

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัท

ในปีที่ผ่านมาเป็นปีแห่งการเปลี่ยนแปลงของโลกทั้งจากปัจจัยทางการเมืองและเศรษฐกิจ ทำให้อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยค่อนข้างทรงตัวเมื่อเทียบกับปีก่อน อย่างไรก็ตาม บริษัทยังมีส่วนแบ่งการตลาดสำหรับสายควบคุมสูงเป็นอันดับหนึ่งของภูมิภาคอาเซียน โดยมีลูกค้าเป็นกลุ่มบริษัทผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์ชั้นนำ รวมทั้งบริษัทยังคงได้รับความไว้วางใจจากบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ ให้เป็นผู้ผลิตและออกแบบสายควบคุมในรถยนต์รุ่นใหม่ ๆ ที่จะเกิดขึ้นทั้งในไทยและต่างประเทศ โดยในปี 2560 บริษัทได้รับการรับรองระบบ VDA (Verband der Deutschen Automobilindustrie E.V.) ซึ่งเป็นมาตรฐานรับรองคุณภาพของผู้ผลิตรถยนต์ในยุโรปเป็นที่เรียบร้อยแล้ว และจากความท้าทายในอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา บริษัทตระหนักถึงความจำเป็นในการขยายขีดความสามารถ พัฒนาระบบการดำเนินงานบนพื้นฐานของอุตสาหกรรม 4.0 รองรับการเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจทั้งภายในและภายนอกได้อย่างเท่าทัน ควบคู่กับการทำงานวิจัยและพัฒนา คิดค้นเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อช่วยลดต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ โดยยังคงรักษาคุณภาพเช่นเดิม บริษัทสร้างกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด พร้อมกับจัดการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ทั้งภายในและระหว่างองค์กร และคู่ค้าทางธุรกิจ เพื่อพัฒนาไปสู่ความสำเร็จร่วมกันอย่างต่อเนื่อง

1.1 วิสัยทัศน์และภารกิจ

วิสัยทัศน์

- เป็นผู้ผลิตสายควบคุมยานยนต์ระดับโลก

ภารกิจ

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

ทางคณะกรรมการบริษัทได้พิจารณาทบทวนและอนุมัติวิสัยทัศน์และภารกิจของบริษัทอย่างน้อยทุก ๆ 5 ปี และตั้งแต่ปี 2559 เป็นต้นไป คณะกรรมการบริษัทจะพิจารณาทบทวนและอนุมัติทุกรอบปีบัญชีของบริษัท

สำหรับปี 2560 มติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 1/2560 ประชุมเมื่อวันที่ 18 ตุลาคม 2559 เห็นควรให้ใช้งานฉบับเดิมต่อไปเนื่องจากยังคงเหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ประวัติความเป็นมาของธุรกิจ

บริษัทเดิมมีชื่อว่า บริษัท ไทยสตีลเคเบิล (ที เอส เค) จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2521 โดยผู้ก่อตั้งหลัก 2 ท่าน คือนายสรเสรีญ จุฬางกูร และนายชูทอง พัฒนะเมธียง บริษัทมีทุนจดทะเบียนเริ่มแรกจำนวน 4 ล้านบาท

ต่อมาได้ร่วมทุนกับไฮเล็กซ์ คอร์ปอเรชั่น ซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตสายควบคุมรถยนต์และรถจักรยานยนต์รายใหญ่ที่สุดรายหนึ่งของโลก

ในปี 2548 บริษัทได้จดทะเบียนเป็นบริษัทมหาชนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ไทยสตีลเคเบิล จำกัด (มหาชน) แต่สัดส่วนผู้ถือหุ้นยังคงเดิม

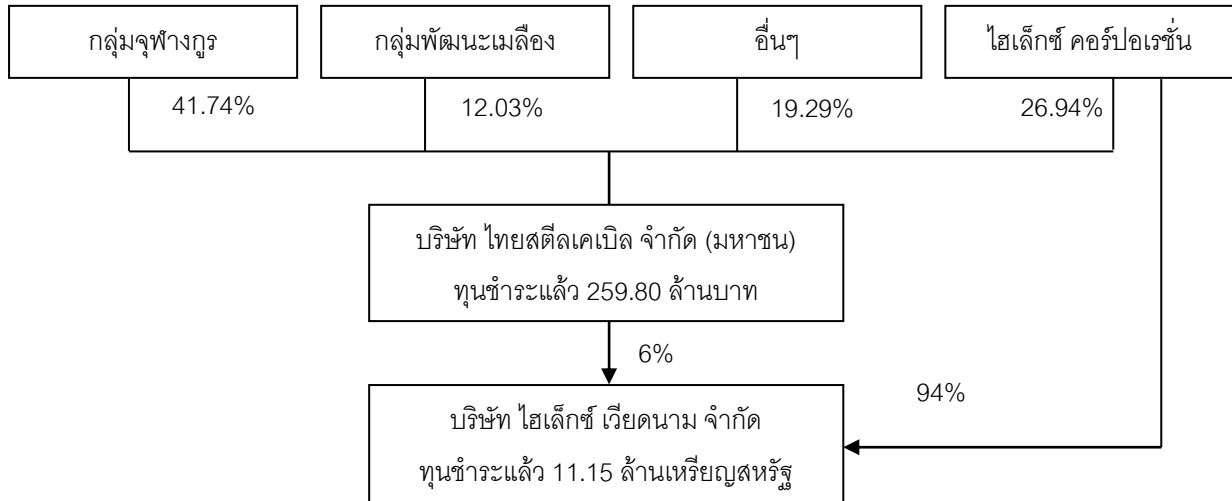
การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา

ปี	กิจกรรม
2558	<ul style="list-style-type: none"> - ได้รับรางวัล “GM Supplier Quality Excellence Award 2014” จากบริษัท เจนเนอรัล มอเตอร์ส (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นรางวัลสำหรับผู้ส่งมอบชิ้นส่วนที่มีผลงานคุณภาพยอดเยี่ยมประจำปี 2557 - ได้รับรางวัล Top Supplier Award ซึ่งเป็นรางวัลสำหรับผู้ผลิตที่มีกิจกรรมลดต้นทุนทางด้านวิศวกรรม (VA/VE) ดีเด่นประจำปี 2557 จากบริษัท ออโต้คัลลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด - ได้รับรางวัลชนะเลิศ TCC-HRD ระดับ Graduate ประจำปี 2557 จากบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ เอเชีย แปซิฟิค เอ็นจิเนียริง แอนด์ แมนูแฟคเจอร์ จำกัด ซึ่งเป็นรางวัลที่มอบให้กับบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนที่มีผลงานดีเด่นในการพัฒนาความรู้และทักษะการทำงาน รวมทั้งพัฒนาความเป็นผู้นำของระดับหัวหน้างานส่วนงานผลิต - ได้รับรางวัลการจัดการโลจิสติกส์ดีเด่นประจำปี 2557 จากกระทรวงอุตสาหกรรม โดยกรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่ ซึ่งเป็นรางวัลที่มอบให้กับบริษัทที่สามารถจัดการโลจิสติกส์ภายในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ - ได้รับใบรับรองการประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรมและผ่านการตรวจประเมินระดับ A ของกิจกรรมด้านความปลอดภัยของบริษัทในเครือผู้ผลิตชิ้นส่วนของบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ เอเชียแปซิฟิค เอ็นจิเนียริง แอนด์ แมนูแฟคเจอร์ จำกัด ซึ่งบริษัทได้รับการประเมินอยู่ในระดับ A และได้รับเลือกให้เป็นผู้นำเสนอผลงานในการประชุม “The 9th TCC-Safety Activity 2014 Final Conference” - ได้รับรางวัลสถานประกอบกิจการดีเด่นด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน (ระดับประเทศ) ประจำปี 2558 จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน - ได้รับใบประกาศเกียรติคุณสถานประกอบกิจการปลอดภัยเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระรัตนราชสุตาฯ สยามบรมราชกุมารี จากสำนักงานสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานจังหวัดชลบุรี กระทรวงแรงงาน

ปี	กิจกรรม
2559	<ul style="list-style-type: none"> - ได้รับใบรับรอง “อุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 3 ระบบสีเขียว (Green System)” จาก กระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นการรับรองว่า องค์การมีการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ มีการติดตามประเมินผลและมีการทบทวนเพื่อพัฒนาอย่างต่อเนื่อง - ได้รับรางวัล “J.I.T. Service Parts Supplier Performance Award” ครั้งที่ 22 จาก บริษัท โตโยต้า พาร์ทเซ็นเตอร์ เอเชีย แปซิฟิก เป็นรางวัลทางการประกันคุณภาพยอดเยี่ยม - ได้รับโล่ประกาศเกียรติคุณ ในการได้รับคัดเลือกให้เป็น “หน่วยงานต้นแบบในการจัดฝึกอบรมพัฒนาศักยภาพภาคปฏิบัติ เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงานระบบอัดอากาศ” จาก กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน ร่วมกับสถานจัดการและอนุรักษ์พลังงาน มหาวิทยาลัยขอนแก่น - ได้รับประกาศนียบัตรรับรอง “การเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต” จาก คณะกรรมการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต - ได้รับรางวัล “สถานประกอบกิจการต้นแบบดีเด่นด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน ปี 2559 (ระดับประเทศ) ประเภทรางวัลต่อเนื่องกัน 1-4 ปี ระดับทอง” จาก กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน โดยได้รับรางวัลดังกล่าวต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 - ได้รับรางวัล “GM Supplier Quality Award 2015” จากบริษัท เจนเนอรัล มอเตอร์ส มอเตอร์ส (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นรางวัลผู้ส่งมอบชิ้นส่วนที่มีผลงานคุณภาพยอดเยี่ยมประจำปี 2558
2560	<ul style="list-style-type: none"> - ได้รับรางวัลการเข้าร่วมเป็นผู้ช่วยที่ปรึกษาในการดำเนินกิจกรรมด้านความปลอดภัยของชมรมความร่วมมือโตโยต้า ประจำปี 2016 ในการประชุม The 11st TCC Safety Activity 2016 Final Conference โดยได้รับความไว้วางใจจาก ชมรมความร่วมมือโตโยต้า ให้เป็นผู้ช่วยที่ปรึกษาเพื่อให้คำแนะนำและตรวจประเมินให้บริษัทในกลุ่ม Supplier ปฏิบัติตามมาตรฐานสากลและข้อกำหนดลูกค้าอย่างเคร่งครัด เพื่อเป็นการปรับปรุงแก้ไขพื้นที่ปฏิบัติงานให้เกิดความปลอดภัยสูงสุดกับพนักงาน - ได้รับรางวัลในหัวข้อ การจัดส่งดีเยี่ยมสำหรับกลุ่ม Spare Part จากบริษัท อีซูซุมอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด - ได้รับรางวัลในหัวข้อ คุณภาพดีเยี่ยม จากบริษัท มิตรบุษิ มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด - ได้รับการรับรองอุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 4 (วัฒนธรรมสีเขียว) จากกระทรวงอุตสาหกรรม โดยวัฒนธรรมสีเขียว (Green Culture) คือการที่ทุกคนในองค์กรให้ความร่วมมือร่วมใจทำงานอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในทุกด้านของการประกอบกิจการ จนกลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร - ได้รับรางวัลคุณภาพดีเยี่ยม ประจำปี 2016 จากบริษัท นิสสัน มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท ไทยสตีลเคเบิล จำกัด (มหาชน) ณ วันที่ 30 กันยายน 2560



1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นรายใหญ่

บริษัทมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ทั้งหมด 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ถือหุ้น กลุ่ม Hi-Lex Corporation และกลุ่มผู้พัฒนา (รายละเอียดเพิ่มเติมใน : ข้อมูลหลักทรัพย์และผู้ถือหุ้น) โดย ณ วันที่ 30 กันยายน 2560 ทั้งสามกลุ่มมีการถือหุ้นในบริษัทรวมเป็นจำนวน 209,678,300 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80.71 ของทุนจดทะเบียนและชำระแล้วของบริษัท

บริษัทมีการซื้อวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบบางประเภทจากไฮเล็กซ์ คอร์ปอเรชั่น ในกรณีที่ไม่สามารถจัดหาจากแหล่งจำหน่ายภายในประเทศไทยได้ หรือมีปริมาณการใช้น้อยจึงไม่คุ้มที่จะผลิตเอง โดยในปี 2560 มียอดการสั่งซื้ออยู่ที่ 279.49 ล้านบาทต่อปี หรือคิดเป็น 19.87% ของยอดการสั่งซื้อทั้งหมด

และบริษัทมีการทำการซื้อขายกับบริษัทซึ่งมีความสัมพันธ์กันจำนวน 17 บริษัท โดยบริษัทต่างๆ ดังกล่าวมีกลุ่มผู้ถือหุ้น และกลุ่มผู้พัฒนาเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ โดยในปี 2560 มียอดการสั่งซื้ออยู่ที่ 448.53 ล้านบาทต่อปี หรือคิดเป็น 31.89% ของยอดการสั่งซื้อทั้งหมด

อย่างไรก็ดี รายการซื้อขายทั้งหมดเป็นการซื้อขายตามธุรกิจปกติ มีหลักฐานการเปรียบเทียบราคา ราคาขายเป็นราคาตลาดที่เป็นธรรม มีเงื่อนไขทางการค้าและวิธีการชำระเงินตามปกติเช่นเดียวกับการซื้อขายกับผู้ผลิตอื่นๆ และไม่มีข้อสัญญาบังคับว่าจะต้องซื้อขายกับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นรายใหญ่เท่านั้น

1.5 เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

บริษัทมีเป้าหมายหลักที่จะเป็นผู้ผลิตสายเคเบิลรถยนต์และรถจักรยานยนต์ และชุดควบคุมรางกระบอกน้ำต่างรถยนต์ในระดับโลก ซึ่งบริษัทตระหนักว่าปัจจัยสำคัญที่จะทำให้บริษัทสามารถบรรลุเป้าหมายดังกล่าวได้ บริษัทจะต้องดำเนินการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ควบคุมต้นทุนการผลิต เพิ่มประสิทธิภาพการจัดส่งผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการเพิ่มความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ในต่างประเทศให้มากยิ่งขึ้น

ในการรักษาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพตรงตามความต้องการของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์นั้น บริษัทได้ปรับปรุงระบบการผลิตให้ทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อจะผลิตสินค้าที่มีมาตรฐานสูงขึ้นและสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า มีการพัฒนาสายการผลิตไปสู่ระบบอัตโนมัติ ซึ่งช่วยลดความผิดพลาดและลดจำนวนแรงงานคนในกระบวนการผลิต รวมถึงระบบงานอื่นๆ เช่น ระบบคลังสินค้า ระบบการขนส่งก็มีการพัฒนาอยู่อย่างต่อเนื่อง

อีกปัจจัยที่สำคัญสำหรับผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์คือ การวิจัยพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ บริษัทได้ร่วมออกแบบและแก้ปัญหาลิตรภัณฑ์ร่วมกับผู้ผลิตรถยนต์ทั้งในและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง และบริษัทได้ทำการวิจัยร่วมกับสถาบันการศึกษาชั้นนำของประเทศไทยอย่างต่อเนื่องในการพัฒนาคุณภาพเชิงวิศวกรรม ซึ่งเป็นการสานต่อวิสัยทัศน์ “เป็นผู้ผลิตสายควบคุมยานยนต์ระดับโลก” ด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี พร้อมตระหนักถึงความยั่งยืนของทุกภาคส่วนตลอดไป

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้แยกตามผลิตภัณฑ์

บริษัทมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยสามารถสรุปโครงสร้างรายได้ของบริษัทแยกตามผลิตภัณฑ์ในช่วงปี 2558 – 2560 ได้ดังตารางต่อไปนี้

สายผลิตภัณฑ์	2558		2559		2560	
	รายได้ (ล้านบาท)	รายได้ (ล้านบาท)	รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	รายได้ (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
รายได้จากการขายในประเทศ	2,675	93	2,542	92	2,771	94
- สายควบคุมรถยนต์	1,859	65	1,853	67	2,018	69
- สายควบคุมรถจักรยานยนต์	356	12	326	12	364	12
- ชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์	460	16	363	13	389	13
- อื่นๆ	-	-	-	-	-	-
รายได้จากการขายต่างประเทศ	153	5	182	7	135	5
- สายควบคุมรถยนต์	9	-	14	1	8	0
- สายควบคุมรถจักรยานยนต์	1	-	-	-	-	-
- ชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์	1	-	-	-	-	-
- อื่นๆ	142	5	168	6	127	4
รายได้อื่น						
- อื่นๆ	37	1	33	1	33	1
รวมรายได้	2,865	100	2,757	100	2,939	100

ผลิตภัณฑ์ของบริษัท

ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทคือ

- 1) สายควบคุม (Control Cable) ประกอบด้วย
 - สายควบคุมระบบต่างๆ ภายในรถยนต์ (Automobile Control Cable) อาทิเช่น สายเปิดฝากระโปรงหน้า - หลังสายสตาร์ทเครื่องยนต์ สายคันเร่ง สายเกียร์ เป็นต้น
 - สายควบคุมระบบต่างๆ ของรถจักรยานยนต์ (Motorcycle Control Cable) อาทิเช่น สายเบรค สายคลัช สายวัดรอบ สายเร่งความเร็ว เป็นต้น
- 2) ชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์ (Window Regulator) ได้แก่ ชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์ แบบใช้สายควบคุมสำหรับรถยนต์ทุกประเภท

การผลิตสายควบคุมและชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์แบบใช้สายควบคุมต่างๆ 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
ส่วนการผลิตชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์	1,404
พื้นที่จัดเก็บและจัดส่งสินค้า	8,640
พื้นที่ใช้สอยรวม	12,001
รวม	28,800

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

พื้นที่ใช้ในการผลิต จัดเก็บและจัดส่งสินค้า (ใหม่)	พื้นที่ (ตารางเมตร)
ส่วนการผลิตสายควบคุม	
- สายควบคุมรถยนต์	7,503
- สายควบคุมรถจักรยานยนต์	2,236
ส่วนการผลิตชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์	1,299
ส่วนการจัดเตรียมชิ้นส่วนการผลิต	8,525
พื้นที่จัดเก็บและจัดส่งสินค้า	10,881
พื้นที่ใช้สอยร่วม	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 อาทิเช่น ระบบเบรก ระบบสตาร์ทเครื่องยนต์ ระบบเกียร์ และระบบคลัช เป็นต้น บริษัทมียอดขายสายควบคุมในปี 2560 คิดเป็นสัดส่วนประมาณ ร้อยละ 70 ของยอดขายรวม โดยเป็นการขายในประเทศ ร้อยละ 99.60 และเป็นการขายต่างประเทศร้อยละ 0.40 ของยอดขายรวมของสายควบคุม ทั้งนี้ รายละเอียดของผลิตภัณฑ์สายควบคุมของบริษัทมีดังนี้

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 บริษัทสามารถผลิตสายควบคุมที่ใช้ในรถยนต์ได้ ทุกๆ ประเภท

[illegible]

ในช่วงระยะเวลา 3 ปี ที่ผ่านมา บริษัทมียอดการจำหน่ายสายควบคุมรถยนต์ ดังนี้

	2558	2559	2560
ในประเทศ	1,859	1,853	2,018
ต่างประเทศ	9	14	8
รวม	1,866	1,867	2,026
อัตราการเติบโต (ร้อยละ)	(7)	0	9

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

ในช่วงระยะเวลา 3 ปี ที่ผ่านมา บริษัทมียอดการจำหน่ายสายควบคุมรถจักรยายนต์ ดังนี้

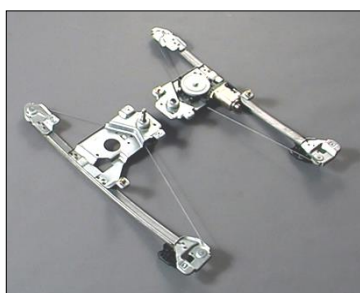
หน่วย : ล้านบาท

	2558	2559	2560
ในประเทศ	356	326	364
ต่างประเทศ	1	0	0
รวม	357	326	364
อัตราการเติบโต (ร้อยละ)	(13)	(9)	12

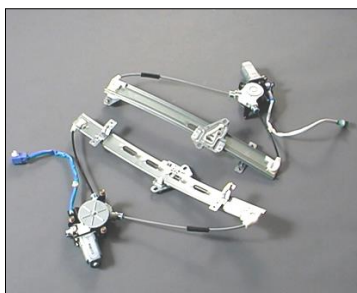
2. ชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์ (Window Regulator)

ชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์เป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการเปิด - ปิดกระจกหน้าต่างรถยนต์ โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่บริษัทให้ความสำคัญในการทำตลาด เนื่องจากสามารถใช้ได้กับรถทุกชนิด และทุกขนาด บริษัทมียอดขายชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์ในปี 2560 คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 13 ของยอดขายรวม โดยเป็นการขายในประเทศเกือบทั้งหมด

แผนภาพแสดงชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์แบบใช้สายควบคุม



Cable and Drum Types



Arm and Sector Types



X-arm Types

ในช่วงระยะเวลา 3 ปี ที่ผ่านมา บริษัทมียอดการจำหน่ายสายควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์ ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

	2558	2559	2560
ในประเทศ	460	363	389
ต่างประเทศ	1	0	0
รวม	461	363	389
อัตราการเติบโต (ร้อยละ)	112	(21)	7

สายควบคุมรถยนต์และรถจักรยานยนต์

การออกแบบรถยนต์ในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงและพัฒนาไปสู่ระบบไฟฟ้ากันอย่างแพร่หลาย สายควบคุมก็เป็นหนึ่งในอุปกรณ์ชิ้นส่วนที่ได้รับการพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน โดยในอดีต สายควบคุมจะเป็นระบบจักรกล (Mechanic) แต่ปัจจุบันรถยนต์รุ่นใหม่ ๆ จะถูกออกแบบโดยใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic) ซึ่งมีข้อดีกว่าระบบเดิมหลายประการ เช่น ลดขั้นตอนการประกอบสายควบคุม ระบบการควบคุมมีความแม่นยำมากขึ้น แต่ในทางกลับกันก็มีข้อเสียที่ตามมา เช่น ต้องเพิ่มการติดตั้งสายไฟและสายสัญญาณจำนวนมาก

และแม้ว่าในแง่การพัฒนาและภาพลักษณ์ของรถยนต์จะดูทันสมัยและซับซ้อนยิ่งขึ้น แต่ต้นทุนราคาและปัญหาทางด้านเทคนิคก็ยังเป็นปัจจัยที่ทำให้การเลือกใช้สายควบคุมแบบเดิมยังเป็นทางเลือกที่ผู้ผลิตส่วนใหญ่คงนิยมอยู่

2.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

ก) นโยบายการตลาด

- เพิ่มส่วนแบ่งการตลาดทั้งในและต่างประเทศ
- เพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านราคา เพื่อรักษาสภาพกำไรตามเป้าหมายของบริษัท
- รักษาความพึงพอใจลูกค้าให้อยู่ในระดับสูงสุดทั้งในด้านราคา การบริการ คุณภาพและจัดส่ง

2.2.1 กลยุทธ์ทางการตลาด

บริษัทได้ดำเนินธุรกิจการผลิตและจำหน่ายสายควบคุมรถยนต์มาเป็นเวลากว่า 39 ปี และชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์มาเป็นเวลากว่า 21 ปี มีผลงานและคุณภาพเป็นที่ยอมรับและไว้วางใจของลูกค้ามาอย่างต่อเนื่อง โดยในการดำเนินงานที่ผ่านมาบริษัทมีกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญ ดังนี้

1) มุ่งเน้นกลยุทธ์การตลาดเชิงรุก

บริษัทยังคงให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์หลัก ในส่วนของชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์และรางกระจกหลังรถกระบะ โดยพยายามเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด และสร้างความแข็งแกร่งให้กับฐานการตลาดที่มีอยู่ โดยจากการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์พบว่า ผู้ผลิตรถยนต์ชั้นนำหลายรายเริ่มใช้ระบบสายเคเบิลสำหรับชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์ในรุ่นใหม่ๆ มากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และปรับปรุงคุณภาพให้ดียิ่งขึ้น โดยในปีที่ผ่านมา บริษัทประสบความสำเร็จในการขยายส่วนแบ่งตลาดจากหลายโครงการ

อย่างไรก็ตาม แนวโน้มเทคโนโลยียานยนต์ ซึ่งจะเปลี่ยนมาใช้ระบบไฟฟ้าในการควบคุมการทำงานในรถยนต์มากขึ้น จะส่งผลให้ ตลาดกลุ่มผลิตภัณฑ์สายเคเบิลมีน้อยลงและอาจหมดไปในระยะยาว อาทิ สายเบรก สายเกียร์ สายเปิดฝาดังน้ำมัน และอื่นๆ ซึ่งรถยนต์บางค่ายได้เริ่มปรับเปลี่ยนดีไซน์ไปแล้วในรุ่นปัจจุบัน และรุ่นใหม่ๆ ที่กำลังจะเปิดตัวในอนาคต เพื่อตอบสนองต่อเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป ในปี 2560 ที่ผ่านมานี้ บริษัทจึงจัดตั้งทีมวิศวกรเพื่อทำการศึกษาวิจัยผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างจริงจัง ทั้งในส่วนของกลุ่มวิศวกรออกแบบภายใน และ ร่วมกับสถาบันผู้ชำนาญการในด้านต่างๆ เพื่อขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์ ที่ควบคุมด้วยระบบไฟฟ้า และ รวมถึง System Product อาทิ ชุดเปิดประตูข้างไฟฟ้า (Power Slide Door) และ ชุดประตูหลังไฟฟ้า (Power Lift Gate) รวมถึง รางยกกระจกหน้าต่างรถยนต์ที่ประกอบสำเร็จกับชุดประตู (Integrated Window Regulator or Door Module)

โดยในปี 2561 นี้ ทางบริษัทได้กำหนดนโยบายทางการตลาดในการขยายฐานลูกค้าในกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อต่อยอดทางธุรกิจกับกลุ่มลูกค้าหลักอันได้แก่ ผู้ผลิตรถยนต์ในประเทศ ทั้งนี้ ทางบริษัทมุ่งเน้นที่จะนำเอาความชำนาญด้านวิศวกรในการออกแบบผลิตภัณฑ์ เข้ามาใช้ในการนำเสนอและมีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มต้นพัฒนารถรุ่นใหม่ไปพร้อมกับลูกค้า สำหรับรถรุ่นใหม่ ที่กำลังจะเปิดตัวในอีก 3-4 ปีข้างหน้า

รวมถึงการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นโปรเจกต์ localize เพื่อเป็นแนวทางลดต้นทุนให้กับลูกค้าของบริษัทอีกด้วยจากการใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตในประเทศเป็นหลัก โดยปัจจุบันมีลูกค้าหลายราย เริ่มก่อตั้ง R&D center ที่มีบทบาทมากขึ้นในประเทศไทยและด้วยความสัมพันธ์อันดี จึงทำให้บริษัทมีโอกาสที่จะผลักดันนโยบายนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

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 โดยบริษัทมีนโยบายสนับสนุนการลงทุนในโครงการต่างๆที่จะเป็นการยกระดับมาตรฐานการบริการโดยเฉพาะ เพื่อลดข้อผิดพลาดด้านการจัดส่งและ เพิ่มการจัดส่งตรงเวลา อาทิ การเพิ่มจุดตรวจสอบด้านคุณภาพก่อนส่งงาน เพื่อป้องกันปัญหาหลุดรอดไปที่ลูกค้า รวมถึงการนำเอา WMS (Warehouse Management System) และระบบ Barcode ซึ่งได้เริ่มใช้มาตั้งแต่ปี 2557

5) มีพันธมิตรทางธุรกิจที่เป็นที่ยอมรับ

การที่บริษัทมีพันธมิตรทางธุรกิจที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์ อาทิ เช่น ไฮเล็กซ์ คอโรปอเรชั่น การทำสัญญาการใช้สิทธิและรับความช่วยเหลือทางด้านเทคนิค และยังมีผู้ผลิตชิ้นส่วนประกอบรายย่อยทั้งในและต่างประเทศที่ให้การสนับสนุน ทำให้สามารถผลิตชิ้นส่วนที่มีคุณภาพสูงเป็นที่ยอมรับในระดับสากล และเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้บริษัทได้รับการยอมรับในด้านมาตรฐานและคุณภาพของผลิตภัณฑ์จากลูกค้าตลอดมา

6) กลยุทธ์ด้านการกำหนดราคา

ในสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงทั้งในประเทศและต่างประเทศนั้น ทำให้บริษัทต้องทำการควบคุมต้นทุนการผลิตให้ลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยการใช้ระบบการผลิตที่มีประสิทธิภาพและเป็นไปตามมาตรฐาน

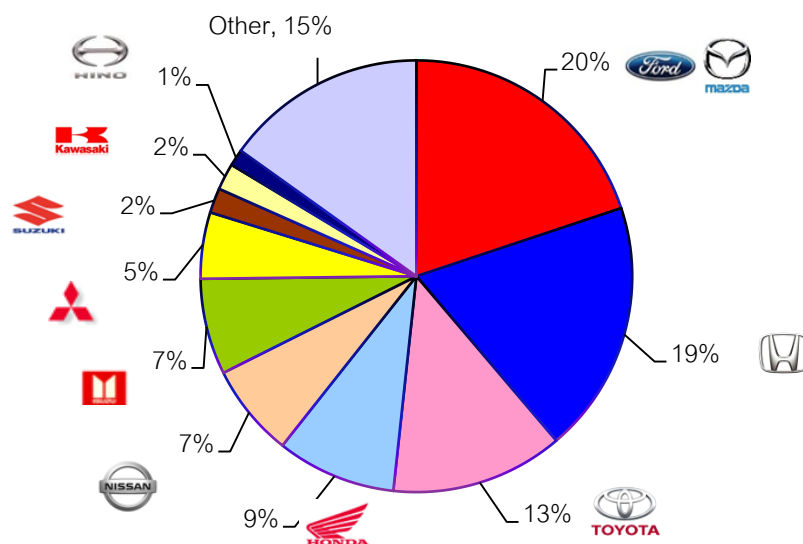
ทั้งนี้ บริษัทกำหนดให้มีการลดต้นทุนทั้งจากกิจกรรมภายใน โดยการจัดกิจกรรม Kaizen กับทุกส่วนงานอย่างต่อเนื่องทุกปี และการลดต้นทุนจากการพัฒนาผู้ผลิตชิ้นส่วนให้มีความสามารถที่จะดำเนินการด้วยต้นทุนต่ำ เพื่อให้ได้ราคาที่เหมาะสมและสามารถแข่งขันได้ จะช่วยให้บริษัทสามารถกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้าและสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้

7) กลยุทธ์การพัฒนาชิ้นส่วนภายในประเทศ (Local Parts)

บริษัทมีแผนที่จะพัฒนาผู้ผลิตชิ้นส่วนในประเทศให้มากขึ้น เพื่อที่จะลดการสั่งซื้อวัตถุดิบนำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งจะทำให้ต้นทุนต่ำลง และบริษัทมีความยืดหยุ่นในการใช้กลยุทธ์ด้านราคาในการแข่งขัน และการวางแผนผลิตชิ้นส่วนรุ่นใหม่ ๆ ในระยะยาว รวมทั้งจะช่วยลดความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนด้วย อีกประการหนึ่งการได้ศึกษาข้อมูลของคู่แข่งและทำการวิเคราะห์การเปรียบเทียบราคา จะช่วยเพิ่มการพัฒนาและปรับปรุงความสามารถในการแข่งขันได้

2.2.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ในปี 2560 บริษัทมียอดขายรวมทั้งสิ้นจำนวน 2,905 ล้านบาท โดยเมื่อแบ่งสัดส่วนยอดขายแยกตามยี่ห้อของลูกค้า (รวมยอดขายให้แก่ศูนย์อะไหล่ของผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์แต่ละราย) จะสามารถแบ่งได้ตามแผนภูมิวงกลมดังนี้



กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัท สามารถแบ่งได้ดังนี้

1. ผู้ผลิต

กลุ่มลูกค้าผู้ผลิตรถยนต์












สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (ส.อ.ท.) ปรับประมาณการการผลิตรถยนต์ปี 2560 ใหม่อยู่ที่ 1.93 ล้านคัน จากเดิมคาดไว้ที่ 2 ล้านคัน เนื่องจากคาดว่าจะการผลิตเพื่อส่งออกปีนี้จะลดลงอยู่ที่ 1.1 ล้านคัน จากเดิมคาดไว้ที่ 1.2 ล้านคัน และลดลงจากปีก่อนที่ผลิตได้ 1.16 ล้านคัน ทั้งนี้ การพิจารณาปรับประมาณการผลิตรวมที่ลดลงเป็นไปตามภาวะการส่งออกรถยนต์สำเร็จรูปชะลอตัว เห็นได้จากการส่งออกรถยนต์สำเร็จรูป 7 เดือนที่ผ่านมา (ม.ค.-ก.ค.2560) ลดลงจากช่วงเดียวกันปีก่อน 9.73% มาอยู่ที่ 626,421 คัน ซึ่งเป็นการลดลงต่อเนื่องเกือบทุกตลาด ยกเว้นตลาดออสเตรเลีย ตลาดแอฟริกา และตลาดอเมริกาเหนือ

ขณะที่ แนวโน้มเศรษฐกิจไทยปรับตัวดีขึ้น นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มขึ้น ราคาสินค้าเกษตรปรับตัวดีขึ้น รวมทั้งการส่งออกที่ขยายตัวต่อเนื่อง ทางส.อ.ท.จึงมั่นใจว่ายอดผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศปี 2560 จะสามารถผลิตได้ 830,000 คัน จากก่อนหน้านี้ปรับลดประมาณการลงไปที่ประมาณ 800,000 คัน

แม้ว่าประมาณการการผลิตรถยนต์ภาพรวมในปี 2560 มีแนวโน้มที่จะลดลงจากปีที่แล้ว เนื่องจากยอดส่งออกที่ลดลง แต่ด้วยภาวะเศรษฐกิจในประเทศที่ส่อเค้าไปในทางที่ดีขึ้น ทางบริษัทยังคงตั้งเป้าที่จะเพิ่มยอดขายอย่างต่อเนื่อง โดยยังมุ่งเน้นที่จะขยายตลาดสำหรับธุรกิจผลิตสายควบคุมรถยนต์ ชุดควบคุมวงกระจกหน้าต่างรถยนต์ และต่อ ยอดธุรกิจเพิ่มจากผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ทางบริษัทกำลังพัฒนา เช่น ชุดเปิดประตูข้างไฟฟ้า (Power Slide Door) และ ชุดเปิดประตูหลังไฟฟ้า (Power Lift Gate) โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายยังคงเป็นบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ชั้นนำต่างๆ ได้แก่ บริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด, บริษัท นิสสันมอเตอร์ ไทยแลนด์ จำกัด, บริษัท อีซูซุ มอเตอร์ ไทยแลนด์ จำกัด และ บริษัทฟอร์ด ไทยแลนด์ มอเตอร์ จำกัด เป็นต้น ซึ่งลูกค้าดังกล่าวเป็นลูกค้าของบริษัทมาเป็นเวลานาน และมีนโยบายในการใช้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตทั้งสำหรับรถยนต์นั่งในกลุ่มอีโคคาร์ รถยนต์นั่งเอนกประสงค์ และรถเพื่อการพาณิชย์ โดยในปีนี้มีแผนที่จะเปิดตัวรุ่นใหม่ๆ อีกหลายรุ่น เพื่อเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทุกกลุ่ม ทำให้มีโอกาสนในการขยายสัดส่วนการขายเพิ่มขึ้น

นอกจากนั้น โอกาสขยายตลาดจากกลุ่มผู้ผลิตจากค่ายยุโรปยังคงมีอย่างต่อเนื่อง เนื่องจาก หลายค่าย อาทิ ฟอร์ดสวาทอน และ บีเอ็มดับเบิลยู ได้กำหนดนโยบายที่จะเพิ่มสัดส่วนในการจัดหาชิ้นส่วนจากภูมิภาคเอเชียและจากประเทศไทย ซึ่งได้รับการยอมรับว่ามีศักยภาพในการผลิตและส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์สูงในภูมิภาคนี้ โดยบริษัท ฟอร์ดสวาทอนได้มีการโยกย้ายสำนักงานทีมงานจัดซื้อสำหรับภูมิภาคอาเซียนจากประเทศมาเลเซียมาที่ประเทศไทยเพื่อให้มีการผลักดันอย่างจริงจัง จึงทำให้บริษัทมีโอกาสในการขยายตลาดทั้งในประเทศและส่งออกไปยังต่างประเทศมากขึ้นด้วย

ผู้ผลิตรถยนต์ที่เป็นลูกค้าของบริษัท ในช่วงระยะเวลา 5 ปี (ตั้งแต่ปี 2556 – 2560) มีดังนี้

บริษัทผู้ผลิตรถยนต์	รุ่นรถยนต์
	- Vios, Corolla, Altis, Camry, Hilux Revo, Yaris, Fortuner
	- City, Jazz, Civic, Accord, CR-V, Brio, Amaze - Jazz Hybrid, Mobilio, HR-V, BR-V
	- Space Wagon, Lancer Cedia, G-Wagon, Triton, Fuso, Pajaro sport, Lancer EX, Mirage, Atttrage
	- D-Max, MU-X, Truck N*Series (VL01) & F*Series (VD00)
	- Teana, Navara, March, Almera, Sylphy, Pulsa, Note, Kick, X-Trail
	- BT-50, Mazda 2, Mazda 3, Mazda CX3
	- Ford Fiesta, Ford Focus, Ranger, Everest, Eco-sport
	- Series 3, Series 5, CNG Bus and CNG Truck
	- Corolado, TrailBlazer, Captiva
	- Swift, Ciaz, Celerio
	- Xenon

กลุ่มลูกค้าผู้ผลิตรถจักรยานยนต์

ตลาดรถจักรยานยนต์ในประเทศไทยมีอัตราการเติบโตเล็กน้อย ในปี 2560 โดยล่าสุด ส.อ.ท. ได้ปรับเพิ่มประมาณการการผลิตรถจักรยานยนต์ปี 2560 เป็น 2.2 ล้านคัน จากเป้าหมายเดิมคาดว่าจะเพิ่มขึ้น 50,000 คัน อยู่ที่ 1.85 ล้านคัน ขณะที่ยอดการผลิตรถจักรยานยนต์เพื่อส่งออกยังคงไว้ที่ 300,000 คัน กลุ่มลูกค้าของบริษัทสำหรับธุรกิจผลิตสายควบคุมรถจักรยานยนต์ ได้แก่ บริษัท ไทยฮอนด้า แมนูแฟคเจอร์ส จำกัด ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดในประเทศอยู่ที่ ร้อยละ 80, บริษัท ไทยยามาฮ่ามอเตอร์ จำกัด ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดในประเทศที่ร้อยละ 13, บริษัท ไทยซูซูกิมอเตอร์ จำกัด และบริษัท คาวาซากิ มอเตอร์ เอ็นเตอร์ไพรส์ (ประเทศไทย) จำกัด ด้วยส่วนแบ่งตลาดที่ร้อยละ 2

บริษัทมีรายได้จากลูกค้ารายใหญ่ คือ บริษัท ไทยฮอนด้า แมนูแฟคเจอร์ส จำกัด คิดเป็นร้อยละ 9 ของยอดขายรวม เนื่องจากเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ในประเทศไทย ซึ่งในปีที่ผ่านมาและปี 2561 บริษัทไทยฮอนด้าตั้งเป้าที่จะเปิดตัวจักรยานยนต์รุ่นใหม่อีกเกินกว่า 10 รุ่น เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในประเทศอย่างต่อเนื่อง ซึ่งทำให้ทางบริษัทมีโอกาสทางการขายมากขึ้นด้วย อย่างไรก็ตาม บริษัทมีนโยบายเพิ่มส่วนแบ่งตลาดจากลูกค้าเดิมและขยายฐานลูกค้าใหม่เพิ่มมากขึ้น โดยในปีนี้ ทางบริษัทได้มีโอกาสเสนอผลิตภัณฑ์ให้กับ มอเตอร์ไซด์ ดูคาติ (Ducati) จากประเทศอิตาลี ซึ่งเป็นโปรเจก Localize โดยทางดูคาติต้องการที่จะเพิ่มสัดส่วนชิ้นส่วนที่ผลิตภายในประเทศไทย (Local Content) เพื่อสิทธิประโยชน์ทางภาษี จึงเป็นโอกาสในการขยายธุรกิจสำหรับกลุ่มสายมอเตอร์ไซด์

ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ที่เป็นลูกค้าของบริษัท ในช่วงระยะเวลา 5 ปี (ตั้งแต่ปี 2556 - 2560) มีดังนี้

บริษัทผู้ผลิตรถจักรยานยนต์	รุ่นรถจักรยานยนต์
	- Wave, Dream, Sonic, CB650F, CBR150, CBR300, CBR500 MSX, Scoopy i, Zoomer X, PCX 150
	- GD110 HU, Sky Drive, Shokun, Shooter, Smash, Burgman, - 97L00 (Marine)
	- Spark Nano, Fino, Fiore, Tricity, M-Slax (150CC), Aerox, Grand Filano - 6EE (Marine), 6EG (Marine), Golf Car
	- KLX 250, KSR, Ninja 650, ER125, ER250, Z800, Z125, Versys
	- Gorila RK-125, Cruiser RK-125, Classic RK-110, MonkeyRK-125, Mini Classic, Infinity

2. ศูนย์อะไหล่รถยนต์และรถจักรยานยนต์

กลุ่มลูกค้าศูนย์อะไหล่รถยนต์และรถจักรยานยนต์ เป็นลูกค้าต่อเนื่องจากกลุ่มลูกค้าผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์ เนื่องจากเป็นส่วนของการบริการอะไหล่และซ่อมบำรุงรถยนต์และรถจักรยานยนต์ของผู้ผลิตแต่ละราย การขยายตัวของลูกค้ากลุ่มนี้จึงเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับกลุ่มลูกค้าผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์

บริษัทมีทีมการตลาดที่มีประสบการณ์ในการขายโดยตรงและมีการบริการหลังการขายเป็นของตนเอง โดยเจ้าหน้าที่การตลาดของบริษัทจะทำการหารายชื่อและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งมีทั้งกลุ่มเป้าหมายที่เป็นบริษัทในเครือและกลุ่มเป้าหมายใหม่ จากนั้นจะส่งทีมการตลาดที่มีความเชี่ยวชาญและได้รับการอบรมในเรื่องผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดีเข้าไปติดต่อ 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 โดย มีการส่งออกไปยังประเทศมาเลเซีย จีน อินเดีย เวียดนาม ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย ออสเตรเลีย บราซิล เม็กซิโก สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ปากีสถาน และ อียิปต์

ทั้งนี้ ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้ผลิตรถยนต์หรือรถจักรยานยนต์ บริษัทจะต้องผ่านกระบวนการคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนซึ่งจะเริ่มตั้งแต่บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ หรือรถจักรยานยนต์ประกาศแผนการผลิต โดยจะเปิดให้บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนเข้าร่วมเสนอราคาเพื่อเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วน โดยการนำเสนอแบบและราคาของชิ้นส่วนสำหรับรถยนต์ หรือรถจักรยานยนต์เป็นรุ่นๆ ไป

2.2.4 ยอดการผลิตปี 2560 และแนวโน้มการผลิตปี 2561

ปี 2560

ในปี 2560 สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (ส.อ.ท.) ได้ตั้งเป้าหมายการผลิตรถยนต์ที่ 2 ล้านคัน อย่างไรก็ตามหลังจากผ่านมา 7 เดือน ส.อ.ท. จำต้องปรับเป้าหมายผลิตลดลงเหลือเพียง 1.93 ล้านคัน โดยปรับลดลงจากยอดประมาณการการผลิตเพื่อส่งออก จาก 1.2 ล้านคัน เหลือเพียง 1.1 ล้านคัน จากยอดส่งออกที่มีแนวโน้มลดลง เนื่องจากเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าหลักยังคงชะงัก ประกอบกับตลาดตะวันออกกลางมีนโยบายลดการนำเข้ารถยนต์เครื่องยนต์ดีเซลตามนโยบายลดการปล่อยก๊าซ CO₂ อย่างไรก็ตามภาวะเศรษฐกิจในประเทศมีแนวโน้มที่ดีขึ้นตามลำดับ โดยภาพรวมยอดขายในประเทศ 7 เดือน สูงกว่าช่วงเดียวกันของปีที่แล้วร้อยละ 10 จึงคาดการณ์ว่าจะสามารถขยายตัวได้ถึง 830,000 แสนคันในปี

ปี 2561

อุตสาหกรรมรถยนต์ของไทยในปี 2561-2562 คาดว่าจะมีทิศทางดีขึ้น ซึ่งเป็นอันสูงส่งจาก การจำหน่ายรถยนต์ที่คาดว่าจะกลับมาเติบโตทั้งตลาดในประเทศและตลาดส่งออก ตั้งแต่ปี 2561 โดยคาดว่าจะเติบโตในอัตราร้อยละ 4-6 หรือมีปริมาณการผลิตอยู่ที่ 1.98-2.02 ล้านคัน และในปี 2562 ขยายตัวร้อยละ 3-5% มียอดผลิตที่ 2.06-2.10 ล้านคัน (ข้อมูลจากการวิจัยของธนาคารกรุงศรี สิงหาคม 2560)

ทั้งนี้ การประเมินดังกล่าวมาจากปัจจัยหนุนด้านเศรษฐกิจในประเทศที่คาดว่าจะฟื้นตัวดีขึ้นเป็นลำดับซึ่งจะมีผลให้ความเชื่อมั่นผู้บริโภคและกำลังซื้อภาคครัวเรือนปรับตัวดีขึ้น นอกจากนั้น รถยนต์ในโครงการรถคันแรก ซึ่งมีอายุครบ 5 ปี หรือทยอยพ้นกำหนดห้ามซื้อขายตามเงื่อนไขของ โครงการฯ ตั้งแต่ปลายปี 2559 เป็นต้นมา ดังจะเห็นได้จากยอดขายในประเทศเริ่มปรับตัวดีขึ้นในปี 2560 และ ค่ายรถหลายค่าย ทยอยเปิดตัวรถยนต์รุ่นใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นตลาดรถยนต์ในประเทศได้อีกส่วนหนึ่ง ทั้งนี้ในปีที่ผ่านมา มีรถยนต์โมเดลใหม่เปิดตัว ในตลาดในระยะ 1-3 ปีข้างหน้าไม่ต่ำกว่า 20 รุ่น อาทิ Toyota (รุ่น C-HR, Camry, Vios) Honda (รุ่น CRV, Accord, Civic, City) Nissan (รุ่น Note, Kick และ ปิคอัพดัดแปลง) และ MG (GS Crossover) เป็นต้น ในส่วนของตลาดส่งออกที่อาจจะหดตัวร้อยละ 6-8 ในปี 2560 มีแนวโน้มที่จะกลับมาเติบโตได้ในปี 2561 เนื่องจากการส่งออการถอีโคคาร์เฟส 2 ตามเงื่อนไขขอรับการส่งเสริมการลงทุนจาก BOI รวมทั้งมีโอกาสส่งออกไปยังตลาดออสเตรเลียเพิ่มขึ้นหลังฐานการผลิตรถยนต์ในประเทศออสเตรเลียทยอยปิดตัว

ข) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ในปัจจุบัน ผู้ผลิตรถยนต์ใช้นโยบายจัดซื้อแบบ Global Sourcing ซึ่งจะเปรียบเทียบราคาชิ้นส่วนวัตถุดิบจากผู้ผลิตในแหล่งต่างๆ ทั่วโลก แม้ว่าจะทำให้มีโอกาสที่จะขายสินค้าได้มากขึ้น แต่ก็มีโอกาสที่จะถูกคู่แข่งแย่งชิงลูกค้าได้ในเวลาเดียวกัน ในระยะ 2-3 ปีที่ผ่านมา ผู้ผลิตรถยนต์หลายค่าย ดำเนินนโยบายการเปรียบเทียบราคาค่าชิ้นส่วนกับรถรุ่นใหม่ที่กำลังพัฒนา ยังขยายผลมายังรถยนต์รุ่นที่ผลิตอยู่ปัจจุบัน เพื่อทำให้ภาพรวมต้นทุนต่ำลงโดยเร็วที่สุด ซึ่งทำให้ผู้ผลิตชิ้นส่วน เข้าสู่ภาวะการแข่งขันด้านราคาที่มีความเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว มีความแตกต่างด้านราคาค่อนข้างสูง และ หลากหลายปัจจัยจากคู่แข่งแต่ละประเทศ ผู้ผลิตชิ้นส่วน จึงต้องหาแนวทาง

ในการพัฒนาต้นทุนการผลิตและการจัดหาวัตถุดิบให้ลดลงอย่างรวดเร็วตามแนวโน้มของผู้ผลิตรถยนต์ รวมถึงการปรับปรุงคุณภาพ ราคาและความสามารถในการผลิตของผู้ผลิตชิ้นส่วนซึ่งเป็นคู่ค้าของบริษัทด้วย

ศักยภาพในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นทางออกหนึ่ง ที่ช่วยเพิ่มโอกาสในการแข่งขันให้กับผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ โดยเฉพาะการได้ร่วมออกแบบผลิตภัณฑ์กับผู้ผลิตรถยนต์ในระยะเริ่มต้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ จะทำให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนสามารถนำเสนอแนวทางการลดต้นทุนไปพร้อมๆกับการพัฒนารถยนต์รุ่นใหม่ๆ รวมถึงการเลือกใช้วัตถุดิบที่มีในประเทศในการนำเสนอทางเลือกให้กับลูกค้าในราคาที่ดีกว่า นอกจากนี้ ยังสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ผลิตรถยนต์ ในการนำเสนอเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น ผลิตภัณฑ์ที่เปลี่ยนจากระบบกำลังเป็นระบบไฟฟ้า เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก

อย่างไรก็ตาม ในภาวะการแข่งขันด้านราคาที่สูงขึ้น ความสามารถในการจัดส่งและการดูแลคุณภาพยังคงเป็นสิ่งที่ผู้ผลิตรถยนต์ให้ความสำคัญ ยกตัวอย่างเช่น การใช้ฐานการผลิตแห่งเดียวสำหรับส่งชิ้นส่วนให้กับประเทศต่างๆ จะต้องควบคุมให้มีปริมาณสินค้าคงคลังอย่างเพียงพอ การบริหารการจัดส่งเพื่อรองรับการผลิตแบบ Just-in-time การปรับปรุงความสามารถในด้านภาษา ซึ่งยังคงเป็นอุปสรรคในการติดต่อกับช่างประเทศ และต้องคำนึงถึงกรณีมีแก้ไขปรับปรุงด้านคุณภาพ จะไม่สามารถทำได้รวดเร็วเท่ากับการจัดซื้อภายในประเทศ ดังนั้น แม้ราคาของหลายประเทศจะต่ำกว่าของประเทศไทย แต่เมื่อพิจารณาปัจจัยดังกล่าวร่วมกัน พบว่า สินค้าที่ผลิตจากประเทศไทยมีราคาสูงกว่าอินเดียและจีน แต่ราคาและคุณภาพยังเป็นรองญี่ปุ่น ส่วนการที่ประเทศไทยตั้งอยู่ในจุดศูนย์กลางของอาเซียนถือเป็นข้อได้เปรียบ โดยผู้ผลิตรถยนต์สามารถใช้เป็นศูนย์กลางกระจายสินค้าภายในภูมิภาคได้ จึงเห็นว่า สำหรับในกลุ่มประเทศอาเซียน อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยยังมีความได้เปรียบในการแข่งขันและมีโอกาสขยายตลาดมากพอสมควร

เปรียบเทียบคู่แข่งในภาพรวม

จากภาวะการแข่งขันทางการตลาดที่เข้มข้นขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในด้านราคา บริษัทจะมุ่งการลดต้นทุนและหาทางปรับปรุงราคา ให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งศึกษาสิทธิประโยชน์ทางภาษี เพื่อช่วยลดต้นทุนสำหรับชิ้นส่วนที่ยังคงต้องนำเข้าจากต่างประเทศอยู่

เพื่อเพิ่มโอกาสในการขายและแข่งขันราคา บริษัทได้นำเอาความชำนาญด้านวิศวกรรมในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีมาหลายปี เข้ามาใช้ในการนำเสนอและมีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มต้นพัฒนารถรุ่นใหม่ไปพร้อมๆกับลูกค้า สำหรับรถรุ่นใหม่ ที่กำลังจะเปิดตัวในอีก 3-4 ปีข้างหน้า โดยปัจจุบันมีลูกค้าหลายราย เริ่มก่อตั้ง R&D center ที่มีบทบาทมากขึ้นในประเทศไทย ซึ่งทำให้บริษัทสามารถที่จะผลักดันนโยบายนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนั้น โครงการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์หลายชนิดร่วมกับมหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าลาดกระบัง ยังคงทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนไปของอุตสาหกรรมยานยนต์ ซึ่งหันมาเน้นการลดมลพิษ (Green Environment) ตัวอย่างเช่น ใช้ระบบเบรกไฟฟ้า ระบบมอเตอร์ไฟฟ้าสำหรับชุดควบคุมรางกระแสรถยนต์ ซึ่งโครงการเหล่านี้ เป็นส่วนหนึ่งในแผนงานเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และลดต้นทุนการผลิต

ดังนั้น หากพิจารณาในหลายๆปัจจัย บริษัทยังมีข้อได้เปรียบคู่แข่งหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นความรู้ความชำนาญ (Know-how) จากผู้ร่วมทุนและทีมวิศวกรที่มีคุณภาพและประสบการณ์สูง มีเครื่องจักรทันสมัย และศูนย์ทดสอบครบวงจรที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมในปีที่ผ่านมา

ปัจจุบันประเทศไทยมีสถานะเป็นฐานการผลิตรถยนต์ที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก ในปี 2559 ไทยมีปริมาณการผลิตรถยนต์ทุกประเภทมากเป็นอันดับ 12 ของโลก อันดับ 5 ของเอเชีย และอันดับ 1 ของอาเซียน ขณะที่ขนาดตลาดรถยนต์ทุก ประเภทในไทย (พิจารณาจากยอดขาย) เป็นอันดับ 19 ของโลก อันดับ 6 ของเอเชีย และอันดับ 2 ของอาเซียน โดยค่ายรถยนต์ญี่ปุ่นมีส่วนแบ่งการผลิต รวบรวม 70% ของกำลังการผลิตรถยนต์ทุกประเภทในไทยที่มีประมาณ 3.8 ล้านคันในปี 2559 ทั้งนี้การผลิตรถยนต์นั่งและรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ของไทยมีสัดส่วนใกล้เคียงกันในปัจจุบัน

ผลกระทบจากโครงการรถคันแรกที่ตั้งอุปสงค์ (Demand) ในอนาคต หรือความต้องการซื้อรถยนต์ในระยะ 3-4 ปีล่วงหน้ามารวมไว้ภายในช่วงระยะเวลาโครงการฯ ทำให้ยอดขายรถยนต์ลดลงมาอยู่ที่ประมาณ 0.7-0.8 ล้านคันต่อปี และตลาดรถยนต์ภายในประเทศมีการแข่งขันรุนแรง จะเห็นได้จากส่วนแบ่งการตลาดของค่ายรถยนต์มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก อาทิ โตโยต้า มีส่วนแบ่งทางการตลาดในประเทศลดลงอย่างมีนัยยะ ในขณะที่ค่ายรถยนต์อื่นๆ ได้แก่ อีซูซุ ฮอนด้า มิตซูบิชิ มาสด้าและฟอร์ด มีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นจากการเปิดตัวโมเดลใหม่ๆ เข้ามาแข่งขัน

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต (ทั้งในและต่างประเทศ)

ในปี 2560 - 2562 ที่คาดว่าจะปีปีตลาดรถยนต์ในประเทศจะฟื้นตัวขึ้นตามลำดับ อย่างไรก็ตามจะนำมาซึ่งภาวะการแข่งขันที่รุนแรงยิ่งขึ้นเพื่อแย่งส่วนแบ่งตลาด ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ ผู้ผลิตรถยนต์ทุกค่ายกำหนดนโยบายโดยมุ่งเน้นการลดต้นทุนการผลิตเป็นหลัก รวมไปถึงการเปรียบเทียบราคาและนำเข้าชิ้นส่วนจากกลุ่มประเทศ AEC จีนและอินเดีย มีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากไม่มีกำแพงภาษี ซึ่งมีผลกระทบกับผู้ผลิตชิ้นส่วนในประเทศไทยที่ต้องปรับตัวอย่างรวดเร็ว เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันด้านต่างๆอย่างต่อเนื่อง

การจับมือกันของค่ายญี่ปุ่นหลายค่ายเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้การแข่งขันในระดับ Global มีความเข้มข้นขึ้นในทุกด้าน โดยเฉพาะในการพัฒนารถรุ่นต่อไปในอนาคตอันใกล้ โดยในปีที่ผ่านมา Nissan ได้ซื้อหุ้นของมิตซูบิชิมอเตอร์ มีแนวโน้มว่า ทั้งสองค่ายจะทำการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกัน สำหรับรถปิคอัพรุ่นต่อไป โดยจะเป็นการเพิ่มความแข็งแกร่งของ supply chain network และรวมถึงการร่วมมือกันพัฒนารถยนต์ไฟฟ้าในอนาคต ในขณะที่ มาสด้า มอเตอร์ คอร์ปอเรชั่นบรรลุข้อตกลงร่วมกับอีซูซุ มอเตอร์ในการพัฒนารถปิคอัพเจนเนอเรชั่นต่อไปร่วมกัน ความร่วมมือระหว่างสองฝ่ายจะช่วยยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันของอีซูซุ และช่วยรักษาความแข็งแกร่งในการตลาดของมาสด้า

ในด้านการส่งออก ปี2561-2562 คาดว่าการส่งออกจะกลับมาขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 3-5 ต่อปีหรือคิดเป็น1.13-1.16 และ 1.18-1.20 ล้านคันตามลำดับ ซึ่งจะเป็นผลจากโครงการส่งเสริมการผลิต Eco-car ที่ทยอยครบกำหนดมีผลให้บริษัทรถยนต์ในไทยที่ขอส่งเสริมการลงทุนต้องเร่งผลิต Eco-car ให้ครบตามเงื่อนไขของ BOI ที่ 1 แสนคัน ทำให้บริษัทรถยนต์จำเป็นต้องขยายการส่งออก โดยค่ายรถที่คาดว่าจะต้องเร่งส่งออกตามเงื่อนไขดังกล่าว อาทิ มิตซูบิชิ ซูซูกิ โตโยต้า และ มาสด้า นอกจากนั้น ประเทศไทยยังมีโอกาสขยายการส่งออกรถยนต์ไปยังประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้นจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศ AEC และ โอกาสในการส่งออกตลาดออสเตรเลีย เนื่องจาก Toyota มีแผนจะลดกำลังการผลิตของฐานการผลิตในออสเตรเลียตั้งแต่ปี 2560 และ คาดว่าจะปิดฐานการผลิตในออสเตรเลียทั้งหมดในปี 2562

ในส่วนนโยบายภาครัฐ ซึ่งได้มีการวางแผนทางด้านนโยบายและยุทธศาสตร์สำหรับการผลักดันอุตสาหกรรมรถยนต์ EV (Electric Vehicles) รวมถึงการพัฒนาเทคโนโลยียานยนต์ไฟฟ้า เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยโดยรวม ซึ่งจะมีผลให้บริษัทรถยนต์ในประเทศไทยต้องเริ่มวางแผนปรับเปลี่ยนนโยบายการผลิตรถยนต์อีกครั้ง โดยมีแนวโน้มที่ผู้ผลิตจะลงทุนพัฒนารถยนต์ไฟฟ้า และแบตเตอรี่ในประเทศไทยเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ ประเทศไทยซึ่งถือได้ว่าเป็นฐานการผลิตและชิ้นส่วนสำคัญแห่งหนึ่งของโลก และมีห่วงโซ่การผลิตที่ครอบคลุมการผลิตชิ้นส่วนที่หลากหลาย ผู้ผลิตชิ้นส่วนในประเทศจึงต้องเพิ่มศักยภาพในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่จะเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงนี้ เพื่อเตรียมความพร้อมที่จะต่อยอดและยกระดับไปสู่เทคโนโลยีรถยนต์ไฟฟ้า EV ในอนาคต

ยอดการผลิตจริงของอุตสาหกรรม

ปี	รถยนต์				รถจักรยานยนต์			
	ยอดผลิต (คัน)	ยอดขายใน ประเทศ (คัน)	ยอดส่งออก (คัน)	อัตรา การเติบโตของ ยอดผลิต (%)	ยอดผลิต (คัน)	ยอดขายใน ประเทศ (คัน)	ยอดส่งออก (คัน)	อัตรา การเติบโตของ ยอดผลิต (%)
2558	1,913,002	799,632	1,204,895	2	1,807,325	1,639,090	939,980	(2)
2559	1,944,417	768,788	1,188,515	2	1,820,358	1,738,231	924,917	1
2560*	1,477,744	629,004	848,740	(32)	1,552,667	1,283,550	269,115	(17)

* ข้อมูลสะสม 9 เดือน (มกราคม – กันยายน)

ที่มา : สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ณ วันที่ 30 กันยายน 2560

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

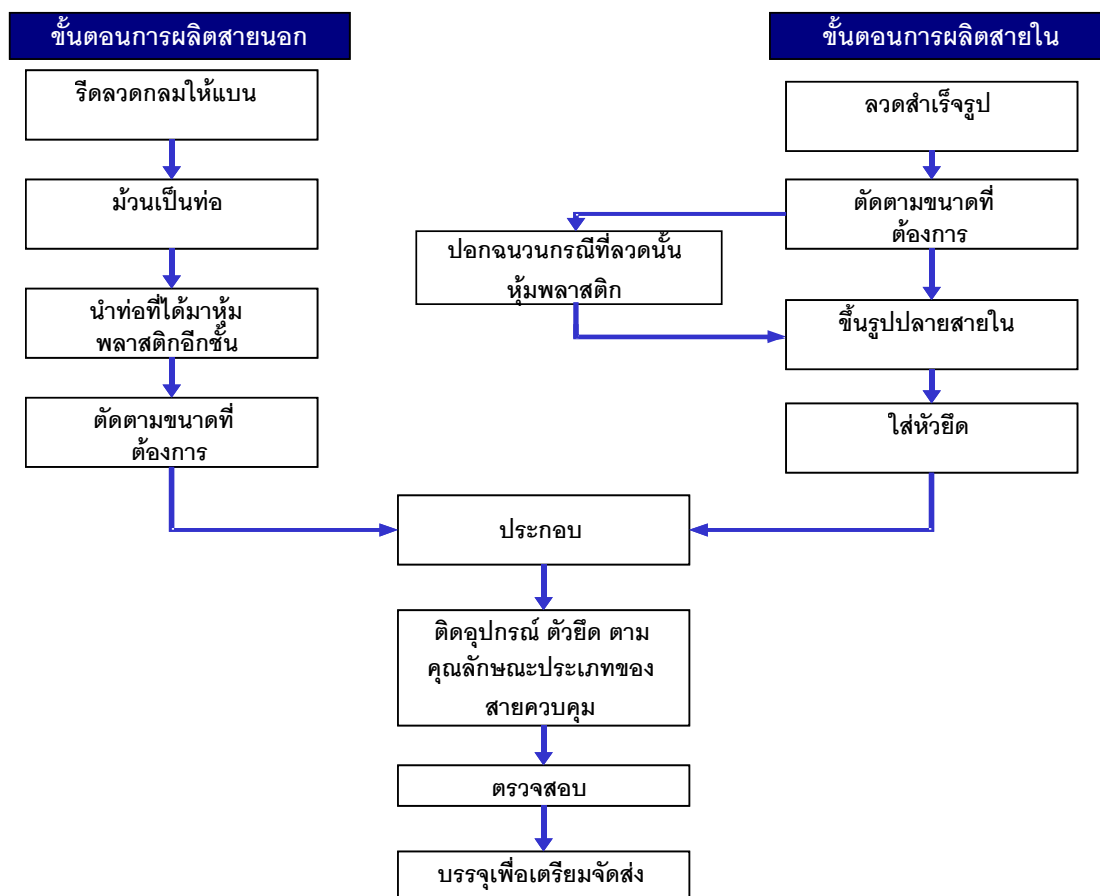
ก) การจัดหาได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

การผลิต (จำนวนโรงงาน และกำลังการผลิตรวม)

บริษัทมีกำลังการผลิตและอัตราการใช้กำลังการผลิตในช่วงปี 2558 - 2560 ดังตารางต่อไปนี้

	2558	2559	2560
สายควบคุมรถยนต์			
กำลังการผลิต (เส้น)	54,226,400	54,226,400	51,056,232
การผลิตจริง (เส้น)	28,698,082	26,602,771	31,163,716
อัตราการใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	53%	49%	61%
สายควบคุมรถจักรยานยนต์			
กำลังการผลิต (เส้น)	26,227,632	26,227,632	22,342,632
การผลิตจริง (เส้น)	7,854,746	7,479,386	8,177,777
อัตราการใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	30%	29%	37%
ชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์			
กำลังการผลิตรวม (ชุด)	3,921,600	3,921,600	4,674,876
การผลิตจริง - แบบใช้สายควบคุม (ชุด)	860,749	1,327,779	1,361,048
อัตราการใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	22%	34%	29%
ยอดรวมทุกผลิตภัณฑ์			
กำลังการผลิตรวม (ชุด)	84,375,632	84,375,632	78,073,740
การผลิตจริง - แบบใช้สายควบคุม (ชุด)	37,413,577	35,409,936	40,702,541
อัตราการใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	44%	42%	52%

ขั้นตอนการผลิต

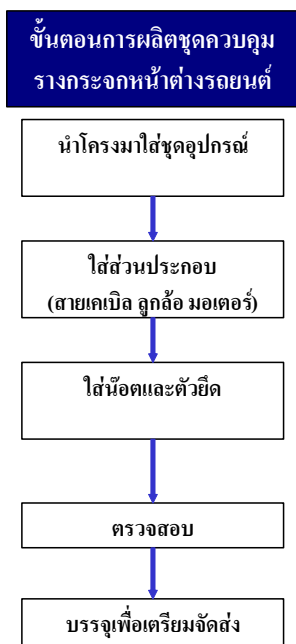


ขั้นตอนการผลิตสายควบคุมรถยนต์และรถจักรยานยนต์

การผลิตสายควบคุมรถยนต์และรถจักรยานยนต์มีขั้นตอนการผลิตที่เหมือนกันทุกประการ โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ขั้นตอน หลัก ดังนี้

1. ขั้นตอนการผลิตสายนอก เริ่มจากการเตรียมวัตถุดิบ โดยนำลวดกลมที่มีคุณภาพและขนาดตามความต้องการของลูกค้ามารีดให้แบน จากนั้นจึงนำลวดซึ่งได้ผ่านการรีดแบนแล้วมาเข้าเครื่องม้วนเป็นท่อ แล้วจึงนำท่อที่ได้มาหุ้มพลาสติกอีกชั้นหนึ่ง ก่อนที่จะตัดให้ได้ขนาดตามต้องการ
2. ขั้นตอนการผลิตสายใน เริ่มจากการนำลวดสำเร็จรูปมาตัดให้ได้ขนาดตามต้องการ ปอกฉนวนที่ปลาย (กรณีลวดนั้นหุ้มพลาสติก) 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 และใส่ตัวล้อ หรือตัวยึด
4. ขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพ โดยจะต้องมีการตรวจสอบคุณภาพของชิ้นงานก่อนที่จะบรรจุผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ลงกล่องเพื่อเตรียมส่งมอบให้แก่ลูกค้าต่อไป

การจัดหาวัตถุดิบ

ในการผลิตสายควบคุมรถยนต์และรถจักรยานยนต์ และชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์นั้น บริษัทมีการจัดหาวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบจากทั้งคู่ค้าภายในประเทศและต่างประเทศ ทั้งนี้ชิ้นส่วนประกอบต่างๆ (Component Parts) ที่บริษัทสั่งซื้อนั้นเป็นชิ้นส่วนที่บริษัทยังไม่สามารถหาผู้ผลิตในประเทศได้ หรือไม่คุ้มทุนที่จะผลิต

ในปี 2560 บริษัทมีการจัดซื้อวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบเพื่อนำมาใช้ในการกระบวนการผลิตสายควบคุมรถยนต์และรถจักรยานยนต์ และชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์ คิดเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้นประมาณ 1,689.81 ล้านบาท ทั้งนี้เป็นการจัดซื้อในประเทศไทยประมาณร้อยละ 72.94 และเป็นการจัดซื้อจากต่างประเทศประมาณร้อยละ 27.06 โดยวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบหลักที่บริษัทซื้อมาใช้ในการกระบวนการผลิต ได้แก่ วัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบประเภทเหล็ก ยาง ลวด เม็ดพลาสติก และมอเตอร์ เป็นต้น

สำหรับคู่ค้าของบริษัทนั้นมีจำนวน 138 รายซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นคู่ค้ากับบริษัทมาเป็นระยะเวลานาน โดยมีคู่ค้า 1 ราย ที่มียอดสั่งซื้อรวมจากบริษัทในปี 2560 มากกว่าร้อยละ 10 ของยอดการสั่งซื้อรวมของบริษัท ได้แก่ ไฮเล็กซ์ คอร์ปอเรชั่น โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.58 ทั้งนี้วัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบหลักที่ซื้อจากไฮเล็กซ์ คอร์ปอเรชั่น ได้แก่ วัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบประเภทยาง ส่วนประกอบสำเร็จรูป เหล็ก และเม็ดพลาสติก เพื่อนำมาใช้ในการประกอบสายควบคุมรถยนต์และรถจักรยานยนต์ และชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์ โดยสาเหตุที่บริษัทต้องจัดซื้อวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบจากไฮเล็กซ์ คอร์ปอเรชั่น นั้น เนื่องจากชิ้นส่วนประกอบดังกล่าวเป็นชิ้นส่วนประกอบที่ไม่สามารถผลิตในประเทศไทยได้ หรือปริมาณการผลิตไม่คุ้มที่จะผลิตเองหรือไม่สามารถจัดหาวัตถุดิบจากแหล่งภายในประเทศไทยได้ ดังนั้นการซื้อจากไฮเล็กซ์ คอร์ปอเรชั่น ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัทที่มีนโยบายในการสนับสนุนด้านวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบที่มีคุณภาพและราคาที่แข่งขันได้ให้กับบริษัทในกลุ่มของไฮเล็กซ์ คอร์ปอเรชั่น อยู่แล้วจึงเป็นวิธีที่เหมาะสม อย่างไรก็ตามบริษัทไม่ได้ทำสัญญาที่กำหนดให้บริษัทจะต้องจัดซื้อวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบจากไฮเล็กซ์ คอร์ปอเรชั่น เพียงผู้เดียวแต่อย่างใด

สำหรับสัดส่วนการสั่งซื้อนั้น บริษัทมีการสั่งซื้อจากคู่ค้าหลายราย แต่ไม่ได้พึ่งพาการจัดซื้อวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบจากคู่ค้ารายใดรายหนึ่งเป็นสำคัญ และเนื่องจากบริษัทมีคู่ค้าหลายรายทำให้หากเกิดปัญหาในการจัดหาจากคู่ค้ารายใดรายหนึ่ง บริษัทจะยังสามารถจัดหาวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบทดแทนที่มีคุณภาพในระดับเดียวกันจากคู่ค้ารายอื่นได้

ข) การกำจัดวัตถุดิบเหลือใช้

บริษัทมีการจัดทำพื้นที่เพื่อจัดเก็บสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้วจากการผลิต ซึ่งถือว่าเป็นการกำจัดกากอุตสาหกรรมอย่างเป็นระบบ การจัดเก็บทำเป็นสัดส่วนโดยแยกตามประเภทของสิ่งปฏิกูล ซึ่งทุกคนในบริษัทมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ เช่น คัดแยก การนำมาทิ้งอย่างเป็นระบบ เป็นต้น

ฝ่าย HRM ดูแลควบคุมสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้เพื่อนำไปกำจัดให้สอดคล้องตามที่กฎหมายกำหนด ได้แก่

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

ทั้งนี้บริษัทได้ปฏิบัติตามกฎหมายและประกาศกระทรวงที่เกี่ยวข้องด้านสิ่งแวดล้อม ดังนี้

- พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535
- พระราชบัญญัติการสาธารณสุข (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2550
- ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม พ.ศ.2548 (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560 เรื่อง การกำจัดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุไม่ใช้แล้ว
- ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่องระบบเอกสารกำกับการขนส่งของเสียอันตราย พ.ศ. 2547
- ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้วจากโรงงาน โดยทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์
- ประกาศกรมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ที่ 79/2554 เรื่อง วิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการกากอุตสาหกรรม มูลฝอยและสิ่งปฏิกูลที่เกิดขึ้นในนิคมอุตสาหกรรม

โดยได้นำส่งเอกสารที่เกี่ยวข้องต่อกรมโรงงานและกรมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ดังนี้

1. ใบแจ้งเกี่ยวกับรายละเอียดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้วสำหรับผู้ก่อกำเนิดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว (สก.3)
2. แบบคำขออนุญาตนำสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้วออกนอกบริเวณโรงงาน (สก.2) ต่อกรมโรงงานอุตสาหกรรม
3. การแจ้งข้อมูลปริมาณขยะ ของเสีย หรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้วออกนอกบริเวณโรงงานผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์
4. เอกสารกำกับการขนส่งของเสียอันตราย (ใบกำกับการขนส่งของเสียอันตราย)

5. แบบฟอร์มรายงานการจัดการกากอุตสาหกรรม มูลฝอยและสิ่งปฏิกูลของผู้ประกอบกิจการในนิคมอุตสาหกรรม

โดยที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน บริษัทดำเนินการด้านเอกสารอย่างสอดคล้องเป็นไปตามที่กฎหมายและประกาศกระทรวง อีกทั้งบริษัทยังให้ความสำคัญกับงานด้านสิ่งแวดล้อมและปฏิบัติตามกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมจริงจังก่อตั้งต่อเนื่อง บนหลักการของระบบ ISO14001 จึงทำให้ไม่มีข้อพิพาทหรือถูกร้องเรียนเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม


2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจ

3.1 ความเสี่ยงจากการพึ่งพาผู้ถือหุ้นรายใหญ่

บริษัทมีการทำสัญญาได้รับความช่วยเหลือในด้านพึ่งพาเครื่องหมายการค้า ภายใต้ชื่อ  และ “HI-LEX” และสัญญาได้รับความช่วยเหลือด้านเทคนิคการผลิตสายควบคุมรถยนต์ รถจักรยานยนต์ และชุดควบคุมรางกระชกหน้าต่างรถยนต์แบบใช้สายเคเบิลควบคุมจากไฮดรอลิกส์ คอร์ปอเรชั่น (HI-LEX Corporation) เป็นลายลักษณ์อักษร

ในกรณีที่ไม่สามารถจัดหาจากแหล่งจำหน่ายภายในประเทศไทยได้ หรือมีปริมาณการใช้น้อยจึงไม่คุ้มที่จะผลิตเอง บริษัทจะสั่งซื้อวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบบางประเภทจากไฮดรอลิกส์ คอร์ปอเรชั่น อย่างไรก็ตามไม่มีสัญญาควบคุมในการจัดซื้อวัตถุดิบระหว่างกันแต่อย่างใด

สำหรับความเสี่ยงด้านการสั่งซื้อวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบนั้น บริษัทสามารถจัดซื้อจากผู้ผลิตอื่นแทนการสั่งซื้อจาก ไฮดรอลิกส์ คอร์ปอเรชั่นได้ แต่อาจมีราคาและเงื่อนไขทางการค้าที่ต่างจากเดิม ในปัจจุบันบริษัทได้สรรหาแหล่งจัดซื้อวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบในประเทศมากขึ้น ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนโดยเฉพาะค่าขนส่งและภาษีนำเข้าลงได้

ส่วนความเสี่ยงในแง่ของสัญญา ดังกล่าวนั้น บริษัทเห็นว่า ไฮดรอลิกส์ คอร์ปอเรชั่น จะต่อสัญญาให้อย่างแน่นอนเนื่องจากไฮดรอลิกส์ คอร์ปอเรชั่น ได้ให้คำรับรองเป็นลายลักษณ์อักษรไว้ว่า หากสัญญาปัจจุบันหมดอายุจะต่อสัญญาให้อีกคราวละ 5 ปี (ซึ่งเป็นนโยบายการต่อสัญญาที่ไฮดรอลิกส์ คอร์ปอเรชั่น ใช้กับบริษัทในเครือทุกบริษัท) ประกอบกับไฮดรอลิกส์ คอร์ปอเรชั่น มีสถานะเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท ได้ร่วมทุนและเป็นพันธมิตรที่ดีต่อกันมาเกือบ 40 ปี ทำให้มีความมั่นใจว่าไฮดรอลิกส์ คอร์ปอเรชั่น จะยังคงเป็นผู้ถือหุ้นและให้การสนับสนุนบริษัทอย่างต่อเนื่องต่อไป

ด้วยเหตุนี้ ในประเด็นดังกล่าวจึงมีความเสี่ยงต่ำ

3.2 ความเสี่ยงจากการแข่งขันจากต่างประเทศ

บริษัทอาจมีความเสี่ยงจากการแข่งขันกับคู่แข่งรายใหม่ ซึ่งเป็นผู้ประกอบการต่างชาติที่ย้ายฐานการผลิตชิ้นส่วนเข้ามาภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรี ปัจจัยหลักที่จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถรักษาความสามารถในการ

แข่งขันได้คือ คุณภาพ ต้นทุนการผลิตที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า การส่งมอบที่ตรงเวลา และการบริการหลังการขายเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า โดยบริษัทได้กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญ คือ มุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง ควบคู่กับการดำเนินงานลดต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพการจัดส่งที่ตรงต่อเวลา และการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมและสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ ซึ่งบริษัทมีกลุ่มลูกค้าเป็นผู้ผลิตชั้นนำที่มีฐานการผลิตในประเทศไทย และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเหล่านี้มาโดยตลอด ประกอบกับได้มีห้องทดสอบผลิตภัณฑ์เป็นของตนเอง ส่งผลให้ลดเวลา ลดต้นทุน และค่าใช้จ่ายในการทำงาน

ดังนั้น จึงมีความเสี่ยงต่ำที่คู่แข่งจากต่างประเทศจะเข้ามาและแข่งขันได้ในระดับเดียวกัน เนื่องจากจะต้องลงทุนสูงและไม่สามารถดำเนินการได้ครบวงจรเช่นเดียวกับบริษัท

3.3 ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบ

ในปี 2560 บริษัทได้จัดซื้อวัตถุดิบหลัก ได้แก่ เหล็ก ลวดโลหะ เม็ดพลาสติก และยาง โดยมีมูลค่ารวมกว่าร้อยละ 58 ของมูลค่าวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบที่บริษัทจัดซื้อทั้งหมด โดยราคาวัตถุดิบเหล่านี้ได้รับผลกระทบจากความผันผวนของราคาซื้อขายอันเนื่องมาจากสภาวะอุปสงค์และอุปทานของวัตถุดิบหลักดังกล่าวในตลาดโลก ซึ่งปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยที่อยู่เหนือความควบคุมของบริษัท

อย่างไรก็ตาม หากราคาวัตถุดิบเกิดความผันผวนถึงขนาดที่มีนัยสำคัญ บริษัทสามารถจะปรับราคาค่าผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับต้นทุนวัตถุดิบที่มีความผันผวนนั้นได้ ตามข้อตกลงในสัญญาซื้อขายชิ้นส่วนที่บริษัททำกับลูกค้า นั้น ได้กำหนดให้บริษัทและลูกค้าสามารถพิจารณาปรับราคาได้เป็นครั้งคราว เช่น ทุกๆ 6 เดือน หรือทุกๆ ครั้งที่ราคาวัตถุดิบมีการเปลี่ยนแปลงตั้งแต่ร้อยละ 3 ขึ้นไป เป็นต้น ซึ่งการปรับราคาแต่ละครั้งคู่สัญญาทั้งสองฝ่ายจะทำการตกลงร่วมกัน โดยบางครั้งลูกค้าจะยินยอมให้ทำการปรับราคาย้อนหลังด้วย ซึ่งการปรับราคาได้ดังกล่าวจะช่วยทำให้ผลกระทบจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบลดลง และบริษัทได้กำหนดนโยบายให้ผู้ผลิตทำการลดต้นทุนเพื่อเกิดการบริหารจัดการต้นทุนที่ดี ซึ่งเมื่อผู้ผลิตมีความแข็งแกร่ง มีต้นทุนการบริหารจัดการที่ต่ำแล้วก็จะสามารถควบคุมราคาขายให้มีเสถียรภาพได้แม้ราคาวัตถุดิบจะสูงขึ้นก็ตาม

3.4 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

ในปี 2560 บริษัทมีการจัดซื้อวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบโดยนำเข้าจากต่างประเทศประมาณร้อยละ 27.06 ของยอดซื้อวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบทั้งหมด โดยบริษัทมียอดการสั่งซื้อวัตถุดิบและชิ้นส่วนประกอบทั้งหมดที่เป็นสกุลเงินตราต่างประเทศตลอดทั้งปีเทียบเท่าเงินบาทจำนวนประมาณ 457 ล้านบาท ซึ่งทำให้บริษัทมีความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศในกรณีที่อัตราแลกเปลี่ยนมีการปรับตัวสูงขึ้น

3.5 ความเสี่ยงจากการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่

ปัจจุบันบริษัทมีลูกค้ารายใหญ่ 8 ราย ประกอบด้วยบริษัทผู้ผลิตรถยนต์รายใหญ่ 7 ราย และผู้ผลิตรถจักรยานยนต์รายใหญ่ 1 ราย โดยรายได้รวมจากการขายผลิตภัณฑ์ให้แก่บริษัทเหล่านี้คิดเป็นประมาณร้อยละ 82 ของรายได้รวมของบริษัทในปี 2560 ดังนั้นบริษัทจึงอาจมีความเสี่ยงด้านรายได้หากผู้ผลิตรายใดรายหนึ่งลดปริมาณการผลิตหรือเลิกการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์จากบริษัทซึ่งอาจมีผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจ สถานะทางการเงินและผลการดำเนินการของบริษัทในอนาคต

อย่างไรก็ตาม บริษัทเป็นผู้ผลิตสายควบคุมสำหรับรถยนต์และรถจักรยานยนต์และชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์ที่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 39 ปี โดยได้พัฒนาประสิทธิภาพการผลิตจนมีชื่อเสียง มีเทคโนโลยีการผลิตที่ได้คุณภาพและมีประสิทธิภาพที่เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง มีต้นทุนการผลิตที่แข่งขันได้ มีห้องทดสอบผลิตภัณฑ์เป็นของตนเอง ส่งผลให้ลดเวลาและเพิ่มความรวดเร็วในการดำเนินงาน อีกทั้งการทำธุรกิจกับบริษัทผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์รายใหญ่มาเป็นเวลานาน มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ คือ ไฮเล็กซ์ คอร์ปอเรชั่น ซึ่งเป็นผู้ผลิตสายควบคุมชั้นนำของประเทศญี่ปุ่น ตลอดจนการเป็นบริษัทในกลุ่มของซัมมิต คอร์ปอเรชั่น ซึ่งเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และรถจักรยานยนต์รายใหญ่ของประเทศไทย ที่มีประสบการณ์ในธุรกิจมานานเป็นผู้ผลิตที่มีความน่าเชื่อถือในเรื่องของคุณภาพผลิตภัณฑ์ โดยผลิตภัณฑ์ของบริษัทในกลุ่มซัมมิต คอร์ปอเรชั่น ครอบคลุมถึงอุปกรณ์และชิ้นส่วนเกือบทุกชนิดในรถยนต์และรถจักรยานยนต์ อาทิ ตัวถัง เบาะที่นั่ง ผนังประตูข้าง ฯลฯ ซึ่งคุณสมบัติดังกล่าวทำให้เห็นว่าเป็นไปได้ต่ำที่บริษัทผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์เหล่านี้จะเปลี่ยนไปสั่งซื้อจากคู่แข่งของบริษัท

อนึ่ง บริษัทได้มีนโยบายกระจายความเสี่ยงโดยมีแผนการจะเพิ่มการส่งออกไปยังต่างประเทศมากขึ้น เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่อีกทางหนึ่งด้วย

3.6 ความเสี่ยงจากการที่บริษัทมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ถือหุ้นรวมกันเกินกว่าร้อยละ 50 และการมีอำนาจบริหารจัดการบริษัทและผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นรายใหญ่อาจขัดแย้งกับผลประโยชน์ของบริษัท และ/หรือผู้ถือหุ้นรายอื่นของบริษัท

บริษัทมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มจุฬารัฐ กลุ่ม Hi-Lex Corporation และกลุ่มพัฒนาเมลิ้ง (รายละเอียดเพิ่มเติมใน : ข้อมูลหลักทรัพย์และผู้ถือหุ้น) โดย ณ วันที่ 30 กันยายน 2560 ทั้งสามกลุ่มมีการถือหุ้นในบริษัทรวมเป็นจำนวน 209,678,300 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80.71 ของทุนจดทะเบียนและชำระแล้วของบริษัท จึงทำให้ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ทั้ง 3 ราย มีจำนวนหุ้นเพียงพอที่จะควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นกรณีการแต่งตั้งกรรมการ หรือขอมติในเรื่องอื่นใดที่จะต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องกฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทกำหนดว่าต้องมีเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น

นอกจากนี้ ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ยังเป็นผู้มีอำนาจในการบริหารจัดการบริษัท โดยดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัทถึง 6 ท่าน จากทั้งหมด 11 ท่าน จึงมีความเสี่ยงจากการที่ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ใช้อำนาจบริหารจัดการอย่างเบ็ดเสร็จ และบริหารจัดการไปในทางที่ขัดแย้งกับผลประโยชน์ของบริษัท และ/หรือผู้ถือหุ้นรายย่อย ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัทได้

ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นและรายย่อยจึงอาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องของผู้ถือหุ้นรายใหญ่เสนอได้

เพื่อป้องกันความเสี่ยงในประเด็นดังกล่าว บริษัทจึงได้แต่งตั้งบุคคลภายนอกที่มีความเป็นอิสระเข้าร่วมเป็นกรรมการบริษัท จำนวน 4 ท่าน จากจำนวนกรรมการทั้งหมด 11 ท่าน โดยกรรมการอิสระทั้ง 4 ท่าน รับหน้าที่เป็นคณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน และคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการเพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบและให้ความเห็นในประเด็นที่อาจทำให้ผู้ถือหุ้นรายย่อยเสียประโยชน์ รวมทั้งพิจารณาในสรรหาบุคคลเข้าดำรงตำแหน่ง และกำหนดค่าตอบแทนอย่างเหมาะสม

ดังนั้น จึงมีความเป็นไปได้น้อยที่จะเกิดความเสี่ยงดังกล่าวขึ้น

3.7 ความเสี่ยงจากการชดเชยค่าเสียหายจากผลิตภัณฑ์ (Warranty Claim)

ตามที่บริษัทมีหน้าที่ในการรับประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์และต้องรับผิดชอบต่อลูกค้าของบริษัทนั้น 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 2560 ประมาณเกือบ 2 ล้านคัน ภาครัฐมีนโยบายเพิ่มเติมในการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมรถยนต์ของภูมิภาคอาเซียน โดยได้ริเริ่มโครงการ Eco Car 2 ซึ่งคาดว่าโอกาสที่อุตสาหกรรมยานยนต์จะมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องต่อไป

3.9 ความเสี่ยงจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และรถจักรยานยนต์

บริษัทอาจสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดแก่บริษัทคู่แข่ง เนื่องจากอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และรถจักรยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูงทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ จึงมีความเสี่ยงที่อาจเกิดผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจ เนื่องจากการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และรถจักรยานยนต์ต้องใช้ขั้นตอนการผลิตที่มีประสิทธิภาพเพียงตรง เพื่อให้ได้คุณภาพตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละราย นอกจากนี้ในการสั่งซื้อชิ้นส่วนสำหรับรถยนต์หรือรถจักรยานยนต์แต่ละรุ่นนั้น บริษัทผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์จะทำการคัดเลือกผู้ผลิตชิ้นส่วนล่วงหน้าก่อนการผลิตจริง โดยผู้ผลิตชิ้นส่วนที่ผ่านการคัดเลือกแล้ว จะได้รับคำสั่งซื้อผลิตภัณฑ์จากบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ และรถจักรยานยนต์อย่างต่อเนื่องตลอดอายุการผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์รุ่นนั้นๆ อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงรุ่นของรถยนต์และรถจักรยานยนต์ไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีในการผลิตสายควบคุม และชุดควบคุมวงจรหน้าตาของรถยนต์มากนัก

ดังนั้น บริษัทในฐานะที่เป็นผู้ผลิตสายควบคุมสำหรับรถยนต์และรถจักรยานยนต์และชุดควบคุมรางกระจก หน้าต่างรถยนต์ ซึ่งดำเนินธุรกิจมายาวนานกว่า 39 ปี เป็นผู้ผลิตรายใหญ่รายหนึ่งของประเทศ มีผลงานและชื่อเสียงที่เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางในกลุ่มผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์มาเป็นเวลานาน อีกทั้งบริษัทยัง เติบโตด้านการศึกษา วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมยานยนต์ ซึ่ง ทำให้เรามีโอกาสในการขยายสัดส่วนการขายเพิ่มขึ้นและได้เปรียบคู่แข่งอื่นๆ ในการผลิตสายควบคุมและชุด ควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์เพื่อประกอบรถยนต์และรถจักรยานยนต์ในประเทศ ด้วยเหตุผลดังกล่าว ข้างต้น บริษัทจึงมั่นใจว่ายังสามารถจะแข่งขันกับผู้ผลิตรายอื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.10 ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย สิ่งแวดล้อม และชุมชน

บริษัทได้กำหนดนโยบายนโยบายความปลอดภัย สิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างชัดเจน ใน ด้านความปลอดภัยได้ให้ความสำคัญกับทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิต ตั้งแต่การออกแบบเครื่องจักรและ อุปกรณ์ระบบควบคุมการผลิต และระบบควบคุมการเผาระวังและสัญญาณเตือนภัยต่างๆ รวมถึงมีการจัดการ ขั้นตอนการปฏิบัติงานและปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ มีการให้ความรู้ ความเข้าใจกับพนักงานทุกระดับด้วย การจัดการฝึกอบรมด้านความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อม เป็นประจำอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากโครงการ หรือกิจกรรมต่างๆ

นอกจากนี้บริษัทยังได้ส่งเสริมให้มีกิจกรรมต่างๆ เพื่อป้องกันความเสี่ยงทางด้านความปลอดภัยทั้งในงานและ นอกงานอย่างต่อเนื่อง เช่น กิจกรรมการประเมินความเสี่ยง การค้นหาจุดเสี่ยงและจัดอันตรายก่อนการเริ่ม งาน (Completely Check Completely Find out : CCF) กิจกรรมสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านความปลอดภัย (Safety Culture) และโครงการมาตรฐานเครื่องจักรด้านความปลอดภัย (Machine Safety Activity) รวมทั้งการ เตรียมความพร้อมและตอบสนองต่อภาวะฉุกเฉินต่อเหตุการณ์ต่างๆ เช่น การฝึกซ้อมดับเพลิงและอพยพหนีไฟ การฝึกซ้อมแผนฉุกเฉินภาวะสารเคมีหกรั่วไหล เป็นต้น ตลอดจนการจัดกิจกรรม การสร้างจิตสำนึกด้านความ ปลอดภัย อาชีวอนามัยนอกงาน เช่น การรณรงค์ไม่ดื่มแอลกอฮอล์ขณะขับขี เป็นต้น ซึ่งผลลัพธ์ของการดำเนิน โครงการต่างๆ ทำให้อุบัติเหตุมีแนวโน้มลดลง การปฏิบัติตามกฎหมายครบถ้วน บุคลากรพร้อมที่จะปฏิบัติงาน ได้เต็มประสิทธิภาพ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตามเป้าหมายทั้งด้านคุณภาพและด้านความ ปลอดภัย

สำหรับการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อม ชุมชนและสังคมนั้น บริษัทได้จัดให้มีการตรวจวัดสภาพแวดล้อมในการ ทำงานและติดตามคุณภาพอากาศภายในบริษัทอย่างต่อเนื่อง รวมถึงติดตามคุณภาพอากาศโดยทั่วไปในพื้นที่ ชุมชนโดยรอบ ซึ่งมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและป้องกันปัญหา มลพิษ เช่น การจัดให้มีระบบบำบัดอากาศที่มีประสิทธิภาพ เป็นต้น อีกทั้งยังมีการปรับปรุงประสิทธิภาพและ พัฒนาทรัพยากรให้มีประสิทธิผลสูงสุด ลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินการในการกำจัดของเสีย เช่น จัดตั้งโครงการ 3R เพื่อนำวัสดุที่เหลือใช้กลับมาหมุนเวียนหรือสร้างมูลค่าโดยการแปรรูป โดยมีการนำวัสดุเหลือใช้จากการ ผลิตส่งให้ผู้มีส่วนได้เสียนำไปแปรรูปเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ การเพิ่มมูลค่าให้กับวัสดุเหลือใช้โดยนำมาจัดทำ เป็นเครื่องใช้และเครื่องอำนวยความสะดวกให้กับบุคลากรภายในบริษัท ตลอดจนการคิดค้นหาแนวทางในการ ลดการใช้ก๊าซปิโตรเลียมเหลวในกระบวนการผลิต ซึ่งบริษัทได้ร่วมมือกับสถาบันการศึกษาชั้นนำเพื่อจัดตั้งเป็น ศูนย์ศึกษาและพัฒนาการบริหารจัดการพลังงาน การออกแบบกระบวนการผลิตให้ทันสมัยและมีความ ปลอดภัยกับผู้ปฏิบัติงาน ลดการเกิดของเสีย อีกทั้งยังส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูงขึ้น ทั้งนี้บริษัทได้มีการ

รณรงค์และสร้างจิตสำนึกให้กับพนักงานทุกคนในการตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อมโดยเริ่มตั้งแต่สภาพแวดล้อมในการทำงาน ผ่านทางกิจกรรมต่างๆ เช่น กิจกรรม 5ส. และ Big cleaning Day แล้วขยายกรอบแนวคิดไปจนถึงการดูแลสิ่งแวดล้อมของชุมชน ซึ่งได้รับการตอบรับจากพนักงานทุกระดับเป็นอย่างดี

ความเสี่ยงต่อการลงทุนต่อผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์

การซื้อหลักทรัพย์มีโอกาสได้รับผลตอบแทนสูงกว่าการลงทุนประเภทอื่นๆ แต่ก็มีความเสี่ยงที่สูงกว่า นักลงทุนจึงจำเป็นต้องศึกษาความเสี่ยงและประเมินความสามารถในการรับความเสี่ยงของตนเองก่อนตัดสินใจลงทุน ความเสี่ยงหลักๆ ในการลงทุนถือหลักทรัพย์ มีดังนี้

ความเสี่ยงจากภาวะตลาด (Market Risk) ซึ่งขึ้นอยู่กับสภาวะการผันผวนต่างๆ 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 2560 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 นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ต.พานทอง อ.พานทอง จ.ชลบุรี	เจ้าของกรรมสิทธิ์ เจ้าของกรรมสิทธิ์	85 142	- -
2	<u>ที่ดินเปล่า</u> - 3 งาน 78 ตารางวา	ต.ราชาเทวะ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ	เจ้าของกรรมสิทธิ์	4	-
3	<u>อาคารและสิ่งปลูกสร้าง</u> - 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	38 401	- -


ลำดับ	ประเภททรัพย์สิน	ที่ตั้ง	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
4	เครื่องจักรและอุปกรณ์ - บนที่ดิน เลขที่ 700/737 หมู่ที่ 1 นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร	นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ต.พานทอง อ.พานทอง จ.ชลบุรี	เจ้าของกรรมสิทธิ์	357	-
5	เครื่องมือเครื่องใช้สำนักงาน - ใช้ในการดำเนินงาน	นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ต.พานทอง อ.พานทอง จ.ชลบุรี	เจ้าของกรรมสิทธิ์	35	-
รวม				1,062	

4.1.2 สรุปสัญญาสำคัญระหว่างบริษัทกับบริษัทอื่น

- 1) สัญญาการใช้สิทธิและรับความช่วยเหลือด้านเทคนิค (License and Technical Assistance Agreement)
บริษัทได้ทำสัญญากับไฮเล็กซ์ คอร์ปอเรชั่น เพื่อสิทธิในการผลิตสายควบคุมและส่วนประกอบของสายควบคุมทั้งรถยนต์และรถจักรยานยนต์ และสิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้า  และ “HI-LEX” สำหรับการผลิตและประกอบสายควบคุมรถยนต์และรถจักรยานยนต์ในประเทศไทย

สัญญาดังกล่าวมีอายุ 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

สัญญาดังกล่าวหมดอายุไปเมื่อวันที่ 15 กันยายน 2555 และได้ต่ออายุสัญญาต่อไปอีกเป็นเวลา 5 ปี

- 2) สัญญาการใช้สิทธิและรับความช่วยเหลือด้านเทคนิค (License and Technical Assistance Agreement)
บริษัทได้ทำสัญญากับไฮเล็กซ์ คอร์ปอเรชั่น เพื่อสิทธิในการผลิตชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์และส่วนประกอบของชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์แบบใช้สายเคเบิลควบคุม และสิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้า  และ “HI-LEX” สำหรับการผลิต การใช้และการประกอบผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทในประเทศไทย

สัญญาดังกล่าวมีอายุ 10 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 4 มีนาคม 2540 และสามารถต่อสัญญาได้คราวละ 1 ปี หากเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ นอกจากนี้สัญญาดังกล่าวกำหนดว่าในระหว่างอายุของสัญญา บริษัทจะต้องจ่ายเงินค่าธรรมเนียมให้กับไฮเล็กซ์ คอร์ปอเรชั่น ในจำนวนร้อยละ 2 ของรายได้สุทธิที่ได้จากการขายชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์และส่วนประกอบของชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์แบบใช้สายเคเบิลควบคุม ทั้งนี้รายได้สุทธิดังกล่าวคิดจากยอดขายชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์และ

ส่วนประกอบของชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์แบบใช้สายเคเบิลควบคุม หักด้วยค่าบรรจุหีบห่อ เบี่ยงประกันภัย ค่าขนส่ง ค่าจัดเก็บผลิตภัณฑ์ ส่วนลดทางการค้า ภาษีขายที่บริษัทต้องจ่าย และมูลค่า วัตถุดิบและชิ้นส่วนทั้งหมดที่ซื้อจากไฮเล็กซ์ คอร์ปอเรชั่น

สัญญาฉบับเดิมได้หมดอายุไปเมื่อวันที่ 4 มีนาคม 2555 และได้รับการต่ออายุออกไปอีก 5 ปี

- 3) บันทึกความเข้าใจ (Memorandum of Understanding) ในการเสนอราคาสายควบคุมและชิ้นส่วน ประกอบสำหรับโครงการ T6

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


บันทึกดังกล่าวเป็นบันทึกแสดงเจตนาของทั้งสามฝ่ายในการร่วมเสนอตัวเป็นผู้ผลิตสายควบคุมและ ชิ้นส่วนประกอบรถกระบะภายใต้ชื่อโครงการ T6 ของฟอร์ด/อโต้อัลลายแอนซ์

- 4) สัญญาซื้อขายชิ้นส่วนที่ทำกับบริษัท อีซูซุมอเตอร์ (ปทท.) จำกัด, บริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ปทท.) จำกัด ,บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ เอเซีย แปซิฟิค เอ็นจิเนียริง แอนด์ แมนูแฟคเจอร์ จำกัด และ บริษัท ไทยฮอนด้า แมนูแฟคเจอร์ จำกัด

เป็นสัญญาซื้อขายที่บริษัททำกับบริษัทผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์ต่างๆ ดังกล่าว เพื่อบริษัทจะ จำหน่าย ชิ้นส่วนสำหรับผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์แต่ละสัญญาที่มีอายุ 1 ปี และสามารถต่อสัญญาได้คราวละ 1 ปี หากไม่มีฝ่ายใดแสดงเจตนาเลิกสัญญาโดยชัดแจ้ง สัญญาดังกล่าวจะระบุการรับรองและการรับประกัน ชิ้นส่วนที่บริษัทขายให้กับบริษัทต่างๆ ชำต้น รวมถึงหน้าที่และความรับผิดชอบกรณีที่บุคคลที่สามได้รับ บาดเจ็บหรือได้รับความเสียหายต่อทรัพย์สินอันมีสาเหตุมาจากความบกพร่องของผลิตภัณฑ์ของบริษัท

สัญญาดังกล่าวเป็นเพียงสัญญาที่กำหนดเงื่อนไขหลักต่างๆ ทั้งนี้ก่อนที่จะเริ่มต้นสั่งซื้อและผลิตชิ้นส่วนแต่ ละรายการนั้น บริษัทผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์จะประกาศแผนการผลิตแต่ละรุ่นพร้อมทั้ง รายละเอียดคุณสมบัติของชิ้นส่วนที่ต้องการ ซึ่งบริษัทจะต้องออกแบบ และ/หรือผลิตขึ้นงานต้นแบบเพื่อ นำเสนอ หากชิ้นงานของบริษัทได้รับการคัดเลือก บริษัทจึงจะได้รับคำสั่งซื้อ ซึ่งการสั่งซื้อจะเกิดขึ้นเป็นรอบ ตามแผนการผลิตของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์แต่ละราย

4.1.3 เครื่องหมายการค้า

บริษัทมีเครื่องหมายการค้าที่เป็นของบริษัทที่ใช้ในการผลิตและจัดจำหน่ายสายควบคุมรถยนต์และ รถจักรยานยนต์ และชุดควบคุมรางกระจกหน้าต่างรถยนต์ ณ วันที่ 30 กันยายน 2560 เพียงเครื่องหมาย การค้าเดียว คือ 

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย บริษัทร่วม

ณ วันที่ 30 กันยายน 2560 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทที่เกี่ยวข้องคือบริษัท ไฮเล็กซ์ เวียดนาม จำกัด โดยถือหุ้น ในสัดส่วนร้อยละ 6.28 คิดเป็นมูลค่าเงินลงทุนตามราคาทุนรวม 25.70 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.92 ของสินทรัพย์ รวมของบริษัท ทั้งนี้ นโยบายในการลงทุนในบริษัทย่อย บริษัทร่วม และบริษัทที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติมของบริษัทจะ

เน้นธุรกิจที่มีความเกี่ยวเนื่องกับผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท 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	: ประกอบธุรกิจผลิตสายควบคุมรถยนต์และรถจักรยานยนต์ และผลิตชุดควบคุมวางกระจกหน้าต่างรถยนต์ โดยจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้ผลิตรถยนต์ และรถจักรยานยนต์หลักในประเทศ ศูนย์อะไหล่ ตลอดจนส่งออกไปยังผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และรถจักรยานยนต์ในต่างประเทศ
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร เลขที่ 700/737 หมู่ที่ 1 ตำบลพานทอง อำเภopanทอง
และโรงงาน	: 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

ข้อมูลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป

บริษัทมิได้ถือหุ้นใดๆ ในบริษัทอื่นหรือธุรกิจอื่น

ข้อมูลของบุคคลอ้างอิงอื่นๆ

นายทะเบียน

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ : (02) 009 9000

โทรสาร : (02) 009 9991

ผู้สอบบัญชี

บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด

เลขที่ 193/136-137 อาคารเลคริชดา 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 จรรย์นากกร ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 3853

ที่ปรึกษาทางกฎหมาย

-ไม่มี-

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

-ไม่มี-