



ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ



1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย

บริษัท ไทยนิปปอนเบียร์อินดัสตรี จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายเบียร์จากน้ำยาล้างขวดและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง โดยบริษัทฯ มีวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมองค์กร และกลยุทธ์ในการดำเนินงาน ดังนี้

วิสัยทัศน์

เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเบียร์จากน้ำยาล้างขวดและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องที่มีคุณภาพสูง มีความหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั่วโลก

พันธกิจ

มุ่งมั่นเป็นผู้นำระดับโลกด้านการผลิตและจำหน่ายเบียร์จากน้ำยาล้างขวดและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง เพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า โดยพัฒนากระบวนการผลิต การบริการ รวมถึงเทคโนโลยีและนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังส่งเสริมการฝึกอบรมพนักงานทุกระดับให้มีความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ ดำรงไว้ซึ่งคุณภาพและความรับผิดชอบต่อสังคม

ค่านิยมของบริษัทฯ

สะท้อนถึงตัวตน พฤติกรรมและวัฒนธรรมของบริษัท ไทยนิปปอนเบียร์อินดัสตรี จำกัด (มหาชน) โดยเป็นแนวทางให้พนักงานประพฤติ ปฏิบัติเพื่อสร้างรากฐานองค์กรที่แข็งแกร่งและมุ่งไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน

1. มีความรับผิดชอบต่อและมีวินัยในการทำงาน

ตั้งใจปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถโดยไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคที่เกิดขึ้นและมีระเบียบวินัยในการทำงาน

2. ทำงานเป็นทีม

ทำงานร่วมกับผู้อื่นโดยให้ความร่วมมือและช่วยเหลือในการทำงานอย่างเต็มที่

3. มุ่งเน้นคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการ

ให้ความสำคัญกับคุณภาพผลิตภัณฑ์ทุกกระบวนการทำงานและทุกขั้นตอนของการผลิตและการบริการ

4. ให้ความสำคัญต่อลูกค้า

ค้นหาความต้องการ ดูแลเอาใจใส่และบริการลูกค้าให้เกิดความประทับใจตลอดเวลา รวมถึงลูกค้าภายในองค์กร

5. การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

เรียนรู้และพัฒนาวิธีการทำงานหรือขั้นตอนการปฏิบัติงานในหน้าที่ที่รับผิดชอบอยู่ตลอดเวลา



เป้าหมายและกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัทฯ

(1) เป็นผู้นำในธุรกิจรับจ้างผลิตถ้วยจานอนามัยและเจลหล่อลื่นระดับโลก

- 1.1 ขยายฐานลูกค้าต่างประเทศสำหรับธุรกิจรับจ้างผลิตถ้วยจานอนามัยและเจลหล่อลื่นโดยการเพิ่มลูกค้าใหม่ที่มีศักยภาพและเพิ่มความร่วมมือกับลูกค้าเดิมที่มีศักยภาพและการเติบโตอย่างต่อเนื่อง
- 1.2 พัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์อย่างครบวงจร มีความหลากหลายมากขึ้น โดยใช้นวัตกรรมใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่มทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- 1.3 ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม

(2) เข้าร่วมประมูลถ้วยจานอนามัยในองค์กรสากลที่ได้รับการยอมรับและมีมาตรฐานสูงในการคัดเลือกผู้ผลิตถ้วยจานอนามัย เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่คุณภาพผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ในตลาดโลก

(3) เพิ่มสัดส่วนรายได้ของกลุ่มธุรกิจถ้วยจานอนามัยและเจลหล่อลื่น ภายใต้เครื่องหมายการค้าและลิขสิทธิ์ของบริษัทฯ ให้สูงขึ้นและขยายสู่ตลาดโลก โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- 3.1 ขยายตลาดสำหรับกลุ่มธุรกิจสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าและลิขสิทธิ์ของบริษัทฯ ในประเทศไทยและตลาดโลก
- 3.2 เสริมสร้างตราสินค้า ONETOUCH™ ให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ต้องการด้วยการวางตำแหน่งของตราสินค้า (Brand Positioning) ให้ชัดเจน และสื่อสารให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นผ่านสื่อดั้งเดิม (Traditional Media) และ โซเชียลมีเดีย โดยตั้งเป้าหมายขึ้นเป็นผู้นำตลาดถ้วยจานอนามัยในประเทศไทยและประเทศกลุ่มเอเชีย-แปซิฟิก (APAC)
- 3.3 เพิ่มตราสินค้าของบริษัทฯ ให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายและวางตำแหน่งของตราสินค้า (Brand Positioning) ให้เหมาะสมต่อความต้องการของลูกค้าสำหรับตลาดพรีเมียม ตลาดระดับกลาง หรือเป็นไฟท์ติ้งแบรนด์ (Fighting Brand)
- 3.4 พัฒนารูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับตำแหน่งของตราสินค้า (Brand Positioning) และให้มีความทันสมัย น่าสนใจสำหรับกลุ่มเป้าหมาย
- 3.5 จัดทะเบียนเครื่องหมายการค้าและลิขสิทธิ์ ขอใบรับรองและประกาศนียบัตรที่จำเป็นล่วงหน้าให้ครอบคลุมกลุ่มประเทศต่าง ๆ ทั่วทุกภูมิภาคของโลกที่บริษัทฯ วางแผนขยายตลาดในอนาคต และป้องกันการละเมิดเครื่องหมายการค้าในต่างประเทศที่อาจเกิดขึ้นได้ กรณีไม่ได้จดทะเบียนคุ้มครอง



3.6 มองหาโอกาสทางธุรกิจ และศึกษาความเป็นไปได้ในการร่วมลงทุนกับพันธมิตร รวมทั้งลงทุนซื้อกิจการที่มีศักยภาพ

(4) บริหารและลดต้นทุนการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขัน

4.1 เพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตสินค้า

บริษัทฯ มุ่งเน้นพัฒนาเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตผ่านการใช้ระบบเครื่องจักรอัตโนมัติ (“Automation”) โดยบริหารจัดการควบคุมคุณภาพให้สามารถผลิตได้อย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ

4.2 เพิ่มประสิทธิภาพในการตรวจสอบและทดสอบคุณภาพทุกขั้นตอนการผลิต เพื่อควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์

4.3 เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนากิจการที่สำคัญ

เหตุการณ์ที่สำคัญของบริษัทฯ ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา

2559	
พฤษภาคม	- ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 2/2559 (ก่อนแปรสภาพ) ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม 2559 มีมติอนุมัติแปรสภาพบริษัทฯ จากบริษัทจำกัดเป็นบริษัทมหาชนจำกัด เพื่อการเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ
มิถุนายน	- ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2559 (หลังแปรสภาพ) ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2559 มีมติอนุมัติการดำเนินการต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ <ul style="list-style-type: none"> - เปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้ของบริษัทฯ จากเดิมมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เป็นมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท - เพิ่มทุนจดทะเบียนชำระแล้วจาก 192.0 ล้านบาท เป็น 300.0 ล้านบาท และจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 108.0 ล้านหุ้น ซึ่งมีมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เพื่อเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นตามสัดส่วนเดิมจำนวน 70.5 ล้านหุ้น และเพื่อการเสนอขายให้แก่ประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรกจำนวน 37.5 ล้านหุ้น - มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างและเพิ่มผู้บริหารภายในเพื่อให้เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจและตามกฎหมายของตลาดหลักทรัพย์ฯ
	- เปิดตัว ONETOUCH™ 003 ถูยางอนามัยผลิตจากน้ำยางธรรมชาติ มีความบางเพียง 0.03 มิลลิเมตร (มม.)



	- บริษัทฯ ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการในนิคมอุตสาหกรรม ตามพระราชบัญญัติการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 ฉบับต่ออายุ ครั้งที่ 1 (โรงงานปิ่นทอง) เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน พ.ศ. 2559
พฤศจิกายน	- บริษัทฯ เข้าทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ภายใต้สัญลักษณ์ TNR โดยอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค หมวดธุรกิจ ของใช้ส่วนตัวและเวชภัณฑ์ เมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2559
2560	
ตุลาคม	- ประกาศเจตนารมณ์เข้าร่วมโครงการแนวร่วมปฏิบัติ (Collective Action Coalition) ของภาคเอกชนไทย ในการต่อต้านการทุจริต (Thailand's Private Sector Collective Action Coalition Against Corruption: CAC) โดยได้รับการตอบรับเมื่อวันที่ 8 ตุลาคม พ.ศ. 2560
ธันวาคม	- บริษัทฯ ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการในนิคมอุตสาหกรรม ตามพระราชบัญญัติการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 ฉบับต่ออายุ ครั้งที่ 2 (โรงงานแหลมฉบัง) เมื่อวันที่ 22 ธันวาคม พ.ศ. 2560

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในคุณภาพผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าและผู้บริโภค อีกทั้งยังเพิ่มศักยภาพการแข่งขันและจัดหาลูกค้า โดยบริษัทฯ ผ่านการรับรองมาตรฐานจากองค์กรสากลและได้รับรางวัลมากมายทั้งในและต่างประเทศ ดังต่อไปนี้

ใบรับรองและประกาศนียบัตรที่บริษัทฯ ได้รับระหว่างปี 2556-2560

ในประเทศ	
2556	- รางวัล Quality Award จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข - รางวัลความเป็นเลิศด้านคุณภาพห้องปฏิบัติการทางการแพทย์และสาธารณสุข ระดับทอง จากกรมวิทยาศาสตร์ กระทรวงสาธารณสุข
2558	- ใบอนุญาตนำเข้าหรือส่งยาแผนปัจจุบันเข้ามาในราชอาณาจักร จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา - ฉลากลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ จากสถาบันสิ่งแวดล้อมไทยสำหรับถุงยางอนามัยภายใต้เครื่องหมายการค้า ONETOUCH™ รุ่นแอปปี รุ่นมิคซ์ 3 รุ่นแม็กซ์ ดอท รุ่นกลืนสตรอว์เบอร์รี่ รุ่นโซลูชั่น รุ่นอัลติมา - รางวัลนำเสนอผลงานดีเด่น โครงการให้คำปรึกษาแนะนำเชิงลึกแก่ SMEs ด้วยระบบ Lean โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ร่วมกับสถาบันเหล็กและเหล็กกล้าแห่งประเทศไทย
2559	- ขอใบรับรองระบบ ISO 50001:2011 Energy Management Systems - การจัดการพลังงาน จาก SGS ฐาน โรงงานนิคมอุตสาหกรรมปิ่นทอง - มอก.625:2559 (ใบอนุญาตแสดงเครื่องหมายมาตรฐานกับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)
2560	- Upgrade ระบบ ISO 14001:2015 - Environmental Management Systems-Requirements with Guidance for Use - ได้รับใบรับรองอุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 3 ระบบสีเขียว (Green System) - ได้รับใบประกาศ “วิธีการปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการกากอุตสาหกรรมมูลฝอย ที่เกิดขึ้นในนิคมอุตสาหกรรม ประจำปี 2560 จากสำนักงานนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง - Upgrade ระบบ ISO 9001:2015 - Quality Management Systems – Requirements

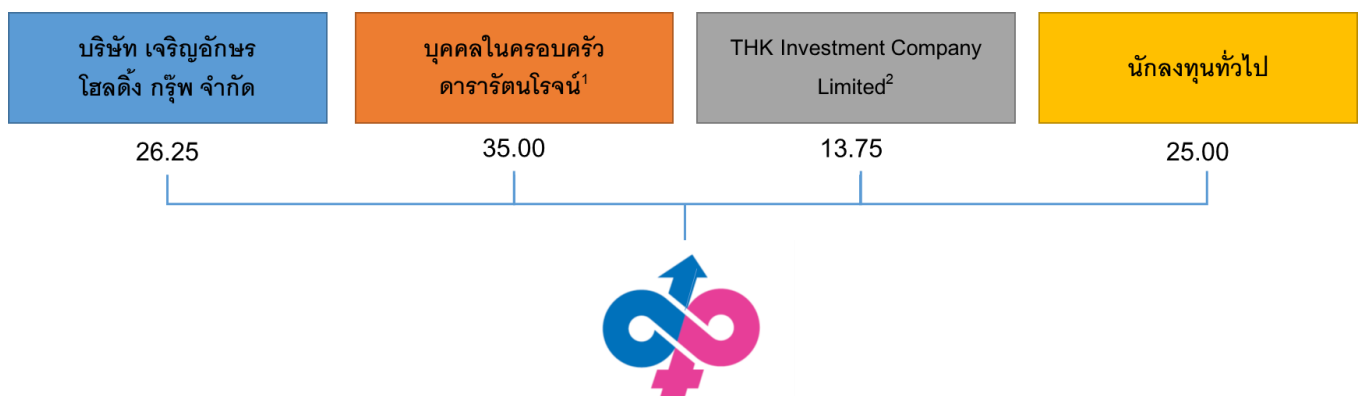


	- Upgrade ระบบ ISO13485:2016 - Quality Management Systems – Requirements - ได้รับรางวัล กรณีศึกษาทรงคุณค่า โครงการ การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพในภาคอุตสาหกรรม
ต่างประเทศ	
2556	- KEBS Kenya Pre-Export Verification of Conformity Program จาก SGS (Thailand) Limited
2558	- 510k No.K142790 ONETOUCH™ Lubricant Gel จากประเทศสหรัฐอเมริกา

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทฯ

โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทฯ ณ วันปิดสมุดทะเบียนเมื่อวันที่ 29 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ ถือหุ้นโดยกลุ่มครอบครัว ดารารัตนโรจน์ ผ่าน (1) บริษัท เจริญอักษร โฮลดิ้ง กรุ๊ป จำกัด (2) บุคคลในครอบครัวดารารัตนโรจน์ (3) THK Investment Company Limited และ (4) นักลงทุนทั่วไป

ณ ปัจจุบัน บริษัทฯ ไม่มีบริษัทย่อยและบริษัทร่วม



หมายเหตุ:

¹ ครอบครัวดารารัตนโรจน์ ประกอบด้วย (1) นายสมศักดิ์ ดารารัตนโรจน์ (2) นายสุรพล ดารารัตนโรจน์ (3) นายอมร ดารารัตนโรจน์ และ (4) นางสาวศิรินันท์ ดารารัตนโรจน์ ทั้งนี้ กลุ่มครอบครัวดารารัตนโรจน์ เป็นการนับรวมกลุ่มครอบครัวตามความสัมพันธ์ทางสายโลหิต มิใช่การจัดกลุ่ม Acting in Concert ตามข้อ 2 ของประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนที่ ทจ. 7/2552 เรื่องการกำหนดลักษณะความสัมพันธ์ หรือพฤติกรรมที่เข้าลักษณะเป็นการกระทำร่วมกับบุคคลอื่น และการปฏิบัติตามมาตรา 246 และมาตรา 247

² THK Investment Company Limited เป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายฮ่องกง มีนายอมร ดารารัตนโรจน์ และนางสาวศิรินันท์ ดารารัตนโรจน์ เป็นผู้ถือหุ้น และมีผู้ถือหุ้นของบริษัท เจริญอักษร โฮลดิ้ง กรุ๊ป จำกัด เป็นผู้รับผลประโยชน์



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายถุงยางอนามัย และเจลหล่อลื่นเป็นธุรกิจหลัก โดยสามารถจำแนกประเภทธุรกิจได้เป็น 3 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

1. ธุรกิจผลิตและจำหน่ายถุงยางอนามัยและเจลหล่อลื่น ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัท ได้แก่ ตราสินค้า ONETOUCH™ และ Niptex™ และเครื่องหมายการค้าอื่นภายใต้ลิขสิทธิ์ของบริษัท โดยจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศผ่านการกระจายสินค้าไปยังร้านค้าแบบสมัยใหม่และแบบดั้งเดิมรวมทั้งร้านค้าออนไลน์

ตราสินค้า ONETOUCH™ วางจำหน่ายในประเทศไทยโดยบริษัท ซี.พี. คอนซูเมอร์โปรดักส์ จำกัด เป็นผู้จัดจำหน่ายผ่านช่องทางร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) และร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) ปัจจุบันได้ขยายไปสู่บางประเทศในตลาดอาเซียน อาทิ กัมพูชา ลาว เมียนมา เวียดนาม สิงคโปร์

สำหรับตราสินค้า Niptex™ ปัจจุบันจำหน่ายในประเทศเวียดนาม ผ่านผู้จัดจำหน่ายและตัวแทนจำหน่าย

2. ธุรกิจรับจ้างผลิตถุงยางอนามัยและเจลหล่อลื่นตามความต้องการของลูกค้า (OEM) - บริษัทฯ รับจ้างผลิตถุงยางอนามัยและเจลหล่อลื่น (OEM) ตามความต้องการของลูกค้าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศโดยมีลูกค้า 100 กว่าประเทศทั่วโลก นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ทำสัญญาจ้างผลิตถุงยางอนามัยและเจลหล่อลื่นให้กับบริษัท United Medical Device ภายใต้เครื่องหมายการค้า PLAYBOY® ทั่วโลก และเป็นผู้จัดจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย
3. ธุรกิจงานประมูล (Tender) - บริษัทฯ เข้าร่วมประมูลงานผลิตถุงยางอนามัยกับองค์กรภาครัฐ และองค์กรเอกชน (NGOs) ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยองค์กรเหล่านี้จะดำเนินการจำหน่ายและแจกจ่ายถุงยางอนามัยไปตามภูมิภาคและทวีปต่าง ๆ ทั่วโลก ซึ่งลักษณะของถุงยางอนามัยเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบ ลักษณะผิว รูปร่าง ขนาด ความยาว ความหนา สี ตามที่ลูกค้าต้องการ โดยบริษัทฯ มีการผลิตและส่งมอบตามลักษณะที่ระบุไว้ในสัญญา

2.1 โครงสร้างรายได้

รายได้จากการผลิตและจำหน่ายถุงยางอนามัยจากน้ำยางธรรมชาติ เจลหล่อลื่นและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ สามารถจำแนกได้ดังนี้

รายได้รวมของบริษัทฯ สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558 – 2560

รายได้รวม	สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม					
	2558		2559		2560	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ปริมาณขาย/ รายได้จากการขายถุงยางอนามัย	1,271.9	97.7	1,166.7	97.0	1,248.2	96.5
รายได้จากการขายเจลหล่อลื่น	29.8	2.3	35.5	3.0	45.3	3.5
รายได้อื่น ๆ	0.5	0.03	0.8	0.1	0.4	0.03
รายได้จากการขายสินค้า	1,302.2	100.00	1,203.0	100.00	1,293.9	100.00

**สัดส่วนรายได้จากการขายยางอนามัยและเจลหล่อลื่นของบริษัทฯ ในประเทศและต่างประเทศ**

รายได้จากการขายสินค้า	สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม					
	2558		2559		2560	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. ธุรกิจผลิตและจำหน่ายยางอนามัยและเจลหล่อลื่น ภายใต้เครื่องหมายการค้า และลิขสิทธิ์ของบริษัทฯ (ONETOUCH™ Niptex™)						
ในประเทศ	51.4	3.9	71.5	5.9	109.0	8.4
ต่างประเทศ	4.1	0.3	17.6	1.5	23.5	1.8
รวมรายได้จากธุรกิจผลิตและจำหน่ายยางอนามัยและเจลหล่อลื่น ภายใต้เครื่องหมายการค้า และลิขสิทธิ์ของบริษัทฯ (ONETOUCH™ Niptex™)	55.5	4.3	89.1	7.4	132.5	10.2
2. ธุรกิจรับจ้างผลิตยางอนามัยและเจลหล่อลื่น (OEM)						
ในประเทศ	20.7	1.6	26.7	2.2	29.8	2.3
ต่างประเทศ	904.5	69.5	912.8	75.9	850.4	65.7
รวมรายได้จากธุรกิจรับจ้างผลิตยางอนามัยและเจลหล่อลื่น (OEM)	925.2	71.1	939.5	78.1	880.2	68.0
3. ธุรกิจงานประมูล (Tender)						
ในประเทศ	22.6	1.7	0.0	0.0	5.2	0.4
ต่างประเทศ	298.4	22.9	173.6	14.4	275.6	21.3
รวมรายได้จากธุรกิจงานประมูล (Tender)	321.0	24.7	173.6	14.4	280.8	21.7
รวมรายได้จากการขายสินค้า – ในประเทศ	94.7	7.3	98.2	8.2	144.0	11.1
รวมรายได้จากการขายสินค้า – ต่างประเทศ	1,207.0	92.7	1,104.0	91.8	1,149.5	88.9
รวมรายได้จากการขายสินค้า	1,301.7	100.0	1,202.2	100.0	1,293.5	100.0

หมายเหตุ ตารางข้างต้นไม่รวมรายได้อื่น ๆ

2.2 ลักษณะผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทฯ แบ่งเป็น 2 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. ยางอนามัยจากน้ำยางธรรมชาติ
2. เจลหล่อลื่น

1. ยางอนามัยจากน้ำยางธรรมชาติ

บริษัทฯ ผลิตยางอนามัยจากน้ำยางธรรมชาติที่มีความหลากหลายทั้งรูปแบบ ขนาด ความยาว ความหนา สี กลิ่นและบรรจุภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า และยังให้บริการ One Stop Service ตั้งแต่กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ถึงการผลิต โดยสินค้าประเภทยางอนามัยและเจลหล่อลื่นนั้นถือเป็นเครื่องมือแพทย์ซึ่งมีกระบวนการควบคุมคุณภาพภายใต้การกำกับดูแลของกองควบคุมเครื่องมือแพทย์ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ผ่านการรับรองคุณภาพ โดยสามารถจำหน่ายในหลายประเทศทั่วโลก



1.1 ประเภทของถุงยางอนามัย

1. แบบมาตรฐาน โดยมีลักษณะพื้นผิวเรียบ
2. แบบ Texture โดยมีลักษณะพื้นผิวในแบบต่าง ๆ
3. แบบรูปร่างและความหนาที่มีความแตกต่างกัน
4. แบบมีกลิ่น และสีที่หลากหลาย

บริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายถุงยางอนามัยที่มีความหลากหลายทั้งขนาด ความหนา รูปร่าง พื้นผิวสัมผัส กลิ่น สี ตามข้อมูลในตารางต่อไปนี้

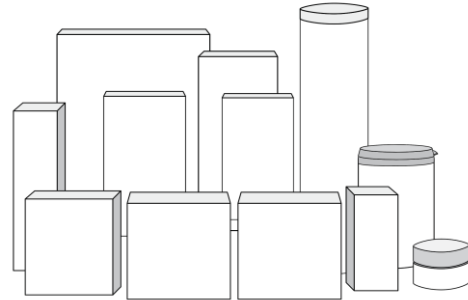
	ผิว	รูปร่าง
	ผิวเรียบ	ผนังขนาน
	ผิวแบบปุ่มและแบบขีด (3 in 1)	ผนังไม่ขนาน (1 Contour)
	ผิวแบบขีด	ผนังขนาน
	ผิวเรียบ	ผนังขนานแบบผายออก
	ผิวแบบปุ่ม	ผนังขนาน
	ผิวเรียบ	ผนังไม่ขนานแบบเกลียว 1 รอบ
	ผิวเรียบ	ผนังไม่ขนาน (1 Contour)
	ผิวเรียบแบบเกลียว 2 รอบ	ผนังไม่ขนานแบบเกลียว 2 รอบ
	ผิวแบบปุ่ม	ผนังไม่ขนาน (1 Contour)
	ผิวเรียบ	ผนังอะเดปต้า
	ผิวแบบปุ่ม	ผนังไม่ขนาน (2 Contour)
(ก) ขนาด	49 - 60 มม.	
(ข) ความยาว	170 – 180 มม.	
(ค) ความหนา	0.035 – 1.20 มม.	
(ง) สี	ธรรมชาติ,ชมพู,แดง ,ส้ม ,ม่วง และ สีอื่น ตามความต้องการของลูกค้า	
(จ) กลิ่น	แอปเปิ้ล,เชอร์รี่,กุหลาบ,สตรอว์เบอร์รี่,เมนทอล และ กลิ่นอื่น ตามความต้องการของลูกค้า	



1.2 ลักษณะบรรจุภัณฑ์

บริษัทฯ มีบรรจุภัณฑ์สำหรับถุงยางอนามัยแบบต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า

1. ถุงยางอนามัยบรรจุฟอยล์ มีลักษณะทั้งแบบบรรจุสี่เหลี่ยมจัตุรัส สี่เหลี่ยมผืนผ้า และแบบทรงกลม
2. บรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุถุงยางอนามัยบรรจุฟอยล์
 - แบบกล่อง บรรจุ 3 ชิ้น 6 ชิ้น 12 ชิ้น สามารถปรับเปลี่ยนความจุตามความต้องการของลูกค้า
 - แบบซองซาเช่ (Sachet)
 - แบบกระป๋องพลาสติก
 - แบบตลับอลูมิเนียม
 - บรรจุภัณฑ์แบบบลิสเตอร์ (Blister)
 - บรรจุภัณฑ์แบบอื่น ๆ ตามความต้องการของลูกค้า




1.3 ลักษณะผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปของถุงยางอนามัย ภายใต้เครื่องหมายการค้า ONETOUCH™ และ Niptex™

ผลิตภัณฑ์ ONETOUCH™ ที่จำหน่ายในตลาดประเทศไทย มีจำนวน 11 รุ่น โดยบริษัทฯ เปิดตัวรุ่น 0.03 ซึ่งเป็นรุ่นที่บางที่สุดออกสู่ตลาดเมื่อปี 2559 ในปี 2560 วางจำหน่ายสินค้าไซส์ใหญ่รุ่น 56 และล่าสุดเมื่อต้นเดือนกุมภาพันธ์ 2561 บริษัทฯ นำถุงยางอนามัยบรรจุกระป๋องสี่เหลี่ยมสวยงาม กลิ่นวานิลลา-แคนดี้ (ผลไม้รวม) ออกสู่ตลาดต้อนรับเทศกาลวาเลนไทน์ โดยทั้งรุ่น 56 และรุ่นกลิ่นวานิลลา-แคนดี้ (ผลไม้รวม) เน้นการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์

	แอปปี: ชนิดผิวเรียบ ผนังขนาน บาง		ซีโร ซีโร่ ทรี 003 : ชนิดผิวเรียบ แบบบาง 0.03-0.038 มม. (บางที่สุดในวันพฤหัสบดี)
	มิกซ์ 3: ชนิดผิวไม่เรียบ แบบปุ่ม และขีด ผนังไม่ขนาน		จอยส์ : ขนาด 49 มม. ชนิดผิวเรียบ
	แม็กซ์ ดอท: ชนิดผิวไม่เรียบ แบบปุ่มใหญ่พิเศษ ผนังไม่ขนาน		โซลูชั่น: ชนิดผิวเรียบ มีสารชะลอการหลั่ง (เบนโซเคน 5%w/w)
	สตรอเบอร์รี่: ชนิดผิวเรียบ ผนังขนาน กลิ่นสตรอว์เบอร์รี่		อินสไปรัล: ชนิดผิวเรียบ ผนังไม่ขนาน แบบเกลียว
	อัลติมา: ขนาด 50.5 มม. ชนิดผิวเรียบ และบาง 0.045-0.053 มม.		วันทซ์ 56 ชนิดผิวเรียบ ผนังขนาน มีกระเปาะ (เริ่มวางจำหน่าย ปี 2560)



	<p>วันที่ วัน : สวิท โรแมนซ์ / วันที่</p> <p>ขนาด 52 มม. ชนิดผิวเรียบ แบบบาง</p> <p>0.03-0.038 มม.</p> <p>กลิ่นวานิลลา-แคนดี้ (ผลไม้รวม)</p> <p>(เริ่มวางจำหน่าย ปี 2561)</p>		
---	---	--	--

ผลิตภัณฑ์ NIPTXTM มีจำนวน 8 รุ่น ซึ่งเป็นตราสินค้า ที่บริษัทฯ นำออกสู่ตลาดในปี 2560 และปัจจุบันจำหน่ายในประเทศเวียดนามผ่านตัวแทนจำหน่ายของบริษัทฯ

	<p>Delayed</p> <p>52 มม. ชนิดผิวเรียบ มีสารชะลอการหลั่ง (เบนโซเคน 5%w/w)</p>		<p>Zero Zero Three 003</p> <p>ชนิดผิวเรียบ แบบบาง 0.03-0.03 มม.</p>
	<p>Dotted</p> <p>52 มม. ชนิดผิวไม่เรียบ แบบปุ่ม ผ่องไม่ขนาน</p>		<p>Classic</p> <p>52 มม. ชนิดผิวเรียบ ผ่องขนาน</p>
	<p>Ribbed</p> <p>52 มม. ชนิดผิวไม่เรียบ แบบขีด ผ่องขนาน</p>		<p>49 mm.</p> <p>49 มม. ชนิดผิวเรียบ ผ่องขนาน</p>
	<p>Strawberry</p> <p>52 มม. ชนิดผิวเรียบ ผ่องขนาน กลิ่นสตรอว์เบอร์รี่</p>		<p>Ultra Thin</p> <p>52 มม. ชนิดผิวเรียบ ผ่องขนาน มีความบาง 0.055-0.065 มม.</p>

1.4 ลักษณะผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ภายใต้ธุรกิจรับจ้างผลิต (OEM)

บริษัทฯ รับจ้างผลิตถุงยางอนามัย (OEM) ตามความต้องการของลูกค้าเป็นหลักโดยบริษัทฯ ให้บริการแบบครบวงจร (One Stop Service) ทั้งให้คำปรึกษาด้านผลิตภัณฑ์และออกแบบบรรจุภัณฑ์ ในส่วนลักษณะของถุงยางอนามัยนั้น บริษัทฯ สามารถผลิตถุงยางอนามัยจากน้ำยางธรรมชาติได้หลากหลายรูปแบบ โดยลูกค้าสามารถเลือกลักษณะผิว รูปร่าง ขนาด ความยาว ความหนา สี และกลิ่น อีกทั้งสามารถบรรจุอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องในบรรจุภัณฑ์ตามที่ลูกค้าต้องการอีกด้วย

1.5 ลักษณะผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ภายใต้ธุรกิจงานประมูล (Tender)

ลักษณะของถุงยางอนามัยสำหรับธุรกิจงานประมูลเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบ ลักษณะผิว รูปร่าง ขนาด ความยาว ความหนา สี ตามที่ลูกค้าต้องการ โดยบริษัทฯ มีการผลิตและส่งมอบตามลักษณะที่ระบุไว้ในสัญญา เช่น ถุงยางเปื่อย บรจุในพอยล์ และ/หรือกล่องแบบมาตรฐาน เพื่อให้องค์กรภาครัฐ และองค์กรเอกชน (NGOs) ดำเนินโครงการแจกจ่ายไปยังกลุ่มเป้าหมาย

2. เจลหล่อลื่น

บริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายเจลหล่อลื่นซึ่งเป็นสารหล่อลื่นสูตรน้ำเพื่อใช้ประกอบในการมีเพศสัมพันธ์ โดยควบคุมการผลิตในสถานที่ที่สะอาด ปลอดภัย และได้มาตรฐาน บริษัทฯ มีผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ ONETOUCH™ และ Niptex™ และรับผลิตผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าตามคำสั่งซื้อ

2.1 ลักษณะบรรจุภัณฑ์

1. แบบหลอด
2. แบบซองชาเช่ (sachet)
3. แบบตลับอลูมิเนียม
4. อื่น ๆ ตามความต้องการของลูกค้า

2.2 ลักษณะผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปเจลหล่อลื่นสูตรน้ำ ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ ONETOUCH™ และ Niptex™



2.3 ลักษณะผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปเจลหล่อลื่นสูตรน้ำ ภายใต้ธุรกิจรับจ้างผลิต (OEM) และงานประมูล (Tender)

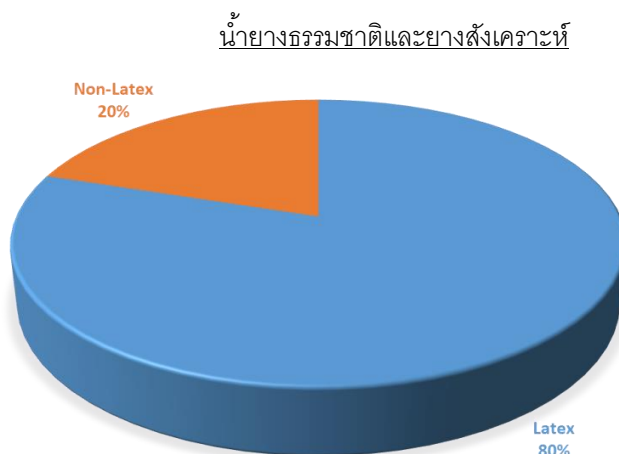
บริษัทฯ รับจ้างผลิตเจลหล่อลื่นสูตรน้ำภายใต้ธุรกิจรับจ้างผลิต (OEM) และงานประมูล (Tender) ตามความต้องการของลูกค้าเป็นหลักโดยบริษัทฯ มีบริการแบบครบวงจร (One Stop Service) ทั้งให้คำปรึกษาด้านผลิตภัณฑ์และออกแบบบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบหลอดพลาสติกและฟอยล์ โดยมีขนาดตามที่ต้องการของลูกค้าอีกทั้งยังสามารถจัดหาบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุชนิดอื่นเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าได้

การตลาดและการแข่งขัน

ภาวะอุตสาหกรรมการผลิตและจำหน่ายถุงยางอนามัยโลก

ถุงยางอนามัยซึ่งจำหน่ายในตลาดโลกแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากน้ำยางธรรมชาติและผลิตจากยางสังเคราะห์ โดยประมาณการสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 80 ต่อ 20 ตามลำดับ ปัจจุบันมีทั้งถุงยางอนามัยสำหรับผู้ชายและถุงยางอนามัยสำหรับผู้หญิง โดยถุงยางอนามัยสำหรับผู้ชายครองส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 92 ในขณะที่ถุงยางอนามัยสำหรับผู้หญิงเริ่มเป็นที่รู้จักและมีการใช้อยู่ที่ประมาณร้อยละ 8 (Technavio Research ปี 2558-2562) ถุงยางอนามัยสำหรับผู้หญิงมีการเติบโตที่ดีในตลาดบางประเทศจากการรณรงค์ขององค์กรภาครัฐ และองค์กรเอกชน (NGOs)

สัดส่วนถุงยางอนามัยจำแนกตามวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตในตลาดโลก:



ที่มา: รายงานข้อมูลของบริษัท TechNavio Insights, Global Condom Market 2558-2562 (จัดพิมพ์เมื่อเดือนกรกฎาคม 2558)

จากรายงานข้อมูลของบริษัท TechNavio Insights, Global Condom Market 2559-2563 (จัดพิมพ์เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2559) คาดการณ์การเติบโตของอุตสาหกรรมการผลิตและจำหน่ายถุงยางอนามัยโลกในปี 2563 ว่ามีอัตราเฉลี่ยสะสมต่อปี (CAGR) ที่ร้อยละ 10 ทั้งนี้อุตสาหกรรมฯ แบ่งสัดส่วนของตลาดถุงยางอนามัยเป็น 2 ส่วนหลักคือตลาดเชิงพาณิชย์ (commercial market) และตลาดการประมูล (tender) ซึ่งตลาดเชิงพาณิชย์ครอบคลุมธุรกิจรับจ้างผลิตและผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าและลิขสิทธิ์ โดยประมาณการสัดส่วนของตลาดเชิงพาณิชย์และตลาดการประมูลอยู่ที่ร้อยละ 52 และ ร้อยละ 48 ตามลำดับ (ที่มา: The Global Condom Market, Credit Suisse, วันที่ 13 กันยายน 2559)

การเติบโตของอุตสาหกรรมฯ เป็นผลมาจากการรณรงค์ และให้ความรู้จากภาครัฐและเอกชนอย่างต่อเนื่องในการป้องกันการตั้งครรภ์โดยไม่ได้วางแผน ป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์และป้องกันโรค HIV/AIDS ประกอบกับการขยายตัวของความเป็นเมือง (Urbanization) มากขึ้นทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป เช่น คนเลือกที่จะเป็นโสดมากขึ้น แต่งงานช้าลง ต้องการคุมกำเนิด และมีแนวโน้มในการใช้ถุงยางอนามัยเพื่อเพิ่มสุนทรีภาพในการมีเพศสัมพันธ์และใช้ถุงยางในกลุ่มรักร่วมเพศ โดยเห็นได้จากการมีนวัตกรรมถุงยางอนามัยจากผู้ผลิตออกสู่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภค มีการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ให้น่าสนใจมากขึ้นและกระตุ้นการบริโภคจากกิจกรรมด้านการโฆษณาสื่อสาร ผ่านสื่อแบบดั้งเดิมและ



ไทยเซียมมีเดีย ทั้งยังมีการขยายช่องทางการจำหน่ายให้เข้าถึงลูกค้าอีกด้วย การใช้ถุงยางอนามัยยังเป็นทางเลือกหลักมากกว่าการใช้ยาคุมกำเนิดซึ่งอาจมีผลข้างเคียง เช่น น้ำหนักตัวเพิ่ม อารมณ์แปรปรวน ความดันโลหิตสูง เป็นสิว-ฝ้า และปวดศีรษะแบบไมเกรน

ตลาดถุงยางอนามัยในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกมีการเติบโตสูงสุดเมื่อเปรียบเทียบกับภูมิภาคอื่นของโลก จากจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นทำให้มีการรณรงค์เรื่องคุมกำเนิด ประชากรมีมาตรฐานการครองชีพและรายได้สูงขึ้น ส่งผลให้เกิดความต้องการใช้ถุงยางอนามัยเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะประเทศจีนและอินเดีย ทั้งนี้ จากพฤติกรรมประชากรเป็นสังคมที่พึ่งพาเทคโนโลยีและไทยเซียมมีเดีย ผู้บริโภคนิยมซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ร้านค้าหลายแห่งนำเทคโนโลยีมาใช้เพิ่มทางเลือกให้ลูกค้าสามารถคิดเงินและชำระเงินเอง (Self Check-Out) โดยถือเป็นช่องทางหนึ่งในการช่วยเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์ในกลุ่มถุงยางอนามัยได้ เนื่องจากผู้บริโภคได้รับความสะดวกในการเลือกซื้อ

การแข่งขันของอุตสาหกรรมการผลิตและจำหน่ายถุงยางอนามัยโลกอยู่ระดับค่อนข้างสูง เนื่องจากมีอุปทานเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากการเพิ่มกำลังการผลิตของผู้ประกอบการรายเดิมและรายใหม่ ทำให้เกิดการแข่งขันสูงทั้งในธุรกิจรับจ้างผลิตและธุรกิจงานประมูล อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ เชื่อว่าผู้ประกอบการรายใหม่จะเข้าสู่อุตสาหกรรมถุงยางอนามัยได้ค่อนข้างยาก เนื่องจากถุงยางอนามัยจัดอยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องมือแพทย์ ซึ่งมีมาตรฐานต่าง ๆ ควบคุมอย่างเข้มงวด จึงต้องใช้เวลาในการขออนุญาตกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ และต้องผ่านการทดสอบถุงยางอนามัยให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด โดยเฉพาะกรณีงานประมูลขององค์กรภาครัฐ และองค์กรเอกชน (NGOs) บางองค์กรอาจกำหนดให้ต้องมีการทดสอบคุณสมบัติของถุงยางอนามัยตามอายุของผลิตภัณฑ์ (Shelf Life) ประมาณ 5 ปี ซึ่งเป็นอุปสรรคสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ในการเข้าแข่งขันทำการประมูล

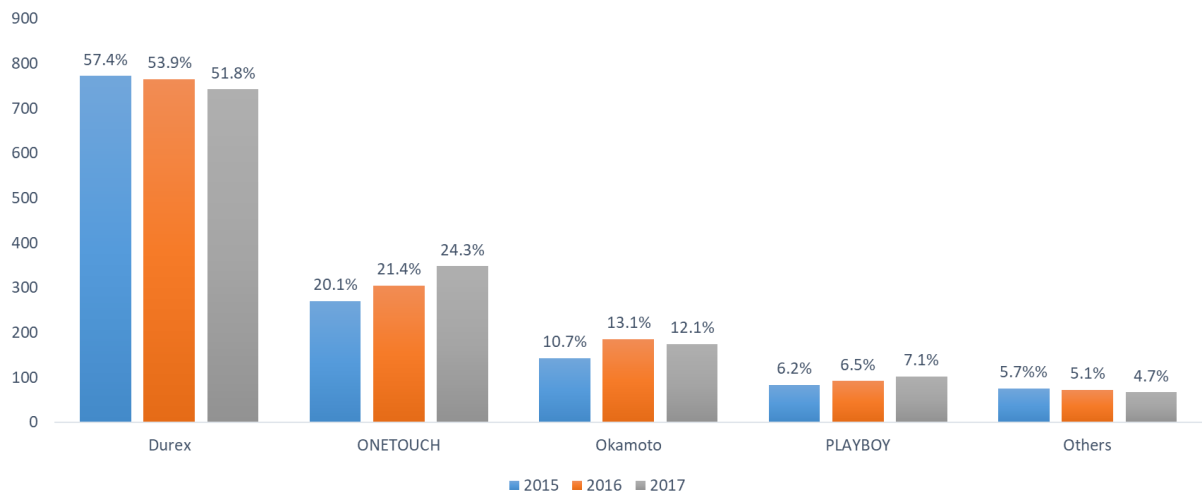
ภาวะการแข่งขันของตลาดถุงยางอนามัยในประเทศไทย

รายงานข้อมูลจากนิลสัน (Nielsen) สิ้นสุดเดือนธันวาคม 2560 ระบุว่ามูลค่าตลาดถุงยางอนามัย ซึ่งจำหน่ายผ่านช่องทางการค้าปลีกแบบดั้งเดิมและแบบสมัยใหม่ โดยรวมอยู่ที่ประมาณ 72 ล้านบาท คิดเป็นมูลค่า 1,432 ล้านบาท ตลาดมีการชะลอตัวเล็กน้อยในแง่ของปริมาณการจำหน่าย ในขณะที่มูลค่าการจำหน่ายรวมเพิ่มขึ้นเล็กน้อย

ส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 95.3 ของมูลค่าตลาดรวมในประเทศไทย เป็นของ 4 ตราสินค้าหลัก ประกอบไปด้วย durex® ONETOUCH™ Okamoto™ และ PLAYBOY® บริษัทฯ คาดการณ์ว่าในปี 2561 ผู้บริโภคจะเริ่มปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคโดยซื้อผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น แม้ว่าการซื้อขายผ่านทางช่องทางดังกล่าวจะยังไม่สูงนักในปีที่ผ่านมา

จากการวิเคราะห์ประเภทของถุงยางอนามัยที่วางจำหน่ายในประเทศไทยพบว่า ถุงยางชนิดบางพิเศษผลิตจากน้ำยางธรรมชาติเป็นที่นิยมมากขึ้น โดยรายงานข้อมูลจากนิลสัน (Nielsen) สิ้นสุดเดือนธันวาคม 2560 แสดงอัตราการจำหน่ายรุ่น 003 จากจำนวน 3.7 ล้านชิ้นในปี 2558 เป็น 5.4 ล้านชิ้นในปี 2559 และเพิ่มเป็น 7.3 ล้านชิ้นในปี 2560 โดยแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคในประเทศไทยเริ่มเปลี่ยนไปนิยมใช้ถุงยางอนามัยที่มีความบางแบบพิเศษมากขึ้น ทั้งนี้ ตลาดประเทศไทยมีผู้จำหน่ายถุงยางรุ่น 003 อยู่ 2 ราย ซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์รุ่น ONETOUCH™ 003 ของบริษัทฯ

ส่วนแบ่งทางการตลาดของถุงยางอนามัยรายใหญ่ในประเทศไทยระหว่างปี 2558 ถึงปี 2560

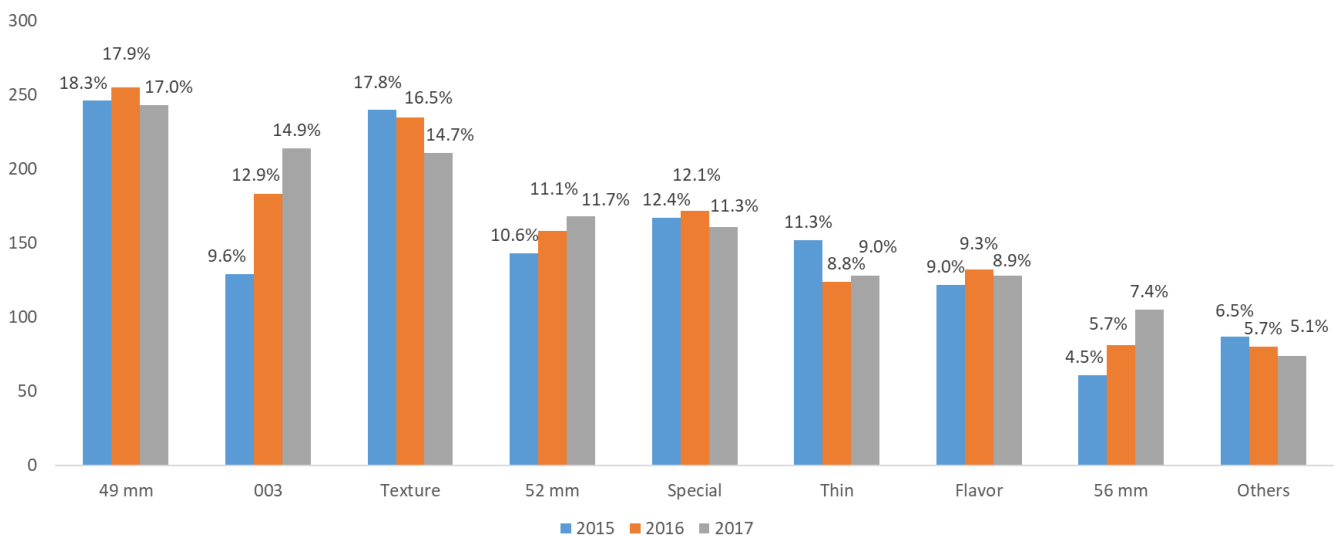


ที่มา: Nielsen: Thailand Condom Market 2017

หมายเหตุ: - ส่วนแบ่งการตลาดตามมูลค่าของยอดขายถุงยางอนามัยในประเทศไทย

- ยอดจำหน่ายข้างต้นไม่รวมช่องทางการจำหน่ายแบบออนไลน์

การเติบโตของประเภทถุงยางอนามัยในประเทศไทยระหว่างปี 2558 ถึงปี 2560



หมายเหตุ: เปอร์เซ็นต์ส่วนแบ่งการตลาดเปรียบเทียบกับมูลค่าของยอดขายถุงยางอนามัยในประเทศไทยในแต่ละปี

จากตารางข้างต้น ปี 2560 บริษัทฯ มีส่วนแบ่งการตลาดในอุตสาหกรรมถุงยางอนามัยภายใต้เครื่องหมายการค้า ONETOUCH™ เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 21.4 ในปี 2559 เป็นร้อยละ 24.3 ของมูลค่าตลาดรวมยอดขายถุงยางอนามัยในประเทศไทย เป็นผลมาจากการปรับแผนกลยุทธ์ของตราสินค้า โดยมีการสื่อสารโฆษณา ไปถึงกลุ่มเป้าหมายผ่านโซเชียลมีเดียอย่างเข้มข้น และดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ยอดจำหน่ายรุ่น ONETOUCH™ 003 ซึ่งวางตลาดในปี 2559 มีผลตอบรับที่ดีขึ้นทำให้มีอัตราการเติบโตสูง



ในขณะเดียวกัน ปี 2560 ส่วนแบ่งการตลาดของถุงยางอนามัย ภายใต้เครื่องหมายการค้า PLAYBOY® ซึ่งบริษัทฯ เป็นผู้รับจ้างผลิตและจัดจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทยมีการอัตราเพิ่มขึ้นจากปี 2559 อย่างต่อเนื่องคือร้อยละ 6.5 เป็นร้อยละ 7.1 ของมูลค่าการจำหน่ายถุงยางอนามัยในประเทศไทย

นโยบายการตลาดและการส่งเสริมการขาย

1. ธุรกิจผลิตและจำหน่ายถุงยางอนามัยและเจลหล่อลื่น ภายใต้เครื่องหมายการค้า ONETOUCH™ Niptex™

บริษัทฯ มีช่องทางการจัดจำหน่ายถุงยางอนามัยและเจลหล่อลื่น ภายใต้เครื่องหมายการค้า ONETOUCH™ และ Niptex™ ทั้งในและต่างประเทศ ดังนี้

ตลาดในประเทศ

บริษัทฯ จำหน่ายถุงยางอนามัยและเจลหล่อลื่น ภายใต้เครื่องหมายการค้า ONETOUCH™ ภายในประเทศผ่าน บริษัท ซี.พี.คอนซูเมอร์ โปรดักส์ จำกัด ซึ่งเป็นผู้กระจายสินค้าที่มีประสบการณ์และมีเครือข่ายการจำหน่ายครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ ด้วยกลยุทธ์การกระจายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึง (Push Strategy) โดยการจัดจำหน่ายดังกล่าวเป็นการจัดจำหน่ายลักษณะขายขาด โดยร่วมกำหนดกลยุทธ์การตลาดร่วมกับบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม ผู้จัดจำหน่ายจะรับผิดชอบการบริหารดูแลและติดต่อกับร้านค้าเพื่อรับคำสั่งซื้อ กระจายสินค้าไปยังร้านค้าแบบสมัยใหม่ (Modern Trade) และร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) แต่เพียงผู้เดียว

ช่องทางการจำหน่ายที่สำคัญของตลาดภายในประเทศคือร้านสะดวกซื้อ ผู้บริโภคมีพฤติกรรม ซื้อเมื่อต้องการใช้ โดยใช้เวลาในการหยิบและชำระเงินอย่างรวดเร็ว ตราสินค้า ONETOUCH™ มีวางจำหน่ายทั้งในช่องทางการค้าปลีกแบบสมัยใหม่และแบบดั้งเดิม ปี 2560 บริษัทฯ ปรับกลยุทธ์การวางผลิตภัณฑ์ ONETOUCH™ ให้อยู่ในระดับสายตาหรือด้านบนสุดของชั้นวางผลิตภัณฑ์ถุงยางอนามัย บริเวณเคาน์เตอร์ชำระเงินเพื่อให้เห็นได้ชัดเจนและสะดวกต่อการเลือกซื้อ ล่าสุดได้เพิ่มช่องทางการจำหน่ายในร้านขายยา และทางออนไลน์อีกด้วย

ในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ มีการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายผ่านโซเชียลมีเดีย ทั้งการโฆษณาแบบไวรัล (Viral Marketing) ผ่าน “MV น้ำลาย” และ “ครีมหน้าบาง ละครอยมมนุษย์ป่า” รวมไปถึงเว็บไซต์ และ Facebook ให้สื่อถึงความสนุก มีพลังเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนกลุ่มมิลเลนเนียล (Millennials) ได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งเป็นกลยุทธ์การสร้างความต้องการผลิตภัณฑ์ (Pull Strategy) และได้มีการทำการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ลูกค้ามีการทดลองสินค้า

ตลาดต่างประเทศ

ถุงยางอนามัยและเจลหล่อลื่น ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ ตราสินค้า ONETOUCH™ จำหน่ายผ่านผู้จัดจำหน่ายที่มีศักยภาพสูงในภูมิภาคเอเชีย ได้แก่ กัมพูชา ลาว เมียนมา สิงคโปร์ และล่าสุดในปี 2560 ได้วางจำหน่ายตราสินค้า Niptex™ ในประเทศเวียดนาม

ทั้งนี้ ผู้จัดจำหน่ายในต่างประเทศมีส่วนร่วมร่วมกับบริษัทฯ ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด การส่งเสริมการขาย และการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย โดยใช้สื่อที่มีทิศทางเดียวกันในแต่ละตราสินค้า เพื่อคุมเรื่องภาพลักษณ์ของตราสินค้าให้เป็นหนึ่งเดียวกัน

2. ธุรกิจรับจ้างผลิตยางอนามัยและเจลหล่อลื่น (OEM)

ธุรกิจการรับจ้างผลิต (OEM) ต้องมีผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าต้องการ และมีข้อมูลภาพลักษณ์องค์กรเป็นส่วนประกอบสำคัญ บริษัทฯ ทำการสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อเข้าถึงลูกค้าและกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่สำคัญระดับโลก (Trade Fair) การสื่อสารภาพลักษณ์การเป็นผู้ผลิตยางอนามัยซึ่งได้รับการรับรองตามมาตรฐานจากองค์กรระหว่างประเทศ เช่น UNFPA, WHO (Prequalified Male Condom Manufacturing Sites), การร่วมมือกับลูกค้าที่มีศักยภาพโดยเป็นพันธมิตรเพื่อขยายธุรกิจ, การนำเสนอสินค้าและบริการให้กับองค์กรขนาดใหญ่จากหลากหลายธุรกิจ เช่น องค์กรด้านสุขภาพ ยา สินค้าอุปโภคบริโภค, การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและยั่งยืนกับลูกค้าทั้งด้านการบริการและการแก้ไขปัญหา, การสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Prospect), การทำการจับคู่ทางธุรกิจ (Business Matching), การนำเสนอคุณลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการครบวงจร (One Stop Service), การพัฒนาผลิตภัณฑ์รวมทั้งนวัตกรรมใหม่ ๆ และการสื่อสารข้อมูลทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น

ในปี 2560 บริษัทฯ เข้าร่วมงานแสดงสินค้า (Trade Fair) ด้านเครื่องมือแพทย์ที่สำคัญหลายแห่งเพื่อให้เข้าถึงลูกค้าเป้าหมายพร้อมทั้งสื่อสารข้อมูลและภาพลักษณ์ขององค์กร เช่น งานแสดงสินค้า MEDICA ประเทศเยอรมนี ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าด้านเครื่องมือแพทย์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก, งานแสดงสินค้า ARAB Health Exhibition & Congress สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าด้านเครื่องมือแพทย์ที่ใหญ่เป็นอันดับสองในโลกและใหญ่ที่สุดในภูมิภาคตะวันออกกลาง และงานแสดงสินค้า Florida International Medical Expo (FIME) สหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าด้านเครื่องมือแพทย์ที่ใหญ่ที่สุดในทวีปอเมริกา

ปัจจุบัน บริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าทุกภูมิภาคทั่วโลก โดยปี 2560 มีลูกค้าใหม่จากทวีปอเมริกาคือ บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาระดับโลก โดยมีการประสานงานกับลูกค้าเพื่อสนับสนุนแผนการขยายตลาดสินค้าของลูกค้าไปยังส่วนต่าง ๆ ของทวีปอเมริกา สำหรับในเอเชีย บริษัทฯ มองหาโอกาสในการขยายตลาดประเทศจีนซึ่งมีศักยภาพในการเติบโตโดยการมองหาพันธมิตรเพื่อขยายตลาดและโอกาสในการลงทุน

ในปี 2560 ราคาวัตถุดิบมีความผันผวนส่งผลให้ต้นทุนวัตถุดิบมีราคาเฉลี่ยสูงขึ้นประกอบกับการแข็งค่าเงินบาท เมื่อเทียบกับสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ บริษัทฯ มีการเจรจากับลูกค้าบางรายเพื่อปรับราคาขาย อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ บริหารจัดการเพื่อให้มีต้นทุนการผลิตที่เหมาะสม

3. ธุรกิจงานประมูล (Tender)

บริษัทฯ ติดตามประกาศการประกวดราคาขององค์กรภาครัฐ และองค์กรเอกชน (NGOs) ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศผ่านทางช่องทางข่าวสารขององค์กร เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น และได้รับข้อมูลข่าวสารจากตัวแทนในประเทศที่เปิดการประมูล (Local Agents) ซึ่งในธุรกิจนี้ การรับรู้ข่าวสารการประมูล ความพร้อมด้านเอกสาร และการส่งเอกสารการประมูลครบตามที่กำหนด ภายในเวลาที่กำหนดเป็นสิ่งสำคัญ นอกเหนือจากนี้บริษัทฯ ต้องมีมาตรฐานด้านการผลิตและการควบคุมคุณภาพสูงเป็นไปตามข้อกำหนดของลูกค้า

องค์กรภาครัฐ และองค์กรเอกชน (NGOs) ที่เปิดประมูลเหล่านี้จะมีการจำหน่าย แจกจ่ายยางอนามัยและเจลหล่อลื่นไปตามภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วโลก ทั้งนี้ ในปีที่ผ่านมาธุรกิจงานประมูลมีการแข่งขันสูงทำให้ราคาเฉลี่ยของงานประมูลต่ำ อย่างไรก็ตาม งานประมูลที่ได้รับสามารถนำมาเติมเต็มกำลังการผลิตเพื่อลดต้นทุนต่อหน่วยได้ นอกจากนี้การเข้าร่วมประมูลยางอนามัยใน



องค์กรสากลที่ได้รับการยอมรับและมีมาตรฐานสูงในการคัดเลือกผู้ผลิตยางอนามัยสามารถสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือที่ดีด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ในตลาดโลก

กำลังการผลิตของผู้ผลิตยางอนามัยหลักซึ่งได้รับการรับรองตามมาตรฐานขององค์กร UNFPA

(UNFPA Prequalified Male Condom Manufacturing Sites)

	บริษัท**	สถานที่ตั้งโรงงาน	กำลังการผลิตติดตั้ง (ล้านชิ้นต่อปี)
1.	บริษัท Karex Industries Sdn Bhd และบริษัทย่อย		4,070
	- บริษัท Karex Industries Sdn Bhd	มาเลเซีย	2,300
	- บริษัท Innolates Sdn Bhd	มาเลเซีย	570
	- บริษัท Innolates Ltd	ไทย	1,200
2.	บริษัท ไทยนิปอนรับเบอร์อินดัสตรี จำกัด (มหาชน)**	ไทย	1,959
3.	บริษัท Suretex Ltd และบริษัทย่อย		1,595
	- บริษัท Suretex Ltd	ไทย	1,020
	- บริษัท Suretex Prophylactics Ltd	อินเดีย	575
4.	บริษัท TTK Protective Device Ltd		1,587
	- บริษัท TTK Protective Device Ltd - Pudhucherry	อินเดีย	842
	- บริษัท TTK Protective Device Ltd - Virudhunagar	อินเดีย	745
5.	บริษัท Gulin Zizhu Latex Co., Ltd.	จีน	850
6.	บริษัท Guangzhou Double One Latex Products (formerly Guangxiang Enterpriss Group Co Ltd. Double One Latex Factory)	จีน	800
7.	กลุ่มบริษัท Unidus		737
	- บริษัท Unidus Corporation	เกาหลีใต้	555
	- บริษัท Unidus Rubber Products Co., Ltd.	จีน	182

ที่มา: UNFPA (ตุลาคม 2560)

**หมายเหตุ

- เป็นข้อมูลกำลังการผลิตติดตั้งของบริษัท ไทยนิปอนรับเบอร์อินดัสตรี จำกัด (มหาชน)

- บางบริษัทข้างต้น อาจมีกำลังการผลิตมากกว่าที่ระบุในตาราง เนื่องจากบางส่วนอาจยังไม่ได้รับการรับรองตามมาตรฐานของ UNFPA

2.4 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

โรงงานผลิตและกำลังการผลิต

1. โรงงานผลิต

ปัจจุบัน บริษัทฯ มีโรงงานผลิตยางอนามัยและเจลหล่อลื่น 2 แห่ง ดังนี้

**นิคมอุตสาหกรรมปิ่นทอง จังหวัดชลบุรี**

โรงงานปิ่นทอง ตั้งอยู่เลขที่ 789/139 หมู่ 1 นิคมอุตสาหกรรมปิ่นทอง ตำบลหนองขาม อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี ปัจจุบันโรงงานดังกล่าวมีกำลังการผลิตติดตั้งในการผลิตถ้วยจานอนามัยประมาณ 1,533 ล้านชิ้นต่อปี โดยมีกำลังการผลิตเพิ่มที่ในการผลิตถ้วยจานอนามัยประมาณ 1,199 ล้านชิ้นต่อปี และมีกำลังการผลิตติดตั้งในการผลิตจานเคลือบสี 500 ตันต่อปี โดยมีกำลังการผลิตในการผลิตจานเคลือบสีเพิ่มที่ 495 ตันต่อปี

นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี

โรงงานแหลมฉบังเป็นโรงงานแห่งแรกของบริษัทฯ ตั้งอยู่เลขที่ 49-49/1 หมู่ที่ 5 อาคารโรงงานมาตรฐาน เขตส่งออก 1 นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง ตำบลทุ่งสุขลา อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี โดยบริษัทฯ ได้ทำสัญญาเช่าที่ดินที่นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบังกับการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยเป็นระยะเวลา 3 ปี โดยสัญญาจะสิ้นสุดในเดือนสิงหาคม ปี 2563

โรงงานแหลมฉบังได้เปิดดำเนินการเชิงพาณิชย์เมื่อปี 2536 เพื่อรับจ้างผลิตถ้วยจานอนามัย ต่อมาในปี 2546 โรงงานแหลมฉบังได้เริ่มทำการผลิตจานเคลือบสี ต่อมาปี 2555 บริษัทฯ ได้ทยอยย้ายกำลังการผลิตจากโรงงานแหลมฉบังไปที่โรงงานปิ่นทองเพื่อรองรับการปิดเรือคอนในปี 2556 และทำการก่อสร้างโรงงานใหม่ให้มีความทันสมัย โดยโรงงานแหลมฉบังเริ่มเปิดดำเนินการเชิงพาณิชย์อีกครั้งในปี 2557 และได้ทำการย้ายส่วนการผลิตจานเคลือบสีไปยังโรงงานปิ่นทอง ปัจจุบันโรงงานดังกล่าวมีกำลังการผลิตติดตั้งถ้วยจานอนามัยสูงสุดประมาณ 426 ล้านชิ้นต่อปี โดยมีกำลังการผลิตเพิ่มที่ในการผลิตถ้วยจานอนามัยประมาณ 333 ล้านชิ้นต่อปี

2. กำลังการผลิต

ปัจจุบันโรงงานของบริษัทฯ มีกำลังการผลิตติดตั้งถ้วยจานอนามัยรวมประมาณ 1,959.4 ล้านชิ้นต่อปี รายละเอียดตามตารางต่อไปนี้

ตารางแสดงแสดงกำลังการผลิตติดตั้งรวมของบริษัท ในปี 2558 - 2560

	สำหรับงวดปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม		
	2558	2559	2560
กำลังการผลิตติดตั้งสูงสุด (ล้านชิ้นต่อปี)	1,959.4	1,959.4	1,959.4
กำลังการผลิตเพิ่มที่ (ล้านชิ้นต่อปี)	1,532.2	1,532.2	1,532.2
ปริมาณการผลิตจริง (ล้านชิ้นต่อปี)	942.0	811.0	988.0
อัตราการใช้กำลังการผลิต (ร้อยละของกำลังการผลิตเพิ่มที่)	61.5	53.0	64.5

หมายเหตุ: กำลังการผลิตเพิ่มที่คำนวณจากความสามารถในการผลิตของเครื่องจักร ร้อยละ 85 ที่ความเร็ว 90 ชิ้น/นาที 24 ชั่วโมงต่อวัน 29 วันต่อเดือน 12 เดือนต่อปี หักด้วยอัตราการสูญเสีย ร้อยละ 8

ทั้งนี้ เพื่อให้บริษัทฯ สามารถบริหารจัดการต้นทุนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทฯ จะเลือกดำเนินการผลิตถ้วยจานอนามัยที่โรงงานปิ่นทองให้เต็มกำลังการผลิตก่อน แล้วจึงดำเนินการผลิตถ้วยจานอนามัยที่โรงงานแหลมฉบัง



3. การจัดหาวัตถุดิบ

บริษัทฯ มีนโยบายในการจัดหาวัตถุดิบจากผู้ขายหลายราย เพื่อไม่ให้บริษัทฯ ต้องพึ่งพิงผู้ขายรายใดรายหนึ่งและเพิ่มอำนาจในการต่อรอง โดยบริษัทฯ จะจัดทำสัญญาซื้อขายวัตถุดิบแบบระยะสั้นไม่เกิน 1 ปี นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีการคัดเลือกและประเมินผู้ขายอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีการตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบทุกครั้งที่มีการจัดส่ง ซึ่งวัตถุดิบหลักที่ใช้ในกระบวนการผลิตยางยานยนต์ของบริษัทฯ ได้แก่ (1) น้ำยางธรรมชาติเข้มข้น 60 เปอร์เซนต์ (2) ซิลิโคน (ออยล์) (3) ฟอยล์ และ (4) บรจุภัณฑ์

สรุปการจัดหาวัตถุดิบที่สำคัญของบริษัทฯ จำนวนผู้ขาย และระยะเวลาการชำระเงินที่บริษัทฯ ได้รับจากผู้ขาย

วัตถุดิบ	การจัดหาวัตถุดิบ	จำนวนผู้ขายที่ บริษัทฯ ซื้อวัตถุดิบในปี 2560 (ราย)	จำนวนผู้ขายในทะเบียนผู้ขายของบริษัทฯ (ราย)	ระยะเวลาการชำระเงิน (วัน)
น้ำยางธรรมชาติเข้มข้น 60 เปอร์เซนต์	ซื้อจากผู้ขายในประเทศ	2	3	30
ซิลิโคน (ออยล์)	ซื้อจากผู้ขายในต่างประเทศ	1	1	90
ซิลิโคน (ออยล์)	ซื้อจากผู้ขายในประเทศ	3	7	30 - 90
ฟอยล์	ซื้อจากผู้ขายในประเทศ	2	2	60 - 90
บรรจุภัณฑ์	ซื้อจากผู้ขายในประเทศ	11	มากกว่า 10 ราย	30 - 60

ที่มา: บริษัทฯ

ทั้งนี้ ที่ผ่านมามีบริษัทฯ ไม่ได้รับผลกระทบจากปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบหลักที่ส่งผลกระทบต่อผลผลิตของ บริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

2.5 สิทธิประโยชน์ทางภาษีอากร

บริษัทฯ ได้รับสิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีที่รวมถึงการยกเว้นและลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลและการยกเว้นและลดหย่อนอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรตามที่คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนพิจารณาอนุมัติ ตามบัตรส่งเสริมการลงทุนเลขที่ 1748(2)/2548 1466(1)/2553 และ 2117(1)/2555 โดยสรุปได้ดังนี้

บัตรส่งเสริมเลขที่	1748(2)/2548	1466(1)/2553 (ปีทอง)	2117(1)/2555 (แหลมฉบัง)
ลงวันที่อนุมัติ	14 มิถุนายน 2548	16 มีนาคม 2553	30 เมษายน 2555
ประเภทกิจกรรมที่ส่งเสริม	ผลิตยางยานยนต์		
วันที่บริษัทฯ เริ่มมีรายได้	4 กุมภาพันธ์ 2551	27 มกราคม 2554	28 มกราคม 2557
สิทธิประโยชน์ที่สำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรตามที่คณะกรรมการพิจารณาอนุมัติ ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล สำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริม เป็นระยะเวลา 8 ปี นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการ 		



บัตรส่งเสริมเลขที่	1748(2)/2548	1466(1)/2553 (ปิ่นทอง)	2117(1)/2555 (แหลมฉบัง)
	<ul style="list-style-type: none"> - ได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลจากกิจการที่ได้รับการส่งเสริมไปรวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ตลอดระยะเวลาที่ผู้ได้รับการส่งเสริมได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลนั้น - ได้รับลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิที่ได้จากการลงทุนในอัตราร้อยละ 50 ของอัตราปกติ มีกำหนดเวลา 5 ปี นับจากวันที่พ้นกำหนดระยะเวลายกเว้นภาษีเงินได้ - ได้รับอนุญาตให้หักค่าขนส่ง ค่าไฟฟ้า และค่าประปา สองเท่าของค่าใช้จ่ายดังกล่าวเป็นระยะเวลา 10 ปี นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการ - ได้รับอนุญาตให้หักเงินลงทุนในการติดตั้งหรือก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกร้อยละ 25 ของเงินลงทุน นอกเหนือไปจากการหักค่าเสื่อมราคาปกติ 		
เงื่อนไขที่สำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องนำเครื่องจักรที่ได้รับยกเว้นหรือลดหย่อนอากรขาเข้าก่อน 28 กุมภาพันธ์ 2552 - จะต้องเปิดดำเนินการภายใน 36 เดือน นับแต่วันที่ออกบัตรส่งเสริม - ได้รับการส่งเสริมในเรื่องดังนี้ ชนิดผลิตภัณฑ์ ถุงยางอนามัย ขนาดของกิจการ มีกำลังผลิตถุงยางอนามัยปีละประมาณ 172.37 ล้านชิ้น (เวลาทำงาน 24 ชั่วโมง/วัน : 350 วัน/ปี) ผลพลอยได้ ได้แก่ เศษหรือของเสียจากกระบวนการผลิต - ภาษีเงินได้นิติบุคคลที่ได้รับการยกเว้น มีมูลค่าไม่เกิน 71.80 ล้านบาท - จะต้องดำเนินการให้ได้รับใบรับรองระบบคุณภาพตามมาตรฐาน ISO 9000 หรือมาตรฐานสากลอื่นที่เทียบเท่า ภายใน 2 ปี นับแต่วันเปิดดำเนินการ - จะต้องตั้งโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี 	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องนำเครื่องจักรที่ได้รับยกเว้นหรือลดหย่อนอากรขาเข้าก่อน 26 ตุลาคม 2558 - จะต้องเปิดดำเนินการภายใน 26 เมษายน 2559 - ได้รับการส่งเสริมในเรื่องดังนี้ ชนิดผลิตภัณฑ์ ถุงยางอนามัย ขนาดของกิจการ มีกำลังผลิตถุงยางอนามัยปีละประมาณ 1,400 ล้านชิ้น (เวลาทำงาน 24 ชั่วโมง/วัน : 350 วัน/ปี) ผลพลอยได้ ได้แก่ เศษหรือของเสียจากกระบวนการผลิต - จะต้องดำเนินการให้ได้รับใบรับรองระบบคุณภาพตามมาตรฐาน ISO 9000 หรือ ISO 14000 หรือมาตรฐานสากลอื่นที่เทียบเท่า ภายใน 2 ปี นับแต่วันเปิดดำเนินการ - จะต้องตั้งโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมปิ่นทอง จังหวัดชลบุรี 	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องนำเครื่องจักรที่ได้รับยกเว้นหรือลดหย่อนอากรขาเข้าก่อน 17 กุมภาพันธ์ 2558 - จะต้องเปิดดำเนินการภายใน 36 เดือน นับแต่วันที่ออกบัตรส่งเสริม - ได้รับการส่งเสริมในเรื่องดังนี้ ชนิดผลิตภัณฑ์ ถุงยางอนามัย ขนาดของกิจการ มีกำลังผลิตถุงยางอนามัยปีละประมาณ 450 ล้านชิ้น (เวลาทำงาน 24 ชั่วโมง/วัน : 350 วัน/ปี) ผลพลอยได้ ได้แก่ เศษหรือของเสียจากกระบวนการผลิต - จะต้องดำเนินการให้ได้รับใบรับรองระบบคุณภาพตามมาตรฐาน ISO 9000 หรือ ISO 14000 หรือมาตรฐานสากลอื่นที่เทียบเท่า ภายใน 2 ปี นับแต่วันเปิดดำเนินการ - จะต้องตั้งโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง เขตประกอบการเสรี จังหวัดชลบุรี - จะต้องไม่ใช้แรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือในโครงการที่ได้รับการ



บัตรส่งเสริมเลขที่	1748(2)/2548	1466(1)/2553 (ปิ่นทอง)	2117(1)/2555 (แหลมฉบัง)
			ส่งเสริม
	<ul style="list-style-type: none"> - มีบุคคลสัญชาติไทยถือหุ้นรวมกันทั้งสิ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 51 ของทุนจดทะเบียน - การหยุดดำเนินการเป็นระยะเวลาเกินกว่า 2 เดือน ต้องได้รับอนุญาตจากสำนักงาน 		

2.6 ระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ทั้งถุงยางอนามัยและเจลหล่อลื่นดังกล่าว ถือเป็นเครื่องมือแพทย์ ซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกองควบคุมเครื่องมือแพทย์ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข โดยกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการผลิตถุงยางอนามัยและเจลหล่อลื่นสามารถสรุปได้ ดังนี้

1. พระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ พ.ศ. 2551 (“พ.ร.บ. เครื่องมือแพทย์”)

พ.ร.บ. เครื่องมือแพทย์ ได้กำหนดหลักเกณฑ์การควบคุมผู้ผลิต นำเข้า ส่งออก จำหน่าย รวมถึงโฆษณาใด ๆ เกี่ยวกับเครื่องมือแพทย์ตามกฎหมายกระทรวงซึ่งออกตามความใน พ.ร.บ. เครื่องมือแพทย์ โดย “ถุงยางอนามัย” และ “เจลหล่อลื่น” จัดเป็นเครื่องมือแพทย์ภายใต้ พ.ร.บ. เครื่องมือแพทย์เช่นกัน

การประกอบกิจการเกี่ยวข้องกับถุงยางอนามัย ผู้ประกอบกิจการจะต้องได้รับใบอนุญาต และดำเนินการตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด สามารถสรุปได้ ดังนี้

1.1 การขอใบอนุญาต การผลิต การผลิตเพื่อการส่งออกนอกราชอาณาจักร และการจำหน่าย

บริษัทฯ ได้จัดให้มีสถานประกอบการผลิตและนำเข้าเครื่องมือแพทย์ตามกฎหมายกำหนด และได้รับใบจดทะเบียนสถานประกอบการผลิตเครื่องมือแพทย์และนำเข้าเครื่องมือแพทย์ ทั้งนี้ ใบจดทะเบียนสถานประกอบการจะมีอายุจนถึงวันที่ 31 ธันวาคมของปีที่ย้อนนับแต่ปีที่ออกใบจดทะเบียนสถานประกอบการดังกล่าวและสามารถยื่นคำขอต่ออายุใบอนุญาตได้ก่อนวันที่ใบจดทะเบียนสถานประกอบการสิ้นอายุ

ใบอนุญาต	วันที่ได้รับ	วันหมดอายุ
ใบจดทะเบียนสถานประกอบการนำเข้าเครื่องมือแพทย์ – โรงงานปิ่นทอง	14 มิถุนายน 2559	31 ธันวาคม 2563
ใบจดทะเบียนสถานประกอบการนำเข้าเครื่องมือแพทย์ – โรงงานแหลมฉบัง	14 มิถุนายน 2559	31 ธันวาคม 2564

นอกจากนี้ ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่องถุงยางอนามัย พ.ศ. 2556 ยังได้กำหนดให้ถุงยางอนามัยที่ทำจากน้ำยางธรรมชาติต้องมีมาตรฐานและข้อกำหนด เป็นไปตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรมว่าด้วย เรื่อง มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมถุงยางอนามัยจากน้ำยางธรรมชาติ - คุณลักษณะที่พึงประสงค์และวิธีทดสอบ (มอก. 625-2554) ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินการกระบวนการผลิตตามมาตรฐานดังกล่าวแล้ว และได้รับใบอนุญาตแสดงมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ตามจำนวนโรงงานของบริษัทฯ

ใบอนุญาต	วันที่ได้รับ	วันหมดอายุ
ใบอนุญาตแสดงมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม – โรงงานปิ่นทอง	4 มกราคม 2556	ไม่ระบุวันหมดอายุ ¹
ใบอนุญาตแสดงมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม – โรงงานแหลมฉบัง	4 มกราคม 2556	ไม่ระบุวันหมดอายุ ¹

หมายเหตุ: ¹ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะเข้ามาตรวจสอบบริษัทฯ ทุกปีเพื่อให้มั่นใจว่าระบบและผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ยังสอดคล้องกับ

ข้อกำหนดที่ระบุไว้ในมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับใบอนุญาต



สำหรับการผลิตยางอนามัยเพื่อการส่งออกนอกราชอาณาจักร พ.ร.บ. เครื่องมือแพทย์ กำหนดอนุญาตให้ผู้ผลิตสามารถผลิตเครื่องมือแพทย์โดยมีคุณภาพ มาตรฐาน ฉลาก หรือรายละเอียดอื่น ๆ ตามที่ผู้ส่งชื่อกำหนดได้

อนึ่ง พ.ร.บ. เครื่องมือแพทย์ถือว่าผู้ได้รับอนุญาตผลิตหรือนำเข้าเครื่องมือแพทย์เป็นผู้ได้รับอนุญาตจำหน่าย เครื่องมือแพทย์โดยไม่ต้องยื่นขออนุญาต บริษัทฯ ได้รับใบอนุญาตผลิตเครื่องมือแพทย์ จึงเป็นผู้ได้รับอนุญาตจำหน่ายเครื่องมือแพทย์ตาม พ.ร.บ. เครื่องมือแพทย์ด้วย

1.2 การตรวจสอบ

ผู้ผลิตเพื่อส่งออกนอกราชอาณาจักรและจำหน่ายซึ่งเครื่องมือแพทย์มีหน้าที่จัดทำบันทึกและรายงานต่อ กองควบคุมเครื่องมือแพทย์ โดยบริษัทฯ ได้จัดทำรายงานตามเวลาที่กำหนด และได้รับการตรวจสอบจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องการใช้ฉลากและการโฆษณา

ผู้ผลิตยางอนามัยจำหน่ายหรือมีไว้เพื่อจำหน่ายโดยตรงต่อผู้บริโภค มีหน้าที่ตามกฎหมายที่จะต้องจัดทำฉลากสำหรับกล่องย่อย ภายใต้รายละเอียดตามที่กฎหมายกำหนด

นอกจากนี้ การโฆษณาเครื่องมือแพทย์ต้องได้รับอนุญาตจากกองควบคุมเครื่องมือแพทย์ ตามที่กำหนดไว้ใน พ.ร.บ. เครื่องมือแพทย์ ซึ่งบริษัทฯ ได้รับใบอนุญาตโฆษณาเครื่องมือแพทย์และทำการโฆษณาถุงยางอนามัยตามหลักเกณฑ์ที่ พ.ร.บ. เครื่องมือแพทย์และประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากำหนดทุกประการ

2. พระราชบัญญัติฯ พ.ศ. 2510 (และที่แก้ไขเพิ่มเติม) (“พ.ร.บ.ยา”)

การประกอบกิจการผลิตถุงยางอนามัย มีความจำเป็นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องนำหรือส่งยาบางชนิดเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อใช้เป็นส่วนผสมหรือเป็นส่วนประกอบของถุงยางอนามัย ซึ่งการดำเนินการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับยานั้นต้องอยู่ภายใต้การบังคับของกฎหมายคือ พ.ร.บ. ยา และกฎหมายทั้งหลายที่ออกตามความในพ.ร.บ. ยา และอยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข บริษัทฯ ได้รับใบอนุญาตนำเข้าหรือส่งยาเข้ามาในราชอาณาจักร ได้จัดแจ้งรายการ อีกทั้งดำเนินการตามขั้นตอนที่ พ.ร.บ. ยา และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกำหนดแล้วโดยครบถ้วน

ใบอนุญาต	วันที่ได้รับ	วันหมดอายุ
ใบอนุญาตนำเข้าหรือส่งยาเข้ามาในราชอาณาจักร	8 กรกฎาคม 2559	31 ธันวาคม 2561



3. ปัจจัยความเสี่ยง

คณะกรรมการบริษัทฯ กำหนดนโยบายบริหารความเสี่ยงโดยครอบคลุมกิจกรรมทุกกระบวนการ อย่างเป็นระบบและมีประสิทธิผล เพื่อลดผลกระทบและเหตุการณ์ที่จะทำให้เกิดบรรลู่วัตถุประสงค์เป้าหมายการดำเนินธุรกิจขององค์กร โดยจัดตั้งคณะทำงานบริหารความเสี่ยงภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการตรวจสอบ ทำหน้าที่ประเมินและกำหนดนโยบายในการควบคุม หลีกเลี่ยงและการยอมรับความเสี่ยง สรุปได้ดังนี้

ความเสี่ยงเกี่ยวกับธุรกิจของบริษัทฯ

1. ความเสี่ยงจากสภาวะการแข่งขันในธุรกิจผลิตและจำหน่ายถุงยางอนามัย

ธุรกิจผลิตและจำหน่ายถุงยางอนามัยทั้งภายในประเทศและต่างประเทศมีการแข่งขันที่รุนแรง ทั้งจากผู้ประกอบการที่มีอยู่ในปัจจุบัน และผู้ประกอบการใหม่ที่อาจจะเข้ามาแข่งขันในตลาด คู่แข่งที่สำคัญเหล่านี้อาจมีศักยภาพด้านเงินทุนและความสามารถในการผลิตรวมถึงมีกลยุทธ์การตลาดที่ดี ซึ่งการแข่งขันที่รุนแรงนี้ อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน ผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีจุดแข็ง คือ (1) บริษัทฯ มีเครื่องหมายการค้าที่แข็งแกร่งเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ภายใต้เครื่องหมายการค้า ONETOUCH™ (2) มีกำลังการผลิตสูงเป็นรายใหญ่แห่งหนึ่งของโลก และสามารถผลิตถุงยางอนามัยได้อย่างมีคุณภาพ (3) สถานที่ตั้งของโรงงานมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน (4) สามารถพัฒนาด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า (5) มีศักยภาพในการสร้างและพัฒนาเครื่องจักรด้วยตนเอง และ (6) เป็นผู้ผลิตที่มีคุณภาพ และได้รับการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานในประเทศและองค์กรสากล โดยจุดแข็งดังกล่าวจะทำให้บริษัทฯ สามารถแข่งขันในธุรกิจผลิตและจำหน่ายถุงยางอนามัยได้ทั้งในและต่างประเทศ

2. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้า ONETOUCH™ สำหรับตลาดภายในประเทศ

ปัจจุบัน บริษัทฯ ทำสัญญาจัดจำหน่ายสินค้า (Distributorship Agreement) กับบริษัท ซี.พี. คอนซูเมอร์ โปรดักส์ จำกัด ซึ่งเป็นหนึ่งในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ ให้เป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้า ONETOUCH™ ในตลาดภายในประเทศทั้งหมดแต่เพียงผู้เดียวนับตั้งแต่ปี 2542 โดยสัญญามีระยะเวลา 3 ปี ทั้งนี้ หากไม่มีคู่สัญญาฝ่ายใดบอกเลิกสัญญา สัญญาดังกล่าวจะมีผลบังคับใช้ต่อไปอีกครั้งละ 3 ปี ถึงแม้บริษัทฯ จะมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่ยาวนานกับบริษัท ซี.พี. คอนซูเมอร์ โปรดักส์ จำกัด แต่บริษัทฯ ไม่สามารถรับรองได้ว่า ผู้จัดจำหน่ายดังกล่าวจะยังคงรักษาความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบริษัทฯ ต่อไปในอนาคต รวมทั้ง บริษัทฯ ไม่สามารถรับรองได้ว่า ผู้จัดจำหน่ายในประเทศของบริษัทฯ จะดำเนินการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้ตรงตามเป้าหมายที่บริษัทฯ ตั้งไว้

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มีคุณภาพเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ซึ่งปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์ถุงยางอนามัยภายใต้เครื่องหมายการค้า ONETOUCH™ มีส่วนแบ่งทางการตลาดในประเทศไทยเป็นอันดับที่ 2 จึงเชื่อว่าบริษัทฯ มีอำนาจในการต่อรองกับผู้จัดจำหน่าย นอกจากนี้ ในกรณีที่ผู้จัดจำหน่ายต้องการจะยกเลิกสัญญาจัดจำหน่ายสินค้า ทางผู้จัดจำหน่ายจะต้องแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 120 วัน ซึ่งทำให้บริษัทฯ มีระยะเวลาที่จะสรรหาผู้จัดจำหน่ายรายใหม่



3. ความเสี่ยงจากการไม่มีสัญญาระยะยาวกับลูกค้า

บริษัทฯ จะไม่ทำสัญญาซื้อขายสินค้าระยะยาว (เกินกว่า 5 ปี) กับลูกค้า ซึ่งเป็นไปตามหลักปฏิบัติทั่วไปของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลิตและจำหน่ายยางอนามัย โดยปกติบริษัทฯ จะทำสัญญาจัดจำหน่ายสินค้าหรือตัวแทนจำหน่ายสินค้าอายุไม่เกิน 3 ปี สำหรับธุรกิจผลิตและจำหน่ายยางอนามัยและเจลหล่อลื่น ภายใต้เครื่องหมายการค้า ONETOUCH™ และทำสัญญาซื้อขายสินค้าอายุไม่เกิน 5 ปี สำหรับธุรกิจรับจ้างผลิตยางอนามัยและเจลหล่อลื่น (OEM) และทำสัญญาซื้อขายสินค้าอายุไม่เกิน 1-5 ปี สำหรับธุรกิจงานประมูล (Tender) ดังนั้น บริษัทฯ จึงมีความเสี่ยงจากการไม่มีสัญญาระยะยาวกับลูกค้า ซึ่งหากลูกค้าไม่ต่อสัญญา และบริษัทฯ อาจไม่สามารถหาลูกค้ารายใหม่เพื่อทดแทนได้ การดำเนินธุรกิจ ผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของบริษัทฯ อาจได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากยางอนามัยเป็นเครื่องมือทางการแพทย์ ทำให้มีกฎหมายที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและต่างประเทศค่อนข้างเข้มงวด ซึ่งต้องใช้ระยะเวลานานและค่าใช้จ่ายจำนวนมากในขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงใบอนุญาต จึงเป็นข้อจำกัดของลูกค้ากรณีต้องการเปลี่ยนผู้ผลิตรายใหม่ และการที่บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตยางอนามัยที่มีคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนด ทำให้มีลูกค้าที่ทำการซื้อขายกับบริษัทฯ มาอย่างยาวนานเป็นจำนวนมากโดยมีฐานลูกค้ากว่า 100 ประเทศทั่วโลก

4. ความเสี่ยงจากการไม่สามารถต่อสัญญาหรือถูกยกเลิกสัญญาเช่าโรงงานมาตรฐาน

บริษัทฯ ทำสัญญาเช่าโรงงานแหลมฉบังเพื่อทำการผลิตจากกรรมนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ตามสัญญาเช่าโรงงานมาตรฐาน (อายุ 3 ปี) สัญญาดังกล่าวจะหมดอายุในวันที่ 10 สิงหาคม 2563 โดยโรงงานตั้งอยู่ที่นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี หลังจากสัญญาหมดอายุ บริษัทฯ เตรียมดำเนินการขอต่อสัญญากับการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย กรณีไม่สามารถต่อสัญญาดังกล่าวได้หรือถูกยกเลิกสัญญา อาจทำให้ไม่สามารถผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าได้ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจด้านการผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของบริษัทฯ

บริษัทฯ ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงทำการขยายโรงงานไปที่นิคมอุตสาหกรรมปิ่นทอง ตั้งอยู่บนที่ดินและโรงงานที่เป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัทฯ เพื่อลดผลกระทบการพึ่งพิงการผลิตยางอนามัยจากโรงงานแหลมฉบัง และเพื่อเพิ่มกำลังการผลิตให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้น ปัจจุบันกำลังการผลิตติดตั้งยางอนามัยของโรงงานแหลมฉบังมีเพียง 426 ล้านชิ้นต่อปี หรือคิดเป็นร้อยละ 21.9 ของกำลังการผลิตติดตั้งยางอนามัยทั้งหมดของบริษัทฯ ซึ่งมีจำนวน 1,959.4 ล้านชิ้นต่อปี

จากอดีตที่ผ่านมาทางบริษัทฯ ไม่มีปัญหาในการต่อสัญญากับนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ จะปรึกษากับนิคมฯ ในการขยายระยะเวลาของสัญญาให้มากกว่า 3 ปี

5. ความเสี่ยงจากการพึ่งพาผู้บริหารหลักและพนักงานที่มีความสามารถ

ความสำเร็จของบริษัทฯ ขึ้นอยู่กับความสามารถในการจูงใจและรักษาผู้บริหารระดับอาวุโส ผู้บริหารหลัก รวมถึงพนักงานที่มีประสบการณ์ความรู้ความเข้าใจในการทำงานด้านการผลิต การตลาดและการจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ บริษัทฯ ได้ฝึกอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอเนื่องจากหากไม่สามารถรักษาทีมผู้บริหารและพนักงานที่มีความสามารถไว้ได้ หรือไม่สมารถหาบุคลากรมาทดแทนภายในเวลาที่เหมาะสม อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจด้านการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ



อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในการจูงใจและรักษาทรัพยากรบุคคลโดยมุ่งเน้นพัฒนาความสามารถและความรับผิดชอบของบุคลากร การวางแผนทางอาชีพ (Career Path) แต่ละระดับอย่างชัดเจน รวมทั้งจัดสรรผลตอบแทนที่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถของแต่ละบุคคลและเทียบเคียงกับผู้ประกอบการรายอื่น นอกจากนี้ มีการสรรหาพนักงานใหม่อย่างต่อเนื่องเพื่อทดแทนบุคคลกรที่สูญเสียไปและเพื่อให้มีบุคลากรเพียงพอสอดคล้องกับแผนการดำเนินงานของบริษัทฯ

6. ความเสี่ยงจากการไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขของใบอนุญาตต่าง ๆ ได้อย่างครบถ้วน

ปัจจุบัน บริษัทฯ ได้รับใบอนุญาตและใบรับรองต่าง ๆ ที่จำเป็นสำหรับการผลิตผลิตภัณฑ์ โดยจะดำเนินการขอต่ออายุตามที่กฎหมายและระเบียบข้อบังคับกำหนด แต่เนื่องจากมาตรฐานของการต่ออายุใบอนุญาต หรือการประเมินใหม่ดังกล่าวอาจมีการเปลี่ยนแปลงเป็นครั้งคราว ดังนั้น บริษัทฯ ไม่สามารถรับรองได้ว่าจะสามารถต่ออายุใบอนุญาตและใบรับรองดังกล่าวได้ทั้งหมดหรือทันเวลาที่ การที่ไม่สามารถต่ออายุใบอนุญาต หรือใบรับรองใด ๆ ซึ่งมีความสำคัญต่อธุรกิจ อาจส่งผลกระทบต่อทางลบด้านผลการดำเนินงาน ฐานะทางการเงิน และโอกาสทางธุรกิจของ บริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

ที่ผ่านมา แม้ว่ากฎระเบียบ กฎหมาย และมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจทั้งในและต่างประเทศมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งบริษัทฯ ได้ปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตและการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ทำให้ปัจจุบันสามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยไม่ประสบปัญหาในการต่อใบอนุญาตที่สำคัญ นอกจากนี้ ผู้บริหารของบริษัทฯ ยังดำรงเป็นผู้ทรงคุณวุฒิของคณะกรรมการวิชาการคณะที่ 473 เรื่องมาตรฐานยางอนามัย ส่งผลให้ สามารถติดตามแนวโน้ม/การเปลี่ยนแปลงของกฎหมายที่เกี่ยวข้องได้อย่างสม่ำเสมอ

7. ความเสี่ยงจากการไม่สามารถขึ้นทะเบียนหรือต่ออายุทะเบียนผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ในต่างประเทศ

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ จำเป็นต้องได้รับการขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์กับหน่วยงานที่กำกับดูแลในแต่ละประเทศที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ดังนั้นหากตัวแทนจำหน่าย และ/หรือผู้จัดจำหน่ายท้องถิ่นในประเทศต่าง ๆ ไม่สามารถขึ้นทะเบียนหรือต่ออายุทะเบียนผลิตภัณฑ์ด้วยเหตุผลใดก็ตาม อาจส่งผลให้บริษัทฯ ไม่สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในประเทศดังกล่าวได้ และอาจเกิดผลกระทบในทางลบต่อการดำเนินธุรกิจ ผลการดำเนินงาน ฐานะทางการเงิน และโอกาสทางธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ ที่ผ่านมามีบริษัทฯ ได้พยายามเลือกสรรตัวแทนจำหน่าย และ/หรือผู้จัดจำหน่ายท้องถิ่นในต่างประเทศที่มีความสามารถซึ่งส่วนใหญ่มีความเข้าใจและมีประสบการณ์ในการขึ้นทะเบียนหรือต่ออายุทะเบียนผลิตภัณฑ์ในประเทศนั้น ๆ โดยมีหน่วยงานจัดแจ้งสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (Regulatory Affair) ของบริษัทฯ ทำหน้าที่ช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกแก่ตัวแทนจำหน่าย และ/หรือผู้จัดจำหน่ายท้องถิ่นในประเทศ

8. ความเสี่ยงจากการพัฒนารักษาหรือวัคซีนรักษาเชื้อไวรัสเอชไอวี (HIV)

ในอนาคตหากมีการพัฒนารักษาหรือวัคซีนรักษาเชื้อไวรัสเอชไอวี (HIV) ให้หายขาดได้สำเร็จ การค้นพบดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อความต้องการใช้ยางอนามัย และอาจส่งผลกระทบในทางลบต่อผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันการใช้ยางอนามัยยังเป็นวิธีการป้องกันการติดเชื้อไวรัสเอชไอวีได้ดีที่สุด วิธีหนึ่งและยังช่วยป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพในราคาที่สามารถเข้าถึงได้



9. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงนโยบาย กฎเกณฑ์และระเบียบทางราชการที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ

ธุรกิจการผลิตและจำหน่ายเบียร์ภายใต้การกำกับดูแลตามหลักเกณฑ์ทางกฎหมายและระเบียบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่สำคัญ ได้แก่ พระราชบัญญัติเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 (“พ.ร.บ. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์”) พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 (และที่แก้ไขเพิ่มเติม) (“พ.ร.บ. ยา”) รวมทั้งประกาศและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องของกระทรวงสาธารณสุข หากกฎหมายหรือระเบียบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือการกำหนดเงื่อนไขในการปฏิบัติตามใบอนุญาตต่าง ๆ มีการเปลี่ยนแปลงที่เข้มงวดขึ้น อาจส่งผลให้มีความจำเป็นมากขึ้นในการปรับเปลี่ยนการดำเนินงาน และอาจกระทบต่อผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ทำการศึกษาและติดตามการเปลี่ยนแปลงกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการปรับเปลี่ยนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น ควบคู่ไปกับการศึกษาภาวะตลาดอย่างสม่ำเสมอ

ความเสี่ยงเกี่ยวกับการผลิต

10. ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบและภาวะขาดแคลนวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตเบียร์ของบริษัทฯ ได้แก่ น้ำยาล้างขวดแช่เย็น 60 เปอร์เซ็นต์ ซิลิโคน (ออยล์) ฟอยล์ และบรรจุภัณฑ์ ซึ่งส่วนใหญ่ซื้อจากผู้จำหน่ายในประเทศ โดยปี 2560 บริษัทฯ จัดซื้อวัตถุดิบจากผู้ขายในประเทศคิดเป็นร้อยละ 93.5 ของมูลค่าการสั่งซื้อทั้งหมด และนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศร้อยละ 6.5 ของมูลค่าการสั่งซื้อทั้งหมด

ช่วง 3 ปีที่ผ่านมาซิลิโคน (ออยล์) ฟอยล์ และบรรจุภัณฑ์มีราคาค่อนข้างคงที่แต่ปัจจุบันราคาซิลิโคน (ออยล์) ปรับตัวสูงขึ้นเนื่องจากปริมาณสินค้าในตลาดลดลง โดยส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตในอุตสาหกรรมนี้ ส่วนราคาน้ำยาล้างขวดแช่เย็น 60 เปอร์เซ็นต์ มีความผันผวนค่อนข้างสูง ซึ่งเปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณความต้องการ (Demand) และปริมาณผลผลิต (Supply) ของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ในปี 2559-2560 บริษัทฯ มีต้นทุนจากน้ำยาล้างขวดแช่เย็น 60 เปอร์เซ็นต์ คิดเป็นร้อยละ 9-12 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

ปัจจุบันสัญญาจัดซื้อวัตถุดิบเป็นแบบระยะสั้นไม่เกิน 1 ปี และซื้อขายกันตามราคาตลาด ณ วันที่ทำสัญญาซื้อขาย ดังนั้นหากราคาวัตถุดิบปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น บริษัทฯ ไม่สามารถรับรองได้ว่าจะสามารถจัดซื้อวัตถุดิบได้ในราคา ปริมาณและเงื่อนไขทางการค้าที่เหมาะสม อีกทั้ง ไม่สามารถผลักภาระต้นทุนที่เพิ่มขึ้นให้แก่ผู้บริโภคได้ทั้งหมด ซึ่งปัจจัยดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ตระหนักถึงความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาและภาวะการขาดแคลนวัตถุดิบ จึงได้บริหารจัดการความเสี่ยงดังกล่าว โดยติดตามการเปลี่ยนแปลงและแนวโน้มราคาอย่างใกล้ชิด รวมทั้งประเมินความต้องการใช้วัตถุดิบในการผลิตแต่ละชนิดเพื่อวางแผนการสั่งซื้อในปริมาณที่เหมาะสมเพียงพอต่อการผลิต มีต้นทุนที่เหมาะสม เปรียบเทียบราคา คุณภาพ และเงื่อนไขทางการค้าของผู้ขายหลายรายในทะเบียนผู้ขายของบริษัทฯ (Approved Vendor List) ไม่ต้องพึ่งพาผู้ขายรายใดรายหนึ่งและเพิ่มอำนาจในการต่อรอง นอกจากนี้ ที่ผ่านมาบริษัทฯ ยังไม่ประสบภาวะขาดแคลนวัตถุดิบที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ



เนื่องจากยางธรรมชาติเป็นวัตถุดิบหลักซึ่งมีราคาผันผวนมาก สามารถส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญ บริษัทฯ จึงติดตามประเมินสถานการณ์ด้านราคาและปริมาณการใช้เป็นพิเศษ โดยมีการสั่งซื้อยางจากหลายแหล่งการผลิตเพื่อลดความเสี่ยงกรณีที่แหล่งการผลิตใดไม่สามารถจัดส่งสินค้าได้ ด้วยเหตุต่าง ๆ ทั้งภัยธรรมชาติ หรือการก่อการร้ายฯ อีกทั้งในไตรมาส 4/2560 บริษัทฯ ได้ทำสัญญาป้องกันความเสี่ยงจากราคายางพารา (Rubber Hedge) กับธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในประเทศไทย โดยอ้างอิงราคายาง TNR20-Sicom มีมูลค่าสัญญา 600 ตัน หรือ จำนวน 150 ตัน ต่อเดือน โดยสัญญาเริ่มต้นระหว่างเดือน มกราคม-เมษายน 2561

ความเสี่ยงทางการเงิน

11. ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

ปี 2558 2559 และ 2560 บริษัทฯ มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในต่างประเทศจำนวน 1,207.0 ล้านบาท 1,104.0 ล้านบาท และ 1,149.5 ล้านบาท คิดเป็น ร้อยละ 92.7 ร้อยละ 91.8 และร้อยละ 88.9 ของรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์รวมตามลำดับ ทั้งนี้ ฐานะของนามั้ยที่บริษัทฯ ส่งออกส่วนใหญ่จะจำหน่ายเป็นเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐ ในขณะที่วัตถุดิบส่วนใหญ่เป็นการจัดซื้อจากในประเทศเป็นเงินสกุลบาท ดังนั้น หากเงินบาทมีแนวโน้มแข็งค่าขึ้น รายได้จากการส่งออกเมื่อแปลงค่าเป็นเงินบาทจะลดลง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

เนื่องจากบริษัทฯ มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ในรูปเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐ จึงกักเงินบางส่วนเป็นสกุลดอลลาร์สหรัฐ เพื่อบริหารรายได้และรายจ่ายที่เป็นเงินตราต่างประเทศบางส่วนให้สอดคล้องกัน (Natural Hedge) ซึ่งช่วยบรรเทาผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นกับผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของบริษัทฯ กรณีเงินบาทแข็งค่าขึ้นได้ระดับหนึ่ง

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ตระหนักถึงความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ จึงมีนโยบายการป้องกันความเสี่ยง สำคัญ กล่าวคือ (1) พิจารณาเข้าทำสัญญาป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนอย่างน้อยร้อยละ 30 ของมูลค่าของงานประมูลและประมาณการยอดขายของธุรกิจรับจ้างผลิตยางอนามัยและเจลหล่อลื่น (OEM) จากงบประมาณประจำปีที่ทำและอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัทฯ โดยใช้อัตราแลกเปลี่ยนมาตรฐาน และ (2) ระหว่างปี บริษัทฯ จะติดตามการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนอย่างใกล้ชิดและวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง กรณีที่เงินบาทมีแนวโน้มที่จะแข็งค่าขึ้นมากกว่าร้อยละ 10 เทียบกับอัตราแลกเปลี่ยนมาตรฐาน บริษัทฯ จะพิจารณาเข้าทำสัญญาตราสารอนุพันธ์ด้านอัตราแลกเปลี่ยน (Foreign Exchange Derivative Contracts) ในส่วนที่ยังไม่ได้เข้าทำสัญญา เพื่อนำเสนอผู้มีอำนาจอนุมัติตามตารางอำนาจการอนุมัติ (Table of Authority)

ความเสี่ยงจากการถือหุ้นของบริษัทฯ

12. ความเสี่ยงจากการมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายการบริหารงาน

ภายหลังการเสนอขายหุ้นสามัญในครั้งนี้ ครอบครัวยักษ์ใหญ่จะถือหุ้นในบริษัทฯ ทั้งทางตรงผ่านบริษัท เจริญอักษร โฮลดิ้ง กรุ๊ป จำกัด และผ่าน THK Investment Company Limited รวมกันในสัดส่วนร้อยละ 75 ของหุ้นที่ออกและจำหน่ายได้แล้วทั้งหมด โดยครอบครัวยักษ์ใหญ่ยังคงดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการผู้มีอำนาจลงนาม และผู้บริหารของบริษัทฯ จึงทำให้ครอบครัวยักษ์ใหญ่



ดรรชนีชี้วัดในฐานผู้ถือหุ้นใหญ่และผู้บริหารมีอำนาจในการควบคุมการบริหารจัดการบริษัท รวมถึงสามารถควบคุมการออกเสียงลงคะแนนของที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นการแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับของบริษัท กำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น และเสียงที่ครอบครัวดรรชนีชี้วัดมีส่วนได้เสียในการออกเสียงลงคะแนน ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงอาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องที่ครอบครัวดรรชนีชี้วัดเสนอได้

อย่างไรก็ตาม จากโครงสร้างการจัดการของบริษัท ซึ่งประกอบด้วย คณะกรรมการบริษัท, คณะกรรมการตรวจสอบ, คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน และคณะกรรมการบริหาร โดยคณะกรรมการแต่ละชุดมีขอบเขตอำนาจหน้าที่อย่างชัดเจน ทำให้บริษัท มีความโปร่งใสในการบริหารจัดการ และมีระบบที่ตรวจสอบได้

ปัจจุบัน บริษัท มีกรรมการอิสระทั้งหมด 3 ท่าน ซึ่งทุกท่านดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการตรวจสอบ เพื่อเป็นกลไกในการตรวจสอบการดำเนินงานของคณะกรรมการ นอกจากนี้ บริษัท ได้มีแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการทำรายการระหว่างกัน หรือรายการที่เกี่ยวข้องกับกรรมการ หรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้ที่มีอำนาจควบคุม รวมทั้งบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ โดยบุคคลดังกล่าวจะไม่มีอำนาจอนุมัติ และไม่มีสิทธิออกเสียงในการอนุมัติทำรายการนั้น ๆ

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 สินทรัพย์ถาวรที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

บริษัท ดำเนินกิจการโดยมีสถานประกอบการ 3 แห่งประกอบด้วย สำนักงานใหญ่ 1 แห่ง ตั้งอยู่ ณ อาคารเจริญอักษร เลขที่ 1 ถนนเจริญราษฎร์ แขวงทุ่งดอน เขตสาทร กรุงเทพฯ และโรงงาน 2 แห่งคือ 1) นิคมอุตสาหกรรมปิ่นทอง เลขที่ 789/139 หมู่ 1 ตำบลหนองขาม อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี 2) นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง เลขที่ 49-49/1 หมู่ 5 ถนนสุขุมวิท ตำบลทุ่งสุขลา อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี โดยบริษัท มีสินทรัพย์ถาวร ประกอบด้วย ที่ดิน อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร ระบบไฟฟ้า เครื่องจักร อุปกรณ์โรงงาน เครื่องตกแต่ง ติดตั้ง อุปกรณ์สำนักงาน ยานพาหนะและงานระหว่างก่อสร้าง ซึ่งมีมูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 และ 2559 เท่ากับ 497.0 ล้านบาท และ 553.1 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 39.4 และร้อยละ 46.1 ของสินทรัพย์รวม สามารถแยกรายละเอียดตามสถานประกอบการ ดังนี้

สถานประกอบการ	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)		ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
	31 ธันวาคม 2560	31 ธันวาคม 2559		
1. โรงงานปิ่นทอง	410.1	452.5	เป็นเจ้าของ	ติดภาระค้ำประกันกับสถาบันการเงิน
2. โรงงานแหลมฉบัง	78.3	89.7	เช่า	ไม่มีภาระผูกพัน
3. สำนักงานกรุงเทพฯ	8.6	10.8	เช่า	ไม่มีภาระผูกพัน
รวม	497.0	553.1		



โดยสามารถแยกรายละเอียดตามกลุ่มทรัพย์สินได้ ดังนี้

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)		ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
	31 ธันวาคม 2560	31 ธันวาคม 2559		
1. ที่ดิน			เป็นเจ้าของ	ติดภาระค้ำประกันกับสถาบันการเงิน
-โรงงานปิ่นทอง เนื้อที่ 16 ไร่ เลขที่โฉนด 151963	37.6	37.6		
รวม	37.6	37.6		
2. อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร			เป็นเจ้าของ	ติดภาระค้ำประกันกับสถาบันการเงิน
-โรงงานปิ่นทอง	173.4	185.1		
-โรงงานแหลมฉบัง	33.3	36.2		
-สำนักงานกรุงเทพฯ	0.1	0.2		
รวม	206.8	221.5		
3. ระบบไฟฟ้า			เป็นเจ้าของ	ติดภาระค้ำประกันกับสถาบันการเงิน
-โรงงานปิ่นทอง	3.5	4.1		
-โรงงานแหลมฉบัง	2.0	3.7		
รวม	5.5	7.8		
4. เครื่องจักรและอุปกรณ์โรงงาน			เป็นเจ้าของ	ติดภาระค้ำประกันกับสถาบันการเงิน
-โรงงานปิ่นทอง	178.8	204.2		
-โรงงานแหลมฉบัง	39.2	47.5		
รวม	218.0	251.7		
5. เครื่องตกแต่ง ติดตั้ง และ อุปกรณ์สำนักงาน และอะไหล่			เป็นเจ้าของ	ภายใต้สัญญาเช่าทางการเงิน ¹
-โรงงานปิ่นทอง	9.2	7.3		
-โรงงานแหลมฉบัง	1.2	2.3		
-สำนักงานกรุงเทพฯ	4.3	4.5		
รวม	14.7	14.1		
6. ยานพาหนะ			เป็นเจ้าของ	-
-โรงงานปิ่นทอง	5.4	6.4		
-สำนักงานกรุงเทพฯ	4.1	5.4		
รวม	9.5	11.8		
7. งานระหว่างก่อสร้าง ²			เป็นเจ้าของ	-
-โรงงานปิ่นทอง	2.2	7.8		
-โรงงานแหลมฉบัง	2.6	0.0		



ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)		ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
	31 ธันวาคม 2560	31 ธันวาคม 2559		
-สำนักงานกรุงเทพฯ	0.1	0.8		
รวม	4.9	8.6		
รวมทั้งสิ้น	497.0	553.1		

หมายเหตุ: ¹ สัญญาเช่าทางการเงินจะถึงกำหนดชำระภายในปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่ยังไม่สิ้นสุดหรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับการกระทำใด ๆ ซึ่งอาจมีผลในเชิงลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทฯ ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนผู้ถือหุ้น หรือที่อาจมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ ยังไม่เคยถูกเรียกร้องใด ๆ ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าไม่ปลอดภัย (Product Liability) ของบริษัทฯ หรือการบาดเจ็บ (Personal Injury) หรือการเสียชีวิตที่เกิดขึ้นโดยมิชอบ (Wrongful Death) อันมีสาเหตุจากผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ หรือการเรียกคืนผลิตภัณฑ์ (Product Recall)

6. ข้อมูลทั่วไปและสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลสำคัญอื่น

-ไม่มี-

**6.2 ข้อมูลบริษัทฯ และข้อมูลผู้เกี่ยวข้อง**

ชื่อบริษัทที่ออกหลักทรัพย์ :	บริษัท ไทยนิปปอนรับเบอร์อินดัสตรี จำกัด (มหาชน)
ประกอบธุรกิจ :	ผลิตและจำหน่ายถุงยางอนามัยจากน้ำยางธรรมชาติและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ :	1 ถนนเจริญราษฎร์ แขวงทุ่งดอน เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120
โทรศัพท์ :	66-2-210-8888
โทรสาร :	66-2-210-8821
ที่ตั้งโรงงานปิ่นทอง :	นิคมอุตสาหกรรมปิ่นทอง 789/139 หมู่ 1 ตำบลหนองขาม อำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี 20110
โทรศัพท์ :	66-38-317-999
โทรสาร :	66-38-317-950
ที่ตั้งโรงงานแหลมฉบัง :	นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง 49-49/1 หมู่ 5 ถนนสุขุมวิท ตำบลทุ่งสุขลา อำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี 20230
โทรศัพท์ :	66-38-490-258 ถึง 9
โทรสาร :	66-38-490-414
เลขทะเบียนบริษัท :	0107559000257
Home Page :	www.tnrcondom.com
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว :	300,000,000 บาท
บุคคลอื่นที่เกี่ยวข้อง :	<p>นายทะเบียน : บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 66-2-009-9000 : โทรสาร 66-2-009-9991</p> <p>ผู้ตรวจสอบบัญชี: บริษัท ไพร่ซวอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส เอบีเอส จำกัด 179/74-80 ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120 โทรศัพท์ 66-2-844-1000 : โทรสาร 66-2-286-2740</p> <p>ที่ปรึกษาทางกฎหมาย: บริษัท สำนักงานกฎหมาย แคปปิตอล จำกัด อาคารสมูทไลฟ์ ชั้นที่ 18 44 ถนนสาทรเหนือ แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500 โทรศัพท์ 66-2-633-9088 : โทรสาร 66-2-633-9089</p> <p>ผู้ตรวจสอบภายใน: บริษัท พีแอนด์แอล อินเทอร์เนอล ออดิท จำกัด หมู่ที่ 8 เดอะฟีลท์ อเวนิว คอนโดมิเนียม 73/290 ถนนกรุงเทพ-นนทบุรี ตำบลบางเขน อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000 โทรศัพท์ 66-2-526-6100 : โทรสาร 66-2-526-6100</p>