

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 พรินซ์ 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 โอออนเวิร์ค จำกัด (ประเทศญี่ปุ่น) ในการจัดตั้ง บริษัท ฟุจิอิ โอออนเวิร์ค (ประเทศไทย) จำกัดด้วยทุนจดทะเบียน 1.00 ล้านบาท โดยบริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 51 และทางบริษัท ฟุจิอิ โอออนเวิร์ค (ประเทศญี่ปุ่น) ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 49 เพื่อดำเนินธุรกิจตัวแทนจำหน่ายเครื่องเจาะความเที่ยงตรงสูงที่ควบคุมโดยระบบ CNC control ซึ่งออกแบบและผลิตโดยบริษัท ฟุจิอิ โอออนเวิร์ค จำกัด (ประเทศญี่ปุ่น)

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

ปี 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 และบริษัทได้จัดตั้งบริษัทย่อยอีก 1 แห่ง ภายใต้ชื่อ บริษัท ยูเรกา อะโกร แมชชีนเนอรี่ จำกัด เพื่อขยายธุรกิจสู่อุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร โดยสถานประกอบการอยู่แห่งเดียวกันกับบริษัทใหญ่ ณ อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี

โดยในปัจจุบัน (ณ 28 กุมภาพันธ์ 2559) บริษัทมีทุนจดทะเบียน 163,625,000 บาท และทุนที่ชำระแล้วทั้งสิ้น 106,250,000 บาท โดยแบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 425,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท โดยคุณนรากร ราชพลสิทธิ์และตระกูลราชพลสิทธิ์ ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 30.60 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ และกลยุทธ์ในการดำเนินงาน

บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำด้านเครื่องจักรสำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมเกษตรแบบครบวงจร และธุรกิจด้านการประหยัดพลังงานในทุกกลุ่มอุตสาหกรรม ด้วยบุคลากรมืออาชีพ

- สร้าง One Stop Location Service สำหรับเครื่องจักรในอุตสาหกรรมยานยนต์
- มุ่งมั่น พัฒนาสร้างทีมงานให้เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และด้านการบริการ เทียบเท่าบริษัทชั้นนำของโลก
- เป็นที่หนึ่งด้านเครื่องจักรสำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย
- ออกแบบ วิจัยพัฒนา ผลิต ขาย และบริการหลังการขายเครื่องจักรกลการเกษตร
- สร้างและขยายเครือข่าย ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลเพื่อการเกษตร
- ให้คำปรึกษา และวางระบบการออกแบบในกลุ่มธุรกิจด้านการประหยัดพลังงานในทุกกลุ่มอุตสาหกรรม

กลยุทธ์ในการทำงาน : Better Company Better Life องค์กรรมแนวคิดและกลยุทธ์ในการปฏิบัติงานโดยภายใต้กรอบว่า
ที่ว่าองค์กรเจริญเติบโตก้าวหน้าดีขึ้นไปพร้อมๆ 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 จัดทะเบียนเพิ่มทุนบริษัท พูจิ โอออน 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 จัดทะเบียนเพิ่มทุน บริษัท ยูเรกา ดีไซน์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ในประเทศสิงคโปร์ อีกจำนวน 0.2 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ เป็นทุนจดทะเบียนใหม่ 0.7 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ โดยบริษัทถือหุ้นในสัดส่วน 100%
- ธ.ค จัดทะเบียนจัดตั้ง บริษัท ยูเรกาอโตเมชัน จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจออกแบบและผลิตเครื่องจักรระบบอัตโนมัติ ด้วยทุนจดทะเบียน 20 ล้านบาท
- ธ.ค จัดทะเบียนจัดตั้ง บริษัท ยูเรกาเทรคคิง จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจตัวแทนในการจัดหาวัสดุอุปกรณ์ในการผลิตและตัวแทนจำหน่ายสินค้าและอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร ด้วยทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท

ปี 2558

- ก.พ บริษัทได้ลดทุนจดทะเบียนเดิมจากจำนวน 93,500,000 บาท เป็นทุนจดทะเบียนใหม่ จำนวน 85,000,000 บาท ซึ่งเป็นการตัดหุ้นจดทะเบียนที่ยังมิได้นำออกจำหน่ายจำนวน 17,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท (ศูนย์จุดห้าบาท)
- บริษัทได้เปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ของบริษัทจากเดิมมูลค่าหุ้นละ 0.50 บาท (ห้าสิบบาท) เป็นมูลค่าหุ้นละ 0.25 บาท (ศูนย์จุดสองห้าบาท)

บริษัทได้ออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทจำนวนไม่เกิน 212,500,000 หน่วย เพื่อเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนในอัตรา 2 หุ้นเดิมต่อ 1 หน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ โดยไม่มีราคาเสนอขาย

บริษัทได้ขออนุมัติจัดสรรใบสำคัญแสดงสิทธิจำนวนไม่เกิน 17,000,000 หน่วย โดยไม่คิดมูลค่าให้แก่พนักงานของบริษัท และ/หรือ บริษัทย่อย ภายใต้โครงการการเสนอขายหลักทรัพย์ให้แก่พนักงานของบริษัท และ/หรือ บริษัทย่อย (ESOP Scheme) โดยไม่มีราคาเสนอขาย ดังมีรายละเอียดเบื้องต้นของใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ภายใต้โครงการการเสนอขายหลักทรัพย์ให้แก่พนักงานของบริษัท และ/หรือ บริษัทย่อย (รวมถึงพนักงานที่ดำรงตำแหน่งกรรมการของบริษัท) (ESOP Scheme) ซึ่งมีกำหนดการจัดสรรภายใน 1 ปี นับจากวันที่ได้รับอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น บริษัทจดทะเบียนเพิ่มทุนอีกจำนวน 78,625,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 314,500,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท จากทุนจดทะเบียนเดิมจำนวน 85,000,000 บาท เป็นทุนจดทะเบียนใหม่เป็นจำนวน 163,625,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 654,500,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท

ม.ย จดทะเบียนจัดตั้ง บริษัท ยูเรกา อะโกร แมชชีนเนอร์รี่ จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจออกแบบ ผลิตและจำหน่ายเครื่องจักรกลในอุตสาหกรรมเกษตร ด้วยทุนจดทะเบียน 8 ล้านบาท

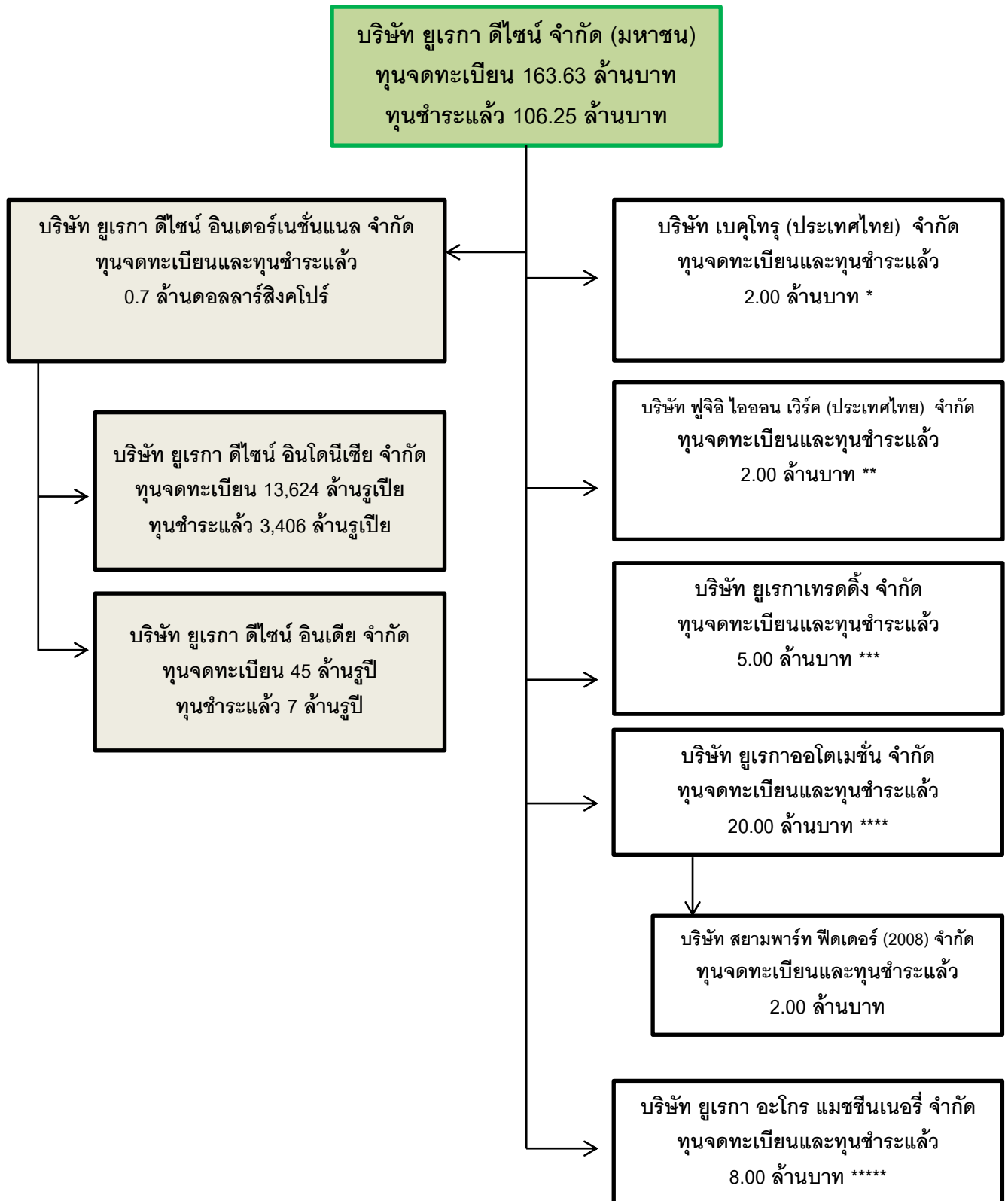
ก.ค นายอดิสร ประคุณหังสิต ลาออกจากตำแหน่ง ประธานกรรมการ และกรรมการอิสระ

ส.ค คณะกรรมการมีมติแต่งตั้ง ดร.สามารถ ราชพลสิทธิ์ ดำรงตำแหน่งกรรมการ ทดแทนตำแหน่งกรรมการที่ลาออก

พ.ย คณะกรรมการมีมติแต่งตั้ง ดร.สามารถ ราชพลสิทธิ์ ดำรงตำแหน่งประธานกรรมการ ทดแทนตำแหน่งประธานกรรมการที่ลาออก

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท (ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2559)

ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย



* บริษัท เบคูลู (ประเทศไทย) จำกัด บริษัทถือหุ้นในสัดส่วน 14%

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

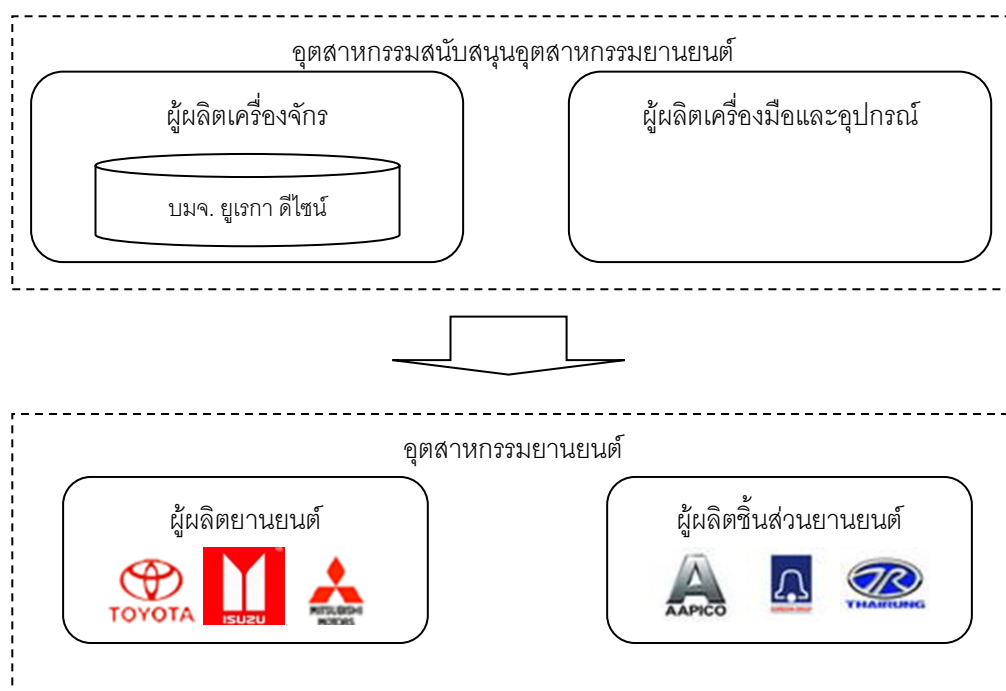
*** บริษัท ยูเรกาเทรดดิ้ง จำกัด บริษัทถือหุ้นในสัดส่วน 100%

**** บริษัท ยูเรกาออดิโอเมชั่น จำกัด บริษัทถือหุ้นในสัดส่วน 99.99%

***** บริษัท ยูเรกา อะโกร แมชชีนเนอร์รี่ จำกัด บริษัทถือหุ้นในสัดส่วน 99.99%

บริษัท ยูเรกา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน)

บริษัท ยูเรกา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจให้บริการออกแบบและผลิตเครื่องจักรสำหรับการประกอบและทดสอบชิ้นส่วนยานยนต์และอุปกรณ์จับยึด สำหรับใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมการประกอบและผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ธุรกิจของบริษัทจึงจัดเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมสนับสนุนอุตสาหกรรมยานยนต์ดังนี้



การให้บริการออกแบบและผลิตเครื่องจักรของบริษัทในลักษณะออกแบบตามความต้องการของลูกค้า (Design to order) ซึ่งบริษัทจะออกแบบและผลิตเครื่องจักรตามความต้องการของลูกค้าแต่ละรายที่แตกต่างกันตามประเภทของเครื่องจักร โดยทางบริษัทจะส่งทีมวิศวกรที่มีความเชี่ยวชาญเข้าร่วมประชุมกับลูกค้าเพื่อรับทราบความต้องการของเครื่องจักรที่ลูกค้าต้องการใช้ในการนำไปผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ รวมทั้งให้คำปรึกษาและคำแนะนำเกี่ยวกับรูปแบบของเครื่องจักรที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างดีที่สุดในด้านลักษณะการใช้งานและรูปลักษณะภายนอก เครื่องจักรที่ทางบริษัทผลิตนั้นมีหลายประเภทซึ่งเครื่องจักรแต่ละประเภทก็จะมีคุณสมบัติในการทำงานที่แตกต่างกันไป โดยประเภทเครื่องจักรที่บริษัทสามารถผลิตได้นั้นได้แก่ เครื่องที่ใช้ในการผลิต การทดสอบ การทำความสะอาด การประกอบ รวมถึงการทำ

สัญลักษณ์ในชิ้นส่วนสำหรับระบบต่างๆ ที่เป็นส่วนประกอบของยานยนต์ ไม่ว่าจะเป็นระบบเครื่องยนต์ ระบบบังคับเลี้ยว ระบบส่งกำลัง ระบบกันสะเทือน ระบบเบรก ฯลฯ

บริษัทให้บริการออกแบบและผลิตเครื่องจักรให้กับผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) ในอุตสาหกรรมยานยนต์หลายกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นบริษัทผู้ประกอบรถยนต์/รถจักรยานยนต์ หรือบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ โดยลูกค้าของบริษัทจะมีความต้องการเครื่องจักรใหม่เมื่อมีการออกยานยนต์รุ่นใหม่ (New Model) เข้าสู่ตลาด หรือเมื่อมีการเพิ่มกำลังการผลิตยานยนต์ และจะมีความต้องการเปลี่ยนชุดอุปกรณ์จับยึด (Jig) ในเครื่องจักรเดิมเมื่อมีการทำโมเนอร์เซนจ์ยานยนต์โมเดลเดิม ซึ่งโดยทั่วไปแล้วผู้ประกอบรถยนต์จะมีการออกรถยนต์รุ่นใหม่ในทุกๆ 4 – 7 ปี ตามแต่ประเภทของรถยนต์ และมีการทำการปรับปรุงที่เรียกว่าโมเนอร์เซนจ์ในทุกๆ 1.5 – 2.5 ปี หลังจากที่มีการจำหน่ายรถยนต์ในแต่ละรุ่น และผู้ประกอบรถจักรยานยนต์จะมีการออกโมเดลใหม่ในทุกๆ 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 ไอออน เวิร์ค (ประเทศไทย) จำกัด

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

บริษัท เบคูลู (ไทยแลนด์) จำกัด

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

บริษัท ยูเรกา อะโกร แมชชีนเนอร์รี่ จำกัด

บริษัท ยูเรกา อะโกร แมชชีนเนอร์รี่ จำกัด เป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นเพื่อประกอบธุรกิจออกแบบ ผลิตและจำหน่ายเครื่องจักรกลการเกษตร เพื่อเป็นการขยายตัวในธุรกิจให้ครอบคลุมไปยังอุตสาหกรรมการเกษตร ซึ่งมีฐานลูกค้ากว้างและหลากหลายในประเทศ โดยกิจการของบริษัทย่อยแห่งนี้จะเน้นในการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการ

พัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตร ช่วยให้เกษตรกรสามารถต้นทุนและเพิ่มพูนผลผลิตโดยรวมของประเทศไทย ซึ่งทักษะทางวิศวกรรมการออกแบบและผลิตเครื่องจักร ถือเป็นความสามารถหลักที่โดดเด่นของกลุ่มบริษัทยูเรกา และเป็นที่ยอมรับแก่กลุ่มอุตสาหกรรมอย่างกว้างขวาง

บริษัท สยาม พาร์ทฟีดเดอร์ (2008) จำกัด

บริษัท สยาม พาร์ทฟีดเดอร์ (2008) จำกัด เป็นบริษัทย่อยในเครือ ซึ่งประกอบธุรกิจการผลิตอุปกรณ์จัดเรียงชิ้นงาน (Part feeder) ซึ่งใช้ในหลากหลายอุตสาหกรรม และเป็นส่วนหนึ่งของอุปกรณ์ในการผลิตเครื่องจักรในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ที่ กลุ่มบริษัทฯ มีปริมาณการใช้งานเป็นประจำสม่ำเสมอในบางผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ บริษัท ยูเรกาอโตเมชัน จำกัด ได้เข้าซื้อหุ้นสามัญของ บริษัท สยาม พาร์ทฟีดเดอร์ (2008) จำกัด ในเดือน กุมภาพันธ์ 2558 และมีสัดส่วนการถือหุ้น 99 % โดยกิจการย่อยแห่งนี้สามารถสนับสนุนการทำงานของของกลุ่มบริษัทได้เป็นอย่างดี

นโยบายในการบริหารงานของกลุ่มบริษัท

บริษัท ยูเรกา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) มีนโยบายเป็นผู้กำหนดทิศทางและกลยุทธ์ในการบริหารงานของบริษัทย่อยที่เป็นการลงทุนในต่างประเทศ คือ บริษัท ยูเรกา ดีไซน์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด และบริษัทอื่นๆในต่างประเทศซึ่งอยู่ในระหว่างดำเนินการตามแผนงานระหว่างประเทศในอนาคต ทั้งนี้ยกเว้นบริษัทย่อยในประเทศไทย คือ บริษัท ฟุจิอิ ไอออน เวิร์ค (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นการร่วมลงทุนระหว่าง บริษัทฯ กับ บริษัท ฟุจิอิ ไอออน เวิร์ค จำกัด (ประเทศญี่ปุ่น) บริษัทฯ ร่วมกันกำหนดนโยบายและทิศทางการดำเนินงานร่วมกันกับฝ่ายบริหารจากผู้ร่วมทุนในประเทศญี่ปุ่น โดยการสนับสนุนจากบริษัทฯ ในงานด้านการตลาด และการขาย โดยบริษัทฯ มีความสัมพันธ์อันดีกับฐานลูกค้าในกลุ่มธุรกิจยานยนต์ในประเทศไทย จึงทำให้เป็นแนวทางในการเข้าพบลูกค้าและติดต่อเจรจาธุรกิจต่าง ๆ ระหว่าง บริษัท ฟุจิอิ ไอออน เวิร์ค (ประเทศไทย) จำกัด กับ กลุ่มธุรกิจยานยนต์ในประเทศไทย ทำให้เพิ่มโอกาสทางธุรกิจได้อย่างรวดเร็วและเพิ่มช่องทางการจำหน่ายไปพร้อมกัน

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท ยูเรกา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจให้บริการออกแบบและผลิตเครื่องจักรสำหรับการประกอบและทดสอบชิ้นส่วนยานยนต์และอุปกรณ์จับยึด สำหรับใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมการประกอบและผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ให้บริการออกแบบและผลิตเครื่องจักรของบริษัทในลักษณะออกแบบตามความต้องการของลูกค้า (Design to order) ซึ่งบริษัทจะออกแบบและผลิตเครื่องจักรตามความต้องการของลูกค้าแต่ละรายที่แตกต่างกันตามประเภทของเครื่องจักร โดยทางบริษัทจะส่งทีมวิศวกรที่มีความเชี่ยวชาญเข้าร่วมประชุมกับลูกค้าเพื่อรับทราบความต้องการของเครื่องจักรที่ลูกค้าต้องการใช้ในการนำไปผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ รวมทั้งให้คำปรึกษาและคำแนะนำเกี่ยวกับรูปแบบของเครื่องจักรที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างดีที่สุดทั้งในด้านลักษณะการใช้งานและรูปลักษณะภายนอก 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 ทั้งนี้กลุ่มบริษัทมีแนวโน้มที่จะขยายทิศทางการไปยังลูกค้าในต่างประเทศที่มีความพร้อมและการเติบโตในอุตสาหกรรมยานยนต์ 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 2556		ปี 2557		ปี 2558	
		ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. การออกแบบและผลิตเครื่องจักรใหม่							
เครื่องทดสอบการวิ่งของชิ้นงาน	บริษัท	40.95	10.17	24.70	7.96	32.85	8.73
เครื่องล้างชิ้นส่วน	บริษัท	25.46	6.32	3.19	1.03	11.87	3.15
เครื่องกดอัดชิ้นงาน	บริษัท	31.38	7.79	36.49	11.76	32.10	8.53
เครื่องขึ้นน็อต	บริษัท	93.98	23.33	11.88	3.83	22.52	5.99
เครื่องประกอบชิ้นส่วน	บริษัท	149.19	37.04	164.91	53.16	131.82	35.03
เครื่องทำสัญลักษณ์ในชิ้นงาน	บริษัท	11.34	2.82	4.55	1.47	10.63	2.83
การขายเครื่องกลึง/ไส/ปาด/เจาะ	ฟูลิจิ	3.54	0.88	7.18	2.31	36.95	9.82
การออกแบบและผลิตกระบวนการอัตโนมัติ	บริษัท	-	-	-	-	5.77	1.53
รวม		355.84	88.34	252.90	81.53	284.51	75.61
2. การออกแบบและผลิตอุปกรณ์จับยึด	บริษัท	12.23	3.04	11.22	3.62	17.29	4.60
3. บริการปรับปรุงและแก้ไขเครื่องจักร และการจัดหาอุปกรณ์และวัสดุสิ้นเปลือง	บริษัท	34.72	8.62	46.07	14.85	51.36	13.65
4. เครื่องจักรกลการเกษตร	บริษัท	-	-	-	-	6.99	1.86
5. อุปกรณ์ลำเลียงชิ้นงาน	บริษัท	-	-	-	-	16.11	4.28
รวมรายได้จากการขายและบริการ		402.79	100.00	310.19	100.00	376.26	100.00

โครงสร้างรายได้ของบริษัทแบ่งตามพื้นที่การจำหน่าย

รายได้จากการขายและบริการ	งบการเงินรวม					
	ปี 2556		ปี 2557		ปี 2558	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. รายได้จากการจำหน่ายในประเทศ	374.25	92.91	292.27	94.22	346.00	91.96
2. รายได้จากการส่งออก	28.54	7.09	17.92	5.78	30.26	8.04
รวมรายได้จากการขายและบริการ	402.79	100.00	310.19	100.00	376.26	100.00

โครงสร้างรายได้ของบริษัทแบ่งตามกลุ่มลูกค้า

กลุ่มลูกค้า	งบการเงินรวม					
	ปี 2556		ปี 2557		ปี 2558	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. ผู้ประกอบการยานยนต์						
ผู้ประกอบรถยนต์	141.97	35.25	79.30	25.56	56.83	15.10
ผู้ประกอบรถจักรยานยนต์	42.98	10.67	8.43	2.72	48.78	12.96
2. ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ลำดับที่ 1	217.84	54.08	222.46	71.72	252.69	67.16
3. ผู้ผลิตชิ้นส่วนอุตสาหกรรมอื่นๆ	-	-	-	-	17.96	4.77
รวมรายได้จากการขายและบริการ	402.79	100.00	310.19	100.00	376.26	100.00

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทนำเสนอบริการทางวิศวกรรมในการออกแบบและผลิตเครื่องจักรสำหรับประกอบและทดสอบชิ้นส่วนยานยนต์และอุปกรณ์จับยึดสำหรับใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม 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 2556	ปี 2557	ปี 2558
เครื่องจักรใหม่	93.12%	85.88%	75.64%
อุปกรณ์จับยึด	3.05%	3.92%	4.59%
งานปรับปรุง	3.84%	10.20%	13.64%
เครื่องจักรลดการเกษตร	-	-	1.85%
อุปกรณ์ลำเลียงชิ้นงาน	-	-	4.28%
รวมรายได้จากการขายและบริการ	100.00%	100.00%	100.00%

2.1.1 การออกแบบและผลิตเครื่องจักรใหม่

บริษัทให้บริการออกแบบและผลิตเครื่องจักรตามคำสั่งของลูกค้า ถือเป็นงานบริการหลักของบริษัท โดยมีสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 75.64 – 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 2557 และปี 2558 บริษัทมีรายได้จากการออกแบบและผลิตเครื่องทดสอบการรั่วของชิ้นงานในสัดส่วนร้อยละ 7.96 และร้อยละ 8.73 ของรายได้จากการขายและบริการ

2. เครื่องล้างทำความสะอาดชิ้นงาน (Washing machine)

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

ในปี 2557 และปี 2558 บริษัทมีรายได้จากการออกแบบและผลิตเครื่องล้างทำความสะอาดชิ้นงานในสัดส่วนร้อยละ 1.03 และร้อยละ 3.15 ของรายได้จากการขายและบริการ

3. เครื่องกดอัดชิ้นงาน (Press machine)

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

ในปี 2557 และปี 2558 บริษัทมีรายได้จากการออกแบบและผลิตเครื่องกดอัดชิ้นงานในสัดส่วนร้อยละ 11.76 และร้อยละ 8.53 ของรายได้จากการขายและบริการ

4. เครื่องขันน็อต (Nut tightening machine)

เป็นเครื่องจักรที่ออกแบบขึ้น เพื่อทำการขันน็อตสำหรับยึดชิ้นส่วนหรือเครื่องยนต์ให้มีความแน่นโดยจะมีการกำหนดมาตรฐานค่าควบคุมความแน่นของชิ้นส่วนหรือเครื่องยนต์ในแต่ละจุด โดยลักษณะและคุณสมบัติของเครื่องขันน็อตแต่ละเครื่องจะมีความแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้า เช่น ลักษณะการขันน็อตในแนวตั้งหรือแนวนอน จำนวนน็อตที่ขันในแต่ละครั้ง ความแน่นในแต่ละจุดที่ต้องการขันยึด เป็นต้น

ในปี 2557 และปี 2558 บริษัทมีรายได้จากการออกแบบและผลิตเครื่องขันน็อตในสัดส่วนร้อยละ 3.83 และร้อยละ 5.99 ของรายได้จากการขายและบริการ

5. เครื่องประกอบชิ้นส่วน (Special assembly machine)

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

ในปี 2557 และปี 2558 บริษัทมีรายได้จากการออกแบบและผลิตเครื่องประกอบชิ้นส่วนในสัดส่วนร้อยละ 53.16 และร้อยละ 35.03 ของรายได้จากการขายและบริการ

6. เครื่องทำสัญลักษณ์ในชิ้นงาน (Marking machine)

เป็นเครื่องจักรที่ออกแบบขึ้น เพื่อทำการทำสัญลักษณ์หรือตำหนิบนชิ้นงานต่างๆ เพื่อบ่งบอกหรือแสดงถึงสัญลักษณ์บนชิ้นงานนั้นๆ เช่น การทำสัญลักษณ์บนชิ้นส่วน การทำสัญลักษณ์บนตัวถัง การทำสัญลักษณ์บนฝาเครื่องยนต์ เพื่อบ่งชี้ว่าชิ้นงานนั้นๆ ได้ผ่านกระบวนการใดกระบวนการหนึ่งมาแล้ว หรือเพื่อระบุวันที่ผลิต หรือเพื่อเป็นตัวเลขทางกฎหมาย เช่น การทำรหัสหมายเลขที่ตัวถังและแชสซี เป็นต้น








ในปี 2557 และปี 2558 บริษัทมีรายได้จากการออกแบบและผลิตเครื่องทำสัญลักษณ์ในชิ้นงานในสัดส่วนร้อยละ 1.47 และร้อยละ 2.83 ของรายได้จากการขายและบริการ

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











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

ในปี 2557 และปี 2558 บริษัทและบริษัทย่อยมีรายได้จากการจำหน่ายเครื่องกลึง/ไส/ปาด/เจาะในสัดส่วนร้อยละ 2.31 และร้อยละ 9.82 ของรายได้จากการขายและบริการ

ตารางแสดงตัวอย่างเครื่องจักรแต่ละประเภทของบริษัทที่ถูกค้ำนำไปใช้งานสำหรับระบบต่างๆ ของรถยนต์

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

ตารางแสดงตัวอย่างเครื่องจักรแต่ละประเภทของบริษัทที่ถูกค้ำนำไปใช้งานสำหรับระบบต่างๆ ของรถยนต์ (ต่อ)

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

2.1.2 การออกแบบและผลิตชุดอุปกรณ์จับยึด (Jig) สำหรับปรับปรุงเครื่องจักรเดิม

การให้บริการออกแบบและผลิตชุดอุปกรณ์จับยึด (Jig) มีสัดส่วนรายได้ประมาณร้อยละ 3.62 ของรายได้จากการขายและบริการในปี 2557 และร้อยละ 4.60 ของรายได้จากการขายและบริการในปี 2558 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 2557 และปี 2558 ร้อยละ 14.85 และร้อยละ 13.65 ของรายได้จากการขายและบริการในแต่ละงวดตามลำดับ การให้บริการปรับปรุง แก๊ส และซ่อมแซมเครื่องจักร เป็นการให้บริการแก่ลูกค้าเมื่อเครื่องจักรเกิดการขัดข้องหรือทำการผลิตชิ้นงานที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐานคุณภาพ รวมทั้งการปรับปรุงเครื่องจักรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถให้สูงขึ้น โดยเครื่องจักรที่ถูกค้าส่งให้ทางบริษัทซ่อมแซมนั้น มีทั้งเครื่องจักรที่ทางบริษัทออกแบบและผลิตเอง เครื่องจักรที่ถูกออกแบบโดยผู้ประกอบการในประเทศรายอื่น และเครื่องจักรที่นำเข้าจากต่างประเทศ

นอกจากนั้นบริษัทยังมีบริการจัดหาอุปกรณ์และวัสดุสิ้นเปลืองให้ลูกค้า (Consumable part) ในกรณีที่ลูกค้าบางรายร้องขอ ทั้งนี้การบริการในส่วนนี้เป็นเพียงบริการเสริมเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าและเพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าในระยะยาวต่อไป

2.1.4 การผลิตและจำหน่ายเครื่องจักรกลการเกษตร

ในปี 2558 นี้ทางบริษัทฯ ได้จัดตั้งบริษัทย่อยเพื่อดำเนินธุรกิจออกแบบและผลิตเครื่องจักรกลการเกษตร ตามนโยบายในการขยายธุรกิจไปยังอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่ใช้ทักษะความรู้ความสามารถทางวิศวกรรมที่มีอยู่เดิมนี้ มาปรับใช้เพื่อให้สร้างรายได้ในแหล่งอุตสาหกรรมอื่นๆ โดยสามารถสร้างรายได้จากปีแรกที่ตั้งกิจการ ในอัตราร้อยละ 1.86 ของรายได้จากการขายรวม

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 กลยุทธ์ทางการตลาด

จากการที่ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์ที่สำคัญของผู้ประกอบการยานยนต์มากกว่า 20 รายและมีจำนวนบริษัทที่ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ลำดับที่ 1 มากกว่า 700 ราย ทำให้ปริมาณความต้องการเครื่องจักรสำหรับประกอบการยานยนต์และผลิตชิ้นส่วนยานยนต์นั้นเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลของผู้บริหารของบริษัท ในประเทศไทยมีบริษัทผู้ออกแบบและผลิตเครื่องจักรที่ได้รับการยอมรับในเรื่องของการออกแบบและมาตรฐานคุณภาพเพียง 60-70 ราย โดยเป็นบริษัทที่มีประเภสินค้าและบริการคล้ายคลึงกับทางบริษัทอยู่ประมาณ 9 ราย อย่างไรก็ตามในช่วงปีที่ผ่านมาที่มีผู้ประกอบการใหม่ในธุรกิจออกแบบและผลิตเครื่องจักรประเภทนี้ในประเทศไทยเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ทั้งส่วนของกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อย และกลุ่มผู้ประกอบการจากต่างชาติ (ประเทศญี่ปุ่น) จึงทำให้เกิดการแข่งขันสูงขึ้น และการแข่งขันตลาดรวมถึงแข่งขันด้านราคารุนแรงมากยิ่งขึ้น ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าในรอบปี 2558 ภาพรวมในกลุ่มอุตสาหกรรมของผู้ออกแบบและผลิตเครื่องจักรในประเทศไทย ล้วนแต่ต้องปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้รวดเร็วและเน้นในทุกปัจจัยที่เป็นส่วนการพิจารณาจากลูกค้า ดังนี้

ปัจจัยหลักที่ลูกค้าในธุรกิจนี้ ใช้ในการพิจารณาเลือกผู้ผลิตเครื่องจักร คือ

1. การกำหนดราคาขายเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ผลิตรายอื่น
2. การออกแบบและคุณภาพเครื่องจักรเหมาะสมกับราคาขาย
3. การส่งมอบเครื่องจักรทันตามกำหนดเวลา
4. การบริการหลังการขายที่มีประสิทธิภาพ

ซึ่งปัจจัยดังกล่าว ถือเป็นปัจจัยหลักที่บริษัทให้ความสำคัญในการประกอบธุรกิจ โดยบริษัทจะให้ความสำคัญในการเก็บข้อมูลความต้องการของลูกค้าโดยละเอียด เพื่อให้สามารถออกแบบและนำเสนอเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพและใช้งานได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งจะส่งผลต่อการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริษัท และลดการแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้สามารถส่งมอบเครื่องจักรได้ทันตามกำหนดเวลา บริษัทจะวางแผนการผลิตและติดตามความคืบหน้าของการผลิตอย่างสม่ำเสมอผ่านการประชุมภายในของบริษัททุกสัปดาห์ เนื่องจากบริษัทตระหนักดีว่าเครื่องจักรของบริษัท ถือเป็นหนึ่งในส่วนประกอบที่สำคัญในกระบวนการผลิตของลูกค้า หากบริษัทไม่สามารถส่งมอบเครื่องจักรได้ทันตามกำหนดเวลานั้น อาจส่งผลกระทบต่อแผนการผลิตของลูกค้าได้ นอกจากนั้น บริษัทจัดให้มีทีมบริการหลังการขายเพื่อดูแลลูกค้าหลังจากทำการส่งมอบเครื่องจักรแล้ว เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าและเป็นการรักษาความสัมพันธ์และสร้างโอกาสทางธุรกิจในระยะยาว อย่างไรก็ตาม กลุ่มลูกค้ายังคงให้ความสำคัญในปัจจัยด้านราคาขายเป็นหลัก จึงทำให้ทางบริษัทจำเป็นต้องปรับตัวให้ทันต่อความต้องการหลักของลูกค้า

ในส่วนของกลยุทธ์ทางการตลาด ในด้านต่างๆ นั้น บริษัทได้วางกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อสร้างความแข็งแกร่งในการดำเนินธุรกิจ และการขยายตัวในอนาคต ดังต่อไปนี้

1. กลยุทธ์การวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)

บริษัทใช้ความสามารถหลักขององค์กรในการเป็นผู้ออกแบบและผลิตเครื่องจักรแบบ Customization โดยออกแบบเครื่องจักรแต่ละเครื่องให้ตรงกับวัตถุประสงค์การใช้งานที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งทำตลาดเฉพาะกลุ่มลูกค้าระดับบน (High-end

customer) ที่มีความต้องการเครื่องจักรคุณภาพสูงโดยจุดเด่นของการเป็น “Your machine partner” หรือคู่คิดในการออกแบบและผลิตเครื่องจักรให้กับลูกค้า ทั้งนี้เพื่อหลีกเลี่ยงสงครามราคาที่มีความเสี่ยงที่จะทำให้บริษัทสูญเสียอัตรากำไร รวมถึงชื่อเสียงและความไว้วางใจจากลูกค้าในเรื่องมาตรฐานคุณภาพ อีกทั้งเมื่อทางบริษัทมีกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ธุรกิจมากขึ้น และการวางตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างกันมาก เช่น กลุ่มลูกค้าในธุรกิจเครื่องจักรกลการเกษตร ลักษณะทางการตลาดนั้นกลุ่มลูกค้าเป็นเกษตรกรรายย่อย กระจายอยู่ตามภูมิภาคต่างๆ ของประเทศ ซึ่งถือเป็นฐานลูกค้ากลุ่มใหม่ ที่มีขนาดของตลาดกว้างและปริมาณมากขาย รวมตัวกันในแต่ละประเภทของพืชที่ปลูกและใช้งานเครื่องจักรแตกต่างกันในแต่ละพืช อีกทั้งยังมีความต้องการสินค้าที่ราคาไม่แพงมากนักและมีความคงทน แข็งแรงต่อสภาพการใช้งานหนัก

2. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Products and services)

บริษัทนำเสนอสินค้าและบริการในรูปแบบ Design to order ซึ่งทำให้เครื่องจักรของบริษัทมีความหลากหลายสูงและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทุกรูปแบบ โดยบริษัทมุ่งเน้นและให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพและรูปแบบของเครื่องจักร การส่งมอบที่ทันตามกำหนดเวลา และการบริการหลังการขายที่มีประสิทธิภาพเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้า ซึ่งจะทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นและความไว้วางใจต่อบริษัทในระยะยาว และยังมีการรับประกันเครื่องจักรให้ลูกค้าเป็นระยะเวลา 1 ปี

บริษัทมีนโยบายในการเพิ่มความหลากหลายของเครื่องจักรที่บริษัททำการออกแบบและผลิต โดยกำหนดให้มีการออกแบบและผลิตเครื่องจักรสำหรับยานยนต์ในระบบใหม่ๆ เพิ่มขึ้นปีละ 1 ประเภท เพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าและสร้างองค์ความรู้ให้เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตเครื่องจักรสำหรับระบบยานยนต์ต่างๆ ทั้งนี้ เพื่อจะได้สามารถรักษาไว้ซึ่งมาตรฐานคุณภาพและสามารถใช้ต่อยอดองค์ความรู้ในการผลิตเครื่องจักรสำหรับระบบอื่นๆ ในยานยนต์ อีกทั้งในรอบปีที่ผ่านมา กลุ่มบริษัทยังได้ขยายผลิตภัณฑ์ไปยังกลุ่มอุตสาหกรรมการเกษตร และกลุ่มธุรกิจการผลิตเครื่องจักรระบบอัตโนมัติ เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ จากความสามารถหลักทางวิศวกรรมที่นำมาต่อยอดและสร้างสรรค์ในการออกแบบและผลิตเครื่องจักรไปยังหลากหลายกลุ่มอุตสาหกรรม

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	เครื่องประกอบชุดเฟืองเพลลาขับ (Special assembly machine for Differential Case)
2556	เครื่องประกอบชุดมอเตอร์สำหรับเบรคเอบีเอส (Motor Pump for Break ABS Assembly Machine)
2557	เครื่องประกอบตัวช่วยจุดระเบิด (Glow plug assembly line)
2558	เครื่องจักรกลการเกษตร เช่น เครื่องปลูกมันสำปะหลัง เครื่องรีดยางเคบป เครื่องกำจัดมอดและไข่มอดในข้าว เป็นต้น

3. กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

ในอดีตที่ผ่านมาบริษัทหลีกเลี่ยงการแข่งขันด้านราคา โดยเน้นทำตลาดในส่วนของลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ที่มีความต้องการเครื่องจักรคุณภาพสูงที่ต้องออกแบบขึ้นเป็นพิเศษสำหรับลูกค้าแต่ละราย ซึ่งต้องอาศัยผู้ออกแบบและผลิตที่มีประสบการณ์และความสามารถสูง โดยบริษัทมีนโยบายการกำหนดราคาขายด้วยวิธีต้นทุนบวกกำไร (Cost plus pricing) โดยต้นทุนการผลิตทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นต้นทุนวัตถุดิบ (Raw material cost) ต้นทุนเครื่องจักรและอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ (Process cost) ต้นทุนแรงงาน (Labor cost) และต้นทุนค่าเสียหายการผลิต (Overhead cost) จะถูกนำไปบวกด้วยอัตรากำไรขั้นต้นที่ถูกกำหนดไว้เป็นเป้าหมายในแต่ละปีเพื่อเป็นราคาที่เสนอขายแก่ลูกค้าทำให้สามารถผลกำไรของต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นไปยังลูกค้าได้ แต่อย่างไรก็ตามจากสภาพเศรษฐกิจและภาวะที่ซบเซาของอุตสาหกรรมยานยนต์ ทำให้การแข่งขันด้านราคาถือเป็นกลยุทธ์หลัก และปัจจัยแรกๆ ที่ลูกค้าพิจารณาในการเลือกสั่งผลิตงานโครงการ ในปี 2558 นี้ จึงถือได้ว่าเป็นปีแห่งการช่วงชิงรายได้และกลุ่มลูกค้าจากปัจจัยด้านราคาเป็นหลัก

4. กลยุทธ์ด้านพันธมิตรทางธุรกิจ (Partnering)

บริษัทสร้างเครือข่ายพันธมิตรทั้งในกลุ่มลูกค้าและกลุ่มผู้จำหน่ายวัตถุดิบและชิ้นส่วนที่ใช้ในการผลิต โดยร่วมมือกับลูกค้าในการออกแบบและพัฒนาเครื่องจักรที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าภายใต้ต้นทุนการจ่ายซื้อที่เหมาะสม และร่วมมือกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบและชิ้นส่วนที่ใช้ในการผลิตในการวางแผนการใช้ปัจจัยการผลิตล่วงหน้าเพื่อลดระยะเวลาในการผลิต การมีเครือข่ายพันธมิตรยังทำให้บริษัทมีโอกาสที่จะรับทราบข้อมูลความเคลื่อนไหวในอุตสาหกรรม ทั้งในส่วนของข้อมูลเรื่องระยะเวลาการออกยานยนต์โมเดลใหม่ หรือการขยายแผนการลงทุนของผู้ผลิตยานยนต์ซึ่งสามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปวิเคราะห์และวางแผนการปฏิบัติงานล่วงหน้าได้ แม้ว่าในปี 2558 ที่ผ่านมานี้ ทางบริษัทฯ ได้ขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์ไปยังอุตสาหกรรมอื่นเพิ่มขึ้น แต่ยังคงเน้นสร้างเครือข่ายพันธมิตรในกลุ่มธุรกิจใหม่นี้เพิ่มเติม ทั้งภาคส่วนขององค์กรมหาชน ส่วนงานภาครัฐ และกลุ่มผู้คร่ำหวอดในวงการเกษตรต่างๆ มาก่อน เพื่อให้สามารถก้าวเข้าสู่ธุรกิจใหม่ได้อย่างรวดเร็ว

ตัวอย่างรายชื่อพันธมิตรที่จะช่วยสนับสนุนด้านวัตถุดิบและการตลาดและเทคโนโลยี ดังต่อไปนี้

- บริษัท คอสโมเวฟ เทคโนโลยี จำกัด : ผู้ผลิตและจำหน่าย Leak tester unit ยี่ห้อ “Cosmo”
- บริษัท เบคูลู (ไทยแลนด์) จำกัด : ผู้ผลิตและจำหน่าย Marking unit ยี่ห้อ “Vector”
- บริษัท พูจิอิ โอออน เวิร์ค จำกัด (ญี่ปุ่น) : ผู้ผลิตและจำหน่ายกลึง/ไส/ปาด/เจาะประเภท CNC
- บริษัท ไคเซอิ จำกัด (ญี่ปุ่น) : ผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องมือวัดประเภทความแม่นยำสูง
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ : สวทช.
- สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (องค์การมหาชน) : สวก.

5. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place)

บริษัทให้ความสำคัญเปรียบในเชิงแข่งขันในการมีวิศวกรฝ่ายขายที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในธุรกิจสูงในการติดต่อประสานงานและรับคำสั่งซื้อโดยตรงจากลูกค้า 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 3 กลุ่มหลัก ดังนี้

กลุ่มลูกค้า	2556		2557		2558	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์	217.84	54.08	222.46	71.72	252.69	67.16
2. ผู้ประกอบยานยนต์						
2.1 ผู้ประกอบรถยนต์	141.97	35.25	79.30	25.56	56.83	15.10
2.2 ผู้ประกอบรถจักรยานยนต์	42.98	10.67	8.43	2.72	48.78	12.96
3. กลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ	-	-	-	-	17.96	4.77
รวมรายได้	402.79	100.00	310.19	100.00	376.26	100.00

1. กลุ่มบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ลำดับที่ 1 (Tier 1 – Part manufacturer)

ลูกค้ากลุ่มนี้ ได้แก่ กลุ่มบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่ส่วนใหญ่จะใช้เครื่องจักรในการทดสอบการวิ่งขึ้น กัดอัด ทำความสะอาด ทำสีฉลึงค์ และประกอบชิ้นส่วนยานยนต์ และ/หรือชุดชิ้นส่วนย่อย ที่ซื้อมาจากผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ลำดับที่ 2 (Tier 2 – Part manufacturer) เพื่อจำหน่ายต่อไปให้กับผู้ประกอบยานยนต์สำหรับนำไปใช้ประกอบเป็นยานยนต์ต่อไป โดย ณ สิ้นปี 2557 บริษัทมีจำนวนลูกค้ากลุ่มนี้ 80 ราย และมีความสัมพันธ์ที่ติดมาโดยตลอด ทั้งนี้ในปี 2557 และปี 2558 บริษัทมียอดขายจากลูกค้ากลุ่มนี้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 71.72 และร้อยละ 67.16 ของรายได้จากการขายและบริการ ตามลำดับ

2. กลุ่มบริษัทผู้ประกอบยานยนต์ (Automotive assembler)

ลูกค้ากลุ่มนี้ ได้แก่ กลุ่มบริษัทผู้ประกอบยานยนต์ที่ส่วนใหญ่จะมีความต้องการใช้เครื่องจักรในการขึ้นน็อต และประกอบชุดชิ้นส่วนต่างๆ ที่ซื้อมาจากผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ลำดับที่ 1 (Tier 1 – Part manufacturer) เข้าด้วยกัน โดยหลังจากที่ทำการประกอบชิ้นส่วนของระบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นระบบเครื่องยนต์ ระบบบังคับเลี้ยว ระบบส่งกำลัง ระบบเบรก ระบบไฟฟ้า ระบบการตกแต่งภายนอกและภายใน ฯลฯ เสร็จจนได้เป็นยานยนต์สำเร็จรูป จึงส่งให้ตัวแทนจำหน่ายเพื่อทำการจำหน่ายต่อไป ทั้งนี้ในปี 2557 และปี 2558 บริษัทมียอดขายจากลูกค้ากลุ่มนี้คิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 28.28 และร้อยละ 28.06 ของรายได้จากการขาย ตามลำดับ

ผู้ประกอบยานยนต์ที่เป็นลูกค้าเป้าหมายของบริษัทสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มย่อย ดังนี้

2.1 กลุ่มบริษัทผู้ประกอบรถยนต์ (Car assembler)

ในปี 2557 และปี 2558 บริษัทมียอดขายจากลูกค้ากลุ่มนี้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 25.56 และร้อยละ 15.10 ของรายได้จากการขายและบริการ ตามลำดับ

2.2 กลุ่มบริษัทผู้ประกอบรถจักรยานยนต์ (Motorcycle assembler)

ในปี 2557 และปี 2558 บริษัทมียอดขายจากลูกค้ากลุ่มนี้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.72 และร้อยละ 12.96 ของรายได้จากการขายและบริการ ตามลำดับ

3. กลุ่มอุตสาหกรรมอื่น ๆ

ลูกค้ากลุ่มนี้ได้แก่ กลุ่มบริษัทผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ เช่น ผู้ผลิตกล้องถ่ายรูป ผลิตเครื่องถ่ายภาพเอกสาร และกลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการเกษตรทั้งในรายย่อย และในรายของผู้ประกอบการ โดยในปี 2558 นี้ มียอดขายจากรายได้กลุ่มนี้คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17.96

2.2.1 การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

การจำหน่ายเครื่องจักรและอุปกรณ์จับยึดของบริษัทเป็นการจำหน่ายตามคำสั่งซื้อในแต่ละครั้ง โดยลูกค้าจะมีคำสั่งผลิตเมื่อมีการออกงานยนต์รุ่นใหม่ (Major Change) มีการเพิ่มกำลังการผลิต หรือมีการปรับปรุงโฉมงานยนต์รุ่นเดิม (Minor Change) โดยช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัทมี 2 รูปแบบ ดังต่อไปนี้

รายได้จากการขายและบริการ	2556		2557		2558	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. รายได้จากการจำหน่ายตรง	391.12	97.10	309.27	99.70	373.18	99.18
2. รายได้จากบริษัท Trading	11.68	2.90	0.92	0.30	3.08	0.82
รวมรายได้	402.79	100.00	310.19	100.00	376.26	100.00

1. การจำหน่ายแก่ลูกค้าโดยตรง (Direct supplier)

บริษัทใช้การจำหน่ายแก่ลูกค้าโดยตรงเป็นช่องทางหลักในการนำเสนอสินค้าและบริการไปยังลูกค้าเป้าหมาย เนื่องจากลักษณะการออกแบบและผลิตเครื่องจักรของบริษัทที่เป็นแบบ Design to order ซึ่งลูกค้าแต่ละรายจะกำหนด Specification ที่แตกต่างกันไปทั้งในเรื่องลักษณะการใช้งานและวัสดุที่ใช้ในการผลิต ดังนั้นทางบริษัทจะทำการติดต่อกับลูกค้าโดยตรงเพื่อให้คำแนะนำและร่วมมือกันในการออกแบบเครื่องจักรที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างดี ทั้งนี้ในปี 2557 และปี 2558 บริษัทมีมูลค่าการจำหน่ายแก่ลูกค้าโดยตรงคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.70 และร้อยละ 99.18 จากยอดขายรวม ตามลำดับ

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

การจำหน่ายแก่ลูกค้ารายย่อยสำหรับเครื่องจักรในกลุ่มอุตสาหกรรมการเกษตร บางผลิตภัณฑ์เป็นการขายปลีกให้แก่ลูกค้าซึ่งเป็นเกษตรกรรายย่อย หรือกลุ่มชุมชนในภูมิภาคต่างๆ ที่นำเครื่องจักรกลการเกษตรไปใช้งานโดยตรง เช่น เครื่องปลูกมันสำปะหลัง เครื่องข่มอดและไข่มอดในข้าว เครื่องสีข้าวชุมชน เป็นต้น

2. การจำหน่ายผ่านบริษัทซื้อมาขายไป (Trading company)

การจำหน่ายในรูปแบบนี้เกิดขึ้นได้ใน 2 ลักษณะ คือ เกิดจากการที่ผู้ประกอบการยานยนต์บางรายนั้นมีการกำหนดนโยบายในการซื้อเครื่องจักรว่าจะต้องซื้อเครื่องจักรผ่านบริษัทซื้อมาขายไปที่เป็นบริษัทในเครือของตนเท่านั้นไม่สามารถสั่งซื้อตรงมาที่ผู้ออกแบบและผลิตเครื่องจักรได้ และเกิดจากการที่บริษัทซื้อมาขายไปแนะนำลูกค้ารายใหม่มาให้ทางบริษัท โดยบริษัทซื้อมาขายไปจะได้รับผลกำไรจากส่วนต่างของราคาซื้อขาย ทั้งนี้การจำหน่ายรูปแบบนี้มีสัดส่วนอยู่ในระดับต่ำ โดยในปี 2557 และปี 2558 บริษัทมีมูลค่าการจำหน่ายผ่านบริษัทซื้อมาขายไปคิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 0.30 และร้อยละ 0.82 จากยอดการจำหน่ายรวม

นอกจากการจำหน่ายเครื่องจักรในประเทศแล้วทางบริษัทยังมีการส่งออกเครื่องจักรไปยังต่างประเทศโดยมีการส่งออกไปยังประเทศเวียดนามและอินเดีย และในปี 2558 ที่ผ่านมายังมีลูกค้าต่างประเทศรายใหม่ในประเทศอินโดนีเซีย และประเทศเม็กซิโก ทั้งนี้ในระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัทให้ความสำคัญกับการผลิตเพื่อทำตลาดในประเทศเป็นหลัก แต่ก็ยังมีแนวทางเพื่อกำหนดแผนงานธุรกิจระหว่างประเทศเพื่อขยายฐานลูกค้าเพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าในภูมิภาคอาเซียน จึงได้ปรับแผนกำลังพลเพื่อรองรับและสามารถจัดสรรกำลังการผลิตอย่างเพียงพอที่จะรองรับความต้องการในประเทศ และต่างประเทศได้ตามแผนธุรกิจและการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรม ทั้งนี้ในปี 2557 และปี 2558 บริษัทมียอดส่งออกเครื่องจักรไปต่างประเทศคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.78 และร้อยละ 8.04 ของยอดขายรวม ตามลำดับ

2.2.2 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

อุตสาหกรรมยานยนต์

โครงสร้างของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทยประกอบไปด้วยผู้ประกอบการ 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ ผู้ประกอบการยานยนต์ (Automotive assembler) ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ลำดับที่ 1 (Tier 1 – Part manufacture) และผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ลำดับที่ 2 และลำดับรองลงมา (Tier 2 & 3 – Part manufacturer) โดยจำนวนผู้ประกอบการแต่ละประเภทนั้นจะมีลักษณะของปริมาณ กล่าวคือ ผู้ประกอบการยานยนต์จะมีจำนวนน้อยที่สุดโดยมีทั้งหมด 23 บริษัทเป็นผู้ประกอบรถยนต์นั่ง/รถกระบะ 16 บริษัท และผู้ประกอบรถจักรยานยนต์ 7 บริษัท ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ลำดับที่ 1 จะมีจำนวนมากกว่าผู้ประกอบการยานยนต์โดยมีทั้งหมด 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 ก็มีความต้องการใช้เครื่องจักรในการทดสอบการวิ่ง ทดสอบ ทดสอบความแข็งแรง ทดสอบชิ้นส่วนยานยนต์ และ/หรือชุดชิ้นส่วนย่อย ที่ซื้อมาจากผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ลำดับที่ 2 ก่อนที่ประกอบเป็นชุดชิ้นส่วนของระบบต่างๆ ในยานยนต์เพื่อจำหน่ายต่อไปยังผู้ประกอบการยานยนต์อีกทอดหนึ่ง โดยผู้ประกอบการยานยนต์ก็จะใช้เครื่องจักรสำหรับขึ้นรูป และประกอบชุดชิ้นส่วนเข้ากับตัวถังและระบบอื่นๆ จนได้มาซึ่งยานยนต์สำเร็จรูป และส่งให้ผู้แทนจำหน่ายต่อไป ซึ่งจะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการทั้ง 3 กลุ่มมีการดำเนินธุรกิจที่เชื่อมโยงกันเป็นห่วงโซ่อุปทาน

จากการที่ในปัจจุบันประเทศไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์ที่สำคัญของผู้ผลิตยานยนต์มากกว่า 20 ราย ทั้งในส่วนของการผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศและการผลิตเพื่อการส่งออก และมีจำนวนบริษัทที่ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ลำดับที่ 1 มากกว่า 700 ราย ทำให้ผู้ประกอบการยานยนต์และผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มีความต้องการใช้เครื่องจักรและอุปกรณ์จับยึดในการดำเนินธุรกิจมาก อย่างไรก็ตามในปัจจุบันประเทศไทยยังมีบริษัทออกแบบและผลิตเครื่องจักรที่ได้รับการยอมรับและความเชื่อมั่นจากผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมในเรื่องของการออกแบบและมาตรฐานคุณภาพอยู่ประมาณ 60 - 70 ราย ในขณะที่ความต้องการเครื่องจักรนั้นมีความขึ้นตามการขยายตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์ ดังนั้น ธุรกิจการออกแบบและผลิตเครื่องจักรและอุปกรณ์จับยึดสำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทยจึงเป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจและน่าจับตามอง

แนวโน้มการขยายตัวของอุตสาหกรรมการออกแบบและผลิตเครื่องจักรสำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทยจะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลัก ดังต่อไปนี้

1. ความถี่ในการออกยานยนต์โมเดลใหม่และการทำโมเนอริเซนจ์ยานยนต์โมเดลเดิม
2. แผนการลงทุนของผู้ผลิตยานยนต์รายใหญ่ในประเทศไทย
3. สภาพแวดล้อมของประเทศไทยและนโยบายรัฐบาลที่ส่งผลกระทบต่อการลงทุนในอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

1. ความถี่ในการออกยานยนต์โมเดลใหม่และการทำไมเนอร์เซนจ์ยานยนต์โมเดลเดิม

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารของบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในธุรกิจยานยนต์มาเป็นระยะเวลานานกว่า 12 ปี ทำให้ทราบว่าโดยเฉลี่ยแล้วผู้ผลิตรายหนึ่งจะรอบในการออกยานยนต์โมเดลใหม่และการทำไมเนอร์เซนจ์ยานยนต์โมเดลเดิม 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 ดังนั้นความถี่ในการออกโมเดลใหม่และการทำไมเนอร์เซนจ์จึงส่งผลกระทบต่อปริมาณความต้องการเครื่องจักรและอุปกรณ์จับยึด อย่างไรก็ตามจากการที่ในปัจจุบันธุรกิจการจำหน่ายยานยนต์มีสภาพการแข่งขันที่รุนแรง ทำให้ผู้ผลิตและจำหน่ายยานยนต์แต่ละรายพยายามนำเสนอขายยานยนต์ใหม่ๆ เข้าสู่ตลาดอยู่เสมอเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดจากคู่แข่ง ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มความถี่ในการออกโมเดลใหม่หรือการทำไมเนอร์เซนจ์โมเดลเดิม ดังนั้นความต้องการเครื่องจักรใหม่และความต้องการเปลี่ยนชุดอุปกรณ์จับยึดจึงมีแนวโน้มว่าจะปรับตัวสูงขึ้นในอนาคต

2. แผนการลงทุนของผู้ผลิตรายใหญ่ในประเทศไทย

การลงทุนของผู้ผลิตรายใหญ่ในการขยายฐานการผลิต หรือเพิ่มกำลังการผลิตในประเทศไทยนั้นสามารถสะท้อนให้เห็นว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่มีศักยภาพในการเติบโตของธุรกิจยานยนต์ ซึ่งหากผู้ผลิตรายหนึ่งนำมีการขยายฐานการผลิตมายังในประเทศไทยมากขึ้น ความต้องการใช้เครื่องจักรสำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์จะมีแนวโน้มที่เพิ่มมากขึ้น แต่จากสภาพเศรษฐกิจโดยรวมและปริมาณรถยนต์คงค้างสต็อกที่ได้รับผลกระทบจากนโยบายรถยนต์คันแรกในกลุ่มลูกค้าที่ยังไม่มีความพร้อมหรือความสามารถในการชำระค่าเช่าซื้อ อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ยังคงมีสัดส่วนรายได้จากการการส่งออกเครื่องจักรในกลุ่มลูกค้าที่ผลิตชิ้นส่วนรายใหญ่อีกมาก รวมถึงแผนงานการลงทุนในธุรกิจต่างประเทศที่ได้มีการกำหนดแผนงานไว้อย่างเป็นขั้นตอน และชัดเจน เพื่อมุ่งสนับสนุนและรองรับความต้องการของลูกค้าต่างประเทศ จะทำให้บริษัทฯ สามารถสร้างยอดขายเพื่อชดเชยส่วนการลงทุนของผู้ผลิตรายใหญ่ในประเทศไทยไปได้

3. สภาพะอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทยและนโยบายรัฐบาลที่ส่งผลกระทบต่อการลงทุนในอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

สภาวะอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทย

อุตสาหกรรมรถยนต์ใน 10 เดือนแรกของปี 2558 ปริมาณการผลิตชะลอตัวเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจของประเทศชะลอตัว ประกอบกับหน้าภาค ครีวเรือนยังคงอยู่ในระดับสูง อย่างไรก็ตาม การส่งออกมีการขยายตัว ซึ่งเป็นการเพิ่มขึ้นของ ตลาดในประเทศแถบเอเชีย เนีย ยุโรป และอเมริกาเหนือ โดยเป็นการส่งออกรถยนต์นั่งและรถกระบะเป็นหลัก สถานการณ์ด้านการลงทุนในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศ ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2558 (ม.ค.-ต.ค.) มีโครงการลงทุนที่ได้รับอนุมัติจากสำนักงาน คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน รวม 156 โครงการ คิด

เป็นเงินลงทุนรวมกว่า 68,340.45 ล้านบาท ก่อให้เกิดการจ้างแรงงานไทยเข้มข้นไม่น้อยกว่า 12,512 คนในจำนวนนี้มีโครงการลงทุนขนาดใหญ่ที่มีเงินลงทุนมากกว่า 1,000 ล้านบาท จำนวน 11 โครงการ

อุตสาหกรรมรถยนต์

การผลิต ปริมาณการผลิตรถยนต์ของประเทศไทยในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2558 (ม.ค.-ต.ค.) มีปริมาณการผลิตรถยนต์ 1,430,994 คัน เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งมีปริมาณ การผลิต 1,568,300 คัน ลดลงร้อยละ 8.76 โดยมีปริมาณการผลิตรถยนต์นั่ง 585,504 คัน รถยนต์ปิกอัพ 1 คันและอนุพันธ์ 820,473 คัน ลดลงร้อยละ 4.68 และ 12.46 ตามลำดับ ส่วนรถยนต์เพื่อการพาณิชย์อื่นๆ 25,017 คัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 48.82 เมื่อพิจารณาปริมาณการผลิตโดยรวม พบว่า เป็นการ ผลิตเพื่อการส่งออกจำนวน 1,019,576 คัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 71.25 ของปริมาณการผลิตทั้งหมด โดยแบ่งเป็นการผลิตรถยนต์ปิกอัพ 1 คันและอนุพันธ์เพื่อการส่งออกร้อยละ 60.84 และการผลิตรถยนต์นั่งเพื่อการส่งออกร้อยละ 39.16 สำหรับรถยนต์นั่งที่มีการผลิตเพื่อการส่งออกมากที่สุด ได้แก่ รถยนต์ประเภทยนต์พลังงานมาตรฐานสากล รองลงมาคือ รถยนต์นั่งที่มีขนาดเครื่อง 1,201-1,500 ซี.ซี.และรถยนต์นั่งที่มีขนาดเครื่อง 1,501-1,800 ซี.ซี. ตามลำดับ

การจำหน่าย ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ของประเทศไทยในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2558 (ม.ค.-ต.ค.) มีปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ 553,832 คัน เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ลดลงร้อยละ 22.97 โดยแบ่งเป็นการจำหน่ายรถยนต์นั่ง 214,462 คันรถปิกอัพ 1 คัน 235,393 คันรถยนต์นั่งเพื่อการพาณิชย์อื่นๆ 34,171 คันและรถยนต์ PPV (รวมรถยนต์ SUV) 69,806 คัน ลดลงร้อยละ 29.37, 22.39, 14.54 และ 3.18 ตามลำดับ

การส่งออก ปริมาณการส่งออกรถยนต์ของประเทศไทยในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2558 (ม.ค.-ต.ค.) มีปริมาณการส่งออก รถยนต์ (CBU) จำนวน 1,016,595 คันเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกัน ของปีก่อน เพิ่มขึ้น ร้อยละ 9.03 โดยคิดเป็นมูลค่าการส่งออกมีมูลค่า 491,519.97 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.67

จากข้อมูลของศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวง พาณิชยพบว่า มูลค่าการส่งออกรถยนต์นั่งของประเทศไทยในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2558 มีมูลค่า 7,292.77 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เพิ่มขึ้นร้อยละ 45.74 ประเทศที่เป็นตลาดส่งออก สำคัญของรถยนต์นั่งในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2558 ได้แก่ ออสเตรเลีย ฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย คิดเป็นสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 20.56, 14.13 และ 6.02 ตามลำดับ โดยการส่งออกรถยนต์นั่งไป ออสเตรเลียและฟิลิปปินส์เพิ่มขึ้นร้อยละ 51.98 และ 34.53 ตามลำดับ แต่การส่งออกรถยนต์นั่งไป อินโดนีเซีย ลดลงร้อยละ 26.13

มูลค่าการส่งออกรถแวนของไทยในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2558 มีมูลค่า 223.24 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ลดลงร้อยละ 37.53 ประเทศที่เป็นตลาดส่งออก สำคัญของรถแวนในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2558 ได้แก่ ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย และออสเตรเลีย คิดเป็น สัดส่วนการส่งออกร้อยละ 56.23, 14.21 และ 8.66 ตามลำดับ โดยการส่งออกรถแวนไปญี่ปุ่น อินโดนีเซีย และออสเตรเลีย ลดลงร้อยละ 37.02, 44.28 และ 24.72 ตามลำดับ

มูลค่าการส่งออกรถปิกอัพ รถบัสและรถบรรทุกของไทยในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2558 มีมูลค่า 7,120.02 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ลดลงร้อยละ 18.07 ประเทศที่เป็นตลาดส่งออกสำคัญของรถปิกอัพ รถบัสและรถบรรทุก ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2558 ได้แก่ 'ออสเตรเลีย' 'ซาอุดีอาระเบีย' และ 'นิวซีแลนด์' คิดเป็นสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 30.68, 11.07 และ 5.65 ตามลำดับ โดยการส่งออกรถปิกอัพ รถบัสและรถบรรทุกไปออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.93 และ 13.22 ตามลำดับ แต่การส่งออกรถปิกอัพ รถบัสและรถบรรทุกไปซาอุดีอาระเบีย ลดลงร้อยละ 22.82

การนำเข้าจากข้อมูลของศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงาน ปลัดกระทรวงพาณิชย์พบว่ามูลค่าการนำเข้ารถยนต์นั่งของไทยในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2558(ม.ค.-ต.ค.) มีมูลค่า 761.15 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ลดลงร้อยละ 29.65 แหล่ง นำเข้าสำคัญของรถยนต์นั่งในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2558 ได้แก่ ญี่ปุ่น เยอรมนี และ มาเลเซีย คิดเป็น สัดส่วนการนำเข้าร้อยละ 30.40, 18.56 และ 18.01 ตามลำดับ โดยการนำเข้ารถยนต์นั่งจากญี่ปุ่น เพิ่มขึ้น ร้อยละ 7.73 แต่การนำเข้ารถยนต์นั่งจากเยอรมนีและมาเลเซียลดลงร้อยละ 31.07 และ 34.77 ตามลำดับ

มูลค่าการนำเข้ารถยนต์โดยสารและรถบรรทุกของไทยในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2558(ม.ค.-ต.ค.) มีมูลค่า 327.10 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ลดลงร้อยละ 19.48 แหล่งนำเข้าสำคัญของรถยนต์โดยสารและรถบรรทุก ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2558

แนวโน้มอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยในรอบปี 2559

ทางด้านการผลิตเพื่อขายในประเทศกลุ่มรถยนต์ของปี 2559 คาดการณ์ไว้ที่ 7.5 – 7.8 แสนคัน มากกว่าปีที่แล้วที่สามารถผลิตได้ 712,028 คัน ในกลุ่มรถจักรยานยนต์ ยอดคาดการณ์การผลิตเพื่อส่งออกและยอดขายภายในประเทศยังคง คาดการณ์เท่ายอดขายปีที่ผ่านมา

ทางด้านปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความสำคัญที่จะผลักดันการเติบโตอยู่ที่ การอัดฉีดเม็ดเงินจากภาครัฐ เพราะตอนนี้กลุ่มธุรกิจเอกชนต่าง ๆ อย่างเช่นธุรกิจไฟแนนซ์ ต่างปล่อยสินเชื่อมากขึ้น จากสภาวะเศรษฐกิจในประเทศที่ไม่ค่อยดีนัก

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (สอท.) เปิดเผยถึงจำนวนการผลิต ยอดขายภายในประเทศ และการส่งออก รถยนต์ ในเดือนกุมภาพันธ์ 2559 ว่า ยอดขายรถยนต์ภายใน ประเทศเดือนกุมภาพันธ์ 2559 มีจำนวน 57,090 คัน ลดลง 10.7% จากเดือนกุมภาพันธ์ 2558

รายชื่อ	ยอดขายปี 2557 (ล้านบาท)	ประเภทสินค้าที่แข่งขันกับบริษัท						
		เครื่องทดสอบ การรื้อ	เครื่องล้าง	เครื่องกดอัด	เครื่องขันน็อต	เครื่องประกอบ	เครื่องทำ สัญญาณ	เครื่องกลึง/ไส/ ปาด/เจาะ
1. บริษัท เอ.ไอ.เทคโนโลยี จำกัด	718.16	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
2. บริษัท ฮิคาริ เทค (ประเทศไทย) จำกัด	688.86	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
3. บริษัท อินเตอร์เฟส โซลูชั่น จำกัด	524.38		✓	✓			✓	
4.บริษัท ยูเรกา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน)	310.19	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5. บริษัท ซีเอฟที เอ็นจิเนียริง จำกัด	298.17		✓	✓			✓	
6.บริษัท ยูเทค อินเตอร์ เอ็นจิเนียริง จำกัด	80.78							
7. บริษัท ที.อาร์.โมเดิร์น อินดัสทรี จำกัด	79.87		✓			✓		
8. บริษัท เค เทค เฟล็กซิเบิล จำกัด	59.57					✓		
9. บริษัท ไทยเซ็นทรัล เมคคานิกส์ จำกัด	50.17					✓		
10. บริษัท บี.พี.เพาเวอร์ เอ็นจิเนียริง จำกัด	12.02			✓				

บริษัท ยูเรกา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน) มียอดขายปี 2558 มูลค่ารวม 296.84 ล้านบาท (งบเฉพาะกิจการ)

โดย ณ ปัจจุบัน (24 กุมภาพันธ์ 2559) ยังไม่สามารถนำเปรียบเทียบกับผลประกอบการในปี 2558 ของคู่แข่งได้

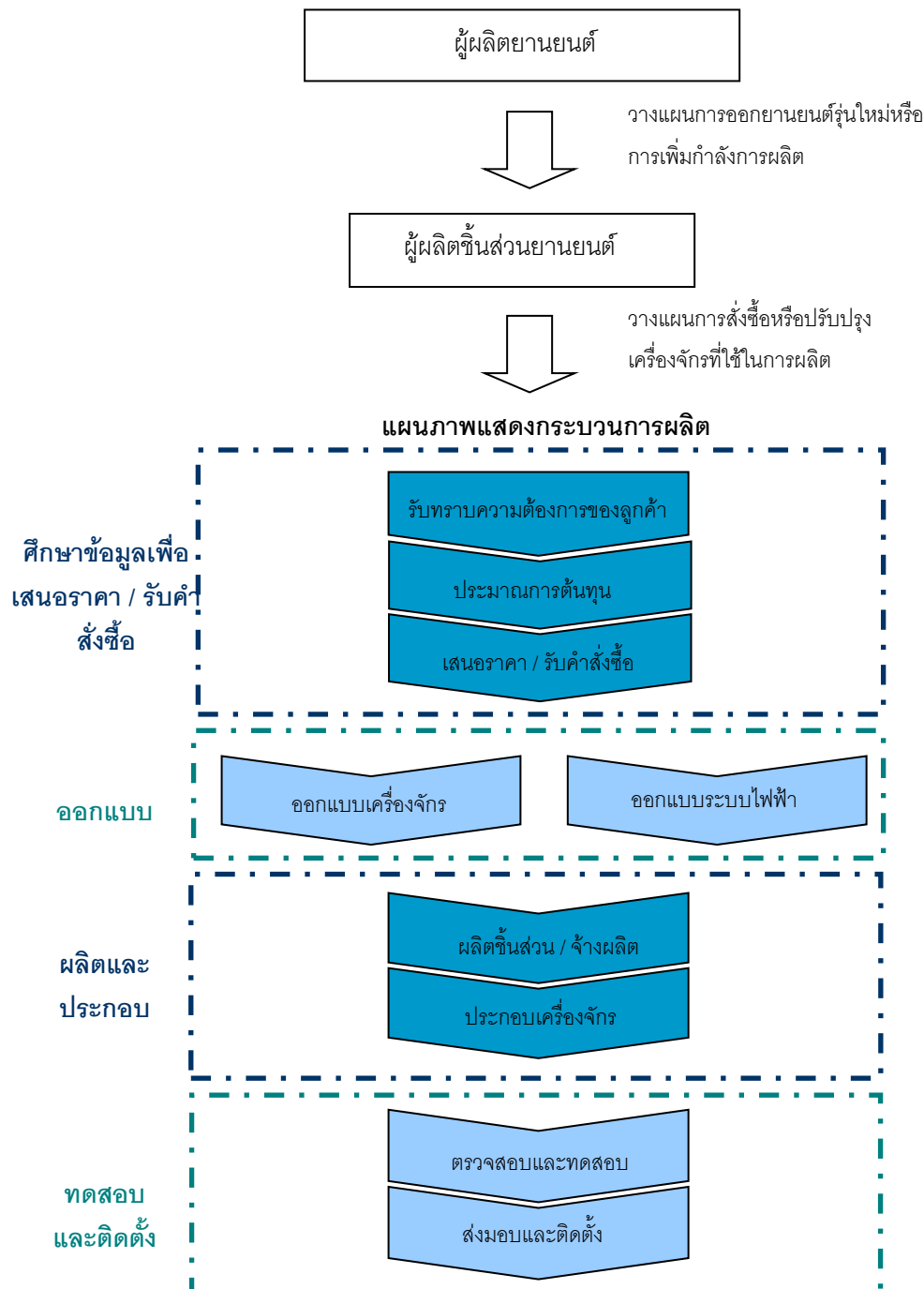
เนื่องจากข้อมูลจากงบการเงินของบริษัทจำกัด ยังไม่ถึงกำหนดเวลาที่จะเผยแพร่ในระบบของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

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 วัตถุดิบที่สำคัญ

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 2557 และปี 2558 สัดส่วนต้นทุนของชิ้นส่วนมาตรฐานคิดเป็นร้อยละ 65.13 และร้อยละ 72.94 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 เอสทีเค คอร์ปอเรชั่น จำกัด และซื้อหน่วยการทำสัญลักษณ์จากบริษัท เบคูลู (ไทยแลนด์) จำกัด

ในปี 2557 และปี 2558 สัดส่วนต้นทุนของชิ้นส่วนพิเศษคิดเป็นร้อยละ 11.75 และร้อยละ 8.47 จากต้นทุนรวม ตามลำดับ โดยที่ผ่านมามีบริษัทไม่เคยสั่งซื้อชิ้นส่วนพิเศษจากพันธมิตรทางธุรกิจรายใดในมูลค่าการสั่งซื้อมากกว่าร้อยละ 30 ของมูลค่าการสั่งซื้อรวม

3. ชิ้นส่วนจ้างผลิต (Outsourcing part)

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

ในปี 2557 และปี 2558 สัดส่วนต้นทุนของชิ้นส่วนจ้างผลิตคิดเป็นร้อยละ 20.84 และร้อยละ 16.59 จากต้นทุนรวม ตามลำดับ โดยที่ผ่านมามีบริษัทไม่เคยสั่งซื้อชิ้นส่วนจ้างผลิตจากผู้จำหน่ายรายใดมากกว่าร้อยละ 30 ของมูลค่าการสั่งซื้อรวม

4. ผลิตภัณฑ์เหล็กแปรรูป

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

ในปี 2557 และปี 2558 สัดส่วนต้นทุนของผลิตภัณฑ์เหล็กแปรรูปคิดเป็นร้อยละ 2.28 และร้อยละ 2.01 จากต้นทุนรวม ตามลำดับ เนื่องจากต้นทุนหลักของเครื่องจักรที่บริษัทออกแบบนั้นจะอยู่ที่ต้นทุนค่าออกแบบและต้นทุนชิ้นงานพิเศษที่

บริษัทไม่สามารถผลิตเองได้ โดยที่ผ่านมาบริษัทไม่เคยสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เหล็กจากผู้จำหน่ายรายใดเกินกว่าร้อยละ 30 ของมูลค่าการสั่งซื้อรวม

ในการจัดหาวัตถุดิบของบริษัทนั้นลูกค้าบางรายมีการกำหนดรายชื้อผู้จำหน่ายมาให้ซึ่งทางบริษัทจะต้องสั่งซื้อวัตถุดิบและชิ้นส่วนจากผู้จำหน่ายที่ลูกค้ากำหนดเท่านั้น อย่างไรก็ตามจากการที่บริษัทมีนโยบายการกำหนดราคาด้วยวิธีการบวกอัตรากำไรจากต้นทุน (Cost plus pricing) ทำให้สามารถผลักภาระต้นทุนที่เพิ่มขึ้นบางส่วนไปให้กับลูกค้าได้

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 เมื่อพิจารณามูลค่าการสั่งซื้อส่วนประกอบและวัตถุดิบในอดีตที่ผ่านมาจะพบว่าส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 90 จะเป็นการสั่งซื้อจากผู้จำหน่ายในประเทศ โดยชิ้นส่วนที่ต้องสั่งซื้อจากต่างประเทศจะเป็นชิ้นส่วนพิเศษบางประเภทซึ่งต้องสั่งซื้อจากผู้ผลิตในต่างประเทศเท่านั้น

หน่วย: ล้านบาท

วัตถุดิบ	ปี 2556		ปี 2557		ปี 2558	
	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ
ในประเทศ						
ชิ้นส่วนมาตรฐาน	115.07	54.24	115.65	61.97	126.68	71.76
ชิ้นส่วนจ้างผลิต	37.83	17.83	38.89	20.84	29.28	16.59
ชิ้นส่วนพิเศษ	46.68	11.59	21.92	11.75	14.95	8.47
ผลิตภัณฑ์เหล็กแปรรูป	5.74	2.71	4.25	2.28	3.54	2.01
รวมในประเทศ	205.33	96.78	180.71	96.84	174.45	98.82
ต่างประเทศ						
ชิ้นส่วนมาตรฐาน	6.62	1.64	5.90	3.16	2.1	1.18
ชิ้นส่วนพิเศษ	0.23	0.06	0.00	0.00	0	0
รวมต่างประเทศ	6.85	1.70	5.90	3.16	2.1	1.18
มูลค่าสั่งซื้อรวม	212.17	100.00	186.61	100.00	176.55	100.00

นอกจากการจัดหาวัตถุดิบที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญแล้ว ปัจจัยที่ทางบริษัทให้ความสำคัญเป็นอย่างมากในการจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า คือ การจัดหาทีมวิศวกรที่มีความรู้ ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการออกแบบและผลิตสินค้า เนื่องจากการออกแบบและผลิตเครื่องจักรและอุปกรณ์จับยึดจะต้องใช้วิศวกรที่มีความเข้าใจเชิงลึกในกระบวนการผลิตในแต่ละขั้นตอนตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบเครื่องจักรจนถึงขั้นตอนการส่งมอบและติดตั้งเครื่องจักรที่หน้างานลูกค้า โดยในขั้นตอนการออกแบบนั้นบริษัทใช้คอมพิวเตอร์ CAD / CAM (Computer Aided Design / Computer Aided Manufacturing) ในการออกแบบเครื่องจักรและอุปกรณ์จับยึดซึ่งสามารถจำลองแบบเครื่องจักรใน 3 มิติ (3D Model) เพื่อให้ลูกค้าเห็นส่วนประกอบของเครื่องจักรในแต่ละมิติที่ชัดเจนขึ้น

2.3.3 กำลังการผลิต

ด้วยลักษณะธุรกิจของบริษัท ซึ่งเป็นผู้ให้บริการออกแบบและผลิตเครื่องจักรและอุปกรณ์จับยึดเป็นการให้บริการที่ใช้ความสามารถของบุคลากรเป็นหลัก ทำให้กำลังการผลิตของบริษัทขึ้นอยู่กับจำนวนและความสามารถของบุคลากรเป็นหลัก โดยขั้นตอนที่ปัจจุบันเป็นข้อจำกัดในด้านกำลังการผลิตของบริษัท ได้แก่ ขั้นตอนการออกแบบ และขั้นตอนการประกอบ

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาความสามารถในการผลิตด้วยจำนวนบุคลากร ณ 31 ธันวาคม 2558 กำลังการผลิตสามารถแสดงได้ดังนี้

	ฝ่ายออกแบบ	ฝ่ายผลิตและประกอบ
จำนวนบุคลากร ณ 31 ธ.ค. 58	20	35
จำนวนเครื่องจักรที่สามารถผลิตได้ต่อปี*	150 เครื่อง	154 เครื่อง
จำนวนเครื่องจักรใหม่ในปี 2558**	105 เครื่อง	105 เครื่อง
% การใช้กำลังการผลิต	70 %	68.18 %

* คำนวณจากเครื่องจักรที่โดยเฉลี่ยใช้ระยะเวลาผลิตประมาณ 4-5 เดือน

จำนวนบุคลากรและอัตราการใช้กำลังการผลิตในช่วงปี 2556-2558 มีดังนี้

	ปี 2556		ปี 2557		ปี 2558	
	ฝ่ายออกแบบ	ฝ่ายผลิต	ฝ่ายออกแบบ	ฝ่ายผลิต	ฝ่ายออกแบบ	ฝ่ายผลิต
จำนวนบุคลากร ณ วันสิ้นปี	34	39	29	40	20*	35
จำนวนเครื่องจักรที่สามารถผลิตได้	192	240	157	216	104	154
จำนวนเครื่องจักรใหม่ในรอบปี	175	175	156	156	105	105
% การใช้กำลังการผลิต	91.15%	81.02%	99.36%	72.22%	100.96%	68.18%




* บุคลากรบางส่วนได้ถูกโอนย้ายไปปฏิบัติงานในบริษัทย่อยที่จัดตั้งขึ้นใหม่ ระหว่างปี 2557 และ ปี 2558








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

และยังหมายความว่ารวมถึงผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นเครื่องจักรกลในอุตสาหกรรมเกษตรที่มีการออกแบบ เพียงครั้งเดียวและสามารถผลิตซ้ำเป็นสินค้าเพื่อขายได้จำนวนมาก ทำให้ประหยัดเวลาและทรัพยากรแรงงานในกระบวนการออกแบบและคิด concept การทำงานของเครื่องจักรใหม่ โดยจะแตกต่างจากกระบวนการทำงานในการออกแบบและผลิตเครื่องจักรในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีรูปแบบการทำงานที่ต้องคิดใหม่ และสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบใหม่ตามคุณสมบัติให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการรายหนึ่ง และผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ที่มีรูปแบบการทำงานที่แตกต่างกัน

2.3.4 สิทธิประโยชน์และเงื่อนไขจากการได้รับการส่งเสริมการลงทุน (BOI)

สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ	เครื่องจักรและอุปกรณ์จับยึด	
ได้รับอนุญาตให้นำคนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการ คู่สมรสและบุคคลซึ่งอยู่ในอุปการะของบุคคลทั้งสองประเภทนี้เข้ามาในราชอาณาจักรได้ตามจำนวนและกำหนดระยะเวลาให้อยู่ในราชอาณาจักรเท่าที่คณะกรรมการเห็นสมควร		
ให้คนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการที่ได้รับอนุญาตให้อยู่ในราชอาณาจักรได้รับอนุญาตทำงานเฉพาะตำแหน่งหน้าที่การทำงานที่คณะกรรมการให้ความเห็นชอบตลอดระยะเวลาที่ได้รับอนุญาตให้อยู่ในราชอาณาจักร		
ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรตามที่คณะกรรมการพิจารณาอนุมัติ		
ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมมีกำหนดเวลาแปดปีนับตั้งแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการ (สิ้นสุดวันที่ 8 สิงหาคม 2561) โดยรายได้ที่ต้องนำมาคำนวณกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการให้รวมถึงรายได้จากการจำหน่ายผลพลอยได้	เครื่องจักร 450 เครื่อง / ปี	อุปกรณ์จับยึด 264 ชุด / ปี
ในกรณีที่ประกอบกิจการขาดทุนในระหว่างเวลาได้รับยกเว้นภาษีเงินได้ ผู้ได้รับการส่งเสริมจะได้รับอนุญาตให้นำผลขาดทุนประจำปีที่เกิดขึ้นในระหว่างเวลานั้นไปหักออกจากกำไรสุทธิที่เกิดขึ้นภายหลังระยะเวลาได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลมีกำหนดเวลาไม่เกินห้าปีนับแต่วันพ้นกำหนดเวลานั้น โดยจะเลือกหักจากกำไรสุทธิของปีใดปีหนึ่งหรือหลายปีก็ได้		
ได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมซึ่งได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลตามมาตรา 31 ไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ตลอดระยะเวลาที่ผู้ได้รับการส่งเสริมได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลนั้น		
ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบและวัสดุที่จำเป็นที่ต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศเพื่อใช้ในการผลิตเพื่อการส่งออกเป็นระยะเวลา 1 ปีนับแต่วันนำเข้าครั้งแรก		
ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับของที่ผู้ได้รับการส่งเสริมนำเข้ามาเพื่อส่งกลับออกไปเป็นระยะเวลา 1 ปีนับตั้งแต่วันที่นำเข้าครั้งแรก		

เงื่อนไขเฉพาะโครงการ	เครื่องจักรและอุปกรณ์จับยึด	
เครื่องจักรที่ใช้ในกิจการที่ได้รับการส่งเสริมต้องเป็นเครื่องจักรใหม่ โดยเครื่องจักรซึ่งได้รับการยกเว้นอากรขาเข้านั้น จะต้องนำเข้ามาภายในวันที่ 7 มีนาคม 2556 และต้องยื่นขออนุมัติบัญชีรายการเครื่องจักรก่อนการใช้สิทธิประโยชน์		
จะต้องดำเนินการให้แล้วเสร็จพร้อมที่จะเปิดดำเนินการได้ภายในกำหนดระยะเวลาไม่เกิน 36 เดือนนับแต่วันที่ออกบัตรส่งเสริม		
จะต้องมีทุนจดทะเบียนไม่น้อยกว่าแปดล้านบาท โดยจะต้องชำระเต็มมูลค่าหุ้นก่อนวันเปิดดำเนินการ และบุคคลผู้มีสัญชาติไทยจะต้องถือหุ้นรวมทั้งสิ้นไม่น้อยกว่าร้อยละห้าสิบเอ็ดของทุนจดทะเบียน		
จะต้องดำเนินการตามสาระสำคัญของโครงการที่ได้รับการส่งเสริมในเรื่องชนิดผลิตภัณฑ์และขนาดของกิจการ (กำลังการผลิต)	เครื่องจักร 450 เครื่อง / ปี	อุปกรณ์จับยึด 264 ชุด / ปี
จะต้องมีขนาดการลงทุน (ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน) ไม่น้อยกว่าห้าแสนบาท		
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

บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะลดและป้องกันปัญหาสิ่งแวดล้อมที่จะเกิดขึ้นในทุกวิถีทาง โดยในเบื้องต้นได้กำหนดนโยบายแนวทางปฏิบัติและวิธีการบริหารจัดการในเรื่องนี้อย่างต่อเนื่อง ดังต่อไปนี้

- ป้องกัน ควบคุมและลดผลกระทบที่จะเกิดกับสิ่งแวดล้อมอันเนื่องจากการดำเนินงานของบริษัท
- ปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อกำหนด และข้อตกลงต่างๆ ที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด
- ปลุกฝังให้บุคลากรของบริษัท มีความรู้ ความเข้าใจ และมีสำนึกในเรื่องผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- มุ่งเน้นการใช้พลังงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ส่งเสริมนโยบายการนำกลับมาใช้ใหม่ โดยทางบริษัทได้ติดตั้งระบบหมุนเวียนความร้อนด้วยไอน้ำ สำหรับใช้ในการช่วยประหยัดพลังงานไฟฟ้าที่จะต้องใช้ในส่วนของสำนักงานและโรงงาน

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 กลุ่มบริษัทมีงานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ ดังต่อไปนี้

งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ	จำนวนเครื่อง / Project ที่ยังไม่ได้ส่งมอบ	มูลค่าเครื่อง / Project ตามใบสั่งซื้อ	การรับรู้รายได้ (ประมาณการ)		
			ไตรมาส 1 ปี 2559	ไตรมาส 2 ปี 2559	ไตรมาส 3 ปี 2559
งานออกแบบและผลิตเครื่องจักร	57	146.39 ล้านบาท	35.41 ล้านบาท	30.40 ล้านบาท	-
งานปรับปรุงเครื่องจักร	21	7.69 ล้านบาท	3.72 ล้านบาท	-	-
งานออกแบบและผลิตอุปกรณ์จับยึด	13	3.23 ล้านบาท	0.68 ล้านบาท	-	-
งานผลิตกลุ่มการเกษตร	7	2.94 ล้านบาท	2.94 ล้านบาท	-	-
งานบริการ	0	0.00 ล้านบาท	0.00 ล้านบาท		
งานขายอุปกรณ์และอะไหล่	15	2.56 ล้านบาท	2.71 ล้านบาท	-	-
รวม	113	162.81 ล้านบาท	45.46 ล้านบาท	30.46 ล้านบาท	-

หมายเหตุ : มูลค่าเครื่อง/Project เป็นมูลค่าตามใบสั่งซื้อ อย่างไรก็ตามบริษัทมีการรับรู้รายได้บางส่วนของแต่ละเครื่อง/Project ไปแล้วตามสัดส่วนความสำเร็จของงาน

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ก่อนตัดสินใจลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัทนักลงทุนควรใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบในการพิจารณาปัจจัยความเสี่ยงในหัวข้อนี้รวมทั้งข้อมูลอื่นๆ ที่ปรากฏในเอกสารนี้ ทั้งนี้ปัจจัยความเสี่ยงดังกล่าวมิได้เป็นปัจจัยความเสี่ยงทั้งหมดที่มีอยู่ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อหุ้นสามัญของบริษัท ดังนั้นปัจจัยความเสี่ยงอื่นๆ ที่บริษัทมีทราบในขณะนี้ หรือที่บริษัทเห็นว่าเป็นปัจจัยความเสี่ยงที่ไม่เป็นสาระสำคัญในปัจจุบันอาจเป็นปัจจัยความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจในอนาคต 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 ผู้บริหารหลักในแต่ละสาขางานสามารถปฏิบัติหน้าที่ทดแทนกันได้ในระดับหนึ่ง รวมทั้งบริษัทยังมีพนักงานในส่วนงานดังกล่าวประมาณ 50 ท่าน จึงเชื่อว่าหากสูญเสียผู้บริหารหลักในหน่วยงานดังกล่าว บริษัทจะได้รับผลกระทบไม่มากนัก นอกจากนั้น เพื่อลดความเสี่ยงให้อยู่ในระดับต่ำที่สุด บริษัทจึงมีการจูงใจให้บุคคลเหล่านั้นทำงานอยู่กับบริษัทในระยะยาวโดยจัดให้พนักงานได้รับสวัสดิการและค่าแรงในระดับที่เหมาะสม จัดให้มีโบนัสสำหรับพนักงานที่มีผลงานที่มีคุณภาพและเสร็จทันตามกำหนดเวลา จัดหลักสูตรอบรมภายในและภายนอกเพื่อพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากร และยังเปิดโอกาสให้พนักงานมีสิทธิในการเป็นผู้ถือหุ้นของบริษัท โดยกำหนดโครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (EJIP) ในรอบระยะเวลาโครงการปี 2557 – 2559 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 อาจไม่เพียงพอกรณีที่บริษัทรับงานขนาดใหญ่

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

3.3 ความเสี่ยงจากการที่รูปแบบและประสิทธิภาพของสินค้าไม่ได้เป็นไปตามที่ลูกค้าต้องการ

ลูกค้าของบริษัทซึ่งอยู่ในอุตสาหกรรมยานยนต์ล้วนแล้วแต่มีความต้องการใช้เครื่องจักรที่มีรูปแบบที่ตรงกับลักษณะการใช้งาน และมีความเที่ยงตรงสูงในการดำเนินธุรกิจ โดยการรับประกันสินค้าเป็นเงื่อนไขที่สำคัญอย่างหนึ่งที่ลูกค้าจะใช้ในการพิจารณาและตัดสินใจเลือกสั่งผลิตเครื่องจักร ดังนั้น หากสินค้าของบริษัทไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในแง่ของรูปแบบและประสิทธิภาพได้ จะส่งผลกระทบต่อบริษัททั้งในด้านค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นจากการซ่อมแซมและปรับปรุงเครื่องจักรภายในระยะรับประกัน และผลกระทบในด้านชื่อเสียงและความไว้วางใจจากลูกค้า

3.4 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

รายได้หลักของบริษัทมาจากอุตสาหกรรมยานยนต์เป็นหลัก โดยผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์และผู้ประกอบยานยนต์จะสั่งผลิตเครื่องจักรจากทางบริษัทเมื่อมีการออกยานยนต์โมเดลใหม่ มีการเพิ่มกำลังการผลิต หรือการทำไมเนอร์เชนจ์ยานยนต์โมเดลเดิม ดังนั้น ทางบริษัทจะได้รับผลกระทบต่อความสามารถในการหารายได้ หากเกิดเหตุการณ์ดังต่อไปนี้

- 1) อุตสาหกรรมยานยนต์เกิดการชะลอตัว
- 2) ความถดถอยในการออกยานยนต์โมเดลใหม่ หรือการทำไมเนอร์เชนจ์ยานยนต์โมเดลเดิมมีน้อยลง

จากการที่ในปัจจุบันประเทศไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์ที่สำคัญของบริษัทผู้ผลิตรายอื่นมากกว่า 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 ทำให้ผู้ผลิตและจำหน่ายยานยนต์พยายามที่จะเพิ่มความถี่ในการผลิตคันยานยนต์โมเดลใหม่ หรือทำไมเนอร์เชนจ์ยานยนต์เดิมเข้าสู่ตลาดมากขึ้น ประกอบกับการที่บริษัทมีการเฝ้าติดตามสภาวะอุตสาหกรรมยานยนต์และธุรกิจการจำหน่ายยานยนต์อยู่เสมอ จึงสามารถลดผลกระทบจากความเสี่ยงในด้านนี้ลงได้

อย่างไรก็ตาม ผู้บริหารของบริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงจากการพึ่งพิงอุตสาหกรรมยานยนต์ในปัจจุบัน โดยได้กำหนดนโยบายเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพในการออกแบบและผลิตเครื่องจักรของบริษัท เพื่อขยายตัวไปยังอุตสาหกรรมอื่นๆ ในอนาคต เพื่อให้ความเสี่ยงดังกล่าวลดลง ซึ่งในปี 2558 ที่ผ่านมานี้ ได้ขยายธุรกิจไปยังกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตร อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงแผนงานในปี 2559 นี้ได้ขยายไปยังอุตสาหกรรมพลาสติก ซึ่งผ่านการร่วมมือและการสนับสนุนทั้งจากภาคเอกชนซึ่งมีความเชี่ยวชาญในกลุ่มอุตสาหกรรมเดิม และภาคหน่วยงานองค์กรของรัฐที่มีการพัฒนา

เทคโนโลยีต่างๆ ในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม จึงถือได้ว่าจะสามารถลดความเสี่ยงในด้านการพึ่งพาอุตสาหกรรมยานยนต์เพียงด้านเดียวไปได้ระดับหนึ่ง

3.5 ความเสี่ยงจากการก้าวสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างเต็มรูปแบบในปี 2558 (AEC 2015)

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

- 1) ผู้ประกอบการยานยนต์ หรือผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ที่เป็นหรือที่คาดว่าจะเป็ลูกค้าของบริษัทอาจทำการย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศอื่นในอาเซียนที่มีต้นทุนวัตถุดิบ หรือต้นทุนค่าแรงที่ถูกลงกว่า ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อยอดขายคำสั่งซื้อเครื่องจักรจากทางบริษัท
- 2) ผู้ออกแบบและผลิตเครื่องจักรที่เป็นผู้ประกอบการต่างชาติ ที่มีความพร้อมทั้งในเรื่องของเงินทุนและเทคโนโลยีในการผลิต เข้ามาแข่งขันกับทางบริษัท อาจทำให้สภาวะการแข่งขันในตลาดจะรุนแรงขึ้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัท

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

ในส่วนของการเข้ามาของผู้ออกแบบและผลิตเครื่องจักรที่เป็นผู้ประกอบการต่างชาตินั้น การที่บริษัทมีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าแต่ละรายมาโดยตลอด และยังรักษาความสามารถในการแข่งขันโดยมุ่งเน้นในเรื่องรูปแบบและประสิทธิภาพของเครื่องจักร การส่งมอบที่ทันตามกำหนดเวลา และการบริการหลังการขายที่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนมีความได้เปรียบผู้ประกอบการต่างชาติในเรื่องของความยืดหยุ่นในการเจรจาต่อรองกับลูกค้าในประเทศ จึงสามารถลดความเสี่ยงจากการเข้ามาของผู้ประกอบการต่างชาติดังได้ในระดับหนึ่ง

นอกจากนั้น ทางบริษัทได้มีการวางแผนระยะกลางในการขยายตลาดเข้าสู่กลุ่มลูกค้าในประเทศอื่นๆ ในอาเซียนมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นในประเทศเวียดนาม หรือประเทศอินโดนีเซีย และมีการปรับกลยุทธ์ขององค์กรเพื่อรองรับกับสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นอยู่เสมอ จึงสามารถลดผลกระทบจากความเสี่ยงในด้านนี้ลงได้

3.6 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารหลักเพียงกลุ่มเดียว

คุณนรากร ราชพลสิทธิ์และผู้จัดการทั่วไปอีก 5 ท่านเป็นกลุ่มผู้บริหารหลักที่มีความสำคัญของบริษัทเนื่องจากเป็นกลุ่มผู้ก่อตั้งบริษัท โดยมีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ในอุตสาหกรรมยานยนต์มากกว่า 10 ปี และยังมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการรายอื่นๆ มาโดยตลอด ปัจจุบันกลุ่มผู้บริหารดังกล่าวเป็นผู้ที่มีส่วนสำคัญในการกำหนดนโยบายและแผนการดำเนินงานหลักของบริษัท ดังนั้น หากบริษัทเกิดการสูญเสียกลุ่มผู้บริหารหลักไปไม่ว่าด้วยเหตุใดก็ตาม อาจทำให้บริษัทประสบปัญหาในการบริหารจัดการซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทได้

อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้บริหารดังกล่าว เป็นกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท จึงมีแรงจูงใจอย่างเพียงพอที่จะทำให้กลุ่มผู้บริหารหลักจะช่วยให้บริษัทสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง ด้วยสาเหตุดังกล่าวทำให้ความเสี่ยงที่กลุ่มผู้บริหารหลักจะลาออกจากการบริหารงานของบริษัทมีน้อย นอกจากนั้นบริษัทฯ ได้สรรหาผู้บริหารมืออาชีพที่มีประสบการณ์ในการทำงานทั้งในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์และกลุ่มธุรกิจต่างๆ เข้าเสริมทีมอีกในสายงานต่าง ๆ เพื่อจะได้สามารถบริหารจัดการบริษัทได้อย่างยั่งยืนต่อไป

3.7 ความเสี่ยงจากการมีทำเลที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงสูงที่จะเกิดอุทกภัย

สำนักงานและโรงงานของบริษัทตั้งอยู่ที่อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากมหาอุทกภัยที่เกิดขึ้นในช่วงปลายปี 2554 ถึงแม้ว่าสำนักงานและโรงงานของบริษัทไม่ได้ถูกน้ำท่วมแต่พื้นที่โดยรอบโรงงานถูกน้ำท่วมทั้งหมดทำให้การคมนาคมถูกตัดขาด ทางบริษัทจึงต้องไปตั้งสำนักงานและโรงงานชั่วคราวที่แหลมฉบังซึ่งทำให้ขาดความคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจ

หากทางรัฐบาลไม่ได้มีมาตรการบริหารจัดการน้ำที่มีประสิทธิภาพและรวดเร็วเพียงพอก็มีแนวโน้มที่จะเกิดอุทกภัยขึ้นอีกในอนาคตได้ อย่างไรก็ตาม ทางบริษัทได้มีการวางแผนเพื่อเตรียมการรองรับสถานการณ์น้ำท่วม โดยบริษัทมีระบบการจัดเก็บข้อมูลในการออกแบบและผลิตของบริษัทเป็นระบบ Paperless ซึ่งมีการจัดเก็บฐานข้อมูลส่วนใหญ่ในอินเทอร์เน็ต ทำให้บริษัทยังคงสามารถดำเนินธุรกิจได้ในสถานการณ์น้ำท่วมในขณะนั้นๆ โดยที่บริษัทสามารถเลือกทำเลที่ตั้งโรงงานที่จะเช่าใช้ชั่วคราวที่ได้ก็ไว้ระหว่างประสบเหตุอุทกภัย ซึ่งสามารถลดผลกระทบของการเกิดอุทกภัยได้ในระดับหนึ่ง

3.8 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน

ในการผลิตเครื่องจักรบางประเภtnั้นทางบริษัทต้องสั่งซื้อชิ้นส่วนจากต่างประเทศซึ่งการจ่ายชำระเงินให้แก่ผู้จำหน่ายจะเป็นไปตามสกุลเงินของประเทศนั้นๆ โดยบริษัทมีการจ่ายชำระเป็นเงินเยนญี่ปุ่น (JPY) และเงินเหรียญสหรัฐอเมริกา (USD) แต่ถือเป็นส่วนน้อยทั้งด้านปริมาณและมูลค่า โดยในทางกลับกันทางบริษัทมีการจำหน่ายสินค้าไปยังต่างประเทศ คือ ประเทศอินเดีย แม็กซิโก และประเทศจีน โดยรับชำระค่าสินค้าเป็นเงินเหรียญสหรัฐอเมริกา (USD)

ทั้งนี้บริษัทฯ มีนโยบายในการป้องกันความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนของสกุลเงินต่างๆ โดยการทำสัญญาซื้อขายสกุลเงินต่างประเทศล่วงหน้า (Fix Forward Rate) กับธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง จึงถือได้ว่าสามารถป้องกันความเสี่ยงในด้านอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินได้ในระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตามในขณะที่มีการคำนวณราคาเพื่อเสนอขายสินค้าให้แก่ลูกค้าต่างประเทศ ก็มีการคำนวณอัตราแลกเปลี่ยนในสกุลเงินต่างประเทศไว้ให้เพียงพอกับความผันผวนไว้แล้ว

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1.1 ทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 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 อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี พื้นที่ใช้สอย: ส่วนโรงงาน 2,375 ตร.ม. ส่วนสำนักงาน 1,350 ตร.ม.	เจ้าของ	73.22	ค้ำประกันเงินกู้วงเงินสินเชื่อ หมุนเวียนในธุรกิจ
3. เครื่องจักรจำนวน 31 เครื่องและอุปกรณ์	เจ้าของ	21.56	ไม่มี
4. เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	เจ้าของ	7.84	ไม่มี
5. ยานพาหนะจำนวน 16 คัน	เจ้าของ	8.11	ยานพาหนะ 10 คันอยู่ใน สัญญาเช่าซื้อ มูลค่าสุทธิ 5.16 ล้านบาท

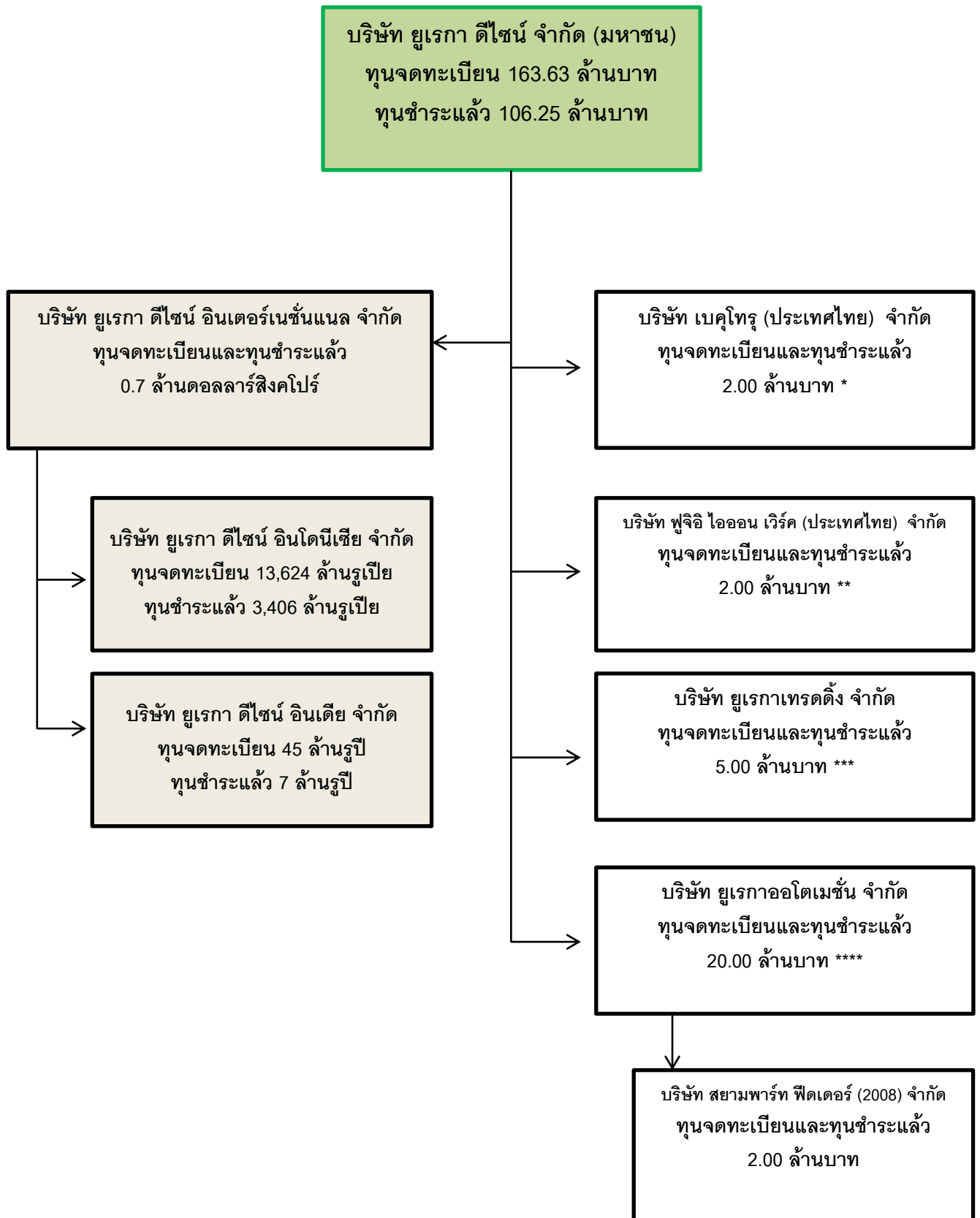
หมายเหตุ: บริษัทได้ทำประกันภัยสินทรัพย์ถาวร ได้แก่ อาคารโรงงานและสำนักงาน เครื่องจักร และยานพาหนะทั้งหมด

4.1.2 ทรัพย์สินไม่มีตัวตนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 กลุ่มบริษัทมีทรัพย์สินไม่มีตัวตน อันได้แก่ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ซึ่งมีมูลค่าสุทธิ 23.19 ล้านบาท ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทมีนโยบายการตัดจำหน่ายโปรแกรมเป็นระยะเวลาไม่เกิน 5 ปี ส่วนรายจ่ายเพื่อเพิ่ม หรือขยายผลการดำเนินงานของโปรแกรมคอมพิวเตอร์ให้มีคุณค่าเพิ่มขึ้นซึ่งเป็นต้นทุนส่วนเพิ่มจะรับรู้เป็นสินทรัพย์และตัดจำหน่ายโดยใช้วิธีเส้นตรงตลอดอายุการให้ประโยชน์ 3 ปี

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

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



* 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

ทั้งนี้ในปี 2558 บริษัทไม่ได้ทำการประเมินราคาทรัพย์สินเพิ่มเติมจากปี 2557

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	: 106,260,761.75 บาท (ณ วันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2559)