

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ฮั่วฟ่งรับเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2530 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน 658,434,300 บาท ทุนที่ชำระแล้ว 658,434,300 บาท บริษัทฯ ประกอบธุรกิจหลักในการผลิตและจำหน่ายยางนอก ยางในสำหรับรถจักรยาน รถจักรยานยนต์ และรถขนส่งขนาดเล็ก ได้แก่ รถเข็น รถยก รถลาก รถกอล์ฟ และรถที่ใช้วิ่งไต่เขา-ชายหาด เป็นต้น บริษัทฯ มีความชำนาญในการผลิตยางนอก ยางในดังกล่าวมานานกว่า 33 ปี บริษัทฯ มีผู้ถือหุ้นใหญ่คือบริษัท ฮั่วฟ่ง รับเบอร์ อินดัสทรี จำกัด (ต่อไปเรียกโดยย่อว่า HFR) ซึ่งเป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้วันเป็นระยะเวลามากกว่า 25 ปีซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตยางนอก ยางในสำหรับรถจักรยาน รถจักรยานยนต์ รถยนต์ และรถอุตสาหกรรมที่มีชื่อเสียงในประเทศได้วัน บริษัทฯ ได้รับการสนับสนุนทางด้านการเทคโนโลยีและเครื่องจักรการผลาจากบริษัทแม่เพื่อผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้า DURO Q-UICK และเครื่องหมายการค้า DUNLOP ซึ่งเป็นของบริษัท Sumitomo Rubber ประเทศญี่ปุ่นและเป็นผู้ถือหุ้นอยู่ในบริษัทแม่ โดยผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ยังได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานสากล ISO 9001 : 2008

บริษัทฯ มีสัดส่วนรายได้ภายในประเทศร้อยละ 30.99 และต่างประเทศร้อยละ 69.01 สำหรับตลาดภายในประเทศ บริษัทฯ จำหน่ายสินค้าให้กับผู้ประกอบการผลิต (OEM) รถจักรยานยี่ห้อชั้นนำ ได้แก่ LA BICYCLE, TURBO BICYCLE เป็นต้น ภายใต้เครื่องหมายการค้า DURO และรถจักรยานยนต์ได้แก่ HONDA, KAWASAKI รวมไปถึงยางอะไหล่สำหรับจำหน่ายในศูนย์บริการรถจักรยานยนต์ดังกล่าว (Genuine Parts) ภายใต้เครื่องหมายการค้า DUNLOP และจำหน่ายยางรถกอล์ฟภายใต้เครื่องหมายการค้า DURO ให้กับผู้ประกอบการผลิตรถกอล์ฟ (OEM) เพื่อประกอบรถกอล์ฟของ YAMAHA รวมถึงบริษัทได้มีการจำหน่ายในตลาดทดแทน (Replacement Market) ภายใต้เครื่องหมายการค้า DUNLOP, DURO , QUICK และ PREMIUM HFT ผ่านตัวแทนของบริษัทฯ เช่น บริษัท บอร์เนียว เทคนิคัล ประเทศไทย จำกัด บริษัท เอส ซี ไอ จำกัด และบริษัท พี.วี. มอเตอร์ จำกัด สำหรับตลาดต่างประเทศ บริษัทฯ จำหน่ายสินค้าให้กับเครื่องจักรการผลาซึ่งจัดหาโดยบริษัท ฮั่วฟ่ง รับเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) (HFT) บริษัทฮั่วฟ่ง รับเบอร์ อินดัสทรี จำกัด (HFR) และบริษัท ฮั่วฟ่ง รับเบอร์ (ยูเอสเอ) จำกัด (HFA) ซึ่งเป็นบริษัทตัวแทนในกลุ่ม ทำให้บริษัทฯ สามารถจำหน่ายสินค้าไปยังภูมิภาคต่างๆ ของโลก ได้แก่ อเมริกา ยุโรป เอเชีย แอฟริกา ออสเตรเลีย และ ตะวันออกกลาง

ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อยในปี 2561 มีรายได้จากการขาย เท่ากับ 2,555 ล้านบาท และในปี 2562 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายเท่ากับ 2,737 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนเงิน 182 ล้านบาท หรือเท่ากับร้อยละ 7.12 โดยในปีที่ผ่านมาบริษัทฯ มียอดขายเพิ่มขึ้นจากยางนอกและยางในรถจักรยานยนต์เป็นจำนวนเงิน 131.84 ล้านบาทหรือเท่ากับร้อยละ 9.15 เนื่องจากมีการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า และให้การสนับสนุนด้านการตลาดกับตัวแทนจำหน่ายให้สามารถแข่งขันได้อย่างต่อเนื่อง

ในปี 2562 บริษัทฯ มีต้นทุนการผลิตลดลงร้อยละ 1.78 โดยสัดส่วนต้นทุนต่อยอดขายร้อยละ 81.91 และร้อยละ 83.69 ในปี 2561 เนื่องจากต้นทุนวัตถุดิบที่ปรับราคาลง ส่วนของกำไรสุทธิ บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีกำไรสุทธิเท่ากับ 278.84 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ที่มีกำไรสุทธิ 223.71 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 55.13 ล้านบาท หรือร้อยละ 24.64 กำไรสุทธิต่อหุ้น 0.42 บาท

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย ในการดำเนินงานของบริษัท

1.1.1 วิสัยทัศน์

“ มุ่งมั่นไปสู่ความเป็นผู้นำทางการค้าผลิตภัณฑ์ยางนอก ยางในที่มีคุณภาพไปทั่วทุกภูมิภาคของโลก ”

1.1.2 วัตถุประสงค์

ดำเนินธุรกิจโดยตระหนักถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัทฯมากกว่าเพียงแค่การสร้างผลกำไรอันได้แก่ การให้ความสำคัญต่อ ผู้ถือหุ้น ลูกค้า คู่ค้า พนักงาน สังคมและชุมชน

1.1.3 เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

“ มุ่งสู่การเป็นผู้นำในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยางนอก-ยางในทั่วทั้งภูมิภาค ” ภายใต้ นโยบาย 9 ประการดังนี้

1. ขยายส่วนแบ่งการตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศให้มากกว่าเดิมโดยเฉพาะในกลุ่มประเทศอาเซียนที่ได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีนำเข้า อาทิ เงื่อนไข 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. ขยายสินค้าที่เพิ่มผลกำไรให้กับบริษัท
7. พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้ตรงตามความต้องการของตลาดเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า
8. เพิ่มการประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้าให้เกิดขึ้นในระยะยาว โดยการเน้นการเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติโดยเฉพาะตลาดอาเซียนและตลาดลูกค้าใหม่ อาทิ ตะวันออกกลาง ทวีปอเมริกาใต้ และทวีปยุโรป เป็นต้น
9. มุ่งมั่นในการสร้างจุดแข็งเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการปฏิบัติตามกฎบัตรต่างๆ รวมถึงโครงการที่เป็นประโยชน์กับสิ่งแวดล้อมและองค์กร อาทิ การผลิตสินค้าที่มีคุณสมบัติเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อสอดคล้องกับกฎบัตรเรื่อง Social Accountability หรือความรับผิดชอบต่อสังคม ทำให้ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองคุณภาพในหลายๆประเทศ เป็นข้อได้เปรียบในการขายสินค้าตามที่รัฐบาลแต่ละประเทศเป็นผู้กำหนด เช่น มาตรฐานอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (มอก.) SNI (ประเทศอินโดนีเซีย) MS (ประเทศมาเลเซีย) E-MARK และ REACH และ ROHS (กลุ่มประเทศในเครือสหภาพยุโรป) เป็นต้น

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัทฯ ยังคงพยายามรักษาเป้าหมายการค้า และดำเนินการตามแผนงานเพื่อรองรับการเจริญเติบโตของตลาดในอนาคตตามโครงการที่ได้รับส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน(BOI) และใช้สิทธิประโยชน์ในการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ซึ่งมีระยะเวลา 8 ปี และได้รับการลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลร้อยละ 50 ของอัตราปกติเป็นระยะเวลา 5 ปี รวมถึงสิทธิประโยชน์ด้านยกเว้นภาษีนำเข้าเครื่องจักรตามที่คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนอนุมัติ อีกทั้ง สิทธิประโยชน์อื่นๆ ตามบัตรส่งเสริมการลงทุน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อบริษัทฯ และผู้ถือหุ้น

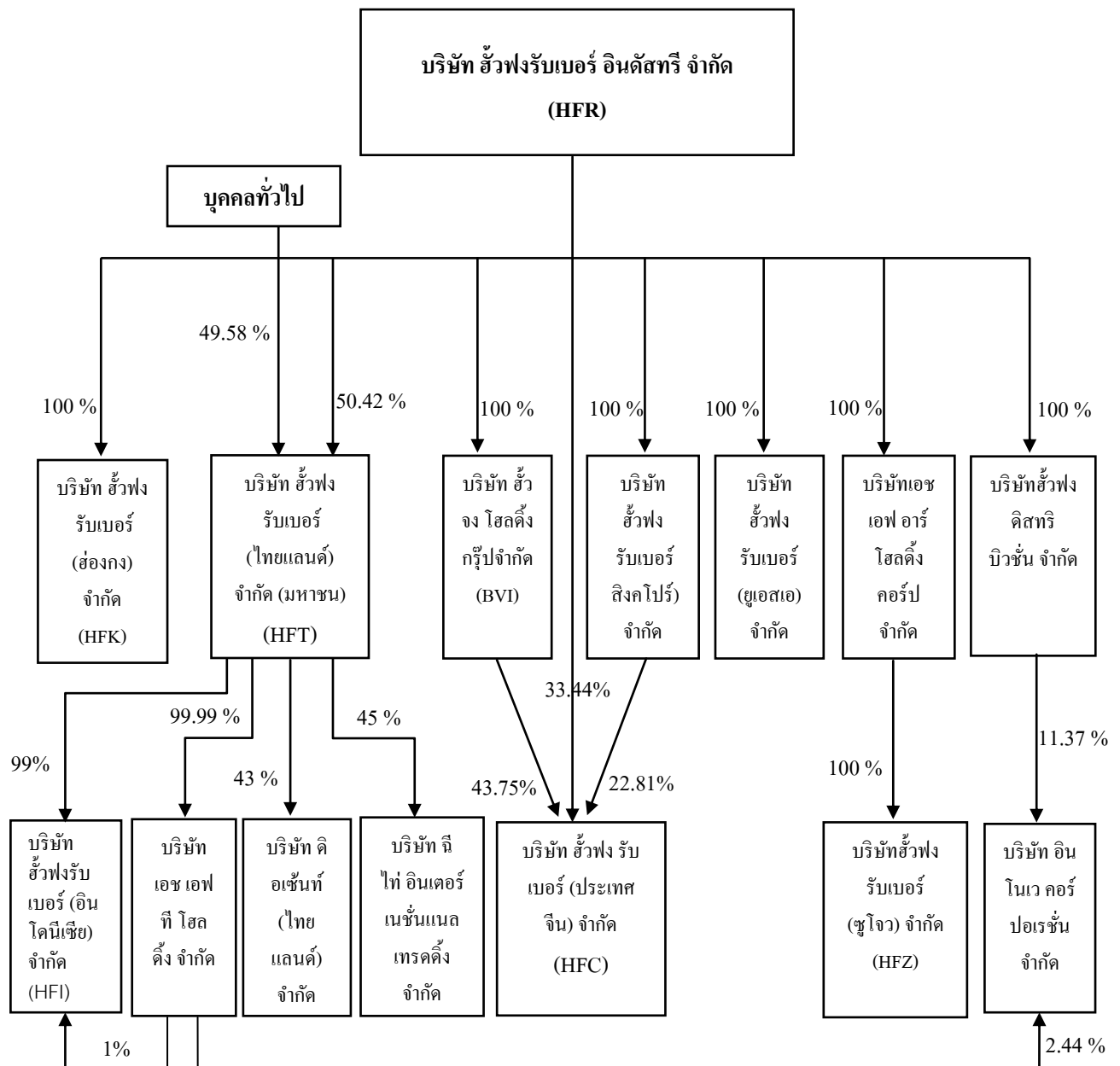
ในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้มีการลงทุน เพิ่มกำลังการผลิตยานอรรถจักยานที่โรงงานแห่งที่ 2 เพื่อรองรับคำสั่งซื้อระยะยาวจากลูกค้าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

ในด้านการขยายการตลาด บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นขยายตลาดในกลุ่มลูกค้าเดิมเพื่อการเติบโตแบบยั่งยืน และพยายามสร้างฐานลูกค้าใหม่ในกลุ่มประเทศอาเซียน ตะวันออกกลาง ทวีปอเมริกาใต้ และทวีปยุโรป โดยเจาะตลาดตามศักยภาพของลูกค้าและเครื่องหมายการค้าและแผนการตลาดของบริษัทฯ ตลอดจนการดำเนินการทำการตลาดโดยบริษัทเอง เพื่อเข้าถึงลูกค้าและผู้บริโภคโดยตรง สามารถนำมาพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าสูงสุด

โดยในช่วงระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมาบริษัทฯ ไม่มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง การบริหารจัดการ การถือหุ้น ลักษณะการประกอบธุรกิจ

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

ปัจจุบันบริษัทฯ มีผู้ถือหุ้นใหญ่คือบริษัท HFR ซึ่งเป็นบริษัทแม่ตั้งอยู่ที่ประเทศไต้หวัน โดยมีโครงสร้าง ดังนี้



1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

บริษัท ฮั่วฟงรับเบอร์ อินดัสทรี จำกัด - HFR เป็นบริษัทแม่ของกลุ่มบริษัทฮั่วฟงฯ ซึ่งประกอบด้วย บริษัท HFT, HFA, HFC, HFZ และบริษัทในเครือ บริษัท HFR ตั้งอยู่ที่ประเทศไต้หวัน ในขณะที่บริษัทในเครือกระจายตามประเทศต่างๆ ที่มีศักยภาพในการเติบโตทางธุรกิจ บริษัทแม่เป็นทั้งผู้ให้นโยบายทั้งด้านการผลิตและการตลาดให้กับบริษัทในกลุ่ม ซึ่งนโยบายต่างๆ มาจากข้อตกลงที่ได้รับจากมติที่ประชุมผู้บริหาร ซึ่งบริษัทลูกจะต้องดำเนินการตามนโยบายดังกล่าว นอกจากนี้ความรับผิดชอบของบริษัทแม่ ไม่เพียงแต่ดูแลผลการดำเนินงานของบริษัทในเครืออย่างใกล้ชิด แต่ยังเป็นผู้ผลิตยางนอกสำหรับขายในประเทศไต้หวัน และตลาดทั่วโลกไม่ว่าจะเป็น ยุโรป ตะวันออกกลาง และอเมริกาเหนือ โดยเน้นการผลิตยางที่มีคุณภาพตั้งแต่ระดับกลางถึงสูง และยางสำหรับรถจักรยานยนต์ และยางรถอุตสาหกรรมที่มีความเร็วสูงซึ่งวิธีการขายสินค้าที่ผลิตจากบริษัท HFR จะเน้นขายที่ประเทศไต้หวันเป็นหลัก โดยเฉพาะยางรถจักรยาน ส่วนยางรถจักรยานยนต์มีตลาดยุโรปมารองรับ และตลาดทั่วโลกสำหรับยางรถอุตสาหกรรมอื่นๆ รวมถึงยางรถยนต์แบบเรเดียลที่กำลังขยายตลาดอย่างต่อเนื่อง สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ บริษัทแม่เป็นผู้ให้การสนับสนุนทางด้านการวิจัยและเทคโนโลยีให้กับบริษัทในกลุ่มซึ่งเทคโนโลยียังได้รับความร่วมมือจากพันธมิตรทางธุรกิจ ได้แก่ บริษัท Sumitomo Rubber ของญี่ปุ่นอีกด้วย

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

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

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

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

บริษัท ฮั่วฟงรับเบอร์ (สิงคโปร์) จำกัด – HFS เป็นบริษัท Holding ที่เข้าไปถือหุ้นในบริษัท HFC ในนามของบริษัทแม่ (HFR) โดยไม่มีฐานการผลิตหรือดำเนินธุรกิจแต่อย่างใด บริษัทจัดตั้งขึ้นเนื่องจากข้อกังขาเกี่ยวกับประเทศจีนในปี 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 ฮั่วฟงรับเบอร์ (ซูโจว) จำกัด - HFZ เป็นบริษัทผู้ผลิตและจำหน่าย ยางรถยนต์แบบเรเดียล ในตลาดโลก

บริษัท ฮั่วฟงรับเบอร์ (อินโดนีเซีย) จำกัด – HFI เป็นบริษัทร่วมของบริษัท ฮั่วฟงรับเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) เพื่อผลิตยางนอก ยางใน รถจักรยานยนต์

บริษัท ฮั่วจง โฮลดิ้ง กรุ๊ป จำกัด เป็นบริษัทที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อการค้า บริษัทจัดตั้งขึ้นเนื่องจากข้อจำกัดทางกฎหมายของประเทศไต้หวัน ซึ่งห้ามบริษัทในไต้หวันลงทุนโดยตรงในสาธารณรัฐประชาชนจีนซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ปี 2537 จึงเป็นสาเหตุทำให้ต้องจัดตั้งบริษัทฮั่วจง โฮลดิ้ง กรุ๊ป จำกัด ซึ่งเป็นตัวกลางในการลงทุนในประเทศจีนอีกทอดหนึ่ง บริษัทไม่มีฐานการผลิตแต่อย่างใด

บริษัท ฮั่วฟง ดิสทริบิวชั่น จำกัด ดำเนินธุรกิจประเภทเครื่องแต่งกาย อุปกรณ์ไฟฟ้า ยางรถยนต์ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ การค้าปลีก-ค้าส่ง การซื้อขาย การเช่าอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจระหว่างประเทศ

บริษัท อินโนเว คอร์ปอเรชั่น จำกัด เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ และธุรกิจนำเข้าและส่งออก

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

บริษัท ดี อีแซนท์ (ไทยแลนด์) จำกัด เป็นบริษัทร่วมของบริษัท ฮั่วฟงรับเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) จดทะเบียนจัดตั้ง เมื่อ 1 เมษายน 2557 เพื่อขายสินค้าภายนอก ยางใน และอุปกรณ์สำหรับยานพาหนะทุกประเภท การค้าหรือการลงทุนระหว่างประเทศ ตลอดจนส่งเข้ามาจำหน่ายในประเทศและส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ สินค้ารถจักรยาน รถจักรยานยนต์รวมทั้งอะไหล่ จดทะเบียนเลิกกิจการเมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2561 ปัจจุบันอยู่ในระหว่างดำเนินการชำระบัญชี

บริษัท ดีไท อินเตอร์เนชั่นแนล เทคคิง จำกัด เป็นบริษัทร่วมของบริษัท ฮั่วฟงรับเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) จดทะเบียนจัดตั้งที่ประเทศไต้หวัน เมื่อ 13 ตุลาคม 2557 เพื่อจำหน่ายรถจักรยาน รถจักรยานยนต์และยางรถยนต์ รวมทั้งอะไหล่และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง จดทะเบียนเลิกกิจการเมื่อวันที่ 10 มกราคม 2561

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ความเป็นมาของบริษัท

- พ.ศ. 2532 - บริษัท ฮั่วฟ่งรับเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (ต่อไปเรียกโดยย่อว่า “บริษัท”) จัดทะเบียนจัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 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 แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน เมื่อวันที่ 29 กรกฎาคม พ.ศ. 2545
- พ.ศ. 2546 - บริษัทฯ จัดทะเบียนเพิ่มทุนเป็น 387,100,000 บาท และได้รับอนุมัติจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยให้เป็นบริษัทจดทะเบียนชำระเต็มจำนวนแล้ว
- พ.ศ. 2547 - ก่อสร้างโรงงานแห่งที่ 2 ซึ่งตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ
- ได้รับการรับรอง มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) ยางในรถจักรยานยนต์
- พ.ศ. 2548 - โรงงานแห่งที่ 2 เปิดดำเนินการในไตรมาสที่ 2 ผลิตยางรถวิ่งบนชายหาด-ได้เขา
- พ.ศ. 2549 - บริษัทฯ จัดทะเบียนเพิ่มทุนเป็น 774,200,000 บาท ทุนที่ชำระแล้ว 658,434,300 บาท
- บริษัทฯ ได้รับมาตรฐาน “SNI” (Standard National of Indonesia)
- พ.ศ. 2550 - จัดทะเบียนเครื่องหมายการค้า “Q-UICK”
- พ.ศ. 2551 - บริษัทฯ ลดทุนจดทะเบียนจาก 774,200,000 บาท เป็นทุนจดทะเบียน 658,434,300 บาท ทุนที่ชำระแล้ว 658,434,300 บาท
- พ.ศ. 2552 - จัดทะเบียนแปลงมูลค่าหุ้นจาก 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 มีโครงการเสนอขายหุ้นให้แก่ประชาชนในประเทศสาธารณรัฐจีนได้หวั่นเป็น 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 ได้ดำเนินการเปลี่ยนแปลงการผลิตยางรถซาหัด – ไต่เขา (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 บาทชำระเต็มมูลค่าแล้ว 100,000,000 บาท
 - บริษัทฯ ได้ร่วมทุนกับบริษัท ดี อีแซนท์ (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 เหรียญได้หวั่น 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
- พ.ศ. 2561 - ดำเนินการซื้อที่ดินเพื่อรองรับการก่อสร้างโรงงานแห่งที่ 3
- ชะลอการก่อสร้างโรงงานที่ประเทศอินโดนีเซีย
 - เพิ่มสายการผลิตยางนอกจักรยานที่โรงงานแห่งที่ 2
 - จัดทะเบียนเลิกกิจการในบริษัทร่วม
- พ.ศ. 2562 - โรงงานแห่งที่ 2 ได้เริ่มการผลิตยางนอกจักรยาน
- บริษัทฯ เริ่มผลิตและจำหน่ายยางนอกสำหรับรถจักรยาน ตามที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)
 - สร้างอาคาร และ ซื้อเครื่องจักร เพื่อเพิ่มกำลังการผลิต ในส่วนของการผสมยาง

บริษัทฯ ได้มีการก่อตั้งและมีความเชี่ยวชาญในการดำเนินการผลิตยางนอกและยางในมาเป็นเวลานานกว่า 34 ปี โดยได้รับการสนับสนุนจาก HFR ซึ่งเป็นบริษัทแม่ที่ประเทศไต้หวัน ทั้งนี้ HFR ก็มีประวัติการก่อตั้งมายาวนานกว่า 73 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

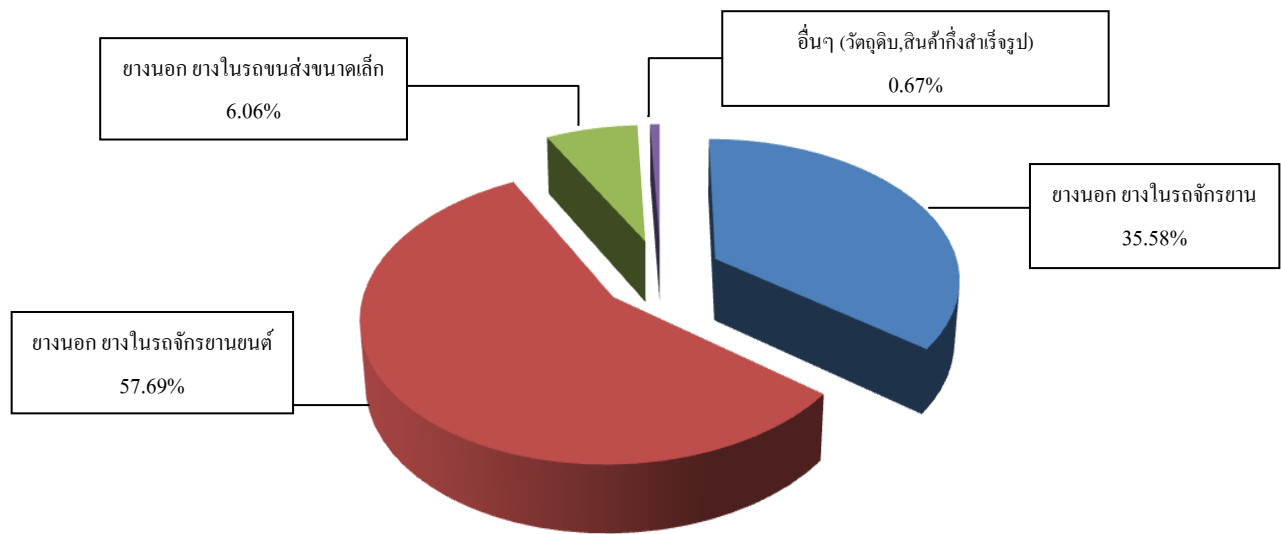
● โครงสร้างรายได้

มูลค่าการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ แยกตามสายผลิตภัณฑ์ปี 2560-2562 (ล้านบาท)

สายผลิตภัณฑ์/กลุ่มธุรกิจ	ปี 2562		ปี 2561		ปี 2560	
	(ลบ.)	%	(ลบ.)	%	(ลบ.)	%
จำหน่ายภายในประเทศ						
1. ยางนอก ยางในรถจักรยาน	26.40	0.97	35.35	1.39	77.03	2.82
2. ยางนอก ยางในรถจักรยานยนต์	754.33	27.68	719.32	28.33	911.30	33.38
3. ยางนอก ยางในรถขนส่งขนาดเล็ก	17.42	0.64	14.16	0.56	17.73	0.65
4. รถจักรยาน	-	-	-	-	-	-
5. อื่นๆ (วัตถุดิบ,สินค้าสำเร็จรูป)	16.48	0.60	18.06	0.71	10.51	0.38
รวมมูลค่าการขายภายในประเทศ	814.63	29.89	786.89	30.99	1,016.57	37.23
จำหน่ายต่างประเทศ						
1. ยางนอก ยางในรถจักรยาน	943.03	34.61	866.69	34.14	845.11	30.95
2. ยางนอก ยางในรถจักรยานยนต์	817.69	30.01	720.86	28.39	658.82	24.13
3. ยางนอก ยางในรถขนส่งขนาดเล็ก	147.75	5.42	163.91	6.46	209.28	7.67
4. อื่นๆ (วัตถุดิบ และสินค้าสำเร็จรูป)	1.99	0.07	0.63	0.02	0.56	0.02
รวมมูลค่าการส่งออก	1,910.46	70.11	1,752.09	69.01	1,713.77	62.77
รวมรายได้จากการขายทั้งสิ้น	2,725.09	100	2,538.98	100	2,730.34	100.00

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

สัดส่วนยอดขายสินค้าปี 2562



จากมูลค่าการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ช่วงต้นในปี 2562 จะเห็นว่าโครงสร้างรายได้หลักของบริษัทฯ มาจากการขายต่างประเทศร้อยละ 70.11 และขายในประเทศร้อยละ 29.89 อย่างไรก็ดี เมื่อเทียบกับรายได้ในปี 2561 โดยรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.33 จากการเพิ่มขึ้นของยอดขายยางนอก ยางใน รถจักรยานยนต์ และรถจักรยาน สำหรับรายได้หลักส่วนใหญ่จากการขายในประเทศ ยังคงมาจากยางนอก-ยางในรถจักรยาน และรถจักรยานยนต์ ส่วนตลาดในประเทศรายได้หลักยังคงมาจากยางนอก – ยางในรถจักรยานยนต์

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจหลักในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยางใน ยางนอก และรถจักรยาน ดังนี้

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

ปัจจุบันการผลิตยางนอกรถจักรยานยนต์บริษัทฯ ได้รับสิทธิประโยชน์จากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน BOI มีกำลังผลิต 3.6 ล้านเส้นต่อปี โดยได้รับสิทธิประโยชน์ในการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 8 ปี นับจากวันที่มีรายได้ โดยมีข้อจำกัดให้ตั้งโรงงานในนิคมอุตสาหกรรม

และปี 2562 บริษัทฯ ได้รับสิทธิประโยชน์จากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน BOI ให้ผลิตยางนอกรถจักรยาน โดยกำลังผลิต 6 ล้านเส้นต่อปี และได้รับสิทธิประโยชน์ในการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุน ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน มีกำหนดระยะเวลา 8 ปี นับจากวันที่มีรายได้ โดยมีข้อจำกัดให้ตั้งโรงงานในนิคมอุตสาหกรรม

▲ **ผลิตภัณฑ์ยางนอก** ยางนอกเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าการจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ สูงที่สุดของบริษัทฯ ในปี 2562 บริษัทฯ มีรายได้จากการจำหน่ายยางนอกคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80.27 ของยอดขายทั้งหมด

▲ **ผลิตภัณฑ์ยางใน** มีหลายขนาดและชนิดที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้หลากหลายกลุ่ม ในปี 2562 บริษัทฯ มีรายได้จากการจำหน่ายยางในคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 19.05 ของยอดขายทั้งหมด

▲ **วัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูป** ในปี 2562 บริษัทฯ มีรายได้จากการจำหน่ายคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.68 ของยอดขายทั้งหมด

สัญญาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

ทางบริษัทฯ มีการทำสัญญาการให้ความช่วยเหลือทางด้านเทคนิคต่อกันกับบริษัทแม่และบริษัทต่างๆ ซึ่งสาระสำคัญส่วนใหญ่จะเน้นในเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนการผลิต และเครื่องจักร สัญญาร่วมมือทางเทคนิคที่สำคัญๆ ได้แก่

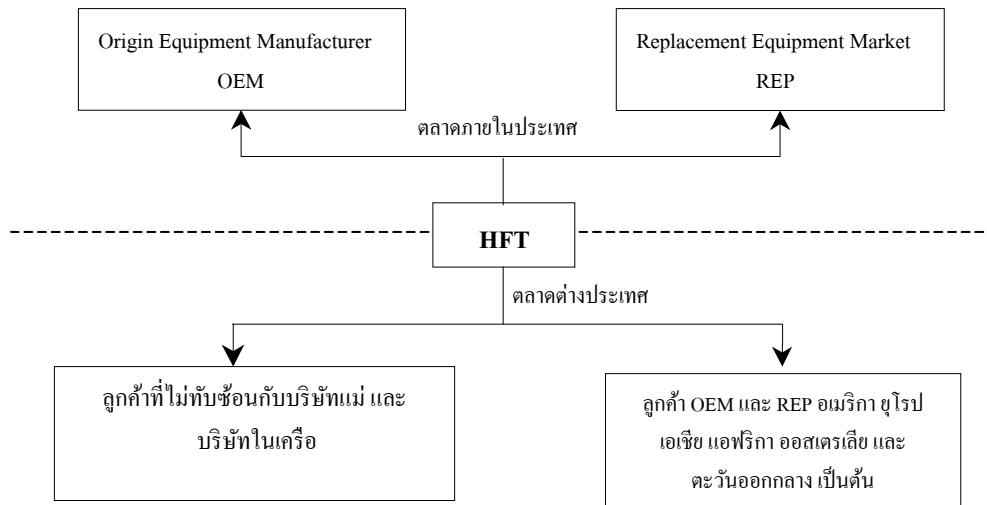
1. Trademark License Agreement เป็นสัญญาที่บริษัทแม่คือ HFR ทำกับบริษัทฯ มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 27 สิงหาคม 2548 ระยะเวลา 3 ปีเมื่อหมดสัญญาหากไม่มีการบอกเลิกจากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งก็จะถือว่าเป็นการต่อสัญญาโดยอัตโนมัติในแบบครั้งละ 1 ปี ใจความสำคัญของสัญญาจะกล่าวถึงสิทธิที่บริษัทฯ สามารถใช้เครื่องหมายการค้า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

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

การใช้เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต ขั้นตอนการผลิต สูตรผสมวัตถุดิบ การฝึกอบรมบุคลากร การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการใช้เครื่องหมายการค้าเพื่อจำหน่ายทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยที่บริษัทฯ จะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมให้กับบริษัทแม่เป็นรายปี ปีละ 150,000 ดอลลาร์สหรัฐ และในปี 2562 บริษัทได้แก้ไขสัญญาโดยปรับค่าความช่วยเหลือทางเทคนิคเป็นปีละ 200,000 ดอลลาร์สหรัฐ ส่วนเงื่อนไขอื่นๆเป็นไปตามสัญญาฉบับเดิม

3. 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 2562 บริษัทฯ มีส่วนแบ่งการตลาดในตลาด OEM รถจักรยานยนต์ในประเทศประมาณร้อยละ 7.3 และบริษัทฯ ยังคงมีการจำหน่ายยางรถกอล์ฟภายใต้เครื่องหมายการค้า DURO ไปยังบริษัทผู้ผลิตรถกอล์ฟชั้นนำ ได้แก่ THAI YAMAHA MOTOR อย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลมาจากคุณภาพของสินค้าและชื่อเสียงของเครื่องหมายการค้าที่ได้รับการยอมรับ โดยบริษัทฯ มีความสัมพันธ์กับกลุ่มบริษัท Sumitomo Rubber ซึ่งมีความสัมพันธ์กับบริษัทผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ชาวญี่ปุ่นด้วยกัน ทำให้บริษัทฯ ได้รับคำสั่งซื้อจากกลุ่มผู้ผลิต เป็นการเพิ่มความมั่นใจในการขายตลาดยางรถจักรยานยนต์ในประเทศ
2. **กลุ่มตลาดทดแทนยางที่สึกหรอ (Replacement Equipment Market) หรือที่เรียกว่า “REP”** โดยขายยางรถจักรยานยนต์ผ่านร้านค้าและตัวแทนจำหน่ายของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ เป็นผู้ทำการตลาดเองภายในประเทศโดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญ คือ การเน้นด้านคุณภาพของสินค้า ด้วยราคาที่เหมาะสมโดยผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้รับการรับรองระบบคุณภาพมาตรฐานสากล ISO 9001: 2008 และมาตรฐานอุตสาหกรรม (มอก) เครื่องหมายการค้าซึ่งเป็นที่ยอมรับ ได้แก่ “DURO” “Q-UICK” และ “DUNLOP” โดยบริษัทฯ เป็นผู้กำหนดราคาขาย ไม่ได้มีการแทรกแซงจากบริษัทแม่แต่อย่างใด ซึ่งบริษัทฯ กำหนดราคาจากต้นทุนการผลิตและสภาพการแข่งขันและการตลาดภายในประเทศเป็นปัจจัยหลักในการพิจารณา

➤ ตลาดต่างประเทศ

เนื่องจากบริษัทฯ และบริษัทในเครือต่างก็ผลิตผลิตภัณฑ์ยางนอกและยางในเหมือนกัน เพื่อไม่ให้เกิดการทับซ้อนและความขัดแย้งทางผลประโยชน์ระหว่างบริษัทในเครือบริษัทแม่จึงได้มีนโยบายการแบ่งประเภทผลิตภัณฑ์ และตลาดของบริษัทในเครือขึ้น ซึ่งเป็นนโยบายที่บริษัทแม่ใช้เป็นแนวปฏิบัติดัง ต่อไปนี้

• ตารางการจำแนกตลาดของบริษัทในเครือ

		Product Categories/Segmentation			Market		
		HFR	HFT	HFC	HFR	HFT	HFC
ยางรถจักรยาน	ประเภท	ระดับสูง	ระดับกลาง-ล่าง	ระดับกลาง-ล่าง	ได้หวัน ยุโรป	ประเทศ ไทย, ยุโรป อาเซียน และทั่ว โลก	ประเทศจีน อเมริกา
	ชนิด	Skin wall tire ยางนอกไม่ต้อง ใส่ยางใน	ยางดำ Skin wall tire	ยางดำ			
		คุณภาพสูง	ยางสี	ยางสี			
ยางรถจักรยานยนต์	ประเภท	ระดับสูง	ระดับสูง-กลาง	ระดับกลาง-ล่าง	ได้หวัน, เอเชีย ตะวันออก กลาง แอฟริกา ยุโรป	ประเทศ ไทย เอเชีย ตะวันออก กลาง ยุโรป	ประเทศจีน แอฟริกา ตะวันออก กลาง
	ชนิด	ความเร็วมากกว่า	ความเร็วน้อยกว่า	ความเร็วน้อยกว่า			
		180 กม./ชม.	180 กม./ชม.	180 กม./ชม.			
ยางรถอุตสาหกรรม	ประเภท	ระดับสูง	ระดับล่าง	ระดับสูง	ได้หวัน ตะวันออก กลาง อเมริกา ได้หวัน	ประเทศ ไทย อเมริกา ยุโรป และญี่ปุ่น	ประเทศจีน อเมริกา
	ชนิด	รถบรรทุกขนาดใหญ่, โฟล์คสฟ, รถแข่งเล็ก	รถเข็น รถตัดหญ้า รถพ่วงเล็ก รถกอล์ฟ	รถบรรทุกขนาดใหญ่ รถพ่วงขนาดใหญ่ Mobil home			
	ประเภท	ระดับกลาง	ระดับกลาง – สูง	ระดับกลาง			
	ชนิด	ความเร็วมากกว่า 100กม/ชม	ความเร็วต่ำกว่า 60 กม/ชม	ความเร็วมากกว่า 60 กม/ชม			
		ยางรถไถ่เขา-ชายหาด (ATV)	ยางรถไถ่เขา-ชายหาด (ATV)	ยางรถไถ่เขา-ชายหาด (ATV)			
	ชนิด	ความเร็วไม่เกิน 80 กม./ชม.	ความเร็วไม่เกิน 80 กม./ชม.	ความเร็วต่ำกว่า 60 กม./ชม.			

หมายเหตุ - HFR หมายถึงบริษัท ฮีฟงรับเบอร์ อินดัสทรี จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทแม่ตั้งอยู่ที่ประเทศได้หวัน
 - HFT หมายถึงบริษัท ฮีฟงรับเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน)
 - HFC หมายถึงบริษัท ฮีฟงรับเบอร์ (ประเทศจีน) จำกัด

- **ตลาดระดับสูง (High - end)** หมายถึง ตลาดยางรถยนต์และยางอุตสาหกรรมที่ต้องใช้เทคโนโลยีขั้นสูง การผลิต เช่น ยางสกินวอลล์ (Skin wall) ที่มีน้ำหนักเบา ทนทานต่อแรงกระแทก เหมาะสำหรับจักรยานแข่งขัน รวมถึงยางนอกแบบไร้อยางในและยางโฟลด์เอเบิล (Foldable) แบบพับได้ ซึ่งเหมาะกับจักรยานฟรีสไตล์ จักรยานไต่เขา และรถไต่เขา ทั้งนี้มี ราคาเป็นตัวแบ่งคุณภาพของสินค้าด้วย

- **ตลาดระดับกลาง - ล่าง (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 ในระดับกลางถึงล่าง 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 จะเป็นผู้ส่งสินค้าและเรียกเก็บเงิน โดยตรงจากลูกค้า ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้จะครอบคลุมทั้งทวีปยุโรป อเมริกา และแอฟริกา เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันยังมีลูกค้าอีกหลายรายที่ได้รับการสนับสนุนจากบริษัทแม่และติดอันดับของยอดขาย

2. กลุ่มลูกค้าต่างประเทศที่บริษัทฯ สามารถหาได้เอง

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

2.2 ภาวะตลาดและการแข่งขัน

➤ ภาวะการแข่งขันในประเทศ

1. ตลาด OEM (Original Equipment Manufacturer)

ตลาดรถจักรยานยนต์ภายในประเทศปี 2562 มีตัวเลขยอดจดทะเบียนรถใหม่เป็นจำนวน 1,876,710 คัน เทียบกับปี 2561 จำนวน 1,942,494 คัน ลดลงร้อยละ 3.4 * เนื่องจากจากตลาดอยู่ในภาวะอึมครึม และสภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลงจากสงครามการค้าที่ยืดเยื้อ และสถานการณ์แนวโน้มราคาสินค้าเกษตรเช่น ข้าว มันสำปะหลัง ปาล์ม อ้อย ขางพารา ที่ยังไม่ฟื้นตัว โดยปัจจัยดังกล่าวส่งผลต่อรายได้ผู้บริโภคระดับเกษตรกรและแรงงานภาค

อุตสาหกรรม ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ซื้อหลัก นอกจากนี้ยังมีปัจจัยเรื่องการอนุมัติสินเชื่อที่เข้มงวดมากขึ้น จึงทำให้ในปี 2562 ยอดขายรถจักรยานยนต์ขยายตัวลดลง

บริษัทฯ มีส่วนแบ่งในตลาด OEM เป็นร้อยละ 7.30 ลดลงร้อยละ 1.51 เนื่องจากรถจักรยานยนต์รุ่นใหม่ๆ ที่ออกสู่ตลาดยังคงใช้ยางแบบเดิมกันจึงยังไม่มีความต้องการพัฒนายางรุ่นใหม่ ใดๆ ก็ดี บริษัทฯ ยังคงมีความตั้งใจเสนอขายสินค้าให้กับลูกค้าผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ในประเทศ หรือ OEM ในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น สำหรับรถจักรยานยนต์รุ่นใหม่ๆ ที่จะออกสู่ตลาดภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ เพื่อเป็นการรักษาภาพลักษณ์ของสินค้าให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องต่อไป

(* ที่มาจาก www.dlt.go.th)

2. ตลาดทดแทน REP (Replacement Equipment Market)

ปี 2562 ที่ผ่านมามีภาพตลาดโดยรวมในประเทศค่อนข้างเจือบ เนื่องจากผลกระทบกับสภาวะเศรษฐกิจ ซึ่งทำให้มีบริษัทฯ หลายแห่งปิดตัวลงทำให้มีคนตกงานเป็นจำนวนมาก บวกกับภาวะการแข่งขันค่อนข้างสูง ผู้ผลิตทุกรายมีการปรับตัวใช้กลยุทธ์ทางการขายเพื่อรักษาส่วนแบ่งทางการตลาด เช่น กลยุทธ์ด้านราคา การส่งเสริมการขาย และการพัฒนาด้านคุณภาพให้ทัดเทียมกัน ผู้ผลิตหลายรายปรับตัวอย่างเข้มแข็งเพื่อสนองตามความต้องการของตลาด ในการรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดบริษัทฯ ยังคงดำเนินแนวทางสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบริษัทฯ กับเครือข่ายร้านค้าทำให้บริษัทฯ สามารถรักษาลูกค้าไว้ได้ โดยได้รับความร่วมมือและการสนับสนุนที่ดีจากลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัทฯ

ทั้งนี้บริษัทฯ ยังคงดำเนินกลยุทธ์การขายในตลาดทดแทนโดยขายสินค้าของบริษัทฯ ตรงไปยังร้านค้าปลีก และร้านค้าส่ง ทั้งในกรุงเทพฯ และจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศไทย พร้อมจัดทำโปรโมชั่นการขาย ทั้งนี้ด้วยคุณภาพของสินค้าที่ได้รับการยอมรับมาอย่างยาวนาน รวมถึงการจัดการด้านการขนส่งกระจายสินค้าทำให้ผลตอบรับจากตลาดเป็นไปด้วยดี

บริษัทฯ ยังคงเน้นเรื่องการรักษาคุณภาพและพัฒนาศักยภาพการแข่งขันทางด้านราคาอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้บริโภคและเพิ่มความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ต่อไปในอนาคต จากความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าและภาพลักษณ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ ทำให้ยังคงรักษายอดขายไว้ได้

➤ ภาวะการแข่งขันต่างประเทศ

บริษัทฯ มีการส่งออกครอบคลุมไปทั่วโลก อันได้แก่ ทวีปเอเชีย ยุโรป อเมริกา แอฟริกา และตะวันออกกลาง โดยมีปัจจัยที่สนับสนุนการส่งออกของบริษัทฯ เช่น

- การมีเครื่องหมายการค้าเป็นที่ยอมรับไปทั่วโลก
- การสนับสนุนทางการตลาดจากบริษัทแม่และบริษัทในกลุ่มซึ่งมีความเชี่ยวชาญและดำเนินงานในธุรกิจนี้มาเป็นเวลานาน
- การที่สินค้ามีคุณภาพเป็นที่ยอมรับและสามารถแข่งขันกับตลาดโลกได้

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากปัจจุบันมีการแข่งขันด้านราคาค่อนข้างสูง ในส่วนของนโยบายการตลาดของผลิตภัณฑ์ในปีที่ผ่านมา หากเปรียบเทียบกับคู่แข่ง สำหรับสินค้าประเภทเดียวกันพบว่า

ในส่วนของยางจักรยาน บริษัทฯสามารถสร้างจุดขายในด้านราคาที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ที่สำคัญบริษัทฯ มีเสถียรภาพในด้านของคุณภาพค่อนข้างสูง หากเปรียบเทียบกับคู่แข่ง เนื่องจากบริษัทฯ เป็นผู้ผลิตรายใหญ่ สามารถผลิตสินค้าได้ในปริมาณมากและต่อเนื่อง ทำให้สามารถบริหารจัดการการรับคำสั่งซื้อได้อย่างเป็นระบบ และลูกค้าสามารถวางแผนการสั่งซื้อล่วงหน้าได้ในระยะยาว นอกจากนี้ ยังรวมถึงตัวผลิตภัณฑ์ยางนอกจักรยานที่เป็นยาง Skinwall (แก้มยางบาง – สมรรถนะสูง) ซึ่งถือว่าเป็นยางที่มีคุณภาพและน้ำหนักเบา และยังคงมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดังกล่าวในระดับที่สูงขึ้น รวมถึงการสร้างจุดขายในการให้ความร่วมมือทางธุรกิจเชิงพันธมิตร สื่อสารข้อมูลทางการตลาด จึงทำให้ สามารถขยายตลาดเพิ่มมากขึ้นทั้งในส่วนของเพิ่มลูกค้าและศูนย์จำหน่ายในหลายๆ ภูมิภาคทั่วโลก โดยเน้นที่แถบทวีปยุโรปและเอเชีย ทำให้ในปีที่ผ่านมา ภาพรวมยอดขายยางนอก ยางในรถจักรยานเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้บริษัทฯ มีการเพิ่มกำลังการผลิตเพื่อรองรับการสั่งซื้อล่วงหน้า เพื่อการจัดส่งที่รวดเร็วตามความต้องการของสินค้าในตลาด และการฝึกอบรมพนักงานในการเรียนรู้ด้านต่างๆ เพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในการจัดการสินค้าและการเพิ่มผลผลิต ซึ่งนำมาสู่การเติบโตของยอดขายการสั่งซื้ออย่างมากในปีที่ผ่านมา สำหรับยางรถจักรยานชนิด บริษัทฯ ยังคงมุ่งส่งเสริมการขายให้กับลูกค้าเพิ่มมากขึ้น โดยให้การสนับสนุนลูกค้าในส่วนของการศึกษาราคาของคู่แข่งเชิงลึกและนำมาปรับโครงสร้างราคาของแต่ละตลาดที่ทำให้สามารถแข่งขันได้ รวมไปถึงการได้ให้การสนับสนุนกิจกรรมทางการขายและการตลาดร่วมกับลูกค้าในภูมิภาคอาเซียน อย่างไรก็ดี ถึงแม้ว่าสถานะการณ์การค้าจะส่งผลให้เศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัว และการแข่งขันด้านราคากันอย่างรุนแรง ส่งผลให้ยอดขายยางรถจักรยานตัวให้มากขึ้น เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยกลุ่มลูกค้าสำคัญยังคงเป็นกลุ่มในแถบประเทศอาเซียนที่กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง รวมถึงตลาดในประเทศแถบ อเมริกาใต้ ยุโรป ตามลำดับ ซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มตัวแทนการค้าปลีกทั้งรายใหญ่และรายย่อยในประเทศนั้นๆ

ทั้งนี้ภาพรวมสัดส่วนในการขายต่างประเทศอยู่ที่ร้อยละ 70.11 โดยมีคู่แข่งจากประเทศจีน อินเดีย อินโดนีเซีย และศรีลังกา ซึ่งมีกำลังการผลิตสูงประกอบกับต้นทุนต่ำ ทำให้ราคาขายค่อนข้างต่ำ เพื่อแข่งขันเปิดตลาดในแถบอาเซียน อย่างไรก็ตามบริษัทฯ จึงมีแนวทางการแข่งขันโดยใช้คุณภาพและบริการที่ดีเป็นจุดขายเพื่อให้สามารถรักษาลูกค้าเดิมไว้ได้ ขณะเดียวกันบริษัทฯ มีแผนการประชาสัมพันธ์ขยายตลาดให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น สร้างจุดแข็งในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการปฏิบัติตามกฎบัตรต่างๆ รวมถึงโครงการที่เป็นประโยชน์กับสิ่งแวดล้อมและองค์กร อาทิ การผลิตสินค้าที่มีคุณสมบัติเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อสอดคล้องกับกฎบัตรเรื่อง Social Accountability หรือความรับผิดชอบต่อสังคม ทำให้ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองคุณภาพใน

หลายๆประเทศเป็นข้อได้เปรียบในการขายสินค้าตามที่รัฐบาลแต่ละประเทศเป็นผู้กำหนด เช่น มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (มอก.), SNI (ประเทศอินโดนีเซีย), MS (ประเทศมาเลเซีย) E-MARK , REACH และ ROHs (กลุ่มประเทศในเครือสหภาพยุโรป) เป็นต้น

➤ แนวโน้มของอุตสาหกรรม

เนื่องจากมีคู่แข่งในส่วนของผลิตภัณฑ์ยางรถจักรยาน จักรยานยนต์ และรถอุตสาหกรรมจากผู้ผลิตรายอื่นๆ ในประเทศจีน, อินโดนีเซีย, เวียดนามและอีกหลายประเทศ ดังนั้นทางบริษัทฯ ยังคงมีแผนการเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และคงไว้ซึ่งคุณภาพเป็นหลัก เพื่อสามารถเข้าไปมีส่วนแบ่งการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ตลาดระดับกลางและระดับล่าง อีกทั้ง บริษัทฯ ยังคง เผชิญกับการแข่งขันด้านราคาสินค้าในตลาด สำหรับทั้งยางนอกและยางใน บริษัทฯจึงต้องเพิ่มระดับของผลิตภัณฑ์สู่ตลาดระดับสูงตามวิธีการดังนี้

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่องโดยเน้นสร้างเอกลักษณ์ของตัวผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างจากคู่แข่ง
- การพัฒนารูปแบบของการบรรจุหีบห่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
- การรักษาคุณภาพให้ดีที่สุด และถูกต้องตามมาตรฐานสากลที่ทางบริษัทฯ ได้รับการรับรอง
- การเข้าถึงความพึงพอใจของลูกค้า รวมถึงการร่วมมือกับลูกค้าในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกันเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย
- การติดตามความเคลื่อนไหวและทบทวนด้านราคาของคู่แข่งในตลาดให้รวดเร็วและรัดกุมมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้รวมถึง การทำการวิเคราะห์คู่แข่ง (Benchmarking) เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการปรับกลยุทธ์ของบริษัทฯต่อไป

▲ ภายในประเทศ

ปริมาณการใช้ยางนอกและยางในรถจักรยานยนต์และรถจักรยานขึ้นอยู่กับภาวะของอุตสาหกรรมการผลิตจักรยานยนต์และรถจักรยาน รวมทั้งสภาวะเศรษฐกิจโดยรวม สำหรับ โครงสร้างฐานการลงทุนและการผลิตของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของประเทศไทยในปัจจุบันยังคงเป็นกลุ่มผู้ผลิตจากประเทศญี่ปุ่น

ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ภายในประเทศมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ จึงได้มีการพิจารณาถึงภาวะเศรษฐกิจในภาพรวม ทำให้ต้องดำเนินแผนกลยุทธ์การตลาดและการขาย โดยเน้นการรักษาฐานลูกค้าเก่าที่มีศักยภาพ และขยายตลาดไปยังลูกค้าระดับกลางเพิ่มมากขึ้น โดยเน้นการรักษาคุณภาพของสินค้า การสร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ การควบคุมราคาขายเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ และไม่เน้นการแข่งขันทางด้านราคาอันจะทำให้เกิดผลเสียในการทำตลาดระยะยาวได้

▲ ต่างประเทศ

อัตราการจำหน่ายในประเทศและส่งออกทั้งยางนอกและยางในรถจักรยานยนต์ยังคงมีแนวโน้มที่จะขยายตัวสูงขึ้นในแต่ละปี ทั้งนี้เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดจากคู่แข่งรายอื่นๆ ให้มากที่สุด ประกอบกับความพยายามเข้าถึงตลาดในกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนาในภูมิภาคอาเซียน ตะวันออกกลางและแอฟริกา ในส่วนของผลิตภัณฑ์ยางรถจักรยานยังคงเป็นส่วนสำคัญที่สามารถขยายเพิ่มได้ในตลาดยุโรปซึ่งเป็นกลุ่มประเทศที่รณรงค์เรื่องการอนุรักษ์พลังงานและการรักษาสีสิ่งแวดล้อม โดยในแต่ละปียอดขายยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้บริษัทฯยังคงมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในตลาดได้ โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มลูกค้าระดับบนไม่ว่าจะเป็นสินค้าที่มีสมรรถนะสูงที่สามารถครองตลาดบนหรือสินค้าตามสมัยนิยม เป็นต้น

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท มีโรงงานตั้งอยู่ที่ เลขที่ 317 หมู่ 4 ซอย 6 ซี่ นิคมอุตสาหกรรมบางปู ต.แพรกษา อ.เมืองสมุทรปราการ จ. สมุทรปราการ ประกอบไปด้วยอาคารที่ทำการสำนักงานใหญ่ สำนักงานโรงงาน โรงเก็บสินค้า และวัตถุดิบ โรงผสมสารเคมีกับยาง โรงงานผลิตยางใน โรงงานผลิตยางนอก และโรงงานแห่งที่ 2 ตั้งอยู่เลขที่ 865/1 หมู่ 4 ซอย 11 ซี่ นิคมอุตสาหกรรมบางปู ต.แพรกษา อ.เมืองสมุทรปราการ จ. สมุทรปราการ ประกอบไปด้วย สำนักงานโรงงาน โรงงานเก็บสินค้า และบริษัทได้ซื้อที่ดินเพื่อก่อสร้างโรงงานแห่งที่ 3 โดยพื้นที่ดังกล่าวอยู่ในเขตติดกับนิคมอุตสาหกรรมบางปู ซึ่งเป็นสถานที่ตั้งของโรงงานแห่งที่ 1 และ แหล่งโรงงานที่ 2 เพื่อรองรับกำลังการผลิต

- กำลังการผลิตทั้งหมด

กำลังการผลิตและปริมาณการผลิตจริงของบริษัท ปี 2560-2562

	2562	2561	2560
กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : เส้น / ปี)			
- ยางนอก	24,594,000	20,380,500	21,210,000
- ยางใน	28,200,000	22,500,000	25,767,000
ปริมาณการผลิตจริง (หน่วย : เส้น / ปี)			
- ยางนอก	15,974,513	13,719,247	14,072,187
- ยางใน	19,024,740	18,200,783	21,648,243

➤ **วัตถุดิบ**

บริษัทฯให้ความสำคัญกับระบบควบคุมคุณภาพของสินค้าโดยมีการคัดสรรวัตถุดิบ การตรวจสอบและการควบคุมคุณภาพก่อนการอนุมัติสั่งซื้อและนำเข้าเข้าสู่กระบวนการผลิต นอกจากนี้บริษัทฯยังมีนโยบายสำรองวัตถุดิบจากต่างประเทศไว้ประมาณ 4 สัปดาห์และวัตถุดิบในประเทศประมาณ 2 สัปดาห์ สำหรับวัตถุดิบหลักในการผลิตมีประมาณ 10 ชนิด ตามสัดส่วนการนำเข้าและการสั่งซื้อจากภายในประเทศ ในปี 2562 จากประเทศผู้จำหน่ายดังต่อไปนี้

ประเภท	สัดส่วนการสั่งซื้อ (%) /ซื้อจากประเทศ
1. ไนลอน (Nylon Cord)	57.20 % จากประเทศจีน 24.36 % จากประเทศไต้หวัน 18.44 % จากประเทศไทย
2.ยางสังเคราะห์ (Butyl Rubber)	95.08 % จากประเทศรัสเซีย 4.92 % จากประเทศญี่ปุ่น
3.ยางสังเคราะห์ (Synthetic Rubber)	88.16 % จากประเทศเกาหลี 11.04 % จากประเทศไทย 0.72 % จากประเทศไต้หวัน 0.08 % จากประเทศจีน
4. ยางพารา (Natural Rubber)	100 % จากประเทศไทย
5. ผงคาร์บอน (Carbon Black)	80.12 % จากประเทศจีน 19.63 % จากประเทศไทย 0.25 % จากประเทศไต้หวัน
6. แคลเซียมคาร์บอเนต (Calcium carbonate)	100 % จากประเทศไทย
7. เส้นลวด (Bead Wire)	65.11 % จากประเทศจีน 34.89 % จากประเทศไทย
8. สารเคมี (Zinc Oxide)	92.91 % จากประเทศไทย 7.09 % จากประเทศไต้หวัน
9. ยางรีเคลม (Reclaimed Rubber)	43.41 % จากประเทศอินเดีย 28.94 % จากประเทศจีน 26.57 % จากประเทศไต้หวัน 1.08 % จากประเทศไทย
10.ดินเคลโอคีน (Crown Clay)	100 % จากประเทศไทย

แม้ว่าบริษัทฯ จะไม่มีการทำสัญญาซื้อขายวัตถุดิบระยะยาวกับผู้จำหน่ายรายใด แต่ทางบริษัทฯ มีผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบหลักอย่างน้อย 2 รายขึ้นไปที่ทำการซื้อขายอยู่ ดังนั้นทางบริษัทฯ จึงไม่เคยประสบปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ เนื่องจากมีแหล่งซื้อวัตถุดิบหลายแหล่งทั้งในประเทศและต่างประเทศ สำหรับวัตถุดิบบางชนิดซึ่งบริษัทฯ ในกลุ่มจะต้องมีการใช้เหมือนกัน บริษัทแม่จะเป็นตัวแทนในการจัดหาและเจรจาต่อรองเรื่องราคาให้กับบริษัทในกลุ่ม ทำให้บริษัทฯ ซื้อวัตถุดิบได้ในราคาที่ถูกลงกว่า ทั้งนี้บริษัทฯ จะเป็นผู้ชำระเงินค่าวัตถุดิบนั้นโดยตรงกับบริษัทผู้จำหน่าย

บริษัทฯ มีแหล่งซื้อวัตถุดิบจาก 2 แหล่งคือ

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

บริษัทฯ สั่งซื้อวัตถุดิบโดยตรงมากกว่าการสั่งซื้อผ่านคนกลางจึงสามารถควบคุมต้นทุนค่าใช้จ่ายและยังสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบริษัทฯ กับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัตถุดิบอีกด้วย

- มูลค่าการสั่งซื้อวัตถุดิบแบ่งตามการซื้อ โดยตรงและซื้อผ่านคนกลาง (Broker) ปี 2560 – 2562

	2562		2561		2560	
แหล่งที่มาของวัตถุดิบ	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
ซื้อโดยตรง	1,101.37	83.85	916.24	78.95	1,236.60	85.63
ซื้อผ่านคนกลาง(Broker)	212.09	16.15	244.35	21.05	207.47	14.37
รวม	1,313.46	100	1,160.59	100	1,444.07	100

- มูลค่าการสั่งซื้อวัตถุดิบจากในประเทศและต่างประเทศในปี 2560-2562

	2562		2561		2560	
แหล่งที่มาของวัตถุดิบ	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
ในประเทศ	491.92	37.45	394.72	34.01	588.35	40.74
ต่างประเทศ	821.54	62.55	765.87	65.99	855.72	59.26
รวม	1,313.46	100	1,160.59	100	1,444.07	100

การสั่งซื้อวัตถุดิบในปี 2562 มากกว่าปี 2561 ประมาณ 13.17% ซึ่งสาเหตุหลักๆเนื่องจากปริมาณการผลิตของยางนอกเพิ่มขึ้นจากปี 2561 ประมาณ 15% และยางในเพิ่มขึ้นประมาณ 3.5% ทำให้การสั่งซื้อวัตถุดิบเพิ่มขึ้นตามไปด้วย สำหรับราคายางธรรมชาติและยางสังเคราะห์ลดลงเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ซึ่งสาเหตุหลักๆยังคงมาจากปัญหาสงครามทางการค้าสหรัฐอเมริกา – จีน และเศรษฐกิจโลกที่ยังอยู่ในภาวะชะลอตัว ในด้านสินค้าฟอสคาร์บอน (Carbon black) และเคมีอื่นๆหลังจากที่มีการปรับตัวสูงสุดในรอบหลายปีที่ผ่านมาในต้นปี 2561 จากนโยบายเรื่องสิ่งแวดล้อมของประเทศจีน แต่หลังจากนั้นราคาก็มีการปรับลดลงอย่างต่อเนื่อง ภาพรวมราคาวัตถุดิบในปีที่ผ่านมา ยังคงมีการปรับลดลงเล็กน้อยตามความต้องการของตลาดที่ลดลง ซึ่งคาดว่าในปีหน้าราคายังคงรักษาอยู่ในระดับเดิมต่อไป

➤ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ ได้ปฏิบัติตามเกณฑ์การควบคุมมลพิษและของเสียจากโรงงานให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานของการนิคมอุตสาหกรรม ซึ่งสอดคล้องกับข้อบัญญัติกฎหมายที่เกี่ยวข้องในปัจจุบันและไม่มีมลพิษจากการผลิตที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

➤ การจัดการน้ำเสีย

เนื่องจากในกระบวนการผลิตจะมีการปล่อยน้ำเสีย จากกระบวนการต่างๆ ผลที่ตามมาคือ มีน้ำเสียจากการผลิตเกิดขึ้น ซึ่งน้ำเสียส่วนใหญ่มาจากน้ำหล่อเย็นของเครื่องกล เพื่อให้คุณภาพน้ำได้มาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด ทางบริษัทฯ ได้ลงทุนจัดทำบ่อดักน้ำมัน จำนวน 2 บ่อซึ่งระบบการทำงานของบ่อบำบัดน้ำเสีย จะมีการดักไขมันก่อนปล่อย และปรับค่า 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

➤ การกำจัดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ใช้แล้ว

ระบบการกำจัดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ใช้แล้วของทางบริษัท จะทำการคัดแยกขยะแต่ละประเภทก่อนทิ้งและได้ว่าจ้างบริษัท บางปู เอ็นไวรอนเม้นทอล คอมเพล็กซ์ จำกัด ภายใต้การเก็บขนขยะของ บริษัท เวสต์ แมเนจเม้นท์ สยาม จำกัด ซึ่งมีความเชี่ยวชาญพิเศษและมีประสบการณ์ในการให้การบริหารธุรกิจด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม และการกำจัดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ใช้แล้ว เพื่อนำไปกำจัดให้ถูกต้อง ซึ่งเป็นบริษัทที่ได้รับอนุญาตจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม และได้รับใบอนุญาตถูกต้องตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรมนอกจากนั้นบริษัทฯ ยังได้แต่งตั้งเจ้าหน้าที่เพื่อดูแลด้านอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานเพื่อปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาให้สถานประกอบการไม่ให้มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

➤ **การจัดการด้านมลภาวะทางอากาศ**

1. ในขั้นตอนการผลิตยางของบริษัทอาจก่อให้เกิดการฟุ้งกระจายของฝุ่นละออง บริษัทฯ จึงเลือกใช้ระบบเครื่องดูดฝุ่น ในการรวบรวมฝุ่นละอองเพื่อป้องกันการกระจายตัวสู่ภายนอกและบำบัดโดยระบบดักกรองก่อนปล่อยสู่อากาศภายนอกเพื่อป้องกันปัญหาและเพื่อประสิทธิภาพที่ดีเลิศ ให้สามารถควบคุมมลภาวะให้เป็นไปตามข้อกำหนด ทั้งนี้เพื่อความสะอาดในสถานที่ทำงานและพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อม อีกทั้งบริษัทฯ ได้ติดตั้งระบบกำจัดฝุ่นผงบริเวณพื้นที่การผสมยาง โดยการติดตั้งระบบ เครื่องดูดฝุ่นละออง Xylo ขนาด 20 แรงม้าจำนวน 9 ตัว และใช้ระบบลำเลียงคาร์บอนแบบอัตโนมัติ Vertical screw feeder แทนระบบการส่งคาร์บอนโดยใช้ถั่วลิสง ซึ่งก่อให้เกิดการรั่วของฝุ่นละอองคาร์บอนสู่ภายนอก
2. บริษัทฯ ได้ใช้ก๊าซธรรมชาติเป็นเชื้อเพลิงในการผลิตไอน้ำที่ (Boiler) ทำให้ช่วยลดต้นทุนในการผลิตและเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้น
3. บริษัทฯ ได้ทำการตรวจเช็คอากาศจากปล่อง Boiler ที่ปล่อยอากาศที่เป็นมลพิษออกสู่สิ่งแวดล้อม โดยการจ้าง บริษัท ซี.ที. เอ็นไวรอนเมนต์ แอนด์ เคมีคัล จำกัด เพื่อทำการตรวจประเมินและควบคุมการปล่อยมลพิษจาก Boiler ปีละ 2 ครั้ง
4. บริษัทฯ ได้จัดให้มีการตรวจสอบสภาพแวดล้อมในการทำงาน 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 ประเทศจีนเข้ามาทำตลาดภายในประเทศโดยเป็นสินค้าที่มีต้นทุนต่ำ แต่บริษัทยังคงรักษาคุณภาพสินค้าและมาตรฐานการผลิตเพื่อให้เป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้บริโภค

สำหรับคู่แข่งรายใหม่ในต่างประเทศนั้น การที่บริษัทฯ เป็นบริษัทในเครือของ บริษัท ฮัฟฟิงเบอร์ อินดัสทรี จำกัด หรือ “HFR” ประเทศไต้หวัน ซึ่งดำเนินการและมีความชำนาญในธุรกิจด้านนี้มาเป็นเวลานาน รวมทั้งมีฐานการผลิตและจำหน่ายในหลายประเทศ ทำให้มีเครือข่ายการตลาดที่ครอบคลุมและมีศักยภาพเพียงพอที่จะแข่งขันในตลาดต่างประเทศได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงได้รับผลกระทบเรื่องการแข่งขันทางด้านราคาขาย โดยเฉพาะคู่แข่งที่มีฐานการผลิตในประเทศจีนซึ่งมีศักยภาพในส่วนของต้นทุนการผลิตอย่างมาก ทั้งนี้เนื่องจากวัตถุดิบต่างๆ โดยเฉพาะในส่วนของไนล่อน ผงคาร์บอนและสารเคมีที่เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตสินค้าทั้งยางนอกและยางในนั้น ส่วนใหญ่บริษัทจะนำเข้าจากประเทศจีน เพราะสินค้าจากจีนจะมีราคาถูกกว่าแหล่งอื่นๆ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ป้องกันความผันผวนจากราคาวัตถุดิบโดยการทบทวนและปรับราคาขายสินค้า จึงเป็นเหตุให้ราคาสินค้าของบริษัทสามารถแข่งขันได้ในท้องตลาด รวมถึงบริษัทฯ ยังคงมีศักยภาพในการรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ไว้ได้คงที่ จึงนับว่าบริษัทฯ มีจุดเด่นในการแข่งขันในตลาดโลกได้ไม่แพ้คู่แข่งรายอื่นๆ และทำให้ยังคงรักษาสถานะลูกค้าปัจจุบันไว้ได้

3.1.2 ปัจจัยเสี่ยงจากการแข่งขันกันเองระหว่างบริษัทในเครือ

เนื่องจากบริษัทฯ ในเครือ มีการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ซึ่งอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน ดังนั้นบริษัทแม้จะยังคงยึดนโยบายการบริหารจัดการ การแบ่งตลาดและระดับของผลิตภัณฑ์ระหว่างบริษัทในเครืออย่างชัดเจน อีกทั้งยังคอยควบคุมบริษัทในเครือให้ดำเนินการไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ซึ่งในปัจจุบัน นับว่ามีลูกค้าทั้งรายใหญ่และรายย่อยจำนวนมาก ได้มีความสนใจในสินค้าของบริษัทฯ จากโรงงานในประเทศไทย หากแต่บริษัทฯ จะต้องมีการแจ้งเพื่อตรวจสอบรายการลูกค้าที่อาจซ้ำในตลาดเดียวกันก่อนในเบื้องต้นทุกครั้ง ทั้งนี้เพื่อป้องกันปัญหาเรื่องการแข่งขันกันเองระหว่างบริษัทในเครือ ทั้งนี้ในการแบ่งตลาดนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยทางข้อได้เปรียบของพื้นที่ตลาด ปัจจัยด้านภาษีนำเข้า 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 ดังนั้นปัจจัยเสี่ยงในการแย่งตลาดจึงเป็นไปได้ยาก ประกอบกับความสัมพันธ์ทางการค้าที่มีมานาน ในส่วนของบริษัทฯ เองก็ยังคงจำหน่ายสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้า “DUNLOP” ซึ่งเป็นลิขสิทธิ์ของบริษัท Sumitomo Rubber และบริษัทฯ ยังสามารถนำความรู้มาพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าอันเป็นลิขสิทธิ์ของบริษัทฯ ให้ดียิ่งขึ้น

3.1.4 ปัจจัยเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

- ความเสี่ยงจากการซื้อขาย

ปัจจุบันรายได้ของบริษัทฯ ยังคงมาจากธุรกิจส่งออกเป็นหลักคิดเป็นร้อยละ 69.01 ในปี 2561 และร้อยละ 70.11 ในปี 2562 ซึ่งยังคงประกอบไปด้วยสกุลเงินต่างประเทศ 2 สกุลหลัก ได้แก่ ดอลลาร์สหรัฐและยูโร ดังนั้นความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนจึงยังคงมีส่วนสำคัญที่อาจส่งผลกระทบต่อสถานะทางการเงินของบริษัทฯ อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ยังคงต้องควบคุมและติดตามสถานการณ์ค่าเงินบาทต่อสกุลเงินต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถประมาณการและแก้ไขปัญหาการขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนได้ทันเวลา ทั้งนี้บริษัทฯ ยังคงบริหารอัตราแลกเปลี่ยนโดยการจับคู่ระหว่างสินทรัพย์และหนี้สินที่มีสกุลเงินเดียวกัน (Naturally Hedged) คือ ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งสามารถลดความเสี่ยงในด้านอัตราแลกเปลี่ยนได้ในระดับหนึ่ง

- ความเสี่ยงจากการกู้เงิน

ในปี 2562 บริษัทไม่มีการกู้เงินจากสถาบันการเงิน

3.1.5 ปัจจัยเสี่ยงในเรื่องของราคาสินค้าและวัตถุดิบผันแปรไปตามราคาตลาดโลก

ด้านราคาน้ำมันดิบมีการปรับตัวลดลงจากปีที่แล้ว เนื่องจากตลาดเผชิญกับความกังวลของอุปทานน้ำมันดิบที่มีแนวโน้มสั้นตลาด จากปริมาณการผลิตของผู้ผลิตนอกกลุ่มโอเปกที่ปรับเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ในขณะที่ความต้องการใช้น้ำมันโลกยังคงเผชิญกับความกังวลหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นปัญหาเรื่องสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีน การแยกตัวออกจากสหภาพยุโรปของสหราชอาณาจักร (Brexit) รวมถึง การขึ้นอัตราดอกเบี้ยของธนาคารกลางสหรัฐฯ ส่งผลให้การบริโภคและการลงทุนของทั่วโลกมีแนวโน้มชะลอตัวลง

สำหรับยางธรรมชาตินั้น ถึงแม้ในปีที่ผ่านมาจะมีบริษัทผู้ผลิตยางล้อจากประเทศจีนย้ายฐานการผลิตมาที่ประเทศไทยเป็นจำนวนมากก็ตาม แต่ในปีที่ผ่านมาราคาก็ยังไม่มีมีการปรับตัวสูงขึ้น โดยเฉลี่ยแล้วยังคงอยู่ในระดับที่ต่ำ ซึ่งราคายางแท่ง STR20 อยู่ที่ 44-45 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งสาเหตุหลักๆ ยังคงมาจากปัญหาสงครามทางการค้าสหรัฐอเมริกา – จีน และเศรษฐกิจโลกที่ยังอยู่ในภาวะชะลอตัว

ในส่วนของการสังเคราะห์โดยรวมแล้วในปีที่ผ่านมาราคาก่อว่าต่ำที่สุดในรอบหลายปี ซึ่งอยู่ในทิศทางเดียวกันกับยางธรรมชาติ สาเหตุหลักๆเนื่องมาจากปริมาณความต้องการของตลาดค่อนข้างซบเซา

คาร์บอนแบล็คและเคมี หลังจากที่มีการปรับตัวสูงสุดในรอบหลายปีที่ผ่านมาในต้นปี 2561 จากนโยบายเรื่องสิ่งแวดล้อมของประเทศจีน แต่หลังจากนั้นราคาก็มีการปรับลดลงอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งในปีที่ผ่านมาราคาก็ยังคงมีการปรับลดลงเล็กน้อยตามความต้องการของตลาดที่ลดลง

โดยภาพรวมแล้วในปี 2563 แนวโน้มที่วัตถุดิบจะขาดตลาดและราคาผันผวนนั้นเป็นไปได้ค่อนข้างน้อย นอกจากจะเกิดภาวะสงครามขึ้น ซึ่งสาเหตุหลักมาจากปริมาณซัพพลายที่เพียงพอ ทั้งนี้คงต้องดูผลการเลือกตั้งประธานาธิบดีของสหรัฐอเมริกาในปี 2563 อีกที อย่างไรก็ตามบริษัทยังคงมีการหาวัตถุดิบแหล่งใหม่เพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อควบคุมต้นทุนในการผลิตและป้องกันสภาวะการขาดตลาดของวัตถุดิบ

3.1.6 ปัจจัยเสี่ยงจากความเสียหายของเครื่องจักร

เนื่องจากบริษัทฯ ดำเนินการผลิตถึงวันละ 2กะ ดังนั้นหากเครื่องจักรได้รับความเสียหายจนทำให้การผลิตต้องหยุดชะงัก ย่อมก่อให้เกิดความเสียหายต่อกำลังการผลิตได้ ทั้งนี้บริษัทฯ มีระบบการตรวจสอบและมีการวางแผน การตรวจเช็คสภาพเครื่องจักรเป็นประจำทุกปี พร้อมทั้งแผนการบำรุงรักษาซ่อมแซมเครื่องจักรทุกเดือน มีการเตรียม พร้อมทั้งก่อนจะเริ่มเดินเครื่องทำการผลิต บริษัทฯ จะทำการตรวจสอบ และซ่อมแซมใหญ่ปีละ 2 ครั้งโดยจะใช้โอกาส วันหยุดสำคัญที่ติดต่อกันนานได้แก่ ช่วงเทศกาลสงกรานต์ และเทศกาลปีใหม่ ซึ่งจะไม่ส่งผลกระทบต่อการผลิต

3.1.7 ปัจจัยเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ

ในปี 2562 บริษัทฯ ไม่ได้รับผลกระทบจากภัยธรรมชาติใดๆ

3.2 ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการ

3.2.1 ปัจจัยเสี่ยงจากความเป็นอิสระในการกำหนดนโยบายการดำเนินงาน

บริษัทฯ มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่คือ HFR ซึ่งเป็นบริษัทแม่ที่ได้ถือหุ้นในบริษัทฯ ร้อยละ 50.42 ของจำนวนหุ้นบริษัทฯ จึงทำให้บริษัทแม่สามารถควบคุมเสียงส่วนใหญ่ในที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้ อย่างไรก็ตามนโยบายของบริษัทแม่ก็จะไม่แทรกแซงและให้อิสระในการดำเนินงาน โดยบริษัทแม่จะเป็นผู้สนับสนุนและช่วยเหลือมากกว่า อีกทั้งยังหาลูกค้าต่างประเทศให้กับบริษัท ส่วนการสั่งซื้อวัตถุดิบ บริษัทจะมีความเป็นอิสระและตัดสินใจได้เอง หากบริษัทฯ ได้รับเงื่อนไขและราคาที่ดีกว่า ปัจจุบันสัดส่วนของการสั่งซื้อวัตถุดิบส่วนใหญ่แล้วบริษัทจะเป็นผู้สั่งซื้อจากผู้ผลิตและจำหน่ายวัตถุดิบโดยตรง มีการสั่งซื้อวัตถุดิบจากบริษัทแม่เพียงร้อยละ 1.08 ของมูลค่าวัตถุดิบทั้งหมดในปี 2562 อย่างไรก็ตามจากการดำเนินงานที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่าบริษัทแม่มีการกำหนดนโยบายการดำเนินงานที่ค่อนข้างชัดเจน มีการแบ่งตลาดกลุ่มลูกค้า นอกจากนี้บริษัทแม่ก็เป็นบริษัทมหาชนในตลาดหลักทรัพย์ที่ประเทศไต้หวันซึ่งจะปฏิบัติให้ถูกต้องตามกฎหมายเช่นกัน

3.2.2 การบริหารที่พึงพึงผู้บริหารหรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่

บริษัทฯ เป็นบริษัทในเครือของ HFR ซึ่งถือหุ้นในบริษัทร้อยละ 50.42 บริษัทแม่เป็นบริษัทที่ตั้งอยู่ที่ประเทศไต้หวันซึ่งมีบริษัทในเครือหลายแห่งกระจายอยู่ตามประเทศต่างๆ บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายยางนอกและยางในภายใต้เครื่องหมายการค้า “DURO” “Q-UICK” “PREMIUM HFT” “ASCENT” และ “DUNLOP” มาเป็นระยะเวลานาน ทั้งนี้เพื่อให้สินค้ามีคุณภาพและราคาที่ได้มาตรฐานเดียวกัน รวมทั้งป้องกันการแข่งขันกันเองภายในกลุ่ม บริษัทในกลุ่มจะต้องใช้เทคโนโลยีการผลิตร่วมกัน ส่วนนโยบายการตลาดและการกำหนดราคาเป็นการตกลงร่วมกันระหว่างบริษัทฮิวฟฯและบริษัทแม่ เนื่องจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ต้องพึ่งพิงบริษัทแม่เป็นผู้กำหนดนโยบายการบริหารงานทำให้บริษัทมีความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจหากมีการเปลี่ยนแปลงผู้ถือหุ้นรายใหญ่ แต่อย่างไรก็ตามบริษัทแม่ยังคงนโยบายการสนับสนุนการตลาดต่างประเทศให้กับบริษัทในเครืออย่างชัดเจนเพื่อให้ภาพรวมของกลุ่มมีความแข็งแกร่งทางด้านการตลาดต่างประเทศและป้องกันการแข่งขันของธุรกิจในกลุ่มเดียวกัน รวมทั้งสามารถแข่งขันกับบริษัทนอกกลุ่มได้ นอกจากนี้บริษัทฯ ได้มีการเพิ่มสัดส่วนการจำหน่ายภายในประเทศและต่างประเทศให้มากขึ้นโดยที่บริษัทจะทำการตลาดเองและไม่มีการแทรกแซงจากบริษัทแม่ รวมถึงเรื่องราคาขายด้วย และแสวงหาตลาดต่างประเทศที่ไม่ซ้ำซ้อนกับที่ได้รับการสนับสนุนจากบริษัทแม่และบริษัทในเครือ

สำหรับผู้ถือหุ้นอีกรายที่สำคัญคือ บริษัท Sumitomo Rubber ซึ่งถือหุ้นร้อยละ 10.18 ในบริษัทแม่ และถือเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่รายหนึ่ง ซึ่งบริษัทแม่และบริษัทฯ (HFT) อาจจะได้รับผลกระทบหากบริษัท Sumitomo Rubber ถอนหุ้นออกไป เพราะรายได้บางส่วนมาจากผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้า DUNLOP และการสนับสนุนทางเทคโนโลยีการผลิตให้กับบริษัทแม่และบริษัทฯ (HFT) อย่างไรก็ตามบริษัท Sumitomo Rubber มีความสัมพันธ์ที่ดีและติดต่อธุรกิจกับทางบริษัทแม่และบริษัทฯ (HFT) มาเป็นเวลานาน

กล่าวโดยสรุปหากบริษัทฯ ไม่ได้รับความช่วยเหลือจากผู้ถือหุ้นรายใหญ่อีกครั้งที่กำลังกล่าวมาแล้วนั้น บริษัทฯ ก็สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้จากความมั่นคงในฐานะทางการเงินของบริษัทฯ และความสามารถทางการตลาด ดังจะเห็นได้ว่าบริษัทฯ มีการขยายตลาดในประเทศอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้บริษัทฯ มีความสัมพันธ์ที่ดีมาอย่างยาวนาน กับบริษัทแม่และบริษัท Sumitomo Rubber ก็เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความร่วมมือที่ดีตลอดมา

3.2.3 การกำหนดนโยบายการขาย

บริษัทฯ มีการกำหนดนโยบายการขาย และดำเนินธุรกิจโดยตระหนักถึงการให้ความสำคัญต่อลูกค้า และคู่ค้า ของบริษัทฯ มุ่งเน้นในเรื่องคุณภาพของสินค้าและราคาที่เหมาะสม ตลอดจนการจัดส่งสินค้าได้ตามกำหนดเวลา เพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันได้ทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 สินทรัพย์หลักของบริษัทฯ บริษัทย่อย และบริษัทร่วม

4.1.1 ทรัพย์สินหลักของบริษัทฯ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 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
ที่ดิน โรงงานที่ 3 มีเนื้อที่ 27 ไร่ 3 งาน 72.8 ตารางวา	บริษัท เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	206.98	จำนอง
ห้องชุด 2 ที่จำนวน 4 ห้อง	บริษัท เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	8.28	ไม่มี
อาคารและสิ่งปลูกสร้าง ตั้งอยู่ในที่ดิน เดียวกับบริเวณโรงงาน	บริษัท เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	319.72	ไม่มี
เครื่องจักรและอุปกรณ์เครื่องจักร	บริษัท เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	485.52	ไม่มี
เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	บริษัท เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	2.16	ไม่มี
ยานพาหนะ	บริษัท เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	14.65	ไม่มี
สินทรัพย์ที่อยู่ระหว่างการก่อสร้างและ เครื่องจักรระหว่างติดตั้ง	บริษัท เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	213.68	ไม่มี

4.1.2 ทรัพย์สินหลักของบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 มีดังนี้

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าทางบัญชี (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
ที่ดินที่ประเทศอินโดนีเซีย มีเนื้อที่ 163,510 ตารางเมตร(ยังไม่นำมาใช้ในการดำเนินงาน ในปี 2562)	บริษัทย่อย เป็นเจ้าของ กรรมสิทธิ์	220.79	ไม่มี

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย

บริษัทฯ มีนโยบายในการลงทุน

- การลงทุนระยะสั้นและระยะยาวที่เป็นประโยชน์ สามารถสร้างรายได้ให้กับบริษัทฯ โดยการลงทุนในบริษัทย่อยเพื่อประกอบธุรกิจ การลงทุนในพันธบัตรหรือตราสารที่มีมูลค่า ตลอดจนธุรกิจอื่นๆ ภายใต้วัตถุประสงค์ของบริษัทฯ
- บริษัทฯ จัดตั้งบริษัทย่อยที่ประเทศอินโดนีเซีย ภายใต้ชื่อ บริษัท ฮิวฟรับเบอร์ (อินโดนีเซีย) จำกัด เนื่องจากเป็นประเทศที่มีประชากรมากเป็นอันดับที่ 4 ของโลก โดยบริษัทฯ ซึ่งมีนโยบายการลงทุนในธุรกิจเพื่อผลิตและจำหน่ายยางนอก ยางใน โดยเป็นการลงทุนในสัดส่วนที่บริษัทฯ สามารถเข้าร่วมบริหารจัดการและกำหนดแนวทางของธุรกิจดังกล่าว ปัจจุบันบริษัทฯ มีการชะลอการลงทุนที่ประเทศอินโดนีเซีย เนื่องจากการมุ่งเน้นการลงทุนขยายการผลิตของบริษัทฯ ในประเทศไทย ส่วนการลงทุนในที่ดินที่ได้จัดซื้อไปแล้วนั้น บริษัทฯ จะดำเนินการในส่วนของการจัดเก็บสินค้าที่นำเข้าสินค้าจากประเทศไทย เพื่อจัดจำหน่าย ตลอดจนการศึกษาช่องทางจำหน่ายและกระจายสินค้าเพิ่มเติม

4.3 นโยบายการลงทุนในบริษัทร่วม

บริษัทฯ มีนโยบายมุ่งเน้นขยายการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการ นำเข้า ส่งออก จัดซื้อ และจำหน่ายผลิตภัณฑ์รถจักรยาน รถจักรยานยนต์ ยางรถสำหรับยานพาหนะทุกประเภท รวมถึงอะไหล่และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง โดยการลงทุนดังกล่าวอยู่ในสัดส่วนที่เหมาะสม ปัจจุบันบริษัทฯ มุ่งเน้นธุรกิจการผลิตเพียงอย่างเดียว จึงจดทะเบียนเลิกบริษัท จี 1 ไร่ อินเตอร์ เนชั่นแนล เทคคิง จำกัด เมื่อวันที่ 10 มกราคม 2561 การเลิกบริษัท แล้วเสร็จและได้รับเงินคืน เมื่อวันที่ 3 พฤษภาคม 2561 และจดทะเบียนเลิกบริษัท ดี อีเซ็นท์ (ไทยแลนด์) จำกัด เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2561 โดยบริษัทฯ ได้รับเงินลงทุนบางส่วนคืนจากการเลิกบริษัท ดี อีเซ็นท์ (ไทยแลนด์) จำกัด ปัจจุบันอยู่ในระหว่างชำระบัญชี

4.4 สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนที่สำคัญในการประกอบธุรกิจ

-ไม่มี-

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

5.1 คดีที่บริษัท ฮิวฟรับเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) ดำเนินการฟ้องร้องคดีต่อศาล

(5.1.1) คดีของศาลจังหวัดสมุทรสาคร ความแพ่ง คดีหมายเลขแดงที่ 663-666/2560 คดีระหว่าง บริษัท ฮิวฟรับเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) โจทก์ กับ บริษัท โยโกอัลลอย วิลส์ จำกัด จำเลย (ข้อหาผิดสัญญาซื้อขาย) โดยเมื่อวันที่ 28 มิถุนายน 2560 ศาลจังหวัดสมุทรสาคร มีคำพิพากษาให้บริษัท โยโกอัลลอย วิลส์ จำกัด ชำระเงิน 173,960,065.24 บาทพร้อมดอกเบี้ยร้อยละ 7.5 ต่อปี เป็นต้นไปจนกว่าชำระเสร็จแก่บริษัท ฮิวฟรับเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน)

และเมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2560 เจ้าพนักงานบังคับคดีจังหวัดพิษณุโลก นำยึดทรัพย์ของบริษัท โยโกอัลลอย วิลส์ จำกัด ที่สำนักงานสาขา ตั้งอยู่เลขที่ 121/2 หมู่ที่ 4 ตำบลสมอแข อำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก โดยทรัพย์ที่ยึดมีจำนวน 46 รายการ ราคาประเมินรวม 3,523,892.95 บาท

(5.1.2) คดีของศาลจังหวัดสมุทรสาคร ความแพ่ง คดีหมายเลขแดงที่ ข.12/2561 คดีระหว่าง บริษัท ฮิวฟรับเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) โจทก์ กับ บริษัท โยโกอัลลอย วิลส์ จำกัด จำเลย และ บริษัท โยโกเซลส์ แอนด์ทรีบิวชั่น จำกัด ผู้ร้อง (คดีร้องขอจัดทรัพย์)

เมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2562 ศาลอุทธรณ์คำพิพากษายกคำร้องของผู้ร้อง (พิพากษาขึ้น) ที่เจ้าพนักงานบังคับคดีจังหวัดพิษณุโลก ยึดทรัพย์ของ บริษัท โยโก อัลลอย วิลส์ จำกัด ที่สำนักงานสาขา ตั้งอยู่เลขที่ 121/2 หมู่ที่ 4 ตำบลสมอแข อำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก โดยทรัพย์ที่ยึดมีจำนวน 46 รายการ ราคาประเมินรวม 3,523,892.95 บาท

เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2562 บริษัท โยโกเซลส์ แอนด์ทรีบิวชั่น จำกัด ผู้ร้อง ยื่นคำร้องขออนุญาตฎีกา พร้อมยื่นฎีกาคำพิพากษาศาลอุทธรณ์

(5.1.3) คดีของศาลจังหวัดสมุทรสาคร ความแพ่ง คดีหมายเลขดำที่ พ.331/2562 คดีระหว่าง บริษัท ฮิวฟรับเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) โจทก์ กับ บริษัท โยโก อัลลอย วิลส์ จำกัด ที่ 1 บริษัท โยโก แมนูแฟกเจอร์ จำกัด ที่ 2 จำเลย (ข้อหาเพิกถอนนิติกรรมการจดทะเบียนโอนกรรมสิทธิ์เครื่องจักร) ศาลจังหวัดสมุทรสาคร นัดพร้อมเพื่อฟังผล (คดีอาญาอาญา คดีหมายเลขดำที่ อ.631/2562) ในวันที่ 8 เมษายน 2563

(5.1.4) ศาลจังหวัดสมุทรสาคร ความอาญา คดีหมายเลขดำที่ อ.6243/2561 คดีระหว่างบริษัท ฮิวฟรับเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) โจทก์ บริษัท โยโก อัลลอย วิลส์ จำกัด ที่ 1 กับพวกรวม 4 คน จำเลย (ข้อหาโกงเจ้าหนี้ด้วยการชักย้ายถ่ายเทสินค้า) ศาลจังหวัดสมุทรสาคร นัดพร้อมเพื่อกำหนดวันนัดสืบพยานใน วันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2563

(5.1.5) คดีของศาลจังหวัดสมุทรสาคร ความอาญา คดีหมายเลขดำที่ อ.631/2562 คดีระหว่าง บริษัท ฮิวฟรับเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) โจทก์ กับ บริษัท โยโก อัลลอย วิลส์ จำกัด จำเลย (ความผิดฐานโกงเจ้าหนี้ด้วยการโอนกรรมสิทธิ์เครื่องจักร) ศาลจังหวัดสมุทรสาคร นัดพร้อมเพื่อกำหนดวันนัดสืบพยานในวันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2563

5.2 คดีที่บริษัท โยโกอัลลอย วิลส์ จำกัด กับพวกรวม 4 คน เป็นโจทก์ฟ้องบริษัท ฮิวฟรับเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) เป็นจำเลยที่1 นาง ชู หิมัง เฟิน จำเลยที่2 คดีหมายเลขดำที่ อ.3255/2560 ศาลชั้นต้น มีคำพิพากษายกฟ้องคดีที่โจทก์ฟ้องบริษัททุกข้อหา เมื่อวันที่ 24 ธันวาคม 2562

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
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 หมั่นวิจิตร
ผู้สอบบัญชี	:	นางอนุทัย ภูมิสุรกุล ผู้สอบบัญชีรับใบอนุญาตเลขที่ 3873 นายสุวัฒน์ ปัญญาวงค์ขันติ ผู้สอบบัญชีรับใบอนุญาตเลขที่ 3534 นายกฤษณ์ ชัชวาลวงศ์ ผู้สอบบัญชีรับใบอนุญาตเลขที่ 5016 บริษัท ไพรัชวอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส เอเปเอส จำกัด เลขที่ 179/74-80 ชั้น 15 บางกอกชิตีทาวเวอร์ ถนนสาทรใต้ กรุงเทพมหานคร 10120