

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ฮั่วฟงรับเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2530 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน 658,434,300 บาท ทุนที่ชำระแล้ว 658,434,300 บาท บริษัทฯ ประกอบธุรกิจหลักในการผลิตและจำหน่ายยางนอกยางในสำหรับรถจักรยาน รถจักรยานยนต์ และรถยนต์ขนาดเล็ก ได้แก่ รถเข็น รถยก รถลาก รถกอล์ฟ และรถที่ใช้วิ่งไต่เขา-ชายหาด เป็นต้น บริษัทฯ มีความชำนาญในการผลิตยางนอกยางในดังกล่าวมานานกว่า 31 ปี บริษัทฯ มีผู้ถือหุ้นใหญ่คือบริษัท ฮั่วฟง รับเบอร์ อินดัสทรี จำกัด (ต่อไปเรียกโดยย่อว่า HFR) ซึ่งเป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้วันเป็นระยะเวลามากกว่า 23 ปีซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตยางนอกยางในสำหรับรถจักรยาน รถจักรยานยนต์ รถยนต์ และรถอุตสาหกรรมที่มีชื่อเสียงในประเทศไทยได้วัน บริษัทฯ ได้รับการสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยีและเครื่องจักรการผลิตรถจักรยานยนต์แม่เพื่อผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้า DURO Q-UICK และเครื่องหมายการค้า DUNLOP ซึ่งเป็นของบริษัท Sumitomo Rubber ประเทศญี่ปุ่นและเป็นผู้ถือหุ้นอยู่ในบริษัทแม่ โดยผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ยังได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานสากล ISO 9001 : 2008

บริษัทฯ มีสัดส่วนรายได้ภายในประเทศร้อยละ 37.23 และต่างประเทศร้อยละ 62.77 สำหรับตลาดภายในประเทศ บริษัทฯ จำหน่ายสินค้าให้กับผู้ประกอบการผลิต (OEM) รถจักรยานยี่ห้อชั้นนำ ได้แก่ LA BICYCLE, TURBO BICYCLE เป็นต้น ภายใต้เครื่องหมายการค้า DURO และรถจักรยานยนต์ได้แก่ HONDA, KAWASAKI รวมไปถึงยางอะไหล่สำหรับจำหน่ายในศูนย์บริการรถจักรยานยนต์ดังกล่าว (Genuine Parts) ภายใต้เครื่องหมายการค้า DUNLOP นอกจากนี้บริษัทฯ ได้เริ่มจำหน่ายยางรถกอล์ฟภายใต้เครื่องหมายการค้า DURO ให้กับผู้ประกอบการผลิตรถกอล์ฟ (OEM) เพื่อประกอบรถกอล์ฟของ YAMAHA และยังมีการจำหน่ายยางรถจักรยานยนต์ผ่านตลาดทดแทน (Replacement Market) ภายใต้เครื่องหมายการค้า DUNLOP, DURO , Q-UICK และ PREMIUM HFT แก่ตัวแทนจำหน่าย เช่น บริษัท บอร์เนียว เทคนิกัล ประเทศไทย จำกัด บริษัท รุ่งสยามเจริญ จำกัด และบริษัท พี.วี. มอเตอร์ จำกัด สำหรับตลาดต่างประเทศ บริษัทฯ จำหน่ายสินค้าให้กับเครื่องจักรการผลิตรถจักรยานยนต์โดยบริษัท ฮั่วฟง รับเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) (HFT) บริษัทฮั่วฟง รับเบอร์ อินดัสทรี จำกัด (HFR) บริษัท ฮั่วฟง รับเบอร์ (ฮ่องกง) จำกัด (HFK) และบริษัท ฮั่วฟง รับเบอร์ (ยูเอสเอ) จำกัด (HFA) ซึ่งเป็นบริษัทตัวแทนในกลุ่ม ทำให้บริษัทฯ สามารถจำหน่ายสินค้าไปยังภูมิภาคต่างๆ ของโลก ได้แก่ อเมริกา ยุโรป เอเชีย แอฟริกา ออสเตรเลีย และ ตะวันออกกลาง

ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อยในปี 2559 มีรายได้จากการขายเท่ากับ 2,535 ล้านบาท และในปี 2560 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายเท่ากับ 2,731 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนเงิน 196 ล้านบาท หรือเท่ากับร้อยละ 7.73 โดยในปีที่ผ่านมาบริษัทฯ มียอดขายที่เพิ่มขึ้นจากยางรถจักรยานเป็นจำนวนเงิน 102.81 ล้านบาทหรือเท่ากับร้อยละ 12.55 และยอดขายจากยางรถจักรยานยนต์เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนเงิน 91.13 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 6.16 เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจภายในประเทศที่เริ่มดีขึ้น และกลุ่มลูกค้าต่างประเทศมีการขยายธุรกิจ ทั้งนี้บริษัทฯ ได้ให้การสนับสนุนกิจกรรมทางการขายและการตลาดร่วมกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้เครื่องหมายการค้าเป็นที่รู้จักและสามารถขยายฐานลูกค้าได้มากขึ้น

ในปี 2560 ต้นทุนการผลิตของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.38 เนื่องจากต้นทุนด้านราคาวัตถุดิบและแรงงานเพิ่มขึ้น ส่วนของกำไรสุทธิ บริษัทฯ มีกำไรสุทธิเท่ากับ 255.65 ล้านบาท ลดลงจากปี 2559 ที่มีกำไรสุทธิ 337.76 ล้านบาท ลดลง 82.11 ล้านบาท หรือร้อยละ 24.31 กำไรสุทธิต่อหุ้น 0.39 บาท

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย ในการดำเนินงานของบริษัท

1.1.1 วิสัยทัศน์

“ มุ่งมั่นไปสู่ความเป็นผู้นำทางการค้าผลิตภัณฑ์ยางนอก-ยางในที่มีคุณภาพไปทั่วทุกภูมิภาคของโลก ”

1.1.2 วัตถุประสงค์

ดำเนินธุรกิจ โดยตระหนักถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัทฯ มากกว่าเพียงแค่การสร้างผลกำไร อันได้แก่ การให้ความสำคัญต่อ ผู้ถือหุ้น ลูกค้า คู่ค้า พนักงาน สังคมและชุมชน

1.1.3 เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

“ มุ่งสู่การเป็นผู้นำในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยางนอก-ยางในทั่วทั้งภูมิภาค ” ภายใต้ นโยบาย 9 ประการดังนี้

1. ขยายส่วนแบ่งการตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศให้มากกว่าเดิม โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศอาเซียนที่ได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีนำเข้า อาทิ เช่น FTA, กลุ่มการค้า BIMSTEC เป็นต้น ทำให้มีแนวโน้มในการเพิ่มส่วนแบ่งตลาดมากยิ่งขึ้น
2. มุ่งหน้าพัฒนาคุณภาพสินค้าให้สามารถแข่งขันในตลาดได้ในระยะยาวและสามารถนำเป็นจุดขายในการแข่งขันกับ คู่แข่งทางด้านราคาในตลาดได้
3. เพิ่มประสิทธิภาพในขั้นตอนการผลิตอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการวางแผนเพิ่มกำลังการผลิตตามแนวโน้มความต้องการของตลาดจากการคาดการณ์ล่วงหน้า ทั้งนี้เพื่อความสามารถในการแข่งขันทั้งในด้านการผลิตและต้นทุน รวมถึงสามารถนำส่งสินค้าได้ตรงเวลา รวดเร็วตามความต้องการของลูกค้า
4. รักษาความเป็นผู้นำในตลาดหลักๆ โดยได้รับความสนับสนุนจากบริษัทแม่ภายใต้เครื่องหมายการค้า DURO และบริษัทฯ เป็นผู้ผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้า Q-UICK และเครื่องหมายการค้า DUNLOP จากบริษัท Sumitomo Rubber ของประเทศญี่ปุ่น
5. เร่งขยายกลุ่มลูกค้าผู้ผลิต หรือ OEM (Original Equipment Manufacturer) ให้มีความมั่นคงและแข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น
6. เน้นขายสินค้าที่มีอัตรากำไรขั้นต้นที่สูง
7. พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้ตรงตามความต้องการของตลาดเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า
8. เพิ่มการประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้าให้เกิดขึ้นในระยะยาว โดยการเน้นการเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติโดยเฉพาะตลาดอาเซียนและตลาดลูกค้าใหม่ อาทิ ตะวันออกกลาง ทวีปอเมริกาใต้ และทวีปยุโรป เป็นต้น
9. มุ่งมั่นในการสร้างจุดแข็งเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการปฏิบัติตามกฎบัตรต่างๆ รวมถึงโครงการที่เป็นประโยชน์กับสิ่งแวดล้อมและองค์กร อาทิ การผลิตสินค้าที่มีคุณสมบัติเป็นมิตรกับ

สิ่งแวดล้อมเพื่อสอดคล้องกับกฎบัตรเรื่อง Social Accountability หรือความรับผิดชอบต่อสังคม ทำให้ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองคุณภาพในหลายๆประเทศ เป็นข้อได้เปรียบในการขายสินค้าตามที่รัฐบาลแต่ละประเทศเป็นผู้กำหนด เช่น มาตรฐานอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (มอก.) SNI (ประเทศอินโดนีเซีย) MS (ประเทศมาเลเซีย) E-MARK และ REACH และ ROHS (กลุ่มประเทศในเครือสหภาพยุโรป) เป็นต้น

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัทฯ ยังคงพยายามรักษาเป้าหมายการค้าและดำเนินการตามแผนงานเพื่อรองรับการเจริญเติบโตของตลาดในอนาคตตามโครงการที่ได้รับส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน(BOI) และใช้สิทธิประโยชน์ในการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ซึ่งมีระยะเวลา 8 ปี และได้รับการลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลร้อยละ 50 ของอัตราปกติเป็นระยะเวลา 5 ปี รวมถึงสิทธิประโยชน์ด้านยกเว้นภาษีนำเข้าเครื่องจักรตามที่คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนอนุมัติ อีกทั้งสิทธิประโยชน์อื่นๆ ตามบัตรส่งเสริมการลงทุน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อบริษัทฯ และผู้ถือหุ้น

อีกทั้งบริษัทฯ ได้ขอรับการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนเพื่อก่อสร้างโรงงานแห่งที่ 3 ผลิตยางนอก ยางในรถจักรยาน คาดว่าจะใช้เวลาก่อสร้างโรงงาน ประมาณ 2 ปี โดยมีมูลค่าการลงทุนในที่ดิน 206,695,800.00 บาท (สองร้อยหกล้านหกแสนเก้าหมื่นห้าพันแปดร้อยบาทถ้วน) รวมที่ดิน 27 ไร่ 3 งาน 72.8 ตารางวา

ทั้งนี้ บริษัทฯ อยู่ระหว่างคัดเลือกผู้รับเหมาออกแบบ และก่อสร้างโรงงานและจัดหาเครื่องจักรและอุปกรณ์สำหรับผลิตยางนอก ยางในรถจักรยาน

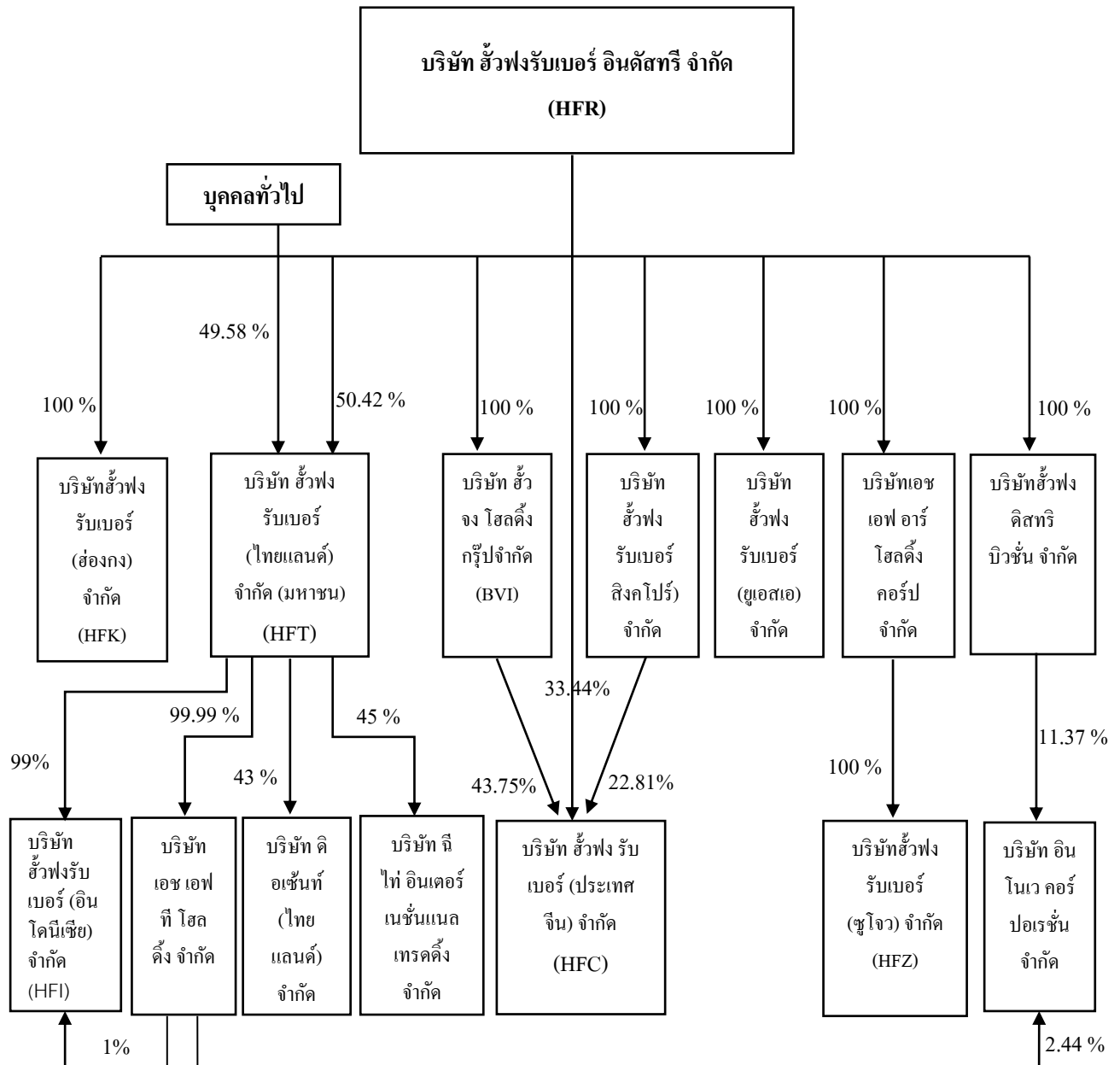
บริษัท ฮัฟฟิงเบอร์ อินโดนีเซีย จำกัด (บริษัทย่อย) จัดตั้งบริษัทในประเทศอินโดนีเซีย ในโครงการก่อสร้างโรงงานผลิตยางรถจักรยาน และยางรถจักรยานยนต์โดยมีกำลังการผลิตยางนอก 3,000,000 เส้น/ปี กำลังการผลิตยางใน 3,000,000 เส้น/ปี มูลค่าการลงทุน มูลค่า 30 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คาดว่าจะใช้เวลาก่อสร้างโรงงาน 2 ปี และจะเริ่มผลิตได้ประมาณ ปี พ.ศ. 2562 ปัจจุบัน บริษัทได้ดำเนินการซื้อที่ดินเป็นจำนวนเงิน 6,900,649.00 ดอลลาร์สหรัฐ โดยเป็นที่ดินรวม 162,781 ตารางเมตร ทั้งนี้เนื่องจากบริษัทฯ ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนเพื่อผลิตยางนอก ยางในรถจักรยาน ในประเทศไทย บริษัทฯ จึงพิจารณาชะลอการลงทุนที่ประเทศอินโดนีเซีย

ในด้านการขยายการตลาด บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นขยายตลาดในกลุ่มลูกค้าเดิมเพื่อการเติบโตแบบยั่งยืน และพยายามสร้างฐานลูกค้าใหม่ในกลุ่มประเทศอาเซียน ตะวันออกกลาง ทวีปอเมริกาใต้ และทวีปยุโรป โดยจะตลาดตามศักยภาพของลูกค้าและเครื่องหมายการค้าและแผนการตลาดของบริษัทฯ ตลอดจนการดำเนินการทำการตลาดโดยบริษัทเอง เพื่อเข้าถึงลูกค้าและผู้บริโภคโดยตรง สามารถนำมาพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าสูงสุด

โดยในช่วงระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมาบริษัทฯ ไม่มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง การบริหารจัดการ การถือหุ้น ลักษณะการประกอบธุรกิจ ตลอดจนผู้มีอำนาจในการการควบคุมและบริหารงานอย่างมีนัยสำคัญ

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

ปัจจุบันบริษัทฯ มีผู้ถือหุ้นใหญ่คือบริษัท HFR ซึ่งเป็นบริษัทแม่ตั้งอยู่ที่ประเทศไต้หวัน โดยมีโครงสร้างดังนี้



1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

บริษัท ฮัฟฟิงเบอร์ อินดัสทรี จำกัด - HFR เป็นบริษัทแม่ของกลุ่มบริษัทฮัฟฟิงฯ ซึ่งประกอบด้วย บริษัท HFT, HFA, HFC, HFZ และบริษัทในเครือ บริษัท HFR ตั้งอยู่ที่ประเทศไต้หวัน ในขณะที่บริษัทในเครือกระจายตามประเทศต่างๆ ที่มีศักยภาพในการเติบโตทางธุรกิจ บริษัทแม่เป็นทั้งผู้ให้นโยบายทั้งด้านการผลิตและการตลาดให้กับ

บริษัททั้งกลุ่ม ซึ่งนโยบายต่างๆ มาจากข้อตกลงที่ได้รับจากมติที่ประชุมผู้บริหาร ซึ่งบริษัททุกจะต้องดำเนินการตามนโยบายดังกล่าว นอกจากนี้ความรับผิดชอบของบริษัทแม่ ไม่เพียงแต่ดูแลผลการดำเนินงานของบริษัทในเครืออย่างใกล้ชิด แต่ยังเป็นผู้ผลิตยางนอกสำหรับขายในประเทศได้ทุกวัน และตลาดทั่วโลกไม่ว่าจะเป็น ยุโรป ตะวันออกกลาง และอเมริกาเหนือโดยเน้นการผลิตยางที่มีคุณภาพตั้งแต่ระดับกลางถึงสูง และยางสำหรับรถจักรยานยนต์และยางรถอุตสาหกรรมที่มีความเร็วสูงซึ่งวิธีการขายสินค้าที่ผลิตจากบริษัท HFR จะเน้นขายที่ประเทศไต้หวันเป็นหลัก โดยเฉพาะยางรถจักรยาน ส่วนยางรถจักรยานยนต์มีตลาดยุโรปมารองรับ และตลาดทั่วโลกสำหรับยางรถอุตสาหกรรมอื่นๆ รวมถึงยางรถยนต์แบบเรเดียลที่กำลังขยายตลาดอย่างต่อเนื่อง สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือบริษัทแม่เป็นผู้ให้การสนับสนุนทางการเงินวิจัยและเทคโนโลยีให้กับบริษัทในกลุ่มซึ่งเทคโนโลยียังได้รับความร่วมมือจากพันธมิตรทางธุรกิจ ได้แก่ บริษัท Sumitomo Rubber ของญี่ปุ่นอีกด้วย

บริษัท ฮัฟฟิงเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) - HFT เป็นบริษัทผู้ผลิตและจำหน่าย โดยบริษัทฯ เป็นผู้บริหารและกำหนดนโยบายการตลาดในประเทศไทย เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แอฟริกา ตะวันออกกลาง และออสเตรเลีย สำหรับตลาดต่างประเทศแถบยุโรป และทวีปอเมริกา บริษัทฯ จะได้รับการสนับสนุนจากทางบริษัทแม่ บริษัทฯ ผลิตทั้งยางนอก และยางในสำหรับรถจักรยาน รถจักรยานยนต์ รถขนส่งขนาดเล็ก และยางรถที่ใช้วิ่งบนชายหาด-ไต่เขาแต่สินค้าที่ผลิตจะเน้นคุณภาพระดับกลางถึงระดับสูง และยางสำหรับพาหนะที่มีความเร็วต่ำ ซึ่งแตกต่างจากตลาดของบริษัทแม่ ดังนั้นบริษัท HFT จึงมีตลาดที่แตกต่างจากบริษัทแม่และบริษัทในกลุ่ม

บริษัท ฮัฟฟิงเบอร์ (ยูเอสเอ) จำกัด - HFA เป็นบริษัทที่ไม่มีศูนย์การผลิตเป็นของตัวเอง เป็นเพียงศูนย์การจำหน่ายในตลาดอเมริกาเหนือ และเป็นศูนย์บริการหลังการขาย ลักษณะการดำเนินงานของบริษัทคือจะรับสินค้าจากบริษัทในเครือ เพื่อนำมาจำหน่ายในสหรัฐอเมริกา

บริษัท ฮัฟฟิงเบอร์ (ประเทศจีน) จำกัด - HFC เป็นบริษัทผู้ผลิต และจำหน่ายสินค้าโดยเน้นตลาดภายในประเทศจีนเป็นหลักเนื่องจากจีนเป็นประเทศที่มีตลาดใหญ่ ลักษณะสินค้าที่จำหน่ายจะมุ่งเน้นไปที่ตลาดระดับกลางถึงล่าง และยางสำหรับพาหนะที่มีความเร็วต่ำ เช่นเดียวกับบริษัท HFT แต่บริษัท HFC มีตลาดที่แตกต่างอย่างชัดเจน นอกจากการจำหน่ายภายในประเทศจีนแล้ว ยังส่งออกสินค้าจำหน่ายในสหรัฐอเมริกา โดยผ่านบริษัท HFA ซึ่งดูแลตลาดแถบอเมริกา และจำหน่ายไปยังประเทศแอฟริกาและกลุ่มประเทศในตะวันออกกลาง

บริษัท ฮัฟฟิงเบอร์ (ฮ่องกง) จำกัด - HFK เป็นบริษัทที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อการค้า บริษัทจัดตั้งขึ้นเนื่องจากข้อจำกัดทางกฎหมายของประเทศไต้หวัน ซึ่งห้ามบริษัทในไต้หวันลงทุนโดยตรงในสาธารณรัฐประชาชนจีนซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ปี 2537 จึงเป็นสาเหตุทำให้ต้องจัดตั้งบริษัท HFK ซึ่งเป็นตัวกลางในการลงทุนในประเทศจีนอีกทอดหนึ่ง บริษัทไม่มีฐานการผลิตแต่อย่างใด

บริษัท ฮัฟฟิงเบอร์ (สิงคโปร์) จำกัด - HFS เป็นบริษัท Holding ที่เข้าไปถือหุ้นในบริษัท HFC ในนามของบริษัทแม่ (HFR) โดยไม่มีฐานการผลิตหรือดำเนินการธุรกิจแต่อย่างใด บริษัทจัดตั้งขึ้นเนื่องจากหลังจากสงครามกับประเทศจีนในปี 2540 ทำให้บริษัทแม่ HFR ต้องจัดตั้งบริษัทใหม่เป็นบริษัทเพื่อการค้ากับบริษัท HFC

บริษัท เอช เอฟ อาร์ โฮลดิ้ง คอร์ป จำกัด เป็น บริษัท Holding ที่เข้าไปถือหุ้นในบริษัท HFZ ในนามของบริษัทแม่ HFR โดยไม่มีฐานการผลิต แต่เพื่อดำเนินธุรกิจของการบริการในเรื่องการลงทุน การค้า การผลิต การวางแผน และเทคนิค บริษัทจัดตั้งเมื่อปี 2541

บริษัท ฮัฟฟิงเบอร์ (ซูโจว) จำกัด - HFZ เป็นบริษัทผู้ผลิตและจำหน่าย ยางรถยนต์แบบเรเดียล ในตลาดโลก

บริษัท ฮัฟฟิงเบอร์ (อินโดนีเซีย) จำกัด - HFI เป็นบริษัทร่วมของบริษัท ฮัฟฟิงเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) เพื่อผลิตยางนอก ยางใน รถจักรยานยนต์

บริษัท ฮั่วจิง โฮลดิ้ง กรุ๊ป จำกัด เป็นบริษัทที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อการค้า บริษัทจัดตั้งขึ้นเนื่องจากข้อจำกัดทางกฎหมายของประเทศไต้หวัน ซึ่งห้ามบริษัทในไต้หวันลงทุนโดยตรงในสาธารณรัฐประชาชนจีนซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ปี 2537 จึงเป็นสาเหตุทำให้ต้องจัดตั้งบริษัทฮั่วจิง โฮลดิ้ง กรุ๊ป จำกัด ซึ่งเป็นตัวกลางในการลงทุนในประเทศจีนอีกทอดหนึ่ง บริษัทไม่มีฐานการผลิตแต่อย่างใด

บริษัท ฮัฟฟิง ดิสทริบิวชั่น จำกัด ดำเนินธุรกิจประเภทเครื่องแต่งกาย อุปกรณ์ไฟฟ้า ยางรถยนต์ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ การค้าปลีก-ค้าส่ง การซื้อขาย การเช่าสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจระหว่างประเทศ

บริษัท อินโนเว คอร์ปอเรชั่น จำกัด เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ และธุรกิจนำเข้าและส่งออก

บริษัท เอช เอฟ ที โฮลดิ้ง จำกัด เป็นบริษัทย่อยของบริษัท ฮัฟฟิงเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) จัดตั้งขึ้นเพื่อซื้อขายสินค้าและวัตถุดิบ ประกอบกิจการ ประกอบธุรกิจเพื่อการลงทุนในพันธบัตร หรือ ตราสารที่มีมูลค่า การลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ การซื้อ ขาย และเพื่อให้เช่า การขายปลีก ขายส่งสินค้าภายนอก ยางใน และอุปกรณ์สำหรับยานพาหนะและการค้าหรือการลงทุนระหว่างประเทศทั้งนำเข้า และส่งออก ตลอดจนสนับสนุนการทำธุรกิจของบริษัทฯ

บริษัท ดี อีเชนส์ (ไทยแลนด์) จำกัด เป็นบริษัทร่วมของบริษัท ฮัฟฟิงเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) จัดทะเบียนจัดตั้ง เมื่อ 1 เมษายน 2557 เพื่อขายสินค้าภายนอก ยางใน และอุปกรณ์สำหรับยานพาหนะทุกประเภท การค้าหรือการลงทุนระหว่างประเทศ ตลอดจนตั้งเข้ามาจำหน่ายในประเทศและส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ สินค้ารถจักรยาน รถจักรยานยนต์รวมทั้งอะไหล่

บริษัท ดีไท อินเตอร์เนชั่นแนล เทคคิง จำกัด เป็นบริษัทร่วมของบริษัท ฮัฟฟิงเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) จัดทะเบียนจัดตั้งที่ประเทศไต้หวัน เมื่อ 13 ตุลาคม 2557 เพื่อจำหน่ายรถจักรยาน รถจักรยานยนต์และยางรถยนต์ รวมทั้งอะไหล่และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ความเป็นมาของบริษัท

- พ.ศ. 2532 - บริษัท ฮั่วฟ่งรับเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (ต่อไปเรียกโดยย่อว่า “บริษัท”) จดทะเบียนจัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 2 มิถุนายน พ.ศ. 2530 โดยมีทุนจดทะเบียน 300,000,000 บาท ชำระเต็มจำนวน ถือหุ้นใหญ่โดยบริษัทแม่คือ บริษัท ฮั่วฟ่งรับเบอร์ อินดัสทรี จำกัด (ต่อไปเรียกโดยย่อว่า “HFR”) ที่ได้หวั่น โดยถือหุ้นอยู่ร้อยละ 99.99 ในระยะแรกบริษัท ทำการผลิตยางนอกและยางในสำหรับรถจักรยานภายใต้เครื่องหมายการค้า “DURO” และ สำหรับรถจักรยานยนต์ภายใต้เครื่องหมายการค้า “DUNLOP”
- พ.ศ. 2539 - บริษัทฯ ได้รับมาตรฐาน ISO 9002: 1994
- พ.ศ. 2541 - บริษัทฯ ขยายการผลิตยางในและยางนอกสำหรับใช้กับรถจักรยานยนต์
- พ.ศ. 2542 - บริษัทฯ เริ่มจำหน่ายยางนอกและยางในสำหรับรถจักรยานยนต์ให้กับบริษัทรถจักรยานยนต์สอนค้าในรูปแบบของ OEM
- พ.ศ. 2545 - บริษัทฯ ได้รับมาตรฐาน ISO 9001: 2000
- บริษัทฯ แปลสภาพเป็นบริษัทมหาชน เมื่อวันที่ 29 กรกฎาคม พ.ศ. 2545
- พ.ศ. 2546 - บริษัทฯ จดทะเบียนเพิ่มทุนเป็น 387,100,000 บาท และได้รับอนุมัติจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยให้เป็นบริษัทจดทะเบียนชำระเต็มจำนวนแล้ว
- พ.ศ. 2547 - ก่อสร้างโรงงานแห่งที่ 2 ซึ่งตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ
- ได้รับการรับรอง มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) ยางในรถจักรยานยนต์
- พ.ศ. 2548 - โรงงานแห่งที่ 2 เปิดดำเนินการในไตรมาสที่ 2 ผลิตรถยางรถวิ่งบนชายหาด-ไต้เขา
- พ.ศ. 2549 - บริษัทฯ จดทะเบียนเพิ่มทุนเป็น 774,200,000 บาท ทุนที่ชำระแล้ว 658,434,300 บาท
- บริษัทฯ ได้รับมาตรฐาน “SNI” (Standard National of Indonesia)
- พ.ศ. 2550 - จดทะเบียนเครื่องหมายการค้า “Q-UICK”
- พ.ศ. 2551 - บริษัทฯ ลดทุนจดทะเบียนจาก 774,200,000 บาท เป็นทุนจดทะเบียน 658,434,300 บาท ทุนที่ชำระแล้ว 658,434,300 บาท
- พ.ศ. 2552 - จดทะเบียนแปลงมูลค่าหุ้นจาก 10 บาท เป็น 1 บาท รวมเป็นทุนจดทะเบียนจำนวน 658,434,300 หุ้น ทุนที่ชำระแล้ว 658,434,300 บาท
- พ.ศ. 2553 - บริษัทฯ ได้รับมาตรฐาน ISO 9001: 2008
- จัดตั้งบริษัท เอช เอฟ ที โฮลดิ้ง จำกัด ทุนจดทะเบียน 50,000,000 บาท ชำระเต็มมูลค่าแล้ว 50,000,000 บาท
- บริษัทฯ มีโครงการเสนอขายหุ้นให้แก่ประชาชนในประเทศสาธารณรัฐจีนไต้หวันเป็น Taiwan Depositary Receipts (TDR) จำนวนหุ้น 210,000,000 หุ้น ซึ่งเป็นหุ้นที่ถือโดยบริษัท ฮั่วฟ่ง รับเบอร์ อินดัสทรี จำกัด (HFR)
- บริษัทฯ จัดทำโครงการซื้อหุ้นคืน จำนวน 40,929,800 หุ้น

- พ.ศ. 2554 - บริษัทฯ ได้ดำเนินการเปลี่ยนแปลงการผลิตยางชายหาด – ใต้เขา (ATV) จากภายใต้เครื่องหมายการค้า “DUNLOP” เป็นเครื่องหมายการค้า “DURO” ซึ่งเป็นเครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ
- พ.ศ. 2555 - บริษัทฯ จำหน่ายหุ้นที่ซื้อคืนผ่านตลาดหลักทรัพย์ (เสร็จสิ้นแล้วในวันที่ 15 มกราคม 2556)
- พ.ศ. 2556 - บริษัทฯ เริ่มนำเข้าเครื่องจักรเพื่อรองรับการขยายกำลังการผลิตตามบัตรส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)
- พ.ศ. 2557 - บริษัทฯ ได้ดำเนินการติดตั้งเครื่องจักร แล้วเสร็จตามโครงการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)
- บริษัทฯ ได้จดทะเบียนเพิ่มทุนให้กับบริษัท เอช เอฟ ที โฮลดิ้ง จำกัด จากทุนจดทะเบียน 50,000,000 บาท เพิ่มขึ้นเป็น 100,000,000 บาท ชำระเต็มมูลค่าแล้ว 100,000,000 บาท
- บริษัทฯ ได้ร่วมทุนกับบริษัท ดี อีเซ็นท์ (ไทยแลนด์) จำกัด ร้อยละ 43 ของทุนจดทะเบียนจากทุนจดทะเบียน 20,000,000 บาท ชำระแล้ว ร้อยละ 50 ของทุนจดทะเบียน
- บริษัทฯ ได้ร่วมทุนกับ Chital International Co., Ltd. ร้อยละ 45 ของทุนจดทะเบียนจากทุนจดทะเบียน 25,000,000 เหรียญได้ห้วน ชำระเต็มมูลค่าของทุนจดทะเบียน
- พ.ศ. 2558 - บริษัทฯ เริ่มผลิตและจำหน่ายยางนอกสำหรับรถจักรยานยนต์ ตามที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน จากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)
- พ.ศ. 2559 - คณะกรรมการบริษัทฯ มีมติอนุมัติการลงทุนในประเทศอินโดนีเซีย เพื่อจัดตั้งบริษัท ฮั่วฟงรับเบอร์ (อินโดนีเซีย) จำกัด (HFI) โดยบริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 99 และบริษัท เอช เอฟ ที โฮลดิ้ง จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 1
- พ.ศ. 2560 - ซื้อที่ดินเพื่อเตรียมก่อสร้างโรงงานตามแผนการลงทุนในประเทศอินโดนีเซีย
- คณะกรรมการบริษัทฯ มีมติอนุมัติซื้อที่ดินเพื่อการลงทุนในโรงงานแห่งที่ 3 และขอรับการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) เพื่อผลิตยางนอกยางในรถจักรยาน

บริษัทฯ ได้มีการก่อตั้งและมีความเชี่ยวชาญในการดำเนินการผลิตยางนอกและยางในมาเป็นเวลานานกว่า 32 ปี โดยได้รับการสนับสนุนจาก HFR ซึ่งเป็นบริษัทแม่ที่ประเทศไต้หวัน ทั้งนี้ HFR ก็มีประวัติการก่อตั้งมายาวนานกว่า 71 ปี มีความชำนาญในด้านการผลิตยางนอกยางในที่ได้รับมาตรฐานสากลหลายอย่าง เช่น เครื่องหมายมาตรฐาน “DOT” (Department of Transportation) ในปี พ.ศ. 2517 เครื่องหมายมาตรฐาน “CNS” (Chinese National Standard) ในปี พ.ศ. 2530 เครื่องหมายมาตรฐาน “JIS” (Japan Industry Standard) ในปี พ.ศ. 2532 เครื่องหมายมาตรฐาน QS-9000 ในปี พ.ศ. 2541 เครื่องหมายมาตรฐานกลุ่มประเทศยุโรป (E-MARK) ในปี พ.ศ. 2535 เครื่องหมายมาตรฐาน ISO 14001 ในปี พ.ศ. 2537 เครื่องหมาย CCC MARK (China Compulsory Certification) ในปี พ.ศ. 2549 และเครื่องหมาย MS (Malaysian Standard) ในปี 2553

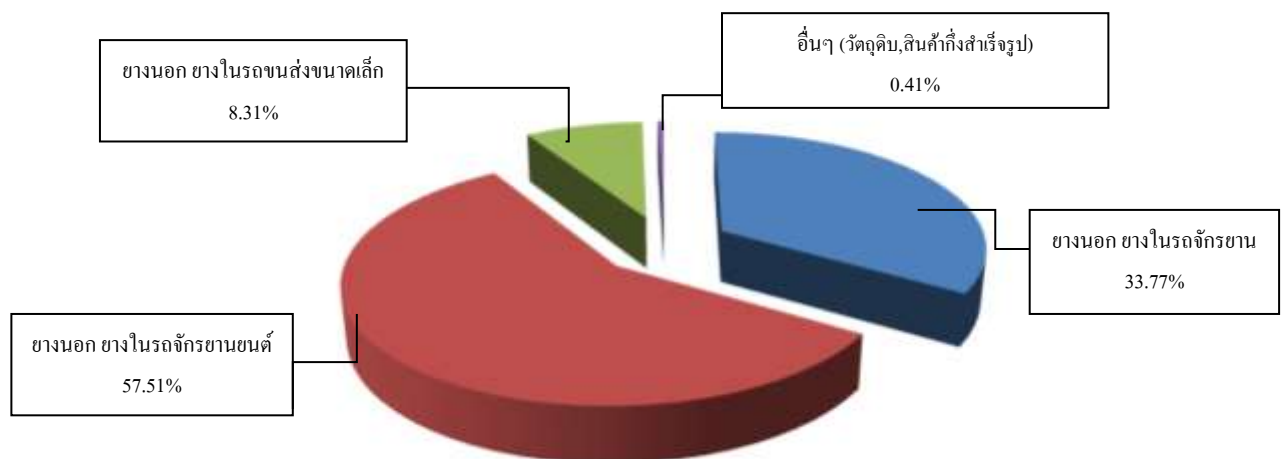
โครงสร้างรายได้

มูลค่าการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ แยกตามสายผลิตภัณฑ์ปี 2558-2560 (ล้านบาท)

สายผลิตภัณฑ์/กลุ่มธุรกิจ	ปี 2560		ปี 2559		ปี 2558	
	(ลบ.)	%	(ลบ.)	%	(ลบ.)	%
จำหน่ายภายในประเทศ						
1. ขานอก ขางในรถจักรยาน	77.03	2.82	111.24	4.39	177.86	6.87
2. ขานอก ขางในรถจักรยานยนต์	911.30	33.38	808.47	31.89	834.16	32.22
3. ขานอก ขางในรถขนส่งขนาดเล็ก	17.73	0.65	17.46	0.69	13.41	0.52
4. รถจักรยาน	-	-	0.37	0.01	2.42	0.09
5. อื่นๆ (วัตถุดิบ,สินค้าสำเร็จรูป)	10.51	0.38	12.39	0.49	12.69	0.49
รวมมูลค่าการขายภายในประเทศ	1,016.57	37.23	949.93	37.47	1,040.54	40.19
จำหน่ายต่างประเทศ						
1. ขานอก ขางในรถจักรยาน	845.11	30.95	708.09	27.93	741.78	28.65
2. ขานอก ขางในรถจักรยานยนต์	658.82	24.13	670.52	26.45	577.27	22.29
3. ขานอก ขางในรถขนส่งขนาดเล็ก	209.28	7.67	204.25	8.06	228.61	8.83
4. อื่นๆ (วัตถุดิบ และสินค้าสำเร็จรูป)	0.56	0.02	2.11	0.08	1.17	0.04
รวมมูลค่าการส่งออก	1,713.77	62.77	1,584.97	62.53	1,548.83	59.81
รวมรายได้จากการขายทั้งสิ้น	2,730.34	100.00	2,534.90	100.00	2,589.37	100.00

หมายเหตุ: บริษัท ฮีฟรียูเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ดำเนินการขายแต่เพียงผู้เดียว

สัดส่วนยอดขายสินค้าปี 2560



จากมูลค่าการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯข้างต้นในปี 2560 จะเห็นว่าโครงสร้างรายได้หลักของบริษัทฯ มาจากการขายต่างประเทศร้อยละ 62.77 และขายในประเทศร้อยละ 37.23 อย่างไรก็ดีเมื่อเทียบกับรายได้ในปี 2559 โดยรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.71 จากการเพิ่มขึ้นของยอดขายขานอก ขางใน รถจักรยานและรถจักรยานยนต์ สำหรับรายได้หลักส่วนใหญ่จากการขายในประเทศ ยังคงมาจากขานอก-ขางในรถจักรยาน ส่วนตลาดในประเทศรายได้หลักยังคงมาจากขานอก – ขางในรถจักรยานยนต์

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจหลักในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยางใน ยางนอก และรถจักรยาน ดังนี้

- ยางสำหรับรถจักรยานทั่วไป เช่น จักรยานเสือภูเขา รถเข็นสำหรับคนพิการ เป็นต้น
- ยางสำหรับรถจักรยานยนต์ เช่น จักรยานยนต์ทั่วไป รถจักรยานยนต์ความเร็วสูง สตูดเตอร์ โมโตคอส
- ยางสำหรับรถขนส่งขนาดเล็กเช่น รถเข็น รถลาก รถยก รถแทรกเตอร์ รถตุ๊กตุ๊ก รถที่ใช้ในการเกษตร รถกอล์ฟ
- ยางรถที่ใช้วิ่งชายหาด-ไต่เขา
- รถจักรยานเสือหมอบ รถจักรยานเสือภูเขา
- ยางรถยนต์

ปัจจุบันการผลิตยางนอกรถจักรยานยนต์บริษัทฯ ได้รับสิทธิประโยชน์จากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน BOI มีกำลังผลิต 3.6 ล้านเส้นต่อปี โดยได้รับสิทธิประโยชน์ในการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 8 ปี นับจากวันที่มีรายได้ โดยมีข้อจำกัดให้ตั้งโรงงานในนิคมอุตสาหกรรม

ผลิตภัณฑ์ยางนอก ยางนอกเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าการจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศสูงที่สุดของบริษัทฯ ในปี 2560 บริษัทฯ มีรายได้จากการจำหน่ายยางนอกคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 76.57 ของยอดขายทั้งหมด

ผลิตภัณฑ์ยางใน มีหลายขนาดและชนิดที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้หลายกลุ่มในปี 2560 บริษัทฯ มีรายได้จากการจำหน่ายยางในคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 23.02 ของยอดขายทั้งหมด

วัตถุดิบและสินค้ากึ่งสำเร็จรูป ในปี 2560 บริษัทฯ มีรายได้จากการจำหน่ายคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.41 ของยอดขายทั้งหมด

สัญญาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

ทางบริษัทฯ มีการทำสัญญาการให้ความช่วยเหลือทางด้านเทคนิคต่อกันกับบริษัทแม่และบริษัทต่างๆ ซึ่งสาระสำคัญส่วนใหญ่มุ่งเน้นในเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนการผลิต และเครื่องจักร สัญญาร่วมมือทางเทคนิคที่สำคัญๆ ได้แก่

1. Trademark License Agreement เป็นสัญญาที่บริษัทแม่คือ HFR ทำกับบริษัทฯ มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 27 สิงหาคม 2548 ระยะเวลา 3 ปีเมื่อหมดสัญญาหากไม่มีการบอกเลิกจากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งก็จะถือว่าเป็นการต่อสัญญาโดยอัตโนมัติในแบบครั้งละ 1 ปี ใจความสำคัญของสัญญาจะกล่าวถึงสิทธิที่บริษัทฯ สามารถใช้เครื่องหมายการค้า “DURO” เพื่อจำหน่ายทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยที่บริษัทฯ จะต้องเสียค่าธรรมเนียมร้อยละ 0.5 ของยอดขายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้า “DURO” ในการใช้เครื่องหมายการค้าดังกล่าวตามสัญญานี้ให้กับบริษัทแม่

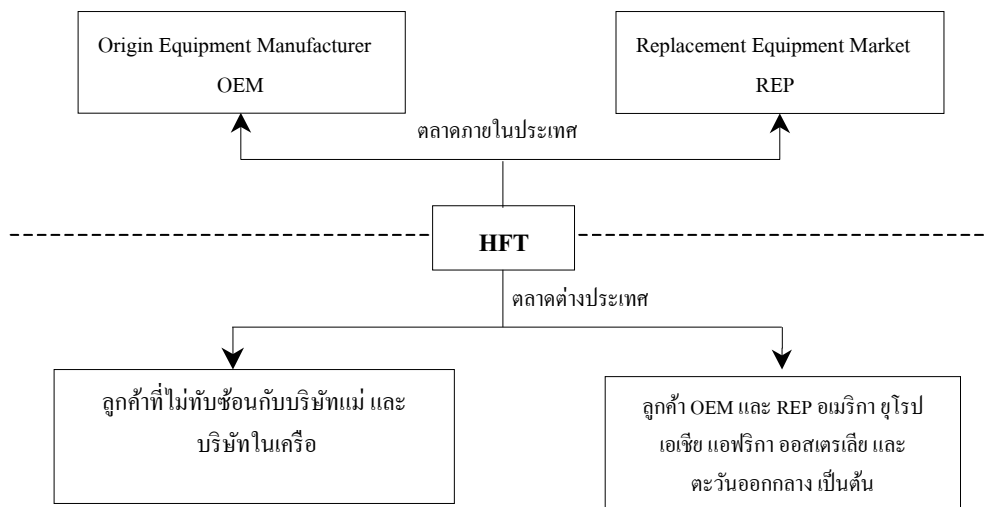
2. Trade Pattern Right Agreement โดยที่บริษัทแม่อนุญาตให้สิทธิในการใช้แบบผลิตภัณฑ์บางอย่างเพื่อผลิต และจำหน่าย โดยบริษัทต้องจ่ายชำระค่าแรกเข้าในปี 2554 จำนวน 15,000 ดอลลาร์สหรัฐ และมีภาระผูกพันที่จะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมรายปีเป็นจำนวนเงินปีละ 30,000 ดอลลาร์สหรัฐ รวม 165,000 ดอลลาร์สหรัฐ สัญญานี้มีอายุ 5 ปี โดยสิ้นสุดในวันที่ 31 ธันวาคม 2558 และได้ต่ออายุสัญญาถึง 31 ธันวาคม 2561 และมีภาระผูกพันที่จะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมรายปีเป็นจำนวนเงินปีละ 35,000 ดอลลาร์สหรัฐ

3. Technical Cooperation Agreement เป็นสัญญาความร่วมมือทางด้านเทคนิคระหว่างบริษัทแม่คือ HFR กับบริษัทฯ มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 27 สิงหาคม 2548 ระยะเวลา 3 ปีเมื่อหมดสัญญาหากไม่มีการบอกเลิกฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งก็จะถือว่าเป็นการต่อสัญญาโดยอัตโนมัติในแบบครั้งละ 1 ปี ใจความสำคัญของสัญญาจะกล่าวถึงสิทธิที่บริษัทฯ จะได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตจากผลการวิจัยของบริษัทแม่ ได้แก่ การออกแบบโรงงาน

การใช้เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต ขั้นตอนการผลิต สูตรผสมวัตถุดิบ การฝึกอบรมบุคลากร การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการใช้เครื่องหมายการค้าเพื่อจำหน่ายทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยที่บริษัทฯ จะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมให้กับบริษัทแม่เป็นรายปี ปีละ 100,000 ดอลลาร์สหรัฐ

4. Trademark License Agreement เป็นสัญญาระหว่าง บริษัท Sumitomo Rubber Industries Ltd. กับบริษัทแม่ ซึ่งมีผลครอบคลุมไปถึงบริษัทในเครือด้วย มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 24 กันยายน 2546 โดยที่ Sumitomo Rubber อนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้า ซึ่งปัจจุบันใช้เครื่องหมายการค้า “DUNLOP” เพื่อการผลิตและจำหน่ายทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยบริษัทฯ จะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมการใช้เครื่องหมายการค้าร้อยละ 1.5 – 3 ของยอดขายของผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้า “DUNLOP”

แผนภาพแสดงโครงสร้างทางการตลาด



ตลาดในประเทศ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทฯ มี 2 กลุ่มคือ

1. **กลุ่มผู้ผลิต (Original Equipment Manufacturer) หรือที่เรียกว่า “OEM”** รถจักรยานและรถจักรยานยนต์ รายได้หลักในประเทศโดยการขายตรงให้กับผู้ผลิตรถจักรยานชั้นนำ ได้แก่ BANGKOK CYCLE , SIAM CYCLE เป็นต้น ภายใต้เครื่องหมายการค้า DURO และผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ชั้นนำจากประเทศญี่ปุ่น ได้แก่ HONDA, KAWASAKI เป็นต้น ภายใต้เครื่องหมายการค้า DUNLOP ในปี 2560 บริษัทฯ มีส่วนแบ่งการตลาดในตลาด OEM รถจักรยานยนต์ในประเทศประมาณร้อยละ 11.68 และบริษัทฯ ยังคงมีการจำหน่ายยางรถกอล์ฟภายใต้เครื่องหมายการค้า DURO ไปยังบริษัทผู้ผลิตรถกอล์ฟชั้นนำ ได้แก่ THAI YAMAHA MOTOR อย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลมาจากคุณภาพของสินค้าและชื่อเสียงของเครื่องหมายการค้าที่ได้รับการยอมรับ โดยบริษัทฯ มีความสัมพันธ์กับกลุ่มบริษัท Sumitomo Rubber ซึ่งมีความสัมพันธ์กับบริษัทผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ชาวญี่ปุ่นด้วยกัน ทำให้บริษัทฯ ได้รับคำสั่งซื้อจากกลุ่มผู้ผลิต เป็นการเพิ่มความมั่นใจในการขยายตลาดยางรถจักรยานยนต์ในประเทศ

2. **กลุ่มตลาดทดแทนยางที่สึกหรอ (Replacement Equipment Market) หรือที่เรียกว่า “REP”** เพื่อเปลี่ยนยางเส้นต่อไปโดยขายยางรถจักรยานยนต์ผ่านร้านค้าและตัวแทนจำหน่าย ได้แก่ บริษัท บอร์เนียว เทคนิคัล (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท รุ่งสยามเจริญ จำกัด เป็นต้น บริษัทฯ เป็นผู้ทำตลาดภายในประเทศเองโดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญ คือ การเน้นด้านคุณภาพของสินค้า โดยผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้รับการรับรองระบบคุณภาพมาตรฐานสากล ISO 9001: 2008 และการใช้เครื่องหมายการค้าซึ่งเป็นที่ยอมรับ ได้แก่ “DURO” “Q-UICK” และ “DUNLOP” โดยบริษัทฯ เป็นผู้กำหนดราคาขาย ไม่ได้มีการแทรกแซงจากบริษัทแม่แต่อย่างใด ซึ่งบริษัทฯ กำหนดราคาจากต้นทุนการผลิตและสภาพการแข่งขันและการตลาดภายในประเทศเป็นปัจจัยหลักในการพิจารณา

ตลาดต่างประเทศ

เนื่องจากบริษัทฯ และบริษัทในเครือต่างก็ผลิตผลิตภัณฑ์ยางนอกและยางในเหมือนกัน เพื่อไม่ให้เกิดการทับซ้อนและความขัดแย้งทางผลประโยชน์ระหว่างบริษัทในเครือบริษัทแม่จึงได้มีนโยบายการแบ่งประเภทผลิตภัณฑ์ และตลาดของบริษัทในเครือขึ้น ซึ่งเป็นนโยบายที่บริษัทแม่ใช้เป็นแนวปฏิบัติตั้ง ต่อไปนี้

ตารางการจำแนกตลาดของบริษัทในเครือ

		Product Categories/Segmentation			Market		
		HFR	HFT	HFC	HFR	HFT	HFC
ยางรถจักรยาน	ประเภท	ระดับสูง	ระดับกลาง-ล่าง	ระดับกลาง-ล่าง	ได้หวันยุโรป	ประเทศไทย, ยุโรป, เอเชีย และทั่วโลก	ประเทศจีนอเมริกา
	ชนิด	Skin wall tire ยางนอกไม่ต้องใส่ยางใน	ยางดำ	ยางดำ			
		คุณภาพสูง	ยางสี	ยางสี			
ยางรถจักรยานยนต์	ประเภท	ระดับสูง	ระดับสูง-กลาง	ระดับกลาง-ล่าง	ได้หวัน, เอเชีย ตะวันออกกลาง แอฟริกา ยุโรป	ประเทศไทย เอเชีย ตะวันออกกลาง ยุโรป	ประเทศจีนแอฟริกา ตะวันออกกลาง
	ชนิด	ความเร็วมากกว่า	ความเร็วน้อยกว่า	ความเร็วน้อยกว่า			
		180 กม./ชม.	180 กม./ชม.	180 กม./ชม.			
ยางรถอุตสาหกรรม	ประเภท	ระดับสูง	ระดับล่าง	ระดับสูง	ได้หวัน ตะวันออกกลาง อเมริกา ได้หวัน	ประเทศไทย อเมริกา ยุโรป และญี่ปุ่น	ประเทศจีนอเมริกา
	ชนิด	รถบรรทุกขนาดใหญ่, โฟล์คคลิฟ, รถแข่งเล็ก	รถเข็น รถตัดหญ้า รถพ่วงเล็ก	รถบรรทุกขนาดใหญ่ รถพ่วงขนาดใหญ่ Mobil home			
	ประเภท	ระดับกลาง	ระดับกลาง – สูง	ระดับกลาง			
	ชนิด	ความเร็วมากกว่า 100กม/ชม	ความเร็วต่ำกว่า 60 กม/ชม	ความเร็วมากกว่า 60 กม/ชม			
		ยางรถไถเข-ชาขาด (ATV)	ยางรถไถเข-ชาขาด (ATV)	ยางรถไถเข-ชาขาด (ATV)			
	ชนิด	ความเร็วไม่เกิน 80 กม./ชม.	ความเร็วไม่เกิน 80 กม./ชม.	ความเร็วต่ำกว่า 60 กม./ชม.			

หมายเหตุ - HFR หมายถึงบริษัท ฮั่วฟ่งรับเบอร์ อินดัสทรี จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทแม่ตั้งอยู่ที่ประเทศไต้หวัน
 - HFT หมายถึงบริษัท ฮั่วฟ่งรับเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน)
 - HFC หมายถึงบริษัท ฮั่วฟ่งรับเบอร์ (ประเทศจีน) จำกัด

- **ตลาดระดับสูง (High - end)** หมายถึง ตลาดยางรถยนต์และยางอุตสาหกรรมที่ต้องใช้เทคโนโลยีขั้นสูง การผลิต เช่น ยาง Skin wall ที่มีน้ำหนักเบา ทนทานต่อแรงกระแทก เหมาะสำหรับจักรยานแข่งขัน รวมถึงยางนอกแบบไร้ยางใน ซึ่งเหมาะกับจักรยานฟรีสไตล์ จักรยานไต่เขา และรถไต่เขา ทั้งนี้ ราคาเป็นตัวแทนคุณภาพของสินค้าด้วย

- **ตลาดระดับกลาง - ต่ำ (Mid - Low end)** หมายถึง ตลาดยางจักรยาน และจักรยานยนต์ ยางรถไต่เขา-ชายหาด (ATV) รวมทั้งยางรถอุตสาหกรรม ของผู้บริโภคทั่วไป เช่น รถจักรยานยนต์ ที่ไม่ได้มีการใช้ความเร็วมาก, ราคาไม่แพง, รวมทั้งไม่ต้องคำนึงถึงน้ำหนักเพื่อการแข่งขัน อย่างไรก็ตามการผลิตได้ถูกควบคุม มาตรฐานโลกดังที่กล่าวมา ประเภทของผลิตภัณฑ์มีหลากหลายชนิด รวมทั้งแบบการ Design ความเร็วของยานพาหนะและราคาจึงเป็นตัวแบ่งกลุ่มตลาดที่ชัดเจน

บริษัทในเครือแต่ละบริษัทมีกลุ่มเป้าหมายการตลาดที่ชัดเจน ซึ่งมาจากการกำหนดนโยบายจากบริษัทแม่ เพื่อป้องกันของการแย่งลูกค้ากันเองของบริษัทในเครือ อย่างไรก็ตามถึงแม้ดูเหมือนว่าจะมีการคาบเกี่ยวของบริษัทในเครือ เช่น บริษัท HFT และบริษัท HFC ซึ่งผลิตยางรถจักรยานยนต์ ในระดับกลางถึงต่ำ เหมือนกัน แต่มีฐานลูกค้าที่ต่างกันอย่างชัดเจน กล่าวคือ บริษัท HFT มีฐานลูกค้าใหญ่จากประเทศไทย รวมทั้งในเอเชียและทวีปยุโรป ในขณะที่ HFC มีกลุ่มลูกค้าในประเทศจีนและสหรัฐอเมริกาเป็นฐาน ในขณะเดียวกันบริษัทแม่จะเชี่ยวชาญการผลิตยางรถจักรยาน ยางรถจักรยานยนต์ และยางรถอุตสาหกรรม ในระดับที่ต้องใช้เทคโนโลยีสูง ซึ่งก็ทำให้สินค้ามีคุณภาพสูงขึ้น และราคาก็แตกต่างกัน กลุ่มเป้าหมายของบริษัทแม่จึงแตกต่างจากบริษัท HFT และ HFC อย่างสิ้นเชิง

กล่าวโดยสรุป บริษัทแม่ (HFR) มีนโยบายในการกำหนดกลุ่มลูกค้าของแต่ละสาขา ตลอดจนราคาของสินค้าที่จะเสนอขายไปยังประเทศต่างๆ โดยมีบริษัท HFA เป็นศูนย์กลาง ในการจัดจำหน่ายสินค้าให้แก่ฐานลูกค้าในประเทศสหรัฐอเมริกา

บริษัทฯ มีการส่งออกให้กลุ่มลูกค้า 2 กลุ่มใหญ่ดังนี้

1. กลุ่มลูกค้าซึ่งสนับสนุนโดยบริษัทแม่

บริษัทแม่จะเป็นผู้ส่งรายชื่อลูกค้ามาให้ตามประเภทของผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ผลิตได้ และกลุ่มตลาดที่ได้กำหนดไว้ตามตารางที่กล่าวไว้ข้างต้น ทั้งนี้บริษัทฯ จะเป็นผู้ส่งสินค้าและเรียกเก็บเงินโดยตรงจากลูกค้า ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้จะครอบคลุมทั้งทวีปยุโรป อเมริกา และแอฟริกา เป็นต้น รวมถึงกลุ่มลูกค้าที่ได้รับการโอนตลาดจาก Sumitomo Rubber Industries Co., Ltd. สำหรับยางรถชายหาด-ไต่เขา (ATV) ที่ส่งขายไปยังกลุ่มลูกค้าผู้ผลิตรายใหญ่ ซึ่งนอกจากนี้ยังมีลูกค้าอีกหลายรายที่ได้รับการสนับสนุนจากบริษัทแม่และติดอันดับของยอดขาย

2. กลุ่มลูกค้าต่างประเทศที่บริษัทฯ สามารถหาได้เอง

บริษัทฯ สามารถทำการตลาดต่างประเทศได้ในกรณีที่ผลิตภัณฑ์ส่งไปจำหน่ายในตลาดไม่ทับซ้อนกับบริษัทในเครือ ได้แก่ ลูกค้ารายใหญ่ในตลาดยุโรป เช่น Decathlon Group และ Vittoria สำหรับผลิตยางรถจักรยาน กลุ่มอินโดไชน่า อาเซียน ตะวันออกกลาง แอฟริกา ซึ่งบริษัทฯ เป็นผู้กำหนดราคา โดยอ้างอิงและเปรียบเทียบราคาขายผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน ทั้งนี้เพื่อเป็นการควบคุมไม่ให้มีการแข่งขันในเรื่องราคาระหว่างบริษัทในกลุ่มและเพื่อให้ราคาผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับสถานะการแข่งขันกับตลาดโลก โดยปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการกำหนดราคา ได้แก่ ต้นทุนของวัตถุดิบ ลักษณะผลิตภัณฑ์และระดับราคาแบบเดียวกันกับคู่แข่ง และสถานะตลาดในขณะนั้นๆ เป็นต้น

ภาวะการแข่งขันในประเทศ

1. ตลาด OEM (Original Equipment Manufacturer)

ตลาดรถจักรยานยนต์ภายในประเทศปี 2560 ที่ผ่านมามีตัวเลขยอดจดทะเบียนรถใหม่เป็นจำนวน 1,816,000 คัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยปัจจัยที่มีผลกับตลาดคือภาวะเศรษฐกิจที่ดี ราคาพืชผลทางการเกษตรปรับตัวดีขึ้น การส่งออกที่เพิ่มขึ้น การท่องเที่ยวที่สร้างเม็ดเงินไหลเข้าประเทศ ทั้งหมดนี้เป็นปัจจัยบวกทำให้ตลาดเติบโต และทำให้ผู้บริโภคมีเงินจับจ่ายใช้สอย มีความสามารถในการซื้อรถเพิ่มหรือเปลี่ยนรถคันใหม่

ในปีที่ผ่านมาตลาดมีแนวโน้มที่ค่อนข้างต่อเนื่อง เพราะมีการคาดการณ์ว่าจะมีการเลือกตั้ง ซึ่งมีผลต่อความเชื่อมั่นทำให้เศรษฐกิจดีขึ้น ส่วนปัจจัยเสี่ยงที่จะเข้ามากระทบนั้น ยังคงเป็นเรื่องเกี่ยวกับการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานซึ่งยังไม่เห็นผลของเม็ดเงินที่ไหลเวียนเข้ามาในระบบ

ในส่วนของบริษัทฯ สามารถเพิ่มส่วนแบ่งในตลาด OEM เป็นร้อยละ 11.68 เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.84 เป็นผลมาจากประสิทธิภาพของสินค้าและการรักษาคุณภาพไว้อย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ยังคงมีการเปิดตัวรถจักรยานยนต์รุ่นใหม่ ๆ ออกสู่ตลาดหลายรุ่นเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และกระตุ้นตลาดด้วยแคมเปญต่างๆ รวมถึงการปรับปรุงด้านเครือข่ายการขายให้ตรงกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ดังนั้นจึงมีการปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงเพื่อเป็นอีกทางเลือกให้กับผู้บริโภค โดยมุ่งเน้นไปที่กลุ่มวัยรุ่นซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2. ตลาดทดแทน REP (Replacement Equipment Market)

ปี 2560 ที่ผ่านมานับเป็นปีที่บริษัทฯ ต้องเผชิญกับสถานการณ์ต้นทุนการผลิตที่ปรับเพิ่มสูงขึ้นตั้งแต่ช่วงปลายไตรมาสที่ 1 และภาวะการแข่งขันด้านราคากับสินค้าคู่แข่งตั้งแต่ช่วงเวลาดังกล่าว ผู้ผลิตหลายรายมีการแข่งขันกันลดราคาเพื่อแย่งชิงความได้เปรียบในตลาด แต่ด้วยความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบริษัทฯ กับเครือข่ายร้านค้าทำให้บริษัทฯ สามารถก้าวผ่านสถานการณ์ดังกล่าวและรักษฐานลูกค้าไว้ได้ โดยได้รับความร่วมมือและการสนับสนุนที่ดีจากลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัทฯ

ทั้งนี้บริษัทฯ ยังให้การสนับสนุนส่วนลดการขายให้กับลูกค้าในกรณีบรรลุเป้าหมาย และจัดให้มีกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่องรวมถึงการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การขายในตลาดทดแทน โดยเพิ่มรูปแบบการขายสินค้าของบริษัทฯ ตรงไปยังร้านค้าปลีกและร้านค้าส่ง ทั้งในกรุงเทพฯ และจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศไทย ทั้งนี้ด้วยคุณภาพของสินค้าที่ได้รับการยอมรับมาอย่างยาวนาน รวมถึงการจัดการด้านการขนส่งกระจายสินค้าทำให้ผลตอบรับจากตลาดเป็นไปด้วยดี

บริษัทฯ ยังคงมีการขยายตลาดในส่วนของผู้จำหน่ายรถจักรยานยนต์และร้านขายอะไหล่รถจักรยานยนต์ชั้นนำครอบคลุมทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ และจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยตรงถึงผู้บริโภคถึงแม้ปัจจุบัน บริษัทฯ จะมีเครื่องหมายการค้าของสินค้าหลากหลายเพื่อวัตถุประสงค์ในการขยายตลาด แต่บริษัทฯ ยังคงเน้นเรื่องการรักษาคุณภาพและพัฒนาศักยภาพการแข่งขันทางด้านราคาอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้บริโภคและเพิ่มความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ต่อไปในอนาคต จากความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าและประสิทธิภาพภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ ทำให้ยังคงรักษายอดขายไว้ได้

ภาวะการแข่งขันต่างประเทศ

บริษัทฯ มีการส่งออกครอบคลุมไปทั่วโลก อันได้แก่ ทวีปเอเชีย ยุโรป อเมริกา แอฟริกา และตะวันออกกลาง โดยมีปัจจัยที่สนับสนุนให้การส่งออกของบริษัทฯ เช่น

- การมีเครื่องหมายการค้าเป็นที่ยอมรับไปทั่วโลก
- การสนับสนุนทางการตลาดจากบริษัทแม่และบริษัทในกลุ่มซึ่งมีความเชี่ยวชาญและดำเนินงานในธุรกิจนี้มาเป็นเวลานาน
- การที่สินค้ามีคุณภาพเป็นที่ยอมรับและสามารถแข่งขันกับตลาดโลกได้

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากปัจจุบันมีการแข่งขันด้านราคาค่อนข้างสูง ในส่วนของนโยบายการตลาดของผลิตภัณฑ์ในปีที่ผ่านมา หากเปรียบเทียบกับคู่แข่ง สำหรับสินค้าประเภทเดียวกันพบว่า

ในส่วนของยางจักรยาน บริษัทฯสามารถสร้างจุดขายในด้านราคาที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ที่สำคัญบริษัทฯ มีเสถียรภาพในด้านของคุณภาพค่อนข้างสูง หากเปรียบเทียบกับคู่แข่งบริษัทฯ ยังได้รับส่วนแบ่งตลาดจากจำนวนการสั่งซื้อของลูกค้ามากกว่าร้อยละ 50 เนื่องจากบริษัทฯ เป็นผู้ผลิตรายใหญ่ สามารถผลิตสินค้าได้ในปริมาณมาก และต่อเนื่อง ทำให้สามารถบริหารจัดการรับคำสั่งซื้อได้ค่อนข้างเป็นระบบ และลูกค้าสามารถวางแผนการสั่งซื้อล่วงหน้าได้ในระยะยาว นอกจากนี้ ยังรวมถึงตัวผลิตภัณฑ์ยางนอกจักรยานที่เป็นยาง Skinwall (แก้มยางบาง – สมรรถนะสูง) ซึ่งถือว่าเป็นยางที่มีคุณภาพและน้ำหนักเบา และยังคงมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดังกล่าวในระดับที่สูงขึ้น รวมถึงการสร้างจุดขายในการให้ความร่วมมือทางธุรกิจเชิงพันธมิตร สื่อสารข้อมูลทางการตลาด วิเคราะห์ทางการขายและการหารือหรือทำข้อตกลงร่วมกันเพื่อการนำองค์กรทั้งผู้ซื้อและผู้ขายได้ผ่านพ้นวิกฤติและราบรื่นมากยิ่งขึ้นจากการปรับแผนในการผลิต การเพิ่มศักยภาพและจำนวนเครื่องจักร รวมถึงกำลังคนให้เพียงพอต่อจำนวนการสั่งซื้อสามารถขยายตลาดเพิ่มมากขึ้นทั้งในส่วนของการเพิ่มลูกค้าและศูนย์จำหน่ายในหลายๆ ภาคพื้นทวีป โดยเน้นที่แถบทวีปยุโรปและเอเชีย อย่างไรก็ตามในปีที่ผ่านมา โดยภาพรวม ยอดจำหน่ายยางนอก ยางในรถจักรยานกลับเพิ่มมากขึ้น อันเนื่องมาจากการสร้างความร่วมมือกับลูกค้ารายหลักในส่วนของการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ล่วงหน้า 1 ปี การเพิ่มกำลังการผลิตเพื่อรองรับการสั่งซื้อล่วงหน้า เพื่อการจัดส่งที่รวดเร็วตามความต้องการของลูกค้าในตลาด และการฝึกอบรมพนักงานในการเรียนรู้ด้านต่างๆ เพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในการจัดการสินค้าและการเพิ่มผลิต ซึ่งนำมาสู่การเติบโตของยอดการสั่งซื้ออย่างมากในปีที่ผ่านมา สำหรับยางรถจักรยานยนต์ บริษัทฯ ยังคงมุ่งส่งเสริมการขายให้กับลูกค้าเพิ่มมากขึ้นหากเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยให้การสนับสนุนลูกค้าในส่วนของการศึกษาราคาของคู่แข่งเชิงลึกและนำมาปรับโครงสร้างราคาของแต่ละตลาดที่ทำให้สามารถแข่งขันได้ ก่อปรกับทางบริษัทฯ ได้ให้การสนับสนุนกิจกรรมทางด้านการขายและการตลาดร่วมกับลูกค้าในภูมิภาคอาเซียน อย่างไรก็ตามเนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัว และการแข่งขันกันอย่างรุนแรงในตลาดผู้ผลิตยาง ส่งผลให้ยอดขายยางรถจักรยานยนต์ที่เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยกลุ่มลูกค้าสำคัญยังคงเป็นกลุ่มในประเทศอาเซียนที่กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง รวมถึงตลาดในประเทศแถบแอฟริกา ตะวันออกกลาง อเมริกาใต้ และยุโรป ตามลำดับ ซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มตัวแทนการค้าปลีกทั้งรายใหญ่และรายย่อยในประเทศนั้นๆ

ทั้งนี้โดยภาพรวมสัดส่วนในการขายต่างประเทศยังคงอยู่ที่ร้อยละ 62.77 อย่างไรก็ตามยังคงประสบปัญหาคู่แข่งจากประเทศจีน อินโดนีเซีย อินเดีย และศรีลังกา ซึ่งมีกำลังการผลิตสูงประกอบกับต้นทุนต่ำ ทำให้ราคาขายค่อนข้างต่ำ โดยเฉพาะการแข่งขันเปิดตลาดในแถบอาเซียน อย่างไรก็ตามบริษัทฯ จึงมีแนวทางการแข่งขันโดยใช้คุณภาพและบริการที่ดีเป็นจุดขายเพื่อให้สามารถรักษฐานลูกค้าเดิมไว้ได้ ขณะเดียวกันบริษัทฯ มีแผนการ

ประชาสัมพันธืขายตลาดให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น สร้างจุดแข็งในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการปฏิบัติตามกฎบัตรต่างๆ รวมถึงโครงการที่เป็นประโยชน์กับสิ่งแวดล้อมและองค์กร อาทิ การผลิตสินค้าที่มีคุณสมบัติเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อสอดคล้องกับกฎบัตรเรื่อง Social Accountability หรือความรับผิดชอบต่อสังคม ทำให้ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองคุณภาพในหลายๆ ประเทศเป็นข้อได้เปรียบในการขายสินค้าตามที่รัฐบาลแต่ละประเทศเป็นผู้กำหนด เช่น มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (มอก.) SNI (ประเทศอินโดนีเซีย), MS (ประเทศมาเลเซีย) E-MARK , REACH และ ROHs (กลุ่มประเทศในเครือสหภาพยุโรป) เป็นต้น

แนวโน้มของอุตสาหกรรม

เนื่องจากยังคงมีคู่แข่งในส่วนของผลิตภัณฑ์ยางรถจักรยาน จักรยานยนต์ และรถอุตสาหกรรมจากผู้ผลิตรายอื่นๆ ในประเทศจีน, อินโดนีเซีย, เวียดนามและอีกหลายประเทศ ดังนั้นทางบริษัทฯ ยังคงมีแผนการเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และคงไว้ซึ่งคุณภาพเป็นหลัก เพื่อสามารถเข้าไปมีส่วนแบ่งการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ตลาดระดับกลางและระดับล่าง ทั้งนี้เพื่อที่จะหลีกเลี่ยงการแข่งขันการตัดราคา อีกทั้ง บริษัทฯ กำลังเผชิญกับการแข่งขันกันอย่างรุนแรงในตลาด สำหรับทั้งภายนอกและภายใน บริษัทฯ จึงต้องเพิ่มระดับของผลิตภัณฑ์สู่ตลาดระดับสูงตามวิธีการดังนี้

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่องโดยเน้นสร้างเอกลักษณ์ของตัวผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างจากคู่แข่ง
- การพัฒนารูปแบบของการบรรจุหีบห่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
- การรักษาคุณภาพให้ดีที่สุด และถูกต้องตามมาตรฐานสากลที่ทางบริษัทฯ ได้รับการรับรอง
- การเข้าถึงความพึงพอใจของลูกค้า ทั้งนี้หมายความว่ารวมถึงการร่วมมือกับลูกค้าในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกันเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย
- การติดตามความเคลื่อนไหวและทบทวนด้านราคาของคู่แข่งในตลาดให้รวดเร็วและรัดกุมมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้รวมถึงการทำการวิเคราะห์คู่แข่ง (Benchmarking) เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการปรับกลยุทธ์ของบริษัทฯต่อไป

ภายในประเทศ

ปริมาณการใช้ยางนอกและยางในรถจักรยานยนต์และรถจักรยานขึ้นอยู่กับภาวะของอุตสาหกรรมการผลิตรถจักรยานยนต์และรถจักรยาน รวมทั้งภาวะเศรษฐกิจโดยรวม สำหรับโครงสร้างฐานการลงทุนและการผลิตของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของประเทศไทยในปัจจุบันยังคงเป็นกลุ่มผู้ผลิตจากประเทศญี่ปุ่น

ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ภายในประเทศมีอัตราการผลิตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ จึงได้มีการพิจารณาถึงภาวะเศรษฐกิจในภาพรวม ทำให้ต้องดำเนินแผนกลยุทธ์การตลาดและการขาย โดยเน้นการรักษาฐานลูกค้าเก่าที่มีศักยภาพ และขยายตลาดไปยังลูกค้าระดับกลางเพิ่มมากขึ้น โดยเน้นการรักษาคุณภาพของสินค้า การสร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ การควบคุมราคาขายเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ และไม่เน้นการแข่งขันทางด้านราคาอันจะทำให้เกิดผลเสียในการทำตลาดระยะยาวได้

บริษัทฯ ยังคงมีความตั้งใจเสนอขายสินค้าให้กับลูกค้าผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ในประเทศ หรือ OEM ในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นจากปัจจุบัน สำหรับรถจักรยานยนต์รุ่นใหม่ๆ ที่จะออกสู่ตลาดในประเทศเพื่อเป็นการรักษาภาพลักษณ์ของสินค้าให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องต่อไป ทั้งนี้บริษัทฯ ได้รับการสนับสนุนที่ดีจากบริษัทแม่ ในการพัฒนาสินค้ารุ่นใหม่ๆ ออกสู่ตลาด

ต่างประเทศ

อัตราการจัดจำหน่ายในประเทศและส่งออกทั้งขางนอกและขางในรถจักรยานยนต์ยังคงมีแนวโน้มที่จะขยายตัวสูงขึ้นในแต่ละปี ถึงแม้จะได้รับผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยนอยู่ก็ตาม ทั้งนี้เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดจากคู่แข่งรายอื่นๆ ให้มากที่สุด ประกอบกับความพยายามเข้าถึงตลาดในกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนาในภูมิภาคอาเซียน ตะวันออกกลางและแอฟริกา ในส่วนของผลิตภัณฑ์ขางรถจักรยานยนต์ยังคงเป็นส่วนสำคัญที่สามารถขยายเพิ่มได้ในตลาดยุโรปซึ่งเป็นกลุ่มประเทศที่รณรงค์เรื่องการอนุรักษ์พลังงานและการรักษาสิ่งแวดล้อม โดยในแต่ละปียอดขายยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้บริษัทยังคงมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในตลาดได้ โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มลูกค้าระดับบน ไม่ว่าจะเป็นสินค้าที่มีสมรรถนะสูงที่สามารถรองรับตลาดบนหรือสินค้าตามสมัยนิยม เป็นต้น

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท มีโรงงานตั้งอยู่ที่ เลขที่ 317 หมู่ 4 ซอย 6 ซี่ นิคมอุตสาหกรรมบางปู ต.แพรกษา อ.เมืองสมุทรปราการ จ. สมุทรปราการ ประกอบไปด้วยอาคารที่ทำการสำนักงานใหญ่ สำนักงานโรงงาน โรงเก็บสินค้า และวัตถุดิบ โรงผสมสารเคมีกับขาง โรงงานผลิตขางใน โรงงานผลิตขางนอก และโรงงานแห่งที่ 2 ตั้งอยู่เลขที่ 865/1 หมู่ 4 ซอย 11 ซี่ นิคมอุตสาหกรรมบางปู ต.แพรกษา อ.เมืองสมุทรปราการ จ. สมุทรปราการ ประกอบไปด้วยสำนักงานโรงงาน โรงงานเก็บสินค้า และโรงงานผลิตขางนอก

- กำลังการผลิตทั้งหมด

กำลังการผลิตและปริมาณการผลิตจริงของบริษัท ปี 2558-2560

	2560	2559	2558
กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : เส้น/ปี)			
- ขางนอก	21,210,000	19,586,100	19,386,300
- ขางใน	25,767,000	22,200,000	22,200,000
ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : เส้น / ปี)			
- ขางนอก	14,072,187	12,624,576	13,330,354
- ขางใน	21,648,243	19,171,318	20,245,038

- กำลังการผลิตที่ได้รับการส่งเสริมจาก BOI

กำลังการผลิตและปริมาณการผลิตจริงของบริษัท ปี 2558-2560

	2560	2559	2558
กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : เส้น/ปี)			
- ขางนอกรถจักรยานยนต์	3,600,000	3,600,000	3,600,000
ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : เส้น / ปี)			
- ขางนอกรถจักรยานยนต์	1,834,356	1,847,328	434,168

- **วัตถุดิบ**

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับระบบควบคุมคุณภาพของสินค้าโดยมีการคัดสรรวัตถุดิบ การตรวจสอบและการควบคุมคุณภาพก่อนการอนุมัติสั่งซื้อและนำเข้าสู่กระบวนการผลิต นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีนโยบายสำรองวัตถุดิบจากต่างประเทศไว้ประมาณ 4 สัปดาห์และวัตถุดิบในประเทศประมาณ 2 สัปดาห์ สำหรับวัตถุดิบหลักในการผลิตมีประมาณ 10 ชนิด ตามสัดส่วนการนำเข้าและการสั่งซื้อจากภายในประเทศ ในปี 2560 จากประเทศผู้จำหน่ายดังต่อไปนี้

ประเภท	สัดส่วนการสั่งซื้อ (%) /ซื้อจากประเทศ
1. ไนลอน (Nylon Cord)	60.45 % จากประเทศจีน 20.75 % จากประเทศไต้หวัน 18.80 % จากประเทศไทย
2.ยางสังเคราะห์ (Butyl Rubber)	95.70 % จากประเทศรัสเซีย 4.30 % จากประเทศญี่ปุ่น
3.ยางสังเคราะห์ (Synthetic Rubber)	81.52 % จากประเทศเกาหลี 14.96 % จากประเทศไทย 1.94 % จากประเทศไต้หวัน 1.58 % จากประเทศจีน
4. ยางพารา (Natural Rubber)	100.00 % จากประเทศไทย
5. ผงคาร์บอน (Carbon Black)	80.47 % จากประเทศจีน 19.19 % จากประเทศไทย 0.34 % จากประเทศไต้หวัน
6. แคลเซียมคาร์บอเนต (Calcium carbonate)	100.00 % จากประเทศไทย
7. เส้นลวด (Bead Wire)	57.77 % จากประเทศจีน 42.23 % จากประเทศไทย
8. สารเคมี (Zinc Oxide)	88.25 % จากประเทศไทย 11.75 % จากประเทศไต้หวัน
9. ยางรีเคลม (Reclaimed Rubber)	54.66 % จากประเทศอินเดีย 34.14 % จากประเทศไต้หวัน 10.24 % จากประเทศจีน 0.96 % จากประเทศไทย
10.ดินเคลโอดิน (Crown Clay)	100.00 % จากประเทศไทย

แม้ว่าบริษัทฯ จะไม่มีการทำสัญญาซื้อขายวัตถุดิบระยะยาวกับผู้จำหน่ายรายใด แต่ทางบริษัทมีผู้จำหน่ายวัตถุดิบหลักอย่างน้อย 2 รายขึ้นไปที่ทำการซื้อขายอยู่ ดังนั้นทางบริษัทฯ จึงไม่เคยประสบปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ เนื่องจากมีแหล่งซื้อวัตถุดิบหลายแหล่งทั้งในประเทศและต่างประเทศ สำหรับวัตถุดิบบางชนิดซึ่ง

บริษัทฯ ในกลุ่มจะต้องมีการใช้เหมือนกัน บริษัทแม่จะเป็นตัวแทนในการจัดหาและเจรจาต่อรองเรื่องราคาให้กับบริษัทในกลุ่ม ทำให้บริษัทฯ ซื้อวัตถุดิบได้ในราคาที่ถูกลงกว่า ทั้งนี้บริษัทฯ จะเป็นผู้ชำระเงินค่าวัตถุดิบนั้นโดยตรงกับบริษัทผู้จำหน่าย

บริษัทฯ มีแหล่งซื้อวัตถุดิบจาก 2 แหล่งคือ

1. ซื้อวัตถุดิบโดยตรงจากผู้ผลิตและผู้จำหน่าย (Supplier)
2. ซื้อผ่านคนกลาง (Broker)

บริษัทฯ สั่งซื้อวัตถุดิบโดยตรงมากกว่าการสั่งซื้อผ่านคนกลางจึงสามารถควบคุมต้นทุนค่าใช้จ่ายและยังสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบริษัทฯ กับผู้ผลิตและจำหน่ายวัตถุดิบอีกด้วย

มูลค่าการสั่งซื้อวัตถุดิบแบ่งตามการซื้อโดยตรงและซื้อผ่านคนกลาง (Broker) ปี 2558 – 2560

	2560		2559		2558	
แหล่งที่มาของวัตถุดิบ	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
ซื้อโดยตรง	1,236.60	85.63	957.53	84.00	784.33	81.42
ซื้อผ่านคนกลาง(Broker)	207.47	14.37	182.39	16.00	220.42	18.58
รวม	1,444.07	100	1,139.92	100	1,004.75	100

มูลค่าการสั่งซื้อวัตถุดิบจากในประเทศและต่างประเทศในปี 2558-2560

	2560		2559		2558	
แหล่งที่มาของวัตถุดิบ	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
ในประเทศ	588.35	40.74	368.58	32.33	362.71	36.10
ต่างประเทศ	855.72	59.26	771.34	67.67	642.04	63.90
รวม	1,444.07	100	1,139.92	100	1,004.75	100

การสั่งซื้อวัตถุดิบในปี 2560 เพิ่มขึ้นกว่าปี 2559 ประมาณ 27% สาเหตุหลักๆเนื่องจาก

- การผลิตของยานอรรถจักรยานยนต์และยางในเพิ่มขึ้น ดังนั้นการใช้วัตถุดิบที่เพิ่มขึ้นจึงส่งผลให้การสั่งซื้อเพิ่มขึ้นตามมา
- ราคาขงธรรมชาติและยางสังเคราะห์มีการปรับตัวสูงขึ้นในไตรมาสที่ 1 และ 2

ด้วยเหตุข้างต้นจึงทำให้มูลค่าการสั่งซื้อวัตถุดิบเพิ่มขึ้น

ในปัจจุบันราคาสินค้าผงคาร์บอน (Carbon black) และเคมีหลายตัวมีความเสี่ยงที่จะขาดตลาดและราคาปรับตัวสูงขึ้น เนื่องจากรัฐบาลจีนมีนโยบายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม จึงส่งผลให้โรงงานผู้ผลิตสินค้าดังกล่าวหลายแห่งต้องปรับลดปริมาณการผลิตและปิดตัวลงบางส่วน ดังนั้นทางบริษัทฯจึงมีวิธีการป้องกันปัญหาดังกล่าวโดยหาแหล่งวัตถุดิบใหม่ทั้งในและต่างประเทศที่นอกเหนือจากประเทศจีนเพิ่มเติม สำหรับวัตถุดิบที่มีแนวโน้มขาดตลาดทางบริษัทฯจะมีการสั่งซื้อสินค้าไว้ล่วงหน้า เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาการหยุดผลิต

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ ได้ปฏิบัติตามเกณฑ์การควบคุมมลพิษและของเสียจากโรงงานให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานของการนิคมอุตสาหกรรม ซึ่งสอดคล้องกับข้อบัญญัติกฎหมายที่ให้อยู่ในปัจจุบันและไม่มีมลพิษจากการผลิตที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

การจัดการน้ำเสีย

เนื่องจากในกระบวนการผลิตจะมีการปล่อยน้ำเสีย จากกระบวนการต่างๆ ผลที่ตามมาคือ มีน้ำเสียจากการผลิตเกิดขึ้น ซึ่งน้ำเสียส่วนใหญ่มาจากน้ำหล่อเย็นของเครื่องกล เพื่อให้คุณภาพน้ำได้มาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด ทางบริษัทฯ ได้ลงทุนจัดทำบ่อดักน้ำมัน จำนวน 2 บ่อซึ่งระบบการทำงานของบ่อบำบัดน้ำเสีย จะมีการดักไขมันก่อนปล่อย และปรับ pH ให้ได้ตามมาตรฐาน ก่อนที่จะปล่อยลงสู่บ่อบำบัดน้ำเสียของบริษัทผู้รับเหมาต่อไป ทั้งนี้เพื่อเป็นการประเมินติดตามระดับคุณภาพของน้ำที่ปล่อยทิ้ง ทางบริษัทฯ ได้มีมาตรการดังต่อไปนี้

1. ตรวจสอบค่า pH จาก pH meter และกระดาษลิตมัสเป็นประจำทุกวันๆ ละ 2 ช่วงเวลา คือช่วงเช้า 8.00 น. และช่วงบ่าย 13.00 น.
2. ว่าจ้างบริษัท โกลบอล เอ็นไวรอนเม้นทอล เทคโนโลยี จำกัด (Global Environmental Co.,Ltd.) ซึ่งได้รับมอบหมายจากการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยทำการวิเคราะห์น้ำเสียของบริษัท ซึ่งจากผลการสุ่มเก็บตัวอย่างน้ำเสียเดือนละ 2 ครั้ง มีค่า PH และอุณหภูมิ ที่อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานน้ำทิ้งของการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
3. มีการดักขยะออกจากบ่อบำบัด และทำความสะอาดบริเวณบ่อบำบัดน้ำเสีย เป็นประจำทุกวัน อย่างต่อเนื่องและทำความสะอาดบ่อบำบัดครั้งใหญ่ 2 ปี / ครั้ง
4. บริษัทได้ติดตั้งระบบน้ำหล่อเย็น (Cooling Tower) ที่ใช้กับเครื่องจักร ซึ่งเป็นระบบแยกน้ำมันออกจากน้ำเสีย นำกลับมาใช้งานใหม่ช่วยประหยัดทรัพยากรน้ำและเป็นการลดปริมาณน้ำเสียที่จะส่งไปบำบัดต่อไป และยังเป็นการลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น

การจัดการสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ใช้แล้ว

ระบบการกำจัดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ใช้แล้วของทางบริษัทฯ จะทำการคัดแยกขยะแต่ละประเภทก่อนทิ้งและได้ว่าจ้างบริษัท บางปู เอ็นไวรอนเม้นทอล คอมเพล็กซ์ จำกัด ภายใต้การเก็บขนขยะของ บริษัท เวสต์ แมเนจเม้นท์ สยาม จำกัด ซึ่งมีความเชี่ยวชาญพิเศษและมีประสบการณ์ในการให้การบริหารธุรกิจด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม และการกำจัดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ใช้แล้ว เพื่อนำไปกำจัดให้ถูกต้อง ซึ่งเป็นบริษัทที่ได้รับอนุญาตจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม และได้รับใบอนุญาตถูกต้องตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรมนอกจากนั้นบริษัทฯ ยังได้แต่งตั้งเจ้าหน้าที่เพื่อดูแลด้านอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานเพื่อปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาให้สถานประกอบการไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

การจัดการด้านมลภาวะทางอากาศ

1. ในขั้นตอนการผลิตของ บริษัทอาจก่อให้เกิดการฟุ้งกระจายของฝุ่นละออง บริษัทฯ จึงเลือกใช้ระบบเครื่องดูดฝุ่น ในการรวบรวมฝุ่นละอองเพื่อป้องกันการกระจายตัวสู่ภายนอกและบำบัดโดยระบบถูกรองก่อนปล่อยสู่อากาศภายนอกเพื่อป้องกันปัญหาและเพื่อประสิทธิภาพที่ดีเลิศ ให้สามารถควบคุมมลภาวะให้เป็นไปตาม

ข้อกำหนด ทั้งนี้เพื่อความสะอาดในสถานที่ทำงานและพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อม อีกทั้งบริษัทฯ ได้ติดตั้งระบบกำจัดฝุ่นผงบริเวณพื้นที่การผสมยาง โดยการติดตั้งระบบ เครื่องดูดฝุ่นละออง Xylo ขนาด 150 แรงม้าจำนวน 2 ตัว และใช้ระบบลำเลียงคาร์บอนแบบอัด โนมัติ Vertical screw feeder แทนระบบการส่งคาร์บอนโดยใช้ด้วยลำเลียง ซึ่งก่อให้เกิดการรั่วของฝุ่นละอองคาร์บอนสู่ภายนอก

2. บริษัทฯ ได้ใช้ก๊าซธรรมชาติเป็นเชื้อเพลิงในการผลิตไอน้ำที่ (Boiler) ทำให้ช่วยลดต้นทุนในการผลิตและเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้น

3. บริษัทฯ ได้ทำการตรวจเช็คอากาศจากปล่อง Boiler ที่ปล่อยอากาศที่เป็นมลพิษออกสู่สิ่งแวดล้อม โดยจ้าง บริษัท ซี.ที. เอ็นไวรอนเมนต์ แอนด์ เคมีคัล จำกัด เพื่อทำการตรวจประเมินและควบคุมการปล่อยมลพิษจาก Boiler ปีละ 2 ครั้ง

4. บริษัทฯ ได้จัดให้มีการตรวจสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อวัดและประเมินคุณภาพอากาศภายในกระบวนการผลิต นำมาสู่แนวทางการป้องกันและแก้ไขคุณภาพอากาศทั้งเชิงวิศวกรรม และการป้องกันส่วนบุคคลของพนักงาน

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

-ไม่มี-

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจัยเสี่ยงที่จะกล่าวถึงในที่นี้เป็นปัจจัยเสี่ยงที่สำคัญอันอาจมีผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ นักลงทุนควรพิจารณาปัจจัยเสี่ยงอันอาจเกิดขึ้นกับบริษัทฯ นอกเหนือจากที่ระบุไว้ในเอกสารฉบับนี้ประกอบการพิจารณาการลงทุนปัจจัยเสี่ยงที่สำคัญประกอบด้วย

3.1. ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

3.1.1 ปัจจัยเสี่ยงจากคู่แข่งรายใหญ่และคู่แข่งรายใหม่

ปัจจุบันบริษัทฯ มีคู่แข่งที่เป็นผู้ผลิตยางนอกยางในสำหรับรถจักรยานและรถจักรยานยนต์รายใหญ่หลายราย โอกาสในการเกิดผู้ผลิตรายใหม่ขึ้นอยู่กับภาวะความต้องการสินค้าของตลาด ทั้งนี้ผู้ผลิตรายใหม่จะต้องมีความพร้อมทั้งด้านเงินทุน เทคโนโลยี บุคลากร การตลาด และเครื่องหมายการค้าที่เป็นที่ยอมรับ สำหรับคู่แข่งรายใหม่ในประเทศยังไม่มีแนวโน้มว่าจะเพิ่มขึ้น อีกทั้งผู้ผลิตรายเดิมก็มีความสัมพันธ์กับลูกค้ามาเป็นเวลานาน จึงไม่เป็นการง่ายสำหรับการเข้าตลาดสำหรับผู้ผลิตรายใหม่ ทั้งนี้ในปัจจุบัน ประเทศไทยได้อยู่ในเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) ทำให้มีสินค้า ของคู่แข่งรายใหม่จากต่างประเทศ เช่น ประเทศเวียดนาม ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศจีนเข้ามาทำตลาดภายในประเทศ โดยเป็นสินค้าที่มีต้นทุนต่ำ แต่บริษัทยังคงรักษาคุณภาพสินค้าและมาตรฐานการผลิตเพื่อให้เป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้บริโภค

สำหรับคู่แข่งรายใหม่ในต่างประเทศนั้น การที่บริษัทฯ เป็นบริษัทในเครือของ บริษัท ฮิวฟริงเบอร์ อินเตอร์ จำกัด หรือ “HFR” ประเทศไต้หวัน ซึ่งดำเนินการและมีความชำนาญในธุรกิจด้านนี้มาเป็นเวลานาน รวมทั้งมีฐานการผลิตและจำหน่ายในหลายประเทศ ทำให้มีเครือข่ายการตลาดที่ครอบคลุมและมีศักยภาพเพียงพอที่จะแข่งขันในตลาดต่างประเทศได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงได้รับผลกระทบเรื่องการแข่งขันทางด้านราคาขาย โดยเฉพาะคู่แข่งที่มีฐานการผลิตในประเทศจีนซึ่งมีศักยภาพในส่วนของต้นทุนการผลิตอย่างมาก ทั้งนี้เนื่องจากวัตถุดิบต่างๆ โดยเฉพาะในส่วนของในล้อ พวงคาร์บอนและสารเคมีที่เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตสินค้าทั้งยางนอกและยางในนั้น ส่วนใหญ่บริษัทจะนำเข้าจากประเทศจีน เพราะสินค้าจากจีนจะมีราคาถูกกว่าแหล่งอื่นๆ อีกทั้งในปัจจุบันมีจำนวนผู้จัดจำหน่ายน้อยลงด้วย อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ป้องกันความผันผวนจากราคาวัตถุดิบโดยการทบทวนและปรับราคาขายสินค้า จึงเป็นเหตุให้ราคาสินค้าของบริษัทสามารถแข่งขันได้ในท้องตลาด รวมถึงบริษัทฯ ยังคงมีศักยภาพในการรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ไว้ได้คงที่ จึงนับว่าบริษัทฯ มีจุดเด่นในการแข่งขันในตลาดโลกได้ไม่แพ้คู่แข่งรายอื่นๆ และทำให้ยังคงรักษามาตรฐานลูกค้าปัจจุบันไว้ได้

3.1.2 ปัจจัยเสี่ยงจากการแข่งขันกันเองระหว่างบริษัทในเครือ

เนื่องจากบริษัทฯ ในเครือ มีการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ซึ่งอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน ดังนั้น บริษัทฯ แม้จะยังคงยึดนโยบายการบริหารจัดการ การแบ่งตลาดและระดับของผลิตภัณฑ์ระหว่างบริษัทในเครืออย่างชัดเจน อีกทั้งยังคงควบคุมบริษัทในเครือให้ดำเนินการไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ซึ่งในปัจจุบัน นับว่ามีลูกค้าทั้งรายใหญ่และรายย่อยจำนวนมาก ได้มีความสนใจในสินค้าของบริษัทฯ จากโรงงานในประเทศไทย หากแต่บริษัทฯ จะต้องมีการแจ้งเพื่อการตรวจสอบรายการลูกค้าที่อาจซ้ำในตลาดเดียวกันก่อนในเบื้องต้นทุกครั้ง ทั้งนี้เพื่อป้องกันปัญหาเรื่องการแข่งขันกันเองระหว่างบริษัทในเครือ ทั้งนี้ในการแบ่งตลาดนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยทางข้อได้เปรียบของพื้นที่ตลาด ปัจจัยด้านภานำเข้า

ประเภทของผลิตภัณฑ์และราคาเป็นสำคัญ เพื่อจำแนกความรับผิดชอบทางการตลาดและการขายให้มีความสมดุลและสะดวกต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทในเครือ และลูกค้า ทั้งนี้ทั้งนั้น เพื่อหลีกเลี่ยงความเสี่ยงในการแย่งตลาดระหว่างกัน

3.1.3 ปัจจัยเสี่ยงจากการแข่งขันจากบริษัท Sumitomo Rubber

สำหรับบริษัท Sumitomo Rubber ก็ยังคงเป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทแม่ แม้ว่าจะมีความเชี่ยวชาญในธุรกิจการผลิตยางรถยนต์และยางรถจักรยานยนต์ แต่เนื่องจากบริษัท Sumitomo Rubber เป็นกลุ่มพันธมิตร และเน้นการผลิตยางรถยนต์มากกว่าจึงเน้นการเป็นคู่ค้าทางธุรกิจและเป็นผู้สนับสนุนการผลิตยางรถจักรยานยนต์ให้กับบริษัทแม่และบริษัทในเครือมากกว่าจะเป็นคู่แข่ง ซึ่งปัจจุบันยางรถจักรยานยนต์ที่ทางบริษัทฯ ได้รับการอนุญาตให้ผลิตและจำหน่ายนั้นเป็นประเภทยางที่แตกต่างกับที่ทางบริษัท Sumitomo Rubber ทำการผลิตอยู่ในโรงงานอื่นๆ ดังนั้น ปัจจัยเสี่ยงในการแย่งตลาดจึงเป็นไปได้ยาก ประกอบกับความสัมพันธ์ทางการค้าที่มีมานาน ในส่วนของบริษัทฯ เองก็ยังคงจำหน่ายสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้า “DUNLOP” ซึ่งเป็นลิขสิทธิ์ของบริษัท Sumitomo Rubber และบริษัทฯ ยังสามารถนำความรู้มาพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าอันเป็นลิขสิทธิ์ของบริษัทฯ ให้ดียิ่งขึ้น

3.1.4 ปัจจัยเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

- ความเสี่ยงจากการซื้อขาย

ปัจจุบันรายได้ของบริษัทฯ ยังคงมาจากธุรกิจส่งออกเป็นหลักคิดเป็นร้อยละ 62.53 ในปี 2559 และร้อยละ 62.77 ในปี 2560 ซึ่งยังคงประกอบไปด้วยสกุลเงินต่างประเทศ 2 สกุลหลัก ได้แก่ ดอลลาร์สหรัฐและยูโร ดังนั้นความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนจึงยังมีส่วนสำคัญที่อาจส่งผลกระทบต่อสถานะทางการเงินของบริษัทฯ โดยเฉพาะดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งมีความผันผวนอย่างมากในปี 2560 อย่างไรก็ดีบริษัทฯ ยังคงต้องควบคุมและติดตามสถานการณ์ค่าเงินบาทต่อสกุลเงินต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถประมาณการและแก้ไขปัญหาการขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนได้ทันเวลา ทั้งนี้บริษัทฯ ยังคงบริหารอัตราแลกเปลี่ยนโดยการจับคู่ระหว่างสินทรัพย์และหนี้สินที่มีสกุลเงินเดียวกัน (Naturally Hedged) คือ ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งสามารถลดความเสี่ยงในด้านอัตราแลกเปลี่ยนได้ในระดับหนึ่ง

- ความเสี่ยงจากการกู้เงิน

ในปี 2560 บริษัทฯ ไม่มีการกู้ยืมเงิน

3.1.5 ปัจจัยเสี่ยงในเรื่องของราคาสินค้าและวัตถุดิบผันแปรไปตามราคาตลาดโลก

ด้านน้ำมันดิบ เนื่องจากเอเปคมีการเจรจาลดปริมาณการผลิตน้ำมัน ทำให้ปัจจุบันราคาน้ำมันสูงกว่า 60 ดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรล ในปี 2018 หากประเทศซาอุดีอาระเบียผู้ผลิตน้ำมันรายใหญ่ของโลกมีการควบคุมปริมาณการผลิต จะทำให้มีโอกาสค่อนข้างน้อยที่ราคาน้ำมันจะลดลง

ในด้านยางธรรมชาติ ปัจจุบันปริมาณสต็อกยางธรรมชาติที่ประเทศจีนมีจำนวนที่สูง อีกทั้งปริมาณการออกสู่ตลาดของยางยังไม่มีทีท่าจะลดลง ทำให้โอกาสที่ราคาจะปรับขึ้นในระยะสั้นนั้นเป็นไปได้ค่อนข้างยาก ในไตรมาสที่ 1 ของ

ปี 2561 ราคาขายธรรมชาติอยู่ที่ 46-48 บาทต่อกิโลกรัม ปัจจุบันทางบริษัทฯ ยังได้มีการติดต่อทดลองยางกับตัวแทนจำหน่ายรายใหม่ทีนอกเหนือจากตัวแทนจำหน่ายเดิมที่มีอยู่แล้ว คาดว่าจะมีการทดลองแล้วเสร็จในไตรมาสที่ 3 ปีนี้

ในส่วนของยางสังเคราะห์ ในไตรมาสที่ 4 ปี 2560 ราคาได้มีการปรับตัวสูงขึ้นบางส่วน แต่ในปี 2561 ราคาค่อนข้างนิ่ง ปัจจัยหนึ่งมาจากราคารายธรรมชาติที่ยังคงที่อยู่

คาร์บอนแบล็คและเคมี ในไตรมาสที่ 4 ของปี 2560 เนื่องจากนโยบายเรื่องสิ่งแวดล้อมของประเทศไทยทำให้หลายบริษัทได้มีการลดกำลังการผลิตและปิดตัวลงในบางส่วน ซึ่งก็ทำให้สินค้าดังกล่าวมีปริมาณการออกสู่ตลาดลดลง ดังนั้นจึงทำให้ราคาปรับตัวสูงขึ้นค่อนข้างมาก แต่อย่างไรก็ตามในไตรมาสที่ 1 ปี 2561 ราคาได้มีการปรับตัวลงบ้างแล้ว แต่ทางบริษัทฯ ยังมีการหาตัวแทนจำหน่ายรายใหม่ นอกเหนือประเทศจีนเพิ่มเติม

โดยรวมแล้วในปี 2561 มีเพียงราคาของคาร์บอนแบล็คที่มีการผันผวนค่อนข้างมาก ซึ่งเป็นเรื่องยากในการควบคุม ดังนั้นทางบริษัทฯ จึงได้ทำการหาตัวแทนจำหน่ายรายใหม่ นอกเหนือประเทศจีนเพื่อที่จะช่วยลดความเสี่ยงและต้นทุนในการสั่งซื้อต่อไป

3.1.6 ปัจจัยเสี่ยงจากความเสียหายของเครื่องจักร

เนื่องจากบริษัทฯ ดำเนินการผลิตถึงวันละ 2 ทะ ตลอด 24 ชั่วโมง ดังนั้นหากเครื่องจักรได้รับความเสียหายจนทำให้การผลิตต้องหยุดชะงัก ย่อมก่อให้เกิดความเสียหายต่อการผลิตได้ ทั้งนี้บริษัทฯ มีระบบการตรวจสอบและมีการวางแผนการตรวจเช็คสภาพเครื่องจักรเป็นประจำทุกปี พร้อมทั้งแผนการบำรุงรักษาซ่อมแซมเครื่องจักรทุกเดือน มีการเตรียมพร้อมทั้งก่อนจะเริ่มเดินเครื่องทำการผลิต บริษัทฯ จะทำการตรวจสอบ และซ่อมแซมใหญ่ปีละ 2 ครั้ง โดยจะใช้โอกาสวันหยุดสำคัญที่ติดต่อกันนานได้แก่ ช่วงเทศกาลสงกรานต์ และเทศกาลปีใหม่ ซึ่งจะไม่ส่งผลกระทบต่อการผลิต

3.1.7 ปัจจัยเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ

ในปี 2560 บริษัทฯ ไม่ได้ประสบผลกระทบจากภัยธรรมชาติใดๆ

3.2 ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการ

3.2.1 ปัจจัยเสี่ยงจากความเป็นอิสระในการกำหนดนโยบายการดำเนินงาน

บริษัทฯ มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่คือ HFR ซึ่งเป็นบริษัทแม่ที่ได้ถือหุ้นในบริษัทฯ ร้อยละ 50.42 ของจำนวนหุ้นบริษัทฯ จึงทำให้บริษัทแม่สามารถควบคุมเสียงส่วนใหญ่ในที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้ อย่างไรก็ตามนโยบายของบริษัทแม่ก็จะไม่แทรกแซงและให้อิสระในการดำเนินงาน โดยบริษัทแม่จะเป็นผู้สนับสนุนและช่วยเหลือมากกว่า อีกทั้งยังหาลูกค้าต่างประเทศให้กับบริษัท ส่วนการสั่งซื้อวัตถุดิบ บริษัทฯ จะมีความเป็นอิสระและตัดสินใจได้เอง หากบริษัทฯ ได้รับเงื่อนไขและราคาที่ดีกว่า ปัจจุบันสัดส่วนของการสั่งซื้อวัตถุดิบส่วนใหญ่แล้วบริษัทจะเป็นผู้สั่งซื้อจากผู้ผลิตและจำหน่ายวัตถุดิบโดยตรง มีการสั่งซื้อวัตถุดิบจากบริษัทแม่เพียงร้อยละ 0.74 ของมูลค่าวัตถุดิบทั้งหมดในปี 2560 อย่างไรก็ตามจากการดำเนินงานที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่าบริษัทแม่มีการกำหนดนโยบายการดำเนินงานที่ค่อนข้างชัดเจน มีการแบ่งตลาดกลุ่มลูกค้า นอกจากนี้บริษัทแม่ก็เป็นบริษัทมหาชนในตลาดหลักทรัพย์ที่ ประเทศได้วันซึ่งจะปฏิบัติตามกฎหมาย เช่นกัน

3.2.2 การบริหารที่พึงพิงผู้บริหารหรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่

บริษัทฯ เป็นบริษัทในเครือของ HFR ซึ่งถือหุ้นในบริษัทร้อยละ 50.42 บริษัทแม่เป็นบริษัทที่ตั้งอยู่ที่ประเทศไต้หวันซึ่งมีบริษัทในเครือหลายแห่งกระจายอยู่ตามประเทศต่างๆ บริษัทฯดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายยางนอกและยางในภายใต้เครื่องหมายการค้า “DURO” “Q-UICK” “PREMIUM HFT” และ “DUNLOP” มาเป็นระยะเวลานาน ทั้งนี้เพื่อให้สินค้ามีคุณภาพและราคาที่ได้มาตรฐานเดียวกัน รวมทั้งป้องกันการแข่งขันกันเองภายในกลุ่ม บริษัทในกลุ่มจะต้องใช้เทคโนโลยีการผลิตร่วมกัน ส่วนนโยบายการตลาดและการกำหนดราคาเป็นการตกลงร่วมกันระหว่างบริษัทฮัฟฟิงเบอร์และบริษัทแม่ เนื่องจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ต้องพึ่งพิงบริษัทแม่เป็นผู้กำหนดนโยบายการบริหารงานทำให้บริษัทมีความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจหากมีการเปลี่ยนแปลงผู้ถือหุ้นรายใหญ่ แต่อย่างไรก็ตามบริษัทแม่ยังคงนโยบายการสนับสนุนการตลาดต่างประเทศให้กับบริษัทในเครืออย่างชัดเจนเพื่อให้ภาพรวมของกลุ่มมีความแข็งแกร่งทางด้านการตลาดต่างประเทศและป้องกันการแข่งขันของธุรกิจในกลุ่มเดียวกัน รวมทั้งสามารถแข่งขันกับบริษัทนอกกลุ่มได้นอกจากนี้บริษัทฯ ได้มีการเพิ่มสัดส่วนการจำหน่ายภายในประเทศและต่างประเทศให้มากขึ้น โดยที่บริษัทจะทำการตลาดเองและไม่มีการแทรกแซงจากบริษัทแม่ รวมถึงเรื่องราคาขายด้วย และแสวงหาตลาดต่างประเทศที่ไม่ซ้ำซ้อนกับที่ได้รับ การสนับสนุนจากบริษัทแม่และบริษัทในเครือ

สำหรับผู้ถือหุ้นอีกรายที่สำคัญคือ บริษัท Sumitomo Rubber ซึ่งถือหุ้นร้อยละ 10.18 ในบริษัทแม่และถือว่าเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่รายหนึ่ง ซึ่งบริษัทแม่และบริษัทในกลุ่มอาจจะได้รับผลกระทบหากบริษัท Sumitomo Rubber ถอนหุ้นออกไป เพราะรายได้บางส่วนมาจากผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้า DUNLOP และการสนับสนุนทางเทคโนโลยีการผลิตให้กับบริษัทแม่และบริษัทในกลุ่ม อย่างไรก็ตามบริษัท Sumitomo Rubber มีความสัมพันธ์ที่ดีและติดต่อธุรกิจกับทางบริษัทแม่และบริษัทในกลุ่มมาเป็นเวลานาน จากคู่ค้ากลายเป็นผู้ถือหุ้น แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่ดีและการร่วมมือกันทางธุรกิจที่น่าจะเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

กล่าวโดยสรุปหากบริษัทฯ ไม่ได้ได้รับความช่วยเหลือจากผู้ถือหุ้นรายใหญ่อีกครั้งดังกล่าวมาแล้วนั้น บริษัทฯ ก็สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้จากความมั่นคงในสถานะทางการเงินของบริษัทฯ และความสามารถทางการตลาดดังจะเห็นได้ว่าบริษัทฯ มีการขยายตลาดในประเทศอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้บริษัทฯ มีความสัมพันธ์ที่ดีมาอย่างยาวนาน กับบริษัทแม่และบริษัท Sumitomo Rubber ก็เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความร่วมมือที่ดีตลอดมา

3.2.3 การกำหนดนโยบายการขาย

บริษัทฯ มีการกำหนดนโยบายการขาย และดำเนินธุรกิจโดยตระหนักถึงการให้ความสำคัญต่อ ลูกค้าและคู่ค้าของบริษัทฯ มากกว่าเพียงแค่การสร้างผลกำไร โดยเน้นในเรื่องคุณภาพและราคาที่เหมาะสม เพื่อสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 สินทรัพย์หลักของบริษัทฯ บริษัทย่อย และบริษัทร่วม

4.1.1 ทรัพย์สินหลักของบริษัทฯ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 มีดังนี้

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าทางบัญชี (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
ที่ดิน บริเวณที่ตั้งโรงงานและส่วนปรับปรุง โรงงาน มีเนื้อที่ 29 ไร่ 3 งาน 16.3 ตารางวา และโรงงานที่ 2 มีเนื้อที่ 32 ไร่ 1 งาน 76 ตารางวา	บริษัท เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	112.15	ไม่มี
อาคารและสิ่งปลูกสร้าง ตั้งอยู่ในที่ดิน เดียวกับบริเวณ โรงงาน	บริษัท เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	214.46	ไม่มี
เครื่องจักรและอุปกรณ์เครื่องจักร	บริษัท เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	429.20	ไม่มี
เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	บริษัท เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	3.73	ไม่มี
อุปกรณ์ค่าขนส่ง	บริษัท เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	16.51	ไม่มี
ยานพาหนะและยานพาหนะสำหรับ เคลื่อนย้าย	บริษัท เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	10.85	ไม่มี
สินทรัพย์ที่อยู่ระหว่างการก่อสร้างและ เครื่องจักรระหว่างติดตั้ง	บริษัท เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	49.37	ไม่มี
บริษัททำสัญญาจะซื้อจะขายที่ดินและ เครื่องจักร	อยู่ระหว่างดำเนินการ	16.39	ไม่มี

4.1.2 ทรัพย์สินหลักของบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 มีดังนี้

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าทางบัญชี (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
ที่ดินที่ประเทศอินโดนีเซีย มีเนื้อที่ 97,461 ตารางเมตร	บริษัทย่อย เป็นเจ้าของ กรรมสิทธิ์	175.96	ไม่มี
บริษัทย่อยทำสัญญาจะซื้อจะขายที่ดิน	อยู่ระหว่างดำเนินการ	69.22	ไม่มี

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย

บริษัทฯ มีนโยบายในการลงทุนระยะสั้นและระยะยาวที่เป็นประโยชน์ สามารถสร้างรายได้ให้กับบริษัทฯ โดยการลงทุนในบริษัทย่อยเพื่อประกอบธุรกิจ การลงทุนในพันธบัตรหรือตราสารที่มีมูลค่าตลอดจนธุรกิจอื่นๆ ภายใต้วัตถุประสงค์ของบริษัทฯ และในปี 2559 คณะกรรมการบริษัทฯ มีมติอนุมัติการลงทุนในการจัดตั้งบริษัทย่อยแห่งใหม่ที่ประเทศอินโดนีเซีย เนื่องจากเป็นประเทศที่มีประชากรมากเป็นอันดับที่ 4 ของโลก โดยบริษัทฯ ซึ่งมีนโยบายการลงทุนในธุรกิจเพื่อผลิตและจำหน่ายยางนอก ยางใน โดยเป็นการลงทุนในสัดส่วนที่บริษัทฯ สามารถเข้าร่วมบริหารจัดการและกำหนดแนวทางของธุรกิจดังกล่าว

ปัจจุบันบริษัทฯ มีการชะลอการลงทุนที่ประเทศอินโดนีเซีย เนื่องจากการมุ่งเน้นการลงทุนในโรงงานแห่งที่ 3 ของบริษัทฯ ในประเทศไทย ทั้งนี้การชะลอตัวดังกล่าวจะมีระยะเวลาประมาณ 8 ปี ส่วนการลงทุนในที่ดินที่ได้จัดซื้อไปแล้วนั้น บริษัทฯ ยังคงดำเนินการในส่วนของการจัดเก็บสินค้าที่นำเข้าสินค้าจากประเทศไทยเพื่อจัดจำหน่าย ตลอดจนการศึกษาช่องทางจำหน่ายและกระจายสินค้าเพิ่มเติม โดยมีฝ่ายขายของบริษัท ฮิวฟริงเบอรั (อินโดนีเซีย) จำกัด เป็นผู้ดำเนินการ ทั้งนี้บริษัทฯ ยังคงมีนโยบายการลงทุนเพิ่มเติมในอนาคต

4.3 นโยบายการลงทุนในบริษัทร่วม

บริษัทฯ มีนโยบายมุ่งเน้นขยายการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า ส่งออก จัดซื้อ และจำหน่ายผลิตภัณฑ์รถจักรยาน รถจักรยานยนต์ ยางรถสำหรับยานพาหนะทุกประเภท รวมถึงอะไหล่และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง โดยการลงทุนดังกล่าวอยู่ในสัดส่วนที่เหมาะสม ปัจจุบันบริษัทฯ มุ่งเน้นธุรกิจการผลิตเพียงอย่างเดียว จึงมีการอนุมัติการจดทะเบียนเลิกบริษัท ดี อีเซ็นท์ (ไทยแลนด์) จำกัด และบริษัทจี ไท อินเตอร์ เนชั่นแนล เทรดิง จำกัด เพื่อนำเงินลงทุนมาดำเนินการในโรงงานแห่งที่ 3 โดยบริษัทฯ ไม่มีนโยบายที่จะลงทุนเพิ่มเติมกับบริษัทร่วมในอนาคต

4.4 สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนที่สำคัญในการประกอบธุรกิจ

-ไม่มี-

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทฯ ดำเนินการฟ้องร้องและดำเนินคดีกับบริษัท โยโก อัดลอย วิลส์ จำกัด เป็นจำเลยต่อศาลจังหวัดสมุทรสาคร ความแพ่ง คดีหมายเลขที่ 548/2559, 557/2559, 696/2559 และ 895/2559 รวม 4 คดี รวมทุนทรัพย์ที่ฟ้องจำนวน 173,960,057.75 บาท (หนึ่งร้อยเจ็ดสิบล้านเก้าแสนหกหมื่นห้าสิบลบาทเจ็ดสิบลห้าสตางค์) พร้อมดอกเบี้ยร้อยละ 7.5 ต่อปี จนกว่าจะชำระหนี้เสร็จ และศาลจังหวัดสมุทรสาครทำการพิจารณาคดีเสร็จสิ้นแล้วและมีคำพิพากษาเมื่อวันที่ 28 มิถุนายน 2560 ดังนี้

1. คดีหมายเลขดำที่ 548/2559 คดีระหว่าง บริษัท ฮิวฟริงเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) โจทก์กับ บริษัท โยโกอัลลอย วีลส์ จำกัด จำเลย ศาลจังหวัดสมุทรสาคร ได้มีคำพิพากษาให้ จำเลยชำระเงิน 89,510,286.36 บาท (แปดสิบเก้าล้านห้าแสนหนึ่งหมื่นสองร้อยแปดสิบหกบาทสามสิบหกสตางค์) พร้อมด้วยดอกเบี้ยร้อยละ 7.5 ของเงินต้น 88,169,044.46 บาท (แปดสิบแปดล้านหนึ่งแสนหกหมื่นเก้าพันสี่สิบสี่บาทสี่สิบหกสตางค์) นับถัดจากวันที่ 13 พฤษภาคม 2559 และคดีนี้ถึงที่สุดแล้ว

2. คดีหมายเลขดำที่ 557/2559 คดีระหว่าง บริษัท ฮิวฟริงเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด(มหาชน) โจทก์ กับ บริษัท โยโกอัลลอย วีลส์ จำกัด จำเลย ศาลจังหวัดสมุทรสาคร ได้มีคำพิพากษาให้จำเลยชำระเงิน 33,742,729.29 บาท (สามสิบสามล้านเจ็ดแสนสี่หมื่นสองพันเจ็ดร้อยยี่สิบเก้าบาทยี่สิบเก้าสตางค์) พร้อมด้วยดอกเบี้ยร้อยละ 7.5 ของเงินต้น 33,634,073.27 บาท (สามสิบสามล้านหกแสนสามหมื่นสี่พันเจ็ดสิบสามบาทยี่สิบเจ็ดสตางค์) นับถัดจากวันที่ 18 พฤษภาคม 2559 และคดีนี้ถึงที่สุดแล้ว

3. คดีหมายเลขดำที่ 696/2559 คดีระหว่าง บริษัท ฮิวฟริงเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด(มหาชน) โจทก์ กับ บริษัท โยโกอัลลอย วิลล์ จำกัด จำเลย ศาลจังหวัดสมุทรสาคร ได้มีคำพิพากษาให้จำเลยชำระเงิน 43,963,770.31 บาท (สี่สิบสามล้านเก้าแสนหกหมื่นสามพันเจ็ดร้อยเจ็ดสิบบาทสามสิบเอ็ดสตางค์) พร้อมด้วยดอกเบี้ยร้อยละ 7.5 ของเงินต้น 43,844,396.65 บาท (สี่สิบสามล้านแปดแสนสี่หมื่นสี่พันสามร้อยเก้าสิบหกบาทหกสิบห้า สตางค์) นับถัดจากวันที่ 17 มิถุนายน 2559 และคดีนี้ถึงที่สุดแล้ว

4. คดีหมายเลขดำที่ 895/2559 คดีระหว่าง บริษัท ฮิวฟงรับเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) โจทก์ กับ บริษัท โยโกอัลลอย วิลล์ จำกัด จำเลย ศาลจังหวัดสมุทรสาคร ได้มีคำพิพากษาให้จำเลยชำระเงิน 6,745,796.55 บาท (หกล้านเจ็ดแสนสี่หมื่นห้าพันเจ็ดร้อยเก้าสิบหกบาทห้าสิบห้าสตางค์) พร้อมด้วยดอกเบี้ยร้อยละ 7.5 ของเงินต้น 6,701,663.68 บาท (หกล้านเจ็ดแสนหนึ่งพันหกร้อยหกสิบสามบาทหกสิบแปดสตางค์) นับถัดจากวันที่ 26 กรกฎาคม 2559 และคดีนี้ถึงที่สุดแล้ว

ทั้งนี้บริษัทฯ มุ่งเน้นถึงผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียโดยตลอด จึงติดตามและดำเนินการขอให้ศาลออกหมายบังคับคดี เพื่อดึงเจ้าพนักงานบังคับคดีไปดำเนินการยึดทรัพย์สินของลูกหนี้ออกจากทอดตลาด และนำเงินมาชำระหนี้ให้กับบริษัท ปัจจุบันอยู่ในระหว่างการติดตามยึดทรัพย์สินของลูกหนี้

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ชื่อบริษัท	:	บริษัท ฮั่วฟงรับเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน)
ชื่อย่อ	:	HFT
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	:	ผลิตและจำหน่ายยางนอก และยางในสำหรับรถจักรยาน รถจักรยานยนต์ รถขนส่งขนาดเล็กต่างๆ และรถจักรยาน
ทุนจดทะเบียน	:	658,434,300 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญที่จำหน่ายแล้ว ทั้งหมด 658,434,300 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 317 หมู่ 4 ซอย 6C นิคมอุตสาหกรรมบางปู ต.แพรกษา อ.เมืองสมุทรปราการ จ.สมุทรปราการ 10280
โรงงานแห่งที่ 2	:	เลขที่ 865 /1 หมู่ 4 ซอย 11B นิคมอุตสาหกรรมบางปู ต.แพรกษา อ.เมืองสมุทรปราการ จ.สมุทรปราการ 10280
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107545000152
โทรศัพท์	:	0-2709-6580-8
โทรสาร	:	0-2709-6589, 0-2324-0483
อีเมล	:	hwaifong@duro.co.th
เว็บไซต์	:	www.duro.co.th
บริษัทย่อย	:	บริษัท เอช เอฟ ที โฮลดิ้ง จำกัด เลขที่ 317 หมู่ 4 ซอย 6C นิคมอุตสาหกรรม บางปู ต.แพรกษา อ.เมืองสมุทรปราการ จ.สมุทรปราการ 10280 บริษัท ฮั่วฟงรับเบอร์ (อินโดนีเซีย) จำกัด จดทะเบียนจัดตั้งที่ประเทศอินโดนีเซีย
บริษัทร่วม	:	บริษัท ดี อีแซนท์ (ไทยแลนด์) จำกัด เลขที่ 317 หมู่ 4 ซอย 6C นิคมอุตสาหกรรม บางปู ต.แพรกษา อ.เมืองสมุทรปราการ จ.สมุทรปราการ 10280 บริษัท ทีไท่ อินเตอร์เนชั่นแนล เทรคคิง จำกัด จดทะเบียนจัดตั้งที่ประเทศไต้หวัน
นายทะเบียนหลักทรัพย์	:	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด (TSD) เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์ : 0 2009 9000 โทรสาร : 0 2009 9991 SET Contact center : 0 2009 9999 E-mail: SETContactCenter@set.or.th Website: http://www.set.or.th/tsd เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลหลักทรัพย์ : คุณบุญรักษ์ หมีนวิจิต
ผู้สอบบัญชี	:	นางสาวสุริรัตน์ ทองอรุณแสง ผู้สอบบัญชีรับใบอนุญาตเลขที่ 4409 นางสาวปัทมวรรณ วัฒนกุล ผู้สอบบัญชีรับใบอนุญาตเลขที่ 9832 นายบุญญฤทธิ์ ถนอมเจริญ ผู้สอบบัญชีรับใบอนุญาตเลขที่ 7900 บริษัทเคพีเอ็มจี ภูมิไชย สอบบัญชี จำกัด เลขที่ 195 อาคารเอ็มไพร์ทาวเวอร์ ชั้น 50-51 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120