

## ส่วนที่ 1

### การประกอบธุรกิจ



บริษัท กู๊ดเยียร์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทในเครือของเดอะ กู๊ดเยียร์ ไทร์ แอนด์ รีบเบอร์ คอมปะนี ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยเข้าร่วมทุนกับสกุลศรีเฟื่องฟุ้ง ผู้ร่วมก่อตั้งบริษัทชาวไทย จัดทะเบียนจัดตั้งเป็นบริษัทจำกัด ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ เมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2511 ด้วยทุนจดทะเบียน 60 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายยางรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ยางรถบรรทุกขนาดเล็ก และใหญ่เพื่อการพาณิชย์ รวมถึงการผลิตยางเครื่องบิน และล้อดอกยางเครื่องบิน เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดภายในประเทศ และเพื่อการส่งออก ปัจจุบัน บริษัทมีทุนจดทะเบียน 74 ล้านบาท สำนักงานใหญ่ และโรงงานตั้งอยู่ที่ 50/9 ถนนพลโยธิน ก.ม. 36 ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ประเทศไทย

พัฒนาการที่สำคัญของบริษัทในช่วงต่าง ๆ นับแต่เริ่มก่อตั้ง มีดังนี้

- ปี 2512 บริษัทได้ทำข้อตกลงในด้านความร่วมมือทางเทคโนโลยีการผลิต และการบริหาร กับบริษัท เดอะ กู๊ดเยียร์ ไทร์แอนด์รีบเบอร์ จำกัด ประเทศสหรัฐอเมริกา
- ปี 2513 บริษัทได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) เป็นระยะเวลา 15 ปี โดยได้รับสิทธิประโยชน์ยกเว้นภาษีเงินได้จากกิจการผลิตและล้อดอกยางเครื่องบิน
- วันที่ 30 มิถุนายน 2521 บริษัทได้รับอนุมัติให้นำหลักทรัพย์เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- วันที่ 6 มกราคม 2526 บริษัทได้จดทะเบียนเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 100.00 บาท เป็นหุ้นละ 20.00 บาท กับกระทรวงพาณิชย์
- จากการประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 2/2533 เมื่อวันที่ 28 มีนาคม 2533 ได้มีมติให้บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 60 ล้านบาท เป็น 74 ล้านบาท
- วันที่ 20 เมษายน 2537 บริษัทได้จดทะเบียนแปรสภาพนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์เป็นนิติบุคคลตามพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535 และในปีเดียวกันนี้เอง บริษัทฯ ได้รับการรับรองระบบคุณภาพตามมาตรฐานสากล TIS/ISO 9000 จากสำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรมไทย/องค์การมาตรฐานระหว่างประเทศ เป็นบริษัทแรกในกลุ่มผู้ผลิตยางรถยนต์ในประเทศ
- วันที่ 20 พฤศจิกายน 2538 ที่ประชุมได้มีมติให้บริษัทเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 20.00 บาท เป็น 10.00 บาท เพื่อให้สอดคล้องกับข้อบังคับของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และได้จดทะเบียนเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นกับกระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2538

## 1. นโยบาย และภาพรวมการประกอบธุรกิจ

### 1.1 พันธกิจ ค่านิยม และกลยุทธ์ในการดำเนินงานของกู๊ดเยียร์



#### พันธกิจของกู๊ดเยียร์

จุดมุ่งหมายทั่วโลกของกู๊ดเยียร์ คือ

- เพิ่มมูลค่าตราสินค้าของเราสำหรับทุกคน
- ขับเคลื่อนตลาดด้วยเทคโนโลยี
- ส่งมอบทาง ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องและบริการที่มีคุณภาพเป็นเลิศแก่ลูกค้า และผู้บริโภคร



#### เป้าหมายเดียวกัน

กู๊ดเยียร์จะเป็นผู้ประกอบการอย่างแรกของโลกที่

- ดึงดูด พัฒนา กระตุ้น และคงไว้ซึ่งทีมงานที่ดีที่สุดขององค์กร
- การสร้างและสานสัมพันธ์กับลูกค้า ผู้บริโภค รวมถึงพันธมิตรทางธุรกิจในระยะยาว การดำเนินงานให้เหนือกว่าที่อีกฝ่ายคาดหวัง
- การขับเคลื่อนองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ มีความสอดคล้อง และมีประสิทธิผล
- การสร้างโมเดลธุรกิจที่ยั่งยืน และนำมาซึ่งผลตอบแทนการลงทุนที่มั่นคง



#### ค่านิยมร่วม

บริษัทให้คำมั่นว่าบริษัท

- จะส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเป็นเลิศ
- จะปฏิบัติด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต และมีความเคารพต่อกัน
- จะสนับสนุนด้านความปลอดภัย ทั้งในขณะปฏิบัติงาน และนอกเวลาปฏิบัติงาน
- จะรักษาสีงแวดล้อม และชุมชน
- จะรับฟังซึ่งปัญหา และแก้ไขอย่างเป็นทีม



#### คุณลักษณะผู้นำ

กู๊ดเยียร์ถูกขับเคลื่อนด้วยผู้นำที่มีคุณลักษณะ

- มีความสามารถโดดเด่น และทำงานอย่างเป็นทีม
- มีทักษะในการแก้ไขปัญหา
- สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ
- กล้าตัดสินใจ
- มีผลงานที่ดี



### กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของกู๊ดเยียร์

กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของกู๊ดเยียร์ คือ (1) กู๊ดเยียร์ให้ความสำคัญต่อความต้องการของผู้บริโภคเสมอมา สินค้าของกู๊ดเยียร์จึงเป็นนวัตกรรมที่พัฒนาจากความต้องการของตลาดเป็นสำคัญ (2) กู๊ดเยียร์ยังคงรักษา พัฒนา กระบวนการผลิตที่เป็นเลิศเพื่อส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพสูงสุดให้กับลูกค้าของเรา (3) การขยายช่องทางการตลาด และเพิ่มผู้แทนจำหน่ายในแต่ละปี ซึ่งกู๊ดเยียร์ได้วางเป้าหมายในการขยายสาขาศูนย์บริการกู๊ดเยียร์ ออโตแคร์ให้ครอบคลุมในแต่ละภูมิภาค เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายในการเลือกซื้อสินค้าของเราให้แก่ลูกค้า โดยบริษัทให้ความสำคัญเกี่ยวกับพื้นที่เป้าหมาย อีกทั้งคัดเลือกร้านค้าที่พร้อมเป็นพันธมิตรที่จะเติบโตไปอย่างยั่งยืนไปกับกู๊ดเยียร์ ปัจจุบัน ศูนย์บริการกู๊ดเยียร์ ออโตแคร์ส่วนใหญ่เปิดดำเนินการครอบคลุมทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย ส่วนในกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่เป็นการปรับปรุงจากร้านอีเกิ้ล สโตร์ที่มีอยู่เดิมเป็นศูนย์บริการกู๊ดเยียร์ ออโตแคร์ เพื่อก้าวไปสู่ความสำเร็จตามกลยุทธ์ที่วางไว้ และ (4) กู๊ดเยียร์ได้ให้ความสำคัญกับพนักงานซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของกู๊ดเยียร์ให้เติบโตอย่างมั่นคง เพื่อรักษาไว้ซึ่งทีมที่ดีที่สุดขององค์กร

## 1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

### (1) การเปิดศูนย์บริการทางการเงินของกู๊ดเยียร์ในประเทศฟิลิปปินส์

ในครึ่งปีหลังของปี 2557 ศูนย์บริการด้านการเงินในประเทศฟิลิปปินส์ได้เริ่มให้บริการด้านบัญชีลูกหนี้และเจ้าหนี้ และด้านการบัญชีทั่วไปในประเทศแถบเอเชีย แปซิฟิกรวมถึงประเทศไทย วัตถุประสงค์ของการเปิดศูนย์บริการฯคือเพื่อปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินธุรกิจของกู๊ดเยียร์ โดยผ่านระบบการเงินที่มีมาตรฐาน มีประสิทธิภาพและง่ายต่อการทำงานมากขึ้น ศูนย์บริการฯ จะให้บริการแก่ประเทศต่างๆในงานด้านต่อไปนี้

- บัญชีเจ้าหนี้: ส่งซื้อและชำระหนี้
- บัญชีลูกหนี้: การออกใบเรียกเก็บหนี้และการเก็บหนี้
- การบัญชีทั่วไป: การบันทึกด้านการเงินต่างๆ

### (2) การขยายศูนย์บริการกู๊ดเยียร์ ออโตแคร์

ในปี 2557 ที่ผ่านมา กู๊ดเยียร์ได้วางเป้าหมายว่าจะทำการขยายศูนย์บริการกู๊ดเยียร์ ออโตแคร์ จากเดิม 36 สาขา ให้เพิ่มเป็น 54 สาขา ซึ่งกู๊ดเยียร์ได้ทำการเปิดศูนย์บริการกู๊ดเยียร์ ออโตแคร์เพิ่มขึ้น 15 สาขา รวมเป็น 51 สาขา ณ สิ้นปี 2557 โดยอีก 3 สาขาที่วางไว้ นั้น จะเสร็จสมบูรณ์พร้อมเปิดดำเนินการช่วงไตรมาสแรกของปี 2558 ซึ่งจะทำให้จำนวนสาขาครบ 54 สาขาตามเป้าหมายที่วางไว้ โดยศูนย์บริการกู๊ดเยียร์ ออโตแคร์นี้ได้เปิดให้บริการตามจังหวัดต่างๆ ของประเทศ อันเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างรายได้และการเติบโตด้านยอดขายให้กับกู๊ดเยียร์เป็นอย่างมาก รวมไปถึงการสร้างแบรนด์กู๊ดเยียร์ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง

### (3) ความรับผิดชอบต่อสังคม

ในปี 2557 กู๊ดเยียร์ได้ทำกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี โดยจุดประสงค์ของการทำกิจกรรมเพื่อสังคมนั้นคือการช่วยเหลือคนในชุมชนที่โรงงานของเราตั้งอยู่ คือบริเวณจังหวัดปทุมธานี ความรับผิดชอบต่อสังคมนี้เป็นความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาชุมชนและสภาพความเป็นอยู่ของคนที่อยู่ในชุมชนเหล่านั้น และพนักงานกู๊ดเยียร์ก็มีโอกาสได้อาสาสมัครเข้าร่วมกิจกรรมดีๆ เพื่อให้การสนับสนุนทั้งกิจกรรมของบริษัท และมีส่วนช่วยเหลือชุมชน

นอกเหนือจากการช่วยเหลือชุมชนรอบข้างโรงงานแล้ว การอบรมขับเคลื่อนปลอดภัยยังเป็นหัวใจหลักในการทำธุรกิจของกู๊ดเยียร์อีกด้วย เราได้ให้ความรู้ด้านการขับเคลื่อนปลอดภัยกับคนหลายกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นนักศึกษาตามมหาวิทยาลัยต่างๆ หรือเจ้าหน้าที่องค์กรต่างๆ และคนที่อาศัยอยู่ในชุมชนใกล้เคียงโรงงานกู๊ดเยียร์ ซึ่งทั้งหมดเป็นไปตามพันธสัญญาของกู๊ดเยียร์สำหรับการดำเนินงานของบริษัทในประเทศไทย อันสอดคล้องกับพันธกิจร่วมกันของกู๊ดเยียร์ทั่วโลก คือ การเป็นธุรกิจระดับโลกที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกๆ ที่ที่เราดำเนินธุรกิจอยู่

### 1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท

กู๊ดเยียร์ ประเทศไทย มีทุนจดทะเบียน 74,000,000 บาท มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท รวม 7,400,000 หุ้น เป็นหุ้นสามัญที่มีสิทธิออกเสียงทั้งหมด โดยสิทธิออกเสียง 1 หุ้นเท่ากับ 1 เสียง กู๊ดเยียร์ ประเทศไทยเป็นบริษัทในเครือของเดอะกู๊ดเยียร์ ไทร์ แอนด์ รีบเบอร์ คอมปะนี ซึ่งถือหุ้นในบริษัททั้งสิ้น 4,942,418 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 66.79 ของหุ้นทั้งหมดของบริษัท จำนวนหุ้นที่เหลือร้อยละ 33.21 ถือโดยผู้ถือหุ้นรายย่อย

เดอะกู๊ดเยียร์ ไทร์ แอนด์ รีบเบอร์ คอมปะนี เป็นบริษัทผู้ผลิตยางชั้นนำของโลก สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่เมืองแอครอน รัฐโอไฮโอ ทั้งยังดำเนินธุรกิจหลายภูมิภาคภายในสหรัฐอเมริกาเอง และบริษัทย่อยในภูมิภาคต่าง ๆ ทำให้บริษัทพัฒนา ผลิตภัณฑ์ และมีตลาดยางที่เชื่อมโยงถึงกัน บริษัทยังผลิต และจำหน่ายเคมีภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับยาง เป็นหนึ่งในผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ผู้ให้บริการรายใหญ่ของโลกสำหรับยางรถบรรทุก และการหล่อดอกยาง เดอะกู๊ดเยียร์ ไทร์ แอนด์ รีบเบอร์ คอมปะนีทำการผลิตจากโรงงานในประเทศต่าง ๆ 22 ประเทศ มีโรงงานผลิตรวม 52 โรงงาน มีพนักงานทั้งประจำ และชั่วคราวรวม 69,000 คนทั่วโลก

### 1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

เดอะกู๊ดเยียร์ ไทร์ แอนด์ รีบเบอร์ คอมปะนี ได้ให้สิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้า สิทธิบัตรการผลิต และการให้บริการทางด้านเทคนิค เครื่องจักร วัตถุดิบ เทคโนโลยีสารสนเทศและการบริหารงาน รวมถึงนโยบายการดำเนินงานแก่กู๊ดเยียร์ ประเทศไทย ดังรายละเอียดที่กล่าวไว้ในหัวข้อ 11 รายการระหว่างกัน

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ



กู๊ดเยียร์ประเทศไทยดำเนินธุรกิจหลักเกี่ยวกับการผลิต และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยางรถยนต์ ยางเครื่องบิน และการหล่อดอกยางเครื่องบินสำหรับตลาดในประเทศ และเพื่อการส่งออก โดยจำแนกโครงสร้างรายได้ตามตลาดการจำหน่ายเป็นแบบตลาดในประเทศ และตลาดต่างประเทศ ซึ่งเป็นข้อมูลเดียวกันกับที่รายงานตามงบการเงินของบริษัท

หน่วย (ล้านบาท)

รายได้	ปี 2557	ร้อยละ	ปี 2556	ร้อยละ	ปี 2555	ร้อยละ
จำหน่ายในประเทศ	1,606	42.31	1,575	43.65	1,728	49.65
ส่งออก	2,190	57.69	2,033	56.34	1,752	50.35
รวม	3,796	100	3,608	100	3,480	100
อัตราเพิ่ม (ลด) ของมูลค่าจำหน่าย		5		3.67		(14.81)

### 2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการ

ผลิตภัณฑ์ของกู๊ดเยียร์แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่



#### ผลิตภัณฑ์ยางรถยนต์

กู๊ดเยียร์ผลิตยางรถยนต์ที่มีคุณภาพสูง และคุณค่าที่ยึดถือที่สำคัญที่สุด คือ นวัตกรรมที่เป็นเลิศ และความปลอดภัย โดยกลุ่มผลิตภัณฑ์หลัก คือ

- ยางรถยนต์นั่ง
- ยางรถบรรทุก/รถตู้
- ยางรถยนต์ SUV
- ยางสปอร์ต
- ยางรันออนแฟลต
- ยางรถยนต์เพื่อการพาณิชย์



#### ผลิตภัณฑ์ยางเครื่องบิน

กู๊ดเยียร์มีชื่อเสียงด้านผลิตภัณฑ์ยางเครื่องบินมากกว่าศตวรรษทั้งแบบยางเรเดียล (Radial) และยางผ้าใบ (Bias) กู๊ดเยียร์มีโรงงานผลิตยางเครื่องบินในประเทศสหรัฐอเมริกา (USA, Danville) ประเทศบราซิล (Brazil, Sao Paulo) และประเทศไทย โดยประเทศไทยได้ถูกรับเลือกให้เป็นฐานการผลิตยางเครื่องบินในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ได้แก่

- ยางเครื่องบินทั่วไป (General Aviation Tires)
- ยางเครื่องบินเจ็ตส่วนตัว (Business Jet Tires)
- ยางเครื่องบินเพื่อการพาณิชย์ (Commercial Aviation Tires) และ
- ยางเครื่องบินทางการทหาร (Military Aviation Tires)

นอกจากผลิตภัณฑ์ยางเครื่องบินแล้ว กู๊ดเยียร์ยังเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ยางเครื่องบินด้วยการให้บริการหล่อดอกยางเครื่องบิน (Retread) ซึ่งช่วยลดค่าใช้จ่ายปฏิบัติการ รวมถึงยืดอายุการใช้งานให้กับยางเครื่องบิน ด้วยเทคโนโลยีระดับสูงสำหรับการหล่อดอกยางเครื่องบิน กู๊ดเยียร์มีโรงงานสำหรับหล่อดอกยางเครื่องบินในประเทศอเมริกา บราซิล เนเธอร์แลนด์ และประเทศไทยเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้าทั่วโลก

## 2.2 การตลาดและการแข่งขัน

การทำตลาด และการแข่งขันของบริษัท สามารถจำแนกได้ตามกลุ่มผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทซึ่งแบ่งเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ยางรถยนต์ และยางเครื่องบิน

### (1) ผลิตภัณฑ์ยางรถยนต์



#### ตลาดยางรถยนต์

นโยบายการตลาดหลักของปี 2557 สำหรับผลิตภัณฑ์ยางรถยนต์ คือ

- การขยายจำนวนตัวแทนจำหน่ายของกู๊ดเยียร์ เนื่องจากกู๊ดเยียร์ เล็งเห็นว่า ตัวแทนจำหน่ายเป็นหัวใจสำคัญในการดำเนินธุรกิจของกู๊ดเยียร์ โดยปี 2557 กู๊ดเยียร์ยังคงวางแผนขยายสาขาร้านกู๊ดเยียร์ ออโต้แคร์ ในพื้นที่ที่มีศักยภาพในการแข่งขัน เพื่อพัฒนาช่องทางจำหน่ายสินค้าของบริษัท ณ สิ้นปี 2557 จำนวนร้านกู๊ดเยียร์ออโต้แคร์มีทั้งสิ้น 51 สาขา
- การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้แทนจำหน่ายซึ่งเป็นพันธมิตรในการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยกู๊ดเยียร์ได้จัดงานประชุมผู้แทนจำหน่ายประจำปีเมื่อเดือนมีนาคม 2557 ภายใต้ธีม “Partnership for Future” ซึ่งภายในงานมีการอบรมความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของกู๊ดเยียร์ รวมถึงการสื่อสารแผนการตลาดแก่ทางผู้แทนจำหน่าย อีกทั้งการพูดคุยสื่อสารแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้แทนจำหน่าย
- การสร้างความรับรู้แก่ผู้บริโภคต่อแบรนด์กู๊ดเยียร์ โดยกู๊ดเยียร์ได้ทำแคมเปญเพื่อรณรงค์การขับขี้อย่างปลอดภัยภายใต้หัวข้อ “กลับบ้านปลอดภัย มั่นใจกู๊ดเยียร์” ทั้งนี้ ได้สื่อสารผ่านสื่อ bilboard ทั่วประเทศ และรณรงค์สินค้ากู๊ดเยียร์



กลุ่มลูกค้า และช่องทางจำหน่าย เป็นไปตามรูปแบบการบริโภค คือ

- **ตลาดทดแทน (Replacement Market)** คือ ตลาดที่ผู้บริโภคซื้อเพื่อนำไปเปลี่ยนกับยางชุดแรกที่ติดมาพร้อมกับรถยนต์ ซึ่งกู๊ดเยียร์มีการจำหน่ายสินค้าสู่ผู้บริโภคผ่านตัวแทนจำหน่ายภายในประเทศ รูปแบบช่องทางจำหน่ายหลักได้แก่
  - ศูนย์บริการกู๊ดเยียร์ ออโต้แคร์ (Goodyear Autocare), กู๊ดเยียร์ อีเกิลส ไดรฟ์ และกู๊ดเยียร์ เซอร์วิส เซนเตอร์
  - ผู้แทนจำหน่ายค้าส่ง (Wholesale Dealer)
  - ผู้แทนจำหน่ายค้าปลีก (Retailer, Multi-Brand)
  - โชว์รูมรถยนต์ (Car Showroom)
  - โมเดิร์นเทรด
- **ตลาดโรงงานประกอบรถยนต์ (Original Equipment Market)** คือ ช่องทางการจำหน่ายผ่านโรงงานประกอบรถยนต์ สำหรับใช้เป็นยางชุดแรกที่ติดมาพร้อมกับตัวรถยนต์
- **ตลาดต่างประเทศ (Export Market)** เป็นการจำหน่ายแก่บริษัทในเครือกู๊ดเยียร์ในต่างประเทศทุกภูมิภาคทั่วโลก ประเทศไทยเป็นโรงงานที่สำคัญสำหรับผลิตเพื่อการส่งออกยางรถยนต์



สัดส่วนการจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศ โปรดดูโครงสร้างรายได้ในหัวข้อข้างต้น



#### ภาวะการแข่งขัน

ในปี 2557 ตลาดทดแทน (Replacement Market) ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองเมื่อต้นปี 2557 ส่งผลให้สถานะเศรษฐกิจถดถอย ประกอบกับการเข้ามาทำตลาดของสินค้าระดับรองด้วยการใช้กลยุทธ์การตัดราคาส่งผลให้การแข่งขันในตลาดทดแทน (Replacement Market) รุนแรงมากยิ่งขึ้น สำหรับตลาดโรงงานประกอบรถยนต์ (Original Equipment Market) ได้รับผลกระทบหลังจากหมดนโยบายรถยนต์คันแรกในช่วงกลางปี 2556 ส่งผลให้ยอดขายและจำนวนรถยนต์ในประเทศหดตัวในปี 2557 กู๊ดเยียร์ได้รับผลกระทบจากภาวะดังกล่าวแต่ยังคงรักษาการเติบโตของยอดขายไว้ได้ อย่างไรก็ตาม ตลาดรถยนต์ อุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยาง ในปี 2558 ยังมีแนวโน้มปรับตัวเติบโตได้ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมยางยานพาหนะ ซึ่งคาดว่าจะเติบโตตามการเติบโตอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมรถยนต์ภายในประเทศ จากปัจจัยหลัก คือ เศรษฐกิจสหรัฐมีแนวโน้มขยายตัว และสภาวะราคาน้ำมันลดลงอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังอาจได้รับปัจจัยบวกจากการเปลี่ยนยางของรถยนต์อีโคคาร์ที่จำหน่ายเมื่อปี 2555 ที่จะถึงกำหนดเปลี่ยนในปี 2558

### (2) ผลกระทบที่ยางเครื่องบิน



#### ตลาดยางเครื่องบิน

นโยบายการตลาดของผลิตภัณฑ์ยางเครื่องบินในปี 2557 กู๊ดเยียร์ดำเนินตามแผนการตลาดในปี 2556 โดยเน้นการสื่อสารเรื่องจุดเด่นทางด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และนำเสนอผลิตภัณฑ์ รวมทั้งบริการที่ตอบสนองความต้องการลูกค้าเป็นหลัก ทั้งยังดำเนินตามแผนงาน ว่ากู๊ดเยียร์จะเป็นผู้นำด้านการบริการที่ดีเลิศ



#### กลุ่มลูกค้า และช่องทางการจำหน่าย

กลุ่มลูกค้าหลัก คือ กลุ่มลูกค้าสายการบินในลักษณะของกลุ่มผลิตภัณฑ์ยางเครื่องบินเพื่อการพาณิชย์ โดยเน้นสายการบินพาณิชย์ทั้งในประเทศไทย ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และกลุ่มลูกค้าเครื่องบินส่วนตัว

ช่องทางการจำหน่ายมีทั้งตลาดในประเทศ และตลาดส่งออก สำหรับตลาดต่างประเทศ กระทำโดยการจำหน่ายไปยังบริษัทในเครือกู๊ดเยียร์ และโดยบริษัทกู๊ดเยียร์ที่รับผิดชอบในประเทศนั้น ๆ ส่วนการจำหน่ายในประเทศไทยจะกระทำโดยกู๊ดเยียร์ (ประเทศไทย) เองซึ่งความต้องการของตลาดจะแปรผันตามภาวะเศรษฐกิจ และการท่องเที่ยวในประเทศ ที่จะส่งผลโดยตรงต่อปริมาณการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของการเที่ยวบินของสายการบินต่างๆ



#### ภาวะการแข่งขัน

ปัจจัยการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ยางเครื่องบินในปี 2557 ตลาดในต่างประเทศเติบโตตามธุรกิจท่องเที่ยว และธุรกิจสายการบินที่กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกซึ่งมีปริมาณการเพิ่มขึ้นของจำนวนเครื่องบิน และ สายการบินใหม่โดยเฉพาะสายการบินต้นทุนต่ำ

การเติบโตของธุรกิจการบิน เห็นได้ชัดในประเทศ จีน อินเดีย และอินโดนีเซีย ในส่วนของธุรกิจการบินในประเทศไทยได้รับผลบวกจากการเปิดตัวของสายการบินใหม่และการฟื้นตัวของธุรกิจการท่องเที่ยว

แนวโน้มตลาดยางเครื่องบินในปี 2558 ยังคงเติบโตต่อเนื่องจากปี 2557 ซึ่งมีผลมาจากการฟื้นตัวของภาคธุรกิจ การเปิดตัวของเส้นทางการบินใหม่ และปริมาณผู้โดยสารที่เพิ่มขึ้นจากการแข่งขันกันในตลาดธุรกิจการบิน



สัดส่วนการจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศ โปรดดูโครงสร้างรายได้ในหัวข้อ  
ข้างต้น

## 2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

### (ก) ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

กู๊ดเยียร์มีโรงงานสำหรับผลิตยางรถยนต์ ยางเครื่องบิน และล้อดอกยางเครื่องบิน จำนวน 1  
โรง ตั้งอยู่ที่จังหวัดปทุมธานี



### การจัดหาวัตถุดิบ หรือผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

บริษัทจัดหาวัตถุดิบที่สำคัญที่ใช้ในการผลิตจากหลายแหล่ง วัตถุดิบทุกชนิดที่ใช้ในการ  
ผลิตจะต้องผ่านการตรวจสอบและได้รับการอนุมัติจากศูนย์ทดสอบของเดอะ กู๊ดเยียร์ ไทร์ แอนด์ รีบเบอร์ คอมปะนี  
ประเทศสหรัฐอเมริกา หรือ กู๊ดเยียร์ อิน โนเวชั่น เซนเตอร์ ประเทศลักเซมเบิร์ก ก่อนที่จะนำมาใช้ในการผลิต วัตถุดิบ  
หลักที่สำคัญในการผลิตได้แก่ ยางธรรมชาติ (Natural Rubber) ยางสังเคราะห์ (Synthetic Rubber) เส้นใยสังเคราะห์  
(Nylon Fabric) สารเคมีต่างๆ น้ำมันผสมยาง ผงคาร์บอนแบล็ค (Carbon Black) เส้นใยเหล็ก (Steel Cord) เส้นลวดขอบ  
ยาง (Bead Wire) และวัตถุดิบอื่นๆ

บริษัทมีนโยบายในการจัดหาวัตถุดิบทุกชนิดโดยพิจารณาจากคุณภาพ ราคา และผู้ผลิต  
เป็นหลัก ในปี 2557 บริษัทมีสัดส่วนการจัดหาวัตถุดิบจากผู้ผลิตในประเทศร้อยละ 46 และจากต่างประเทศร้อยละ 54  
เนื่องจากวัตถุดิบบางชนิดไม่สามารถจัดหาได้ในประเทศไทย แยกได้ดังนี้

### สัดส่วนการจัดหาวัตถุดิบแยกชนิดและสัดส่วนการจัดหา

การจัดหาภายในประเทศ/ ต่างประเทศ	ประเภทวัตถุดิบ	สัดส่วน (ร้อยละ)
การจัดหาภายในประเทศ	ยางธรรมชาติ (Natural Rubber)	20
	ผงคาร์บอนแบล็ค (Carbon Black)	8
	เส้นใยสังเคราะห์ (Fabric)	11
	สารเคมี/ น้ำมันผสมยาง (Chemical, Oil Pigment)	7
รวมสัดส่วนการจัดหา ภายในประเทศ		46
การจัดหาจากต่างประเทศ	เส้นลวดขอบยางและอื่น ๆ (Bead Wire)	2
	ยางธรรมชาติ (Natural Rubber)	2
	ผงคาร์บอนแบล็ค (Carbon Black)	3
	เส้นใยสังเคราะห์ (Fabric)	5
	สารเคมี/ น้ำมันผสมยาง (Chemical, Oil Pigment)	11



	ยางสังเคราะห์ (Synthetic Rubber)	25
	เส้นลวดโครงยาง (Tire Wire Creel)	4
รวมสัดส่วนการจัดหาจากต่างประเทศ		54
รวมสัดส่วนการซื้อวัตถุดิบ		100

(ข) ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิต หรือการจัดวัตถุดิบเหลือใช้

กู๊ดเยียร์ให้ความสำคัญว่าจะปฏิบัติงาน ด้วยการยึดถือนโยบายคือ “การสนับสนุนด้านความปลอดภัยทั้งขณะปฏิบัติงาน หรือนอกเวลางาน” และ “การรักษาสิ่งแวดล้อม และชุมชน” ในฐานะที่กู๊ดเยียร์เป็นองค์กรระดับโลกที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม กู๊ดเยียร์จึงปฏิบัติงานโดยยึดถือมาตรฐานสูงสุดทั้งด้านกฎหมาย และจริยธรรม เพื่อบรรลุเจตนารมณ์ในการพัฒนาเศรษฐกิจ และการรักษาสิ่งแวดล้อมในการคงไว้ซึ่งคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงาน ครอบครัว ชุมชน และสังคม บริษัทมีมาตรการจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากกระบวนการผลิตให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดโดยแบ่งเป็น 3 ด้านหลัก คือ

(1) นโยบายการจัดการของเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิต

ของเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิต ประกอบด้วย ของเสียที่ไม่เป็นอันตราย ได้แก่ พลาสติก และยาง เศษไม้ เหล็ก โลหะ และของเสียที่เป็นอันตราย ได้แก่ ฝุ่นป่นเปื้อนน้ำมัน สารเคมีหมดอายุ น้ำมันใช้แล้ว หลอดไฟใช้แล้ว ตลับหมึกเครื่องถ่ายเอกสาร ภาชนะปนเปื้อน กระป๋องสี

กู๊ดเยียร์จัดการกำจัดของเสียทั้งสองประเภทในโรงงานอย่างมีระบบ โดยมีโรงกำจัดขยะสำหรับแยกขยะแต่ละชนิดเพื่อขนย้ายไปกำจัดตามกระบวนการและมาตรฐาน และมีการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบอิสระ อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง เพื่อให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด และเพื่อให้มั่นใจว่า การผลิตสินค้าของ กู๊ดเยียร์จะไม่ก่อมลพิษหรือส่งผลกระทบต่อ ใดๆ ทางด้านสิ่งแวดล้อมต่อชุมชนใกล้เคียงโรงงาน

(2) การตรวจสอบคุณภาพน้ำทิ้งจากกระบวนการผลิต พารามิเตอร์ที่ตรวจ ได้แก่ ความเป็นกรดและด่าง (pH), บีโอดี (BOD), ซีโอดี (COD), สารแขวนลอย (SS), ไฮโดรเจนซัลไฟด์ (H<sub>2</sub>S), น้ำมันและไขมัน (Oil & Grease) โดยผู้ตรวจสอบภายนอกทุก ๆ 1 เดือน

(3) การตรวจสอบคุณภาพอากาศที่ระบายออกจากโรงงาน พารามิเตอร์ที่ตรวจ ได้แก่ ปริมาณฝุ่น (TSP), ก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์ (SO<sub>2</sub>), ออกไซด์ของไนโตรเจน (NO<sub>x</sub> as NO<sub>2</sub>), ก๊าซคาร์บอนมอนอกไซด์ (CO), ปริมาณค่าควันดำ (Opacity), ออกซิเจน (O<sub>2</sub>) โดยผู้ตรวจสอบจากภายนอกบริษัท ทุก ๆ 6 เดือน

ข้อพิพาทหรือการถูกฟ้องร้องเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม และแนวทางแก้ไขข้อพิพาทดังกล่าว

กู๊ดเยียร์ไม่มีข้อร้องเรียนช่วงก่อน และภายในปี 2557 จากชุมชนทางด้านสิ่งแวดล้อม โดยทางบริษัทได้ทำหนังสือเพื่อตรวจสอบข้อร้องเรียนที่สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดปทุมธานีและสำนักงานเทศบาลเมืองคลองหลวงเรียบร้อยแล้ว

- 2.4 งานที่ยังไม่ส่งมอบ เฉพาะงานที่มีมูลค่าสูงและใช้เวลาในการส่งมอบงาน
- ไม่มี -

### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

#### 3.1 ความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

##### (1) ความเสี่ยงด้านการเงิน

บริษัทต้องเผชิญกับความเสี่ยงทางการเงินที่สำคัญได้แก่ ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย และความเสี่ยงจากสินเชื่อ ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเกิดจากการที่บริษัทมีรายได้จากการขายต่างประเทศและรายการซื้อจากต่างประเทศที่เป็นเงินตราต่างประเทศ ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยเกิดจากบริษัทมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดที่ฝากไว้กับสถาบันการเงินและเงินลงทุนอื่น ความเสี่ยงจากสินเชื่อเกิดขึ้นจากการขายเชื่อและเงินฝากกับสถาบันการเงิน

บริษัทไม่มีนโยบายในการใช้อนุพันธ์ทางการเงินเพื่อบริหารความเสี่ยงอันเกิดจากความผันผวนจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ อย่างไรก็ตามผู้บริหารอาจพิจารณาเลือกใช้สัญญาแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเป็นเฉพาะกรณี

บริษัทได้ดอกเบี้ยรับจากเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด เงินลงทุนระยะสั้น บริษัทบริหารความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยโดยการฝากเงินสด รายการเทียบเท่าเงินสด และเงินลงทุน โดยให้มีระยะเวลาครบกำหนดได้ก่อนและอัตราดอกเบี้ยที่แตกต่างกัน

บริษัทไม่มีการกระจุกตัวของความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่อที่เกิดจากลูกหนี้การค้า เนื่องจากบริษัทมีลูกค้าจำนวนมากรายที่ครอบคลุมถึงลูกค้าที่เป็นผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่ายและผู้บริโภค ฝ่ายบริหารเชื่อว่าไม่มีความเสี่ยงจากการให้สินเชื่อในลูกหนี้การค้ามากไปกว่าจำนวนที่สำรองไว้เพื่อการเรียกชำระหนี้ไม่ได้

บริษัทไม่มีความเสี่ยงจากการกระจุกตัวของสินเชื่อที่เกี่ยวข้องกับเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด บริษัทฝากเงินไว้กับสถาบันทางการเงินที่น่าเชื่อถือหลายแห่ง โดยนโยบายของบริษัทจะจำกัดความเสี่ยงโดยการกระจายเงินฝากไม่จำกัดเฉพาะสถาบันการเงินแห่งใดแห่งหนึ่ง และสำหรับเงินสดส่วนเกินจะนำไปลงทุนในเงินลงทุนที่มีความเสี่ยงต่ำหรือเงินลงทุนที่มีความน่าเชื่อถือสูงที่ครบกำหนดชำระ 90 วัน บริษัทไม่เคยประสบผลขาดทุนจากเงินลงทุนดังกล่าว

##### (2) ความเสี่ยงด้านวัตถุดิบ

บริษัทจัดซื้อวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิต ทั้งจากผู้ค้าในประเทศและต่างประเทศ ขางธรรมชาติ ขางสังเคราะห์ ผงคาร์บอนดีแบล็ค เส้นใยสังเคราะห์ และเคมีภัณฑ์ต่าง ๆ เป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตยางรถยนต์ ซึ่งวัตถุดิบในแต่ละชนิดสามารถจัดหาได้จากผู้ผลิตทั้งในประเทศและต่างประเทศ อย่างไรก็ตามบริษัทได้กำหนดนโยบายการจัดหาวัตถุดิบและติดตาม ประเมินผล การบริหารการใช้วัตถุดิบอย่างเป็นระบบ และจัดทำแผนรองรับกรณีเกิดภาวะการขาดแคลนวัตถุดิบ หรือความผันผวนของราคาวัตถุดิบ บริษัทร่วมมือกับบริษัทในเครือกู๊ดเยียร์ในกลุ่มประเทศอาเซียน เพื่อป้องกันและบริหารความเสี่ยงที่อาจเกิดจากการขาด

แคลนวัตถุดิบและการผันผวนของราควัตถุดิบร่วมกัน ซึ่งจากความร่วมมือกันนี้ ทำให้บริษัทมีความมั่นใจในแผนรองรับปัญหาและความเสี่ยง และมั่นใจว่าสามารถรับมือกรณีเกิดการขาดแคลนวัตถุดิบได้ ซึ่งจะลดความเสี่ยงต่อการผลิตของบริษัท

### (3) ความเสี่ยงด้านการตลาด

#### (ก) ตลาดโรงงานประกอบรถยนต์ (Original Equipment Market : OEM)

ความเสี่ยงด้านการตลาดของตลาดโรงงานประกอบรถยนต์ คือ การแปรผันตามตลาดรถยนต์ ซึ่งความต้องการใช้ยางรถยนต์ของตลาด OEM ขึ้นอยู่กับปริมาณการผลิตรถยนต์ของผู้ประกอบธุรกิจยานยนต์ที่มีฐานการผลิตในประเทศ จากการสิ้นสุดโครงการรถคันแรกในช่วงครึ่งแรกของปี 2556 ทำให้ยอดการผลิตรถยนต์และการจำหน่ายรถยนต์ในประเทศลดลงในปี 2557 อีกทั้งยังมีปัจจัยจากความไม่สงบทางการเมืองในช่วงครึ่งปีแรก ภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ประกอบกับฐานที่สูงในปี 2556 ทำให้ความต้องการใช้ยางรถยนต์สำหรับตลาดโรงงานประกอบรถยนต์หดตัวลงเช่นกัน ซึ่งกู๊ดเยียร์ได้ประเมินความเสี่ยงในจุดนี้ไว้แล้ว และบริหารจัดการความเสี่ยงด้วยการเพิ่มยอดจำหน่ายในตลาดอื่น รวมถึงการหาฐานลูกค้าในอนาคตของตลาด OEM เพิ่มขึ้น

#### (ข) ตลาดยางรถยนต์ทดแทน (Replacement Market)

ความต้องการใช้ยางรถยนต์ในตลาดยางรถยนต์ทดแทน (Replacement Market) ขึ้นอยู่กับปริมาณรถยนต์ที่ยังใช้งานอยู่ ซึ่งมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องในแต่ละปี (อ้างอิงหัวข้อที่ 2 ลักษณะการประกอบธุรกิจ) รายได้หลักของกู๊ดเยียร์มาจากการจำหน่ายยางรถยนต์ในตลาดยางรถยนต์ทดแทน (Replacement Market) ซึ่งมีอัตรากำไรที่สูงกว่าตลาด OEM ดังนั้นตลาดยางรถยนต์ทดแทนจึงมีภาวะการแข่งขันที่สูงมาก นอกจากนี้ด้วยจำนวนผู้ผลิตและจัดจำหน่ายยางรถยนต์ในประเทศไทยที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้การแข่งขันเพิ่มสูงตามไปด้วย ทั้งการแข่งขันด้านราคาและการส่งเสริมการขายต่าง ๆ โดยเฉพาะการเข้ามาทำตลาดของยางรถยนต์ระดับรอง ซึ่งใช้กลยุทธ์การตัดราคาทำให้ภาวะการแข่งขันในตลาดดุเดือดมากยิ่งขึ้น และปัจจัยเสี่ยงจากภาวะความไม่สงบทางการเมือง ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อรายได้ของตลาดเพื่อการบริหารปัจจัยเสี่ยงข้างต้น กู๊ดเยียร์เน้นขยายช่องทางจำหน่ายในทุกทาง โดยศูนย์บริการกู๊ดเยียร์ ออโตแคร์ เป็นช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกู๊ดเยียร์เป็นหลัก นอกจากนี้ยังมุ่งสร้างแบรนด์กู๊ดเยียร์สู่ความรับรู้ของผู้บริโภค

#### ตลาดยางเครื่องบิน

ปัจจัยเสี่ยงสำหรับตลาดยางเครื่องบินในส่วนของตลาดส่งออก สืบเนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจแถบทวีปยุโรป และทวีปอเมริกา ทำให้ตลาดอยู่ในสภาวะทรงตัว เศรษฐกิจไม่ดี ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อปริมาณเที่ยวบิน การท่องเที่ยว ทำให้ความต้องการในการใช้ยางเครื่องบิน อาจแปรผันตามปริมาณเที่ยวบินที่มีแนวโน้มลดลงดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ในภูมิภาคเอเชีย ธุรกิจการบินมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีปริมาณการเพิ่มขึ้นของจำนวนเครื่องบินในประเทศจีน อินเดีย และอินโดนีเซีย สำหรับตลาดในประเทศ ปัจจุบันความต้องการยางเครื่องบินเพิ่มมากขึ้น ซึ่งบริษัทบริหารจัดการความต้องการในส่วนนี้ด้วยการนำเข้ายางประเภทดังกล่าวจากบริษัทในเครือของกู๊ดเยียร์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในทุกกลุ่ม

**(4) ความเสี่ยงจากภัยอุทกภัยที่อาจมีผลกระทบต่อทรัพย์สิน และการดำเนินงานของบริษัท**

กู๊ดเยียร์มีความเสี่ยงจากอุทกภัยซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อทรัพย์สิน และการดำเนินงานของบริษัทโดยตรง เนื่องจากพื้นที่ที่ตั้งของโรงงาน อยู่ในเขตจังหวัดปทุมธานี ซึ่งเป็นพื้นที่เสี่ยงที่จะได้รับผลกระทบจากอุทกภัย เพื่อป้องกันผลกระทบจากความเสี่ยงดังกล่าว กู๊ดเยียร์ได้ดำเนินก่อสร้างกำแพงกันน้ำโดยรอบโรงงาน และได้ทำกรมธรรม์ประกันภัยที่ครอบคลุมความเสียหายต่ออาคาร เครื่องจักร อุปกรณ์ สินค้าคงคลังและความเสียหายที่เกิดจากการหยุดการดำเนินงานไว้เรียบร้อยแล้ว อีกทั้ง การวางมาตรการในการป้องกันและรับมือกับอุทกภัยที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

**3.2 ความเสี่ยงต่อการลงทุนของผู้หลักทรัพย์**

บริษัท เดอะ กู๊ดเยียร์ ไทร์ แอนด์ รีบเบอร์ คอมปะนี จำกัด ที่จดทะเบียนและตั้งอยู่ในสหรัฐอเมริกา ถือหุ้นของบริษัทจำนวนร้อยละ 66.79 ของจำนวนหุ้นที่ออกจำหน่าย ดังนั้น บริษัทจึงอยู่ภายใต้การควบคุมของ บริษัท เดอะ กู๊ดเยียร์ ไทร์ แอนด์ รีบเบอร์ คอมปะนี จำกัด ในการดำเนินกิจการและการบริหารงานของบริษัท บริษัทต้องอาศัยความร่วมมือกับบริษัท เดอะ กู๊ดเยียร์ ไทร์ แอนด์ รีบเบอร์ คอมปะนี จำกัด ในด้านเทคโนโลยีในการผลิต เทคโนโลยีทางด้านวัตถุดิบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เทคโนโลยีสารสนเทศและการบริหารงาน การพึ่งพานั้นบริษัทมีความเสี่ยงในดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องถ้าหากมีการเปลี่ยนแปลงจากผู้ถือหุ้นหลักของบริษัท

#### 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

##### 4.1 ทรัพย์สินถาวรหลัก

มูลค่าสินทรัพย์หลักของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 มีรายละเอียดของสินทรัพย์ที่สำคัญ ดังนี้

ประเภทสินทรัพย์	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี (พันบาท)	ภาระผูกพัน
1) ที่ดินและอาคาร	บริษัทเป็นเจ้าของ	622,691	ไม่มีภาระผูกพัน
2) เครื่องจักรอุปกรณ์และ เครื่องมือ	บริษัทเป็นเจ้าของ	1,124,305	ไม่มีภาระผูกพัน
3) เครื่องตกแต่งติดตั้งและ อุปกรณ์สำนักงาน	บริษัทเป็นเจ้าของ	21,518	ไม่มีภาระผูกพัน
4) ยานพาหนะ	บริษัทเป็นเจ้าของ	4,711	ไม่มีภาระผูกพัน
5) สินทรัพย์ระหว่างติดตั้ง	บริษัทเป็นเจ้าของ	210,277	ไม่มีภาระผูกพัน
<b>รวม</b>		<b>1,983,502</b>	

ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์บันทึกเมื่อเริ่มแรกตามราคาทุนหักด้วยค่าเสื่อมราคาสะสม ยกเว้นที่ดินซึ่งไม่มีการคิดค่าเสื่อมราคาเนื่องจากมีอายุการใช้งาน ไม่จำกัด บริษัทใช้วิธีเส้นตรงในการคำนวณค่าเสื่อมราคาสำหรับสินทรัพย์ทุกประเภท บริษัทได้ประมาณอายุการใช้งานของสินทรัพย์แต่ละประเภทไว้ดังต่อไปนี้

ส่วนปรับปรุงที่ดิน	10 - 44 ปี
อาคาร	10 - 40 ปี
เครื่องจักรและอุปกรณ์	3 - 30 ปี
เครื่องตกแต่งติดตั้งและอุปกรณ์สำนักงาน	3 - 20 ปี
ยานพาหนะ	4 ปี

ในกรณีที่ราคาตามบัญชีสูงกว่ามูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืน ราคาตามบัญชีจะถูกปรับลดให้เท่ากับมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนทันที

การซ่อมแซมและบำรุงรักษา จะรับรู้ในงบกำไรขาดทุนในระหว่างงวดบัญชีที่เกิดรายการขึ้น ต้นทุนของ การปรับปรุงให้ดีขึ้นอย่างสำคัญจะถูกรวมไว้ในราคาตามบัญชีของสินทรัพย์เมื่อมีความเป็นไปได้ก่อนข้างว่าการปรับปรุงนั้นจะทำให้บริษัทได้ประโยชน์กลับคืนมามากกว่าการใช้ประโยชน์โดยไม่มีการปรับปรุงสินทรัพย์ที่ได้มา การปรับปรุงหลักจะตัดค่าเสื่อมราคาลดอายุการใช้ประโยชน์ที่เหลืออยู่ของสินทรัพย์ที่เกี่ยวข้อง กำไรและขาดทุนจากการจำหน่ายคำนวณโดยเปรียบเทียบผลตอบแทนที่ได้รับกับราคาตามบัญชี และจะรวมไว้ในงบกำไรขาดทุน

##### 4.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน (สิทธิบัตร สัมปทาน ลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า)

-ไม่มี-

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

5.1 คดีที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์

บริษัทไม่มีคดีซึ่งอาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของ ส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันสิ้นปีบัญชีล่าสุด รวมทั้งไม่มีคดีที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 10 ของสินทรัพย์หมุนเวียน ณ วันสิ้นปีบัญชีล่าสุด

5.2 คดีที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ (ไม่สามารถประเมินเป็นตัวเลขได้)

บริษัทไม่มีคดีที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ

5.3 คดีที่ไม่ได้เกิดจากการประกอบธุรกิจโดยปกติของบริษัท

บริษัทไม่มีคดีซึ่งเกิดจากการประกอบธุรกิจโดยปกติของบริษัท

## 6. ข้อมูลทั่วไป และข้อมูลสำคัญอื่น

### 6.1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท	บริษัท กู๊ดเยียร์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
ทะเบียนบริษัทเลขที่	0107537001188 (เดิมเลขที่ บมจ. 365)
ประกอบธุรกิจ	ผลิตและจัดจำหน่ายยางรถยนต์ ยางเครื่องบินสำหรับตลาดในประเทศ และเพื่อการส่งออก และให้บริการหล่อดอกยางเครื่องบิน
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ และโรงงาน	เลขที่ 50/9 ถนนพหลโยธิน ก.ม. 36 ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120
จำนวนพนักงาน	755 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557)
โทรศัพท์	0-2909-8080-8
โทรสาร	0-2909-8097
โฮมเพจ	www.goodyear.co.th
ทุนจดทะเบียน	74,000,000 บาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557)
ทุนเรียกชำระแล้ว	74,000,000 บาท
หุ้นสามัญ	7,400,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท

รายละเอียดนิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10

-ไม่มี-

รายละเอียดของบุคคลอ้างอิง

นายทะเบียนหลักทรัพย์	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด 62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 ประเทศไทย โทรศัพท์ 0-2229-2800 โทรสาร 0-2359-1259
ผู้สอบบัญชี	นางสาวสุชมารณ์ วงศ์อริยาพร ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4843 บริษัท ไพรัชวอเตอร์เฮาส์กรุ๊ปเอช เอบีเอส จำกัด 179/74-80 ถนนสาทรใต้ ทุ่งมหาเมฆ สาทร กรุงเทพมหานคร 10120 โทรศัพท์ 0-2344-1000 หรือ 0-2286-9999 โทรสาร 0-2286-5050
ที่ปรึกษากฎหมาย	บริษัท ดิลลิเก้แอนด์กิบบินส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด 1011 อาคารสุภาลัย แกรนด์ ทาวเวอร์ ชั้น 20-26 ถนนพระราม 3 ช่องนนทรี ยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120 โทรศัพท์ 0-2653-5555 โทรสาร 0-2653-5678



**6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น**  
-ไม่มี-