

## ส่วนที่ 1

## การประกอบธุรกิจ

## 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท พลาสติกและหีบห่อไทย จำกัด(มหาชน) มีชื่อภาษาอังกฤษว่า Thai Plaspac Public Company Limited. เริ่มก่อตั้งเป็นบริษัทจำกัด เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2526 ประกอบธุรกิจรับจ้างผลิตบรรจุภัณฑ์ทำจาก พลาสติกประเภท ขวดและฝา และชิ้นส่วนพลาสติกในรูปแบบต่าง ๆ ตามความต้องการของลูกค้าในแต่ละอุตสาหกรรม เข้าจดทะเบียนเป็น บริษัทจำกัดมหาชน เมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2547 ได้ขยายการประกอบธุรกิจ ออกเป็น 3 กระบวนการผลิต คือ กระบวนการผลิต แบบฉีด(Injection Moulding) กระบวนการผลิตแบบเป่า(Blow Moulding) และกระบวนการผลิตแบบPET(Injection - Blow Moulding) โดยได้ทำการผลิตภายใต้ระบบคุณภาพมาตรฐานสากล ISO 9001:2008 และ GMP ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานสากล จากสถาบัน AJA (Anglo Japanese American Registrars)

## 1.1 วิสัยทัศน์ (VISION)

บริษัทฯ ได้กำหนดวิสัยทัศน์เพื่อเป็นแนวทางการดำเนินธุรกิจเพื่อไปสู่เป้าหมาย ที่ว่า

“ผู้นำบรรจุภัณฑ์พลาสติกเพื่อรองรับตลาดที่มีการเจริญเติบโตสูง”

To be a world class plastic packaging company present in high growth markets

## 1.2 วัตถุประสงค์ (Objective)

การเติบโตอย่างยั่งยืน ควบคู่ไปกับลูกค้า ซึ่งถือเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ ซึ่งเป็นแบรนด์ ชื่อนำระดับโลกโดยการนำเสนอผลิตภัณฑ์นวัตกรรมที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง และความยั่งยืนนั้นได้ถูกส่งผ่านโดยบุคลากรที่มีศักยภาพและเทคโนโลยีที่ดีที่สุด ภายใต้จริยธรรมและจรรยาบรรณทางธุรกิจสูงสุด การเข้าไปมีส่วนร่วมกับการทำงานของลูกค้าเช่น ให้คำปรึกษาแนะนำ, สรรหาและจัดหาวัตถุดิบ, เพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าที่มีรูปแบบและคุณภาพตรงความต้องการในราคาที่ยุติธรรม

ด้วยคติพจน์ในการดำเนินธุรกิจที่ยึดมั่นมาตลอด คือ “Your Packaging Partner”

## 1.3 เป้าหมาย (Mission)

- Partnership Focused -- มุ่งเน้นพันธมิตรทางการค้าเป็นสำคัญ
- Quality in Consistency -- สินค้าที่มีคุณภาพ
- Rigid Plastic & Innovation – สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์พลาสติกทรงรูป
- Passionate Professionals – ความเป็นมืออาชีพ
- Corporate Governance -- การกำกับดูแลกิจการที่ดี
- Sustainability -- บริษัทดำเนินนโยบายการเติบโตอย่างยั่งยืน

## 1.5 คุณค่า (VALUE) -- Customer Trust - Safety &amp; Quality

- Partnership Focused -- มุ่งเน้นความเป็นพันธมิตรทางการค้าในการเจริญเติบโต และตลอดระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา ลูกค้ายังคงมั่นใจที่จะใช้บริษัท เป็นผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์อย่างเสมอมา ด้วยการทำงานที่ใกล้ชิดและคำนึงถึงความต้องการของลูกค้า โดยหาทางเลือกที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า
- Quality in Consistency -- คุณภาพสินค้าที่ดีเชื่อมโยงอย่างสม่ำเสมอ ด้วยกระบวนการ ISO ระบบคุณภาพ ทันเวลา บริษัทมีการดำเนินงานและบริหารงานอย่างเป็นระบบ มีการพัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง โดยนำระบบการจัดการด้านคุณภาพ (Quality Management) เข้ามาใช้ในการทำงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและลดต้นทุน ได้อย่างแท้จริง เช่น 5 ส, ISO 9001:2008, GMP, HACCP, SAFETY, LOGISTIC, ENERGY SAVING, ZERO DEFECT
- Rigid plastic & Innovation -- วิทยาการทางเทคนิคที่ทันสมัย โดยการคิดค้นเครื่องมือที่ทันสมัยบริษัทมีนโยบายที่จะสรรหาและจัดหาเครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีขั้นสูง และทันสมัยจากผู้ผลิตที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในวงการอุตสาหกรรมเช่น ญี่ปุ่น สวิสเซอร์แลนด์ เยอรมัน สหรัฐอเมริกา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต ลดต้นทุนจากการสูญเสีย และลดการใช้พลังงาน เลือกผู้ผลิตแม่พิมพ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ที่มีมาตรฐานการผลิตสูง มีการออกแบบที่ดี และเทคโนโลยีที่ทันสมัย ตลอดจนเลือกวัสดุในการทำที่มีคุณภาพสูงและเหมาะสมกับการใช้งาน เพื่อผลิตชิ้นงานที่มีความละเอียด แม่นยำ และได้คุณภาพตามที่ต้องการ
- Passionate Professionals – ความเป็นมืออาชีพด้านผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์พลาสติกทรงรูป ด้วยทีมงานที่มีประสบการณ์ยาวนาน
- Corporate Governance -- การกำกับดูแลกิจการที่ดี เป็นไปตาม พระราชบัญญัติตลาด กวด.
- Sustainability -- บริษัทดำเนินนโยบายการเติบโตอย่างยั่งยืน โดยมีการปฏิบัติตาม ระบบ CSR โดยมุ่งเน้นทีมบริหารให้ความร่วมมือ ประสานงาน รวมถึงสื่อสารไปยังระดับปฏิบัติการ โดยการเข้าสู่ระบบมาตรฐานแรงงานไทย (มรท.) มุ่งเน้นการดูแลและบุคลากร โดยมีสวัสดิการที่เท่าเทียมในแต่ละระดับอย่างเหมาะสม เพื่อสร้างคุณภาพชีวิตพนักงานทุกคน การคัดเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพมาตรฐานสูง จากผู้ผลิตที่มีเทคโนโลยีที่ดีในการผลิต เป็นที่เชื่อถือได้ ตลอดจนมีคุณสมบัติเหมาะสมกับการใช้งานในแต่ละชนิดของสินค้าที่ผลิต และเป็น Food grade เพื่อใช้กับสินค้ากลุ่มอาหาร หรือทนกับสารเคมีเพื่อบรรจุน้ำยาทำความสะอาด ทั้งนี้ บริษัทมุ่งเน้นความปลอดภัยต่อสุขภาพ อนามัยของผู้บริโภคเป็นหลัก อีกทั้งบริษัท ยังจัดให้มีระบบการดูแลระบบความปลอดภัย โดยจัดให้มีการอบรมพนักงาน อย่างต่อเนื่องประจำทั้งภาคปฏิบัติ และภาคทฤษฎี โดยหมุนเวียนทั้งองค์กร รวมถึงบริษัทได้มีการกำหนดเป้าหมายในเรื่องความปลอดภัย ควบคุมสถิติการเกิดอุบัติเหตุให้ลดลง นอกจากนี้เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน และสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ๆ เพื่อออกสู่ตลาด บริษัทจึงได้มีการจัดตั้งหน่วยวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Research and Development Department) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ควบคู่ไปกับลูกค้าเพื่อสนองตอบต่อความต้องการลูกค้า และเป็นทางเลือกที่ลูกค้าจะเชื่อมั่นได้ว่าผลิตภัณฑ์ของลูกค้านั้นได้รับการออกแบบ ปรับปรุง พัฒนา อย่างต่อเนื่อง

## 1.4 กลยุทธ์ (Strategy)

ไมเคิล อี. พอร์เตอร์ แห่งมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ได้กล่าวไว้ว่า

**“กลยุทธ์การแข่งขันที่ดีเริ่มจากการกำหนดเป้าหมายที่ถูกต้องชัดเจน”**

กลยุทธ์หลัก 4 ประการที่จะมุ่งเน้น ไปสู่เป้าหมาย ประกอบด้วย

1) มุ่งเน้นการขยายการผลิตในประเทศไทยและในอาเซียนเป็นหลัก

จากปัจจัยทางบวก อันได้แก่ การเติบโตของประชากรและแนวโน้มการเติบโตของกิจการที่ผ่านมา รวมถึงบริษัทบรรจุกิจที่มีการกระจายตัวสูง ทำให้มีโอกาสที่จะสร้างการเติบโตธุรกิจแบบก้าวกระโดดจากการควบรวม เราจึงยึดมั่นการดำเนินกลยุทธ์เพื่อในการสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านการควบรวมและเข้าซื้อกิจการ

2) มุ่งพัฒนาแบรนด์อย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นผู้นำในธุรกิจบรรจุกิจประเภททรงรูป

บริษัทมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำในตลาดที่เราเริ่มการดำเนินธุรกิจ โดยมุ่งเน้นธุรกิจบรรจุกิจประเภททรงรูป เรามีความพร้อมด้านการวิจัยและพัฒนา เพื่อให้มั่นใจว่าเราสามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์ด้วยความรวดเร็ว ทันตามความต้องการของลูกค้า และตอบสนองผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุดให้กับผู้บริโภค

3) สร้างการขยายตัวของฐานลูกค้าที่หลากหลายยิ่งขึ้น

เอกลักษณ์ที่โดดเด่นของ TPAC คือ ความสามารถในการทำงานร่วมกับองค์กรหลากหลายประเภท เรามีประสบการณ์หลายสิบปี ในการนำเสนอโซลูชันให้กับบริษัทต่างๆ ครอบคลุมตั้งแต่บริษัทข้ามชาติจนถึงบริษัทขนาดเล็กภายในประเทศ โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างประสบการณ์ที่โดดเด่นและการขยายฐานลูกค้า รวมถึงกระจายแหล่งรายได้ที่หลากหลาย

4) การพัฒนาการดำเนินงานด้านนักลงทุนสัมพันธ์

ในปี 2559 บริษัทได้พัฒนาการดำเนินงานด้านธรรมาภิบาล ซึ่งเป็นเพียงแค่จุดเริ่มต้นของงานด้านนักลงทุนสัมพันธ์ โดยมีผู้เชี่ยวชาญและนักลงทุนสัมพันธ์มืออาชีพเข้าร่วมทีม เพื่อพัฒนาการปฏิสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

กล่าวโดยสรุป

กลยุทธ์ ที่จะนำพาไปสู่เป้าหมาย และยั่งยืน คือ การที่บริษัทได้ลงทุนในทรัพยากรองค์กร และรูปแบบองค์กรด้วยการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดี และมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในกลุ่มบรรจุกิจพลาสติก ที่บริษัทมีความเชี่ยวชาญ โดยใช้ศักยภาพความพร้อมที่มีอยู่ ด้านทรัพยากรบุคคล ความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาที่ยาวนานต่อเนื่อง ผสมผสานกับแนวการบริหารงานเป็นมาตรฐานสากล เพื่อนำมาธุรกิจเข้าสู่ระดับสากล โดยเป้าหมายขยายฐานลูกค้า และส่วนแบ่งการตลาดไปยังประเทศในภูมิภาคเอเชีย รวมไปถึงประเทศที่มีการเจริญเติบโตทางการตลาดสูง และด้วยความหลากหลายและพื้นฐานศักยภาพความพร้อม ประกอบการความเชี่ยวชาญในการดำเนินงานตามกลยุทธ์ทั้ง 4 ประการหลัก บริษัทมั่นใจว่า จะไปสู่เป้าหมายการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ยั่งยืน เคียงข้างลูกค้าเดิม และฐานลูกค้าใหม่ได้ตามเป้าหมายได้อย่างแน่นอน และท้ายที่สุดบริษัทคาดหวังจะสามารถส่งมอบมูลค่าเพิ่ม ไปยังนักลงทุน และผู้มีส่วนได้เสียได้ดีเยี่ยมยิ่งขึ้นไป

## 1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท พลาสติค และหีบห่อไทย จำกัด(มหาชน) ก่อตั้งเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2526 ประกอบธุรกิจรับจ้างผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติก ประเภทบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ และผลิตภัณฑ์พลาสติกอื่น ๆ ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน บริษัทฯ ได้มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญดังนี้

ปี	เหตุการณ์
2526	- เริ่มก่อตั้งโรงงานในย่านสาธุประดิษฐ์ - ขยายการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง
2537	- เพิ่มทุนจดทะเบียนชำระแล้วจาก 16 ล้านบาทเป็น 40 ล้านบาท โดย บมจ. โมเดอร์นฟอรัม กรุ๊ป เข้ามาเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ร้อยละ 60
2538	- ก่อสร้างโรงงาน ณ ที่ตั้งปัจจุบันและลงทุนในเครื่องจักรเพิ่มเติม โดยใช้เงินเพิ่มทุน
2540	- เริ่มเปิดใช้โรงงาน ณ ที่ตั้งปัจจุบัน
2547	- เพิ่มทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วโดยผู้ถือหุ้นเดิมจาก 40 ล้านบาทเป็น 80 ล้านบาท - บริษัทฯ ได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน โดยมีทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 100 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 100 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท(ทุนชำระแล้ว 80 ล้านหุ้น)
2548	- ได้รับอนุญาตจาก คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ให้เสนอขายหุ้นเพิ่มทุนต่อประชาชน และคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้รับหลักทรัพย์เป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาด เอ็ม เอ ไอ ตั้งแต่วันที่ 7 ธันวาคม 2548
2549	- นำเงินจากการเพิ่มทุนไปลงทุนขยายกิจการ เพิ่มกระบวนการผลิตแบบPET(Injection-Blow Moulding) การฉีดด้วยพลาสติกชนิด Thin Wall และพัฒนาการใช้แม่พิมพ์ชนิด Hot Runner
2553	- ขยายทำการแห่งที่ 3 ในที่ตั้งสำนักงานใหญ่ ประกอบด้วยห้องผลิตระบบปิดที่ทันสมัยตามมาตรฐานเพิ่มเครื่องจักรในกระบวนการผลิตต่าง ๆ เพื่อให้มีกำลังการผลิตเพียงพอกับความต้องการ - ได้รับรางวัล Best CEO Awards-Mai และ Best Performance Awards ในพิธีมอบรางวัล SET AWARDS 2010
2556	- จดทะเบียนเพิ่มทุนเป็น 255 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 255 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท (ทุนชำระแล้ว 200 ล้านหุ้น) และเสนอให้ใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท อายุ 3 ปีจำนวน 55 ล้านหน่วย ให้กับผู้ถือหุ้นเดิม 50 ล้านหน่วย และพนักงานของบริษัท 5 ล้านหน่วย
2557	- มีผู้ใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ทั้งในส่วนที่ให้กับผู้ถือหุ้นเดิม และพนักงานของบริษัท ในระหว่างปี 2557 รวมจำนวน 1,141,500 หน่วย ทำให้มีจำนวนหุ้นที่จดทะเบียนและชำระแล้ว ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 จำนวน 201,327,025 หุ้น คิดเป็นเงินรวม 201,327,025 บาท - ได้รับรางวัล ดีเด่นด้านผลการดำเนินงาน (Company Performance Award) ในพิธีมอบรางวัล SET AWARDS 2014
2558	- มีผู้ใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ทั้งในส่วนที่ให้กับผู้ถือหุ้นเดิม และพนักงานของบริษัท ในระหว่างปี 2558 รวมจำนวน 2,734,500 หน่วย ทำให้มีจำนวนหุ้นที่จดทะเบียนและชำระแล้ว ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 จำนวน 208,766,400 หุ้น คิดเป็นเงินรวม 208,766,400 บาท - มีนักลงทุนกลุ่มครอบครัว โลเซีย เข้ามาซื้อหุ้นส่วนใหญ่จากกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่เดิมจำนวนสัดส่วน 60.55% และได้มีการเปลี่ยนอำนาจการควบคุมส่วนใหญ่ของบริษัท
2559	- มีผู้ใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ระหว่างปี จนสิ้นสุดการใช้สิทธิครั้งสุดท้าย วันที่ 19 พฤษภาคม 2559 ทั้งในส่วนที่ให้กับผู้ถือหุ้นเดิม และพนักงานของบริษัท ในระหว่างปี 2558 รวมจำนวน 45,051,276 หน่วย ทำให้มีจำนวนหุ้นที่จดทะเบียนและชำระแล้ว ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 จำนวน 253,817,676 หุ้น คิดเป็นเงินรวม 253,817,676 บาท มีผู้มาใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิทั้งสิ้นจนสิ้นสุดท้าย 98% ของใบสำคัญแสดงสิทธิที่ออก - บริษัท ได้รับ สิทธิพิเศษทางภาษีจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนสำหรับผลิตภัณฑ์พลาสติก สำหรับสินค้าบริ โภคตามบัตรส่งเสริมการลงทุน 2 โครงการ เลขที่ 59-1321-1-03-1-0 เมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2559 และเลขที่ 59-1322-1-03-1-0 เมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2559 ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดบางประการ สิทธิทางภาษี ดัง กล่าวรวมถึงการได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรที่ได้จากการประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมเป็นระยะเวลา 8 ปีนับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการประกอบกิจการ

### 1.3 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

ก่อนวันที่ 9 ตุลาคม 2558 ตามปรากฏในโครงสร้างผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ บริษัท โมเดอร์นฟาร์ม กรุ๊ป จำกัด(มหาชน) ถือหุ้นเป็น สัดส่วนร้อยละ 47.9 ของจำนวนหุ้นสามัญที่ชำระแล้ว หรือจำนวน 100 ล้านหุ้น จากจำนวนหุ้นสามัญที่ชำระแล้ว 206 ล้านหุ้นเศษ รวมถึงเป็นผู้มีสิทธิในหุ้น TPAC-W1 จำนวน 20 ล้านหุ้น นับเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ

สำหรับความสัมพันธ์กับ บริษัท โมเดอร์นฟาร์มกรุ๊ป จำกัด(มหาชน) ในฐานะผู้ถือหุ้นรายใหญ่ เริ่มจากปี 2537 บริษัทฯ ต้องการเพิ่มทุนเพื่อขยายกิจการสร้างโรงงานแห่งใหม่(ปัจจุบัน) บริษัท โมเดอร์นฟาร์มกรุ๊ป จำกัด(มหาชน) ได้เข้าร่วมทุนในส่วนที่เพิ่มจำนวน 24 ล้านบาท ทำให้มีสัดส่วนร้อยละ 60 ของทุนจดทะเบียน 40 ล้านบาท ต่อมาในปี 2547-2548 บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 80 ล้านบาท และได้รับอนุญาตให้ขายหุ้นเพิ่มทุน อีก 20 ล้านบาท พร้อมทั้งรับเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในวันที่ 7 ธันวาคม 2548 หุ้นของบริษัท โมเดอร์นฟาร์ม กรุ๊ป จำกัด(มหาชน) คงเหลือจำนวน 48 ล้านหุ้นหรือเป็น สัดส่วนร้อยละ 48 สถานะภาพเป็นเพียงผู้ถือหุ้นรายใหญ่ และในปี 2556 บริษัทฯเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 255 ล้านบาท ความสัมพันธ์ด้านธุรกิจเป็นเพียงการค้าปกติในปริมาณที่น้อยมาก

เมื่อวันที่ 9 ตุลาคม 2558 เมื่อครอบครัว โลเฮีย โดย คุณอนุช โลเฮีย ได้เข้าซื้อหุ้นทั้งหมดของ บริษัท โมเดอร์นฟาร์ม กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) รวมไปถึงได้เข้าซื้อหุ้นของผู้ถือหุ้นรายใหญ่อีกกลุ่มหนึ่ง ทำให้หลังจากวันที่ 9 ตุลาคม 2558 ดังนั้น บริษัทฯ จึงพ้นสภาพในการเกี่ยวเนื่องใด ๆ กับกลุ่มธุรกิจของ บริษัท โมเดอร์นฟาร์ม กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เริ่มแต่วันที่ที่มีการซื้อขายเกิดขึ้น โดยกรรมการผู้มีอำนาจทั้งชุดของกลุ่มโมเดอร์นฟาร์ม ได้ลาออกจากการเป็นกรรมการผู้มีอำนาจของบริษัททั้งหมด ตั้งแต่วันที่ 10 ตุลาคม 2558 เป็นต้นมา

จากวันที่ 12 ตุลาคม 2558 เป็นต้นมา นายอนุช โลเฮีย จึงเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท โดยได้มีการแต่งตั้ง กรรมการผู้มีอำนาจ ชุดใหม่ รวม 8 ท่าน นำโดยนายเควิน กุมาร ชาร์มา และคณะ โดยนายธีรวิทย์ บุญยะโกะ ยังคงเป็น กรรมการผู้มีอำนาจ 1 ใน 8 ของกรรมการชุดใหม่ และยังคงบริหารธุรกิจร่วมกับกรรมการบริหารชุดใหม่ โดยมีนายเควิน กุมาร ชาร์มาร์ เป็นประธานกรรมการ และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

รายละเอียดบุคคลและบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน มีดังนี้

ชื่อ	ความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกัน
บริษัท โมเดอร์นฟาร์มกรุ๊ป จำกัด(มหาชน)	ผู้ถือหุ้นใหญ่
นายอนุช โลเฮีย	ผู้ถือหุ้นใหญ่
บริษัท อินโดรามา เวนเจอร์ส โฮลดิ้งส์ (ระยอง) จำกัด (มหาชน) บมจ.อินโดรามาโพลีเมอร์	ผู้ถือหุ้นใหญ่ และกรรมการบริษัท ที่มีอำนาจการจัดการมีส่วนเกี่ยวข้องกัน
บุคคลที่เกี่ยวข้องกัน	กรรมการ ผู้บริหาร และบุคคลที่เกี่ยวข้องกันกับกรรมการและผู้บริหาร

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัท

### ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัท

ธุรกิจหลักของบริษัท คือการรับจ้างผลิตบรรจุภัณฑ์ทำจากพลาสติก ประเภทขวดและฝา และชิ้นส่วนพลาสติก ในรูปแบบต่างๆ ตามความต้องการใช้งานของลูกค้าในแต่ละอุตสาหกรรม ซึ่งสินค้าส่วนใหญ่ เป็นสินค้าที่ใช้แล้วทิ้งไป (Disposable) เช่น ขวดนมสด นมเปรี้ยว ขวดน้ำยาบ้วนปาก ขวดน้ำยาทำความสะอาดในครัวเรือน เป็นต้น โดยใช้กระบวนการผลิต หลัก 3 ประเภทคือ กระบวนการผลิตแบบฉีด(Injection Moulding), กระบวนการผลิตแบบเป่า(Blow Moulding) และ กระบวนการผลิตแบบ PET (Injection-Blow Moulding) ภายใตระบบคุณภาพมาตรฐานสากล ISO 9001:2008 และ GMP ที่ได้รับการรับรองจากสถาบัน AJA (Anglo Japanese American Registrars)

บรรจุภัณฑ์ที่บริษัทฯ ผลิตแยกตามประเภทอุตสาหกรรมเป็น 4 ประเภท คือบรรจุภัณฑ์เพื่อบรรจุอาหารและเครื่องดื่ม บรรจุภัณฑ์เพื่อใช้บรรจุของใช้ส่วนบุคคลและเวชภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์สำหรับของใช้ในครัวเรือน และชิ้นส่วนอุปกรณ์เครื่องมือช่างและเฟอร์นิเจอร์

### 2.1 โครงสร้างรายได้

รายได้แบ่งตามภูมิภาค	2557		2558		2559	
	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน
รายได้จากการขายในประเทศ	1,524	90%	1,435	90%	1,382	90%
รายได้จากการขายต่างประเทศ	149	9%	149	9%	142	9%
รายได้จากการขายรวม	1,673	99%	1,584	99%	1,524	99%
รายได้อื่น ๆ *	13	1%	12	1%	10	1%
รวมรายได้	1,686	100%	1,596	100%	1,534	100%

\* อาทิ รายได้จากการขายเศษพลาสติก การขายแม่พิมพ์ลูกค้ำ และกำไรจากการขายทรัพย์สิน เป็นต้น

### 2.2 โครงสร้างรายได้แบ่งตามอุตสาหกรรม

ผลิตภัณฑ์	2557		2558		2559	
	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน
บรรจุภัณฑ์เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม	826	49%	810	51%	787	51%
บรรจุภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลและเวชภัณฑ์	488	29%	428	27%	448	29%
บรรจุภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือน	307	18%	305	19%	256	17%
เครื่องมือช่างและชิ้นส่วนเฟอร์นิเจอร์	52	3%	41	3%	33	2%
รายได้จากการขาย	1,673	99%	1,584	99%	1,524	99%
รายได้อื่น ๆ	13	1%	12	1%	10	1%
รวมรายได้	1,686	100%	1,596	100%	1,534	100%

### ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทฯ ประกอบกิจการรับจ้างผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทขวดและฝา และชิ้นส่วนพลาสติกในรูปแบบต่างๆ ตามความต้องการใช้งานของลูกค้าในแต่ละอุตสาหกรรม ซึ่งสินค้าส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่ใช้แล้วทิ้งไป (Disposable) และบริษัทฯ มีนโยบายที่จะไม่ให้ลูกค้ารายใดรายหนึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดเกินกว่าร้อยละ 20 ของรายได้รวมของทุกกลุ่ม เพื่อกระจายความเสี่ยงจากการต้องพึ่งพิงรายได้จากรายใดรายหนึ่งเป็นหลัก โดยได้แบ่งกลุ่มสายการผลิตตามอุตสาหกรรมของลูกค้าประเภทต่างๆ ไว้ 4 กลุ่มดังนี้

1. บรรจุภัณฑ์เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ประกอบด้วยบรรจุภัณฑ์ ประเภทขวด อาทิ เช่น ขวดขวดนมสด, นมเปรี้ยวพร้อมดื่ม, ขวดบรรจุครีมเทียม, ขวดน้ำมะพร้าว, แกลลอนบรรจุซอสมะเขือเทศ และ ประเภทฝา เพื่อใช้ปิดภาชนะบรรจุอาหาร ได้แก่ ฝาขวดกาแฟ, ฝาขวดเครื่องดื่มมอลต์สกัด, ฝาปิดขวดนมสดและนมเปรี้ยวพร้อมดื่ม, ถ้วยโยเกิร์ต, ฝาและกล่องไอศกรีม, จุกและฝานกกล่องกระดาษบรรจุผลไม้, จุกและฝาปิดขวดซอส, กระจุกหมากฝรั่ง เป็นต้น

เนื่องจากบรรจุภัณฑ์เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม มีลักษณะพิเศษของบรรจุภัณฑ์ที่ต้องสัมผัสกับอาหารโดยตรง บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้เป็นพิเศษ ดังนี้

- แยกส่วนการทำงานต่างหาก ภายในห้องระบบปิด (Clean Room) เพื่อป้องกันการปนเปื้อนของ ฝุ่นละอองและแบคทีเรีย ตามมาตรฐานห้อง Clean Room
- นำระบบคุณภาพมาตรฐาน GMP (Good Manufacturing Practice) มาใช้ในการควบคุมการผลิตบรรจุภัณฑ์ และได้นำระบบ HACCP มาใช้เพิ่มขึ้นกับผลิตภัณฑ์ประเภทยาและเวชภัณฑ์
- วัตถุดิบทุกชนิด ที่นำมาใช้ในกระบวนการผลิต ตั้งแต่เม็ดพลาสติก รวมไปถึงเม็ดสีที่ใช้ผสมพลาสติก ต้องเป็นเกรดที่ใช้สำหรับอาหาร (Food Grade) เท่านั้น
- บริษัทฯ มีนโยบายที่จะไม่ใช้วัตถุดิบที่ผ่านกระบวนการผลิตแล้วที่ไม่มีคุณภาพเพียงพอหรือการนำเศษวัตถุดิบจากแหล่งภายนอกบริษัทกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) โดยเด็ดขาด

2. บรรจุภัณฑ์สำหรับของใช้ส่วนบุคคลและเวชภัณฑ์ ประกอบด้วยบรรจุภัณฑ์ประเภทขวดและฝาปิดภาชนะ เช่น ขวดและฝาน้ำยาบ้วนปาก ขวดและฝาสบู่เหลว ขวดและฝาเวชภัณฑ์ ขวดและฝาน้ำยาระงับกลิ่นกาย ขวดและฝาโลชั่นทำความสะอาดผิว ขวดและฝาแป้งโรยตัว ขวดและฝารักษาวิตามิน เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มีลักษณะพิเศษ เพราะใช้บรรจุผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับร่างกายมนุษย์โดยตรงจึงต้องใช้มาตรฐาน การผลิต เช่นเดียวกับการผลิตบรรจุภัณฑ์เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มเช่นกัน

3. บรรจุภัณฑ์สำหรับของใช้ในครัวเรือน ประกอบไปด้วยบรรจุภัณฑ์ประเภทขวดในขนาดและรูปทรง ต่างๆ และฝาปิดภาชนะ เช่น ขวดน้ำยาล้างพื้นและสุขภัณฑ์ ตลับและฝากดสเปรย์น้ำหอมดับกลิ่น ฟาสเปรย์ใช้กับกระป๋องสเปรย์ปรับอากาศ และสเปรย์กำจัดแมลง ฝาชวดน้ำหอมปรับอากาศ ขวดและฝาน้ำยาฆ่าเชื้อ คัมแปรง ทำความสะอาดพื้นและสุขภัณฑ์ เป็นต้น

4. ผลิตภัณฑ์อุปกรณ์เครื่องมือช่าง และส่วนประกอบเฟอร์นิเจอร์ ประกอบด้วย กล่องดลับเมตร ชิ้น ส่วนไม้บรรทัด วัดระดับน้ำ ท้าวแขนเก้าอี้ ชิ้นส่วนล้อเก้าอี้ พนักพิง ฝาปิดช่องสายไฟโต๊ะทำงาน แผ่นพลาสติก ปิดหลังพนักเบาะเก้าอี้ เป็นต้น

### 2.3 การตลาด และภาวะการแข่งขัน

สถานะปัจจุบันของบริษัท เมื่อเทียบกับคู่แข่งจากสถิติผู้ประกอบการกลุ่มผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์พลาสติก ในเขตภาคกลาง บริษัทอยู่ในระดับของธุรกิจขนาดใหญ่ และมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ในระดับ 1 ใน 20 ของค่าเฉลี่ยรายได้เมื่อเทียบกับบริษัทอื่นในกลุ่มธุรกิจ (จากข้อมูลสถิติของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ อ้างอิงสำหรับปี 2558) และในกลุ่ม

ผลิตภัณฑ์เดียวกัน บริษัทอยู่ในระดับ 1 ใน 10 ลำดับต้น ซึ่งระยะเวลา 33 ปี ที่ผ่านมา บริษัทก็ได้มีการพัฒนาการไปในทางที่ดีอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตาม ในการที่จะบรรลุเป้าหมายได้ ประกอบด้วยส่วนประกอบ และแผนการตลาด เพื่อให้บริษัทสามารถครองตลาดได้อย่างต่อเนื่อง และยั่งยืนประกอบด้วย แผนการตลาด ดังนี้

#### ด้านคุณภาพ (Quality)

บริษัทฯ ให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมาตรฐานสูง และรักษาระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์อย่างยั่งยืน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยจัดให้มีระบบการตรวจสอบคุณภาพสินค้าที่เป็นมาตรฐานในทุกขั้นตอนอย่างสม่ำเสมอ โดยส่วนงานที่ทำหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพโดยเฉพาะ (Quality Assurance) เริ่มตั้งแต่การตรวจสอบวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต ขั้นตอนระหว่างการผลิต และขั้นตอนก่อนส่งสินค้าไปยังลูกค้า นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้มีระบบคุณภาพมาตรฐานสากล ISO 9001:2008, GMP, HACCP มาใช้ในการควบคุมขั้นตอนในการทำงาน และป้องกันการปนเปื้อนสิ่งสกปรกตลอดจนเชื้อโรคต่างๆ (Contaminate) ทำให้มีอัตราการผลิตสินค้าด้วยคุณภาพที่ดีและเพื่อให้การรักษามาตรฐานด้านคุณภาพเป็น ไปอย่างยั่งยืน บริษัทฯ จึงยึดมั่นในหลัก 5 M ซึ่งเป็นหลักในการทำงานของบริษัท

#### ด้านการให้บริการ (Service)

นอกจากบริษัทฯ จะให้ความสำคัญในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมาตรฐานสูงและรักษาระดับมาตรฐานของ ผลิตภัณฑ์อย่างยั่งยืนเป็นอันดับต้น ๆ แล้ว การให้บริการและดูแลความต้องการของลูกค้าก็เป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งเช่นกัน จะเห็นได้จากคติพจน์ในการดำเนินธุรกิจ ของบริษัทฯ ที่ว่า “Your Packaging Partner” และบริษัทฯ ได้ตระหนักและยึดถือปฏิบัติมาโดยตลอด เช่น การจัดการจัดส่งสินค้าที่ตรงเวลาและความต้องการของลูกค้า การนำระบบโลจิสติกส์ มาใช้ทั้งระบบ ตั้งแต่การวางแผนการผลิต การเก็บรักษาและเก็บสำรองสินค้าการจัดส่งสินค้าถึงโกดังลูกค้า การเข้าไปมีส่วนร่วมให้คำปรึกษาแนะนำกับลูกค้าในการออกแบบ เลือกวัตถุดิบ การให้บริการหลังการขาย เช่น เข้าไปร่วมทดสอบผลิตภัณฑ์เมื่อเริ่มนำไปใช้บรรจุสินค้าของลูกค้า การเข้าไปช่วยแก้ปัญหาการใช้งานบรรจุภัณฑ์เมื่อลูกค้าร้องขอ เป็นต้น

#### ด้านราคา (Price)

บริษัทฯ มีนโยบายในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานที่สูง เพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าที่เหมาะสมกับการใช้งานและได้รับความพึงพอใจ อย่างไรก็ตามบริษัทฯ คำนึงถึงการกำหนดราคาสินค้าที่เป็นธรรมและเหมาะสมกับการใช้ของลูกค้าอีกด้วย เพื่อรักษาความสัมพันธ์ในระยะยาว จึงเลือกที่หาวิธีการผลิตสินค้าด้วยวิธี การประหยัดต้นทุนให้กับลูกค้า สำหรับต้นทุนการผลิตสำคัญคือเม็ดพลาสติก ก็จะทำข้อตกลงที่จะปรับราคาสินค้าขึ้นลงตามราคาเม็ดพลาสติกที่ขึ้นลงเกินกว่ามูลค่าที่ตกลงกันไว้เป็นรายไตรมาส เพื่อให้ลูกค้าได้ซื้อสินค้าด้วยราคาที่ยุติธรรม

### ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อลูกค้า

บริษัทฯ มีนโยบายในการรักษาสถานะลูกค้าเดิมให้อยู่กับบริษัทฯ พร้อมกับการขยายฐานลูกค้าใหม่ให้กับบริษัทฯ เพิ่มขึ้น โดยกำหนดแนวทางให้กับทีมงานของบริษัทในการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า (Customer Relationship Management : CRM) ในระยะยาวเป็นสำคัญ มีแผนงานในการดูแลความต้องการของลูกค้าในด้านต่าง ๆ อาทิเช่น การสอบถามความพึงพอใจในคุณภาพสินค้าและบริการ ตลอดจนความต้องการใหม่ ๆ ของลูกค้า แม้ว่าบริษัทฯ เชื่อว่าคุณภาพของสินค้าเป็นกุญแจสำคัญในความสำเร็จและความไว้วางใจจากลูกค้า แต่ก็ตระหนักดีถึงความสำคัญของการให้บริการที่ดีควบคู่ไปด้วย

### กลุ่มลูกค้าหลักและลูกค้าเป้าหมายของบริษัทฯ

กลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทฯ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ส่วนเป็นผู้ผลิตสินค้าอุตสาหกรรมที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั่วโลกโดยทั่วไป ซึ่งเป็นบริษัททั้งในประเทศและต่างประเทศที่มีความต้องการสินค้า ที่มีคุณภาพมาตรฐานและรักษามาตรฐานของสินค้าได้อย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะในเรื่องของความสะอาดปราศ จากสิ่งปนเปื้อนและเชื้อโรค ดังนั้นบริษัทลูกค้าหลักของบริษัทฯ จึงมีอายุการติดต่อกับบริษัทฯ มากกว่า 1 ปี ถึง 30 ปี สำหรับลูกค้าเป้าหมายยังคงเป็นผู้ผลิตสินค้าอุตสาหกรรมที่มีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั่วโลกเป็นบริษัททั้งในประเทศและต่างประเทศ ที่ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมาตรฐานและรักษามาตรฐาน ของสินค้าอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะเรื่องความสะอาดปราศจากสิ่งปนเปื้อนและเชื้อโรค

แต่บริษัทฯ ก็มีนโยบายที่จะไม่พึ่งพิงกับลูกค้ารายใดรายหนึ่ง ที่มีสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 20 ของรายได้รวม จึงพยายามเพิ่มจำนวนรายลูกค้าให้มากขึ้นในแต่ละปี และจากการที่บริษัทยึดมั่นในจรรยาบรรณ ทางธุรกิจอย่างเข้มแข็ง โดยเฉพาะในเรื่องการรักษาความลับทางการค้าให้กับลูกค้าทุกรายเป็นอย่างดีเสมอมาทำให้ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าทุกราย แม้จะเป็นลูกค้าที่ทำธุรกิจในกลุ่มเดียวกันก็ตาม

### การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

การที่กลุ่มลูกค้าหลัก และกลุ่มที่เป็นเป้าหมายของบริษัทฯ เป็นกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอุตสาหกรรมที่มีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั่วโลก ดังนั้นฝ่ายขายและฝ่ายการตลาดของบริษัทฯ จึงมีหน้าที่ในการติดต่อเพื่อนำเสนอสินค้าต่อลูกค้าแบบเฉพาะเจาะจงเป็นหลัก สำหรับการขายแบ่งออกเป็น ฝ่ายนำเสนอ (Technical Sales) และฝ่ายประสานงานขาย (Sale Administration) โดยฝ่ายนำเสนอสินค้าจะให้บริการกับลูกค้าโดยการออกไปพบลูกค้าหลัก หรือลูกค้าที่เป็นเป้าหมายที่บริษัทฯ คาดว่าอาจจะเป็นลูกค้าในอนาคตยังที่ทำการของลูกค้า และให้บริการกับลูกค้าที่ติดต่อเข้ามาที่บริษัทฯ สำหรับฝ่ายประสานงานมีหน้าที่ติดตามดูแลความต้องการของลูกค้า และช่วยประสานงานกับลูกค้าในเรื่องต่างๆ ที่ลูกค้าต้องการ เช่น การสั่งซื้อสินค้า การรับแจ้งสินค้ามีข้อบกพร่อง อยู่ประจำ ณ ที่ทำการของ บริษัทฯ เพื่อสะดวกแก่ลูกค้าที่จะติดต่อเข้ามา

### ภาวะการแข่งขัน

#### สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม

บรรจุก๊าซพลาสติกถือเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของสินค้า ที่มีส่วนทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้า ทั้งในด้านความสวยงาม และความสะดวกในการใช้งานของผลิตภัณฑ์ และถือว่าเป็นวัสดุสิ้นเปลืองที่ต้องพึ่งพาไปพร้อมกับสินค้า เมื่อใช้หมดแล้ว นอกจากนี้ยังเป็นส่วนสำคัญในการช่วยรักษาคุณภาพสินค้าระหว่าง รอการขาย ทำให้อุตสาหกรรมผลิตบรรจุ

ภัณฑ์พลาสติกมีการแข่งขันที่สูง ทั้งจากผู้ผลิตภายในประเทศและผู้ผลิตจากต่างประเทศ โดยรวมแล้วมีการแข่งขันทั้งในด้านราคา คุณภาพ บริการ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ด้วยว่าสินค้าบรรจุภัณฑ์พลาสติกถูกใช้โดยผู้ผลิตสินค้าอุตสาหกรรมในการบรรจุสินค้าเพื่อจำหน่ายให้ผู้บริโภคอีกทอดหนึ่ง ผู้บริโภคไม่ได้เป็นผู้ใช้โดยตรง ดังนั้นคุณค่าของบริษัทฯจึงเน้นในเรื่องคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ที่ต้องมีคุณภาพมาตรฐานสูงและมีความน่าเชื่อถือของผู้ผลิตเป็นปัจจัยสำคัญ โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์ที่ใช้กับอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ต้องการความสะอาดปราศจากสิ่งปนเปื้อนและเชื้อโรคต่าง ๆ ถูกต้องตามมาตรฐานGMPอีกด้วย ซึ่งมีผู้ประกอบการอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกเพียงไม่กี่รายที่มีคุณสมบัติตามที่ ต้องการ และบริษัทฯก็เป็นหนึ่งในผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่มีคุณสมบัติตามที่กล่าวมา สำหรับลูกค้าเมื่อมีความเชื่อมั่นในผู้ผลิตรายใดแล้วมักจะ ไม่เปลี่ยนผู้ผลิต บริษัทฯตระหนักดีถึงการรักษามาตรฐานคุณภาพสินค้าและความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า เพื่อรักษาสถานะลูกค้าให้คงอยู่กับบริษัทฯ และปรัชญาของบริษัท ที่จะเป็นผู้ร่วม งานในการให้คำปรึกษาแนะนำและช่วยเหลือด้านบรรจุภัณฑ์กับลูกค้าแทนการเป็นเพียงผู้ขายสินค้า ส่งผลให้บริษัทฯสามารถทำธุรกิจกับลูกค้าแต่ละรายเป็นระยะเวลานาน และได้รับการยอมรับจากลูกค้ากลุ่มต่างๆ

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

ปัจจัยที่ส่งผลต่ออัตราการเจริญเติบโตของบริษัท มีความสัมพันธ์โดยตรงกับอัตราการเจริญเติบโตของ GDP ของประเทศ ซึ่งจากการคาดการณ์ของสำนักงานพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจแห่งชาติ ได้ประมาณการเศรษฐกิจไทยปี 2559 คาดว่า จะขยายตัวร้อยละ 3.3 (โดยมีช่วงคาดการณ์ที่ร้อยละ 3.0 – 3.6) ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าที่ขยายตัวร้อยละ 2.8 โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักจากการใช้จ่ายและการลงทุนภาครัฐที่ขยายตัวด้านโครงสร้างพื้นฐาน คมนาคมขนส่ง และกลุ่มธุรกิจบริการท่องเที่ยว ส่วนด้านการบริโภคภาคเอกชนมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องจากปีก่อนหน้า ขณะที่การลงทุนภาคเอกชนมีแนวโน้มฟื้นตัวจากปีก่อน เนื่องจากอัตราดอกเบี้ยอยู่ในระดับต่ำ และการลงทุนโครงการภาครัฐมีความชัดเจน ปริมาณการส่งออกสินค้าของไทยในปีนี้จะยังคงมีข้อจำกัดจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก ส่งผลให้การส่งออกสินค้าของไทยปรับลดลง

แนวโน้มดังกล่าวส่งผลต่อการเจริญเติบโตของบริษัท ในทางตรงและทางอ้อม ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ตามอัตราการบริโภคภาคเอกชน และการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก การส่งออกที่ปรับลดลงก็ส่งผลในทางอ้อม อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังมีการขยายตัวด้านภาคท่องเที่ยว บริการที่เติบโตมากขึ้นเป็นการชดเชย และปัจจัยดอกเบี้ยต่ำที่สนับสนุนการลงทุน

ในมุมมองของบริษัท เศรษฐกิจภายในประเทศ นับตั้งแต่ต้นปี 2559 ยังไม่สู้ดีเท่าที่ควร คงทรงตัว มาตั้งแต่ปี 2558 จนถึงปี 2559 ประกอบกับในไตรมาส 4 ปี 2559 ประเทศไทยได้มีการสูญเสียพระมหากษัตริย์ รัชกาลที่ 9 เมื่อวันที่ 13 ตุลาคม 2559 ซึ่งถือเป็นการสูญเสียครั้งยิ่งใหญ่ของประเทศ ซึ่งในช่วงระยะเวลาไว้อาลัย จนถึงสิ้นปี 2559 ส่งผลต่อการใช้จ่ายใช้สอยของผู้บริโภคโดยรวม เนื่องจากประชาชน อยู่ในภาวะปรับตัวกับการสูญเสียครั้งยิ่งใหญ่ ซึ่งเป็นช่วงระยะสั้น ๆ อย่างไรก็ตาม ภาครัฐก็ยังคงทำหน้าที่สานต่อโครงการต่าง ๆ อย่างไม่หยุดยั้ง ภาครัฐยังคงดำเนินการต่อเนื่องที่จะส่งเสริมให้เกิดการขยายตัวด้านเศรษฐกิจ การเงินและการลงทุน ด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น การสนับสนุนให้ผู้ประกอบการเร่งลงทุนมากขึ้นโดยใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีการลงทุนเข้ามาช่วย รวมถึงการสนับสนุน SME Start up การจัดงบประมาณลงทุนของภาครัฐ เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการ ในการพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ ให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้น แม้กระทั่งการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขยายตลาดออกไปยัง CLMV อย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงการอนุมัติโครงการต่างๆ อีกหลาย ๆ โครงการ เพื่อกระตุ้น และพัฒนาเศรษฐกิจ ทั้งการแก้ปัญหาระยะสั้น และระยะยาว ในมุมมองของบริษัท คาดว่ายังต้องใช้เวลาสักระยะหนึ่งของทุกภาคส่วนในการปรับตัว

ในปี 2559 จะเห็นได้ว่าการจ้างงานเริ่มชะลอตัวลง หลายองค์กรได้ปรับกลยุทธ์ โดยมาใช้แรงงานต่างด้าวมากขึ้น ในส่วนของแรงงานที่ไม่ต้องใช้ทักษะเฉพาะ เพื่อลดต้นทุนแรงงาน และแก้ปัญหาแรงงานไทยขาดแคลน ปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัย

ผลกระทบจากภายในประเทศ ซึ่งบริษัทยังคงใช้แรงงานไทยที่มีทักษะ ความชำนาญ เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อคุณภาพสินค้าที่เรายังคงเน้นความยั่งยืน

ปัจจัยภายนอกในเรื่องของภาวะการณ์ผันแปรของราคาน้ำมันในตลาดโลก อยู่ในระหว่างปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งมีผลบ้างในการรับผลกระทบการปรับตัวในแต่ละไตรมาส แต่ก็ไม่ได้ผันผวนมากเกินไปกว่าการควบคุมในปี 2559 ดังนั้น กลยุทธ์ของบริษัท ยังคงมุ่งเน้นการลดต้นทุนแรงงาน และการประหยัดพลังงาน และการบำรุงรักษา รวมไปถึงต้นทุนดอกเบี้ยที่ลดลง มีส่วนช่วยให้เพื่อให้ผลประกอบการเป็นไปตามเป้าหมาย อันจะเป็นส่วนหนึ่งที่เข้ามาช่วยลดต้นทุน เมื่ออยู่ในสภาวะที่ยังไม่สามารถขยายตลาดให้เติบโตได้ตามเป้าหมาย

ในปี 2559 แม้ยอดขายจะลดลง แต่ปริมาณการขายก็ยังคงเพิ่มขึ้น ซึ่งปริมาณการขายที่เพิ่มขึ้นทำให้บริษัทยังคงรักษาระดับกำไรสุทธิที่ใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมา และสำหรับการคาดการณ์ในปี 2560 บริษัทได้ประเมินว่าบริษัทจะมีอัตราการเติบโตจากการจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้นจากปีก่อนจากธุรกิจโรงงาน ส่วนแผนในการขยายธุรกิจจากการเติบโตจากภายนอกยังคงอยู่ในช่วงการศึกษาข้อมูลอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นกลุ่มธุรกิจบรรจุภัณฑ์ประเภทเดียวกัน ในภูมิภาคแถบเอเชีย

## 2.4 การจัดหาผลิตภัณฑ์

### 2.4.1 ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

ปัจจุบันบริษัทมีอาคารโรงงานที่ใช้ในการผลิตจำนวน 3 แห่ง บนพื้นที่ทั้งสิ้นรวมประมาณ 23,700 ตารางเมตร สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่เลขที่ 77 ซอยเทียนทะเล 30 ถนนชายทะเล-บางขุนเทียน แขวงท่าข้าม เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร สาขที่ตั้งอยู่เลขที่ 3/1-3/2 ซอยเทียนทะเล 15 ถนนชายทะเล-บางขุนเทียน แขวงแสมดำ เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตและกำลังการผลิต รวมทั้งสิ้นดังนี้

กระบวนการผลิต	กำลังการผลิตสูงสุดต่อปี (ตัน)
กระบวนการผลิตแบบฉีด	7,000
กระบวนการผลิตแบบเป่า	9,600
กระบวนการผลิตแบบ PET	4,400

บริษัทดำเนินการผลิตสัปดาห์ละ 6 วัน ละครึ่ง 24 ชั่วโมงโดยแบ่งการทำงานออกเป็น 3 ช่วง ทั้งนี้หาก การผลิตของบริษัทฯ เพิ่มกำลังการผลิตหรือไม่เหมาะสมกับขนาดของเครื่องที่มี บริษัทฯสามารถจ้างบริษัทอื่นที่มีระบบการผลิตมีมาตรฐาน เช่นเดียวกับบริษัทฯ ได้ โดยบริษัทฯจะจัดแม่พิมพ์ให้ เพื่อควบคุมรูปแบบสินค้าให้ตรงตามที่ลูกค้าต้องการ นอกเหนือจากนี้ยังให้คำแนะนำในการควบคุมกระบวนการผลิต การตรวจสอบคุณภาพ และการตรวจเพื่อรับรองสินค้าก่อนจัดส่งลูกค้า

การจัดหาวัตถุดิบและผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต บริษัทฯจะเป็นผู้จัดหาให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า โดยลูกค้าจะเป็นผู้กำหนด ชนิดและคุณภาพให้กับบริษัทฯ วัตถุดิบหลักในการผลิตแบ่งออกเป็น 3 ประเภทหลักคือ

- 1) เม็ดพลาสติก สำหรับเม็ดพลาสติกประเภทต่างๆที่บริษัทฯใช้อยู่ในปัจจุบัน อาทิเช่น

PP (Poly Propylene) เป็นพลาสติกที่มีความเหนียว ทนทานต่อความร้อนความชื้นได้ดี ตัวอย่างสินค้าที่ผลิตจากพลาสติกชนิดนี้ ได้แก่ ฝาปิดขวดกาแฟ ฝาปิดขวดเครื่องดื่มมอลต์สกัด กล่องและฝา ไอศกรีม ฝาขวดครีมเทียม ถ้วยโยเกิร์ต เป็นต้น

PE (Poly Ethylene) เป็นพลาสติกที่มีความอ่อนตัวยืดหยุ่นได้ดี แบ่งเป็นชนิดLDPE(Low Density) และ HDPE(High Density) ซึ่งมีคุณสมบัติแตกต่างกันออกไปอีกเล็กน้อย ตัวอย่างสินค้าที่ผลิตจากพลาสติกชนิดนี้ ได้แก่ ขวดนมPasteurized, ขวดนมเปรี้ยว, ขวดน้ำยาล้างห้องน้ำ, ฝาปิดกล่องอาหาร เป็นต้น

PS (Poly Styrene) เป็นพลาสติกที่มีความใส แข็ง ตัวอย่างสินค้าที่ผลิตจากพลาสติกชนิดนี้ ได้แก่ ถ้วยบรรจุน้ำพริก, แก้วน้ำ, ของเล่น เป็นต้น

ABS (Acrylonitrile Butadiene Poly Styrene) เป็นพลาสติกที่มีความแข็งแรง เหนียว ตัวอย่างสินค้าที่ผลิตจากพลาสติกชนิดนี้ ได้แก่ อุปกรณ์เครื่องมือช่าง ชิ้นส่วนเฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น

PET (Polyethylene Terephthalate) เป็นพลาสติกที่มีความบาง ใส เหนียว และอ่อนตัว ตัวอย่างสินค้าที่ผลิตจากพลาสติกชนิดนี้ ได้แก่ ขวดแชมพูใส, ขวดน้ำยาบ้วนปาก, ขวดน้ำยาทำความสะอาด เป็นต้น

เนื่องจากเม็ดพลาสติกเป็นวัตถุดิบหลักสำคัญที่ใช้ในการผลิต บริษัทมีนโยบายในการจัดหาเม็ดพลาสติก โดยการจัดซื้อโดยตรงจากผู้ผลิตหรือตัวแทนนำเข้า ในประเทศเป็นหลัก เพื่อให้มั่นใจในมาตรฐานของคุณภาพสินค้า สามารถในการจัดส่งตรงตามกำหนดและตรงตามปริมาณที่ทำการสั่งซื้อ โดยจะไม่ผูกพันการสั่งซื้อจากผู้ผลิตรายใดรายหนึ่งเท่านั้น แต่จะทำการทดสอบการใช้เม็ดพลาสติกชนิดเดียวกันจากผู้ผลิตหรือตัวแทนจำหน่ายหลายราย เพื่อให้สามารถเปลี่ยนไปใช้วัตถุดิบจากรายอื่นได้ทันที หากผู้ผลิตรายเดิมไม่สามารถส่งมอบสินค้าได้ตามกำหนดหรือมีการปรับราคาสูงขึ้น สำหรับเรื่องราคาวัตถุดิบบริษัทมีการเฝ้าติดตามสถานการณ์ราคาอย่างใกล้ชิดโดยวิเคราะห์จากราคาตลาดทั้งในประเทศ, ภูมิภาคและต่างประเทศรวม กับอุปสงค์และอุปทาน ของเม็ดพลาสติก ณ ขณะนั้น โดยใช้หลักในการซื้อเพื่อให้เพียงพอกับปริมาณการใช้ในการผลิตตามคำสั่งซื้อที่ได้รับล่วงหน้าอย่างน้อย 3 เดือน ไม่มีนโยบายในการซื้อเพื่อเก็งกำไรราคา

- 2) เม็ดสีผสมพลาสติก (Pigment) เป็นส่วนประกอบเพียงเล็กน้อย แต่เนื่องจากต้องนำมาผสมกับเม็ด พลาสติกเพื่อให้ได้สีตามที่ลูกค้ากำหนด และเนื่องจากสินค้าส่วนใหญ่ใช้บรรจุอาหารและเครื่องดื่ม ตลอดจนสินค้า ที่ใช้กับร่างกายมนุษย์ บริษัทจึงเลือกใช้นิติที่เข้ากับอาหาร(Food grade) เช่นเดียวกับเม็ดพลาสติก บริษัทมีการคัดเลือกผู้ผลิตหรือตัวแทนนำเข้าที่มีคุณภาพและน่าเชื่อถือ และนอกจากจะต้องมีเอกสารยืนยันว่าเป็นชนิดที่เข้ากับอาหาร(Food grade)แล้ว ยังต้องมีการออกเอกสารรับรองคุณภาพ(COA) ทุกครั้งในการจัดส่ง เพื่อมั่นใจว่ามีคุณสมบัติตรงตามที่กำหนด และตรงตามปริมาณที่ทำการสั่งซื้อ
- 3) วัตถุดิบอื่น ๆ ซึ่งใช้ประกอบการผลิต ที่สำคัญ อาทิ สารเติมแต่ง โฟม ฟิล์ม เมมเบรน (Membrane) เป็นต้น โดยบริษัทฯ ได้ทำการสั่งซื้อจากผู้ผลิตและจำหน่ายภายในประเทศจำนวนหลายราย ทั้งนี้ที่ผ่านมาบริษัทไม่มีการจัดซื้อวัตถุดิบจากผู้จัดจำหน่ายรายใดรายหนึ่งเกิน 30%

#### 2.4.2 ผลกระทบสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากกระบวนการผลิตไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมโดยตรง จึงมีการควบคุมในเรื่องผลกระทบจากการทำงานเช่น อุปกรณ์ป้องกันสุขภาพต่างๆให้กับผู้ปฏิบัติงาน อาทิ หน้ากากป้องกันฝุ่นละออง อุปกรณ์ป้องกันการรับเสียงดัง อุปกรณ์เข็มขัดพยุงหลัง แอลกอฮอล์เช็ดมือเพื่อฆ่าเชื้อ

นอกจากนี้วัสดุเหลือใช้จากการผลิต จะจำหน่ายให้กับผู้ซื้อได้รับอนุญาตเป็นผู้ประกอบการกำจัด วัสดุอันตรายจาก กรมควบคุมมลพิษเท่านั้น และมีการรายงานข้อมูลการกำจัดวัสดุที่เหลือใช้จากการผลิตให้ กรมควบคุมมลพิษอย่างถูกต้อง

#### 2.4.3 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี

### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัท พลาสติค และหีบห่อไทย จำกัด (มหาชน) ได้จัดประเภทความเสี่ยงที่มีโอกาสเกิดขึ้นและส่งผลกระทบ โดย ทางตรง หรือทางอ้อม ต่อบริษัท ดังนี้ บริษัทจึงได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการพิจารณาความเสี่ยงขึ้นในปี 2559 เพื่อทบทวน และพิจารณาแนวทางป้องกันปัจจัยเสี่ยงเพื่อเป็นเครื่องมือในการกำกับดูแลการปฏิบัติงานของฝ่ายบริหารจัดการ ให้อยู่ใน ความควบคุมอย่างเหมาะสม โดยมีคณะกรรมการตรวจสอบเป็นผู้จัดหาผู้ตรวจสอบภายใน และพิจารณารายงานผลการ ตรวจสอบ ที่มีผลกระทบต่อปัจจัยเสี่ยง โดยมีนโยบายการจัดการความเสี่ยงดังต่อไปนี้

#### 1. ความเสี่ยงจากราคาวัตถุดิบ

เนื่องจากวัตถุดิบหลักที่บริษัทใช้ในการผลิต ซึ่งเป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดต้นทุนหลักสินค้า จากข้อมูลในปี 2559 อัตราส่วนเม็ดพลาสติก รวมอยู่ในต้นทุนขาย คิดเป็นอัตราร้อยละ 83 ค่อยลดขาย

ปัจจัยหลักที่มีส่วนสัมพันธ์ และมีผลกระทบต่อราคาเม็ดพลาสติก ประกอบด้วย อุปสงค์ อุปทาน เม็ดพลาสติก ในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งมีโอกาสที่อาจเกิดความไม่สมดุลทำให้ราคาเปลี่ยนแปลง เช่นการที่โรงงานผู้ผลิตปิดเพื่อซ่อมบำรุง หรือ เหตุการณ์ที่ทำให้อุปทานเปลี่ยนแปลงไป และที่สำคัญอีกส่วนหนึ่ง คือราคาน้ำมัน ที่มีการผันผวนตามกลไกตลาดโลก ซึ่งทั้ง 2 ปัจจัยส่งผลต่อราคาเม็ดพลาสติก และส่งผลต่อต้นทุนของบริษัท

กลยุทธ์ในการป้องกันความเสี่ยงจากผลกระทบของปัจจัยราคาวัตถุดิบ ในการจัดหาแหล่งผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ และ ราคาที่ผันผวน คือ

- 1.1 บริษัทได้มีการเจรจาตกลงกับลูกค้าหลักในเรื่องของการปรับราคาขายสินค้า ตามราคาเม็ดพลาสติก ที่เปลี่ยนแปลงในแต่ละไตรมาส เพื่อรองรับความเสี่ยงจากราคาในช่วงเวลานั้น ๆ ทำให้สามารถมีช่วงเวลา ปรับตัวและบริหารจัดการ และปรับราคาเป็นไปอย่างมีระบบ ซึ่งจะสามารถทำให้บริษัทควบคุมอัตราต้นทุน กำไรได้อย่างสม่ำเสมอ ด้วยราคาที่เป็นธรรม อันเป็นกลยุทธ์ของความยั่งยืนด้วยส่วนหนึ่ง
- 1.2 บริษัทได้กระจายความเสี่ยง ด้วยการซื้อเม็ดพลาสติกที่หลากหลายตามความต้องการของลูกค้า จากผู้จำหน่าย หลายราย ในประเทศ ซึ่งสามารถป้องกันความเสี่ยงจากการขาดแคลนวัตถุดิบ และการผูกขาดราคา

## 2. ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี คู่แข่ง และการตลาด

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี และพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่เปลี่ยนแปลงไป เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้บริษัทต้องมีการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ ให้มีความหลากหลาย ซึ่งผลิตภัณฑ์ของบริษัท สามารถรองรับความเปลี่ยนแปลงไป ของกลุ่มบรรจุภัณฑ์ หลากหลายประเภท อาทิเช่น บรรจุภัณฑ์พลาสติก แก้ว กระดาษ เหล็ก โดยผลิตภัณฑ์พลาสติกทรงรูปนั้น สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดสินค้าอุปโภค บริโภค ตามความต้องการของลูกค้า ดังนั้น จึงสามารถรักษาส่วนแบ่งทางการตลาด ได้อย่างสมดุล แม้พฤติกรรมผู้บริโภคหรือเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป

ปัจจัยความเสี่ยงด้านคู่แข่งและการตลาด กลยุทธ์ คือ การสร้างทีมวิจัยพัฒนาที่แข็งแกร่ง เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองลูกค้า อย่างไม่หยุดยั้ง และการสร้างความสัมพันธ์เสมือนหุ้นส่วนทางธุรกิจในการเติบโตควบคู่ไปกับลูกค้าอย่างแนบแน่น ภายใต้วิสัยทัศน์ และผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ตลอดจนการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ช่วยลดต้นทุนสินค้าให้กับลูกค้า เหล่านี้เป็นการสร้างความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ องค์กร และทีมงานที่สนับสนุน ประกอบกับประสบการณ์ในธุรกิจและความเชี่ยวชาญในธุรกิจมากกว่า 33 ปี โดยยึดมั่นทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด เป็นสิ่งที่ทำให้บริษัทเติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

## 3. ความเสี่ยงด้านการดำเนินธุรกิจ

ความเสี่ยงในแง่การดำเนินธุรกิจ อันเป็นผลจากกระบวนการ หรือนโยบายที่ล้มเหลว รวมไปถึงความผิดพลาดของระบบการปฏิบัติงาน

ตลอดระยะเวลา 33 ปี บริษัทมีความมุ่งมั่นพัฒนาระบบการรับรองคุณภาพ ISO 9000 และสร้างระบบงาน รวมถึงกำหนดแนวทางการปฏิบัติการ ใ้ได้อย่างชัดเจนและต่อเนื่อง และในการดำเนินงานของบริษัทอยู่ภายใต้คณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแล และมีผู้ตรวจสอบอิสระจากภายนอกที่อยู่ในระดับแนวหน้าในการตรวจสอบและให้ความเห็นในเรื่องความเสี่ยงที่อาจมีผลกระทบด้านต่าง ๆ เป็นประจำทุกไตรมาส และอยู่ภายใต้นโยบายการกำกับดูแลกิจการของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย แม้กระทั่งดำเนินการอยู่ภายใต้การตรวจสอบของลูกค้าในการตรวจสอบระบบคุณภาพ มาตรฐานผู้ผลิต เหล่านี้ล้วนเป็นการป้องกันความเสี่ยงจากการผิดพลาดในการปฏิบัติงานของพนักงาน และระบบการทำงาน

## 4. ความเสี่ยงในด้านทรัพย์สิน

ความเสี่ยงในด้านทรัพย์สิน ซึ่งจะมีผลกระทบโดยตรงต่อสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ภัยธรรมชาติ สภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลง และความเสียหายต่อทรัพย์สิน ในเหตุการณ์ ดังกล่าวซึ่งอาจก่อผลกระทบต่อดำเนินงานของธุรกิจและความสูญเสียทางการเงิน

บริษัทได้มีแนวทางการป้องกันความเสี่ยง โดยทำประกันความเสี่ยงภัยทุกชนิด ครอบคลุมถึง ธุรกิจหยุดชะงัก ครอบคลุมระยะเวลาครบรอบ 1 ปี ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ความเสี่ยงภัยดังกล่าวอาจมีผลจากความเสียหายต่อเนื่องมายังผลการดำเนินงาน และทรัพย์สิน นอกจากนี้ บริษัทยังมีการทำประกันภัยการขนส่ง ขวดยานพาหนะ รวมถึงประกันความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์ของบริษัทต่อบุคคลที่สาม

#### 5. ความเสี่ยงด้านปริมาณสต็อกสินค้าเกิน

บริษัท มีจำนวนลูกค้าจำนวนมากหลายราย และรายการสินค้าที่หลากหลาย มากกว่าหนึ่งพัน รายการสินค้า และเติบโตขึ้น ดังนั้น ในการควบคุมปริมาณสินค้า และระบบคลังสินค้า โลจิสติกส์ ครอบคลุมถึงห่วงโซ่อุปทาน เป็นกระบวนการที่สำคัญเป็นอย่างยิ่ง ที่จะรองรับการส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าภายในระยะเวลาที่กำหนด

บริษัท ได้จัดให้มีการพัฒนาระบบสินค้าคงคลัง และมีการพัฒนาระบบควบคุมข้อมูลที่ครอบคลุมครบวงจรของระบบห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่การจัดซื้อ รับเข้าวัตถุดิบ วางแผนการผลิต จนกระทั่งระบบควบคุมสินค้าคงคลัง และขนส่งสินค้า เพื่อส่งมอบไปยังลูกค้า จนถึงปลายทาง ภายใต้ระบบโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก ระบบเชื่อมโยงเครือข่ายข้อมูลที่ครบครัน อีกทั้งการขยายพื้นที่คลังสินค้า 10,000 ตารางเมตร เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าให้เกิดประสิทธิภาพ

#### 6. ความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัท มีการส่งออกไปยังต่างประเทศ ประมาณ 10% เป็นสกุล USD โดยมีต้นทุนเป็นเงินบาทในช่วงระยะเวลาส่งสินค้าถึงวันที่เรียกเก็บเงินซึ่งมีโอกาสส่งผลกระทบต่อกำไรขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน

กลยุทธ์ของบริษัท ในการรองรับความเสี่ยงจากการเรียกเก็บเงินจากลูกค้าคือการ ทำสัญญาซื้อขายอัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้ากับสถาบันการเงินเป็นสกุลเงินตราต่างประเทศเพื่อเป็นทางเลือกในช่วงเวลารอคอยในการเรียกเก็บเงิน

#### 7. ความเสี่ยงจากการลงทุน

ในการลงทุน มีปัจจัยความเสี่ยงหลากหลายที่อาจส่งผลกระทบต่อเป้าหมายการดำเนินงาน ซึ่งเป็นปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอก ซึ่งมีผลกระทบต่อองค์กรที่แตกต่าง และปัจจัยเสี่ยงเหล่านี้อาจส่งผลกระทบถึงความสำเร็จตามเป้าหมาย หรือความล้มเหลวของโครงการ

กลยุทธ์ ในการป้องกันความเสี่ยงในการลงทุน คือ การพิจารณาก่อนการลงทุนใด ๆ บริษัทจะมีการวิเคราะห์การลงทุนและนำเสนออัตราผลตอบแทนของการลงทุน(ROI) รวมถึงวิเคราะห์ จุดอ่อน จุดแข็ง วิเคราะห์องค์กร และโอกาสการเจริญเติบโต และคู่แข่ง (SWOT ANALYSIS) โดยผ่านคณะกรรมการพิจารณาความเสี่ยง คณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการบริษัท เพื่อพิจารณาองค์ประกอบทั้งข้อดี ข้อจำกัด ผลลัพธ์ที่อาจเกิด และความสามารถในการผ่านพ้นอุปสรรคซึ่งเป็นผลกระทบต่อกำไรโครงการในเชิงลึก

#### 8. ความเสี่ยงจากการทุจริต

ในการจัดการองค์กรนั้น เป็นไปได้ที่อาจมีความเสี่ยงของการทุจริต ซึ่งความเสี่ยงดังกล่าวนี้มีทุกระดับชั้นขององค์กร ที่มีส่วนสัมพันธ์กับกิจกรรมการดำเนินงานแต่ละส่วนงาน ที่มีส่วนเกี่ยวเนื่องทั้งภายใน และผู้มีส่วนได้เสียภายนอก

ผลกระทบของการทุจริต ซึ่งอาจเกิดในการบริหารจัดการองค์กรทั้งระยะสั้น และระยะยาว รวมถึง การสูญเสียชื่อเสียง ความเชื่อมั่นต่อสาธารณะชน และผู้มีส่วนได้เสีย ความสูญเสียทางการเงิน และอื่น ๆ ที่มีผลต่อพนักงาน และองค์กรโดยรวม

บริษัทฯ ก่อนข้างมีการบริหารจัดการอย่างมืออาชีพ ที่ในการป้องกัน โดยการเปิดช่องทางให้ผู้มีส่วนได้เสียสามารถแจ้งเบาะแสมายัง หัวหน้าส่วนกำกับดูแลการปฏิบัติการองค์กรที่ชัดเจน และมีนโยบายเก็บข้อมูลจากผู้แจ้งเบาะแสเป็นความลับ เพื่อปกป้องสิทธิและผลกระทบต่อผู้แจ้งเบาะแส และการจัดอบรม ให้ความรู้ต่อพนักงานทั้งระดับต้นและระดับบริหาร รวมถึงบรรจุอยู่ในคู่มือจรรยาบรรณพนักงาน แม้กระทั่งภายในองค์กรเอง บริษัทก็จัดให้มีกล่องรับข้อร้องเรียนจากภายในโดยไม่จำเป็นต้องเปิดเผยข้อมูล

#### 9. ระบบควบคุมภายใน

การควบคุมภายใน เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการซึ่งมีคุณและมีผลบังคับ การดำเนินงานที่แสดงถึงประสิทธิภาพที่เพียงพอของธุรกิจ โดยคณะกรรมการบริษัทได้มีการมอบหมายภารกิจในการตรวจสอบและควบคุมภายใน โดยมีคณะกรรมการตรวจสอบเป็นผู้ทบทวนประเมินผลระบบการตรวจสอบควบคุมภายในของบริษัท เพื่อให้สามารถเชื่อมั่นได้ว่าบริษัทได้มีการระมัดระวังอย่างเพียงพอ โดยสามารถพิจารณาจากการตรวจสอบระบบข้อมูลทางบัญชี และรายงานมาตรฐานการเงิน และเป็นไปตามกฎเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงานกำกับดูแลบริษัทจดทะเบียนไทย

คณะกรรมการ บริษัท และคณะกรรมการตรวจสอบ ได้แสดงความเห็นต่อระบบการควบคุมภายในของบริษัท ที่เพียงพอและเหมาะสมสำหรับการดำเนินงานของ บริษัท ได้มีการระบุ ความรับผิดชอบเป็นลายลักษณ์อักษรของผู้แทนผู้มีอำนาจและการควบคุมการจัดการ เพื่อรับการรับรองในการสร้างความโปร่งใสเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการป้องกันความเสียหาย และให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่น รวมถึงบริษัทได้จัดแบ่งหน้าที่ของส่วนงานต่าง ๆ และพนักงานควบคุมและผู้จัดการ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าแต่ละส่วนงานมีการตรวจสอบ และถ่วงดุลอำนาจภายในองค์กร

บริษัท ฯ ภายใต้คณะกรรมการตรวจสอบ มีความรับผิดชอบโดยตรงและเป็นอิสระในการจัดหาผู้ตรวจสอบอิสระมาเป็นผู้ตรวจสอบภายใน ของบริษัท เพื่อตรวจสอบระบบการควบคุมภายใน โดยคณะกรรมการตรวจสอบได้แต่งตั้ง บริษัท คิลอยท์ พูซ โธมัส ไซยส จำกัด เป็นผู้สอบบัญชีภายในสำหรับปี 2016 โดยผู้ตรวจสอบภายในจะประเมินระดับ ความเสี่ยงในแต่ละส่วนงาน โดยประเมินจากสภาพแวดล้อมระดับการควบคุมโดยรวม ความเสี่ยงจากระบบสารสนเทศ โดยกิจกรรมการตรวจสอบโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินประสิทธิภาพ การดำเนินงาน การรายงาน และการปฏิบัติตามนโยบายระเบียบปฏิบัติ โดยผู้ตรวจสอบภายใน จะรายงานไปยังคณะกรรมการตรวจสอบเป็นประจำทุกไตรมาส

### กรอบการควบคุมภายใน



### การจัดการความเสี่ยง

ในกิจกรรมการดำเนินงานของบริษัท กิจกรรมบางอย่างมีความเสี่ยงทั้งภายในและความเสี่ยงภายนอก บริษัท จะประเมินและควบคุมความเสี่ยงเหล่านี้เพื่อป้องกันและลดผลกระทบ ที่อาจเกิดในการดำเนินธุรกิจ ผู้บริหารระดับสูงและผู้ตรวจสอบภายใน ได้รับมอบหมายในการประเมินและตรวจสอบความเสี่ยงในแต่ละระดับ ในการประเมินความเสี่ยงทางธุรกิจ ทุกฝ่ายจะต้องมีการระบุปัจจัยเสี่ยงที่อาจมีผลกระทบต่อธุรกิจในแง่ของความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ ความเสี่ยงทางการเงิน ความเสี่ยงในการดำเนินงาน ด้านสารสนเทศ และความเสี่ยงจากการปฏิบัติงาน ผู้บริหารระดับสูงจะต้องอำนวยความสะดวกในการจัดให้มีการตรวจสอบภายใน ของทุกหน่วยในองค์กร เพื่อระบุความเสี่ยงที่อาจมีผลการทบ โดยคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงต้องจัดให้มีการบริหารจัดการกับความเสี่ยงอย่างต่อเนื่องตามโครงสร้างทั้ง 5 หมวด

## 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

## 4.1 ทรัพย์สินถาวรหลัก

## ที่ดิน

รายละเอียดที่ตั้ง	ผู้ถือกรรมสิทธิ์	ประเภททรัพย์สิน	มูลค่าตามบัญชี (สุทธิ) (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
เลขที่ 3/1-3/2 ซอยเทียนทะเล 15 ถนนบางขุนเทียน-ชายทะเล แขวง แสมดำเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร	บริษัทฯ	ราคาที่ดิน	0.9	จำนองกับ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)
เลขที่ 77 ซอยเทียนทะเล 30 ถนน บางขุนเทียน-ชายทะเล แขวงท่าข้าม เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร	บริษัทฯ	ราคาที่ดิน	1.0	ปลอดจำนอง
		ส่วนปรับปรุงที่ดิน	7.2	
	บริษัทฯ	ราคาที่ดิน	12.4	จำนองกับ
		ส่วนปรับปรุงที่ดิน	2.9	ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
เลขที่ 23/3 ซอยเทียนทะเล 30 ถนน บางขุนเทียน-ชายทะเล แขวงท่าข้าม เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร	บริษัทฯ	ราคาที่ดิน	20.9	จำนองกับ
		ส่วนปรับปรุงที่ดิน	8.9	ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

## อาคาร สำนักงาน

รายละเอียดที่ตั้ง	ผู้ถือกรรมสิทธิ์	ประเภททรัพย์สิน	มูลค่าตามบัญชี (สุทธิ) (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
เลขที่ 3/1-3/2 ซอยเทียนทะเล 15 ถนนบางขุนเทียน-ชายทะเล แขวง แสมดำเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร	บริษัทฯ	สำนักงาน, โรงงาน และคลังสินค้า	8.2	จำนองกับ
พื้นที่ใช้สอย 3,600 ตร.เมตร		ส่วนต่อเติมอาคาร	2	ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)
เลขที่ 77 ซอยเทียนทะเล 30 ถนน บางขุนเทียน-ชายทะเล แขวงท่าข้าม เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร	บริษัทฯ	สำนักงาน, โรงงาน และคลังสินค้า	17.2	ปลอดจำนอง
พื้นที่ใช้สอย 12,000 ตร.เมตร		ส่วนต่อเติมอาคาร	7.9	
พื้นที่ใช้สอย 4,000 ตร.เมตร		สำนักงาน, โรงงาน และคลังสินค้า	27.1	จำนองกับ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
		ส่วนต่อเติมอาคาร	7.1	
เลขที่ 23/3 ซอยเทียนทะเล 30 ถนน บางขุนเทียน-ชายทะเล แขวงท่าข้าม เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร	บริษัทฯ	อาคารคลังสินค้า ระหว่างก่อสร้าง	16.7	จำนองกับ
พื้นที่ใช้สอย 2,500 ตร.เมตร		ส่วนต่อเติมอาคาร	6.9	ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

## 4.2 เครื่องมือ อุปกรณ์ และสินทรัพย์ถาวรอื่น

รายการ	มูลค่าตามบัญชี(สุทธิ) ณ สิ้นปี 2557 (ล้านบาท)	มูลค่าตามบัญชี(สุทธิ) ณ สิ้นปี 2558 (ล้านบาท)	มูลค่าตามบัญชี(สุทธิ) ณ สิ้นปี 2559 (ล้านบาท)
เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน	1.9	1.7	4.3
เครื่องจักรและอุปกรณ์	390.4	347.6	337.0
แม่พิมพ์	50.9	42.9	76.8
ยานพาหนะ	2.6	3.7	4.2
รวม	445.8	396.0	422.2

## 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

- ไม่มี -

## 6. ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

ชื่อบริษัท:	บริษัท พลาสติค และหีบห่อไทย จำกัด (มหาชน)
สัญลักษณ์:	TPAC และ TPAC-W1 (สำหรับใบสำคัญแสดงสิทธิการซื้อหุ้นสามัญ)
ลักษณะการประกอบธุรกิจ:	ออกแบบและผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทขวดและฝา รวมถึงผลิตภัณฑ์พลาสติกอื่นๆ ตามรูปแบบของลูกค้าแต่ละอุตสาหกรรม
Website:	www.thaiplaspac.com
เลขที่จดทะเบียนบริษัท:	0107547000575
วันที่ก่อตั้งบริษัท:	วันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ. 2526
ทุนจดทะเบียน:	255,000,000 บาท ประกอบด้วย 255,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท
ทุนชำระแล้ว:	253,817,676 บาท ประกอบด้วย 253,817,676 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท
สำหรับงวดปีการเงิน:	สิ้นสุด วันที่ 31 ธันวาคม 2559
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่:	77 ซอยเทียนทะเล 30 ถนนบางขุนเทียน-ชายทะเล แขวงท่าข้าม เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร 10150 โทรศัพท์ 02 897-2250-1 โทรสาร 02 897-2426
ที่ตั้งสาขา 0001 :	3-3/1 ซอยเทียนทะเล 15 ถนนบางขุนเทียน-ชายทะเล แขวงแสมดำ เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร 10150 โทรศัพท์ 02-892-0261-4
นายทะเบียนหลักทรัพย์:	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด 93 ถนนรัชดาภิเษก เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400 โทรศัพท์ 02-009-9000 Fax. 02-009-9991
ผู้สอบบัญชี ตั้งแต่ปี 2548 จนถึงปัจจุบัน:	นางสาวพิมพ์ใจ มานิตขจรกิจ หรือ นายโสภณ เพิ่มศิริวัลลภ หรือ นายชยพล สุกเศรษฐนันท์ หรือ นางสาวรุ่งนภา เลิศสุวรรณกุล บริษัท สำนักงาน เอ็นส์ท แอนด์ ยัง จำกัด 193/136-137 ชั้น 33 อาคารเลคริชดา ถนนรัชดาภิเษกตัดใหม่ กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ 02 264 0777
นักลงทุนสัมพันธ์	นายอโศก กุมาร โกธารี, kothari@thaiplaspac.com
นักลงทุนสัมพันธ์	นางสาวอนงค์ สมพิทยานุรักษ์, anong@thaiplaspac.com
เลขานุการบริษัทและ Head of Compliance	นางสาวอนงค์ สมพิทยานุรักษ์, <a href="mailto:Secretary@thaiplaspac.com">Secretary@thaiplaspac.com</a>

## บุคคลที่อ้างอิงอื่นๆ

## (ก) นายทะเบียนหลักทรัพย์

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด  
อาคารสถาบันวิทยาการตลาดทุน ชั้น 7  
เลขที่ 2/7 หมู่ที่ 4 (โครงการนอร์ทปาร์ค) ถนนวิภาวดี แขวงทุ่งสองห้อง  
เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร 10210

## (ข) ผู้สอบบัญชี

นางสาวรุ่งนภา เลิศสุวรรณกุล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต หมายเลข 3516  
บริษัท สำนักงาน อี วาย จำกัด  
193/136-137 ชั้น 23 อาคารเลอริชดา ถนนรัชดาภิเษกตัดใหม่ กรุงเทพมหานคร  
10110  
หมายเลขโทรศัพท์ 02 264 0777

## (ค) ที่ปรึกษากฎหมาย

สำนักงานกฎหมายขุนพล แอนด์ แอสโซซิเอท จำกัด  
174/137 หมู่ที่ 6 ซอยพระราม 2 ซอย 60 แขวงสามยุค เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร 10150  
หมายเลขโทรศัพท์ 02 415 9689  
หมายเลขโทรสาร 02 050 2755