

3. การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

3.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทประกอบธุรกิจผลิตชิ้นส่วนอลูมิเนียมและสังกะสีในรูปแบบที่ลูกค้ากำหนดตามคำสั่งซื้อของลูกค้า โดยกระบวนการขึ้นรูปด้วยแม่พิมพ์ฉีดหล่อความดันสูง (High-Pressure Diecasting หรือ “HPDC”) โดยบริษัทมีการให้บริการออกแบบและว่าจ้างบริษัทผู้ผลิตแม่พิมพ์เพื่อทำการผลิตแม่พิมพ์ให้กับลูกค้าเพื่อให้สามารถผลิตชิ้นงานตามที่ลูกค้ากำหนด ซึ่งกรรมสิทธิ์ในแม่พิมพ์จะเป็นไปตามที่ระบุในข้อตกลงระหว่างบริษัทกับลูกค้าแต่ละราย ซึ่งแบ่งออกตามลักษณะของข้อตกลงได้ ดังนี้

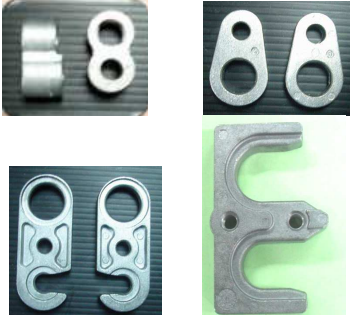
- 1) ออกแบบและจำหน่ายแม่พิมพ์ บริษัทจะจำหน่ายแม่พิมพ์ที่ผลิตแล้วให้กับลูกค้า โดยกรรมสิทธิ์ในแม่พิมพ์จะเป็นของลูกค้า ซึ่งลูกค้าจะว่าจ้างบริษัทให้ดำเนินการผลิตชิ้นงานจากแม่พิมพ์ดังกล่าว
- 2) ออกแบบแม่พิมพ์และผลิตชิ้นงาน ลูกค้าจะว่าจ้างบริษัทในการออกแบบแม่พิมพ์พร้อมกับผลิตชิ้นงานจากแม่พิมพ์ดังกล่าว โดยกรรมสิทธิ์ในแม่พิมพ์ยังคงเป็นของบริษัท โดยบริษัทจะมีการคิดกำไรส่วนเพิ่มเพื่อชดเชยค่าใช้จ่ายในการออกแบบและจัดทำแม่พิมพ์ดังกล่าว

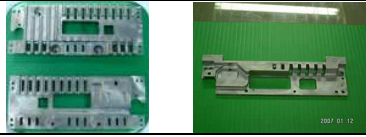
ทั้งนี้ รายได้ของบริษัทส่วนใหญ่มาจากรายได้จากการขายชิ้นส่วนอลูมิเนียมและแม่พิมพ์สำหรับชิ้นส่วนอลูมิเนียม โดยมีรายได้จากการขายชิ้นส่วนสังกะสีและแม่พิมพ์สำหรับชิ้นส่วนสังกะสีในปี 2552 ปี 2553 ปี 2554 และปี 2555 เป็นสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 16.01 ร้อยละ 10.02 ร้อยละ 8.83 และร้อยละ 3.09 ของรายได้จากการขายรวมและบริการ ตามลำดับ โดยผลิตภัณฑ์ของบริษัทสามารถแบ่งออกเป็นประเภทตามการใช้งานของผลิตภัณฑ์ ดังนี้

3.1.1 กลุ่มผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนรถยนต์

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนรถยนต์

หมวดสินค้า	ผลิตภัณฑ์	รายละเอียดผลิตภัณฑ์	ภาพตัวอย่างสินค้า
ชุดกำเนิดไฟฟ้า กระแสสลับในรถยนต์ (Alternator)	ฝาครอบหลัง (Rear cover)	ส่วนประกอบด้านหลัง ของอัลเตอร์เนเตอร์	 
	ฝาครอบหน้า (Front cover)	ส่วนประกอบด้านหน้าของอัลเตอร์เนเตอร์	 
สตาร์ทเตอร์ (Starter)	ตัวเรือน (Housing)	ส่วนประกอบตัวเรือนของสตาร์ทเตอร์	 

หมวดสินค้า	ผลิตภัณฑ์	รายละเอียดผลิตภัณฑ์	ภาพตัวอย่างสินค้า
	ฝาครอบหลัง (Rear cover)	ส่วนประกอบด้านหลังของ สตาร์ทเตอร์	
	ตัวเรือนเกียร์ (Gear case)	ส่วนประกอบของชุดเฟืองใน สตาร์ทเตอร์	
ตัวยึดคอมเพรสเซอร์แอร์ ในรถยนต์ (Bracket Compressor)	ฐานจับยึด คอมเพรสเซอร์ (Bracket compressor)	ส่วนประกอบในการยึดจับระหว่าง เครื่องยนต์และคอมเพรสเซอร์	
	ตัวจับยึดด้านล่าง (Lower bracket)	ส่วนประกอบในการยึดจับระหว่าง แผงระบายความร้อนระบบปรับ อากาศกับตัวถังรถยนต์	
	ชิ้นส่วนปรับตั้งสายพาน (Bracket tension)	ส่วนประกอบในการปรับตั้ง สายพานคอมเพรสเซอร์	
ใบพัดเครื่องยนต์ (Fan Clutch)	ฝาครอบ (Cover)	ฝาครอบของส่วนประกอบของชุด ใบพัดระบายความร้อนของ เครื่องยนต์	
	ฝาหลัง (Case)	ฝาหลังของส่วนประกอบของชุด ใบพัดระบายความร้อนของ เครื่องยนต์	
	จานรีดน้ำมันชุดระบาย ความร้อน (Disk)	ชิ้นส่วนสำหรับการทำงานของชุด ใบพัดระบายความร้อนของ เครื่องยนต์อัตโนมัติ	
ตัวยึดท่อแอร์ในรถยนต์ (Hanging Air Pipe)	อุปกรณ์ยึดจับท่อแอร์ รถยนต์ (Flange flex)	ชิ้นส่วนสำหรับยึดจับท่อแอร์ใน รถยนต์ เพื่อช่วยในการยึดจับ	
เข็มขัดนิรภัย (Safety Belt)	ดุมม้วนสาย (Guide drum)	ชิ้นส่วนล๊อคสายพานเข็มขัดนิรภัย ในรถยนต์	

หมวดสินค้า	ผลิตภัณฑ์	รายละเอียดผลิตภัณฑ์	ภาพตัวอย่างสินค้า
วิทยุรถยนต์ (Audio)	แผงระบายความร้อน (Heat sink)	แผงระบายความร้อนของระบบ เครื่องเสียงในรถยนต์	
ชุดระบายความร้อนไฟ หน้า	แผงระบายความร้อนไฟ หน้า (Main heatsink Bi-LED)	แผงระบายความร้อนไฟหน้า LED	
ชุดบังคับแกนใบปัดน้ำฝน	ตัวยึดจับแกนปัดน้ำฝน ด้านซ้าย (Bracket B)	แกนหมุนชุดใบปัดน้ำฝน ด้านซ้าย	
	ตัวยึดจับแกนปัดน้ำฝน ด้านขวา (Bracket C)	แกนหมุนชุดใบปัดน้ำฝน ด้านขวา	
	ตัวยึดจับแกนปัดน้ำฝน ก้านเดี่ยว (Bracket A)	แกนหมุนชุดใบปัดน้ำฝนชนิดก้าน เดี่ยว	



สินค้าในกลุ่มนี้เป็นชิ้นส่วนและแม่พิมพ์สำหรับอุปกรณ์และชิ้นส่วนรถยนต์ซึ่งประกอบด้วย ชิ้นส่วนของชุดกำเนิดไฟฟ้ากระแสสลับ (Alternator) สตาร์ทเตอร์ (Starter) ตัวยึดคอมเพรสเซอร์ (Bracket Compressor) ใบพัดเครื่องยนต์ ตัวแขวนท่อแอร์ในรถยนต์ เข็มขัดนิรภัย และชุดบังคับแกนใบปัดน้ำฝน เป็นต้น โดยมีกลุ่มลูกค้าหลักเป็นกลุ่มบริษัทผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ซึ่งจะนำไปประกอบเป็นชิ้นส่วนและอุปกรณ์เพื่อส่งมอบแก่บริษัทประกอบรถยนต์อีกทอดหนึ่ง ซึ่งรายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์นี้เป็นรายได้หลักของบริษัท โดยมีสัดส่วนรายได้ในปี 2552 ปี 2553 ปี 2554 และปี 2555 มีจำนวน 121.64 ล้านบาท 191.83 ล้านบาท 203.72 ล้านบาท และ 284.61 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 66.59 ร้อยละ 65.86 ร้อยละ 58.34 และร้อยละ 59.98 ของรายได้จากการขายและให้บริการรวมรวมในช่วงเวลาเดียวกัน ตามลำดับ

3.1.2 กลุ่มผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์

หมวดสินค้า	ผลิตภัณฑ์	รายละเอียดผลิตภัณฑ์	ภาพตัวอย่างสินค้า
ชุดผสมเชื้อเพลิงกับอากาศ (Carburetor)	ฝาครอบระบบผสมน้ำมัน (Cover reed valve)	ส่วนประกอบของชุดผสมน้ำมันกับอากาศ	
	ตัวเรือนระบบผสมน้ำมัน (Body reed valve)	ส่วนประกอบของชุดผสมน้ำมันกับอากาศ	
	ฝาครอบ (Top)	ส่วนประกอบของชุดผสมน้ำมันกับอากาศ	 
ระบบคลัตช์ (Manual Clutch System)	ส่วนประกอบชิ้นกลางของแผ่นคลัตช์ (Center clutch)	ส่วนประกอบของแผ่นคลัตช์	 
	ส่วนปิดชุดส่งกำลัง (PR plate)	ส่วนประกอบของฝาปิดแผ่นคลัตช์ด้านบน	 
	ฝาครอบชุดส่งกำลัง (PR outer)	ส่วนประกอบฝาครอบชุดคลัตช์ด้านข้าง	 
	ฝาล็อคส่งกำลัง (PR lifter)	ส่วนประกอบล็อคชุดแผ่นคลัตช์	
ระบบเกียร์อัตโนมัติ	ตัวปรับรอบ (Prim sliding sheave)	ส่วนประกอบของระบบเกียร์อัตโนมัติ CVT ในการปรับรอบสายพาน	
	ตัวขับ (Sheave prim fixed)	ส่วนประกอบของระบบเกียร์อัตโนมัติ CVT ในการขับสายพาน	

หมวดสินค้า	ผลิตภัณฑ์	รายละเอียดผลิตภัณฑ์	ภาพตัวอย่างสินค้า
ฝาครอบชุดส่งกำลัง	ฝาครอบข้อเหวี่ยง (Crank case)	ฝาครอบข้อเหวี่ยง	
ระบบปั้มน้ำระบายความร้อน	ฝาครอบปั้มน้ำ (Cover water pump)	ฝาครอบชุดปั้มน้ำระบายความร้อน	



สินค้าในกลุ่มนี้เป็นชิ้นส่วนและแม่พิมพ์สำหรับอุปกรณ์และชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ซึ่งประกอบด้วย ระบบคลัทช์ (Clutch System) ชุดผสมเชื้อเพลิงกับอากาศ (Carburetor) และสตาร์ทเตอร์ (Starter) เป็นต้น โดยกลุ่มลูกค้าของกลุ่มผลิตภัณฑ์นี้ประกอบด้วยบริษัทผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ และบริษัทประกอบรถจักรยานยนต์ ทั้งนี้ บริษัทมีรายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์นี้ในปี 2552 ปี 2553 ปี 2554 และปี 2555 เท่ากับ 21.78 ล้านบาท 55.57 ล้านบาท 91.77 ล้านบาท และ 102.05 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.75 ร้อยละ 19.08 ร้อยละ 26.24 และ ร้อยละ 21.51 ของรายได้จากการขายและให้บริการรวมในช่วงเวลาเดียวกัน ตามลำดับ

3.1.3 กลุ่มผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า

หมวดสินค้า	ผลิตภัณฑ์	รายละเอียดผลิตภัณฑ์	ภาพตัวอย่างสินค้า
กล้องวงจรปิด (Box CCTV Camera)	ฝาครอบหน้า (Front frame)	ส่วนประกอบของฝาครอบกล่องรับสัญญาณกล้องวงจรปิด	
กล้องวงจรปิดมุกกว้าง (Dome CCTV Camera)	ฝาครอบ (Chassis cover)	ส่วนประกอบของกล้องวงจรปิดมุกกว้าง	
	ฝาปิดโครง (Bracket case)	ส่วนประกอบของกล้องวงจรปิดมุกกว้าง	
	ฝาครอบหลัก (Main Cover)	ส่วนประกอบของ CCTV Dome	
	ฝาครอบหลัง (Rear cover)	ส่วนประกอบของ CCTV Dome	
ระบบสื่อสารภายใน (Intercom System)	หน้าการแผงปุ่มกด (Panel)	ส่วนประกอบของระบบสื่อสารภายใน	
	ขอบหน้ากากแผงปุ่มกด (Panel frame)	ส่วนประกอบของระบบสื่อสารภายใน	

หมวดสินค้า	ผลิตภัณฑ์	รายละเอียดผลิตภัณฑ์	ภาพถ่ายอย่างสินค้า
คอมเพรสเซอร์ เครื่องปรับอากาศ	แผ่นครอบยางกันซึม (Plate lower seal)	ฝาครอบลูกสูบคอมเพรสเซอร์แอร์	
ชุดกล่องควบคุมปั้มน้ำ	กล่องอลูมิเนียม (Aluminum case)	กล่องควบคุมการทำงานของปั้มน้ำ อัตโนมัติ	



สินค้าในกลุ่มนี้เป็นชิ้นส่วนและแม่พิมพ์สำหรับชิ้นส่วนอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ เช่น กล่องวงจรปิด กล้องถ่ายภาพวิดีโอ ชุดฝาครอบคอมเพรสเซอร์เครื่องปรับอากาศ และระบบสื่อสารภายใน (Intercom) เป็นต้น โดยกลุ่มลูกค้าของกลุ่มผลิตภัณฑ์นี้ประกอบด้วยบริษัทผลิตชิ้นส่วนอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ ทั้งนี้บริษัทมีรายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์นี้ ในปี 2552 ปี 2553 ปี 2554 และปี 2555 เท่ากับ 27.16 ล้านบาท 28.36 ล้านบาท 34.20 ล้านบาท และ 43.43 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.65 ร้อยละ 9.74 ร้อยละ 9.78 และร้อยละ 9.15 ของรายได้จากการขายและให้บริการรวมในช่วงเวลาเดียวกัน ตามลำดับ

3.1.4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนเครื่องจักรกลเกษตรและอื่น ๆ

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนเครื่องจักรกลเกษตร

หมวดสินค้า	ผลิตภัณฑ์	รายละเอียดผลิตภัณฑ์	ภาพถ่ายอย่างสินค้า
รถแทรกเตอร์	ฝาครอบแกนขับ (Propeller shaft case)	ส่วนประกอบชุดฝาครอบแกนไฮดรอลิกในรถแทรกเตอร์	
	ตัวยึดพัดลม (Flange fan)	ส่วนประกอบใบยึดชุดใบพัดในรถแทรกเตอร์	
	ตัวยึดกรองน้ำมัน (Bracket Filter)	ส่วนประกอบในระบบกรองน้ำมันรถแทรกเตอร์	
	ตัวยึดฝาครอบ (Support diff)	เป็นส่วนประกอบสำหรับยึดชุดคลัตช์	
	ฐานเกียร์หลัก (Base main shift)	เป็นส่วนประกอบฝาครอบคันเกียร์รถแทรกเตอร์	
	ฝาปิดล้อหลัง (Plug rear wheel)	เป็นส่วนประกอบฝาครอบแกนเพลาล้อหลัง	

หมวดสินค้า	ผลิตภัณฑ์	รายละเอียดผลิตภัณฑ์	ภาพตัวอย่างสินค้า
หัวจ่ายน้ำมันเชื้อเพลิง	ชุดแขวนหัวจ่ายน้ำมัน	เป็นส่วนประกอบของที่แขวนหัวจ่ายน้ำมัน	
	ข้อต่อวาล์วหัวจ่าย	เป็นส่วนประกอบของหัวจ่ายน้ำมัน	
	ข้องอหัวจ่าย	เป็นส่วนประกอบของหัวจ่ายน้ำมัน	



สินค้าในกลุ่มนี้เป็นชิ้นส่วนเครื่องจักรกลเกษตรต่างๆ เช่น ชิ้นส่วนรถแทรกเตอร์ และชิ้นส่วนสำหรับอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น ที่แขวนหัวจ่ายน้ำมันสำหรับสถานีบริการน้ำมัน เป็นต้น โดยกลุ่มลูกค้าของกลุ่มผลิตภัณฑ์นี้ประกอบด้วยบริษัทผลิตเครื่องจักรกลเกษตรและอื่นๆ ทั้งนี้บริษัทมีรายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์นี้ในปี 2552 ปี 2553 ปี 2554 และปี 2555 เท่ากับ 14.86 ล้านบาท 15.51 ล้านบาท 20.11 ล้านบาท และ 29.07 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.02 ร้อยละ 5.33 ร้อยละ 5.75 และร้อยละ 6.13 ของรายได้จากการขายและให้บริการรวมในช่วงเวลาเดียวกัน ตามลำดับ

นอกจากนี้ ในเดือนกุมภาพันธ์ 2555 บริษัทได้มีการทำข้อตกลงให้ความช่วยเหลือด้านเทคนิคให้กับบริษัท Exedy Clutch India Pvt. Ltd. ซึ่งเป็นบริษัทผลิตชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์แห่งหนึ่งในประเทศอินเดีย มูลค่าตามสัญญาทั้งสิ้น 24.60 ล้านบาท โดยบริษัทจะให้ความช่วยเหลือในด้านการเลือก และติดตั้งเครื่องฉีดอลูมิเนียมและสังกะสี รวมถึงให้การฝึกอบรมในด้านกระบวนการผลิตและการควบคุมคุณภาพ โดยมีข้อตกลงว่าบริษัทดังกล่าวจะไม่ทำการแข่งขันในด้านชิ้นส่วนอลูมิเนียมที่ขึ้นรูปด้วยการฉีดสำหรับรถจักรยานยนต์ในประเทศไทยกับบริษัท ซึ่งบริษัทได้ทำข้อตกลงกับห้างหุ้นส่วนจำกัด ไอซีซี คอนซัลท์ ในการสนับสนุนการและให้ความช่วยเหลือแก่บริษัท Exedy Clutch India Pvt. Ltd. ตามข้อตกลงให้บริการทางด้านเทคนิคดังกล่าว (กรุณาดูรายละเอียดในส่วนที่ 2 ข้อ 5 - 5.2 สัญญาที่สำคัญ)

โดยในปี 2555 บริษัทได้ทำการรับรู้รายได้จากการบริการตามข้อตกลงนี้เท่ากับ 15.32 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.23 ของรายได้จากการขายและให้บริการรวมในช่วงเวลาเดียวกัน

3.2 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

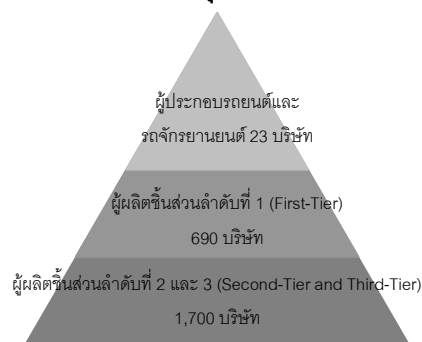
บริษัทดำเนินธุรกิจผลิตชิ้นส่วนอลูมิเนียมฉีดขึ้นรูปและชิ้นส่วนสังกะสีฉีดขึ้นรูปให้แก่ลูกค้าในหลายกลุ่มอุตสาหกรรม ซึ่งมีกลุ่มอุตสาหกรรมหลัก ได้แก่ อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า และอุตสาหกรรมชิ้นส่วนเครื่องจักรทางการเกษตร

3.2.1 อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์

อุตสาหกรรมยานยนต์

อุตสาหกรรมยานยนต์ ซึ่งประกอบด้วยอุตสาหกรรมรถยนต์และรถจักรยานยนต์ ถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งในด้านการผลิต เทคโนโลยี การตลาด และการจ้างงาน โดยจากข้อมูลสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยระบุว่า อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทยมีการจ้างงานมากกว่า 540,000 คน รวมทั้งยังเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมต่อเนื่องอื่นๆ อีกมากมาย อาทิเช่น อุตสาหกรรมเหล็ก ยาง ปิโตรเคมี กระดาษ เป็นต้น นอกจากนี้อุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทยยังถือเป็นศูนย์รวมผู้ผลิตยานยนต์จากทั่วโลก ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ระบุว่าในปี 2554 มูลค่าของอุตสาหกรรมคิดเป็นร้อยละ 12 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) มีมูลค่าส่งออกมากกว่า 527,064 ล้านบาท ซึ่งเป็นอันดับ 3 ของประเทศ

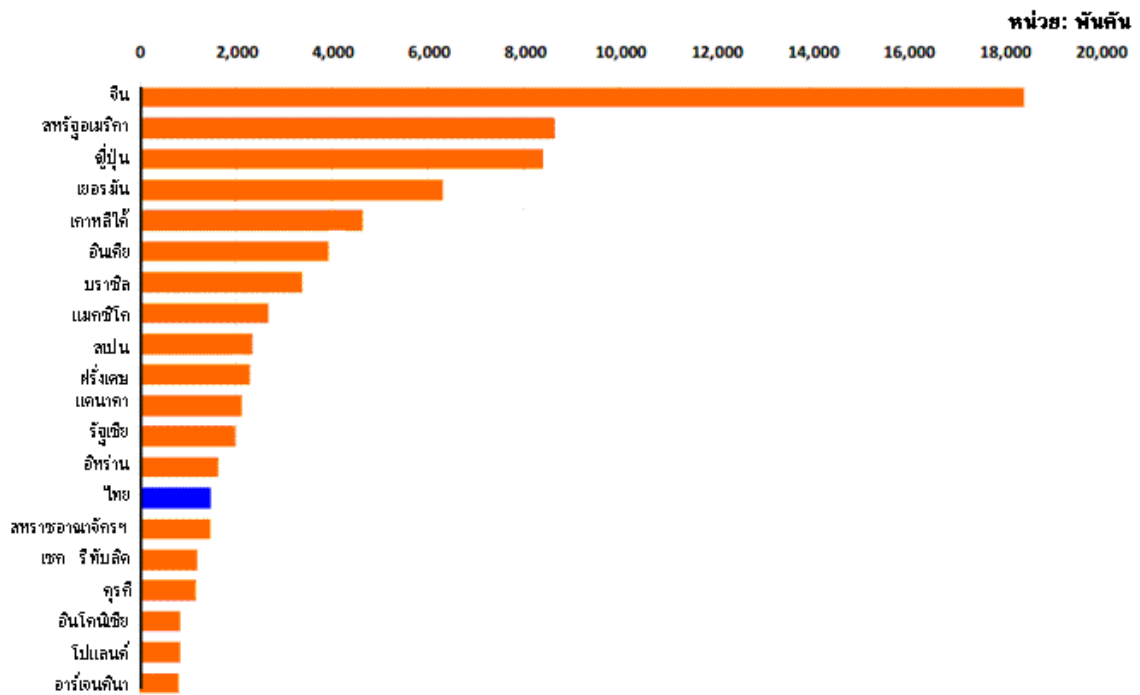
โครงสร้างภาพรวมอุตสาหกรรมยานยนต์



ที่มา: Economist Intelligent Unit, UK (TAI 2010), BOI

โครงสร้างภาพรวมของอุตสาหกรรมยานยนต์ แบ่งออกเป็นผู้ประกอบรถยนต์และผู้ผลิตชิ้นส่วน โดยผู้ประกอบยานยนต์จะทำการว่าจ้างผู้ประกอบชิ้นส่วนลำดับที่ 1 ในการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์และรถจักรยานยนต์ที่ใช้ในการประกอบ โดยบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนลำดับที่ 1 ดังกล่าวจะผลิตชิ้นส่วนบางอย่างเองและบางชิ้นส่วนจะว่าจ้างผู้ผลิตชิ้นส่วนลำดับที่ 2 ผลิตชิ้นส่วนย่อยหรือจัดหาวัตถุดิบในการผลิต โดยอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทยประกอบด้วยกลุ่มผู้ประกอบรถยนต์และรถจักรยานยนต์จำนวน 23 บริษัท ผู้ผลิตชิ้นส่วนลำดับที่ 1 (First-Tier) จำนวน 690 บริษัท และผู้ผลิตชิ้นส่วนลำดับที่ 2 และ 3 (Second-Tier and Third-Tier) จำนวน 1,700 บริษัท โดยมีบริษัทที่ขึ้นส่วนโดยการซื้อขึ้นรูปด้วยแม่พิมพ์ฉีดหล่อความดันสูง (High-Pressure Diecasting หรือ “HPDC”) หลายราย และบริษัทเป็นบริษัทขนาดเล็กถึงกลางในกลุ่มผู้ผลิตดังกล่าว อย่างไรก็ตาม บริษัทถือได้ว่ามีความได้เปรียบในการแข่งขัน เนื่องจากบริษัทมีผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และทักษะในการออกแบบแม่พิมพ์ ซึ่งถือได้ว่ามีจำนวนไม่มากในประเทศไทย

ปริมาณผลิตรถยนต์ของโลกในปี 2554 เรียงตามปริมาณการผลิต

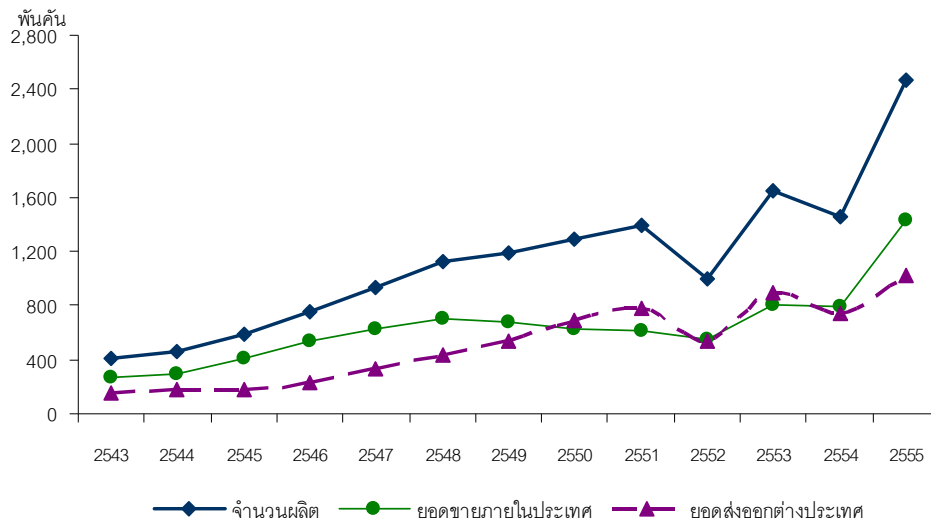


อุตสาหกรรมรถยนต์ทั่วโลกในปี 2554 มีปริมาณการผลิตรวม 69,015,643 คัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.20 เมื่อเทียบกับปี 2553 โดยประเทศจีนและประเทศสหรัฐอเมริกามียอดการผลิตสูงสุดในช่วงดังกล่าว ซึ่งมีปริมาณการผลิตคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.71 และ 12.50 ของปริมาณการผลิตรถยนต์ทั่วโลก ตามลำดับ สำหรับการจำหน่ายรถยนต์ทั่วโลกในปี 2554 มีการจำหน่ายรถยนต์ 79,991,254 คัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.70 จากปี 2553 โดยจีนและสหรัฐอเมริกามีการจำหน่ายรถยนต์คิดเป็นร้อยละ 25.74 และ 18.11 ตามลำดับ โดยประเทศไทยมีปริมาณการผลิตในปี 2554 จำนวน 1,457,795 คัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.11 ของปริมาณการผลิตรถยนต์ทั่วโลก ลดลงร้อยละ 11.40 เมื่อเทียบกับปี 2553 เนื่องจากเหตุการณ์อุทกภัยในช่วงปลายปี 2554

จากข้อมูลของสภาอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยในปี 2555 มีการขยายตัวเมื่อเทียบกับปี 2554 โดยปริมาณการผลิตรถยนต์ของประเทศไทยในปี 2555 มีจำนวน 2,463,006 คัน คิดเป็นอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 68.95 เมื่อเทียบกับปี 2554 ในขณะที่ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ภายในประเทศไทยในปี 2555 มีจำนวน 1,436,335 คัน คิดเป็นอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 80.61 เมื่อเทียบกับในปี 2554 ซึ่งเป็นผลจากภาคอุตสาหกรรมรถยนต์ที่ฟื้นตัวจากเหตุการณ์น้ำท่วมในหลายพื้นที่ในประเทศไทยในช่วงปลายปี 2554 อีกทั้งมีการเร่งการผลิตเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการรถยนต์ในประเทศที่เพิ่มมากขึ้น ประกอบกับมีปัจจัยสนับสนุน เช่น นโยบายรถยนต์คันแรก การแนะนำรถยนต์รุ่นใหม่เข้าสู่ตลาดมากขึ้น เป็นต้น (ที่มา : รายงานภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมรายไตรมาส ฉบับไตรมาส 4 ปี 2555 สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม)

ปริมาณการส่งออกรถยนต์ประกอบสำเร็จ (CBU) ของประเทศไทย ในปี 2555 มีจำนวน 1,026,671 คัน คิดเป็นอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 39.56 เมื่อเทียบกับปี 2554 มูลค่าการส่งออกรถยนต์ของประเทศไทยสำหรับปี 2555 เป็นจำนวน 490,134.74 ล้านบาท คิดเป็นอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 42.74 เมื่อเทียบกับปี 2554

ปริมาณการผลิต จำหน่ายภายในประเทศ และส่งออกภายนอก
ปี 2543 – 2555

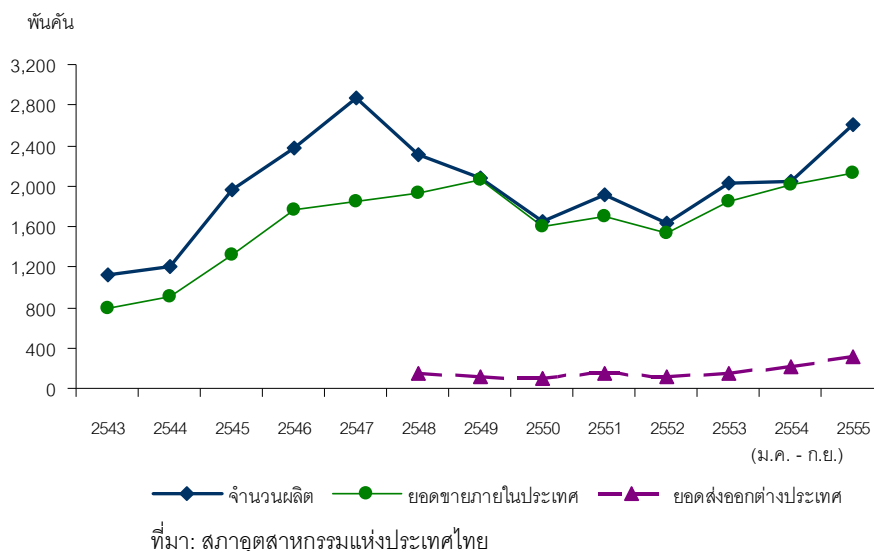


ที่มา: สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

ในปี 2556 ศูนย์วิจัยกสิกรไทยได้คาดการณ์ว่าจะมีการผลิตรถยนต์ทั้งสิ้น 2,500,000 คันถึง 2,600,000 คัน คิดเป็นอัตราขยายตัวร้อยละ 5 ถึงร้อยละ 9 จากยอดการผลิตในปี 2555 โดยมีสาเหตุจากยอดคงค้างการส่งมอบรถยนต์จากในปี 2555 อีกเป็นจำนวนมาก และการเปิดตัวของรถยนต์รุ่นใหม่อย่างต่อเนื่องในปี 2556 รวมถึงการส่งออกที่เพิ่มขึ้นจากการที่ผู้ผลิตรถยนต์มีการปรับสัดส่วนการผลิตเพื่อการส่งออกมากขึ้น (ที่มา: บทวิเคราะห์ฉบับวันที่ 7 ธันวาคม 2555 ศูนย์วิจัยกสิกรไทย)

จากข้อมูลของสภาอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมรถยนต์ไทยในปี 2555 มีปริมาณการผลิตจำนวน 2,606,161 คัน คิดเป็นอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 27.56 เมื่อเทียบกับปี 2554 การผลิตขยายตัวเนื่องจากผู้ผลิตรถยนต์ต้องการเร่งการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคหลังจากเหตุการณ์อุทกภัยที่เกิดขึ้นในหลายพื้นที่ของประเทศไทย ประกอบกับการเปิดตัวรถยนต์รุ่นใหม่ออกสู่ตลาดเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคมากขึ้น ทั้งนี้จากแรงกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลในการปรับค่าแรงขั้นต่ำ ทำให้ผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มขึ้นและมีโอกาสเป็นเจ้าของรถได้ง่ายขึ้น

ปริมาณการผลิต จำหน่ายภายในประเทศ และส่งออกรถจักรยานยนต์ ปี 2543 – 2555



จากข้อมูลของศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ พบว่า มูลค่าการส่งออกรถจักรยานยนต์ของประเทศไทยปี 2555 มีมูลค่า 30,241.27 ล้านบาท คิดเป็นอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 59.49 เมื่อเทียบกับปี 2554 โดยประเทศที่เป็นตลาดส่งออกสำคัญของรถจักรยานยนต์ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และญี่ปุ่น คิดเป็นสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 22.60 ร้อยละ 12.12 และร้อยละ 13.08 ตามลำดับ และมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 105.30 ร้อยละ 12.54 และร้อยละ 46.36 ตามลำดับ

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมรายงานว่า ข้อมูลจากแผนการผลิตของผู้ประกอบการรถจักรยานยนต์ประมาณการว่า ในปี 2556 จะมีการผลิตรถจักรยานยนต์ประมาณ 2,860,000 คัน แบ่งเป็นการผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศประมาณร้อยละ 85 - 90 และการผลิตเพื่อการส่งออกประมาณร้อยละ 10 - 15

อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์

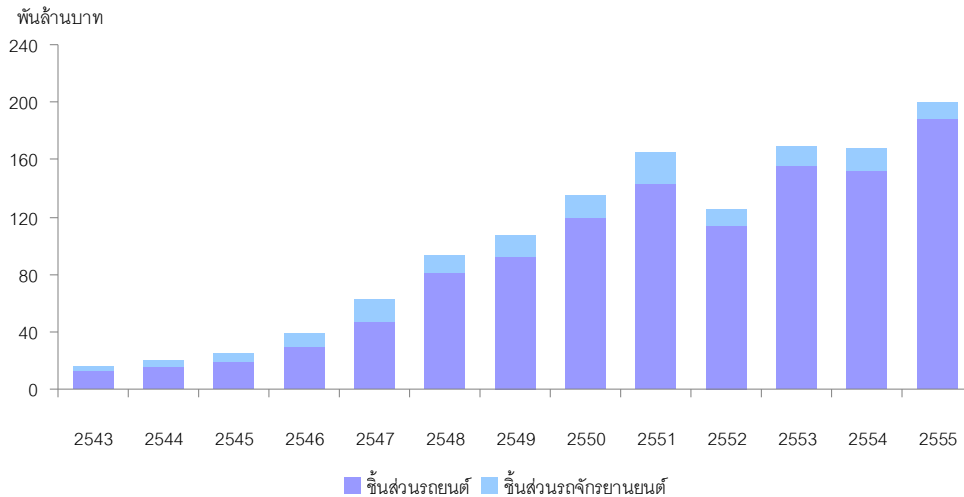
การผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยในปัจจุบัน สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลักๆ คือ ตลาดชิ้นส่วนเพื่อนำไปใช้ประกอบยานยนต์ (Original Equipment Market หรือ OEM) และตลาดชิ้นส่วนทดแทนหรืออะไหล่ทดแทน (Replacement Equipment Market หรือ REM)

สำหรับตลาด OEM นั้น ผู้ผลิตจะจัดจำหน่ายให้กับบริษัทประกอบรถยนต์ต่างๆ เพื่อนำไปผลิตรถยนต์และรถจักรยานยนต์ ความต้องการในการใช้ชิ้นส่วนยานยนต์ของตลาดกลุ่มนี้ จะขึ้นอยู่กับปริมาณการผลิตยานยนต์ ในขณะที่ตลาด REM นั้น เป็นตลาดชิ้นส่วนอะไหล่สำหรับทดแทนชิ้นส่วนเดิมที่ชำรุด หรือสึกหรอตามสภาวะการใช้งาน ดังนั้นความต้องการใช้ชิ้นส่วนยานยนต์ของตลาดทดแทนนี้จึงขึ้นอยู่กับปริมาณการใช้ยานยนต์ภายในประเทศ

ในปัจจุบัน ประเทศไทยสามารถผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่หลากหลาย และได้คุณภาพตามมาตรฐานที่ผู้ผลิตยานยนต์ระดับโลกให้การยอมรับ ทั้งนี้ผู้ประกอบการและผู้ผลิตมีการวิจัยลงทุนและพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อยกระดับประสิทธิภาพในการผลิตเกิดผลสูงสุด ทำให้อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยสามารถส่งออกสินค้าไปแข่งขัน และจำหน่ายในตลาดโลกได้มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากสถิติของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ยอดส่งออกส่วนประกอบและอุปกรณ์รถยนต์ (OEM) ในปี 2555 มีมูลค่า 168,541.97 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.51 เมื่อเทียบกับปี 2554 อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาในไตรมาสที่ 4 ของปี 2555 เปรียบเทียบกับไตรมาสที่ 3 ของปี 2555 พบว่า มูลค่าการส่งออก

ส่วนประกอบและอุปกรณ์รถยนต์ (OEM) ลดลงร้อยละ 8.96 ในขณะที่การส่งออกชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ การส่งออกเครื่องยนต์ และการส่งออกชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ ในปี 2555 มีมูลค่า 26,991.95 ล้านบาท 20,116.53 ล้านบาท และ 5,278.15 ล้านบาท ตามลำดับ

ปริมาณการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ไทยปี 2543 – 2555



ที่มา: สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

จากข้อมูลของศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ พบว่า มูลค่าการส่งออกส่วนประกอบและอุปกรณ์รถยนต์ของไทยในปี 2555 มีมูลค่า 213,362.11 ล้านบาท คิดเป็นอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 26.53 เมื่อเทียบกับปี 2554 โดยประเทศที่เป็นตลาดส่งออกสำคัญของส่วนประกอบและอุปกรณ์รถยนต์ ได้แก่ อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น และมาเลเซีย คิดเป็นสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 14.63 ร้อยละ 16.61 และร้อยละ 10.83 ตามลำดับ และมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 37.52 ร้อยละ 21.25 และร้อยละ 40.55 ตามลำดับ

อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า

รายงานภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมรายไตรมาสที่ 4 ปี 2555 จากสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ระบุว่าดัชนีผลผลิตภาคอุตสาหกรรมหมวดเครื่องใช้ไฟฟ้าในปี 2555 เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.43 เมื่อเทียบกับปี 2554 โดยเครื่องใช้ไฟฟ้าสำคัญที่มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นมากที่สุด ได้แก่ เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น และสายไฟฟ้า เป็นต้น มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.51 ร้อยละ 18.31 และร้อยละ 27.06 ตามลำดับ

ทั้งนี้ปริมาณส่งออกเครื่องใช้ไฟฟ้าในปี 2555 มีมูลค่า 22,829.43 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.3 เมื่อเทียบกับปี 2554 โดยเป็นผลมาจากการส่งออกไปสหรัฐอเมริกาและจีนที่มีการขยายตัวมากถึงร้อยละ 13.9 และร้อยละ 6 ตามลำดับ

แนวโน้มอุตสาหกรรมไฟฟ้าในปี 2556 คาดการณ์ว่าจะปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 4.52เมื่อเทียบกับปี 2555 การส่งออกอยู่ในภาวะชะลอตัวจากเศรษฐกิจโลกที่ยังคงมีความเสี่ยงค่อนข้างสูง โดยเฉพาะกลุ่มสหภาพยุโรปและญี่ปุ่น ที่ยังไม่มีสัญญาณการฟื้นตัว ในขณะที่ตลาดอาเซียนและสหรัฐอเมริกาคาดว่าจะขยายตัวค่อนข้างดี ซึ่งจะเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้การส่งออกของไทยขยายตัวได้ดี

ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าปี 2553 – 2555

ดัชนี อุตสาหกรรม	2553	2554	2554				2555				2555
			ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4	
เครื่องใช้ไฟฟ้า	120.91	115.06	137.97	127.66	122.68	71.09	116.94	139.67	120.87	111.44	122.23
YoY(%)	22.60	-4.87	19.66	1.66	-0.73	-40.45	-15.24	9.41	-1.48	56.77	6.43
QoQ(%)			15.58	-7.47	-3.90	-42.06	64.51	19.43	-13.46	-7.80	

ที่มา: รายงานภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมไตรมาส 4 ปี 2555

อุตสาหกรรมชิ้นส่วนเครื่องจักรกลเกษตร

จากการคาดการณ์ของศูนย์วิจัยกสิกรไทย สถานการณ์อุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในปี 2555 มีแนวโน้มปรับตัวในทางบวก โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากความต้องการซื้อเพื่อไปทดแทนเครื่องจักรที่เสียหายจากเหตุการณ์น้ำท่วม อีกทั้งการขาดแคลนแรงงานในภาคเกษตรกรรม และการปรับขึ้นต้นทุนแรงงานคนจากนโยบายขึ้นแรงงานขั้นต่ำ ผลักดันผู้ประกอบการหันมาลงทุนในเครื่องจักร นอกจากนี้ผู้ประกอบการการเกษตรรายใหม่มีการลงทุนในเทคโนโลยีการเกษตรมากขึ้น

ในด้านการผลิตไทยสามารถผลิตเครื่องจักรทางการเกษตรเพื่อใช้เองในประเทศและส่งออกบางส่วนไปต่างประเทศ แต่ส่วนใหญ่เป็นการผลิตยังเป็นขั้นพื้นฐาน โดยที่ยังต้องนำเข้าเครื่องจักรที่ใช้เทคโนโลยีในการผลิตขั้นสูงจากต่างประเทศ ซึ่งผู้ผลิตในประเทศไทยมีความเสียเปรียบผู้ผลิตจากจีนในด้านราคา และผู้ผลิตจากสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่นในด้านคุณภาพ ในด้านการส่งออก คู่ค้าที่สำคัญของสินค้าเครื่องจักรกลการเกษตรของไทยได้แก่ประเทศในกลุ่มในอาเซียน คือ ลาว กัมพูชา พม่า เวียดนาม มาเลเซีย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ทั้งนี้ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดการณ์ว่า การส่งออกเครื่องจักรกลการเกษตรในปี 2555 นี้ จะมีมูลค่าประมาณ 170,000 ล้านบาท คิดเป็นอัตราเติบโตร้อยละ 14.5 เพิ่มขึ้นจากที่เติบโตร้อยละ 6.4 ในปี 2554 สำหรับการนำเข้าเครื่องจักรการเกษตร ส่วนใหญ่จะนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น จีน สหรัฐอเมริกา ไต้หวัน และอินเดีย โดยคาดว่าจะมีมูลค่าประมาณ 206,550 ล้านบาท คิดเป็นอัตราเติบโตร้อยละ 7.0 เพิ่มขึ้นจากที่เติบโตร้อยละ 2.1 ในปี 2555 ที่ผ่านมา (ที่มา: รายงานแนวโน้มอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลและโลหะการปี 2555 ประจำเดือนพฤษภาคมปี 2555 ของศูนย์วิจัยกสิกรไทย)

3.2.2 มาตรการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยานยนต์

ปี 2558 เป็นปีแห่งการรวมกลุ่มกันทางเศรษฐกิจของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community หรือ AEC) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ ASEAN เป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวที่มีเสถียรภาพ โดยมีเสรีในการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ แรงงาน การลงทุน และเงินทุน ภายใต้กรอบที่ยอมรับร่วมกัน เป็นภูมิภาคที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูง มีการพัฒนาอย่างเท่าเทียมกันทั้งในระดับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และมีการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก โดยตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2553 สมาชิกหกประเทศ คือ ไทย บรูไน อินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ และฟิลิปปินส์ ได้ลดภาษีนำเข้าระหว่างกันให้เหลือ 0% และมีการลดหรือยกเลิกมาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (Non-tariff barriers: NTBs) เป็นระยะๆ โดยสินค้าที่จะได้รับประโยชน์ในการลดภาษีจะต้องเป็นสินค้าที่ผลิตในอาเซียน (rule of origin) และมีวัตถุดิบจากอาเซียนอย่างน้อย 40% ในขณะที่อีก 4 ประเทศ คือ กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม (CLMV) ได้รับการผ่อนผัน ให้ยกเลิกภาษีนำเข้าภายในปี 2015 ในด้านบริการนักลงทุนอาเซียน

สามารถเข้ามาแข่งขันในธุรกิจบริการ และมีการเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมืออย่างเสรี โดยมีการทำข้อตกลงยอมรับคุณสมบัติร่วมกันของบริการวิชาชีพต่างๆ เพื่อร่วมกันสร้างมาตรฐานที่ชัดเจนของแรงงานฝีมือ ในด้านการลงทุน สมาชิกอาเซียนสามารถถือหุ้นในบริษัทของประเทศสมาชิกด้วยกันถึงร้อยละ 70 จากเดิมที่มีการจำกัดให้ถือหุ้นได้ไม่เกินร้อยละ 50

ทั้งนี้ผู้ประกอบการไทยจะได้รับประโยชน์จากประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจากการยกเลิกกำแพงภาษี ซึ่งช่วยลดต้นทุนสินค้าและวัตถุดิบนำเข้า อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์ไทยไปตลาดอาเซียนที่มีประชากรสูงถึง 590 ล้านคน ทั้งนี้จะมีการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศมาเพื่อลดขั้นตอนให้ง่ายและมีประสิทธิภาพมากขึ้น และยังจะมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อลดต้นทุนในการขนส่งและเพิ่มความสะดวกในการค้า ในการจัดตั้งธุรกิจในประเทศอาเซียนผู้ประกอบการสามารถไปจัดตั้งธุรกิจในประเทศอาเซียนได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ กลุ่มอาเซียนยังมีการเจรจากับประเทศนอกกลุ่ม เช่น กลุ่มอาเซียนบวกสาม (ASEAN+3) โดยเพิ่มอีก 3 ประเทศนอกกลุ่มอาเซียน ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น เกาหลี ซึ่งจะทำให้มีประชากรรวมกันกว่าร้อยละ 31 ของประชากรโลก คิดเป็นจีดีพีรวมร้อยละ 22 ของจีดีพีโลก และกลุ่มอาเซียนบวกหก (ASEAN+6) โดยประเทศที่เพิ่มขึ้นจากกลุ่มอาเซียนบวกสาม ได้แก่ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และอินเดีย ซึ่งจะทำให้มีประชากรรวมกันกว่าครึ่งหนึ่งของประชากรโลก และมีจีดีพีรวมกันกว่าร้อยละ 25 ของจีดีพีโลก

อย่างไรก็ตามการเปิดเสรีทางการค้าอาจจะทำให้มีการแข่งขันทางธุรกิจที่อาจจะรุนแรงขึ้น ทั้งด้านการเพิ่มคู่แข่งและการเคลื่อนย้ายของแรงงาน โดยการยกเลิกกำแพงภาษีเป็นการช่วยลดต้นทุนในการนำเข้าสินค้าให้กับคู่แข่งจากอาเซียน ทำให้สามารถเข้ามาแข่งขันโดยตรงกับผู้ประกอบการในประเทศได้ อีกทั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอำนวยความสะดวกให้แรงงานในกลุ่มวิชาชีพ 6 กลุ่ม ซึ่งรวมถึงกลุ่มวิศวกร มีเสรีในการย้ายถิ่นฐานเพื่อประกอบอาชีพนั้นๆในประเทศกลุ่มอาเซียน อาจทำให้เกิดให้การเคลื่อนย้ายของแรงงานฝีมือไปประเทศที่ให้อัตราค่าแรงสูง เช่น สิงคโปร์ และมาเลเซีย เป็นต้น

กรอบการเจรจา FTA ที่สำคัญต่ออุตสาหกรรมยานยนต์

ประเทศ	วันที่ลงนาม	วันที่มีผลบังคับใช้
AFTA	 มกราคม 2535	1 มกราคม 2536
ITFTA	 9 ตุลาคม 2546	1 กันยายน 2547
TAFTA	 5 กรกฎาคม 2547	1 มกราคม 2548
TNZCEP	 19 เมษายน 2548	1 กรกฎาคม 2548
JTEPA	 3 เมษายน 2550	1 พฤศจิกายน 2550
Thai-Chile	 อยู่ในช่วงเจรจา	อยู่ในช่วงเจรจา

ที่มา: กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

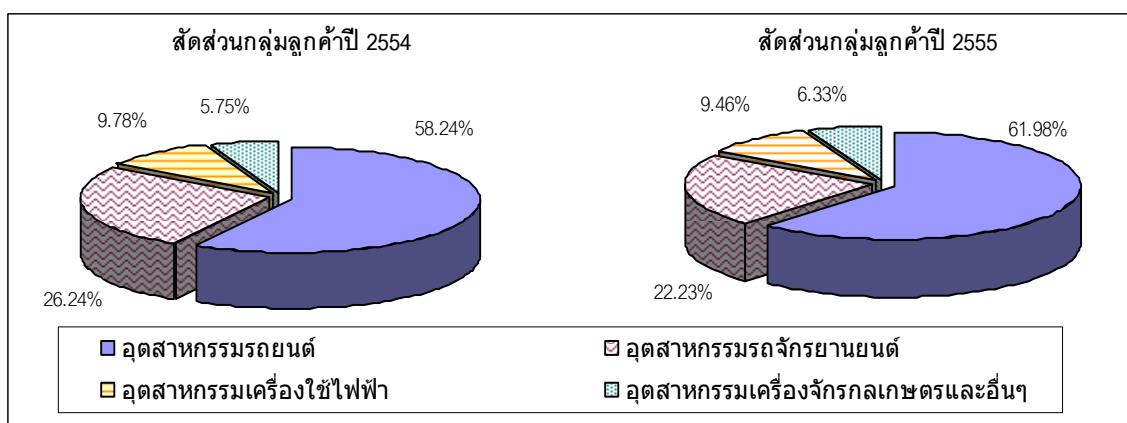
นอกจากในการเปิดเสรีผ่านอาเซียนแล้ว ประเทศไทยได้มีการเจรจากับประเทศอื่นผ่านการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรี (Free Trade Area หรือ FTA) ซึ่งก่อให้เกิดโอกาสและประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ของประเทศไทย อาทิเช่น การลดอัตราภาษีนำเข้าวัตถุดิบ ซึ่งช่วยเพิ่มความได้เปรียบทางด้านต้นทุนให้กับผู้ประกอบการไทยในการแข่งขันกับต่างประเทศโดยเฉพาะประเทศจีน การลดกำแพงภาษี ทำให้ราคาสินค้าของไทยมีความสามารถในการแข่งขันด้านราคา

เหนือคู่แข่ง และการยกเว้นภาษีนำเข้ารถยนต์ ทำให้การส่งออกเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้การผลิตชิ้นส่วนเพิ่มขึ้นด้วยทั้งในส่วน
ของ OEM และ REM

3.3 ลักษณะลูกค้า กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การจัดจำหน่าย ช่องทางการจำหน่าย และกลยุทธ์การแข่งขัน

3.3.1 ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

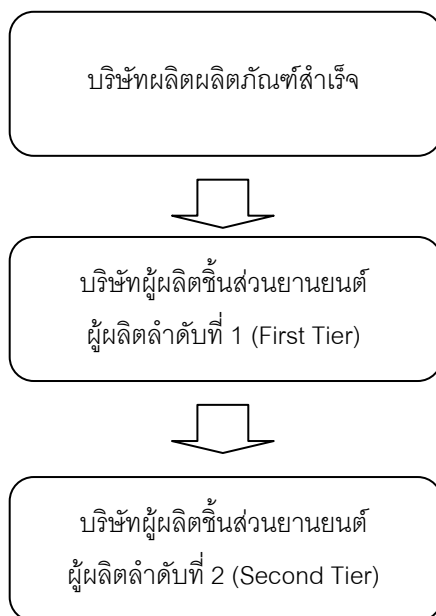
ลูกค้าของบริษัทสามารถจำแนกได้เป็น 4 กลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมรถยนต์ อุตสาหกรรม
รถจักรยานยนต์ อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า และอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลเกษตรและอื่นๆ โดยบริษัทมีสัดส่วนในการ
จัดจำหน่ายชิ้นส่วนและแม่พิมพ์ให้แก่ลูกค้าในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมต่อรายได้จากการขายในปี 2554 และปี 2555 ดังนี้



จากข้อมูลที่แสดงดังตารางข้างต้นจะเห็นได้ว่าลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ ซึ่ง
ประกอบไปด้วยอุตสาหกรรมรถยนต์และรถจักรยานยนต์ โดยในปี 2554 และปี 2555 มีรายได้จากการขายให้แก่กลุ่ม
อุตสาหกรรมยานยนต์เท่ากับ 295.47 ล้านบาท และ 386.66 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ ร้อยละ 84.48
และร้อยละ 81.49 ของรายได้จากการขายทั้งหมด

กลุ่มลูกค้าของบริษัทแบ่งออกเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สำเร็จ เช่น บริษัทประกอบรถยนต์และรถจักรยานยนต์ เป็นต้น
และผู้ผลิตชิ้นส่วนลำดับที่ 1 โดยผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สำเร็จจะจ้างผู้ผลิตชิ้นส่วนลำดับที่ 1 ในการผลิตชิ้นส่วนที่ใช้ในการ
ประกอบ เช่น เครื่องยนต์ เบรก ล้อรถยนต์ ระบบอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น โดยบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนลำดับที่ 1 ดังกล่าวจะผลิต
ชิ้นส่วนบางอย่างเองและบางชิ้นส่วนจะจ้างผู้ผลิตชิ้นส่วนลำดับที่ 2 ผลิตชิ้นส่วนย่อยหรือจัดหาวัตถุดิบในการผลิต เช่น
ผลิตภัณฑ์เครื่องจักรกลและโลหะการ พลาสติก ยาง เหล็ก อิเล็กทรอนิกส์ แก้วและกระจก เป็นต้น

ทั้งนี้ กลุ่มลูกค้าของบริษัทส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนลำดับที่ 1 โดยในปี 2552 ปี 2553 ปี 2554 และปี
2555 บริษัทมีรายได้จากการขายให้แก่ผู้ผลิตชิ้นส่วนลำดับที่ 1 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 82.39 ร้อยละ 88.06 ร้อยละ 85.14
และร้อยละ 80.03 ของรายได้จากการขายทั้งหมด ตามลำดับ



นอกจากนี้ บริษัทได้มีการขายฐานลูกค้าไปยังอุตสาหกรรมอื่นๆ นอกเหนือจากอุตสาหกรรมยานยนต์ โดยได้มีการขายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มอุตสาหกรรมอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า และอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลเกษตร เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงอุตสาหกรรมยานยนต์ ทั้งนี้ ที่ผ่านมามีบริษัทได้มีการผลิตชิ้นส่วนประกอบกล่องโทรทัศน์วงจรปิด ชิ้นส่วนประกอบกล่องถ่ายวิดีโอ และชิ้นส่วนประกอบเครื่องติดต่อสื่อสารภายใน (Intercom) สำหรับอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า อีกทั้งยังมีการผลิตชิ้นส่วนประกอบเครื่องตัดหญ้าและชิ้นส่วนประกอบรถแทรกเตอร์สำหรับอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลเกษตร

ทั้งนี้ ตั้งแต่ปี 2552 เป็นต้นมา บริษัทไม่มีการจำหน่ายสินค้าให้ลูกค้ารายใดเกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้จากการขายทั้งหมด เนื่องจากบริษัทมีนโยบายการจำหน่ายสินค้าให้แก่ลูกค้ารายใดรายหนึ่งในสัดส่วนไม่เกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้จากการขายทั้งหมด เพื่อให้ไม่มีการพึ่งพิงลูกค้ารายใดรายหนึ่งมากเกินไป โดยในปี 2552 ปี 2553 ปี 2554 และปี 2555 บริษัทมีรายได้จากลูกค้าที่มียอดขายเกินร้อยละ 10 ของรายได้จากการขายและให้บริการรวมจำนวน 3 ราย 2 ราย 2 ราย และ 1 ราย ตามลำดับ โดยคิดเป็นสัดส่วนรายได้จากกลุ่มลูกค้าดังกล่าวต่อรายได้จากการขายและให้บริการรวมในช่วงเดียวกันเท่ากับ ร้อยละ 39.63 ร้อยละ 31.38 ร้อยละ 30.89 และร้อยละ 22.10 ตามลำดับ ทั้งนี้ บริษัทมีรายได้จากการขายและให้บริการให้แก่กลุ่มลูกค้าที่มียอดขายสูงสุด 10 อันดับแรกในปี 2552 ปี 2553 ปี 2554 และปี 2555 มีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 87.65 ร้อยละ 85.72 ร้อยละ 77.06 และร้อยละ 80.16 ของรายได้จากการขายและให้บริการทั้งหมดตามลำดับ

3.3.2 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทมีการจำหน่ายสินค้าส่วนใหญ่โดยการขายตรงให้กับผู้ผลิตชิ้นส่วนลำดับที่ 1 ซึ่งมีการดำเนินงานในประเทศไทยเป็นหลักผ่านทีมงานการตลาดและการขายของบริษัท ซึ่งประกอบด้วยทีมงานทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 30 ปี โดยมีการแบ่งการดูแลรับผิดชอบเป็นทีมงานในการหาลูกค้าใหม่และทีมงานที่รับผิดชอบลูกค้าปัจจุบันของบริษัท ซึ่งทีมงานจะทำการติดต่อโดยตรงกับลูกค้าอย่างใกล้ชิด โดยศึกษาความต้องการของ

ลูกค้า และอาจมีการร่วมดัดแปลงแบบของชิ้นงานตามการอนุมัติของลูกค้าหากมีความจำเป็น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความเป็นไปได้ในการผลิต โดยยังรักษาคุณสมบัติของชิ้นงานและประโยชน์การใช้งานไว้ตามวัตถุประสงค์ของลูกค้า

นอกจากนี้ยังมีช่องทางในการจำหน่ายอื่นๆ เช่น

- 1) บริษัทมีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของบริษัทผ่านสื่อโฆษณาต่างๆ อาทิ สมุดหน้าเหลือง หนังสือรวบรวมรายชื่อผู้ประกอบการ (Directory) และวารสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับวงการอุตสาหกรรมและชิ้นส่วนที่บริษัทผลิต เช่น ทำเนียบอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทได้จัดทำเว็บไซต์ <http://sankothai.net> เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการสื่อสารให้กับลูกค้าของบริษัทและเป็นการประชาสัมพันธ์บริษัทอีกช่องทางหนึ่งด้วย
- 2) บริษัทได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย สถาบันยานยนต์ และสมาคมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกันอุตสาหกรรมยานยนต์ เพื่อให้มีโอกาสทำความรู้จักกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากขึ้น

3.3.3 กลยุทธ์การแข่งขัน

บริษัทกำหนดกลยุทธ์ทางการแข่งขัน โดยมุ่งเน้นการสร้างความพึงพอใจในคุณภาพสินค้าและการบริการแก่ลูกค้าเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและก่อให้เกิดการดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างต่อเนื่องในระยะยาว ซึ่งสามารถสรุปกลยุทธ์ในการแข่งขันของบริษัทได้ดังนี้

1. การรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์

สินค้าของบริษัทเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องมีความละเอียดและแม่นยำในการผลิต เนื่องจากเป็นชิ้นส่วนที่นำไปใช้ในการประกอบกับชิ้นส่วนอื่นๆ ดังนั้น บริษัทจึงมีนโยบายที่มุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยบริษัทมีระบบการควบคุมคุณภาพ (Quality Control: QC) ที่ได้มาตรฐานระดับสากล ISO9001:2008 และ ISO/TS 16949:2009 ซึ่งบริษัทได้มีการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ และมีการตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในทุกๆ ขั้นตอนอย่างเข้มงวด ด้วยเครื่องมือและอุปกรณ์ตรวจสอบที่มีความแม่นยำ รวมทั้ง มีการฝึกอบรมบุคลากรอย่างสม่ำเสมอเพื่อเป็นการพัฒนาความรู้และสร้างมาตรฐานในการปฏิบัติงานทำให้บริษัทได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าในการสั่งซื้อสินค้าจากบริษัทอย่างต่อเนื่อง

2. การจัดส่งผลิตภัณฑ์ตรงต่อเวลา

เนื่องจากสินค้าที่บริษัทผลิตเป็นชิ้นส่วนที่นำไปใช้ประกอบกับชิ้นส่วนอื่นๆ ดังนั้น บริษัทจึงเน้นการจัดส่งสินค้าให้ถูกต้องและตรงต่อเวลา (Just in Time) เพื่อมิให้เกิดผลกระทบต่อนขั้นตอนการประกอบชิ้นส่วนอื่นๆ ของลูกค้า บริษัทมีนโยบายการจัดส่งผลิตภัณฑ์ถึงลูกค้าในเวลาที่กำหนด ซึ่งบริษัทมีการควบคุมตั้งแต่การวางแผนการผลิต การจัดซื้อวัตถุดิบ การตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ ขั้นตอนการผลิต และการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า บริษัทจึงสามารถจัดส่งผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าได้ตรงต่อเวลา

3. ความยืดหยุ่นในการวางแผนการผลิต

เนื่องจากบริษัทเน้นในด้านความยืดหยุ่นในการผลิต โดยออกแบบสายการผลิตให้สามารถปรับเปลี่ยนชิ้นงานที่ผลิตได้ค่อนข้างรวดเร็ว และไม่ยุ่งยาก ทำให้บริษัทสามารถผลิตชิ้นงานได้หลากหลาย และสามารถรองรับได้หลากหลายอุตสาหกรรม โดยปัจจุบันบริษัทมีเครื่องฉีด (Diecasting Machine) ทั้งหมด 16 เครื่อง

4. การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

บริษัทมุ่งเน้นในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าโดยการจัดเจ้าหน้าที่การตลาดและการขายให้รับผิดชอบดูแลลูกค้าและผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าว่าจะได้รับการที่มีคุณภาพตามที่ลูกค้าต้องการ นอกจากนี้ บริษัทยังมีนโยบายการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อนำมาพิจารณาปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการให้บริการกับลูกค้าต่อไป

5. การเข้าร่วมเป็นสมาชิกของสมาคมและองค์กรต่างๆ เพื่อขยายฐานลูกค้า

ปัจจุบันบริษัทได้เข้าเป็นสมาชิกของสมาคมและองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับวงการอุตสาหกรรมและชิ้นส่วนที่ผลิตที่เป็นกลุ่มลูกค้าโดยตรงของบริษัท เช่น สมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย สถาบันยานยนต์ เป็นต้น ทำให้บริษัทสามารถรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจในการอุตสาหกรรมนั้นๆ และสามารถขยายฐานลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมดังกล่าวได้

3.4 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

3.4.1 โรงงานและสำนักงาน

โรงงานและสำนักงานของบริษัท ตั้งอยู่ภายในนิคมอุตสาหกรรมโรจนะ ตำบลหนองบัว อำเภอบ้านค่าย จังหวัดระยอง บนเนื้อที่ 9 ไร่ 86.2 ตารางวา โดยปัจจุบันมีอาคารทั้งหมดจำนวน 8 อาคาร เป็นอาคารสำนักงาน 2 อาคาร ประกอบด้วยอาคารสำนักงานชั้นเดียว และอาคารสำนักงาน 3 ชั้น พร้อมอาคารโรงงานและคลังสินค้า 6 อาคาร โดยในเดือนมิถุนายน ปี 2555 บริษัทได้ทำการซื้อที่ดินพร้อมอาคารโรงงาน ขนาดพื้นที่ 3 ไร่ (รวมในขนาดพื้นที่และจำนวนอาคารข้างต้น) เป็นจำนวนเงิน 16 ล้านบาท ภายในนิคมอุตสาหกรรมโรจนะ ตำบลหนองบัว อำเภอบ้านค่าย จังหวัดระยอง ซึ่งมีพื้นที่ติดกับโรงงานของบริษัท เพื่อใช้ในการขยายกำลังการผลิต (กรุณาดูรายละเอียดเพิ่มเติมในส่วนที่ 2 ข้อ 6 โครงการในอนาคต)

3.4.2 กำลังการผลิต

บริษัทมีกำลังการผลิตรวมในช่วงปี 2552 ถึงปี 2555 ดังนี้

หน่วย: ตัน

	2552	2553	2554	2555
กำลังการผลิต*	1,632	1,678	2,164	2,234
ปริมาณการผลิต	737	1,561	1,546	1,950
อัตราการใช้กำลังการผลิต (ร้อยละ)	45.13	93.05	71.43	87.31

หมายเหตุ: *กำลังการผลิตของบริษัทคำนวณโดยใช้ปริมาณการใช้วัตถุดิบในการผลิตของเครื่องแต่ละขนาดคูณกับจำนวนเครื่องแต่ละขนาดในช่วงเวลานั้นๆ

อัตราการใช้กำลังการผลิตในปี 2553 เพิ่มขึ้นจากในปี 2552 เนื่องจากการฟื้นตัวจากภาวะเศรษฐกิจถดถอยทั่วโลกในช่วงปี 2551 ถึงปี 2552 โดยอัตราการใช้กำลังการผลิตได้ลดลงในปี 2554 เนื่องจากการติดตั้งเครื่องจักรใหม่ในเดือนพฤษภาคม 2554 และเดือนธันวาคม 2554 ทำให้ไม่สามารถใช้งานเครื่องจักรดังกล่าวได้เต็มที่

3.4.3 ขั้นตอนการผลิต

บริษัทเป็นผู้รับจ้างผลิตชิ้นส่วนอลูมิเนียมและสังกะสีตามคำสั่งซื้อของลูกค้า โดยบริษัทจะรับแบบหรือตัวอย่างผลิตภัณฑ์ และปริมาณการผลิตเพื่อตรวจสอบความสามารถในการออกแบบแม่พิมพ์และความเป็นไปได้ในการผลิตสินค้าตามแบบที่กำหนด จากนั้นบริษัทจะวิเคราะห์ต้นทุนในการออกแบบแม่พิมพ์ ต้นทุนการจัดทำแม่พิมพ์ และต้นทุนการผลิต แล้วนำเสนอราคาชิ้นงาน และ/หรือ แม่พิมพ์ให้ลูกค้าพิจารณา โดยขึ้นอยู่กับลักษณะการว่าจ้าง เมื่อลูกค้าอนุมัติใบเสนอราคา บริษัทจะนำแบบหรือตัวอย่างผลิตภัณฑ์มาออกแบบแม่พิมพ์โดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อทำการคำนวณและขึ้นรูปแม่พิมพ์เป็นภาพ 3 มิติ แล้วจึงส่งให้บริษัทผู้ผลิตแม่พิมพ์ทำการเสนอราคามาให้กับบริษัท หลังจากการคัดเลือกบริษัทผู้ผลิตแม่พิมพ์แล้วทางบริษัทผู้ผลิตแม่พิมพ์จะใช้ระยะเวลาประมาณ 3 เดือนในการผลิตแม่พิมพ์ จากนั้นทางบริษัทจะมีการตรวจสอบแม่พิมพ์ร่วมกับลูกค้าโดยการทดลองฉีดชิ้นงานด้วยแม่พิมพ์ดังกล่าวและนำชิ้นส่วนที่ผลิตได้มาวัดขนาดด้วยเครื่องวัด 3 แกน (CMM: Co-ordinate Measuring Machine) และนำชิ้นงานที่ผ่านการตรวจสอบไปส่งให้ลูกค้าตรวจสอบคุณภาพ และทดลองนำไปประกอบกับชิ้นงานส่วนอื่นๆ

เมื่อชิ้นงานดังกล่าวผ่านการพิจารณาจากลูกค้าแล้วทางฝ่ายขายและการตลาดจะติดต่อลูกค้าเพื่อขอรับใบสั่งซื้อและแผนการจัดส่งสินค้า โดยปกติลูกค้าจะสั่งซื้อสินค้าและกำหนดระยะเวลาในการจัดส่งสินค้าล่วงหน้าเป็นระยะเวลา 1 เดือน และลูกค้าจะวางแผนการผลิตล่วงหน้า 1 ปี เพื่อให้บริษัทสามารถวางแผนการผลิตและสั่งซื้อวัตถุดิบ และเตรียมอุปกรณ์ต่างๆ ได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

การผลิตชิ้นงานของบริษัท มีขั้นตอนดังต่อไปนี้



- การคัดเลือกและจัดเตรียมวัตถุดิบ

บริษัทจะทำการคัดเลือกผู้จำหน่ายวัตถุดิบตามมาตรฐานวัตถุดิบที่ลูกค้า ซึ่งเมื่อบริษัทได้รับวัตถุดิบจากผู้จำหน่ายแล้วจะทำตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบเปรียบเทียบกับใบรับประกันคุณภาพวัตถุดิบที่ได้รับจากผู้จำหน่ายวัตถุดิบ เพื่อให้มั่นใจว่าวัตถุดิบดังกล่าวมีคุณสมบัติเหมาะสมกับการผลิตชิ้นงานดังกล่าว จากนั้นจึงนำยอดสั่งซื้อจากลูกค้าไปคำนวณปริมาณวัตถุดิบที่ต้องสั่งซื้อและวางแผนการผลิตต่อไป

- การฉีดขึ้นรูปผลิตภัณฑ์

พนักงานประจำเครื่องฉีดจะทำการติดตั้งแม่พิมพ์และเตรียมเครื่องจักรให้พร้อมใช้งาน จากนั้นจะนำวัตถุดิบมาเข้าเตาหลอมโดยใช้ก๊าซธรรมชาติเป็นเชื้อเพลิงในการให้ความร้อน เพื่อหลอมให้เป็นของเหลวตามอุณหภูมิที่กำหนด แล้วเครื่องฉีดจะทำการฉีดน้ำโลหะที่หลอมเหลวแล้วเข้าไปในแม่พิมพ์ด้วยแรงดันสูง แล้วทำการลดอุณหภูมิแม่พิมพ์เพื่อให้ชิ้นงานแข็งตัว เมื่อชิ้นงานเย็นตัวลงแล้วพนักงานประจำเครื่องฉีดจะนำชิ้นงานออกจากแม่พิมพ์และตกแต่งชิ้นงานเบื้องต้น

โดยตัดเศษครีปและทางเดินน้ำโลหะสำหรับการฉีดขึ้นรูปที่เกินออกแล้วนำเศษดังกล่าวไปหลอมในเตาหลอมเพื่อนำมาผลิตใหม่อีกครั้ง

- การตรวจสอบคุณภาพชิ้นงานขึ้นรูป

พนักงานควบคุมคุณภาพสินค้าจะทำการสุ่มตรวจสอบขนาดและลักษณะภายนอกของชิ้นงานให้เป็นไปตามที่กำหนดโดยมีการกำหนดตำแหน่งสำคัญที่ต้องตรวจเช็คสำหรับแต่ละชิ้นงานด้วยเครื่องมือต่างๆที่กำหนด โดยจะมีการสุ่มตรวจเช็คทุก 1 – 2 ชั่วโมง

- การตกแต่งชิ้นงาน

ชิ้นงานที่ผ่านการตรวจสอบจะถูกนำมาตกแต่งโดยพนักงาน ซึ่งจะมีการตกแต่งผิวชิ้นงาน ขัดตกแต่งขอบ เจาะรู และตกแต่งผิวชิ้นงาน ตามวิธีการทำงานที่กำหนดสำหรับแต่ละชิ้นงาน ทั้งนี้ บริษัทอาจทำการว่าจ้างบริษัทภายนอกในการตกแต่งชิ้นงาน หากกำลังการผลิตของบริษัทไม่เพียงพอ หรือมีลักษณะของการตกแต่งที่เครื่องมือของบริษัทไม่สามารถทำได้ เป็นต้น

- การตรวจสอบคุณภาพชิ้นงานตกแต่ง

ในการตรวจสอบนี้จะมีพนักงานควบคุมคุณภาพสินค้าสุ่มตรวจเช็คตามข้อกำหนดในการตรวจเช็คผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด ทั้งในด้านของรูปแบบชิ้นงานและพื้นผิวตามที่กำหนด โดยจะมีการทำคู่มือระบุตำแหน่งที่ต้องตรวจเช็คและวิธีตรวจเช็คของแต่ละชิ้นงานตามที่กำหนด ซึ่งจะมีการสุ่มตรวจเช็คทุก 1 – 2 ชั่วโมง และมีการตรวจสอบความเรียบร้อยจากการตกแต่งทุกชิ้นอีกครั้ง

- การกลึง เจาะ และเจียรผิวด้วยเครื่องจักร (Machining)

เนื่องจากชิ้นงานบางส่วนจำเป็นต้องมีการตกแต่งด้วยเครื่องจักรเพื่อให้มีความแม่นยำเป็นพิเศษและได้คุณภาพตามที่ลูกค้ากำหนด บริษัทจะนำชิ้นงานที่ได้รับการตกแต่งโดยพนักงานและได้มีการตรวจสอบคุณภาพแล้วมาตกแต่ง เจาะ และเจียรผิวด้วยเครื่องกลึงที่ควบคุมด้วยคอมพิวเตอร์ (Computer Numerical Control หรือ CNC) ทั้งในแบบ 2 แกน และ 3 แกน ในจุดที่กำหนดตามรูปแบบผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด เพื่อให้สามารถนำไปประกอบกับชิ้นงานอื่นตามแบบที่กำหนดได้ โดยจะมีฝ่ายตรวจสอบคุณภาพทำการสุ่มตรวจสอบขนาดและลักษณะชิ้นงานหน้าเครื่องจักรทุกชั่วโมง และมีการตรวจสอบโดยใช้แท่นยึดกำหนดตำแหน่ง (Jig Gauge) เพื่อตรวจสอบขนาดและตำแหน่งของส่วนที่จะใช้ประกอบกับชิ้นส่วนอื่นๆว่าเป็นไปตามที่กำหนดทุกชิ้น

ทั้งนี้ บริษัทอาจทำการว่าจ้างบริษัทภายนอกในการตกแต่งชิ้นงานด้วยเครื่องจักร หากชิ้นงานบางส่วนจำเป็นต้องได้รับการตกแต่งด้วยเครื่องจักรที่มีความแม่นยำเป็นพิเศษ หรือมีลักษณะที่ต้องการการตกแต่งที่เครื่องจักรของบริษัทไม่สามารถดำเนินการได้ หรือกำลังการผลิตของบริษัทไม่เพียงพอ เป็นต้น

- การตรวจสอบคุณภาพชิ้นงานสำเร็จ

ชิ้นงานที่ได้ผ่านขั้นตอนการตกแต่งด้วยเครื่องจักรจะได้รับการสุ่มตรวจคุณภาพโดยละเอียด โดยใช้เครื่องมือวัด 3 แกน และเครื่องมือต่างๆ ก่อนที่จะส่งไปยังคลังสินค้าเพื่อบรรจุหีบห่อต่อไป

- การบรรจุหีบห่อ

พนักงานแผนกคลังสินค้าจะทำการตรวจนับจำนวนสินค้าให้ตรงกับป้ายสินค้า แล้วบรรจุหีบห่อตามที่กำหนด เพื่อเตรียมการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าต่อไป

โดยบริษัทมีมาตรการตรวจสอบต้นทุนโดยกำหนดนโยบายสำหรับการพิจารณาสำหรับรายการสินค้าที่ขายขาดทุน ซึ่งระบุให้ฝ่ายบัญชีต้นทุนทำการวิเคราะห์ทุกสิ้นงวดไตรมาส และมีการติดตามผลของรายการสินค้าที่ขายขาดทุน พร้อมรายงานให้แก่ผู้บริหารทุกสิ้นเดือน

3.4.4 การจัดหาวัตถุดิบในการผลิต

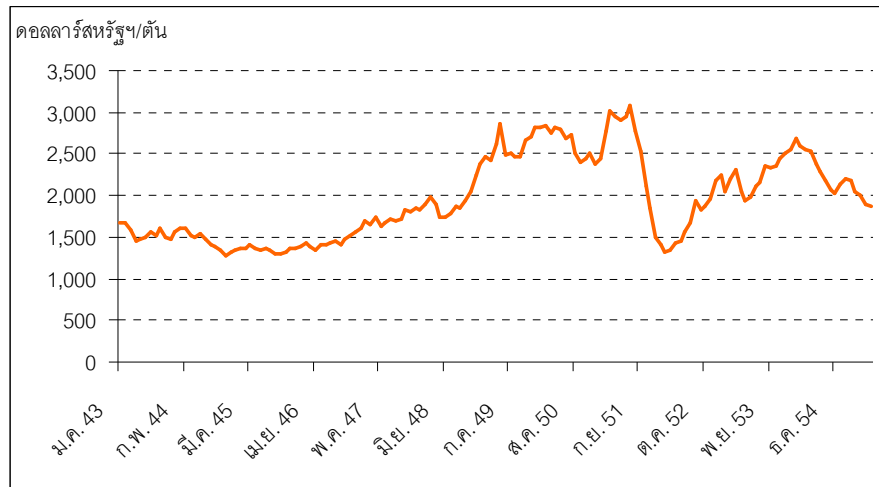
บริษัทเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนอลูมิเนียมฉีดขึ้นรูปและชิ้นส่วนสังกะสีฉีดขึ้นรูปตามคำสั่งซื้อของลูกค้า โดยอลูมิเนียมและสังกะสีซึ่งเป็นวัตถุดิบของบริษัทจะเป็นอลูมิเนียมอัลลอยและสังกะสีอัลลอย ซึ่งอลูมิเนียมและสังกะสีซึ่งมีส่วนผสมของธาตุอื่นๆ ทำให้มีลักษณะและคุณสมบัติที่แตกต่างกันตามความเหมาะสมของแต่ละชิ้นงาน ดังนั้น สัดส่วนการสั่งซื้อวัตถุดิบจะขึ้นอยู่กับปริมาณการสั่งซื้อสินค้าแต่ละประเภท โดยที่ผ่านมาชิ้นงานส่วนใหญ่ที่บริษัทได้รับคำสั่งซื้อเป็นชิ้นงานอลูมิเนียม โดยบริษัทได้มีการสั่งซื้ออลูมิเนียมสำหรับการผลิตตั้งแต่ปี 2552 ปี 2553 ปี 2554 และปี 2555 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 62.27 ร้อยละ 73.62 ร้อยละ 69.21 และร้อยละ 57.83 ของมูลค่าการสั่งซื้อวัตถุดิบทั้งหมด โดยบริษัทมีการสั่งซื้ออลูมิเนียมจากผู้จัดจำหน่ายทั้งหมด 7 ราย ซึ่งเป็นผู้จัดจำหน่ายในประเทศทั้งหมด เนื่องจากบริษัทมีนโยบายในการกระจายการสั่งซื้อวัตถุดิบเพื่อป้องกันความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายรายใดรายหนึ่งจึงได้กระจายการสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้จัดจำหน่ายครั้งละหลายราย โดยปริมาณการสั่งซื้อแต่ละรายจะแตกต่างกันตามราคาขายวัตถุดิบที่ผู้จัดจำหน่ายแต่ละรายเสนอมาซึ่งบริษัทจะได้รับใบเสนอราคาวัตถุดิบจากผู้จัดจำหน่ายแต่ละรายทุกเดือน โดยในงวดปี 2552 ปี 2553 ปี 2554 และปี 2555 บริษัทได้มีการสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้จำหน่าย 10 รายแรกที่มียอดสั่งซื้อสูงสุด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 87.20 ร้อยละ 87.02 ร้อยละ 82.27 และร้อยละ 76.64 ของยอดการสั่งซื้อทั้งหมด ตามลำดับ

ในการจัดหาวัตถุดิบนั้น บริษัทจะให้ความสำคัญกับคุณภาพวัตถุดิบเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ วัตถุดิบที่สั่งซื้อจะต้องอยู่ในระดับมาตรฐานตามที่กำหนดไว้ โดยบริษัทจะดำเนินการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบเบื้องต้นจากใบรับรองคุณภาพวัตถุดิบจากผู้จัดจำหน่ายที่มาพร้อมกับการนำส่งวัตถุดิบในแต่ละครั้ง จากนั้นบริษัทจะตัดชิ้นส่วนวัตถุดิบไปตรวจสอบว่ามีคุณภาพตามมาตรฐานที่ผู้จัดจำหน่ายแจ้งไว้ตามใบรับรองหรือไม่ โดยมีระยะเวลาการสั่งซื้อสินค้าประมาณ 1 - 2 วัน

ในการคัดเลือกผู้ขายวัตถุดิบนั้น บริษัทจะทำการประเมินผู้ขายวัตถุดิบว่าผ่านเกณฑ์การประเมินของบริษัทหรือไม่ แล้วจึงรวบรวมรายชื่อผู้ที่ผ่านประเมินไว้ในรายชื่อผู้ขายวัตถุดิบ จากนั้น เมื่อจะมีการสั่งซื้อวัตถุดิบดังกล่าว จะทำการเทียบราคาจากผู้ขายวัตถุดิบในรายชื่อที่รวบรวมไว้อย่างน้อย 2 ราย แล้วจึงทำการคัดเลือกผู้ขายวัตถุดิบที่มีราคาและเงื่อนไขที่ดีที่สุด โดยบริษัทจะทำการประเมินผู้ขายวัตถุดิบทุกปี ปีละครั้ง

ทั้งนี้ เนื่องจากราคาของอลูมิเนียมมีความผันผวนค่อนข้างสูงในช่วงที่ผ่านมา บริษัทจึงมีการติดตามความเคลื่อนไหวราคาอลูมิเนียมในตลาดอย่างใกล้ชิด อีกบริษัทยังมีการตกลงกับลูกค้าบางรายให้สามารถเปลี่ยนแปลงราคาของสินค้าให้สอดคล้องกับราคาวัตถุดิบได้ เมื่อราคาวัตถุดิบเพิ่มขึ้นจนถึงระดับตามที่ตกลงไว้ หรือมีการทบทวนราคาขายเป็นระยะตามรอบเวลาที่กำหนด

ราคาอณูนิยามระหว่างเดือนมกราคม 2543 – เดือนกรกฎาคม 2555



ที่มา: Monthly world prices of commodities and indices, World Bank

3.4.5 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทตระหนักถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อมและมีมาตรการในการป้องกันปัญหามลภาวะต่างๆ เพื่อให้แน่ใจว่าการผลิตของบริษัทจะไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้บริษัทยังได้จัดสรรงบประมาณในการดูแลสิ่งแวดล้อมอย่างเพียงพอ โดยได้สร้างบ่อบำบัดน้ำเสียภายในโรงงาน และได้จ้างบริษัทภายนอก เข้ามาจัดการและกำจัดของเสียจากกระบวนการผลิตของบริษัท เช่น น้ำมันใช้แล้ว ภาชนะปนเปื้อน และกากตะกอนจากการบำบัดน้ำเสีย เป็นต้น

นอกจากนี้ บริษัทยังได้รับการรับรองการจัดการสิ่งแวดล้อมของบริษัทตามมาตรฐานสากล ISO 14001:2004 เมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2551 และยังได้รับเกียรติบัตรการเป็นสถานประกอบการอุตสาหกรรมที่ดำเนินงานตามหลักเกณฑ์ธรรมาภิบาลสิ่งแวดล้อม ในโครงการธรรมาภิบาลสิ่งแวดล้อม กระทรวงอุตสาหกรรม และใบรับรองอุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ 3 จากการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ มีมาตรการประเมินผล และทบทวนเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

3.5 สิทธิประโยชน์จากบัตรส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

การประกอบธุรกิจของบริษัทได้รับสิทธิประโยชน์จากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

เจ้าของบัตรส่งเสริม	บริษัท ชังโกะ ไดคาซตั้ง จำกัด (มหาชน)	บริษัท ชังโกะ ไดคาซตั้ง จำกัด (มหาชน)
บัตรส่งเสริมเลขที่	1352/2543	1090(2)/2554
1. วันที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน	6 กรกฎาคม 2543	26 มกราคม 2554
2. วันที่เริ่มใช้สิทธิตามบัตรส่งเสริมการลงทุน	6 กรกฎาคม 2543	1 เมษายน 2554
3. ประเภทกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน	การผลิตผลิตภัณฑ์โลหะรวมทั้งชิ้นส่วนโลหะสำหรับยานยนต์หรือชิ้นส่วนโลหะสำหรับผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์	กิจการผลิตผลิตภัณฑ์โลหะรวมทั้งชิ้นส่วนโลหะ
4. สิทธิประโยชน์สำคัญที่บริษัทได้รับ		
4.1 การยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักร	จะต้องนำเข้ามาก่อนวันที่ 6 กรกฎาคม 2545	จะต้องนำเข้ามาก่อนวันที่ 26 กรกฎาคม 2556
4.2 การยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมนับแต่วันที่มีรายได้จากการประกอบกิจการนั้น	มีกำหนดเวลา 8 ปี และยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลในอัตราร้อยละ 50 ของอัตราปกติมีกำหนดเวลา 5 ปี นับจากวันที่พ้นกำหนดตามวรรคแรก	รวมกันไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุน ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนมีกำหนดเวลา 8 ปี และยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลในอัตราร้อยละ 50 ของอัตราปกติมีกำหนดเวลา 5 ปี นับจากวันที่พ้นกำหนดตามวรรคแรก
4.3 การยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมซึ่งได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลตามข้อ 4.2 ไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้	8 ปี	8 ปี
4.4 การอนุญาตให้หักค่าขนส่ง ค่าไฟฟ้า และค่าประปา สองเท่าของค่าใช้จ่าย นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการ	10 ปี	10 ปี

3.6 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -