

ส่วนที่ 1

ข้อมูลสรุป (Executive Summary)

บริษัท พอร์จูน พาร์ท อินดัสตรี จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) จัดทะเบียนจัดตั้งเมื่อวันที่ 26 พฤศจิกายน 2534 ในนาม “บริษัท พอร์จูน พาร์ท อินดัสตรี จำกัด” ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 2 ล้านบาท โดยครอบครัววนาดำรงศักดิ์ โดยเริ่มต้นจากการนำเข้าแม่พิมพ์จากไต้หวันจำนวน 2 รุ่น และจ้างโรงงานอื่นผลิตให้ เพื่อจำหน่ายชิ้นส่วนยานยนต์ให้กับลูกค้าในประเทศ ต่อมาในปี 2536 บริษัทฯ นำเข้าแม่พิมพ์จากประเทศไต้หวันเพิ่มจำนวน 20 รุ่น เพื่อผลิตชิ้นส่วนประเภทหน้ากระบังกันชน และชิ้นส่วนยานยนต์อื่นที่ทำด้วยพลาสติกด้วยตัวเอง หลังจากนั้นในปี 2539 บริษัทฯ จึงได้เริ่มเข้าสู่ธุรกิจผู้ผลิตชิ้นส่วนพลาสติกยานยนต์อย่างเต็มรูปแบบ ทั้งงานฉีดขึ้นรูปพลาสติก ชุบโครเมียม ฟันสี ประกอบชิ้นส่วนพลาสติก และการให้บริการออกแบบและสร้างแม่พิมพ์ รวมทั้งเป็นศูนย์รวมการจำหน่ายชิ้นส่วนยานยนต์ เพื่อที่จะสามารถตอบสนองลูกค้าให้ได้รับชิ้นส่วนรถยนต์ที่ครบวงจร และเมื่อวันที่ 18 พฤษภาคม 2547 บริษัทฯ ได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด พร้อมทั้งเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น บริษัท พอร์จูน พาร์ท อินดัสตรี จำกัด (มหาชน)

จากการขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ทำให้บริษัทฯ มีการเพิ่มทุนมาโดยตลอด ปัจจุบันบริษัทฯ มีทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 295,000,000 บาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท โดยแบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 295,000,000 หุ้น และมีทุนจดทะเบียนชำระแล้วจำนวน 232,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 232,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจหลักเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่ผลิตจากพลาสติก และเป็นศูนย์รวมในการจำหน่ายชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ ทั้งชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ทดแทน และชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ภายใต้ตราสินค้าของค่ายรถยนต์ต่างๆ รวมทั้งให้บริการรับจ้างฉีดขึ้นรูป ชุบ และฟันสีผลิตภัณฑ์พลาสติก โดยปัจจุบันผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทฯ สามารถแบ่งได้ดังนี้

- ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ผลิตเอง แบ่งเป็น
 - ชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ทดแทน (Replacement Equipment Manufacturing : REM) ซึ่งบริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ ได้แก่ กระจังหน้าและขอบไฟหน้ารถยนต์ (Grille and Head Light Door) กันชน และแผงใต้กันชน (Bumper and Valance Panel) รวมทั้งชิ้นส่วนอื่นๆ เช่น สปอยเลอร์ (Spoiler) ชุดสเกิร์ต (Skirt Set) เป็นต้น ซึ่งจะผลิตและจำหน่ายภายใต้เครื่องหมายการค้า FPI ในขณะที่อุปกรณ์ส่องสว่าง ได้แก่ ไฟหน้า ไฟท้าย ไฟมุม และไฟเลี้ยว (Auto Lamps) จะผลิตและจำหน่ายภายใต้เครื่องหมายการค้า KOTO
 - ชิ้นส่วนพลาสติกที่ผลิตให้กับผู้ผลิตและประกอบชิ้นส่วนซึ่งเป็นเจ้าของตราสินค้า (Original Equipment Manufacturing : OEM) โดยเฉพาะชิ้นส่วนตกแต่งรถยนต์ เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า เช่น ครอบกันชนหน้า (Front Bumper Guard) คิ้วล้อ (Over Fender) แผงคาดประตู (Side Cladding) ที่ครอบไฟหน้า (Head Lamp Cover) ที่ครอบไฟท้าย (Tail Lamp Cover) ที่ครอบกระจก (Mirror Cover) สปอยเลอร์ (Spoiler) และ ชุดสเกิร์ต (Skirt Set) เป็นต้น รวมทั้งชิ้นส่วนอุปกรณ์ไฟฟ้า เช่น ด้ามจับประตูตู้เย็น ฝาเครื่องซักผ้า เป็นต้น
- ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ซื้อมาเพื่อจำหน่ายต่อ (Trading) เพื่อให้มีสินค้าครบตามที่ถูกคำต้องการ
 - ชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ทดแทน (REM) ซึ่งมีทั้งชิ้นส่วนที่ผลิตจากพลาสติกที่บริษัทฯ ไม่ได้ผลิตเองเนื่องจากยอดสั่งซื้อน้อย หรือมูลค่าน้อย เช่น กันโคลน บังลมหมอน้ำ เป็นต้น ชิ้นส่วนที่ผลิตจากโลหะ เช่น ฝากระโปรงประตู กันชนท้าย แผงยึดหมอน้ำ เป็นต้น และชิ้นส่วนอะไหล่ทดแทนอื่นๆ เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากยางหมอน้ำ ส่วนประกอบช่วงล่าง ไล่กรอง เป็นต้น
 - ชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ภายใต้ตราสินค้าของค่ายรถยนต์ต่างๆ (OEM) เช่น ฝากระโปรง ประตู กระจังหน้า ไฟหน้า ไฟท้าย กันชน เป็นต้น

3. ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่บริษัทฯ จำหน่ายให้กับโรงงานที่บริษัทฯ จ้างผลิต เพื่อทำการผลิตสินค้าให้กับบริษัทฯ เช่น เม็ดพลาสติก ภาชนะที่บ่อ เป็นต้น รวมทั้งการจำหน่ายวัตถุดิบที่มีคุณสมบัติไม่ตรงกับการผลิตในปัจจุบันของบริษัทฯ
4. ให้บริการรับจ้างฉีดขึ้นรูปผลิตภัณฑ์พลาสติก รับจ้างชุบโครเมียมบนพลาสติก และรับจ้างพ่นสีผลิตภัณฑ์พลาสติก โดยบริษัทฯ จะพิจารณาจากกำลังการผลิตที่เหลือจากการผลิตผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ก่อนที่จะรับงานบริการ โดยส่วนใหญ่ยังคงเป็นงานรับผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ ซึ่งบริษัทฯ มีความเชี่ยวชาญและมีคุณภาพตามมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับของลูกค้า รวมทั้งงานผลิตชิ้นส่วนสุขภัณฑ์ และชิ้นส่วนอุปกรณ์ไฟฟ้า

บริษัทฯ เน้นการส่งออกสินค้าไปขายต่างประเทศเป็นหลัก สัดส่วนรายได้จากการขายในประเทศและต่างประเทศ เฉลี่ยปี 2552 - ไตรมาส 4 ปี 2555 อยู่ที่ร้อยละ 12 และร้อยละ 88 ตามลำดับ และจากการที่บริษัทฯ เน้นการส่งออกสินค้าไปต่างประเทศ บริษัทฯ จึงมีฝ่ายขายที่สามารถพูดได้หลายภาษา เพื่อที่จะดูแลลูกค้าที่แบ่งเป็น 6 กลุ่มประเทศ ได้แก่ ประเทศในเอเชียและตะวันออกกลาง ประเทศในแอฟริกา ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศในอเมริกากลางและอเมริกาใต้ ประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ และประเทศในยุโรป โดยปี 2552-2554 บริษัทฯ ส่งสินค้าไปจำหน่ายในกลุ่มเอเชียและตะวันออกกลางมากที่สุด โดยมีสัดส่วนเฉลี่ยปี 2552 - ไตรมาส 4 ปี 2555 ประมาณร้อยละ 48.49 ของรายได้จากการขายต่างประเทศ เนื่องจากเป็นตลาดรถกระบะ 1 คัน ค่ารถญี่ปุ่นที่ใหญ่ที่สุดของโลก

บริษัทฯ จำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ผ่าน 2 ช่องทาง โดยผ่านลูกค้าโดยตรง ซึ่งมีทั้งที่เป็นผู้นำเข้า ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก และลูกค้ารายย่อยรวมถึงลูกค้าที่ติดต่อผ่านในงานแสดงสินค้า หรือ ลูกค้าใหม่ที่ได้รับการแนะนำจากลูกค้าเดิมของบริษัทฯ ซึ่งจะเป็นการติดต่อซื้อขายกันโดยตรงระหว่างบริษัทฯ กับผู้ซื้อ และผ่านตัวแทนจำหน่าย ซึ่งมีเฉพาะในประเทศไทยและประเทศอียิปต์เท่านั้น โดยสัดส่วนการขายโดยตรงและผ่านตัวแทนจำหน่ายเฉลี่ยปี 2552 - ไตรมาส 4 ปี 2555 อยู่ที่ร้อยละ 88-5589.66 และร้อยละ 44.45-10.34

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

อุตสาหกรรมยานยนต์

อุตสาหกรรมยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งในด้านการผลิต การตลาด การจ้างงาน การพัฒนาเทคโนโลยี และความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมต่อเนื่องอื่นอีกหลายประเภท โดยได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมจากภาครัฐเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมนี้ ส่งผลให้ในปัจจุบันประเทศไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์ขนาดใหญ่ที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก และเป็นฐานการผลิตรถยนต์ปิกอัพและรถจักรยานยนต์อันดับต้นของโลก

อุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทยมีปริมาณการผลิตรถยนต์เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งในส่วนประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและรถยนต์ประเภทรถกระบะ โดยมีบริษัทผู้ผลิตรายอื่นชั้นนำของโลกได้เลือกประเทศไทยเป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออกที่สำคัญของเอเชียสำหรับกระจายไปยังกลุ่มประเทศต่างๆ ทั้งในภูมิภาคและทั่วโลก ประกอบกับบริษัทรถยนต์หลายค่ายมีการเปิดตัวรถยนต์รุ่นใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาด และมีการใช้กลยุทธ์ที่หลากหลายทางการตลาดมาแข่งขัน ทำให้ในช่วงระหว่างปี 2549 - 2551 ปริมาณการผลิตรถยนต์ในประเทศไทยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) เท่ากับร้อยละ 5.42 ในช่วงปี 2552 จากภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวลงอย่างหนัก ทำให้มีปริมาณการผลิตรถยนต์รวมลดลงถึงร้อยละ 28.19 อย่างไรก็ตาม หลังจากวิกฤตการเงินในสหรัฐอเมริกาเริ่มคลี่คลายลง และมีการเปิดเสรีทางการค้าภายใต้กรอบอาเซียน ตั้งแต่ต้นปี 2553 ทำให้ค่ายรถยนต์มีการย้ายฐานการผลิตรวมถึงขยายกำลังการผลิตเพิ่มขึ้นในประเทศไทยอีกเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้ในปี 2553 การผลิตรถยนต์ในประเทศไทยสามารถทำสถิติยอดการผลิตที่สูงที่สุด โดยมีจำนวนการผลิตเท่ากับ 1,645,304 คัน ถือเป็นอัตราเติบโตอย่างก้าวกระโดดที่ร้อยละ 64.63 จากปี 2552 สำหรับปี 2554 ยอดการผลิตรถยนต์ในประเทศไทยลดลงถึงร้อยละ 11.40 จากผลกระทบจากภัยพิบัติในประเทศญี่ปุ่นในช่วงต้นปี และเหตุการณ์อุทกภัยในช่วงปลายปี อย่างไรก็ตาม เมื่อผลกระทบดังกล่าวเริ่มคลี่คลาย ภาวะเศรษฐกิจโดยรวมเริ่มดีขึ้น ส่งผลทำให้ไตรมาส 4 ช่วงครึ่งปีแรกของ ปี 2555 มีปริมาณการผลิตรถยนต์เพิ่มขึ้นร้อยละ 6-2830.35 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2554

ในด้านการจำหน่ายรถยนต์ภายในประเทศพบว่ามียอดจำหน่ายรถยนต์ทุกประเภทลดลงในช่วงระหว่างปี 2549 - 2551 โดยมีอัตราการลดลงเฉลี่ยต่อปีเท่ากับร้อยละ 3.44 เนื่องจากความไม่มั่นคงทางการเมืองภายในประเทศ ส่งผลให้

ภาคอุตสาหกรรมบางส่วนชะลอตัวลง นอกจากนี้ จากสภาวะเศรษฐกิจถดถอย ซึ่งมีผลกระทบมาจากวิกฤติการณ์การเงินของโลก ทำให้ในปี 2552 ยอดขายรวมการจำหน่ายรถยนต์ทุกประเภทลดลงถึงร้อยละ 10.62 อย่างไรก็ตาม จากสภาพเศรษฐกิจทั้งในและต่างประเทศที่มีการฟื้นตัวไปในทิศทางที่ดีในปี 2553 ทำให้ยอดจำหน่ายรถยนต์ทุกประเภทปรับเพิ่มขึ้นจากปี 2552 ถึงอัตราร้อยละ 43.22 อย่างไรก็ตาม ยอดการจำหน่ายรถยนต์ในประเทศปี 2554 เพิ่มขึ้นจากปี 2553 เพียงร้อยละ 1.27 สาเหตุหลักเกิดจากเหตุการณ์อุทกภัยครั้งใหญ่ภายในประเทศในช่วงปลายปีซึ่งทำให้ความต้องการรถยนต์ในช่วงดังกล่าวลดลงอย่างมาก สำหรับไตรมาส 4 ปี ช่วงครึ่งปีแรกของปี 2555 ยอดจำหน่ายรถยนต์ในประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 45.9439.04 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2554 โดยส่วนใหญ่เป็นผลจากเพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายรถกระบะ 1 คัน

การส่งออกรถยนต์ของประเทศไทยมีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากการสนับสนุนของภาครัฐที่มีนโยบายผลักดันให้ประเทศไทยเป็นฐานผลิตเพื่อส่งออกรถยนต์สู่ตลาดโลก โดยในช่วงระหว่างปี 2549 – 2551 ปริมาณการส่งออกรถยนต์ของประเทศไทยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีเท่ากับร้อยละ 12.90 อย่างไรก็ตาม จากผลกระทบวิกฤติการณ์การเงินของโลกตั้งแต่ปลายปี 2551 ทำให้ประเทศไทยได้รับผลกระทบดังกล่าวโดยมีปริมาณการส่งออกรถยนต์ลดลงร้อยละ 30.95 ในปี 2552 อย่างไรก็ตาม การส่งออกรถยนต์ในปี 2553 มีการปรับตัวดีขึ้น คิดเป็นอัตราร้อยละ 67.54 ทั้งนี้ เนื่องจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกทำให้มียอดคำสั่งซื้อกลับมาอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับค่ายรถยนต์ได้นำรถยนต์ขนาดเล็กรุ่นใหม่หรือรถยนต์อีโคคาร์มาเปิดตลาดมากขึ้น สำหรับจำนวนการส่งออกรถยนต์ปี 2554 ลดลงจากปี 2553 ถึงร้อยละ 18.02 ซึ่งเป็นผลกระทบจากภัยพิบัติในประเทศญี่ปุ่น และอุทกภัยครั้งใหญ่ในประเทศช่วงปลายปี สำหรับสถานการณ์ส่งออกยานยนต์ใน ไตรมาส 4 ช่วงครึ่งปีแรกของปี 2555 ยอดการส่งออกรถยนต์ยังคงลดลงเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.8413.96 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา

แนวโน้มในปี 2555 ของการจำหน่ายรถยนต์ในประเทศและการส่งออกรถยนต์ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่าอุตสาหกรรมรถยนต์จะสามารถกลับมาขยายตัวได้อีกครั้ง หลังจากที่เกิดตัวลงในปี 2554 เนื่องจากภัยพิบัติสึนามิในประเทศญี่ปุ่นในช่วงต้นปีและอุทกภัยในประเทศในช่วงปลายปี โดยประมาณการว่า ปี 2555 ยอดจำหน่ายรถยนต์ในประเทศจะสามารถขยายตัวได้ถึงร้อยละ 14 ถึง 19 หรือคิดเป็นจำนวน 925,000 ถึง 965,000 คัน สำหรับยอดการส่งออกรถยนต์ของประเทศไทยจะมีโอกาสกลับมาขยายตัวได้ระดับสูงอีกครั้งที่ประมาณร้อยละ 24 ถึง 29 หรือคิดเป็น 970,000 ถึง 1,010,000 คัน ส่งผลให้จำนวนการผลิตรถยนต์คาดว่าจะอยู่ที่ระดับ 1,890,000 ถึง 1,970,000 คัน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 25 ถึง 30 จากปีก่อนหน้า ใกล้เคียงกับที่สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมคาดว่าจะไว้ที่ 2,000,000 คัน

อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์

อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนอุตสาหกรรมยานยนต์ จึงเป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมที่รัฐบาลให้การสนับสนุนให้พัฒนาควบคู่ไปกับอุตสาหกรรมยานยนต์ จากผลกระทบวิกฤติการณ์การเงินของโลกตั้งแต่ปลายปี 2551 ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมผลิตรถยนต์อย่างรุนแรง ทำให้ความต้องการชิ้นส่วนรถยนต์ซบเซาตามไปด้วย โดยในปี 2552 ยอดการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์มีมูลค่าเท่ากับ 128,144 ล้านบาท ลดลงจาก 164,859 ล้านบาทในปี 2551 หรือคิดเป็นอัตราร้อยละ 22.27 อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์เริ่มฟื้นตัวในช่วงครึ่งปีหลังของปี 2552 ตามความต้องการของโรงงานผลิตรถยนต์ที่ฟื้นตัวขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจ และได้รับอานิสงส์จากข้อตกลงเขตการค้าเสรีที่ประเทศไทยทำไว้กับคู่ค้าสำคัญ อาทิ เขตการค้าเสรีอาเซียน และเขตการค้าเสรีไทย-ออสเตรเลีย เป็นต้น โดยในปี 2553 ยอดการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์มีมูลค่าเท่ากับ 179,350 ล้านบาท หรือปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 39.96 ส่วนปี 2554 ยอดการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์มีมูลค่าเท่ากับ 183,680 ล้านบาท หรือปรับเพิ่มขึ้นเล็กน้อยที่ร้อยละ 2.41 เนื่องจากผลกระทบจากภัยพิบัติในประเทศญี่ปุ่นในช่วงต้นปี และเหตุการณ์อุทกภัยครั้งใหญ่ในประเทศในช่วงปลายปี สำหรับ ไตรมาส 4 ช่วงครึ่งปีแรกของปี 2555 ยอดการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์มีมูลค่าเท่ากับ 48,938105,157 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.0920.36 จาก ไตรมาสครึ่งปีหลังของ-4 ปี 2554 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.639.19 จากช่วงเดียวกันของ ปี 2554 ประเภทชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีมูลค่าส่งออกมากที่สุดคือ ชิ้นส่วนสำหรับโรงงานประกอบชิ้นส่วน (OEM) โดยในปี 2554 ชิ้นส่วนสำหรับโรงงานประกอบชิ้นส่วน (OEM) ประเภทชิ้นส่วนประกอบ และประเภทชิ้นส่วนตัวถัง มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 102,261 ล้านบาท และ 34,190 ล้านบาท ตามลำดับ สำหรับ ไตรมาส 4 ช่วงครึ่งปีแรกของปี 2555 ประเภทชิ้นส่วนประกอบและประเภทชิ้นส่วนตัวถัง มีมูลค่าการส่งออก เท่ากับ 26,47258,973.68 ล้านบาท และ 19,739.169,600 ล้านบาท

อธิบายเพิ่มเติมภาวะอุตสาหกรรม

สำหรับความต้องการชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ทดแทน (REM) มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเช่นกันตามการเพิ่มขึ้นของขนาดของตลาดรถยนต์ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา โดยตลาด REM ถือว่ามีความได้เปรียบกว่าชิ้นส่วนภายใต้ตราสินค้าของค่ายรถยนต์ต่างๆ (OEM) โดยตรง เนื่องจากราคาชิ้นส่วนอะไหล่ทดแทนจะถูกกว่าชิ้นส่วนภายใต้ตราสินค้าของค่ายรถยนต์ต่างๆ หลายเท่า ซึ่งโดยปกติรถยนต์ที่ซื้อใหม่ในปีแรกจะได้รับการประกันจากศูนย์ ในส่วนของชิ้นส่วนอะไหล่ ดังนั้นในปีแรกตลาดรถยนต์หนึ่งส่วนบุคคลจะใช้อะไหล่ที่เป็น OEM แต่ในปีที่สองขึ้นไปผู้ใช้รถยนต์จะหันมาใช้อะไหล่ REM มากขึ้น เนื่องจากมีราคาที่ถูกกว่า นอกจากนี้บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วน OEM จะผลิตสินค้าส่งให้กับโรงงานประกอบรถยนต์ 2 ปีและสำรองเพื่อเป็นอะไหล่อีก 3 ปี หลังจากนั้นอะไหล่ OEM จะหาได้ยากขึ้น จึงเป็นประเด็นสำคัญที่จะทำให้ตลาด REM เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง และกำลังกลายเป็นสิ่งจำเป็นที่บรรดาเจ้าของรถยนต์หันมาให้ความสนใจสำหรับเป็นตัวเลือกในการเปลี่ยนชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ของตนเอง แทนการสั่งซื้อจากศูนย์ที่มีราคาสูง ส่งผลให้สินค้า REM กลายเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจที่ผ่านมา ที่บรรดาผู้บริโภคต่างลดภาระค่าใช้จ่ายสำหรับการซื้อรถยนต์ใหม่ลง หันไปให้ความสนใจกับการซื้ออะไหล่ REM มากขึ้นเพื่อรักษาสภาพรถยนต์ให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์และดูใหม่ตลอดเวลา

จากข้อมูลการผลิตรถยนต์ของโลก 2011 มียอดผลิตรถยนต์ทั้งสิ้น 80,092,840 คัน (ข้อมูลจาก <http://oica.net>) ซึ่งเติบโตจากปี 2010 ประมาณร้อยละ 3.2 และจากข้อมูลทางสถิติของ Ward's Auto (<http://wardsauto.com>) ในปี 2010 มีจำนวนรถยนต์ทั้งหมดในโลกประมาณ 1,015 ล้านคัน และ International Transport Forum ภายใต้ Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) คาดการณ์ไว้ว่าในปี 2050 จะมีจำนวนรถยนต์ในโลกประมาณ 2,500 ล้านคัน แสดงให้เห็นว่าความต้องการชิ้นส่วนอะไหล่ REM จะเติบโตมากขึ้นเรื่อยๆ ตามปริมาณรถที่มีอยู่ในโลก และจะเติบโตอย่างต่อเนื่องตามปริมาณการผลิตรถยนต์ใหม่ที่เกิดขึ้นทุกปี โดยบริษัท เล็งเห็นถึงโอกาสในการเติบโตดังกล่าว โดยปัจจัยสำคัญในการที่จะเจาะตลาดในประเทศใดประเทศหนึ่ง บริษัท จะต้องลงทุนในแม่พิมพ์ตามรุ่นของรถยนต์ที่มีอยู่ในตลาดนั้นๆ ก็จะสามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นในตลาดใหม่ๆ ได้ โดยการทำการตลาดต่างประเทศของบริษัท จะดูจากยอดผลิตและส่งออกของค่ายรถยนต์ประเทศนั้นๆ ตามแต่ละประเทศผนวกกับความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าในประเทศนั้นๆ โดยบริษัท จะเลือกเฉพาะตลาดที่มีอัตราการเติบโตสูงและเป็นผู้ผลิตรถยนต์อันดับหนึ่งในสิบสองของโลก

ภาวะการแข่งขัน

บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่ผลิตจากพลาสติก ที่สามารถตอบสนองได้ทั้ง 2 ตลาด ทั้งตลาด OEM และตลาด REM รวมทั้งเป็นศูนย์รวมในการจำหน่ายอะไหล่ชิ้นส่วนยานยนต์ในระดับโลก โดยมีสินค้าที่หลากหลาย สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบวงจร ในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ทดแทน (REM) บริษัทฯ ถือได้ว่าเป็นหนึ่งในผู้นำตลาด เนื่องจาก บริษัทฯ อยู่ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มานานกว่า 20 ปี ทำให้มีแม่พิมพ์มากกว่า 1,400 แบบ มีฐานลูกค้าเพิ่มมากขึ้นทุกปี ซึ่งปัจจุบันสามารถส่งสินค้าไปจำหน่ายกว่า 110 ประเทศทั่วโลก ในขณะเดียวกันการแข่งขันในตลาด REM มีอยู่ในวงจำกัด ผู้ผลิตแต่ละรายจะมีกลุ่มตลาดหรือกลุ่มลูกค้าตามแบบเฉพาะของรถยนต์ (NICHE MARKET) เช่น ผู้ผลิตชิ้นส่วนแถบยุโรปจะผลิตสินค้าที่เป็นรถยนต์ค่ายยุโรป เช่น เปอโยต์, เรโนลต์, ซีตรอง, ซีท และโพลด์ สวาเกน ส่วนผู้ผลิตในสหรัฐอเมริกา จะผลิตชิ้นส่วน ฟอर्ड, เจนเนอรัล มอเตอร์ส และ ไครสเลอร์ สำหรับผู้ผลิตชิ้นส่วนที่เป็นรถญี่ปุ่นก็จะมีเพียงผู้ผลิตในประเทศไต้หวัน จีน มาเลเซีย และไทยเท่านั้น ซึ่งแต่ละโรงงานจะมีจุดแข็งในแต่ละ MODEL ต่างๆ กันไป ขึ้นอยู่กับ ECONOMY OF SCALE ของแต่ละบริษัท โดยในส่วนของบริษัทฯ จะได้เปรียบด้านตลาดรถกระบะค่ายญี่ปุ่นทั้งหมดไม่ว่าจะเป็น โตโยต้า, มาสด้า, อีซูซุ, มิตซูบิชิ และ นิสสัน เนื่องจากประเทศไทยเป็นฐานผลิตรถกระบะค่ายรถญี่ปุ่นที่ใหญ่ที่สุดในโลก บริษัทฯ จึงมีความได้เปรียบในส่วนของชิ้นส่วนรถกระบะ นอกจากนั้นต้นทุนการผลิตของบริษัทฯ ต่ำกว่าผู้ผลิตจากประเทศไต้หวันซึ่งถือเป็นคู่แข่งหลักของบริษัทฯ ส่วนสินค้าจากประเทศจีนและประเทศมาเลเซีย ส่วนใหญ่จะผลิตป้อนให้กับตลาดภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่ ด้วยคุณภาพสินค้าของบริษัทฯ ที่ดีกว่าคู่แข่งในประเทศจีน จะเห็นได้จากบริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐานระดับสากล อาทิเช่น ISO 9001 : 2008 , ISO / TS 16949 : 2009 สำหรับด้านคุณภาพกระบวนการผลิตและการจัดการ มาตรฐาน OHSAS 18001:2007 สำหรับระบบการจัดการอนามัยและความปลอดภัย และมาตรฐาน ISO 14001:2004 สำหรับระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นสิ่งที่รับประกันได้ว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มีคุณภาพระดับสากล

อธิบายเพิ่มเติมคุณภาพสินค้าของบริษัทฯ

ถึงแม้ว่าราคาสินค้าจากประเทศจีนจะต่ำกว่า แต่ลูกค้าของบริษัทฯ ยังคงซื้อสินค้าจากบริษัทฯ ยกเว้นตลาดทวีปแอฟริกา และตลาด MODEL รถรุ่นเก่าๆ ที่มีขายในตลาดมากกว่า 10 ปีขึ้นไป ที่ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับคุณภาพสินค้ามากนัก

ผลการดำเนินงาน

บริษัทฯ มีรายได้รวมจำนวน 955.14 ล้านบาท ในปี 2552 จำนวน 1,197.44 ล้านบาท ในปี 2553 จำนวน 1,300.37 ล้านบาท ในปี 2554 และจำนวน **354-07735.38** ล้านบาท ในงวด **36** เดือนแรกของปี 2555 ตามลำดับ รายได้ส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 92.99 - 95.04 ของรายได้รวมมาจากรายได้จากการขาย

รายได้จากการขายของบริษัทฯ ในปี 2554 ประกอบด้วยรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ผลิตเอง จำนวน 638.15 ล้านบาท รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ซื้อมาเพื่อจำหน่ายต่อจำนวน 558.09 ล้านบาท และผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่เป็นวัตถุดิบที่บริษัทฯ จำหน่ายให้แก่โรงงานที่บริษัทฯ จ้างผลิต และ**วัตถุดิบ**ที่มีคุณสมบัติไม่ตรงกับการผลิตในปัจจุบันของบริษัทฯจำนวน 13.04 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 52.77 ร้อยละ 46.15 และร้อยละ 1.08 ตามลำดับ โดยรายได้จากการขายปี 2554 เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.50 จากปี 2553 โดยอัตราการเติบโตค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับอัตราการเติบโตร้อยละ 25.18 ในปี 2553 สาเหตุสำคัญเกิดจากผลกระทบจากภัยพิบัติในประเทศญี่ปุ่นช่วงต้นปี 2554 และอุทกภัยในประเทศในช่วงปลายปี อย่างไรก็ตาม รายได้จากการขายในงวด **36** เดือนแรกของปี 2555 ซึ่งประกอบด้วย รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ผลิตเองจำนวน **475-52365.16** ล้านบาท รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ซื้อมาเพื่อจำหน่ายต่อจำนวน **454-35317.89** ล้านบาท และผลิตภัณฑ์อื่นๆ จำนวน **2-694.13** ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ **53-2653.14** ร้อยละ **45-9246.26** และร้อยละ **0-820.60** ตามลำดับ เติบโตถึงร้อยละ **20-5924-87** เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากยอดสั่งซื้อที่ค้างจากผลกระทบอุทกภัยในช่วงปลายปี และภาวะอุตสาหกรรมยานยนต์ที่ปรับตัวดีขึ้น

รายได้จากการบริการของบริษัทฯ ปี 2552-2554 เป็นจำนวน 8.47 ล้านบาท จำนวน 18.30 ล้านบาท จำนวน 17.16 ล้านบาท ตามลำดับ โดยรายได้ส่วนใหญ่จะเป็นรายได้จากการซูป และรายได้จากการพ่นสี เนื่องจากบริษัทฯ มีกำลังการผลิตเหลือโดยในปี 2553 รายได้จากการบริการเพิ่มขึ้นเนื่องจากการเพิ่มสายการผลิตพ่นสีเพิ่มอีก 1 สายการผลิต ทำให้มีกำลังการผลิตเหลือสำหรับการให้บริการ ในปี 2554 รายได้จากการบริการลดลงเล็กน้อย เนื่องจากผลกระทบจากปัญหาอุทกภัย สำหรับงวด **36** เดือนแรกของปี 2555 บริษัทฯ มีรายได้จากการบริการจำนวน **0-80914.08** ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวดเดียวกันของปี 2554 ถึงร้อยละ **84-8544.11** เนื่องจากบริษัทฯ ได้งานรับจ้างซูปชิ้นส่วนยานยนต์เพิ่มขึ้น

ในปี 2552-2554 และ**ไตรมาส 4 งวด 6 เดือนแรกของปี** 2555 รายได้อื่นของบริษัทฯ เป็นจำนวน 39.60 ล้านบาท จำนวน 43.70 ล้านบาท จำนวน 73.93 ล้านบาท และจำนวน **46-4234.12** ล้านบาท ตามลำดับ โดยรายได้อื่นของบริษัทฯ ประกอบด้วย เงินชดเชยการส่งออก กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน ดอกเบี้ยรับ กำไรจากการขายแม่พิมพ์ และรายได้จากการขายเศษซากวัตถุดิบ เป็นต้น

ในปี 2552-2554 และงวด **36** เดือนแรกของปี 2555 บริษัทฯ มีต้นทุนขายจำนวน 770.11 ล้านบาท จำนวน 996.65 ล้านบาท จำนวน 1,026.63 ล้านบาท และจำนวน **270-97545.72** ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 84.90 ร้อยละ 87.78 ร้อยละ 84.90 และร้อยละ **82-2279.41** ของรายได้จากการขายตามลำดับ หรือคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นเท่ากับร้อยละ 15.10 ร้อยละ 12.22 ร้อยละ 15.10 และร้อยละ **48-0420.59** ตามลำดับ อัตรากำไรขั้นต้นในปี 2553 ค่อนข้างต่ำสาเหตุส่วนหนึ่งเกิดจากราคาเม็ดพลาสติกปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น รวมทั้งจากการปรับเปลี่ยนสายการผลิตซูปโครเมียมเป็นระบบอัตโนมัติ ส่งผลทำให้ต้นทุนในการผลิตสูงขึ้น ในปี 2554 ถึงแม้ว่าราคาเม็ดพลาสติกยังคงอยู่ในระดับสูง แต่บริษัทฯ มีการสั่งซื้อล่วงหน้า ทำให้ลดผลกระทบได้ส่วนหนึ่ง ประกอบกับบริษัทฯ สามารถขายกันชนและแผงใต้กันชน ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูงกว่าผลิตภัณฑ์อื่นๆ รวมทั้งบริษัทฯ ได้ปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิตสินค้า OEM ส่งผลทำให้อัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มมากขึ้น ซึ่งส่งผลถึงไตรมาส **42** ปี 2555

ในปี 2552-2554 และงวด **36** เดือนแรกของปี 2555 บริษัทฯ มีต้นทุนบริการจำนวน 9.53 ล้านบาท จำนวน 12.60 ล้านบาท จำนวน 13.26 ล้านบาท และจำนวน **4-246.98** ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 112.51 ร้อยละ 68.85 ร้อยละ 77.27 และร้อยละ **52-0449.61** ของรายได้จากการบริการ ตามลำดับ หรือคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นเท่ากับร้อยละ (12.51) ร้อยละ 31.15 ร้อยละ 22.73 และร้อยละ **47-9650.39** ตามลำดับ ในปี 2552 อัตรากำไรขั้นต้นติดลบ เนื่องจากอยู่ในระหว่าง

การเปลี่ยนสายการผลิตซูปโครเมียม ทำให้ต้นทุนการผลิตซูปโครเมียมเพิ่มขึ้น หลังจากนั้น อัตราค่าไรรันต้นทุนปรับตัวเพิ่มขึ้นจากการที่บริษัทฯ เลือกเฉพาะงานรับจ้างที่มีอัตราค่าไรรันต้นทุนสูง

บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารจำนวน 78.49 ล้านบาท ในปี 2552 จำนวน 104.78 ล้านบาท ในปี 2553 จำนวน 113.40 ล้านบาท ในปี 2554 และจำนวน ~~34-8573.50~~ ล้านบาท ในงวด 36 เดือนแรกของปี 2555 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.22 ร้อยละ 8.75 ร้อยละ 8.72 และร้อยละ ~~8-999.99~~ ของรายได้รวม ตามลำดับ สาเหตุที่สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้รวมในปี 2553 เพิ่มขึ้นจากปี 2552 เนื่องจากบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการส่งออกเพิ่มมากขึ้น **ในช่วงปี 2554 และไตรมาส 4 ปี 2555 ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารรายการอื่นๆ มีอัตราส่วนต่อรายได้รวมค่อนข้างคงที่ ในขณะที่สัดส่วน 6 เดือนแรกของ ปี 2555 เพิ่มขึ้นจากปี 2554 สาเหตุหลักเกิดจากการขึ้นค่าระวางเรือ และการเพิ่มขึ้นของค่า Congestion Surcharge ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายพิเศษ เนื่องจากความแออัดในท่าเรือ**

จากผลการดำเนินงานที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้บริษัทฯ มีกำไรสุทธิจำนวน 35.11 ล้านบาท ในปี 2552 จำนวน 26.61 ล้านบาท ในปี 2553 จำนวน 63.43 ล้านบาท ในปี 2554 และจำนวน ~~33-4462.93~~ ล้านบาท ในงวด 36 เดือนแรกของปี 2555 คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 3.68 ร้อยละ 2.22 ร้อยละ 4.88 และร้อยละ ~~9-358.56~~ ตามลำดับ

ฐานะการเงิน

อธิบายเพิ่มเติมส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ สิ้นปี 2552-2554 และสิ้นไตรมาสแรกไตรมาส 2 ของปี 2555 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมจำนวน 1,041.26 ล้านบาท จำนวน 1,139.27 ล้านบาท จำนวน 1,221.26 ล้านบาท และจำนวน ~~4,272-891,404.47-~~ ล้านบาท ซึ่งสินทรัพย์ที่สำคัญของ บริษัทฯ ได้แก่ ที่ดินอาคารและอุปกรณ์ สินค้าคงเหลือ และลูกหนี้การค้า โดยในปี 2554 สัดส่วนของรายการสินทรัพย์ที่สำคัญดังกล่าวต่อสินทรัพย์รวมคิดเป็นร้อยละ 46.55 ร้อยละ 25.51 และร้อยละ 20.07 ตามลำดับ และสำหรับไตรมาสแรกของงวด 6 เดือนแรกของปี 2555 สัดส่วนของรายการสินทรัพย์ที่สำคัญดังกล่าวต่อสินทรัพย์รวมคิดเป็นร้อยละ ~~44-2741.71~~ ร้อยละ ~~24-0223.20~~ และร้อยละ ~~24-9425.96~~ ตามลำดับ ในขณะที่หนี้สินรวมของบริษัทฯ มีจำนวน 801.51 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2552 จำนวน 872.91 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2553 จำนวน 914.65 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2554 และจำนวน ~~933-471,079.02~~ ล้านบาท ณ สิ้นไตรมาสที่สองแรกของปี 2555 โดยหนี้สินส่วนใหญ่เป็นหนี้สินหมุนเวียนที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งหากคิดเป็นสัดส่วนต่อหนี้สินรวมจะเท่ากับร้อยละ 79.02 ณ สิ้นปี 2552 ร้อยละ 85.13 ณ สิ้นปี 2553 ร้อยละ 91.93 ณ สิ้นปี 2554 และร้อยละ ~~93-0891.59~~ ณ สิ้นไตรมาส 2แรกของปี 2555

บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นจำนวน 239.75 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2552 เพิ่มขึ้นจำนวน 266.36 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2553 จากกำไรสะสมที่เพิ่มขึ้น และเป็นจำนวน 306.61 ล้านบาท ในปี 2554 ซึ่งเป็นผลจากการเพิ่มทุนจำนวน 32 ล้านบาทให้กับผู้ถือหุ้นเดิม ผลสะสมจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายการบัญชีเกี่ยวกับผลประโยชน์ของพนักงานจำนวน 3.19 และการจ่ายเงินปันผลจำนวน 52 ล้านบาทในขณะที่บริษัทฯ มีกำไรสะสมที่เพิ่มขึ้นจากกำไรปี 2554 จำนวน 63.43 ล้านบาท ณ สิ้นไตรมาส 4 ของปี 2555 บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นจำนวน ~~339-72325.45~~ ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากสิ้นปี 2554 จำนวน ~~33-4418.84~~ ล้านบาท

ปัจจัยความเสี่ยง

อธิบายเพิ่มเติมผลกระทบของราคาเม็ดพลาสติก

1. ความเสี่ยงด้านราคาและการจัดหาวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักที่สำคัญที่ใช้ในการผลิตของบริษัทฯ คือ เม็ดพลาสติก ABS (Acrylonitrile Butadiene Styrene) และเม็ด PP (Polypropylene) โดยสัดส่วนมูลค่าซื้อเม็ดพลาสติกของบริษัทฯ ต่อมูลค่าการซื้อวัตถุดิบทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 54.54 และร้อยละ ~~55-5757.90~~ ในปี 2554 และไตรมาส 4 6 เดือนแรกของปี 2555 ซึ่งราคาของวัตถุดิบดังกล่าวโดยส่วนใหญ่จะแปรผันตามราคาน้ำมันในตลาดโลกรวมทั้งขึ้นอยู่กับอุปสงค์และอุปทานของวัตถุดิบนั้นๆ ในตลาดโลกในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งอยู่นอกเหนือการควบคุมของบริษัทฯ โดยราคาเฉลี่ยเม็ดพลาสติก ABS เพิ่มขึ้นจาก 41.04 บาทต่อกิโลกรัมในปี 2552 เป็น 57.96 บาทต่อกิโลกรัมในปี 2553 เป็น 64.29 บาทต่อกิโลกรัม ในปี 2554 และเป็น 61.14 บาทต่อกิโลกรัมในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2555 หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 41.23 ร้อยละ 10.93 และร้อยละ (4.98) และราคาเฉลี่ยเม็ดพลาสติก PP เพิ่มขึ้นจาก 26.69 บาทต่อกิโลกรัมในปี 2552 เป็น 35.34 บาทต่อกิโลกรัมในปี 2553 เป็น 42.14 บาทต่อกิโลกรัม ในปี 2554 และเป็น 39.96 บาทต่อกิโลกรัมในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2555 หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 32.39 ร้อยละ 19.25 และร้อยละ (5.35) ตามลำดับ (ข้อมูลจาก Bloomberg)

แม้ว่าการเปลี่ยนแปลงของราคาวัตถุดิบหลักดังกล่าวจะอยู่นอกเหนือการควบคุมของบริษัทฯ ก็ตาม แต่บริษัทฯ ได้จัดทำมีการติดตามการเปลี่ยนแปลงของราคาวัตถุดิบในตลาดโลกอย่างใกล้ชิดโดยจัดให้มีทีมงานเฉพาะคอยติดตามราคาวัตถุดิบการวิเคราะห์แนวโน้มของราคาวัตถุดิบในแต่ละช่วงเวลา รวมถึงการประเมินความต้องการใช้วัตถุดิบของบริษัทฯ ในแต่ละช่วงเวลา ทำให้บริษัทฯ สามารถบริหารการจัดซื้อวัตถุดิบให้มีประสิทธิภาพ ส่งผลทำให้บริษัทฯ ได้รับผลกระทบดังกล่าว **ไม่มากนักค่อนข้างน้อย** จะเห็นได้จากอัตรากำไรขั้นต้นของผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ผลิตเอง ในปี 2552-2554 และงวด 6 เดือนแรกของปี 2555 เท่ากับ ร้อยละ 10.28 ร้อยละ 6.85 ร้อยละ 11.80 และร้อยละ 20.63 ตามลำดับ ซึ่งอัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทฯ มีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ยกเว้นในปี 2553 ซึ่งสาเหตุหลักเกิดจากการปรับสายการผลิตซูบโครเมียมให้เป็นระบบอัตโนมัติและเนื่องจากบริษัทฯ มีนโยบายในการไม่พึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายรายใดรายหนึ่ง ทำให้ที่ผ่านมา บริษัทฯ ไม่ได้รับผลกระทบจากการจัดหาวัตถุดิบ

2. ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัทฯ มีรายได้ส่วนใหญ่มาจากการส่งออกเป็นเงินตราต่างประเทศ โดยเป็นเงินสกุลเหรียญสหรัฐทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 88.16 และร้อยละ ~~87.99~~**86.58** ของยอดขายรวมในปี 2554 และ ~~ไตรมาส 4~~**งวด 6 เดือนแรก**ของปี 2555 ในขณะที่เดียวกันบริษัทฯ ก็มีการสั่งซื้อเครื่องจักร วัตถุดิบ รวมทั้งสินค้าที่ซื้อมาเพื่อจำหน่ายต่อบางส่วนจากต่างประเทศ ซึ่งโดยส่วนใหญ่เป็นเงินสกุลเหรียญสหรัฐ ส่งผลทำให้บริษัทฯ สามารถลดความเสี่ยงที่จะเกิดจากอัตราแลกเปลี่ยน โดยถือเป็นการป้องกันความเสี่ยงตามธรรมชาติ (Natural Hedge) ได้ส่วนหนึ่ง อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการป้องกันความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทฯ จึงมีการติดตามข่าวสารและความเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศอย่างใกล้ชิด โดยบริษัทฯ จะพิจารณาป้องกันความเสี่ยงด้วยการซื้ออัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้าตามสถานการณ์และความจำเป็น โดยมีนโยบายการซื้ออัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้าให้ครอบคลุมยอดลูกหนี้การค้าต่างประเทศประมาณ 6 เดือน เพื่อป้องกันความผันผวน โดย ณ วันที่ **31 มีนาคม 30 มิถุนายน** 2555 บริษัทฯ มีวงเงินสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าจากธนาคารต่างๆ รวมประมาณ 830 ล้านบาท จากวงเงินดังกล่าว ทำให้บริษัทฯ สามารถบริหารจัดการความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนได้เป็นอย่างดี ทำให้บริษัทฯ มีกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนเท่ากับ 3.12 ล้านบาทในปี 2553 เท่ากับ 14.73 ล้านบาท ในปี 2554 และ ~~3.44~~**7.41** ล้านบาทในงวด **36** เดือนแรกปี 2555 ในขณะที่มีผลขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนจำนวน 1.23 ล้านบาท ในปี 2552

3. ความเสี่ยงจากการไม่มีสัญญาระยะยาว

ในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ โดยส่วนใหญ่ซึ่งเป็นหลักปฏิบัติทั่วไปในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์พลาสติกจะไม่มีการทำสัญญาระยะยาวในการซื้อขายกับลูกค้า สำหรับลูกค้าซึ่งเป็นผู้ผลิตและประกอบชิ้นส่วนซึ่งเป็นเจ้าของตราสินค้า (Original Equipment Manufacturing : OEM) จะมีสัญญาจ้างผลิตแม่พิมพ์ และกำหนดจำนวนสั่งผลิตชิ้นต่ำ สำหรับลูกค้าชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ทดแทน (Replacement Equipment Manufacturing : REM) จะไม่มีการทำสัญญา โดยจะมีเพียงใบสั่งซื้อเท่านั้น ในกรณีที่เป็อะไหล่ชิ้นส่วนรถยนต์ที่ไม่มีการผลิตและจำหน่ายในประเทศไทย จะต้องไปสั่งซื้อที่มีประมาณการยอดซื้อทั้งปีของลูกค้ารายดังกล่าว อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐานของบริษัทฯ โดยเฉพาะสินค้าชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ทดแทน การส่งมอบสินค้าได้ตรงต่อเวลา จึงส่งผลให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นต่อบริษัทฯ ทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่ซื้อสินค้าบริษัทฯ มาโดยตลอด แม้จะไม่มีสัญญาระยะยาว โดยลูกค้าประมาณร้อยละ 70 ของลูกค้าทั้งหมด เป็นลูกค้าบริษัทฯ มากกว่า 10 ปี

4. ความเสี่ยงจากการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

การเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asean Economic Community : AEC) ในปี 2558 ถือเป็นความท้าทายอย่างมากต่ออุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย โดยแต่ละประเทศมีการแข่งขันมากขึ้น มีกลยุทธ์เพื่อดึงดูดการลงทุนเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะประเทศอินโดนีเซียและมาเลเซีย ที่พยายามจะเป็นศูนย์กลางการผลิตรถยนต์ เช่น อินโดนีเซีย วางแผนที่จะเปิดนโยบายรถยนต์คล้ายๆ กับรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล (อีโคคาร์) ของประเทศไทย เพื่อดึงดูดการลงทุน ขณะที่เวียดนามมีค่าจ้างถูก จำนวนแรงงานมาก สำหรับจีนและอินเดีย มีศักยภาพมากในด้านการผลิตสินค้าชิ้นส่วนต้นๆ ดังนั้น

เมื่อเปิดเสรี การแข่งขันด้านราคาจะมีความรุนแรงมากขึ้นเพราะผู้ผลิตรถยนต์จะพยายามหาชิ้นส่วนที่ต้นทุนต่ำที่สุด อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังคงมีจุดแข็งในด้านการผลิตเครื่องยนต์ดีเซล เป็นฐานการผลิตกระบะ 1 ตัน รวมถึงอีโคคาร์

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้เตรียมความพร้อมในการเปิดเสรีดังกล่าว ในส่วนของตลาด OEM ด้วยสายการผลิตที่ครบวงจร ทั้งฉีดขึ้นรูป ชุบ และพ่นสี รวมทั้งมีเครื่องจักร CNC สำหรับผลิตแม่พิมพ์เอง รวมทั้งการได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิตทั้งการผลิตทั่วไปและมาตรฐานสำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์โดยเฉพาะ ทำให้บริษัทฯ มีความมั่นใจว่าจะยังได้รับการไว้วางใจจากลูกค้าที่เป็นผู้ผลิตซึ่งเป็นค่ายรถยนต์ หรือเจ้าของตราสินค้าอย่างต่อเนื่อง สำหรับตลาด REM จากการที่บริษัทฯ อยู่ในอุตสาหกรรมนี้มานาน มีแม่พิมพ์จำนวนมาก โดยเฉพาะแม่พิมพ์กระบะ ค่ายรถญี่ปุ่น เนื่องจากประเทศไทยเป็นฐานการผลิตกระบะดังกล่าว รวมทั้งมีความเข้าใจในลักษณะของลูกค้าในแต่ละภูมิภาค และมีความสัมพันธ์อันดี บริษัทฯ จึงยังคงมีข้อได้เปรียบค่อนข้างมาก

5. ความเสี่ยงจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์

อุตสาหกรรมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์สำหรับ OEM มีผู้ประกอบการเป็นจำนวนมาก ในประเทศไทยมีอยู่ประมาณ 1,800 ราย เนื่องจากอุตสาหกรรมยานยนต์มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากการย้ายฐานการผลิตกระบะ 1 ตัน มายังประเทศไทยตั้งแต่ปี 2539 โดยยอดการผลิตรถยนต์ในประเทศเพิ่มขึ้นจาก 0.60 ล้านคันในปีดังกล่าว เป็น 1.46 ล้านคันในปี 2554 และมีเป้าหมายการเติบโตสูงถึง 2.00 ล้านคันในปี 2555 และการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี 2558 จะทำให้การเคลื่อนย้ายชิ้นส่วนยานยนต์และแรงงานเป็นไปอย่างเสรีในภูมิภาคอาเซียน ภาวะการแข่งขันจะมีความรุนแรงมากขึ้น ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์รายใดที่ไม่สามารถปรับตัวกับการแข่งขันที่รุนแรงนี้ได้ อาจได้ผลกระทบอย่างมาก อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้เตรียมความพร้อมในการเปิดเสรีดังกล่าว ด้วยสายการผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกที่ครบวงจร รวมทั้งมีเครื่องจักร CNC สำหรับผลิตแม่พิมพ์เอง และการได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิต ตามที่กล่าวข้างต้น ทำให้บริษัทฯ มีความมั่นใจว่าสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้

สำหรับอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ทดแทน (REM) การแข่งขันอยู่ในวงจำกัด ผู้ประกอบการแต่ละรายจะมีตลาดหรือกลุ่มลูกค้าเฉพาะ (Niche Market) ผู้ประกอบการยุโรปจะผลิตชิ้นส่วนอะไหล่สำหรับค่ายยุโรป ผู้ประกอบการในสหรัฐอเมริกาจะผลิตชิ้นส่วนรถยนต์สำหรับรถค่ายสหรัฐอเมริกา เช่น เจนเนอรัล มอเตอร์ส, ฟอร์ด, ไครสเลอร์ สำหรับผู้ผลิตชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ทดแทน โดยเฉพาะกลุ่มตัวถังที่ทำด้วยพลาสติก (Plastic Body Parts) สำหรับค่ายญี่ปุ่น โดยเฉพาะชิ้นส่วนกระบะ 1 ตัน มีประมาณ 10 ราย ซึ่งเป็นคู่แข่งหลักของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากบริษัทฯ อยู่ในอุตสาหกรรมนี้มากกว่า 20 ปี ทำให้มีแม่พิมพ์มากกว่า 1,400 แบบ โดยส่วนใหญ่จะเป็นแม่พิมพ์อะไหล่กระบะ 1 ตันของค่ายญี่ปุ่น ซึ่งบริษัทฯ ได้เปรียบเนื่องจากประเทศไทยเป็นฐานการผลิตกระบะ 1 ตัน นอกจากนี้ ด้วยคุณภาพการผลิตที่ใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์สำหรับตลาด OEM ส่งผลทำให้บริษัทฯ มีข้อได้เปรียบในการแข่งขันในอุตสาหกรรมดังกล่าว

6. ความเสี่ยงจากการที่มีลูกค้าอยู่ใน Sanctioned Countries List

เนื่องจากบริษัทฯ มีการส่งสินค้าไปจำหน่ายในประเทศที่อยู่ใน Sanctioned Countries List ซึ่งเป็นประเทศที่มีความเสี่ยงในด้านการปกครอง (Sovereignty concern) ที่กำหนดโดย U.S. Department of the Treasury เช่น ประเทศอิหร่าน ประเทศอิรัก ประเทศลิเบีย ประเทศซูดาน ประเทศซีเรีย ประเทศอัฟกานิสถาน ประเทศพม่า เป็นต้น บริษัทฯ จึงอาจมีความเสี่ยงในการที่จะไม่ได้รับเงินจากการขายสินค้าให้กับลูกค้าในประเทศดังกล่าว

อย่างไรก็ตาม ลูกค้าของบริษัทฯ ส่วนใหญ่ที่อยู่ในกลุ่มประเทศดังกล่าว ไม่มีปัญหาในการชำระเงินค่าสินค้า แต่จะมีข้อจำกัดในการส่งเงินออกนอกประเทศ **โดยลูกค้ากลุ่มประเทศเหล่านี้ จะต้องทำการชำระเงินผ่านตัวแทนของธนาคารต่างประเทศหลายทอด** ทำให้ระยะเวลาในการชำระเงินจะใช้นานกว่าลูกค้ารายอื่น โดยรายได้จากการขายของลูกค้าในกลุ่มประเทศดังกล่าว คิดเป็นร้อยละ 6.34 และร้อยละ **44.93-9.14** ของรายได้จากการขายในปี 2554 และ **ไตรมาส 4 งวด 6 เดือนแรกของปี 2555** สาเหตุสำคัญที่ทำให้รายได้ของลูกค้ากลุ่มดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น เนื่องจาก สถานการณ์ทางการเมืองในประเทศลิเบียเริ่มคลี่คลายจากภาวะสงครามกลางเมืองตลอดปี 2554 ส่งผลทำให้ยอดขายจากประเทศดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ระวังในการจำหน่ายสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้าในประเทศดังกล่าว โดยจะจำหน่ายเฉพาะลูกค้าเดิมที่มีความมั่นคง มีประวัติการชำระเงินที่ดี สำหรับลูกค้าใหม่จะต้องโอนเงินให้ก่อนที่บริษัทฯ จะส่งสินค้าให้ (T/T before Shipment)

7. ความเสี่ยงจากปัญหาอุทกภัย

เนื่องจากที่ตั้งโรงงานของบริษัทฯ อยู่ในจังหวัดปทุมธานี ซึ่งเป็นพื้นที่เสี่ยงที่จะเกิดอุทกภัย โดยในปี 2554 ที่ผ่านมา บริเวณรอบโรงงานเกิดปัญหาน้ำท่วม แต่จากการป้องกันที่มีประสิทธิภาพของบริษัทฯ ส่งผลทำให้โรงงานและสำนักงานของบริษัทฯ ไม่ประสบปัญหาดังกล่าว บริษัทฯ ยังสามารถผลิตสินค้า และจัดส่งให้กับลูกค้าได้ตามกำหนดการ เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทฯ เป็นลูกค้าต่างประเทศ บริษัทฯ จึงสามารถจัดสินค้าขึ้นตู้คอนเทนเนอร์ ส่งไปท่าเรือโดยตรง ทำให้ไม่ประสบปัญหาเรื่องการกระจายสินค้า ผลประกอบการไตรมาส 4 ปี 2554 จึงไม่กระทบมากนัก อย่างไรก็ตาม ปัจจุบัน บริษัทฯ มีการเตรียมการป้องกันปัญหาอุทกภัยดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการสร้างรั้วป้องกัน รวมทั้งจัดให้มีอุปกรณ์ในการระบายน้ำอย่างเพียงพอ ในขณะเดียวกัน บริษัทฯ ได้ทำประกันเพื่อคุ้มครองความเสี่ยงทุกชนิด ซึ่งรวมถึงอุทกภัย เพื่อลดผลกระทบที่อาจเกิดจากปัญหาอุทกภัยในอนาคต ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2555 บริษัทฯ มีวงเงินประกันเท่ากับ 600 ล้านบาท คุ้มครองอุทกภัยจำนวน 1 ล้านบาท ซึ่งบริษัทฯ อยู่ระหว่างการดำเนินการทำประกันคุ้มครองอุทกภัยเพิ่มเติม

อธิบายเพิ่มเติมวงเงินประกัน

8. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารหลักในการประกอบธุรกิจ

จากการที่ผู้บริหารคือนายสมพล ธนาดำรงศักดิ์ เป็นผู้มีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ ตลอดจนมีความสัมพันธ์ที่ดีทั้งกับลูกค้าและ Supplier ทั้งในและต่างประเทศมาอย่างยาวนาน บริษัทฯ จึงอาจมีความเสี่ยงจากการที่พึ่งพิงผู้บริหารหลักในการบริหารงาน ซึ่งหากมีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารหลักดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อการบริหารงานของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากครอบครัวธนาดำรงศักดิ์ จะยังคงสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 78.64 ของทุนจดทะเบียนและชำระแล้วของบริษัทฯ หลังการเสนอขายหุ้น ซึ่งนับว่าเป็นสัดส่วนที่สูงและเป็นแรงจูงใจให้ผู้บริหาร บริหารงานให้บริษัทฯ ให้เติบโตต่อไป นอกจากนี้ บริษัทฯ มีนโยบายผลักดันให้มีการบริหารงานเป็นที่मानเพิ่มมากขึ้น มีการว่าจ้างบุคลากรมืออาชีพจากภายนอกเข้ามาช่วยบริหาร โดยคำนึงถึงการพัฒนาประสิทธิภาพและศักยภาพของบริษัทฯ เป็นสำคัญ นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่ไว้อย่างชัดเจนในอำนาจการดำเนินงานของบริษัทฯ (Authority Table)

9. ความเสี่ยงจากการมีกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ถือหุ้นรวมกันเกินกว่าร้อยละ 75

ณ วันที่ ~~31 มีนาคม~~ 30 มิถุนายน 2555 ครอบครัวธนาดำรงศักดิ์ ถือหุ้นในบริษัทฯ รวมกันจำนวน 232,000,000 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 100.00 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทฯ และภายหลังจากการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อประชาชนในครั้งนี กลุ่มดังกล่าวจะถือหุ้นรวมกันร้อยละ 78.64 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทฯ ซึ่งจะทำให้ผู้ถือหุ้นกลุ่มดังกล่าวมีอำนาจในการควบคุมบริษัทฯ และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของบริษัทฯ ได้เกือบทุกเรื่องไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบเข้ามาเพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบ พิจารณา และกลั่นกรองเพื่อมิให้เกิดรายการที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในอนาคต และเพื่อให้เกิดความโปร่งใสในการดำเนินงานของบริษัทฯ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังจัดให้มีการแบ่งแยกสายการบังคับบัญชาที่ชัดเจน มีการกระจายอำนาจในการบริหารงานและตัดสินใจตามฝ่ายและแผนกต่างๆ ตามความเหมาะสม ในขณะเดียวกัน บริษัทฯ ยังมีฝ่ายตรวจสอบภายใน โดยการว่าจ้างบริษัท พีแอนด์แอล อินเทอร์เน็ต ออดิท จำกัด ทำหน้าที่ตรวจสอบภายในที่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเป็นอิสระ และขึ้นตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ โครงสร้างดังกล่าวจะทำให้เกิดกลไกการตรวจสอบและถ่วงดุล และช่วยให้การกำกับดูแลการบริหารงานเป็นไปอย่างเหมาะสมและเกิดประสิทธิภาพ

10. ความเสี่ยงเกี่ยวกับตลาดรองสำหรับการซื้อขายหุ้นสามัญของบริษัทฯ

เนื่องจากการเสนอขายหุ้นสามัญของบริษัทฯ ต่อประชาชนในครั้งนี เป็นการเสนอขายก่อนที่จะได้รับทราบผลการพิจารณาของตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ในการรับหุ้นสามัญของบริษัทฯ เป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ดังนั้น ผู้ลงทุนจึงอาจมีความเสี่ยงเกี่ยวกับสภาพคล่องในการซื้อขายหุ้นของบริษัทฯ ในตลาดรอง และอาจไม่ได้รับผลตอบแทนจากการขายหุ้นได้ตามราคาที่คาดการณ์ไว้ หากหลักทรัพย์ของบริษัทฯ ไม่สามารถเข้าจดทะเบียนได้

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ยื่นคำขออนุญาตนำหลักทรัพย์เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ แล้วเมื่อวันที่

1 มิถุนายน 2555 และบริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน) ในฐานะที่ปรึกษาทางการเงินได้พิจารณา

คุณสมบัติของบริษัทฯ ในเบื้องต้นแล้วและมีความเห็นว่าบริษัทฯ มีคุณสมบัติครบถ้วนตามข้อบังคับของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยว่าด้วย การรับหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ยกเว้นคุณสมบัติเรื่องการกระจายการถือหุ้นรายย่อย ซึ่งบริษัทฯ ต้องมีจำนวนผู้ถือหุ้นสามัญรายย่อยไม่น้อยกว่า 300 ราย และต้องถือหุ้นรวมกันไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ของทุนชำระแล้ว โดยที่ปรึกษาทางการเงินคาดว่าภายหลังการเสนอขายหุ้นในครั้งนี้แล้วเสร็จ บริษัทฯ จะมีคุณสมบัติเกี่ยวกับการกระจายการถือหุ้นรายย่อยครบถ้วนตามเกณฑ์ที่กำหนด

สรุปข้อมูลหลักทรัพย์ที่เสนอขาย

บริษัทฯ มีทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 295,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 295,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท และมีหุ้นที่ออกและเรียกชำระแล้วจำนวน 232,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 232,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท

โดยที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2554 เมื่อวันที่ 20 ธันวาคม 2554 ได้มีมติให้บริษัทฯ เสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อประชาชนทั่วไปจำนวน 63,000,000 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 21.36 ของทุนชำระแล้วภายหลังการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนในครั้งนี้ โดยแบ่งเป็นการเสนอขายให้แก่ประชาชนจำนวน 60,000,000 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 20.34 ของทุนชำระแล้วภายหลังการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนในครั้งนี้ และเสนอขายให้แก่กรรมการและพนักงานของบริษัทฯ จำนวน 3,000,000 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 1.02 ของทุนชำระแล้วภายหลังการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนในครั้งนี้ โดยบริษัทฯ มีวัตถุประสงค์ในการนำเงินที่ได้จากการระดมทุนไปใช้ ลงทุนขยายโรงงานและคลังสินค้า ซื้อเครื่องจักรเพิ่มเติม คืนเงินกู้สถาบันการเงิน และใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน ทั้งนี้ บริษัทฯ มีความประสงค์ที่จะนำหุ้นสามัญของบริษัทฯ เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ หลังจากที่ได้รับอนุญาตให้เสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อประชาชนทั่วไปจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

(ผู้ลงทุนควรอ่านละเอียดข้อมูลในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 ก่อนตัดสินใจจองซื้อหลักทรัพย์)