

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ฮัฟฟิงเบอร์ (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 และรถที่ใช้วิ่งได้เขา-ซาฮาด เป็นต้น บริษัทฯ มีความชำนาญในการผลิตยางนอก ยางในดังกล่าวมานานกว่า 33 ปี บริษัทฯ มีผู้ถือหุ้นใหญ่คือบริษัท ฮัฟฟิง เบอร์ อินดัสทรี จำกัด (ต่อไปเรียกโดยย่อว่า HFR) ซึ่งเป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้หวั่นเป็นระยะเวลามากกว่า 26 ปีซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตยางนอก ยางในสำหรับรถจักรยาน รถจักรยานยนต์ รถยนต์ และรถอุตสาหกรรมที่มีชื่อเสียงในประเทศไต้หวัน บริษัทฯ ได้รับการสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยีและเครือข่ายการตลาดจากบริษัทแม่เพื่อผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้า DURO Q-UICK และเครื่องหมายการค้า DUNLOP ซึ่งเป็นของบริษัท Sumitomo Rubber ประเทศญี่ปุ่นและเป็นผู้ถือหุ้นอยู่ในบริษัทแม่ โดยผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ยังได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานสากล ได้แก่ ISO 9001: 2015 และ ISO 45001: 2018

บริษัทฯ มีสัดส่วนรายได้ภายในประเทศร้อยละ 30.76 และต่างประเทศร้อยละ 69.24 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 จำหน่ายสินค้าให้กับเครือข่ายการตลาด ซึ่งจัดหาโดยบริษัท ฮัฟฟิง เบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) (HFT) บริษัทฮัฟฟิง เบอร์ อินดัสทรี จำกัด (HFR) และบริษัท ฮัฟฟิง เบอร์ (ยูเอสเอ) จำกัด (HFA) ซึ่งเป็นบริษัทตัวแทนในกลุ่ม ทำให้บริษัทฯ สามารถจำหน่ายสินค้าไปยังภูมิภาคต่างๆ ของโลก ได้แก่ อเมริกา ยุโรป เอเชีย แอฟริกา ออสเตรเลีย และ ตะวันออกกลาง

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย ในการดำเนินงานของบริษัท

1.1.1 วิสัยทัศน์

“มุ่งมั่นไปสู่ความเป็นผู้นำทางการค้าผลิตภัณฑ์ยางนอก ยางในที่มีคุณภาพไปทั่วทุกภูมิภาคของโลก”

1.1.2 วัตถุประสงค์

เป็นผู้ผลิตระดับมืออาชีพ มุ่งเน้นความปลอดภัย สร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ และปกป้องสิ่งแวดล้อม

1.1.3 เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

- ขยายส่วนแบ่งการตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศให้มากกว่าเดิม โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศอาเซียนที่ได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีนำเข้า อาทิ เงื่อนไข FTA, กลุ่มการค้า BIMSTEC เป็นต้น ทำให้มีแนวโน้มในการเพิ่มส่วนแบ่งตลาดมากยิ่งขึ้น
- มุ่งหน้าพัฒนาคุณภาพสินค้าให้สามารถแข่งขันในตลาดได้ในระยะยาวและสามารถนำเป็นจุดขายในการแข่งขันกับ คู่แข่งทางด้านราคาในตลาดได้
- เพิ่มประสิทธิภาพในขั้นตอนการผลิตอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการวางแผนเพิ่มกำลังการผลิตตามแนวโน้มความต้องการของตลาดจากการคาดการณ์ล่วงหน้า ทั้งนี้เพื่อความสามารถในการแข่งขันทั้งในด้านการผลิตและต้นทุน รวมถึงสามารถนำส่งสินค้าได้ตรงเวลา รวดเร็วตามความต้องการของลูกค้า
- รักษาความเป็นผู้นำในตลาดหลักๆ โดยได้รับความสนับสนุนจากบริษัทแม่ภายใต้เครื่องหมายการค้า DURO และเครื่องหมายการค้า DUNLOP จาก บริษัท Sumitomo Rubber ของประเทศญี่ปุ่น โดยบริษัทฯ เป็นผู้ผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้า Q-UICK
- เร่งขยายกลุ่มลูกค้าผู้ผลิต หรือ OEM (Original Equipment Manufacturer) ให้มีความมั่นคงและแข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น
- ขายสินค้าที่เพิ่มผลกำไรให้กับบริษัท
- พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้ตรงตามความต้องการของตลาดเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า
- เพิ่มการประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้าให้เกิดขึ้นในระยะยาว โดยการเน้นการเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติโดยเฉพาะตลาดอาเซียนและตลาดลูกค้าใหม่ อาทิ ตะวันออกกลาง ทวีปอเมริกาใต้ และทวีปยุโรป เป็นต้น
- มุ่งมั่นในการสร้างจุดแข็งเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการปฏิบัติตามกฎบัตรต่างๆ รวมถึงโครงการที่เป็นประโยชน์กับสิ่งแวดล้อมและองค์กร อาทิ การผลิตสินค้าที่มีคุณสมบัติเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อสอดคล้องกับกฎบัตรเรื่อง Social Accountability หรือความรับผิดชอบต่อสังคม ทำให้ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองคุณภาพในหลายๆ ประเทศ เป็นข้อได้เปรียบในการขายสินค้าตามที่รัฐบาลแต่ละประเทศเป็นผู้กำหนด เช่น มาตรฐานอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (มอก.) SNI (ประเทศอินโดนีเซีย) MS (ประเทศมาเลเซีย) E-MARK และ REACH และ ROHS (กลุ่มประเทศในเครือสหภาพยุโรป) เป็นต้น
- รักษายอดขาย ควบคุมต้นทุนการผลิตสินค้า ดูแลพนักงาน ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย ให้ได้รับสิทธิประโยชน์

1.2 การเปลี่ยนแปลงและแผนการที่สำคัญ

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

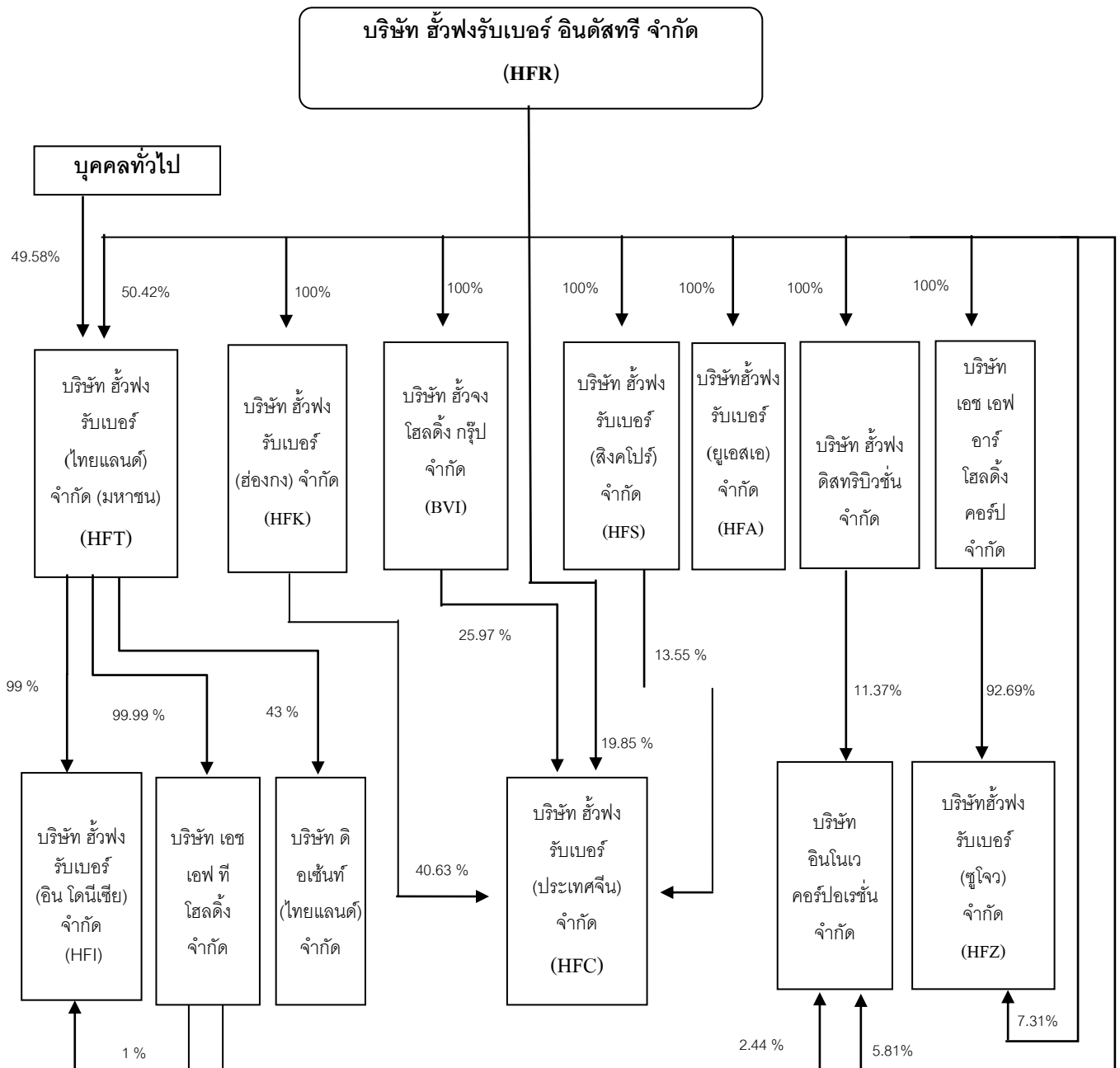
ในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้ผลิตสินค้าตามโครงการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนที่โรงงานแห่งที่ 2 และได้ใช้สิทธิประโยชน์ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลแล้ว

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 ฮัฟฟิงเบอร์ อินดัสทรี จำกัด - HFR เป็นบริษัทแม่ของกลุ่มบริษัทฮัฟฟิง 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 จะเน้นขายที่ประเทศไต้หวันเป็นหลักโดยเฉพาะยางรถจักรยาน ส่วนยางรถจักรยานยนต์มีตลาดยุโรปมารองรับ และตลาดทั่วโลกสำหรับยางรถอุตสาหกรรมอื่นๆ รวมถึงยางรถยนต์แบบเรเดียลที่กำลังขยายตลาดอย่างต่อเนื่อง สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ บริษัทแม่เป็นผู้ให้การสนับสนุนทางการเงินวิจัยและเทคโนโลยีให้กับบริษัทในกลุ่มซึ่งเทคโนโลยียังได้รับความร่วมมือจากพันธมิตรทางธุรกิจ ได้แก่ บริษัท Sumitomo Rubber ของญี่ปุ่นอีกด้วย

บริษัท ฮัฟฟิงเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) - HFT เป็นบริษัทผู้ผลิตและจำหน่าย โดยบริษัทฯ จะเป็นผู้บริหารและกำหนดนโยบายการตลาดในประเทศไทย เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แอฟริกา ตะวันออกกลาง และออสเตรเลีย สำหรับตลาดต่างประเทศแถบยุโรป และทวีปอเมริกา บริษัทฯ จะได้รับการสนับสนุนจากทางบริษัทแม่ บริษัทฯ ผลิตทั้งยางนอก และยางในสำหรับรถจักรยาน รถจักรยานยนต์ รถขนส่งขนาดเล็ก และยางรถที่ใช้วิ่งบนชายหาด-โต้เขาแต่สินค้าที่ผลิตจะเน้นคุณภาพระดับกลางถึงระดับสูง 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 ฮั่วฟงรับเบอร์ (สิงคโปร์) จำกัด – HFS เป็นบริษัท Holding ที่เข้าไปถือหุ้นในบริษัท HFC ในนามของบริษัทแม่ (HFR) โดยไม่มีฐานการผลิตหรือดำเนินการธุรกิจแต่อย่างใด บริษัทจัดตั้งขึ้นเนื่องด้วยหลังจากสงครามกับประเทศจีนในปี 2540 ทำให้บริษัทแม่ HFR ต้องจัดตั้งบริษัทใหม่เป็นบริษัทเพื่อการค้ากับบริษัท HFC

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

บริษัท ฮั่วฟงรับเบอร์ (ชูลิว) จำกัด - HFZ เป็นบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายยางรถยนต์แบบเรเดียลในตลาดโลก

บริษัท ฮั่วฟงรับเบอร์ (อินโดนีเซีย) จำกัด – HFI เป็นบริษัทย่อยของบริษัท ฮั่วฟงรับเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) ปัจจุบันชะลอการก่อสร้างโรงงาน

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

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

บริษัท อินโนเว คอร์ปอเรชั่น จำกัด เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ และธุรกิจนำเข้าและส่งออก

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

บริษัท ดี อีเชนส์ (ไทยแลนด์) จำกัด เป็นบริษัทร่วมของบริษัท ฮั่วฟงรับเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) จัดทะเบียนจัดตั้ง เมื่อ 1 เมษายน 2557 เพื่อขายสินค้าภายนอก ยางใน และอุปกรณ์สำหรับยานพาหนะทุกประเภท การค้าหรือการลงทุนระหว่างประเทศ ตลอดจนตั้งเข้ามาจำหน่ายในประเทศและส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ สินค้ารถจักรยาน รถจักรยานยนต์รวมทั้งอะไหล่ จัดทะเบียนเลิกกิจการเมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2561 ปัจจุบันอยู่ในระหว่างดำเนินการชำระบัญชี

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ความเป็นมาของบริษัท

- พ.ศ. 2532 - บริษัท ฮั่วฟงรับเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (ต่อไปเรียกโดยย่อว่า “บริษัท”) จดทะเบียนจัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 2 มิถุนายน พ.ศ. 2530 โดยมีทุนจดทะเบียน 300,000,000 บาท ชำระเต็มจำนวน ถือหุ้นใหญ่โดยบริษัทแม่คือ บริษัท ฮั่วฟงรับเบอร์ 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 เริ่มจำหน่ายยางนอกและยางในสำหรับรถจักรยานยนต์ให้กับบริษัทรถจักรยานยนต์ฮอนด้าในรูปแบบของ OEM
- พ.ศ. 2545 - บริษัทฯ ได้รับมาตรฐาน ISO 9001: 2000
- บริษัทฯ แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน 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 ผลิตรถยางล้อรถจักรยานยนต์-ไต่เขา
- 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 ซึ่งเป็นหุ้นที่ถือโดยบริษัทฮั่วฟงรับเบอร์ อินดัสทรี จำกัด (HFR)
- บริษัทฯ จัดทำโครงการซื้อหุ้นคืน จำนวน 40,929,800 หุ้น
- พ.ศ. 2554 - บริษัทฯ ได้ดำเนินการเปลี่ยนแปลงการผลิตยางรถจักรยานยนต์ – 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 บาท ชำระเต็มมูลค่าแล้ว 100,000,000 บาท
- บริษัทฯ ได้ร่วมทุนกับบริษัท ดิ 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 เหรียญไต้หวัน ชำระเต็มมูลค่าของทุนจดทะเบียน
- พ.ศ. 2558 - บริษัทฯ เริ่มผลิตและจำหน่ายยางนอกสำหรับรถจักรยานยนต์ ตามที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (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
- ชะลอการก่อสร้างโรงงานในประเทศอินโดนีเซีย
- เพิ่มสายการผลิตยางนอกจักรยานที่โรงงานแห่งที่ 2
- จัดทะเบียนเลิกกิจการในบริษัทร่วม
- พ.ศ. 2562 - โรงงานแห่งที่ 2 ได้เริ่มการผลิตยางนอกจักรยาน
- บริษัทฯ เริ่มผลิตและจำหน่ายยางนอกสำหรับรถจักรยาน ตามที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)
- เริ่มก่อสร้างอาคาร และ สั่งซื้อเครื่องจักร เพื่อเพิ่มกำลังการผลิต ในส่วนของการผสมยาง
- พ.ศ. 2563 - ยื่นขอรับการส่งเสริมการลงทุน(BOI)ในโครงการผลิตยางนอกจักรยานและรถจักรยานยนต์
- นำเข้าเครื่องจักรเพื่อรองรับการผลิตในส่วนของการผสมยางที่เพิ่มขึ้น
- ได้รับมาตรฐานความปลอดภัยในการทำงาน ISO 45001 : 2018

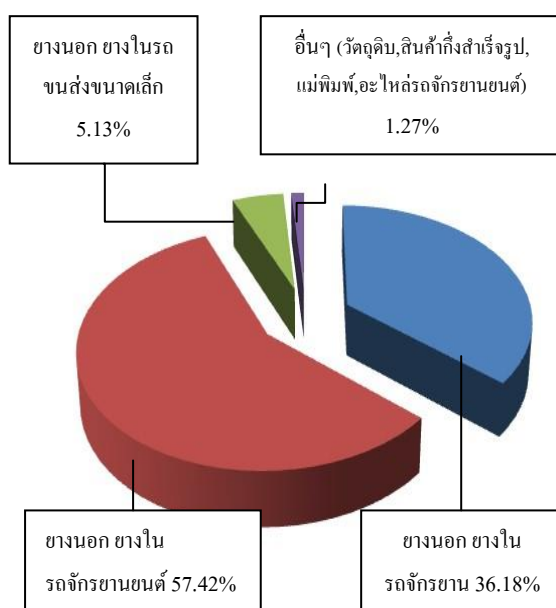
บริษัทฯ ได้มีการก่อตั้งและมีความเชี่ยวชาญในการดำเนินการผลิตยางนอกและยางในมาเป็นเวลานานกว่า 33 ปี โดยได้รับการสนับสนุนจาก HFR ซึ่งเป็นบริษัทแม่ที่ประเทศไต้หวัน ทั้งนี้ HFR ก็มีประวัติการก่อตั้งมายาวนานกว่า 74 ปี มีความชำนาญในด้านการผลิตยางนอกยางในที่ได้รับมาตรฐานสากลหลายอย่าง เช่น เครื่องหมายมาตรฐาน "DOT" (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 2561-2563 (ล้านบาท)

สายผลิตภัณฑ์/กลุ่มธุรกิจ	ปี 2563		ปี 2562		ปี 2561	
	(ลบ.)	%	(ลบ.)	%	(ลบ.)	%
จำหน่ายภายในประเทศ						
1. ขางนอก ขางในรถจักรยาน	24.34	0.91	26.40	0.97	35.35	1.38
2. ขางนอก ขางในรถจักรยานยนต์	763.38	28.65	754.33	27.56	719.32	28.15
3. ขางนอก ขางในรถขนส่งขนาดเล็ก	14.05	0.53	17.42	0.64	14.16	0.55
4. อื่นๆ (วัตถุดิบ,สินค้าสำเร็จรูป, แม่พิมพ์, อะไหล่รถจักรยานยนต์)	17.94	0.67	17.89	0.65	18.98	0.75
รวมมูลค่าการขายภายในประเทศ	819.71	30.76	816.04	29.82	787.81	30.83
จำหน่ายต่างประเทศ						
1. ขางนอก ขางในรถจักรยาน	939.86	35.27	943.03	34.46	866.69	33.92
2. ขางนอก ขางในรถจักรยานยนต์	766.76	28.77	817.69	29.88	720.86	28.21
3. ขางนอก ขางในรถขนส่งขนาดเล็ก	122.61	4.60	147.75	5.40	163.91	6.41
4. อื่นๆ (วัตถุดิบ,สินค้าสำเร็จรูป, แม่พิมพ์, อะไหล่รถจักรยานยนต์)	15.89	0.60	12.17	0.44	16.21	0.63
รวมมูลค่าการส่งออก	1,845.12	69.24	1,920.64	70.18	1,767.67	69.17
รวมรายได้จากการขายทั้งสิ้น	2,664.83	100	2,736.68	100	2,555.48	100

สัดส่วนยอดขายสินค้าปี 2563



จากมูลค่าการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯข้างต้นในปี 2563 จะเห็นว่าโครงสร้างรายได้หลักของ บริษัทฯ มาจากการขายต่างประเทศร้อยละ 69.24 และขายในประเทศร้อยละ 30.76 อย่างไรก็ตาม เมื่อเทียบกับรายได้ในปี 2562 โดยรวมลดลงร้อยละ 2.63 จากการลดลงของยอดขายขางนอก ขางในรถจักรยานยนต์ และรถขนส่งขนาดเล็ก สำหรับรายได้หลักส่วนใหญ่จากการขายในต่างประเทศ ยังคงมาจากขางนอก ขางในรถจักรยานและรถจักรยานยนต์ ส่วนตลาดในประเทศรายได้หลักยังคงมาจากขางนอก ขางในรถจักรยานยนต์

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจหลักในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยางในและยางนอก ดังนี้

- ยางสำหรับรถจักรยาน เช่น จักรยานเสือภูเขา จักรยานเสือหมอบ เป็นต้น
- ยางสำหรับรถจักรยานยนต์ เช่น รถจักรยานยนต์ความเร็วสูง รถสกูเตอร์ รถมอเตอร์
- ยางสำหรับรถขนส่งขนาดเล็กเช่น รถเข็น รถยก รถสามล้อ รถที่ใช้ในการเกษตร รถกอล์ฟ
- ยางรถที่ใช้วิ่งชายหาด-ได้เขา
- ยางแก้อีร์เรชั่นผู้ป่วย

ปัจจุบันการผลิตยางนอกรถจักรยานยนต์บริษัทได้รับสิทธิประโยชน์จากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน BOI มีกำลังผลิต 3.6 ล้านเส้นต่อปี โดยได้รับสิทธิประโยชน์ในการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 8 ปี นับจากวันที่มีรายได้ โดยมีข้อจำกัดให้ตั้งโรงงานในนิคมอุตสาหกรรม

และปี 2563 บริษัทได้รับสิทธิประโยชน์จากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน BOI ให้ผลิตยางนอกรถจักรยานโดยกำลังผลิต 6 ล้านเส้นต่อปี และได้รับสิทธิประโยชน์ในการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลไม่เกินร้อยละ 100 ของเงินลงทุน ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน มีกำหนดระยะเวลา 8 ปี นับจากวันที่มีรายได้ โดยมีข้อจำกัดให้ตั้งโรงงานในนิคมอุตสาหกรรม

▲ **ผลิตภัณฑ์ยางนอก** ยางนอกเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าการจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ สูงที่สุดของบริษัทฯ ในปี 2563 บริษัทฯ มีรายได้จากการจำหน่ายยางนอกคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80.24 ของยอดขายทั้งหมด

▲ **ผลิตภัณฑ์ยางใน** มีหลายขนาดและชนิดที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้หลากหลายกลุ่ม ในปี 2563 บริษัทฯ มีรายได้จากการจำหน่ายยางในคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 18.49 ของยอดขายทั้งหมด

▲ **อื่นๆ (วัตถุดิบ,สินค้าสำเร็จรูป,แม่พิมพ์,อะไหล่รถจักรยานยนต์)** ในปี 2563 บริษัทฯ มีรายได้จากการจำหน่ายคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.27 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

เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2563 บริษัทฯ ได้มีการตกลงแก้ไขสัญญาค่าความช่วยเหลือทางเทคนิคและค่าธรรมเนียมการใช้เครื่องหมายการค้า สำหรับค่าธรรมเนียมการใช้เครื่องหมายการค้าคำนวณโดยคิดจากร้อยละ 2 ของยอดขายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้า “DURO” โดยสัญญาดังกล่าวมีระยะเวลา 1 ปี เมื่อครบกำหนดตามสัญญาหากไม่มีการบอกเลิกจากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งก็จะถือว่าเป็นการต่อสัญญาโดยอัตโนมัติในแบบครั้งละ 1 ปี

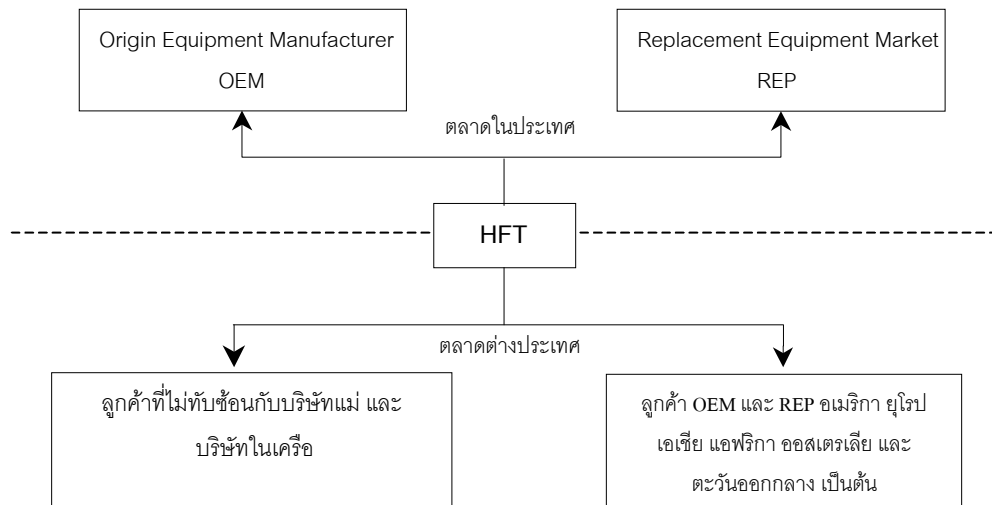
2. Technical Cooperation Agreement เป็นสัญญาความร่วมมือทางด้านเทคนิคระหว่างบริษัทแม่คือ HFR กับบริษัทฯ มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 27 สิงหาคม 2548 ระยะเวลา 3 ปีเมื่อหมดสัญญาหากไม่มีการบอกเลิกจากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งก็จะถือว่าเป็นการต่อสัญญาโดยอัตโนมัติในแบบครั้งละ 1 ปี ใจความสำคัญของสัญญาจะกล่าวถึงสิทธิที่บริษัทฯ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

การใช้เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต ขั้นตอนการผลิต สูตรผสมวัตถุดิบ การฝึกอบรมบุคลากรการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการใช้เครื่องหมายการค้าเพื่อจำหน่ายทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยที่บริษัทฯ จะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมให้กับบริษัทแม่เป็นรายปี ปีละ 150,000 ดอลลาร์สหรัฐ และในปี 2562 บริษัทฯ ได้แก้ไขสัญญาโดยปรับค่าความช่วยเหลือทางเทคนิคเป็นปีละ 200,000 ดอลลาร์สหรัฐ ส่วนเงื่อนไขอื่นๆ เป็นไปตามสัญญานับเดิม

เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2563 บริษัทฯ ได้มีการตกลงแก้ไขสัญญาค่าความช่วยเหลือทางเทคนิคและค่าธรรมเนียมการใช้เครื่องหมายการค้า สำหรับค่าความช่วยเหลือทางเทคนิคคำนวณโดยคิดจากร้อยละ 1 ของยอดขายสินค้าที่ได้รับบริการด้านเทคนิคจากบริษัทแม่ โดยสัญญาดังกล่าวมีระยะเวลา 1 ปี เมื่อครบกำหนดตามสัญญาหากไม่มีการบอกเลิกจากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งก็จะถือว่าเป็นการต่อสัญญาโดยอัตโนมัติในแบบครั้งละ 1 ปี

3. Trademark License Agreement เป็นสัญญาระหว่าง บริษัท Sumitomo Rubber Industries Ltd. กับ บริษัทแม่ 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”** รถจักรยานและรถจักรยานยนต์รายได้หลักในประเทศโดยการขายตรงให้กับผู้ผลิตรถจักรยานชั้นนำ ได้แก่ BANGKOK CYCLE , SIAM CYCLE เป็นต้น ภายใต้เครื่องหมายการค้า DURO และผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ชั้นนำจากประเทศญี่ปุ่น ได้แก่ HONDA, KAWASAKI เป็นต้น ภายใต้เครื่องหมายการค้า DUNLOP โดยบริษัทฯ มีความสัมพันธ์กับกลุ่มบริษัท Sumitomo Rubber ซึ่งเป็นการเพิ่มความเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าด้วยชื่อเสียงของเครื่องหมายการค้าที่ได้รับการยอมรับ ทำให้มีโอกาสขยายตลาดมากขึ้น

ในปี 2563 บริษัทฯ มีส่วนแบ่งการตลาดในตลาด OEM รถจักรยานยนต์ในประเทศประมาณร้อยละ 6.5 และบริษัทฯ ยังคงมีการจำหน่ายยางรถกอล์ฟภายใต้เครื่องหมายการค้า DURO ไปยังบริษัทผู้ผลิตรถกอล์ฟชั้นนำ ได้แก่ THAI YAMAHA MOTOR อย่างต่อเนื่อง

2. **กลุ่มตลาดทดแทนยางที่สึกหรอ (Replacement Equipment Market) หรือที่เรียกว่า “REP”** คือการขายยางรถจักรยานยนต์ผ่านร้านค้าและตัวแทนจำหน่ายของบริษัทฯ ภายใต้เครื่องหมายการค้าซึ่งเป็นที่ยอมรับ ได้แก่ “DURO” “Q-UICK” และ “DUNLOP” โดยบริษัทฯ เป็นผู้ทำการตลาดเองภายในประเทศโดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญ คือ การเน้นด้านคุณภาพของสินค้า ด้วยราคาที่เหมาะสม ซึ่งผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้รับการรับรองระบบคุณภาพมาตรฐานสากล ISO 9001: 2015 และ มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก) รวมถึงไปถึงมาตรฐานความปลอดภัยในการทำงาน ISO 45001 : 2018 ทั้งนี้บริษัทฯ เป็นผู้กำหนดราคาขาย ไม่ได้มีการแทรกแซงจากบริษัทแม่แต่อย่างใด ซึ่งบริษัทฯ กำหนดราคาจากต้นทุนการผลิตหรือสภาพการแข่งขันและการตลาดภายในประเทศเป็นปัจจัยในการพิจารณา

➤ 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 อาเซียน และทั่วโลก	ประเทศจีน อเมริกา
	ชนิด	Skin wall tire ยางนอกไม่ต้องใส่ ยางใน	ยางดำ Skin wall tire	ยางดำ			
		คุณภาพสูง	ยางสี	ยางสี			
ยางรถจักรยานยนต์	ประเภท	ระดับสูง	ระดับสูง-กลาง	ระดับกลาง-ล่าง	ได้หวัน, เอเชีย ตะวันออก กลาง แอฟริกา ยุโรป	ประเทศไทย เอเชีย ตะวันออก กลางยุโรป	ประเทศจีน แอฟริกา ตะวันออก กลาง
	ชนิด	ความเร็วมากกว่า	ความเร็วน้อยกว่า	ความเร็วน้อยกว่า			
		180 กม./ชม.	180 กม./ชม.	180 กม./ชม.			
ยางรถอุตสาหกรรม	ประเภท	ระดับสูง	ระดับล่าง	ระดับสูง	ได้หวัน ตะวันออก กลางอเมริกา ได้หวัน	ประเทศ ไทยอเมริกา ยุโรป และ ญี่ปุ่น	ประเทศจีน อเมริกา
	ชนิด	รถบรรทุกขนาด ใหญ่, โพรคิลิฟ, 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			
		ยางรถไถเขา- ชายหาด (ATV)	ยางรถไถเขา- ชายหาด (ATV)	ยางรถไถเขา- 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 ตลาดยางรถจักรยานยนต์และยางรถจักรยานที่ต้องใช้เทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิต เช่น ยางขอบแก้ว (Skinwall Tire) ที่มีน้ำหนักเบา ทนทานต่อแรงกระแทก เหมาะสำหรับจักรยานแข่งขัน และยางขอบพับ (Foldable Tire) ซึ่งเหมาะกับจักรยานฟรีสไตล์ จักรยานไต่เขา รวมไปถึงการผลิตยางนอกแบบไร้ยางในสำหรับรถจักรยานยนต์ประสิทธิภาพสูง 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 ซึ่งมาจากการกำหนดนโยบายจากบริษัทแม่เพื่อป้องกันของการแย่งลูกค้ากันเองของบริษัทในเครือ อย่างไรก็ตามถึงแม้ดูเหมือนว่าจะมีการคาบเกี่ยวของบริษัทในเครือ เช่น บริษัท HFT และบริษัท HFC ซึ่งผลิตยางรถจักรยานยนต์ ในระดับกลางถึงล่าง เหมือนกัน แต่มีฐานลูกค้าที่ต่างกัน อย่างชัดเจน 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 ซึ่งปัจจุบันยังมีลูกค้าอีกหลายรายที่ได้รับการสนับสนุนจากบริษัทแม่

2. กลุ่มลูกค้าต่างประเทศที่บริษัทฯ สามารถหาได้เอง

บริษัทฯ สามารถทำการตลาดต่างประเทศได้ในกรณีที่ผลิตภัณฑ์ส่งไปจำหน่ายในตลาดไม่ทับซ้อนกับบริษัทในเครือ ได้แก่ ลูกค้ารายใหญ่ในตลาดยุโรป เช่น Decathlon Group และ Vittoria สำหรับยางรถจักรยาน และ กลุ่มอินโดไชน่า อาเซียน ตะวันออกกลาง แอฟริกา ซึ่งบริษัทฯ เป็นผู้กำหนดราคา โดยอ้างอิงและเปรียบเทียบราคาขายผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน ทั้งนี้เพื่อเป็นการควบคุมไม่ให้มีการแข่งขันในเรื่องราคาระหว่างบริษัทในกลุ่มและเพื่อให้ราคาผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับสภาวะการแข่งขันกับตลาดโลกโดยปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการกำหนดราคาได้แก่ ต้นทุนของวัตถุดิบ ลักษณะผลิตภัณฑ์และระดับราคาแบบเดียวกันกับคู่แข่ง และสภาวะตลาดในขณะนั้นๆ เป็นต้น

2.2 ภาวะตลาดและการแข่งขัน

➤ ภาวะการแข่งขันในประเทศ

1. ตลาด OEM (Original Equipment Manufacturer)

ตลาดรถจักรยานยนต์ภายในประเทศปี 2563 มีตัวเลขยอดขายจดทะเบียนรถใหม่เป็นจำนวน 1,681,437* คัน เทียบกับปี 2562 จำนวน 1,876,710 คัน ลดลงร้อยละ 10.4 เนื่องจากผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ ราคาพืชผลทางการเกษตรอยู่ในระดับต่ำและยังมีผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 รวมไปถึงภัยพิบัติทางธรรมชาติซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้กระทบกับรายได้ของประชาชนภาคการเกษตร

ความต้องการรถจักรยานยนต์ในประเทศมีแนวโน้มขยายตัวแบบค่อยเป็นค่อยไปตามภาวะเศรษฐกิจที่คาดว่าจะเติบโตต่อเนื่อง ประกอบกับโครงการช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อยของภาครัฐที่ยังคงอัดฉีดเงินเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจ นอกจากนี้ยังมีเม็ดเงินที่หมุนเวียนในช่วงหาเสียงเลือกตั้งในช่วงปลายปี 2563 ส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมการผลิตรถจักรยานยนต์และผู้จำหน่ายรถจักรยานยนต์ อย่างไรก็ตาม การเติบโตของยอดขายอาจไม่สูงนัก เนื่องจากรายได้หลักของธุรกิจยังพึ่งพากำลังซื้อจากเกษตรกรซึ่งมีรายได้ไม่แน่นอนและส่วนใหญ่อยู่ในระดับต่ำ

(* ที่มาจาก www.dlt.go.th)

2. ตลาดทดแทน REP (Replacement Equipment Market)

ปี 2563 ที่ผ่านมามีภาพตลาดโดยรวมในประเทศค่อนข้างซบเซา ความต้องการสินค้าลดลง เนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจและการแพร่ระบาดของโควิด 19 ทำให้กิจการหลายแห่งปิดตัวลง มีคนว่างงานเป็นจำนวนมาก บวกกับภาวะการแข่งขันค่อนข้างสูง ผู้ผลิตหลายรายมีการปรับตัว ใช้กลยุทธ์ทางการขายเพื่อรักษาส่วนแบ่งทางการตลาด เช่น กลยุทธ์ด้านราคาและการส่งเสริมการขาย ประกอบกับการใช้วิถีชีวิตแบบใหม่ (New Normal) เช่น การสั่งซื้อสินค้าออนไลน์และการบริการส่งอาหาร ทางบริษัทฯ จึงเล็งเห็นโอกาสจากสถานการณ์ดังกล่าว และวางแผนการผลิตเพื่อเตรียมสินค้าให้พร้อมสำหรับซัดเซยคำสั่งซื้อที่จะกลับเข้ามาหลังจากสถานการณ์ดีขึ้น นอกจากนี้บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบริษัทฯ กับเครือข่ายร้านค้าทำให้บริษัทฯ สามารถรักษาลูกค้าไว้ได้ โดยได้รับความร่วมมือและการสนับสนุนที่ดีจากลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัทฯ

ทั้งนี้บริษัทฯ ยังคงดำเนินกลยุทธ์การขายในตลาดทดแทนโดยขายสินค้าของบริษัทฯ ตรงไปยังร้านค้าปลีกและร้านค้าส่ง ทั้งในกรุงเทพฯ และจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศไทย พร้อมจัดทำโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย ทั้งนี้ด้วยคุณภาพของสินค้าที่ได้รับการยอมรับมาอย่างยาวนาน รวมถึงการจัดการด้านการขนส่งกระจายสินค้าทำให้ผลตอบรับจากตลาดเป็นไปด้วยดี

บริษัทฯ ยังคงเน้นเรื่องการรักษาคุณภาพและพัฒนาศักยภาพการแข่งขันทางด้านราคาอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้บริโภคและเพิ่มความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ต่อไปในอนาคต จากความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าและภาพลักษณ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ ทำให้ยังคงรักษายอดขายไว้ได้

➤ **ภาวะการแข่งขันต่างประเทศ**

บริษัทฯ มีการส่งออกครอบคลุมไปทั่วโลก อันได้แก่ ทวีปเอเชีย ยุโรป อเมริกา แอฟริกา และตะวันออกกลาง โดยมีปัจจัยที่สนับสนุนการส่งออกของบริษัทฯ เช่น

- การมีเครื่องหมายการค้าเป็นที่ยอมรับไปทั่วโลก
- การสนับสนุนทางการตลาดจากบริษัทแม่และบริษัทในกลุ่มซึ่งมีความเชี่ยวชาญและดำเนินงานในธุรกิจนี้มาเป็นเวลานาน
- การที่สินค้ามีคุณภาพเป็นที่ยอมรับและสามารถแข่งขันกับตลาดโลกได้

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากปัจจุบันมีการแข่งขันด้านราคาก่อนข้างสูง ในส่วนของนโยบายการตลาดของผลิตภัณฑ์ ในปี 2563 หากเปรียบเทียบกับคู่แข่ง สำหรับสินค้าประเภทเดียวกันพบว่าในส่วนของยางจักรยาน บริษัทฯ สามารถสร้างจุดขายในด้านราคาที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ ที่สำคัญบริษัทฯ มีเสถียรภาพในด้านของคุณภาพก่อนข้างสูง หากเปรียบเทียบกับคู่แข่ง เนื่องจากบริษัทฯ เป็นผู้ผลิตรายใหญ่ สามารถผลิตสินค้าได้ในปริมาณมากและต่อเนื่อง ทำให้สามารถบริหารจัดการรับคำสั่งซื้อได้อย่างเป็นระบบ และลูกค้าสามารถวางแผนการสั่งซื้อล่วงหน้าได้ในระยะยาว นอกจากนี้ ยังรวมถึงตัวผลิตภัณฑ์ยางนอกจักรยานที่เป็นยาง Skinwall (แก้มยางบาง – สมรรถนะสูง) ซึ่งถือว่าเป็นยางที่มีคุณภาพและน้ำหนักเบา และยังคงมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดังกล่าวในระดับที่สูงขึ้น รวมถึงการสร้างจุดขายในการให้ความร่วมมือทางธุรกิจเชิงพันธมิตร สื่อสารข้อมูลทางการตลาด จึงทำให้ สามารถขยายตลาดเพิ่มมากขึ้นทั้งในส่วนของ การเพิ่มลูกค้าและศูนย์จำหน่ายในหลายๆ ภาคพื้นทวีป โดยเน้นที่แถบทวีปยุโรป ซึ่งมีการปรับตัวตามวิถีชีวิตแบบใหม่ (New Normal) ทำให้มีแนวโน้มปริมาณการบริโภคยางรถจักรยานมากขึ้น แต่ในปีที่ผ่านมาภาพรวมยอดขายยางนอก ยางในรถจักรยานลดลงเล็กน้อย เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด19 ทั้งนี้บริษัทฯ มีการวางแผนการผลิตสินค้าอย่างต่อเนื่องสำหรับรองรับคำสั่งซื้อล่วงหน้า เพื่อที่จะสามารถจัดส่งสินค้าได้ตามความต้องการ หลังจากสถานการณ์ดีขึ้น โดยยังคงเน้นในเรื่องของการฝึกอบรมพนักงานในการเรียนรู้ด้านต่างๆ เพื่อพัฒนาอย่างต่อเนื่องในด้านการจัดการสินค้าและการเพิ่มผลผลิต

สำหรับยางรถจักรยานชนิด บริษัทฯ ยังคงมุ่งส่งเสริมการขายให้กับลูกค้า โดยให้การสนับสนุนลูกค้าในส่วนของการศึกษาราคาของคู่แข่งเชิงลึกและนำมาปรับโครงสร้างราคาของแต่ละตลาดที่ทำให้สามารถแข่งขันได้ รวมไปถึงการได้ให้การสนับสนุนกิจกรรมทางด้านการขายและการตลาดร่วมกับลูกค้าในภูมิภาคอาเซียน อย่างไรก็ดี ในปี 2563 ผลกระทบในด้านสงครามการค้าระหว่างสหรัฐกับจีน การแพร่ระบาดของโควิด19 ในแต่ละประเทศ ส่งผลให้เกิดการแข่งขันด้านราคา และข้อจำกัดด้านการขนส่ง แต่บริษัทฯ มีการบริหารการผลิตสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ หลังจากสถานการณ์เริ่มดีขึ้นบริษัทฯ สามารถจัดส่งสินค้าได้มากกว่าปกติ ส่งผลให้ยอดขายโดยรวมในปีที่ผ่านมาลดลงเล็กน้อย

ทั้งนี้ภาพรวมสัดส่วนในการขายต่างประเทศอยู่ที่ร้อยละ 69.24 โดยมีคู่แข่งจากประเทศจีน อินโดนีเซีย อินเดีย และศรีลังกา ซึ่งมีกำลังการผลิตสูงประกอบกับต้นทุนต่ำ ทำให้ราคาขายก่อนข้างต่ำ เพื่อแข่งขันเปิดตลาด ในแถบอาเซียน อย่างไรก็ตามบริษัทฯ จึงมีแนวทางการแข่งขันโดยใช้คุณภาพและบริการที่ดีเป็นจุดขายเพื่อให้สามารถรักษฐานลูกค้าเดิมไว้ได้ ขณะเดียวกันบริษัทฯ มีแผนการประชาสัมพันธ์ขยายตลาดให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น สร้างจุดแข็งในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการปฏิบัติตามกฎบัตรต่างๆ รวมถึงโครงการที่เป็นประโยชน์กับสิ่งแวดล้อมและองค์กร อาทิ การผลิตสินค้าที่มีคุณสมบัติเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อสอดคล้องกับกฎบัตรเรื่อง Social Accountability หรือความรับผิดชอบต่อสังคม ทำให้ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองคุณภาพในหลายๆ ประเทศเป็นข้อได้เปรียบในการขายสินค้าตามที่รัฐบาลแต่ละประเทศเป็นผู้กำหนด 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 ยังคงเผชิญกับการแข่งขันด้านราคาสินค้าในตลาด สำหรับทั้งภายนอกและภายใน บริษัทฯ จึงต้องเพิ่มระดับของผลิตภัณฑ์สู่ตลาดระดับสูงตามวิธีการดังนี้

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง โดยเน้นสร้างเอกลักษณ์ของตัวผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างจากคู่แข่ง
 - การพัฒนารูปแบบของการบรรจุหีบห่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
 - การรักษาคุณภาพให้ดีที่สุด และถูกต้องตามมาตรฐานสากลที่ทางบริษัทฯ ได้รับการรับรอง
 - การเข้าถึงความพึงพอใจของลูกค้า รวมถึงการร่วมมือกับลูกค้าในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกัน
- เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย
- การติดตามความเคลื่อนไหวและทบทวนด้านราคาของคู่แข่งในตลาดให้รวดเร็วและรัดกุมมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ รวมถึงการทำการวิเคราะห์คู่แข่ง (Benchmarking) เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการปรับกลยุทธ์ของบริษัทฯ ต่อไป

▲ ภายในประเทศ

ปริมาณการใช้ยางนอกและยางในรถจักรยานยนต์และรถจักรยานขึ้นอยู่กับภาวะของอุตสาหกรรมการผลิตรถจักรยานยนต์และรถจักรยาน รวมทั้งสถานะเศรษฐกิจโดยรวม สำหรับโครงสร้างฐานการลงทุนและการผลิตของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ของประเทศไทยในปัจจุบันยังคงเป็นกลุ่มผู้ผลิตจากประเทศญี่ปุ่น

จากยอดการจดทะเบียนรถจักรยานยนต์ใหม่ในปี 2563 ซึ่งลดลงร้อยละ 10.4 บริษัทฯ จึงได้มีการพิจารณาถึงภาวะเศรษฐกิจในภาพรวม ทำให้ต้องดำเนินแผนกลยุทธ์การตลาดและการขาย โดยเน้นการรักษาฐานลูกค้าเก่าที่มีศักยภาพ โดยเน้นการรักษาคุณภาพของสินค้า การสร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ การควบคุมราคาขายเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ และไม่เน้นการแข่งขันทางด้านราคาอันจะทำให้เกิดผลเสียในการทำตลาดระยะยาวได้

▲ ต่างประเทศ

อัตราการส่งออกสินค้าทั้งยางนอกและยางในรถจักรยานยนต์ยังคงมีแนวโน้มที่จะขยายตัวสูงขึ้นในแต่ละปี หากไม่มีสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 ทั้งนี้เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดจากคู่แข่งรายอื่นๆ ให้มากที่สุด ประกอบกับความพยายามเข้าถึงตลาดในกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนาในภูมิภาคอาเซียน ตะวันออกกลางและแอฟริกา ในส่วนของผลิตภัณฑ์ยางรถจักรยานยังคงเป็นส่วนสำคัญที่สามารถขยายเพิ่มได้ในตลาดยุโรปซึ่งเป็นกลุ่มประเทศที่รณรงค์เรื่องการอนุรักษ์พลังงานและการรักษาสิ่งแวดล้อม โดยในแต่ละปียอดขายยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้บริษัทฯ ยังคงมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในตลาดได้ โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มลูกค้าระดับบน ไม่ว่าจะเป็นสินค้าที่มีสมรรถนะสูงที่สามารถครองตลาดบนหรือสินค้าตามสมัยนิยม เป็นต้น

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท มีโรงงานตั้งอยู่ที่ เลขที่ 317 หมู่ 4 ซอย 6 ซี่ นิคมอุตสาหกรรมบางปู ต.แพรกษา อ.เมืองสมุทรปราการ จ.สมุทรปราการ ประกอบไปด้วยอาคารที่ทำการสำนักงานใหญ่ สำนักงานโรงงาน โรงเก็บสินค้าและวัตถุดิบ โรงผสมสารเคมีกับยาง โรงงานผลิตยางใน โรงงานผลิตยางนอก และโรงงานแห่งที่ 2 ตั้งอยู่เลขที่ 865/1 หมู่ 4 ซอย 11 บี นิคมอุตสาหกรรมบางปู ต.แพรกษา อ.เมืองสมุทรปราการ จ.สมุทรปราการ ประกอบไปด้วยสำนักงานโรงงาน โรงงานเก็บสินค้าและวัตถุดิบ

● **กำลังการผลิตทั้งหมด**

กำลังการผลิตและปริมาณการผลิตจริงของบริษัท ปี 2561-2563

	2563	2562	2561
กำลังการผลิตเต็มที่ (หน่วย : เส้น/ ปี)			
- ขายนอก	24,429,000	24,594,000	20,380,500
- ขายใน	28,200,000	28,200,000	22,500,000

➤ **วัตถุดิบ**

บริษัทฯให้ความสำคัญกับระบบควบคุมคุณภาพของสินค้าโดยมีการคัดสรรวัตถุดิบ การตรวจสอบและการควบคุมคุณภาพก่อนการอนุมัติสั่งซื้อและนำเข้าเข้าสู่กระบวนการผลิต นอกจากนี้บริษัทฯยังมีนโยบายสำรองวัตถุดิบจากต่างประเทศไว้ประมาณ 4 สัปดาห์และวัตถุดิบในประเทศประมาณ 2 สัปดาห์ สำหรับวัตถุดิบหลักในการผลิตมีประมาณ 10 ชนิด ตามสัดส่วนการนำเข้าและการสั่งซื้อจากภายในประเทศ ในปี 2563 จากประเทศผู้จำหน่ายดังต่อไปนี้

ประเภท	สัดส่วนการสั่งซื้อ (%) /ซื้อจากประเทศ	
1. ไนลอน (Nylon Cord)	57.93 %	จากประเทศจีน
	28.66 %	จากประเทศไต้หวัน
	13.41%	จากประเทศไทย
2.ยางสังเคราะห์ (Butyl Rubber)	90.86 %	จากประเทศรัสเซีย
	9.14 %	จากประเทศญี่ปุ่น
3.ยางสังเคราะห์ (Synthetic Rubber)	75.90 %	จากประเทศเกาหลี
	21.82 %	จากประเทศไทย
	0.52 %	จากประเทศไต้หวัน
	1.76 %	จากประเทศจีน
4. ยางพารา (Natural Rubber)	100 %	จากประเทศไทย
5. ผงคาร์บอน (Carbon Black)	76.43 %	จากประเทศจีน
	23.57 %	จากประเทศไทย
6. แคลเซียมคาร์บอเนต (Calcium carbonate)	100 %	จากประเทศไทย
7. เส้นลวด (Bead Wire)	57.47 %	จากประเทศจีน
	42.53 %	จากประเทศไทย
8. สารเคมี (Zinc Oxide)	87.86 %	จากประเทศไทย
	12.14 %	จากประเทศไต้หวัน
9. ยางรีเคลม (Reclaimed Rubber)	49.66 %	จากประเทศอินเดีย
	29.53 %	จากประเทศจีน
	19.83 %	จากประเทศไต้หวัน
	0.98 %	จากประเทศไทย
10.ดินเคโอติน (Crown Clay)	100 %	จากประเทศไทย

แม้ว่าบริษัทฯ จะไม่มีการทำสัญญาซื้อขายวัตถุดิบระยะยาวกับผู้จำหน่ายรายใด แต่ทางบริษัทฯ มีผู้จำหน่ายวัตถุดิบหลักอย่างน้อย 2 รายขึ้นไป ที่ทำการซื้อขายอยู่ ดังนั้นทางบริษัทฯ จึงไม่เคยประสบปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบเนื่องจากมีแหล่งซื้อวัตถุดิบหลายแหล่งทั้งในประเทศและต่างประเทศ สำหรับวัตถุดิบบางชนิดซึ่งบริษัทฯ ในกลุ่มจะต้องมีการใช้เหมือนกัน บริษัทแม่จะเป็นตัวแทนในการจัดหาและเจรจาต่อรองเรื่องราคาให้กับบริษัทในกลุ่ม ทำให้บริษัทฯ ซื้อวัตถุดิบได้ในราคาที่ถูกลง ทั้งนี้บริษัทฯ จะเป็นผู้ชำระเงินค่าวัตถุดิบนั้นโดยตรงกับบริษัทผู้จำหน่าย

บริษัทฯ มีแหล่งซื้อวัตถุดิบจาก 2 แหล่งคือ

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

บริษัทฯ สั่งซื้อวัตถุดิบโดยตรงมากกว่าการสั่งซื้อผ่านคนกลางจึงสามารถควบคุมต้นทุนค่าใช้จ่ายและยังสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบริษัทฯ กับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัตถุดิบอีกด้วย

- มูลค่าการสั่งซื้อวัตถุดิบแบ่งตามการซื้อโดยตรงและซื้อผ่านคนกลาง (Broker) ปี 2561 – 2563

	2563		2562		2561	
แหล่งที่มาของวัตถุดิบ	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
ซื้อโดยตรง	888.54	81.06	1,101.37	83.85	916.24	78.95
ซื้อผ่านคนกลาง(Broker)	207.56	18.94	212.09	16.15	244.35	21.05
รวม	1,096.10	100	1,313.46	100	1,160.59	100

- มูลค่าการสั่งซื้อวัตถุดิบจากในประเทศและต่างประเทศในปี 2561-2563

	2563		2562		2561	
แหล่งที่มาของวัตถุดิบ	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
ในประเทศ	411.84	37.57	491.92	37.45	394.72	34.01
ต่างประเทศ	684.26	62.43	821.54	62.55	765.87	65.99
รวม	1,096.10	100	1,313.46	100	1,160.59	100

การสั่งซื้อวัตถุดิบในปี 2563 น้อยกว่าปี 2562 ประมาณ 16.55% ซึ่งสาเหตุหลักมาจากปริมาณการผลิตและราคาวัตถุดิบปรับตัวลดลง ทำให้การสั่งซื้อวัตถุดิบลดลงตามไปด้วย สำหรับราคาวัตถุดิบโดยรวมทั้งยางธรรมชาติ ยางสังเคราะห์ ผงคาร์บอน (Carbon black) และเคมีอื่นๆก็มีการปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ซึ่งสาเหตุหลักมาจากการระบาดของโควิด19 ทำให้ปริมาณความต้องการของตลาดลดลงเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ยังมีผลกระทบจากการล็อกดาวน์ตามมาตรการของแต่ละประเทศ ทำให้ไม่สามารถนำเข้าและส่งออกและสินค้าได้ตามปกติ แต่อย่างไรก็ตามในช่วงไตรมาส 3 ปริมาณความต้องการของตลาดก็เริ่มดีขึ้นจนถึงไตรมาส 4 ปริมาณความต้องการของตลาดมีการเพิ่มมากขึ้นเป็นอย่างมาก ทำให้วัตถุดิบหลายประเภทประสบปัญหาสินค้าขาดตลาดและราคามีการปรับตัวสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งคาดว่าในช่วงต้นปีหน้าปริมาณความต้องการของตลาดและราคาจะยังคงสูงกว่าช่วงเวลาปกติของที่ผ่านมา

➤ **ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม**

บริษัทฯ ตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ ได้ปฏิบัติตามเกณฑ์การควบคุมมลพิษและของเสียจากโรงงานให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานของการนิคมอุตสาหกรรม ซึ่งสอดคล้องกับข้อบัญญัติกฎหมายที่ให้อยู่ในปัจจุบันและไม่มีมลพิษจากการผลิตที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

➤ **การจัดการน้ำเสีย**

เนื่องจากในกระบวนการผลิตจะมีการปล่อยน้ำเสีย จากกระบวนการต่างๆ ผลที่ตามมาคือ มีน้ำเสียจากการผลิตเกิดขึ้น ซึ่งน้ำเสียส่วนใหญ่มาจากน้ำหล่อเย็นของเครื่องกล เพื่อให้คุณภาพน้ำได้มาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนดทางบริษัทฯ 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 อย่างต่อเนื่อง และทำความสะอาดบ่อบำบัดครั้งใหญ่ 2 ปี / ครั้ง
4. บริษัทได้ติดตั้งระบบน้ำหล่อเย็น (Cooling Tower) ที่ใช้กับเครื่องจักร ซึ่งเป็นระบบแยกน้ำมันออกจากน้ำเสีย นำกลับมาใช้งานใหม่ช่วยประหยัดทรัพยากรน้ำและเป็นการลดปริมาณน้ำเสียที่จะส่งไปบำบัดต่อไป และยังเป็นการลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น

➤ **การจัดตั้งปฏิรูปหรือวัสดุที่ใช้แล้ว**

ระบบการกำจัดสิ่งปฏิรูปหรือวัสดุที่ใช้แล้วของทางบริษัท จะทำการคัดแยกขยะแต่ละประเภทก่อนทิ้งและได้ว่าจ้าง บริษัท เวสต์ แมเนจเม้นท์ สยาม จำกัด ซึ่งมีความเชี่ยวชาญพิเศษและมีประสบการณ์ในการให้การบริหารธุรกิจด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม และการกำจัดสิ่งปฏิรูปหรือวัสดุที่ใช้แล้ว เพื่อนำไปกำจัดให้ถูกต้อง ซึ่งเป็นบริษัทที่ได้รับอนุญาตจากกรมโรงงานอุตสาหกรรมและได้รับใบอนุญาตถูกต้องตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม นอกจากนั้นบริษัทฯ ยังได้แต่งตั้งเจ้าหน้าที่เพื่อดูแลด้านอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานเพื่อปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาให้สถานประกอบการไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

➤ **การจัดการด้านมลภาวะทางอากาศ**

1. ในขั้นตอนการผลิตยางของบริษัทอาจก่อให้เกิดการฟุ้งกระจายของฝุ่นละออง บริษัทฯ จึงเลือกใช้ระบบเครื่องดูดฝุ่น ในการรวบรวมฝุ่นละอองเพื่อป้องกันการกระจายตัวสู่ภายนอกและบำบัดโดยระบบดักกรองก่อนปล่อยสู่อากาศภายนอกเพื่อป้องกันปัญหาและเพื่อประสิทธิภาพที่ดีเลิศ ให้สามารถควบคุมมลภาวะให้เป็นไปตามข้อกำหนดทั้งนี้เพื่อความสะดวกในสถานที่ทำงานและพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อม อีกทั้งบริษัทฯ ได้ติดตั้งระบบกำจัดฝุ่นผงบริเวณพื้นที่การผสมยาง โดยการติดตั้งระบบ เครื่องดูดฝุ่นละออง Xylo ขนาด 20 แรงม้าจำนวน 9 ตัว และใช้ระบบลำเลียงคาร์บอนแบบอัตโนมัติ Vertical screw feeder แทนระบบการส่งคาร์บอนโดยใช้ถ้วยลำเลียง ซึ่งก่อให้เกิดการรั่วของฝุ่นละอองคาร์บอนสู่ภายนอก โดยการจ้าง บริษัท เซฟตี้เพลน จำกัด เพื่อทำการตรวจประเมิน ปีละ 1 ครั้ง

2. บริษัทฯ ได้ใช้ก๊าซธรรมชาติเป็นเชื้อเพลิงในการผลิตไอน้ำที่ (Boiler) ทำให้ช่วยลดต้นทุนในการผลิต และเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้น

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

4. บริษัทฯ ได้จัดให้มีการตรวจสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อวัดและประเมินคุณภาพอากาศภายในกระบวนการผลิต นำมาสู่แนวทางการป้องกันและแก้ไขคุณภาพอากาศทั้งเชิงวิศวกรรม และการป้องกันส่วนบุคคลของพนักงาน โดยการจ้าง บริษัท เซฟตี้เพลน จำกัด เพื่อทำการตรวจประเมิน ปีละ 2 ครั้ง

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

โครงการก่อสร้างอาคารผสมยาง รอการตรวจรับ

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจัยเสี่ยงที่จะกล่าวถึงในที่นี้เป็นปัจจัยเสี่ยงที่สำคัญอันอาจมีผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ นักลงทุนควรพิจารณาปัจจัยเสี่ยงอันอาจเกิดขึ้นกับบริษัทฯ นอกเหนือจากที่ระบุไว้ในเอกสารฉบับนี้ประกอบการพิจารณาการลงทุนปัจจัยเสี่ยงที่สำคัญประกอบด้วย

3.1. ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

3.1.1 ปัจจัยเสี่ยงจากคู่แข่งรายใหญ่และคู่แข่งรายใหม่

ปัจจุบันบริษัทฯ มีคู่แข่งที่เป็นผู้ผลิตยางนอกยางในสำหรับรถจักรยานและรถจักรยานยนต์รายใหญ่หลายราย โอกาสในการเกิดผู้ผลิตรายใหม่ขึ้นอยู่กับภาวะความต้องการสินค้าของตลาด ทั้งนี้ผู้ผลิตรายใหม่จะต้องมีความพร้อมทั้งด้านเงินทุน เทคโนโลยี บุคลากร การตลาด และเครื่องหมายการค้าที่เป็นที่ยอมรับ สำหรับคู่แข่งรายใหม่ในประเทศยังไม่มีแนวโน้มว่าจะเพิ่มขึ้น อีกทั้งผู้ผลิตรายเดิมก็มีความสัมพันธ์กับลูกค้ามาเป็นเวลานาน จึงไม่เป็นการง่ายสำหรับการเข้าตลาดสำหรับผู้ผลิตรายใหม่ ทั้งนี้ในปัจจุบัน ประเทศจีนเข้ามาทำตลาดภายในประเทศ โดยเป็นสินค้าที่มีต้นทุนต่ำ แต่บริษัทยังคงรักษาคุณภาพสินค้าและมาตรฐานการผลิตเพื่อให้เป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้บริโภค

สำหรับคู่แข่งรายใหม่ในต่างประเทศนั้น การที่บริษัทฯ เป็นบริษัทในเครือของ บริษัท ฮิวฟรับเบอร์ อินดัสทรี จำกัด หรือ “HFR” ประเทศไต้หวัน ซึ่งดำเนินการและมีความชำนาญในธุรกิจด้านนี้มาเป็นเวลานาน รวมทั้งมีฐานการผลิตและจำหน่ายในหลายประเทศ ทำให้มีเครือข่ายการตลาดที่ครอบคลุมและมีศักยภาพเพียงพอที่จะแข่งขันในตลาดต่างประเทศได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงได้รับผลกระทบเรื่องการแข่งขันทางด้านราคาขาย โดยเฉพาะคู่แข่งที่มีฐานการผลิตในประเทศจีนซึ่งมีศักยภาพในส่วนของต้นทุนการผลิตอย่างมาก ทั้งนี้เนื่องจากวัตถุดิบต่างๆ โดยเฉพาะในส่วนของการหล่อขึ้นรูปและสารเคมีที่เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตสินค้าทั้งยางนอกและยางในนั้น ส่วนใหญ่บริษัทจะนำเข้าจากประเทศจีน เพราะสินค้าจากจีนจะมีราคาถูกกว่าแหล่งอื่นๆ อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ได้ป้องกันความผันผวนจากราคาวัตถุดิบโดยการทบทวนและปรับราคาขายสินค้า จึงเป็นเหตุให้ราคาสินค้าของบริษัทสามารถแข่งขันได้ในท้องตลาด รวมถึงบริษัทฯ ยังคงมีศักยภาพในการรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ไว้ได้คงที่ จึงนับว่าบริษัทฯ มีจุดเด่นในการแข่งขันในตลาดโลกได้ไม่แพ้คู่แข่งรายอื่นๆ และทำให้ยังคงรักษาฐานลูกค้าปัจจุบันไว้ได้

3.1.2 ปัจจัยเสี่ยงจากการแข่งขันกันเองระหว่างบริษัทในเครือ

เนื่องจากบริษัทฯ ในเครือ มีการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ซึ่งอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน ดังนั้นบริษัทแม้จะยังคงยึดนโยบายการบริหารจัดการ การแบ่งตลาดและระดับของผลิตภัณฑ์ระหว่างบริษัทในเครืออย่างชัดเจน อีกทั้งยังคอยควบคุมบริษัทในเครือให้ดำเนินการไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ซึ่งในปัจจุบัน นับว่ามีลูกค้าทั้งรายใหญ่และรายย่อยจำนวนมาก ได้มีความสนใจในสินค้าของบริษัทฯ จากโรงงานในประเทศไทย หากแต่บริษัทฯ จะต้องมีการแจ้งเพื่อตรวจสอบรายการลูกค้าที่อาจซ้ำในตลาดเดียวกันก่อนในเบื้องต้นทุกครั้ง ทั้งนี้เพื่อป้องกันปัญหาเรื่องการแข่งขันกันเองระหว่างบริษัทในเครือ ทั้งนี้ในการแบ่งตลาดนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยทางข้อได้เปรียบของพื้นที่ตลาด ปัจจัยด้านภานำเข้า ประเภทของผลิตภัณฑ์และราคาเป็นสำคัญ เพื่อจำแนกความรับผิดชอบทางการตลาดและการขายให้มีความสมดุลและสะดวกต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทในเครือ และลูกค้า ทั้งนี้ทั้งนั้น เพื่อหลีกเลี่ยงความเสี่ยงในการแบ่งตลาดระหว่างกัน

3.1.3 ปัจจัยเสี่ยงจากการแข่งขันจากบริษัท Sumitomo Rubber

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

3.1.4 ปัจจัยเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

- ความเสี่ยงจากการซื้อขาย

ปัจจุบันรายได้ของบริษัทฯ ยังคงมาจากธุรกิจส่งออกเป็นหลักคิดเป็นร้อยละ 70.18 ในปี 2562 และร้อยละ 69.24 ในปี 2563 ซึ่งยังคงประกอบไปด้วยสกุลเงินต่างประเทศ 2 สกุลหลัก ได้แก่ ดอลลาร์สหรัฐและยูโร ดังนั้น ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนจึงยังคงมีส่วนสำคัญที่อาจส่งผลกระทบต่อสถานะทางการเงินของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงต้องควบคุมและติดตามสถานการณ์ค่าเงินบาทต่อสกุลเงินต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถประมาณการและแก้ไขปัญหาการขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนได้ทันเวลา ทั้งนี้บริษัทฯ ยังคงบริหารอัตราแลกเปลี่ยนโดยการจับคู่ระหว่างสินทรัพย์และหนี้สินที่มีสกุลเงินเดียวกัน (Natural Hedge) คือ ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งสามารถลดความเสี่ยงในด้านอัตราแลกเปลี่ยนได้ในระดับหนึ่ง

- ความเสี่ยงจากการกู้เงิน

ในปี 2563 บริษัทฯ ไม่มีการกู้เงินจากสถาบันการเงิน

3.1.5 ปัจจัยเสี่ยงในเรื่องของราคาสินค้าและวัตถุดิบผันแปรไปตามราคาตลาดโลก

ตั้งแต่ต้นปี 2563 ราคาน้ำมันดิบมีการปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่องและลงมาต่ำที่สุดในรอบหลายปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะช่วงปลายไตรมาส 1 จนถึงต้นไตรมาส 2 สาเหตุหลักมาจาก Covid-19 และสงครามน้ำมันระหว่าง ซาอุดีอาระเบีย สหรัฐและรัสเซีย อีกทั้งยังเกี่ยวข้องกับการใช้พลังงานไฟฟ้าเพื่อทดแทนน้ำมันในอนาคตร แต่อย่างไรก็ตาม ช่วงปลายปี 2563 ราคาน้ำมันดิบมีการปรับตัวสูงขึ้นเป็นลำดับหลังจากการเลือกตั้งประธานาธิบดีของสหรัฐฯ และการทดลองใช้วัคซีน Covid-19 ในหลายประเทศ

สำหรับยางธรรมชาติปี 2563 ตลาดมีความต้องการสูงมือแพทย์เป็นจำนวนมาก อีกทั้งพื้นที่ปลูกยางพาราในหลายจังหวัดเกิดพายุและน้ำท่วม ทำให้ราคายางพารามีการปรับตัวสูงขึ้นในระดับหนึ่ง ซึ่งในปี 2561 – 2562 ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 50 บาทต่อกิโลกรัม แต่ในปี 2563 ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 70 บาทต่อกิโลกรัม

ในส่วนของราคายางสังเคราะห์ มีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงอย่างรวดเร็ว โดยสาเหตุหลักมาจากการระบาดของ Covid-19 ทำให้ปริมาณความต้องการของตลาดลดลงอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้หลังจากเกิดโรคระบาดขึ้น โรงงานผู้ผลิตยางสังเคราะห์หลายแห่งได้ลดกำลังการผลิตลงและโรงงานบางแห่งหันไปผลิตน้ำยางในไตรล์แทน เพื่อรองรับความต้องการสูงมือแพทย์ที่ขาดตลาด ทำให้ในช่วงไตรมาส 3 – 4 ยางสังเคราะห์ขาดตลาดและราคาปรับตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว

คาร์บอนแบล็คและเคมี มีการปรับราคาลดลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปลายปี 2563 เนื่องจากปริมาณความต้องการของตลาดที่ซบเซา อีกทั้งยังได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาด อย่างไรก็ตามในช่วงปลายไตรมาส 3 ปริมาณความต้องการของตลาดก็กลับมาอีกครั้ง ซึ่งราคาคาร์บอนแบล็คและเคมีก็มีการปรับตัวสูงขึ้นจนถึงปลายปี 2563 ประเทศจีนผู้ผลิตคาร์บอนแบล็ครายใหญ่ที่สุดของโลก มีมาตรการจำกัดการผลิตเนื่องจากปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ทำให้สินค้าขาดตลาดและราคาปรับตัวสูงขึ้นสูงสุดในรอบหลายปีที่ผ่านมา

โดยภาพรวมแล้วในปี 2563 ด้วยสถานการณ์ Covid-19 หลายประเทศมีการประกาศล็อกดาวน์ตามมาตรการควบคุมโรคระบาด ทำให้ไม่สามารถนำเข้าและส่งออกและสินค้าได้ตามปกติ วัตถุดิบจึงขึ้นตลาดและราคาปรับตัวลดลงอย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตามในครึ่งปีหลังแต่ละประเทศเริ่มมีการผ่อนคลายมาตรการล็อกดาวน์และเปิดประเทศ ทำให้ปริมาณความต้องการกลับมาอีกครั้ง อีกทั้งแต่ละบริษัทมีการเร่งการผลิตและทำสต็อกสินค้าเพื่อชดเชยคำสั่งซื้อที่หายไปในช่วงต้นปี ดังนั้นราคาของวัตถุดิบจึงปรับตัวสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว อีกทั้งทำให้ผู้คอนเทนเนอร์ขาดตลาด อย่างไรก็ตามในช่วงต้นปี 2564 ราคาวัตถุดิบจะยังคงอยู่ในระดับที่สูง แต่คาดว่าราคาจะมีการปรับตัวลดลงและเข้าสู่สถานการณ์ปกติหลังไตรมาส 2 ทั้งนี้บริษัทยังคงมีการจัดหาแหล่งวัตถุดิบแห่งใหม่เพิ่มเติมอย่างต่อเนื่องเพื่อควบคุมต้นทุนในการผลิตและป้องกันสภาวะวัตถุดิบขาดตลาด

3.1.6 ปัจจัยเสี่ยงจากความเสียหายของเครื่องจักร

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

3.1.7 ปัจจัยเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ

ในปี 2563 บริษัทฯ ไม่ได้รับผลกระทบจากภัยธรรมชาติใดๆ

3.2 ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการ

3.2.1 ปัจจัยเสี่ยงจากความเป็นอิสระในการกำหนดนโยบายการดำเนินงาน

บริษัทฯ มีผู้ถือหุ้นรายใหญ่คือ HFR ซึ่งเป็นบริษัทแม่ที่ถือหุ้นในบริษัทฯ ร้อยละ 50.42 ของจำนวนหุ้นบริษัทฯ จึงทำให้บริษัทแม่สามารถควบคุมเสียงส่วนใหญ่ในที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้ อย่างไรก็ตามนโยบายของบริษัทแม่จะไม่แทรกแซงและให้อิสระในการดำเนินงาน โดยบริษัทแม่จะเป็นผู้สนับสนุนและช่วยเหลือมากกว่า อีกทั้งยังหาลูกค้าต่างประเทศให้กับบริษัท ส่วนการสั่งซื้อวัตถุดิบ บริษัทจะมีความเป็นอิสระและตัดสินใจได้เอง หากบริษัทฯ ได้รับเงื่อนไขและราคาที่ดีกว่า ปัจจุบันสัดส่วนของการสั่งซื้อวัตถุดิบส่วนใหญ่แล้วบริษัทจะเป็นผู้สั่งซื้อจากผู้ผลิตและจำหน่ายวัตถุดิบโดยตรง มีการสั่งซื้อวัตถุดิบจากบริษัทแม่เพียงร้อยละ 1.08 ของมูลค่าวัตถุดิบทั้งหมดในปี 2563 อย่างไรก็ตามจากการดำเนินงานที่ผ่านมาจะเห็นว่าบริษัทแม่มีการกำหนดนโยบายการดำเนินงานที่ค่อนข้างชัดเจน มีการแบ่งตลาดกลุ่มลูกค้า นอกจากนี้บริษัทแม่ก็เป็นบริษัทมหาชนในตลาดหลักทรัพย์ที่ประเทศไทยซึ่งจะปฏิบัติให้ถูกต้องตามกฎหมายเช่นกัน

3.2.2 การบริหารที่พึ่งพิงผู้บริหารหรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่

บริษัทฯ เป็นบริษัทในเครือของ HFR ซึ่งถือหุ้นในบริษัทร้อยละ 50.42 บริษัทแม่เป็นบริษัทที่ตั้งอยู่ที่ประเทศไทยซึ่งมีบริษัทในเครือหลายแห่งกระจายอยู่ตามประเทศต่างๆ บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายยางนอกและยางในภายใต้เครื่องหมายการค้า “DURO” “Q-UICK” “PREMIUM HFT” และ “DUNLOP” มาเป็นระยะเวลานาน ทั้งนี้เพื่อให้สินค้ามีคุณภาพและราคาที่ได้มาตรฐานเดียวกัน รวมทั้งป้องกันการแข่งขันกันเองภายในกลุ่มบริษัทในกลุ่มจะต้องใช้เทคโนโลยีการผลิตร่วมกัน ส่วนนโยบายการตลาดและการกำหนดราคาเป็นการตกลงร่วมกันระหว่างบริษัทฮิวฟงและบริษัทแม่ เนื่องจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ต้องพึ่งพิงบริษัทแม่เป็นผู้กำหนดนโยบายการบริหารงานทำให้บริษัทมีความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจหากมีการเปลี่ยนแปลงผู้ถือหุ้นรายใหญ่ แต่อย่างไรก็ตามบริษัทแม่ยังคงนโยบายการสนับสนุนการตลาดต่างประเทศให้กับบริษัทในเครืออย่างชัดเจนเพื่อให้ภาพรวมของกลุ่มมีความแข็งแกร่งทางด้านการตลาดต่างประเทศและป้องกันการแข่งขันของธุรกิจในกลุ่มเดียวกัน รวมทั้งสามารถแข่งขันกับบริษัทนอกกลุ่มได้ นอกจากนี้บริษัทฯ ได้มีการเพิ่มสัดส่วนการจำหน่ายภายในประเทศและต่างประเทศให้มากขึ้น โดยที่บริษัทจะทำการตลาดเองและไม่มีการแทรกแซงจากบริษัทแม่ รวมถึงเรื่องราคาขายด้วย และแสวงหาตลาดต่างประเทศที่ไม่ซ้ำซ้อนกับที่ได้รับการสนับสนุนจากบริษัทแม่และบริษัทในเครือ

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

กล่าวโดยสรุปหากบริษัทฯ ไม่ได้รับความช่วยเหลือจากผู้ถือหุ้นรายใหญ่ว่าแต่ก่อนนั้น บริษัทฯ ก็สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้จากความมั่นคงในฐานะทางการเงินของบริษัทฯ และความสามารถทางการตลาดจึงจะเห็นว่าได้ว่าบริษัทมีการขยายตลาดในประเทศอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้บริษัทมีความสัมพันธ์ที่ดีมาอย่างยาวนาน กับบริษัทแม่และบริษัท Sumitomo Rubber ก็เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความร่วมมือที่ดีตลอดมา

3.2.3 การกำหนดนโยบายการขาย

บริษัทฯ มีการกำหนดนโยบายการขาย และดำเนินธุรกิจโดยตระหนักถึงการให้ความสำคัญต่อลูกค้าและคู่ค้า ของบริษัทฯ มุ่งเน้นในเรื่องคุณภาพของสินค้าและราคาที่เหมาะสม ตลอดจนการจัดส่งสินค้าได้ตาม กำหนดเวลา เพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันได้ทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 สินทรัพย์หลักของบริษัทฯ บริษัทย่อย และบริษัทร่วม

4.1.1 ทรัพย์สินหลักของบริษัทฯ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 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
ที่ดินโรงงานที่ 3 มีเนื้อที่ 27 ไร่ 3 งาน 72.8 ตารางวา	บริษัท เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	206.98	จำนอง
ห้องชุด 2 ที่จำนวน 4 ห้อง	บริษัท เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	7.97	ไม่มี
อาคารและสิ่งปลูกสร้าง ตั้งอยู่ในที่ดินเดียวกับ บริเวณโรงงาน	บริษัท เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	307.21	ไม่มี
เครื่องจักรและอุปกรณ์เครื่องจักร	บริษัท เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	439.88	ไม่มี
เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	บริษัท เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	2.56	ไม่มี
ยานพาหนะ	บริษัท เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	12.34	ไม่มี
สินทรัพย์ที่อยู่ระหว่างการก่อสร้างและ เครื่องจักรระหว่างติดตั้ง	บริษัท เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	448.99	ไม่มี

4.1.2 ทรัพย์สินหลักของบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 มีดังนี้

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าทางบัญชี (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
ที่ดินที่ประเทศอินโดนีเซีย มีเนื้อที่ 163,510 ตารางเมตร(ยังไม่นำมาใช้ในการดำเนินงาน ในปี 2563)	บริษัทย่อย เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์	217.02	ไม่มี

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย

บริษัทฯ มีนโยบายในการลงทุน

- การลงทุนระยะสั้นและระยะยาวที่เป็นประโยชน์ สามารถสร้างรายได้ให้กับบริษัทฯ โดยการลงทุนในบริษัทย่อยเพื่อประกอบธุรกิจ การลงทุนในพันธบัตรหรือตราสารที่มีมูลค่า ตลอดจนธุรกิจอื่นๆ ภายใต้วัตถุประสงค์ของบริษัทฯ

- บริษัทฯ จัดตั้งบริษัทย่อยที่ประเทศอินโดนีเซีย ภายใต้ชื่อ บริษัท ฮิวฟงรับเบอร์ (อินโดนีเซีย) จำกัด เนื่องจากเป็นประเทศที่มีประชากรมากเป็นอันดับที่ 4 ของโลก โดยบริษัทฯ ซึ่งมีนโยบายการลงทุนในธุรกิจเพื่อผลิตและจำหน่ายยางนอก ยางใน โดยเป็นการลงทุนในสัดส่วนที่บริษัทฯ สามารถเข้าร่วมบริหารจัดการและกำหนดแนวทางของธุรกิจดังกล่าว ปัจจุบันบริษัทมีการชะลอการลงทุนที่ประเทศอินโดนีเซีย เนื่องจากการมุ่งเน้นการลงทุนขยายการผลิตของบริษัทฯ ในประเทศไทย ส่วนการลงทุนในที่ดินที่ได้จัดซื้อไปแล้วนั้น บริษัทฯ จะดำเนินการในส่วนของการจัดเก็บสินค้าที่นำเข้าสินค้าจากประเทศไทย เพื่อจัดจำหน่าย ตลอดจนการศึกษาช่องทางจำหน่ายและกระจายสินค้าเพิ่มเติม

4.3 นโยบายการลงทุนในบริษัทร่วม

บริษัทฯ มีนโยบายมุ่งเน้นขยายการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการ นำเข้า ส่งออก จัดซื้อ และจำหน่ายผลิตภัณฑ์รถจักรยาน รถจักรยานยนต์ ยางรถสำหรับยานพาหนะทุกประเภท รวมถึงอะไหล่และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง โดยการลงทุนดังกล่าวอยู่ในสัดส่วนที่เหมาะสม และปัจจุบันบริษัทฯ จัดทะเบียนบริษัท ดิ อีเซ็นท์ (ไทยแลนด์) จำกัด เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2561 โดยบริษัทฯ ได้รับเงินลงทุนบางส่วนคืนจากการเลิกบริษัท ดิ อีเซ็นท์ (ไทยแลนด์) จำกัด ปัจจุบันอยู่ในระหว่างชำระบัญชี

4.4 สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนที่สำคัญในการประกอบธุรกิจ

-ไม่มี-

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

5.1 คดีที่บริษัท ฮิวฟรับเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) เป็นโจทก์ฟ้องคดีต่อศาล

(5.1.1) คดีของศาลจังหวัดสมุทรสาคร ความแพ่ง คดีหมายเลขแดงที่ 663-666/2560 คดีระหว่างบริษัท 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 บาท พร้อมดอกเบี้ยร้อยละ 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 ปัจจุบันอยู่ในระหว่างประกาศขายทอดตลาด

(5.1.2) คดีของศาลจังหวัดสมุทรสาคร ความแพ่ง คดีหมายเลขแดงที่ ข.12/2561 คดีระหว่างบริษัท ฮิวฟรับเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) โจทก์ กับ บริษัท โยโกอัลลอย วิลส์ จำกัด จำเลย และ บริษัท โยโกเซลล์ แอนด์ทรี บิวชั่น จำกัด ผู้ร้อง (คดีร้องขาดทรัพย์) โดยศาลชั้นต้นและศาลอุทธรณ์มีคำสั่งยกคำร้องขาดทรัพย์ของผู้ร้อง และเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2563 ศาลฎีกามีคำสั่งไม่รับฎีกาของผู้ร้องเป็นผลทำให้ทรัพย์สินที่ยึดจำนวน 46 รายการ ราคาประเมินรวม 3,523,892.95 บาท ยังเป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัท โยโก อัลลอย วิลส์ จำกัด บริษัทฯจึงแจ้งผลคำสั่งของศาลฎีกาไปยังเจ้าพนักงานบังคับคดีเพื่อทำการขายทอดตลาดทรัพย์ที่ยึดต่อไป

(5.1.3) คดีของศาลจังหวัดสมุทรสาคร ความอาญา คดีหมายเลขดำที่ อ.6243/2561 คดีหมายเลขแดงที่ อ.4207/2563 คดีระหว่างบริษัท ฮิวฟรับเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) โจทก์ กับ บริษัท โยโก อัลลอย วิลส์ จำกัด ที่ 1 กับพวกรวม 4 คน จำเลย (ข้อหาโกงเจ้าหนี้ด้วยการชักยืมถ่ายเทสินค้า) เมื่อวันที่ 24 สิงหาคม 2563 ศาลจังหวัดสมุทรสาครมีคำพิพากษาให้ยกฟ้องของโจทก์เนื่องจากคดีขาดอายุความ

ต่อมาเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2563 บริษัทฯยื่นอุทธรณ์คัดค้านคำพิพากษาของศาลชั้นต้นและคดีอยู่ในระหว่างการพิจารณาของศาลอุทธรณ์ภาค7

(5.1.4) คดีของศาลจังหวัดสมุทรสาคร ความอาญา คดีหมายเลขดำที่ อ.631/2562 คดีหมายเลขแดงที่ อ.4582/2563 คดีระหว่างบริษัท ฮิวฟรับเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) โจทก์ กับ บริษัท โยโก อัลลอย วิลส์ จำกัด จำเลย (ความผิดฐานโกงเจ้าหนี้ด้วยการ โอนกรรมสิทธิ์เครื่องจักร) เมื่อวันที่ 28 กันยายน 2563 ศาลจังหวัดสมุทรสาครมีคำพิพากษาลงโทษจำเลยทั้งสี่ในความผิดร่วมกัน โกงเจ้าหนี้ โดยให้ปรับจำเลยที่ 1 และที่ 3 คนละ 24,000 บาท และให้จำคุกจำเลยที่ 2 และที่ 4 คนละ 1 ปี

(5.1.5) คดีของศาลจังหวัดสมุทรสาคร ความแพ่ง คดีหมายเลขดำที่ พ.331/2562 คดีระหว่างบริษัท ฮิวฟรับเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) โจทก์ กับ บริษัท โยโก อัลลอย วิลส์ จำกัด ที่ 1 บริษัท โยโก แมนูแฟกเจอร์ จำกัด ที่ 2 จำเลย (ข้อหาเพิกถอนนิติกรรมกรจำทะเบียนโอนกรรมสิทธิ์เครื่องจักร) เมื่อวันที่ 16 พฤศจิกายน 2563 ศาลจังหวัดสมุทรสาครได้เลื่อนคดีเพื่อฟังผลการพิจารณาในคดีอาญาหมายเลขดำที่ อ.631/2562 โดยศาลได้กำหนดนัดพร้อมในวันที่ 10 พฤษภาคม 2564 เวลา 09.00 นาฬิกา

5.2 คดีของศาลอาญา ความอาญา คดีหมายเลขดำที่ อ.3255/2560 คดีหมายเลขแดงที่ อ.3507/2562 คดีระหว่างบริษัท โยโก อัลลอย วิลส์ จำกัด ที่ 1, กับพวกรวม 4 คน โจทก์ กับ บริษัท ฮิวฟรับเบอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) จำเลย ศาลอาญามีคำพิพากษายกฟ้องและบริษัท โยโก อัลลอย วิลส์ จำกัด ได้ยื่นอุทธรณ์คัดค้านคำพิพากษาของศาลชั้นต้น และเมื่อวันที่ 3 กันยายน 2563 บริษัทฯได้ยื่นคำแก้อุทธรณ์ต่อศาลเป็นที่เรียบร้อยแล้ว คดีอยู่ระหว่างการพิจารณาของศาลอุทธรณ์

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 นิคมอุตสาหกรรมบาง ปู ต.แพรกษา อ.เมืองสมุทรปราการ จ.สมุทรปราการ 10280
นายทะเบียนหลักทรัพย์	:	บริษัท ฮั่วฟงรับเบอร์ (อินโดนีเซีย) จำกัด จดทะเบียนจัดตั้งที่ประเทศอินโดนีเซีย 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 หมั่นวิจิต
ผู้สอบบัญชี	:	นางอนุทัย ภูมิสุรกุล ผู้สอบบัญชีรับใบอนุญาตเลขที่ 3873 นายสุควิน ปัญญาวงศ์ขันติ ผู้สอบบัญชีรับใบอนุญาตเลขที่ 3534 นายเกษม รัชชาลวงค์ ผู้สอบบัญชีรับใบอนุญาตเลขที่ 5016 บริษัท ไพร์วฮอเดอร์เฮาส์คูเปอร์ส เอพีเอเอส จำกัด เลขที่ 179/74-80 ชั้น 15 บางกอกซิตี้ทาวเวอร์ ถนนสาทรใต้ กรุงเทพมหานคร 10120