

3. การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจออกแบบ สร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์และติดตั้งระบบวิศวกรรมที่เกี่ยวข้องกับยานยนต์เพื่อการพาณิชย์ รวมทั้งเป็นผู้ผลิตเทคโนโลยีเกี่ยวกับระบบราง โลจิสติกส์ และอุตสาหกรรมป้องกันประเทศในระดับโลก เข้ากับการจัดการอย่างมืออาชีพ ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เป็นการผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า (Made to Order) ให้กับภาคเอกชน และหน่วยงานราชการ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

บริษัทฯ มีการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง โดยคำนึงถึงความถูกต้องตามเกณฑ์มาตรฐานของประกาศกรมขนส่งทางบก จนได้รับการรับรองการขึ้นทะเบียนให้เป็นผู้ผลิตระดับ 1 ตามประกาศกรมขนส่งทางบก เรื่องหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขในการให้ความเห็นชอบแชสซีและตัวถังรถที่ใช้ในการขนส่งสัตว์หรือสิ่งของ ลักษณะ 6 (รถพ่วง) ลักษณะ 7 (รถกึ่งพ่วง) และลักษณะ 8 (รถกึ่งพ่วงบรรทุกวัสดุยาว) พ.ศ.2553 ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทฯ เป็นที่ยอมรับจากลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ บริษัทฯ มีวิศวกรที่มีความเชี่ยวชาญและความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ สามารถให้คำแนะนำกับลูกค้าได้เป็นอย่างดี กอปรกับผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐาน และมีการควบคุมทุกกระบวนการออกแบบและการผลิต ตามข้อกำหนดของระบบคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001 และผ่านการรับรองระบบคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001 : 2008 จากสถาบัน TÜV NORD ประเทศเยอรมัน รวมทั้งผ่านการรับรองต่างๆ ตามมาตรฐานสากล อาทิ มาตรฐานความปลอดภัยของสินค้าที่นำเข้ามาและผลิตเพื่อจำหน่ายในสหภาพยุโรป (CE Mark), มาตรฐานความปลอดภัยของสินค้าตามข้อกำหนดของสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (IATA) เป็นต้น

นอกจากนี้ บริษัทฯ ไม่หยุดยั้งในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์หรืองานระบบวิศวกรรมต่างๆ โดยที่มิจัยและพัฒนาของบริษัทฯ ได้ออกแบบนวัตกรรมสินค้ารูปแบบใหม่ และพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ทุกผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ออกแบบหรือเป็นผู้คิดค้นนวัตกรรมดังกล่าว จะดำเนินการขอขึ้นทะเบียนกับกรมทรัพย์สินทางปัญญา ปัจจุบันบริษัทฯ ได้รับอนุสิทธิบัตรมาแล้วหลายรายการ และอยู่ระหว่างขอขึ้นทะเบียนขอรับอนุสิทธิบัตร หรือสิทธิบัตรการประดิษฐ์ หรือสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ จากกรมทรัพย์สินทางปัญญาอีกกว่า 100 รายการ

#2 อธิบาย
เพิ่มให้ชัดเจน

3.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทฯ ได้แบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์และบริการออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผลิตภัณฑ์มาตรฐาน (Standard Product), กลุ่มผลิตภัณฑ์ออกแบบพิเศษ (Special Design Product) และกลุ่มบริหารโครงการและงานบริการ (Project Management and Services) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์มาตรฐาน (Standard Product)

กลุ่มผลิตภัณฑ์มาตรฐาน หมายถึง กลุ่มรถบรรทุก รถพ่วง-กึ่งพ่วงทั่วไป ที่ลูกค้าสั่งซื้อเพื่อนำไปใช้ขนส่งสินค้าตามความต้องการเฉพาะ มีทั้งรถที่ใช้เพื่อการบรรทุกสินค้าอย่างเดียวโดยไม่ต้องการระบบวิศวกรรมที่มีเทคโนโลยีมากนัก หรือผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าสั่งผลิตตามแบบมาตรฐานของบริษัทฯ ซึ่งสามารถสรุปประเภทของรถในกลุ่มนี้และคุณสมบัติเบื้องต้น ตามลักษณะการใช้งานได้ดังนี้

1.1 รถบรรทุกมาตรฐาน (Standard Truck : STD)

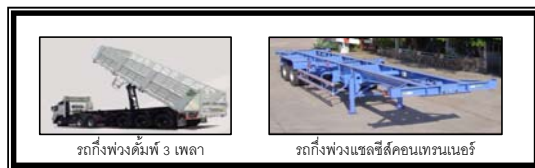
กลุ่มรถบรรทุก รถพ่วง-กึ่งพ่วง รูปแบบมาตรฐานทั่วไปซึ่งมีความแข็งแรงทนทาน และสามารถบรรทุกน้ำหนักได้ในปริมาณมาก โดยบริษัทฯ ได้ออกแบบโครงสร้างของระบบช่วงล่างเป็นอย่างดี เพื่อให้สามารถรองรับน้ำหนักได้มากที่สุดตามเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด แต่ในขณะเดียวกันก็ง่ายต่อการบังคับควบคุมยานพาหนะ สำหรับรถพ่วง และรถกึ่งพ่วง ที่บริษัทฯ สามารถผลิตและจำหน่ายให้แก่ลูกค้ามีความหลากหลาย เพื่อให้มีความเหมาะสมกับงานโดยเฉพาะ อาทิ

- 1) Truck chassis : หัวรถสำหรับนำมาประกอบกับตัวตู้ หรือพ่วงต่างๆ
- 2) Full Trailer : รถพ่วงที่ให้ Truck chassis ลากจูงโดยใช้แชนลาก สามารถออกแบบและผลิตได้หลายลักษณะ อาทิ รถพ่วงพื้นเรียบ, รถพ่วงกระบะคอกสูง, รถพ่วงตู้บรรทุกสำหรับบรรจุสินค้าแห้ง, รถพ่วงตู้บรรทุกทำความเย็น สำหรับสินค้าแช่แข็ง, รถพ่วงคัมพ์ เป็นต้น
- 3) Semi-Trailer : รถกึ่งพ่วงที่ใช้การลากจูงแบบใช้หัวลากที่ติดตั้งจานลาก สามารถผลิตได้หลายลักษณะ อาทิ รถกึ่งพ่วงคัสซีคอนเทนเนอร์, รถกึ่งพ่วงพื้นเรียบ, รถกึ่งพ่วงคัมพ์, รถกึ่งพ่วงตู้บรรทุกสินค้า เป็นต้น
- 4) Beverage Truck : เป็นรถสำหรับใช้ในการขนส่งเครื่องดื่ม มีลักษณะพิเศษ คือ สามารถบรรจุสินค้าได้มากขึ้น และสามารถเปิดจากด้านข้างด้วยระบบไฮดรอลิค ทำให้ง่ายต่อการขนถ่ายสินค้าและ สามารถป้องกันสินค้าจากฝนและฝุ่นจากข้างนอก โดยบริษัทฯ ได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีจาก Hackney ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นผู้ผลิตตู้รถดื่มเนียมรายใหญ่ของโลก

ภาพตัวอย่างรถกระบะคัมพ์ และรถพ่วง



ภาพตัวอย่างรถกึ่งพ่วง



1.2 งานติดตั้งระบบ NGV (NGV Products : NGV)

บริษัทฯ รับผิดชอบติดตั้งเครื่องยนต์ NGV และถัง NGV ให้กับรถพ่วง และรถบรรทุกขนส่งทุกประเภท ซึ่งเป็นทางเลือกใหม่ในการใช้พลังงานที่คุ้มค่ากับสภาวะราคาน้ำมันที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน อาทิ การติดตั้งระบบ NGV แบบ 100%, การติดตั้งระบบ NGV แบบเชื้อเพลิงร่วม เป็นต้น บริษัทฯ เป็นผู้ติดตั้งเครื่องยนต์ NGV ให้กับรถบัสประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) และติดตั้งถังสำหรับบรรทุกแก๊ส NGV ให้กับ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

ภาพตัวอย่างงานติดตั้งระบบ NGV



1.3 งานขึ้นรูปและประกอบตู้โลหะ (Fabrication Works, others : FAB)

บริษัทฯ มีเครื่องตัดเลเซอร์ที่ทันสมัย และเครื่องจักรในการพับ และเชื่อมโลหะ จึงสามารถทำงานขึ้นรูป งานเชื่อม และประกอบตู้โลหะ อาทิ ตู้อลูมิเนียม เป็นต้น เพื่อนำไปติดตั้งบนแชสซีรถบรรทุกหรือรถพ่วง-กึ่งพ่วง โดยบริษัทฯ สามารถ ออกแบบและประกอบตู้โลหะให้เหมาะสมกับแชสซีรถทุกรุ่น ทุกยี่ห้อได้ รวมทั้งออกแบบและพัฒนาการผลิตตู้โครงสร้าง อลูมิเนียมทนแรงดึงสูง สำหรับติดตั้งอุปกรณ์สื่อสารสำหรับอุตสาหกรรมป้องกันประเทศเพื่อส่งออก

ภาพตัวอย่างงานขึ้นรูปและประกอบตู้โลหะ



1.4 งานถ่ายทอดเทคโนโลยี (Know How)

บริษัทฯ เป็นผู้ออกแบบคิดค้นและพัฒนาในรูปแบบตัวถังรถหลากหลายประเภท โดยเป็นเจ้าของแบบตัวถังรถ **มากมาย** ซึ่งได้รับอนุสิทธิบัตรแล้วจำนวน 6 รายการ และ/หรือรวมทั้งอยู่ระหว่างการขึ้นทะเบียนขอรับอนุสิทธิบัตร หรือสิทธิบัตร การประดิษฐ์ หรือสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ จากกรมทรัพย์สินทางปัญญาอีกจำนวนมาก รวมทั้ง ทีมงานของบริษัทฯ เป็นผู้มีความชำนาญในการประกอบตัวถังและติดตั้งระบบวิศวกรรมที่เกี่ยวข้องกับตัวถังรถบรรทุก รถพ่วง-กึ่งพ่วง มายาวนาน บริษัทฯ จึงได้มีการให้สิทธิในการใช้แบบผลิตภัณฑ์ และให้บริการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตสินค้าบางรายการ เช่น แบบแชสซีคอนเทนเนอร์, เทคโนโลยีในการประกอบตู้ไฟเบอร์กลาสน้ำหนักเบา เป็นต้น ให้แก่ลูกค้าซึ่งเป็นกลุ่มผู้ประกอบการผลิตและประกอบตัวถังรถบรรทุก รถพ่วง-กึ่งพ่วงในต่างประเทศ อาทิ ประเทศอินเดีย ประเทศเวียดนาม เป็นต้น โดยบริษัทฯ จะได้รับค่าถ่ายทอดเทคโนโลยี (ค่า Know how Fee หรือค่า Royalty Fee) ตามจำนวนสินค้าที่ลูกค้าผลิตโดยอาศัยแบบหรือเทคโนโลยีของบริษัทฯ

#2 อธิบาย
เพิ่มให้ชัดเจน

#1 อธิบาย
เพิ่มเติมให้
ชัดเจน

2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ออกแบบพิเศษ (Special Design Product)

กลุ่มผลิตภัณฑ์ออกแบบพิเศษ หมายถึง กลุ่มรถบรรทุก รถพ่วง-กึ่งพ่วง ที่ต้องมีการออกแบบพิเศษตามความต้องการใช้งานของลูกค้า ผลิตภัณฑ์ที่ต้องอาศัยเทคโนโลยีที่สลับซับซ้อน ต้องการระบบวิศวกรรมที่แม่นยำในการใช้งาน ซึ่งสามารถสรุปประเภทของรถในกลุ่มนี้และคุณสมบัติเบื้องต้น ตามลักษณะการใช้งานได้ดังนี้

2.1 รถสนับสนุนภาคพื้นดินภายในสนามบิน (Ground Support Equipment : GSE)

เป็นกลุ่มรถรูปแบบพิเศษสำหรับใช้ในสนามบินที่มีการออกแบบทางวิศวกรรมเฉพาะ และใช้เทคโนโลยีระบบวิศวกรรมที่สลับซับซ้อนและทันสมัย ผลิตภัณฑ์ต้องมีคุณภาพสูงและผ่านมาตรฐานระดับสากลที่เข้มงวดจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการบิน เช่น องค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (ICAO), สมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (IATA), หน่วยงานการทำอากาศยานของแต่ละประเทศ เป็นต้น รถสนับสนุนภาคพื้นดินภายในสนามบินนี้เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ทำรายได้ให้แก่บริษัทฯ ในสัดส่วนสูงสุดมาตลอดอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะ รถลำเลียงอาหารสำหรับเครื่องบิน (Catering Hi-loaders Truck) ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลักที่บริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้ากลุ่มธุรกิจการบินทั้งในประเทศและจากนานาชาติ บริษัทฯ มีผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้หลากหลายประเภท อาทิ

1) รถลำเลียงอาหารสำหรับเครื่องบิน (Catering Hi-loaders Truck) : เป็นรถที่ใช้ในการลำเลียงอาหารจากครัวการบินซึ่งเป็นหน่วยบริการภาคพื้นดิน (In-flight services) ขึ้นสู่เครื่องบินเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าสายการบิน โดยบริษัทฯ ได้รับการถ่ายทอดแบบโครงสร้างผลิตภัณฑ์รุ่นแรกๆ รวมถึงเทคโนโลยีการประกอบตัวถังและติดตั้งระบบวิศวกรรมมาจาก DOLL ประเทศเยอรมัน และร่วมพัฒนาแบบโครงสร้างและงานระบบวิศวกรรมกันมาอย่างต่อเนื่อง จนถึงปัจจุบันบริษัทฯ สามารถพัฒนาแบบโครงสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ สำหรับเครื่องบินทั้งรุ่นเก่าและรุ่นใหม่ให้เหมาะสมกับเครื่องบินทุกรุ่นทุกขนาดได้ รวมทั้งพัฒนาเทคโนโลยีการประกอบตัวถังและติดตั้งระบบวิศวกรรมได้ด้วยฝีมือของทีมงานวิศวกรคนไทยทั้งหมด โดยความภูมิใจล่าสุดของบริษัทฯ คือ รถลำเลียงอาหารสำหรับเครื่องบินแอร์บัส A380 ซึ่งปัจจุบันนับว่าเป็นเครื่องบินที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก และต้องอาศัยเทคโนโลยีระบบวิศวกรรมที่เที่ยงตรง แม่นยำอย่างมาก ปัจจุบันในทั่วโลกมีผู้ผลิตเพียง 3 รายเท่านั้น โดยบริษัทฯ เป็นผู้ผลิตรายหนึ่งที่สามารถผลิตได้ รถลำเลียงอาหารสำหรับเครื่องบินแอร์บัส A380 คันแรกของบริษัทฯ ได้ส่งมอบไปยัง Emirates Flight Catering ในปี 2549

จุดเด่นของรถลำเลียงอาหารสำหรับเครื่องบินของบริษัทฯ คือ มีการออกแบบให้ครอบคลุมการใช้งานสำหรับเครื่องบินทุกขนาด ตั้งแต่เล็ก-กลาง-ใหญ่ มีการออกแบบที่ทันสมัยมีความเหมาะสมกับลักษณะการใช้งาน เช่น แบบ Half Cap Hi-loaders แบบ Low Cap Hi-loaders แบบ Normal Cap Hi-loaders เป็นต้น มีสมรรถนะความแข็งแรงทนทานสามารถออกแบบทางวิศวกรรมให้เหมาะสมกับสภาพภูมิอากาศในประเทศที่ลูกค้านำไปใช้งาน เช่น ประเทศในแถบตะวันออกกลาง ซึ่งรถลำเลียงอาหารสำหรับเครื่องบินจะต้องสามารถรักษาระดับอุณหภูมิและความสะอาดของอาหารที่บรรจุอยู่ภายในได้ รถลำเลียงอาหารสำหรับเครื่องบินของบริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าในเรื่องระบบการทำงานที่เที่ยงตรงและความง่ายในการรักษาความสะอาด สามารถปรับระดับการขึ้นลงได้ตามความต้องการในการใช้งานของเครื่องบินในแต่ละรุ่น ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 ขนาด ดังนี้

#1 ปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน

รุ่น	ความยาว (หน่วย : เมตร)	ความสูง (หน่วย : เมตร)	น้ำหนักบรรทุก (หน่วย : กิโลกรัม)	รุ่นเครื่องบิน
a) X-Cat L	7.8 - 8.5	7 - 8	4,500	Airbus A380 ¹
b) X-Cat M	6.5 - 7.7	5 - 6	5,000	1) รุ่นที่มีความสูง 6 เมตร อาทิ รุ่น A340, รุ่น B777, รุ่น B747, รุ่น MD11, รุ่น DC10, รุ่น A310 เป็นต้น 2) รุ่นที่มีความสูง 5 เมตร อาทิ รุ่น B767, รุ่น B757 เป็นต้น
c) X-Cat S	4.5 - 5.0	1 - 4	2,500	1) รุ่นที่มีความสูง 4 เมตร อาทิ รุ่น A321, รุ่น A320 2) รุ่นที่มีความสูง 3 เมตร อาทิ รุ่น B727, รุ่น B737, MD80 เป็นต้น 3) รุ่นที่มีความสูง 2 เมตร อาทิ รุ่น F100, รุ่น F28, รุ่น AVRO RJ Saab 340, รุ่น F27 เป็นต้น 4) รุ่นที่มีความสูง 1 เมตร อาทิ HEIGHT IN METERS เป็นต้น

หมายเหตุ : /1 - เมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2554 บริษัทฯ ได้รับรางวัลนวัตกรรมยอดเยี่ยมจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สำหรับการผลิต Catering Hi-loaders Truck รุ่น X-Cat L สำหรับ Airbus A380

ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์ Catering Hi-loaders Truck



2) รถบันไดขึ้นเครื่องบิน (Passenger Stairway) : เป็นรถบันไดสำหรับใช้ในการขึ้น-ลงเครื่องบินของผู้โดยสารแทนทางขึ้น-ลงแบบวงช้าง ซึ่งเป็นอีกหนึ่งผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ที่มีคุณภาพสูงและผ่านมาตรฐานระดับสากลที่เข้มงวดจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการบิน

ภาพตัวอย่างรถบันไดขึ้นเครื่องบิน



3) รถบันไดกู้ภัย (Rescue Stairs Vehicle) : เป็นรถบันไดกู้ภัย สำหรับใช้ในการขึ้น-ลง เครื่องบินในกรณีฉุกเฉิน ซึ่งบริษัทฯ ได้ออกแบบและผลิตรถบันไดกู้ภัยสำหรับเครื่องบินแอร์บัส A380 ด้วย ซึ่งปัจจุบันถือว่าเป็นเครื่องบินที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก

ภาพตัวอย่างรถบันไดกู้ภัย



4) รถติดตั้งอุปกรณ์สนับสนุนภาคพื้นดินอื่นๆ : บริษัทฯ รับจ้างออกแบบ และผลิต ให้กับสายการบินต่างๆ อาทิ รถซ่อมบำรุงเครื่อง, รถขนกระเป๋, รถลำเลียงผู้ป่วย, รถดูดสิ่งปฏิกูล, Water Tank เป็นต้น

ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์อื่นๆ



รถซ่อมบำรุง

รถขนกระเป๋า

รถลำเลียงผู้ป่วย

เมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม 2555 ที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้ร่วมลงนามสัญญาเป็นพันธมิตรทางการค้ากับ HANAOKA SHARYO Co.,Ltd. จากประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นบริษัทที่มีชื่อเสียงมานานในการผลิตและประกอบรถบริการใช้งานในสนามบินต่างๆ ทั่วโลก เช่น รถเข็นกระเป๋าเดินทาง รถลากกระเป๋า รถลำเลียงกระเป๋าขึ้นเครื่องบิน เป็นต้น เพื่อร่วมเป็นพันธมิตรในการผลิตและทำการตลาดในกลุ่มผลิตภัณฑ์ Ground Support Equipment ร่วมกัน (ศึกษารายละเอียดในหัวข้อ 2.3 สัญญาที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ)

2.2 รถดับเพลิงและรถกู้ภัย (Fire Fighting Truck : FFT)

เป็นกลุ่มรถรูปแบบพิเศษสำหรับใช้ในการดับเพลิงและกู้ภัยในกรณีที่เกิดเหตุอัคคีภัยทั้งในที่ราบและอาคารสูง โดยบริษัทฯ ได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากผู้ผลิตรถดับเพลิงและรถกู้ภัยรายใหญ่ของโลกทางแถบยุโรป รถดับเพลิงและรถกู้ภัยของบริษัทฯ มีจุดเด่นที่มีคุณสมบัติแตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่น อาทิ

- 1) รถดับเพลิงและกู้ภัยสำหรับอาคารสูง : บริษัทฯ ได้ออกแบบและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตจนสามารถออกแบบรถกู้ภัยที่มีบันไดสูงสุดได้ถึง 53 เมตร โดยมีการผลิตและจำหน่ายครั้งแรกเมื่อปี 2553 ส่งมอบให้กับเทศบาลเมืองปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
- 2) บั้มดูดน้ำและใบพัด : ผลิตจากวัสดุอัลลอย ซึ่งมีความทนทานต่อทุกสภาพน้ำ สามารถใช้ได้กับ น้ำจืด น้ำเค็ม และน้ำกล่อย
- 3) แร่งดูดน้ำ : สามารถปรับความดันสำหรับดูดน้ำได้ตามความต้องการของลูกค้าที่ลูกค้ากำหนด

จากคุณสมบัติที่แตกต่างดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เป็นที่ต้องการจากกลุ่มลูกค้าต่างประเทศ อาทิ บังกลาเทศ, ศรีลังกา เป็นต้น และกลุ่มลูกค้าในประเทศ ทั้งหน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจ อาทิ องค์การบริหารส่วนตำบล, การไฟฟ้าฝ่ายผลิต และ บริษัท ปตท.สผ. จำกัด (มหาชน) เป็นต้น

รถกู้ภัย ภายในตัวรถเป็นแบบตู้เก็บอุปกรณ์กู้ภัย พร้อมประตูปานเลื่อนทำด้วยอลูมิเนียมสามารถกันน้ำได้ ภายในมีลิ้นชักแบบรางเลื่อนทั้งแนวนอนและแนวตั้ง ส่วนด้านล่างของประตูปานเลื่อนถัดจากห้องโดยสารสามารถเปิดออกเป็นบันไดได้ และภายในตู้เก็บอุปกรณ์จะมีการติดตั้งอุปกรณ์กู้ภัยและช่วยชีวิตเบื้องต้นไว้ภายใน

ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์รถดับเพลิงและรถกู้ภัย



2.3 ยานยนต์สำหรับกองทัพ (Military Products : MILITARY)

เป็นกลุ่มรถรูปแบบพิเศษเฉพาะสำหรับการใช้งานในกองทัพเท่านั้น ไม่ว่าจะเป็น กองทัพบก, กองทัพอากาศ, กองทัพเรือ บริษัทฯ สามารถออกแบบยานยนต์สำหรับกองทัพให้เหมาะสมกับลักษณะการใช้งานที่ทางกองทัพต้องการได้ โดยที่ผ่านมารบริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจจากกองทัพให้ผลิตและปรับปรุงยานยนต์รูปแบบต่างๆ อาทิ รถยนต์บรรทุกขนาดเบา แบบ 50 และแบบ 51 (M1) ขับเคลื่อนแบบ 4x4 (หลังคาผ้าใบ, หลังคาเหล็ก และหลังคาไฟเบอร์), ปรับปรุงสภาพรถบรรทุก รุ่น M817 และรุ่น M35A2, รถลำเลียงพล เป็นต้น

ภาพตัวอย่างรถที่ใช้ในกิจการกองทัพ



2.4 งานซ่อมบำรุงและปรับปรุงรถไฟ (Rolling Stock Business : RSB)

เป็นกลุ่มงานรถไฟที่บริษัทฯ ได้เป็นผู้ออกแบบปรับปรุงตู้รถไฟให้เหมาะสมกับลักษณะการใช้งานและความต้องการของลูกค้า โดยในปี 2548 บริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจจากการรถไฟแห่งประเทศไทย ให้เป็นผู้ปรับปรุงตู้รถไฟจากตู้พัดลมชั้น 3 เป็นตู้แอร์ชั้น 2 จำนวนทั้งสิ้น 20 ตู้ ซึ่งได้ส่งมอบให้แก่การรถไฟแห่งประเทศไทยเมื่อปี 2549 เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ภาพตัวอย่างงานซ่อมบำรุงและปรับปรุงรถไฟ



2.5 รถพ่วง และรถกึ่งพ่วงพิเศษ (Special Full Trailer/Semi-Trailer : SPC)

บริษัทฯ สามารถผลิตรถกึ่งพ่วงออกแบบพิเศษได้ตั้งแต่ขนาด 5 เพลา, 6 เพลา และรถพ่วงขนาด 14 เพลา และ 16 เพลา เพื่อใช้ในการขนส่ง อาทิ เครื่องจักรกลหนัก, โบกี้รถไฟ เป็นต้น หรือใช้เป็นรถอเนกประสงค์ บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตรถพ่วงพิเศษ 16 เพลา ให้กับทางพิเศษแห่งประเทศไทย เพื่อบรรทุกชิ้นส่วนถนนคอนกรีตสำเร็จรูป สำหรับใช้ในการประกอบถนนเป็นทางด่วน ซึ่งถือว่าเป็นรถพ่วงที่ยาวที่สุดในแถบภูมิภาคเอเชียอาคเนย์ ด้วยความยาวกว่า 24 เมตร (ไม่รวมแขนลาก) รองรับน้ำหนักระหว่าง 100-160 ตัน/ก้อน โดยระบบการทำงานของเพลาทั้ง 16 เพลา มีความสัมพันธ์กับรัศมีการเลี้ยวของหัวรถลาก ทำให้รถพ่วงที่มีขนาดใหญ่สามารถหักเลี้ยวได้ง่ายขึ้น หากมีความจำเป็นจะต้องเลี้ยวให้มีรัศมีวงเลี้ยวที่แคบลงหรือกว้างขึ้น ก็สามารถทำได้ด้วยการบังคับด้วยรีโมทคอนโทรล ระบบไฮดรอลิค ซึ่งทุกล้อมีความเป็นอิสระแยกออกจากกัน นอกจากนี้ยังสามารถปรับระดับความสูงต่ำของพื้นบรรทุกได้ระหว่าง ± 300 มิลลิเมตร

ภาพถ่ายตัวอย่างรถพ่วงพิเศษ



3. กลุ่มบริหารโครงการและงานบริการ (Project Management and Services)

กลุ่มบริหารโครงการและงานบริการ หมายถึง กลุ่มงานบริการพิเศษที่บริษัทฯ ได้ผสมเทคโนโลยีด้านวิศวกรรมระดับสากลเข้ากับการบริหารอย่างมืออาชีพด้วยประสบการณ์และความเชี่ยวชาญของผู้บริหารและทีมงาน ทั้งด้านงานวิศวกรรมและด้านการบริหารที่สั่งสมมานาน จนบริษัทฯ สามารถนำเสนอบริการด้านการบริหารโครงการขนาดใหญ่ให้แก่ลูกค้าได้ ปัจจุบันบริษัทฯ มีการให้บริการแก่โครงการต่างๆ ดังนี้

3.1 ที่ปรึกษาโครงการสร้างเรือตรวจการไกลฝั่ง (Offshore Patrol Vessel : OPV)

ในปี 2552 บริษัทฯ และบริษัทที่เกี่ยวข้อง (บริษัท ขอนแก่น ช.ทวี (1993) จำกัด และ บริษัท วอลแลพ ทรัค แอนด์ บัส จำกัด) ได้ร่วมกันเข้ารับงานบริหารโครงการสร้างเรือตรวจการไกลฝั่ง (Offshore Patrol Vessel : OPV) ของกองทัพเรือ จากบริษัท อู่กรุงเทพ จำกัด โดยใช้แบบเรือจาก BAE SYSTEMS (ประเทศสหราชอาณาจักร) ซึ่งบริษัทฯ รับผิดชอบเป็นที่ปรึกษาใน ส่วนงานปรับปรุงแบบโครงสร้างเรือ งานปรับปรุงแบบงานระบบไฟฟ้าของเรือจากแรงดันไฟฟ้า 440 โวลต์ ให้ลดเหลือ 380 โวลต์ และบริษัทที่เกี่ยวข้องรับผิดชอบเป็นที่ปรึกษาด้านงานจัดซื้อ งานบริการการเงิน งานคลังสินค้า งานโลจิสติกส์ งาน IT และงานซ่อมบำรุง (รายละเอียดของโครงการ OPV สามารถศึกษาได้จากเว็บไซต์ www.theopv.com) โดยโครงการดังกล่าวใช้ระยะเวลาประมาณ 4 ปี คาดว่าจะสามารถส่งมอบเรือตรวจการไกลฝั่งลำนี้ได้ภายในปี 2556 ซึ่งนับว่าเป็นเรือตรวจการไกลฝั่งลำแรกของประเทศไทยที่สร้างโดยฝีมือคนไทยให้แก่กองทัพเรือ และปัจจุบันกองทัพเรือได้รับพระราชทานนามชื่อเรือลำนี้แล้วว่า "เรือหลวงกระบี่"



บริษัท อู่กรุงเทพ จำกัด ได้รับสิทธิจาก BAE SYSTEMS ในการนำแบบเรือไปใช้รับงานสร้างเรือตรวจการไกลฝั่งเพื่อการพาณิชย์ได้เป็นเวลา 10 ปี (ปี 2553-2562) บริษัทฯ จึงมีโอกาสที่จะรับงานบริหารโครงการสร้างเรือตรวจการไกลฝั่ง

#1 อธิบายเพิ่มเติมให้ชัดเจน

เพิ่มเติมอีก หากทางกองทัพเรือหรือบริษัท อู่กรุงเทพ จำกัด มีโครงการที่จะสร้างเรือลำใหม่เพื่อเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถการตรวจการณ์ทางทะเลให้กับกองทัพเรือ รวมถึงลูกค้าต่างประเทศที่ต้องการสร้างเรือและว่าจ้างให้บริษัท อู่กรุงเทพ จำกัด สร้างเรือตามแบบเรือดังกล่าว ทั้งนี้ บริษัทฯ และบริษัทที่เกี่ยวข้องได้มีทำสัญญาข้อตกลงไม่ทำธุรกิจแข่งขันกันกับ บริษัทฯ (รายละเอียดศึกษาได้จากหัวข้อ 2.11 มาตรการในอนาคตเพื่อป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์) ดังนั้น ในอนาคตหากมีการรับงานบริหารโครงการลักษณะดังกล่าวอีก บริษัทฯ จะเป็นผู้รับงานบริหารโครงการเพียงบริษัทเดียวเท่านั้น

3.2 โครงการบริการงานซ่อมบำรุงและศูนย์ซ่อมสำหรับ Linfox (Tesco-Lotus Project)

บริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจจากบริษัท ลินฟ็อกซ์ ทรานสปอร์ต (ประเทศไทย) จำกัด (“Linfox”) ให้เป็นผู้บริหารโครงการบริการงานซ่อมและศูนย์ซ่อมสำหรับรถบรรทุก รถพ่วง-กึ่งพ่วง ของโครงการ Tesco-Lotus ทั้งหมด โดยบริษัทฯ รับผิดชอบงานซ่อมบำรุงเพื่อรักษาสมรรถนะการใช้งานของรถทั้งหมดในโครงการ Tesco-Lotus และ Linfox มากกว่า 1,000 คัน ในศูนย์บริการซ่อมบำรุงของ Tesco-Lotus จำนวน 4 แห่ง ประกอบด้วย ศูนย์ลำลูกกา, ศูนย์วังน้อย, ศูนย์สามโคก และศูนย์บางบัวทอง

#1 อธิบายเพิ่มเติมให้ชัดเจน

3.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

3.2.1 การตลาด

1) กลยุทธ์ด้านสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ (Product)

บริษัทฯ มีนโยบายมุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ได้มาตรฐานคุณภาพระดับมาตรฐานสากล เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้า โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่นำไปใช้ในเชิงพาณิชย์ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (R&D) อย่างต่อเนื่อง ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้รับการรับรองด้านคุณภาพมาตรฐานในระดับสากล

บริษัทฯ มีการให้บริการแบบครบวงจรตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ไปจนถึงการบริการหลังการขาย โดยให้ความสำคัญตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบตามความต้องการของลูกค้าที่จะถูกสอบถามโดยละเอียดจากทีมงานฝ่ายขาย มีความพึงพอใจในการออกแบบตัวถังให้เหมาะสมกับแชสซีที่ลูกค้าเลือกใช้ การจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์และส่วนประกอบทุกชิ้นต้องมีคุณภาพผ่านมาตรฐานการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพตามระบบ ISO 9001 การผลิตใช้ระบบคอมพิวเตอร์ในทุกขั้นตอน ตั้งแต่เริ่มร่างชิ้นงานไปจนถึงชิ้นงานเสร็จที่มีความสมบูรณ์แบบ ผ่านการทดสอบการใช้งาน การให้บริการหลังการขายและการบำรุงรักษาเป็นอีกส่วนที่บริษัทฯ เน้นเป็นพิเศษเพื่อให้สอดคล้องกับหลักการดำเนินงานบริการของบริษัทฯ ที่ว่า “ลือที่หมุ่นนำเป็นปัจจัยสำคัญในการบริการงานขนส่งของท่าน และเราตระหนักถึงความสำคัญในจุดนี้ เราจึงเน้นบริการหลังการขายเป็นพิเศษ เพื่อให้จะให้ลือทุกล้อของรถบรรทุกท่านหมุ่นอยู่เสมอในทุกสถานการณ์”

ทั้งนี้ สำหรับผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ยังไม่มีความชำนาญในการผลิต หรือมีข้อกำหนดไม่ครบถ้วนตามข้อกำหนดของผู้ว่าจ้าง บริษัทฯ จะหาพันธมิตรทางธุรกิจที่มีความชำนาญ และมีศักยภาพในการผลิต ผ่านการทำสัญญาร่วมมือทางธุรกิจหรือจัดตั้งนิติบุคคลขึ้นใหม่ในรูปแบบของกิจการร่วมค้า เพื่อที่จะได้สามารถกำหนดสัดส่วนในการลงทุน วัตถุประสงค์ของการจัดตั้ง อำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละฝ่าย ระยะเวลาในการดำเนินงานไว้ได้อย่างชัดเจนในแต่ละกรณี

2) กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

บริษัทฯ มีนโยบายการรับงานจากผู้ว่าจ้าง โดยคำนึงถึงความพร้อมของบุคลากรและทรัพยากรต่างๆ ก่อนเข้ารับงาน การกำหนดราคาสินค้าหรืองานบริการ บริษัทฯ มีนโยบายกำหนดราคาโดยพิจารณาจากต้นทุนบวกกำไรส่วนเพิ่ม (Cost Plus Margin) ต้นทุนทั้งหมดของผลิตภัณฑ์หรือบริการจะประกอบด้วย ต้นทุนวัสดุอุปกรณ์ ต้นทุนส่วนประกอบ ค่าแรงทางตรงที่คำนวณจากประมาณการชั่วโมงการผลิตที่คาดว่าจะต้องใช้ในการผลิต ค่าใช้จ่ายในการผลิต ต้นทุนทางการเงินและ

ค่าใช้จ่ายส่วนกลางที่ปันส่วนเข้างาน ค่าเผื่อเหลือเผื่อขาดของราคาวัสดุอุปกรณ์ และค่า warrantee เป็นต้น โดยที่ทีมงานฝ่ายวิศวกรรมและฝ่ายผลิตจะต้องร่วมกันถอดแบบโครงสร้างของผลิตภัณฑ์โดยละเอียดเพื่อนำไปประกอบในการคำนวณปริมาณวัสดุอุปกรณ์และชั่วโมงการผลิตได้ กรณีต้องมีการใช้วัสดุอุปกรณ์หรือส่วนประกอบที่ต้องสั่งซื้อจากต่างประเทศ จะมีการกำหนดค่าเผื่อเหลือเผื่อขาดสำหรับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเพิ่มเติมเข้าไปในการคำนวณต้นทุนด้วย อย่างไรก็ตาม ราคาที่เสนอให้แก่ลูกค้าจะต้องพิจารณาควบคู่กับระดับราคาที่สามารถแข่งขันได้ และให้สอดคล้องกับสภาวะตลาดเช่นกัน

ในกรณี มีการสั่งซื้อหรือส่งผลิตสินค้าระหว่างบริษัทฯ กับบริษัท ช.ทวี เทอร์โมเทค จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย จะมีนโยบายการกำหนดราคาซื้อขายระหว่างกันโดยพิจารณาจากต้นทุนทั้งหมดของผลิตภัณฑ์หรือบริการบวกส่วนต่างร้อยละ 5 เนื่องจากในบางกรณี ลูกค้ามีความต้องการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซึ่งจะต้องมีการนำตู้ห้องเย็นไฟเบอร์กลาสน้ำหนักเบา มาประกอบติดตั้งด้วย หรือลูกค้าสั่งซื้อตู้ห้องเย็นไฟเบอร์กลาสน้ำหนักเบาจากบริษัทย่อยแต่จะต้องมีการประกอบและติดตั้งตู้ห้องเย็นไฟเบอร์กลาสน้ำหนักเบาเชื่อมเข้ากับแชสซีของรถบรรทุกหรือรถพ่วง-กึ่งพ่วง บริษัทย่อยจะทำใบสั่งงานมายังบริษัทฯ ให้เป็นผู้ประกอบและติดตั้งให้

3) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

บริษัทฯ เน้นการจำหน่ายสินค้าด้วยวิธีการขายตรง (Direct Sale) โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเชิงรุกจากทีมขายที่มีประสิทธิภาพผ่าน 2 ช่องทาง ได้แก่ การเข้าร่วมประมูลงาน และติดต่อผู้ว่าจ้างโดยตรง ซึ่งปัจจุบันฝ่ายขายของบริษัทฯ แบ่งออกเป็น 4 ทีม ประกอบด้วยทีมงานในประเทศ 3 ทีม และทีมขายต่างประเทศ 1 ทีม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ทีมขายในประเทศ

1.1 ทีมขายสำหรับลูกค้าเอกชน : เป็นทีมขายที่ทำหน้าที่ขายตรงให้กับกลุ่มลูกค้าเอกชนในประเทศ โดยมีรูปแบบการขาย 2 แบบ คือ

- ขายให้กับผู้ประกอบการธุรกิจขนส่ง หรือธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้า ผู้ประกอบการสามารถที่จะให้บริษัทจัดหาหัวรถให้ตามความเหมาะสม หรือ ผู้ประกอบการสามารถที่จะซื้อหัวรถมาจากตัวแทนจำหน่ายรถกระบะบรรทุกโดยตรง อาทิ MAN, VOLVO, HINO, ISUZU, MITSUBISHI เป็นต้น โดยนำมาให้บริษัทเป็นผู้ผลิตและติดตั้งประกอบตัวตู้ หรือรถพ่วงต่างๆ เข้ากับส่วนแชสซีของหัวรถ
- ขายผ่านบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถกระบะบรรทุก โดยทีมขายจะเข้าไปติดต่อกับตัวแทนจำหน่ายรถกระบะบรรทุกโดยตรง เพื่อผลิตและติดตั้งตัวตู้ หรือพ่วงต่างๆ ให้กับตัวแทนจำหน่าย เมื่อลูกค้าสั่งซื้อรถกระบะบรรทุก โดยให้ทางตัวแทนจำหน่ายผลิตและติดตั้งตัวตู้ หรือพ่วงต่างๆ ตัวแทนจำหน่ายจะส่งงานมายังบริษัทให้เป็นผู้ผลิตและติดตั้งอีกทอดหนึ่ง

1.2 ทีมขายสำหรับลูกค้าหน่วยงานราชการ : เป็นทีมขายที่เน้นการขายสินค้าให้กับหน่วยงานราชการ โดยสินค้าที่จำหน่ายเป็นสินค้าที่ผลิตมาใช้เฉพาะกิจ อาทิ รถบรรทุกขยะ, รถบรรทุกน้ำ, รถบรรทุกเสไฟฟ้า, รถขนเครื่องจักรกลหนัก เป็นต้น

1.3 ทีมขายเฉพาะกิจ หรือทีมขายพิเศษ : เน้นการขายสินค้าที่ใช้เฉพาะกิจ อาทิ ผลิตรถที่ใช้ในกองทัพ, หน่วยงานรัฐวิสาหกิจต่างๆ เป็นต้น

2. ทีมขายต่างประเทศ : เน้นการขายไปยังสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์ออกแบบพิเศษ ประเภท Ground Support Equipment (GSE) สำหรับใช้งานภายในสนามบิน เช่น รถลำเลียงอาหารขึ้นเครื่องบิน (Catering Hi-loaders Truck) ซึ่งจะมีขอบเขตการขายไปยังประเทศในโซนเอเชีย และโซนโอเชียเนีย ตามข้อตกลงกิจการร่วมค้า (Joint Venture) กับ Doll ประเทศเยอรมนี โดยบริษัทฯ จะขายผ่านตัวแทนจำหน่าย (Dealer) ในการเข้าไปประมูลงานของบริษัทลูกค้าในต่างประเทศ หรือในบางกรณีบริษัทฯ ก็จำหน่ายเองโดยตรงไปยังลูกค้าต่างประเทศ โดยมีข้อตกลงว่า Dealer จะเป็นผู้ช่วยประสานงานการดูแลซ่อมบำรุงผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ที่ส่งไปขายในต่างประเทศในช่วงระยะเวลารับประกัน

ของสินค้า ซึ่งทางบริษัทฯ ไม่ต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายบริการหลังการขายดังกล่าว ทั้งนี้หากบริษัทฯ จะทำการตลาดและเข้าเสนองานหรือร่วมประมูลงานของบริษัทลูกค้าในต่างประเทศโดยตรงจะมีต้นทุนสูงกว่าการขายผ่าน Dealer ซึ่งในปี 2555 บริษัทฯ มีสัดส่วนการขาย ดังนี้

- ประมาณร้อยละ 60 ของยอดการขายต่างประเทศ มาจากลูกค้าในฝั่งตะวันออกกลาง อาทิ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และ ซาอุดีอาระเบีย เป็นต้น
- ประมาณร้อยละ 30 ของยอดการขายต่างประเทศ มาจากลูกค้าในกลุ่มเอเชีย อาทิ สิงคโปร์, เกาหลี, จีน,ฮ่องกง, ญี่ปุ่น เป็นต้น นอกจากนี้ยังมี รถบันไดขึ้นเครื่องบิน (Passenger Stairway), รถบันไดกู้ภัย (Rescue Stairs Vehicle) และ อุปกรณ์สนับสนุนภาคพื้นดินอื่นๆ
- ประมาณร้อยละ 10 เป็นสินค้าอื่นๆ ที่บริษัทได้ขายไปยังทุกประเทศทั่วโลก อาทิ รถดับเพลิง, รถพ่วง และกึ่งพ่วง เป็นต้น

4)กลยุทธ์ด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ (Promotion)

1. บริษัทฯ เน้นการให้บริการอย่างใกล้ชิด และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้บริการหลังการขายกับกลุ่มลูกค้าต่างประเทศ เนื่องจากการสร้างความเชื่อมั่นและความเชื่อถือให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี อาทิ การให้คำปรึกษาและการซ่อมบำรุงเครื่องยนต์ด้วยระบบ IT ผ่านคอมพิวเตอร์ (Remote service) และการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการใช้งาน เป็นต้น อีกทั้งยังเน้นงานบริการหลังการขาย และมีการติดตามผลทุก 3 เดือน
2. บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์สินค้าของบริษัทฯ ไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายซึ่งเป็นผู้ใช้สินค้าโดยตรง โดยการนำเสนอผ่านสื่อต่างๆ อาทิ นิตยสาร งานแสดงสินค้า รวมทั้งสื่อทางอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เป็นต้น
3. บริษัทฯ มีการแบ่งกลุ่มสินค้าและทีมงานที่ดูแลอย่างชัดเจน ประกอบด้วย กลุ่มลูกค้าในประเทศ ลูกค้าต่างประเทศ ลูกค้าหน่วยงานราชการ และลูกค้ากลุ่มงานโครงการพิเศษ เป็นต้น ซึ่งทำให้สามารถดูแลและบริการ รวมทั้งตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

#1 อธิบายเพิ่มเติมให้ชัดเจน

3.2.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

บริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจขนส่งสินค้า ธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้าที่มีจุดกระจายสินค้าหลายแห่งทั่วประเทศ และหน่วยงานราชการ อาทิ กรุงเทพมหานคร, องค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดต่างๆ เป็นต้น โดยในการผลิตสินค้า บริษัทฯ จะผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า (Made to Order) โดยสามารถแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้ดังนี้

1. **กลุ่มลูกค้าในประเทศ** : ผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์ ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก คือกลุ่มลูกค้าหลักในประเทศ โดยส่วนใหญ่จะเป็นการจำหน่ายสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์มาตรฐาน เช่น รถพ่วง-กึ่งพ่วงพิเศษ, รถพ่วงดัมพ์-กระบะดัมพ์, รถลากจูงพร้อมรถกึ่งพ่วงแบบขานต่ำ, รถพ่วงตู้ไฟเบอร์กลาส, รถพ่วงพร้อมระบบ **หน้าจอดแสดงผลขนาดใหญ่พิเศษ (Presentation X-Lift)**, รถขนส่งก๊าซแบบท่อยาว, ตู้ห้องเย็น (ผลิตภัณฑ์ของบริษัทย่อย) เป็นต้น
2. **กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ** : ผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์ ผู้ประกอบการธุรกิจบริการบิน (airline catering) ผู้ประกอบการธุรกิจบริการภาคพื้นภายในสนามบิน (in-flight service) ผู้ประกอบการธุรกิจการบิน คือกลุ่มลูกค้าหลักต่างประเทศ โดยส่วนใหญ่จะเป็นการจำหน่ายสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์ออกแบบพิเศษ ประเภท

#2 อธิบายเพิ่มเติมให้ชัดเจน

Ground Support Equipment (GSE) สำหรับใช้งานภายในสนามบิน เช่น รถลำเลียงอาหารขึ้นเครื่องบิน (Catering Hi-loaders Truck) เป็นต้น

บริษัทฯ ไม่มีการพึ่งพิงลูกค้ารายใดรายหนึ่งอย่างมีนัยสำคัญ โดยบริษัทฯ สามารถสรุปตัวอย่างรายชื่อลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในอุตสาหกรรมให้ทราบพอสังเขป ดังนี้

ลำดับ	ชื่อลูกค้าในประเทศ	สินค้าที่ขาย
1	บริษัท ฮัลโล บางกอกไดรฟ์วิชั่น จำกัด	รถระบบ Presentation ติดตั้งบนรถ HINO, WULING
2	บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน)	Vacuum Truck, Trailer Platform for reparator ,Fire Truck
3	บริษัท เอก-ชัย ดีสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด	Dry van semi-trailer, Dry Cargo semi-trailer
4	บริษัท ดีเอ็กซ์ โฟเชอร์ คอมมูนิเคชั่น เน็ตเวิร์ค จำกัด	Baggage Cart, Potable Water Truck 500L, Catering Hi-Loader, Catering Half-cab, Lavatory Truck, Conveyer Belt.
5	อพท.เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี	รถพ่วง 19 คัน, รั้วน้ำ 6,000 ลิตร,รถบรรทุกขยะ 4 ลบ.เมตร,รถส่องสัตว์
6	หจก.นครหลวงเดินรถ	รถกึ่งพ่วงพื้นเรียบ 3 เพลา ,รถกึ่งพ่วงพื้นเรียบ 2 เพลา
7	บริษัท ว.ศรีประเสริฐ จำกัด	รถกึ่งพ่วงพื้นเรียบ 3 เพลา, กระบะพื้นเรียบ 10 ล้อ, รถพ่วงพื้นเรียบ 2 เพลา
8	บริษัท ซิโน-ไทย เอ็นจีเนียริ่ง แอนด์ คอนสตรัคชั่น จำกัด (มหาชน)	4 Axles Full Trailer , Counter Weight Basket
9	บริษัท ไทยน้ำทิพย์ จำกัด	รถกึ่งพ่วงบรรทุกตู้สินค้า, Hackney, กึ่งพ่วงบรรทุกแบบประตูท้าย (Shutter door)
10	บริษัท อีซูซุเสียนตันนครสวรรค์ จำกัด	กระบะดั้มพ์ 5 ลูกบาศก์เมตรพร้อมย้ายพวงมาลัย
11	การรถไฟแห่งประเทศไทย	เครื่องดันเพลาล้อ, ปรับปรุงโบกี้รถไฟ
12	บริษัท บางกอกแอร์เวย์ จำกัด	Baggage Cart, Potable Water Truck 500L, Catering Hii-Loader, Catering Half-cab
13	บริษัท สยามบริการการบิน จำกัด	Catering Hi-Loader
14	บริษัท เกทกรุเมท์ (ไทยแลนด์) จำกัด	CTV-DOLL Insulate Catering body
15	บริษัท สมุยปาล์มบิซริสอร์ท จำกัด	Catering Hi-Loader
16	บริษัท ไทย สกาย คอมมามันด์ จำกัด	Passenger Stairway Truck
17	บริษัท เอ็กเซล ดีสทริบิวชั่น (ประเทศไทย) จำกัด	Dry van body full-trailer
18	บริษัท ดีเอสแอล เอ็กซ์เพรส อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด	ตู้แห้ง P2 10 ล้อ, ตู้เย็น P2 10 ล้อ , รถพ่วงตู้แห้ง
19	บริษัท ลินฟอกซ์ ทรานสปอร์ต (ประเทศไทย) จำกัด	3 Axles Dry van semi-trailer, TMT GRP Refrigerated Box, 3 Axle Multi-temp Semi-trailer
20	บริษัท ฮีโน่มอเตอร์ส (ประเทศไทย) จำกัด	Modified Chassis FA212
21	บริษัท ซีว่า ลอจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด	รถตู้ไฟเบอร์กลาส P1
22	บริษัท เอสซี แครีเออร์ จำกัด	ตู้คอนเทนเนอร์บรรทุกปูน 20 ฟุต

ลำดับ	ชื่อลูกค้าต่างประเทศ	ประเทศ	สินค้าที่ขาย
1	DARWISH BIN AHMED & SON	สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	รถลำเลียงอาหารสำหรับเครื่องบิน
2	EMIRATES FLIGHT CATERING CO.LTD.,	สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	รถลำเลียงอาหารสำหรับเครื่องบิน
3	AL-FUTTAIM AUTO & MACHINERY COMPANY LLC.	สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	รถลำเลียงอาหารสำหรับเครื่องบิน
4	CATHAY PACIFIC CATERING	ฮ่องกง	รถลำเลียงอาหารสำหรับเครื่องบิน
5	REGAL MOTORS LTD.,	ฮ่องกง	รถลำเลียงอาหารสำหรับเครื่องบิน
6	PT.ANGKASA CITRA SARANA CATERING SERVICE CO.,LTD	อินโดนีเซีย	รถลำเลียงอาหารสำหรับเครื่องบิน
7	ROSENBAUER INTERNATIONAL AKTIENGESELLSCHAFT	ออสเตรีย	รถดับเพลิง
8	CHANGI INTERNATIONAL AIRPORT SERVICES	สิงคโปร์	รถลำเลียงอาหารสำหรับเครื่องบิน

ลำดับ	ชื่อลูกค้าต่างประเทศ	ประเทศ	สินค้าที่ขาย
9	SAIGON TRUNGDO JOIN STOCKS COMPANY	เวียดนาม	รถลำเลียงอาหารสำหรับเครื่องบิน
10	MARUMA TECHNICA	ญี่ปุ่น	รถพ่วง, รถกึ่งพ่วง
11	FUTUREBUD INTERNATIONAL.CO.LTD.,	ญี่ปุ่น	รถดับเพลิง

3.2.3 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ภาวะอุตสาหกรรม

ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทฯ ที่มียอดจำหน่ายสูงสุดในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา คือ กลุ่มผลิตภัณฑ์ออกแบบพิเศษ ประเภท Ground Support Equipment (GSE) สำหรับใช้งานภายในสนามบิน เช่น รถลำเลียงอาหารขึ้นเครื่องบิน (Catering Hi-loaders Truck) รองลงมาคือกลุ่มผลิตภัณฑ์มาตรฐาน ประเภทรถบรรทุก รถพ่วง-กึ่งพ่วง ซึ่งกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์ ดังนั้นในการวิเคราะห์ภาวะอุตสาหกรรมจะแบ่งออกเป็น 2 อุตสาหกรรม คือ ธุรกิจการบิน และธุรกิจโลจิสติกส์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ธุรกิจการบิน

สมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (IATA) ประมาณการจำนวนผู้โดยสารโดยเครื่องบินจะเพิ่มขึ้นเป็นกว่า 3.6 พันล้านคนภายในปี 2559 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 28.5 ในอีก 5 ปีข้างหน้า นับจากปี 2554 ซึ่งมีจำนวนผู้โดยสารโดยเครื่องบินจำนวน 2.8 พันล้านคน โดยร้อยละ 60 ของจำนวนผู้โดยสารที่เพิ่มขึ้นจะเป็นการเดินทางโดยเครื่องบินภายในประเทศ และอีกร้อยละ 40 เป็นการเดินทางระหว่างประเทศ โดยกลุ่มประเทศที่มีอัตราการเติบโตของจำนวนผู้โดยสารโดยเครื่องบินสูงสุด จะอยู่ในประเทศแถบเอเชีย-แปซิฟิก ประเทศแถบลาตินอเมริกา และประเทศในแถบตะวันออกกลาง ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่ (emerging economies countries) ผู้บริหารระดับสูงของ IATA ยังให้ความเห็นอีกว่าความต้องการในการเชื่อมต่อการเดินทางโดยสายการบินยังคงมีอยู่สูง ถึงแม้จะมีความไม่แน่นอนด้านปัญหาเศรษฐกิจในปัจจุบันก็ตาม อีกทั้งการเติบโตของการเดินทางโดยเครื่องบินจะส่งผลต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้อง อาทิ การบริการภาคพื้นดิน (in-flight service), การบริการครัวการบิน (airline catering) เป็นต้น เนื่องจากการแข่งขันในธุรกิจสายการบินจะไปเน้นที่รูปแบบของการบริการผู้โดยสารมากยิ่งขึ้น (ที่มา : IATA Forecasts 3.6 Billion Passengers in 2016, เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ใน Social Network)

ด้านธุรกิจการบินในภูมิภาคอาเซียน ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่าธุรกิจการบินในอาเซียนยังคงมีศักยภาพการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) หลังจากมีการเปิดเสรีธุรกิจการบินอย่างเต็มรูปแบบ รวมทั้งการเปิดเสรีการบินภายใต้ความร่วมมือในการจัดตั้งตลาดการบินร่วมอาเซียน (ASEAN Single Aviation Market) ศูนย์วิจัยกสิกรไทยยังอ้างอิงข้อมูลรายงานของบริษัทโบอิง (The Boeing Company) ที่คาดว่าในปี 2574 อาเซียนจะมีความต้องการเครื่องบินเพิ่มขึ้นเป็นประมาณ 3,480 ลำ จากในปี 2554 ที่มีเครื่องบินอยู่ประมาณ 1,140 ลำ เพื่อรองรับการเติบโตของเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน ศูนย์วิจัยกสิกรไทยยังคาดการณ์อีกว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจะมายังอาเซียนเพิ่มสูงขึ้นเกิน 100 ล้านคนในปี 2558 จากเดิมประมาณ 80 ล้านคนในปี 2554 (ที่มา : ศูนย์วิจัยกสิกรไทย)

ทั้งนี้ จากการที่จำนวนผู้โดยสารโดยเครื่องบินมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น จะส่งผลให้ต้องมีการเพิ่มจำนวนเที่ยวบินของสายการบินต่างๆ เพื่อรองรับจำนวนผู้โดยสาร และส่งผลให้กลุ่มธุรกิจครัวการบินแต่ละแห่งจำเป็นต้องเพิ่มจำนวนรถบริการขนส่งอาหารภายในสนามบิน (Catering Hi-loaders Truck) ให้สามารถบริการรองรับกับจำนวนเที่ยวบินที่เพิ่มขึ้นได้

#1 อธิบายเพิ่มเติมให้ชัดเจน

2. ธุรกิจโลจิสติกส์

ตั้งแต่ต้นปี 2555 ที่ผ่านมา ธุรกิจโลจิสติกส์กลับมามีความคึกคักมากขึ้น เนื่องจากได้รับปัจจัยบวกจากการฟื้นตัวของโรงงานที่ได้รับผลกระทบจากน้ำท่วม โรงงานได้กลับมาเร่งผลิตและเร่งกระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว การผ่อนคลายกฎระเบียบด้านการคมนาคมขนส่งข้ามพรมแดนภายใต้กรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) จะยิ่งเอื้ออำนวยให้การ

ไหลเวียนของระบบโลจิสติกส์ในภูมิภาคมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้การเติบโตของธุรกิจโลจิสติกส์ยังได้รับปัจจัยหนุนเฉพาะของธุรกิจคือการพัฒนาระบบเครือข่ายคมนาคมเชื่อมโยงภูมิภาค โดยมีประเทศไทยเป็นศูนย์กลางที่สำคัญ เนื่องจากประเทศไทยต้องการผลักดันบทบาทในการเป็นศูนย์กลางด้านโลจิสติกส์ในภูมิภาคอาเซียน จากจุดแข็งด้านทำเลที่ตั้งซึ่งเป็นเส้นทางผ่านที่เชื่อมไปถึงเกือบทุกประเทศในคาบสมุทรมอินโดจีน สำหรับเส้นทางที่มีกิจกรรมการขนส่งที่คึกคักนั้น จะเป็นเส้นทางที่เชื่อมโยงออกสู่ประเทศเพื่อนบ้าน อาทิ เส้นทาง R3A ที่เชื่อมโยงไทย-ลาว-จีน, เส้นทาง R8 R9 และ R12 ที่เชื่อมโยงไทย-ลาว-เวียดนาม-จีน ที่จะมีความสำคัญมากขึ้นในการขนส่งระหว่างประเทศอาเซียนตามแนวระเบียงเศรษฐกิจด้านตะวันออกและตะวันตก และเป็นเส้นทางเชื่อมต่อไปยังท่าเรือน้ำลึกทวายของพม่าในอนาคต เป็นต้น

จากข้อมูลสถิติการขนส่งประจำไตรมาสที่ 4 (กรกฎาคม-กันยายน 2555) ปีงบประมาณ 2555 ปรากฏว่าจำนวนรถบรรทุกจดทะเบียน (สะสม) ณ วันที่ 30 กันยายน 2555 มีจำนวนทั้งสิ้น 884,542 คัน เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปี 2554 ร้อยละ 4.88 โดยประเภทรถบรรทุกที่มีสัดส่วนสูงที่สุดรองลงมา 3 ลำดับแรก คือ รถกระบะบรรทุก, รถกึ่งพ่วง และรถพ่วง ตามลำดับ และจำนวนใบอนุญาตประกอบกิจการขนส่งด้วยรถบรรทุก (สะสม) ณ วันที่ 30 กันยายน 2555 มีจำนวนทั้งสิ้น 363,325 ฉบับ เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปี 2554 ร้อยละ 4.37 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าธุรกิจโลจิสติกส์มีการเติบโตขึ้นในปี 2555

ตารางข้อมูลเปรียบเทียบจำนวนรถบรรทุกจดทะเบียน (สะสม) ณวันที่ 30 กันยายน 2554 และ 2555

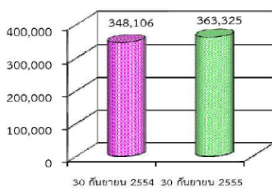
ประเภทรถ	จำนวนรถ (คัน)		ร้อยละการเปลี่ยนแปลง 2555/2554 [เพิ่ม, (ลด)]
	30 กันยายน 2554	30 กันยายน 2555	
รวมรถบรรทุก	843,395	884,542	4.88
แยกเป็น - ไม่ประจำทาง	179,262	195,232	8.91
- ส่วนบุคคล	664,133	689,310	3.79

ตารางข้อมูลจำนวนรถบรรทุกแยกตามลักษณะรถที่จดทะเบียน (สะสม) ณวันที่ 30 กันยายน 2555

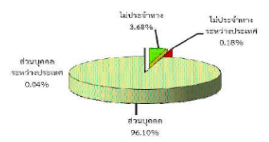
หน่วย :คัน

ประเภทรถ	รวม	กระบะบรรทุก	ตู้บรรทุกของเหลว	บรรทุกวัสดุอันตราย	บรรทุกเฉพาะกิจ	พ่วง	กึ่งพ่วง	กึ่งพ่วงบรรทุกวัสดุยาว	ลากจูง
ไม่ประจำทาง	195,232	45,610	19,637	2,328	4,335	12,712	15,847	52,821	143
ส่วนบุคคล	689,310	493,677	38,148	13,980	5,705	44,831	49,116	23,659	781
รวม	884,542	539,287	57,785	16,308	10,040	57,543	64,963	76,480	924

จำนวนใบอนุญาตประกอบกิจการขนส่งรถบรรทุก



ใบอนุญาตประกอบกิจการขนส่งด้วยรถบรรทุก ณ วันที่ 30 กันยายน 2555



(ที่มา : กลุ่มสถิติการขนส่ง กรมการขนส่งทางบก)

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินมูลค่าจีดีพีในภาคขนส่งและโลจิสติกส์ในปี 2555 จะเพิ่มขึ้นเป็น 569,774 - 578,732 ล้านบาท หรือเติบโตร้อยละ 6.3 - 8.0 จาก 536,059 ล้านบาทในปี 2554 และได้สรุปแนวโน้มธุรกิจโลจิสติกส์ของประเทศไทยว่าน่าจะยังคงขยายตัวต่อเนื่อง โดยมีแรงหนุนจากความต้องการใช้บริการขนส่งในภาคเกษตร ก่อสร้าง และค้าปลีก โดยมีปัจจัยสนับสนุนทั้งในประเทศ เช่น การขยายฐานการผลิตและศูนย์กระจายสินค้าสู่ภูมิภาค การขยายตัวของเมือง การท่องเที่ยวที่คึกคักมากขึ้น รวมทั้งการสนับสนุนจากภาครัฐบาลที่มีแผนการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานเพื่อ

แผนยุทธศาสตร์เพื่อการฟื้นฟูและสร้างอนาคตประเทศ	
ด้านการพัฒนาแหล่งต้นโครงสร้างพื้นฐานปี 2555-2559	
สาขาการลงทุน	งบประมาณ (ล้านบาท)
สาขาขนส่งทางบก	1,469,879
- ทางบก	157,305
- ทางทะเล	290,238
- ทางอากาศ	461,066
- ทางราง	321,316
- ทางเรือ	181,954
- สาขาขนส่งทางอากาศ	148,504
- สาขาถนน	499,449
- สาขาการสื่อสาร	35,181
- สาขาขนส่งทางน้ำ	117,072
รวม	2,270,688

ที่มา : รายงานโดย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

พัฒนาโครงข่ายโลจิสติกส์ และปัจจัยจากต่างประเทศ เช่น ผลของการรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และความร่วมมือภายใต้กรอบ ASEAN Plus กับประเทศพันธมิตรนอกอาเซียน เช่น ประเทศจีน เป็นต้น ของการเปิดเสรีสาขาบริการด้านโลจิสติกส์ ซึ่งเป็นหนึ่งในสาขาบริการที่มีการเร่งรัดเปิดเสรีในกรอบ AEC รวมทั้งการปรับตัวลดลงของราคาน้ำมันในตลาดโลก ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการธุรกิจโลจิสติกส์จะยังต้องเผชิญกับปัญหาค่าแรงขั้นต่ำที่ปรับตัวสูงขึ้นประมาณร้อยละ 40 ปัญหาการบริหารจัดการคนขับรถ และปัจจัยเสี่ยงจากอุปสงค์ในตลาดโลกอ่อนแรงลงจากปัญหาวิกฤตหนี้ในยุโรปก็ตาม

ภาครัฐบาลวางแผนที่จะลดต้นทุนโลจิสติกส์ลงให้เหลือร้อยละ 13 ภายในปี 2560 จากร้อยละ 15.2 ในปี 2553 ผ่านการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน จากข้อมูลแผนยุทธศาสตร์เพื่อการฟื้นฟูและสร้างอนาคตประเทศ ด้านการพัฒนาลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานในปี 2555-2559 จะมีการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานประมาณ 2.27 ล้านล้านบาท โดยเน้นการลงทุนในสาขาการขนส่งกว่าร้อยละ 70 และส่วนใหญ่จะเป็นด้านการขนส่งทางบก (ที่มา : ศูนย์วิจัยกสิกรไทย)

การแข่งขัน

กลุ่มผลิตภัณฑ์มาตรฐานของบริษัทฯ ถือว่าไม่มีคู่แข่งทางธุรกิจมากนัก เนื่องจากผลิตภัณฑ์มาตรฐานของบริษัทฯ โดยส่วนใหญ่จะเป็นการออกแบบเฉพาะโดยบริษัทเอง ซึ่งมีการจดอนุสิทธิบัตร และอยู่ระหว่างการขอจดสิทธิบัตรการประดิษฐ์หรือสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ อีกทั้งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย มีการติดตั้งระบบวิศวกรรมเพื่อสร้างความแตกต่างจากสินค้าที่มีการจำหน่ายโดยทั่วไป จึงทำให้มีการแข่งขันทางธุรกิจจำนวนไม่มากนัก โดยจะมีคู่แข่งที่ผลิตและประกอบตัวถังรถบรรทุก รถพ่วง-กึ่งพ่วงที่มีลักษณะการใช้งานใกล้เคียงกันอยู่บ้าง ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการต่อตัวถังและตัดแปลงรถบรรทุกภายในประเทศ แต่สำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์ออกแบบพิเศษ อาทิ รถลำเลียงอาหารสำหรับเครื่องบิน รถสนับสนุนภาคพื้นดินภายในสนามบิน รถดับเพลิงและรถกู้ภัย จะมีคู่แข่งซึ่งส่วนใหญ่เป็นบริษัทต่างประเทศ โดยสามารถสรุปคู่แข่งในประเทศและต่างประเทศโดยแยกตามประเภทผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้

คู่แข่งทางธุรกิจ	ประเทศ	ประเภทผลิตภัณฑ์
คู่แข่งในประเทศ		
1. บริษัท พนัส แอสเซมบลีย์ จำกัด	ไทย	รถบรรทุก รถพ่วง-กึ่งพ่วง
2. บริษัท สามมิตรมอเตอร์สแมนูแฟคเจอร์ จำกัด (มหาชน)	ไทย	รถบรรทุก รถพ่วง-กึ่งพ่วง
3. บริษัท ฮาร์ ซี เค รุ่งเจริญ จำกัด	ไทย	รถบรรทุก รถพ่วง-กึ่งพ่วง
4. บริษัท เซส เอ็นเตอร์ไพรส์ (สยาม) จำกัด	ไทย	รถดับเพลิง-รถกู้ภัย
5. Lamberet Asia Co.,Ltd. ^{1/}	เวียดนาม / ไทย	ตู้ห้องเย็นไฟเบอร์กลาส
คู่แข่งต่างประเทศ		
1. Aero Mobiles Pte Ltd.	สิงคโปร์	รถลำเลียงอาหารสำหรับเครื่องบิน / รถสนับสนุนภาคพื้นดินภายในสนามบิน
2. Mallaghan Engineering Ltd.	ไอร์แลนด์	รถลำเลียงอาหารสำหรับเครื่องบิน / รถสนับสนุนภาคพื้นดินภายในสนามบิน
3. United Motor Work Ltd.	มาเลเซีย	รถลำเลียงอาหารสำหรับเครื่องบิน
4. Lamberet Asia Co.,Ltd. ^{1/}	เวียดนาม / ไทย	ตู้ห้องเย็นไฟเบอร์กลาส

หมายเหตุ /1 - คู่แข่งของบริษัท ข.ทวี เทอร์โมเทค จำกัด (บริษัทย่อย)

#2 ปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน

3.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

ด้านการผลิต

บริษัทฯ รับจ้างผลิตตามคำสั่งซื้อลูกค้าเป็นหลัก (Made to order) โดยใช้เทคนิคด้านวิศวกรรมที่ทันสมัย และความเชี่ยวชาญของพนักงานในการออกแบบ ผลิต ประกอบตัวถังและติดตั้งงานระบบวิศวกรรมสำหรับรถบรรทุกประเภทต่างๆ โดยบริษัทฯ ใช้ระยะเวลาตั้งแต่ทำสัญญากับลูกค้าจนสามารถส่งมอบงานให้กับลูกค้าได้โดยเฉลี่ยประมาณ 120 วัน สำหรับ

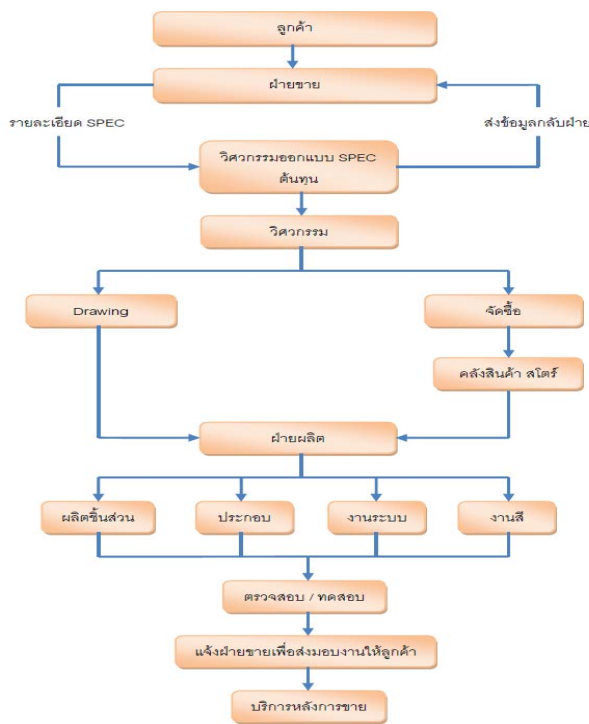
กลุ่มผลิตภัณฑ์ออกแบบพิเศษ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระยะเวลาในการจัดส่งวัสดุอุปกรณ์จากคู่ค้าหลักของบริษัทฯ โดยเฉพาะส่วนที่ต้องสั่งซื้อและส่งมาจากต่างประเทศ รวมทั้งขึ้นอยู่กับความซับซ้อนของผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าสั่งผลิต

บริษัทฯ มีโรงงานตั้งอยู่ที่จังหวัดขอนแก่น มีพื้นที่ในการผลิตบนเนื้อที่ดินประมาณ 50ไร่ และมีเครื่องจักรในการผลิตที่ทันสมัยครบถ้วน ในขั้นตอนการผลิตจะมีการวางแผนและบริหารการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ มีการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ในทุกขั้นตอนตั้งแต่เริ่มร่างชิ้นงานไปจนถึงชิ้นงานเสร็จสมบูรณ์ โดยมีขั้นตอนการจัดหาผลิตภัณฑ์ และขั้นตอนในการผลิต ดังนี้

ขั้นตอนการจัดหาผลิตภัณฑ์

- 1) เมื่อลูกค้าสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ ฝ่ายขายจะดำเนินการส่งแบบโครงสร้างที่ลูกค้าเลือก หรือแบบสอบถามความต้องการของลูกค้า (Sale Order Check Sheet) และรายละเอียดผลิตภัณฑ์ไปยังฝ่ายวิศวกรรมออกแบบ เพื่อนำไปถอดแบบ คำนวณปริมาณวัสดุอุปกรณ์ และคำนวณต้นทุน
- 2) เมื่อฝ่ายวิศวกรรมออกแบบถอดแบบและคำนวณต้นทุนเรียบร้อยแล้วจะแจ้งกลับไปยังฝ่ายขายเพื่อคำนวณราคาและแจ้งให้ลูกค้าทราบเพื่อตัดสินใจ
- 3) เมื่อลูกค้าตอบตกลงในแบบ ราคาและเงื่อนไขต่างๆ แล้ว ฝ่ายวิศวกรรมออกแบบจะแจ้งและส่งแบบโครงสร้างผลิตภัณฑ์ไปยังฝ่ายผลิตเพื่อดำเนินการผลิต
- 4) ฝ่ายผลิตแจ้งรายละเอียดวัสดุอุปกรณ์ที่ต้องการใช้ในการผลิตไปยังฝ่ายจัดซื้อเพื่อดำเนินการสั่งซื้อวัตถุดิบ และ/หรือจัดจ้างเหมาสำหรับงานส่วนประกอบหรืองานบริการจากภายนอก
- 5) ฝ่ายผลิตเบิกวัตถุดิบจากคลังสินค้าเพื่อนำมาผลิตชิ้นส่วน / ประกอบตัวถัง / ติดตั้งงานระบบ / งานพันทราเยเคลือบสีผลิตภัณฑ์
- 6) เมื่อผลิตเสร็จจะมีการตรวจสอบ และทดสอบผลิตภัณฑ์ ก่อนแจ้งไปยังฝ่ายขายเพื่อกำหนดวันนัดตรวจสอบและส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้า
- 7) ฝ่ายขายส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้า และประสานงานการให้บริการหลังการขาย

แผนภาพขั้นตอนการจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ



ขั้นตอนในการผลิต

- 1) ผู้จัดการฝ่ายผลิต และวิศวกรผู้ควบคุม ตรวจสอบรายละเอียดงาน / Specification และข้อกำหนดอื่นที่จำเป็นในการผลิต
- 2) เจ้าหน้าที่ธุรการตั้งรหัสงานลงในใบรับคำสั่งซื้อและเปิดรหัสงานในระบบบัญชี
- 3) วิศวกรควบคุมจัดทำแผนการผลิตโดยอ้างอิงข้อมูลจากรายละเอียดแบบสอบถามความต้องการของลูกค้า
- 4) วิศวกรควบคุมจัดเตรียมแบบสั่งงานการผลิตในส่วนของการตัดชิ้นส่วน / งานประกอบ / งานระบบไฟฟ้า / ระบบไฮดรอลิค / ระบบช่วงล่าง / งานพ่นสี จากฝ่ายวิศวกรรม
- 5) วิศวกรควบคุม และเจ้าหน้าที่ธุรการ จัดทำใบสั่งงาน แบบสั่งงานการผลิต และ Inspection Sheet ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยวิศวกรผู้ควบคุม เป็นผู้กำหนดรายละเอียดให้กับเจ้าหน้าที่ธุรการดำเนินการจัดพิมพ์
- 6) วิศวกรควบคุมดำเนินการผลิตตามกระบวนการที่ได้วางแผนการผลิต หากมีการแก้ไขให้ทำการปรับแผนทุกๆ 1 ครั้ง / 2 สัปดาห์
- 7) จัดทำรายงานการผลิตประจำวัน และ/หรือจัดทำรายงานผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด (Non Conforming Report) ในกรณีที่มีพบ พร้อมบันทึกผลการตรวจสอบในรายงานการตรวจสอบ (Inspection Sheet)
- 8) ทำการตรวจสอบขั้นสุดท้ายก่อนส่งมอบงาน



เกณฑ์ในการพิจารณาโรงงานของบริษัทฯ จะพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ ก่อนรับงานเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ จะประเมินศักยภาพของลูกค้าจากข้อมูลพื้นฐาน อาทิ ฐานะทางการเงิน ความน่าเชื่อถือในตัวผู้บริหาร และประวัติการดำเนินงาน เป็นต้น แต่สำหรับงานของหน่วยงานราชการ จะมีความเสี่ยงเกี่ยวกับการรับชำระเงินค่อนข้างน้อย เนื่องจากหน่วยงานราชการได้รับการอนุมัติงบประมาณมาจากภาครัฐเรียบร้อยแล้ว แต่อาจจะมีอัตรากำไรที่น้อยกว่างานของเอกชน ส่วนงานที่ได้รับจากหน่วยงานเอกชน อาจมีความเสี่ยงจากการได้รับชำระเงินล่าช้าหรือไม่ได้รับชำระเงิน แต่จะมีอัตรากำไรที่เป็นไปตามนโยบายของบริษัทฯ กำหนดไว้ ทั้งนี้ นอกจากการประเมินศักยภาพทางการเงินและความน่าเชื่อถือของลูกค้าแล้ว บริษัทฯ ยังพิจารณาความพร้อมของบริษัทฯ เองด้วย อาทิ ปริมาณงานระหว่างทำและงานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ จำนวนบุคลากร เครื่องมือและอุปกรณ์ และเงินทุนหมุนเวียน เป็นต้น เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า ว่าการดำเนินงานจะแล้วเสร็จตามเงื่อนไขของสัญญา

ด้านการจัดซื้อ

ปัจจุบันบริษัทฯ มีฝ่ายจัดซื้อทั้งหมดจำนวน 6 คน แบ่งเป็นฝ่ายจัดซื้อในประเทศจำนวน 5 คน และฝ่ายจัดซื้อต่างประเทศจำนวน 1 คน การจัดซื้อวัตถุดิบ บริษัทฯ จะพิจารณาจากข้อมูลฝ่ายวิศวกรรมออกแบบต้นทุน ที่ได้สรุปปริมาณวัสดุอุปกรณ์ที่จะต้องใช้ในการผลิต เพื่อตรวจสอบกับข้อมูลในคลังสินค้าว่ามีวัสดุอุปกรณ์ดังกล่าวหรือไม่ หรือมีจำนวนเพียงพอต่อการใช้งานหรือไม่ จากนั้นจึงทำการสอบราคาจากผู้ค้าที่อยู่ในทะเบียนรายชื่อลูกค้าของบริษัทฯ เพื่อสรุปการสั่งซื้อและกำหนดวันจัดส่งวัสดุอุปกรณ์มายังบริษัทฯ ต่อไป

บริษัทฯ สามารถแบ่งกลุ่มลูกค้าที่เป็นทั้งผู้ผลิตและ/หรือผู้จัดจำหน่าย ออกเป็นลูกค้าในประเทศและลูกค้าต่างประเทศ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- **ลูกค้าในประเทศ :** บริษัทฯ จะติดต่อซื้อวัสดุอุปกรณ์จากกลุ่มลูกค้าในประเทศสำหรับวัสดุอุปกรณ์ที่สามารถจัดซื้อได้ภายในประเทศ อาทิ หัวรถ, แซสเซ่, ช่วงล่าง, เหล็ก, อลูมิเนียม, สายไฟ, สี, วัสดุสิ้นเปลือง เป็นต้น โดยทำการเช็คราคาวัตถุดิบจากลูกค้า 2-3 ราย ที่ผ่านเกณฑ์เบื้องต้นในการสั่งซื้อแต่ละคราวสำหรับวัสดุอุปกรณ์แต่ละประเภท อาทิ ยี่ห้อที่จำหน่าย (กรณีที่ถูกลูกค้ากำหนดยี่ห้อเอง), คุณภาพของวัสดุอุปกรณ์, ปริมาณที่สามารถผลิตและจัดส่งได้ เป็นต้น เพื่อให้เสนอราคาและนำไปเสนอราคาเปรียบเทียบเงื่อนไขทางการค้า อาทิ ยี่ห้อ คุณภาพ ราคา ส่วนลด และระยะเวลาการจัดส่ง เป็นต้น ก่อนพิจารณาคัดเลือกและทำข้อตกลงการสั่งซื้อวัสดุอุปกรณ์

บริษัทฯ จะมีการประเมินผลลูกค้าทุกๆ 6 เดือน โดยประเมินจากประวัติการจัดส่งสินค้าที่ได้บันทึกไว้ประจำทุกเดือน ทั้งนี้บริษัทฯ มีการกำหนดนโยบายให้ฝ่ายจัดซื้อสรรหาลูกค้ารายใหม่ฯ เข้ามาในทะเบียนรายชื่อลูกค้า (Vendor list) เดือนละประมาณ 2 รายสำหรับทุกๆ กลุ่มวัสดุอุปกรณ์

- ▶ **ลูกค้าต่างประเทศ :** บริษัทฯ จะติดต่อซื้อวัสดุอุปกรณ์จากลูกค้าต่างประเทศสำหรับวัสดุอุปกรณ์พิเศษ บริษัทฯ มีนโยบายที่จะติดต่อสั่งซื้อโดยตรงจากผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายสำหรับวัสดุอุปกรณ์แต่ละประเภท ยกเว้น วัสดุอุปกรณ์บางรายการที่มีสัญญาความร่วมมือทางธุรกิจกับพันธมิตรต่างประเทศอยู่แล้ว อาทิ ระบบไฮดรอลิค ระบบวิศวกรรม และระบบไฟฟ้า จะสั่งซื้อโดยตรงจาก Doll ประเทศเยอรมนี ซึ่งเป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่ร่วมทุนกันมานาน ปัจจุบันยังคงเป็นผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ในสัดส่วนร้อยละ 1.82 ของทุนจดทะเบียน (หลังการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนสัดส่วนจะลดลงเหลือร้อยละ 1.31) เป็นต้น

ตารางแสดงมูลค่าและสัดส่วนการซื้อวัตถุดิบในประเทศและต่างประเทศ ปี 2553 - 2555

ยอดสั่งซื้อวัตถุดิบ	2553		2554		2555	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ภายในประเทศ	497.30	81.69%	341.87	55.40%	381,254,39.57	80,5477.00%
ต่างประเทศ	111.49	18.31%	275.28	44.60%	92,421,31.28	49,4623.00%
รวม	608.79	100.00%	617.15	100.00%	743,375,70.85	100.00%

#1 ปรับปรุง ข้อมูลตาม งบปี2555

ด้านการจัดจ้าง

บริษัทฯ มีการจัดจ้างบุคลากรหรือผู้รับเหมาในงานกลึงโลหะ, งานตัดโลหะ และงานพับโลหะ เพื่อให้ได้ส่วนประกอบตามขนาดและรูปแบบที่ต้องการใช้ในแต่ละผลิตภัณฑ์ หรือจัดจ้างผู้รับเหมางานพันทวยเคลือบสีผลิตภัณฑ์ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นงานที่ไม่ต้องอาศัยทักษะมาก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บุคลากรฝ่ายผลิตสามารถจัดการด้านการผลิตที่ต้องใช้ทักษะและประสบการณ์ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ และสามารถทำให้กระบวนการผลิตทำควบคู่กันไปได้ในเวลาเดียวกัน ซึ่งจะช่วยลดระยะเวลาการผลิตได้ระดับหนึ่ง

#2 แก้ไข ข้อมูลให้ ถูกต้อง

หากในกระบวนการผลิตมีความจำเป็นต้องจัดจ้างบุคลากรหรือผู้รับเหมาภายนอก ฝ่ายจัดซื้อจะติดต่อไปยังผู้รับเหมา 2-3 ราย ที่ผ่านเกณฑ์เบื้องต้นในการสั่งจ้างแต่ละคราวสำหรับแต่ละประเภทงานจัดจ้าง เพื่อให้เสนอบริการมาและนำไปเสนอบริการมาเปรียบเทียบเงื่อนไขทางการค้า อาทิ ราคา ส่วนลด ความพร้อมของทีมงาน เป็นต้น ก่อนที่ฝ่ายจัดซื้อจะพิจารณาคัดเลือกและทำข้อตกลงการสั่งจ้างงานบริการดังกล่าว ทั้งนี้บริษัทมีการประเมินผลงานของผู้รับเหมาอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกับลูกค้าที่เป็นผู้จำหน่ายวัสดุอุปกรณ์ให้แก่บริษัทฯ

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ในปี 2552 บริษัทฯ ได้รับหนังสือแจ้งจากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดขอนแก่น เรื่องให้ปรับปรุงแก้ไขโรงงาน ที่ก่อให้เกิดกลิ่นจากการพ่นสี และเสียงดังจากการตัด เจียร และเคาะโลหะขึ้นงาน ซึ่งปัจจุบันได้ดำเนินการแก้ไขตามคำแนะนำจากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดขอนแก่นเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมาก โดยบริษัทฯ ได้กำหนดแนวทางการจัดการเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายในบริเวณโรงงาน อาทิ การใช้ระบบจัดฝุ่นละอองสี เพื่อไม่ก่อความเดือดร้อนแก่ผู้อาศัยในบริเวณที่อยู่ใกล้เคียงโรงงาน ทั้งนี้ เพื่อลดผลกระทบต่อด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นกับพนักงานและชุมชนข้างเคียงโรงงาน รวมทั้งบริษัทฯ ได้เปิดช่องทางรับข้อร้องเรียนและคำแนะนำผ่าน Facebook อีกทางหนึ่งด้วย

3.4 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทย่อย

บริษัท ซี.ที.วี. เทอร์โมเทค จำกัด (“CTV-TMT”) ประกอบธุรกิจออกแบบ ผลิต และติดตั้งตู้บรรทุกห้องเย็นไฟเบอร์กลาส น้ำหนักเบา สำหรับรถขนส่งสินค้า อาหารสดและแห้ง เพื่อรักษาคุณภาพสินค้า อาทิ พืช, ผัก, ผลไม้, เนื้อสัตว์, สัตว์ทะเล, เบเกอรี่, นม, น้ำแข็ง เป็นต้น รวมทั้งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ขนส่งสินค้าประเภทอื่น อาทิ การขนส่งดอกไม้, สมุนไพร, ยา, รักษาโรค, โลหิต และสารเคมีบางชนิด เป็นต้น โดยมีหลักการว่าต้องทำการรักษาคุณภาพของสินค้าด้วยการควบคุมอุณหภูมิ จากต้นทางจนถึงปลายทางให้อยู่ในสภาพเดิม ด้วยเทคโนโลยีผนังแซนวิชแบบชั้นเป็นชั้นเดียว (Sandwich GRP) เสริมด้วยโครงสร้างไฟเบอร์กลาส ซึ่งทำให้องค์ทนความร้อนทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ป้องกันน้ำรั่วซึม รักษารูปทรง ยืดอายุการใช้งานได้ยาวนานกว่า และทำให้รถเปล่าที่ติดตั้งตู้ห้องเย็นของ CTV-TMT มีน้ำหนักเบากว่ารถที่ติดตั้งตู้ของคู่แข่งรายอื่นๆ ซึ่งผนังตู้ผลิตจากวัสดุประเภทอื่นๆ ถึง 35% - 40% แต่มีความแข็งแรงมากกว่า ด้วยเทคโนโลยีเฉพาะในการเสริมความแข็งแรง ภายในเป็นพิเศษ อุปกรณ์ต่างๆ ที่เป็นส่วนประกอบก็มีมาตรฐาน ภายในตู้ห้องเย็นยังสามารถติดตั้งอุปกรณ์พิเศษเพิ่มเติม (Double Deck) เพื่อแยกบรรทุกพาเลท เป็นแบบ 2 ชั้นได้ Jumbo Box Trailers ผลิตสำหรับติดตั้งบน Chassis ทั้งแบบ 2 เพลา และ 3 เพลา

ทั้งนี้ เทคโนโลยีผนังแซนวิชแบบชั้นเป็นชั้นเดียวของ CTV-TMT ซึ่งได้ชื่อความเชี่ยวชาญเทคโนโลยีดังกล่าวจากเจ้าของเทคโนโลยีชาวฝรั่งเศสเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ปัจจุบัน CTV-TMT ถือเป็นผู้ผลิตรายเดียวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่สามารถผลิตผนังไฟเบอร์กลาสน้ำหนักเบาความยาวต่อเนื่องสูงสุด 15 เมตร ซึ่งรถบรรทุกที่ CTV-TMT ให้บริการติดตั้งผนังไฟเบอร์กลาสอยู่ในปัจจุบันมีหลายประเภท อาทิ รถปิกอัพ, รถบรรทุก 6 ล้อ, รถบรรทุก 8 ล้อ, รถบรรทุก 10 ล้อ, รถกึ่งพ่วง, รถพ่วง และตู้บรรทุกห้องเย็นไฟเบอร์กลาสขนาดใหญ่ เป็นต้น

#1 อธิบายเพิ่มเติมให้ชัดเจน

ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของบริษัทย่อย



3.5 การตลาดและภาวะการแข่งขันของบริษัทย่อย

3.5.1 การตลาด

1) กลยุทธ์ด้านสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ (Product)

บริษัทย่อยมุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ได้คุณภาพ และมาตรฐาน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งผลิตภัณฑ์ของบริษัทย่อยจัดว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่น อาทิ ความทันสมัย, มีน้ำหนักเบา, มีความคงทน และง่ายต่อการซ่อมแซม เป็นต้น

ปัจจุบันบริษัทย่อยสามารถผลิตผนังไฟเบอร์กลาสแบบแซนวิชชั้นรูปเป็นชั้นเดียว (Sandwich GRP) โดยสามารถผลิตได้ความยาวต่อเนื่องสูงสุดถึง 15 เมตร ซึ่งถือเป็นผู้ผลิตรายเดียวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

2) กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

บริษัทย่อยมีการกำหนดราคาขาย โดยพิจารณาจาก Price List ตามรุ่นและแบบในแคตตาล็อก ซึ่งราคาที่กำหนดใน Price List จะมีการพิจารณาปรับปรุงให้เป็นราคาต่ำสุดอ้างอิงตามต้นทุนการผลิตจริงในแต่ละช่วงเวลา กรณีลูกค้าต้องการติดตั้งอุปกรณ์เสริมพิเศษอื่นๆ ก็จะมีการบวกเพิ่มราคาสำหรับอุปกรณ์เสริมดังกล่าว ซึ่งทางบริษัทย่อยกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ในอัตราที่สามารถแข่งขันได้ และสอดคล้องกับสภาวะตลาดเช่นกัน

3) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

บริษัทเน้นการจำหน่ายสินค้าผ่าน 3 ช่องทางหลัก ดังนี้

1. การขายตรง (Direct Sale) โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเชิงรุกเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าโดยตรงจากทีมขาย
2. ลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทอยู่เป็นผู้แนะนำลูกค้ารายใหม่ๆ ให้กับบริษัท
3. บริษัทผู้จัดจำหน่ายหั่วรดลากจูงเป็นผู้แนะนำลูกค้าให้มาติดต่อตั้งตู้ห้องเย็นกับบริษัทย่อยโดยตรง

4) กลยุทธ์ด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ (Promotion)

บริษัทให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์สินค้าของบริษัทไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ดังนี้

1. บริษัทเน้นการให้บริการที่เป็นกันเอง เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้บริการหลังการขาย อาทิ การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการใช้งาน และการซ่อมบำรุง เป็นต้น
2. บริษัทมีการออกบูธงานแสดงสินค้าต่างๆ อาทิ งาน ThaiFex World of food ASIA 2012 ที่ อิมแพ็ค เมืองทองธานี เป็นต้น

3.5.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทย่อยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มลูกค้าที่ใกล้เคียงกับกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ เนื่องจากลูกค้าที่สั่งซื้อผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจขนส่งสินค้าที่ต้องการรักษาคุณภาพสินค้า ซึ่งบริษัทย่อยจะผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า (Made to Order) บริษัทย่อยมีการจำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้าในประเทศทั้งหมด

3.5.3 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ภาวะอุตสาหกรรม

ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทย่อย คือ ตู้ห้องเย็นไฟเบอร์กลาสน้ำหนักเบาสำหรับรถบรรทุก รถพ่วง-กึ่งพ่วงประเภทต่างๆ ซึ่งถือว่ายู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์มาตรฐานของบริษัทฯ ข้อมูลภาวะอุตสาหกรรมสามารถพิจารณาได้จากข้อมูลกลุ่มธุรกิจผลิตตู้บรรทุก (Container) สำหรับรถบรรทุก และรถพ่วง-กึ่งพ่วง นอกจากนี้ กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์ ดังนั้นในภาวะที่ภาวะอุตสาหกรรมของบริษัทย่อยจะแบ่งออกเป็น 2 อุตสาหกรรม คือ ธุรกิจผลิตตู้บรรทุกและธุรกิจโลจิสติกส์ (สามารถศึกษาข้อมูลภาวะอุตสาหกรรมธุรกิจโลจิสติกส์ ได้จากหัวข้อ 2.3 ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันของบริษัทฯ) โดยมีรายละเอียดดังนี้

#1 เพิ่มเติม
ข้อมูล

1. ธุรกิจผลิตตู้บรรทุก (Container) สำหรับรถบรรทุก และรถพ่วง-กึ่งพ่วง

ตารางแสดงมูลค่าตลาดรวมของตู้บรรทุกปี 2554-2555

	ยอดจดทะเบียนรถตู้บรรทุก ลักษณะ 2 ปี 2554 จำนวน 5,417 คัน			ยอดจดทะเบียนรถตู้บรรทุก ลักษณะ 2 ปี 2555 จำนวน 7,068 คัน			เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลง	
	ตู้รวม	ตู้แห้ง	ตู้เย็น	ตู้รวม	ตู้แห้ง	ตู้เย็น	จำนวนตู้รวม	%
จำนวนตู้บรรทุก (ตู้)	5,417	4,604	813	7,068	6,008	1,060	1,651	30.48%
สัดส่วนคนประกอบตู้ (%)	100%	85%	15%	100%	85%	15%		
มูลค่าตลาดรวม (ล้านบาท)	1,706.40	1,381.20	325.20	2,226.40	1,802.40	424.00		

ที่มา: ข้อมูลจากกรมการขนส่งทางบก รวบรวมโดยบริษัทฯ

ในปี 2555 ธุรกิจรถตู้บรรทุก (Container) มีปริมาณการผลิตรวม 7,068 ตู้ ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2554 จำนวน 1,651 ตู้ หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 30.48 ของปริมาณการผลิตปีก่อนหน้า มูลค่าตลาดรวมในปี 2555 ประมาณ 2,226.40

ล้านบาท ประกอบด้วยตู้บรรจุทุกแห่งจำนวน 6,008 ตู้ มูลค่าตลาด 1,802.40 ล้านบาท และตู้บรรจุทุกเย็น จำนวน 1,060 ตู้ มูลค่าตลาด 424.00 ล้านบาท ผู้บริหารบริษัทฯ ประเมินว่าปริมาณการผลิตตู้บรรจุทุกจะมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปีในทิศทางเดียวกันกับธุรกิจโลจิสติกส์ของประเทศไทย เนื่องจากปัจจัยสนับสนุนต่างๆ อาทิ ความต้องการใช้บริการขนส่งทั้งในประเทศและการขนส่งระหว่างประเทศ การขยายฐานการผลิตและศูนย์กระจายสินค้าสู่ภูมิภาค การเปิดเสรีสาขาบริการด้านโลจิสติกส์ภายใต้กรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เป็นต้น

การแข่งขัน

คู่แข่งทางธุรกิจของบริษัทย่อย ประกอบด้วย

คู่แข่งทางธุรกิจ	ประเทศ	ประเภทผลิตภัณฑ์
1. บริษัท ลัมเบอแร่ เอเซีย จำกัด	ไทย	ผลิต และติดตั้งผนังตู้ไฟเบอร์กลาส
2. บริษัท รุกออฟาร์ จำกัด	ไทย	ผลิต และติดตั้งผนังตู้สแตนเลส
3. บริษัท แครีบอย มาร์เก็ตติ้ง จำกัด	ไทย	ผลิต และติดตั้งผนังตู้ไฟเบอร์กลาส

3.6 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทย่อย

ด้านการผลิต

บริษัทย่อยรับจ้างผลิตตามคำสั่งซื้อลูกค้า (Made to order) โดยใช้เทคโนโลยีที่ล้ำสมัยในการผลิตผนังห้องเย็นด้วยเทคโนโลยีผนังแซนวิชแบบชั้นเป็นชั้นเดียว (Sandwich GRP) เสริมด้วยโครงสร้างโลหะรวมกับไฟเบอร์กลาส

บริษัทย่อยมีโรงงานตั้งอยู่ที่จังหวัดขอนแก่น บนพื้นที่ในโรงงานเดียวกันกับของบริษัทฯ มีเครื่องจักรในการผลิตที่ทันสมัยและอยู่ระหว่างการขยายกำลังการผลิตอีก 1 สายการผลิต ในขั้นตอนการผลิตจะมีการวางแผนและบริหารการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ และให้ความสำคัญในการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์เช่นเดียวกับบริษัทฯ

ในส่วนของขั้นตอนการจัดหาผลิตภัณฑ์ และขั้นตอนในการผลิต บริษัทย่อยมีแผนผังขั้นตอนเหมือนกับของบริษัทฯ ทุกประการ (ศึกษาข้อมูลได้ในหัวข้อ 2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านการผลิต)

ด้านการจัดซื้อ

บริษัทย่อยได้จ้างบริษัทฯ ในการบริหารงานจัดซื้อจัดจ้างในประเทศ สำหรับการซื้อต่างประเทศจะมีพนักงานดูแลของบริษัทย่อย ซึ่งวัตถุประสงค์ที่ใช้ในการผลิตบริษัทย่อยทำการสั่งซื้อโดยตรงจากผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายในประเทศเป็นส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตามบริษัทย่อยไม่มีการพึ่งพิงคู่ค้ารายใดรายหนึ่งอย่างมีนัยสำคัญ

ด้านการจัดจ้าง

ในบางกรณี ลูกค้าสั่งซื้อตู้ห้องเย็นไฟเบอร์กลาสจากบริษัทย่อย แต่จะต้องมีการประกอบและติดตั้งตู้ห้องเย็นไฟเบอร์กลาสเชื่อมเข้ากับแชสซีของรถบรรทุกหรือรถพ่วง-กึ่งพ่วง ที่ลูกค้าจัดหามาเอง หรือขอสั่งซื้อแบบสำเร็จรูปเป็นรถพร้อมตู้ห้องเย็นไฟเบอร์กลาส บริษัทย่อยจะทำใบสั่งงานมายังบริษัทฯ เพื่อให้เป็นผู้ประกอบและติดตั้งให้

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทย่อยให้ความสำคัญกับผลกระทบจากกระบวนการผลิตเป็นอย่างมาก ซึ่งอาจก่อให้เกิดมลภาวะเรื่องกลิ่น, ฝุ่น และกาซสารเคมี โดยบริษัทย่อยได้มีขั้นตอนในการป้องกันผลกระทบ ดังนี้

(ก) มลภาวะเรื่องกลิ่น : บริษัทใช้พัดลมดูดอากาศผ่านม่านสเปรย์น้ำ

(ข) มลภาวะเรื่องฝุ่น : บริษัทจัดเก็บผ่านม่านสเปรย์น้ำ และส่งให้ผู้รับเหมาดำเนินการทำลาย

(ค) มลภาวะเรื่องกาทสารเคมี : บริษัทจัดเก็บ และส่งให้ผู้รับเหมาดำเนินการทำลาย

3.7 สรุปสัญญาที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ

คู่สัญญา	: ฝ่ายที่ 1 = บริษัท ช.ทวี ดอลลาเซียน จำกัด (มหาชน) หรือ "บริษัทฯ" ฝ่ายที่ 2 = DOLL Fahrzeugbau AG หรือ "DOLL"
สัญญา "ความร่วมมือ และ แบ่งปันความรู้และความชำนาญ"	
วันที่ลงนาม	: 19 พฤศจิกายน 2548
สาระสำคัญของสัญญา	: - DOLL เป็นเจ้าของ หรือ มีสิทธิเหนือเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและการผลิตของผลิตภัณฑ์และระบบตามที่ระบุไว้ในสัญญา ซึ่งรวมถึงข้อมูลเชิงเทคนิคและความรู้ความชำนาญ ซึ่ง DOLL เป็นเจ้าของตราสินค้า "DOLL" อนุญาตให้บริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายรถ Catering ให้แก่ ออฟฟิศสถาน บังคลาเทศ ภูฏาน ญี่ปุ่น กัมพูชา เกาหลี ลาว สหภาพพม่า เนปาล ปากีสถาน ประเทศไทย บาห์เรน จอร์แดน กาตาร์ คูเวต โอมาน ซาอุดีอาระเบีย และประเทศสหรัฐอเมริกาหรือเม็กซิโก หรือ รวมเรียกว่า "ประเทศอาณาเขตตามสัญญา" เท่านั้น - บริษัทฯ ไม่สามารถว่าจ้างพนักงานของ DOLL ได้ เว้นแต่ได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้า 6 เดือน - DOLL ยังคงรักษาสิทธิในการดำเนินธุรกิจในประเทศอาณาเขตตามสัญญา ซึ่งบริษัทฯ จะได้รับการแจ้งให้ทราบในแต่ละกรณี - ในกรณีที่บริษัทฯ ร้องขอให้ DOLL เข้าไปช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ จะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายตามจริงที่เกิดขึ้น - ในกรณีที่ชิ้นส่วนที่บริษัทฯ ไม่สามารถผลิตได้ บริษัทฯ จะต้องซื้อจาก DOLL หรือ ตัวแทนที่ได้รับอนุญาตจาก DOLL เท่านั้น อาทิ ระบบไฮดรอลิก, ระบบวิศวกรรม, ระบบไฟฟ้า, ชุดส่วนประกอบต่างๆ เป็นต้น ยกเว้นกรณีที่บริษัทฯ ไม่สามารถสั่งซื้อชิ้นส่วนดังกล่าวจาก DOLL หรือ ตัวแทนที่ได้รับอนุญาตจาก DOLL ในราคาตลาดปกติ บริษัทฯสามารถสั่งซื้อจากบุคคลที่สามได้ แต่ต้องได้รับอนุญาตจาก DOLL ก่อน
ค่าตอบแทน	: - บริษัทฯ จะต้องชำระค่าลิขสิทธิ์สำหรับสิทธิในการผลิตและขายผลิตภัณฑ์ (Royalty Fee) โดยชำระเงินจำนวน 1,600 ยูโร ต่อ การผลิตรถ catering 1 คัน
ระยะเวลาผูกพัน	: ระยะเวลาสัญญาจะเป็นแบบไม่มีกำหนดเวลาสิ้นสุด ซึ่งสามารถยกเลิกได้โดยจะต้องมีการแจ้งให้คู่สัญญาอีกฝ่ายรับทราบล่วงหน้า 1 ปี
เงื่อนไขอื่นๆ	: สัญญานี้สามารถยกเลิกโดยไม่ต้องแจ้งล่วงหน้า หากมีกรณีเหล่านี้ - ถ้าบริษัทฯ ใช้เครื่องหมายการค้าของ DOLL ในรูปแบบที่นอกเหนือจากที่ระบุไว้ในสัญญา - ถ้าบริษัทฯ ว่าจ้างพนักงานของ DOLL โดยไม่ได้รับความยินยอมจาก DOLL - ถ้าบริษัทฯ ผลิตรถ Catering โดยไม่ซื้ออุปกรณ์จาก DOLL
ขอบเขตอำนาจกฎหมาย	: สัญญาฉบับนี้อยู่ภายใต้ขอบเขตอำนาจกฎหมายของประเทศเยอรมนี
คู่สัญญา	: ฝ่ายที่ 1 = บริษัท ช.ทวี ดอลลาเซียน จำกัด (มหาชน) หรือ "บริษัทฯ" ฝ่ายที่ 2 = Hanaoka Sharyo Co.,Ltd. หรือ "HS"
สัญญา "สิทธิของผู้จัดจำหน่าย"	
วันที่ลงนาม	: 30 พฤษภาคม 2555
สาระสำคัญของสัญญา	: - บริษัทฯ แต่งตั้งให้ HS เป็นตัวแทนในการจัดจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น หรือในประเทศอื่นที่คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายตกลงร่วมกัน หรือ ("อาณาเขตที่ระบุไว้ตามสัญญา") ซึ่งสามารถจัดจำหน่ายในผลิตภัณฑ์อุปกรณ์สำหรับการสนับสนุนภาคพื้นดินในท่าอากาศยานของบริษัทฯ ดังนี้คือ บันไดสำหรับผู้โดยสาร อุปกรณ์

#2 อธิบาย
เพิ่มให้ชัดเจน

	<p>สนับสนุนภาคพื้นดินอื่นๆ ตามที่คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายตกลงร่วมกันตามระยะเวลาที่กำหนด และอะไหล่สำหรับอุปกรณ์ตามที่กล่าว</p> <ul style="list-style-type: none"> - HS ไม่สามารถจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ นอกเหนืออาณาเขตที่ระบุไว้ตามสัญญา ยกเว้นได้รับการเห็นชอบเป็นลายลักษณ์อักษรจากทางบริษัทฯ ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งทางตรง หรือ ทางอ้อม
ระยะเวลาผูกพัน	<p>: 1 ปีหลังจากวันที่ลงนามสัญญาร่วมกัน โดยสัญญาจะทำการต่ออายุโดยอัตโนมัติทุกปี ภายหลังจากหมดอายุสัญญา ยกเว้นคู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งแจ้งโดยลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าก่อนหมดอายุสัญญาไม่น้อยกว่า 3 เดือน</p>
เงื่อนไขอื่นๆ	<ul style="list-style-type: none"> - บริษัทฯ จะเสนอราคาสินค้าให้แก่ HS เป็นเงินสกุลเงิน ตามราคาที่ตกลงร่วมกันทั้งสองฝ่าย - บริษัทฯ รับประกันผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เป็นระยะเวลา 12 เดือน นับจากวันที่กำหนดส่งให้แก่ HS ซึ่งหากมีผลิตภัณฑ์มีข้อชำรุดภายในระยะเวลาที่รับประกัน บริษัทฯ จะดำเนินการเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ทดแทน โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย หรือ ลดราคาของผลิตภัณฑ์ แล้วแต่กรณี โดยรายการชำรุดดังกล่าว ต้องได้รับการยืนยันจากทางบริษัทฯ ด้วย - ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ จะต้องทำการจัดจำหน่ายภายใต้ตราสินค้า "CTV" หรือ ตราสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ เท่านั้น ซึ่ง HS ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ - HS จะต้องทำการส่งรายงานยอดขายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ให้แก่บริษัทฯ ทุก 6 เดือน - สิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ รูปแบบ ชื่อและตราสินค้า และสิทธิทางปัญญาต่างๆ ภายใต้อินค้าของบริษัทฯ เป็นของบริษัทฯ แต่เพียงผู้เดียว
ขอบเขตอำนาจกฎหมาย	<p>: สัญญาฉบับนี้อยู่ภายใต้ขอบเขตอำนาจกฎหมายของประเทศญี่ปุ่น หาก HS เป็นผู้ยื่นฟ้อง หรืออยู่ภายใต้ขอบเขตอำนาจกฎหมายของประเทศไทย หากบริษัทฯ เป็นผู้ยื่นฟ้อง</p>

สัญญา "สิทธิใบอนุญาตสำหรับผลิตและจัดจำหน่าย"	
วันที่ลงนาม	: 30 พฤษภาคม 2555
สาระสำคัญของสัญญา	<ul style="list-style-type: none"> - ภายใต้งบเงื่อนไขและข้อบังคับของสัญญาฉบับนี้บริษัทฯ จะได้รับสิทธิที่ไม่ผูกขาดแต่เพียงผู้เดียวในการผลิตสินค้าของ HS ซึ่งได้รับรายละเอียดและข้อมูลจาก HS โดยบริษัทฯ สามารถผลิตและจัดจำหน่ายภายในอาณาเขตตามที่ระบุไว้ในสัญญา โดยต้องใช้ตราสินค้า "HANAOKA CTV" เท่านั้น - บริษัทฯ ไม่สามารถจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าอื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึง หรือเป็นการแข่งขันกับ HS ภายใต้อินค้าที่ได้รับใบอนุญาต ยกเว้นได้รับความเห็นชอบเป็นลายลักษณ์อักษรจาก HS เท่านั้น - บริษัทฯ ไม่สามารถจัดจำหน่ายสินค้าที่ได้รับใบอนุญาตนอกเหนือจากอาณาเขตที่ระบุไว้ตามสัญญา ยกเว้นได้รับการเห็นชอบเป็นลายลักษณ์อักษรจาก HS ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งทางตรง หรือ ทางอ้อม
ค่าตอบแทน	<ul style="list-style-type: none"> - บริษัทฯ จะทำการจ่ายค่าตอบแทนสำหรับค่าธรรมเนียมลิขสิทธิ์ในสินค้าที่ได้รับใบอนุญาตจาก HS โดยให้คิดรวมในต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการบรรจุภัณฑ์ (Ex-factory price) ตามที่ตกลงกัน - บริษัทฯ จะต้องชำระค่าธรรมเนียมลิขสิทธิ์ทุกเดือน โดยในแต่ละเดือนจะต้องชำระไม่เกินวันสุดท้ายของเดือนถัดไป
ระยะเวลาผูกพัน	<p>: 1 ปีหลังจากวันที่ลงนามสัญญาร่วมกัน โดยสัญญาจะทำการต่ออายุโดยอัตโนมัติทุกปี ภายหลังจากหมดอายุสัญญา ยกเว้นคู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งแจ้งโดยลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าก่อนหมดอายุสัญญาไม่น้อยกว่า 3 เดือน</p>
เงื่อนไขอื่นๆ	<ul style="list-style-type: none"> - อาณาเขตตามที่ระบุไว้ในสัญญา หมายถึง ประเทศสหรัฐอเมริกา ฮ่องกง ประเทศไต้หวัน ประเทศเกาหลี ประเทศญี่ปุ่น ประเทศฟิลิปปินส์ ประเทศเวียดนาม ประเทศกัมพูชา ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศปาปัวนิวกินี - สินค้าที่ได้รับใบอนุญาต คือ อุปกรณ์สนับสนุนภาคพื้นดิน ซึ่งไม่จำกัดเฉพาะ รถลากตู้ลำเลียงสัมภาระ ผู้โดยสารขึ้นเครื่องบิน (Container dolly) รถลากชั้นวางของ (Pallet dolly) และรถลากกระเป๋า (Baggage

	<p>cart)</p> <ul style="list-style-type: none"> - HS จะทำการสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับการผลิตให้แก่บริษัทฯ ซึ่ง HS สามารถส่งพนักงานที่เชี่ยวชาญมาให้การสนับสนุน ฝึกอบรม หรือข้อเสนอแนะที่เกี่ยวกับกระบวนการผลิตแก่บริษัทฯ ตามสมควร โดยบริษัทฯ จะต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าเดินทาง และค่าใช้จ่ายต่างๆ - บริษัทฯ จะต้องทำการจัดหาตัวอย่างของสินค้าที่ผลิตโดยบริษัทฯ เพื่อเป็นการตรวจสอบคุณภาพสินค้าภายใต้ใบอนุญาตของ HS ตามที่ทาง HS ร้องขอ หากมีข้อขัดข้อง บกพร่อง หรือผิดไปจากข้อกำหนด บริษัทฯ จะต้องทำการตรวจสอบหาสาเหตุของความผิดปกตินั้น ตามวิธีการที่คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายยอมรับได้และเห็นพ้องต้องกัน และบริษัทฯ เป็นผู้รับผิดชอบค่าเสียหายในการผลิตสินค้าใหม่ - บริษัทฯ จะชำระค่าธรรมเนียมลิขสิทธิ์ให้แก่ HS เป็นเงินสดทุกเดือน - สิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ รูปแบบ ชื่อและตราสินค้า และสิทธิทางปัญญาต่างๆ ภายใต้สินค้าที่ได้รับใบอนุญาต เป็นของ HS - HS จะต้องทำการส่งรายงานยอดขายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ให้แก่บริษัทฯ ทุก 6 เดือน - เมื่อมีการยกเลิกสัญญา คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายจะต้องทำการคืนเอกสาร และวัตถุ ซึ่งมีข้อมูลอันเป็นความลับ ซึ่งได้รับมาจากอีกฝ่ายโดยทันที และต้องทำการยืนยันว่าสำเนาต่างๆ ที่เกี่ยวกับเอกสารดังกล่าวถูกทำลายแล้ว - ถึงแม้ว่าสัญญาฉบับนี้จะมีการต่ออายุของสัญญาโดยอัตโนมัติ แต่ HS สามารถบอกยกเลิกได้ทันที โดยการส่งหนังสือแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษร หากมีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหาร ผู้ถือหุ้น หรือ ผู้มีอำนาจควบคุมในบริษัทฯ อย่างมีสาระสำคัญ ซึ่งอาจทำให้เกิดความเสียหายแก่ HS
<p>ขอบเขตอำนาจกฎหมาย :</p>	<p>สัญญาฉบับนี้อยู่ภายใต้ขอบเขตอำนาจกฎหมายของประเทศญี่ปุ่น หาก HS เป็นผู้ยื่นฟ้อง หรืออยู่ภายใต้ขอบเขตอำนาจกฎหมายของประเทศไทย หากบริษัทฯ เป็นผู้ยื่นฟ้อง</p>
<p>สัญญา "การส่งมอบกระบวนการผลิต"</p>	
<p>วันที่ลงนาม :</p>	<p>30 พฤษภาคม 2555</p>
<p>สาระสำคัญของสัญญา :</p>	<ul style="list-style-type: none"> - HS มีความต้องการให้บริษัทฯ ดำเนินการผลิตสินค้าบางชนิด ซึ่ง HS จะทำการซื้อ และจัดจำหน่ายภายใต้ตราสินค้าของ HS ซึ่งบริษัทฯ จะต้องเป็นตัวแทนในการดำเนินการผลิตสินค้าบางชนิดให้กับ HS - ภายใต้เงื่อนไขและข้อบังคับของสัญญาฉบับนี้บริษัทฯ จะได้รับสิทธิขาดแต่เพียงผู้เดียวในการใช้ตรา "HANAOKA" ใต้ทั่วโลก - บริษัทฯ จะต้องทำการซื้อวัตถุดิบ หรือชิ้นส่วนอะไหล่จาก HS หรือ จากผู้ผลิตสินค้าและวัตถุดิบที่ได้รับอนุญาตจาก HS เท่านั้น เพื่อที่จะสามารถรักษาคุณภาพและมาตรฐานในผลิตภัณฑ์ของ HS - ในการดำเนินการผลิตสินค้าให้แก่ HS บริษัทฯ ไม่สามารถที่จะจ้างบุคคลที่สาม ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกในการผลิตบางส่วน หรือทั้งหมดของผลิตภัณฑ์นั้นๆ เว้นแต่จะได้รับความเห็นชอบเป็นลายลักษณ์อักษรจาก HS เท่านั้น ทั้งนี้หากได้รับความเห็นชอบแล้ว บริษัทฯ มีหน้าที่ในการควบคุมบุคคลที่สามให้ปฏิบัติตามข้อสัญญาฉบับนี้ - บริษัทฯ จะต้องทำการผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าของ HS ให้แก่ HS แต่เพียงผู้เดียว ซึ่งบริษัทฯ ไม่สามารถที่จะผลิต จัดจำหน่าย ทำการตลาด ส่งออก กระจาย หรือการกระทำใดที่เกี่ยวกับสินค้าแก่บุคคลที่สาม ยกเว้นจะได้รับความเห็นชอบเป็นลายลักษณ์อักษรจาก HS แล้วเท่านั้น - บริษัทฯ ไม่สามารถจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าอื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึง หรือเป็นการแข่งขันกับ HS ภายใต้สินค้าที่ได้รับใบอนุญาต ยกเว้นได้รับความเห็นชอบเป็นลายลักษณ์อักษรจาก HS เท่านั้น
<p>ค่าตอบแทน :</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ราคาในการซื้อ-ขาย จะเป็นไปตามการตกลงของทั้งสองฝ่าย ซึ่งเป็นไปตามแต่กรณี - บริษัทฯ จะต้องชำระค่าธรรมเนียมลิขสิทธิ์ทุกเดือน โดยจะต้องชำระไม่เกินวันสุดท้ายของเดือนถัดไป
<p>ระยะเวลาผูกพัน :</p>	<p>1 ปีหลังจากวันที่ลงนามสัญญาร่วมกัน โดยสัญญาจะทำการต่ออายุโดยอัตโนมัติทุกปี ภายหลังจากหมดอายุสัญญา ยกเว้นคู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งแจ้งยกเลิกล่วงหน้าก่อนหมดอายุสัญญาไม่น้อยกว่า 3 เดือน</p>

เงื่อนไขอื่น ๆ	<ul style="list-style-type: none"> - สินค้าที่ได้รับใบอนุญาต คือ อุปกรณ์สนับสนุนภาคพื้นดิน ซึ่งไม่จำกัดเฉพาะ รถลากตู้ลำเลียงสัมภาระ ผู้โดยสารขึ้นเครื่องบิน (Container dolly) รถลากชั้นวางของ (Pallet dolly) และรถลากกระเป๋า (Baggage cart) - บริษัทฯ จะต้องทำการจัดหาตัวอย่างของสินค้าที่ผลิตโดยบริษัทฯ เพื่อเป็นการตรวจสอบคุณภาพสินค้าตามที่ทาง HS ร้องขอ หากมีข้อจำกัด บกพร่อง หรือผิดไปจากข้อกำหนดของ HS บริษัทฯ จะต้องทำการตรวจสอบสาเหตุของความผิดปกตินั้น โดยวิธีการที่คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายยอมรับได้และเห็นพ้องต้องกัน โดย HS มีสิทธิ์ที่จะบังคับให้เป็นความรับผิดชอบของบริษัทฯ ค่าเสียหายในการดำเนินการผลิตสินค้าใหม่ - บริษัทฯ จะชำระค่าธรรมเนียมลิขสิทธิ์ให้แก่ HS เป็นเงินสดทุกเดือน - สิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ รูปแบบ ชื่อและตราสินค้า และสิทธิทางปัญญาต่างๆ ภายใต้สินค้าที่ได้รับใบอนุญาตเป็นของ HS - คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายไม่สามารถเปิดเผยข้อมูลที่ได้รับมาจากอีกฝ่าย ซึ่งเป็นความลับให้แก่บุคคลที่สามได้ ยกเว้นได้รับความเห็นชอบจากอีกฝ่ายเป็นลายลักษณ์อักษร แล้วเท่านั้น - เมื่อมีการยกเลิกสัญญา คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายจะต้องทำการคืนเอกสารและวัตถุ ซึ่งมีข้อมูลอันเป็นความลับของอีกฝ่ายโดยทันที และต้องทำการยืนยันว่าสำเนาต่างๆ ที่เกี่ยวกับเอกสารดังกล่าวถูกทำลายแล้ว - ถึงแม้ว่าสัญญาฉบับนี้จะมีการต่ออายุของสัญญาโดยอัตโนมัติ แต่ HS สามารถบอกยกเลิกได้ทันที โดยการส่งหนังสือแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษร หากมีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหาร ผู้ถือหุ้น หรือ ผู้มีอำนาจควบคุมในบริษัทฯ อย่างมีสาระสำคัญ ซึ่งอาจทำให้เกิดความเสียหายแก่ HS
ขอบเขตอำนาจกฎหมาย :	สัญญาฉบับนี้อยู่ภายใต้ขอบเขตอำนาจกฎหมายของประเทศญี่ปุ่น หาก HS เป็นผู้ยื่นฟ้อง หรืออยู่ภายใต้ขอบเขตอำนาจกฎหมายของประเทศไทย หากบริษัทฯ เป็นผู้ยื่นฟ้อง

คู่สัญญา	ฝ่ายที่ 1 = บริษัท ช.ทวี ดอลลาเซียน จำกัด (มหาชน) หรือ "บริษัทฯ" ฝ่ายที่ 2 = Hackney & Sons International หรือ "HSI"
ชื่อสัญญา "International Technology License Agreement"	
วันที่ลงนาม	วันที่ 15 ตุลาคม 2540
สาระสำคัญของสัญญา	<ul style="list-style-type: none"> - ภายใต้เงื่อนไขและข้อบังคับของสัญญาฉบับนี้บริษัทฯ จะได้รับสิทธิที่ไม่ผูกขาดแต่เพียงผู้เดียวในการผลิตสินค้าของ HSI ซึ่งได้รับรายละเอียดและข้อมูลจาก HSI โดยบริษัทฯ สามารถผลิตและจัดจำหน่ายภายในประเทศไทย โดยต้องใช้ตราสินค้า "HSI" เท่านั้น - บริษัทฯ จะต้องทำการซื้อวัตถุดิบ หรือชิ้นส่วนอะไหล่จาก HSI หรือ จากผู้ผลิตสินค้าและวัตถุดิบที่ได้รับอนุญาตจาก HSI เท่านั้น อาทิ ระบบประตูเปิด-ปิดรูปแบบต่างๆ, มือจับและระบบลิฟต์, อะไหล่และส่วนประกอบต่างๆ เป็นต้น เพื่อที่จะสามารถรักษาคุณภาพและมาตรฐานในผลิตภัณฑ์ของ HSI - บริษัทฯ ไม่สามารถใช้ตราสินค้าอื่นบนสินค้าของ HSI เว้นแต่ใช้ร่วมกับตราสินค้าของบริษัทฯ และไม่สามารถใช้ตราสินค้าของ HSI บนสินค้าอื่นที่ไม่ใช่ของ HSI เช่นกัน - บริษัทฯ ไม่สามารถจัดจำหน่ายสินค้าที่ได้รับใบอนุญาตภายนอกประเทศไทย ยกเว้นได้รับการเห็นชอบเป็นลายลักษณ์อักษรจาก HSI หรือชำระค่าธรรมเนียมพิเศษตามที่ระบุไว้ตามสัญญา
ค่าตอบแทน	<ul style="list-style-type: none"> - บริษัทฯ จะต้องชำระค่าธรรมเนียมให้แก่ HSI สำหรับความสนับสนุนทางด้านการผลิต วิศวกรรม การขาย และการตลาด ในอัตราร้อยละ 5 ของราคาขาย โดยหักค่าใช้จ่ายที่บริษัทฯ ต้องชำระให้แก่ HSI สำหรับค่าอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้สำหรับการผลิตสินค้า หรือหากบริษัทฯ ใช้ความรู้และทักษะ หรือใช้ขั้นตอนการผลิตของ HSI ในการผลิตสินค้า บริษัทฯ จะต้องชำระค่าธรรมเนียมให้แก่ HSI ในอัตราร้อยละ 5 ของราคาขายสุทธิ
ระยะเวลาผูกพัน	1 ปีหลังจากวันที่ลงนามสัญญาร่วมกัน โดยสัญญาจะทำการต่ออายุโดยอัตโนมัติทุกปี หลังจากหมดอายุสัญญา ยกเว้นคู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งแจ้งโดยลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าก่อนหมดอายุสัญญาไม่น้อยกว่า

#2 อธิบายเพิ่มเติมให้ชัดเจน

	90 วัน
เงื่อนไขอื่นๆ	<ul style="list-style-type: none"> - บริษัทฯ จะต้องทำการจัดเตรียมสินค้าไว้ให้พอสำหรับการจำหน่ายภายในอาณาเขตที่ระบุไว้ในสัญญา โดยปริมาณสินค้าคงคลังขั้นต่ำจะถูกกำหนดโดย HSI แต่จะมีต้นทุนสินค้าไม่มากกว่า 3,000 เหรียญสหรัฐฯ เว้นแต่ได้รับความยินยอมจากทางบริษัทฯ - บริษัทฯ จะต้องตรวจเช็คความพร้อมทางด้านวิศวกรรม การผลิต และการตลาด ภายในทุกๆ 90 วัน - บริษัทฯ จะชำระค่าธรรมเนียมลิขสิทธิ์ให้แก่ HSI เป็นเงินสดเหรียญสหรัฐฯ - คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายไม่สามารถเปิดเผยข้อมูลที่ได้รับมาจากอีกฝ่าย ซึ่งเป็นความลับให้แก่บุคคลที่สามได้ ยกเว้นได้รับความเห็นชอบจากอีกฝ่ายเป็นลายลักษณ์อักษร แล้วเท่านั้น - เมื่อมีการยกเลิกสัญญา คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายจะต้องทำการคืนเอกสาร และวัตถุ ซึ่งมีข้อมูลอันเป็นความลับ ซึ่งได้รับมาจากอีกฝ่ายโดยทันที และต้องทำการยืนยันว่าสำเนาต่างๆ ที่เกี่ยวกับเอกสารดังกล่าวถูกทำลายแล้ว - ถึงแม้ว่าสัญญานี้จะมีการต่ออายุของสัญญาโดยอัตโนมัติ แต่ HSI สามารถบอกยกเลิกได้ โดยการส่งหนังสือแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษร หากคู่สัญญาไม่สามารถกระทำข้อกำหนดที่ระบุไว้ในสัญญา
ขอบเขตอำนาจกฎหมาย :	สัญญาฉบับนี้อยู่ภายใต้ขอบเขตอำนาจกฎหมายของประเทศไทย

คู่สัญญา	: ฝ่ายที่ 1 : Siemens Limited หรือ "SLT" ฝ่ายที่ 2 : Siemens Aktiengesellschaft Germany หรือ "SAG" ฝ่ายที่ 3 : บริษัท ซี.ที. ดอลลาเซียน จำกัด (มหาชน) หรือ "บริษัทฯ"
ชื่อบันทึกความเข้าใจ "International Technology License Agreement"	
วันที่ลงนาม	: วันที่ 23 พฤศจิกายน 2555
สาระสำคัญของสัญญา	: - ทั้ง 3 ฝ่ายจะร่วมกันจัดทำโครงการผลิตและจำหน่ายหัวรถจักรดีเซลไฟฟ้าจำนวน 50 คัน โดยจะช่วยลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันทางธุรกิจ และดำเนินโครงการจนแล้วเสร็จ - <u>ความรับผิดชอบของ SLT และ SAG</u> - วิศวกรรมโครงการและการประมาณสัดส่วนโครงการของ SLT, SAG - รับผิดชอบแนวคิดการออกแบบรถจักร และกำกับการดูแลทางเทคนิคของโครงการ - รายละเอียดด้านวิศวกรรมของตัวถังรถและตู้รถไฟ เพื่อสอดคล้องกับการเสนอราคาและข้อกำหนดเฉพาะทางเทคนิค - การผลิตและการจัดหาตัวถังและตู้รถไฟ - ให้รายละเอียดทางเทคนิคและแนะนำแหล่งจำหน่ายวัตถุดิบที่เหมาะสม สำหรับชิ้นส่วน วัสดุ และ/หรือ อุปกรณ์ที่สนับสนุนบริษัทฯ ในการปฏิบัติตามข้อกำหนดของโครงการ - ความช่วยเหลือทางเทคนิคสำหรับการประกอบชิ้นส่วนที่โรงงานของบริษัทฯ - การกำกับดูแลของการทดสอบ การประกอบ การยอมรับ และเชื่อมต่อระบบ เพื่อผลิตรถจักรให้สำเร็จ - <u>ความรับผิดชอบของบริษัทฯ</u> - ผู้รับเหมาะหลักสำหรับการเสนอราคาและเงื่อนไขทางการค้า (การติดต่อกับลูกค้า และ/หรือ เจ้าหน้าที่ อาทิ กำหนดกรอบเวลาการเสนอราคา การจัดสรรงบประมาณ การเจรจาต่อรองสัญญา และการจัดการโครงการทั้งหมด - ประเมินโครงการที่เกี่ยวข้องกับการขอเช่ารถจักรและการให้บริการของบริษัทฯ - เพิ่มจัดหาวัตถุดิบและชิ้นส่วนต่างๆ ในท้องถิ่น - การตั้งค่าการผลิต / ประกอบและบำรุงรักษาสถานที่โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนที่ใกล้เคียงกับโรงงานของบริษัทฯ - การผลิตรถจักรและตัวถัง เพื่อให้สอดคล้องกันกับระดับของการลงทุน - จัดตั้งระบบการขนส่งที่เหมาะสมที่สามารถรองรับการขนส่งวัตถุดิบต่างๆ ได้ - การว่าจ้าง การทดสอบ และการส่งมอบตู้รถจักรให้กับลูกค้า
คำตอบแทน	: ยังไม่มีการกำหนดไว้ในบันทึกความเข้าใจ
ระยะเวลาผูกพัน	: จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2556 หากไม่มีการต่ออายุบันทึกความเข้าใจโดยลายลักษณ์อักษร
เงื่อนไขอื่นๆ	: - ทั้ง 3 ฝ่ายจะไม่หาหรือหรือเจรจาเพื่อการจัดทำข้อเสนอเกี่ยวกับโครงการกับบุคคลอื่น ยกเว้นจะได้รับ การเห็นชอบโดยลายลักษณ์อักษร จากทุกฝ่าย - การกระทำใดๆ ของคู่สัญญาทั้ง 3 ฝ่าย ถือเป็นความลับและไม่สามารถเปิดเผยต่อสาธารณะได้ ยกเว้นจะ ได้รับการเห็นชอบโดยลายลักษณ์อักษร จากทุกฝ่าย - หากฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดฝ่าฝืนข้อกำหนดในบันทึกความเข้าใจได้ จะถือว่าบันทึกความเข้าใจฉบับนี้สิ้นสุดลง - สิทธิในการครอบครองทรัพย์สินทางปัญญายังคงมีผลบังคับใช้แม้ว่าบันทึกข้อความเข้าใจฉบับนี้จะสิ้นสุด หรือ ถูกยกเลิก
ขอบเขตอำนาจกฎหมาย	: บันทึกความเข้าใจฉบับนี้อยู่ภายใต้ขอบเขตอำนาจกฎหมายของประเทศสวิตเซอร์แลนด์

Formatted: Underline
Formatted: Indent: Left: 0.18", No bullets or numbering

Formatted: Underline
Formatted: Indent: Left: 0.18", No bullets or numbering

3.8 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

งานที่อยู่ระหว่างผลิต ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555 ของบริษัทฯ และบริษัทย่อยมีมูลค่ารวมประมาณ 194.37 ล้านบาท ประกอบด้วย งานที่ยังไม่ส่งมอบของบริษัทฯ 180.52 ล้านบาท และงานของบริษัทย่อย 13.85 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดดังนี้

#1 ปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน

#2 เพิ่มเติมข้อมูลและแก้ไขข้อมูลให้ถูกต้อง

ลำดับ	คู่สัญญา	โครงการ	วันที่ลงนามในสัญญา	ระยะเวลาส่งมอบตามสัญญา	มูลค่าตามสัญญา	มูลค่าคงเหลือ ณ 31 ธ.ค. 55
งานที่ยังไม่ส่งมอบ-บริษัทฯ						
1	บริษัท ครวัการ์มินภูเก็ต จำกัด	X-Cat M Normal Cab Hi Loader	13 มิ.ย. 55	17 ธ.ค. 55*	13.90	0.49
2	DHL Distribution (Thailand) Ltd.	3 Axles Semi-Trailer Side Curtain	9 พ.ย. 55	3 ม.ค. 56	66.17	17.60
3	บจก.ว.ศรีประเสริฐ	กระบะพื้นเรียบ 10 ล้อ	24 ต.ค. 55	12 ธ.ค. 55*	1.26	0.12
4	สถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ	รถยนต์บรรทุกทางทหาร 8*8	8 พ.ย. 55	8 เม.ย. 56	37.37	37.37
5	บมจ. การบินไทย	Plo Form Truck for A380	9 ต.ค. 55	22 ม.ค. 56	9.96	8.65
6	DHL Distribution (Thailand)	3 Axle Semi-Trailer Side Curtain	18 ธ.ค. 55	26 มี.ค. 56	18.88	17.60
7	บจก.รุ่งนิธินิมา	รถกึ่งพ่วงขนต้า 3เพลลา	20 ธ.ค. 55	25 มิ.ย. 56	1.78	1.37
8	LSG SKY CHEFS (Thailand)	CTVDOLL X-cat M Normal Cab	20 ธ.ค. 55	25 มิ.ย. 56	7.87	7.60
9	World International Network	Platform Chassis	3 ต.ค. 55	30 ม.ค. 56	0.67	0.64
รวมมูลค่างานคงเหลือ-ในประเทศ					157.86	91.44
10	Regal Motors Ltd.Hongkong	CPCS.HK.08 X-Cat M	6 ต.ค. 54	15 พ.ย. 55*	21.87	0.21
11	Regal Motors Ltd.	Catering X Cat M CPCS.HK.08	6 ก.ย. 55	30 เม.ย. 56	6.64	2.90
12	Darwish Bin Ahmed & Son	Catering X Cat L ADIFC.UAE.01	6 ก.ย. 55	30 พ.ค. 56	11.14	4.13
13	PT.Aerofood Indonesia	X-Cat M Catering Hi-Loaders	8 ต.ค. 55	5 ก.ค. 56	81.05	49.42
14	LSG SKY CHEFS BRAHIM	X-Cat L A380	16 ต.ค. 55	14 พ.ค. 56	19.02	8.50
15	United Motors & Heavy Equipment	CTVDOLL X-cat L A380 Hi-Loader	24 ต.ค. 55	22 พ.ค. 56	31.80	23.92
รวมมูลค่างานคงเหลือ-ต่างประเทศ					171.52	89.08
รวมมูลค่างานคงเหลือ#บริษัทฯ					329.38	180.52
งานที่ยังไม่ส่งมอบ-บริษัทย่อย						
1	บริษัท นูบุ่น จำกัด	ตู้ห้องเย็นไฟเบอร์กลาส	6 มิ.ย. 55	31 มี.ค. 56	0.23	0.22
2	บริษัท แอปเปิ้ล ฟอรัวิตเตอร์ จำกัด	ตู้ห้องเย็นไฟเบอร์กลาส	14 ต.ค. 54	8 พ.ย. 55*	2.43	1.30
3	บริษัท จตุพร จำกัด	ตู้ห้องเย็นไฟเบอร์กลาส	12 ม.ค. 55	31 ม.ค. 56	1.57	0.13
4	บริษัท พชรสินี 42 จำกัด	ตู้ห้องเย็นไฟเบอร์กลาส	2 พ.ค. 55	5 พ.ย. 56	7.21	1.45
5	CPF (Thailand)Public Co.,Ltd	ตู้ห้องเย็นไฟเบอร์กลาส	3 ธ.ค. 55	29 ก.พ. 56	7.10	7.00
6	บริษัท แอปเปิ้ล ฟอรัวิตเตอร์ จำกัด	ตู้ห้องเย็นไฟเบอร์กลาส	28 ต.ค. 55	5 พ.ย. 56	5.10	3.75
รวมมูลค่างานคงเหลือ#บริษัทย่อย					23.64	13.85
รวมมูลค่างานคงเหลือทั้งหมด ของบริษัทฯ และบริษัทย่อย						194.37

หมายเหตุ : * เนื่องจากลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงรายละเอียดงาน ส่งผลให้ระยะเวลาผลิตนานขึ้นแต่ไม่ได้มีการแก้ไขสัญญา ส่งผลให้งานยังไม่ได้ส่งมอบให้แก่ลูกค้าทันตามกำหนดส่งมอบ ซึ่งบริษัทฯ ไม่มีการเสียค่าปรับความล่าช้าใดๆ

3.9 ข้อจำกัดการประกอบธุรกิจ

- ไม่มี -