

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ยูเรกา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ก่อตั้งขึ้นในปี 2545 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินธุรกิจให้บริการออกแบบและผลิตเครื่องจักรสำหรับใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมการประกอบและผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ โดยคุณนรากร ราชพลสิทธิ์และกลุ่มผู้บริหารอีก 5 ท่าน ซึ่งเป็นเป็นวิศวกรผู้มีความรู้และประสบการณ์ในการออกแบบและผลิตเครื่องจักรที่ใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม

ในช่วงเริ่มต้นของการดำเนินธุรกิจ บริษัทให้บริการออกแบบและผลิตเครื่องจักร 3 ประเภท ได้แก่

1. เครื่องทดสอบการรั่วของชิ้นงาน
2. เครื่องประกอบชิ้นงาน
3. เครื่องทำสัญลักษณ์ในชิ้นงาน

ต่อมาภายหลัง เพื่อรองรับความต้องการที่หลากหลายของลูกค้ากลุ่มยานยนต์ บริษัทจึงขยายการให้บริการการออกแบบและผลิตประเภทของเครื่องจักรเพิ่มขึ้นอีก 3 ประเภท ได้แก่ เครื่องล้างทำความสะอาดชิ้นงาน เครื่องขันน็อต และเครื่องกดอัดชิ้นงาน

ในปี 2548 กลุ่มผู้บริหารมีความคิดในการแยกการดำเนินธุรกิจตามประเภทของเครื่องจักร ดังนั้นจึงได้มีการก่อตั้งบริษัทขึ้นอีก 2 บริษัท คือ บริษัท ยูเรกา เซลล์ แอนด์ เซอร์วิส จำกัด เพื่อประกอบธุรกิจออกแบบและผลิตเครื่องขันน็อต และ บริษัท ยูเรกา พรินซ์ตัน จำกัด เพื่อประกอบธุรกิจผลิตชิ้นส่วนเพื่อนำไปประกอบเป็นเครื่องจักร เช่น การเจาะ การตัดแผ่นเหล็กตามขนาด โดยจำหน่ายให้กับทางบริษัทนำมาประกอบเป็นเครื่องจักร อย่างไรก็ตาม ในปี 2552 ผู้บริหารของบริษัทเล็งเห็นว่าการมีบริษัทที่ประกอบธุรกิจคล้ายคลึงกันถึง 3 แห่งทำให้เกิดความสับสนเปลืองค่าใช้จ่ายจากการซ้อนทับกันของการดำเนินงานและยังก่อให้เกิดความสับสนต่อลูกค้า จึงได้ทำการซื้อสินทรัพย์ของทั้ง 2 บริษัทเข้ามาและให้บริษัทเป็นผู้ดำเนินการผลิตทั้งหมด โดยคงเหลือไว้แต่เพียงบริษัทยูเรกา ดีไซน์ จำกัดเพียงบริษัทเดียว และทำการปิดบริษัททั้ง 2 ดังกล่าวลง

ในปี 2550 บริษัทได้ขยายกลุ่มลูกค้าไปสู่กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ โดยมีการส่งออกเครื่องจักร ประเภทเครื่องทดสอบการรั่วของชิ้นงาน ไปยังประเทศอินเดีย ต่อมาในปี 2553 บริษัทได้ทำการร่วมทุนกับบริษัท ฟุจิอิ ไคออนเวิร์ค จำกัด (ประเทศญี่ปุ่น) ในการจัดตั้ง บริษัท ฟุจิอิ ไคออนเวิร์ค (ประเทศไทย) จำกัดด้วยทุนจดทะเบียน 1.00 ล้านบาท โดยบริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 51 และทางบริษัท ฟุจิอิ ไคออนเวิร์ค (ประเทศญี่ปุ่น) ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 49 เพื่อดำเนินธุรกิจตัวแทนจำหน่ายเครื่องเจาะความเที่ยงตรงสูงที่ควบคุมโดยระบบ CNC control ซึ่งออกแบบและผลิตโดยบริษัท ฟุจิอิ ไคออนเวิร์ค จำกัด (ประเทศญี่ปุ่น)

ในปี 2557 บริษัทได้จัดตั้งบริษัทย่อยในต่างประเทศ เพื่อสนับสนุนการขาย และเพิ่มช่องทางธุรกิจในต่างประเทศอย่างสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ณ เมืองซิการัง (Cikarang) ประเทศอินโดนีเซีย เมื่อเดือนเมษายน 2557 และ ณ เมือง ฮายานา (Haryana) ประเทศอินเดีย เมื่อเดือนกันยายน 2557

ปัจจุบัน (ณ วันที่ 18 มีนาคม 2558) บริษัทมีทุนจดทะเบียน 163,625,000 บาท และทุนที่ชำระแล้วทั้งสิ้น 106,250,000 บาท โดยแบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 425,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท โดยคุณนรากร ราชพลสิทธิ์และภรรยา ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 32.79 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ และกลยุทธ์ในการดำเนินงาน

บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำในธุรกิจการออกแบบและผลิตเครื่องจักรและอุปกรณ์จับยึดสำหรับใช้ในอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทยและในเขตภูมิภาค โดยมุ่งเน้นการสร้างค่านาเชื่อถือและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าเดิมและการขยายฐานลูกค้าใหม่ให้มากขึ้นทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ โดยกำหนดเป้าหมายในการดำเนินงาน ในระยะเวลา 3 – 5 ปีได้ดังต่อไปนี้

- เป็นบริษัทที่มียอดขายติดอันดับ 1 ใน 10 ของกลุ่มบริษัทที่มีลักษณะการให้บริการและประเภทเครื่องจักรที่ทำการออกแบบและผลิตคล้ายคลึงกับทางบริษัทภายในปี 2557 (Top 10 AEC)
- ยูเรกาเป็นหนึ่งในสถานที่ทำงานที่ดีที่สุดในประเทศไทยซึ่งผู้สมัครทุกคนมองหา (Happy Work Place)
- เพื่อเป็นเพื่อนคู่คิดในเรื่องเครื่องจักรที่ดีที่สุดสำหรับลูกค้าดังกล่าวค่านิยมของบริษัทว่า “ Your Machine Partner “

กลยุทธ์ในการทำงาน : Better Company Better Life องค์กรรมีแนวคิดและกลยุทธ์ในการปฏิบัติงานโดยภายใต้กรอบที่ว่าองค์กรเจริญเติบโตก้าวหน้าดีขึ้นไปพร้อมๆ กับชีวิตความเป็นอยู่ของพนักงานมีคุณภาพที่ดีขึ้นด้วย

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนากิจการที่สำคัญ

ประวัติความเป็นมาและพัฒนากิจการที่สำคัญของบริษัทสามารถสรุปได้ดังนี้

ปี 2545 – 2550

- 2545 จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทด้วยทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว 1.00 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจออกแบบและผลิตเครื่องจักรและอุปกรณ์จับยึดสำหรับใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม โดยเน้นอุตสาหกรรมยานยนต์
- 2546 เริ่มดำเนินธุรกิจออกแบบและผลิตเครื่องจักรสำหรับการประกอบและทดสอบชิ้นส่วนยานยนต์ และอุปกรณ์จับยึด โดยมีสำนักงานและโรงงานตั้งอยู่ที่ 3/716 ถนนเทศบาลนิมิตรเหนือ แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900
- 2547 ทำการย้ายที่ตั้งสำนักงานและโรงงานของบริษัทจากบริเวณเขตจตุจักรไปยังที่ 259/14 หมู่ที่ 4 ซอยพัชรภา ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร 10210
- 2548 จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท ยูเรกา เซลล์ แอนด์ เซอร์วิส จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว 1.00 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจออกแบบและผลิตเครื่องขันน็อต (Nut tightening machine)
- จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท ยูเรกา พรีเมชั่น จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว 10.00 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรเพื่อจำหน่ายให้กับทางบริษัท
- 2551 เพิ่มทุนจดทะเบียนและชำระแล้วของบริษัทจาก 1.00 ล้านบาทเป็น 5.00 ล้านบาท และเข้าซื้อหุ้นใน บริษัท เบคูลู (ไทยแลนด์) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจจำหน่ายส่วนประกอบของเครื่องจักร อะไหล่ และเครื่องมือต่างๆ ในจำนวน 2,800 หุ้น ในราคามูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท รวมเป็นเงินลงทุน 280,000 บาท คิดเป็นสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 14 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด

ปี 2552

- ก.ค. เพิ่มทุนจดทะเบียนและชำระแล้วของบริษัทจาก 5.00 ล้านบาทเป็น 8.00 ล้านบาท ทั้งนี้ เพื่อรองรับการซื้อสินทรัพย์สุทธิจากการควบรวมกิจการของ บริษัท ยูเรกา เซลล์ แอนด์ เซอร์วิส จำกัด และบริษัท ยูเรกา พรีเมชั่น จำกัด ให้เหลือไว้แต่เพียงบริษัท ยูเรกา ดีไซน์ จำกัด เพียงแห่งเดียว
- ส.ค. ทำการย้ายสำนักงานและโรงงานของบริษัทไปยังเลขที่ 19 หมู่ที่ 11 ตำบลลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ซึ่งมีเนื้อที่ 3 - 3 - 79 ไร่
- ก.ย. ทำการจดทะเบียนปิด บริษัท ยูเรกา เซลล์ แอนด์ เซอร์วิส จำกัด และบริษัท ยูเรกา พรีเมชั่น จำกัดลง

ปี 2553

- มี.ค. ได้รับรางวัลธรรมมาภิบาลดีเด่น ด้านการปฏิบัติต่อพนักงานดีเด่นแห่งปี 2553 จากสถาบันปวีย อิงภากรณ์ สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและสมาคมธนาคารไทย
- ก.ค. ร่วมทุนกับบริษัท พูจิ โอออนเวิร์ค จำกัด (ประเทศญี่ปุ่น) โดยจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท พูจิ โอออนเวิร์ค (ประเทศไทย) จำกัด (บริษัทย่อย) ด้วยทุนจดทะเบียน 1.00 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจตัวแทนจำหน่ายเครื่องกลึง/ไส/ปาด/เจาะความเที่ยงตรงสูงประเภท CNC control โดยบริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 51.00 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด

ส.ค. บริษัทได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนสำหรับกิจการผลิตเครื่องจักร อุปกรณ์ และชิ้นส่วนตามบัตรส่งเสริมการลงทุนเลขที่ 1939(5)/2553 รวมถึงได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับ กำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนเป็นระยะเวลา 8 ปี นับตั้งแต่วันที่ 9 สิงหาคม 2553

ปี 2554

- ก.พ. เพิ่มทุนจดทะเบียนและชำระแล้วของบริษัทจาก 8.00 ล้านบาทเป็น 10.00 ล้านบาท ทั้งนี้ เนื่องจากทางบริษัท ต้องการเพิ่มสภาพคล่องเงินสด โดยการขอเพิ่มวงเงินสินเชื่อระยะสั้นจากสถาบันการเงิน ซึ่งมีการกำหนด เงื่อนไขให้ทางบริษัทมีสัดส่วนหนี้ต่อทุนตามสัดส่วนที่กำหนด
- พ.ย. จ่ายเงินปันผลจากกำไรสะสมของบริษัทให้แก่ผู้ถือหุ้นจำนวน 22.22 ล้านบาท
- ธ.ค. เพิ่มทุนจดทะเบียนและชำระแล้วของบริษัทจาก 10.00 ล้านบาทเป็น 30.00 ล้านบาท เพื่อรองรับการ ขยายตัวของธุรกิจโดยการออกและเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม

ปี 2555

- ก.พ. จ่ายเงินปันผลจากผลประกอบการปี 2554 ให้แก่ผู้ถือหุ้นจำนวน 11.11 ล้านบาท
- มี.ค. เพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทจาก 30.00 ล้านบาทเป็น 60.00 ล้านบาท เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจโดย การออกและเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม
- มี.ค. มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างผู้ถือหุ้น โดยกลุ่มผู้ถือหุ้นเดิมลดสัดส่วนการถือหุ้นจากร้อยละ 100.00 เป็นร้อย ละ 86.67 ของจำนวนหุ้นชำระแล้วทั้งหมด โดยผู้ถือหุ้นเดิมขายหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 13.33 ให้แก่ผู้ถือหุ้นราย อื่นและพนักงานของบริษัทจำนวนรวม 30 ราย
- ก.ค. ที่ประชุมผู้ถือหุ้นมีมติอนุมัติการแปรสภาพบริษัทเป็นบริษัทมหาชน จำกัด และเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัท ยูเรกา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) จาก 60.00 ล้านบาทเป็น 85.00 ล้านบาท (จำนวน 170,000,000 หุ้น มูลค่าที่ ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท) เพื่อรองรับการเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ
- ต.ค. บริษัทมีการปรับปรุงงบการเงินปี 2554 ส่งผลให้กำไรสุทธิลดลง และต้องเรียกเงินปันผลที่ได้จ่ายไปแล้ว กลับคืนมาบางส่วน เป็นเงินจำนวน 2.67 ล้านบาท
- ธ.ค. ผู้ถือหุ้นจ่ายคืนเงินปันผลที่บริษัทเรียกคืนครบทั้งจำนวน

ปี 2556

- ก.พ. เพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทจาก 60.00 ล้านบาทเป็น 85.00 ล้านบาท โดยการออกหุ้นใหม่จำนวน 50,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท เสนอขายต่อประชาชน
- มี.ค. เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ
- ส.ค. ลงทุนในบริษัทย่อย โดยจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท ยูเรกา ดีไซน์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ในประเทศสิงคโปร์ เพื่อรองรับแผนขยายธุรกิจในต่างประเทศไปยังภูมิภาคอาเซียน ทุนจดทะเบียน 0.5 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ โดยบริษัทถือหุ้นในสัดส่วน 100%

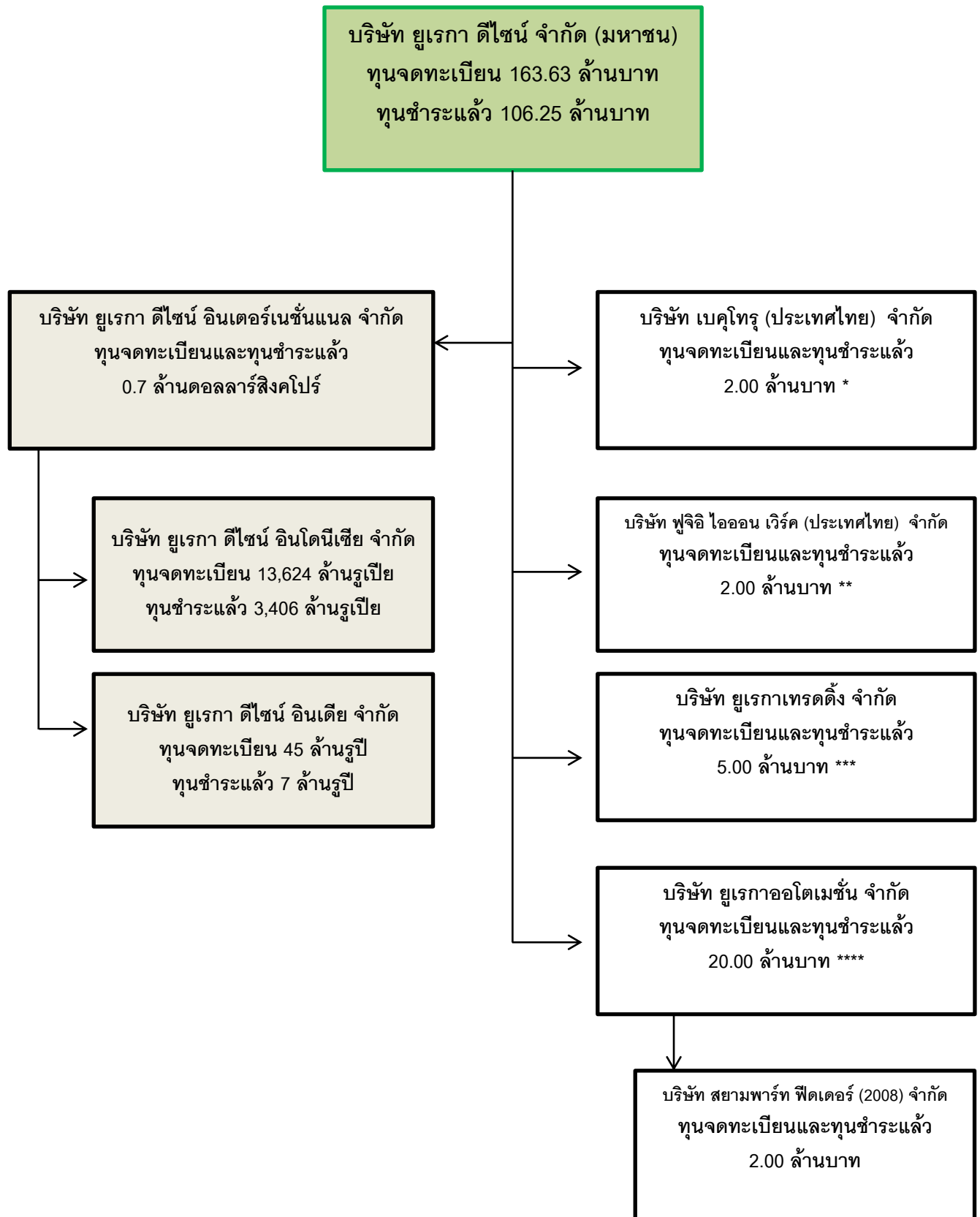
- พ.ย. ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น ประจำปี 2556 ประเภทอุตสาหกรรมขนาดกลาง จากสำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม
- . ได้รับรางวัล 5ส Model Award ประจำปี 2556 จากสมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
- ธ.ค จดทะเบียนเพิ่มทุนบริษัท พูจิอิ โฮออน เวิร์ค (ประเทศไทย) จำกัด จากทุนจดทะเบียน 1.00 ล้านบาท เป็นทุนจดทะเบียน 2.00 ล้านบาท

ปี 2557

- เม.ย จัดตั้งบริษัทย่อย PT. EUREKA DESIGN INDONESIA ณ เมืองซิการัง ประเทศอินโดนีเซีย เพื่อรองรับการขยายตัวทางธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์
- ก.ย จัดตั้งบริษัทย่อย EUREKA DESIGN INDIA PRIVATE LIMITED ณ เมืองฮายานา ประเทศอินเดีย เพื่อรองรับการขยายตัวทางธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์
- ต.ค ได้รับประกาศนียบัตรตราสัญลักษณ์ไทยแลนด์ ทรัสต์ มาร์ก (Thailand Trust Mark) TTM จากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เพื่อแสดงให้เห็นถึงความมีมาตรฐานและคุณภาพทางด้านสินค้าและบริการ มีความน่าเชื่อถือได้ในระดับสากลและได้รับความไว้วางใจจากทั่วโลก
- ธ.ค เปิดสาขาชลบุรี ณ ตำบลบ่อวิน อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี เพื่อเป็นศูนย์การให้บริการทางวิศวกรรมและติดต่อประสานงานขายในเขตชลบุรี และระยอง รวมถึงพื้นที่ใกล้เคียง
- ธ.ค จดทะเบียนเพิ่มทุน บริษัท ยูเรกา ดีไซน์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ในประเทศสิงคโปร์ อีกจำนวน 0.2 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ เป็นทุนจดทะเบียนใหม่ 0.7 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ โดยบริษัทถือหุ้นในสัดส่วน 100%
- ธ.ค จดทะเบียนจัดตั้ง บริษัท ยูเรกาอโตเมชัน จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจออกแบบและผลิตเครื่องจักรระบบอัตโนมัติ ด้วยทุนจดทะเบียน 20 ล้านบาท
- ธ.ค จดทะเบียนจัดตั้ง บริษัท ยูเรกาเทรคคิง จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจตัวแทนในการจัดหาวัสดุอุปกรณ์ในการผลิตและตัวแทนจำหน่ายสินค้าและอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร ด้วยทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท (ณ วันที่ 18 มีนาคม 2558)

ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย



* บริษัท เบคูลู (ประเทศไทย) จำกัด บริษัทถือหุ้นในสัดส่วน 14%

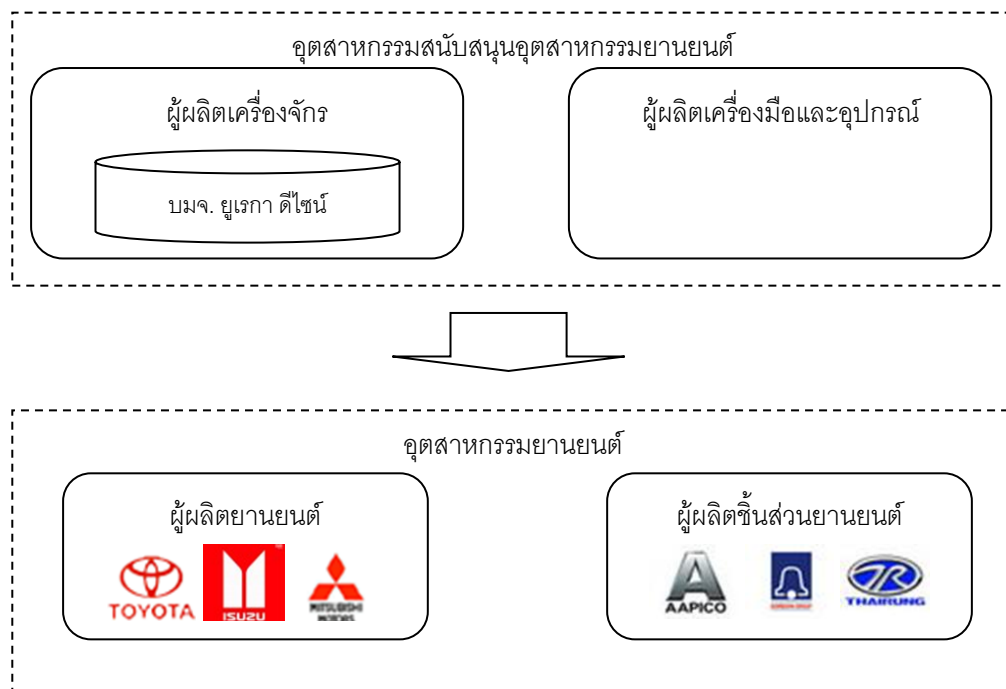
** บริษัท ฟุจิ โอออน เวิร์ค (ประเทศไทย) จำกัด บริษัทถือหุ้นในสัดส่วน 51% บริษัทฟุจิ โอออนเวิร์ค จำกัด (ญี่ปุ่น) ถือหุ้นในสัดส่วน 49%

*** บริษัท ยูเรกาเทรดดิ้ง จำกัด บริษัทถือหุ้นในสัดส่วน 100%

**** บริษัท ยูเรกาอโตเมชัน จำกัด บริษัทถือหุ้นในสัดส่วน 59.99%

บริษัท ยูเรกา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน)

บริษัท ยูเรกา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจให้บริการออกแบบและผลิตเครื่องจักรสำหรับการประกอบและทดสอบชิ้นส่วนยานยนต์และอุปกรณ์จับยึด สำหรับใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมการประกอบและผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ธุรกิจของบริษัทจึงจัดเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมสนับสนุนอุตสาหกรรมยานยนต์ดังนี้



การให้บริการออกแบบและผลิตเครื่องจักรของบริษัทในลักษณะออกแบบตามความต้องการของลูกค้า (Design to order) ซึ่งบริษัทจะออกแบบและผลิตเครื่องจักรตามความต้องการของลูกค้าแต่ละรายที่แตกต่างกันตามประเภทของเครื่องจักร โดยทางบริษัทจะส่งทีมวิศวกรที่มีความเชี่ยวชาญเข้าร่วมประชุมกับลูกค้าเพื่อรับทราบความต้องการของเครื่องจักรที่ลูกค้าต้องการใช้ในการนำไปผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ รวมทั้งให้คำปรึกษาและคำแนะนำเกี่ยวกับรูปแบบของเครื่องจักรที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างดีที่สุดทั้งในด้านลักษณะการใช้งานและรูปลักษณะภายนอก เครื่องจักรที่ทางบริษัทผลิตนั้นมีหลายประเภทซึ่งเครื่องจักรแต่ละประเภทก็จะมีคุณสมบัติในการทำงานที่แตกต่างกันไป โดยประเภทเครื่องจักรที่บริษัทสามารถผลิตได้นั้นได้แก่ เครื่องที่ใช้ในการผลิต การทดสอบ การทำความสะอาด การประกอบ รวมถึงการทำสัญลักษณ์ในชิ้นส่วนสำหรับระบบต่างๆ ที่เป็นส่วนประกอบของยานยนต์ ไม่ว่าจะเป็นระบบเครื่องยนต์ ระบบบังคับเลี้ยว ระบบส่งกำลัง ระบบกันสะเทือน ระบบเบรก ฯลฯ

บริษัทให้บริการออกแบบและผลิตเครื่องจักรให้กับผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) ในอุตสาหกรรมยานยนต์หลายกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นบริษัทผู้ประกอบรถยนต์/รถจักรยานยนต์ หรือบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ โดยลูกค้าของบริษัทจะมีความต้องการเครื่องจักรใหม่เมื่อมีการออกยานยนต์รุ่นใหม่ (New Model) เข้าสู่ตลาด หรือเมื่อมีการเพิ่มกำลังการผลิตยานยนต์ และจะมีความต้องการเปลี่ยนชุดอุปกรณ์จับยึด (Jig) ในเครื่องจักรเดิมเมื่อมีการทำโมเนอร์เซนจ์ยานยนต์โมเดลเดิม ซึ่งโดยทั่วไปแล้วผู้ประกอบการจะมีการออกรถยนต์รุ่นใหม่ในทุกๆ 4 – 7 ปี ตามแต่ประเภทของรถยนต์ และมีการทำการปรับโฉมที่เรียกว่าโมเนอร์เซนจ์ในทุกๆ 1.5 – 2.5 ปี หลังจากที่มีการจำหน่ายรถยนต์ในแต่ละรุ่น และผู้ประกอบการรถยนต์จะมีการออกโมเดลใหม่ในทุกๆ 1 – 1.5 ปีและมีการทำโมเนอร์เซนจ์ถึง 7 – 8 รอบต่อปี

ทั้งนี้ รูปแบบการนำเสนอบริการของบริษัทแบ่งออกเป็น 2 ช่องทาง คือ การนำเสนอบริการไปยังลูกค้าโดยตรง (End User) และการนำเสนอบริการผ่านบริษัทที่ทำธุรกิจซื้อขายไป (Trading company) โดยลูกค้าของกลุ่มบริษัทมีทั้งลูกค้าในประเทศ และลูกค้าในต่างประเทศ เช่น เวียดนาม และอินเดีย อย่างไรก็ตามในปัจจุบันทางบริษัทมุ่งเน้นที่จะนำเสนอบริการโดยตรงไปยังลูกค้าในประเทศเป็นหลัก

รูปแบบการให้บริการของบริษัทสามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มหลัก ดังต่อไปนี้

1. การออกแบบและผลิตเครื่องจักรใหม่ โดยเครื่องจักรที่บริษัทผลิตสามารถแยกเป็น 6 ประเภทหลัก ดังนี้
 - 1.1. เครื่องทดสอบการรั่วของชิ้นงาน (Leak test machine)
 - 1.2. เครื่องล้างทำความสะอาดชิ้นงาน (Washing machine)
 - 1.3. เครื่องกดอัดชิ้นงาน (Press machine)
 - 1.4. เครื่องขันน็อต (Nut tightening machine)
 - 1.5. เครื่องประกอบชิ้นงาน (Special assembly machine)
 - 1.6. เครื่องทำสัญลักษณ์ในชิ้นงาน (Marking machine)
2. การออกแบบและผลิตชุดอุปกรณ์จับยึด (Jig) สำหรับปรับปรุงเครื่องจักรเดิม
3. การปรับปรุง แก้ไข เปลี่ยนแปลงและซ่อมแซมเครื่องจักรเดิม และการจัดหาอุปกรณ์และวัสดุสิ้นเปลืองให้ลูกค้า

บริษัท ฟุจิอิ โอออน เวิร์ค (ประเทศไทย) จำกัด

บริษัท ฟุจิอิ โอออนเวิร์ค (ประเทศไทย) จำกัด (“ฟุจิอิ โอออนเวิร์ค”) เป็นบริษัทที่เกิดจากการร่วมทุนระหว่างบริษัท ยูเรกา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) และบริษัท ฟุจิอิ โอออนเวิร์ค จำกัด (ประเทศญี่ปุ่น) เพื่อดำเนินธุรกิจตัวแทนจำหน่ายเครื่องจักรประเภทเครื่องกลึง/ไส/ปาด/เจาะ ชนิดความเที่ยงตรงสูง (Machining machine) ที่ออกแบบและผลิตโดยบริษัท ฟุจิอิ โอออนเวิร์ค จำกัด (ประเทศญี่ปุ่น) ซึ่งใช้สำหรับการขึ้นรูปชิ้นงานในอุตสาหกรรมยานยนต์ โดยความโดดเด่นของเครื่องจักรของฟุจิอิ โอออนเวิร์ค คือ เป็นเครื่องกลึง/ไส/ปาด/เจาะ ที่ควบคุมโดยระบบ CNC ซึ่งเป็นเทคโนโลยีการผลิตที่ไม่มีผู้ประกอบการในประเทศไทยรายใดสามารถผลิตได้ อย่างไรก็ตามเครื่องจักรที่ทางฟุจิอิ โอออนเวิร์คจำหน่ายจะเป็นเครื่องจักรคนละประเภทกับเครื่องจักรที่บริษัทผลิตและมีกลุ่มลูกค้าแยกจากกันอย่างชัดเจน

บริษัท เบคูลู (ไทยแลนด์) จำกัด

บริษัท เบคูลู (ไทยแลนด์) จำกัด เป็นบริษัทที่ก่อตั้งโดย บริษัท เวคเตอร์ จำกัด (ประเทศญี่ปุ่น) เพื่อดำเนินธุรกิจตัวแทนจำหน่ายเครื่องจักรประเภทเครื่องทำสัญลักษณ์ (Marking machine) ที่ออกแบบและผลิตโดยบริษัท เวคเตอร์ จำกัด (ประเทศญี่ปุ่น) ซึ่งใช้เป็นส่วนประกอบสำคัญในการออกแบบและผลิตเครื่องทำสัญลักษณ์ของบริษัท โดยในปี 2551 ผู้ถือหุ้น

ใหญ่คือบริษัท เวคเตอร์ จำกัด (ประเทศญี่ปุ่น) ได้ชักชวนบริษัท ยูเรกา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) และลูกค้ารายอื่นๆ ให้เข้าร่วมถือหุ้นในบริษัท เบคูลู (ไทยแลนด์) จำกัด และบริษัทได้ตกลงเข้าซื้อหุ้นจำนวน 2,800 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14 ของทุนจดทะเบียนและทุนที่ชำระแล้ว ในราคาหุ้นละ 100 บาทเป็นจำนวนเงินลงทุนทั้งสิ้น 280,000 บาท

บริษัท ยูเรกา ดีไซน์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

บริษัท ยูเรกา ดีไซน์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เป็นบริษัทที่จัดตั้งในประเทศสิงคโปร์ เพื่อการลงทุนในการขยายธุรกิจระหว่างประเทศไปในภูมิภาคอาเซียน และตอบสนองกำลังการบริโภคในแต่ละประเทศที่มีการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมยานยนต์อย่างต่อเนื่อง ตามแผนและนโยบายการขยายการลงทุนของบริษัท ทั้งนี้แผนงานระหว่างประเทศนี้ได้รับอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 13 สิงหาคม 2556 ดังนี้

บริษัทย่อย	ลักษณะธุรกิจ	ประเทศ	กำหนดจัดตั้ง
บริษัท ยูเรกา ดีไซน์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	การลงทุน	สิงคโปร์	ปี 2556
บริษัท ยูเรกา ดีไซน์ อินโดนีเซีย จำกัด	ผลิตเครื่องจักร	อินโดนีเซีย	ปี 2557
บริษัท ยูเรกา ดีไซน์ อินเดีย จำกัด	ผลิตเครื่องจักร	อินเดีย	ปี 2557
บริษัท ยูเรกา ดีไซน์ เวียดนาม จำกัด	ผลิตเครื่องจักร	เวียดนาม	ปี 2558

*ที่ประชุมได้อนุมัติทุนจดทะเบียนและงบประมาณเพื่อดำเนินการจัดตั้งบริษัทย่อยแห่งใหม่ทั้ง 4 ประเทศ ดังกล่าวเป็นจำนวนเงินงบประมาณรวม 30 ล้านบาท

บริษัท ยูเรกาอโตเมชัน จำกัด

บริษัท ยูเรกาอโตเมชัน จำกัด เป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นเพื่อประกอบธุรกิจออกแบบและผลิตเครื่องจักรในระบบอัตโนมัติ (งาน Automation) เพื่อรองรับการขยายตัวในธุรกิจในทุกอุตสาหกรรมที่มีความจำเป็นต้องใช้เครื่องจักรระบบอัตโนมัติ และทดแทนการใช้แรงงาน โดยกิจการของบริษัทย่อยแห่งนี้จะเป็นส่วนสำคัญในการสนับสนุนงานของบริษัท ยูเรกา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) ได้เป็นอย่างดีในอนาคต

บริษัท ยูเรกาเทรดดิ้ง จำกัด

บริษัท ยูเรกาเทรดดิ้ง จำกัด เป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นเพื่อประกอบธุรกิจตัวแทนในการจัดหา จัดจ้างและตัวแทนจำหน่ายสินค้า อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร ในกลุ่มอุตสาหกรรมต่าง ๆ เพื่อรองรับการขยายตัวในธุรกิจในทุกอุตสาหกรรม โดยกิจการของบริษัทย่อยแห่งนี้จะเป็นส่วนสำคัญในการสนับสนุนงานของบริษัท ยูเรกา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) ได้เป็นอย่างดีในอนาคต

นโยบายในการบริหารงานของกลุ่มบริษัท

บริษัท ยูเรกา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) มีนโยบายเป็นผู้กำหนดทิศทางและกลยุทธ์ในการบริหารงานของบริษัทย่อยที่เป็นการลงทุนในต่างประเทศ คือ บริษัท ยูเรกา ดีไซน์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด และบริษัทอื่นๆในต่างประเทศซึ่งอยู่ในระหว่างดำเนินการตามแผนงานระหว่างประเทศในอนาคต ทั้งนี้ยกเว้นบริษัทย่อยในประเทศไทย คือ บริษัท พูจิอิ โอออน เวิร์ค (ประเทศไทย) ซึ่งเป็นการร่วมลงทุนระหว่าง บริษัทฯ กับ บริษัท พูจิอิ โอออน เวิร์ค จำกัด (ประเทศญี่ปุ่น) บริษัทฯ ร่วมกันกำหนดนโยบายและทิศทางการดำเนินงานร่วมกันกับฝ่ายบริหารจากผู้ร่วมทุนในประเทศญี่ปุ่น โดยการสนับสนุนจาก

บริษัทฯ ในงานด้านการตลาด และการขาย โดยบริษัทฯ มีความสัมพันธ์อันดีกับฐานลูกค้าในกลุ่มธุรกิจยานยนต์ในประเทศไทย จึงทำให้เป็นแนวทางในการเข้าพบลูกค้าและติดต่อเจรจาธุรกิจต่าง ๆ ระหว่าง บริษัท ฟุจิอิ ไคออน เวิร์ค (ประเทศไทย) จำกัด กับ กลุ่มธุรกิจยานยนต์ในประเทศไทย ทำให้เพิ่มโอกาสทางธุรกิจได้อย่างรวดเร็วและเพิ่มช่องทางการจำหน่ายไปพร้อมกัน

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท ยูเรกา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจให้บริการออกแบบและผลิตเครื่องจักรสำหรับการประกอบและทดสอบชิ้นส่วนยานยนต์และอุปกรณ์จับยึด สำหรับใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมการประกอบและผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ให้บริการออกแบบและผลิตเครื่องจักรของบริษัทในลักษณะออกแบบตามความต้องการของลูกค้า (Design to order) ซึ่งบริษัทจะออกแบบและผลิตเครื่องจักรตามความต้องการของลูกค้าแต่ละรายที่แตกต่างกันตามประเภทของเครื่องจักร โดยทางบริษัทจะส่งทีมวิศวกรที่มีความเชี่ยวชาญเข้าร่วมประชุมกับลูกค้าเพื่อรับทราบความต้องการของเครื่องจักรที่ลูกค้าต้องการใช้ในการนำไปผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ รวมทั้งให้คำปรึกษาและคำแนะนำเกี่ยวกับรูปแบบของเครื่องจักรที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างดีที่สุดในด้านลักษณะการใช้งานและรูปลักษณะภายนอก เครื่องจักรที่ทางบริษัทผลิตนั้นมีหลายประเภทซึ่งเครื่องจักรแต่ละประเภทก็จะมีคุณสมบัติในการทำงานที่แตกต่างกันไป โดยประเภทเครื่องจักรที่บริษัทสามารถผลิตได้นั้นได้แก่ เครื่องที่ใช้ในการผลิต การทดสอบ การทำความสะอาด การประกอบ รวมถึงการทำสัญลักษณ์ในชิ้นส่วนสำหรับระบบต่างๆ ที่เป็นส่วนประกอบของยานยนต์ ไม่ว่าจะเป็นระบบเครื่องยนต์ ระบบบังคับเลี้ยว ระบบส่งกำลัง ระบบกันสะเทือน ระบบเบรก ฯลฯ

ทั้งนี้ รูปแบบการนำเสนอบริการของบริษัทแบ่งออกเป็น 2 ช่องทาง คือ การนำเสนอบริการไปยังลูกค้าโดยตรง (End User) และการนำเสนอบริการผ่านบริษัทที่ทำธุรกิจซื้อขายไป (Trading company) โดยลูกค้าของกลุ่มบริษัทมีทั้งลูกค้าในประเทศ และลูกค้าในต่างประเทศ เช่น เวียดนาม อินโดนีเซีย และอินเดีย ทั้งนี้กลุ่มบริษัทมีแนวโน้มที่จะขยายทิศทางไปยังลูกค้าในต่างประเทศที่มีความพร้อมและการเติบโตในอุตสาหกรรมยานยนต์ และมีกำลังการซื้อปริมาณมาก

รูปแบบการให้บริการของบริษัทสามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มหลัก ดังต่อไปนี้

1. การออกแบบและผลิตเครื่องจักรใหม่ โดยเครื่องจักรที่บริษัทผลิตสามารถแยกเป็น 6 ประเภทหลัก ดังนี้
 - 1.1. เครื่องทดสอบการรั่วของชิ้นงาน (Leak test machine)
 - 1.2. เครื่องล้างทำความสะอาดชิ้นงาน (Washing machine)
 - 1.3. เครื่องกดอัดชิ้นงาน (Press machine)
 - 1.4. เครื่องขันน็อต (Nut tightening machine)
 - 1.5. เครื่องประกอบชิ้นงาน (Special assembly machine)
 - 1.6. เครื่องทำสัญลักษณ์ในชิ้นงาน (Marking machine)
2. การออกแบบและผลิตชุดอุปกรณ์จับยึด (Jig) สำหรับปรับปรุงเครื่องจักรเดิม
3. การปรับปรุง แก้ไข เปลี่ยนแปลงและซ่อมแซมเครื่องจักรเดิม และการจัดหาอุปกรณ์และวัสดุสิ้นเปลืองให้ลูกค้า

โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ของบริษัทและบริษัทย่อยแบ่งตามประเภทของสินค้าและบริการ

ประเภทของสินค้าและบริการ	ดำเนินการโดย	งบการเงินรวม					
		ปี 2555		ปี 2556		ปี 2557	
		ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. การออกแบบและผลิตเครื่องจักรใหม่							
เครื่องทดสอบการรื้อของชิ้นงาน	บริษัท	47.72	15.58	40.95	10.17	24.70	7.96
เครื่องล้างชิ้นส่วน	บริษัท	17.05	5.57	25.46	6.32	3.19	1.03
เครื่องกดอัดชิ้นงาน	บริษัท	21.26	6.94	31.38	7.79	36.49	11.76
เครื่องขันน็อต	บริษัท	36.25	11.83	93.98	23.33	11.88	3.83
เครื่องประกอบชิ้นส่วน	บริษัท	82.27	26.86	149.19	37.04	164.91	53.16
เครื่องทำสัญลักษณ์ในชิ้นงาน	บริษัท	12.63	4.12	11.34	2.82	4.55	1.47
การขายเครื่องกลึง/ไส/ปาด/เจาะ	ฟูลิจิ	41.33	13.49	3.54	0.88	7.18	2.31
รวม		258.51	84.39	355.84	88.34	252.90	81.53
2. การออกแบบและผลิตอุปกรณ์จับยึด	บริษัท	8.11	2.65	12.23	3.04	11.22	3.62
3. บริการปรับปรุงและแก้ไขเครื่องจักร และการจัดหาอุปกรณ์และวัสดุสิ้นเปลือง	บริษัท	39.67	12.96	34.72	8.62	46.07	14.85
รวมรายได้จากการขายและบริการ		306.29	100.00	402.79	100.00	310.19	100.00

โครงสร้างรายได้ของบริษัทแบ่งตามพื้นที่การจำหน่าย

รายได้จากการขายและบริการ	งบการเงินรวม					
	ปี 2555		ปี 2556		ปี 2557	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. รายได้จากการจำหน่ายในประเทศ	278.92	91.06	374.25	92.91	292.27	94.22
2. รายได้จากการส่งออก	27.37	8.94	28.54	7.09	17.92	5.78
รายได้จากการขายและบริการ	306.29	100.00	402.79	100.00	310.19	100.00

โครงสร้างรายได้ของบริษัทแบ่งตามกลุ่มลูกค้า

กลุ่มลูกค้า	งบการเงินรวม					
	ปี 2555		ปี 2556		ปี 2557	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. ผู้ประกอบยานยนต์						
ผู้ประกอบรถยนต์	31.58	10.31	141.97	35.25	79.30	25.56
ผู้ประกอบรถจักรยานยนต์	64.35	21.01	42.98	10.67	8.43	2.72
2. ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ลำดับที่ 1	210.36	68.68	217.84	54.08	222.46	71.72
รายได้จากการขายและบริการ	306.29	100.00	402.79	100.00	310.19	100.00

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทนำเสนอบริการทางวิศวกรรมในการออกแบบและผลิตเครื่องจักรสำหรับประกอบและทดสอบชิ้นส่วนยานยนต์ และอุปกรณ์จับยึดสำหรับใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม รวมทั้งการปรับปรุงแก้ไขเครื่องจักรเดิมเพื่อซ่อมแซมและพัฒนาประสิทธิภาพการใช้งาน โดยมีลักษณะการออกแบบและผลิตแบบ Customisation หรือ Design to order ซึ่งจะออกแบบเครื่องจักรที่มีคุณสมบัติและลักษณะการใช้งานตามความต้องการของลูกค้าแต่ละราย

ทั้งนี้ การให้บริการของบริษัทสามารถจำแนกได้เป็น 3 กลุ่มหลัก ดังนี้

- 1) การออกแบบและผลิตเครื่องจักรใหม่
- 2) การออกแบบและผลิตชุดอุปกรณ์จับยึด (Jig) สำหรับปรับปรุงเครื่องจักรเดิม
- 3) การปรับปรุง แก้ไขและซ่อมแซมเครื่องจักร และการจัดหาอุปกรณ์และวัสดุสิ้นเปลืองให้ลูกค้า

โดยมีสัดส่วนรายได้ของการให้บริการทั้ง 3 รูปแบบ ดังนี้

	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557
เครื่องจักรใหม่	84.39%	93.12%	85.88%
อุปกรณ์จับยึด	2.65%	3.05%	3.92%
งานปรับปรุง	12.96%	3.84%	10.20%
รวมรายได้จากการขายและบริการ	100.00%	100.00%	100.00%

2.1.1 การออกแบบและผลิตเครื่องจักรใหม่

บริษัทให้บริการออกแบบและผลิตเครื่องจักรตามคำสั่งของลูกค้า ถือเป็นงานบริการหลักของบริษัท โดยมีสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 84.39 – 93.12 ของรายได้จากการขายและบริการตลอดช่วงเวลา 3 ปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ ลูกค้าส่วนใหญ่บริษัทอยู่ในอุตสาหกรรมยานยนต์ โดยเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ หรือผู้ประกอบยานยนต์ ทั้งในส่วนของรถยนต์และรถจักรยานยนต์ โดยบริษัทจะทำการออกแบบและผลิตเครื่องจักร ให้แก่ลูกค้ากลุ่มดังกล่าวเพื่อใช้เป็นเครื่องจักรในการผลิตชิ้นส่วนของระบบต่างๆ ของรถยนต์ เช่น ระบบเครื่องยนต์ ระบบบังคับเลี้ยว ระบบส่งกำลัง ระบบเบรก ระบบระบายความร้อน เป็นต้น

โดยทั่วไปแล้วลูกค้าของบริษัทจะมีความต้องการเครื่องจักรใหม่ เมื่อมีการออกยานยนต์รุ่นใหม่ หรือมีการขยายกำลังการผลิตยานยนต์รุ่นเดิม ซึ่งจากข้อมูลในอดีตผู้ผลิตรถยนต์แต่ละรายจะมีรอบการออกรถยนต์รุ่นใหม่ทุกๆ 4 – 7 ปี และผู้ผลิตรถจักรยานยนต์จะมีรอบการออกรุ่นใหม่ทุกๆ 1 – 1.5 ปี

เครื่องจักรที่บริษัทออกแบบและผลิตสามารถจำแนกได้เป็น 6 ประเภทหลัก และเครื่องจักรที่บริษัทย่อยจำหน่ายมี 1 ประเภท ตามรูปแบบการใช้งาน ดังนี้

1. เครื่องทดสอบการรั่วของชิ้นงาน (Leak test machine)

เป็นเครื่องจักรที่ถูกออกแบบขึ้น เพื่อใช้ในการทดสอบการรั่วซึมของชิ้นงานต่างๆ ที่เป็นส่วนประกอบของระบบต่างๆ ในยานยนต์ ซึ่งขั้นตอนและรูปแบบการทดสอบการรั่วซึมของชิ้นงานนั้นจะแตกต่างกันไปตามความต้องการของลูกค้า เช่น การทดสอบโดยใช้การอัดอากาศ การทดสอบโดยใช้น้ำหรือน้ำมัน เป็นต้น โดยลูกค้าจะมีการกำหนดค่ามาตรฐานในการควบคุมการทดสอบในแต่ละจุดไว้อย่างชัดเจน

ในปี 2556 และปี 2557 บริษัทมีรายได้จากการออกแบบและผลิตเครื่องทดสอบการรั่วของชิ้นงานในสัดส่วนร้อยละ 10.17 และร้อยละ 7.96 ของรายได้จากการขายและบริการ

2. เครื่องล้างทำความสะอาดชิ้นงาน (Washing machine)

เป็นเครื่องจักรที่ออกแบบขึ้น เพื่อใช้ในการล้างทำความสะอาดชิ้นส่วนต่างๆ ก่อนที่จะนำไปประกอบหรือใช้งานในขั้นต่อไป สำหรับใช้เป็นส่วนประกอบของระบบยานยนต์ โดยลักษณะและวิธีในการล้างทำความสะอาดชิ้นส่วนของแต่ละเครื่องจักรนั้น จะแตกต่างกันไปตามที่ลูกค้าต้องการ เช่น ลักษณะการเคลื่อนที่เข้าออกของชิ้นส่วนจากตัวเครื่อง ประเภทของสิ่งสกปรกที่ต้องการล้างออกจากชิ้นงาน เช่น คราบน้ำมันและเศษฝุ่นละออง หรือมีความสามารถในการการเป่าแห้ง 100% เป็นต้น

ในปี 2556 และปี 2557 บริษัทมีรายได้จากการออกแบบและผลิตเครื่องล้างทำความสะอาดชิ้นงานในสัดส่วนร้อยละ 6.32 และร้อยละ 1.03 ของรายได้จากการขายและบริการ

3. เครื่องกดอัดชิ้นงาน (Press machine)

เป็นเครื่องจักรที่ออกแบบขึ้น เพื่อใช้ในการกดอัดชิ้นงานให้ติดกัน ทั้งระบบแมคคานิค และระบบไฮดรอลิค เพื่อช่วยในการทำให้เกิดแรงกดอัดและการเคลื่อนที่ของชิ้นส่วนต่างๆ โดยมีการกำหนดขนาดพื้นที่ (กว้างxยาว) และแรงกดอัด (ตัน) ในแต่ละเครื่องจักร เพื่อกดอัดชิ้นงานตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างแม่นยำ

ในปี 2556 และปี 2557 บริษัทมีรายได้จากการออกแบบและผลิตเครื่องกดอัดชิ้นงานในสัดส่วนร้อยละ 7.79 และร้อยละ 11.76 ของรายได้จากการขายและบริการ

4. เครื่องขันน็อต (Nut tightening machine)

เป็นเครื่องจักรที่ออกแบบขึ้น เพื่อทำการขันน็อตสำหรับยึดชิ้นส่วนหรือเครื่องยนต์ให้มีความแน่นโดยจะมีการกำหนดมาตรฐานค่าควบคุมความแน่นของชิ้นส่วนหรือเครื่องยนต์ในแต่ละจุด โดยลักษณะและคุณสมบัติของเครื่องขันน็อตแต่ละเครื่องจะมีความแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้า เช่น ลักษณะการขันน็อตในแนวตั้งหรือแนวนอน จำนวนน็อตที่ขันในแต่ละครั้ง ความแน่นในแต่ละจุดที่ต้องการขันยึด เป็นต้น

ในปี 2556 และปี 2557 บริษัทมีรายได้จากการออกแบบและผลิตเครื่องขันน็อตในสัดส่วนร้อยละ 23.33 และร้อยละ 3.83 ของรายได้จากการขายและบริการ

5. เครื่องประกอบชิ้นส่วน (Special assembly machine)

เป็นเครื่องจักรที่ออกแบบขึ้นเป็นพิเศษ (Special machine) โดยมีวัตถุประสงค์ในการประกอบชิ้นส่วนหรือทำงานตามรูปแบบและขั้นตอนที่กำหนดไว้สำหรับงานนั้นๆ โดยเฉพาะ เช่น เครื่องเติมน้ำมัน เครื่องประกอบชุดเซ็นเซอร์ด้านหลังของรถยนต์ เครื่องประกอบชุดเบรค เป็นต้น ซึ่งลูกค้าสามารถแจ้งรูปแบบการทำงานและองค์ประกอบต่างๆ ที่ต้องการให้กับทางบริษัทเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบและผลิตเครื่องจักรดังกล่าว ปัจจุบันบริษัทเป็นผู้ออกแบบและผลิตเครื่องจักรสำหรับประกอบชุดเบรคให้กับบริษัทผู้ประกอบรถยนต์ชั้นนำหลายรายในประเทศไทย

ในปี 2556 และปี 2557 บริษัทมีรายได้จากการออกแบบและผลิตเครื่องประกอบชิ้นส่วนในสัดส่วนร้อยละ 37.04 และร้อยละ 53.16 ของรายได้จากการขายและบริการ

6. เครื่องทำสัญลักษณ์ในชิ้นงาน (Marking machine)

เป็นเครื่องจักรที่ออกแบบขึ้น เพื่อทำการทำสัญลักษณ์หรือตำหนิบนชิ้นงานต่างๆ เพื่อบ่งบอกหรือแสดงถึงสัญลักษณ์บนชิ้นงานนั้นๆ เช่น การทำสัญลักษณ์บนชิ้นส่วน การทำสัญลักษณ์บนตัวถัง การทำสัญลักษณ์บนฝาเครื่องยนต์ เพื่อบ่งชี้ว่า

ชิ้นงานนั้นๆ ได้ผ่านกระบวนการใดกระบวนการหนึ่งมาแล้ว หรือเพื่อระบุวันที่ผลิต หรือเพื่อเป็นตัวเลขทางกฎหมาย เช่น การทำรหัสหมายเลขที่ตัวถังและแชสซี เป็นต้น








ในปี 2556 และปี 2557 บริษัทมีรายได้จากการออกแบบและผลิตเครื่องทำสัญลักษณ์ในชิ้นงานในสัดส่วนร้อยละ 2.82 และร้อยละ 1.47 ของรายได้จากการขายและบริการ

7. เครื่องกลึง/ไส/ปาด/เจาะ (Machining) ที่ควบคุมโดยระบบ CNC (จำหน่ายโดยบริษัทย่อย)











เป็นเครื่องจักรที่ออกแบบขึ้นเพื่อทำการเจาะ คว้านหรือทำให้ชิ้นส่วนหรือเครื่องยนต์เป็นรูเพื่อที่จะสามารถนำไปประกอบหรือเชื่อมต่อกับชิ้นส่วนยานยนต์อื่นๆ ต่อไป โดยเครื่องกลึง/ไส/ปาด/เจาะ ที่บริษัทจำหน่ายนั้น เป็นเครื่องที่ควบคุมโดยระบบ CNC โดยทำการผลิต และใช้เทคโนโลยีและองค์ความรู้จากบริษัทแม่ในประเทศญี่ปุ่น

ในปี 2556 และปี 2557 บริษัทและบริษัทย่อยมีรายได้จากการจำหน่ายเครื่องกลึง/ไส/ปาด/เจาะในสัดส่วนร้อยละ 0.88 และร้อยละ 2.31 ของรายได้จากการขายและบริการ

ตารางแสดงตัวอย่างเครื่องจักรแต่ละประเภทของบริษัทที่ถูกนำไปใช้งานสำหรับระบบต่างๆ ของรถยนต์

ประเภทเครื่องจักร	ระบบเบรค	ระบบบังคับเลี้ยว	ระบบส่งกำลัง	ระบบกันสะเทือน	ระบบระบายความร้อน	ระบบเครื่องยนต์	ระบบน้ำมันเชื้อเพลิง
1. เครื่องทดสอบการรื้อ	✓		✓	✓		✓	✓
ตัวอย่างผลงาน	 ทดสอบการรื้อระบบเบรค		 ทดสอบการรื้อชุดเกียร์	 ทดสอบการรื้อเฟลาหน้า		 ทดสอบการรื้อของข้อเหวี่ยง	 ทดสอบการรื้อของถังน้ำมัน
2. เครื่องล้าง	✓					✓	
ตัวอย่างผลงาน	 ล้างน้ำมันและฝุ่น (low pressure)					 ล้างคราบน้ำมัน	

ตารางแสดงตัวอย่างเครื่องจักรแต่ละประเภทของบริษัทที่ลูกค้านำไปใช้งานสำหรับระบบต่างๆ ของรถยนต์ (ต่อ)

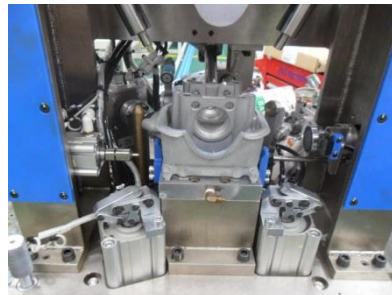
ประเภท เครื่องจักร	ระบบเบรค	ระบบบังคับ เลี้ยว	ระบบส่ง กำลัง	ระบบกัน สะเทือน	ระบบระบาย ความร้อน	ระบบ เครื่องยนต์	ระบบน้ำมัน เชื้อเพลิง
3. เครื่อง กดอัด	✓	✓				✓	
ตัวอย่าง ผลงาน	 กดอัดเบรคมือ	 กดอัดดัดลูกปืน				 กดอัดฝาครอบ เครื่องยนต์	
4. เครื่อง ขึ้นน็อต	✓			✓		✓	
ตัวอย่าง ผลงาน	 ขึ้นน็อตตัวล็อก สลักเกลียว			 ขึ้นน็อตข้อค้ำ วาล์ว		 ขึ้นน็อตกระบอก สูบ	
5. เครื่อง ประกอบ				✓	✓	✓	
ตัวอย่าง ผลงาน				 เครื่องเติมน้ำมัน	 เครื่อง preheat ตัวหมุน	 บดผิวเพื่อใส่ เพลาลูกเบี้ยว	
6. เครื่อง ทำ สัญลักษณ์						✓	
ตัวอย่าง ผลงาน						 ทำสัญลักษณ์บน ฝาครอบ	

						เครื่องยนต์	
--	--	--	--	--	--	-------------	--

2.1.2 การออกแบบและผลิตชุดอุปกรณ์จับยึด (Jig) สำหรับปรับปรุงเครื่องจักรเดิม

การให้บริการออกแบบและผลิตชุดอุปกรณ์จับยึด (Jig) มีสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 3.04 ของรายได้จากการขายและบริการในปี 2556 และร้อยละ 3.62 ของรายได้จากการขายและบริการในปี 2557 ทั้งนี้ ชุดอุปกรณ์จับยึด (Jig) เป็นเครื่องมือที่ถูกติดตั้งเป็นส่วนหนึ่งของเครื่องจักรเพื่อช่วยในการกำหนดตำแหน่งการจับยึดชิ้นงานเพื่อตรวจสอบ ตัด เจาะ เชื่อม หรือประกอบชิ้นงานให้ได้ค่ามาตรฐานตามที่กำหนดเหมือนกันทุกชิ้น ซึ่งโดยปกติแล้วเครื่องจักรส่วนใหญ่จะออกแบบให้สามารถเปลี่ยนชุดอุปกรณ์จับยึดได้ เมื่อต้องการเปลี่ยนแปลงรูปร่างและขนาดของชิ้นงานที่ผลิต เพื่อความคล่องตัวในการทำงาน และลดเงินลงทุนในการซื้อเครื่องจักรใหม่

โดยส่วนใหญ่แล้ว ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์และผู้ประกอบยานยนต์จะมีความต้องการเปลี่ยนชุดอุปกรณ์จับยึดในเครื่องจักรเดิม เมื่อทำปรับปรุงโฉมยานยนต์รุ่นเดิม (Minor Change) โดยผู้ผลิตรถยนต์จะมีรอบการปรับปรุงในทุกๆ 2 – 2.5 ปี และผู้ผลิตรถจักรยานยนต์จะมีรอบการปรับปรุงถึง 7 – 8 รอบในทุกปี ทั้งนี้ บริษัทมีนโยบายในการมุ่งเน้นการให้บริการและผลิตชุดอุปกรณ์จับยึด ให้แก่เครื่องจักรเดิมที่บริษัทได้ทำการจำหน่ายให้แก่ลูกค้าเท่านั้น



2.1.3 การปรับปรุง แก๊สและซ่อมแซมเครื่องจักร และการจัดหาอุปกรณ์และวัสดุสิ้นเปลืองให้ลูกค้า

การปรับปรุง แก๊สและซ่อมแซมเครื่องจักร มีสัดส่วนรายได้ในปี 2556 และปี 2557 ร้อยละ 8.62 และร้อยละ 14.85 ของรายได้จากการขายและบริการในแต่ละงวดตามลำดับ การให้บริการปรับปรุง แก๊ส และซ่อมแซมเครื่องจักร เป็นการให้บริการแก่ลูกค้าเมื่อเครื่องจักรเกิดการขัดข้องหรือทำการผลิตชิ้นงานที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐานคุณภาพ รวมทั้งการปรับปรุงเครื่องจักรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถให้สูงขึ้น โดยเครื่องจักรที่ถูกส่งให้ทางบริษัทซ่อมแซมนั้น มีทั้งเครื่องจักรที่ทางบริษัทออกแบบและผลิตเอง เครื่องจักรที่ถูกออกแบบโดยผู้ประกอบการในประเทศรายอื่น และเครื่องจักรที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ

นอกจากนี้บริษัทยังมีบริการจัดหาอุปกรณ์และวัสดุสิ้นเปลืองให้ลูกค้า (Consumable part) ในกรณีที่ลูกค้าบางรายร้องขอ ทั้งนี้การบริการในส่วนนี้เป็นเพียงบริการเสริมเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าและเพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าในระยะยาวต่อไป

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 กลยุทธ์ทางการตลาด

จากการที่ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์ที่สำคัญของผู้ประกอบการยานยนต์มากกว่า 20 รายและมีจำนวนบริษัทที่ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ลำดับที่ 1 มากกว่า 700 ราย ทำให้ปริมาณความต้องการเครื่องจักรสำหรับประกอบยานยนต์และผลิตชิ้นส่วนยานยนต์นั้นเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลของผู้บริหารของบริษัท ในประเทศไทยมีบริษัทผู้ออกแบบและผลิตเครื่องจักรที่ได้รับการยอมรับในเรื่องของการออกแบบและมาตรฐานคุณภาพเพียง 60-70 ราย โดยเป็นบริษัทที่มีประเภสินค้า

และบริการคล้ายคลึงกับทางบริษัทอยู่ประมาณ 9 ราย ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าในปัจจุบันธุรกิจการออกแบบและผลิตเครื่องจักรสำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทยนั้นยังมีปริมาณอุปสงค์มากกว่าอุปทาน ทำให้สภาวะการแข่งขันในตลาดยังถือว่าไม่รุนแรงมากนัก แต่ทั้งนี้บริษัทฯ ยังมีแผนงานที่จะขยายปริมาณการส่งออกไปยังภายในภูมิภาคเพื่อขยายฐานลูกค้าเช่นกัน

ปัจจัยหลักที่ลูกค้าในธุรกิจนี้ ใช้ในการพิจารณาเลือกผู้ผลิตเครื่องจักร คือ

1. การออกแบบและคุณภาพเครื่องจักรเหมาะสมกับราคาขาย
2. การส่งมอบเครื่องจักรทันตามกำหนดเวลา
3. การบริการหลังการขายที่มีประสิทธิภาพ

ซึ่งปัจจัยดังกล่าว ถือเป็นปัจจัยหลักที่บริษัทให้ความสำคัญในการประกอบธุรกิจอย่างตลอดมา โดยบริษัทจะให้ความสำคัญในการเก็บข้อมูลความต้องการของลูกค้าโดยละเอียด เพื่อให้สามารถออกแบบและนำเสนอเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพและใช้งานได้ตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งจะส่งผลต่อการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริษัท และลดการแก้ไขปรับปรุง เพื่อให้สามารถส่งมอบเครื่องจักรได้ทันตามกำหนดเวลา บริษัทจะวางแผนการผลิตและติดตามความคืบหน้าของการผลิตอย่างสม่ำเสมอผ่านการประชุมภายในของบริษัททุกสัปดาห์ เนื่องจากบริษัทตระหนักดีว่าเครื่องจักรของบริษัท ถือเป็นหนึ่งในส่วนประกอบที่สำคัญในกระบวนการผลิตของลูกค้า หากบริษัทไม่สามารถส่งมอบเครื่องจักรได้ทันตามกำหนดเวลานั้น อาจส่งผลกระทบต่อแผนการผลิตของลูกค้าได้ นอกจากนี้ บริษัทจัดให้มีทีมบริการหลังการขายเพื่อดูแลลูกค้าหลังจากทำการส่งมอบเครื่องจักรแล้ว เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าและเป็นการรักษาความสัมพันธ์และสร้างโอกาสทางธุรกิจในระยะยาว

ในส่วนของกลยุทธ์ทางการตลาด ในด้านต่าง ๆ นั้น บริษัทได้วางกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อสร้างความแข็งแกร่งในการดำเนินธุรกิจ และการขยายตัวในอนาคต ดังต่อไปนี้

1. กลยุทธ์การวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)

บริษัทใช้ความสามารถหลักขององค์กรในการเป็นผู้ออกแบบและผลิตเครื่องจักรแบบ Customization โดยออกแบบเครื่องจักรแต่ละเครื่องให้ตรงกับวัตถุประสงค์การใช้งานที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งทำตลาดเฉพาะกลุ่มลูกค้าระดับบน (High-end customer) ที่มีความต้องการเครื่องจักรคุณภาพสูงโดยจุดเด่นของการเป็น “Your machine partner” หรือคู่คิดในการออกแบบและผลิตเครื่องจักรให้กับลูกค้า ทั้งนี้เพื่อหลีกเลี่ยงสงครามราคาที่มีความเสี่ยงที่จะทำให้บริษัทสูญเสียอัตรากำไรรวมถึงชื่อเสียงและความไว้วางใจจากลูกค้าในเรื่องมาตรฐานคุณภาพ

2. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Products and services)

บริษัทนำเสนอสินค้าและบริการในรูปแบบ Design to order ซึ่งทำให้เครื่องจักรของบริษัทมีความหลากหลายสูงและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทุกรูปแบบ โดยบริษัทมุ่งเน้นและให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพและรูปแบบของเครื่องจักร การส่งมอบที่ทันตามกำหนดเวลา และการบริการหลังการขายที่มีประสิทธิภาพเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้า ซึ่งจะทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นและความไว้วางใจต่อบริษัทในระยะยาว และยังมีการรับประกันเครื่องจักรให้ลูกค้าเป็นระยะเวลา

บริษัทมีนโยบายในการเพิ่มความหลากหลายของเครื่องจักรที่บริษัททำการออกแบบและผลิต โดยกำหนดให้มีการออกแบบและผลิตเครื่องจักรสำหรับยานยนต์ในระบบใหม่ๆ เพิ่มขึ้นปีละ 1 ประเภท เพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าและสร้างองค์ความรู้ให้เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตเครื่องจักรสำหรับระบบยานยนต์ต่างๆ ทั้งนี้ เพื่อจะได้สามารถรักษาไว้ซึ่งมาตรฐานคุณภาพและสามารถใช้ต่อยอดองค์ความรู้ในการผลิตเครื่องจักรสำหรับระบบอื่นๆ ในยานยนต์ และยังเป็นการขยายสายผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้เพิ่มขึ้นอีกด้วย ตัวอย่างการขยายการผลิตเครื่องจักรไปยังระบบใหม่ในแต่ละปีที่ผ่านมา มีดังนี้

ปี	ผลิตภัณฑ์ใหม่
2552	เครื่องประกอบชุดถุงลมนิรภัย (Special assembly machine for Air bag)
2553	เครื่องประกอบชุดเกียร์ (Special assembly machine for Transmission)
2554	เครื่องประกอบชุดควบคุมการเปิดปิดหน้าต่างรถยนต์ (Special assembly machine for Window regulator)
2555	เครื่องประกอบชุดเพื่องเพลาขับ (Special assembly machine for Differential Case)
2556	เครื่องประกอบชุดมอเตอร์สำหรับเบรคเอบีเอส (Motor Pump for Break ABS Assembly Machine)
2557	เครื่องประกอบตัวช่วยจุดระเบิด (Glow plug assembly line)

3. กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

บริษัทหลีกเลี่ยงการแข่งขันด้านราคา โดยเน้นทำตลาดในส่วนของลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ที่มีความต้องการเครื่องจักรคุณภาพสูงที่ต้องออกแบบขึ้นเป็นพิเศษสำหรับลูกค้าแต่ละราย ซึ่งต้องอาศัยผู้ออกแบบและผลิตที่มีประสบการณ์และความสามารถสูง โดยบริษัทมีนโยบายการกำหนดราคาขายด้วยวิธีต้นทุนบวกกำไร (Cost plus pricing) โดยต้นทุนการผลิตทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นต้นทุนวัตถุดิบ (Raw material cost) ต้นทุนเครื่องจักรและอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ (Process cost) ต้นทุนแรงงาน (Labor cost) และต้นทุนค่าเสียห่วยการผลิต (Overhead cost) จะถูกนำไปบวกด้วยอัตรากำไรขั้นต้นที่ลูกค้ากำหนดไว้เป็นเป้าหมายในแต่ละปีเพื่อเป็นราคาที่เสนอขายแก่ลูกค้าทำให้สามารถผลกำไรของต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นไปยังลูกค้าได้

4. กลยุทธ์ด้านพันธมิตรทางธุรกิจ (Partnering)

บริษัทสร้างเครือข่ายพันธมิตรทั้งในกลุ่มลูกค้าและกลุ่มผู้จำหน่ายวัตถุดิบและชิ้นส่วนที่ใช้ในการผลิต โดยร่วมมือกับลูกค้าในการออกแบบและพัฒนาเครื่องจักรที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าภายใต้ต้นทุนการจ่ายซื้อที่เหมาะสม และร่วมมือกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบและชิ้นส่วนที่ใช้ในการผลิตในการวางแผนการใช้ปัจจัยการผลิตล่วงหน้าเพื่อลดระยะเวลาในการผลิต การมีเครือข่ายพันธมิตรยังทำให้บริษัทมีโอกาสที่จะรับทราบข้อมูลความเคลื่อนไหวในอุตสาหกรรม ทั้งในส่วนข้อมูลเรื่องระยะเวลา

การออกยานยนต์โมเดลใหม่ หรือการขยายแผนการลงทุนของผู้ผลิตยานยนต์ซึ่งสามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปวิเคราะห์และวางแผนการปฏิบัติงานล่วงหน้าได้

ตัวอย่างรายชื่อพันธมิตรที่จะช่วยสนับสนุนด้านวัตถุดิบและการตลาด ดังต่อไปนี้

- บริษัท คอสโมเวฟ เทคโนโลยี จำกัด : ผู้ผลิตและจำหน่าย Leak tester unit ยี่ห้อ “Cosmo”
- บริษัท เอสทิก คอร์ปอเรชั่น จำกัด : ผู้ผลิตและจำหน่าย Nut runner ยี่ห้อ “Etic”
- บริษัท เบคูลู (ไทยแลนด์) จำกัด : ผู้ผลิตและจำหน่าย Marking unit ยี่ห้อ “Vector”
- บริษัท ฟูลิจิ โอออน เวิร์ค จำกัด (ญี่ปุ่น) : ผู้ผลิตและจำหน่ายกลึง/ไส/ปาด/เจาะประเภท CNC
- บริษัท ไคเซกิ จำกัด (ญี่ปุ่น) : ผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องมือวัดประเภทความแม่นยำสูง
- บริษัท ที.เอ็น.เมทัล เวิร์ค จำกัด : ผู้ผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์ผลิตภัณฑ์ในงานอุตสาหกรรม

5. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place)

บริษัทได้ความได้เปรียบในเชิงแข่งขันในการมีวิศวกรฝ่ายขายที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในธุรกิจสูงในการติดต่อประสานงานและรับคำสั่งซื้อโดยตรงจากลูกค้า เพื่อสร้างความประทับใจและสร้างโอกาสในการปิดการขาย และมีการวางแผนในการเข้าร่วมในงานแสดงสินค้าและเครื่องจักรที่เกี่ยวข้องเพื่อเพิ่มโอกาสในการนำเสนอสินค้าและบริการ

6. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

ใช้ตราสินค้า “Eureka” ในการสร้างการรับรู้ในตัวสินค้าและบริการของบริษัท (Brand awareness) ในอุตสาหกรรมยานยนต์และในภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยการเข้าไปมีส่วนร่วมเป็นสมาชิกของสมาคมต่างๆ ในอุตสาหกรรมยานยนต์เพื่อให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมได้รับรู้ในตราสินค้าของบริษัท

นอกจากนั้นแล้ว บริษัทยังมีการให้ทุนการศึกษาแก่นักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาซึ่งจะได้ทั้งโอกาสในการแนะนำบริษัท เพื่อสร้าง Brand awareness ให้กับนักศึกษาซึ่งในอนาคตจะเข้าทำงานในบริษัทต่างๆในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์และยังเป็นโอกาสของการได้บุคลากรที่มีความสามารถเพิ่มขึ้นในอนาคต

2.2.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

บริษัทมีนโยบายมุ่งเน้นการนำเสนอสินค้าและบริการให้แก่ลูกค้าในประเทศเป็นหลัก โดยสามารถแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ดังนี้

กลุ่มลูกค้า	2555		2556		2557	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์	210.36	68.68	217.84	54.08	222.46	71.72
2. ผู้ประกอบยานยนต์						
2.1 ผู้ประกอบรถยนต์	31.58	10.31	141.97	35.25	79.30	25.56
2.2 ผู้ประกอบรถจักรยานยนต์	64.35	21.01	42.98	10.67	8.43	2.72
รวมรายได้	306.29	100.00	402.79	100.00	310.19	100.00

1. กลุ่มบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ลำดับที่ 1 (Tier 1 – Part manufacturer)

ลูกค้ากลุ่มนี้ ได้แก่ กลุ่มบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่ส่วนใหญ่จะใช้เครื่องจักรในการทดสอบการวิ่งขึ้น กดอัด ทำความสะอาด ทำสัญลักษณ์ และประกอบชิ้นส่วนยานยนต์ และ/หรือชุดชิ้นส่วนย่อย ที่ซื้อมาจากผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ลำดับที่ 2 (Tier 2 – Part manufacturer) เพื่อจำหน่ายต่อไปให้กับผู้ประกอบการยานยนต์สำหรับนำไปใช้ประกอบเป็นยานยนต์ต่อไป โดย ณ สิ้นปี 2557 บริษัทมีจำนวนลูกค้ากลุ่มนี้ 80 ราย และมีความสัมพันธ์ที่ดีมาโดยตลอด ทั้งนี้ในปี 2556 และปี 2557 บริษัทมียอดขายจากลูกค้ากลุ่มนี้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 54.08 และร้อยละ 71.72 ของรายได้จากการขายและบริการ ตามลำดับ

2. กลุ่มบริษัทผู้ประกอบยานยนต์ (Automotive assembler)

ลูกค้ากลุ่มนี้ ได้แก่ กลุ่มบริษัทผู้ประกอบยานยนต์ที่ส่วนใหญ่จะมีความต้องการใช้เครื่องจักรในการขึ้นน็อต และประกอบชุดชิ้นส่วนต่างๆ ที่ซื้อจากผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ลำดับที่ 1 (Tier 1 – Part manufacturer) เข้าด้วยกัน โดยหลังจากที่ทำการประกอบชิ้นส่วนของระบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นระบบเครื่องยนต์ ระบบบังคับเลี้ยว ระบบส่งกำลัง ระบบเบรก ระบบไฟฟ้า ระบบการตกแต่งภายนอกและภายใน ฯลฯ เสร็จจนได้เป็นยานยนต์สำเร็จรูป จึงส่งให้ตัวแทนจำหน่ายเพื่อทำการจำหน่ายต่อไป โดยในปี 2557 บริษัทมีจำนวนลูกค้ากลุ่มนี้ 12 ราย ทั้งนี้ในปี 2556 และปี 2557 บริษัทมียอดขายจากลูกค้ากลุ่มนี้คิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 45.92 และร้อยละ 27.98 ของรายได้จากการขาย ตามลำดับ

ผู้ประกอบการยานยนต์ที่เป็นลูกค้าเป้าหมายของบริษัทสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มย่อย ดังนี้

2.1 กลุ่มบริษัทผู้ประกอบรถยนต์ (Car assembler)

ณ สิ้นปี 2557 บริษัทมีจำนวนลูกค้ากลุ่มนี้ 7 ราย โดยบริษัทดังกล่าวมีความสัมพันธ์อันดีกับทางบริษัทมาโดยตลอด ทั้งนี้ในปี 2556 และปี 2557 บริษัทมียอดขายจากลูกค้ากลุ่มนี้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 35.25 และร้อยละ 25.56 ของรายได้จากการขายและบริการ ตามลำดับ

2.2 กลุ่มบริษัทผู้ประกอบรถจักรยานยนต์ (Motorcycle assembler)

ณ สิ้นปี 2557 บริษัทมีจำนวนลูกค้ากลุ่มนี้ 5 ราย ซึ่งกลุ่มนี้มีการติดต่อซื้อขายและมีความสัมพันธ์อันดีกับทางบริษัทมาโดยตลอด ทั้งนี้ในปี 2556 และปี 2557 บริษัทมียอดขายจากลูกค้ากลุ่มนี้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.67 และร้อยละ 2.72 ของรายได้จากการขายและบริการ ตามลำดับ

2.2.1 การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

การจำหน่ายเครื่องจักรและอุปกรณ์จับยึดของบริษัทเป็นการจำหน่ายตามคำสั่งซื้อในแต่ละครั้ง โดยลูกค้าจะมีคำสั่งผลิตเมื่อมีการออกยานยนต์รุ่นใหม่ (Major Change) มีการเพิ่มกำลังการผลิต หรือมีการปรับปรุงโฉมยานยนต์รุ่นเดิม (Minor Change) โดยช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัทมี 2 รูปแบบ ดังต่อไปนี้

รายได้จากการขายและบริการ	2555		2556		2557	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. รายได้จากการจำหน่ายตรง	245.76	80.24	391.12	97.10	309.27	99.70
2. รายได้จากบริษัท Trading	60.53	19.76	11.68	2.90	0.92	0.30
รวมรายได้	306.29	100.00	402.79	100.00	310.19	100.00

1. การจำหน่ายแก่ลูกค้าโดยตรง (Direct supplier)

บริษัทใช้การจำหน่ายแก่ลูกค้าโดยตรงเป็นช่องทางหลักในการนำเสนอสินค้าและบริการไปยังลูกค้าเป้าหมาย เนื่องจากลักษณะการออกแบบและผลิตเครื่องจักรของบริษัทที่เป็นแบบ Design to order ซึ่งลูกค้าแต่ละรายจะกำหนด Specification ที่แตกต่างกันไปทั้งในเรื่องลักษณะการใช้งานและวัสดุที่ใช้ในการผลิต ดังนั้นทางบริษัทจะทำการติดต่อกับลูกค้าโดยตรงเพื่อให้คำแนะนำและร่วมมือกันในการออกแบบเครื่องจักรที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างดี ทั้งนี้ในปี 2556 และปี 2557 บริษัทมีมูลค่าการจำหน่ายแก่ลูกค้าโดยตรงคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 97.10 และร้อยละ 99.70 จากยอดขายรวม ตามลำดับ

การจำหน่ายแก่ลูกค้าโดยตรงประกอบด้วย แบบการประกวดราคา (Bidding) และแบบไม่มีการประกวดราคา ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลูกค้าแต่ละราย บางรายอาจส่งงานมาให้บริษัทโดยตรงโดยไม่ต้องทำการประกวดราคาในขณะที่บางรายอาจทำการคัดเลือกผู้ออกแบบและผลิต 3 – 4 รายเข้าร่วมประกวดราคา เป็นต้น

2. การจำหน่ายผ่านบริษัทซื้อขายไป (Trading company)

การจำหน่ายในรูปแบบนี้เกิดขึ้นได้ใน 2 ลักษณะ คือ เกิดจากการที่ผู้ประกอบการรายหนึ่งมีการกำหนดนโยบายในการซื้อเครื่องจักรว่าจะต้องซื้อเครื่องจักรผ่านบริษัทซื้อขายไปที่เป็นบริษัทในเครือของตนเท่านั้นไม่สามารถสั่งซื้อตรงมาที่ผู้ออกแบบและผลิตเครื่องจักรได้ และเกิดจากการที่บริษัทซื้อขายไปแนะนำลูกค้ารายใหม่มาให้ทางบริษัท โดยบริษัทซื้อขายไปจะได้รับผลกำไรจากส่วนต่างของราคาซื้อขาย ทั้งนี้การจำหน่ายรูปแบบนี้มีสัดส่วนอยู่ในระดับต่ำ โดยในปี 2556 และปี 2557 บริษัทมีมูลค่าการจำหน่ายผ่านบริษัทซื้อขายไปคิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 2.90 และร้อยละ 0.30 จากยอดการจำหน่ายรวม ในปัจจุบันบริษัทและบริษัทย่อยมีการจำหน่ายสินค้าผ่านบริษัทซื้อขายจำนวน 6 ราย ได้แก่ บริษัท ไอซี เอ็นจิเนียริง (ประเทศไทย) จำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัด โอภาตะ ไชวเทน (ประเทศไทย) บริษัท มารุก้า แมชชีนเนอร์รี่ (ไทยแลนด์) จำกัด บริษัท พรวิชั่น ทูลส์ เซอร์วิส (ประเทศไทย) บริษัท โตโยต้า ฟูโซ เอ็มแอนดีอี (ประเทศไทย) จำกัด และ บริษัท เพกาซัส เอ็กเพรส จำกัด

นอกจากการจำหน่ายเครื่องจักรในประเทศแล้วทางบริษัทยังมีการส่งออกเครื่องจักรไปยังต่างประเทศโดยมีการส่งออกไปยังประเทศเวียดนามและอินเดีย และในปี 2557 ที่ผ่านมามีลูกค้าต่างประเทศรายใหม่ในประเทศอินโดนีเซีย และประเทศเม็กซิโก รวมถึงยังมีโอกาสเข้าเสนอผลิตภัณฑ์งานเครื่องจักร(เสนอราคา) กับลูกค้าในประเทศฟิลิปปินส์ และได้รับคำสั่งผลิตจากประเทศฟิลิปปินส์ ในช่วงปลายปี 2557 ที่ผ่านมามีกำหนดส่งมอบงานในต้นปี 2558 ทั้งนี้ในระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัทให้ความสำคัญกับการผลิตเพื่อทำตลาดในประเทศเป็นหลัก แต่ก็ยังมีแนวทางเพื่อกำหนดแผนงานธุรกิจระหว่างประเทศเพื่อขยายฐานลูกค้าเพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าในภูมิภาคอาเซียน จึงได้ปรับแผนกำลังพลเพื่อรองรับและสามารถจัดสรรกำลังการผลิตอย่างเพียงพอที่จะรองรับความต้องการในประเทศ และต่างประเทศได้ตามแผนธุรกิจและการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรม ทั้งนี้ในปี 2556 และปี 2557 บริษัทมียอดส่งออกเครื่องจักรไปต่างประเทศคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7.09 และร้อยละ 5.78 ของยอดขายรวม ตามลำดับ

2.2.2 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

อุตสาหกรรมยานยนต์

โครงสร้างของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทยประกอบไปด้วยผู้ประกอบการ 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ ผู้ประกอบยานยนต์ (Automotive assembler) ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ลำดับที่ 1 (Tier 1 – Part manufacture) และผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ลำดับที่ 2 และลำดับรองลงมา (Tier 2 & 3 – Part manufacturer) โดยจำนวนผู้ประกอบการแต่ละประเภทยังมีลักษณะของปิรามิด กล่าวคือ ผู้ประกอบยานยนต์จะมีจำนวนน้อยที่สุดโดยมีทั้งหมด 23 บริษัทเป็นผู้ประกอบรถยนต์นั่ง/รถกระบะ 16 บริษัท และผู้ประกอบรถจักรยานยนต์ 7 บริษัท ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ลำดับที่ 1 จะมีจำนวนมากกว่าผู้ประกอบยานยนต์โดยมีทั้งหมด 709 บริษัท เป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ 386 บริษัท ผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และจักรยานยนต์ 122 บริษัท และผู้ผลิตชิ้นส่วนจักรยานยนต์ 201 บริษัท และผู้ผลิตชิ้นส่วนลำดับที่ 2 และลำดับรองลงมาจะมีจำนวนมากที่สุดโดยเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนขนาดกลางและขนาดเล็กถึง 1,700 บริษัท โดยโครงสร้างของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทยสามารถแสดงได้ดังในภาพ



ที่มา : สมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

อุตสาหกรรมการออกแบบและผลิตเครื่องจักรสำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

เครื่องจักรแต่ละประเภทที่ใช้ในอุตสาหกรรมยานยนต์จะมีรูปแบบและคุณสมบัติที่แตกต่างกันไปตามลักษณะการใช้งานของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยานยนต์แต่ละกลุ่ม โดยผู้ผลิตชิ้นส่วนลำดับที่ 2 และลำดับรองลงมาจะมีความต้องการใช้เครื่องจักรสำหรับการขึ้นรูป ตัด เล็ม เชื่อมหรือหล่อชิ้นงานประเภทต่างๆ เพื่อจำหน่ายให้กับผู้ผลิตชิ้นส่วนลำดับที่ 1 ในขณะที่ผู้ผลิตชิ้นส่วนลำดับที่ 1 ก็มีความต้องการใช้เครื่องจักรในการทดสอบการรื้อซึม กดอัด ทำความสะอาด ทำสัญลักษณ์ชิ้นส่วนยานยนต์ และ/หรือชุดชิ้นส่วนย่อย ที่ซื้อมาจากผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ลำดับที่ 2 ก่อนที่ประกอบเป็นชุดชิ้นส่วนของระบบต่างๆ ในยานยนต์เพื่อจำหน่ายต่อไปยังผู้ประกอบยานยนต์อีกทอดหนึ่ง โดยผู้ประกอบยานยนต์ก็จะใช้เครื่องจักรสำหรับขึ้นน็อต และประกอบชุดชิ้นส่วนเข้ากับตัวถังและระบบอื่นๆ จนได้มาซึ่งยานยนต์สำเร็จรูป และส่งให้ผู้แทนจำหน่ายต่อไป ซึ่งจะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการทั้ง 3 กลุ่มมีการดำเนินธุรกิจที่เชื่อมโยงกันเป็นห่วงโซ่อุปทาน

จากการที่ในปัจจุบันประเทศไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์ที่สำคัญของผู้ผลิตรายยานยนต์มากกว่า 20 ราย ทั้งในส่วนของการผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศและการผลิตเพื่อการส่งออก และมีจำนวนบริษัทที่ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ลำดับที่ 1 มากกว่า 700 ราย ทำให้ผู้ประกอบยานยนต์และผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มีความต้องการใช้เครื่องจักรและอุปกรณ์จับยึดในการดำเนินธุรกิจมาก อย่างไรก็ตามในปัจจุบันประเทศไทยยังมีบริษัทออกแบบและผลิตเครื่องจักรที่ได้รับการยอมรับและความเชื่อมั่นจากผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมในเรื่องของการออกแบบและมาตรฐานคุณภาพอยู่ประมาณ 60 - 70 ราย ในขณะที่ความ

ต้องการเครื่องจักรนั้นมีมากขึ้นตามการขยายตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์ ดังนั้น ธุรกิจการออกแบบและผลิตเครื่องจักรและอุปกรณ์จับยึดสำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทยจึงเป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจและน่าจับตามอง

แนวโน้มการขยายตัวของอุตสาหกรรมการออกแบบและผลิตเครื่องจักรสำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทยจะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลัก ดังต่อไปนี้

1. ความถี่ในการออกยานยนต์โมเดลใหม่และการทำไมเนอร์เซนจ์ยานยนต์โมเดลเดิม
2. แผนการลงทุนของผู้ผลิตรายใหญ่ในประเทศไทย
3. สภาวะอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทยและนโยบายรัฐบาลที่ส่งผลกระทบต่อการลงทุนในอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

1. ความถี่ในการออกยานยนต์โมเดลใหม่และการทำไมเนอร์เซนจ์ยานยนต์โมเดลเดิม

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารของบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในธุรกิจยานยนต์มาเป็นระยะเวลานานกว่า 12 ปี ทำให้ทราบว่าโดยเฉลี่ยแล้วผู้ผลิตรายใหญ่รอบในการออกยานยนต์โมเดลใหม่และการทำไมเนอร์เซนจ์ยานยนต์โมเดลเดิม ดังแสดงในตารางนี้

ประเภทยานยนต์	รอบการออกโมเดลใหม่	รอบการทำไมเนอร์เซนจ์
รถยนต์	4 – 5 ปี	2 – 2.5 ปี
รถกระบะ	8 – 10 ปี	1.5 – 2 ปี
รถจักรยานยนต์	1 – 1.5 ปี	7 – 8 รอบ/ปี

ที่มา : ข้อมูลจากผู้บริหารของบริษัท

ผู้ประกอบการและผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์จะมีความต้องการซื้อเครื่องจักรเมื่อผู้ประกอบการมีการออกยานยนต์โมเดลใหม่เข้าสู่ตลาด หรือมีการขยายกำลังการผลิตยานยนต์เพิ่มขึ้น และจะมีความต้องการเปลี่ยนชุดอุปกรณ์จับยึดเมื่อมีการทำไมเนอร์เซนจ์ยานยนต์โมเดลเดิม ดังนั้นความถี่ในการออกโมเดลใหม่และการทำไมเนอร์เซนจ์จึงส่งผลกระทบโดยตรงต่อปริมาณความต้องการเครื่องจักรและอุปกรณ์จับยึด อย่างไรก็ตามจากการที่ในปัจจุบันธุรกิจการจำหน่ายยานยนต์มีสถานการณ์แข่งขันที่รุนแรง ทำให้ผู้ผลิตและจำหน่ายยานยนต์แต่ละรายพยายามนำเสนอขายยานยนต์ใหม่ๆ เข้าสู่ตลาดอยู่เสมอเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดจากคู่แข่ง ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มความถี่ในการออกโมเดลใหม่หรือการทำไมเนอร์เซนจ์โมเดลเดิม ดังนั้นความต้องการเครื่องจักรใหม่และความต้องการเปลี่ยนชุดอุปกรณ์จับยึดจึงมีแนวโน้มว่าจะปรับตัวสูงขึ้นในอนาคต

2. แผนการลงทุนของผู้ผลิตรายใหญ่ในประเทศไทย

การลงทุนของผู้ผลิตรายใหญ่ในการขยายฐานการผลิต หรือเพิ่มกำลังการผลิตในประเทศไทยนั้นสามารถสะท้อนให้เห็นว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่มีศักยภาพในการเติบโตของธุรกิจยานยนต์ ซึ่งหากผู้ผลิตรายใหญ่ขึ้นนำมีการขยายฐานการผลิตมายังในประเทศไทยมากขึ้น ความต้องการใช้เครื่องจักรสำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์จะมีแนวโน้มที่เพิ่มมากขึ้น แต่จากสภาพเศรษฐกิจโดยรวมและปริมาณรถยนต์คงค้างสต็อกที่ได้รับผลกระทบจากนโยบายรถยนต์คันแรกในกลุ่มลูกค้าที่ยังไม่มีความพร้อมหรือความสามารถในการชำระค่าเช่าซื้อ อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ยังคงมีสัดส่วนรายได้จากการการส่งผลิตเครื่องจักรในกลุ่มลูกค้าที่ผลิตชิ้นส่วนรายใหญ่อีกมาก รวมถึงแผนงานการลงทุนในธุรกิจต่างประเทศที่ได้มีการกำหนดแผนงานไว้

อย่างเป็นขั้นตอน และชัดเจน เพื่อมุ่งสนับสนุนและรองรับความต้องการของลูกค้าต่างประเทศ จะทำให้บริษัท สามารถสร้าง ยอดขายเพื่อชดเชยส่วนการลงทุนของผู้ผลิตยานยนต์รายใหญ่ในประเทศไทยไปได้

3. สภาวะอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทยและนโยบายรัฐบาลที่ส่งผลกระทบต่อการลงทุนใน อุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

สภาวะอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทย

ในปี 2557 เป็นปีแห่งความขบเซาของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย เพราะยอดผลิตรถยนต์หลุดเป้าหมายไปถึง 5 แสน คัน จากต้นปีผู้ผลิตรถยนต์ต่างมั่นใจในตัวเลขประมาณการผลิตทั้งปีรวม 2.4 ล้านคัน เพราะคาดว่าจะคึกคักต่อเนื่องจาก ปี 2556 ที่ยอดผลิตถล่มทลายสูงถึง 2.45 ล้านคัน สูงสุดตั้งแต่ผลิตมา หรือในรอบ 52 ปี และส่งผลให้ไทยกลายเป็นผู้ผลิ ตรถยนต์ติดอันดับ 9 ของโลก แต่ปี 2557 ที่ผ่านมานี้ยอดผลิตสรุปรวมกลับหดเหลือ 1.9 ล้านคัน ทั้งๆ ที่แต่ละค่ายพยายาม ทำการตลาดอย่างหนักในโค้งสุดท้ายของปี

ปัจจัยหลักที่ทำให้ยอดขายรถยนต์พลาดเป้าหมายอย่างมาก ส่วนแรก กำลังซื้อภายในประเทศที่ได้กำหนดไว้ว่าน่าจะ ขายได้ 1.2 ล้านคัน เมื่อต้องเผชิญปัญหาสะสมและผลกระทบจากปัญหาการเมืองที่คุกรุ่นตั้งแต่ปลายปี 2556 ต่อเนื่องถึงกลาง ปี 2557 จนเกิดการรัฐประหาร ซึ่งผลจากปัจจัยการเมืองทำให้เศรษฐกิจไทยตกต่ำ ผลิตภัณฑ์มวลรวมประเทศ (จีดีพี) ปี 2557 อยู่ระดับ 1% ซึ่งเดิมสถานการณ์ค่อนข้างเลวร้ายจนหลายฝ่ายคาดว่าจีดีพีจะติดลบ

จนไตรมาสสุดท้ายจีดีพีซบเป็น 3% แต่ก็ไม่เพียงพอจะกอบกู้ยอดผลิตรถยนต์ให้กลับมาเพิ่มจำนวนมากขึ้นได้ เพราะยอดขายเหลือเพียงประมาณ 8.8 แสนคัน พบว่าประเภทรถยนต์ที่ยอดขายลดลงมากที่สุดคือ รถกระบะขนาด 1 ตัน เพราะกลุ่มลูกค้าหลักคือ เกษตรกร ที่ราคาผลผลิตสินค้าเกษตรตกต่ำ อาทิ ข้าว ยางพารา อ้อย ยิ่งตอนเกิดปัญหาเงินจมนำข้าว ช่วงต้นปี

รองลงมาคือ รถยนต์นั่งขนาดเล็ก เครื่องยนต์ต่ำกว่า 1,800 ซีซี รวมรถยนต์ประหยัพลังงานมาตรฐานสากล หรือ อีโคคาร์ ด้วยที่ประชาชนชะลอการตัดสินใจซื้อ และได้รับผลกระทบจากปี 2556 มี นโยบายรถคันแรก ทำให้ความต้องการ ของประชาชนถูกใช้ไปค่อนข้างมาก นอกจากนี้ กลุ่มรถบรรทุกขนาดใหญ่ก็ได้รับผล กระทบเช่นกัน เพราะรัฐบาลชุดที่ผ่านมา มี โครงการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานทำให้รถบรรทุกขนาดใหญ่มียอดขายเติบโตขึ้นมาก แต่เมื่อการเมืองมีปัญหาทำให้กลุ่มนี้เกิด อาการช็อกยอดขายติดลบ แม้ช่วงปลายเดือนพฤศจิกายนถึงต้นเดือนธันวาคมทุกปีจะมีงานแสดงรถยนต์ ทำให้ผู้ผลิ ตมีความหวังกับยอดขายโค้งสุดท้ายของปี แต่สุดท้ายก็ไม่สามารถดึงยอดกลับมาได้

เมื่อมาดูยอดส่งออกของปี 2557 เดิมอุตสาหกรรมยานยนต์ต้องการไว้ที่ 1.2 ล้านคัน เท่ากับยอดขายในประเทศ แต่ เพราะเศรษฐกิจโลกที่ยังไม่ฟื้นตัว บวกกับเกิดปัญหาความขัดแย้งในตะวันออกกลาง และปัญหาโรคระบาด (อีโบลา) ใน แอฟริกาใต้ ซึ่งตลาดเหล่านี้คือผู้นำเข้ารถกระบะรายใหญ่ของประเทศไทย ชะลอการนำเข้า จึงกระทบต่อตัวเลขส่งออกช่วงครึ่ง

ปีหลังหายไปไม่น้อย จนเหลือประมาณ 1.13 ล้านคันเท่านั้น เมื่อรวมกันทั้งตลาดในตลาดนอก ยอดผลิตรถยนต์ปี 2557 ปิดยอดที่ 1.9 ล้านคัน

ตั้งเป้าหมายใหม่ผลิตรถยนต์ 2.2 ล้านคัน สำหรับปี 2558 ความหวังก็กลับมาฟื้นตัวอีกครั้ง เพื่อให้มาผงาดเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศ เริ่มต้น เมื่อสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (ส.อ.ท.) ประกาศตั้งเป้าหมายผลิตรถยนต์ไว้ที่ 2.2 ล้านคัน แบ่งเป็นการผลิตเพื่อส่งออก 1.2 ล้านคัน และขายในประเทศ 1 ล้านคัน เนื่องจากเชื่อว่าการส่งออกจะได้รับปัจจัยสนับสนุน ทั้งเศรษฐกิจโลกฟื้นตัว จากเศรษฐกิจทั้งสหภาพยุโรป (อียู) ญี่ปุ่น จีน มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น ขณะที่ยอดขายในประเทศจะได้รับอานิสงส์จากเศรษฐกิจในประเทศที่น่าจะกลับมาดีขึ้น ตั้งแต่ไตรมาสแรกของปีตามการคาดการณ์ของรัฐบาล

โดยรถยนต์ที่จะเข้ามาสร้างสีสันให้อุตสาหกรรมคือ อีโคคาร์ 2 ที่ผู้ผลิตรถยนต์ถึง 10 ค่ายประกาศลงทุน และน่าจะมีผู้ผลิตรถยนต์กว่าครึ่งเริ่มลงทุนผลิตจริงเพื่อชิงตลาดชิงความได้เปรียบ เพราะหากย้อนกลับไปดูการขายของอีโคคาร์รุ่น 1 ที่มีผู้ผลิตลงทุน 5 ราย คือ นิสสัน มิตรubishi ซูซูกิ ฮอนด้า และโตโยต่านั้น พบว่านิสสันซึ่งลุยเปิดตัว "นิสสันมาร์ช" เป็นรายแรก ปี 2553 ได้สร้างความแปลกใหม่ให้กับตลาดด้วยราคาเริ่มต้น 3.75 แสนบาท ทำยอดขายถล่มทลาย จนค่ายที่เหลือต้องทยอยเปิดตัว ทำให้ตลาดรถเก๋งเติบโตจนถึงปัจจุบัน และจากปรากฏการณ์ดังกล่าวที่ทำให้เทรนด์รถเก๋งเล็กคือ อนาคตของรถยนต์ในประเทศไทยและทั่วโลก รัฐบาลโดยกระทรวงอุตสาหกรรม จึงเริ่มทำการศึกษาและเปิดนโยบายผลิตรถยนต์อีโคคาร์ 2 เพื่อขยายตลาดของรถยนต์ดังกล่าวอย่างจริงจัง โดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (บีโอไอ) กำหนดกรอบการลงทุนของค่ายรถยนต์ที่สนใจลงทุนอีโคคาร์ 2 ว่าต้องเป็นการลงทุนผลิตแบบครบวงจร ทั้งการประกอบรถยนต์และการผลิตชิ้นส่วนและเครื่องยนต์ โดยจะต้องมีกำลังการผลิตไม่น้อยกว่า 1 แสนคันต่อปี นับตั้งแต่การผลิตปีที่ 4 เป็นต้นไป ส่วนเครื่องยนต์ที่ใช้ต้องเป็นไปตามมาตรฐานยูโร 5 ที่มีมาตรฐานในการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์น้อยกว่า 100 กรัมต่อกิโลเมตร และสามารถประหยัดพลังงานได้ที่ 4.3 ลิตร ต่อระยะทาง 100 กิโลเมตร ขนาดเครื่องยนต์เบนซินต้องไม่เกิน 1,300 ซีซี ส่วนเครื่องยนต์ดีเซลต้องไม่เกินขนาด 1,500 ซีซี

และผลจากการลงทุนดังกล่าวจะทำให้ไทยประสบความสำเร็จ 3 ด้าน คือ 1.เกิดการลงทุนคลัสเตอร์ยานยนต์ขนาดใหญ่ เกิดการต่อยอดช่วยให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตและส่งออกรถยนต์อย่างยั่งยืน 2.ให้ประชาชนเข้าถึงรถยนต์ที่มีมาตรฐานสูงทั้งด้านความปลอดภัยและการประหยัดพลังงาน และมีราคาเหมาะสมไม่สูงเกินไป 3.ให้อีโคคาร์ 2 มีส่วนช่วยรองรับการขยายตัวของสังคมเมือง และช่วยลดผลกระทบจากการใช้รถยนต์ ทั้งลดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ และช่วยลดความสูญเสียจากอุบัติเหตุ ขณะที่อัตราภาษีของอีโคคาร์ 2 นั้นกำหนดไว้ 12% มีผลปี 2559 ตามโครงสร้างภาษีรถยนต์ใหม่ แต่หากผลิตรถเร็วกว่าปีดังกล่าวจะเสียภาษี อัตรา 17% เท่ากับ อีโคคาร์ 1

ลูนอีโคคาร์ 2 อีก 1.38 แสนคัน ภายหลังจากบีโอไอประกาศเกณฑ์และกำหนดค่ายรถยนต์ยื่นขอส่งเสริมการลงทุนช่วงต้นปีนั้น พบว่ามีบริษัทยื่นขอรับส่งเสริมทั้งสิ้น 10 ราย รวมมูลค่าเงินลงทุน 138,889 ล้านบาท รวมกำลังการผลิต 1,581,000 คัน โดยผู้ผลิตรถยนต์ทั้ง 10 ราย ที่ยื่นขอรับส่งเสริมลงทุน โครงการอีโคคาร์ 2 แบ่งเป็นผู้ผลิตรายใหม่จำนวน 5 ราย คือ ฟอर्ड เซฟโรเลต เอ็มจี มาสด้า และโฟล์กสวาเกน เงินลงทุนรวม 86,810 ล้านบาท กำลังการผลิตรวม 753,000 คัน และผู้ผลิตรายเดิมที่ลงทุนอีโคคาร์ 1 จำนวน 5 ราย เงินลงทุนรวม 52,079 ล้านบาท กำลังการผลิตรวม 828,000 คัน โดยผลจากการลงทุนโครงการอีโคคาร์ 2 ทำให้บีโอไอมั่นใจว่าจะมีส่วนช่วยผลักดันให้ประเทศไทยผลิตรถยนต์ได้ตามเป้าหมาย 3 ล้านคัน ภายในปี 2560 จากการรวบรวมข้อมูลพบว่า จากค่ายรถยนต์ที่สนใจทั้งหมด 10 ค่าย มีจำนวน 9 ค่ายที่บีโอไอออกบัตรส่งเสริมการลงทุนให้แล้ว ยกเว้นเพียงโฟล์กสวาเกนเพียงรายเดียว แต่คาดว่าช่วงต้นปี 2558

จะได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนเช่นกัน

ยอดผลิต จำนวนรถยนต์ทั้งหมดที่ผลิตได้ในเดือนธันวาคม 2557 มีทั้งสิ้น 153,669 คัน ลดลงจากเดือนธันวาคม 2556 3.29% และลดลงจากเดือนพฤศจิกายน 2557 2.76% เนื่องจากเศรษฐกิจภายในประเทศที่ชะลอตัว ทำให้ยอดขายภายในประเทศลดลงต่อเนื่อง และยอดส่งออกรถยนต์ไม่เติบโต

จำนวนรถยนต์ที่ผลิตได้ในเดือนมกราคม – ธันวาคม 2557 มีจำนวนทั้งสิ้น 1,880,007 คัน ลดลงจากเดือนมกราคม – ธันวาคม 2556 คิดเป็นสัดส่วน 23.49%

รถยนต์นั่ง เดือนธันวาคม 2557 ผลิตได้ 63,533 คัน ลดลงจากเดือนธันวาคม 2556 ที่ 1.83%

ยอดผลิตของรถยนต์นั่ง ตั้งแต่เดือนมกราคม – ธันวาคม 2557 มีจำนวน 742,678 คัน เท่ากับ 39.5% ของยอดการผลิตทั้งหมด ลดลงจากเดือนมกราคม – ธันวาคม 2556 คิดเป็น 30.66%

รถกระบะขนาด 1 ตัน เดือนธันวาคม 2557 ผลิตได้ทั้งหมด 87,343 คัน ลดลงจากเดือนธันวาคม 2556 อยู่ที่ 4.79% และตั้งแต่เดือนมกราคม – ธันวาคม 2557 ผลิตได้ทั้งสิ้น 1,114,778 คัน เท่ากับ 59.29% ของยอดการผลิตทั้งหมด ลดลงจากเดือนมกราคม – ธันวาคม 2556 คิดเป็น 16.37%

ยอดขาย ยอดขายรถยนต์ภายในประเทศของเดือนธันวาคม 2557 มีจำนวนทั้งสิ้น 89,504 คัน สูงสุดในรอบ 12 เดือน เพิ่มขึ้น 22.49% เมื่อเทียบกับเดือนพฤศจิกายน 2557 เนื่องจากมียอดจองรถยนต์ในงานมหกรรมยานยนต์เมื่อเดือนธันวาคมที่ผ่านมา มากกว่า 40,000 คัน แต่ลดลงจากเดือนเดียวกันในปีที่แล้ว 21.4% จากภาวะเศรษฐกิจในประเทศที่ยังคงชะลอตัว การลงทุนของภาครัฐที่ล่าช้า การเบิกจ่ายงบประมาณที่ยังไม่มากพอ ราคาสินค้าเกษตรลดลง รวมถึงการลงทุนของภาคเอกชนยังไม่ดีขึ้น

ส่วนรถจักรยานยนต์ มียอดขาย 120,001 คัน ลดลงจากเดือนธันวาคม 2556 5.33% และลดลงจากเดือนพฤศจิกายน 2557 0.85%

ตั้งแต่เดือนมกราคม – ธันวาคม 2557 รถยนต์มียอดขาย 881,832 คัน ลดลงจากปี 2556 ในระยะเวลาเดียวกัน 33.7% เพราะแปดเดือนแรกปี 2556 ยังมีการส่งมอบรถยนต์คันแรก แต่ปี 2557 ไม่มีการส่งมอบรถยนต์คันแรกแล้ว

แนวโน้มอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยในรอบปี 2558

คำถามเกิดขึ้นมากมายเกี่ยวกับภาพรวมของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยในปี 2558ว่าจะเดินหน้าไปอย่างไร ท่ามกลางภาวะการเติบโตอย่างไม่เต็มที่ของเศรษฐกิจที่มีการคาดการณ์กันว่า จะเห็นการเติบโตของจีดีพีที่ระดับ 4-5% เท่านั้นในปีนี้อแล้วแต่การคาดการณ์ของผู้เชี่ยวชาญแต่ละฝ่าย

การที่ตลาดยานยนต์หดตัวอย่างรุนแรงในปีที่ผ่านมา ไม่ว่าจะเป็นยอดจำหน่ายรถยนต์ ยอดจำหน่ายรถจักรยานยนต์ รวมไปถึงอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ย่อมส่งผลให้เกิดคำถามต่อความเชื่อมั่นของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยในปีนี้เป็นอย่างมากว่าจะเดินหน้าหรือห่อท้อแท่น้อย่างต่อเนื่องในปีนี้อ และนี่คือความน่าจะเป็นที่จะเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยในปีนี้อ ที่เราคาดว่าจะได้เห็นปรากฏการณ์เหล่านี้เกิดขึ้นต่อเนื่องไปตลอดทั้งปี

ขณะที่กระแสข่าวในช่วงปลายปีที่ผ่านมาแล้วก็คาดว่าตลาดจะเติบโตที่ระดับ 5-10% เท่านั้น แต่ลึก ๆ แล้วเราเชื่อว่าผู้ประกอบการทุกรายต่างก็คาดหวังว่าตลาดรถยนต์ไทยจะกลับสู่ระดับ 7 หลักอีกครั้งในปีนี้อ ซึ่งแน่นอนว่าเป็นงานที่ยากมาก หากดูจากยอดจำหน่ายในปีที่ผ่านมาที่น่าจะทำให้ได้ระดับ 8.5-8.6 แสนคันเท่านั้น (รอยืนยันตัวเลขอีกครั้ง) แต่หากดูจากการ

เติบโตที่วางไว้ 5-10% ก็น่าจะกลับไปอยู่ที่ระดับ 9 แขนกลาง ๆ หากค่าयरจะรวมพลังผลักดันตลาดให้ถึงตัวเลข 7 หลักก็อาจจะยังลุ่นได้ แต่ทั้งนี้ต้องขึ้นกับตัวสินค้าใหม่ที่จะนำมาเปิดตัว ที่เรามีการนำเสนอไปแล้วก่อนหน้านี้ รวมไปถึงความมุ่งมั่นในการเดินหน้าจัดกิจกรรมและแคมเปญอย่างต่อเนื่อง ถ้าทำได้ก็ยังมีลุ้นอยู่เหมือนกัน ทั้งนี้ เป็นผลมาจากการกระตุ้นภาพรวมของเศรษฐกิจที่ยังไม่น่าจะเห็นผลอย่างเป็นรูปธรรมในช่วงแรกของปี 2558 อย่างไรก็ตาม หากมองว่าเศรษฐกิจยังคงเติบโตและแนวโน้มตลาดยังเติบโตอยู่ก็น่าจะเป็นที่พึงพอใจแล้วสำหรับสถานการณ์ในปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม ตลาดรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่หรือบิ๊กไบค์ ก็ยังเป็นตลาดที่ยังมีอนาคตสดใสอยู่ เนื่องจากฐานลูกค้าไม่ได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจอยู่แล้ว ประกอบกับการลดภาษีนำเข้าลงอีก 5% ในปีนี้ และการย้ายเข้ามาตั้งโรงงานประกอบในไทยของผู้ผลิตหลายราย ก็น่าจะทำให้ตลาดเติบโตไม่น้อยกว่า 20%

มีการคาดการณ์ว่าตลาดรถยนต์และรถจักรยานยนต์แบบพื้นฐานจะเป็นตลาดที่ไม่เติบโตหรือเติบदन้อยมากในปีนี้ เนื่องจากกลุ่มลูกค้าหลักยังเป็นกลุ่มที่ได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจได้อย่างง่ายดาย ดังนั้น หากไม่เห็นสัญญาณการเติบโตของเศรษฐกิจที่เป็นรูปธรรม ก็ยากที่จะผลักดันให้ลูกค้ากลุ่มนี้ควักกระเป๋าจ่ายเงินออกมาใช้ได้

ขณะที่กลุ่มสินค้าที่มีความนิชมมากกว่า ไม่ว่าจะเป็นรถยนต์หรู รถยนต์ในเซกเมนต์ใหม่ ๆ รวมไปถึงรถจักรยานยนต์รูปแบบใหม่ ๆ ต่างมุ่งจับกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อเหนือกว่าและมีความพร้อมในการใช้จ่ายใช้สอย โดยที่ไม่ต้องกังวลถึงภาวะทางเศรษฐกิจมากมายนัก เมื่อสถานการณ์ทางการเมืองยังคงนิ่งอยู่ และเชื่อกันว่าจะไม่เกิดปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจอย่างรุนแรงในปีนี้ แนนอวยว่าย่อมเป็นโอกาสดีในการดูดเงินออกจากกระเป๋าลูกค้าในประเทศไทยกันอย่างสนุกสนาน สำหรับผู้ประกอบการที่มีสินค้าในกลุ่มนี้เช่นกัน

เทคโนโลยีใหม่ จ่อเปิดตัวมากขึ้น

หลังจากที่ปีที่ผ่านมา ประเทศไทยได้รู้จักกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ สำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์ผ่านกลุ่มสินค้าที่เปิดตัวในประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นปีเอ็มดับเบิลยู ไอ8, ฮอนด้า แอคคอร์ด ไฮบริด หรือแม้แต่รถเล็กรุ่นใหม่อย่างมาสด้า 2

ปีนี้ก็คาดว่าจะห่างหายไปจากการเปิดตัวเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในประเทศไทย โดยเฉพาะในกลุ่มรถยนต์นั่งขนาดเล็กที่ต้องดูว่าผู้ประกอบการรายใหญ่จะส่งอะไรมาทำชิงกับรถยนต์สกายแอคทีฟ-ดี ของมาสด้ากันบ้าง

ขณะที่บรรดาเทคโนโลยีที่เปิดตัวไปในกลุ่มรถยนต์หรูรวมมากมายในตลาดโลก คาดการณ์ได้เลยว่าปีนี้จะต้องมีอะไรใหม่ ๆ เข้ามาในประเทศไทยอีกเพียบ เพื่อให้ผู้บริโภคชาวไทยได้เปิดหูเปิดตาไปกับโลกยานยนต์กันมากขึ้น

ที่มา : ข่าวจากหนังสือพิมพ์มติชน ฉบับวันที่ 4 มกราคม 2558

สภาวะการแข่งขันในธุรกิจการออกแบบและผลิตเครื่องจักรและอุปกรณ์จับยึด

จากการที่ในปัจจุบันประเทศไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์ของบริษัทชั้นนำหลายรายไม่ว่าจะเป็นยี่ห้อ โตโยต้า ฮอนด้า นิสสัน มิตซูบิชิ มาสด้า ฟอर्ड อีซูซุ ฯลฯ และมีจำนวนบริษัทที่ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ลำดับที่ 1 มากกว่า 700 ราย ทำให้ปริมาณความต้องการใช้เครื่องจักรและอุปกรณ์จับยึดของผู้ประกอบการประเภทต่างๆ ในอุตสาหกรรมยานยนต์ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการยานยนต์ และผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์แต่ละลำดับนั้นมีมาก ในขณะที่จำนวนบริษัทผู้ออกแบบและผลิตเครื่องจักรที่ได้รับการยอมรับและความเชื่อมั่นจากลูกค้าในเรื่องของคุณภาพและการจัดส่งมีอยู่ประมาณ 60 – 70 บริษัทจากข้อมูลของ

ผู้บริหาร แต่ในรอบปี 2557 ที่ผ่านมานี้ มีการแข่งขันที่สูงมากยิ่งขึ้นจากผู้ประกอบการต่างชาติ (ญี่ปุ่น) ที่มีประสบการณ์และความชำนาญ โดยเน้นแข่งขันด้านราคาเป็นหลักเพื่อแย่งชิงตลาดในประเทศ จากสภาวะเศรษฐกิจในประเทศญี่ปุ่นซบเซา

อย่างไรก็ตาม ในธุรกิจการจำหน่ายยานยนต์นั้น การทำการตลาดของผู้ผลิตและจำหน่ายยานยนต์แต่ละรายจะเป็นแบบ “Head to head” คือ เมื่อบริษัทหนึ่งทำการออกโมเดลใหม่หรือทำโมเนออร์เซนจ์โมเดลเดิมเข้าสู่ตลาดบริษัทอื่นๆ ก็จะเร่งออกโมเดลใหม่หรือทำโมเนออร์เซนจ์ตามเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาด ทำให้ผู้ประกอบการยานยนต์รวมถึงผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์แต่ละรายมีความต้องการใช้เครื่องจักรในระยะเวลาที่ใกล้เคียงกัน ลักษณะงานที่เข้าสู่บริษัทที่ออกแบบและผลิตเครื่องจักรนั้นจึงเป็นงานที่เร่งด่วนและมีข้อจำกัดด้านระยะเวลาการส่งมอบเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น รูปแบบการแข่งขันในธุรกิจนี้จึงมีลักษณะของการแข่งขันกันเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและยอมรับจากลูกค้าว่าจะมีกำลังการผลิตเพียงพอที่จะสามารถออกแบบและผลิตเครื่องจักรที่มีคุณภาพและส่งมอบได้ทันตามกำหนดเวลา แต่ทั้งนี้ปัจจัยด้านราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของเครื่องจักรก็เป็นส่วนสำคัญในการพิจารณาเลือกใช้บริการด้วยเช่นกัน

สำหรับในเรื่องโอกาสในการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่นั้นเนื่องจากธุรกิจการออกแบบและผลิตเครื่องจักรสำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์นั้นเป็นธุรกิจที่ต้องอาศัยทักษะและความเชี่ยวชาญในระดับสูง ดังนั้น จึงเป็นการยากที่คู่แข่งรายใหม่จะเข้ามาสู่ธุรกิจ แต่จากการที่ธุรกิจนี้เป็นธุรกิจที่มีศักยภาพในการเติบโตอยู่มากจึงมีความเป็นไปได้ที่ผู้ประกอบการต่างชาติที่มีความเชี่ยวชาญทั้งด้านเงินทุนและเทคโนโลยีจะเข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งตลาด ดังเช่นในปัจจุบันนี้ อย่างไรก็ตามด้วยการที่บริษัทมีความสามารถในการแข่งขันและมีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าและ Supplier มาเป็นระยะเวลานาน ตลอดจนมีความได้เปรียบผู้ประกอบการต่างชาติในเรื่องของความยืดหยุ่นในการเจรจาต่อรองกับลูกค้าในประเทศ ทำให้บริษัทสามารถแข่งขันได้ในระยะยาว ซึ่งทางบริษัทจะต้องสามารถรักษาระดับคุณภาพงานในทุกๆ ด้านให้เป็นที่ยอมรับแก่กลุ่มลูกค้าได้

บริษัทได้ประเมินสภาวะการแข่งขันในธุรกิจการออกแบบและผลิตเครื่องจักรและอุปกรณ์จับยึดดังกล่าวมาแล้ว จึงได้กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดโดยเน้นกลุ่มลูกค้าระดับบน (High-end customer) ที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพการออกแบบและความสามารถในการผลิตเครื่องจักรที่มีคุณภาพเพื่อส่งมอบได้ทันตามกำหนดเวลาเป็นหลัก แต่ทั้งนี้ก็ยังให้ความสำคัญแก่กลุ่มลูกค้าที่ต้องการสั่งออกแบบและผลิตเครื่องจักรภายใต้กรอบงบประมาณตามนโยบายของลูกค้าด้วยเช่นกัน และยังมียุทธศาสตร์ในการเพิ่มความหลากหลายของเครื่องจักรในทุกๆปี เพื่อขยายฐานลูกค้า นอกจากนั้นแล้ว บริษัทยังได้สร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจกับผู้ผลิตและจำหน่ายชิ้นส่วนที่มีคุณภาพและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของลูกค้า เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเครื่องจักรที่ออกแบบและผลิตโดยบริษัทอีกด้วย

เมื่อพิจารณาตลาดเฉพาะในส่วนของผู้ประกอบการในธุรกิจการออกแบบและผลิตเครื่องจักรและอุปกรณ์จับยึดที่มีการนำเสนอสินค้าและบริการคล้ายคลึงกับกลุ่มบริษัทนั้น พบว่าเป็นตลาดที่มีการกระจายตัวของผู้ประกอบการมาก (Fragmented market) โดยไม่มีผู้ประกอบการรายใดรายหนึ่งสามารถครอบครองตลาดได้อย่างชัดเจน โดยกลุ่มบริษัทที่มีคู่แข่งที่น่าเสนอสินค้าและบริการที่คล้ายคลึงกับกลุ่มบริษัทจำนวน 9 ราย ดังรายชื่อต่อไปนี้

รายชื่อ	ยอดขายปี 2556 (ล้านบาท)	ประเภทสินค้าที่แข่งขันกับบริษัท						
		เครื่องทดสอบ การรื้อ	เครื่องล้าง	เครื่องกดอัด	เครื่องขึ้นน็อต	เครื่องประกอบ	เครื่องทำ สัญญาณ	เครื่องกลึง/ไส/ ปาด/เจาะ
1. บริษัท เอ.ไอ.เทคโนโลยี จำกัด	546.19	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
2. บริษัท ฮิคาริ เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด	515.99	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
3. บริษัท ซีเอฟที เอ็นจิเนียริง จำกัด	473.56		✓	✓			✓	
4.บริษัท ยูเรกา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน)	402.79	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5. บริษัท อินเทอร์เน็ต โซลูชั่น จำกัด	323.27		✓	✓			✓	
6. บริษัท ทีเคเอ จำกัด	284.45							✓
7. บริษัท ยามาฮากิ อีเคะ (ไทยแลนด์) จำกัด	166.40							✓
8. บริษัท ที.อาร์.โมเดิร์น อินดัสทรี จำกัด	100.95		✓			✓		
9. บริษัท ไทยเซ็นทรัล เมคคานิกส์ จำกัด	88.68					✓		
10. บริษัท บี.พี.เพาเวอร์ เอ็นจิเนียริง จำกัด	48.10			✓				

บริษัท ยูเรกา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) มียอดขายปี 2557 310.19 ล้านบาท

โดย ณ ปัจจุบัน (28 กุมภาพันธ์ 2558) ยังไม่สามารถนำเปรียบเทียบกับผลประกอบการในปี 2557 ของคู่แข่งได้

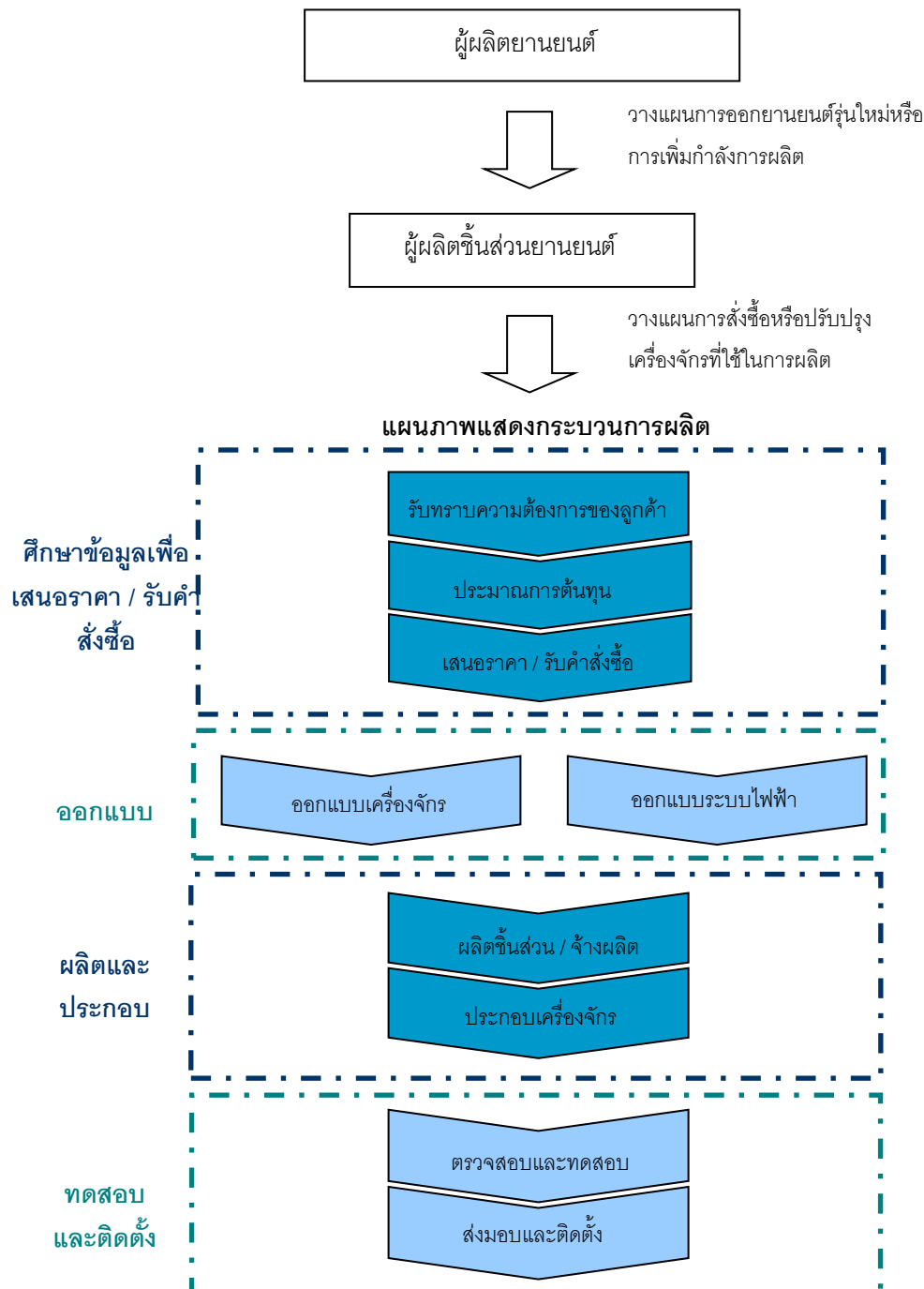
เนื่องจากข้อมูลจากงบการเงินของบริษัทจำกัด ยังไม่ถึงกำหนดเวลาที่จะเผยแพร่ในระบบของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ข้อมูลจากบริษัท และจาก www.dbd.go.th

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.3.1 ขั้นตอนการออกแบบและผลิต

ขั้นตอนการออกแบบและผลิตเครื่องจักรและอุปกรณ์จับยึดของบริษัทในแต่ละประเภท จะมีกระบวนการที่คล้ายคลึงกัน โดยขั้นตอนการผลิตของบริษัทสามารถแบ่งเป็น 4 ขั้นตอนใหญ่ ได้แก่ 1) การศึกษาข้อมูลเพื่อเสนอราคาและยืนยันคำสั่งซื้อ 2) การออกแบบ 3) การผลิตชิ้นส่วนและประกอบเครื่องจักร และ 4) การทดสอบและติดตั้งเครื่องจักร ซึ่งสามารถแสดงผังแผนภาพต่อไปนี้



1. ขั้นตอนการศึกษาข้อมูลเพื่อเสนอราคาและยืนยันคำสั่งซื้อ

- บริษัทจะทำการศึกษาข้อมูล และสอบถามความต้องการของลูกค้าโดยละเอียด เพื่อให้สามารถออกแบบและผลิตเครื่องจักรที่ตรงความต้องการใช้งานของลูกค้า ทั้งนี้ การได้รับทราบข้อมูลที่ละเอียดนั้น จะช่วยให้กระบวนการออกแบบเครื่องจักรเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว ลดการปรับปรุง และแก้ไขเครื่องจักรส่งผลกระทบต่อการบริหารจัดการต้นทุนในการผลิตที่ดีขึ้นของบริษัท
- โดยบริษัทจะนำเสนอรูปแบบของเครื่องจักรเบื้องต้น ตลอดจนวิธีการใช้งานให้แก่ลูกค้าเพื่อพิจารณา หลังจากนั้นจึงทำการประมาณการต้นทุนการออกแบบและผลิต และกำหนดราคาเครื่องจักรเพื่อนำเสนอต่อลูกค้าในลำดับต่อไป

2. ขั้นตอนการออกแบบ

- ภายหลังจากการได้รับคำยืนยันคำสั่งซื้อจากลูกค้า นั้น บริษัทจะทำการออกแบบเครื่องจักรโดยละเอียด ทั้งในส่วนการออกแบบตัวเครื่องจักร (Mechanics) และการออกแบบระบบไฟฟ้า (Electric) เพื่อควบคุมการปฏิบัติงานของเครื่องจักรให้สามารถใช้งานได้ตามกำหนด โดยบริษัทจะนำเสนอแบบเครื่องจักรในรูปแบบ 3 มิติ (3D model) ตลอดจนลักษณะการทำงาน ให้ลูกค้าพิจารณาและทำการยืนยันแบบเพื่อทำการผลิตต่อไป
- ขั้นตอนการออกแบบ โดยทั่วไปแล้วจะใช้เวลาประมาณ 1 – 1.5 เดือน

3. ขั้นตอนการผลิตชิ้นส่วนและการประกอบเครื่องจักร

- เมื่อได้รับการยืนยันคำสั่งผลิตจากลูกค้า บริษัทจะทำการจัดหาส่วนประกอบของเครื่องจักร ตามรายละเอียดที่ได้ออกแบบไว้ โดยแบ่งเป็น ชิ้นส่วนที่บริษัทจะทำการผลิตเอง และชิ้นส่วนที่ซื้อจากผู้ประกอบการรายอื่น
- หลังจากนั้น จะทำการประกอบเครื่องจักรรวมถึงการเดินระบบไฟฟ้า ติดตั้งตู้ และแผงควบคุมพร้อมลงโปรแกรมการควบคุมการปฏิบัติงานของเครื่องจักร
- ขั้นตอนการผลิตชิ้นส่วนและประกอบเครื่องจักร ทั่วไปจะใช้ระยะเวลาประมาณ 2 – 4 เดือน

4. ขั้นตอนการทดสอบและติดตั้งเครื่องจักร

- หลังจากการประกอบและลงโปรแกรมการควบคุมการปฏิบัติงานของเครื่องจักรแล้ว บริษัทจะทำการตรวจสอบการใช้งานของเครื่องจักรโดยบุคลากรของบริษัท เพื่อให้แน่ใจว่าเครื่องจักรสามารถใช้งานได้ตามความต้องการของลูกค้า หลังจากนั้นจึงเชิญลูกค้ามาตรวจสอบและทดสอบเครื่องจักรในลำดับต่อไป
- เมื่อลูกค้าทำการทดสอบเครื่องจักรที่โรงงานของบริษัทแล้ว จะกำหนดวันเวลาในการส่งมอบและติดตั้งเครื่องจักรที่โรงงานของลูกค้า ซึ่งลูกค้าจะทำการตรวจสอบและทดสอบเครื่องจักรอีกครั้ง เพื่อให้แน่ใจว่าสามารถใช้งานได้ตรงตามความต้องการ และทำการรับมอบเครื่องจักรจากทางบริษัท หลังจากนั้นฝ่ายบริการก็จะทำหน้าที่ในการติดตามและให้บริการหลังการขายต่อไป
- ขั้นตอนการทดสอบและติดตั้งเครื่องจักร โดยทั่วไปจะใช้ระยะเวลาประมาณ 1- 1.5 เดือน

2.3.2 วัตถุประสงค์ที่สำคัญ

ส่วนประกอบที่สำคัญในกระบวนการผลิตและประกอบเครื่องจักรและอุปกรณ์จับยึด แบ่งเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ชิ้นส่วนมาตรฐาน (Standard part) ชิ้นส่วนพิเศษ (Special part) ชิ้นส่วนจ้างผลิต (Outsourcing part) และชิ้นส่วนผลิตเอง (Making part) ซึ่งใช้ผลิตภัณฑ์เหล็กแปรรูปเป็นวัตถุดิบ ทั้งนี้ส่วนประกอบทั้ง 4 ประเภท คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 69.30- 80.76 ของต้นทุนผลิตรวมในช่วงเวลา 3 ปีที่ผ่านมา โดยบริษัททำการจัดหาวัตถุดิบดังกล่าว ดังนี้

1. ชิ้นส่วนมาตรฐาน (Standard part)

ชิ้นส่วนมาตรฐาน คือ ชิ้นส่วนที่มีการกำหนดรูปแบบและขนาดเป็นมาตรฐานเดียวกันในอุตสาหกรรม ซึ่งสามารถสั่งซื้อได้ง่าย เช่น ระบบไฟฟ้า (Electrical system) ระบบลม (Pneumatic system) ระบบไฮดรอลิก (Hydraulic system) ในการสั่งซื้อชิ้นส่วนมาตรฐานนั้นบริษัทมีนโยบายในการสั่งซื้อจากผู้จำหน่ายภายในประเทศที่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และมีความยืดหยุ่นในการเจรจาต่อรองสูง โดยในการสั่งซื้อจะทำการเปรียบเทียบราคาและคุณภาพจากผู้จำหน่ายหลายราย เพื่อให้ได้มาซึ่งชิ้นส่วนที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสมภายในระยะเวลาที่กำหนด

ในปี 2556 และปี 2557 สัดส่วนต้นทุนของชิ้นส่วนมาตรฐานคิดเป็นร้อยละ 57.24 และร้อยละ 61.97 จากต้นทุนรวม ตามลำดับ โดยที่ผ่านมามีบริษัทไม่เคยสั่งซื้อชิ้นส่วนมาตรฐานจากผู้จำหน่ายรายใดมากกว่าร้อยละ 30 ของมูลค่าการสั่งซื้อรวม

2. ชิ้นส่วนพิเศษ (Special part)

ชิ้นส่วนพิเศษ คือ ชิ้นส่วนที่ต้องใช้เครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิตซึ่งจะต้องใช้เงินลงทุนในเครื่องจักรจำนวนมาก ซึ่งในปัจจุบันยังไม่สามารถผลิตเองได้ เช่น หน่วยทดสอบการรั่ว (Leak tester unit) เครื่องขันน็อต (Nut tightening unit) และหน่วยการทำสัญลักษณ์ (Marking unit) โดยบริษัทต้องสั่งซื้อจากทางพันธมิตรทางธุรกิจของบริษัท ซึ่งในปัจจุบันมีการซื้อหน่วยทดสอบการรั่วจากทางบริษัท คอสโมเวฟ เทคโนโลยี จำกัด ซื้อเครื่องขันน็อตจากทางบริษัท เอสทีค คอร์ปอเรชั่น จำกัด และซื้อหน่วยการทำสัญลักษณ์จากบริษัท เบคูลู (ไทยแลนด์) จำกัด

ในปี 2556 และปี 2557 สัดส่วนต้นทุนของชิ้นส่วนพิเศษคิดเป็นร้อยละ 22.11 และร้อยละ 9.25 จากต้นทุนรวม ตามลำดับ โดยที่ผ่านมามีบริษัทไม่เคยสั่งซื้อชิ้นส่วนพิเศษจากพันธมิตรทางธุรกิจรายใดในมูลค่าการสั่งซื้อมากกว่าร้อยละ 30 ของมูลค่าการสั่งซื้อรวม

3. ชิ้นส่วนจ้างผลิต (Outsourcing part)

ชิ้นส่วนจ้างผลิต คือ ชิ้นส่วนที่บริษัทว่าจ้างคนนอกให้ผลิตชิ้นส่วนแทนบริษัท เช่น ชิ้นส่วนงานโครงสร้าง ชิ้นส่วนงานกลึง เจาะ ปาด พับ งอ และชิ้นส่วนงานชุบผิว เนื่องจากการลงทุนในเครื่องจักรเพื่อให้ครอบคลุมการผลิตชิ้นส่วนได้ทุกูปแบบนั้นต้องใช้เงินลงทุนมาก ดังนั้นหากเป็นชิ้นส่วนที่บริษัทไม่สามารถผลิตได้ หรือไม่คุ้มค่าที่จะผลิตบริษัทจะว่าจ้างบริษัทอื่นในการผลิต ในการจ้างผลิตนั้นบริษัทมีนโยบายส่งงานให้บริษัทในประเทศโดยเฉพาะบริษัทที่มีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้กับโรงงานของบริษัท ทั้งนี้เพื่อให้มั่นใจว่าสามารถจัดส่งชิ้นงานที่มีคุณภาพได้ตามกำหนดเวลา

ในปี 2556 และปี 2557 สัดส่วนต้นทุนของชิ้นส่วนจ้างผลิตคิดเป็นร้อยละ 17.83 และร้อยละ 16.41 จากต้นทุนรวม ตามลำดับ โดยที่ผ่านมามีบริษัทไม่เคยสั่งซื้อชิ้นส่วนจ้างผลิตจากผู้จำหน่ายรายใดมากกว่าร้อยละ 30 ของมูลค่าการสั่งซื้อรวม

4. ผลิตภัณฑ์เหล็กแปรรูป

บริษัทใช้เหล็กแปรรูปไม่ว่าจะเป็นเหล็กแผ่น เหล็กหล่อ ฯลฯ มาผ่านขั้นตอนการเจาะ ตัด ขัด เจียรผิว ชุบแข็ง และทำสี จนได้เป็นชิ้นส่วนผลิตเอง (Making part) เพื่อใช้เป็นส่วนประกอบของเครื่องจักร ซึ่งชิ้นงานแต่ละชิ้นจะมีลักษณะที่แตกต่างกันไปตามรูปแบบเครื่องจักร ในการซื้อผลิตภัณฑ์เหล็กแปรรูปนั้นบริษัทมีนโยบายในการสั่งซื้อจากผู้จำหน่ายภายในประเทศเป็นหลักเนื่องจากบริษัทมีการสั่งซื้อครั้งละไม่มาก โดยในการสั่งซื้อจะทำการเปรียบเทียบราคาและคุณภาพจากผู้จำหน่ายหลายรายเพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสมภายในระยะเวลาที่กำหนด

ในปี 2556 และปี 2557 สัดส่วนต้นทุนของผลิตภัณฑ์เหล็กแปรรูปคิดเป็นร้อยละ 2.71 และร้อยละ 1.79 จากต้นทุนรวม ตามลำดับ เนื่องจากต้นทุนหลักของเครื่องจักรที่บริษัทออกแบบนั้นจะอยู่ที่ต้นทุนค่าออกแบบและต้นทุนชิ้นงานพิเศษที่บริษัทไม่สามารถผลิตเองได้ โดยที่ผ่านมามีบริษัทไม่เคยสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เหล็กจากผู้จำหน่ายรายใดเกินกว่าร้อยละ 30 ของมูลค่าการสั่งซื้อรวม

ในการจัดหาวัตถุดิบของบริษัทนั้นลูกค้าบางรายมีการกำหนดรายชื่อผู้จำหน่ายมาให้ซึ่งทางบริษัทจะต้องสั่งซื้อวัตถุดิบและชิ้นส่วนจากผู้จำหน่ายที่ลูกค้ากำหนดเท่านั้น อย่างไรก็ตามจากการที่บริษัทมีนโยบายการกำหนดราคาด้วยวิธีการบวกอัตรากำไรจากต้นทุน (Cost plus pricing) ทำให้สามารถผลักดันต้นทุนที่เพิ่มขึ้นบางส่วนไปให้กับลูกค้าได้

การผลิตชิ้นส่วนผลิตเองจากผลิตภัณฑ์เหล็กแปรรูปนั้น บริษัทมีนโยบายที่จะเพิ่มสัดส่วนจำนวนชิ้นส่วนที่ผลิตเอง (Making part) ให้มากขึ้น และลดการซื้อชิ้นส่วนจ้างผลิต (Outsourcing part) ให้น้อยลง

ประเภทของชิ้นส่วนที่บริษัทสามารถผลิตเองได้แก่ชิ้นส่วนฐานเครื่อง (Base plate and top plate) และส่วนประกอบภายในของเครื่องจักร ยกเว้นชิ้นส่วนประเภทโครงสร้างที่ต้องทำงานเชื่อมโลหะ งานตัดและงานพับโลหะ ซึ่งเครื่องจักรของบริษัทไม่สามารถทำได้ โดยบริษัทมีเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตชิ้นส่วน 22 เครื่อง ประกอบด้วยเครื่องกัด (Milling machine) เครื่องกลึง (Lathe) เครื่องเจียรราบ (Surface grinder) เครื่องไส/ปาด/เจาะความเที่ยงตรงสูง (CNC machining center) เครื่องมือวัด 3 มิติ (Coordinate measuring machine) เป็นต้น

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณามูลค่าการสั่งซื้อชิ้นส่วนประกอบและวัตถุดิบในอดีตที่ผ่านมาจะพบว่าส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 90 จะเป็นการสั่งซื้อจากผู้จำหน่ายในประเทศ โดยชิ้นส่วนที่ต้องสั่งซื้อจากต่างประเทศจะเป็นชิ้นส่วนพิเศษบางประเภทซึ่งต้องสั่งซื้อจากผู้ผลิตในต่างประเทศเท่านั้น

หน่วย: ล้านบาท

วัตถุดิบ	ปี 2555		ปี 2556		ปี 2557	
	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ
ในประเทศ						
ชิ้นส่วนมาตรฐาน	117.74	67.45	115.07	54.24	115.65	61.97
ชิ้นส่วนจ้างผลิต	25.26	14.47	37.83	17.83	38.89	20.84
ชิ้นส่วนพิเศษ	14.52	8.32	46.68	11.59	21.92	11.75
ผลิตภัณฑ์เหล็กแปรรูป	6.35	3.64	5.74	2.71	4.25	2.28
รวมในประเทศ	163.87	93.88	205.33	96.78	180.71	96.84
ต่างประเทศ						
ชิ้นส่วนมาตรฐาน	0.71	0.41	6.62	1.64	5.90	3.16
ชิ้นส่วนพิเศษ	9.98	5.72	0.23	0.06	0.00	0.00
รวมต่างประเทศ	10.69	6.12	6.85	1.70	5.90	3.16
มูลค่าสั่งซื้อรวม	174.56	100.00	212.17	100.00	186.61	100.00

นอกจากการจัดหาวัตถุดิบที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญแล้ว ปัจจัยที่ทางบริษัทให้ความสำคัญเป็นอย่างมากในการจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า คือ การจัดหาทีมวิศวกรที่มีความรู้ ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการออกแบบและผลิตสินค้า เนื่องจากการออกแบบและผลิตเครื่องจักรและอุปกรณ์จับยึดจะต้องใช้วิศวกรที่มีความเข้าใจเชิงลึกในกระบวนการผลิตในแต่ละขั้นตอนตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบเครื่องจักรจนถึงขั้นตอนการส่งมอบและติดตั้งเครื่องจักรที่หน้างานลูกค้า โดยในขั้นตอนการออกแบบนั้นบริษัทใช้คอมพิวเตอร์ CAD / CAM (Computer Aided Design /

Computer Aided Manufacturing) ในการออกแบบเครื่องจักรและอุปกรณ์จับยึดที่สามารถจำลองแบบเครื่องจักรใน 3 มิติ (3D Model) เพื่อให้ลูกค้าเห็นส่วนประกอบของเครื่องจักรในแต่ละมิติที่ชัดเจนขึ้น

2.3.3 กำลังการผลิต

ด้วยลักษณะธุรกิจของบริษัท ซึ่งเป็นผู้ให้บริการออกแบบและผลิตเครื่องจักรและอุปกรณ์จับยึดเป็นการให้บริการที่ใช้ความสามารถของบุคลากรเป็นหลัก ทำให้กำลังการผลิตของบริษัทขึ้นอยู่กับจำนวนและความสามารถของบุคลากรเป็นหลัก โดยขั้นตอนที่ปัจจุบันเป็นข้อจำกัดในด้านกำลังการผลิตของบริษัท ได้แก่ ขั้นตอนการออกแบบ และขั้นตอนการประกอบ

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาความสามารถในการผลิตด้วยจำนวนบุคลากร ณ 31 ธันวาคม 2557 กำลังการผลิตสามารถแสดงได้ดังนี้

	ฝ่ายออกแบบ	ฝ่ายผลิตและประกอบ
จำนวนบุคลากร ณ 31 ธ.ค. 57	29	40
จำนวนเครื่องจักรที่สามารถผลิตได้ต่อปี*	157 เครื่อง	216 เครื่อง
จำนวนเครื่องจักรใหม่ในปี 2557**	156 เครื่อง	156 เครื่อง
% การใช้กำลังการผลิต	99.36 %	72.22 %

* คำนวณจากเครื่องจักรที่ใช้เฉลี่ยใช้ระยะเวลาผลิตประมาณ 4-5 เดือน








จำนวนบุคลากรและอัตราการใช้กำลังการผลิตในช่วงปี 2555-2557 มีดังนี้


	ปี 2555		ปี 2556		ปี 2557	
	ฝ่ายออกแบบ	ฝ่ายผลิต	ฝ่ายออกแบบ	ฝ่ายผลิต	ฝ่ายออกแบบ	ฝ่ายผลิต
จำนวนบุคลากร ณ วันสิ้นปี	39	38	34	39	29	40
จำนวนเครื่องจักรที่สามารถผลิตได้	192	216	192	240	157	216
จำนวนเครื่องจักรใหม่ในรอบปี	149	149	175	175	156	156
% การใช้กำลังการผลิต	77.60%	68.89%	91.15%	81.02%	99.36 %	72.22 %

อย่างไรก็ตาม ในส่วนของขั้นตอนการออกแบบนั้น จำนวนเครื่องจักรที่ผลิตได้อาจไม่ได้สะท้อนถึงอัตราการใช้กำลังการผลิตที่แท้จริง เนื่องจากในกรณีที่ลูกค้าสั่งซื้อเครื่องจักรประเภทเดียวกันหลายเครื่อง จะใช้กระบวนการออกแบบเพียงครั้งเดียวเท่านั้น นอกจากนั้น ในกรณีที่ลูกค้าสั่งซื้อเครื่องจักรที่มีรูปแบบการใช้งานใกล้เคียงกับเครื่องจักรที่บริษัทเคยทำการผลิตและออกแบบไว้ จะทำให้ขั้นตอนการออกแบบสามารถทำได้เร็วยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ ในการขยายกำลังการผลิตในอนาคต ในส่วนงานการออกแบบนั้น บริษัทจะทำการสรรหาบุคลากรเพิ่มขึ้น รวมทั้งเน้นการพัฒนาแบบย่อย (Modular Design) ซึ่งเป็นฟังก์ชันการใช้งานหลัก หรือ ชิ้นส่วนย่อย (Modular Unit) ที่สามารถนำมาใช้ประกอบในการออกแบบเครื่องจักรได้ทันที เพื่อย่นระยะเวลาในการออกแบบให้สั้นขึ้น ในส่วนของฝ่ายผลิตและประกอบนั้น เป็นส่วนงานที่สามารถขยายกำลังการผลิตได้โดยไม่ยากนัก เนื่องจากเป็นลักษณะงานที่ใช้ทักษะและประสบการณ์ในการทำงานที่ต่ำกว่า

2.3.4 สิทธิประโยชน์และเงื่อนไขจากการได้รับการส่งเสริมการลงทุน (BOI)

สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ	เครื่องจักรและอุปกรณ์จับยึด	
ได้รับอนุญาตให้นำคนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการ คู่สมรสและบุคคลซึ่งอยู่ในอุปการะของบุคคลทั้งสองประเภทนี้เข้ามาในราชอาณาจักรได้ตามจำนวนและกำหนดระยะเวลาให้อยู่ในราชอาณาจักรเท่าที่คณะกรรมการเห็นสมควร		
ให้คนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการที่ได้รับอนุญาตให้อยู่ในราชอาณาจักรได้รับอนุญาตทำงานเฉพาะตำแหน่งหน้าที่การทำงานที่คณะกรรมการให้ความเห็นชอบตลอดระยะเวลาที่ได้รับอนุญาตให้อยู่ในราชอาณาจักร		
ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรตามที่คณะกรรมการพิจารณาอนุมัติ		
ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมมีกำหนดเวลาแปดปีนับตั้งแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการ (สิ้นสุดวันที่ 8 สิงหาคม 2561) โดยรายได้ที่ต้องนำมาคำนวณกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการให้รวมถึงรายได้จากการจำหน่ายผลพลอยได้	เครื่องจักร 250 เครื่อง / ปี	อุปกรณ์จับยึด 100 ชุด / ปี
ในกรณีที่ประกอบกิจการขาดทุนในระหว่างเวลาได้รับยกเว้นภาษีเงินได้ ผู้ได้รับการส่งเสริมจะได้รับอนุญาตให้นำผลขาดทุนประจำปีที่เกิดขึ้นในระหว่างเวลานั้นไปหักออกจากกำไรสุทธิที่เกิดขึ้นภายหลังระยะเวลาได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลมีกำหนดเวลาไม่เกินห้าปี นับแต่วันพ้นกำหนดเวลานั้น โดยจะเลือกหักจากกำไรสุทธิของปีใดปีหนึ่งหรือหลายปีก็ได้		
ได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมซึ่งได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลตามมาตรา 31 ไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ตลอดระยะเวลาที่ผู้ได้รับการส่งเสริมได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลนั้น		
ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบและวัสดุที่จำเป็นที่ต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศเพื่อใช้ในการผลิตเพื่อการส่งออกเป็นระยะเวลา 1 ปีนับแต่วันนำเข้าครั้งแรก		
ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับของที่ผู้ได้รับการส่งเสริมนำเข้ามาเพื่อส่งกลับออกไปเป็นระยะเวลา 1 ปีนับแต่วันที่นำเข้าครั้งแรก		

เงื่อนไขเฉพาะโครงการ	เครื่องจักรและอุปกรณ์จับยึด	
เครื่องจักรที่ใช้ในกิจการที่ได้รับการส่งเสริมต้องเป็นเครื่องจักรใหม่ โดยเครื่องจักรที่ได้รับการยกเว้นอากรขาเข้านั้น จะต้องนำเข้ามาภายในวันที่ 7 มีนาคม 2556 และต้องยื่นขออนุมัติบัญชีรายการเครื่องจักรก่อนการใช้สิทธิประโยชน์		
จะต้องดำเนินการให้แล้วเสร็จพร้อมที่จะเปิดดำเนินการได้ภายในกำหนดระยะเวลาไม่เกิน 36 เดือนนับแต่วันที่ออกบัตรส่งเสริม		
จะต้องมีทุนจดทะเบียนไม่น้อยกว่าแปดล้านบาท โดยจะต้องชำระเต็มมูลค่าหุ้นก่อนวันเปิดดำเนินการ และบุคคลผู้มีสัญชาติไทยจะต้องถือหุ้นรวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่าร้อยละห้าสิบเอ็ดของทุนจดทะเบียน		
จะต้องดำเนินการตามสาระสำคัญของโครงการที่ได้รับการส่งเสริมในเรื่อง ชนิดผลิตภัณฑ์และขนาดของกิจการ (กำลังการผลิต)	เครื่องจักร 250 เครื่อง / ปี	อุปกรณ์จับยึด 100 ชุด / ปี
จะต้องมีขนาดการลงทุน (ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน) ไม่น้อยกว่าห้าล้านบาท		
จะต้องยื่นแบบขอใช้สิทธิและประโยชน์ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล และรายงานผลการดำเนินงานที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาตให้สำนักงานเห็นชอบภายในหนึ่งร้อยยี่สิบวันนับแต่สิ้นรอบระยะเวลาบัญชี เพื่อการขอรับสิทธิและประโยชน์ในรอบนั้น		
จะต้องดำเนินการให้ได้รับใบรับรองคุณภาพตามมาตรฐาน ISO 9000 หรือ ISO 14000 หรือมาตรฐานอื่นที่เทียบเท่าภายใน 2 ปีนับแต่วันที่เปิดดำเนินการ หากไม่สามารถดำเนินการได้ภายในกำหนดเวลาดังกล่าวจะถูกเพิกถอนสิทธิและประโยชน์ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นเวลา 1 ปี		
จะต้องตั้งโรงงานในท้องที่จังหวัดปทุมธานี โดยสถานที่ตั้งโรงงานต้องไม่อยู่ในเขตหวงห้ามตามประกาศผังเมืองรวมของจังหวัด และต้องได้รับอนุญาตจากกระทรวงอุตสาหกรรมหรือส่วนราชการที่เกี่ยวข้องด้วย ทั้งนี้ ภายในระยะเวลาสิบห้าปีนับแต่วันที่เปิดดำเนินการ จะย้ายโรงงานไปตั้งในท้องที่อื่นมิได้		

2.3.5 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่สำคัญที่อาจเกิดจากการดำเนินงานของบริษัท ได้แก่ ฝุ่นละอองที่เกิดจากการพ่นสีการเจาะ หรือเจียรเหล็กเพื่อผลิตชิ้นงาน และคราบน้ำมันที่เกิดจากกระบวนการประกอบ ทดสอบ และปรับปรุงซ่อมแซมเครื่องจักร เพื่อป้องกันผลกระทบดังกล่าว บริษัทได้มีการจำกัดบริเวณและจัดสร้างผนังป้องกันฝุ่นละอองที่เกิดจากการพ่นสี รวมทั้งการติดตั้งระบบบำบัดมลพิษทางน้ำ ด้วยมาตรการและนโยบายดังกล่าวทำให้การประกอบกิจการของบริษัทเป็นไปตามมาตรฐานการดำเนินงานของกรมโรงงานอุตสาหกรรม รวมทั้งบริษัทและบริษัทย่อยไม่เคยมีกรณีพิพาทเกี่ยวกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้บริษัทไม่ประสบปัญหาในการต่ออายุใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน

บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะลดและป้องกันปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นในทุกวิถีทาง โดยในเบื้องต้นได้กำหนดนโยบายแนวทางปฏิบัติและวิธีการบริหารจัดการในเรื่องนี้อย่างต่อเนื่อง ดังต่อไปนี้

- ป้องกัน ควบคุมและลดผลกระทบที่จะเกิดกับสิ่งแวดล้อมอันเนื่องจากการดำเนินงานของบริษัท
- ปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อกำหนด และข้อตกลงต่างๆ ที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด
- ปลุกฝังให้บุคลากรของบริษัท มีความรู้ ความเข้าใจ และมีสำนึกในเรื่องผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- มุ่งเน้นการใช้พลังงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ส่งเสริมนโยบายการนำกลับมาใช้ใหม่ โดยทางบริษัทได้ติดตั้งระบบหมุนเวียนความร้อนด้วยไอน้ำ สำหรับใช้ในการช่วยประหยัดพลังงานไฟฟ้าที่จะต้องใช้ในส่วน of สำนักงานและโรงงาน

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 กลุ่มบริษัทมีงานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ ดังต่อไปนี้

งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ	จำนวนเครื่อง / Project ที่ยังไม่ได้ส่งมอบ	มูลค่าเครื่อง / Project ตามใบสั่งซื้อ	การรับรู้รายได้ (ประมาณการ)		
			ไตรมาส 1 ปี 2558	ไตรมาส 2 ปี 2558	ไตรมาส 3 ปี 2558
งานออกแบบและผลิตเครื่องจักร	79	149.73 ล้านบาท	74.59 ล้านบาท	-	-
งานปรับปรุงเครื่องจักร	17	4.17 ล้านบาท	0.76 ล้านบาท	-	-
งานออกแบบและผลิตอุปกรณ์จับยึด	5	2.51 ล้านบาท	1.50 ล้านบาท	-	-
งานบริการ	0	0.00 ล้านบาท	0.00 ล้านบาท	-	-
งานขายอุปกรณ์และอะไหล่	1	0.05 ล้านบาท	0.05 ล้านบาท	-	-
รวม	98	156.46 ล้านบาท	76.90 ล้านบาท	-	-

หมายเหตุ : มูลค่าเครื่อง/Project เป็นมูลค่าตามใบสั่งซื้อ อย่างไรก็ตามบริษัทมีการรับรู้รายได้บางส่วนของแต่ละเครื่อง/Project ไปแล้วตามสัดส่วนความสำเร็จของงาน

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ก่อนตัดสินใจลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัทหลักทรัพย์นครวิจิตรวิทย์ จำกัด (มหาชน) ผู้ใช้พิจารณาควรพิจารณาปัจจัยความเสี่ยงในหัวข้อนี้รวมทั้งข้อมูลอื่นๆ ที่ปรากฏในเอกสารนี้ ทั้งนี้ปัจจัยความเสี่ยงดังกล่าวมิได้เป็นปัจจัยความเสี่ยงทั้งหมดที่มีอยู่ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อหุ้นสามัญของบริษัท ดังนั้นปัจจัยความเสี่ยงอื่นๆ ที่บริษัทมีทราบในขณะนี้ หรือที่บริษัทเห็นว่าเป็นปัจจัยความเสี่ยงที่ไม่เป็นสาระสำคัญในปัจจุบันอาจเป็นปัจจัยความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทในอนาคต ทั้งนี้คณะกรรมการบริษัทได้ตระหนักถึงปัจจัยความเสี่ยงต่าง ๆ จึงได้จัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงภายในองค์กร รวมถึงแผนการปฏิบัติงานประจำปี (Action Plan) ก็จัดทำควบคู่ไปกันกับแผนประเมินความเสี่ยงประจำปี

3.1 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบุคลากรที่มีความรู้และประสบการณ์เฉพาะด้าน

ธุรกิจการให้บริการออกแบบและผลิตเครื่องจักรและอุปกรณ์จับยึด เป็นธุรกิจที่กระบวนการดำเนินงานมีการพึ่งพิงความสามารถและความชำนาญของบุคลากรเป็นหลัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในขั้นตอนการออกแบบเครื่องจักร ซึ่งมีส่วนสำคัญในการนำเสนองานให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า และสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ดังนั้นหากบริษัทมีการสูญเสียบุคลากร โดยเฉพาะผู้บริหารหลักในส่วนงานดังกล่าว อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการหารายได้ของบริษัทในอนาคตได้ หากไม่สามารถสรรหาบุคลากรมาทดแทนได้ในระยะเวลาอันสั้น

อย่างไรก็ตาม ผู้บริหารหลักในส่วนงานดังกล่าว ถือเป็นหนึ่งในผู้ก่อตั้ง และเป็นผู้ถือหุ้นของบริษัทในปัจจุบัน ทำให้ความเสี่ยงดังกล่าวมีไม่สูงมากนัก นอกจากนั้น ด้วยลักษณะการดำเนินธุรกิจของบริษัทนั้น ผู้บริหารหลักในแต่ละสายงานสามารถปฏิบัติหน้าที่ทดแทนกันได้ในระดับหนึ่ง รวมทั้งบริษัทยังมีพนักงานในส่วนงานดังกล่าวประมาณ 50 ท่าน จึงเชื่อว่าหากสูญเสียผู้บริหารหลักในส่วนงานดังกล่าว บริษัทจะได้รับผลกระทบไม่มากนัก นอกจากนั้น เพื่อลดความเสี่ยงให้อยู่ในระดับต่ำที่สุด บริษัทจึงมีการจูงใจให้บุคคลเหล่านั้นทำงานอยู่กับบริษัทในระยะยาวโดยจัดให้พนักงานได้รับสวัสดิการและค่าแรงในระดับที่เหมาะสม จัดให้มีโบนัสสำหรับพนักงานที่มีผลงานที่มีคุณภาพและเสร็จทันตามกำหนดเวลา จัดหลักสูตรอบรมภายในและภายนอกเพื่อพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากร และยังเปิดโอกาสให้พนักงานมีสิทธิในการเป็นผู้ถือหุ้นของบริษัท โดยกำหนดโครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (EJIP) ในรอบระยะเวลาโครงการปี 2557 – 2559 และโครงการเสนอขายหลักทรัพย์ต่อพนักงาน (ESOP-Warrant) ในรอบระยะเวลาโครงการ 2558 – 2560 สำหรับเรื่องผลกระทบในด้านกำลังการผลิตนั้น ทางบริษัทได้มีวางแผนการรับงานไว้ล่วงหน้าเพื่อให้สามารถใช้กำลังการผลิตที่มีอยู่ให้ได้เต็มประสิทธิภาพมากที่สุด พร้อมทั้งมีการสรรหาและพัฒนาบุคลากรเพิ่มเติมอยู่เสมอ

3.2 ความเสี่ยงจากด้านรายได้ที่แสดงในงบการเงินและสภาพคล่องของบริษัท

รายได้หลักของบริษัทมาจากการให้บริการออกแบบและผลิตเครื่องจักรและอุปกรณ์จับยึด ซึ่งแม้ว่าในการบันทึกบัญชีบริษัทจะรับรู้รายได้ตามสัดส่วนความสำเร็จของงาน อย่างไรก็ตามในแง่ของกระแสเงินสด จะเป็นการรับตามเงื่อนไขทางการค้ากับคู่สัญญาแต่ละรายซึ่งเงื่อนไขการชำระเงินของลูกค้าส่วนใหญ่ จะชำระเงินจำนวนน้อยในช่วงแรก และชำระเงินส่วนที่เหลือเมื่อส่งมอบงาน แต่ในด้านต้นทุนนั้น บริษัทต้องชำระเงินซื้อวัตถุดิบและชิ้นส่วนอุปกรณ์มาแล้วทั้งหมด เพื่อให้สามารถประกอบเครื่องจักรได้ และจ่ายต้นทุนส่วนค่าแรงงานในกลุ่มพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและผลิตงาน ซึ่งลักษณะการประกอบธุรกิจดังกล่าวนี้ อาจทำให้บริษัทมีความเสี่ยงและผลกระทบเกิดขึ้นได้ ดังนี้

1. บริษัทมีการรับรู้รายได้และแสดงในงบการเงินแล้ว แต่ยังไม่ได้รับชำระเงินค่าสินค้าตามจำนวนรายได้ที่รับรู้
2. บริษัทมีการซื้อและชำระเงินค่าวัตถุดิบและอุปกรณ์ไปแล้วทั้งหมด แต่รับรู้เป็นต้นทุนได้เพียงบางส่วนตามสัดส่วนความสำเร็จของงาน

3. บริษัทมีการจ่ายค่าแรงงานแก่กลุ่มพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและผลิตงาน
4. สภาพคล่องเงินสดในการดำเนินงานของบริษัท อาจไม่เพียงพอกรณีที่มีบริษัทรับงานขนาดใหญ่

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาผลกระทบด้านสภาพคล่องเงินสดนั้น อาจเกิดขึ้นได้ในกรณีที่บริษัทมีการรับงานผลิตเครื่องจักรขนาดใหญ่ โดยเพื่อป้องกันความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทได้มีวงเงินสินเชื่อระยะสั้นจากสถาบันการเงินรวมทั้งหมด 90 ล้านบาท สำหรับรองรับคำสั่งซื้อของลูกค้า และรองรับการขยายตัวของธุรกิจ จึงน่าจะลดผลกระทบดังกล่าวให้อยู่ในระดับต่ำที่สุด นอกจากนี้ในการพิจารณารับงานจากลูกค้า ผู้บริหารของบริษัทได้มีการพิจารณาถึงสภาพคล่องและกระแสเงินสดรับของบริษัทประกอบด้วย ทำให้ผลกระทบดังกล่าวมีไม่สูงมาก

3.3 ความเสี่ยงจากการที่รูปแบบและประสิทธิภาพของสินค้าไม่ได้เป็นไปตามที่ลูกค้าต้องการ

ลูกค้าของบริษัทซึ่งอยู่ในอุตสาหกรรมยานยนต์ล้วนแล้วแต่มีความต้องการใช้เครื่องจักรที่มีรูปแบบที่ตรงกับลักษณะการใช้งาน และมีความเที่ยงตรงสูงในการดำเนินธุรกิจ โดยการรับประกันสินค้าเป็นเงื่อนไขที่สำคัญอย่างหนึ่งที่ลูกค้าจะใช้ในการพิจารณาและตัดสินใจเลือกสั่งผลิตเครื่องจักร ดังนั้น หากสินค้าของบริษัทไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในแง่ของรูปแบบและประสิทธิภาพได้ จะส่งผลกระทบต่อบริษัททั้งในด้านค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นจากการซ่อมแซมและปรับปรุงเครื่องจักรภายในระยะรับประกัน และผลกระทบในด้านชื่อเสียงและความไว้วางใจจากลูกค้า

ในปี 2556 บริษัทใช้นโยบายบัญชีใหม่ โดยตั้งบัญชีประมาณการหนี้สินจากการรับประกันผลงาน ในอัตราร้อยละ 2 ของมูลค่างานที่ส่งมอบแก่ลูกค้าเป็นระยะเวลา 12 เดือนนับจากวันส่งมอบเครื่องจักรแต่ละเครื่อง ซึ่งสอดคล้องกับระยะเวลาการรับประกันสินค้า และมีการทบทวนมูลค่าการตั้งประมาณการหนี้สินดังกล่าวในแต่ละไตรมาส รายการบัญชีดังกล่าวรวมอยู่ในรายการหนี้สินหมุนเวียนอื่น ซึ่งการปฏิบัติตามนโยบายบัญชีใหม่นี้ จะช่วยลดผลกระทบจากค่าใช้จ่ายในการให้บริการหลังการขายจากการรับประกันที่อาจเกิดขึ้นได้

3.4 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

รายได้หลักของบริษัทมาจากอุตสาหกรรมยานยนต์เป็นหลัก โดยผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์และผู้ประกอบยานยนต์จะสั่งผลิตเครื่องจักรจากทางบริษัทเมื่อมีการออกยานยนต์โมเดลใหม่ มีการเพิ่มกำลังการผลิต หรือการทำไมเนอร์เชนจ์ยานยนต์โมเดลเดิม ดังนั้น ทางบริษัทจะได้รับผลกระทบต่อความสามารถในการหารายได้ หากเกิดเหตุการณ์ดังต่อไปนี้

- 1) อุตสาหกรรมยานยนต์เกิดการชะลอตัว
- 2) ความถี่ในการออกยานยนต์โมเดลใหม่ หรือการทำไมเนอร์เชนจ์ยานยนต์โมเดลเดิมน้อยลง

จากการที่ในปัจจุบันประเทศไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์ที่สำคัญของบริษัทผู้ผลิตยานยนต์มากกว่า 20 รายและมีจำนวนบริษัทที่ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ลำดับที่ 1 มากกว่า 700 ราย (โปรดอ่านรายละเอียดในส่วนที่ 1 หัวข้อ 3.2.4 ภาวะอุตสาหกรรมการแข่งขัน) อุตสาหกรรมยานยนต์จึงเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่สามารถดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ และยังส่งเสริมให้เกิดการจ้างงานที่มากขึ้น ทำให้ภาครัฐมีการสนับสนุนให้เกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทยเสมอมา เห็นได้จากการที่ภาครัฐพยายามส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตรถยนต์ในเอเชีย “Detroit of Asia” มีการส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมยานยนต์มาโดยตลอด ดังนั้น อุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทยน่าจะมีแนวโน้มที่จะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนั้น การที่ในปัจจุบันธุรกิจการจำหน่ายยานยนต์นั้นมีการแข่งขันที่รุนแรง ทำให้ผู้ผลิตและจำหน่ายยานยนต์พยายามที่จะเพิ่มความถี่ในการผลิตยานยนต์โมเดลใหม่ หรือทำไมเนอร์เชนจ์ยานยนต์เดิมเข้าสู่ตลาดมากขึ้น ประกอบกับ

การที่บริษัทมีการเฝ้าติดตามสภาวะอุตสาหกรรมยานยนต์และธุรกิจการจำหน่ายยานยนต์อยู่เสมอ จึงสามารถลดผลกระทบจากความเสียหายในด้านนี้ลงได้

อย่างไรก็ตาม ผู้บริหารของบริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงจากการพึ่งพิงอุตสาหกรรมยานยนต์ในปัจจุบัน โดยได้กำหนดนโยบายเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพในการออกแบบและผลิตเครื่องจักรของบริษัท เพื่อขยายตัวไปยังอุตสาหกรรมอื่นๆ ในอนาคต เพื่อให้ความเสี่ยงดังกล่าวลดลง

3.5 ความเสี่ยงจากการก้าวสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างเต็มรูปแบบในปี 2558 (AEC 2015)

การก้าวสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างเต็มรูปแบบในปี 2558 (AEC 2015) ถึงแม้จะทำให้ผู้ประกอบการในประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการยานยนต์ ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ หรือแม้กระทั่งผู้ออกแบบและผลิตเครื่องจักร รวมทั้งทางบริษัทเอง มีศักยภาพในการแข่งขันกับประเทศนอกเขตอาเซียนมากขึ้น แต่ก็อาจทำให้ผู้ประกอบการดังกล่าวที่ตั้งอยู่ในประเทศไทยนั้นอาจได้รับผลกระทบจากการเปิดเสรีทางการค้าได้เช่นกัน ในกรณีดังต่อไปนี้

- 1) ผู้ประกอบการยานยนต์ หรือผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ที่เป็นหรือที่คาดว่าจะเป็ลูกค้าของบริษัทอาจทำการย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศอื่นในอาเซียนที่มีต้นทุนวัตถุดิบ หรือต้นทุนค่าแรงที่ถูกกว่า ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อยอดคำสั่งซื้อเครื่องจักรจากทางบริษัท
- 2) ผู้ออกแบบและผลิตเครื่องจักรที่เป็นผู้ประกอบการต่างชาติ ที่มีความพร้อมทั้งในเรื่องของเงินทุนและเทคโนโลยีในการผลิต เข้ามาแข่งขันกับทางบริษัท อาจทำให้สภาวะการแข่งขันในตลาดจะรุนแรงขึ้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัท

จากการที่ปัจจุบันประเทศไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์ที่สำคัญของบริษัทผู้ผลิตยานยนต์มากกว่า 20 ราย มีจำนวนบริษัทที่ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ลำดับที่ 1 มากกว่า 700 ราย (ที่มา : สมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย) และมีจำนวนผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ลำดับ 2 และลำดับรองลงมาถึง 1,700 ราย ซึ่งมีการลงทุนใหม่อย่างมากในช่วงปีที่ผ่านมาเพื่อขยายกำลังการผลิตและรองรับโครงการอีโคคาร์ ทำให้โอกาสที่จะผู้ประกอบการยานยนต์จะย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศอื่นในประชาคมอาเซียนนั้นมีไม่มากนัก เนื่องจากผู้ผลิตยานยนต์จะต้องใช้ชิ้นส่วนจากผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ลำดับต่างๆ ในประเทศนั้นในการประกอบการยานยนต์

ในส่วนของการเข้ามาของผู้ออกแบบและผลิตเครื่องจักรที่เป็นผู้ประกอบการต่างชาตินั้น การที่บริษัทมีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าแต่ละรายมาโดยตลอด และยังรักษาความสามารถในการแข่งขันโดยมุ่งเน้นในเรื่องรูปแบบและประสิทธิภาพของเครื่องจักร การส่งมอบที่ทันตามกำหนดเวลา และการบริการหลังการขายที่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนมีความได้เปรียบผู้ประกอบการต่างชาติในเรื่องของความยืดหยุ่นในการเจรจาต่อรองกับลูกค้าในประเทศ จึงสามารถลดความเสี่ยงจากการเข้ามาของผู้ประกอบการต่างชาติดังได้ในระดับหนึ่ง

นอกจากนั้น ทางบริษัทได้มีการวางแผนระยะกลางในการขยายตลาดเข้าสู่กลุ่มลูกค้าในประเทศอื่นๆ ในอาเซียนมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นในประเทศเวียดนาม หรือประเทศอินโดนีเซีย และมีการปรับกลยุทธ์ขององค์กรเพื่อรองรับกับสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นอยู่เสมอ จึงสามารถลดผลกระทบจากความเสียหายในด้านนี้ลงได้

3.6 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารหลักเพียงกลุ่มเดียว

คุณนรากร ราชพลสิทธิ์และผู้จัดการทั่วไปอีก 5 ท่านเป็นกลุ่มผู้บริหารหลักที่มีความสำคัญของบริษัทเนื่องจากเป็นกลุ่มผู้ก่อตั้งบริษัท โดยมีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ในอุตสาหกรรมยานยนต์มากกว่า 10 ปี และยังมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการรายอื่นๆ มาโดยตลอด ปัจจุบันกลุ่มผู้บริหารดังกล่าวเป็นผู้ที่มีส่วน

สำคัญในการกำหนดนโยบายและแผนการดำเนินงานหลักของบริษัท ดังนั้น หากบริษัทเกิดการสูญเสียกลุ่มผู้บริหารหลักไปไม่
ว่าด้วยเหตุใดก็ตาม อาจทำให้บริษัทประสบปัญหาในการบริหารจัดการซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทได้

อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้บริหารดังกล่าว เป็นกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทซึ่งจะมีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 58.24
(ข้อมูลการปิดสมุดทะเบียน ณ 17 กุมภาพันธ์ 2558) ดังนั้น จึงมีแรงจูงใจอย่างเพียงพอที่จะทำให้กลุ่มผู้บริหารหลักจะช่วยให้
บริษัทสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง ด้วยสาเหตุดังกล่าวทำให้ความเสี่ยงที่กลุ่มผู้บริหารหลักจะลาออกจากการบริหารงาน
ของบริษัทมีน้อย นอกจากนั้นบริษัทฯ ได้สรรหาผู้บริหารมืออาชีพที่มีประสบการณ์ในการทำงานทั้งในกลุ่มอุตสาหกรรมยาน
ยนต์และกลุ่มธุรกิจต่างๆ เข้าเสริมทีมอีกในสายงานต่าง ๆ เพื่อจะได้สามารถบริหารจัดการบริษัทได้อย่างยั่งยืนต่อไป

3.7 ความเสี่ยงจากการมีทำเลที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงสูงที่จะเกิดอุทกภัย

สำนักงานและโรงงานของบริษัทตั้งอยู่ที่อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากมหา
อุทกภัยที่เกิดขึ้นในช่วงปลายปี 2554 ถึงแม้ว่าสำนักงานและโรงงานของบริษัทไม่ได้ถูกน้ำท่วมแต่พื้นที่โดยรอบโรงงานถูกน้ำ
ท่วมทั้งหมดทำให้การคมนาคมถูกตัดขาด ทางบริษัทจึงต้องไปตั้งสำนักงานและโรงงานชั่วคราวที่แหลมฉบังซึ่งทำให้ขาดความ
คล่องตัวในการดำเนินธุรกิจ

หากทางรัฐบาลไม่ได้มีมาตรการบริหารจัดการน้ำที่มีประสิทธิภาพและรวดเร็วเพียงพอก็มีแนวโน้มที่จะเกิดอุทกภัยขึ้น
อีกในอนาคตได้ อย่างไรก็ตาม ทางบริษัทได้มีการวางแผนเพื่อเตรียมการรองรับสถานการณ์น้ำท่วม โดยบริษัทมีระบบการ
จัดเก็บข้อมูลในการออกแบบและผลิตของบริษัทเป็นระบบ Paperless ซึ่งมีการจัดเก็บฐานข้อมูลส่วนใหญ่ในอินเทอร์เน็ต ทำ
ให้บริษัทยังคงสามารถดำเนินธุรกิจได้ในสถานการณ์น้ำท่วมในขณะนั้นๆ โดยที่บริษัทสามารถเลือกทำเลที่ตั้งโรงงานที่จะเช่าใช้
ชั่วคราวที่ได้กั้นระหว่างประสบเหตุอุทกภัย ซึ่งสามารถลดผลกระทบของการเกิดอุทกภัยได้ในระดับหนึ่ง

3.8 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน

ในการผลิตเครื่องจักรบางประเภทนั้นทางบริษัทต้องสั่งซื้อชิ้นส่วนจากต่างประเทศซึ่งการจ่ายชำระเงินให้แก่ผู้
จำหน่ายจะเป็นไปตามสกุลเงินของประเทศนั้นๆ โดยบริษัทมีการจ่ายชำระเป็นเงินเยนญี่ปุ่น (JPY) และเงินเหรียญ
สหรัฐอเมริกา (USD) ซึ่งในปี 2557 บริษัทมีมูลค่าการสั่งซื้อชิ้นส่วนจากต่างประเทศเท่ากับ 5.90 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วน
ร้อยละ 3.16 ของมูลค่าการสั่งซื้อรวม ในทางกลับกันทางบริษัทมีการจำหน่ายสินค้าไปยังต่างประเทศ คือ ประเทศอินเดียและ
เวียดนาม โดยรับชำระค่าสินค้าเป็นเงินเหรียญสหรัฐอเมริกา (USD) โดยในปี 2557 บริษัทมีมูลค่าการส่งออกเครื่องจักรเท่ากับ
17.74 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.84 ของยอดขายรวม ดังนั้น หากอัตราแลกเปลี่ยนมีการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็
นัยสำคัญระหว่างวันที่บริษัทตกลงทำสัญญาซื้อขายและวันที่ทำการจ่ายชำระเงินจริงจะส่งผลให้บริษัทได้รับผลกระทบในการ
ด้านต้นทุนการจัดซื้อและรายได้จากการจำหน่าย

ปี 2554 – 2556 และปี 2557 บริษัทมีผลกำไร (ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยนเท่ากับ (0.31) ล้านบาท 1.54 ล้าน
บาท (0.18) ล้านบาท และ 0.06 ล้านบาท ตามลำดับ ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทมีลูกหนี้การค้าที่เป็นเงิน
เหรียญสหรัฐอเมริกาค่า 62,120 USD ที่ไม่ได้ทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward contract) ซึ่งทาง
บริษัทเชื่อว่าความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยในตลาดในอนาคตจะไม่ส่งผลกระทบอย่างเป็นสาระสำคัญต่อผลการดำเนินงาน
และกระแสเงินสดของกิจการ อย่างไรก็ตาม บริษัทได้ป้องกันความเสี่ยงโดยการซื้อสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า
ในการนำเข้าและส่งออกสินค้าบางส่วน เพื่อให้สามารถลดความเสี่ยงดังกล่าวลงระดับหนึ่ง นอกจากนั้น ในส่วนของการสั่งซื้อ
สินค้าโดยการจ่ายชำระเป็นเงินตราต่างประเทศ ซึ่งในอดีตมีการจ่ายชำระให้แก่คู่ค้ารายหนึ่งเป็นเงินเยน และตั้งแต่ปี 2556

เป็นต้นมา บริษัทดังกล่าวมีการตั้งตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทย ทำให้การซื้อสินค้าจากคู่ค้ารายดังกล่าวมีการจ่ายชำระเป็นเงินบาท ซึ่งส่งผลให้ความเสี่ยงในเรื่องดังกล่าวลดลง

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1.1 ทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทมีทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ดังนี้

ประเภท / ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน ที่ดิน 1 แปลง โฉนดเลขที่ 137456 ที่ตั้ง : หมู่ที่ 11 ตำบลลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี เนื้อที่ : 3-3-79.0 ไร่	เจ้าของ	34.29	ค้ำประกันเงินกู้วงเงินสินเชื่อ หมุนเวียนในธุรกิจ
2. อาคารโรงงานพร้อมสำนักงาน 2 ชั้น ที่ตั้ง : เลขที่ 19 หมู่ที่ 11 ตำบลลาดสวาย อำเภอ ลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี พื้นที่ใช้สอย: ส่วนโรงงาน 1,600 ตร.ม. ส่วนสำนักงาน 1,200 ตร.ม.	เจ้าของ	31.37	ค้ำประกันเงินกู้วงเงินสินเชื่อ หมุนเวียนในธุรกิจ
3. เครื่องจักรจำนวน 28 เครื่องและอุปกรณ์	เจ้าของ	13.86	ไม่มี
4. เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	เจ้าของ	8.72	ไม่มี
5. ยานพาหนะจำนวน 14 คัน	เจ้าของ	7.55	ยานพาหนะ 10 คันอยู่ใน สัญญาเช่าซื้อ มูลค่าสุทธิ 3.23 ล้านบาท

หมายเหตุ: บริษัทได้ทำประกันภัยสินทรัพย์ถาวร ได้แก่ อาคารโรงงานและสำนักงาน เครื่องจักร และยานพาหนะทั้งหมด

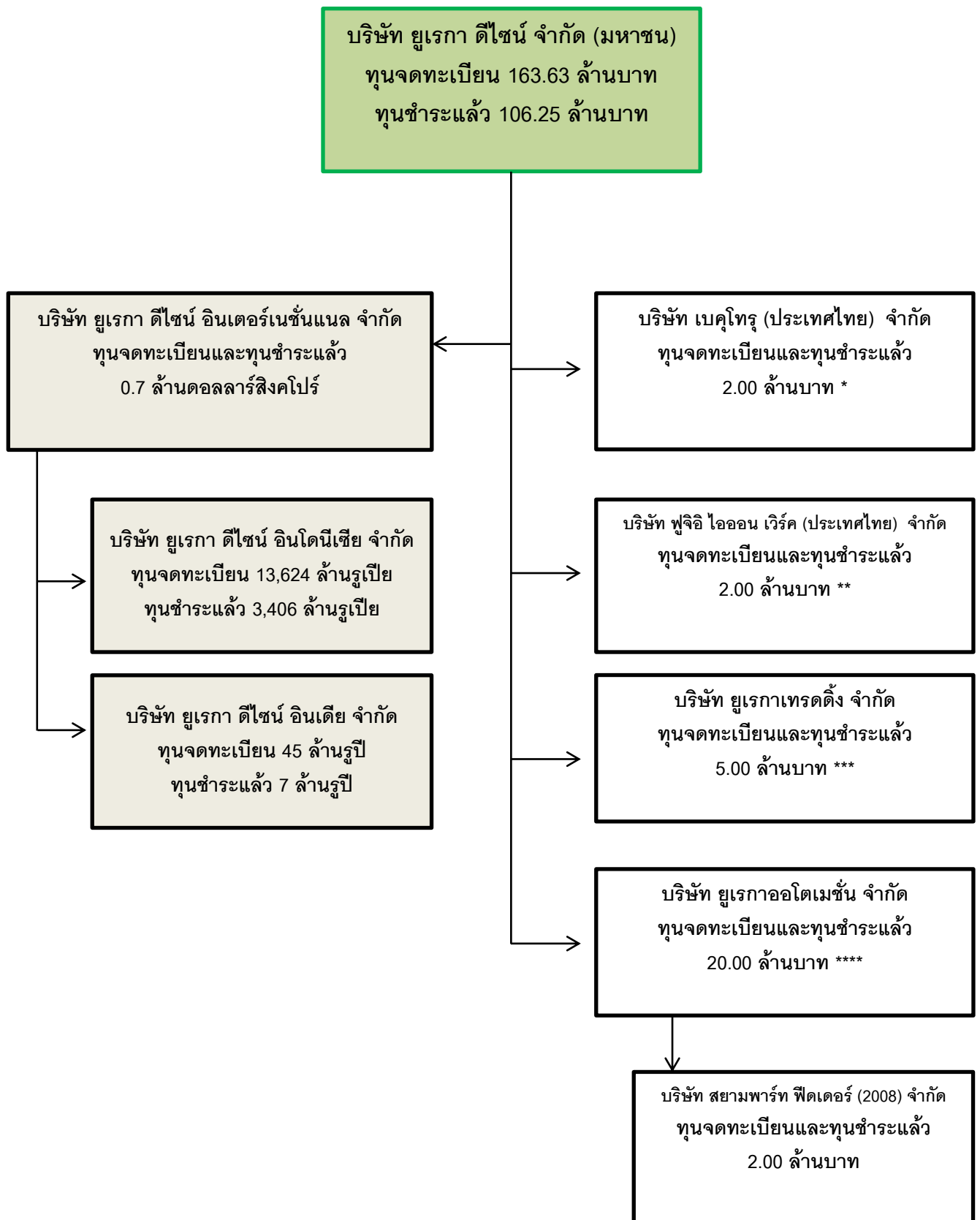
4.1.2 ทรัพย์สินไม่มีตัวตนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 กลุ่มบริษัทมีทรัพย์สินไม่มีตัวตน อันได้แก่ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ซึ่งมีมูลค่าสุทธิ 11.46 ล้านบาท ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทมีนโยบายการตัดจำหน่ายโปรแกรมเป็นระยะเวลาไม่เกิน 5 ปี ส่วนรายจ่ายเพื่อเพิ่ม หรือขยายผลการดำเนินงานของโปรแกรมคอมพิวเตอร์ให้มีคุณค่าเพิ่มขึ้นซึ่งเป็นต้นทุนส่วนเพิ่มจะรับรู้เป็นสินทรัพย์และตัดจำหน่ายโดยใช้วิธีเส้นตรงตลอดอายุการให้ประโยชน์ 3 ปี

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทได้กำหนดนโยบายลงทุนในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมที่มีวัตถุประสงค์ในการประกอบกิจการที่เป็นส่วนสนับสนุนกิจการของบริษัท อันจะทำให้บริษัทมีผลประโยชน์หรือผลกำไรเพิ่มมากขึ้น หรือธุรกิจที่เอื้อประโยชน์ (Synergy) ให้กับบริษัท โดยสามารถสนับสนุนการดำเนินธุรกิจหลักของบริษัทให้มีความครบวงจรมากยิ่งขึ้น โดยบริษัทจะควบคุมดูแลโดยการส่งตัวแทนของบริษัทไปเป็นกรรมการของบริษัทย่อย เพื่อมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายในการดำเนินงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันและเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัท ในกรณีของบริษัทร่วม บริษัทจะไม่เข้าไปควบคุมดูแลการบริหารงานมากนัก แต่จะพิจารณาความเหมาะสมในการส่งตัวแทนของบริษัทเข้าไปเป็นกรรมการของบริษัทร่วมแต่ละราย

ปัจจุบันบริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อย ได้แก่ บริษัท ฟูลิธิ โอออน เวิร์ค (ประเทศไทย) จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 51.00 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้วของบริษัทย่อย โดยมีมูลค่าเงินลงทุนตามวิธีราคาทุน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 เท่ากับ 1.02 ล้านบาท ซึ่งบริษัทย่อยดังกล่าวมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจตัวแทนจำหน่ายเครื่องจักรกล อุปกรณ์จับยึด และชิ้นส่วนที่มีความเที่ยงตรงสูง และบริษัท ยูเรกา ดีไซน์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เป็นการลงทุนตั้งบริษัทในประเทศสิงคโปร์ตามแผนธุรกิจระหว่างประเทศตั้งแต่ปี 2557 เป็นต้นไป มูลค่าเงินลงทุน 0.7 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ คำนวณเป็นเงินบาท 12.70 ล้านบาท



* บริษัท เบคูลู (ประเทศไทย) จำกัด บริษัทถือหุ้นในสัดส่วน 14%

** บริษัท ฟุจิอิ ไออน เวิร์ค (ประเทศไทย) จำกัด บริษัทถือหุ้นในสัดส่วน 51% บริษัทฟุจิอิ ไออนเวิร์ค จำกัด (ญี่ปุ่น) ถือ
หุ้นในสัดส่วน 49%

*** บริษัท ยูเรกาเทรดดิ้ง จำกัด บริษัทถือหุ้นในสัดส่วน 100%

**** บริษัท ยูเรกาอโตเมชัน จำกัด บริษัทถือหุ้นในสัดส่วน 59.99%

4.3 ราคาประเมินทรัพย์สิน

ในปี 2555 และปี 2557 บริษัทได้ทำการประเมินราคาทรัพย์สินรายการสำคัญจำนวน 3 หมวดรายการ คือ ที่ดิน อาคารสำนักงาน-โรงงาน และเครื่องจักร เพื่อทบทวนอายุการใช้งานให้เหมาะสมกับสภาพปัจจุบัน โดยว่าจ้างผู้ประเมินราคาอิสระ คือ บริษัท เอเจนซี ฟอร์ เรียลเอสเตท แอฟแฟร์ส จำกัด รายละเอียดต่าง ๆ ดังนี้

รายการทรัพย์สินที่ประเมิน	วันที่ประเมิน	อายุการใช้งานคงเหลือ	ราคาประเมินสุทธิ (บาท)
1. ที่ดิน (3 ไร่ 3 งาน 79 ตารางวา)	22 มีนาคม 2555	-	37,900,000
2. อาคารสำนักงาน 2 ชั้นและโรงงาน และสิ่งปลูกสร้างรอบบริเวณ	7 กุมภาพันธ์ 2557	24 ปี	26,010,000
3. เครื่องจักรและอุปกรณ์ จำนวน 24 รายการ	7 กุมภาพันธ์ 2557	6.5 – 17 ปี	20,494,000

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

- ไม่มี -

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ชื่อบริษัทที่ออกหลักทรัพย์	: บริษัท ยูเรกา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “UREKA”)
ชื่อภาษาอังกฤษ	: Eureka Design Public Company Limited
ประกอบธุรกิจ	: ให้บริการออกแบบและผลิตเครื่องจักรสำหรับการประกอบและทดสอบชิ้นส่วนยานยนต์ และอุปกรณ์จับยึดสำหรับใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: เลขที่ 19 หมู่ที่ 11 ตำบลลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี 12150
Home Page	: www.eurekadesign.co.th
เลขทะเบียนบริษัท	: บมจ. 0107555000236
โทรศัพท์	: +66(0)2192-3737
โทรสาร	: +66(0)2192-3741-44
ทุนจดทะเบียน	: 163,625,000 บาท
ทุนเรียกชำระแล้ว	: 106,250,000 บาท (ณ วันที่ 18 มีนาคม 2558)