

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ไฟโอเนียร์ มอเตอร์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “PIMO”) จัดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด เมื่อวันที่ 12 กันยายน 2544 ด้วยทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท จดทะเบียนกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 13 สิงหาคม 2558 เพื่อประกอบธุรกิจผลิตมอเตอร์สำหรับเครื่องปรับอากาศ มอเตอร์กำลังสำหรับภาคอุตสาหกรรม เครื่องสูบน้ำ ปั๊มหยด ไข่ง และมอเตอร์สำหรับสระและสปา เมื่อเปิดดำเนินการมาได้ระยะหนึ่ง จึงมีการเพิ่มทุนเพื่อขยายกิจการในช่วงปลายปี 2544 อีก 9,000,000 บาท ทำให้มีทุนจดทะเบียนรวม 10,000,000 บาท ต่อมาในช่วงต้นปี 2545 ทางกลุ่มครอบครัววิทธิโรจนกุลได้เข้าถือหุ้นเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ และเข้าบริหารงานจนสร้างความก้าวหน้าและเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีการเพิ่มทุนในเดือนกันยายน ปี 2545 อีก 90,000,000 บาท ทำให้บริษัท มีทุนจดทะเบียนเป็น 100,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 1,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน 130,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 520,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท กรรมการและผู้บริหารของบริษัทฯ เป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์ในธุรกิจนี้เป็นอย่างดี ทำให้ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทฯ ไม่เคยหยุดนิ่งที่จะพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลาย เน้นให้ความสำคัญด้านคุณภาพและความปลอดภัยในการใช้งาน โดยมีมาตรฐานการตรวจสอบระดับสากลที่บริษัทฯ ได้รับจากองค์กรชั้นนำ ทั้งมาตรฐานสินค้า CE (มาตรฐานตามข้อกำหนดด้านสุขภาพ ความปลอดภัย และการคุ้มครองสิ่งแวดล้อม ตามกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องของสหภาพยุโรป) และใบรับรองระบบการจัดการคุณภาพสากล ISO 9001:2008 นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้รับรางวัล Vendor Performance Award ซึ่งเป็นรางวัลที่ลูกค้าชั้นนำในประเทศมอบให้ ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นว่าบริษัทฯ ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัยสูง และการให้บริการที่เป็นเลิศ เพื่อส่งมอบความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงตามเป้าหมาย ทำให้ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าในประเทศและต่างประเทศ อาทิ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ เนเธอร์แลนด์ สาธารณรัฐเช็ก อิหร่าน ประเทศแถบตะวันออกกลาง และญี่ปุ่น ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถขยายฐานลูกค้ารายใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง และมีผลการดำเนินงานเติบโตขึ้นทุกๆ ปี

บริษัทฯ เป็นหนึ่งในโรงงานที่ผลิตมอเตอร์ที่มีคุณภาพสูง มีการใช้เทคโนโลยีในการผลิตมอเตอร์และอุปกรณ์มอเตอร์ที่ทันสมัย สายการผลิตเป็นระบบอัตโนมัติผสมผสานด้วยเครื่องจักรที่ควบคุมด้วยระบบคอมพิวเตอร์ ใช้เทคโนโลยีการใส่ชุดลดและอุปกรณ์การผลิตลงคอยล์และแกนควบคุมด้วยระบบ Computer Numerical Control (CNC) เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ โดยมีจุดมุ่งหมายในการเป็นโรงงานผู้ผลิตมอเตอร์ที่ใช้กับเครื่องปรับอากาศ มอเตอร์กำลังที่ใช้กับภาคอุตสาหกรรม การผลิตเครื่องสูบน้ำ ปั๊มหยดไข่ง และมอเตอร์สำหรับสระและสปาที่มีประสิทธิภาพสูง ภายใต้ตราสินค้า “Pioneer Motor” เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับสินค้าจากต่างประเทศ ทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศ และขยายฐานลูกค้าไปยังประเทศต่างๆ ภายใต้โลโก้ที่ว่า “คุณภาพสินค้าที่ยอดเยียม การให้บริการลูกค้าที่เป็นเลิศ และการส่งมอบที่ตรงเวลา โดยมีการพัฒนาทางเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง” และเป็นผลให้สามารถบรรลุตามวิสัยทัศน์ที่ตั้งไว้คือ “บริษัทฯ จะเป็นผู้นำทางการผลิตและจำหน่ายมอเตอร์สำหรับบ้านและอุตสาหกรรมโดยมีนโยบายการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพตรงตามมาตรฐานสากล และสามารถสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า”

1.1 เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯ มีเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจโดยการกำหนดยุทธศาสตร์ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อการก้าวไปสู่การเป็นผู้นำด้านการผลิตและจำหน่ายมอเตอร์สำหรับเครื่องปรับอากาศและมอเตอร์กำลังสำหรับอุตสาหกรรม ตลอดจนผลิตภัณฑ์อื่นๆ ตามที่กล่าวข้างต้น โดยสร้างความเชื่อมั่นด้านคุณภาพ ราคา และความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า

ทั้งนี้ คณะกรรมการและผู้บริหารของบริษัทฯ ได้กำหนดวิสัยทัศน์ และพันธกิจ ดังนี้

วิสัยทัศน์ “การเป็นผู้ผลิตชั้นนำของประเทศไทยและเป็นโรงงานที่ได้รับเลือกจากกลุ่มลูกค้าให้เป็นผู้ส่งมอบมอเตอร์เครื่องปรับอากาศ มอเตอร์อุตสาหกรรมและเครื่องสูบน้ำ ด้วยสินค้าที่มีคุณภาพ ราคาที่น่าพอใจและส่งมอบตรงเวลา”

พันธกิจ “มุ่งมั่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสนองความต้องการของลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ ยกย่องให้มีความรู้ความสามารถพนักงานในองค์กรและอบรมเรื่องความปลอดภัย”

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

นับตั้งแต่ก่อตั้งธุรกิจ ในปี 2544 เป็นต้นมา บริษัทฯ มีความเป็นมาและพัฒนาการที่สำคัญ ดังนี้

ปี	เหตุการณ์ที่สำคัญ
ปี 2544	<ul style="list-style-type: none"> จดทะเบียนก่อตั้งบริษัท ไพโอเนียร์ มอเตอร์ จำกัด เมื่อวันที่ 12 กันยายน 2544 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 1,000,000 บาท แบ่งออกเป็น 10,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท โดยมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ 78 หมู่ที่ 3 ถนนดอนตูม-นครชัยศรี ตำบลดอนแฝก อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 1,000,000 บาท เป็น 10,000,000 บาท แบ่งออกเป็น 100,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท เมื่อวันที่ 7 ธันวาคม 2544
ปี 2545	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 10,000,000 บาท เป็น 100,000,000 บาท แบ่งออกเป็น 1,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท เมื่อวันที่ 23 กันยายน 2545 ขยายฐานลูกค้าไปยังต่างประเทศ โดยส่งออกสินค้าไปจำหน่ายยังประเทศต่างๆ
ปี 2556	<ul style="list-style-type: none"> ได้รับใบรับรองมาตรฐาน ISO 9001:2008 ของ TUV Rheinland Cert GmbH certifies ในขอบข่ายการออกแบบ และการผลิตมอเตอร์ไฟฟ้าที่ใช้กับเครื่องปรับอากาศ การออกแบบ และการผลิตมอเตอร์อุตสาหกรรม สำหรับปั้มน้ำชนิดจุ่ม ปั้มน้ำระบายน้ำ ปั้มน้ำหอยโข่ง มอเตอร์สำหรับพัดลมอุตสาหกรรม และมอเตอร์สำหรับการใช้งานอุตสาหกรรมอื่นๆ โดยใบรับรองมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ 29 พฤศจิกายน 2556
ปี 2557	<ul style="list-style-type: none"> ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 4 สิงหาคม 2557 ครั้งที่ 3/2557 มีมติซื้อที่ดินไม่รวมสิ่งปลูกสร้าง ซึ่งเป็นที่ดินที่บริษัทฯ เช่าอยู่ เพื่อทำโรงงานและที่พักอาศัย คือ ที่ดินโฉนดเลขที่ 5762, 5763 และ 22656 ตั้งอยู่ที่ 78 หมู่ 3 ตำบลดอนแฝก อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม เนื้อที่รวม 8-3-55 ไร่ (3,555 ตารางวา) ในราคาตารางวาละ 6,250 บาท รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 22,218,750 บาท จากนางนุชรรัตน์ อิทธิโรจนกุล (ผู้บริหาร) เพื่อรับโอนกรรมสิทธิ์เป็นของบริษัทฯ เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2557 ที่ประชุมกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 20 สิงหาคม 2557 ครั้งที่ 4/2557 มีมติซื้อสิ่งปลูกสร้าง ซึ่งประกอบด้วย อาคารโรงงาน 2 ชั้น พื้นที่ใช้สอย 3,552 ตารางเมตร อาคารพักอาศัยคอนกรีตเสริมเหล็ก 2

ปี	เหตุการณ์ที่สำคัญ
	<p>ชั้น พื้นที่ใช้สอย 98.50 ตารางเมตร อาคารโรงงาน พื้นที่ใช้สอย 375 ตารางเมตร ซึ่งตั้งอยู่บนที่ดินโฉนดเลขที่ 5762, 5763 และ 22656 ตำบลดอนแฝก อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม ซึ่งเป็นสิ่งปลูกสร้างที่บริษัทฯ เข้าอยู่ก่อน ในราคา 11,555,860 บาท จากนายวสันต์ อธิธิโรจนกุล (กรรมการ) เพื่อรับโอนกรรมสิทธิ์เป็นของบริษัทฯ เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2557</p> <p>(หมายเหตุ : ราคาซื้อขายที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ได้รับการประเมินราคาจากบริษัทสยามแอฟเฟอริล แอนด์ เซอร์วิส จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทประเมินมูลค่าทรัพย์สินในตลาดทุน ที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ โดยมีวัตถุประสงค์การประเมินเพื่อสาธารณะ)</p>
ปี 2558	<ul style="list-style-type: none"> - ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2558 เมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2558 มีมติอนุมัติเรื่องต่างๆ ดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> - การแปรสภาพบริษัท จากบริษัทจำกัด เป็นบริษัทมหาชนจำกัด - การเปลี่ยนมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จาก 100 บาท เป็น 0.25 บาท ส่งผลให้จำนวนหุ้นสามัญเพิ่มจาก 1,000,000 หุ้น เป็น 400,000,000 หุ้น - เพิ่มทุนจดทะเบียนจำนวน 30,000,000 บาท จากทุนจดทะเบียนเดิม 100,000,000 บาทเป็น 130,000,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 120,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ 0.25 บาท เพื่อเสนอขายต่อประชาชนเป็นครั้งแรก (Initial Public Offering : IPO) - อนุมัติให้นำหุ้นสามัญของบริษัทฯ เข้าจดทะเบียนเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (mai) - ดำเนินการแปรสภาพ จากบริษัทจำกัด เป็นบริษัทมหาชนจำกัด และเปลี่ยนแปลงชื่อเป็น บริษัท ไพโอเนียร์ มอเตอร์ จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 10 เมษายน 2558 - จดทะเบียนกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 13 สิงหาคม 2558
ปี 2559	-
ปี 2560	<ul style="list-style-type: none"> - ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 1/2560 เมื่อวันที่ 23 มกราคม 2560 มีมติอนุมัติการเข้าลงทุนในบริษัทย่อย ดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> - บริษัทฯ เข้าลงทุนในหุ้นสามัญของ บริษัท วีเอสเอ็ม (ประเทศไทย) จำกัด (“VSM Thailand”) โดยการเข้าซื้อหุ้นสามัญของ VSM Thailand จาก Verde Smart Motors, Inc. (“VSM Inc.”), Mr. Shannon Bard, Mr. Brent Alexander Roland และ Mr. Mark Vange ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นปัจจุบันของ VSM Thailand จำนวน 1,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 100 ของหุ้นทั้งหมด โดยซื้อในราคาหุ้นละ 0.10 เหรียญสหรัฐ (คิดเป็น 3.60 บาท ณ อัตราแลกเปลี่ยน 36 บาทต่อ 1 เหรียญสหรัฐ) รวมเป็นราคาหุ้นทั้งสิ้น 100 เหรียญสหรัฐ (คิดเป็น 3,600 บาท ณ อัตราแลกเปลี่ยน 36 บาทต่อ 1 เหรียญสหรัฐ) ทั้งนี้ ปัจจุบัน VSM Thailand มีหนี้ค้างชำระต่อ VSM Inc. จำนวน 650,000 เหรียญสหรัฐ (คิดเป็น 23,400,000 บาท ณ อัตราแลกเปลี่ยน 36 บาทต่อ 1 เหรียญสหรัฐ) โดยภายหลังบริษัทฯ เข้าเป็นผู้ถือหุ้นใน VSM Thailand แล้ว บริษัทฯ จะรับภาระหนี้ดังกล่าวของ VSM Thailand มาด้วย โดยจะแบ่งชำระเป็น 3 งวด และจะชำระครบถ้วนเมื่อครบปีที่สองภายหลังจากการลงนามในสัญญาซื้อขายหุ้น รวมมูลค่าการลงทุนใน VSM Thailand เป็นเงิน 650,100 เหรียญ (คิดเป็น 23,403,600 บาท ณ อัตราแลกเปลี่ยน 36 บาทต่อ 1 เหรียญสหรัฐ)

ปี	เหตุการณ์ที่สำคัญ
	<ul style="list-style-type: none"> - โอนกิจการแล้วเสร็จ ณ วันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2560 ดังนั้นบริษัท วี เอส เอ็ม (ประเทศไทย) จำกัด เป็นบริษัทย่อยของบริษัท โดยบริษัทถือหุ้นจำนวน 998 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.98 ของทุนจดทะเบียน VSM Thailand และมีกรรมการร่วมกันกับบริษัท ได้แก่ 1) นายวสันต์ อธิธิโรจนกุล 2) นางสาวสิริรัตน์ อธิธิโรจนกุล 3) นายคริสโตเฟอร์ โรเบิร์ต เทป โดยมี นายวสันต์ อธิธิโรจนกุล หรือ นางสาวสิริรัตน์ อธิธิโรจนกุล ลงลายมือชื่อร่วมกับ นายคริสโตเฟอร์ โรเบิร์ต เทป - ณ วันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2560 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 2/2560 มีมติอนุมัติดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทจาก 130,000,000 บาท เป็น 156,000,000 บาท โดยออกหุ้นสามัญจำนวน 104,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท รวม 26,000,000 บาท - ก่อสร้างโครงการ อาคารสำนักงาน และโรงงานใหม่ สำหรับการผลิตมอเตอร์ เพื่อการขยายธุรกิจในอนาคต ในบริเวณที่ตั้งเดิมของบริษัท มูลค่าประมาณ 40,000,000.00 บาท (รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) โดยมี บริษัท ชัยวัฒน์ คอนสตรัคชั่น จำกัด เป็นผู้ดำเนินการก่อสร้างโครงการดังกล่าว ซึ่งไม่ได้เป็นบุคคลเกี่ยวข้อง กับบริษัท

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



บริษัทย่อย

บริษัท วี เอส เอ็ม (ประเทศไทย) จำกัด(VSM Thailand) [VSM Thailand COMPANY LIMITED]

วันที่ก่อตั้ง : 27 เมษายน 2558

ที่ตั้งสำนักงาน : เลขที่ 9/219 หมู่ที่ 5 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

ลักษณะการประกอบธุรกิจ : ผลิตมอเตอร์และเครื่องกำเนิดไฟฟ้า

ทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว : 100,000 บาท

จำนวนหุ้นสามัญ : 1,000 หุ้น

มูลค่าที่ตราไว้ต่อหุ้น : 100 บาทต่อหุ้น

กรรมการบริษัท : 1) นายวสันต์ อธิธิโรจนกุล 2) นางสาวสิริรัตน์ อธิธิโรจนกุล 3) นายคริสโตเฟอร์ โรเบิร์ต เทป โดยมี นายวสันต์ อธิธิโรจนกุล หรือ นางสาวสิริรัตน์ อธิธิโรจนกุล ลงลายมือชื่อร่วมกับ นายคริสโตเฟอร์ โรเบิร์ต เทป

ความสัมพันธ์กับบริษัท : บริษัท วี เอส เอ็ม (ประเทศไทย) จำกัด เป็นบริษัทย่อยของบริษัท โดยบริษัทถือหุ้นจำนวน 998 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.98 ของทุนจดทะเบียน VSM Thailandและมีกรรมการร่วมกันกับบริษัท ได้แก่

1) นายวสันต์ อธิธิโรจนกุล 2) นางสาวสิริรัตน์ อธิธิโรจนกุล 3) นายคริสโตเฟอร์ โรเบิร์ต เทป
โครงสร้างผู้ถือหุ้น : บริษัท ไฟโอเนียร์ มอเตอร์ จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นจำนวน 998 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.98%

นายวสันต์ อธิธิโรจนกุล ถือหุ้นจำนวน 1 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.01%

นางสาวสิริรัตน์ อธิธิโรจนกุล ถือหุ้นจำนวน 1 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.01%

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าประเภทมอเตอร์สำหรับเครื่องปรับอากาศ ซึ่งเป็นส่วนประกอบหลักสำคัญสำหรับเครื่องปรับอากาศ และเป็นผู้ผลิตมอเตอร์กำลังสำหรับภาคอุตสาหกรรมเพื่อใช้ในอุปกรณ์และเครื่องจักรภาคการเกษตรและอุปกรณ์ทั่วไป อีกทั้งยังเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องสูบน้ำ ปั๊มหยดไข่ง และมอเตอร์สำหรับสระและสปา ซึ่งการผลิตและจำหน่ายสินค้านี้จะอยู่ภายใต้ตราสินค้าชื่อว่า "Pioneer Motor" โดยมีมาตรฐานการตรวจสอบระดับสากล ซึ่งได้รับจากองค์กรชั้นนำ ทั้งมาตรฐาน CE (มาตรฐานตามข้อกำหนดด้านสุขภาพ ความปลอดภัย และการคุ้มครองสิ่งแวดล้อม ตามกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องของสหภาพยุโรป) และใบรับรองระบบการจัดการคุณภาพสากล ISO 9001:2008 ใบรับรองมาตรฐานความปลอดภัยของสินค้า Underwriters' laboratories Inc. UL ซึ่งเป็นมาตรฐานความปลอดภัยที่ทั้งโลกยอมรับ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้รับรางวัล Vendor Performance Award ซึ่งเป็นรางวัลที่ลูกค้าชั้นนำในประเทศมอบให้

กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่าย สามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภทหลัก ได้ดังนี้

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์มอเตอร์สำหรับเครื่องปรับอากาศ (Air Conditioner Motors)
2. กลุ่มผลิตภัณฑ์มอเตอร์กำลังสำหรับภาคอุตสาหกรรม (Induction Motors)

3. กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสูบน้ำ ปัมป์หอยโข่ง และมอเตอร์สำหรับสระและสปา (Submersible Pumps and Pool & Spa Pump Motors) และส่วนประกอบมอเตอร์อื่น
4. กลุ่มผลิตภัณฑ์มอเตอร์สำหรับสระว่ายน้ำ (Pool Pump Motors)

กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายโดยหลัก คือ กลุ่มผลิตภัณฑ์มอเตอร์สำหรับเครื่องปรับอากาศ รองลงมา คือ กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสูบน้ำ ปัมป์หอยโข่ง และมอเตอร์สำหรับสระและสปา และกลุ่มผลิตภัณฑ์มอเตอร์กำลังสำหรับภาคอุตสาหกรรม โดยในปี 2559 บริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ สำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์ตามที่กล่าว คิดเป็นสัดส่วนโดยประมาณร้อยละ 37.02 และร้อยละ 51.80 และร้อยละ 10.80 ตามลำดับ

ปี 2559 บริษัทฯ มีสัดส่วนการจำหน่ายสินค้าภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 75.79 และจำหน่ายไปยังต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 24.74 นอกจากลูกค้าในประเทศที่เป็นกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทฯ แล้ว บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญต่อการส่งออกสินค้าไปยังประเทศต่างๆ เพื่อเพิ่มโอกาสและศักยภาพในการแข่งขัน เพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำในด้านการผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์มอเตอร์ต่างๆ ได้ในอนาคต โดยที่ผ่านมาบริษัทฯ มีการส่งออกไปยังต่างประเทศทั่วโลกมาแล้วกว่า 20 ประเทศ ได้แก่ ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น อิตาลี สาธารณรัฐเช็ก ญี่ปุ่น ฮังการี อิหร่าน มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ บังกลาเทศ ศรีลังกา คูเวต เวียดนาม สหรัฐอเมริกา ปากีสถาน สิงคโปร์ นิวซีแลนด์ เนเธอร์แลนด์ สาธารณรัฐคิวบา บรูไน แอฟริกาใต้ เยอรมัน บาห์เรน กาตาร์ ปานามา แทนซาเนีย กรีซ โปรตุเกส ตุรกี คอซอวอ และมอริเชียส เป็นต้น การส่งออกไปจำหน่ายที่ต่างประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากตัวเลขในการส่งออกปี 2557 2558 และ 2559 จะมียอดส่งออกคิดเป็น ร้อยละ 24.80 , 24.00 และ 24.74 ตามลำดับ

โครงสร้างรายได้ของบริษัท

สำหรับโครงสร้างรายได้ของบริษัทฯ 3 ปี สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 ถึง 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ มีโครงสร้างรายได้ ดังนี้

โครงสร้างรายได้แยกตามประเภทของผลิตภัณฑ์

รายได้จากการขายแยกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์	ปี 2557		ปี 2558		ปี 2559	
	ลบ.	%	ลบ.	%	ลบ.	%
1. มอเตอร์สำหรับเครื่องปรับอากาศ	228.39	44.66	224.58	45.84	207.22	37.02
2. เครื่องสูบน้ำ ปัมป์หอยโข่ง และมอเตอร์สำหรับสระและสปา และส่วนประกอบมอเตอร์อื่น	187.26	38.26	201.60	41.15	289.99	51.80
3. มอเตอร์กำลังสำหรับภาคอุตสาหกรรม	71.87	14.68	56.92	11.62	60.46	10.80
4. รายได้จากการขายอื่นๆ ^{1/}	2.89	0.59	7.15	1.46	5.11	0.92
รวมรายได้จากการขาย	490.42	100.19	490.25	100.06	562.78	100.53
หัก รับคืนสินค้าและส่วนลด ^{2/}	0.95	0.19	0.31	0.06	2.97	0.53
รวมรายได้จากการขายสุทธิ	489.47	100.00	489.94	100.00	559.81	100.00

หมายเหตุ ^{1/} รายได้จากการขายอื่นๆ ได้แก่ รายได้จากการขายวัตถุดิบ รายได้จากการขายแม่พิมพ์ และรายได้จากการขายอื่นเบ็ดเตล็ด

^{2/} รับคืนสินค้า เนื่องจากสินค้าบางรายการไม่ตรงตามที่ลูกค้ากำหนด

ส่วนลด เกิดจากการที่ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าตามจำนวนที่กำหนดไว้ ทำให้ได้รับส่วนลดจากการซื้อสินค้าดังกล่าว

โครงสร้างรายได้แยกตามช่องทางการจัดจำหน่าย

รายได้จากการขายแยก ช่องทางการจัดจำหน่าย	ปี 2557		ปี 2558		ปี 2559	
	ลบ.	%	ลบ.	%	ลบ.	%
1. กลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า	217.55	44.45	219.02	44.70	275.21	49.16
2. กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ	121.41	24.80	117.58	24.00	138.49	24.74
3. กลุ่มร้านค้าตัวแทนจำหน่าย และกลุ่มร้านค้าส่ง	106.71	21.80	106.09	21.65	115.11	20.56
4. กลุ่มร้านค้าปลีกรายย่อย และลูกค้ารายย่อยอื่นๆ	42.37	8.66	44.16	9.01	30.20	5.40
5. กลุ่มร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และห้างสรรพสินค้า	2.38	0.49	3.40	0.69	3.77	0.67
รวมรายได้จากการขาย	490.42	100.19	490.25	100.06	562.79	100.53
หัก รับคืนสินค้า และส่วนลด ^{1/}	0.95	0.19	0.31	0.06	2.98	0.53
รวมรายได้จากการขายสุทธิ	489.47	100.00	489.94	100.00	559.81	100.00

หมายเหตุ : ^{1/} รับคืนสินค้า เนื่องจากสินค้าบางรายการไม่ตรงตามที่ถูกคำกำหนด
ส่วนลด เกิดจากการที่ถูกคำสั่งซื้อสินค้าตามจำนวนที่กำหนดไว้

ลักษณะผลิตภัณฑ์

บริษัท ไพโอเนียร์ มอเตอร์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายมอเตอร์สำหรับเครื่องปรับอากาศ มอเตอร์กำลังสำหรับภาคอุตสาหกรรม เครื่องสูบน้ำ ปั๊มหยอชิง และมอเตอร์สำหรับสระและสปา ภายใต้ตราสินค้า "Pioneer Motor" และการผลิตตามคำสั่ง หรือ Made to order จากผู้ว่าจ้าง จึงจัดจำหน่ายทั้งในประเทศ และต่างประเทศ สินค้าทุกประเภทของบริษัทฯ มีกระบวนการผลิตที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งมีหัวใจสำคัญของผลิตภัณฑ์หลัก คือ "มอเตอร์" มอเตอร์ถือเป็นส่วนประกอบหลักของเครื่องจักร และอุปกรณ์ไฟฟ้าต่างๆ ที่ใช้ทั้งในภาคอุตสาหกรรม และภาคครัวเรือน ซึ่งจะมีความหลากหลายขึ้นอยู่กับประเภทการใช้งาน ดังนั้น จึงต้องเลือกใช้อย่างเหมาะสมและถูกต้องเพื่อที่จะได้รับประสิทธิภาพที่สูงสุด

ปี 2560 บริษัทฯ ได้พัฒนามอเตอร์สำหรับสระว่ายน้ำจากมอเตอร์ AC เป็นมอเตอร์ DC ที่สามารถปรับใช้งานกับสระว่ายน้ำขนาดเล็กและขนาดใหญ่ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคตและความต้องการของลูกค้าที่เน้นการใช้งานแบบประหยัดพลังงาน มอเตอร์ DC จึงเป็นมอเตอร์ที่ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าได้ 20% - 40%

กลุ่มผลิตภัณฑ์มอเตอร์สำหรับเครื่องปรับอากาศ (Air Conditioner Motors)

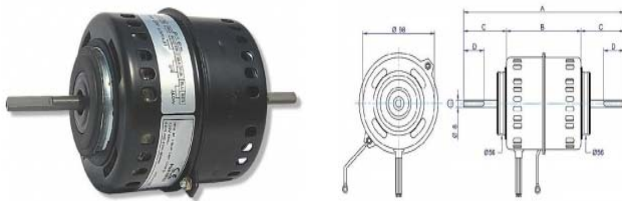
เครื่องปรับอากาศ คือ เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่นำไปใช้ปรับสภาวะอากาศให้คงที่ และปรับอุณหภูมิในที่อยู่อาศัยเพื่อให้คนสามารถอาศัยอยู่ได้ ไม่ร้อนจนเกินไปหรือเย็นจนเกินไป เครื่องปรับอากาศ 1 ชุดประกอบไปด้วย 2 เครื่องใหญ่ คือ คอนเดนซิง ยูนิต (Condensing unit) เป็นระบบเครื่องทำความเย็น ที่เรียกกันว่า "คอยล์ ร้อน" หรือ "Outdoor unit" ลักษณะเป็นตู้เครื่องที่ตั้งอยู่ภายนอกของอาคาร ทำหน้าที่ระบายความร้อน ซึ่งภายในเครื่องประกอบด้วย คอมเพรสเซอร์ แผงคอยล์ร้อน ชุดมอเตอร์พัดลม และน้ำยาแอร์ทำหน้าที่เป็นสารขับเคลื่อนความเย็นในระบบคอมเพรสเซอร์แอร์ อีกหนึ่งส่วนประกอบคือ แฟนคอยล์ ยูนิต (Fan coil unit) อีกชื่อหนึ่งคือ "คอยล์เย็น" หรือ "Indoor unit" ลักษณะเป็นรูปแบบเครื่องปรับอากาศที่ติดอยู่ในห้องหรือตัวอาคาร ทำหน้าที่ดูดซับความร้อนภายในห้องและให้ลมเย็นออกมา ส่วนประกอบหลักเป็น แผงคอยล์เย็น และชุดมอเตอร์พัดลม

ภาพตัวอย่างมอเตอร์เครื่องปรับอากาศ

ทฤษฎี 52

คำอธิบายรูปภาพ

มอเตอร์ระบายลมเย็น หรือ คอยล์เย็น (Fan Coil) สำหรับเครื่องปรับอากาศ แบบติดผนัง (Wall Type) ส่วนที่อยู่ภายในห้องหรืออาคาร โครงสร้างเป็นแบบปิดทึบ ระบบไฟ 1 เฟส 220-240 โวลต์ 50 เฮิร์ตซ์ (ระบบไฟ ระดับความเร็ว ตามความต้องการลูกค้า)

ทฤษฎี 62คำอธิบายรูปภาพ

มอดเตอร์สำหรับงาน ม่านลม (Air Curtain)
ติดตั้งตามประตูทางเข้าออกกันลมเย็นจาก
เครื่องปรับอากาศออกมาภายนอกอาคาร
โครงสร้างมีทั้งแบบโปร่งและปิดทึบ ระบบ
ไฟ 1 เฟส 220 - 240 โวลต์ 50/60 เฮิร์ตซ์
(ระบบไฟ ระดับความเร็ว ตามความ
ต้องการลูกค้า)

ทวิทย์ 74

คำอธิบายรูปภาพ

มอเตอร์ระบายลมร้อน หรือ คอยล์ร้อน (Condensing coil) แบบแกนข้างเดียว สำหรับเครื่องปรับอากาศขนาดกลาง โครงสร้างมีทั้งแบบโปร่งและปิดทึบ ระบบไฟ 1 เฟส 220-240 โวลต์ 50/60 เฮิร์ตซ์ (ระบบไฟ ระดับความเร็ว ตามความต้องการลูกค้า)

ทวิทย์ 85

คำอธิบายรูปภาพ

มอเตอร์ระบายลมเย็น หรือ คอยล์เย็น(Fan coil) และ ระบายลมร้อน หรือ คอยล์ร้อน (Condensing coil) มีทั้งแบบแกนข้างเดียว และแกนสองข้าง สำหรับเครื่องปรับอากาศ ขนาดกลางและขนาดใหญ่ โครงสร้างมีทั้งแบบโปร่งและปิดทึบ ระบบไฟ 1 เฟส 220-240 โวลต์ 50/60 เฮิร์ตซ์ 3 เฟส 220/380 โวลต์ 50/60 เฮิร์ตซ์ (ระบบไฟ ระดับความเร็ว ตามความต้องการลูกค้า)

กลุ่มผลิตภัณฑ์มอเตอร์กำลังสำหรับภาคอุตสาหกรรม (Induction Motors)

มอเตอร์กำลังสำหรับภาคอุตสาหกรรม ลูกค้าของบริษัทฯ ส่วนใหญ่จะซื้อไปเพื่อใช้ในการเกษตร เนื่องจากเครื่องจักรการเกษตรส่วนใหญ่จะใช้มอเตอร์เหนี่ยวนำเป็นส่วนประกอบในการทำเครื่องจักรการเกษตร อาทิ พัดลมอุตสาหกรรม ปั่นชัก ถังลม และเครื่องขุดมะพร้าว เป็นต้น

ภาพตัวอย่างการนำมอเตอร์กำลังไปใช้งาน



พัดลมอุตสาหกรรม



พัดลมแบบติดผนัง / แบบขาตั้ง 3 ขา



พัดลมฟาร์ม



ถังลม



ปั๊มชัก



เครื่องขุดมะพร้าว



เครื่องโม่ป่นฉาบ



เครื่องบด



เครื่องพ่นยา



ท่อพญานาค



เครื่องล้างผลมะนาว

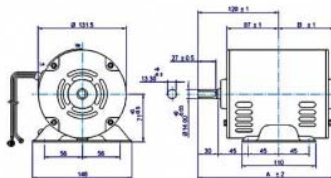


เครื่องโม่แป้ง

ภาพตัวอย่างมอเตอร์กำลังสำหรับภาคอุตสาหกรรม

มอเตอร์กำลังแบบเฟสเดียว (Single Phase)

เฟสเดียว (Single Phase) – (1/4 HP, 1/3 HP)

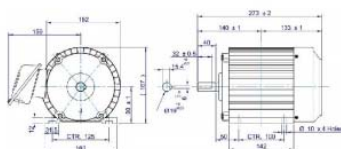


คำอธิบายรูปภาพ

มอเตอร์สำหรับ พัดลมอุตสาหกรรม ขนาดเล็ก ถึงขนาดกลาง ปั๊มน้ำแบบ ลูกสูบ (ปั๊มชัก) เครื่องขุดมะพร้าว เครื่องจักรการเกษตรขนาดเล็ก ฯลฯ ระบบไฟ 1 เฟส 220 โวลต์ 50/60 เฮิร์ตซ์ กำลังมอเตอร์ 1/4, 1/3 แรงม้า

มอเตอร์กำลังแบบสามเฟส (Three Phase)

3 เฟส (3 Phase) – (1 HP, 2 HP, 3HP)

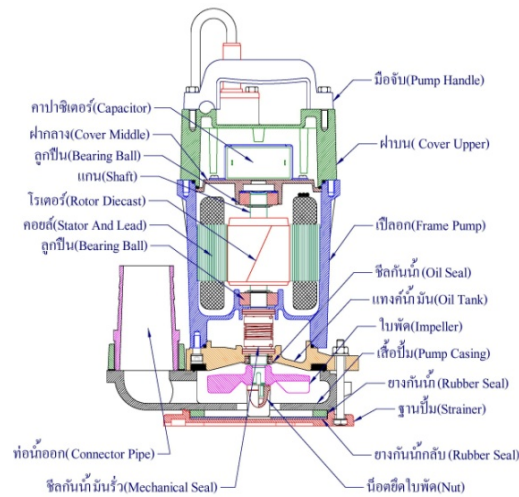


คำอธิบายรูปภาพ

มอเตอร์สำหรับเครื่องจักรการเกษตร ขนาดกลางถึงขนาดใหญ่, ถึงขนาดกลางถึงขนาดใหญ่, เครื่องสูบน้ำ (ท่อพญานาค), เครื่องขุดสายพาน ฯลฯ ระบบไฟ 3 เฟส 220/380 โวลต์ 50/60 เฮิร์ตซ์ กำลังมอเตอร์ 1, 2, 3 แรงม้า

กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสูบน้ำ ปั๊มหยดน้ำ และมอเตอร์สำหรับสระและสปา (Submersible Pumps and Pool & Spa Pump Motors)

เครื่องสูบน้ำและปั๊มน้ำ เป็นอุปกรณ์ที่ช่วยส่งผ่านพลังงานจากแหล่งต้นกำเนิดไปยังของเหลว เพื่อให้ของเหลวเคลื่อนที่จากตำแหน่งหนึ่งไปยังอีกตำแหน่งหนึ่งที่สูงกว่าหรือในระยะทางที่ไกลออกไป ปัจจุบันมีการใช้เครื่องสูบน้ำ ปั๊มน้ำ เพื่อเพิ่มแรงในการจัดส่งน้ำสำหรับการบริโภค การเกษตร คมนาคม อุตสาหกรรม ตลอดจนการบำบัดน้ำเสีย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในเรื่องของความสะอาดสบายมากขึ้น



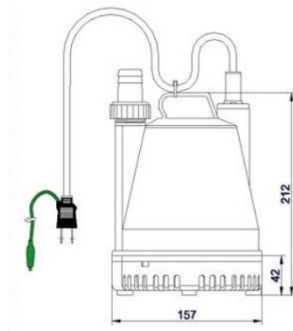
รูปภาพส่วนประกอบของปั๊ม

เครื่องสูบน้ำและปั๊มน้ำที่บริษัทฯ ผลิตสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ ปั๊มสำหรับลดระดับน้ำ (Dewatering) และปั๊มสำหรับระบายน้ำเสีย (Sewage) ซึ่งมีรายละเอียดของปั๊มแต่ละชนิด ดังนี้

ภาพตัวอย่างปั๊มน้ำ (ปั๊มน้ำจุ่ม) (Submersible Pumps)

ปั๊มสำหรับลดระดับน้ำ (Dewatering)

สำหรับลดระดับน้ำ (Dewatering) – โมเดล PM-100



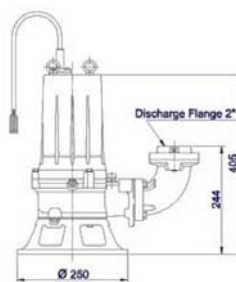
คำอธิบายรูปภาพ

ปั๊มสำหรับสูบน้ำที่มีสารแขวนลอยน้อย สำหรับบ่อขนาดเล็ก, ตู้ปลา, บ่อระบาย น้ำขนาดเล็ก หรืองานเกษตรทั่วไป ฯลฯ โครงสร้างเป็น พลาสติก ท่อทางน้ำออก ขนาด 3/4 นิ้ว, 1 นิ้ว ระบบไฟ 1 เฟส 220 โวลต์ 50 เฮิร์ตซ์ กำลังไฟ 100 วัตต์

ปั๊มสำหรับระบายน้ำเสีย (Sewage)

สำหรับระบายน้ำเสีย (Sewage)

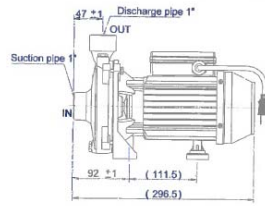
โมเดล PMU-502.75T, PMU-502.75TG 3 Phase



คำอธิบายรูปภาพ

ปั๊มสำหรับสูบน้ำที่มีสารแขวนลอย ปานกลาง สำหรับบ่อน้ำขนาดเล็ก บ่อ ระบายน้ำสิ่งปฏิกูลขนาดกลาง ฯลฯ โครงสร้างเป็นเหล็กหล่อ ท่อทางน้ำออก ขนาด 2 นิ้ว ระบบไฟ 3 เฟส 380 โวลต์ 50 เฮิร์ตซ์ กำลังไฟ 750 วัตต์

ปั๊มหอยโข่ง – โมเดล PMC-22 (Brass) , PMC-22(Sus)

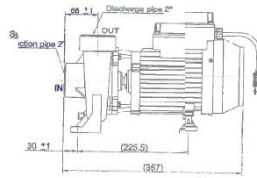


คำอธิบายรูปภาพ

ปั๊มสำหรับงานเกษตรทั่วไป ส่งไปยังพื้นที่ไกลๆได้ หรือ ใช้กับหัวพ่นน้ำสปริงเกอร์สำหรับแปลงผัก หรือพื้นที่ที่มีบริเวณกว้างๆ ฯลฯ โครงสร้างเป็นอลูมิเนียม/เหล็กหล่อ ใ้บพัดทองเหลือง, สแตนเลส

ท่อทางน้ำ เข้า/ออก ขนาด 1นิ้ว/1นิ้ว
ระบบไฟ 1เฟส 220โวลต์ 50เฮิรตซ์
กำลังไฟ 400วัตต์

ปั๊มหอยโข่ง – โมเดล PMC-205 (Brass)



คำอธิบายรูปภาพ

ปั๊มสำหรับงานเกษตรทั่วไป ส่งไปยังพื้นที่ไกลๆได้ หรือ ใช้กับหัวพ่นน้ำสปริงเกอร์สำหรับแปลงผัก หรือพื้นที่ที่มีบริเวณกว้างๆ ฯลฯ โครงสร้างเป็นอลูมิเนียม/เหล็กหล่อ ใ้บพัดทองเหลือง

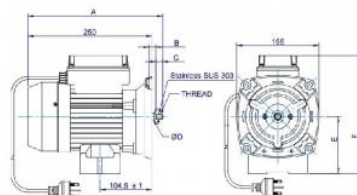
ท่อทางน้ำ เข้า/ออก ขนาด 2นิ้ว/2นิ้ว
ระบบไฟ 1เฟส 220โวลต์ 50เฮิรตซ์
กำลังไฟ 1500วัตต์

มอเตอร์สำหรับสระและสปา (Pool&Spa Pump Motors)

สระว่ายน้ำและระบบสปา นั้นต้องมีปั๊มน้ำเพื่อหมุนวนน้ำภายใน และกรองน้ำในสระว่ายน้ำ โดยปั๊มน้ำต้องมีความเหมาะสมสำหรับการใช้งานระบบกรองหมุนเวียนสระว่ายน้ำ ส่วนในระบบอ่างสปา จะมีรูปแบบและการใช้งานที่แตกต่างกับปั๊มสำหรับลดระดับน้ำ และปั๊มสำหรับระบายของเสีย โดยมีมอเตอร์ซึ่งเป็นส่วนประกอบหนึ่งที่สำคัญ ซึ่งในปัจจุบันบริษัทฯ ได้ผลิตและจำหน่ายมอเตอร์ดังกล่าว ให้แก่กลุ่มลูกค้าในออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และมาเลเซีย ซึ่งเป็นประเทศที่มีประชากรมีสระว่ายน้ำมากเป็นอันดับต้นๆของโลก สำหรับตัวอย่างมอเตอร์สำหรับสระและสปาที่บริษัทฯ ผลิตมีดังต่อไปนี้

ภาพตัวอย่างมอเตอร์สำหรับสระและสปา (Pool & Spa Pump Motors)

ซีรีส์ 72

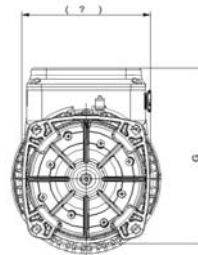
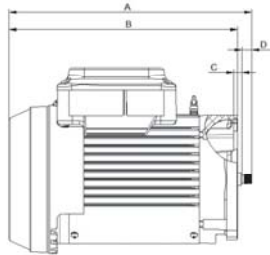


คำอธิบายรูปภาพ

มอเตอร์สำหรับ สระน้ำ และสระสปา มีหน้าแปลนปั๊ม แบบมาตรฐาน(ขนาดเล็ก) และหน้าแปลนปั๊มแบบพิเศษ (ขนาดใหญ่)
ระบบไฟ 1 เฟส 240โวลต์ 50 เฮิรตซ์ ขนาด 550, 750วัตต์

ภาพตัวอย่างมอเตอร์สำหรับสระว่ายน้ำ (Pool Pump Motors)

ซีรีย์ 72

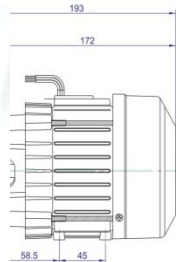


คำอธิบายรูปภาพ

มอเตอร์สำหรับสระว่ายน้ำ มีหน้าแปลนปั๊ม แบบมาตรฐาน (ขนาดเล็ก) และหน้าแปลนปั๊มแบบพิเศษ (ขนาดใหญ่) สามารถปรับตั้งความเร็วรอบตามความต้องการใช้งาน เรียกว่า Variable speed การใช้งานเฉลี่ยต่อวัน 8 – 10 ชม. ประหยัดพลังงานถึง 60% ระบบไฟ 1 เฟส 230-240 โวลต์ 50-60 เฮิร์ตซ์ 750 วัตต์, 2100 วัตต์

ภาพตัวอย่างมอเตอร์สำหรับปั้มน้ำอัตโนมัติ

ซีรีย์ 72 (220V)



คำอธิบายรูปภาพ

มอเตอร์สำหรับติดตั้งร่วมกับปั้มน้ำอัตโนมัติ ใช้สูบน้ำจากถังหรือบ่อพักน้ำตามที่พักอาศัย เช่น บ้านขนาดใหญ่ หอพักที่จำนวนห้องพักหลายห้อง อาคารสำนักงานขนาด 2 ชั้น ฯลฯ โครงสร้างเป็นอลูมิเนียม ระบบไฟ 1 เฟส 220 โวลต์ 50 เฮิร์ตซ์ กำลังไฟ 200 วัตต์

การตลาดและการแข่งขัน

กลุ่มลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

สินค้าประเภทมอเตอร์และเครื่องสูบน้ำมีหลากหลายประเภท ซึ่งมีส่วนประกอบที่สำคัญ คือ มอเตอร์ ดังนั้นผลิตภัณฑ์มอเตอร์ จึงเป็นส่วนประกอบหนึ่งที่สำคัญอยู่ในเครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ ที่มีจำหน่ายกันมาเป็นระยะเวลานาน และมีการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความสะดวกสบายในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคทั้งในส่วนของการครัวเรือน และภาคอุตสาหกรรม

กลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ช่องทาง ในการจำหน่ายสินค้าของบริษัทในปี 2559 มีสัดส่วนการจำหน่ายยังกลุ่มลูกค้าแต่ละช่องทาง ดังนี้ กลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า (Electronic manufacturers) ร้อยละ 49.16 ของรายได้จากการขายแยกตามช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งหมดของรายได้สุทธิ รองลงมาคือ กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ (International Customers) ร้อยละ 24.74 อันดับสามคือกลุ่มร้านค้าตัวแทนจำหน่าย (Agents) และกลุ่มร้านค้าส่ง (Dealers) ร้อยละ 20.56 อันดับสี่คือ กลุ่มร้านค้าปลีกรายย่อย (Retailers) และลูกค้ารายย่อยอื่นๆ (Customers) ร้อยละ 5.40 และอันดับสุดท้าย คือ กลุ่มร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Traders) และห้างสรรพสินค้า (Department Stores) ร้อยละ 0.67 รายละเอียดในแต่ละช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนี้

1. กลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า (Electric Manufacturers)

ลูกค้าผู้ประกอบการผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า (Electric Appliance manufacturers) ซึ่งลูกค้าทั้งหมดในกลุ่มนี้เป็นลูกค้าที่บริษัทฯ จะผลิตตามคำสั่งจ้างผลิตให้กับแบรนด์หรือตราสินค้าต่างๆ (OEM) ภายใต้รูปแบบที่ลูกค้าต้องการ โดยลูกค้าสามารถนำผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ผลิตขึ้น ไปจำหน่ายภายใต้ตราสินค้าหรือแบรนด์ของลูกค้าได้ทันที หรือสามารถนำไปเป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปของลูกค้า โดยรายได้ส่วนใหญ่ในปี 2559 ของบริษัทฯ เมื่อแยกรายได้จากการขายแยกตามช่องทางการจัดจำหน่ายแล้ว มีรายได้มาจากลูกค้ากลุ่มนี้เป็นหลัก หรือคิดเป็นร้อยละ 49.16 ของรายได้จากการขายสุทธิ

ที่ผ่านมา กลุ่มลูกค้าที่บริษัทฯ ผลิตตามคำสั่งจ้างผลิตส่วนใหญ่ เป็นลูกค้าที่ต้องการมอเตอร์สำเร็จรูปเพื่อเป็นชิ้นส่วนในการประกอบเครื่องปรับอากาศ บิมน้ำที่ใช้ภายในบ้าน และนำไปจำหน่ายภายใต้แบรนด์หรือตราสินค้าของผู้ผลิตหรือประกอบเครื่องใช้ไฟฟ้านั้นๆ

ตัวอย่างกลุ่มลูกค้า OEM ผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า



2. กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ (International Customers)

กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ (International Customers) เป็นกลุ่มลูกค้าที่บริษัทฯ ผลิตสินค้าเพื่อการส่งออกไปจำหน่ายยังประเทศต่างๆ เป็นการผลิตทั้งภายใต้ตราสินค้าของลูกค้า (OEM) และจำหน่ายภายใต้ตราสินค้า Pioneer Motor ด้วย สินค้าที่บริษัทฯ จำหน่ายไปยังต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทมอเตอร์เครื่องปรับอากาศ และมอเตอร์สำหรับสระและสปา ที่ผ่านมา บริษัทฯ มีการส่งออกไปยังต่างประเทศทั่วโลก มาแล้วกว่า 20 ประเทศ ได้แก่ ออสเตรเลีย คูโบ อียิปต์ สาธารณรัฐเช็ก ญี่ปุ่น ฮองกง อิหร่าน มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ บังกลาเทศ ศรีลังกา คุเวต เวียดนาม สหรัฐอเมริกา ปากีสถาน สิงคโปร์ นิวซีแลนด์ เนเธอร์แลนด์ สาธารณรัฐคิวบา บรูไน แอฟริกาใต้ เยอรมัน บาห์เรน กาตาร์ ปานามา แทนซาเนีย กรีซ โปรตุเกส ตุรกี คอซอวอ และมอริเชียส เป็น

ต้น โดยเฉพาะออสเตรเลีย ซึ่งเป็นประเทศลูกค้ารายใหญ่ ที่บริษัทฯ ส่งออกมอเตอร์ที่ใช้สำหรับเครื่องปรับอากาศ และมอเตอร์สำหรับสเปามากที่สุด

ปัจจุบันการส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศ เป็นหนึ่งในรายได้หลักสำคัญของบริษัทฯ ซึ่งทางบริษัทมีรายได้จากการส่งออกในปี 2557 – 2559 คิดเป็นร้อยละ 24.80 ,24.00 และ 24.74 ตามลำดับ หรือคิดเป็นมูลค่า 121.41 ล้านบาท ,117.58 ล้านบาท และ 138.49 ล้านบาท ตามลำดับ

ตัวอย่างกลุ่มลูกค้าต่างประเทศ



3. กลุ่มร้านตัวแทนจำหน่าย (Agents) และกลุ่มร้านค้าส่ง (Dealers)

ลูกค้ากลุ่มร้านตัวแทนจำหน่าย (Agents) เป็นลูกค้าที่มีการสั่งซื้อสินค้าจากบริษัทฯ ในปริมาณการสั่งซื้อครั้งละมากๆ เพื่อให้มีอำนาจในการเจรจาต่อรองทางการค้า ซึ่งจะส่งผลให้กลุ่มลูกค้าเหล่านี้ซื้อสินค้าได้ราคาที่ดีพอใจ หรือได้รับเงื่อนไขทางการค้าที่ดีกว่า แล้วนำไปจำหน่ายให้กับร้านค้าส่ง หรือร้านค้าปลีกรายย่อยอีกต่อหนึ่ง ซึ่งบริษัทฯ จะได้รับประโยชน์จากลูกค้ากลุ่มนี้อย่างมาก เนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้จะมีหลายช่องทางในการจำหน่ายสินค้าไปยังผู้บริโภคที่หลากหลาย ทำให้สามารถกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคได้ครอบคลุมทุกพื้นที่

ลูกค้ากลุ่มร้านค้าส่ง (Dealers) จะเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีความคล้ายคลึงกับลูกค้ากลุ่มร้านตัวแทนจำหน่าย (Agents) เนื่องจากมีวิธีการสั่งซื้อสินค้าจากบริษัทฯ ในจำนวนครั้งละมากๆ เหมือนกัน แต่ลูกค้ากลุ่มร้านค้าส่ง (Dealers) จะมีปริมาณการสั่งซื้อที่น้อยกว่าเมื่อเทียบกับลูกค้ากลุ่มร้านตัวแทนจำหน่าย (Agents) โดยลูกค้ากลุ่มร้านค้าส่ง (Dealers) จะซื้อสินค้าจากบริษัทฯ แล้วนำไปจำหน่ายให้กับร้านค้าปลีกรายย่อยต่อไป กลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้จะมีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าไปยังผู้บริโภครายย่อย เช่น ร้านค้าปลีกทั่วไป เป็นต้น

สินค้าที่บริษัทฯ จำหน่ายให้กับกลุ่มร้านค้าตัวแทนจำหน่าย (Agents) และกลุ่มร้านค้าส่ง (Dealers) เป็นสินค้าประเภทมอเตอร์กำลังสำหรับภาคอุตสาหกรรม และเครื่องสูบน้ำภายใต้ตราสินค้า Pioneer Motor เป็นส่วนใหญ่

4. กลุ่มร้านค้าปลีกรายย่อย (Retailers) และลูกค้ารายย่อยอื่นๆ (Customers)

กลุ่มร้านค้าปลีกรายย่อย (Retailers) เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีหลากหลายรูปแบบ แต่ส่วนใหญ่มีลักษณะคล้ายคลึงกันคือ กลุ่มร้านค้าปลีกรายย่อย (Retailers) จะซื้อสินค้าในปริมาณไม่มาก ลูกค้าแต่ละรายมีวัตถุประสงค์ในการซื้อที่แตกต่างกันออกไป โดยสามารถจำแนก ได้ดังนี้

4.1 ร้านค้าปลีกรายย่อย เป็นกลุ่มลูกค้าที่สั่งซื้อสินค้าเพื่อไปจำหน่ายแก่ผู้บริโภคขั้นสุดท้ายต่อไป บริษัททั่วไป เป็นกลุ่มลูกค้าที่สั่งซื้อในจำนวนครั้งละไม่มาก แต่เป็นการสั่งซื้อเพื่อทดแทนการขาดแคลนของวัตถุดิบที่เป็นชิ้นส่วนประกอบในการผลิตสินค้าของบริษัทนั้นๆ

4.2 กลุ่มลูกค้ารายย่อยทั่วไป เป็นกลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าจากบริษัทฯ เพื่อใช้เป็นอะไหล่สำหรับซ่อมเปลี่ยนเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ชำรุด อาทิ นำมอเตอร์เครื่องปรับอากาศไปเปลี่ยนในเครื่องปรับอากาศ เป็นต้น

สินค้าที่บริษัทฯ จำหน่ายให้กับกลุ่มลูกค้ากลุ่มร้านค้าปลีกรายย่อย (Retailers) และลูกค้ารายย่อยอื่นๆ (Customers) เป็นสินค้าประเภทมอเตอร์เครื่องปรับอากาศ มอเตอร์กำลังสำหรับภาคอุตสาหกรรม และเครื่องสูบน้ำภายใต้ตราสินค้า Pioneer Motor เป็นส่วนใหญ่

5. กลุ่มร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Traders) และห้างสรรพสินค้า (Department Stores)

ลูกค้ากลุ่มร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Traders) และห้างสรรพสินค้า (Department Stores) เป็นร้านค้าที่มีรูปแบบการค้าที่มีการจัดจำหน่ายเป็นระบบการจัดการ มีการนำเสนอสินค้าที่มีความหลากหลายเพื่อให้ความสะดวกสบายต่อลูกค้า กลุ่มร้านค้าปลีกสมัยใหม่จะมีการขยายสาขาอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในทุกพื้นที่ ซึ่งในปัจจุบันร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และห้างสรรพสินค้า ส่วนใหญ่ได้มีการนำเทคโนโลยีมาเป็นตัวกลางในการสื่อสาร เพื่อช่วยในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับกลุ่มร้านค้าปลีก ดังนั้น เพื่อให้สินค้าของบริษัท มีช่องทางจำหน่ายให้กับลูกค้าได้อย่างครอบคลุม บริษัทฯ จึงได้ให้ความสำคัญกับกลุ่มลูกค้าร้านค้าปลีกสมัยใหม่ เป็นอย่างมาก เนื่องจากมีแนวโน้มการขยายตัวสูงกว่าห้างสรรพสินค้า ซึ่งจะช่วยเพิ่มช่องทางในการกระจายสินค้าไปยังลูกค้ารายย่อยได้อย่างครอบคลุมไปตามสาขาของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ได้

สินค้าที่บริษัทฯ จำหน่ายให้กับกลุ่มร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Traders) และห้างสรรพสินค้า (Department Stores) เป็นสินค้าประเภทมอเตอร์กำลังสำหรับภาคอุตสาหกรรม ภายใต้ตราสินค้าของลูกค้า (OEM) เป็นส่วนใหญ่

2.2 การแข่งขัน

เมื่อพิจารณาจากกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ผลิตและจำหน่าย สามารถแบ่งตลาดในประเทศออกได้เป็น 3 กลุ่มตลาด คือ ตลาดมอเตอร์สำหรับเครื่องปรับอากาศ ตลาดมอเตอร์กำลังสำหรับภาคอุตสาหกรรม และตลาดเครื่องปั้มน้ำและปั้มจุ่ม ในส่วนของตลาดมอเตอร์สำหรับเครื่องปรับอากาศ บริษัทฯ ผลิตมอเตอร์ตามคำสั่งจ้างผลิตของผู้ว่าจ้าง (OEM) ซึ่งผู้ว่าจ้างส่วนใหญ่ คือผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องปรับอากาศชั้นนำในประเทศ ดังนั้น คุณภาพของสินค้า ถือเป็นสิ่งสำคัญ เพราะจะส่งผลต่อภาพลักษณ์และชื่อเสียงของผู้ว่าจ้างเช่นกัน ที่ผ่านมามีบริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจให้เป็นผู้ผลิตมอเตอร์สำหรับเครื่องปรับอากาศจากลูกค้าชั้นนำในประเทศหลายรายอย่างต่อเนื่อง

ตลาดมอเตอร์กำลังสำหรับภาคอุตสาหกรรม มอเตอร์ประเภทนี้ส่วนใหญ่ถูกนำไปใช้งานในอุตสาหกรรมภาคการเกษตรและอุปกรณ์ทั่วไป อาทิ พัดลมอุตสาหกรรม ปั้มชัก ปั้มลม เครื่องขุดมะพร้าว เครื่องโม่ป้อนฉาบ เครื่องบด เครื่องพ่นยา ท่อพ่นยาฉีด เครื่องล้างผลมะนาว เครื่องโม่แป้ง เครื่องเป่า เครื่องมือเครื่องจักร และเครื่องมือเครื่องใช้ในครัวเรือน เป็นต้น ซึ่งตลาดมอเตอร์กำลังในภาคอุตสาหกรรมถือได้ว่าการแข่งขันสูง คู่แข่งของตลาดมอเตอร์กำลังสำหรับภาคอุตสาหกรรมหลักมาจากต่างประเทศที่มีต้นทุนการผลิตต่ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศจีน ซึ่งในปี 2559 ที่ผ่านมามีบริษัทฯ มียอดการจำหน่ายสินค้าประเภทมอเตอร์กำลังสำหรับภาคอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยจากปี 2558 เนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจที่ไม่ปกติ ส่งผลให้การใช้จ่ายของประชากรลดลง ซึ่งโดยหลักบริษัทฯ จำหน่ายผ่านตัวแทนในการจัดจำหน่ายของบริษัทฯ ทำให้สามารถกระจายสินค้าดังกล่าวไปยังผู้ค้าปลีกรายย่อย และผู้บริโภคชั้นสุดท้ายได้ทั่วประเทศ

สำหรับสินค้าประเภทเครื่องสูบน้ำและปั้มน้ำ แม้จะมีการแข่งขันที่สูง และมีผู้ผลิตมากรายก็ตาม บริษัทฯ ก็ยังสามารถแข่งขันได้และมียอดจำหน่ายเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ดังจะเห็นได้จากยอดขายในปี 2557-2559 บริษัทฯ มียอดจำหน่ายเป็นเงิน 187.26 ล้านบาท, 201.59 ล้านบาท และ 289.99 ล้านบาท ตามลำดับ ในการจำหน่ายสินค้ากลุ่มนี้ จะมีการจำหน่ายให้กับลูกค้ารายใหญ่รายหนึ่งของบริษัทฯ ภายใต้ตราสินค้าของลูกค้าเอง นอกจากนี้ ทางบริษัทฯ ยังได้มีการจัดจำหน่ายสินค้าดังกล่าวผ่านตัวแทนจำหน่าย ทำให้สามารถกระจายสินค้าได้ทุกพื้นที่ในไทย เพราะนอกจากจะสามารถทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศแล้วนั้น ผู้ผลิตไทยยังสามารถส่งสินค้าไปจำหน่ายยังต่างประเทศได้ แม้ว่าการแข่งขันในตลาดต่างประเทศจะมีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง เพราะได้รับผลกระทบจากผู้ผลิตในประเทศจีน ที่มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าก็ตาม อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ไม่มียุทธศาสตร์การแข่งขันทางด้านราคา แต่จะให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้า การส่งมอบที่ตรงเวลา และการให้บริการที่ดีเยี่ยม รวมทั้งการกำหนดราคาสินค้าให้อยู่ในเกณฑ์ที่ลูกค้ารับได้

ทั้งนี้ ในด้านการส่งออกไปยังลูกค้าต่างประเทศ บริษัทฯ เน้นในประเทศที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง เช่น ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น และกลุ่มประเทศในยุโรปและตะวันออกกลาง เป็นต้น

ตัวอย่างรายชื่อผู้ผลิตหลักในอุตสาหกรรมใกล้เคียงกัน มีดังนี้

บริษัท	ผลิตภัณฑ์	รายได้ในปี 2559 (หน่วย : บาท)
1. บริษัท มิตรูปิที อีเล็คทริก ออโตเมชัน (ประเทศไทย) จำกัด	<ul style="list-style-type: none"> - มอเตอร์กำลังสำหรับภาคอุตสาหกรรม - มิเตอร์ไฟฟ้า - เครื่องจักรและส่วนประกอบเครื่องจักร - เฟรมอลูมิเนียมของมอเตอร์ - ป้อนน้ำสำหรับการเกษตรและอุตสาหกรรม 	3,628,543,325 (หมายเหตุ: ณ 31 มีนาคม 2559)
2. บริษัท นิเค็ค ชิบาอุระ อีเล็คโทรนิคส์ (ประเทศไทย) จำกัด	<ul style="list-style-type: none"> - มอเตอร์ประสิทธิภาพสูง (High-Efficiency/BLDC Motor) - มอเตอร์สำหรับเครื่องปรับอากาศ - มอเตอร์กำลังสำหรับภาคอุตสาหกรรม - พัดลมเป่าให้ความเย็นและความร้อน - ป้อนน้ำปั๊มหยด/ - ปั๊มสำหรับการแพทย์ - ส่วนประกอบเครื่องจักร - ส่วนประกอบยานยนต์ - เลนส์ - เซนเซอร์ 	3,445,014,865 (หมายเหตุ: ณ 31 มีนาคม 2559)
3. บริษัท อิตาซี อินดัสเทรียล เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด	<ul style="list-style-type: none"> - มอเตอร์กำลังสำหรับภาคอุตสาหกรรม - มอเตอร์เกียร์ - มิเตอร์ไฟฟ้า - Vortex Blower 	2,712,857,388.47 (หมายเหตุ: ณ 31 มีนาคม 2559)
4. บริษัท ฟาสโก้ มอเตอร์ จำกัด	<ul style="list-style-type: none"> - มอเตอร์ประสิทธิภาพสูง (High-Efficiency/BLDC Motor) - มอเตอร์สำหรับเครื่องปรับอากาศ - มอเตอร์กำลังสำหรับภาคอุตสาหกรรม - มอเตอร์สำหรับสระและสปา - มอเตอร์สำหรับเครื่องซักผ้าเครื่องอบผ้า - มอเตอร์สำหรับเครื่องดูดฝุ่นเครื่องขัดพื้น - ป้อนน้ำสำหรับการเกษตรและอุตสาหกรรม ป้อนน้ำ 	1,451,409,190.54 (หมายเหตุ: ณ 31 ธันวาคม 2558)

บริษัท	ผลิตภัณฑ์	รายได้ในปี 2559 (หน่วย : บาท)
	สำหรับที่อยู่อาศัย	
5. บริษัท ที.เอ็น.เมทัล เวิร์ค จำกัด	<ul style="list-style-type: none"> - มอเตอร์กำลังสำหรับภาคอุตสาหกรรม - มอเตอร์เกียร์ - มอเตอร์ขนาดใหญ่และขนาดกลาง - พัดลมเครื่องเป่าสำหรับภาคอุตสาหกรรม - แอร์คอมเพรสเซอร์ - ที่ดักฝุ่นหมอก/ควัน - เครื่องมือเครื่องใช้สำหรับภาคอุตสาหกรรม/ 	713,958,067.26 (หมายเหตุ: ณ 31 ธันวาคม 2558)
6. บริษัท กุลธร อิเล็กทริก จำกัด	<ul style="list-style-type: none"> - มอเตอร์สำหรับเครื่องปรับอากาศ - อะไหล่เครื่องทำความเย็นอื่นๆ เช่น คอมเพรสเซอร์ ห้องเย็น คอนเดนเซอร์ ฯลฯ - เครื่องมือช่างต่างๆ - ปั๊มน้ำสำหรับการเกษตรและอุตสาหกรรม ปั๊มน้ำสำหรับที่อยู่อาศัย ปั๊มเปลี่ยนถ่ายน้ำมัน ปั๊มอัดฉีด - เครื่องตัดหญ้า เครื่องตัดเหล็ก และอุปกรณ์สวนอื่นๆ 	390,194,184.82 (หมายเหตุ: ณ 31 ธันวาคม 2558)
7. บริษัท ศิริพัฒน์ อิเล็กเทค จำกัด	<ul style="list-style-type: none"> - มอเตอร์ไฟฟ้า และชิ้นส่วนประกอบ 	73,362,595.65 (หมายเหตุ: ณ 31 ธันวาคม 2558)
8. บริษัท ไทยสิน มอเตอร์ มานูแฟคเจอริง จำกัด	<ul style="list-style-type: none"> - มอเตอร์สำหรับเครื่องปรับอากาศ - มอเตอร์กำลังสำหรับภาคอุตสาหกรรม 	78,682,224.43 (หมายเหตุ: ณ 31 ธันวาคม 2558)

หมายเหตุ : ที่มาข้อมูลรายได้ในปี 2558 มาจากฐานข้อมูลนิติบุคคลในประเทศ โดย BOL

2.3 กลยุทธ์การแข่งขัน

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก โดยเน้นอัตราการลดค่าความสูญเสียของพลังงาน เพื่อให้การผลิตมอเตอร์เกิดประสิทธิภาพ(Efficiency) สูง อีกทั้งบริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้า ตระหนักถึงความสำคัญตั้งแต่การตรวจสอบและการทดสอบวัตถุดิบ ชิ้นส่วนเพื่อการผลิตทุกชนิด เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าวัตถุดิบ และชิ้นส่วนต่างๆ จะไม่ถูกนำไปใช้เพื่อการผลิตจนกว่าจะผ่านขั้นตอนการตรวจสอบและทดสอบโดยสมบูรณ์แล้ว รวมทั้งทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิตมอเตอร์, ปั๊มน้ำ, มอเตอร์สำหรับสระและสปา จะผ่านกระบวนการผลิตที่เป็นไปตามข้อกำหนดตามมาตรฐานการผลิตผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม เพื่อควบคุมคุณภาพของกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

บริษัทฯ มีการพัฒนาการผลิตสินค้ามอเตอร์ BLDC (Brushless DC) Pool Pump 750-1100 วัตต์ และพัฒนามากสุดถึง 2100 วัตต์ ที่เหมาะสำหรับสระว่ายน้ำขนาดเล็กและขนาดใหญ่ และมีแนวทางที่พัฒนาสินค้าเพื่อลดจุดด้อยของมอเตอร์ของคู่แข่งที่ถูกค้าในตลาดแจ้งมา เช่น การเพิ่มฟังก์ชัน Rotor Balance sensitivity control เพื่อให้มอเตอร์มีความเสถียรช่วงการออกตัวเพิ่มมากขึ้นและรองรับตลาดที่มีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงจาก AC Pool Pump ไปยัง BLDC (Brushless DC) Pool Pump เพื่อลด การใช้ปริมาณไฟฟ้า

จุดแข็งของมอเตอร์แบบ BLDC (Brushless DC) คือ

- ผู้ใช้สามารถเลือกปรับระดับการทำงานได้หลายระดับตามความต้องการใช้งาน
- ความเร็วรอบของมอเตอร์มีความเสถียรสูงในกรณีที่ภาระโหลดขณะใช้งานไม่คงที่ ในระดับ 5%-10%
- มีประสิทธิภาพการทำงานที่สูง จึงทำให้ผู้ใช้มอเตอร์สามารถประหยัดค่าพลังงานไฟฟ้าได้สูงที่สุดถึงประมาณ 40% เมื่อเปรียบเทียบกับมอเตอร์แบบเดิม AC
- มอเตอร์มีน้ำหนักเบา เนื่องจากมีปริมาณการใช้เหล็กซิลิกอนและลวดทองแดงที่ต่ำ
- มอเตอร์เพียงรุ่นเดียวสามารถใช้งานได้ครอบคลุมแทนมอเตอร์หลายรุ่น

ข้อดีในการผลิตของมอเตอร์ BLDC คือ

- มีความประหยัดในพื้นที่ใช้งานในขั้นตอนการผลิต ยกตัวอย่างเช่น การใช้เครื่องปั๊มเหล็กซิลิกอนขนาดเล็กซึ่งสามารถผลิตงานได้ในห้องทำงานแบบปิดขนาดเพียง 6 ตร.ม. ในขณะที่การใช้เครื่องปั๊มของมอเตอร์แบบเดิม AC ต้องใช้พื้นที่ทำงานไม่น้อยกว่า 30 ตร.ม.และมีเครื่องจักรจะมีเสียงดังในระหว่างทำงานที่ดังมาก
- มีความประหยัดในจำนวนขั้นตอนการทำงาน ยกตัวอย่างเช่น การไม่มีขั้นตอนการฉีดอลูมิเนียมสำหรับการทำโรเตอร์ จึงทำให้บริษัทสามารถประหยัดการลงทุนเครื่องฉีดอลูมิเนียม และไม่มีกระบวนการฉีดอลูมิเนียม ในขณะที่การผลิตมอเตอร์แบบเดิม AC มีความจำเป็นต้องมีกระบวนการฉีดอลูมิเนียม
- มีความประหยัดในการใช้ปริมาณขดลวดทองแดง เนื่องจากมอเตอร์ BLDC จะใช้ปริมาณลวดทองแดงประมาณ 1 ใน 3 ของมอเตอร์แบบเดิม AC
- มีความประหยัดในขั้นตอนการแต่งฟอรมลวดทองแดงและเครื่องมัดเชือก เนื่องจากมอเตอร์ BLDC ไม่จำเป็นต้องมีเครื่องแต่งฟอรมและเครื่องมัดเชือก จึงทำให้ไม่มีขั้นตอนการผลิตดังกล่าวนี้
- กระบวนการผลิตมีความประหยัดในการใช้พลังงานไฟฟ้ามาก

บริษัทฯ ได้เน้นการพัฒนาที่มีคุณภาพตรงตามมาตรฐาน และสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงตามเป้าหมาย เป็นไปตามมาตรฐานระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2008 และมาตรฐาน CE และ UL ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้คือ

- การผลิตมอเตอร์ที่มีคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนดและตรงตามความต้องการของลูกค้า
- การส่งมอบมอเตอร์ให้ลูกค้าอย่างตรงเวลาด้วยบริการที่ดีที่สุด
- เมื่อมีการร้องเรียนจากลูกค้า ลูกค้าจะได้รับการตอบสนองในทันที

แม้ว่าการผลิตมอเตอร์ เครื่องสูบน้ำและปั๊มน้ำ จะมีเทคโนโลยีการผลิตที่ไม่ซับซ้อนนักก็ตาม บริษัทฯ ก็ยังคงให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพของสินค้าอย่างต่อเนื่อง โดยมีฝ่ายงาน ซึ่งเป็นผู้ดำเนินงานด้านการพัฒนาและทดสอบผลิตภัณฑ์ใหม่อยู่เสมอ เพื่อให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น มีความปลอดภัยในการใช้งานสูง และตรงตามความต้องการใช้งานของ

ลูกค้า นอกจากนี้ยังมีการตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบ ชิ้นส่วนต่างๆ การตรวจสอบระหว่างกระบวนการผลิต และรับประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ตลอดจนการตรวจสอบสภาพการจัดเก็บรักษาก่อนส่งมอบให้ลูกค้า

อนึ่ง บริษัทฯ มีการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าหลังการขาย ด้วยการสอบถามความเห็นของลูกค้าทั้งด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ เช่น การส่งมอบผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงความพึงพอใจในการใช้ผลิตภัณฑ์ ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ หรือข้อเสนอแนะอื่นๆ เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการรับประกันคุณภาพสินค้าหลังการขายเป็นระยะเวลา 2 ปี หากผลิตภัณฑ์หรือสินค้าของบริษัทฯ มีปัญหภายในระยะเวลาประกัน บริษัทฯ จะดำเนินการซ่อมแซมหรือเปลี่ยนสินค้าให้ใหม่โดยไม่มีค่าใช้จ่าย โดยมีเงื่อนไขการรับประกันดังนี้

เงื่อนไขการรับประกัน

1. บริษัทฯ จะรับประกันผลิตภัณฑ์จากข้อผิดพลาดด้านการผลิต อันส่งผลต่อการใช้งานปกติ
2. การรับประกัน ครอบคลุมเฉพาะปัญหาที่เกิดจากสภาพการใช้งานปกติเท่านั้น การรับประกันจะไม่ครอบคลุมถึงในกรณี ดังต่อไปนี้
 - ความเสียหาย อันเกิดจากการใช้งานผิดประเภท หรือไม่ถูกวิธี
 - การขาดความรู้ ความชำนาญในการประกอบ หรือการใช้งาน
 - การดัดแปลงใช้งานที่ไม่ถูกวิธี ไม่ปฏิบัติตามข้อควรระวัง
 - ขาดการดูแลรักษา การถูกร่อน ที่เกิดจากสารเคมีต่างๆ

การพิจารณารับประกันจะดูจากผลิตภัณฑ์จริงของสินค้า ใบเสร็จรับเงินหรือหลักฐานอื่นๆ โดยนับจากวันที่ซื้อขายเป็นสำคัญ ซึ่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้รับการติดต่อจากลูกค้าเพื่อขอคืนสินค้าเป็นจำนวนและมูลค่าน้อยมาก ในอัตราประมาณร้อยละ 0.1 ของยอดขายในแต่ละปี

2. ด้านการกำหนดราคาขาย

นโยบายการตั้งราคาสินค้า บริษัทฯ มีการจัดทำนโยบายราคาตามประเภทสินค้าเพื่อให้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์และประเภทของลูกค้า ในการเสนอราคาจะถูกกำหนดตามความเหมาะสม ซึ่งคิดเทียบจากต้นทุนทั้งหมดที่เกิดขึ้นบวกอัตรากำไร (Mark Up Cost) ที่ผ่านมาบริษัทฯ จะไม่เน้นการแข่งขันด้านราคา หรือการตัดราคาขายเพื่อแข่งขันกับคู่แข่งมากนัก โดยการกำหนดราคาขายจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับกลุ่มตลาดผลิตภัณฑ์ และกลุ่มลูกค้า เนื่องจากบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก การส่งมอบที่ตรงเวลาและการให้บริการที่ดีเยี่ยม เพื่อให้ราคาสินค้าของบริษัทฯ อยู่ในเกณฑ์ที่ลูกค้าสามารถรับได้ ลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทฯ เป็นผู้ประกอบการผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า ดังนั้น จึงต้องการสินค้าที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัยในการใช้งาน เพราะมอเตอร์คือส่วนประกอบหลักในเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ลูกค้า ซึ่งเป็นผู้ผลิตได้ทำการจัดจำหน่าย ทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่จึงคำนึงถึงคุณภาพของมอเตอร์มากกว่าปัจจัยด้านราคา เพราะแม้ว่ามอเตอร์จะมีราคาถูกแต่หากไม่สามารถนำไปใช้งานได้ดี หรือใช้งานได้ไม่เป็นไปตามที่ต้องการ หรือมีความปลอดภัยในการใช้น้อย เพราะเมื่อเกิดปัญหากับเครื่องใช้ไฟฟ้านั้นๆ จะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และชื่อเสียงแบรนด์หรือตราสินค้าของเครื่องใช้ไฟฟ้า นั้นๆ ทันที

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย

ผลิตภัณฑ์มอเตอร์ นั้นเป็นส่วนประกอบหนึ่งซึ่งอยู่ในเครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ เช่น เครื่องปรับอากาศ และเครื่องจักรทางการเกษตร เป็นต้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่นั้นจะเป็นผู้บริโภคชั้นกลางที่นำมอเตอร์ไปประกอบเป็นเครื่องใช้ไฟฟ้า หรือซื้อไปเพื่อจำหน่ายให้กับผู้บริโภคชั้นสุดท้ายต่อไป ดังนั้นจึงเป็นปกติสำหรับผู้ประกอบการเกี่ยวกับการผลิตมอเตอร์ ที่มีกลุ่มลูกค้าโดย

หลัก คือ กลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการ / โรงงานผลิต และการจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่ายเป็นส่วนใหญ่ โดยสามารถแบ่งกลุ่มรายได้ตามช่องทางการจัดจำหน่ายเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า (Electronic Appliance Manufacturers)
2. กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ (International Customers)
3. กลุ่มร้านตัวแทนจำหน่าย (Agents) และกลุ่มร้านค้าส่ง (Dealers)
4. กลุ่มร้านค้าปลีกรายย่อย (Retailers) และลูกค้ารายย่อยอื่นๆ (Customers)
5. กลุ่มร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Traders) และห้างสรรพสินค้า (Department Stores)

บริษัทฯ ได้กำหนดแนวทางการบริหารจัดการด้านการจำหน่ายผ่านช่องทางต่างๆ ดังนี้

- การจัดจำหน่ายผ่านสำนักงานที่ตั้งโรงงาน เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่ให้บริการแก่ลูกค้ารายใหม่ที่เป็นลูกค้ารายย่อยทั่วไปที่มีความต้องการสินค้าของบริษัทฯ ในจำนวนไม่มาก โดยลูกค้าจะโทรศัพท์ติดต่อสำนักงานขายโดยตรงเพื่อซื้อสินค้า ซึ่งจะมีทีมงานฝ่ายขายคอยให้บริการอยู่
- การจัดจำหน่ายผ่านกลุ่มร้านค้าตัวแทนจำหน่าย กลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการ / โรงงานผลิต ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และร้านค้าปลีกรายย่อย ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้เป็นลูกค้ารายใหญ่ ที่มีการติดต่อซื้อขายสินค้ากับบริษัทฯ เป็นเวลานาน และสั่งซื้อครั้งละมากๆ บริษัทฯ จะมีทีมงานขายร่วมกับทีมวิศวกรเพื่อทำหน้าที่ให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละราย เนื่องจากความต้องการของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์มอเตอร์นั้นมีความแตกต่างกัน และบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับบริการหลังการขาย โดยจัดให้มีระบบขนส่งที่ดี และรวดเร็วสามารถส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าได้ตรงตามเวลาที่กำหนด และการตอบสนองทันทีเมื่อลูกค้าเกิดปัญหาการใช้งาน

บริษัทฯ ยังเล็งเห็นความสำคัญกับการเพิ่มช่องทางการสั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ของบริษัทฯ ซึ่งเป็นการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ (Online) เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายอีกทางหนึ่ง ซึ่งจะช่วยอำนวยความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้าให้กับลูกค้า ในอนาคตบริษัทฯ อาจเพิ่มช่องทางการจำหน่ายดังกล่าว เพื่อความคล่องตัวในการสั่งซื้อที่มากขึ้น

แม้ว่ารายได้จากการขายส่วนใหญ่จะเป็นการขายให้กับลูกค้าในประเทศโดยผ่านช่องทางต่างๆ ตามที่กล่าว บริษัทฯ ก็ยังคงให้ความสำคัญกับช่องทางการขายสินค้าต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น โดยมีพนักงานฝ่ายขายต่างประเทศให้บริการด้านการส่งออกโดยเฉพาะ ซึ่งบริษัทฯ จะเน้นส่งออกไปยังประเทศที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง ให้ความสำคัญกับคุณภาพและบริการเป็นหลัก เช่น ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น ประเทศในแถบยุโรปและตะวันออกกลาง นอกจากนี้บริษัทฯ ยังให้ความสนใจในการส่งสินค้าไปจำหน่ายยังประเทศในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) มากขึ้นในอนาคต เนื่องจากการเปิดการค้าเสรี ทำให้การค้าขายระหว่างกันในตลาดอาเซียนจะเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการในประเทศไทย ซึ่งจะช่วยให้บริษัทฯ สามารถผลิตสินค้าและส่งออกไปยังประเทศในระดับภูมิภาคในทวีปตะวันออกเฉียงใต้ได้มากขึ้น สำหรับประเทศในกลุ่ม AEC ที่บริษัทฯ มีแผนการขยายการส่งออกสินค้าไปจำหน่ายเพิ่มเติม ได้แก่ ลาว กัมพูชา และพม่า เป็นสำคัญ

4. ด้านการควบคุมและพิจารณาเครดิตของลูกค้า

บริษัทฯ มีการขายสินค้าให้กับลูกค้าทั้งเงินสด และการให้เครดิตทางการค้า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ มียอดลูกหนี้การค้าต่อยอดขายสุทธิคิดเป็นประมาณร้อยละ 21.61 ทั้งนี้ ตามนโยบายการให้เครดิตกับลูกค้า บริษัทฯ จะจำหน่ายผลิตภัณฑ์เป็นเงินสดให้กับกลุ่มลูกค้าใหม่ และพิจารณาการให้เครดิตหลังจากลูกค้ามีการซื้อขายสินค้ากับบริษัทฯ มาแล้วเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 6 เดือน โดยพิจารณาจากยอดซื้อ และความถี่ในการซื้อใน 6 เดือนที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังเน้นนโยบายการรับชำระเงินสด โดยกำหนดแนวทางในการปฏิบัติ ดังนี้

- ในกรณีที่สินค้าในคลังสินค้า ลูกค้าจะต้องโอนเงินเป็นเงินสด ก่อนการส่งสินค้าเท่านั้น
- ในกรณีที่สินค้ามีความพิเศษ หรือถูกสั่งผลิตโดยเฉพาะลูกค้ารายใดรายหนึ่ง บริษัทฯ จะดำเนินการเรียกเก็บเป็นเงินสดเต็มจำนวน
- ในกรณีที่สินค้าปกติ สามารถใช้กับลูกค้าได้หลายราย แต่ไม่มีสินค้าในคลังสินค้า บริษัทฯ จะเรียกเก็บชำระเงินเป็นเงินสดบางส่วนก่อน เช่น ร้อยละ 30 ร้อยละ 50 แล้วแต่การพิจารณาของบริษัทฯ

สำหรับกลุ่มลูกค้าที่ได้รับเครดิตทางการค้า บริษัทฯ มีนโยบายให้เครดิตเทอมโดยส่วนใหญ่ประมาณ 30 วัน แต่ไม่เกิน 90 วัน ยกเว้นลูกค้าต่างประเทศจะให้เครดิตทางการค้าประมาณ 30 – 60 วัน ซึ่งเครดิตเทอมจะต้องได้รับการพิจารณาอนุมัติจากผู้บริหารของบริษัทเป็นรายกรณีไป ในกรณีที่ลูกค้ามีการค้างชำระเกินกำหนดตามเงื่อนไข บริษัทฯ จะทำการติดตามทวงถามตามขั้นตอนที่กำหนด ตั้งแต่ติดตามทางวาจา ติดตามเป็นลายลักษณ์อักษร จนถึงการทำนิติการดำเนินคดีตามกฎหมายจนถึงที่สุด นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้มีการกำหนดนโยบายการตั้งค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ โดยใช้หลักเกณฑ์ในการวิเคราะห์อายุของลูกค้าที่ประกอบกับการประเมินสภาพทางการเงินปัจจุบันของลูกค้าเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาการตั้งค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ และมีการกำหนดช่วงอายุของลูกค้าและสภาพของลูกหนี้ไว้เป็นเกณฑ์ในการตั้งค่าเผื่อนี้สงสัยของลูกค้าที่มีอายุนี้นี้ค้างชำระ ซึ่งจากข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ มีการตั้งค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ จำนวน 4.72 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.90 ของลูกหนี้การค้าทั้งหมด

5. นโยบายด้านการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์

บริษัทฯ มุ่งเน้นการให้ความสำคัญกับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยตรง ซึ่งสื่อที่ใช้ในการโฆษณหลักๆ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท www.pioneermotor.th.com เพื่อเป็นช่องทางช่วยให้ลูกค้าทุกประเภท รวมไปถึงผู้บริโภคทั่วไป สามารถเข้าถึงข้อมูลและทำความรู้จักบริษัทฯ และผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ จำหน่าย นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการออกงานเพื่อแสดงสินค้าต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการในสินค้าของบริษัทฯ โดยตรง อาทิ

- การออกงานแสดงสินค้า ACREX 2016 ที่มูมไบ ประเทศอินเดีย ในเดือนกุมภาพันธ์ 2559
- การออกงานแสดงสินค้า งาน CRH 2016 ที่ศูนย์นิทรรศการนานาชาติเมืองปักกิ่ง ประเทศจีน ในเดือนเมษายน 2559
- การออกงานแสดงสินค้า งาน ISK-SODEX 2016 ที่อิสตันบูล ประเทศตุรกี ในเดือนพฤษภาคม 2559
- การออกงานแสดงสินค้า งาน REVAC'16 ASEAN M&E SHOW 2016 ที่กัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซียในเดือนพฤษภาคม 2559
- การออกงานแสดงสินค้า งาน Refrigeration & HVAC Indonesia 2016 ที่กรุงจาการ์ตา ประเทศอินโดนีเซียในเดือนกันยายน 2559
- การออกงานแสดงสินค้า งาน THE BIG 5 SHOW 2016 เมืองดูไบ Dubai World ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ในเดือนพฤศจิกายน 2559
- การออกงานแสดงสินค้า CAMBUILD 2016 ที่กัมพูชา ในเดือนพฤศจิกายน 2559
- การออกงานแสดงสินค้า งาน METALEX 2016 ที่ไบเทคบางนากรุงเทพมหานคร ในเดือนพฤศจิกายน 2559

รวมทั้ง บริษัทฯ มีนโยบายให้พนักงานพยายามสร้างความสัมพันธ์ และความคุ้นเคยกับลูกค้า เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของลูกค้า โดยจะมีการส่งพนักงานขายไปพบลูกค้า เพื่อสอบถามถึงความพึงพอใจของสินค้าและบริการ ซึ่งวิธีนี้จะทำให้พนักงานและวิศวกรรู้ถึงตามความต้องการที่แท้จริง เพื่อให้สามารถนำมาปรับปรุงและพัฒนาการผลิตสินค้าให้มี

ประสิทธิภาพดีขึ้น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการใช้งานของลูกค้า และการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเพื่อให้เกิดการบอกต่อ ประกอบกับบริษัทฯ ยังให้ความสำคัญต่อการสนับสนุนกิจกรรมและงานทางด้านสังคม อาทิเช่น การมอบอุปกรณ์การเรียนและของใช้ในการศึกษา ให้แก่โรงเรียน เนื่องในวันสำคัญต่างๆ การบริจาคบิ๊มน้ำให้กับผู้ประสบอุทกภัย เป็นต้น

2.4 ภาวะอุตสาหกรรม

ภาวะอุตสาหกรรมในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต

เนื่องด้วยผลิตภัณฑ์มอเตอร์ ถือเป็นส่วนประกอบหนึ่งของเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ในอุตสาหกรรมไทย ซึ่งในปัจจุบันยังไม่มีหน่วยงานหรือองค์กรใดเก็บรวบรวมและจัดทำข้อมูลเฉพาะที่เกี่ยวกับมอเตอร์อย่างจริงจัง ดังนั้น เพื่อให้ในการวิเคราะห์ภาวะอุตสาหกรรมในปัจจุบันและแนวโน้มที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต การวิเคราะห์ดังกล่าวจึงจำเป็นต้องใช้การอ้างอิงจากอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ และอุตสาหกรรมเครื่องจักรและอุปกรณ์การเกษตร ซึ่งสะท้อนปริมาณความต้องการมอเตอร์เพื่อใช้ในการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ และเครื่องจักรทางการเกษตร ซึ่งอาจเป็นปัจจัยแปรผันตามกัน โดยมีภาพรวมและการคาดการณ์แนวโน้มการเติบโตทางเศรษฐกิจของโลก เศรษฐกิจของประเทศไทย อุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศ และอุตสาหกรรมเครื่องจักรและอุปกรณ์การเกษตร ของประเทศไทยทั้งในปัจจุบัน และการคาดการณ์ในอนาคต โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.4.1 ภาพรวมเศรษฐกิจโลก

ภาวะการผลิตอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในปี 2559 มีดัชนีผลผลิตอยู่ที่ระดับ 110.75 เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.46 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.55 เมื่อเทียบกับ ปีก่อน เนื่องจาก IC เป็นชิ้นส่วนสำคัญในการพัฒนาสินค้าที่มีการใช้เทคโนโลยีที่สูงขึ้น ส่วนกลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้ามีการปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.71 เมื่อเทียบกับปีก่อน เนื่องจากเครื่องปรับอากาศสามารถขยายตัวได้ ทั้งตลาดในประเทศและตลาดส่งออกหลักต่อเนื่องมาตั้งแต่ต้นปีและเครื่องซักผ้ามีการขยายตัวอย่างมากในไตรมาสที่ 3 เนื่องจากผู้ผลิตบางรายมีการขยายกำลังการผลิต โดยเริ่มผลิตและส่งออตั้งแต่เดือนสิงหาคมที่ผ่านมา

การส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในปี 2559 มีมูลค่า 53,375 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 1.1 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยการส่งออกไปตลาดหลักปรับตัวลดลงเกือบทั้งหมด ได้แก่ อาเซียน สหภาพยุโรป จีน และญี่ปุ่น ยกเว้นสหรัฐอเมริกาที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น

ในปี 2560 คาดว่าอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์มีการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.3 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยอุตสาหกรรมไฟฟ้าคาดว่าจะมีการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.2 เมื่อเทียบกับปีก่อน จากการฟื้นตัวของตลาดในประเทศและการส่งออกตามภาวะเศรษฐกิจที่ดีขึ้น สำหรับอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์จะมีการผลิตเพิ่มขึ้น ร้อยละ 2.4 เมื่อเทียบกับปีก่อน เนื่องจาก IC เป็นชิ้นส่วนสำคัญในการพัฒนาสินค้าที่มีการใช้เทคโนโลยีที่สูงขึ้น (ที่มา:สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม)

2.4.2 ภาพรวมเศรษฐกิจประเทศไทย

เศรษฐกิจไทยในปี 2560 สำนักงานเศรษฐกิจการคลังคาดว่า เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มขยายตัวเร่งขึ้นมาอยู่ที่ร้อยละ 3.4 (โดยมีช่วงคาดการณ์ที่ร้อยละ 2.9 - 3.9) โดยได้รับแรงส่งของการใช้จ่ายภาครัฐที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่องโดยเฉพาะโครงการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมใหม่ๆ ที่คาดว่าจะเริ่มดำเนินการได้ในช่วงครึ่งหลังของปี 2560 อาทิ โครงการรถไฟทางคู่ และรถไฟฟ้ามหานครในเขตเมือง ประกอบกับแนวโน้มรายได้เกษตรกรที่ปรับตัวดีขึ้นตามราคาสินค้าโภคภัณฑ์ในตลาดโลกคาดว่าจะเป็แรงสนับสนุนให้การบริโภคภาคเอกชนฟื้นตัว นอกจากนี้ เศรษฐกิจประเทศคู่ค้าที่เริ่มมีแนวโน้มขยายตัวดีขึ้น ประกอบกับแนวโน้มค่าเงินบาทที่มีแนวโน้มอ่อนค่าต่อเนื่อง คาดว่าจะส่งผลดีต่อปริมาณคำสั่งซื้อสินค้าส่งออก ขณะที่การส่งออกบริการคาดว่าจะยังคงขยายตัวต่อเนื่องตามการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศในด้านเสถียรภาพภายในประเทศ คาดว่าอัตราเงินเฟ้อทั่วไปในปี 2560 จะอยู่ที่ร้อยละ 2.1 (โดยมีช่วงคาดการณ์ที่ร้อยละ 1.6 - 2.6)

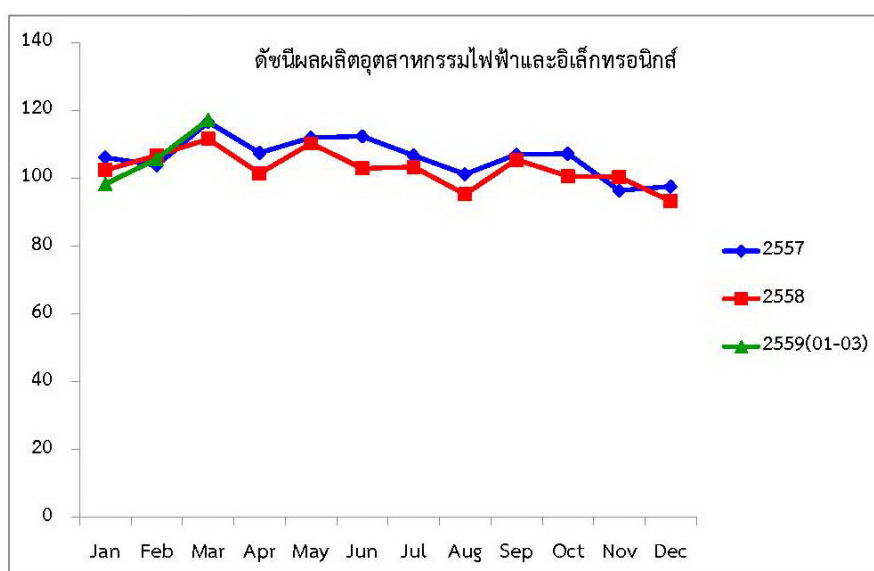
ปรับตัวสูงขึ้นจากปีนี้ ตามแนวโน้มราคาน้ำมันในตลาดโลกที่มีทิศทางเพิ่มขึ้น และการอ่อนค่าของเงินบาท(ที่มา: บทความ รายงานประมาณการเศรษฐกิจไทยปี 2559 -ปี 2560 โดยสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง)

สำหรับแนวโน้มภาคอุตสาหกรรม ในปี 2560 คาดว่าเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าหลักของไทย 15 ประเทศจะขยายตัวร้อยละ 3.34 แรงขึ้นเล็กน้อย จากปีก่อนหน้า นำโดยการฟื้นตัวของเศรษฐกิจสหรัฐฯ ญี่ปุ่น มาเลเซีย และเวียดนาม ขณะที่คาดว่าเศรษฐกิจจีนจะยังคง ขยายตัวชะลอลงต่อเนื่อง จากการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจ (ที่มา: สรุปภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมปี 2559 และแนวโน้มปี 2560 โดยสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม)

2.4.3 ภาพรวมอุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต

การผลิตอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของเดือนมกราคม 2559 มีดัชนีผลผลิตลดลงร้อยละ 4.03 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน โดยอุตสาหกรรมไฟฟ้ามีดัชนีผลผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.34 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าส่วนใหญ่มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นเกือบทั้งหมด เช่น เครื่องปรับอากาศแบบแยกส่วนคอนเดนซิ่ง เครื่องปรับอากาศแบบแยกส่วนแฟนครอยล์ยูนิต คอมเพรสเซอร์ตู้เย็น เครื่องซักผ้า เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.02, 17.18, 5.46, 3.76 และ 12.40 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนตามลำดับ เนื่องจากการส่งออกเครื่องปรับอากาศไปตลาดหลักบางตลาดเริ่มปรับตัวเพิ่มขึ้น เช่น สหภาพยุโรป อาเซียนและสหรัฐอเมริกา (ที่มา: สายงานวิชาการ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย)

สถานการณ์การผลิตของอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์เดือนมีนาคม 2559 มีค่าดัชนีผลผลิตเป็น 117.25 ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.93 เมื่อเทียบกับเดือนก่อน และปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.07 เมื่อเทียบกับช่วงเดือนเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากการปรับตัวเพิ่มขึ้นของการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าเป็นหลัก สินค้าที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นค่อนข้างมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ เตาอบไมโครเวฟ เครื่องปรับอากาศแบบแยกส่วน แฟนครอยล์ยูนิต และเครื่องปรับอากาศแบบแยกส่วน คอนเดนซิ่งยูนิต โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 36.70, 13.29 และ 13.11 ตามลำดับเนื่องจากภาวะจากคำสั่งซื้อที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นของเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า เช่น อาเซียน และสหภาพยุโรป เป็นต้น ประกอบกับการออกเครื่องปรับอากาศรุ่นใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดในประเทศ ที่มีสภาพอากาศร้อนจัด

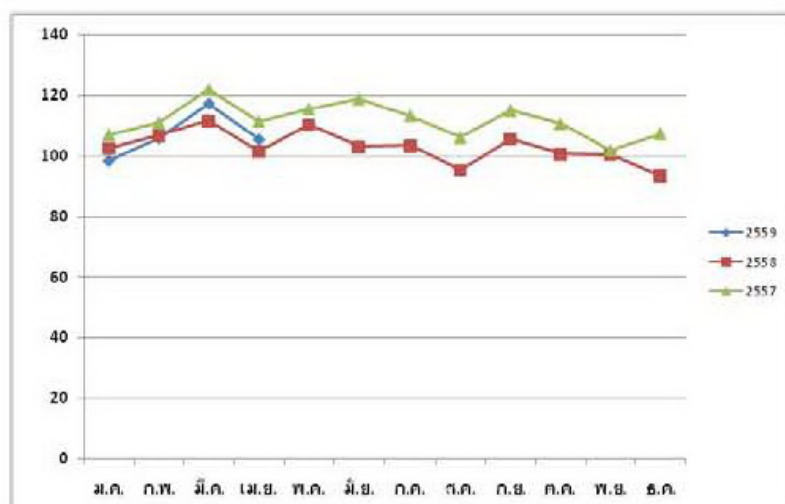


ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

ภาพรวมภาวะการผลิตอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของเดือนมีนาคม 2559 มีดัชนีผลผลิตอยู่ที่ระดับ 117.25 เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.07 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน โดยอุตสาหกรรมไฟฟ้ามีดัชนีผลผลิตอยู่ที่ระดับ 142.09

เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.10 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าส่วนใหญ่มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นเกือบทั้งหมด เช่น เครื่องปรับอากาศแบบแยกส่วนคอนเดนซิ่ง เครื่องปรับอากาศแบบแยกส่วนแฟนคอยล์ยูนิต ตู้เย็น เครื่องซักผ้า เต้าไมโครเวฟ เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.11, 13.29, 6.09, 0.19 และ 36.70 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน ตามลำดับ เนื่องจากการจำหน่ายในประเทศเพิ่มสูงขึ้นและการส่งออกไปตลาดอาเซียนเพิ่มขึ้นมา รวมถึงการส่งออกไปตลาดสหภาพยุโรปเริ่มกลับมาฟื้นตัวได้บ้าง ยกเว้นเครื่องรับโทรทัศน์ลดลงร้อยละ 64.83 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากมีการย้ายฐานการผลิตเครื่องรับโทรทัศน์จากไทยไปยังประเทศในอาเซียน

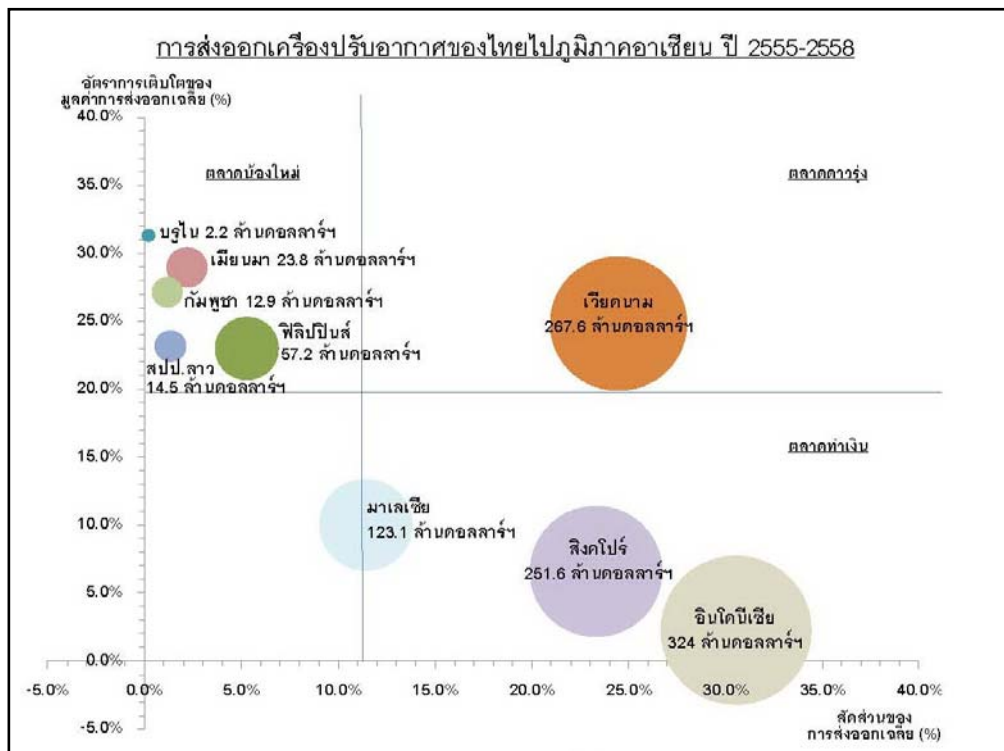
ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์



ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

มูลค่าการส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์เดือนมีนาคม 2559 มีมูลค่า 4,543.89 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 2.63 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน สินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้ามีมูลค่าการส่งออก 2,024.22 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 1.83 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากการส่งออกไปจีนและสหรัฐอเมริกาลดลงร้อยละ 7.02 และ 8.07 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ตามลำดับ ยกเว้นอาเซียน สหภาพยุโรป และญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.60, 2.31 และ 6.78 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน ตามลำดับ สินค้าหลักที่ปรับตัวลดลง เช่น เครื่องปรับอากาศ มีมูลค่าส่งออก 455.36 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 0.73 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน จากการส่งออกไปจีน สหรัฐอเมริกา และ ญี่ปุ่นลดลงร้อยละ 52.41, 5.71 และ 23.11 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน ตามลำดับ ขณะที่ตู้เย็นมีมูลค่า 139.86 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.44 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน จากการส่งออกไปตลาดหลักเกือบทั้งหมดปรับตัวเพิ่มขึ้นได้แก่ อาเซียน สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่นร้อยละ 21.29, 6.57, 13.24 และ 19.17 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน ตามลำดับ

ภาพรวมอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์เดือนเมษายน 2559 จากแบบจำลองดัชนีชี้หน้าที่จัดทำโดยสถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ประมาณการแนวโน้มการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ลดลงร้อยละ 1.06 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน โดยอุตสาหกรรมไฟฟ้าคาดว่าจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.88 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากการจำหน่ายในประเทศเริ่มฟื้นตัวขึ้นโดยเฉพาะเครื่องใช้ไฟฟ้าทำความเย็นเช่น เครื่องปรับอากาศ และตู้เย็น รวมถึงการส่งออกไปตลาดอาเซียนมีการขยายตัวได้ดี



ที่มา: กระทรวงพาณิชย์ รวบรวมโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย

การส่งออกเครื่องปรับอากาศของไทยไปอาเซียน สามารถจัดกลุ่มประเทศที่ไทยทำการส่งออกได้เป็น 3 ตลาด ได้แก่ (1) ตลาดดาวรุ่ง คือ ตลาดเวียดนาม ซึ่งปัจจัยหนุนที่ทำให้ไทยสามารถส่งออกเครื่องปรับอากาศไปเวียดนามได้มาก สืบเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจเวียดนามเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้ชนชั้นกลางขยายตัวขึ้นจาก 8 ล้านคนในปี 2555 เป็น 12 ล้านคนในปี 2558 และคาดการณ์ว่าในปี 2563 ชนชั้นกลางจะเพิ่มขึ้นเป็น 44 ล้านคน นอกจากนี้ ยังมีการผ่อนคลายกฎหมายการถือครองบ้านและที่ดินโดยอนุญาตให้คนต่างชาติสามารถเป็นเจ้าของอสังหาริมทรัพย์ได้อย่างเสรี ส่งผลให้ตลาดอสังหาริมทรัพย์ขยายตัวเป็นอย่างมากโดยในครึ่งหลังของปี 2559 คาดว่าจะมีอาคารที่พักอาศัยประมาณ 100,000 หน่วย เพิ่มขึ้นประมาณ 60,000 หน่วย และอาคารสำนักงานพื้นที่ประมาณ 250,000 ตารางเมตร เพิ่มขึ้นประมาณ 30,000 ตารางเมตร จากที่แล้วเสร็จในครึ่งแรกของปี ทำให้มีผลต่อเนื่องให้เกิดความต้องการเครื่องปรับอากาศ ดังนั้น ในช่วงครึ่งหลังของปี 2559 ไทยน่าจะยังคงสามารถส่งออกเครื่องปรับอากาศไปตลาดเวียดนามได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องอันเกิดจากการขยายตัวของภาคอสังหาริมทรัพย์โดยคาดว่าในปี 2559 ไทยน่าจะส่งออกเครื่องปรับอากาศไป เวียดนาม คิดเป็นมูลค่าประมาณ 581.7 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 52.4 เพิ่มขึ้นจากปี 2558 ที่ขยายตัวร้อยละ 29.0 และมีมูลค่าการส่งออกอยู่ที่ 381.8 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (2) ตลาดทำเงินได้แก่ ตลาดอินโดนีเซีย, สิงคโปร์ และมาเลเซีย โดยทั้งสามประเทศในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาภาวะเศรษฐกิจมีแนวโน้มปรับตัวลดลง ประกอบกับการดำเนินนโยบายด้านภาษีอสังหาริมทรัพย์ของภาครัฐเพื่อชะลอความต้องการอสังหาริมทรัพย์ของผู้บริโภคที่มีการขยายตัวเป็นอย่างมาก เช่น สิงคโปร์มีการจัดเก็บภาษีจากผู้ซื้อและผู้ขายอสังหาริมทรัพย์ทั้งมือหนึ่งและมือสอง มาเลเซียจัดเก็บภาษีจากกำไรที่เกิดจากการขายอสังหาริมทรัพย์และปรับราคาขั้นต่ำของอสังหาริมทรัพย์ที่คนต่างชาติครอบครองได้จาก 5 แสนริงกิตเป็น 1 ล้านริงกิต เป็นต้น เป็นผลให้มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศของไทยไปทั้งสามประเทศมีการปรับตัวลดลง อย่างไรก็ตาม ในครึ่งแรกของปี 2559 แนวโน้มเศรษฐกิจของอินโดนีเซียเริ่มส่งสัญญาณฟื้นตัว ประกอบกับการดำเนินแผนพัฒนาประเทศที่จะมีการก่อสร้างบริการพื้นฐานของรัฐ เช่น อาคารสำนักงาน, สถานพยาบาล และสถานศึกษา เป็นต้น ดังนั้นปัจจัยหนุนจากภาวะเศรษฐกิจและการลงทุน

อสังหาริมทรัพย์ของภาครัฐ น่าจะกระตุ้นให้การส่งออกเครื่องปรับอากาศของไทยไปอินโดนีเซียในช่วงที่เหลือของปี 2559 มีอัตราการเติบโตเป็นบวก และส่งผลให้การส่งออกตลอดทั้งปีพลิกกลับมาเป็นบวกได้เช่นกัน

ในปี 2559 ไทยน่าจะสามารถส่งออกเครื่องปรับอากาศไปอินโดนีเซีย คิดเป็นมูลค่าประมาณ 258.50 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวราวร้อยละ 10.70 โดยกลับมาเติบโตหลังจากที่มีการหดตัวในปี 2558 ที่ร้อยละ 20.60 ด้วยมูลค่าการส่งออกประมาณ 233.50 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนสิงคโปร์และมาเลเซีย แม้ว่าจะมีปัจจัยหนุนจากความต้องการอสังหาริมทรัพย์ของผู้บริโภคและการดำเนินแผนพัฒนาประเทศของรัฐบาล แต่ผลจากความซบเซาของภาวะเศรษฐกิจและมาตรการด้านภาษีอสังหาริมทรัพย์อาจส่งผลให้การส่งออกเครื่องปรับอากาศของไทยไปทั้งสองประเทศในช่วงที่เหลือของปี 2559 หดตัวตามไปด้วย โดยคาดว่าในปี 2559 ไทยน่าจะสามารถส่งออกเครื่องปรับอากาศไปสิงคโปร์ คิดเป็นมูลค่าประมาณ 249.30 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวราวร้อยละ 10.80 ปรับลดลงจากปี 2558 ที่มีการขยายตัวร้อยละ 8.50 และมูลค่าการส่งออกประมาณ 279.60 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนมาเลเซียนั้น ไทยน่าจะสามารถส่งออกเครื่องปรับอากาศ คิดเป็นมูลค่าประมาณ 105.50 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวราวร้อยละ 9.20 ปรับตัวดีขึ้นจากปี 2558 ที่มีการหดตัวที่ร้อยละ 12.60 และมูลค่าการส่งออกประมาณ 116.20 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

อัตราการเติบโตของปริมาณการส่งออกเครื่องปรับอากาศของไทยไปยังภูมิภาคอาเซียน

ประเทศ	2557	2558	ค่าเฉลี่ย 54-58	2559H1	2558H2	2559F
อาเซียน	-0.7%	2.9%	9.2%	23.5%	-7.1%	18.2%
เวียดนาม	24.5%	29.0%	17.7%	61.9%	24.0%	52.4%
อินโดนีเซีย	-24.0%	-20.6%	6.4%	18.0%	-23.4%	10.7%
สิงคโปร์	1.5%	8.5%	7.8%	-15.9%	-8.9%	-10.8%
มาเลเซีย	-2.7%	-12.6%	3.1%	-9.2%	-19.9%	-9.2%
ฟิลิปปินส์	35.4%	-2.3%	24.0%	23.7%	-2.8%	15.0%
กัมพูชา	48.7%	5.6%	29.3%	14.4%	6.8%	12.7%
สปป.ลาว	-4.6%	59.4%	15.1%	97.6%	103.5%	67.8%
เมียนมา	19.0%	-22.3%	25.9%	-24.1%	-43.6%	-7.3%
บรูไน	-4.4%	39.5%	26.1%	-46.5%	-3.1%	-31.9%

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์ รวบรวมโดยศูนย์วิจัยกสิกร

(3) ตลาดน้องใหม่ ประกอบด้วยตลาดฟิลิปปินส์และกลุ่มประเทศ CLM คือกัมพูชา สปป.ลาว และเมียนมาร์ สำหรับบรูไนแม้มีอัตราการเติบโตของมูลค่าการส่งออกโดยเฉลี่ยที่สูง แต่ขนาดของตลาดค่อนข้างเล็กจึงมีความสำคัญรองลงมา ฟิลิปปินส์เป็นศูนย์กลางธุรกิจรับจ้างบริหารระบบธุรกิจ (BPO) และมีการขยายสาขาเพิ่มของบริษัทเดิมและการตั้งสาขาของบริษัทใหม่อย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์เพิ่มขึ้น โดยข้อมูลธุรกรรมทางการเงินของภาคอสังหาริมทรัพย์ในปี 2557 พบว่า ร้อยละ 67.00 เป็นธุรกรรมทางการเงินที่เชื่อมโยงกับธุรกิจ (BPO) ส่งผลให้เกิดความต้องการเครื่องปรับอากาศตามมา ดังนั้น ในช่วงครึ่งหลังของปี 2559 การส่งออกเครื่องปรับอากาศไปฟิลิปปินส์น่าจะยังคงเติบโตต่อเนื่อง โดยมีสาเหตุหลักมาจากความต้องการอาคารสำนักงานของธุรกิจ (BPO) ในปี 2559 ไทยจะสามารถส่งออกเครื่องปรับอากาศไปฟิลิปปินส์ คิดเป็นมูลค่าประมาณ 75.90 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวราวร้อยละ 15.00 ปรับตัวดีขึ้นจากปี 2558 ที่มีการหดตัวร้อยละ 2.30 และมูลค่าการส่งออกอยู่ที่ 66.00 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

สำหรับกลุ่มประเทศ CLM แม้ว่าไทยจะสามารถส่งออกเครื่องปรับอากาศในมูลค่าไม่มากแต่ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมามูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศไปตลาด CLM มีการขยายตัวโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงประกอบกับแรงหนุนจากภาวะ

เศรษฐกิจในแต่ละประเทศและการมีทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ที่สามารถจูงใจให้ต่างชาติเข้าไปลงทุน ตลอดจนส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศได้อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่ช่วงครึ่งหลังของปี 2558 เป็นต้นมา มูลค่าการส่งออกเครื่องปรับอากาศของไทยไปเมียนมาร์มีการหดตัวลง ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากภาวะเศรษฐกิจของเมียนมาร์ชะลอตัวจากปัญหาอุทกภัย และการยังไม่ตัดสินใจลงทุนใหม่ในช่วงก่อนการเลือกตั้ง แต่เมื่อมีความชัดเจนทางการเมืองหลายฝ่ายก็มองว่าเศรษฐกิจของเมียนมาร์จะกลับมาฟื้นตัวอีกครั้ง ดังนั้นปัจจัยเกื้อหนุนเหล่านี้จะทำให้ภาคอสังหาริมทรัพย์ในทั้งสามประเทศยังคงเติบโตและจะก่อให้เกิดความต้องการเครื่องปรับอากาศ ในปี 2559 ไทยจะสามารถส่งออกเครื่องปรับอากาศไปกลุ่มประเทศ CLM คิดเป็นมูลค่าประมาณ 76.60 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวราวร้อยละ 23.50 จากปี 2558 ที่มีขยายตัวเพียงร้อยละ 3.00 และมูลค่าการส่งออกประมาณ 62.00 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

การใช้งานเครื่องปรับอากาศของผู้บริโภคในอาเซียนแตกต่างกันตามสภาพแวดล้อมและการใช้ชีวิต

ผู้บริโภคแต่ละประเทศในอาเซียนมีพฤติกรรมการใช้งานเครื่องปรับอากาศที่แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่แปรผันไปตามสภาพแวดล้อมและการใช้ชีวิตของประชาชนในแต่ละพื้นที่ผู้ประกอบการไทยควรทำความเข้าใจและศึกษาลักษณะการใช้งานของผู้บริโภค เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและแข่งขันกับผู้ผลิตรายอื่นๆ ได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดส่งออกสำคัญที่มีการขยายตัวเป็นวงและมีมูลค่าการส่งออกสูงได้แก่ เวียดนาม อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์

1. เวียดนาม มีสภาพอากาศแบบมรสุมเขตร้อน ทำให้ประชาชนมีความต้องการเครื่องปรับอากาศ แต่ราคาต่อหน่วยของเครื่องปรับอากาศยังถือว่าสูงและอัตราค่าไฟฟ้าที่ปรับขึ้นทุกๆ ปี ทำให้การใช้จ่ายยังคงอยู่เฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางถึงสูง และอาศัยอยู่ในเขตเมืองเท่านั้น โดยเครื่องปรับอากาศที่มีการใช้งานมากที่สุด คือ เครื่องปรับอากาศขนาด 9,000-12,000 บีทียู/ชม. โดยราคาจำหน่ายเฉลี่ยเครื่องปรับอากาศแบรนด์ต่างชาติขนาด 12,000 บีทียู/ชม. อยู่ที่ประมาณ 12,900,000-13,400,000 ดอลลาร์สหรัฐ ทั้งนี้ คนเวียดนามมักซื้อเครื่องปรับอากาศตามคำแนะนำของร้านค้าปลีก โดยร้านค้าปลีกมักมีความสัมพันธ์ที่ดีกับแบรนด์ต่างชาติ เนื่องจากได้รับงบประมาณสูงในการจัดกิจกรรมด้านการตลาดและการส่งเสริมการขายต่างๆ หากผู้ประกอบการไทยต้องการเข้าไปทำธุรกิจการจัดจำหน่ายเครื่องปรับอากาศ ควรอาศัยช่องทางร้านค้าปลีกในเข้าการสู่ตลาดดังกล่าว นอกจากนี้ คนเวียดนามยังมีความเชื่อว่าแบรนด์ต่างชาติมีคุณภาพและคงทนกว่า ซึ่งแบรนด์ต่างชาติส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าจากฐานการผลิตในไทย

2. อินโดนีเซีย ผู้บริโภคนิยมใช้เครื่องปรับอากาศขนาดเล็กที่มีขนาดตั้งแต่ 5,000-9,000 บีทียู/ชม. (ราคาจำหน่ายเฉลี่ยประมาณ 2.4-3.9 ล้านรูเปียห์) คิดเป็นประมาณร้อยละ 80 ของทั้งตลาด และส่วนใหญ่จะใช้แบบติดผนัง เพราะคนอินโดนีเซียมักกันห้องขนาดเล็กสำหรับติดตั้งเครื่องปรับอากาศเพื่อช่วยควบคุมค่าใช้จ่าย อย่างไรก็ตามในปัจจุบันเครื่องปรับอากาศระบบอินเวอร์เตอร์(Inverter) เริ่มมีการใช้งานมากขึ้นโดยมีอัตราการใช้เครื่องร้อยละ 3.79 แต่ด้วยค่าไฟฟ้าที่มีการปรับขึ้น อาจส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการเครื่องปรับอากาศที่จะมาช่วยประหยัดพลังงานและค่าใช้จ่ายได้ในอนาคต ทั้งนี้ คนอินโดนีเซียมักเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศตามซูเปอร์มาร์เก็ตและห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ เนื่องจากมีสินค้าให้เลือกหลากหลายพร้อมทั้งมีกิจกรรมส่งเสริมการขาย ดังนั้น หากผู้ประกอบการไทยสนใจจะเข้าไปดำเนินธุรกิจการจัดจำหน่ายเครื่องปรับอากาศควรอาศัยช่องทางของซูเปอร์มาร์เก็ตและห้างค้าปลีกขนาดใหญ่

3. ฟิลิปปินส์ ผู้บริโภคนิยมใช้เครื่องปรับอากาศแบบติดหน้าต่าง เนื่องจากเครื่องปรับอากาศแบบนี้ได้รับตราราคาถูก ซึ่งคนฟิลิปปินส์ค่อนข้างมีความอ่อนไหวต่อราคา ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้ง่ายกว่าเครื่องปรับอากาศแบบอื่น โดยคนฟิลิปปินส์มักเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศที่ร้านค้าปลีก เนื่องจากมีความสะดวกในการจับจ่าย ดังนั้น หากผู้ประกอบการไทยสนใจดำเนินธุรกิจการจัดจำหน่ายเครื่องปรับอากาศควรอาศัยช่องทางร้านค้าปลีกในการสู่ตลาดดังกล่าว นอกจากนี้รัฐบาลมีนโยบายฉลากอัตราส่วนประสิทธิภาพของเครื่องปรับอากาศที่จะต้องติดไว้ที่ตัวเครื่อง โดยผลิตภัณฑ์ที่มีอัตราส่วนประสิทธิภาพสูงจะช่วยประหยัดค่าไฟฟ้าทำให้ในปัจจุบันคนฟิลิปปินส์หันมาสนใจและต้องการใช้เครื่องปรับอากาศระบบอินเวอร์เตอร์เพิ่มขึ้น

การทำตลาดตามพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ อย่างไรก็ตาม การพิจารณาปัจจัยอื่นของแต่ละประเทศประกอบด้วย ไม่ว่าจะเป็นสภาพเศรษฐกิจ สภาพสังคม นโยบายรัฐบาล รวมถึงการดำเนินธุรกิจของคู่แข่งในตลาดโดยเฉพาะผู้ประกอบการจีนที่มีความได้เปรียบด้านราคาเมื่อเทียบกับผู้ผลิตเพื่อส่งออกรายอื่น ทั้งนี้ในระยะข้างหน้าการส่งออกเครื่องปรับอากาศของไทยไปอาเซียนยังคงแนวโน้มสดใส เนื่องจากการลงทุนในภาคอสังหาริมทรัพย์ยังคงขยายตัวตามการเพิ่มขึ้นของชนชั้นกลางในภูมิภาคและภาวะเศรษฐกิจของอาเซียนที่มีการคาดการณ์ว่าจะเติบโตอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ การส่งออกเครื่องปรับอากาศของไทยยังมีปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญจากการที่ไทยเป็นประเทศผู้ผลิตเครื่องปรับอากาศแบบครบวงจรและมีสัดส่วนการใช้ชิ้นส่วนภายในประเทศค่อนข้างสูง ทำให้ในปัจจุบันไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกเครื่องปรับอากาศรายใหญ่อันดับสองของโลกและอันดับหนึ่งในอาเซียน อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการไทยมีโอกาสดูแลความเสียหายจากประเทศคู่ค้าที่จะมีนักลงทุนต่างชาติเข้าไปลงทุนเพื่อขยายกำลังการผลิตเครื่องปรับอากาศมากขึ้นในระยะอันใกล้ ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยควรเร่งพัฒนาสายการผลิตภายในประเทศให้มีความเข้มแข็งเพื่อให้ไทยยังคงรักษาความได้เปรียบจากการเป็นฐานการผลิตเครื่องปรับอากาศได้ต่อไป (ที่มา: กระทรวงพาณิชย์ รวบรวมโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย)

2.4.4 ภาพรวมอุตสาหกรรมเครื่องจักรและอุปกรณ์การเกษตรในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต

เนื่องด้วยผลิตภัณฑ์มอเตอร์กำลังสำหรับภาคอุตสาหกรรม และเครื่องสูบน้ำ เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ทำรายได้ให้กับบริษัท นอกเหนือจากกลุ่มผลิตภัณฑ์มอเตอร์สำหรับเครื่องปรับอากาศ โดยผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ จะถูกนำมาใช้ประโยชน์ทั้งในภาคครัวเรือนและภาคอุตสาหกรรม ซึ่งปัจจุบันกลุ่มผลิตภัณฑ์นี้จะถูกนำไปใช้ในงานทางการเกษตรมากขึ้น โดยถือเป็นหนึ่งในเครื่องจักรกลทางการเกษตรที่มีความสำคัญ ด้วยเหตุนี้ภาวะอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลเกษตรจึงสามารถเป็นตัวบ่งชี้และแสดงถึงแนวโน้มอุตสาหกรรมมอเตอร์กำลัง และเครื่องสูบน้ำที่คาดการณ์ว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต ทำให้การวิเคราะห์อุตสาหกรรมเครื่องจักรกลเกษตรจึงเป็นอุตสาหกรรมที่คาดว่าจะสามารถสะท้อนถึงแนวโน้มการผลิตและจำหน่ายมอเตอร์กำลัง และเครื่องสูบน้ำของบริษัทฯ ได้

ตลาดเครื่องจักรการเกษตรของไทยร้อยละ 90 ผลิตเพื่อใช้ภายในประเทศ ส่วนที่เหลือเป็นการผลิตเพื่อส่งออก ปัจจุบันเครื่องจักรกลเกษตรที่ใช้กันมากได้แก่ เครื่องมือเตรียมดิน รถไถเดินตาม เป็นที่นิยมมากที่สุด เพราะมีราคาถูก ผลิตได้ในประเทศ ขนาดเล็ก เหมาะแก่การเกษตรในประเทศไทย และง่ายต่อการใช้ในไร่นา เครื่องจักรการเกษตรที่นิยมอีกชนิดหนึ่งคือ เครื่องสูบน้ำ ซึ่งเกษตรกรมักมีไว้ใช้เอง หรือใช้ร่วมกัน เพราะการสูบน้ำเข้านาเป็นสิ่งจำเป็น

แม้ว่าไทยจะสามารถผลิตเครื่องจักรกลการเกษตรได้เองเป็นส่วนใหญ่ แต่ไทยยังต้องพึ่งพาการนำเข้าเครื่องจักรกลการเกษตร โดยแหล่งนำเข้าที่สำคัญของไทยได้แก่ ประเทศจีน ประเทศญี่ปุ่น ประเทศไต้หวัน ประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศต่างๆ ในยุโรป ซึ่งเครื่องจักรกลการเกษตรที่นำเข้าส่วนใหญ่เป็นเครื่องจักรกลการเกษตรที่ต้องอาศัยเทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิต หรือเป็นเครื่องจักรกลการเกษตรที่ได้รับการพัฒนาทางด้านเทคนิคให้มีประสิทธิภาพสูง โดยประเภทของเครื่องจักรกลการเกษตรที่มีมูลค่าการนำเข้าสูงคือ เครื่องจักรสำหรับทำความสะอาดและแยกขนาด

ตลาดเครื่องจักรและอุปกรณ์การเกษตรของประเทศไทย

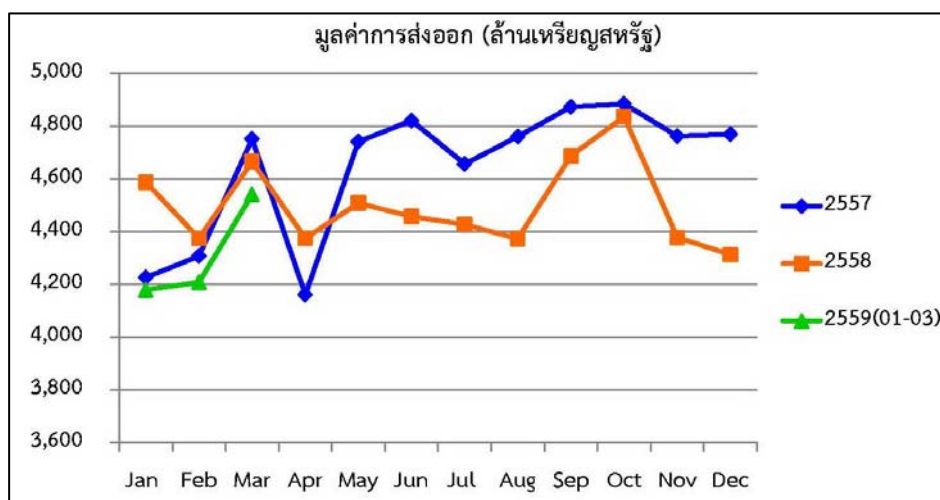
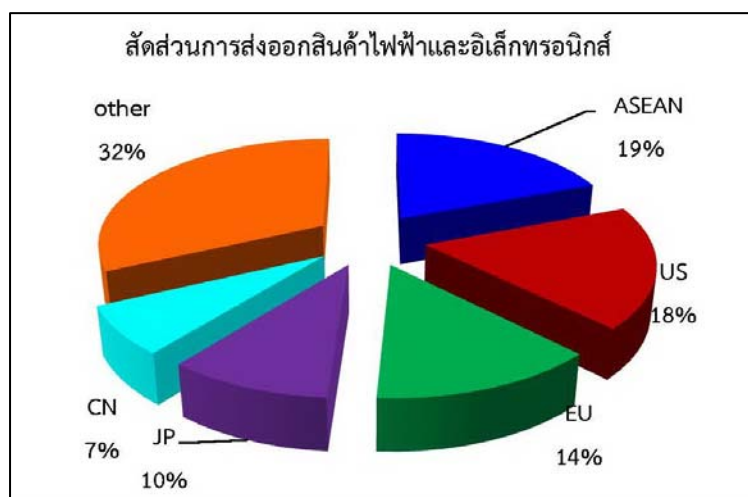
ภาวะอุตสาหกรรมเครื่องจักรการเกษตรของประเทศไทย คาดการณ์ว่าแนวโน้มอุตสาหกรรมยังมีแนวโน้มเติบโตอยู่ในเกณฑ์พอใช้ เนื่องจากราคาสินค้าการเกษตรที่มีแนวโน้มปรับตัวลดลง ขณะที่ค่าครองชีพเพิ่มขึ้น ทำให้กำลังซื้อของเกษตรกรลดลง และความต้องการเครื่องจักรและอุปกรณ์การเกษตรที่เกี่ยวข้องชะลอตัวลง อย่างไรก็ตาม เนื่องจากปัจจุบันปัญหาด้านแรงงานนั้นเป็นส่วนสำคัญในการผลักดันให้เกษตรกรทั้งที่เป็นผู้ประกอบการและเกษตรกรรายย่อยมองหาเครื่องจักรกลการเกษตรที่จะมาช่วยทดแทนแรงงาน เนื่องจากยังมีปัญหาแรงงานขาดแคลนและอัตราค่าจ้างงานสูง

ซึ่งการเข้าสู่ AEC จะมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องจักรกล ในส่วนอุตสาหกรรมกลาน้ำ คือชิ้นส่วนเครื่องจักร และอุตสาหกรรมปลายน้ำ คือเครื่องจักรกลการเกษตร เครื่องจักรอุตสาหกรรม เครื่องมือกล โดยผลกระทบด้านบวก ประเทศไทยได้เปรียบด้านแรงงานในอุตสาหกรรมเครื่องมือกล โดยเฉพาะในกลุ่มที่ใช้เทคโนโลยีการผลิตจากการลอกเลียนของเดิม สามารถส่งออกเครื่องจักรกลการเกษตร ไปยังกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม (CLMV) ได้มากขึ้น และสามารถไปประเทศกลุ่ม CLMV เป็นฐานการผลิตเครื่องจักรกลการเกษตรเพื่อส่งออกไปยังภูมิภาคอื่น ขณะที่ความต้องการในประเทศจะเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมต่อเนื่อง

สถานการณ์การส่งออกสินค้าไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

สถานการณ์การส่งออกสินค้าไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์เดือนมีนาคม 2559 มีมูลค่าการส่งออก 4,542.10 ล้านบาท เหรียญสหรัฐ ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากเดือนก่อนร้อยละ 7.93 ซึ่งเป็นผลมาจากการปรับตัวเพิ่มขึ้นของตลาดอาเซียน จีน และญี่ปุ่นเป็นหลัก ขณะที่เมื่อเทียบกับช่วงเดือนเดียวกันของปีก่อน ปรับตัวลดลงร้อยละ 2.67 เนื่องจากการปรับตัวลดลงในทุกตลาดส่งออก โดยตลาดที่ปรับตัวลดลงค่อนข้างมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ตลาดจีน ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกาโดยปรับตัวลดลงร้อยละ 15.09, 5.21 และ 4.12 ตามลำดับ ทำให้ภาพรวมมูลค่าการส่งออกสินค้าไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ยังคงปรับตัวลดลง

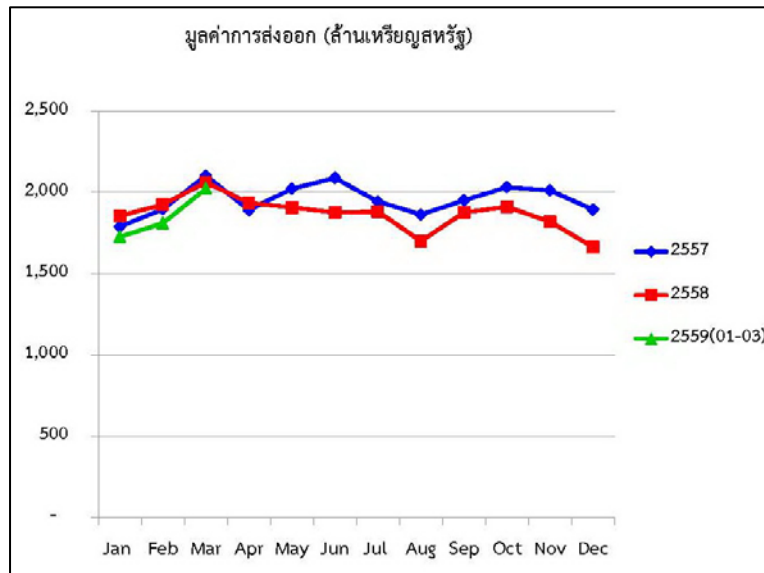
สัดส่วนมูลค่าการส่งออกของตลาดส่งออกหลักของสินค้าไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์เดือนมีนาคม 2559



ที่มา: กรมศุลกากร

มูลค่าการส่งออกสินค้าไฟฟ้าในเดือนมีนาคม 2559 มีมูลค่าการส่งออก 2,022.56 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.75 เมื่อเทียบกับเดือนก่อน ขณะที่เมื่อเทียบกับช่วงเดือนเดียวกันของปีก่อน ปรับตัวลดลงร้อยละ 1.91 เนื่องจากการปรับตัวลดลงของตลาดสหรัฐอเมริกา และจีนเป็นหลัก โดยปรับตัวลดลงร้อยละ 8.33 และ 7.08 ตามลำดับ สัดส่วนตลาดส่งออกที่มากที่สุด 3 อันดับแรกในเดือนมีนาคม 2559 ได้แก่ ตลาดอาเซียน สหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป ตามลำดับ

มูลค่าการส่งออกของสินค้าไฟฟ้า รายเดือน ระหว่างปี 2557-2559(03)



ที่มา: กรมศุลกากร

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.3.1 ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ มีสำนักงาน และโรงงานผลิตสินค้า ตั้งอยู่เลขที่ 78 หมู่ที่ 3 ถนนดอนตูม-นครชัยศรี ตำบลดอนแฝก อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม โดยมีสินค้าที่ผลิตและจำหน่าย คือ มอเตอร์สำหรับเครื่องปรับอากาศ มอเตอร์กำลังสำหรับภาคอุตสาหกรรม เครื่องสูบน้ำ ปั๊มน้ำหอยโข่ง มอเตอร์สำหรับสระและสปารวมถึงมอเตอร์ BLDC pool pump และส่วนประกอบมอเตอร์อื่น

(1) การผลิตสินค้า

การผลิตสินค้าของบริษัทฯ ส่วนใหญ่เป็นการผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า (Made-to-Order) ภายใต้ตราสินค้าลูกค้า และมีการผลิตสินค้าเพื่อจัดจำหน่ายภายใต้ตราสินค้าของบริษัทฯ เองด้วย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างครอบคลุม สินค้าที่บริษัทฯ ผลิตส่วนใหญ่ภายใต้ตราสินค้าของลูกค้า นั้น จะเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องปรับอากาศ และมอเตอร์ปั๊มน้ำสำหรับที่พักอาศัย ขณะที่สินค้าที่ผลิตและจำหน่ายภายใต้ตราสินค้าของบริษัทฯ ส่วนใหญ่ คือ มอเตอร์กำลังสำหรับภาคอุตสาหกรรม เครื่องสูบน้ำและปั๊มน้ำเป็นหลัก

ลักษณะการผลิตสินค้าของบริษัทฯ เป็นการผลิตแบบ Mass Production เริ่มจากการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า จากนั้นบริษัทฯ จะดำเนินการจัดซื้อวัตถุดิบและชิ้นส่วนที่ใช้ในการผลิตจากผู้จำหน่ายวัตถุดิบที่ผ่านการตรวจสอบแล้ว ก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิตสำหรับแต่ละแผนกการผลิต ซึ่งมีขั้นตอนก่อนการดำเนินการผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า ดังนี้

1. หากบริษัทฯ ได้รับคุณสมบัติเฉพาะ (Spec) ของมอเตอร์ในแบบที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งคุณสมบัติมอเตอร์ที่ได้รับนั้น อาจเป็น Output ค่าไฟฟ้า โครงสร้างของมอเตอร์ เช่น แรงม้า รอบความเร็วที่จะนำไปใช้กับผลิตภัณฑ์ โดยเมื่อบริษัทฯ ตรวจสอบคุณสมบัติ (Spec) แล้วไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า บริษัทฯ จะทำการออกแบบมอเตอร์ใหม่ โดยปรับค่าต่างๆ ให้ตรงกับคุณสมบัติที่ใกล้เคียงกับสิ่งที่ลูกค้าต้องการมากที่สุด และนำมาทดสอบกับเครื่องทดสอบแรงบิดและวัดกำลังมอเตอร์ (Torque Test Machine) ของบริษัทฯ และนำตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่ได้ไปให้ลูกค้าทดสอบต่อไป หากลูกค้าทดสอบสินค้าตัวอย่างเรียบร้อยแล้ว จึงส่งกลับมายังบริษัทฯ เพื่อสั่งซื้อและดำเนินการผลิต
2. หากบริษัทฯ ได้รับต้นแบบมอเตอร์ที่ลูกค้าใช้อยู่จริง (มอเตอร์เก่า) บริษัทฯ จะนำตัวอย่างดังกล่าวมาตรวจค่าไฟฟ้าและโครงสร้างของมอเตอร์ และนำมาเปรียบเทียบกับมอเตอร์ของบริษัทฯ หากบริษัทฯ เคยผลิตมอเตอร์ดังกล่าวก็จะสามารถผลิตได้เลย แต่หากไม่เคยมีการผลิตมอเตอร์แบบนั้นมาก่อน ทางบริษัทฯ จะออกแบบมอเตอร์นั้นๆ ขึ้นมาใหม่ และดำเนินการตามขั้นตอนในข้อ 1
3. หากทางบริษัทฯ ได้รับส่วนประกอบ หรือชิ้นส่วนที่จะนำไปประกอบเป็นมอเตอร์ บริษัทฯ จะนำโครงสร้างที่รับมาจากลูกค้า เป็นแนวทางในการออกแบบมอเตอร์ให้เหมาะสมกับโครงสร้างนั้นๆ (ส่วนมากจะเป็นชิ้นส่วนประกอบกับมอเตอร์แอร์) และดำเนินการตามขั้นตอนในข้อ 1

ขั้นตอนการผลิตของแต่ละแผนกจะดำเนินงานแตกต่างกันในกระบวนการย่อยของแต่ละแผนกนั้นๆ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการผลิตมอเตอร์ เครื่องสูบน้ำและปั้มน้ำมีกระบวนการผลิตแตกต่างกันเพียงการประกอบและรูปลักษณะภายนอกเท่านั้น แต่ส่วนประกอบหลักของในแต่ละผลิตภัณฑ์ยังคงเหมือนกัน คือตัวมอเตอร์ภายใน โดยสายงานการผลิตมอเตอร์ เครื่องสูบน้ำและปั้มน้ำสามารถแบ่งออกได้เป็น 9 แผนกหลัก ได้แก่ แผนกปั้ม แผนกฉีด แผนกแกน แผนกโรเตอร์ แผนกกลคอยล์ แผนกฝา แผนกเปลือก แผนกพนสี และแผนกประกอบ

ทั้งนี้ เพื่อคุณภาพที่ดีของผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ มีการตรวจสอบและการทดสอบวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต การตรวจสอบและทดสอบระหว่างกระบวนการผลิต การตรวจสอบและการทดสอบผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป โดยทำการสุ่มตรวจสอบและทดสอบคุณภาพชิ้นงานแล้วตามแผนคุณภาพ ทำให้ลูกค้าสามารถมั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ นั้นมีคุณภาพ และตรงตามความต้องการของลูกค้า บริษัทฯ จะมีฝ่าย QA เป็นผู้ตรวจสอบทุกผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมา โดยการทดสอบ First Part Yield (อัตราผลทดสอบที่ผ่านครั้งแรก) ให้ผ่านเกณฑ์ร้อยละ 99

เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต

บริษัทฯ มีเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตหลัก อาทิ เครื่องพ่นลวด เครื่องเจาะ เครื่องไสไมล์ เครื่องมัดเชือก เครื่องกลึง CNC เครื่อง Test มอเตอร์ เครื่องชุดขนวนลวด เครื่องอัดไฮโดรลิก เป็นต้น ทั้งนี้ ในปัจจุบันบริษัทฯ มีเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตทั้งหมดกว่า 376 เครื่อง

แรงงาน

แรงงานที่ใช้ในการผลิตสายการผลิตมอเตอร์ เครื่องสูบน้ำและปั้มน้ำ ทั้ง 9 แผนกหลัก มีจำนวนรวมทั้งหมด 288 คน (เป็นแรงงานไทยจำนวน 288 คน โดยไม่มีแรงงานต่างด้าว ทำงาน 2 กะต่อวัน ชั่วโมงแรงงาน 8 ชั่วโมง กะที่หนึ่งเริ่มทำงานตั้งแต่เวลา 8.00 - 17.00 น. (พักเที่ยง ใช้เวลา 60 นาที) และกะที่สอง เริ่มทำงานตั้งแต่เวลา 17.00 น. - 02.00 น. (หยุดพักเวลา 21.00 น. เป็นระยะเวลา 60 นาที)

กำลังการผลิตปริมาณการผลิต

ผลิตภัณฑ์	หน่วย	ปี 2559	ปี 2558	ปี 2557
มอเตอร์เครื่องปรับอากาศ				
กำลังการผลิตเต็มที่	ตัว	500,000	500,000	500,000
ปริมาณการผลิตจริง	ตัว	287,381	308,793	320,619
อัตราการใช้กำลังการผลิต	ร้อยละ	57.48%	61.76%	64.12%
มอเตอร์กำลัง				
กำลังการผลิตเต็มที่	ตัว	80,000	80,000	80,000
ปริมาณการผลิตจริง	ตัว	39,107	42,727	40,737
อัตราการใช้กำลังการผลิต	ร้อยละ	48.88%	53.41%	50.92%
ปั้มน้ำ				
กำลังการผลิตเต็มที่	ตัว	50,000	50,000	50,000
ปริมาณการผลิตจริง	ตัว	32,714	29,207	23,826
อัตราการใช้กำลังการผลิต	ร้อยละ	65.43%	58.41%	47.65%
ปั้มน้ำระบายน้ำ				
กำลังการผลิตเต็มที่	ตัว	35,000	23,000	23,000
ปริมาณการผลิตจริง	ตัว	25,983	15,588	11,982
อัตราการใช้กำลังการผลิต	ร้อยละ	74.24%	67.77%	52.10%
มอเตอร์ปั้มน้ำ				
กำลังการผลิตเต็มที่	ตัว	400,000	400,000	240,000
ปริมาณการผลิตจริง	ตัว	232,396	137,179	120,683
อัตราการใช้กำลังการผลิต	ร้อยละ	58.10%	34.29%	50.28%
ส่วนประกอบมอเตอร์				
กำลังการผลิตเต็มที่	ชิ้น	60,000	60,000	60,000
ปริมาณการผลิตจริง	ชิ้น	14,837	19,523	25,356
อัตราการใช้กำลังการผลิต	ร้อยละ	24.73%	32.54%	42.26%

หมายเหตุ : กำลังการผลิตเต็มที่ เป็นกำลังการผลิตแยกตามประเภทของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท ซึ่งเป็นการผลิตสูงสุดของการผลิตสินค้านั้นๆ หากบริษัทฯ ผลิตสินค้าประเภทนั้นเพียงประเภทเดียว ทั้งนี้ ในปัจจุบันกำลังการผลิตรวมของบริษัทฯ มีกำลังการผลิตประมาณร้อยละ 70 - 80 ของกำลังการผลิตทั้งหมด ซึ่งบริษัทฯ ต้องดำเนินขยายกำลังการผลิตเพิ่มเติมในอนาคต

อัตราการสูญเสียจากการผลิต

บริษัทฯ ได้กำหนดการควบคุมของเสียที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิต ทั้งนี้ ในแต่ละแผนกมีการกำหนดค่าอัตราการสูญเสียจากการผลิตไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับประเภทและลักษณะของงาน อย่างไรก็ตาม อัตราการสูญเสียจากการผลิตเฉลี่ยของทุกแผนกในกระบวนการผลิตตั้งอัตราไว้ที่ร้อยละ 0.03

แผนผังขั้นตอนการผลิตมอเตอร์

1. การเตรียมชิ้นส่วนก่อนการประกอบ

ชิ้นส่วนสำคัญเช่น สเตเตอร์ (Stators) โรเตอร์ (Rotors) เฟรม (Frames) ครอบมอเตอร์ จะถูกนำมาผลิตตามขั้นตอนด้วยเครื่องจักรทันสมัย จากนั้นจะได้ชิ้นส่วนพร้อมส่งเข้าสู่การประกอบมอเตอร์ต่อไป

2. การประกอบมอเตอร์

นำชิ้นส่วนที่เตรียมไว้มาประกอบเข้าด้วยกันตามขั้นตอน ติดตั้งอุปกรณ์จับยึด อุปกรณ์ประกอบต่างๆ จากนั้นจะได้มอเตอร์ตามขนาดและรูปแบบที่ออกแบบไว้

3. การตรวจสอบคุณภาพ

สินค้าทุกชนิดจะผ่านกระบวนการตรวจสอบอย่างเข้มงวด ตั้งแต่การวัดค่ากระแสไฟฟ้า ขนาดกำลัง รูปลักษณะภายนอก จากนั้นบรรจุลงกล่อง จัดเก็บในคลังสินค้า พร้อมส่งให้กับลูกค้าต่อไป

(2) การจัดหาวัตถุดิบ

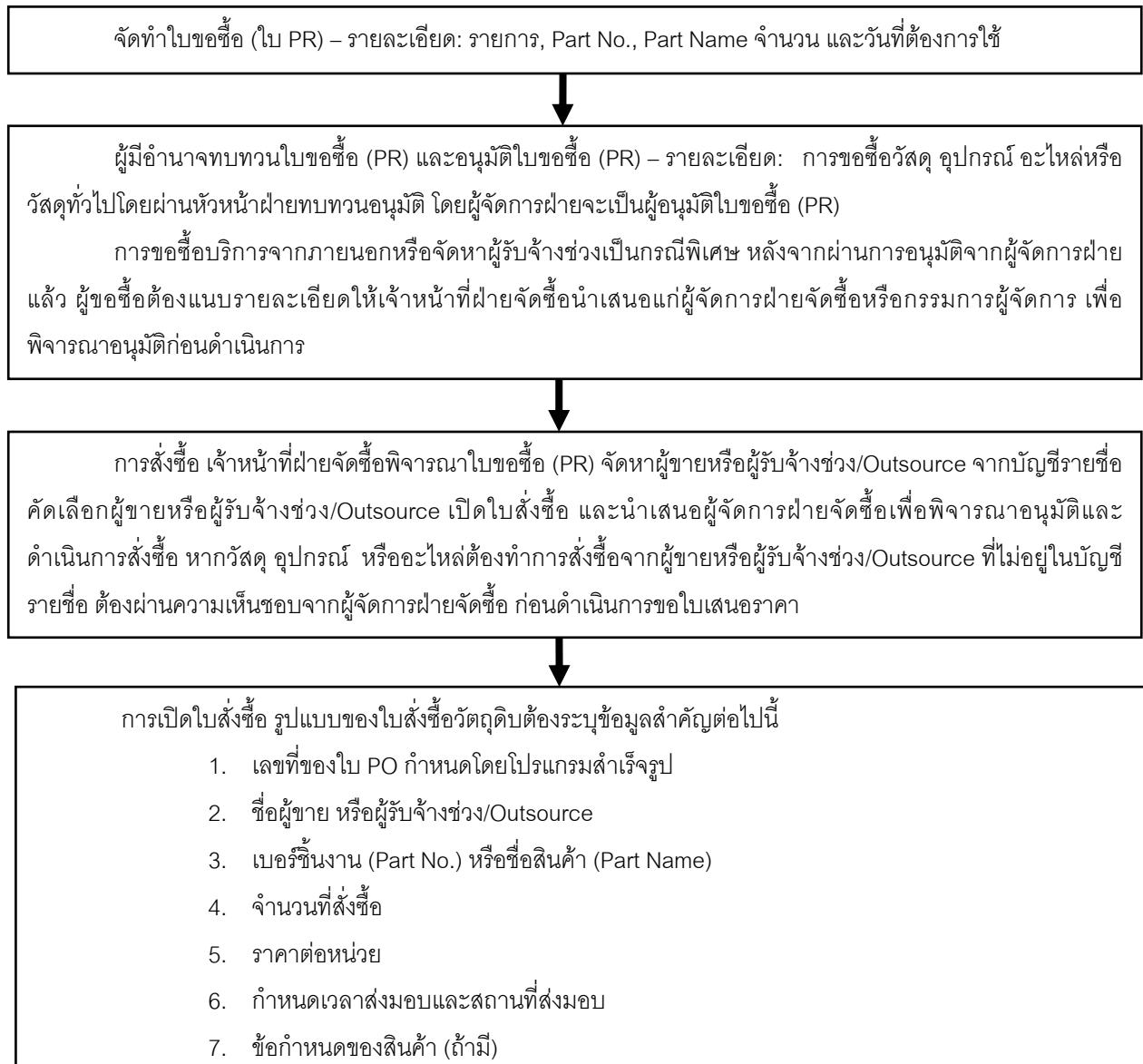
บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับคุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตสินค้า โดยก่อนที่บริษัทฯ จะสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้จำหน่ายวัตถุดิบรายใด บริษัทฯ จะนำตัวอย่างวัตถุดิบดังกล่าวจากผู้จำหน่ายมาตรวจสอบคุณภาพก่อน ซึ่งหากคุณภาพผ่านตามมาตรฐานที่กำหนด จึงจะดำเนินการสั่งซื้อ เพื่อนำมาใช้ในการผลิตจริง ซึ่งที่ผ่านมาการสั่งซื้อหรือจัดหาวัตถุดิบนั้น บริษัทฯ จะมีการกำหนดเป็นนโยบายคู่มือการปฏิบัติงาน ซึ่งจะต้องมีการเปรียบเทียบราคาที่มีการเสนอขายจากผู้จำหน่ายสินค้ามากกว่า 1 รายขึ้นไป และประเมินคุณภาพตามระยะเวลาที่กำหนด

ทางบริษัทฯ จะคัดเลือกผู้จำหน่ายจากบัญชีรายชื่อผู้ขายของบริษัทฯ ที่มีการจัดลำดับคะแนนไว้ สำหรับในกรณีที่ไม่มีรายชื่อ หรือเป็นผู้จำหน่ายรายใหม่ บริษัทฯ จะขอให้ผู้จำหน่ายเสนอราคาและทำการเปรียบเทียบตามขั้นตอนการดำเนินงานจัดซื้อที่บริษัทฯ กำหนด โดยมีผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อเป็นผู้พิจารณาพบทบทวนอนุมัติอีกครั้งหนึ่ง สำหรับการแก้ไข หรือปรับปรุงรายชื่อของผู้จำหน่ายนั้น จะเป็นอำนาจหน้าที่ของผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ

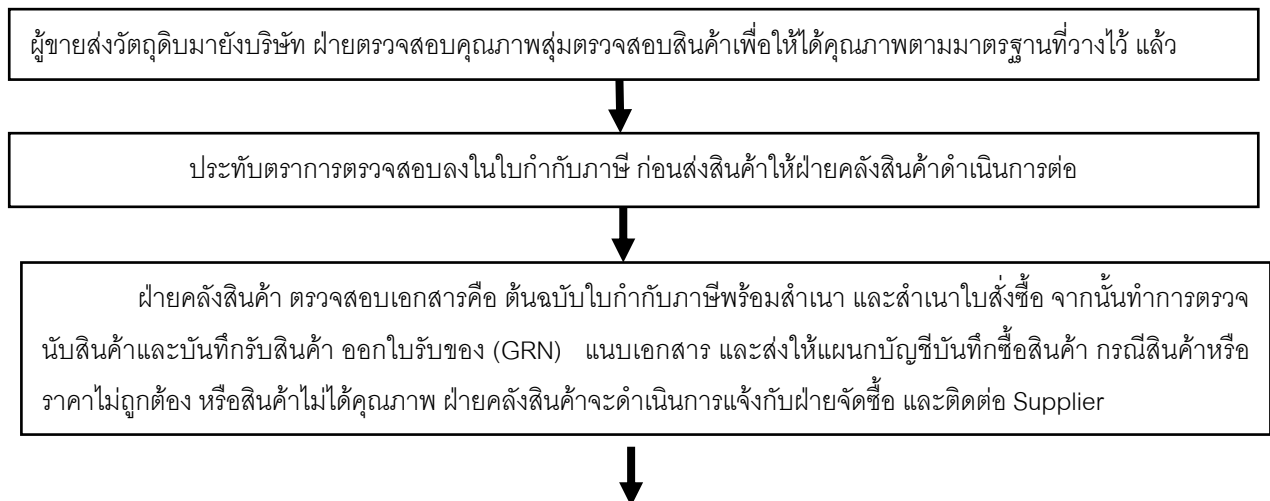
การประเมินผู้จำหน่ายวัตถุดิบของบริษัทฯ นั้น ในกรณีที่เป็นชิ้นส่วน หรือวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต บริษัทฯ จะดำเนินการประเมินผู้จำหน่ายโดยพิจารณาจากคะแนนการส่งมอบ การบริการตรงตามกำหนดเวลา และคะแนนคุณภาพ โดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อและฝ่ายประกันคุณภาพจะทำการประเมินปีละ 2 ครั้ง นอกจากนี้ บริษัทฯ กำหนดให้ทุก 1 ปี เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อจะต้องทบทวนผลการประเมินผู้ขายตลอดปีที่ผ่านมาว่ามีประสิทธิภาพในการทำงานที่ดีอยู่หรือไม่ และทบทวนการคัดบริษัทผู้จำหน่ายที่ไม่มีคุณภาพตรงตามที่บริษัทต้องการออกจากรายชื่อผู้จำหน่ายวัตถุดิบของบริษัทฯ เพื่อให้บริษัทได้รับวัตถุดิบที่มีคุณภาพสูงส่งนำมาใช้ในการผลิตต่อไป

ทั้งนี้ บริษัทฯ ไม่มีข้อผูกพันในการซื้อวัตถุดิบจากผู้จำหน่ายวัตถุดิบรายใดรายหนึ่ง และไม่ได้พึ่งพาผู้จำหน่ายรายใดรายหนึ่งเป็นสำคัญ เนื่องจากบริษัทฯ มีการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ หากวัตถุดิบจากผู้จำหน่ายวัตถุดิบรายใดไม่ได้คุณภาพตามที่บริษัทฯ กำหนด บริษัทฯ สามารถดำเนินการซื้อวัตถุดิบจากผู้จำหน่ายรายอื่นแทนได้ทันที โดยบริษัทฯ มีนโยบายในการจัดซื้อวัตถุดิบแต่ละชนิดโดยคำนึงถึงคุณภาพและราคาที่เหมาะสม และมีการเทียบราคาจากผู้จำหน่ายวัตถุดิบมากกว่าหนึ่งรายในทุกครั้งที่มีการสั่งซื้อ

ขั้นตอนการสั่งซื้อวัตถุดิบ



ขั้นตอนการรับวัตถุดิบ



ฝ่ายบัญชี รับเอกสารจากคลังสินค้า พนักงานบัญชีเจ้าหน้าที่ตรวจสอบเอกสารที่ได้รับ ดังนี้

1. ใบสั่งซื้อ (สำเนาจากผู้ขาย)
2. ใบรับของ (GRN ออกโดยคลังสินค้า)
3. ใบกำกับภาษีซื้อ (ต้นฉบับ)
4. สำเนาใบส่งสินค้า/ใบกำกับภาษีซื้อ

เมื่อทำการตรวจสอบเอกสารเรียบร้อยแล้ว พนักงานบัญชีเจ้าหน้าที่จะทำการบันทึกการซื้อในระบบ Efacs เก็บต้นฉบับใบกำกับภาษีซื้อเข้าแฟ้ม ส่งสำเนาใบกำกับภาษีซื้อ ใบรับของ และใบสั่งซื้อให้พนักงานการเงินเข้าแฟ้มเจ้าหน้าที่รอผู้ขายเรียกชำระเงิน

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตที่บริษัทฯ สั่งซื้อต้องได้รับการตรวจสอบ และทดสอบ โดยวัตถุดิบจะต้องมีคุณสมบัติตามข้อกำหนด RoHS ซึ่งย่อมาจาก Restriction of Hazardous Substances เป็นข้อกำหนดที่ 2002/95/EC ของสหภาพยุโรป (EU) ว่าด้วยเรื่องของการใช้สารที่เป็นอันตรายในอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งหมายความรวมถึงเครื่องใช้ทุกชนิดที่จะต้องอาศัยไฟฟ้าในการทำงาน เช่น โทรศัพท์ เตาอบไมโครเวฟ วิทยุ เป็นต้น ดังนั้น ชิ้นส่วนทุกอย่างที่ประกอบเป็นเครื่องใช้ไฟฟ้านั้น ตั้งแต่แผงวงจร อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ไปจนถึงสายไฟ จะต้องผ่านตามข้อกำหนดดังกล่าว โดยมีสารที่จำกัดปริมาณในปัจจุบันทั้งสิ้น 6 ชนิด ได้แก่ พรอท แคดเมียม ตะกั่ว โครเมียม Polybrominated Biphenyls Polybrominated Diphenyl Ethers

รายละเอียดวัตถุดิบแยกตามประเภทวัตถุดิบ

ประเภทวัตถุดิบ	สัดส่วนร้อยละในการซื้อ ณ 31 ธันวาคม 2559	แหล่งวัตถุดิบ	
		ในประเทศ	ต่างประเทศ
ลวดทองแดง	27.88	✓	
เหล็กซิลิคอน	18.21	✓	
อลูมิเนียม	9.19	✓	
คาปาซิเตอร์	5.33	✓	✓
ลูกปืน	7.01	✓	✓
Steel bar	5.09	✓	✓
Steel sheet	0.24	✓	

หมายเหตุ: สัดส่วนร้อยละในการซื้อเทียบกับมูลค่าการซื้อทั้งหมด

ตารางแสดงปริมาณการสั่งซื้อวัตถุดิบแต่ละประเภท ตั้งแต่ปี 2557 – 2559

ประเภทวัตถุดิบ	2557		2558		2559	
	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ
ลวดทองแดง (ล้านบาท)	106.76	31.86	93.17	30.04	102.40	27.88
เหล็กซิลิคอน (ล้านบาท)	67.94	20.28	61.47	19.82	66.89	18.21
อลูมิเนียม (ล้านบาท)	25.49	7.61	28.44	9.17	33.75	9.19
คาปาซิเตอร์ (ล้านบาท)	11.21	3.35	14.67	4.73	19.57	5.33

ประเภทวัตถุดิบ	2557		2558		2559	
	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ
ลูกปืน (ล้านบาท)	15.71	4.69	14.29	4.61	25.76	7.01
Steel bar (ล้านบาท)	13.41	4.00	13.48	4.35	18.70	5.09
Steel sheet (ล้านบาท)	0.72	0.21	0.76	0.25	0.88	0.24

หมายเหตุ: มูลค่าการซื้อวัตถุดิบหลักเทียบกับมูลค่าการซื้อวัตถุดิบทั้งหมด

3. ปัจจัยความเสี่ยง

1. ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

1.1 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่

บริษัทฯ มีการรับจ้างผลิตสินค้าประเภทมอเตอร์สำหรับปั๊มที่ใช้ตามบ้านพักอาศัยให้กับลูกค้ารายใหญ่ ซึ่งเป็นบริษัทใหญ่ที่มีฐานะกิจการดีรายหนึ่ง มีมูลค่าการสั่งซื้อในสัดส่วนที่สูงเป็นจำนวนรวม 184.71 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 32.99 ของรายได้จากการขายในปี 2559 หากลูกค้ารายนี้ยกเลิกการสั่งซื้อ หรือ ลดปริมาณการว่าจ้างการผลิตลงอย่างมีนัยสำคัญ และหากบริษัทฯ ไม่สามารถหาลูกค้ารายใหม่มาทดแทนได้ ก็จะมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ เป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตาม ลูกค้ารายนี้เริ่มติดต่อเป็นลูกค้าของบริษัทฯ ตั้งแต่ปี 2555 โดยบริษัทฯ ได้ทำสัญญาซื้อขายสินค้ากับลูกค้ารายนี้ ในรูปของ "หนังสือสัญญาซื้อขาย" กำหนดอายุสัญญา 1 ปี นับจากวันที่มีผลจนกว่าฝ่ายใดยื่นข้อเรียกร้องแก่อีกฝ่ายหนึ่ง จากนั้นสัญญาจะถูกขยายออกไปอีก 1 ปี หากจะบอกเลิกสัญญาต้องแจ้งให้บริษัทฯ ทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วัน นอกจากนี้ ก็จะไม่มีการกำหนดวงเงินซื้อขายไว้ในสัญญาแต่ละชิ้นอยู่กับผู้ซื้อจะออกไปสั่งซื้อเป็นคราวๆ ตามที่จะมีการเจรจาตกลงกับบริษัทฯ (สำหรับสาระสำคัญของสัญญาโดยสรุปจะปรากฏอยู่ในหัวข้อ สัญญาที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ หน้า 5-4) ที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามข้อตกลงในสัญญาและได้สร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้ารายนี้มาโดยตลอด โดยมีการจัดส่งสินค้าตามคำสั่งให้ผลิตได้ภายในกำหนดเวลา ตลอดจนบริการหลังการขายที่ดี ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ลูกค้ารายนี้จึงเกิดความเชื่อมั่นต่อบริษัทฯ ทั้งด้านคุณภาพสินค้าและการให้บริการ อย่างไรก็ตาม เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงในเรื่องนี้ บริษัทฯ ได้มีนโยบายลดระดับการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่ ด้วยการเพิ่มประเภทผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายมากขึ้น เน้นการสร้างแบรนด์ของบริษัทฯ ให้มีความแข็งแกร่ง และกระจายการจำหน่ายสินค้าไปยังลูกค้ากลุ่มผู้บริโภคขั้นสุดท้าย (End User) มากขึ้น

1.2 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่

บริษัทฯ ขายสินค้าภายใต้ตราสินค้าบริษัทฯ เช่น มอเตอร์กำลัง ปั๊มน้ำ เป็นต้น โดยผ่านผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่จำนวน 1 ราย ในปีที่ผ่านมาขายผ่านผู้จัดจำหน่ายรายนี้จำนวน 85.85 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 15.34 ของรายได้จากการขายในปี 2559 ดังนั้น จึงทำให้เป็นความเสี่ยงเกี่ยวกับผลกระทบของยอดขาย ถ้าผู้จัดจำหน่ายรายนี้บอกเลิกการเป็นผู้จัดจำหน่ายให้แก่บริษัทฯ และหันไปจำหน่ายหรือส่งเสริมการขายของสินค้าภายใต้แบรนด์อื่นมากขึ้น อาจส่งผลทำให้ยอดขายของบริษัทฯ ลดลงอย่างมีนัยสำคัญได้ อย่างไรก็ตาม เมื่อสอบถามกรรมการและผู้บริหารบริษัทฯ ได้รับแจ้งว่ากรรมการผู้จัดการของผู้จัดจำหน่ายรายนี้ มีความสัมพันธ์เป็นญาติกับกรรมการบริษัท และที่ผ่านมาผู้จัดจำหน่ายรายนี้ก็ได้นำดำเนินการเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าให้กับบริษัทฯ ซึ่งไม่เคยมีปัญหา เนื่องจากบริษัทฯ ได้มีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้จัดจำหน่ายรายนี้มาโดยตลอด ประกอบกับบริษัทฯ เน้นคุณภาพสินค้าที่จำหน่าย ควบคู่กับการกำหนดราคาที่เหมาะสม เพื่อให้ผู้จัดจำหน่ายรายนี้ สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้ จึงเชื่อว่าจะไม่เกิดปัญหาในการเลิกเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าให้กับบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม เพื่อลดความเสี่ยงในเรื่องนี้ บริษัทฯ ได้มีแผนการขยายการจำหน่ายสินค้าสู่ตลาดต่างประเทศมากขึ้น

เพื่อให้สามารถขยายฐานลูกค้าได้เพิ่มขึ้น ซึ่งจะช่วยลดการพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่รายนี้ได้ และในอนาคตหากผู้จัดจำหน่ายรายนี้ยกเลิกการจัดจำหน่ายสินค้าให้กับบริษัทฯ ทางบริษัทฯ ก็มีความพร้อมที่จะสามารถดำเนินการจำหน่ายสินค้าด้วยตัวเอง เพราะผู้บริหารและพนักงานขายของบริษัทฯ ก็มีความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มลูกค้าที่จำหน่ายผ่านผู้จัดจำหน่ายรายนี้เช่นกัน

1.3 ความเสี่ยงจากการไม่ได้ทำสัญญาซื้อขายกับลูกค้าที่บริษัทผลิตตามคำสั่งจ้างผลิต (OEM)

เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทฯ เป็นกลุ่มลูกค้าที่บริษัทฯ ผลิตตามคำสั่งจ้างผลิตให้กับแบรนด์หรือตราสินค้าต่างๆ (Original Equipment Manufacturer : OEM) สินค้าส่วนใหญ่ที่จำหน่ายให้กับลูกค้า OEM จะเป็นมอเตอร์สำหรับเครื่องปรับอากาศ มอเตอร์สำหรับปั้มน้ำที่ใช้ภายในบ้านปี 2559 ที่ผ่านมา บริษัทฯ มีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้ากลุ่ม OEM จำนวน 275.21 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 49.16 ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่มียอดจำหน่ายสูงสุด โดยรูปแบบการสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้ากลุ่มนี้ ส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะการออกใบสั่งซื้อ (Purchase Order) เป็นคราวๆ ไม่ได้มีการทำสัญญาซื้อขายระหว่างกันกับลูกค้าในแต่ละรายอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร ทำให้บริษัทฯ มีความเสี่ยงในกรณีที่ลูกค้ากลุ่มนี้ยกเลิกการสั่งซื้อ หรือลดปริมาณการว่าจ้างการผลิตลงอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการทำงานของ บริษัทฯ อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้มีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้ากลุ่มนี้มาโดยตลอด โดยตระหนักถึงคุณภาพสินค้าที่จำหน่ายเป็นสำคัญ เนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้จะต้องนำสินค้าที่ซื้อจากบริษัทฯ ไปเป็นชิ้นส่วนในการประกอบเครื่องปรับอากาศ ปั้มน้ำที่ใช้ภายในบ้าน ภายใต้ตราสินค้าของลูกค้าเอง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังคงใส่ใจในด้านการให้บริการ ทั้งการส่งมอบตรงต่อเวลา และบริการหลังการขาย ทำให้บริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้ากลุ่มนี้มาโดยตลอด และจากข้อมูลพบว่า ลูกค้ากลุ่มนี้หลายรายเป็นลูกค้าที่มีประวัติการซื้อขายกับบริษัทฯ ยาวนาน และมียอดการสั่งซื้ออย่างต่อเนื่อง

1.4 ความเสี่ยงจากการเปิดเสรีการค้า และการก้าวสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

ในปี 2559 บริษัทฯ มีการจำหน่ายสินค้าโดยหลักให้แก่กลุ่มลูกค้าในประเทศ จำนวน 424.30 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 75.26 และกลุ่มลูกค้าต่างประเทศ จำนวน 138.48 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 24.74 โดยมีฐานการผลิตที่ประเทศไทยและใช้แรงงานไทยในการประกอบธุรกิจ ดังนั้น การก้าวสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อย่างเต็มรูปแบบในปี 2559 ซึ่งเป็นความร่วมมือทางเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคของประเทศในทวีปเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หรืออาเซียน (ASEAN) 10 ประเทศ จะส่งผลให้มีการเปิดเสรีการค้าเคลื่อนย้ายทรัพยากร เงินทุน แรงงาน และการค้าขายระหว่างกันในตลาดอาเซียน ซึ่งอาจทำให้มีการแข่งขันในอุตสาหกรรมมากขึ้น อย่างไรก็ตาม สินค้าหลักของ บริษัทฯ ที่มียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง คือ มอเตอร์ปั้มน้ำ และ มอเตอร์สระว่ายน้ำ คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 50 ของรายได้จากการขายสุทธิ รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์เครื่องปรับอากาศ ซึ่งจากข้อมูลภาวะอุตสาหกรรม ระบุว่า ผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าชั้นนำของโลกยังคงใช้ไทยเป็นฐานการผลิตและส่งออก โดยเฉพาะเครื่องปรับอากาศที่ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกเป็นอันดับ 2 ของโลก เนื่องจากมีความพร้อมในด้านระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน และมีแรงงานฝีมือที่มีทักษะที่ดี อีกทั้งมีการขยายการลงทุนเพิ่มขึ้น เพื่อใช้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตส่งออกไปยังตลาดอาเซียน ซึ่งจะส่งผลดีต่อบริษัทฯ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีแผนการขยายการขายสินค้าสู่ตลาดอาเซียนมากขึ้น เช่น ลาว กัมพูชา พม่า เป็นต้น ซึ่งก็จะช่วยลดความเสี่ยงจากการแข่งขันในประเทศได้

1.5 ความเสี่ยงจากการเพิ่มขึ้นของคู่แข่ง

เนื่องจากธุรกิจการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์มอเตอร์เครื่องปรับอากาศ มอเตอร์กำลังสำหรับภาคอุตสาหกรรม เครื่องสูบน้ำ ปั้มหอยโข่ง และมอเตอร์สำหรับสระและสปา มีส่วนประกอบสำคัญร่วมกัน คือ มอเตอร์ ซึ่งการผลิตมอเตอร์นั้นจะใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ไม่มีความซับซ้อนมากนัก รวมถึงใช้เงินลงทุนในจำนวนที่ไม่สูงมาก ทำให้คู่แข่งรายใหม่สามารถ

เข้าสู่ธุรกิจดังกล่าวได้ง่าย ปัจจุบันบริษัท มีคู่แข่งที่มีลักษณะการทำธุรกิจคล้ายคลึงกันในบริเวณไม่ห่างไกลจากฐานการผลิตของบริษัท มากนัก โดยเป็นคู่แข่งที่เน้นการแข่งขันทางด้านราคาเป็นหลัก นอกจากนี้ยังมีคู่แข่งจากตลาดต่างประเทศที่มีต้นทุนต่ำ เช่น ประเทศจีน ที่มีการผลิตเพื่อส่งออกไปยังประเทศต่างๆ ส่งผลให้ระดับการแข่งขันในธุรกิจค่อนข้างสูง อย่างไรก็ตาม ลูกค้าส่วนใหญ่เน้นให้ความสำคัญในด้านคุณภาพของสินค้ามากกว่าปัจจัยทางด้านราคา ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของบริษัท ที่ตระหนักถึงด้านคุณภาพและมาตรฐานการผลิตที่มีประสิทธิภาพเป็นหลัก ตลอดจนการให้บริการที่เป็นเลิศ ทำให้สามารถสร้างความประทับใจ และผลิตสินค้าเป็นที่ยอมรับแก่ลูกค้า นอกจากนี้ บริษัท ยังมีแผนกลยุทธ์ในการขยายตลาดการส่งออกมากขึ้น เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและให้บริการลูกค้าได้อย่างครอบคลุม

1.6 ความเสี่ยงเกี่ยวกับ สิทธิในการผลิตและสิทธิในการขาย

ผลิตภัณฑ์มอเตอร์สำหรับสระและสปาที่เป็นแบบชนิด BLDC Pool Motor ซึ่งทางบริษัท VSM Inc. (USA) ได้รับการจดสิทธิบัตรไว้แล้ว และ ทางบริษัทไฟโอเนียร์ มอเตอร์ จำกัด (มหาชน) ได้รับสิทธิในการผลิตแต่เพียงผู้เดียวเพื่อขายส่งไปในตลาดอเมริกา ซึ่งขบวนการผลิตมอแตร์นั้นจะใช้เทคโนโลยีการผลิตที่มีความซับซ้อนพอสมควรและใช้เครื่องมือพิเศษในการตรวจสอบในทุกขั้นตอนของการผลิต และยังใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์หรือแผงวงจรเฉพาะที่ใช้ในการควบคุมการทำงานของมอแตร์ จึงค่อนข้างยากที่จะเกิดการทำเลียนแบบ หรือมีโอกาสเกิดคู่แข่งน้อยมากในกลุ่มผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้

2. ความเสี่ยงเกี่ยวกับการผลิต

2.1 ความเสี่ยงจากการผันผวนของราคาวัตถุดิบ

บริษัท ประกอบกิจการผลิตมอเตอร์เครื่องปรับอากาศ มอเตอร์อุตสาหกรรม เครื่องสูบน้ำ ปั๊มหยอยโข่ง และมอเตอร์สำหรับสระและสปาเป็นหลัก ซึ่งต้องใช้วัตถุดิบทองแดง เหล็กซิลิคอน อลูมิเนียม เป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิต โดยในปี 2559 คิดเป็นต้นทุนกว่าร้อยละ 55.28 ของต้นทุนวัตถุดิบรวม ซึ่งราคาวัตถุดิบดังกล่าวจะผันแปรไปตามอุปสงค์และอุปทานในตลาดโลก

ทองแดงเป็นสินค้าอุปโภคพื้นฐานที่มีความจำเป็นในการขยายตัวของเศรษฐกิจ โดยจะเห็นได้ว่าราคาตลาดทองแดงมีความผันผวนตามภาวะเศรษฐกิจและการเติบโตในภาคธุรกิจสำคัญๆ สำหรับอลูมิเนียม นั้น เนื่องจากกระบวนการผลิตอลูมิเนียมมีการใช้พลังงานสูงมาก ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำมันดิบก็จะส่งผลต่อราคาของอะลูมิเนียม และสำหรับซิลิคอนนั้น ส่วนใหญ่จะถูกนำไปใช้ในอุตสาหกรรมการผลิตโลหะอลูมิเนียม และอลูมิเนียมผสม รองลงมา คือ อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของราคาซื้อจะอยู่กับปริมาณการผลิตและความต้องการของอุตสาหกรรม

การเปลี่ยนแปลงราคาวัตถุดิบทองแดง และอลูมิเนียมที่มีการปรับขึ้นลงจากแนวโน้มของราคาซื้อขายล่วงหน้าที่กำหนดไว้ในตลาดโลก ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการดำเนินงานของหลายบริษัท โดยที่ผ่านมามีบริษัท มีการติดตามข้อมูลข่าวสารและแนวโน้มราคาของวัตถุดิบหลักอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้สามารถวางแผนบริหารจัดการการสั่งซื้อวัตถุดิบได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ บริษัท ได้มีการบริหารจัดการสต็อกวัตถุดิบคงเหลือให้สอดคล้องกับปริมาณความต้องการวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตได้อย่างเพียงพอและทันเวลาต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้สามารถควบคุมระดับสัดส่วนของต้นทุนขายไม่ให้มีความผันผวนจนส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงานของบริษัท ซึ่งในอดีตที่ผ่านมา บริษัท ไม่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินงานจากปัญหาความผันผวนของราคาวัตถุดิบแต่อย่างใด

2.2 ความเสี่ยงจากการขาดแคลน / พังพินในการจัดหาวัตถุดิบหลัก

จากข้อมูลการสั่งซื้อวัตถุดิบหลักในปี 2559 บริษัท มีการสั่งซื้อวัตถุดิบหลอดทองแดงในสัดส่วนร้อยละ 27.88 เหล็กซิลิคอนสัดส่วนร้อยละ 18.21 อลูมิเนียมสัดส่วนร้อยละ 9.19 ของมูลค่าการสั่งซื้อทั้งหมด แม้ว่าการสั่งซื้อวัตถุดิบหรือ

จัดหาวัตถุดิบจะมาจากผู้จำหน่ายเพียงไม่กี่ราย แต่บริษัทฯ ก็ดำเนินการตามนโยบายและขั้นตอนการดำเนินงานที่มีการกำหนดไว้ว่าเป็นระบบตามเอกสารคู่มือการปฏิบัติงาน โดยจะต้องมีการเปรียบเทียบราคาที่มีการเสนอขายจากผู้ขายสินค้ามากกว่า 1 รายขึ้นไป และจะต้องทำการประเมินผู้ขายสินค้าใหม่ทุกครั้งในรอบระยะเวลาที่กำหนด เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าที่มีการสั่งซื้อมีคุณภาพและมีความเหมาะสมทางด้านราคา เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อบริษัทฯ รวมถึงมีการสรรหาผู้จำหน่ายรายใหม่ๆ อยู่เสมอ เพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพ นอกจากนี้ ยังมีการบริหารจัดการซื้อและบริหารสต็อกวัตถุดิบให้คงเหลือให้สอดคล้องกับปริมาณความต้องการวัตถุดิบที่ใช้ผลิตได้อย่างเพียงพอ ทำให้ที่ผ่านมามีบริษัทฯ ไม่เคยประสบกับปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบหลักแต่อย่างใด โดยปัจจุบันวัตถุดิบหลักทองแดง ที่ถือเป็นวัตถุดิบหลักสำคัญที่มีมูลค่าการซื้อสูงที่สุดนั้น บริษัทฯ ได้มีการสั่งซื้อจากผู้ประกอบการรายใหญ่ในประเทศที่มีความน่าเชื่อถือ มีประวัติการดำเนินงานยาวนาน เป็นที่รู้จักกันดีในกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตรถยนต์ และมีคุณภาพของสินค้าดี ทำให้บริษัทฯ นำเข้าจากผู้ประกอบการรายดังกล่าวเป็นหลัก

3. ความเสี่ยงด้านการเงิน

3.1 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

เนื่องจากบริษัทฯ มีการซื้อสินค้า วัตถุดิบกับคู่ค้าต่างประเทศ รวมถึงมีการส่งออกสินค้าให้กับลูกค้าในต่างประเทศหลายราย ทำให้บริษัทฯ มีความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน โดยในปี 2559 บริษัทฯ มีการขายสินค้าให้กับลูกค้าต่างประเทศ คิดเป็นสกุลเงินบาท เท่ากับ 138.25 ล้านบาท และมีการซื้อสินค้า วัตถุดิบกับคู่ค้าต่างประเทศ คิดเป็นสกุลเงินบาท เท่ากับ 33.59 ล้านบาท ดังนั้นหากเกิดกรณีที่อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่แข็งค่าขึ้น บริษัทฯ จะได้รับผลกระทบทางลบอย่างมีนัยสำคัญในด้านรายรับจากการขายสินค้า อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้มีการป้องกันความเสี่ยงของอัตราแลกเปลี่ยนโดยการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) กับธนาคาร ซึ่งก็จะช่วยลดความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนที่อาจเกิดขึ้นได้ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ มีวงเงินสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า กับธนาคารหนึ่งแห่ง คิดเป็นวงเงินมูลค่ารวม 15.00 ล้านบาท และวงเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐ มูลค่า 1.00 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการบริหารจัดการบัญชีเงินตราต่างประเทศสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ ให้มีความเหมาะสม รวมถึงให้ความสำคัญและติดตามสถานการณ์ เพื่อให้สามารถหาแนวทางในการบริหารความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนได้อย่างเหมาะสม

ทั้งนี้ ในช่วงปี 2559 บริษัทฯ ได้รับผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน โดยเกิดรายการกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนเท่ากับ 1.31 ล้านบาท

3.2 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยจากเงินกู้ยืมสถาบันการเงิน

เนื่องจากในปัจจุบัน บริษัทฯ ไม่มีการใช้บริการสินเชื่อจากสถาบันการเงิน อย่างไรก็ตาม ในอนาคตทางบริษัทฯ อาจจำเป็นต้องใช้บริการสินเชื่อจากสถาบันการเงินเพื่อนำมาลงทุนในโครงการผลิตภัณฑ์ใหม่ ดังนั้น จึงอาจมีความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยที่เกิดขึ้น แต่หากพิจารณาด้านอัตราดอกเบี้ยที่ทางบริษัทฯ ได้ขอเสนอจากสถาบันการเงินในปัจจุบัน ซึ่งเป็นอัตราดอกเบี้ยพิเศษที่ทางบริษัทฯ สามารถที่จะบริหารจัดการได้ ทำให้สัดส่วนการจ่ายดอกเบี้ยนั้นไม่มีนัยสำคัญมากนัก ทำให้แม้ว่าจะมีการปรับอัตราดอกเบี้ย ก็ไม่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

4. ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อสิทธิหรือการลงทุนของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์

4.1 ความเสี่ยงจากการมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่มีอำนาจกำหนดนโยบายการบริหาร

บริษัทฯ มีกลุ่มครอบครัววิจิตรกุล เป็นกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ โดยถือหุ้นรวมกันคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 75.734 ของทุนชำระแล้ว (หลังการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อประชาชน) ดังนั้น บริษัทฯ และ/หรือผู้ถือหุ้นรายย่อยจึงอาจมีความเสี่ยง

จากการที่กลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายการบริหารงานไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง เนื่องจากถือหุ้นรวมกันเกินกว่ากึ่งหนึ่ง ยกเว้นการกระทำใดก็ตามที่กฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทกำหนดให้ต้องได้รับมติอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นมากกว่า 3 ใน 4 ของทุนจดทะเบียนที่ออกและชำระแล้ว

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีคณะกรรมการตรวจสอบซึ่งเป็นกรรมการอิสระจำนวน 3 ท่าน จากจำนวนกรรมการบริษัททั้งหมด 9 ท่าน ซึ่งกรรมการตรวจสอบทุกท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิและเป็นที่ยอมรับในสังคม จึงเป็นการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความโปร่งใสในการบริหารจัดการ ผ่านกลไกของระบบการควบคุมภายใน และเป็นการถ่วงดุลอำนาจของคณะกรรมการบริษัท รวมทั้ง คณะกรรมการบริษัทคำนึงถึงความสำคัญของนโยบายเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Principles of Good Corporate Governance) โดยจะปฏิบัติตามแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดีอย่างเคร่งครัด อีกทั้งบริษัทฯ มีการกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่ และกำหนดตารางอำนาจอนุมัติรายการสำหรับแต่ละระดับในขอบเขตหรือวงเงินที่เหมาะสม

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ตารางแสดงทรัพย์สินของบริษัทที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559

ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน	มูลค่าสุทธิ ณ วันที่ 31ธ.ค..59	การใช้ประโยชน์ในทรัพย์สิน
1. ที่ดิน	- ที่ดินโฉนดเลขที่ 5759 เลขที่ดิน 188 ตำบล คลองพล อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม เนื้อที่รวม 5 ไร่ 2 งาน 74 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	ไม่มี	34.07	ที่ตั้งอาคารโรงงาน (โรงตัดเหล็ก เชื่อมเหล็ก)
	- ที่ดินโฉนดเลขที่ 11015 เลขที่ดิน 187 ตำบล คลองพล อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม เนื้อที่รวม 6 ไร่ 3 งาน 93 ตารางวา	เป็นเจ้าของ			ที่ตั้งอาคารโกดังพร้อมชั้นลอย สำหรับสไตร์วัตถุดิบ และสินค้าสำเร็จรูป
	- ที่ดินโฉนดเลขที่ 65140 เลขที่ดิน 539 ตำบล ดอนแฝก อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม เนื้อที่รวม 7 ไร่ 0 งาน 43 ตารางวา	เป็นเจ้าของ			ที่ดินเปล่า
	- ที่ดินโฉนดเลขที่ 5762 เลขที่ดิน 184 ตำบล ดอนแฝก อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม เนื้อที่รวม 3 ไร่ 3 งาน 88 ตารางวา	เป็นเจ้าของ			ที่ตั้งอาคารโรงงานและออฟฟิศสำนักงาน 2 ชั้น
	- ที่ดินโฉนดเลขที่ 5763 เลขที่ดิน 186 ตำบล ดอนแฝก อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม เนื้อที่รวม 4 ไร่ 3 งาน 65 ตารางวา	เป็นเจ้าของ			ที่ตั้งโรงอาหาร
	- ที่ดินโฉนดเลขที่ 22656 เลขที่ดิน 185 ตำบล ดอนแฝก อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม เนื้อที่รวม 0 ไร่ 0 งาน 02 ตารางวา	เป็นเจ้าของ			ที่ตั้งอาคารตึกสำนักงาน 2 ชั้น โรงอาหาร และป้อมยาม

ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน	มูลค่าสุทธิ ณ วันที่ 31ธ.ค.59	การใช้ประโยชน์ในทรัพย์สิน
	- ที่ดินโฉนดเลขที่ 65141 เลขที่ดิน 540 ตำบลดอนแฝก อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม เนื้อที่รวม 3 ไร่ 2 งาน 13 ตารางวา	เป็นเจ้าของ			ที่ตั้งอาคารตึก 2 ชั้น (หอพัก)
2. อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร		เป็นเจ้าของ	ไม่มี	41.63	สำนักงาน / โรงงาน / อาคารเก็บสินค้า
3. เครื่องจักรและอุปกรณ์โรงงาน		เป็นเจ้าของ	ติดภาระจำนองจำนวนหนึ่ง เป็นหลักประกันวงเงินสินเชื่อที่มีกับเจ้าหนี้สถาบันการเงิน รวมวงเงินจำนองเท่ากับ 80.95 ล้านบาท	53.65	เพื่อใช้ในกิจการ
4. เครื่องใช้สำนักงาน		เป็นเจ้าของ	ไม่มี	1.48	เพื่อใช้ในกิจการ
5. ยานพาหนะ		เป็นเจ้าของ	ไม่มี	9.59	เพื่อใช้ในกิจการ
6. เครื่องจักรและอุปกรณ์ระหว่างการติดตั้ง		เป็นเจ้าของ	ไม่มี	0.48	เพื่อใช้ในกิจการ

หมายเหตุ : ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ มีเครื่องจักรและยานพาหนะซึ่งได้มาภายใต้สัญญาเช่าการเงิน โดยมีมูลค่าสุทธิตามบัญชีเป็นจำนวนเงินประมาณ 15.2 ล้านบาท (ปี 2558 : 17.0 ล้านบาท)

1. ทางบริษัทฯ ได้รับเครื่องจักรจากการเข้าซื้อกิจการ บริษัท วิเอสเอ็ม (ประเทศไทย) จำกัด ตามรายงานการเข้าประเมินมูลค่าทรัพย์สิน วันที่ 23 พฤศจิกายน 2559 เป็นเครื่องจักรระบุเป็นเครื่องจักรยังไม่จดทะเบียน จำนวน 43 เครื่อง คิดเป็นมูลค่าตลาด จำนวน 22.59 ล้านบาท (บริษัท เวลท์ แอปไพร์ซัล จำกัด เป็นผู้ประเมินมูลค่าทรัพย์สินดังกล่าว) โดยบันทึกรับเข้าเป็นทรัพย์สินของบริษัทฯ ณ วันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2560

2. โครงการก่อสร้างโครงการ อาคารสำนักงาน และโรงงานใหม่ สำหรับผลิตรถมอเตอร์นั้น คิดเป็นมูลค่า 40 ล้านบาท โดยจะเริ่มก่อสร้างประมาณเดือนมีนาคม 2560 เป็นต้นไป แล้วเสร็จประมาณเดือนธันวาคม 2560

4.2 สิทธิประโยชน์ไม่มีตัวตนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ มีทรัพย์สินไม่มีตัวตน ได้แก่ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ซึ่งมีมูลค่าเท่ากับ 0.61 ล้านบาท โดยมีรายละเอียด ดังนี้

รายละเอียด	มูลค่า (ล้านบาท)
ราคาทุน	5.23
หัก ค่าตัดจำหน่ายสะสม	(4.62)
มูลค่าตามบัญชี	0.61

4.3 สัญญาที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ

4.3.1 สัญญาซื้อขาย

ปัจจุบันบริษัทฯ ได้ทำสัญญาซื้อขายกับผู้ว่าจ้างผลิตสินค้าประเภทมอเตอร์สำหรับปั๊มที่ใช้ตามบ้านพักอาศัย ในลักษณะที่เป็นการผลิตสินค้าตามคำสั่งของผู้ซื้อ (OEM) ซึ่งเป็นผู้สั่งซื้อรายใหญ่ โดยมีสาระสำคัญของสัญญาดังนี้

ข้อสรุปที่สำคัญของสัญญาซื้อขาย

คู่สัญญา	ระหว่างบริษัทกับผู้ซื้อสินค้ารายใหญ่รายหนึ่ง
ลักษณะของสัญญา	: เป็นการตกลงซื้อขายผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่สำเร็จรูป และ/หรือ วัตถุดิบ โดยมีขนาด แบบ และ ลักษณะตามที่ผู้ซื้อเป็นผู้กำหนด ซึ่งเป็นไปตามใบเสนอราคาที่บริษัทเสนอไป และได้รับการอนุมัติ
เงื่อนไขสำคัญของสัญญา	: <ol style="list-style-type: none"> 1. บริษัทฯ ต้องเป็นผู้ผลิตเอง ห้ามว่าจ้างผลิตโดยเด็ดขาด 2. ส่งชิ้นงานตามสัญญาแก่ผู้ซื้อตามจำนวนตามกำหนด และสถานที่ที่ระบุในใบสั่งซื้อ 3. หากเกิดความเสียหายของชิ้นงาน อันเกิดจากความบกพร่องของบริษัทฯ ต้องจัดส่งชิ้นงาน หรือวัตถุดิบตามสัญญาทดแทนตามกำหนดเวลา และปริมาณที่ผู้ซื้อต้องการ ถ้าไม่สามารถผลิตและส่งมอบได้ต้องแจ้งให้ผู้ซื้อทราบโดยทันที หากส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินธุรกิจของผู้ซื้อ บริษัทฯ ต้องรับผิดชอบต่อความเสียหายทั้งหมดที่เกิดขึ้นกับผู้ซื้อ 4. ห้ามบริษัทฯ จำหน่ายชิ้นงานให้กับผู้อื่น เว้นแต่ได้รับความยินยอมจากผู้ซื้อเป็นลายลักษณ์อักษรก่อน 5. คุณภาพของสินค้าต้องเป็นไปตามสัญญาประกันคุณภาพระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (ปรากฏตามสรุปข้อสำคัญของสัญญาประกันคุณภาพ ในข้อ 5.4.2)
การออกไปสินค้า	: <ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้ซื้อตกลงจะออกไปสั่งซื้อให้แก่บริษัทฯ ล่วงหน้าในแต่ละงวด เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 30 วัน 2. หากผู้ซื้อมีความจำเป็นต้องระงับการจัดส่งชั่วคราว หรือชะลอการส่งสินค้าตามสัญญา บางส่วนหรือทั้งหมดในใบสั่งซื้อสามารถทำได้ โดยแจ้งให้บริษัทฯ ทราบล่วงหน้าก่อนส่งไม่น้อยกว่า 5 วัน
การยกเลิกการสั่งซื้อ	: กรณีที่ผู้ซื้อจำเป็นต้องยกเลิกการสั่งซื้อตามสัญญาบางรายการ ผู้สั่งซื้อจะแจ้งให้บริษัทฯ ทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วัน
มูลค่าการซื้อขายตามสัญญา	: ไม่มีการกำหนดไว้ จะเป็นไปตามใบสั่งซื้อของผู้ซื้อแต่ละครั้ง

ข้อสรุปที่สำคัญของสัญญาซื้อขาย

คู่สัญญา	ระหว่างบริษัทกับผู้ซื้อสินค้ารายใหญ่รายหนึ่ง
การชำระราคา	: ผู้ซื้อจะชำระค่าสินค้าตามสัญญาภายในกำหนด 60 วัน นับแต่ได้รับสินค้า
ระยะเวลาการผูกพันตามสัญญา	: กำหนดไว้ว่า "สัญญาจะสมบูรณ์และมีผลใช้บังคับ 1 ปี นับจากวันที่มีผลจนกว่าฝ่ายใดยื่นขอเรียกร้องแก่อีกฝ่ายหนึ่ง จากนั้นสัญญาจะถูกขยายออกไปอีก 1 ปี"
วันที่สัญญามีผลใช้บังคับ	: มีผลบังคับตามสัญญาตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2555
การเลิกสัญญา	: <ol style="list-style-type: none"> ฝ่ายใดผิดสัญญา อีกฝ่ายหนึ่งมีสิทธิบอกเลิกสัญญาได้ทันทีโดยไม่จำเป็นต้องขอค่าเสียหายใดๆ ที่เกิดขึ้นกับบริษัทฯ (ผู้ขาย) ในการบอกเลิกสัญญาผู้ซื้อจะแจ้งให้บริษัทฯ ทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วัน

หมายเหตุ: ในทางปฏิบัติ บริษัทฯ และผู้ซื้อสินค้าได้ตกลงกันให้สัญญามีผลต่อไปเรื่อยๆ จนกว่าฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งจะบอกยกเลิกสัญญา

4.3.2 สัญญาประกันคุณภาพ

ข้อสรุปที่สำคัญของสัญญาประกันคุณภาพ

คู่สัญญา	ระหว่างบริษัทกับผู้ซื้อสินค้ารายใหญ่รายหนึ่ง
จุดประสงค์ของสัญญา	: เพื่อเป็นการควบคุมคุณภาพ ทำให้เกิดความเข้าใจด้านคุณภาพ และเพื่อการรักษาและปรับปรุงคุณภาพของสินค้า ซึ่งผู้ซื้อจะสั่งซื้อจากบริษัทฯ
การรับประกัน	: บริษัทฯ รับประกันว่าสินค้าที่ผู้ซื้อสั่งซื้อเป็นสินค้าที่ไม่มีข้อบกพร่อง ทั้ง (1) ด้านวัตถุดิบ (2) ด้านความผิดพลาดในการผลิต
การทวนสอบ (ชิ้นส่วนและวัตถุดิบ)	: <ol style="list-style-type: none"> หลังจากตรวจรายการชิ้นส่วนวัตถุดิบตามข้อกำหนดซึ่งได้แจ้งไว้แล้ว บริษัทฯ ยินยอมให้ความร่วมมือ ให้ผู้ซื้อหรือตัวแทน เข้าตรวจสอบยืนยันสินค้า (ชิ้นส่วนและวัตถุดิบ) ที่สั่งซื้อ ณ สถานที่ของบริษัทฯ หรือแหล่งผลิตของบริษัทฯ ตาม SPECIFICATIONS ที่ตกลงกันไว้แล้ว
การรับประกันคุณภาพ	: บริษัทฯ จะจัดทำและคงไว้ซึ่งระบบรับประกันคุณภาพของขั้นตอนการผลิตตั้งแต่ต้นจนจบ และสินค้าต้องเป็นไปตามมาตรฐานของผู้ซื้อ และคงไว้ซึ่งคุณภาพที่เชื่อถือได้
ระยะเวลาตามสัญญา	: สัญญาจะสมบูรณ์และมีผลบังคับใช้ 1 ปี นับจากวันที่มีผล จนกว่าฝ่ายใดยื่นขอเรียกร้องแก่อีกฝ่ายหนึ่ง จากนั้นสัญญาจะถูกขยายเวลาออกไปอีก 1 ปี
วันที่สัญญามีผลใช้บังคับ	: สัญญามีผลตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2555
การเลิกสัญญา	: ไม่ได้กล่าวไว้ เนื่องจากว่าสัญญานี้เป็นส่วนหนึ่งที่ระบุไว้ในหนังสือสัญญาซื้อขายที่บริษัทฯ ได้ทำไว้กับผู้ซื้อ

หมายเหตุ: ในทางปฏิบัติ บริษัทฯ และผู้ซื้อสินค้าได้ตกลงกันให้สัญญามีผลต่อไปเรื่อยๆ จนกว่าฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งจะบอกยกเลิกสัญญา

4.3.3 สัญญาเงินกู้

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ มีวงเงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินในประเทศจำนวน 81.0 ล้านบาท (2558 : 273.1 ล้านบาท) วงเงินกู้ยืมค้ำประกันโดยที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างและเครื่องจักรของบริษัท ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ ไม่มีภาระคงค้างหนี้สินระยะสั้นกับสถาบันการเงินรายใด

4.3.4 สัญญาการเข้าซื้อกิจการบริษัทในเครือ

เมื่อวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2560 บริษัทฯ ได้เข้าซื้อหุ้นสามัญกับ บริษัท วีเอสเอ็ม (ประเทศไทย) จำกัด (บริษัทย่อยในปัจจุบัน) ซึ่งมีรายละเอียดสัญญาดังต่อไปนี้

1.ข้อตกลงซื้อขาย หุ้นสามัญ (Shares Sales and Purchase Agreement) บริษัทฯ เข้าลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัท บริษัท วีเอสเอ็ม (ประเทศไทย) จำกัด โดยการเข้าซื้อหุ้นสามัญของ VSM Thailand จาก Verde Smart Motors, Inc. , Mr. Shannon Bard, Mr. Brent Alexander Roland และ Mr. Mark Vange ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นปัจจุบันของ VSM Thailand จำนวน 1,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 100 ของหุ้นทั้งหมด โดยซื้อในราคาหุ้นละ 0.10 เหรียญสหรัฐ (คิดเป็น 3.60 บาท ณ อัตราแลกเปลี่ยน 36 บาทต่อ 1 เหรียญสหรัฐ) รวมเป็นราคาหุ้นทั้งสิ้น 100 เหรียญสหรัฐ (คิดเป็น 3,600 บาท ณ อัตราแลกเปลี่ยน 36 บาทต่อ 1 เหรียญสหรัฐ) ทั้งนี้ ปัจจุบัน VSM Thailand มีหนี้ค้างชำระต่อ VSM Inc. จำนวน 650,000 เหรียญสหรัฐ (คิดเป็น 23,400,000 บาท ณ อัตราแลกเปลี่ยน 36 บาทต่อ 1 เหรียญสหรัฐ) โดยภายหลังบริษัทฯ เข้าเป็นผู้ถือหุ้นใน VSM Thailand แล้ว บริษัทฯ จะรับภาระหนี้ดังกล่าวของ VSM Thailand มาด้วย โดยจะแบ่งชำระเป็น 3 งวด และจะชำระครบถ้วนเมื่อครบปีที่สองภายหลังจากการลงนามในสัญญาซื้อขายหุ้น รวมมูลค่าการลงทุนใน VSM Thailand เป็นเงิน 650,100 เหรียญ (คิดเป็น 23,403,600 บาท ณ อัตราแลกเปลี่ยน 36 บาทต่อ 1 เหรียญสหรัฐ)

โอนกิจการแล้วเสร็จ ณ วันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2560 ดังนั้นบริษัท วี เอส เอ็ม (ประเทศไทย) จำกัด เป็นบริษัทย่อยของบริษัท โดยบริษัทถือหุ้นจำนวน 998 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.98 ของทุนจดทะเบียน VSM Thailand และมีกรรมการร่วมกันกับบริษัท ได้แก่ 1) นายวสันต์ อธิธิโรจนกุล 2) นางสาวสิริรัตน์ อธิธิโรจนกุล 3) นายคริสโตเฟอร์ โรเบิร์ต เทป โดยมีนายวสันต์ อธิธิโรจนกุล หรือ นางสาวสิริรัตน์ อธิธิโรจนกุล ลงลายมือชื่อร่วมกับ นายคริสโตเฟอร์ โรเบิร์ต เทป

2.ข้อตกลงการจัดจำหน่าย (Supply Agreement) บริษัทฯ ได้รับสิทธิให้เป็นผู้จำหน่ายสินค้าที่ผลิตจากทรัพย์สินทางปัญญาและเทคโนโลยีดังกล่าวแต่เพียงผู้เดียว อย่างไรก็ตาม การจัดจำหน่ายสินค้าดังกล่าวไปยังทวีปอเมริกาจะต้องจำหน่ายผ่าน VSM Inc. หรือจำหน่ายโดยตรงไปยังลูกค้าที่คู่สัญญาจะได้ตกลงร่วมกันต่อไป

3.ข้อตกลงใบอนุญาตแต่เพียงผู้เดียว (Exclusive License Agreement) บริษัท VSM Thailand เป็นบริษัทลูกของ VSM Inc. และเป็นผู้เชี่ยวชาญในการผลิตมอเตอร์สำหรับสรวายน้ำ ตลอดจน VSM Inc. ยังเป็นผู้มีกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินทางปัญญาและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับผลิตมอเตอร์สำหรับสรวายน้ำ โดยในการลงทุนของบริษัทฯ ในหุ้นสามัญของ VSM Thailand นี้ บริษัทฯ จะได้รับสิทธิในการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับผลิตมอเตอร์สำหรับสรวายน้ำดังกล่าวแต่เพียงผู้เดียวจาก VSM Inc. (แต่ VSM Inc. อาจให้สิทธิบุคคลอื่นภายในทวีปอเมริกาได้) โดยบริษัทฯ ตกลงจะจ่ายค่าสิทธิให้ VSM Inc. ในอัตราร้อยละ 4.5-6 ของยอดขายสินค้าประเภทนี้ ซึ่งทาง VSM Inc. เป็นผู้กำหนดอัตราค่าสิทธิดังกล่าวภายใต้สัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิ (Exclusive License Agreement)

4.ข้อตกลงชำระหนี้ (Debt Settlement Agreement) ปัจจุบัน VSM Thailand มีหนี้ค้างชำระต่อ VSM Inc. จำนวน 650,000 เหรียญสหรัฐ (คิดเป็น 23,400,000 บาท ณ อัตราแลกเปลี่ยน 36 บาทต่อ 1 เหรียญสหรัฐ) โดยภายหลังบริษัทฯ เข้าเป็นผู้ถือหุ้นใน VSM Thailand แล้ว บริษัทฯ จะรับภาระหนี้ดังกล่าวของ VSM Thailand มาด้วย โดยจะแบ่งชำระเป็น 3 งวด และจะชำระครบถ้วนเมื่อครบปีที่สองภายหลังจากการลงนามในสัญญาซื้อขายหุ้น รวมมูลค่าการลงทุนใน VSM

Thailand เป็นเงิน 650,100 เหรียญ (คิดเป็น 23,403,600 บาท ณ อัตราแลกเปลี่ยน 36 บาทต่อ 1 เหรียญสหรัฐ) โดยทาง บริษัทฯ จะไม่มีภาระผูกพันอื่นใด นอกจากภาระหนี้ดังกล่าวเท่านั้น

4.3.5 กรมธรรม์

สัญญาที่ 1 บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน)	
เลขที่	: 14016-018-170000070
กรมธรรม์	
ประเภท	: การประกันภัยความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน โดยคุ้มครองความสูญเสียหรือเสียหาย โดยตรงต่อ
กรมธรรม์	ทรัพย์สินที่เอาประกันภัยอันมีสาเหตุโดยตรงจากไฟไหม้ ฟ้าผ่า ภัยลมพายุ ภัยน้ำท่วม ภัย
	ลูกเห็บ ภัยแผ่นดินไหวหรือภูเขาไฟระเบิด หรือคลื่นใต้น้ำหรือสึนามิ ภัยจากยานพาหนะ
	ภัยจากควัน ภัยทางอากาศยาน ภัยระเบิด ภัยเนื่องจากน้ำ ภัยการนัดหยุดงาน การจลาจล
	หรือการกระทำอันมีเจตนาร้าย (ยกเว้นการกระทำเพื่อผลทางการเมือง ศาสนา หรือลัทธินิยม)
	ภัยจากการลूกไหม้ หรือการระอุหรือการระเบิดตามธรรมชาติและอุบัติเหตุต่างๆ ที่มีอากาศ
	ถึงจากปัจจัยภายนอกหรือภัยอื่นๆ ที่มีได้ระบุไว้ในข้อยกเว้นของกรมธรรม์ประกันภัยเสี่ยงภัย
	ทรัพย์สิน (OIC Form)
ทรัพย์สินเอา	: ทรัพย์สินเอาประกันภัย ประกอบด้วย
ประกัน	1) สิ่งปลูกสร้าง ตัวอาคาร (ไม่รวมรากฐาน) มูลค่า 78,000,000 บาท
	2) เฟอร์นิเจอร์ สิ่งตกแต่งติดตั้งเครื่องใช้ มูลค่า 12,000,000 บาท
	3) สต็อกสินค้า มูลค่า 70,000,000 บาท
	4) เครื่องจักร และอุปกรณ์ มูลค่า 300,000,000 บาท
ที่ตั้งทรัพย์สิน	: 78 หมู่ที่ 3 ถนนดอนตูม-นครชัยศรี ตำบลดอนแฝก อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม 73120
	(Block Code : C-18-04F-001-I)
ระยะเวลา	: 6 กุมภาพันธ์ 2560 ถึง 6 กุมภาพันธ์ 2561
วงเงินคุ้มครอง	: 460,000,000 บาท
ผู้รับ	: บริษัท ไพโอเนียร์ มอเตอร์ จำกัด (มหาชน)
ผลประโยชน์	

5 เงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ ไม่มีการลงทุนในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วม อย่างไรก็ตาม ในการพิจารณาลงทุนใน บริษัทย่อยหรือบริษัทร่วม รวมทั้งโครงการลงทุนแต่ละโครงการ บริษัทฯ จะให้ความสำคัญกับการพิจารณาลงทุนในธุรกิจที่ เกื้อหนุนและเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เป็นสำคัญ โดยคำนึงถึงผลตอบแทนจากการลงทุน ความเสี่ยงและ สภาพคล่องทางการเงินของบริษัทฯ อย่างรอบคอบ หากจะมีการลงทุนก็จะต้องผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการบริษัท และ ที่ประชุมผู้ถือหุ้นตามขอบเขตอำนาจอนุมัติที่กำหนดไว้ และต้องดำเนินการให้เป็นไปตามข้อกำหนดและประกาศของ คณะกรรมการกำกับตลาดทุนและตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมถึงกฎหมายต่างๆที่เกี่ยวข้อง อีกทั้ง บริษัทฯ จะควบคุม

ผ่านการส่งกรรมการ และ/หรือผู้บริหารของบริษัทฯ เข้าไปเป็นกรรมการ เพื่อควบคุมทิศทางและนโยบายการบริหารงานให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

ณ วันที่ 23 มกราคม 2560 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทมีมติอนุมัติการเข้าทำสัญญาซื้อขายหุ้นกับบริษัท วีเอสเอ็ม (ประเทศไทย) จำกัด (“VSM Thailand”) โดยการเข้าซื้อหุ้นสามัญของ VSM Thailand จาก Verde Smart Motors, Inc. (“VSM Inc.”), Mr. Shannon Bard, Mr. Brent Alexander Roland และ Mr. Mark Vange ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นปัจจุบันของ VSM Thailand จำนวน 1,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 100 ของหุ้นทั้งหมด โดยซื้อในราคาหุ้นละ 0.10 เหรียญสหรัฐ (คิดเป็น 3.60 บาท ณ อัตราแลกเปลี่ยน 36 บาทต่อ 1 เหรียญสหรัฐ) รวมเป็นราคาค่าหุ้นทั้งสิ้น 100 เหรียญสหรัฐ (คิดเป็น 3,600 บาท ณ อัตราแลกเปลี่ยน 36 บาทต่อ 1 เหรียญสหรัฐ) และได้จัดทำหนังสือสัญญาการโอนหุ้นเมื่อวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2560 ดังนั้นบริษัท วี เอส เอ็ม (ประเทศไทย) จำกัด เป็นบริษัทย่อยของบริษัท โดยบริษัทถือหุ้นจำนวน 998 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.98 ของทุนจดทะเบียน VSM Thailand และมีกรรมการร่วมกันกับบริษัท ได้แก่ 1) นายวสันต์ อธิธิโรจนกุล 2) นางสาวสิริรัตน์ อธิธิโรจนกุล 3) นายคริสโตเฟอร์ โรเบิร์ต เทป โดยมี นายวสันต์ อธิธิโรจนกุล หรือ นางสาวสิริรัตน์ อธิธิโรจนกุล ลงลายมือชื่อร่วมกับ นายคริสโตเฟอร์ โรเบิร์ต เทป

ณ วันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2560 ที่ประชุมคณะกรรมการมีมติอนุมัติการก่อสร้างสำนักงานและโรงงานใหม่สำหรับการผลิตมอเตอร์ เพื่อการขยายธุรกิจในอนาคต ในบริเวณที่ตั้งเดิมของบริษัทมูลค่ารวม 40,000,000.00 บาท

6. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่คดียังไม่สิ้นสุด ที่อาจมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ และไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทฯ ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น

7. ข้อมูลสำคัญอื่น

7.1 ข้อมูลทั่วไปบริษัทที่ออกหลักทรัพย์

บริษัทที่ออกหลักทรัพย์	:	บริษัท ไพโอเนียร์ มอเตอร์ จำกัด (มหาชน)
เลขทะเบียนบริษัท	:	0735544001492
ชื่อย่อหลักทรัพย์	:	PIMO
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	:	ผลิตและจำหน่ายมอเตอร์สำหรับเครื่องปรับอากาศ มอเตอร์กำลังสำหรับอุตสาหกรรม และเครื่องสูบน้ำ ปั๊มหยอชิง และมอเตอร์สำหรับสระและสปา
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 78 หมู่ 3 ถนนดอนตูม-นครชัยศรี อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม 73120
โทรศัพท์	:	(66) 34 265 111-8
โทรสาร	:	(66) 34 265 119
เว็บไซต์ (URL)	:	www.pioneeromotor.th.com
ทุนจดทะเบียน	:	130 ล้านบาท (หนึ่งร้อยสามสิบล้านบาทถ้วน)
ทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว	:	130 ล้านบาท (หนึ่งร้อยสามสิบล้านบาทถ้วน)
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ต่อหุ้น	:	0.25 บาท (ยี่สิบห้าสตางค์)

7.2 ข้อมูลทั่วไปบริษัทย่อย

บริษัทที่ออกหลักทรัพย์	:	บริษัท วีเอสเอ็ม (ประเทศไทย) จำกัด
เลขทะเบียนบริษัท	:	0135558008503
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	:	ผลิตมอเตอร์และเครื่องกำเนิดไฟฟ้า
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 9/219 หมู่ที่ 5 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี
เว็บไซต์ (URL)	:	www.pioneermotor.th.com
ทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว	:	100,000 บาท
จำนวนหุ้นสามัญ	:	1,000 หุ้น
มูลค่าที่ตราไว้ต่อหุ้น	:	100 บาทต่อหุ้น
กรรมการบริษัท	:	1) นายวสันต์ อธิธิโรจนกุล 2) นางสาวสิริรัตน์ อธิธิโรจนกุล 3) นายคริสโตเฟอร์ โรเบิร์ต เทป โดยมี นายวสันต์ อธิธิโรจนกุล หรือ นางสาวสิริรัตน์ อธิธิโรจนกุล ลงลายมือชื่อร่วมกับ นายคริสโตเฟอร์ โรเบิร์ต เทป
ความสัมพันธ์กับบริษัท	:	บริษัท วี เอส เอ็ม (ประเทศไทย) จำกัด เป็นบริษัทย่อยของบริษัท โดยบริษัทถือหุ้นจำนวน 998 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.98 ของทุนจดทะเบียน VSM Thailand และมีกรรมการร่วมกันกับบริษัท ได้แก่ 1) นายวสันต์ อธิธิโรจนกุล 2) นางสาวสิริรัตน์ อธิธิโรจนกุล 3) นายคริสโตเฟอร์ โรเบิร์ต เทป
โครงสร้างผู้ถือหุ้น	:	บริษัท ไพโอเนียร์ มอเตอร์ จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นจำนวน 998 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.98% นายวสันต์ อธิธิโรจนกุล ถือหุ้นจำนวน 1 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.01% นางสาวสิริรัตน์ อธิธิโรจนกุล ถือหุ้นจำนวน 1 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.01%

7.3 ข้อมูลของบุคคลอ้างอิงอื่นๆ

นายทะเบียนหลักทรัพย์หุ้นสามัญ	ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ข้างสถานทูตจีน) 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์ : (66) 2009 9000 โทรสาร : (66) 2009 9991 SET Call center : (66) 2009 9999
ผู้สอบบัญชี	บริษัท เอเอสที มาสเตอร์ จำกัด ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ อาคารทองหล่อทาวเวอร์ เลขที่ 790/12 ซอยทองหล่อ 18 ถนนสุขุมวิท 55 แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ : (66) 2714 8842 โทรสาร : (66) 2185 0225

ที่ปรึกษากฎหมาย

บริษัท Tilleke & Gibbins อินเทอร์เน็ตชั้นแนล จำกัด
ศุภาลย์แกรนด์ทาวเวอร์ ชั้น 26 1011 ถนนพระราม 3 แขวงช่อง
นนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120
โทรศัพท์ : (66) 2 253 5555
โทรสาร : (66) 2 653 5678

สำนักกฎหมาย สุรพี
359/208 อาคารมาเมซง
แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง
กรุงเทพฯ 10310
โทรศัพท์ : 089-138-3939, 086-304-3939 , 088-019-1919
Email : p393939@gmail.com