

ส่วนที่ 1

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ออโตคอร์ป โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding company) ที่ประกอบธุรกิจจำหน่ายและให้บริการในอุตสาหกรรมรถยนต์ และธุรกิจที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ปัจจุบันบริษัทถือหุ้นในบริษัทย่อย คือ บริษัท ฮอนด้ามะลิวัลย์ จำกัด (“บริษัทย่อย”) ซึ่งเป็นบริษัทผู้จำหน่ายและศูนย์บริการรถยนต์ยี่ห้อฮอนด้า (ซึ่งต่อไปนี้จะรวมเรียกบริษัทและบริษัทย่อยว่า “กลุ่มบริษัท”) ซึ่งก่อตั้งโดยนายภานุมาศ รั้งคุณุลวัฒน์ ที่จังหวัดสุรินทร์ เป็นแห่งแรก ในปี 2535

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัท คือ รถยนต์ยี่ห้อฮอนด้า ซึ่งเริ่มก่อตั้งจากบริษัท ฮอนด้า มอเตอร์ จำกัด (Honda Motor Co., Ltd.) ซึ่งเป็นบริษัทจากประเทศญี่ปุ่น ซึ่งผลิตรถยนต์ รถบรรทุก รถจักรยานยนต์ และเครื่องจักรอุตสาหกรรมหนักอีกหลายประเภท บริษัท ฮอนด้า มอเตอร์ จำกัด มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น ก่อตั้งเมื่อวันที่ 24 กันยายน 2492 โดยนายโซจิโร ฮอนดะ เริ่มรุกตลาดโลกโดยการผลิตรถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้า และเริ่มประสบความสำเร็จจากการรถยนต์ รุ่น ฮอนด้า ซีวิค ที่เริ่มออกจำหน่ายในปี 2515

ในส่วนของการเปิดตลาดรถยนต์ยี่ห้อฮอนด้าในประเทศไทย บริษัท ฮอนด้า มอเตอร์ จำกัด จากประเทศญี่ปุ่น โดยได้เริ่มดำเนินธุรกิจในประเทศไทยเมื่อปี 2526 ภายใต้ชื่อบริษัท ฮอนด้าคาร์ส (ประเทศไทย) จำกัด ต่อมาในปี 2535 ได้ก่อตั้งบริษัท ฮอนด้าคาร์ส แมนูแฟคเจอริ่ง (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อผลิตรถยนต์เองในประเทศไทย และในปี 2543 ได้รวมหน่วยงานการผลิตและการจัดจำหน่ายเข้าด้วยกัน โดยก่อตั้ง บริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด (“ฮอนด้า”) จนถึงปัจจุบันแม้ว่าจะเป็นผู้ผลิตรถยนต์ที่เข้ามาดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทยเป็นรายหลังๆ แต่ทว่าในปัจจุบันฮอนด้า นับว่าเป็นหนึ่งในผู้ผลิตรถยนต์นั่งรายใหญ่ของประเทศ ในปี 2560 รถยนต์ยี่ห้อฮอนด้ามีส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 30 ของยอดขายรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน (นับรวม Honda BR-V, Honda HR-V และ Honda CR-V)

ปัจจุบัน ฮอนด้ามีผู้จำหน่าย (Dealers) กระจายอยู่ทั่วประเทศ เพื่อให้ครอบคลุมการให้บริการลูกค้าอย่างทั่วถึง โดยทางฮอนด้าจะเป็นผู้คัดเลือกผู้จำหน่ายในประเทศไทยแต่เพียงผู้เดียว อีกทั้งเป็นผู้จัดส่งรถยนต์ตามคำสั่งซื้อจากผู้จำหน่ายทั่วประเทศ เป็นผู้กำหนดนโยบายด้านราคา และการจัดรายการส่งเสริมการขายให้แก่ผู้จำหน่าย

บริษัทย่อยเป็นหนึ่งในบริษัทผู้จำหน่ายที่ได้รับความนิยมไว้วางใจจากฮอนด้า โดยเริ่มดำเนินการครั้งแรกในปี 2535 ภายใต้ชื่อ บริษัท เอ.วี.คาร์ส (สุรินทร์) จำกัด ซึ่งเป็นผู้จำหน่ายรายเดียวในจังหวัดสุรินทร์จนถึงปัจจุบัน ต่อมาได้ขยายธุรกิจไปยังจังหวัดบุรีรัมย์ ภายใต้ชื่อ บริษัท เอ.วี. บุรีรัมย์ ฮอนด้าคาร์ส จำกัด ถัดมาเป็นจังหวัดขอนแก่น จังหวัดภูเก็ตและจังหวัดกระบี่ ภายใต้ชื่อ บริษัท ฮอนด้ามะลิวัลย์ จำกัด ตามลำดับ

ในไตรมาสแรกปี 2561 กลุ่มบริษัท ได้มีการปรับโครงสร้างโดยมีบริษัทย่อยเพียงบริษัทเดียว คือ บริษัท ฮอนด้ามอเตอร์ จำกัด ซึ่งปัจจุบันมีโชว์รูมและศูนย์บริการรถยนต์ยี่ห้อฮอนด้าทั้งหมด 10 แห่ง ครอบคลุม 5 จังหวัด ได้แก่ สุรินทร์ บุรีรัมย์ ขอนแก่น ภูเก็ต และกระบี่ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในตลาดรถยนต์ และติดตามความนิยมที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค

นอกเหนือจากการขายรถยนต์และชิ้นส่วนอะไหล่ กลุ่มบริษัทยังมีศูนย์บริการซ่อมบำรุง และซ่อมตัวถังและสี ซึ่งเป็นการบริการหลังการขาย รวมทั้งมีการแนะนำจัดหาสินค้าเชื้อเพลิง (“ฟิแนนซ์”) และการทำประกันภัยรถยนต์เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างครบวงจร

เมื่อเดือนมีนาคม 2561 บริษัทย่อยมีการขยายสาขาไปยังภาคใต้ที่จังหวัดภูเก็ต 2 แห่ง (สาขาภูเก็ตและสาขานาคา) และเดือนมกราคม 2562 ได้ขยายสาขาไปยังจังหวัดกระบี่ ซึ่งเป็นการขยายตลาดนอกเหนือไปจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทั้งนี้ ในอนาคตบริษัทย่อยยังมุ่งมั่นในการขยายตลาดเพิ่มเติมต่อไปยังจังหวัดที่มีศักยภาพในการเติบโตทางเศรษฐกิจและความต้องการของลูกค้าเพื่อให้ครอบคลุมทุกภูมิภาค

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และกลยุทธ์ในการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท

วิสัยทัศน์

ออโตคอร์ปจะก้าวเป็นบริษัทชั้นนำด้านการลงทุนในกลุ่มธุรกิจยานยนต์

พันธกิจ

มุ่งมั่นบริหารงานด้วยความซื่อตรง และสร้างผลตอบแทนสูงสุดแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ด้วยการสร้างความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือมากที่สุดจากการจำหน่ายและให้บริการที่มีคุณภาพเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า

วัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักของกลุ่มบริษัท

กลุ่มบริษัท มีเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

1. เป็นหนึ่งในผู้นำด้านการจำหน่ายและการบริการรถยนต์ยี่ห้อฮอนด้าของประเทศไทย
2. เพิ่มยอดขายโดยการขยายตลาดให้ครอบคลุมทุกภูมิภาคของประเทศไทย รวมทั้งสร้างโอกาสในการขยายตลาดไปยังประเทศเพื่อนบ้าน
3. ส่งมอบบริการอย่างมีคุณภาพ ประสิทธิภาพ และประสิทธิภาพ เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ
4. พัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมบุคลากรรุ่นใหม่ที่มีความรู้ ความสามารถ โดยการอบรมทั้งภายในและภายนอกสถานที่ รวมถึงกระบวนการและระบบข้อมูลสารสนเทศ (IT) เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจ
5. สร้างการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และยั่งยืน เพื่อสร้างผลตอบแทนอย่างเหมาะสมแก่ทุกฝ่าย

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

17 ธันวาคม 2535	➤	จดทะเบียนจัดตั้ง บริษัท เอ.วี. คาร์ลส์ (สุรินทร์) จำกัด โดยมีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 5 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 5,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1,000 บาท เพื่อเป็นผู้จำหน่ายและให้บริการรถยนต์ยี่ห้อฮอนด้า และจัดทำสัญญาแต่งตั้งผู้จำหน่ายและบริการกับฮอนด้าที่จังหวัดสุรินทร์ (แห่งแรกของกลุ่มบริษัท) โดยนายภานุมาศ รัศกุลณวัฒน์ และในปี 2538 ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 20 ล้านบาท เพื่อขยายธุรกิจ
27 กันยายน 2537	➤	จดทะเบียนจัดตั้ง บริษัท เอ.วี. บุรีรัมย์ ฮอนด้าคาร์ลส์ จำกัด โดยมีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 5 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 5,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1,000 บาท เพื่อเป็นผู้จำหน่ายและให้บริการรถยนต์ยี่ห้อฮอนด้า และจัดทำสัญญาแต่งตั้งผู้จำหน่ายและบริการกับฮอนด้าที่จังหวัดบุรีรัมย์ (แห่งที่สองของกลุ่มบริษัท) และได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 20 ล้านบาท ในปี 2543 เพื่อขยายธุรกิจ
2539-2541	➤	ตลาดรถยนต์มีการหดตัวอย่างมากสืบเนื่องจากการเกิดวิกฤติการณ์ต้มยำกุ้ง การลดค่าเงินบาททำให้มีผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมที่ถดถอยลง รวมถึงธุรกิจรถยนต์
2548	➤	ตลาดรถยนต์เริ่มมีการเติบโตที่ดีขึ้น เนื่องจากการสนับสนุนจากภาครัฐในการสนับสนุนให้มีการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรมให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก และให้ความสำคัญกับการใช้รถยนต์ประเภทประหยัดพลังงานให้มีภาษีต่ำลง เช่น รถยนต์ไฮบริด รถยนต์ที่ใช้ก๊าซธรรมชาติ หรือแก๊สโซฮอล์ ทำให้ผู้บริโภคสามารถซื้อรถยนต์ในราคาที่สมเหตุสมผลได้ เช่น รถยนต์อีโคคาร์ (Ecocar) ซึ่งส่งผลให้กลุ่มบริษัทเริ่มมียอดขายดีขึ้น หลังจากผ่านภาวะซบเซาในช่วงเศรษฐกิจถดถอย
2554	➤	เดือนตุลาคม 2554 โรงงานผลิตรถยนต์ฮอนด้า ในนิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประสบภาวะน้ำท่วม ทำให้ต้องหยุดการผลิตรถยนต์และอะไหล่สำหรับการจัดจำหน่ายทั่วประเทศ รวมทั้งต้องทำลายสต็อกรถยนต์ที่ได้รับความเสียหาย ในช่วงเวลาดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ทางกลุ่มบริษัท สามารถผ่านอุปสรรคในช่วงดังกล่าวไปได้ เนื่องจากมีปริมาณสต็อกรถยนต์มากเพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค จึงได้รับผลกระทบเพียงเล็กน้อยและทำให้กลุ่มบริษัท ไม่ประสบภาวะขาดทุนจากเหตุการณ์ดังกล่าว
2555	➤	บริษัท เอ.วี. บุรีรัมย์ ฮอนด้าคาร์ลส์ จำกัด สาขานางรอง เปิดดำเนินการเป็นผู้จำหน่ายและให้บริการรถยนต์ยี่ห้อฮอนด้า และจัดทำสัญญาแต่งตั้งผู้จำหน่ายและบริการกับฮอนด้าที่อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์(แห่งที่สามของกลุ่มบริษัท)
กันยายน 2554- ธันวาคม 2555	➤	รัฐบาลได้ออกโครงการรถยนต์ใหม่คันแรกสำหรับผู้ที่ไม่มียอดรถยนต์เป็นของตนเองสามารถใช้สิทธิซื้อรถยนต์คันแรกได้และได้รับการลดหย่อนภาษี ซึ่งช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศ ส่งผลให้ตลาดรถยนต์รุ่นซีซีไม่เกิน 1,500 และราคาไม่เกิน 1 ล้านบาท เติบโตขึ้นเป็นอย่างมาก
3 กันยายน 2555	➤	จดทะเบียนจัดตั้ง บริษัท ฮอนด้ามะลิวัลย์ จำกัด (เริ่มจัดตั้งบริษัทชื่อ บริษัท นิตา27 จำกัด ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ฮอนด้าขอนแก่น จำกัด) โดยมีทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 1 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 1,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1,000 บาท เพื่อเป็นผู้จำหน่ายและให้บริการรถยนต์ยี่ห้อฮอนด้าที่จังหวัดขอนแก่น

13 กันยายน 2556	➤ บริษัท ฮอนด้ามะลิวัลย์ จำกัด เพิ่มทุนจดทะเบียนอีก 99 ล้านบาท เป็น 100 ล้านบาท เพื่อใช้เป็นเงินทุนในการซื้อที่ดินและก่อสร้างโชว์รูมสาขานนมะลิวัลย์ (ปัจจุบันเป็นที่ตั้งของสำนักงานใหญ่) บนพื้นที่กว่า 25 ไร่ และใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน
2557	➤ บริษัท ฮอนด้ามะลิวัลย์ จำกัด เปิดดำเนินการเป็นผู้จำหน่ายและให้บริการรถยนต์ยี่ห้อฮอนด้า และจัดทำสัญญาแต่งตั้งผู้จำหน่ายและบริการกับฮอนด้าที่ถนนประชาสโมสร จังหวัดขอนแก่น (แห่งที่สี่ของกลุ่มบริษัท)
2558	<p>➤ เมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2558 มีการปรับโครงสร้างของผู้ถือหุ้นใหม่โดยการจัดตั้ง บริษัท ออโตคอร์ป โฮลดิ้ง จำกัด เป็นบริษัทเพื่อการลงทุนเพียงอย่างเดียว และถือหุ้นโดยกลุ่มนายภานุมาศ รัศกุลณัฐวัฒน์ โดยมีทุนจดทะเบียนชำระแล้วเริ่มต้น 500,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 50,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท</p> <p>➤ เมื่อวันที่ 14 กันยายน 2558 บริษัทได้ซื้อหุ้นสามัญในหุ้นบริษัท เอ.วี.คาร์ส (สุรินทร์) จำกัด จากกลุ่มนายภานุมาศ รัศกุลณัฐวัฒน์ จำนวน 198,000 หุ้น รวมเป็นจำนวนเงิน 19.8 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99 ของจำนวนหุ้นทั้งหมดของบริษัทดังกล่าว</p> <p>ต่อมาได้ซื้อหุ้นสามัญในหุ้นบริษัท เอ.วี.บุรีรัมย์ ฮอนด้าคาร์ส จำกัด จากกลุ่มนายภานุมาศ รัศกุลณัฐวัฒน์ จำนวน 198,000 หุ้น รวมเป็นจำนวนเงิน 19.8 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99 ของจำนวนหุ้นทั้งหมดของบริษัทดังกล่าว</p> <p>➤ เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2558 ได้มีการเพิ่มทุนเป็น 25 ล้านบาท เพื่อเพิ่มเงินลงทุนในบริษัทย่อยและปรับโครงสร้างการถือหุ้น ซึ่งการถือหุ้นดังกล่าว ทำให้บริษัทเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่สัดส่วนร้อยละ 99 ในบริษัทย่อยทั้งสามบริษัท</p> <p>➤ เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2558 บริษัทได้เข้าซื้อหุ้นสามัญในหุ้นของ บริษัท ฮอนด้ามะลิวัลย์ จำกัด จากกลุ่มนายภานุมาศ รัศกุลณัฐวัฒน์ บริษัท เอ.วี.คาร์ส (สุรินทร์) จำกัด และบริษัท เอ.วี.บุรีรัมย์ ฮอนด้าคาร์ส จำกัด จำนวน 990,000 หุ้น รวมเป็นจำนวนเงิน 99 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99 ของจำนวนหุ้นทั้งหมดของบริษัทดังกล่าว</p>
เมษายน 2559	➤ เมื่อวันที่ 22 เมษายน 2559 บริษัท ฮอนด้ามะลิวัลย์ จำกัด เปิดโชว์รูมและศูนย์บริการแห่งใหม่ที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดขอนแก่น บนพื้นที่รวมกว่า 25 ไร่ เพื่อมุ่งเป็นศูนย์กลางของการขายและให้บริการรถยนต์ยี่ห้อฮอนด้าประจำจังหวัดขอนแก่น และนับเป็นโชว์รูมและศูนย์บริการฮอนด้าที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทยจนถึงปัจจุบัน และยังเป็นสำนักงานใหญ่ของบริษัทย่อย (แห่งที่ห้าของกลุ่มบริษัท)
ธันวาคม 2559	➤ ตามมติที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น เมื่อวันที่ 16 ธันวาคม 2559 ผู้ถือหุ้นมีมติอนุมัติการจ่ายเงินปันผลจำนวน 7 ล้านบาท สำหรับผลประกอบการปี 2558
2560	➤ บริษัท เอ.วี. คาร์ส (สุรินทร์) จำกัด เปิดดำเนินการเป็นศูนย์แสดงสินค้าที่สาขาวิวัฒน์โยธิน จังหวัดสุรินทร์ (แห่งที่หกของกลุ่มบริษัท)
พฤศจิกายน 2560	➤ ตามมติที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น เมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน 2560 ได้รับทราบการลาออกของกรรมการจำนวน 2 ท่าน และมีมติอนุมัติแต่งตั้งคณะกรรมการบริษัทใหม่ทั้งสิ้น 8 ท่าน โดยมีกรรมการอิสระ 4 ท่าน ได้แก่

	<ul style="list-style-type: none"> - นายพานิช พงศ์พิโรดม - นายวีระชัย งามศิริไศลศักดิ์ - หม่อมหลวงวินัย เกษมศรี - และผศ. ดร. ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม
กุมภาพันธ์ 2561	<ul style="list-style-type: none"> ➤ เมื่อวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2561 จดทะเบียนเพิ่มสาขาเป็นผู้จำหน่ายและให้บริการรถยนต์ยี่ห้อฮอนด้าที่จังหวัดภูเก็ต (แห่งที่เจ็ดของกลุ่มบริษัท) ซึ่งเป็นสาขาแรกของการขยายตลาดออกนอกเหนือไปจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ➤ เมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2561 บริษัท เอ.วี. คาร์ส (สุรินทร์) จำกัด บริษัท เอ.วี. บุรีรัมย์ ฮอนด้า คาร์ส จำกัด และบริษัท ฮอนด้ามะลิวัลย์ จำกัด ได้จดทะเบียนควบรวมกิจการ โดยเปลี่ยนเป็นนิติบุคคลใหม่ ภายใต้ชื่อ บริษัท ฮอนด้ามะลิวัลย์ จำกัด (“บริษัทย่อย”) ในการดำเนินธุรกิจเป็นผู้จำหน่ายและให้บริการรถยนต์ยี่ห้อฮอนด้า ทั้ง 7 แห่ง โดยมีทุนจดทะเบียน 140 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 1,400,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท โดยบริษัทเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ➤ เมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2561 บริษัทย่อยได้จัดทำสัญญาแต่งตั้งผู้จำหน่ายและให้บริการกับฮอนด้า สำหรับ 7 แห่ง (แก้ไขสัญญาหลังจากการควบรวมบริษัท)
มีนาคม 2561	<ul style="list-style-type: none"> ➤ เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2561 บริษัทย่อยเปิดดำเนินการเป็นผู้จำหน่ายและให้บริการรถยนต์ยี่ห้อฮอนด้าที่จังหวัดภูเก็ต ➤ เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2561 บริษัทจ่ายเงินปันผลจำนวน 18.75 ล้านบาท ให้กับผู้ถือหุ้นจำนวน 25 ล้านหุ้น ในอัตราเฉลี่ยหุ้นละ 7.50 บาท โดยจ่ายจากผลประกอบการปี 2560 ➤ เมื่อวันที่ 23 มีนาคม 2561 บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 25 ล้านบาท เป็น 222 ล้านบาท โดยเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม เพื่อลงทุนเพิ่มในบริษัทย่อยสำหรับขยายธุรกิจ และบริษัทย่อยเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 140 ล้านบาท เป็น 337 ล้านบาท โดยเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม และบริษัทย่อยได้เข้าซื้อที่ดินที่เป็นที่ตั้งของโชว์รูมและศูนย์บริการรถยนต์ยี่ห้อฮอนด้าที่จังหวัดสุรินทร์ (สาขาสุรินทร์และสาขาวิวัฒน์โยธิน) และจังหวัดบุรีรัมย์ จากนายภานุมาศ รั้งคุณอุวัฒน์ และนางหทัยรัตน์ รั้งคุณอุวัฒน์ ในราคา 155.93 ล้านบาท ซึ่งเป็นราคาตลาดถัวเฉลี่ยที่ประเมินโดยผู้ประเมินอิสระและได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (สำนักงาน ก.ล.ต.) จำนวน 2 ราย ➤ เมื่อวันที่ 29 มีนาคม 2561 เปิดดำเนินการเป็นผู้จำหน่ายและให้บริการรถยนต์ยี่ห้อฮอนด้าสาขานาคา จังหวัดภูเก็ต (แห่งที่แปดของกลุ่มบริษัท) เปิดดำเนินการศูนย์บริการเมื่อเดือนตุลาคม 2561 และเปิดดำเนินการโชว์รูมถาวรสำหรับส่วนงานขายเมื่อเดือน มีนาคม 2562
กันยายน 2561	<ul style="list-style-type: none"> ➤ เมื่อวันที่ 17 กันยายน 2561 บริษัทจดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน โดยเปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท ออโตคอร์ป โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน)” และเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้จากหุ้นละ 10 บาท เป็นหุ้นละ 0.50 บาท และเพิ่มทุนอีก 78 ล้านบาท เป็น 300 ล้านบาทเพื่อเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อประชาชนทั่วไป จำนวน 156 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท

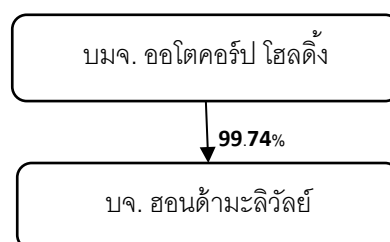
พฤศจิกายน 2561	➤ เมื่อวันที่ 16 พฤศจิกายน 2561 ทางฮอนด้า มีหนังสือแสดงเจตจำนงแต่งตั้งให้กลุ่มบริษัท เป็นผู้จำหน่ายและให้บริการรถยนต์ยี่ห้อฮอนด้าในจังหวัดกระบี่ ซึ่งเปิดดำเนินการเชิงพาณิชย์สำหรับส่วนงานจำหน่ายรถยนต์ยี่ห้อฮอนด้า (ชั่วคราว) ในเดือนมกราคม 2562
มกราคม 2562	➤ เมื่อวันที่ 4 มกราคม 2562 เปิดดำเนินการเป็นผู้จำหน่ายและให้บริการรถยนต์ยี่ห้อฮอนด้า สาขากระบี่ จังหวัดกระบี่ (แห่งที่เก้าของกลุ่มบริษัท)
ตุลาคม 2562	➤ เมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2562 เปิดดำเนินการเป็นผู้จำหน่ายและให้บริการรถยนต์ยี่ห้อฮอนด้า สาขาเมืองกระบี่ จังหวัดกระบี่ (แห่งที่สิบของกลุ่มบริษัท) เปิดดำเนินการศูนย์บริการเมื่อเดือนตุลาคม 2562 และเปิดดำเนินการโชว์รูมสำหรับส่วนงานขายเมื่อเดือน มกราคม 2563

1.3 โครงสร้างการลงทุน

บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อย 1 บริษัท คือ บริษัท ฮอนด้ามะลิวัลย์ จำกัด

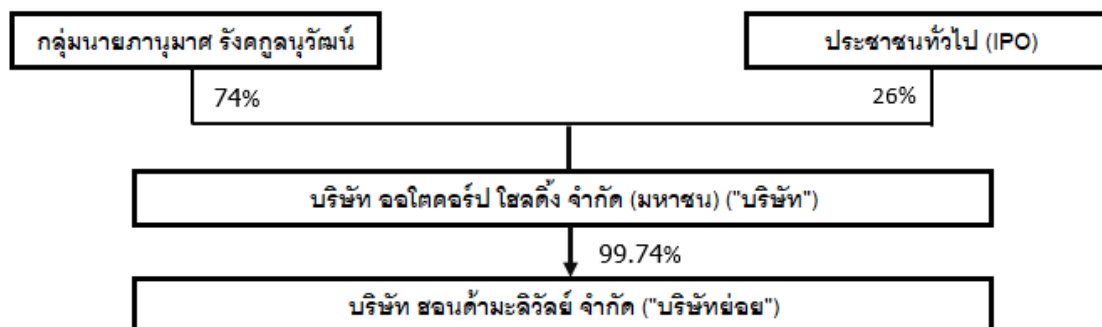
กลุ่มบริษัท มีการเปลี่ยนแปลงการถือหุ้นในไตรมาส 1 ปี 2561 ซึ่งจากเดิมบริษัทถือหุ้นในบริษัทย่อย 3 บริษัทในการดำเนินการธุรกิจหลัก จึงได้มีการควบรวม 3 บริษัทย่อยเพื่อให้มีความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน และการสั่งซื้อสินค้าและบริหารสินค้าคงคลังให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

โครงสร้างปัจจุบัน



การเสนอขายหุ้นสามัญต่อประชาชนเป็นครั้งแรกนี้ เป็นการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัท จำนวน 156,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท คิดเป็นร้อยละ 26 ของหุ้นสามัญที่ออกและชำระแล้วภายหลังการเสนอขายหุ้นสามัญ โดยมีโครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท ภายหลังการเสนอขายหุ้นสามัญต่อประชาชนเป็นครั้งแรกแสดงโครงสร้างได้ดังนี้

ตารางแสดงโครงสร้างการถือหุ้นภายหลังการเสนอขายหุ้นสามัญต่อประชาชนเป็นครั้งแรก



บริษัท สอนด้ามะลิวัลย์ จำกัด ("บริษัทย่อย")

วันที่ก่อตั้ง	:	วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2561 ควบรวมกิจการ 3 บริษัท ได้แก่ 1. บริษัท เอ.วี.คาร์ส (สุรินทร์) จำกัด (ก่อตั้งเมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2535) 2. บริษัท เอ.วี.บุรีรัมย์ สอนด้าคาร์ส จำกัด (ก่อตั้งเมื่อวันที่ 27 กันยายน 2537) 3. บริษัท สอนด้ามะลิวัลย์ จำกัด (ก่อตั้งเมื่อวันที่ 3 กันยายน 2555)
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 1111 หมู่ที่ 1 ถนนมะลิวัลย์ ต.บ้านทุ่ม อ.เมือง จังหวัดขอนแก่น โดยจัดสำนักงานสาขาทั้งหมด 10 แห่ง
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	:	เป็นผู้จำหน่ายและศูนย์บริการรถยนต์ยี่ห้อสอนด้า รวมถึงการให้บริการที่เกี่ยวข้อง
ทุนจดทะเบียน/ชำระแล้ว	:	550.00 ล้านบาท
กรรมการบริษัท	:	1. นายภานุมาศ รัศกุลณวัฒน์ 2. นางหทัยรัตน์ รัศกุลณวัฒน์ 3. นางสุกใส โภคทรัพย์ 4. นางสาวนุชนาถ สกุลสันเทียะ
กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม	:	นายภานุมาศ รัศกุลณวัฒน์ หรือ นางหทัยรัตน์ รัศกุลณวัฒน์ ลงลายมือชื่อร่วมกับนางสุกใส โภคทรัพย์ หรือ นางสาวนุชนาถ สกุลสันเทียะ รวมเป็นสองคน
ความสัมพันธ์กับบริษัท	:	บริษัท สอนด้ามะลิวัลย์ จำกัด เป็นบริษัทย่อยของ บริษัท ซึ่งถือหุ้นจำนวน 5,500,000 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.74 ของทุนจดทะเบียนของบริษัทย่อย และมีกรรมการร่วมกันกับบริษัท ได้แก่ นายภานุมาศ รัศกุลณวัฒน์ นางหทัยรัตน์ รัศกุลณวัฒน์ นางสุกใส โภคทรัพย์ และ นางสาวนุชนาถ สกุลสันเทียะ
โครงสร้างผู้ถือหุ้น	:	บริษัท ถือหุ้นจำนวน 5,500,000 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.74 กลุ่มนายภานุมาศ รัศกุลณวัฒน์ ถือหุ้นจำนวน 14,000 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.26

ทั้งนี้ การพิจารณาขนาดของบริษัท ในส่วนที่เกี่ยวกับการอนุญาตให้ Holding Company เสนอขายหุ้นที่ออกใหม่มีรายละเอียดดังนี้

เกณฑ์การเปรียบเทียบขนาดของบริษัท	ข้อกำหนดตามประกาศ Holding Company	คุณสมบัติของบริษัท ¹
ขนาดบริษัทย่อยที่ประกอบธุรกิจหลักเปรียบเทียบกับขนาดบริษัท วิธีการคำนวณ: (สินทรัพย์รวมของบริษัท หัก เงินลงทุนในบริษัท ร่วมและบริษัทอื่น) / สินทรัพย์รวมของบริษัท	\geq ร้อยละ 25.0	ร้อยละ 100
ขนาดบริษัทที่ประกอบธุรกิจหลักเปรียบเทียบกับขนาดบริษัท วิธีการคำนวณ: (สินทรัพย์รวมของบริษัท หัก เงินลงทุนในบริษัท อื่น) / สินทรัพย์รวมของบริษัท	\geq ร้อยละ 75.0	ร้อยละ 100
ขนาดบริษัทอื่นเปรียบเทียบกับขนาดบริษัท วิธีการคำนวณ: เงินลงทุนในบริษัทอื่น / สินทรัพย์รวมของบริษัท	\leq ร้อยละ 25.0	ร้อยละ 0

หมายเหตุ: ¹ คำนวณจากงบการเงินรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2562

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาแล้ว พบว่า

- ขนาดบริษัทย่อยที่ประกอบธุรกิจหลักมีสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 25.0 ของขนาดบริษัท
- ขนาดบริษัทที่ประกอบธุรกิจหลักมีสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 75.0 ของขนาดบริษัท และ
- บริษัท ไม่มีบริษัทลงทุนอื่น นอกจากบริษัท ฮอนด้ามอเตอร์ จำกัด (“บริษัทย่อย”)

ดังนั้นบริษัท จึงมีคุณสมบัติครบถ้วนตามประกาศ Holding Company ทุกประการ

1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นรายใหญ่

ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทคือ กลุ่มนายภานุมาศ รั้งคุณอุณวัฒน์ ซึ่งไม่มีธุรกิจอื่นใดที่มีการพึ่งพิงหรือสนับสนุนกับบริษัท ออโตคอร์ป โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัท ฮอนด้ามอเตอร์ จำกัด (“บริษัทย่อย”) ประกอบธุรกิจเป็นผู้จำหน่ายและศูนย์บริการรถยนต์ยี่ห้อฮอนด้า โดยมีลักษณะการประกอบธุรกิจ ดังนี้

1. ธุรกิจจากส่วนงานจำหน่ายรถยนต์และอุปกรณ์ตกแต่ง แบ่งผลิตภัณฑ์เป็น 2 ประเภท ได้แก่
 - ก. จำหน่ายรถยนต์
 - ข. จำหน่ายอุปกรณ์ตกแต่ง
2. ธุรกิจจากส่วนงานบริการซ่อมและจำหน่ายอะไหล่
3. ธุรกิจจากการนำเสนอบริการสินเชื่อเช่าซื้อและประกันภัยรถยนต์
4. การให้บริการหลังการขาย

2.2.1 ธุรกิจจากส่วนจำหน่ายรถยนต์และอุปกรณ์ตกแต่ง

ก. จำหน่ายรถยนต์

ธุรกิจหลักของบริษัทย่อย คือเป็นผู้จำหน่ายและศูนย์บริการรถยนต์ยี่ห้อฮอนด้า โดยปัจจุบันมีสาขาทั้งหมด 10 แห่ง โดยแบ่งเป็นโชว์รูมและศูนย์บริการ 9 แห่งและศูนย์แสดงสินค้า (โชว์รูม) อีก 1 แห่ง รวมทั้งสิ้น 10 แห่ง ดังนี้

โชว์รูมและ ศูนย์บริการ*	จังหวัด	ที่ตั้ง	ปีที่เริ่ม ให้บริการ	พื้นที่โชว์รูม (ตร.เมตร)	พื้นที่ ศูนย์บริการ (ตร.เมตร)
สาขาสุรินทร์	สุรินทร์	เลขที่ 274 หมู่ที่ 9 ถ.ปัทมานนท์ ต.แสงทองพันธ์ อ.เมือง	2535	525	3,260
สาขาบุรีรัมย์	บุรีรัมย์	เลขที่ 65 หมู่ที่ 9 ถนนบุรีรัมย์-นางรอง ต.อิสาน อ.เมือง	2537	650	1,820
สาขานางรอง	บุรีรัมย์	เลขที่ 123 หมู่ที่ 6 ถนนโชคชัย-เดชอุดม ต.ถนนหัก อ.นางรอง	2555	625	1,400
สาขาประชาสโมสร	ขอนแก่น	เลขที่ 345 หมู่ที่ 6 ถนนประชาสโมสร ต.ในเมือง อ.เมือง	2557	370	360
สาขามะลิวัลย์ (สำนักงานใหญ่)	ขอนแก่น	เลขที่ 1111 หมู่ที่ 1 ถ.มะลิวัลย์ ต.บ้าน ทุ่ม อ.เมือง	2559	2,400	8,200
สาขาวิวัฒโนโยธิน	สุรินทร์	เลขที่ 783 หมู่ที่ 20 ต.นอกเมือง อ.เมือง	2560	240	ไม่มี
สาขาภูเก็ต	ภูเก็ต	เลขที่ 3/17 หมู่ที่ 3 ถนนเทพกระษัตรี ต.รัษฎา อ.เมือง	2561	316	312

โชว์รูมและ ศูนย์บริการ*	จังหวัด	ที่ตั้ง	ปีที่เริ่ม ให้บริการ	พื้นที่โชว์รูม (ตร.เมตร)	พื้นที่ ศูนย์บริการ (ตร.เมตร)
สาขานาคา	ภูเก็ต	เลขที่ 36/3 หมู่ที่ 4 ถนนเจ้าฟ้าตะวันตก ต.วิชิต อ.เมือง	2561	920	1,840
สาขากระบี่**	กระบี่	เลขที่ 489/8, 489/10 ถ.อุตรกิจ ต.กระบี่ ใหญ่ อ.เมือง	2562	240	570
สาขาเมืองกระบี่***	กระบี่	เลขที่ 328 หมู่ที่ 2 ถนนเพชรเกษม ต. กระบี่น้อย อ.เมืองกระบี่	2562	1,000	1,600

หมายเหตุ *โชว์รูมเปิดให้บริการทุกวัน ไม่เว้นวันหยุดนักขัตฤกษ์ และศูนย์บริการเปิดให้บริการจันทร์-เสาร์ ยกเว้นวันหยุด
นักขัตฤกษ์

(เฉพาะศูนย์บริการสาขามะลิวัลย์และสาขานาคาที่เปิดวันอาทิตย์ด้วย ส่วนสาขาวิวัฒน์โยธินไม่มี
ศูนย์บริการ)

** สาขากระบี่ได้เปิดดำเนินการสำหรับโชว์รูมขายและศูนย์บริการเมื่อวันที่ 4 มกราคม 2562

*** สาขาเมืองกระบี่ได้เปิดดำเนินการสำหรับศูนย์บริการในเดือนตุลาคม 2562 และโชว์รูมขายในเดือนมกราคม
2563 ตามลำดับ

ผลิตภัณฑ์หลักจากส่วนงานจำหน่ายรถยนต์ของบริษัทย่อย คือ รถยนต์นั่งยี่ห้อฮอนด้า ซึ่งแบ่งกลุ่มประเภท
รถยนต์ได้เป็น 6 กลุ่มใหญ่ ได้แก่

1. **กลุ่ม Eco car** รถยนต์ขนาดเล็กที่มีเครื่องยนต์ขนาด 1300 ซีซี. ได้แก่ Brio และ Amaze

คุณสมบัติ : เป็นรถยนต์ขนาดเล็ก คล่องแคล่ว และประหยัดน้ำมัน เหมาะกับการใช้งานในเมือง ทำให้
สะดวกสบายในการขับขี่

ระดับราคา : เริ่มต้น 495,000 บาท



2. **กลุ่ม Sub compact** รถยนต์ขนาดเล็กที่มีเครื่องยนต์ขนาด 1,000 และ 1,500 ซีซี. ได้แก่ รุ่นซิตี้ (City)
และแจ๊ส (Jazz)

คุณสมบัติ : เป็นรถยนต์ที่มีพื้นที่ในห้องโดยสารที่กว้างขวาง ครบครันด้วยอุปกรณ์พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวก
ความสะอาดล้ำสมัย อีกทั้งดีไซน์สปอร์ตโฉบเฉี่ยวรองรับทุกไลฟ์สไตล์ในราคาประหยัด

ระดับราคา : เริ่มต้น 555,000 บาท



3. **กลุ่ม Compact** รถยนต์ขนาดกลางที่มีเครื่องยนต์ขนาด 1,500 – 1,800 ซีซี. ได้แก่ รุ่นซีวิค (Civic) และ ซีวิค แฮทช์แบ็ก (Civic Hatchback)

คุณสมบัติ : เทคโนโลยีอัจฉริยะ จุดกำเนิดของสมรรถนะอันทรงพลัง ประหยัดเชื้อเพลิงมากขึ้น เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ดีไซน์สปอร์ต หูหრაเหนือระดับ

ระดับราคา : เริ่มต้น 874,000 บาท



4. **กลุ่ม SEDAN** รถยนต์ขนาดใหญ่ที่มีเครื่องยนต์ขนาด 1,500 – 1,800 ซีซี. ได้แก่ รุ่นแอคคอร์ด (Accord)

คุณสมบัติ : ยนตรกรรมระดับพรีเมียมที่เปี่ยมด้วยคุณค่าแห่งความสง่างามสมัยใหม่ พร้อมภาพลักษณ์ผู้นำ เทคโนโลยีปลอดภัยอัจฉริยะ ขับเคลื่อนอย่างเหนือชั้นด้วยสมรรถนะของเครื่องยนต์ที่สมบูรณ์แบบ

ระดับราคา : เริ่มต้น 1,475,000 บาท



5. กลุ่มรถยนต์เนกประสงค์ หรือ SUV (Sport Utility Vehicle) ได้แก่ รุ่นเอชอาร์-วี (HR-V) ซีอาร์-วี (CR-V) และบีอาร์-วี (BR-V)

คุณสมบัติ : รูปลักษณะที่โฉบเฉี่ยวสปอร์ตยิ่งขึ้น ให้ความพรีเมียมของห้องโดยสารที่กว้างขวาง พร้อมเทคโนโลยีความปลอดภัยล้ำสมัย และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครัน ที่มอบอารมณ์แกร่งในทุกมิติ

ระดับราคา : เริ่มต้น 765,000 บาท



6. กลุ่มรถยนต์เนกประสงค์ 7 ที่นั่ง และ 5 ที่นั่งสำหรับรถครอบครัว หรือ MUV (Multi Utility Vehicle) ขนาด 1,500 ซีซี. ได้แก่ รุ่นโมบิลิโอ (Mobilio)

คุณสมบัติ : ตอบโจทย์ชีวิตครอบครัวคนเมืองยุคใหม่สู่ความลงตัวในทุกด้าน ลงตัวทุกกิจกรรมด้วยพื้นที่ใช้สอยเนกประสงค์ที่รองรับการใช้งานที่หลากหลาย

ระดับราคา : เริ่มต้น 659,000 บาท



รถยนต์รุ่นที่ได้รับความนิยมจากลูกค้าในปี 2562 ได้แก่ Civic, City, HRV และ Jazz ตามลำดับ ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 75 ของจำนวนรถที่ขายได้ทั้งหมดของกลุ่มบริษัท

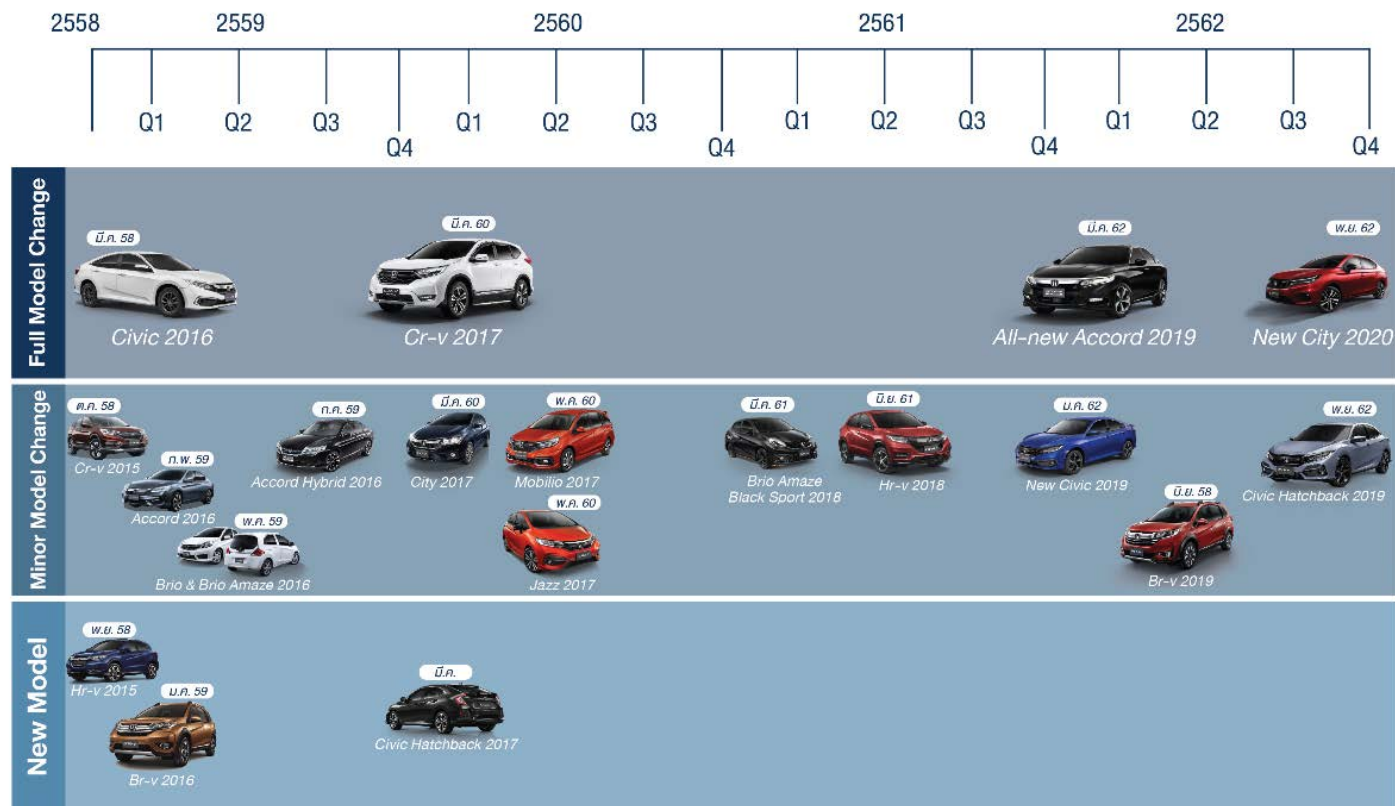
พัฒนาการรถยนต์ฮอนด้ารุ่นต่างๆ ในช่วง 5 ปี (2558-2562)

ฮอนด้ามีการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดรถยนต์นั่งตลอดมาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคและสร้างการเติบโตของสินค้ารถยนต์ฮอนด้าในอุตสาหกรรมยานยนต์ของไทย โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์จะแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ดังนี้

1. New Model คือ รถรุ่นที่ไม่เคยวางตลาดมาก่อน
2. Full Model Change คือ รถรุ่นที่มีวางตลาดอยู่แล้วและมีการปรับโฉมใหม่
3. Minor Model Change คือ รถรุ่นที่มีวางตลาดอยู่แล้วและมีการปรับรูปแบบหรือลักษณะรถเพียงบางส่วน

ภาพต่อไปนี้แสดงให้เห็นถึงพัฒนาการด้านผลิตภัณฑ์รุ่นต่างๆ ของฮอนด้า ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (2558-2562)

พัฒนาการด้านผลิตภัณฑ์รุ่นต่างๆ ของฮอนด้า ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (2558-2562)



จุดเด่นของรถยนต์ฮอนด้า

บริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัดเป็นผู้ผลิตรถยนต์ฮอนด้าในประเทศไทย โดยมีรถยนต์นั่งทุกรุ่นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างทั่วถึงและรองรับความนิยมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของผู้บริโภค โดยปี 2527 ฮอนด้าเริ่มนำรถยนต์ฮอนด้ารุ่นซีวิค (Civic) มาจำหน่ายในประเทศไทย และมีการเติบโตและพัฒนาการด้านผลิตภัณฑ์ การบริการ และการตลาดมาโดยตลอด จนทำให้รถยนต์ฮอนด้าได้รับความนิยมและการยอมรับจากผู้บริโภคในประเทศไทย และเป็นหนึ่งในผู้นำด้านการผลิตและจำหน่ายรถยนต์นั่งของไทย โดยอาจกล่าวได้ว่าจุดเด่นของฮอนด้า ได้แก่

- ดีไซน์หรูหราทุกรายละเอียด ทันสมัย เหมาะสมกับลูกค้าทุกกลุ่มเป้าหมาย
- มีขนาดห้องโดยสารที่กว้างขวาง สะดวกสบาย ครอบคลุมด้วยมาตรฐานความปลอดภัย
- ราคาคุ้มค่ากับคุณภาพความปลอดภัยและเทคโนโลยีที่ล้ำสมัย
- จำนวนศูนย์บริการที่ครอบคลุมทั่วประเทศ และการให้บริการภายใต้มาตรฐานฮอนด้า อีกทั้งบริการช่วยเหลือฉุกเฉินนอกสถานที่ 24 ชั่วโมง ที่จะช่วยเพิ่มความอุ่นใจให้กับผู้ใช้รถทุกคน
- มีรถให้เลือกหลากหลายรุ่นเหมาะกับลูกค้าทุกกลุ่มเป้าหมาย ตั้งแต่รถยนต์นั่งขนาดเล็ก (Eco car/Sub Compact) เช่น Brio Amaze /City Jazz รถยนต์นั่งขนาดกลาง เช่น Civic และ Civic Hatchback รถยนต์นั่งขนาดใหญ่ เช่น Accord จนถึงรถยนต์อเนกประสงค์ทั้ง SUV และ MPV เช่น BR-V HR-V CR-V และ Mobilio โดยในแต่ละรุ่นก็จะมีหลายแบบให้เลือก ตั้งแต่รุ่นเริ่มต้นจนถึงรุ่นสูงสุด (รุ่น TOP) อีกทั้งยังมีให้เลือกหลากหลายตามความต้องการและรสนิยมของลูกค้า
- รถยนต์ฮอนด้ามีราคาขายต่อที่ดี เป็นที่ยอมรับของตลาดรถยนต์มือสอง

ข. การจำหน่ายอุปกรณ์ตกแต่ง

บริษัทยังมีรายได้จากการจำหน่ายอุปกรณ์ตกแต่ง ประกอบด้วย ชุดอุปกรณ์ตกแต่งของแท้ พนักกันสนิม เคลือบสีรถ และฟิล์มกรองแสง เป็นต้น

2.2.2 ธุรกิจส่วนงานบริการซ่อมและจำหน่ายอะไหล่

บริษัทยังมีศูนย์บริการที่ทันสมัยและปลอดภัยตามมาตรฐานของฮอนด้า เพื่อให้บริการดูแลหลังการขาย เช่น บริการซ่อมบำรุง ซ่อมตัวถังและสี ตลอดจนการจำหน่ายอะไหล่ โดยมุ่งเน้นการบริการที่มีคุณภาพและรวดเร็วเหมาะสมสำหรับลูกค้า มีการให้บริการแบบครบวงจร เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดสำหรับลูกค้าที่นำรถมาเข้ารับบริการ ทั้งนี้ การให้บริการไม่เพียงแต่สำหรับลูกค้าที่ซื้อรถยนต์จากกลุ่มบริษัทเท่านั้น แต่รวมถึงที่ซื้อจากผู้จำหน่ายรถยนต์ฮอนด้ารายอื่นด้วย โดยสามารถแบ่งประเภทการซ่อมได้ดังนี้

1. **การบำรุงรักษาตามกำหนด (PM: Periodical Maintenance)** เพื่อให้ผู้ใช้รถเกิดความมั่นใจและเพื่อยืดอายุการใช้งานของรถยนต์ จึงต้องเข้าตรวจเช็คตามระยะที่กำหนดตามคู่มือการใช้งาน โดยเงื่อนไขการรับประกันเป็นไปตามที่แจ้งไว้ในสมุดรับประกัน

2. **การซ่อมทั่วไป (GR: General Repair)** เช่น ระบบเครื่องยนต์ ระบบขับเคลื่อน ระบบช่วงล่าง ระบบแอร์ และระบบไฟฟ้า เป็นต้น โดยช่างผู้ชำนาญการที่มีประสบการณ์อย่างยาวนานจะตรวจวิเคราะห์ปัญหาด้วยเครื่องมือที่ทันสมัย ซ่อมแซมและตั้งค่าเครื่องยนต์ เพื่อแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้า โดยหากต้องมีการเปลี่ยนอะไหล่

ทางศูนย์บริการจะแจ้งให้ลูกค้าทราบและตกลงก่อนที่จะดำเนินการ อีกทั้งมีการรับประกันอะไหล่ที่เปลี่ยนแทน ซึ่งอายุการรับประกันขึ้นอยู่กับอะไหล่แต่ละประเภท

3. การให้บริการซ่อมตัวถังและสี (BP: Body and Paint) การให้บริการซ่อมตัวถังและสีนั้นเพื่อให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่าจะคืนสู่สภาพเดิมได้อย่างที่ต้องการและสะท้อนให้เห็นถึงความงดงามราวกับรถใหม่ ด้วยความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในงานบริการซ่อมตัวถังและสีของช่างผู้ชำนาญการที่ผ่านการฝึกอบรมอย่างดีเยี่ยม ตามมาตรฐานการบริการที่เน้นความปราณีตและกระบวนการตรวจสอบคุณภาพทุกขั้นตอน รวมทั้งมีการใช้นวัตกรรมใหม่ของสีซ่อมรถยนต์ด้วยสีสูตรน้ำ (Waterborne) ที่ให้สีสันทนเงาเรียบสม่ำเสมอ และยึดติดคงทนในทุกสภาวะ ลดมลภาวะเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ดีต่อธรรมชาติ

ซึ่งทางศูนย์บริการจะอำนวยความสะดวกเรื่องการเคลมประกันให้กับผู้ใช้รถ โดยให้ความเชื่อมั่นได้ว่ารถยนต์จะได้รับการดูแลรักษาอย่างเหมาะสม และคุณภาพของงานที่ออกมาเป็นไปตามมาตรฐาน หากมีค่าใช้จ่ายที่นอกเหนือการเคลมประกัน ทางบริษัทจะแจ้งให้ลูกค้าทราบและตกลงก่อนดำเนินการทุกครั้ง

ทั้งนี้ การให้บริการซ่อมรถยนต์ทั้งสามประเภทข้างต้น ทางกลุ่มบริษัทจะรับประกันงานเช็กระยะ 10,000 กิโลเมตร หรือ 6 เดือน แล้วแต่อย่างใดอย่างหนึ่งจะถึงก่อน งานซ่อมทั่วไปตามอายุรับประกันอะไหล่ และงานบริการซ่อมตัวถังและสี 1 ปี

2.2.3 ธุรกิจจากการนำเสนอบริการสินเชื่อเช่าซื้อและประกันภัยรถยนต์

ในกรณีที่ลูกค้ามีความประสงค์จะเช่าซื้อรถยนต์ กลุ่มบริษัทจะนำเสนอสถาบันการเงินที่ให้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ (“สถาบันการเงิน” หรือ “บริษัทไฟแนนซ์”) ให้แก่ลูกค้าในการซื้อรถใหม่ และเมื่อมีความประสงค์จะทำประกันภัยรถยนต์ ทางกลุ่มบริษัทจะนำเสนอบริษัทนายหน้าตัวแทนประกันภัยหรือบริษัทประกันภัย (“บริษัทประกันภัย”) ให้แก่ลูกค้าทั้งที่ซื้อรถใหม่และลูกค้าเดิมของฮอนด้า โดยบริษัทจะได้รับผลตอบแทนจากการดำเนินการดังกล่าว

กลุ่มบริษัทมีนโยบายคัดเลือกสถาบันการเงินและบริษัทประกันภัยที่จะแนะนำให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีการพิจารณาเงื่อนไขและการให้บริการของสถาบันทางการเงินหรือบริษัทนายหน้าแต่ละรายเป็นประจำทุกเดือน

2.2.4 การให้บริการหลังการขาย

กลุ่มบริษัทมีการให้บริการหลังการขายหลายรูปแบบ ที่จะช่วยอำนวยความสะดวกและให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการและความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า พร้อมให้บริการดูแลรถยนต์โดยช่างผู้ชำนาญการที่ทุ่มเทเอาใจใส่ภายใต้คุณภาพมาตรฐานพร้อมการตรวจเช็คที่ได้มาตรฐานจากฮอนด้า ด้านต่าง ๆ เช่น

Super Fast Tech

การให้บริการด่วน “ซูเปอร์ฟาสต์เทค” (Super Fast Tech) ซึ่งเป็นบริการเช็กระยะเร่งด่วนทุก ๆ 10,000 กิโลเมตร ที่ให้ความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย ภายใต้สโลแกน “เร็วถูกใจ นัดเมื่อไร เราพร้อมบริการ” โดยไม่มีค่าบริการเพิ่มเติม

Honda Ultimate Care

ผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มความมั่นใจให้กับลูกค้าด้วยโปรแกรมการให้บริการด้านการรับประกันคุณภาพรถยนต์ “ฮอนด้า อัลติเมทแคร์” ที่ช่วยเพิ่มการรับประกันคุณภาพรถยนต์อีก 2 ปี หรือ 40,000 กิโลเมตร โดยไม่ต้องกังวลกับค่าใช้จ่ายเรื่องอะไหล่และค่าแรงในการซ่อมบำรุงที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต โดยลูกค้าสามารถจ่ายค่ารับประกันคุณภาพรถยนต์เพิ่มขึ้นจากระยะเวลาเดิม 3 ปีที่ฮอนด้ารับประกันให้อยู่แล้ว รวมเป็น 5 ปี โดยเสียค่าใช้จ่ายในราคาที่กำหนดไว้

Honda 24 hr Roadside Assistance

กลุ่มบริษัทสร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัยด้วยการให้บริการช่วยเหลือฉุกเฉินนอกสถานที่ 24 ชั่วโมง (Honda 24 hr Roadside Assistance) ซึ่งเป็นบริการสำหรับผู้ใช้งานรถยนต์ฮอนด้าทุกรุ่น ที่จะได้รับสิทธิพิเศษฟรีในการเป็นสมาชิกในระยะเวลาประกัน 3 ปี หรือ 100,000 กิโลเมตร

Honda Paysave แพ็กเกจเช็คระยะ

กลุ่มบริษัทให้การบำรุงรักษารถยนต์อย่างต่อเนื่องกับแพ็กเกจเช็คระยะ “ฮอนด้า เพย์เซฟ” เป็นการเสนอโปรแกรมเช็คระยะตั้งแต่วินาที 10,000 จนถึง 200,000 กิโลเมตร ได้รับส่วนลดค่าแรงและค่าอะไหล่สูงสุด 15% สำหรับงานบำรุงรักษาตามระยะที่กำหนด โดยระยะเวลาของแพ็กเกจจะมีอายุการใช้งาน 12 เดือน หรือ 24 เดือน

2.3 หลักการให้บริการศูนย์ Honda มาตรฐาน ACG

เนื่องจากกลุ่มบริษัทให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าและบริการเป็นหลัก ดังนั้น การบริหารสาขาที่กระจายอยู่หลายจังหวัดให้ประสบความสำเร็จต้องกำหนดนโยบายธุรกิจการบริการของแต่ละสาขาให้เป็นไปในทิศทางและมาตรฐานเดียวกัน บริษัทจึงใช้วิธีการบริหารงานจากส่วนกลาง เพื่อส่งต่อนโยบายและวิธีการปฏิบัติงาน จากสำนักงานใหญ่ไปยังสาขาทั้ง 9 แห่ง

ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทมีมาตรฐานเพื่อสร้างความประทับใจในหลายด้าน ตั้งแต่การอบรมพนักงานให้มีศักยภาพและปลูกฝังการต้อนรับลูกค้าด้วยใจ (Service Mind) ความรวดเร็วในการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าได้ทันตามกำหนดเวลา เนื่องจากจำนวนสาขาที่มากทำให้กลุ่มบริษัทสามารถบริหารจัดการสต็อกสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกเหนือจากการบริการกลุ่ม บริษัท ยังมีการออกแบบโชว์รูมและศูนย์บริการให้ทันสมัยและใส่ใจสิ่งแวดล้อม มีพื้นที่รับรองลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าได้สัมผัสกับบรรยากาศที่ทำให้การรอคือการพักผ่อน ไม่ว่าจะเป็นห้องชมภาพยนตร์ สนามเด็กเล่นขนาดย่อม มุมดื่มกาแฟและมุมพักผ่อนอื่นๆ รวมถึงการให้บริการโดยการนำเทคโนโลยีต่างๆ มาปรับใช้เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น

นอกจากการบริการต่างๆ ที่มอบแก่ลูกค้าแล้ว กลุ่มบริษัทยังให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมและการจัดการภายในองค์กรเป็นอย่างมากเช่นกัน ซึ่งกลุ่มบริษัทมีนโยบายในการควบคุมดูแลสินค้าคงคลัง (รถยนต์ อะไหล่ และอุปกรณ์ตกแต่ง) โดยการเข้าตรวจสอบทั้งจากภายในและภายนอกตามระยะเวลาที่กำหนดอย่างเคร่งครัด การอบรมพัฒนาศักยภาพ การให้สวัสดิการและสร้างแรงจูงใจเพื่อรักษานักวิชาการที่มีคุณภาพ รวมทั้งนโยบายในด้านอื่นๆ ที่เป็นการส่งเสริมให้ทุกสาขามีโครงสร้างการปฏิบัติงานที่แข็งแกร่ง

การประเมินผลงานของบริษัทฮอนด้า

ในแต่ละปีทางฮอนด้าจะมีการประเมินผลการดำเนินงานของตัวแทนจำหน่าย (“Dealer”) มาตรฐานไว้ 3 ด้าน ได้แก่

1. มาตรฐานการดำเนินงานของผู้จำหน่าย (Dealer Standard) ได้แก่ การจัดสถานที่ ความสะอาด ความครบถ้วนของเครื่องมือ ความสามารถในการให้บริการทั้งศูนย์จำหน่ายและการซ่อมแซม รวมทั้งการสื่อสารข้อมูลกับทางฮอนด้า
2. คะแนนความพึงพอใจของลูกค้าด้านการขายและบริการ (CSI Survey) เป็นการสำรวจความพึงพอใจกับลูกค้าโดยตรง โดยจะสอบถามด้านการขายและบริการ เช่น ความพึงพอใจในตัวพนักงาน ความกระตือรือร้นในการขาย การให้ข้อมูลของตัวแทนจำหน่ายเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ด้านสถานที่ การให้บริการ ตลอดจนการส่งมอบรถยนต์
3. ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานของผู้จำหน่าย (KPI) ได้แก่ เรื่องผลการดำเนินงานทั้งด้านยอดขายและศูนย์บริการ (Performance) ว่าเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดหรือไม่

โดยหลักเกณฑ์ทั้งหมดทางฮอนด้าจะนำไปเป็นข้อมูลในการพิจารณาแผนการดำเนินธุรกิจ และผลตอบแทนที่แต่ละ Dealer จะได้รับ ที่ผ่านมา กลุ่มบริษัทได้รับการประเมินผลงานในเกณฑ์ดีมาโดยตลอด และได้รับเงินรางวัลจากผลการประเมินการดำเนินงานผู้จัดจำหน่ายที่มีผลการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับเป้าหมายและแนวทางของฮอนด้า

2.4 ตลาดและสภาวะการแข่งขัน

2.4.1 กลุ่มลูกค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย

พฤติกรรมผู้บริโภค

ปัจจุบันรถยนต์ถือเป็นสิ่งสำคัญในชีวิตประจำวัน แม้จะยังไม่เทียบเท่าปัจจัยหลักแต่ก็เป็นสิ่งที่ช่วยให้การเดินทางสะดวกและรวดเร็ว ผู้บริโภคจึงให้ความสำคัญและใช้เวลาอย่างพิถีพิถันในการเลือกซื้อรถยนต์ ซึ่งเหตุผลลำดับต้นๆ ที่ใช้ในการตัดสินใจของผู้บริโภค มีหลักๆ ดังนี้

- **ความปลอดภัย** ถือเป็นปัจจัยหลักของการตัดสินใจใช้รถยนต์ โดยปัจจุบันฮอนด้าได้มุ่งเน้นให้รถยนต์รุ่นใหม่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากขึ้นเพื่อช่วยเพิ่มความมั่นใจในการขับขี่ของผู้บริโภคว่าจะมีความปลอดภัยสูงขึ้น
- **ความประหยัดน้ำมัน** เนื่องจากราคาน้ำมันมีความผันผวนอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ผู้บริโภคต้องใช้ความระมัดระวังในการเลือกซื้อ โดยการเลือกใช้รถยนต์ที่ประหยัดน้ำมันจะเป็นทางเลือกหลักสำหรับผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน
- **การออกแบบทั้งภายในและภายนอกรวมถึงขนาดของรถยนต์** ปัจจัยเรื่องการออกแบบที่สวยงาม ล้ำสมัย โดนใจ อุปกรณ์อำนวยความสะดวกของทั้งผู้ขับขี่และผู้โดยสารครบครัน วัสดุภายในมีคุณภาพ งานประกอบละเอียดเรียบร้อย เก็บเสียงจากภายนอกได้ดี สิ่งเหล่านี้ล้วนแต่เข้ามามีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของคนในยุคนี้ทั้งสิ้น

- **ราคารถยนต์** เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด เนื่องจากเงินคืองบประมาณที่จะใช้ตัดสินใจว่าผู้บริโภคมีความสามารถในการซื้อหรือผ่อนชำระได้หรือไม่ รวมถึงความสามารถในการรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในราคาของอะไหล่และค่าบำรุงรักษาที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอีกด้วย

ปัจจุบันพฤติกรรมในการเลือกซื้อรถยนต์เริ่มเปลี่ยนไปจากอดีต จากการตรงไปยังโชว์รูมเพื่อต้องการเห็นสัมผัสรถยนต์ที่ต้องการและข้อมูลต่างๆ เช่น สเปคเครื่องยนต์ ระบบผ่อนชำระ หรือรายละเอียดอื่นๆ นั้น โดยภาพรวมจะลดน้อยลง เนื่องจากผู้บริโภคสามารถหาข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้ ซึ่งจะพิจารณาเลือกรถยนต์ที่สนใจ 2-3 ยี่ห้อ และหาข้อมูลเบื้องต้นด้วยตัวเองก่อนการตัดสินใจเข้าโชว์รูมและศูนย์บริการเพื่อพิจารณาเปรียบเทียบข้อมูลและตัดสินใจในที่สุด

กลุ่มลูกค้า

ลูกค้าและกลุ่มเป้าหมายของกลุ่มบริษัท คือผู้บริโภคทุกระดับที่มีรายได้และกำลังซื้อเพียงพอ และมีความต้องการซื้อรถยนต์หนึ่งเพื่อใช้งาน หรือเป็นการเปลี่ยนรถยนต์คันใหม่ทดแทนรถยนต์คันเก่า อย่างไรก็ตามกลุ่มบริษัทยังมีศูนย์บริการ ซึ่งสามารถรองรับลูกค้าที่ใช้รถยนต์ยี่ห้อใดก็ได้ทุกรุ่น ไม่ว่าจะเป็นรถยนต์ที่ซื้อจากทางบริษัทหรือไม่ก็ตาม

ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มบริษัทไม่มีการจำหน่ายสินค้าให้แก่ลูกค้ารายใดเกินร้อยละ 30 ของรายได้รวม เนื่องจากกลุ่มบริษัทจำหน่ายสินค้าให้แก่ลูกค้ารายย่อยเป็นหลัก

กลุ่มลูกค้าประเภทบริษัทไฟแนนซ์ และบริษัทประกันภัย

กลุ่มบริษัท มีลูกค้าที่ขอสินเชื่อเช่าซื้อจากบริษัทไฟแนนซ์กับลูกค้าที่ซื้อรถยนต์เงินสดในสัดส่วน 90 ต่อ 10 โดยกลุ่มบริษัทมีรายได้หลักจากลูกค้ารายใหญ่ 10 รายแรก (ซึ่งเป็นบริษัทไฟแนนซ์และบริษัทประกันภัย) ปี 2561 และปี 2562 ในสัดส่วนร้อยละ 85.80 และร้อยละ 83.37 ของรายได้หลัก ตามลำดับ

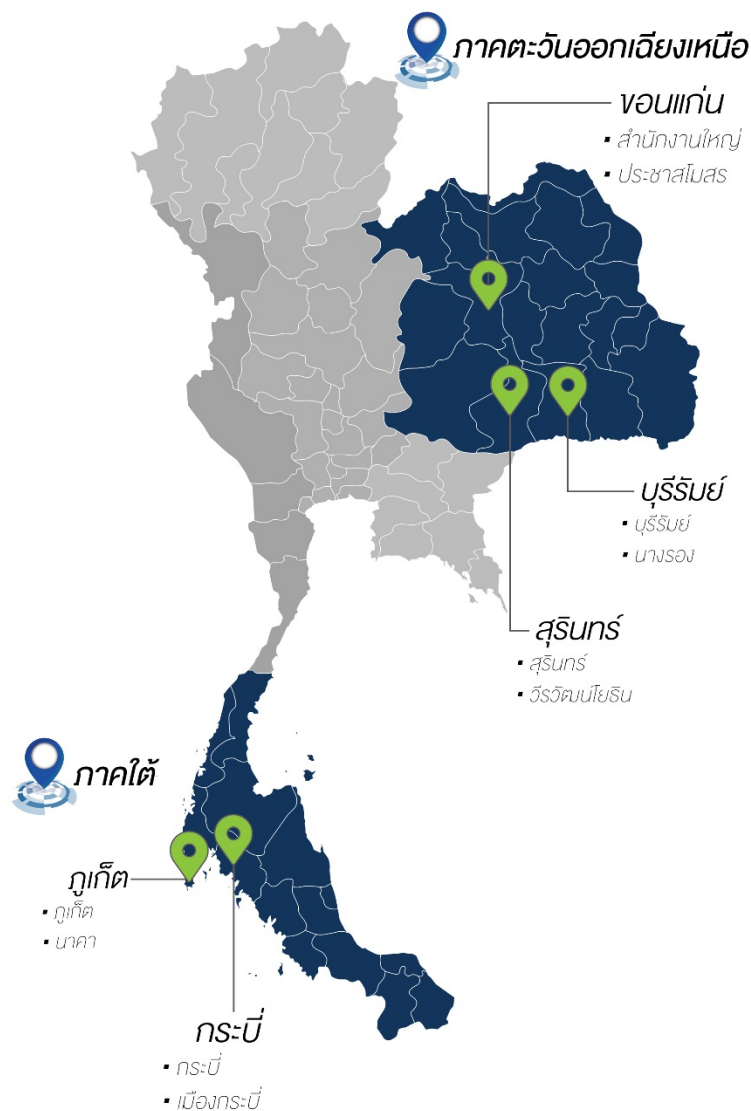
ทั้งนี้ ในระหว่างปี 2560 - 2562 กลุ่ม บริษัท มีบริษัทลูกค้าที่เป็นบริษัทไฟแนนซ์จำนวน 2 ราย ซึ่งมีรายได้เกินร้อยละ 30 อย่างไรก็ตาม กลุ่ม บริษัท ยังมีบริษัทไฟแนนซ์อื่นๆ ซึ่งมีสัดส่วนรายได้เช่าซื้อลดลงมา โดยกลุ่มบริษัท สามารถเลือกใช้บริการได้ ดังนั้น กลุ่ม บริษัท จึงไม่มีความเสี่ยงจากการสูญเสียรายได้จากลูกค้ารายใหญ่รายนี้ แต่ถือว่าการได้ประโยชน์ทั้งกลุ่ม บริษัท และบริษัทไฟแนนซ์

สำหรับรายได้ค่านายหน้าจากการนำเสนอบริษัทประกันภัยรถยนต์มีสัดส่วนเพียงเล็กน้อยคือไม่เกินร้อยละ 5 ของยอดรายได้รวม ถึงอย่างไรก็ตามรายได้ค่านายหน้าในปี 2562 เพิ่มขึ้นจากปี 2561 เท่ากับ 19.50 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 33.33 โดยปี 2561 มีมูลค่าเท่ากับ 58.50 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.42 ของรายได้รวม และปี 2562 มีมูลค่าเท่ากับ 78.00 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.50 ของรายได้รวม ซึ่งเป็นไปตามแนวโน้มปริมาณการขายรถที่เพิ่มขึ้นจากการขยายสาขา

การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจำหน่ายของบริษัทเป็นการจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคโดยตรงผ่านฝ่ายขาย โดยปัจจุบันมีโชว์รูมพร้อมทั้งศูนย์บริการทั้งหมด 9 แห่ง และศูนย์แสดงสินค้า (โชว์รูม) 1 แห่ง รวมทั้งสิ้น 10 แห่ง โดยมีรายละเอียดดังนี้

ธุรกิจหลักของบริษัทย่อย คือเป็นผู้จำหน่ายรถยนต์ฮอนด้า โดยปัจจุบันมีโชว์รูมและศูนย์บริการทั้งหมด 9 แห่ง และศูนย์แสดงสินค้า (โชว์รูม) อีก 1 แห่ง รวมทั้งสิ้น 10 แห่ง ดังนี้



หมายเหตุ : สาขานาคาเปิดดำเนินการสาขาชั่วคราวเดือนมีนาคม 2561 เปิดศูนย์บริการในเดือนตุลาคม 2561 และได้เปิดโชว์รูมขายในวันที่ 27 มีนาคม 2562 (เริ่มมีรายได้จากการขายเดือนเมษายน 2562)
 สาขากระบี่เปิดดำเนินการสาขาเมื่อวันที่ 4 มกราคม 2562
 สาขาเมืองกระบี่เปิดดำเนินการสาขาเปิดศูนย์บริการในเดือนตุลาคม 2562 และได้เปิดโชว์รูมขายในวันที่ 4 มกราคม 2563 (เริ่มมีรายได้จากการขายเดือนมกราคม 2563)

โดยกลุ่มบริษัทมีกลยุทธ์ที่สำคัญในการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านสาขา ดังนี้

- (1) การขยายสาขาให้ครอบคลุมทั่วทุกภูมิภาค โดยพิจารณาจากปัจจัยสำคัญต่างๆ เช่น รายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน ความหนาแน่นของประชากรที่อยู่อาศัย สภาพเศรษฐกิจชุมชนหรือเมืองเป้าหมาย กำลังซื้อของพื้นที่นั้นๆ เป็นต้น ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทมีแผนที่จะเปิดสาขาใหม่ในอนาคตไปยังพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงในทุกภูมิภาค
- (2) ปรับปรุงสาขาเดิมเพื่อสร้างบรรยากาศที่ดีและเพิ่มความประทับใจให้แก่ลูกค้า และ
- (3) เพิ่มการใช้สื่อออนไลน์เพื่อสร้างเครือข่ายการจำหน่ายสินค้าให้เข้าถึงผู้บริโภคอย่างทั่วถึงมากยิ่งขึ้น

การจัดแบ่งพื้นที่การขายและการให้บริการออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

● **พื้นที่ขาย (Showroom Area)** ได้แก่ บริเวณพื้นที่ภายในอาคารที่จัดแสดงรถยนต์ให้ลูกค้าสามารถเข้าชมและสอบถามรายละเอียดเกี่ยวกับที่ปรึกษาการขาย ซึ่งการจัดแสดงรถใหม่และชุดอุปกรณ์ตกแต่งจะคำนึงถึงความสะดวก ทันสมัยสะอาดและเป็นระเบียบ ตลอดจนการสร้างบรรยากาศในการเข้าชมให้มีความเป็นกันเอง

ภายในบริเวณโชว์รูม กลุ่มบริษัทจัดให้มีที่ปรึกษาการขายประจำแต่ละพื้นที่แสดงสินค้า เพื่ออำนวยความสะดวก และให้ข้อมูล ตลอดจนให้คำแนะนำด้านเทคนิคและการทำงานของรถยนต์ รวมถึงรายการส่งเสริมการขายประจำเดือนอีกด้วย

● **พื้นที่บริการ (Service Area)** แบ่งเป็นศูนย์ซ่อมตัวถังและสี (Body and paint) และศูนย์ซ่อมบำรุงทั่วไป โดยขนาดของโรงซ่อมขึ้นอยู่กับประมาณการรถเข้าซ่อมที่คำนวณจากประสบการณ์ของผู้บริหาร

กลุ่มบริษัทไม่เพียงแต่จัดแสดงรถใหม่ในบริเวณโชว์รูมจำหน่ายรถยนต์ทั้ง 10 แห่ง แต่ยังมี การจัดแสดงประชาสัมพันธ์ รวมถึงการจัดอีเวนต์ (Event) ในห้างสรรพสินค้า หรือแหล่งชุมชน เพื่อนำเสนอรถยนต์รุ่นใหม่ ๆ หรือการจัดรายการส่งเสริมการขายประจำเดือนให้แก่ประชาชนทั่วไป

2.4.2 กลยุทธ์ทางการตลาด

กลุ่มบริษัทมีการกำหนดกลยุทธ์ในการแข่งขัน เพื่อรักษาสถานะลูกค้าที่มีอยู่เดิมรวมทั้งเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดของกลุ่มบริษัท ดังต่อไปนี้

1. กลยุทธ์การขยายสาขาให้ครอบคลุมทุกภูมิภาค

การขยายสาขาเป็นปัจจัยสำคัญในการขยายธุรกิจของกลุ่มบริษัท เพื่อเพิ่มการเติบโตของรายได้ ยังตอบโจทย์ของกลุ่มบริษัทในการเป็นตัวแทนจำหน่ายและให้บริการที่ลูกค้านึกถึงเป็นเจ้าของเมื่อต้องการสินค้าและบริการของฮอนด้า และการได้มาซึ่งทำเลที่มีศักยภาพสูง กลุ่มบริษัทมีการทำแผนงานศึกษาโครงการในอนาคต (Feasibility Study) ในการขยายสาขาเพื่อเสนอต่อฮอนด้าสำหรับการขออนุมัติการลงทุนในสาขาใหม่ ถึงแม้ว่ากลุ่มบริษัทจะเริ่มต้นธุรกิจในอนาคตตะวันออกเฉียงเหนือ อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทไม่หยุดนิ่งที่จะขยายสาขาไปยังจังหวัดอื่นๆ นอกเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยในปี 2561 กลุ่มบริษัทเล็งเห็นการเติบโตทางเศรษฐกิจในจังหวัดภูเก็ต จึงได้เสนอขออนุมัติเข้าเปิดสาขาเพื่อขยายตลาดไปยังลูกค้ากลุ่มใหม่ที่มีศักยภาพและความสามารถในการซื้อ และในปี 2562 ขยายสาขาไปยังจังหวัดกระบี่ โดยกลุ่มบริษัทมีแผนที่จะขยายสาขาไปยังภูมิภาคอื่น ๆ ของประเทศอีกด้วย

2. ความรวดเร็วในการส่งมอบสินค้าและบริการ

เหตุผลอันดับต้นๆ ที่ลูกค้าใช้ในการตัดสินใจเข้ารับบริการจากศูนย์บริการหรือผู้ซ่อมรถต่างๆ คือ ความสะดวกสบายและความรวดเร็วในการให้บริการแม้ว่า การนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีความสมบูรณ์แบบมากเพียงใดก็ตาม หากไม่สามารถส่งมอบได้ตรงเวลาตามที่ลูกค้าต้องการหรือตามเวลาที่ให้สัญญาไว้กับลูกค้าก็ไม่มี ความหมายใด ๆ ทางกลุ่มบริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องนี้มาโดยตลอดจนเกิดเป็นแนวปฏิบัติในการวางแผนการสั่งซื้อสินค้าเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอ โดยที่ผ่านมากลุ่มบริษัทสามารถส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าได้เพียงพอต่อความต้องการและสร้างความประทับใจมาโดยตลอด มากกว่านั้น ด้วยจำนวนสาขาที่ครอบคลุม เป็นหนึ่งในปัจจัยหลักที่ทำให้กลุ่มบริษัทสามารถบริหารจัดการสินค้า (Stock) เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. กลยุทธ์การสร้างแตกต่างตามมาตรฐาน AUTOCORP (“ACG”)

เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับผู้จำหน่ายรถยนต์ที่อยู่ในจังหวัดเดียวกันและจังหวัดใกล้เคียง กลุ่มบริษัทจึงวางแผนกลยุทธ์การตลาดโดยการสร้างโชว์รูมและศูนย์บริการรถยนต์ที่จังหวัดขอนแก่นซึ่งถือเป็นเมืองหลักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ให้เป็นโชว์รูมและศูนย์บริการที่ใหญ่ที่สุดในเมืองไทย ภายใต้แนวคิดการออกแบบที่หรูหรา โอโถง ทันสมัย ลดการใช้พลังงานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม บนพื้นที่ขนาดใหญ่กว่า 25 ไร่ ซึ่งแบ่งเป็นพื้นที่อาคารใช้สอยกว่า 11,000 ตร.ม. พื้นที่จัดแสดงรถใหม่กว่า 1,200 ตร.ม. สามารถโชว์รถได้มากกว่า 30 คัน และศูนย์บริการที่มีขนาดใหญ่ถึง 9,000 ตร.ม. รองรับได้มากถึง 139 ช่องซ่อม สามารถรองรับลูกค้าและให้บริการซ่อมทั่วไปและซ่อมบำรุงรักษาตามกำหนด ได้ถึงเดือนละ 4,350 คัน และให้บริการซ่อมตัวถังและสี (Body and paint) ได้มากถึงเดือนละ 720 คัน ถือเป็นโชว์รูมและศูนย์บริการขนานด้าแบบครบวงจร สามารถรองรับการให้บริการได้มากที่สุดในประเทศไทย

กลุ่มบริษัทมีเจตนารมณ์ในการสร้างเอกลักษณ์ของศูนย์ฮอนด้าด้วยมาตรฐาน ACG โดยนำโชว์รูมและศูนย์บริการของสำนักงานใหญ่เป็นต้นแบบสำหรับสาขาต่อไป โดยยึดมาตรฐาน กลุ่มบริษัท ที่มุ่งมั่นตั้งใจในการดูแลลูกค้าที่เข้ารับบริการให้ได้สัมผัสทุกความประทับใจและบริการอันแสนอบอุ่น และพร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อาทิ แก้วน้ำขวดไฟฟ้า การให้บริการ Wi-Fi ฟรี โต๊ะเครื่องเล่น iPad อาหารและเครื่องดื่มที่หลากหลายคัดสรรเฉพาะวัตถุดิบที่มีคุณภาพในระดับพรีเมียม ไม่ว่าจะเป็นบัตส์ไอศกรีม (Bud's Ice cream) อาหารว่าง ขนมต่างๆ ที่สับเปลี่ยนหมุนเวียนเพื่อความหลากหลาย รวมทั้งเครื่องดื่มร้อนเย็นระดับพรีเมียมนานาชนิด เช่น กาแฟสด นอกจากนั้นยังมีห้องรับรอง (Maliwan Club) และห้องชมภาพยนตร์ (Maliwan Theater) ที่มีการออกแบบขึ้นเป็นพิเศษเพื่อความบันเทิงและทำให้ช่วงเวลารอคอยเปลี่ยนเป็นช่วงเวลาพิเศษนอกเหนือจากการบริการสำหรับผู้ใหญ่แล้วยังมี Kid's land สนามเด็กเล่นสีสันสดใสที่สร้างเสริมพัฒนาการการเรียนรู้ให้กับเด็กๆ โดยเน้นถึงความปลอดภัยด้วยมาตรฐานระดับสากลเป็นสำคัญ

4. การให้บริการก่อนและหลังการขายที่ดีเลิศ

เนื่องจากสินค้าของกลุ่มบริษัทเป็นสินค้าที่มีมาตรฐานมาจากฮอนด้า และไม่ได้มีความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์เปรียบเทียบกับศูนย์จัดจำหน่ายอื่น ดังนั้นสิ่งที่จะช่วยสร้างความแตกต่างให้กับกลุ่มบริษัทคือการสร้างความพึงพอใจสูงสุดตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดการขายให้แก่ลูกค้าโดย

- การรู้จักและทำความเข้าใจลูกค้าอย่างลึกซึ้งไม่ว่าจะเป็น อายุ การศึกษา พฤติกรรม รายได้ และความต้องการอย่างละเอียด โดยไม่มองข้ามข้อจำกัดต่างๆของลูกค้ามี
- ให้ความรู้ที่ครบถ้วนในตัวผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจของลูกค้า รวมถึงการเสนอทางเลือกต่างๆที่ทำให้ลูกค้าได้รับสิทธิประโยชน์สูงสุดและ
- การให้บริการโดยพนักงานที่มีความรู้ มีหัวใจบริการด้วยรอยยิ้มที่สุภาพ อ่อนน้อมและแสดงความเป็นมิตร

สิ่งที่สำคัญไม่น้อยไปกว่าความใส่ใจในความต้องการของลูกค้าก่อนการขาย คือ การบริการหลังการขาย (After sale services) นอกจากบริการของฮอนด้าไม่ว่าจะเป็นโปรแกรมการดูแลต่างๆ แล้วในส่วนของกลุ่มบริษัทซึ่งมีบทบาทสำคัญในการเข้าติดตามหรือแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องนี้เป็นอย่างมาก โดยมุ่งเน้นให้พนักงาน

- มีการสื่อสารกับลูกค้าและเน้นการสร้างระบบป้องกันปัญหาล่วงหน้า เช่น การติดตามสอบถามกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอและไม่เพียงแค่ออกมาหลังจากการรับสินค้าไม่กี่วัน แต่หมายถึงการดูแลตลอดอายุการใช้งานของสินค้านั้น รวมถึงการปฏิบัติงานที่ถูกต้องตามระเบียบและกฎหมายก็เป็นสิ่งที่จะช่วยให้ลูกค้าเชื่อมั่นในสินค้าและบริการได้อย่างดีเยี่ยม
- เน้นความรวดเร็วในการเข้าแก้ไขปัญหา ไม่ละเลยต่อปัญหาของลูกค้าที่กลุ่มบริษัทสามารถแก้ไขได้เมื่อลูกค้าเกิดปัญหาจากการใช้งาน พนักงานหรือกลุ่มบริษัทมีช่องทางการรับเรื่องที่สะดวกและทันเวลา พร้อมทั้งการเข้าแก้ไขในส่วนที่กลุ่มบริษัทสามารถทำได้โดยเร็วที่สุด เพื่อความสะดวกของลูกค้าและไม่ให้เกิดข้อร้องเรียนตามมา

เมื่อกลุ่มบริษัทมีเป้าหมายการบริการคือความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า การอบรมพนักงานให้มีหัวใจในการบริการนั้นเป็นสิ่งที่กลุ่มบริษัทให้ความสำคัญมากเป็นพิเศษ กลุ่มบริษัทได้จัดให้มีการอบรมที่เข้มข้นและทดสอบการปฏิบัติงานของพนักงานด้านหน้าหรือบุคลากรที่มีโอกาสได้พบหรือสื่อสารกับลูกค้าโดยตรงอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้เพื่อรักษามาตรฐานการปฏิบัติงาน

ทั้งนี้ ทั้งกลุ่มบริษัทและฮอนด้ายังมีการประเมินผลความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการจากแบบสอบถามและมีการเก็บข้อมูลการเข้ารับบริการของลูกค้า เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของกลุ่มบริษัททั้งส่วนของโชว์รูมจำหน่ายรถยนต์และส่วนของศูนย์บริการอีกด้วย

5. ประสบการณ์ของผู้บริหารและบุคลากรของกลุ่มบริษัท

ผู้บริหารนั้นมีความสำคัญเป็นอย่างมากสำหรับองค์กรทั้งยังมีบทบาทในการขับเคลื่อนทิศทางของกลุ่มบริษัทด้วยเช่นกัน กว่า 27 ปีในการดำเนินธุรกิจการเป็นตัวแทนจำหน่ายและบริการของกลุ่มบริษัท ส่งผลให้ทั้งผู้บริหารและบุคลากรหลายท่านมีประสบการณ์และเข้าใจความต้องการของลูกค้า เข้าใจในลักษณะของธุรกิจ การดำเนินงานรวมถึงการแก้ปัญหาหรือสถานการณ์ต่างๆ ได้อย่างลึกซึ้ง และสามารถนำประสบการณ์หรือปัญหาที่เคยพบมาปรับปรุงและพัฒนากระบวนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นอยู่ตลอดเวลาอีกด้วย

2.4.3 นโยบายการกำหนดราคา

การกำหนดราคาของกลุ่มบริษัท เป็นไปตามราคาที่ยกหนดที่กำหนด ซึ่งเป็นราคาขายทั่วประเทศที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ผู้บริหารจะสามารถกำหนดกลยุทธ์ส่งเสริมการขายอื่นๆ เพื่อจูงใจลูกค้า ส่วนสินค้าอื่นๆ เช่น อุปกรณ์ตกแต่ง เบาะหนัง กลุ่มบริษัทมีนโยบายกำหนดราคาจากราคาต้นทุนบวกกำไรขั้นต้น พร้อมกับพิจารณาราคาตลาดด้วย

2.4.4 การโฆษณาและประชาสัมพันธ์

กลุ่มบริษัทมีนโยบายการใช้สื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ดังต่อไปนี้

1. บริษัทออกงานอีเวนต์ (Event) เพื่อประชาสัมพันธ์ศูนย์โชว์รูมของกลุ่มบริษัท และแนะนำรถยนต์รุ่นใหม่ หรือโปรโมชั่นใหม่ๆ อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง โดยจะใช้สถานที่ชุมชน เช่น ห้างสรรพสินค้า ศูนย์แสดงสินค้า งานท่องเที่ยว เป็นต้น เป็นช่องทางประชาสัมพันธ์
2. ผลิตสินค้าสำหรับส่งเสริมการขายเฉพาะของยี่ห้อบริษัท เช่น หมอนรองคอ สายเข็มขัดนิรภัยร่ม หมวก เป็นต้น
3. ให้การสนับสนุนงานกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้บริษัทเป็นที่รู้จัก ได้แก่ การร่วมเป็นสปอนเซอร์งานแข่งขันวิ่งจังหวัดภูเก็ต เป็นต้น
4. มีการสร้างเว็บไซต์ของกลุ่ม บริษัท คือ www.autocorpgroup.com เพื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มบริษัทให้เป็นที่รู้จัก

2.4.5 ภาวะอุตสาหกรรมและภาวะการแข่งขัน

ภาวะอุตสาหกรรมรถยนต์

ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ภาวะอุตสาหกรรมรถยนต์ของไทยค่อนข้างผันผวน โดยเฉพาะจากการที่รัฐบาลมีมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจผ่าน “โครงการรถคันแรก” ในช่วงเดือนกันยายน 2554 ถึงธันวาคม 2555 มีผลให้ตลาดรถยนต์ในประเทศเติบโตอย่างมากในช่วงเวลาดังกล่าว โดยยอดจำหน่ายรถยนต์สูงถึง 1.4 ล้านคัน และ 1.3 ล้านคัน ในปี 2555 และ 2556 ตามลำดับ (เทียบกับเฉลี่ยในปี 2550-2554 ที่มียอดขายเฉลี่ยปีละ 0.7-0.75 ล้านคัน) ประกอบกับการส่งออกรถยนต์ยังคงขยายตัวต่อเนื่องจากการส่งออก Eco-car ตามเงื่อนไขของโครงการส่งเสริมการลงทุนของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) มีผลให้ยอดส่งออกรถยนต์เพิ่มขึ้นเป็นกว่า 1 ล้านคันนับตั้งแต่ปี 2555 เป็นต้นมา และปริมาณการผลิตรถยนต์ของไทยในช่วงเวลาดังกล่าวเพิ่มขึ้นมากและมีระดับสูงเป็นประวัติการณ์ที่ 2.46 ล้านคัน ในปี 2556

อย่างไรก็ตาม ในปี 2557-2559 การผลิตรถยนต์ของไทยลดลงมาอยู่ที่ 2 ล้านคัน โดยมีสาเหตุหลักจากการหดตัวของตลาดรถยนต์ในประเทศหลังสิ้นสุดโครงการรถคันแรกที่เป็นการดึงอุปสงค์ (Demand) ในอนาคต หรือ ความต้องการซื้อรถยนต์ในระยะ 3-4 ปีล่วงหน้ามารวมไว้ภายในช่วงระยะเวลาโครงการฯ โดยยอดจำหน่ายรถยนต์ลดลงมาอยู่ที่ประมาณ 0.7-0.8 ล้านคันต่อปี และตลาดรถยนต์ภายในประเทศมีภาวะการแข่งขันรุนแรง เห็นได้จากส่วนแบ่งการตลาดของค่ายรถยนต์มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก โดย Toyota มีส่วนแบ่งทางการตลาดในประเทศลดลงอย่างมีนัยยะ สวนทางกับค่ายรถยนต์อื่นๆ ได้แก่ Isuzu, Honda, Mitsubishi และ Nissan ที่มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น หลังมีการเปิดตัวรถยนต์โมเดลใหม่ๆ ทั้ง Eco-car และ SUV เข้ามาแข่งขันในตลาด

สำหรับในช่วงปี 2560 ตลาดรถยนต์ในประเทศได้พลิกผัน กลับขึ้นมาขยายตัวเป็นครั้งแรกในรอบ 5 ปี หลังโครงการรถคันแรกสร้างผลกระทบต่อตลาด และในปี 2561 ยังมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลของสมาคมอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมรถยนต์ไทยในปี 2561 มีการขยายตัวเมื่อเทียบกับปีก่อน โดยแบ่งออกเป็น

1. การผลิตรถยนต์ ในปี 2561 มีปริมาณการผลิตรถยนต์ 2,167,694 คัน สูงสุดในรอบ 5 ปี เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.99 โดยแบ่งเป็นการผลิตรถยนต์นั่งร้อยละ 40.81
2. การจำหน่ายรถยนต์ในประเทศ ในปี 2561 มีปริมาณการจำหน่าย 1,041,739 คัน สูงสุดในรอบ 5 ปี เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.5 โดยแบ่งเป็นรถยนต์นั่งร้อยละ 38.36 และ
3. การส่งออกรถยนต์ ในปี 2561 มีปริมาณการส่งออก 1,140,640 คัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.08 แต่มูลค่าการส่งออกลดลงจากปี 2560 ร้อยละ 1.36

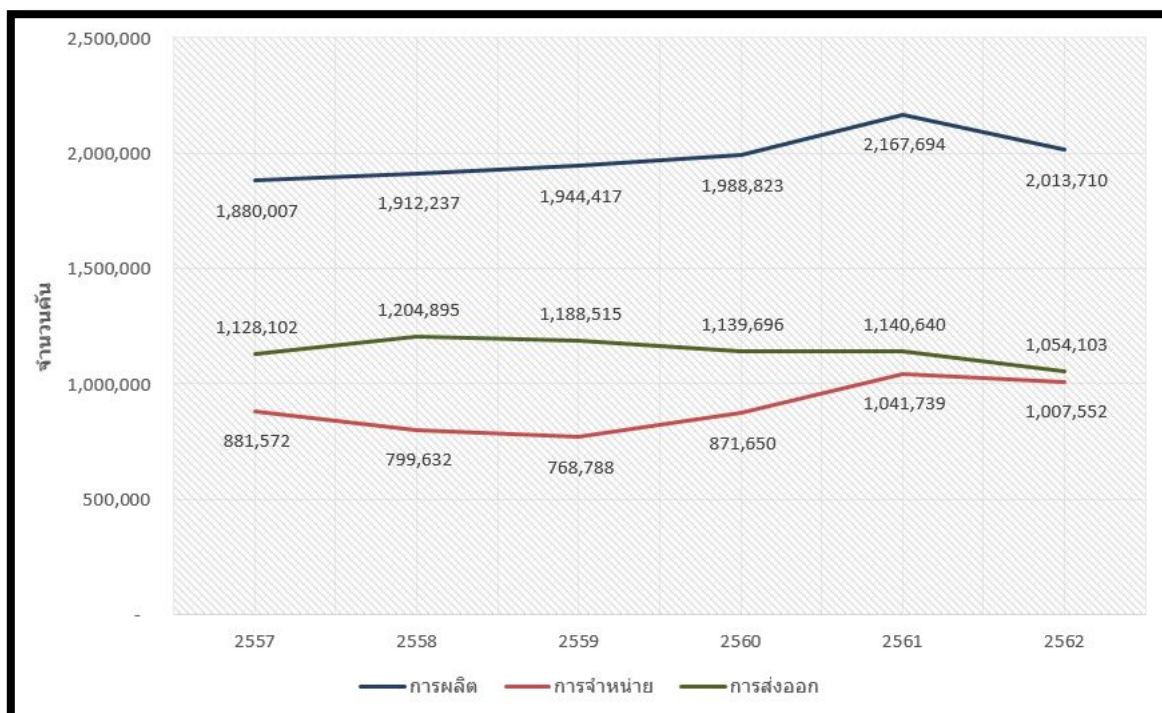
ในปี 2561 ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ในประเทศไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 1,041,739 คัน สูงสุดในรอบ 5 ปี เพิ่มขึ้นจากปี 2560 ในระยะเวลาเดียวกัน ร้อยละ 19.5 ยอดขายเติบโตเพิ่มขึ้นจากการแนะนำรถยนต์รุ่นใหม่ เศรษฐกิจที่ดีขึ้นจากการลงทุนของภาครัฐและเอกชน การช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อยและเกษตรกร นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศยังมีจำนวนมาก รวมถึงความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น ส่งผลต่อเนื่องถึงไตรมาส 1 ปี 2562 ซึ่งมีปริมาณการจำหน่ายรถยนต์เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2561

สำหรับปี 2562 ปริมาณการผลิต จำหน่ายและส่งออกรถยนต์เมื่อเทียบกับปี 2561 โดยแบ่งออกเป็น

1. การผลิตรถยนต์ในปี 2562 มีปริมาณการผลิตรถยนต์ 2,013,710 คัน ลดลงจำนวน 153,984 คัน หรือร้อยละ 7.10 เมื่อเทียบกับปี 2561
2. การจำหน่ายรถยนต์ในปี 2562 มีปริมาณการจำหน่าย 1,007,552 คัน ลดลงจำนวน 34,187 คัน หรือร้อยละ 3.28 เมื่อเทียบกับปี 2561
3. การส่งออกรถยนต์ในปี 2562 มีปริมาณการส่งออก 1,054,103 คัน ลดลงจำนวน 86,537 คัน หรือร้อยละ 7.59 เมื่อเทียบกับปี 2561

รูปกราฟแสดงปริมาณการผลิต จำหน่ายและส่งออกรถยนต์ (คัน) ในช่วงปี 2557 – 2562 แสดงได้ดังนี้

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม รวบรวมจากกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ สมาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย



ตารางแสดงปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ในช่วงเดือน ม.ค.- ธ.ค. ในปี 2561-2562 แสดงได้ดังนี้ :

ประเภทรถยนต์	ปริมาณการจำหน่าย (คัน)		
	(ม.ค.-ธ.ค.)		
	2562	2561	เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
รถยนต์นั่งโดยสาร	398,386	399,657	(0.32%)
รถเพื่อการพาณิชย์	609,166	642,082	(5.13%)
รวม	1,007,552	1,041,739	(3.28%)

(ที่มา: รวบรวมจากสมาคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยและกรมขนส่งทางบก)

ทั้งนี้ กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ สมาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เปิดเผยตัวเลขประมาณการการผลิตรถยนต์ของสมาชิกกลุ่มฯ ในปี พ.ศ.2563 โดยแยกเป็นการผลิตเพื่อการส่งออก และการผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศ โดยประมาณการการผลิตรถยนต์ในปี 2563 ประมาณ 2,000,000 คัน น้อยกว่าปี 2562 ซึ่งมีจำนวน 2,013,710 คัน ลดลง 13,710 คัน คิดเป็นร้อยละ 0.68 โดยแบ่งเป็นการผลิตเพื่อการส่งออกประมาณ 1,000,000 คัน เท่ากับร้อยละ 50 ของยอดการผลิตทั้งหมด และผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศประมาณ 1,000,000 คัน เท่ากับร้อยละ 50 ของยอดการผลิตทั้งหมด

สำหรับการผลิตเพื่อการส่งออก จำนวน 1,000,000 คัน ลดลงจากปีที่แล้วที่ผลิตได้ 1,037,164 คัน เป็นจำนวน 37,164 คัน หรือลดลงร้อยละ 3.58 เพราะยังกังวลเรื่องสงครามการค้าที่ยังไม่มีความแน่นอนว่าจะยุติค่าเงินบาทแข็ง รวมถึงความขัดแย้งระหว่างประเทศในบางภูมิภาค

ส่วนการผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศ จำนวน 1,000,000 คัน เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วที่ผลิตได้ 976,546 คัน เป็นจำนวน 23,454 คัน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.4 เพราะการผลิตรถอีโคคาร์รุ่นใหม่ของหลายบริษัทเข้าสู่ภาวะปกติ แต่ยังคงมีความกังวลเรื่องภัยแล้ง การเมืองในประเทศ และดัชนีนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศที่ชะลอตัว

ส่วนแนวโน้มตลาดรถยนต์ของปี 2563 คาดการณ์ว่า ปีนี้เป็นปีที่ท้าทายอีกปีหนึ่ง ตลาดรถยนต์ยังคงเผชิญกับหลายปัจจัย จากความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อภาวะเศรษฐกิจโลกที่ไม่แน่นอน และมาตรการควบคุมสินเชื่อรถยนต์ที่เข้มงวดมากขึ้น ดังนั้นจึงคาดการณ์ว่าตลาดรถยนต์รวมในประเทศ จะอยู่ที่ 940,000 คัน ลดลงประมาณร้อยละ 7 เมื่อเทียบกับปี 2562 ที่ผ่านมา ซึ่งแบ่งเป็น รถยนต์นั่งโดยสารจำนวน 358,500 คัน และรถเพื่อการพาณิชย์จำนวน 581,500 คัน

ทิศทางอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทย

ในช่วงต้นปี 2560 รัฐบาลได้ประกาศมาตรการส่งเสริมการลงทุนผลิตรถยนต์ไฟฟ้าแบบผสมที่ใช้พลังงานเชื้อเพลิงและพลังงานไฟฟ้า หรือไฮบริด (Hybrid Electric Vehicle: HEV) รถยนต์ไฟฟ้าแบบผสมเสียบปลั๊ก (Plug-In Hybrid Electric Vehicle: PHEV) และรถยนต์ไฟฟ้าแบบแบตเตอรี่ (Battery Electric Vehicle: BEV) โดยให้ส่งเสริมการผลิตทั้งรถยนต์นั่ง รถกระบะและรถโดยสาร รวมไปถึงชิ้นส่วนรถยนต์ไฟฟ้า (อุปกรณ์สำหรับรถพลังงานไฟฟ้าที่บีโอไอให้การสนับสนุน: แบตเตอรี่ Traction Motor ระบบปรับอากาศด้วย ไฟฟ้าหรือชิ้นส่วน ระบบบริหารจัดการแบตเตอรี่ (BMS) ระบบควบคุมการขับเคลื่อน (DCU) กิจการผลิต On-Board Charger กิจการผลิตสายชาร์จ แบตเตอรี่พร้อมเต้ารับ-เต้าเสียบ กิจการผลิต DC/DC Converter กิจการผลิต Inverter กิจการผลิต Portable Electric Vehicle Charger กิจการผลิต Electrical Circuit Breaker กิจการพัฒนาระบบอัดประจุไฟฟ้าอัจฉริยะ (EV Smart Charging System) และกิจการผลิตคานหน้า/คานหลังสำหรับรถโดยสารไฟฟ้า

เมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2561 บีโอไอเผยไฟเขียวเอกชนรายแรกของไทยลงทุนกว่า 1,000 ล้านบาท ตั้งสถานีบริการอัดประจุไฟฟ้า สำหรับรถยนต์ไฟฟ้า 3,000 หัวจ่าย กระจายในทุกภาคทั่วประเทศ พร้อมอนุมัติโครงการผลิตแบตเตอรี่ สำหรับรถยนต์ไฟฟ้าหนุนการเติบโต หลังค่ายรถยนต์ชั้นนำของโลกหันลงทุนในไทย บอกราคาความต้องการรถยนต์ไฟฟ้าส่วนบุคคลกว่า 1.2 ล้านบาทภายในปี 2564 นายโชคดี แก้วแสง รองเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (บีโอไอ) เปิดเผยว่า คณะอนุกรรมการพิจารณาโครงการส่งเสริมการลงทุน ได้อนุมัติส่งเสริมการลงทุนโครงการสถานีบริการ อัดประจุไฟฟ้าสำหรับรถยนต์ไฟฟ้า ของบริษัท พลังงานมหานคร จำกัด เงินลงทุนทั้งสิ้น 1,092 ล้านบาท ซึ่งนับเป็นโครงการลงทุนแห่งแรกในกิจการสถานีบริการอัดประจุไฟฟ้าสำหรับรถยนต์ไฟฟ้าของภาคเอกชนที่ได้รับส่งเสริมการลงทุนจากบีโอไอ ทั้งนี้ โครงการดังกล่าวเป็นการลงทุนเพื่อรองรับการขยายตัวของรถยนต์ไฟฟ้าแบบผสมเสียบปลั๊กหรือปลั๊กอินไฮบริด (Plug-In Hybrid Electric Vehicle: PHEV) และรถยนต์ไฟฟ้าแบบแบตเตอรี่ (Battery Electric Vehicle: BEV) ซึ่งปัจจุบันค่ายรถยนต์ชั้นนำของโลกได้ให้ความสนใจและวางแผนจะตั้งฐานการผลิตรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย โดยตามแผนของการขับเคลื่อนด้านพลังงาน และส่งเสริมการใช้งาน รถยนต์ไฟฟ้าของรัฐบาลคาดว่าจะมีรถยนต์ไฟฟ้าส่วนบุคคลไม่น้อยกว่า 1.2 ล้านคัน ภายในปี 2564

เมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2562 บีโอไอได้เปิดเผยว่า มีโครงการรถยนต์ไฟฟ้ารวม 9 โครงการ เป็น PHEV ของ มิตรชัย 1 โครงการ โครงการรถยนต์ไฟฟ้าไฮบริด (HEV) ที่เคยอนุมัติไปแล้ว 3 โครงการ โครงการรถยนต์ไฟฟ้าแบบแบตเตอรี่ (BEV) ที่เคยอนุมัติไปแล้ว 1 โครงการ และอยู่ระหว่างพิจารณาอนุมัติโครงการ PHEV อีก 4 โครงการ รวมวงเงินลงทุน 51,550 ล้านบาท โดยอนุมัติลงทุนแบตเตอรี่ไปแล้ว 10 โครงการ วงเงินลงทุน 6,800 ล้านบาท (ที่มา : www.thaipost.net/main/detail/31471 วันที่ 16 มีนาคม 2562) ทั้งนี้ คาดว่าการผลิตและจำหน่ายรถยนต์ไฟฟ้าจะเกิดขึ้นภายใน 3-5 ปีข้างหน้า

แนวโน้มพัฒนาการของตลาดพลังงานไฟฟ้าประเทศไทย ในอนาคต



ที่มา : แหล่งข่าวจากสมาคมยานยนต์ไฟฟ้า และสมาคมผู้ผลิตรถยนต์ไทย

ภาวะการแข่งขัน

การขายตัวของยอดขายรถยนต์ในประเทศปี 2561 มาจากการที่ค่ายรถยนต์เปิดตัวรถรุ่นใหม่หลายรุ่น พร้อมรายการส่งเสริมการขายที่จูงใจ อีกทั้งมีการผ่อนคลายหลักเกณฑ์การปล่อยสินเชื่อเช่าซื้อ รวมถึงรถยนต์ในโครงการรถคันแรกชุดสุดท้ายถึงกำหนดครบ 5 ปี ประกอบกับมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐที่ผลักดันให้ GDP ของประเทศไทยเติบโตร้อยละ 4.2 สำหรับตลาดรถยนต์ปี 2562 ลดลงร้อยละ 3 โดยมียอดขายอยู่ที่ 1,007,552 คัน แต่อย่างไรก็ตามครั้งนี้ยังถือได้ว่าเป็นครั้งที่สี่ในประวัติศาสตร์ของตลาดรถยนต์ไทยที่มียอดขายถึงระดับหนึ่งล้านคัน ถึงแม้ว่าตลาดรถยนต์มีการหดตัวอย่างเห็นได้ชัดในช่วงครึ่งปีหลัง โดยเฉพาะอย่างยิ่งนับตั้งแต่เดือนกันยายนที่ผ่านมา

สำหรับแนวโน้มตลาดรถยนต์ของปี 2563 ค่ายรถยนต์ใหญ่แต่ละค่ายยังคาดว่าเป็นปีที่ท้าทายอีกปีหนึ่ง สำหรับตลาดรถยนต์ไทย เนื่องจากตลาดรถยนต์ยังคงเผชิญกับหลายปัจจัย จากความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อภาวะเศรษฐกิจโลกที่ไม่แน่นอนและมาตรการควบคุมสินเชื่อรถยนต์ที่มีความเข้มงวดมากขึ้น ซึ่งคาดการณ์ว่าตลาดรถยนต์รวมในประเทศจะอยู่ที่ 940,000 คัน ลดลงประมาณร้อยละ 7 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา

ส่วนแบ่งตลาดรถยนต์

จากข้อมูลเว็บไซต์ www.headlightmag.com ซึ่งได้รวบรวมจากสมาคมผู้ผลิตรถยนต์ญี่ปุ่นในประเทศไทย (JAMA) ทำหน้าที่รวบรวมตัวเลขจากทุกค่ายแลกเปลี่ยนกันเข้ามาที่ส่วนกลาง โดยแบ่งเซกเมนต์ (“Segment”) ตลาดรถยนต์ออกเป็น 13 segment ได้แก่

- | | |
|--------------------|---------------------|
| 1. Eco Car | 8. C-SUV |
| 2. B-Segment | 9. Pick-up |
| 3. C-Segment | 10. PPV |
| 4. D-Segment | 11. Van (6-7 Seats) |
| 5. Mini MPV | 12. Van (11 Seats+) |
| 6. MPV | 13. Commercial Van |
| 7. B-SUV/Crossover | |

ทั้งนี้ ประเภทรุ่นของรถยนต์ยี่ห้อที่มีขายอยู่ในตลาดประเทศไทย จะมีทั้งหมด 7 Segment ได้แก่

1. Eco Car ได้แก่ รุ่น Brio และ รุ่น Amaze
2. B-Segment หรือ Sub compact ได้แก่ รุ่น City และ รุ่น Jazz
3. C-Segment หรือ Compact ได้แก่ รุ่น Civic
4. D-Segment หรือ Sedan ได้แก่ รุ่น Accord
5. Mini MPV ได้แก่ รุ่น Mobilio
6. B-SUV หรือ รถยนต์อเนกประสงค์ขนาดเล็ก ได้แก่ รุ่น HR-V และ รุ่น BR-V
7. SUV ได้แก่ รุ่น CR-V

ยี่ห้อที่มียอดขายในปี 2562 (มกราคม-ธันวาคม 2562) ในประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 125,833 คัน

ในส่วนของผู้จำหน่ายของยี่ห้อในประเทศไทย ข้อมูล ณ 20 มีนาคม 2563 ยี่ห้อที่มีจำนวนสาขาทั้งหมด 234 สาขาทั่วประเทศไทย (นับรวมสาขานาคา จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดกระบี่) ซึ่งกลุ่ม บริษัท นับว่าเป็นผู้จำหน่ายที่มีจำนวนสาขามากที่สุดของจำนวนผู้จำหน่ายของยี่ห้อในประเทศไทยทั้งหมด (ประมาณการโดยผู้บริหารของบริษัท) โดยกลุ่ม บริษัท มีสาขาอยู่ทั้งหมด 10 สาขา ใน 5 จังหวัด อีกทั้งยังเป็นผู้จำหน่ายรถยนต์ยี่ห้อแต่เพียงรายเดียวในจังหวัดสุรินทร์ บุรีรัมย์ ภูเก็ต และกระบี่อีกด้วย ส่วนในจังหวัดขอนแก่นนั้นมีผู้จำหน่ายรายอื่นอีก 4 แห่ง

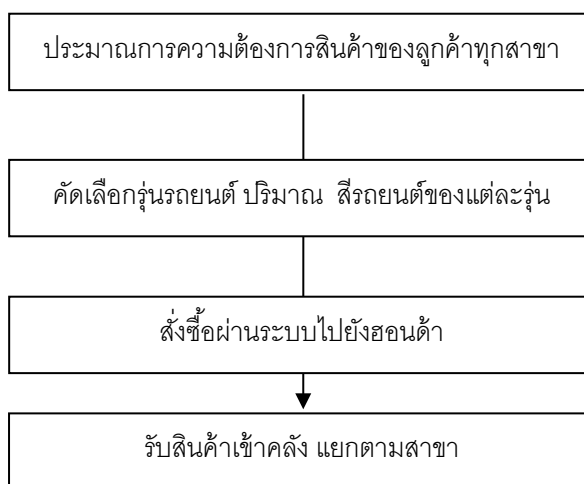
ส่วนแบ่งตลาดของกลุ่มบริษัทเมื่อคำนวณจากจำนวนคันที่ขายได้ของกลุ่มบริษัท กับยอดขายภายในประเทศทั้งหมดที่บริษัท ยี่ห้อ ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัดที่เปิดเผยต่อสาธารณะ ส่วนแบ่งตลาดของกลุ่มบริษัทคิดเป็นร้อยละ 1.63 ร้อยละ 2.03 และร้อยละ 2.49 ของจำนวนรถยนต์ยี่ห้อที่ขายได้ทั้งหมดสำหรับปี 2560 ปี 2561 และปี 2562 ตามลำดับ

2.5 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

2.5.1 การจัดหาผลิตภัณฑ์

ด้านการจัดซื้อ

กลุ่มบริษัทสั่งซื้อสินค้าโดยตรงจากบริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นผู้จำหน่าย (Supplier) รายเดียวในประเทศไทย โดยขั้นตอนการสั่งซื้อรถยนต์และอะไหล่ไปจนถึงการจำหน่ายให้ผู้บริโภค กลุ่มบริษัทจะต้องส่งแผนการสั่งซื้อรถยนต์ล่วงหน้า 3 เดือน สำหรับการเลือกรุ่นและสีล่วงหน้า 1 เดือนสำหรับรถยนต์แต่ละสาขา หลังจากที่ยังสามารถยืนยันปริมาณรถยนต์ที่จะจัดส่งแล้ว จะมีการแจ้งล่วงหน้าถึงจำนวนรถยนต์ที่จะจัดส่งให้ในแต่ละเดือน



สำหรับการสั่งซื้ออะไหล่และอุปกรณ์ตกแต่งของแท้ ต้องสั่งซื้อจากบริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด เท่านั้น ในกรณีที่ต้องซื้ออุปกรณ์ตกแต่งจากผู้ขายรายอื่น ซึ่งเป็นของเทียบเคียง จะต้องมีการเปรียบเทียบราคาจากผู้ขายอย่างน้อย 2 ราย หรือคัดเลือกจากผู้ขายที่อยู่ใน Approved Vendor List ทั้งนี้ พนักงานควบคุมอะไหล่จะควบคุมปริมาณสินค้าคงคลัง (Stock) ขั้นต่ำของอะไหล่บางตัวที่ใช้ประจำ เช่น น้ำมันเครื่อง หัวเทียน จานเบรก เป็นต้น เพื่อให้ฝ่ายจัดซื้อเป็นผู้ดำเนินการสั่งซื้อผ่านระบบ และจะได้รับสินค้า 7 วันหลังจากการสั่งซื้อหรือกรณีเร่งด่วน ได้รับภายใน 3 วัน

ด้านการบริหารสินค้าคงคลัง

กลุ่มบริษัทมีนโยบายในการบริหารจัดการปริมาณรถยนต์อะไหล่และอุปกรณ์ตกแต่งที่ต้องมีสำรองไว้ให้อยู่ในจำนวนที่เหมาะสมและเพียงพอสำหรับการจำหน่ายและส่งมอบให้กับลูกค้าเมื่อมีการสั่งซื้อและไม่ก่อให้เกิดภาระทางการเงินต่อกลุ่มบริษัท โดยกลุ่มบริษัทจะวิเคราะห์ระดับสินค้าคงคลังเพื่อวางแผนการสั่งซื้อสินค้ารุ่นต่างๆ สำหรับรถยนต์ที่มีการหมุนเวียนเร็ว และมีการประสานงานกับฝ่ายจัดซื้อในการสั่งซื้อสินค้าเพื่อไม่ให้ระดับสินค้าคงคลังอยู่ต่ำกว่าระดับสินค้าคงคลังขั้นต่ำ (Safety Stock) ซึ่งโดยเฉลี่ยระดับสินค้าคงคลังขั้นต่ำของรถยนต์จะคงไว้สำหรับการจำหน่ายประมาณ 15 วัน อะไหล่และอุปกรณ์ตกแต่งประมาณ 7 วัน นอกจากนี้กลุ่มบริษัทได้กำหนดให้มีการตรวจนับรถยนต์ทั้งหมดอย่างสม่ำเสมอทุกเดือนในส่วนของคุณยบริการ

กลุ่มบริษัทมีนโยบายการกำหนดปริมาณอะไหล่และอุปกรณ์ตกแต่งให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม และป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาการขาดแคลน เมื่อลูกค้านำรถเข้ารับบริการ

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทได้กำหนดระเบียบปฏิบัติ เรื่องการสับเปลี่ยนค่าคงคลังประเภทอะไหล่และอุปกรณ์ตกแต่งประจำวันและประจำเดือน เพื่อเป็นแนวทางการป้องกันสินค้าคงคลังสูญหาย หรือการทุจริตที่อาจเกิดขึ้น โดยบริษัทจะให้ความสำคัญกับการตรวจนับรายการสินค้าคงคลังประเภทเคลื่อนไหวซ้ำ มีมูลค่าสูง เช่น อุปกรณ์ตกแต่ง หรือเคยสูญหายบ่อย เช่น น้ำมันเครื่อง แหวนรอง เป็นต้น นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทยังได้กำหนดนโยบายการตั้งสำรองสินค้าล้าสมัยและเคลื่อนไหวซ้ำ เพื่อการบริหารจัดการสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสม

ด้านการจัดหาตัวแทนขาย

กลุ่มบริษัทมีนโยบายการบริหารงานขายโดยมีผู้จัดการฝ่ายขายดูแลแต่ละสาขา และมีการจ้างตัวแทนขายโดยมีสัญญาแต่งตั้งตัวแทนขาย (เรียกว่าเป็น “ที่ปรึกษาการขาย”) โดยจะมีระยะเวลากำหนด 1 ปี และสามารถต่อไปได้อีกหากไม่มีการแจ้งยกเลิก ที่ปรึกษาการขายมีหน้าที่ในการเสนอขายรถยนต์ยี่ห้อและอุปกรณ์ตกแต่ง และต้องสรุปผลการขายและรายงานความคืบหน้าให้แก่กลุ่มบริษัททุกวัน

กลุ่มบริษัทมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกที่ปรึกษาการขาย โดยการสัมภาษณ์ของผู้จัดการฝ่ายขาย และอนุมัติโดยรองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เกณฑ์การคัดเลือก อาทิ วุฒิการศึกษา ประสบการณ์ บุคลิกภาพ ความมั่นใจ และทัศนคติ เป็นต้น ซึ่งกลุ่มบริษัทจะเน้นเรื่องความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบของตัวแทนขายเป็นสำคัญ และที่ผ่านมากลุ่มบริษัทสามารถจัดหาที่ปรึกษาการขายสำหรับแต่ละสาขาได้อย่างเพียงพอ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 กลุ่มบริษัทมีที่ปรึกษาการขายทั้ง 9 สาขา จำนวน 57 คน โดยมีหัวหน้าทีม 5 คน ซึ่งที่ปรึกษาการขายจะอยู่ภายใต้การควบคุมของผู้จัดการขายแต่ละสาขาซึ่งเป็นพนักงานประจำของบริษัท

ด้านการจัดจ้างงาน (Sub Contractor)

ด้านศูนย์บริการของกลุ่มบริษัทส่วนใหญ่ จะมีการจัดจ้างบริษัทรับเหมาจากภายนอก (Sub Contractor) เพื่อทำงานด้านการตรวจเช็คและซ่อมรถยนต์ รวมถึงการซ่อมตัวถังและสี ภายใต้การควบคุมของผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์การซ่อมมายาวนาน โดยกลุ่มบริษัทมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกบริษัทรับเหมาจากภายนอก อาทิ ประสบการณ์การทำงานฝีมือของทีมงาน ความน่าเชื่อถือ ฐานะทางการเงิน เป็นต้น เหตุผลที่กลุ่มบริษัทเลือกการจ้างบริษัทรับเหมาจากภายนอก (Sub Contractor) เนื่องจากสามารถวัดผลสำเร็จของงานได้ชัดเจน มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลได้มากกว่าการจ้างพนักงานของตนเอง เนื่องจากการวัดผลงานจะพิจารณาจากผลงานและการส่งมอบงานที่รวดเร็ว ก่อนที่จะพิจารณาเลือกส่งจ้างงาน โดยมีสัญญาจ้างปีต่อปี

กลุ่มบริษัทจะมีการประเมินผลงานของบริษัทรับเหมาจากภายนอก (Sub Contractor) เป็นประจำทุกปี โดยจะมีแบบฟอร์มในการประเมินและขอเสนอราคา ผ่านขั้นตอนการเปรียบเทียบซัพพลายเออร์ (Supplier) ตั้งแต่ 2 รายขึ้นไป โดยจะผ่านการคัดเลือกจากคณะกรรมการบริหาร

ปัจจุบัน กลุ่มบริษัทจ้างบริษัทรับเหมาจากภายนอก (Sub Contractor) ในการรับเหมาสำหรับงานซ่อมตัวถังและสี ทั้งหมด 4 บริษัท สำหรับ 6 ศูนย์บริการที่มีการซ่อมตัวถังและสี (ปัจจุบัน 4 แห่งไม่มีการให้บริการซ่อมตัวถังและสี) และรับเหมางานตรวจเช็คและซ่อมรถยนต์สำหรับ 2 ศูนย์บริการ โดยใช้พื้นที่ของกลุ่มบริษัทเองเป็นพื้นที่การให้บริการสำหรับงานซ่อมตัวถังและสี รวมทั้งตรวจเช็คและซ่อมรถยนต์ทั้งหมด

2.5.2 มูลค่าการจัดหาผลิตภัณฑ์

กลุ่มบริษัทสั่งซื้อรถยนต์ อะไหล่ และอุปกรณ์ตกแต่งโดยตรงจากบริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อเป็นมาตรฐานเดียวกัน ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า กลุ่มบริษัทมีการพึ่งพาจากฮอนด้าซึ่งเป็นซัพพลายเออร์ (Supplier) ในการจัดจำหน่ายรถยนต์ อะไหล่ และอุปกรณ์ตกแต่ง ซึ่งมูลค่าการสั่งซื้อเกือบทั้งหมดมาจากฮอนด้า ทั้งนี้กลุ่มบริษัทมีสัญญาตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ฮอนด้ากับบริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด ต่อเนื่องเป็นเวลากว่า 27 ปี และสามารถบริหารเป้าหมายในการขาย และได้รับความไว้วางใจในการขยายสาขาจากฮอนด้าอย่างสม่ำเสมอ

2.5.3 พื้นที่การให้บริการ

ในแต่ละศูนย์บริการ กลุ่มบริษัทจะมีพื้นที่สำหรับการรับรถเข้าซ่อมและตรวจเช็คตามระยะ นอกจากนี้ยังมีสถานที่สำหรับการเก็บสินค้าคงคลังอย่างปลอดภัย และให้มีความเหมาะสมกับพื้นที่ทั้ง 5 จังหวัด ดังนี้

จังหวัด	ศูนย์จัดจำหน่ายและบริการ	พื้นที่ศูนย์บริการ (ตร.เมตร)	ช่องบริการซ่อม (ช่อง)	พื้นที่คลังสินค้า (ตร.เมตร/จำนวนคัน)
ขอนแก่น	สาขามะลิวัลย์ (สำนักงานใหญ่)	8,200	139	2,400 ตรม. เก็บรถเต็มพื้นที่ 150 คัน
	สาขาประชาสโมสร	360	6	ไม่มี
สุรินทร์	สาขาสุรินทร์	3,260	42	250 ตรม. เก็บรถเต็มพื้นที่ 20 คัน
	สาขาวิวัฒน์โยธิน (เฉพาะโชว์รูม)	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
บุรีรัมย์	สาขาบุรีรัมย์	1,820	33	ไม่มี
	สาขานางรอง	1,400	21	2,200 ตรม. เก็บรถเต็มพื้นที่ 132 คัน
ภูเก็ต	สาขาภูเก็ต	312	4	ไม่มี
	สาขานาคา	1,840	47	1,200 ตรม. เก็บรถเต็มพื้นที่ 80 คัน
กระบี่	สาขากระบี่	570	-	ไม่มี
	สาขาเมืองกระบี่	1,600	28	3,025 ตรม. เก็บรถเต็มพื้นที่ 80 คัน

2.5.4 มาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

เนื่องจากฮอนด้าได้ประกาศนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม โดยกำหนดให้ผู้จำหน่ายต้องนำระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ISO 14001 มาใช้ภายในโชว์รูมและศูนย์บริการของผู้จำหน่ายรถยนต์ฮอนด้า โดยกลุ่มบริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานจัดการสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน รวมถึงการขายและบริการ โดยได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐาน ISO 14001:2015 สำหรับสาขาสูรินทร์และสาขาบุรีรัมย์ (หมดอายุ 16 กรกฎาคม 2564) และสาขานางรอง (หมดอายุ 2 มิถุนายน 2564) การรับรองคุณภาพมาตรฐาน ISO 14001:2015 (หมดอายุ 2 ธันวาคม 2565) สำหรับสาขาประชาสโมสร และการรับรองคุณภาพมาตรฐาน ISO 14001:2015 (หมดอายุ 23 มีนาคม 2564) สำหรับสาขามะลิวัลย์

สำหรับสาขาใหม่ กลุ่มบริษัทกำลังดำเนินการและจะจัดให้มีการตรวจรับรองคุณภาพมาตรฐาน ISO ภายในระยะเวลาที่ฮอนด้ากำหนด

2.6 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

กลุ่มบริษัทไม่มีข้อพิพาทใดๆ เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม และไม่มีประวัติกระทำความผิดตามกฎหมายระเบียบเรื่องสิ่งแวดล้อมกับหน่วยงานภาครัฐ

นอกจากนี้ ทางฮอนด้า ได้ประกาศเจตจำนงให้ผู้จำหน่ายรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุดในประเทศไทยโดย

1. ให้ผู้จำหน่ายมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและเป็นแบบอย่างที่ดีให้แก่ชุมชนผู้จำหน่ายดำเนินธุรกิจ
2. ส่งเสริมการปฏิบัติตามกฎหมายความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน และกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม
3. ตอบสนองนโยบายของฮอนด้าให้เป็นบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุดในประเทศไทย

2.7 สิทธิประโยชน์จากบัตรส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

- ไม่มี -

2.8 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

3 ปัจจัยความเสี่ยง**3.1 ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ****3.1.1 ความเสี่ยงจากการลงทุนขยายสาขาไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้**

กลุ่มบริษัท มีแผนการขยายธุรกิจ โดยการลงทุนในโชว์รูมและศูนย์บริการรถยนต์ยี่ห้อฮอนด้า ตามกลยุทธ์การขยายสาขาให้ครอบคลุมทุกภูมิภาค ซึ่งการลงทุนขยายสาขาของโชว์รูมและศูนย์บริการแต่ละแห่ง ทำให้กลุ่มบริษัท มีความเสี่ยงจากผลประกอบการที่อาจไม่เป็นไปตามแผนงานที่วางไว้ได้ เช่น รายได้จากการขายและบริการไม่เป็นไปตามประมาณการที่กลุ่มบริษัทตั้งไว้ ในขณะที่กลุ่มบริษัทมีต้นทุนค่าเช่าที่ดิน ค่าเสื่อมราคา และต้นทุนทางการเงินคงที่ หากการดำเนินงานของสาขาที่จะลงทุนต่อไปในอนาคตไม่เป็นไปตามแผนงานที่กลุ่มบริษัทวางไว้ อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท ทั้งในส่วนจากรายได้ และกำไรสุทธิของกลุ่มบริษัท ลดลง

กลุ่มบริษัท ได้ให้ความสำคัญต่อประเด็นความเสี่ยงนี้ โดยใช้ความระมัดระวังในการขยายสาขาซึ่งมีการศึกษาความเป็นไปได้ทางธุรกิจ (Project Feasibility Study) เพื่อวิเคราะห์ฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัท งบประมาณการลงทุน ผลตอบแทนจากการลงทุน รวมถึงระยะเวลาคืนทุน ซึ่งการคัดเลือกทำเลที่ตั้งของแต่ละสาขาจะพิจารณาถึงความเหมาะสมของตลาด โดยจะพิจารณาถึงศักยภาพและช่องว่างทางการตลาด ทำเลที่ตั้งของโชว์รูมและศูนย์บริการ รวมทั้งขนาดและงบประมาณการลงทุนที่เหมาะสมในแต่ละแห่ง

ทั้งนี้ ในต้นปี 2562 บริษัทย่อยได้เปิดดำเนินการเชิงพาณิชย์ที่จังหวัดกระบี่และภูเก็ตซึ่งเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพสูง โดยกลุ่มบริษัทได้ปรับรูปแบบการลงทุนและสร้างทีมขายและบริการ สำหรับการเปิดดำเนินการ กลุ่มบริษัทได้ทยอยเปิดดำเนินการในแต่ละส่วนงาน เพื่อรับรู้รายได้และลดความเสี่ยงจากการลงทุนในการขยายสาขา ทั้งนี้ การลงทุนในการขยายสาขาทุกครั้งจะต้องได้รับการพิจารณาอนุมัติจากทางฮอนด้าก่อน เพื่อนำเสนอแผนขยายการลงทุนให้ทางคณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติในลำดับถัดไป

3.1.2 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ฮอนด้า

กลุ่มบริษัท พึ่งพาการประกอบธุรกิจในการเป็นผู้จำหน่ายและบริการรถยนต์ยี่ห้อฮอนด้า โดยต้องซื้อสินค้าจากบริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด (“ฮอนด้า”) ซึ่งเป็นผู้ผลิตสินค้าให้แก่กลุ่มบริษัท เพียงรายเดียวในประเทศไทย นอกจากนี้ ฮอนด้ายังเป็นผู้กำหนดนโยบายและอนุมัติการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัท โดยฮอนด้าจะเป็นผู้พิจารณาการจัดสรรสินค้าซึ่งขึ้นอยู่กับเงื่อนไขทางการตลาดและจำนวนสินค้าที่มีอยู่ของฮอนด้า อีกทั้งฮอนด้าจะเป็นผู้พิจารณาเกี่ยวกับการช่วยเหลือด้านการส่งเสริมการขาย การให้บริการลูกค้ารวมไปถึงการจัดสรรอะไหล่ให้แก่ผู้จำหน่ายซึ่งขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของฮอนด้าในการจัดสรรให้ผู้จำหน่ายแต่ละราย และฮอนด้าจะเป็นผู้พิจารณาอนุมัติการขยายสาขาในอนาคตของกลุ่มบริษัท รวมถึงอนุมัติการเปิดสาขาสำหรับผู้จำหน่ายทุกราย โดยฮอนด้าจะพิจารณาจากผู้สมัครที่มีศักยภาพและคุณสมบัติครบถ้วน ทั้งนี้การคัดเลือกผู้จำหน่ายไม่ได้มีข้อจำกัดเรื่อง การเกิดคู่แข่งภายใต้ยี่ห้อเดียวกัน กล่าวคือในแต่ละพื้นที่สามารถมีผู้จำหน่ายได้มากกว่า 1 ราย ขึ้นอยู่กับขนาด

ตลาดและปัจจัยต่างๆ ในช่วงขณะนั้น ซึ่งทั้งหมดถือเป็นความเสี่ยงที่จะส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ

ที่ผ่านมา ทางฮอนด้าจะมีการกำหนดมาตรฐานการดำเนินงานของผู้จำหน่าย รวมทั้งการประเมินผลงานของผู้จำหน่าย เพื่อวัดมาตรฐานการขายและการให้บริการของแต่ละผู้จำหน่าย ทั้งในด้านความพึงพอใจในการให้บริการ และการทำตามแผนหรือเป้าหมายการตลาดที่ได้วางไว้ร่วมกัน นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทยังมีการตั้งมาตรฐานในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทเอง ซึ่งทำให้กลุ่มบริษัท ได้รับคะแนนการประเมินจากฮอนด้าในระดับที่ดีและได้รับรางวัลจากผลการประเมินดังกล่าวมาอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ กลุ่มบริษัท ได้รับความเห็นชอบจากฮอนด้าในการขยายโชว์รูมและศูนย์บริการอีกจำนวน 8 แห่ง โดยการขยายสาขาตามที่ได้รับเห็นชอบข้างต้น ทางกลุ่มบริษัท ต้องเสนอต่อฮอนด้าตามขั้นตอนต่อไป

นอกจากนี้ เนื่องจากรถยนต์ฮอนด้าเป็นสินค้าหลักของกลุ่มบริษัท ดังนั้น หากเกิดปัญหาจากสินค้าที่ฮอนด้า อาจจะต้องเรียกคืน จะส่งผลกระทบต่อรายได้และชื่อเสียงของกลุ่มบริษัท แต่จากประสบการณ์ของการเป็นผู้จำหน่าย และศูนย์บริการรถยนต์ยี่ห้อฮอนด้ามานานกว่า 27 ปี ยังไม่เคยมีเหตุการณ์ดังกล่าวอันเป็นเหตุให้กลุ่มบริษัท ได้รับผลกระทบ

นอกจากนี้ หากเกิดเหตุการณ์ที่ทำให้ทางฮอนด้าต้องตัดสินใจเลิกการผลิตและจำหน่ายสินค้าในประเทศไทยจะส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจในอนาคตอย่างมีนัยสำคัญ แต่ทั้งนี้ทางฮอนด้าได้ก่อตั้งในประเทศไทยตั้งแต่ปี 2526 และมีการเติบโตของยอดขายมาโดยตลอด โดยทางประเทศญี่ปุ่นได้พิจารณาแล้วว่า ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีศักยภาพทั้งด้านกำลังการผลิตและกำลังซื้อของผู้บริโภค จึงได้ตัดสินใจสร้างฐานการผลิตรถยนต์และชิ้นส่วนในประเทศไทยเพื่อรองรับการเติบโตของผู้บริโภครถยนต์ยี่ห้อฮอนด้าทั้งที่จำหน่ายในประเทศไทย และส่งออกไปยังประเทศอื่นๆ จึงไม่ได้มีเหตุผลอย่างมีสาระสำคัญที่จะทำให้ฮอนด้ายกเลิกการผลิตและจำหน่ายสินค้าในประเทศไทยในระยะเวลานี้

3.1.3 ความเสี่ยงจากการไม่ได้ต่อสัญญาแต่งตั้งผู้จำหน่ายและบริการรถยนต์ยี่ห้อฮอนด้าหรือถูกยกเลิกจากการผิดเงื่อนไขข้อตกลงของสัญญาแต่งตั้งผู้จำหน่าย

บริษัท ฮอนด้ามอเตอร์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย เป็นคู่สัญญากับบริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด โดยสัญญาแต่งตั้งผู้จำหน่ายและบริการรถยนต์ยี่ห้อฮอนด้า เป็นสัญญาปีต่อปี (สัญญาฉบับปัจจุบันหมดอายุ 31 ธันวาคม 2562) สัญญาที่มีอายุสัญญาจำกัดอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อกลุ่มบริษัท ในกรณีที่ไม่ได้รับการต่อสัญญาหรือการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขและข้อตกลงของสัญญา อาจส่งผลให้กลุ่มบริษัทไม่สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ ตัวอย่างของเงื่อนไขการเลิกสัญญา เช่น

- คู่สัญญาอาจทำความตกลงร่วมกันในเวลาใดๆ เพื่อให้สัญญาสิ้นสุดลง

- ผู้จำหน่ายและซื้อมีสิทธิบอกเลิกสัญญาโดยบอกกล่าวให้อีกฝ่ายหนึ่งทราบเป็นหนังสือ โดยอาจกำหนดวันที่มีผลให้เลิกสัญญา หากมิได้กำหนดไว้ ให้มีผลเมื่ออีกฝ่ายหนึ่งได้รับคำบอกกล่าวแล้ว หรือเมื่อผู้จำหน่ายได้ชำระเงินใดๆ ที่ค้างชำระอยู่กับซื้อมาจนครบถ้วนแล้ว (หากมี)
- ผู้จำหน่ายไม่สามารถงัดข้อสัญญาเพื่อการประกอบกิจการตามที่ระบุในสัญญา หรือใบอนุญาตไม่ได้รับการต่ออายุ ถูกระงับ หรือถูกเพิกถอน ไม่ว่าด้วยเหตุใดๆ
- ผู้จำหน่ายละทิ้ง/ไม่สามารถเปิดทำการสถานประกอบการเป็นเวลาดิตต่อกันเกินกว่าจำนวนวันที่กำหนด
- ผู้จำหน่ายย้ายสถานประกอบการหรือเปลี่ยนแปลงลักษณะของการประกอบกิจการ โดยมีได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากซื้อมา
- ผู้จำหน่ายไม่ชำระเงินจำนวนใดๆ ที่ค้างชำระให้แก่ซื้อมา ภายในระยะเวลาที่กำหนด นับแต่ได้รับการร้องขอเป็นหนังสือจากซื้อมา
- ผู้จำหน่ายยื่นหรือมีส่วนในการยื่นต่อซื้อมาซึ่งข้อความหรือเอกสารใดๆ เพื่อให้มีการชำระเงินอันเป็นเท็จ หรือเป็นการฉ้อฉล

ซึ่งเงื่อนไขดังกล่าวข้างต้น ทางกลุ่มบริษัท สามารถปฏิบัติตามได้มาโดยตลอดระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ โดยไม่ทำให้เกิดการผิดเงื่อนไขในสัญญาได้

นอกจากนี้ ที่ผ่านมา กลุ่มบริษัท ได้ดำเนินธุรกิจภายใต้สัญญากับซื้อมาเป็นเวลานาน และมีผู้บริหารของกลุ่มบริษัทที่มีประสบการณ์ในการบริหารธุรกิจเป็นผู้จำหน่ายรถยนต์และศูนย์บริการมายาวนาน ทำให้กลุ่มบริษัท มีความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการธุรกิจ และมีความรู้ในเรื่องของการดำเนินงาน ตั้งแต่การวางนโยบายการทำธุรกิจ การอบรมพนักงาน และการขายสินค้า ภายใต้กรอบและเงื่อนไขตามสัญญาของซื้อมาอย่างดีที่สุดมาโดยตลอด และได้รับรางวัลจากการประเมินผลการดำเนินงานในฐานะผู้จำหน่ายรถยนต์ยี่ห้อซื้อมาที่มีผลการดำเนินงานที่ดี มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับเป้าหมายและแนวทางของซื้อมา ทั้งด้านผลการดำเนินงานและความพึงพอใจของลูกค้า

เนื่องจากซื้อมาเป็นยี่ห้อชั้นนำระดับโลก และเป็นผู้นำอันดับต้นๆ ของตลาดรถยนต์ในประเทศไทย ที่ให้ความสำคัญกับการดูแลลูกค้าอย่างมาก ทำให้มีมาตรฐานที่สูงในการคัดเลือกผู้จำหน่าย ดังนั้น การจะเป็นผู้จำหน่ายรถยนต์ซื้อมาจะต้องได้รับการคัดเลือกอย่างดี

ถึงแม้ว่าอายุสัญญาจะเป็นลักษณะปีต่อปี เนื่องจากเป็นนโยบายของซื้อมาที่ปฏิบัติกับผู้จำหน่ายทุกรายทั้งประเทศ กลุ่มบริษัท เชื่อมั่นว่ายังคงจะได้รับการต่อสัญญาต่อไปในอนาคต เนื่องจากไม่ได้ปฏิบัติขัดต่อสัญญาที่จะเป็นเหตุให้ถูกยกเลิกสัญญาแต่งตั้งผู้จำหน่ายและบริการดังกล่าว

3.2 ความเสี่ยงด้านการเงิน

3.2.1 ความเสี่ยงด้านการพึ่งพาเงินกู้จากสถาบันการเงิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 กลุ่มบริษัท ใช้เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินเป็นหลักในการดำเนินธุรกิจ โดยกลุ่มบริษัท มีภาระหนี้สินที่เป็นระยะสั้นและระยะยาวทั้งหมดจำนวน 712.50 ล้านบาท แบ่งเป็นเงินกู้ยืมระยะสั้นจาก

สถาบันการเงิน ประกอบด้วย เงินกู้ยืมประเภทตั๋วสัญญาใช้เงิน (P/N) มีอายุสัญญา 3 เดือน จำนวน 670 ล้านบาท เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปีจำนวน 30 ล้านบาท และเงินกู้ยืมระยะยาวคงเหลือจำนวน 12.50 ล้านบาท ซึ่งจะครบกำหนดชำระในเดือนพฤษภาคม 2564 ส่งผลให้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทมีอัตราส่วนสภาพคล่อง เท่ากับ 0.88 เท่าและอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 1.40 เท่า (กรณีคิดจากหนี้สินรวม) หรือ เท่ากับ 1.09 เท่า (กรณีคิดจากหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย) โดยในปี 2560 – 2562 กลุ่มบริษัทมีต้นทุนทางการเงิน 32.80 ล้านบาท 28.39 ล้านบาท และ 27.82 ล้านบาท ตามลำดับ

หากการประกอบธุรกิจโดยรายได้จากการขายและบริการไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ การพึ่งพาแหล่งเงินทุนจากสถาบันการเงิน ก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อความมั่นคงของฐานะการเงิน และความสามารถในการชำระดอกเบี้ยและเงินต้นจากการกู้เงินจากสถาบันการเงิน รวมทั้งการผิดเงื่อนไขบางประการซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อภาระดำเนินงานของกลุ่มบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทมีสัดส่วนเงินกู้ยืมระยะสั้นประมาณร้อยละ 94 จากเงินกู้ยืมทั้งหมดเพื่อใช้ในการซื้อสินค้าและการลงทุนในสาขาใหม่ ซึ่งหากกลุ่มบริษัทไม่ได้รับการต่อวงเงินหรือธนาคารเรียกคืนเงินกู้ยืมระยะสั้น อาจส่งผลกระทบต่อกลุ่มบริษัท ทำให้ขาดสภาพคล่องทางการเงินหรือเงินทุนหมุนเวียน อย่างไรก็ตาม บริษัทมีความสัมพันธ์ที่ดีกับสถาบันทางการเงินที่มีอยู่ทั้ง 3 แห่งมาตลอด และไม่เคยผิดนัดชำระดอกเบี้ย ดังนั้น กลุ่มบริษัทจึงเชื่อมั่นว่าจะได้รับการสนับสนุนจากสถาบันการเงินต่อไป นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทสามารถหาแหล่งเงินทุนจากสถาบันทางการเงินอื่นได้ หรือสามารถของเงินกู้ยืมระยะยาว เนื่องจากยังมีที่ดินที่ยังไม่ติดภาระค้ำประกันเหลืออยู่

3.2.2 ความเสี่ยงจากการที่บริษัทย่อยผิดเงื่อนไขการรักษาอัตราส่วนทางการเงินในสัญญากู้ยืมเงิน

เนื่องจากบริษัทย่อยมีเงินกู้ยืมจากธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง ตั้งแต่ปี 2558 โดยมีเงื่อนไขว่าบริษัทย่อยต้องไม่ก่อข้อผูกพัน หนี้ หรือภาระใดๆ จนทำให้อัตราหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio) ไม่เกิน 3.5 เท่า ในปี 2560 – 2561 และไม่เกิน 2.50 เท่า สำหรับปี 2562 และต้องดำรงอัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้ (Debt Service Coverage Ratio : DSCR) ไม่น้อยกว่า 1.1 เท่า (โดยคำนวณจากกำไรก่อนหักดอกเบี้ยจ่าย ภาษีเงินได้ ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย ต่อส่วนของผู้ถือหุ้นระยะยาวที่ถึงกำหนดในงวดบัญชีรวมดอกเบี้ยจ่ายทั้งหมด) โดยเงื่อนไขการติดตามอัตราส่วนทางการเงินทางธนาคารจะอ้างอิงกับงบการเงินรายปีของบริษัทย่อย ณ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทย่อยมีอัตราหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E) และสัดส่วน DSCR เท่ากับ 2.1 เท่า และ 1.5 เท่า ตามลำดับ

อย่างไรก็ดี ณ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทย่อยมีอัตราหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E) และสัดส่วน DSCR เท่ากับ 1.4 เท่า และ 2.2 เท่า ตามลำดับ ซึ่งบริษัทย่อยสามารถรักษาอัตราส่วนตามเงื่อนไขของทางธนาคารได้ เนื่องจากมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น อย่างไรก็ตาม หากในอนาคตบริษัทย่อยไม่สามารถรักษาอัตราส่วนทางการเงินให้อยู่ในข้อกำหนดนี้ได้ บริษัทย่อยเชื่อมั่นว่าทางสถาบันการเงินจะให้การผ่อนผันในเรื่องดังกล่าวอีกดังเช่นที่ผ่านมา เนื่องจากบริษัทย่อยมิได้ผิดนัดชำระดอกเบี้ยและเงินต้น และยังคงมีหลักประกันกับทางสถาบันการเงิน

3.3 ความเสี่ยงอื่นๆ

3.3.1 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่มีอำนาจกำหนดนโยบายการบริหาร

ปัจจุบันครอบครัววังकुณวัฒน์เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัทคิดเป็นร้อยละ 74 ของทุนชำระแล้ว นายภานุมาศ วังकुณวัฒน์ และนางหทัยรัตน์ วังकुณวัฒน์ ยังคงสามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทกำหนดให้ต้องได้รับคะแนนเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น เช่น การเพิ่มทุน การลดทุน การขายหรือโอนกิจการบางส่วนหรือทั้งหมด เป็นต้น ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงอาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นรายใหญ่เสนอได้

อย่างไรก็ตาม คณะกรรมการบริษัทได้มีการแต่งตั้งกรรมการอิสระจำนวน 4 ท่าน โดยเป็นกรรมการตรวจสอบจำนวน 3 ท่าน และประธานกรรมการบริษัทจำนวน 1 ท่าน จากจำนวนกรรมการทั้งหมด 10 ท่าน เข้าร่วมในการประชุมคณะกรรมการเพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบและถ่วงดุลการทำงานของคณะกรรมการและผู้บริหารบริษัท รวมถึงการพิจารณาอนุมัติรายการต่างๆ ก่อนนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้น ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความมั่นใจต่อผู้ถือหุ้นว่าการบริหารงานภายในบริษัทจะเป็นไปอย่างไร้ข้อสงสัย

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัท ได้มีการพึ่งพิงนายภานุมาศ วังकुณวัฒน์ ในฐานะประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัทและบริหารกิจการมาโดยตลอด หากกลุ่มบริษัท สูญเสียผู้บริหารหลักไปอาจส่งผลให้เกิดความเสียหายกับบริษัทได้ อย่างไรก็ตาม นายภานุมาศ วังकुณวัฒน์และครอบครัวมีฐานะเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท จึงคาดว่าบริษัทจะยังสามารถรักษาผู้บริหารดังกล่าวให้อยู่กับบริษัทได้ต่อไปในอนาคต

3.3.2 ความเสี่ยงจากการประกอบธุรกิจโดยการลงทุนในบริษัทอื่น

บริษัทดำเนินธุรกิจโดยการลงทุนในบริษัทอื่น (Holding Company) โดยปัจจุบัน มีการลงทุนในบริษัท สอนด้ามะลิวัลย์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย โดยประกอบธุรกิจจำหน่ายและการให้บริการในอุตสาหกรรมรถยนต์ ธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ในสัดส่วนร้อยละ 99.74 การที่บริษัทไม่ได้มีการดำเนินธุรกิจอื่นได้ด้วยตนเอง ส่งผลให้ผลประโยชน์ของบริษัทจะขึ้นอยู่กับผลการดำเนินงานของบริษัทย่อยทั้งหมด และเงินปันผลจากบริษัทย่อย ดังนั้น หากบริษัทย่อยมีผลการดำเนินงานที่ดีจะส่งผลให้บริษัทมีผลประโยชน์ประกอบที่ดีตามไปด้วย แต่ในทางตรงกันข้าม หากบริษัทย่อยมีผลการดำเนินงานที่ไม่ดีจะส่งผลกระทบในทางลบต่อบริษัทเช่นกัน

อย่างไรก็ตาม บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงจากการลงทุนในบริษัทย่อยดังกล่าว บริษัทจะทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้และพิจารณาถึงศักยภาพของโครงการในอนาคต รวมทั้งปัจจัยความเสี่ยงจากการลงทุนในสาขาใหม่ๆ และนำเสนอแผนการลงทุนของบริษัทย่อยให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณา รวมถึงให้คำแนะนำการลดความเสี่ยงของการลงทุนที่อาจจะเกิดขึ้น และในการกำกับดูแลบริษัทย่อย บริษัทจะส่งกรรมการหรือผู้บริหารที่มีคุณสมบัติและประสบการณ์ที่เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจเพื่อเป็นตัวแทนในการบริหารกิจการของบริษัทย่อยนั้นๆ เพื่อกำหนดนโยบายที่สำคัญและควบคุมการดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อยดังกล่าว

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 รายละเอียดสินทรัพย์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 สินทรัพย์ถาวร ที่บริษัทใช้ในการประกอบธุรกิจมีมูลค่าสุทธิหลังหักค่าเสื่อมราคาสะสมและค่าตัดจำหน่ายสะสมเท่ากับ 695.82 ล้านบาท รายละเอียดสินทรัพย์ถาวร แสดงได้ดังนี้

ประเภทของสินทรัพย์		ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าสุทธิ หลังหักค่าเสื่อม ราคาสะสม (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1	ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน	ตารางทรัพย์สินหลัก	283.21	ตารางทรัพย์สินหลัก
2	อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	ตารางทรัพย์สินหลัก	334.27	ตารางทรัพย์สินหลัก
3	เครื่องตกแต่งติดตั้งและเครื่องใช้สำนักงาน	เป็นเจ้าของ	17.31	ไม่มีภาระผูกพัน
4	เครื่องมือและอุปกรณ์	เป็นเจ้าของ	26.55	ไม่มีภาระผูกพัน
5	ยานพาหนะ	เป็นเจ้าของ	32.81	ไม่มีภาระผูกพัน
6	สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้างและติดตั้ง	เป็นเจ้าของ	1.67	ไม่มีภาระผูกพัน
รวมทั้งสิ้น			695.82	

ตารางแสดงทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ก. ที่ดินและสิ่งปลูกสร้างของกลุ่มบริษัท

สาขา	เลขที่โฉนด	สถานที่ตั้ง	มูลค่า (ล้านบาท)		กรรมสิทธิ์ / ภาระผูกพัน	พื้นที่ใช้งาน		
			ที่ดินและ ส่วนปรับปรุง ที่ดิน	อาคารและ ส่วนปรับปรุง อาคาร		ใช้รวม (ตารางเมตร/ จำนวนคัน)	ศูนย์บริการ* (ตารางเมตร / บริการ)	คลังสินค้า (ตารางเมตร / จำนวนคัน)
-	264384, 268366 และ 268367 เนื้อที่ประมาณ 25 ไร่	มะลิวัลย์ (สำนักงานใหญ่) เลขที่ 1111 หมู่ที่ 1 ต.บ้านหมุ่ อ.เมือง จ.ขอนแก่น	94.84	169.34	บริษัท / ค้ำประกัน สินเชื่อธนาคาร	2,400 ตรม. ใช้แล้วได้ 30 คัน	8,200 ตรม. ช่องบริการ 139 ช่อง ห้องสี 6 ห้อง	2,400 ตรม. เก็บรถเต็มพื้นที่ 150 คัน
1	10049 เนื้อที่ประมาณ 1 ไร่	ประชาสโมสร เลขที่ 345 หมู่ที่ 6 ต.ในเมือง อ.เมือง จ.ขอนแก่น	20.00	15.79	บริษัท / ค้ำประกัน สินเชื่อธนาคาร	370 ตรม. ใช้แล้วได้ 5 คัน	360 ตรม. ช่องบริการ 6 ช่อง ห้องสี -ไม่มี-	-
2	10117 เนื้อที่ประมาณ 7 ไร่	สุรินทร์ เลขที่ 274 หมู่ที่ 9 ต.แสงพันธ์ อ.เมือง จ.สุรินทร์	97.17	64.69	บริษัท / ค้ำประกัน สินเชื่อธนาคาร	525 ตรม. ใช้แล้วได้ 6 คัน	3,260 ตรม. ช่องบริการ 42 ช่อง ห้องสี 3 ห้อง	250 ตรม. เก็บรถเต็มพื้นที่ 20 คัน
	2915 เนื้อที่ประมาณ 6 ไร่	เลขที่ - ต.แสงพันธ์ อ.เมือง จ.สุรินทร์	5.27	3.75	บริษัท / ค้ำประกัน สินเชื่อธนาคาร	-	-	5,300 ตรม. เก็บรถเต็มพื้นที่ 250 คัน
3	3232 เนื้อที่ประมาณ 112 ตรว.	วิวัฒนาการโยธิน เลขที่ 783 หมู่ที่ 20 ต.นอกเมือง อ.เมือง จ.สุรินทร์	10.58	7.06	บริษัท / ค้ำประกัน สินเชื่อธนาคาร	240 ตรม. ใช้แล้วได้ 4 คัน	-	-
4	1206, 1207, 53696 และ 53697 เนื้อที่ประมาณ 3 ไร่	บุรีรัมย์ เลขที่ 65 หมู่ที่ 9 ต.อิสาน อ.เมือง จ.บุรีรัมย์	48.19	40.25	บริษัท / ค้ำประกัน สินเชื่อธนาคาร	650 ตรม. ใช้แล้วได้ 6 คัน	1,820 ตรม. ช่องบริการ 33 ช่อง ห้องสี 2 ห้อง	-
5	37806 และ 61542 เนื้อที่ประมาณ 11 ไร่	นางรอง เลขที่ 123 หมู่ที่ 6 ต.ถนนหัก อ.นางรอง จ.บุรีรัมย์	5.38	38.06	บริษัท / ค้ำประกัน สินเชื่อธนาคาร	625 ตรม. ใช้แล้วได้ 6 คัน	1,400 ตรม. ช่องบริการ 21 ช่อง ห้องสี 2 ห้อง	2,200 ตรม. เก็บรถเต็มพื้นที่ 132 คัน

สาขา	เลขที่โฉนด	สถานที่ตั้ง	มูลค่า (ล้านบาท)		กรรมสิทธิ์ / ภาระผูกพัน	พื้นที่ใช้งาน		
			ที่ดินและ ส่วนปรับปรุง ที่ดิน	อาคารและ ส่วนปรับปรุง อาคาร		ใช้รวม (ตารางเมตร/ จำนวนคัน)	ศูนย์บริการ* (ตารางเมตร / บริการ)	คลังสินค้า (ตารางเมตร / จำนวนคัน)
6	18459, 18460, 18461, 18464 และ 54098 เนื้อที่ประมาณ 199 ตร.วา	ภูเก็ต เลขที่ 3/17 หมู่ที่ 3 ต.รัษฎา อ.เมือง จ.ภูเก็ต	-	2.41	สัญญาเช่า	316 ตรม. ใช้รวมได้ 5 คัน	312 ตรม. ช่องบริการ 4 ช่อง ห้องสี่-ไม่มี-	-
7	2355 เนื้อที่ประมาณ 7 ไร่	นาคา เลขที่ 36/3 หมู่ที่ 4 ต.วิชิต อ.เมือง จ.ภูเก็ต	0.64	58.53	สัญญาเช่า	920 ตรม. ใช้รวมได้ 12 คัน	1,840 ตรม. ช่องบริการ 47 ช่อง ห้องสี่ 4 ห้อง	1,200 ตรม. เก็บรถเต็มพื้นที่ 80 คัน
8	1195,20509,20511 และ 20512 เนื้อที่ 3 งาน 78 ตารางวา	กระบี่ เลขที่ 489/8 และ 489/10 ถ.อุตสาหกรรม ต.กระบี่ใหญ่ อ.เมืองกระบี่ จ.กระบี่	-	2.16	สัญญาเช่า	240 ตรม. ใช้รวมได้ 4 คัน	570 ตรม. ช่องบริการ 4 ช่อง	-
9	6449 เนื้อที่ประมาณ 7 ไร่	เมืองกระบี่ เลขที่ 328 หมู่ที่ 2 ถนนเพชรเกษม ต.กระบี่น้อย อ.เมืองกระบี่ จ.กระบี่	1.27	41.93	สัญญาเช่า	1,000 ตรม. ใช้รวมได้ 12 คัน	1,600 ตรม. ช่องบริการ 28 ช่อง ห้องสี่ 3 ห้อง	3,025 ตรม. เก็บรถเต็มพื้นที่ 80 คัน
		รวม	283.34	443.97				
		(หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม)	(0.06)	(100.46)				
		รวมหลังหักค่าเสื่อมราคาสะสม	283.28	343.51				

หมายเหตุ : *พื้นที่ใช้งานของศูนย์บริการได้รวมห้องเก็บอะไหล่ไว้ด้วยแล้ว

ข. สัญญาเช่า

บริษัทย่อยได้ตกลงเช่าที่ดินจากบุคคลอื่นที่ไม่ใช่บุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกัน เพื่อทำเป็นสำนักงานขายและศูนย์บริการในจังหวัดภูเก็ตทั้ง 2 แห่ง และจังหวัดกระบี่ 2 แห่ง

สาขา	พื้นที่เช่า	รายละเอียดของสัญญา
สาขาภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต	เลขที่ 3/17 หมู่ที่ 3 ต.รัชฎา อ.เมือง จ.ภูเก็ต โฉนดเลขที่ 18459, 18460, 18461, 18464 และ 54098	ผู้เช่า : บริษัท ฮอนด้ามะลิวัลย์ จำกัด ผู้ให้เช่า : นายอภิชาติ กิจประสาน ระยะเวลา : 2 ปี 9 เดือน (ตั้งแต่ 1 มิถุนายน 2561 – 31 มกราคม 2564) และมีคำมั่นจะให้เช่าต่ออีก 2 ครั้งๆ ละ 3 ปี รวมเป็น 6 ปี (ถึง 31 มกราคม 2570) เนื้อที่ : 199 ตารางวา การต่ออายุ : ผู้เช่าแจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วันก่อนวันครบกำหนดระยะเวลาตามสัญญา หมายเหตุ : บริษัท ACG ได้เช่าที่ดินกับเจ้าของที่ดินก่อนสำหรับเดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนพฤษภาคมและให้บจ. ฮอนด้ามะลิวัลย์เช่าช่วงต่อ และเมื่อวันที่ 7 พฤษภาคม 2561 ทางบจ. ฮอนด้ามะลิวัลย์ ได้ทำสัญญาตรงกับเจ้าของที่ดินสำหรับการเช่าตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2561
สาขานาคา จังหวัดภูเก็ต	เลขที่ 36/3 หมู่ที่ 4 ต.วิชิต อ.เมือง จ.ภูเก็ต โฉนดเลขที่ 2355	ผู้เช่า : บริษัท ฮอนด้ามะลิวัลย์ จำกัด ผู้ให้เช่า : นางอุษารัต อบรมสุข และนายพุลผล วิษณุศาสตร์ ระยะเวลา : 21 ปี (ตั้งแต่ 28 กุมภาพันธ์ 2561 – 27 กุมภาพันธ์ 2582) และมีคำมั่นจะให้เช่าต่ออีก 3 ครั้งๆ ละ 3 ปี รวมเป็น 9 ปี (ถึง 31 มกราคม 2591) เนื้อที่ : 6 ไร่ 3 งานเศษ

สาขา	พื้นที่เช่า	รายละเอียดของสัญญา
		การต่ออายุ : ผู้เช่าแจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วันก่อนวันครบกำหนดระยะเวลาตามสัญญา
สาขากระบี่ จังหวัดกระบี่	เลขที่ 489/8 และ 489/10 ถ.อุตสาหกรรม ต.กระบี่ใหญ่ อ.เมืองกระบี่ จ.กระบี่ โฉนดเลขที่ 1195,20509,20510,20511 และ 20512 พร้อมอาคาร	ผู้เช่า : บริษัท ฮอนด้ามอเตอร์ จำกัด
		ผู้ให้เช่า : นายเจริญ นาคุด
		ระยะเวลา : 2 ปี (ตั้งแต่ 20 พฤศจิกายน 2561 – 19 พฤศจิกายน 2563) และมีคำมั่นจะให้เช่าต่ออีก 1 ครั้ง อีก 2 ปี
		เนื้อที่ : 3 งาน 78 ตารางวา
		การต่ออายุ : ผู้เช่าแจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วันก่อนวันครบกำหนดระยะเวลาตามสัญญา
สาขาเมืองกระบี่ จังหวัดกระบี่	โฉนดเลขที่ 6449 เลขที่ดิน 502 หน้าสำรวจ 597 ต.กระบี่น้อย อ.เมือง จ.กระบี่	ผู้เช่า : บริษัท ฮอนด้ามอเตอร์ จำกัด
		ผู้ให้เช่า : นายอนันต์ บรรพบุตร
		ระยะเวลา : 30 ปี (ตั้งแต่ 28 ธันวาคม 2561 – 27 ธันวาคม 2591) และผู้ให้เช่าให้คำมั่นว่าจะให้ผู้เช่าต่อระยะเวลาการเช่าออกไปอีก 2 ครั้งๆ ละ 3 ปี
		เนื้อที่ : ประมาณ 7 ไร่
		การต่ออายุ : ผู้เช่าแจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วันก่อนวันครบกำหนดระยะเวลาตามสัญญา

4.2 รายละเอียดสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่บริษัทใช้ในการประกอบธุรกิจเท่ากับ 8.35 ล้านบาท โดยรายการดังกล่าวได้แก่ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และโปรแกรมทางด้านบัญชี

4.3 รายละเอียดอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทย่อยมีรายละเอียดสินทรัพย์เพื่อการลงทุนแสดงได้ดังนี้

ลำดับ ที่	เลขที่ โฉนด	รายละเอียด (ไร่-งาน-ตรว.)		สถานที่ตั้ง	มูลค่า (ล้านบาท)	กรรมสิทธิ์ / ภาระผูกพัน
		รายละเอียด	รวม			
1	2938	17-3-79.5	17-3-79.5	ต.แกใหญ่ อ.เมือง จ.สุรินทร์	11.43	ค้ำประกัน สินเชื่อธนาคาร
2	76742	9-1-45.8	9-1-45.8	ต.บ้านทุ่ม อ.เมือง จ.ขอนแก่น	12.46	บริษัท
3	50872	15-0-93.0	15-0-93	ต.ถนนหัก อ.นางรอง จ.บุรีรัมย์	12.21	ค้ำประกัน สินเชื่อธนาคาร
4	37978	4-1-94.0	9-3-98	ต.นางรอง อ.นางรอง จ.บุรีรัมย์	5.49	บริษัท
5	37979	5-2-04.0				
6	3868	5-1-92.00	35-1-00	ต.บ้านด่าน อ.เมือง จ.บุรีรัมย์	28.01	บริษัท
7	3869	3-1-94.0				
8	64783	1-3-71.0				
9	64784	7-1-41.0				
10	64785	8-3-53.0				
11	64786	9-1-49.0				
รวม					69.60	

ที่ดินดังกล่าวเป็นอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน ซึ่งยังมีได้ระบุวัตถุประสงค์ของการใช้ มูลค่ายุติธรรมของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 จำนวน 152.46 ล้านบาท ประเมินราคาโดยผู้ประเมินราคาอิสระ โดยพิจารณาราคาตามเกณฑ์ของสินทรัพย์ที่ใช้งานอยู่ในปัจจุบัน

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 กลุ่มบริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อสินทรัพย์ของ
กลุ่มบริษัท และไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายอื่นใดที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัท

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท	บริษัท ออโตคอร์ป โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “ACG”)
ชื่อภาษาอังกฤษ	Autocorp Holding Public Company Limited
เลขทะเบียนบริษัท	0107561000404
ประเภทธุรกิจ	ประกอบธุรกิจการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding company) ที่ประกอบธุรกิจจำหน่ายและการให้บริการในอุตสาหกรรมรถยนต์ และธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ปัจจุบัน ACG ถือหุ้นในบริษัทย่อย คือ บริษัท ฮอนด้ามะลิวัลย์ จำกัด (“บริษัทย่อย”) ซึ่งเป็นผู้จำหน่ายและศูนย์บริการรถยนต์ยี่ห้อฮอนด้า (Honda) รวมทั้งสิ้น 10 แห่ง
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ และสาขาขอนแก่น สำนักงาน ใหญ่บริษัทย่อย	เลขที่ 1111 หมู่ 1 ถนนมะลิวัลย์ ตำบลบ้านทุ่ม อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40000 โทรศัพท์ : 0-4330-6444 โทรสาร : 0-4330-6448
สาขาประชาสโมสร	เลขที่ 345 หมู่ 6 ถนนประชาสโมสร ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40000 โทรศัพท์ : 0-4346-6555 โทรสาร : 0-4346-6525
สาขาสุรินทร์	เลขที่ 274 หมู่ 9 ถนนปัทมานนท์ ตำบลแสงพันธ์ อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ 32000 โทรศัพท์ : 0-4451-4075-8 โทรสาร : 0-4451-2644
สาขาวิวัฒน์โยธิน	เลขที่ 783 หมู่ 20 ถนนสุรินทร์-ปราสาท ตำบลนอกเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ 32000 โทรศัพท์ : 0-4451-4666 โทรสาร : ไม่มี
สาขามูรรัมย์	เลขที่ 65 หมู่ 9 ถนนบุรีรัมย์-นางรอง ตำบลอิสาณ อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ 31000 โทรศัพท์ : 0-4460-2333 โทรสาร : 0-4462-0925
สาขานางรอง	เลขที่ 123 หมู่ 6 ถนนโชคชัย-เดชอุดม ตำบลถนนหัก อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ 31110 โทรศัพท์ : 0-4466-6044 โทรสาร : 0-4466-6046
สาขาภูเก็ต	เลขที่ 3/17 หมู่ 3 ถนนเทพกระษัตรี ตำบลรัชฎา อำเภอเมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต 83000 โทรศัพท์ : 0-7660-6888 โทรสาร : 0-7660-4118
สาขานาคา	เลขที่ 36/3 หมู่ 4 ถนนเจ้าฟ้าตะวันตก ตำบลวิชิต อำเภอเมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต 83000 โทรศัพท์ : 0-7660-5999 โทรสาร : 0-7660-5980

สาขากระบี่	เลขที่ 489/8,489/10 ถนนอุตสาหกรรม ตำบลกระบี่ใหญ่ อำเภอเมืองกระบี่ จังหวัดกระบี่ 81000 โทรศัพท์ : 0-7585-5888 โทรสาร (Fax) 0-7585-5889
สาขาเมืองกระบี่	328 หมู่ 2 ถนนเพชรเกษม ตำบลกระบี่น้อย อำเภอเมืองกระบี่ จังหวัดกระบี่ 81000 โทรศัพท์ : 0-7585-5888 โทรสาร (Fax) 0-7585-5889
เว็บไซต์	www.autocorpgroup.com
ทุนจดทะเบียน	300 ล้านบาท / 600 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	300 ล้านบาท / 600 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท

นายทะเบียนหลักทรัพย์

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด	
ที่ตั้งสำนักงาน	: เลขที่ 93 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อาคารบี ชั้น 1 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400
โทรศัพท์	: 0-2009-9000
โทรสาร	: 0-2009-9991

ที่ปรึกษาทางการเงิน

บริษัทหลักทรัพย์ ฟิลลิป (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 849 อาคารวรวัฒน์ ชั้น 11 ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500
โทรศัพท์	: 0-2635-1700
โทรสาร	: 0-2635-1662

ผู้สอบบัญชี

บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด	
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: เลขที่ 1 อาคารเอ็มไพร์ทาวเวอร์ ชั้น 48 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120
โทรศัพท์	: 0-2677-2000
โทรสาร	: 0-2677-2222

ผู้ตรวจสอบภายใน

บริษัท บีเค ไอเอ แอนด์ ไอซี จำกัด	
ที่ตั้งสำนักงาน	: เลขที่ 84/77 ซอยเจริญกรุง 80 เขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร 10120
โทรศัพท์	: 0-2116-6033 และ 083-299-5959

ที่ปรึกษากฎหมาย

บริษัท สำนักกฎหมายสากล สยามพรีเมียร์ จำกัด

ที่ตั้งสำนักงาน : เลขที่ 999/9 อาคาร ดี ออฟฟิศเสส แอท เซ็นทรัล เวิลด์ ชั้น 26 ถนนพระราม 1
แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330

โทรศัพท์ : 0-2646-1888

โทรสาร : 0-2646-1919