาน 44 ตารางวา - 50 ไร่ 56 ตารางวา	ต.ราชาเทวะ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ	เจ้าของกรรมสิทธิ์	85	-
		นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร	เจ้าของกรรมสิทธิ์	142	-
		ต.พานทอง อ.พานทอง จ.ชลบุรี			
2	<u>ที่ดินเปล่า</u> - 3 งาน 78 ตารางวา	ต.ราชาเทวะ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ	เจ้าของกรรมสิทธิ์	4	-

ลำดับ	ประเภททรัพย์สิน	ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าบัญชี สุทธิ (ล้านบาท)	ภาระ ผูกพัน
3	อาคารและสิ่งปลูกสร้าง - บนที่ดิน เลขที่ 57 หมู่ที่ 6 ถ.กิ่งแก้ว - บนที่ดิน เลขที่ 700/737 หมู่ที่ 1	ต.ราชาเทวะ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ต.พานทอง อ.พานทอง จ.ชลบุรี	เจ้าของกรรมสิทธิ์ เจ้าของกรรมสิทธิ์	42 431	- -
4	เครื่องจักรและอุปกรณ์ - บนที่ดิน เลขที่ 700/737 หมู่ที่ 1 นิคมอุตสาหกรรม อมตะนคร	นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ต.พานทอง อ.พานทอง จ.ชลบุรี	เจ้าของกรรมสิทธิ์	448	-
5	เครื่องมือเครื่องใช้สำนักงาน - ใช้ในการดำเนินงาน	นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ต.พานทอง อ.พานทอง จ.ชลบุรี	เจ้าของกรรมสิทธิ์	39	-
รวม				1,191	

4.1.2 สรุปสัญญาสำคัญระหว่างบริษัทกับบริษัทอื่น


1) สัญญาการใช้สิทธิและรับความช่วยเหลือด้านเทคนิค (License and Technical Assistance Agreement)

บริษัทได้ทำสัญญาระหว่างกับไฮเล็กซ์ คอร์ปอเรชั่น เพื่อสิทธิในการผลิตสายควบคุมและส่วนประกอบของสายควบคุมทั้งรถยนต์และรถจักรยานยนต์ และสิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้า  และ “HI-LEX” สำหรับการผลิตและประกอบสายควบคุมรถยนต์และรถจักรยานยนต์ในประเทศไทย

สัญญาระหว่างกันดังกล่าวมีอายุ 7 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 15 กันยายน 2541 และสามารถต่อสัญญาได้คราวละ 1 ปี หากเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ นอกจากนี้สัญญาดังกล่าวกำหนดว่าในระหว่างอายุของสัญญา บริษัทจะต้องจ่ายเงินค่าธรรมเนียมให้กับไฮเล็กซ์ คอร์ปอเรชั่น ในจำนวนร้อยละ 2 ของรายได้สุทธิจากการขายสายควบคุมและส่วนประกอบของสายควบคุมทั้งรถยนต์และรถจักรยานยนต์ ทั้งนี้รายได้สุทธิดังกล่าวคิดจากยอดขายสายควบคุมและส่วนประกอบของสายควบคุมทั้งรถยนต์และรถจักรยานยนต์ หักด้วยค่าบรรจุหีบห่อ เบี้ยประกันภัย ค่าขนส่ง ค่าจัดเก็บผลิตภัณฑ์ ส่วนลดทางการค้า ภาษีขายที่บริษัทต้องจ่าย และมูลค่าวัตถุดิบและชิ้นส่วนทั้งหมดที่ซื้อจากไฮเล็กซ์ คอร์ปอเรชั่น

สัญญาระหว่างกันดังกล่าวหมดอายุไปเมื่อวันที่ 15 กันยายน 2555 และได้ต่ออายุสัญญาต่อไปอีกเป็นเวลา 5 ปี

2) สัญญาการใช้สิทธิและรับความช่วยเหลือด้านเทคนิค (License and Technical Assistance Agreement)

บริษัทได้ทำสัญญาระหว่างกับไฮเล็กซ์ คอร์ปอเรชั่น เพื่อสิทธิในการผลิตชุดควบคุมรางกระบอกหน้าต่างรถยนต์และส่วนประกอบของชุดควบคุมรางกระบอกหน้าต่างรถยนต์แบบใช้สายเคเบิลควบคุม และสิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้า  และ “HI-LEX” สำหรับการผลิต การใช้และการประกอบผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทในประเทศไทย

สัญญาดังกล่าวมีอายุ 10 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 4 มีนาคม 2540 และสามารถต่อสัญญาได้คราวละ 1 ปี หากเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ นอกจากนี้สัญญาดังกล่าวกำหนดว่าในระหว่างอายุของสัญญา บริษัทจะต้องจ่ายเงินค่าธรรมเนียมให้กับไฮเล็กซ์ คอร์ปอเรชั่น ในจำนวนร้อยละ 2 ของรายได้สุทธิที่ได้จากการขายชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์และส่วนประกอบของชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์แบบใช้สายเคเบิลควบคุม ทั้งนี้รายได้สุทธิดังกล่าวคิดจากยอดขายชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์และส่วนประกอบของชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์แบบใช้สายเคเบิลควบคุม หักด้วยค่าบรรจุหีบห่อ เบี้ยประกันภัย ค่าขนส่ง ค่าจัดเก็บผลิตภัณฑ์ ส่วนลดทางการค้า ภาษีขายที่บริษัทต้องจ่าย และมูลค่าวัตถุดิบและชิ้นส่วนทั้งหมดที่ซื้อจากไฮเล็กซ์ คอร์ปอเรชั่น

สัญญาดังกล่าวฉบับเดิมได้หมดอายุไปเมื่อวันที่ 4 มีนาคม 2555 และได้รับการต่ออายุออกไปอีก 5 ปี

3) บันทึกความเข้าใจ (Memorandum of Understanding) ในการเสนอราคาสายควบคุมและชิ้นส่วนประกอบสำหรับโครงการ T6

บริษัทได้ลงนามในบันทึกความเข้าใจเมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2550 ร่วมกับ ไฮเล็กซ์ บราซิล (HI-LEX Do Brazil Ltda.) จากประเทศบราซิล และเฟล็กซ์เทค (Flextech Manufacturing (Pty) Ltd.) จากประเทศอาร์เจนตินา

บันทึกดังกล่าวเป็นบันทึกแสดงเจตนาของทั้งสามฝ่ายในการร่วมเสนอตัวเป็นผู้ผลิตสายควบคุมและชิ้นส่วนประกอบรถกระบะภายใต้ชื่อโครงการ T6 ของฟอร์ด/ออดีอัลลายแอนซ์

4) สัญญาซื้อขายชิ้นส่วนที่ทำกับบริษัท อีซูซุมอเตอร์ (ปทท.) จำกัด, บริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ปทท.) จำกัด, บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ เอเซีย แปซิฟิก เอนจินเนียริง แอนด์ แมนูแฟคเจอร์ จำกัด และ บริษัท ไทยฮอนด้า แมนูแฟคเจอร์ จำกัด

เป็นสัญญาซื้อขายที่บริษัททำกับบริษัทผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์ต่างๆ ดังกล่าว เพื่อบริษัทจะจำหน่ายชิ้นส่วนสำหรับผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์แต่ละสัญชาติมีอายุ 1 ปี และสามารถต่อสัญญาได้คราวละ 1 ปี หากไม่มีฝ่ายใดแสดงเจตนาเลิกสัญญาโดยชัดแจ้ง สัญญาดังกล่าวระบุการรับรองและการรับประกันชิ้นส่วนที่บริษัทขายให้กับบริษัทต่างๆ ข้างต้น รวมถึงหน้าที่และความรับผิดชอบกรณีที่บุคคลที่สามได้รับบาดเจ็บหรือได้รับความเสียหายต่อทรัพย์สินอันมีสาเหตุมาจากความบกพร่องของผลิตภัณฑ์ของบริษัท

สัญญาดังกล่าวเป็นเพียงสัญญาที่กำหนดเงื่อนไขหลักต่างๆ ทั้งนี้ก่อนที่จะเริ่มต้นสั่งซื้อและผลิตชิ้นส่วนแต่ละรายการนั้น บริษัทผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์จะประกาศแผนการผลิตแต่ละรุ่นพร้อมทั้งรายละเอียดคุณสมบัติของชิ้นส่วนที่ต้องการ ซึ่งบริษัทจะต้องออกแบบ และ/หรือผลิตชิ้นงานต้นแบบเพื่อนำเสนอ หากชิ้นงานของบริษัทได้รับการคัดเลือก บริษัทจึงจะได้รับคำสั่งซื้อ ซึ่งการสั่งซื้อจะเกิดขึ้นเป็นรอบตามแผนการผลิตของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์แต่ละราย

4.1.3 เครื่องหมายการค้า

บริษัทมีเครื่องหมายการค้าที่เป็นของบริษัทที่ใช้ในการผลิตและจัดจำหน่ายสายควบคุมรถยนต์และรถจักรยานยนต์ และชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์ ณ วันที่ 30 กันยายน 2558 เพียงเครื่องหมายการค้าเดียว คือ



4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย บริษัทร่วม

ณ วันที่ 30 กันยายน 2558 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทที่เกี่ยวข้องคือบริษัท ไฮเล็กซ์ เวียดนาม จำกัด โดยถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 6.30 คิดเป็นมูลค่าเงินลงทุนตามราคาทุนรวม 25.70 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.92 ของสินทรัพย์รวมของบริษัท ทั้งนี้ นโยบายในการลงทุนในบริษัทย่อย บริษัทร่วม และบริษัทที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติมของบริษัทจะเน้นธุรกิจที่มีความเกี่ยวเนื่องกับผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท โดยจะพิจารณาถึงอัตราผลตอบแทนและผลประโยชน์อื่นที่บริษัทจะได้รับจากการลงทุนเป็นสำคัญ เพื่อเป็นการสนับสนุนและส่งเสริมธุรกิจของบริษัท

บริษัทมีเป้าหมายที่จะลงทุนรวมทั้งหมดในสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 15 ของสินทรัพย์รวมของบริษัท โดยการลงทุนจะต้องผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการของบริษัท และ/หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นตามขอบเขตอำนาจการอนุมัติ และในการกำกับดูแลงานของบริษัทย่อย บริษัทร่วม และบริษัทที่เกี่ยวข้องนั้น บริษัทในฐานะผู้ถือหุ้นจะแต่งตั้งผู้จัดการฝ่ายการบัญชีเป็นผู้แทนบริษัทไปร่วมในการประชุมในฐานะผู้ถือหุ้น และผู้แทนบริษัทมีหน้าที่ในการออกเสียงในที่ประชุมใหญ่ผู้ถือหุ้นตามที่คณะกรรมการบริษัทได้พิจารณาเห็นชอบแล้ว ทั้งนี้จะขึ้นอยู่กับลักษณะและอัตราส่วนการถือหุ้นของบริษัท

4.3 การประเมินทรัพย์สิน

- ไม่มี -

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

- ไม่มี -

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท	: บริษัท ไทยสตีลเคเบิล จำกัด (มหาชน) ("บริษัท" หรือ "TSC")
เลขทะเบียนบริษัท	: 0107548000145
ประเภทธุรกิจ	: ประกอบธุรกิจผลิตสายเคเบิลเคเบิลเคเบิลและระถจักรยานยนต์และผลิตชุดควบคุมรางกระจก หน้าต่างรถยนต์ โดยจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้ผลิตรถยนต์ และระถจักรยานยนต์หลักใน ประเทศ ศูนย์อะไหล่ ตลอดจนส่งออกไปยังผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และระถจักรยานยนต์ใน ต่างประเทศ
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ และโรงงาน	: นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร เลขที่ 700/737 หมู่ที่ 1 ตำบลพานทอง อำเภอพานทอง จังหวัดชลบุรี 20160
เว็บไซต์บริษัท	: www.thaisteelcable.com
โทรศัพท์	: (038) 447 200 – 15
โทรสาร	: (038) 185 025
ทุนจดทะเบียน	: 268,500,000 บาท
ทุนชำระแล้ว	: 259,800,000 บาท
ชนิดของหุ้น	: หุ้นสามัญ

6.2 ข้อมูลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป

บริษัทมิได้ถือหุ้นใดๆ ในบริษัทอื่นหรือธุรกิจอื่น

6.3 ข้อมูลของบุคคลอ้างอิงอื่นๆ

นายทะเบียน

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

เลขที่ 62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก

แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110

โทรศัพท์ : (02) 229 2800

โทรสาร : (02) 359 1259

ผู้สอบบัญชี

บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด

เลขที่ 193/136-137 อาคารเลครัชดา ชั้น 33 ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย

กรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์ : (02) 264 9090

โทรสาร : (02) 264 0789

นางพูนนารถ

เผ่าเจริญ

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 5238

นายกฤษดา

เลิศวนา

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 4958

นางสาววิสสุตา

จริยธนากร

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 3853

ที่ปรึกษาทางกฎหมาย

-ไม่มี-

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

-ไม่มี-