

2. ปัจจัยความเสี่ยง

2.1 ปัจจัยความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบ

ราคาวัตถุดิบเป็นปัจจัยสำคัญในการควบคุมต้นทุนการผลิตแบตเตอรี่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งราคา ตะกั่วและราคาพลาสติก ซึ่งเป็นส่วนประกอบสำคัญในการผลิตแบตเตอรี่ โดยต้นทุนของตะกั่วและพลาสติกคิดเป็นประมาณร้อยละ 70-80 ของต้นทุนการผลิตรวม สำหรับการจัดซื้อตะกั่วนี้ ผู้ขายจะยืนยันราคาในการสั่งซื้อล่วงหน้า 1 เดือนก่อนส่งของ โดยราคาจะอ้างอิงจากตลาด London Metal Exchange นอกจากนี้ราคาตะกั่วยังอ้างอิงกับราคาน้ำมันในตลาดโลก ซึ่งเพิ่มขึ้นและผันผวนมาโดยตลอด ตั้งแต่ปี 2546 เป็นต้นมาจนถึงปี 2555 โดยราคาตะกั่วบริสุทธิ์โดยเฉลี่ยในปี 2555 อยู่ที่ระดับ 2,061 เหรียญต่อตัน ลดลงจากปี 2554 ที่ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ระดับราคา 2,398 เหรียญต่อตัน โดยในระหว่างปี 2555 ราคาตะกั่วบริสุทธิ์แถวตัวอยู่ในกรอบระหว่าง 1,854-2,274 เหรียญต่อตัน โดยในช่วง 8 เดือนแรกของปี อยู่ที่ระดับ 1,995 เหรียญต่อตัน และได้ปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจนถึงสิ้นปี โดยเฉพาะตะกั่วบริสุทธิ์ในเดือนธันวาคม 2555 มีระดับราคาโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นสูงถึง 2,274 เหรียญต่อตัน ทั้งนี้ในช่วง 4 เดือนหลังซึ่งราคาตะกั่วบริสุทธิ์มีระดับราคาปรับตัวสูงขึ้นเมื่อเทียบกับปีช่วง 8 เดือนแรกของปี 2554 บริษัทพยายามที่จะปรับราคาสินค้าเพื่อชดเชยราคาที่ปรับตัวสูงขึ้น แต่ในบางตลาดที่มีการแข่งขันสูง โดยเฉพาะตลาดทดแทนภายในประเทศ บริษัทยังไม่สามารถปรับราคาสินค้าได้ ด้วยข้อจำกัดในการแข่งขัน อย่างไรก็ตามบริษัทวางแผนที่จะปรับราคาสินค้าในตลาดดังกล่าวให้ได้ภายในไตรมาสแรกของปี 2556 เพื่อชดเชยราคาตะกั่วที่เพิ่มสูงขึ้น และนอกจากการปรับราคาสินค้าเพื่อให้สอดคล้องกับความผันผวนของวัตถุดิบแล้ว บริษัทยังได้กระจายความเสี่ยงด้วยการควบคุมการจัดเก็บสต็อกตะกั่ว และทำสัญญาซื้อขายระยะสั้นกับผู้ขายหลายราย

2.2 ปัจจัยความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบริษัทร่วมทุน

ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงความสามารถของบริษัทร่วมทุน จำแนกเป็น 2 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านเทคโนโลยี และด้านการตลาด

บริษัทได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตจากบริษัท จีเอส ยวซ่า อินเตอร์เนชันแนล จำกัด (บริษัทร่วมทุน) โดยมีสัญญาให้ความช่วยเหลือด้านเทคนิคการผลิตแบตเตอรี่และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยมีสัญญาเป็นรายปี ทั้งนี้ถ้าไม่มีการแก้ไขส่วนหนึ่งส่วนใดในสัญญา ให้ถือว่าสัญญาจะได้รับการต่ออายุสัญญาโดยอัตโนมัติปีต่อปี และในการดำเนินงานที่ผ่านมาบริษัทได้มีการจ่ายค่าตอบแทนในรูปค่าสิทธิ (Royalty fee) มาโดยตลอด (โดยมีการคำนวณค่าสิทธิเป็นรายลูกที่ผลิตสำหรับแบตเตอรี่ชนิดพื้นฐานทุกชนิดและทุกเครื่องหมายการค้า และคิดเป็นร้อยละจากยอดขายสำหรับแบตเตอรี่ชนิดไม่ต้องมีการดูแลรักษา (Maintenance Free) ทุกชนิด ทั้งนี้บริษัทได้รับการต่อสัญญาจากบริษัท จีเอส ยวซ่า อินเตอร์เนชันแนล จำกัด ประเทศญี่ปุ่นติดต่อกันเป็นระยะเวลากว่า 50 ปีมาแล้ว

ด้านตลาดต่างประเทศ บริษัทดำเนินการจำหน่ายแบตเตอรี่ภายใต้เครื่องหมายการค้า "YUCON" "THUNDERLITE" โดยผ่านการวางแผนการจำหน่ายของบริษัทเอง ส่วนการจำหน่ายสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้า "YUASA" ในต่างประเทศนั้นบริษัทสามารถกระทำได้โดยตรงภายในอาณาเขตที่ได้รับมอบหมายจากบริษัท จีเอส ยวซ่า อินเตอร์เนชันแนล จำกัด อันได้แก่ ประเทศกัมพูชา ลาว และพม่า นอกเหนือจากพื้นที่ดังกล่าวแล้ว บริษัทจะต้องได้รับความเห็นชอบจากบริษัท จีเอส ยวซ่า อินเตอร์เนชันแนล จำกัด เพื่อไม่ให้เกิดความขัดแย้งกับการจำหน่ายของบริษัทในเครือ "YUASA" จากประเทศอื่นๆ ทั้งนี้บริษัทยังมีนโยบายเน้นการทำตลาดแบตเตอรี่ในต่างประเทศภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทเอง อันได้แก่ "YUCON" และ "THUNDERLITE" เพิ่มขึ้น ในปี 2555 บริษัทมีการส่งออกสินค้าโดยผ่านบริษัท จีเอส ยวซ่า อินเตอร์เนชันแนล จำกัด และบริษัทในเครือเป็นเงินรวม 48.81 ล้านบาทหรือคิดเป็นประมาณร้อยละ 18.45 ของยอดส่งออกทั้งหมด หรือคิดเป็นร้อยละ 2.58 ของรายได้จากการขายทั้งหมดของบริษัท

2.3 ปัจจัยความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายย่อย

ยอดขายแบตเตอรี่รถยนต์สำหรับตลาดรถใหม่ (OEM) บริษัทมีการจำหน่ายให้แก่กลุ่มลูกค้ารายหนึ่งทั้งในประเทศและต่างประเทศคิดเป็นปริมาณร้อยละ 99.96 จากยอดขายแบตเตอรี่รถยนต์สำหรับตลาดรถใหม่ทั้งหมด ทั้งนี้ บริษัทมีนโยบายที่จะผลิตแบตเตอรี่ให้แก่ลูกค้าเป็นบางราย เพื่อเป็นการโฆษณาบริษัทในทางอ้อม ขณะเดียวกันลูกค้าซึ่งเป็นผู้ผลิตรถยนต์เองก็ต้องการแบตเตอรี่ที่คุณภาพสูงเชื่อถือได้ ราคายุติธรรมและเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป จากความสัมพันธ์ที่มีมาช้านานระหว่างบริษัทรวมทุนประเทศญี่ปุ่นและบริษัทแม่ของลูกค้า อีกทั้งความสัมพันธ์อันดีของบริษัท กับลูกค้าเอง ดังนั้นการที่ลูกค้าดังกล่าวจะยกเลิกการสั่งซื้อจากบริษัทจึงมีความเป็นไปได้น้อย

สำหรับแบตเตอรี่รถจักรยานยนต์ในตลาดรถใหม่ (OEM) บริษัท มีการจำหน่ายให้แก่กลุ่มลูกค้ารายหนึ่งทั้งในประเทศและต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 90.88 จากยอดขายแบตเตอรี่รถจักรยานยนต์สำหรับตลาดรถใหม่ทั้งหมด การพึ่งพิงลูกค้ารายเดียวในตลาดแบตเตอรี่รถจักรยานยนต์ภายในประเทศเนื่องจากลูกค้าเป็นผู้นำในตลาดรถจักรยานยนต์ และมีส่วนแบ่งตลาดรถจักรยานยนต์สูงถึงร้อยละ 70-75 ของตลาดภายในประเทศ จากการเป็นบริษัทคู่ค้าที่ทำธุรกิจกันมานานตั้งแต่ลูกค้าเริ่มก่อตั้งโรงงานผลิตในประเทศไทยประกอบกับราคาที่จำหน่ายให้ลูกค้าถือเป็นราคาตลาดที่ยุติธรรมและความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทรวมทุนประเทศญี่ปุ่น รวมถึงเทคโนโลยีในการผลิตแบตเตอรี่ทำให้โอกาสที่ลูกค้าจะยกเลิกการสั่งซื้อแบตเตอรี่จากบริษัทมีความเป็นไปได้น้อย

2.4 ปัจจัยความเสี่ยงจากการเข้ามาแข่งขันของผู้ประกอบการรายใหม่

เนื่องจากธุรกิจแบตเตอรี่รถยนต์ เป็นธุรกิจที่ไม่ซับซ้อน มีความเป็นไปได้ที่ผู้ประกอบการรายใหม่จะเข้ามาแย่งส่วนแบ่งตลาด ซึ่งอาจจะเข้ามาในรูปแบบการก่อตั้งโรงงานผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศ และการนำเข้าแบตเตอรี่จากต่างประเทศเข้ามาจำหน่ายในประเทศ ทั้งนี้ในปี 2554 ที่ผ่านมามีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาก่อตั้งโรงงานและเริ่มผลิตและจำหน่ายแบตเตอรี่รถยนต์ในช่วงต้นปี 2555 นอกจากนั้นในปี 2555 มีผู้ประกอบการนำเข้าแบตเตอรี่จากต่างประเทศเข้ามาจำหน่ายภายในประเทศด้วยเช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตามในปัจจุบันผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้รับการยอมรับจากลูกค้าทั้งในตลาด OEM (ตลาดรถใหม่) และ REM (ตลาดทดแทนภายในประเทศ) ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง และบริษัทได้เตรียมมาตรการรองรับการแข่งขันที่สูงขึ้น โดยการปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตให้ทันสมัยอยู่เสมอ และมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำเพื่อสนองความต้องการของลูกค้า และยังรักษาความสัมพันธ์กับผู้นำรายวัตถุดิบ ทำสัญญาการค้ากับ ผู้ว่าจ้างผลิตบางราย และรักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าปัจจุบัน และหาช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ผ่านร้านค้ารูปแบบ Modern Trade รวมทั้งเพิ่มความยืดหยุ่นในการผลิต เพื่อให้สามารถรองรับและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างสม่ำเสมอ

2.5 ปัจจัยความเสี่ยงจากรายได้และเงินกู้ที่เป็นเงินสกุลต่างประเทศ

ในปี 2555 ที่ผ่านมามีบริษัทมีรายได้ที่เป็นเงินสกุลต่างประเทศเป็นมูลค่า 11.03 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในการวางแผนการขายของฝ่ายขายต่างประเทศจะเป็นการประมาณการการขายในรูปสกุลเงินบาท และในการขายที่ผ่านมามีการเพื่อการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศไว้ประมาณร้อยละ 5-10 ซึ่งในปีที่ผ่านมาได้มีการสำรองเพื่อความผันผวนของค่าเงินไว้แล้ว ในกรณีที่ค่าเงินบาทแข็งค่ากว่าที่ประมาณการไว้ทางผู้บริหารของบริษัทจะมีการประชุมเพื่อปรับปรุงมูลค่ามาตรฐานของสกุลเงินในการประมาณการราคาขายและบริษัทได้นำนโยบายการป้องกันความเสี่ยงมาใช้เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

นอกจากนั้นบริษัทได้กู้ยืมเงินเป็นสกุลเงินตราต่างประเทศเพื่อมาใช้ในการบริหารงานของบริษัท และณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555 มูลค่ารวม 291 ล้านบาทจาก บริษัท จีเอส ชั่วช้า อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (บริษัทร่วมทุน) โดยหนี้สินดังกล่าวบริษัทได้ป้องกันความเสี่ยงด้วยการซื้อสัญญาแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าไว้กับธนาคารแล้ว

2.6 ปัจจัยความเสี่ยงจากการขาดสภาพคล่องทางการเงิน

ปัญหาการขาดสภาพคล่องทางการเงินของบริษัทยังคงมีอยู่บ้างในช่วงปลายปี 2555 ที่ผ่านมานี้เนื่องจากราคาวัตถุดิบเริ่มปรับตัวสูงขึ้น ค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นจากการย้ายฐานการผลิตหลังจากการจำหน่ายที่ดินและทรัพย์สินโรงงาน เกตเวย์ และการลงทุนที่เพิ่มขึ้นเพื่อปรับปรุงอุปกรณ์ เครื่องจักร อาคารสำนักงาน และอาคารโรงงาน ของที่ตั้งโรงงานในปัจจุบัน เพื่อรองรับการเพิ่มกำลังการผลิต อย่างไรก็ตามในปี 2555 ที่ผ่านมามีบริษัทได้รับเงินจากการจำหน่ายทรัพย์สินของโรงงานตั้งแต่ช่วงกลางปี 2555 ที่ผ่านมา และบริษัทยังสามารถทำกำไรจากการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ทำให้บริษัทมีสภาพคล่องส่วนเกินและยังสามารถชำระหนี้เงินกู้บางส่วนได้ นอกจากนี้เพื่อให้มีสภาพคล่องเพียงพออย่างต่อเนื่อง บริษัทยังได้ควบคุมการดำเนินงานด้านต่างๆ ให้เกิดประสิทธิภาพอย่างเต็มที่ โดยเฉพาะการใช้วัตถุดิบ และการลดอัตราของเสียในกระบวนการผลิต และการลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น โดยใช้เงินที่มีให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อบริษัทและเพื่อลดความเสี่ยงจากการขาดสภาพคล่องทางการเงิน บริษัทได้จัดทำวงเงินสินเชื่อกับสถาบันการเงินและขอรับการสนับสนุนเงินกู้จากบริษัทร่วมทุนเพื่อเสริมสภาพคล่องอีกทางหนึ่ง ซึ่งก็ได้รับการสนับสนุนอย่างเต็มที่ โดยมีการต่ออายุสัญญาเงินกู้เมื่อครบกำหนดชำระหนี้เงินคืน

2.7 ปัจจัยความเสี่ยงจากการขาดแคลนแรงงาน

ปัญหาความเสี่ยงที่สำคัญอีกประการหนึ่งในปี 2555 ต่อเนื่องจนถึงปี 2556 มาจากการขาดแคลนแรงงาน ซึ่งอุปทานด้านแรงงานเติบโตไม่ทันกับความต้องการแรงงานเนื่องมาจากภาวะเศรษฐกิจโลกที่ฟื้นตัวและเศรษฐกิจภายในประเทศที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปัญหาดังกล่าวทำให้บริษัทต้องปรับเพิ่มค่าแรงงานและสวัสดิการเพื่อจูงใจให้พนักงานเข้าทำงานกับบริษัท ซึ่งส่งผลกระทบต่อต้นทุนค่าแรงงานที่สูงขึ้นเช่นกัน การเพิ่มขึ้นของต้นทุนแรงงานดังกล่าวเกินกว่าการเพิ่มขึ้นของ Productivity ซึ่งทำให้อุตสาหกรรมสูญเสียการแข่งขันกับคู่แข่งทางธุรกิจในประเทศ