

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท พลาสติคและหีบห่อไทย จำกัด(มหาชน) มีชื่อภาษาอังกฤษว่า Thai Plaspac Public Company Limited. เริ่มก่อตั้งเป็นบริษัทจำกัด เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2526 ประกอบธุรกิจรับจ้างผลิตบรรจุภัณฑ์ทำจาก พลาสติคประเภทขวดและฝา และชิ้นส่วนพลาสติกในรูปแบบต่าง ๆ ตามความต้องการของลูกค้าในแต่ละอุตสาหกรรม เข้าจดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัดมหาชน เมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2547 ได้ขยายการประกอบธุรกิจ ออกเป็น 3 กระบวนการผลิต คือ กระบวนการผลิตแบบฉีด(Injection Moulding) กระบวนการผลิตแบบเป่า(Blow Moulding) และกระบวนการผลิตแบบPET(Injection - Blow Moulding) โดยได้ทำการผลิตภายใต้ระบบคุณภาพมาตรฐานสากล ISO 9001:2008 และ GMP ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานสากลจากสถาบัน AJA (Anglo Japanese American Registrars)

ในระหว่างปี 2560 ได้มีการจัดตั้งบริษัทย่อยในประเทศอินเดีย โดยได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 6 / 2560 เมื่อวันที่ 14 พฤศจิกายน 2560 ซึ่งจดทะเบียนเป็นบริษัทย่อย เสร็จสิ้นเมื่อวันที่ 7 ธันวาคม 2560 โดยใช้ชื่อว่า TPAC Packaging India Private Limited เป็นบริษัทซึ่งไม่ได้อยู่ในตลาดหลักทรัพย์ในประเทศไทย ทั้งนี้ วัตถุประสงค์เพื่อขับเคลื่อนในการเข้าซื้อบริษัท ชันไลซ์ คอนเทนเนอร์ จำกัด

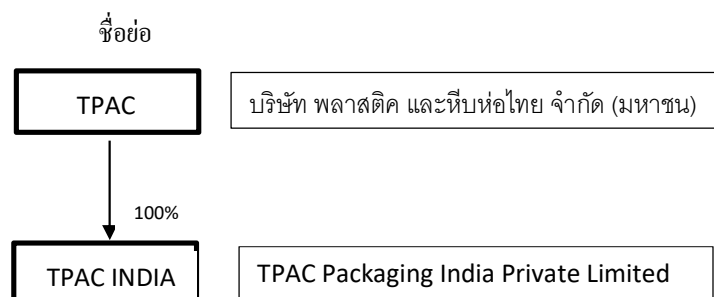
ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท พลาสติค และหีบห่อไทยจำกัด (มหาชน) จึงประกอบด้วยบริษัทย่อย 1 บริษัท ดังนี้

1. TPAC Packaging India Private Limited

สำนักงาน ตั้งอยู่ที่ 405 ACME Industrial Park Off 1 B Patel Road, Goregaon East Mumbai Mumbai City MH400063 INDIA. โดยบริษัท พลาสติค และหีบห่อไทย จำกัด (มหาชน) เข้าถือหุ้นทั้งหมดร้อยละ 100 ในบริษัท Tpac Packaging India Private Limited ซึ่งปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วทั้งสิ้น เป็นสกุลเงินรูปี 100,000.- รูปี มูลค่าหุ้น 10 รูปี ต่อ 1 หุ้น หรือคิดเป็นเงินไทย 50,795 บาท (ห้าหมื่นเจ็ดร้อยเก้าสิบห้าบาทถ้วน)*

*หลังจากวันที่ 31 ธันวาคม 2560 ทุนจดทะเบียนบริษัทย่อย ได้เพิ่มเป็น 300,000,000 รูปี และทุนจดทะเบียนที่ออกและชำระแล้ว เพิ่มขึ้นเป็น 110,100,000 รูปี

โครงสร้างการถือหุ้นในบริษัทย่อย



1.1 วิสัยทัศน์ (VISION)

บริษัทฯ ได้กำหนดวิสัยทัศน์เพื่อเป็นแนวทางการดำเนินธุรกิจเพื่อไปสู่เป้าหมาย ที่ว่า

“ผู้เป็นเลิศด้านบรรจุภัณฑ์พลาสติกทรงรูปในตลาดที่มีการเจริญเติบโตสูง”

“Rigid plastic packaging solution excellence across high growth markets”

1.2 วัตถุประสงค์ (Objective)

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

ด้วยศักยภาพในการดำเนินธุรกิจที่ยึดมั่นมาตลอด 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 & Quality

- Partnership Focused -- มุ่งเน้นความเป็นพันธมิตรทางการค้าในการเจริญเติบโต และตลอดระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา ลูกค้ายังเชื่อมั่นที่จะใช้บริษัท เป็นผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์อย่างเสมอมา ด้วยการทำงานที่ใกล้ชิดและคำนึงถึงความต้องการของลูกค้า โดยหาทางเลือกที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า
- Quality in Consistency -- คุณภาพสินค้าที่ดีเยี่ยมอย่างสม่ำเสมอ 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 ที่มีมาตรฐาน

การผลิตสูง มีการออกแบบที่ดี และเทคโนโลยีที่ทันสมัย ตลอดจนเลือกวัสดุในการทำที่มีคุณภาพสูงและเหมาะสมกับการใช้งาน เพื่อผลิตชิ้นงานที่มีความละเอียด แม่นยำ และได้คุณภาพตามที่ต้องการ

- Passionate Professionals – ความเป็นมืออาชีพด้านผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์พลาสติกทรงรูป ด้วยทีมงานที่มีประสบการณ์ยาวนาน
- Corporate Governance -- การกำกับดูแลกิจการที่ดี เป็นไปตาม พระราชบัญญัติตลาด กสค.
- 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 และเป็นทางเลือกที่ลูกค้าจะเชื่อมั่นได้ว่าผลิตภัณฑ์ของลูกค้าจะได้รับการออกแบบ ปรับปรุง พัฒนา อย่างต่อเนื่อง

1.4 กลยุทธ์ (Strategy)

ไมเคิล อี พอร์เตอร์ แห่งมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ได้กล่าวไว้ว่า

“Sound strategy starts with having the right goal”

“กลยุทธ์การแข่งขันที่ดีเริ่มจากการกำหนดเป้าหมายที่ถูกต้องชัดเจน”

กลยุทธ์หลัก 4 ประการที่จะมุ่งเน้น ไปสู่เป้าหมาย ประกอบด้วย

- 1) มุ่งเน้นการขยายการผลิตในประเทศไทยและในอาเซียนเป็นหลัก

จากปัจจัยทางบวก อันได้แก่ การเติบโตของประชากรและแนวโน้มการเติบโตของกิจการที่ผ่านมา รวมถึงบริษัทบรรจุภัณฑ์มีการกระจายตัวสูง ทำให้มีโอกาสที่จะสร้างการเติบโตธุรกิจแบบก้าวกระโดดจากการควบรวม เราจึงยึดมั่นการดำเนินกลยุทธ์เพื่อในการสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านการควบรวมและเข้าซื้อกิจการ

- 2) มุ่งพัฒนาแบรนด์อย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นผู้นำในธุรกิจบรรจุภัณฑ์ประเภททรงรูป

บริษัทมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำในตลาดที่เรามีการดำเนินธุรกิจ โดยมุ่งเน้นธุรกิจบรรจุภัณฑ์ประเภททรงรูป เรามีความพร้อมด้านการวิจัยและพัฒนา เพื่อให้มั่นใจว่าเราสามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์ด้วยความรวดเร็ว ทันตามความต้องการของลูกค้า และตอบสนองผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุดในให้กับผู้บริโภค

3) สร้างการขยายตัวของฐานลูกค้าที่หลากหลายยิ่งขึ้น

เอกลักษณ์ที่โดดเด่นของ TPAC คือ ความสามารถในการทำงานร่วมกับองค์กรหลากหลายประเภท เรามีประสบการณ์หลายสิบปี ในการนำเสนอโซลูชันให้กับบริษัทต่างๆ ครอบคลุมตั้งแต่บริษัทข้ามชาติจนถึงบริษัทขนาดเล็กภายในประเทศ โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างประสบการณ์ที่โดดเด่นและการขยายฐานลูกค้า รวมถึงกระจายแหล่งรายได้ที่หลากหลาย

4) การพัฒนาการดำเนินงานด้านนักลงทุนสัมพันธ์

ในปี 2560 บริษัทยังคงพัฒนาการดำเนินงานด้านธรรมาภิบาลอย่างต่อเนื่อง และยังคงมุ่งเน้นพัฒนาด้านนักลงทุนสัมพันธ์ โดยในอนาคต เราคาดว่า จะมีผู้เชี่ยวชาญและนักลงทุนสัมพันธ์มืออาชีพเข้าร่วมทีม เพื่อพัฒนาการปฏิสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

กล่าวโดยสรุป

กลยุทธ์ ที่จะนำไปสู่เป้าหมาย และสร้างความยั่งยืน คือ การที่บริษัทได้ลงทุนในทรัพยากรองค์กร และรูปแบบองค์กร ด้วยการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดี และมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในกลุ่มบรรจุภัณฑ์พลาสติก ที่บริษัทมีความเชี่ยวชาญ โดยใช้ศักยภาพความพร้อมที่มีอยู่ ด้านทรัพยากรบุคคล ความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาที่ยาวนานต่อเนื่อง ผสมผสานกับแนวการบริหารงานเป็นมาตรฐานสากล เพื่อนำมาธุรกิจเข้าสู่ระดับสากล โดยเป้าหมายขยายฐานลูกค้า และส่วนแบ่งการตลาดไปยังประเทศในภูมิภาคเอเชีย รวมไปถึงประเทศที่มีการเจริญเติบโตทางการตลาดสูง และด้วยความหลากหลายและพื้นฐานศักยภาพความพร้อม ประกอบการความเชี่ยวชาญในการดำเนินงานตามกลยุทธ์ทั้ง 4 ประการหลัก บริษัทมั่นใจว่า จะไปสู่เป้าหมายการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ยั่งยืน เคียงข้างลูกค้าเดิม และฐานลูกค้าใหม่ได้ตามเป้าหมายได้อย่างแน่นอน และท้ายที่สุด บริษัทคาดหวังจะสามารถส่งมอบมูลค่าเพิ่ม ไปยังนักลงทุน และผู้มีส่วนได้เสียได้ดียิ่งขึ้นไป

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

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

ปี	เหตุการณ์
2526	- เริ่มก่อตั้งโรงงานในย่านสาทรประดิษฐ์ - 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 แบ่งเป็น หุ้นสามัญ 100 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท(ทุนชำระแล้ว 80 ล้านหุ้น)
2548	- ได้รับอนุญาตจาก คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ให้เสนอขายหุ้นเพิ่มทุน ต่อประชาชน และคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้รับหลักทรัพย์เป็นหลักทรัพย์ จดทะเบียนในตลาด เอ็ม เอ ไอ ตั้งแต่วันที่ 7 ธันวาคม 2548

2549	- นำเงินจากการเพิ่มทุนไปลงทุนขยายกิจการ เพิ่มกระบวนการผลิตแบบPET(Injection-Blow Moulding) การฉีดถ้วยพลาสติกชนิด Thin Wall และพัฒนาการใช้แม่พิมพ์ชนิด Hot Runner
2553	- ขยายทำการแห่งที่ 3 ในที่ตั้งสำนักงานใหญ่ ประกอบด้วยห้องผลิตระบบปิดที่ทันสมัยตามมาตรฐาน เพิ่มเครื่องจักรในกระบวนการผลิตต่าง ๆ เพื่อให้มีกำลังการผลิตเพียงพอกับความต้องการ - ได้รับรางวัล Best CEO Awards-Mai และ Best Performance Awards ในพิธีมอบรางวัล SET AWARDS 2010
2556	- จัดทะเบียนเพิ่มทุนเป็น 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 โลฮัย 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 มีผู้มาใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิทั้งสิ้นจนวันสุดท้าย 98% ของใบสำคัญแสดงสิทธิที่ออก - บริษัทได้รับ สิทธิพิเศษทางภาษีจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนสำหรับผลิตภัณฑ์พลาสติก สำหรับสินค้าบริโภคตามมาตรการส่งเสริมการลงทุน 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
2560	- ที่ประชุมกรรมการบริษัท ครั้งที่ 6/2560 วันที่ 14 พฤศจิกายน 2560 มีมติอนุมัติการเข้าซื้อกิจการของบริษัท SUNRISES CONTAINER LTD. ซึ่งเป็นบริษัทที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ในประเทศอินเดีย ซึ่งเป็นผู้ผลิตหลอดพิมพ์ และบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากพลาสติก PET, PP รวมทั้งกรอบ LED ด้วยวิธีการ “ควมรวมกิจการ” หรือวิธี “การเข้าซื้อหุ้น” มูลค่าตอบแทนการซื้อหาไม่เกิน 4,692 ล้านบาท (เทียบเท่ากับประมาณ 2,383 ล้านบาท) และได้มีการแต่งตั้งบริษัท ดิสคัฟเวอร์แมนเนจเม้นท์ เป็นที่ปรึกษาอิสระด้านการเงิน เพื่อให้ความเห็นในการเข้าซื้อกิจการ โดยจะต้องผ่านมติที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2561 ซึ่งกำหนดขึ้นในวันที่ 15 มกราคม 2561 (ผู้ถือหุ้นใหญ่ และกรรมการบริษัท ไม่มีส่วนได้เสีย หรือเกี่ยวข้องใด ๆ กับบริษัท SUNRISES CONTAINER LTD.) - ได้มีการจัดตั้งบริษัทย่อยในประเทศอินเดีย โดยได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 6 / 2560 เมื่อวันที่ 14 พฤศจิกายน 2560 ซึ่งจดทะเบียนเป็นบริษัทย่อยในประเทศอินเดีย เสร็จสิ้นเมื่อวันที่ 7 ธันวาคม 2560 โดยใช้ชื่อว่า TPAC Packaging India Private Limited เป็นบริษัทซึ่งไม่ได้อยู่ในตลาดหลักทรัพย์ในประเทศอินเดีย ทั้งนี้ วัตถุประสงค์เพื่อเข้าซื้อบริษัท ชันไลซ์ คอนเทนเนอร์ จำกัด ณ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทย่อยมีทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว 100,000 รูปี* *หลังวันที่ 31 ธันวาคม 2560 ทุนจดทะเบียน และทุนที่ออกและชำระแล้วของบริษัทย่อย เพิ่มขึ้นเป็น 300,000,000 รูปี และ 110,100,000 รูปี

1.3 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

ก่อนวันที่ 9 ตุลาคม 2558 ตามปรากฏในโครงสร้างผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ บริษัท โมเดอร์นฟอรัม 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 ล้านหุ้นหรือเป็นสัดส่วนร้อยละ 48 สถานะภาพเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ และในปี 2556 บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 255 ล้านบาท ความสัมพันธ์ด้านธุรกิจเป็นเพียงการค้าปกติในปริมาณที่น้อยมาก

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

จากวันที่ 12 ตุลาคม 2558 เป็นต้นมา นายอนุช โลเฮีย จึงเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท โดยได้มีการแต่งตั้งกรรมการผู้มีอำนาจ ชุดใหม่ รวม 8 ท่าน นำโดยนายเควิน कुमार ชาร์มา และคณะ โดยนายธีรวิทย์ บุญยะโกชะ ยังคงเป็นกรรมการผู้มีอำนาจ 1 ใน 8 ของกรรมการชุดใหม่ และยังคงบริหารธุรกิจร่วมกับกรรมการบริหารชุดใหม่ โดยมีนายเควิน कुमार ชาร์มาร์ เป็นประธานกรรมการ และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร รายละเอียดบุคคลและบริษัทที่เกี่ยวข้องกัน มีดังนี้

ชื่อ	ความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกัน
บริษัท โมเดอร์นฟาร์มกรุ๊ป จำกัด(มหาชน)	ผู้ถือหุ้นใหญ่ ก่อนวันที่ 12 ตุลาคม 2558
นายอนุช โลเฮีย	ผู้ถือหุ้นใหญ่ ตั้งแต่วันที่ 12 ตุลาคม 2558
บริษัท อินโดรามา เวนเจอร์ส จำกัด (มหาชน)	ผู้ถือหุ้นใหญ่ และกรรมการบริษัท ที่มีอำนาจการจัดการมีส่วนเกี่ยวข้องกัน
บมจ.อินโดรามาโพลิเมอร์	
บุคคลที่เกี่ยวข้องกัน	กรรมการ ผู้บริหาร และบุคคลที่เกี่ยวข้องกันกับกรรมการและผู้บริหาร

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัท

ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัท

ธุรกิจหลักของบริษัท คือการรับจ้างผลิตบรรจุภัณฑ์จากพลาสติก ประเภทขวดและฝา และชิ้นส่วนพลาสติก ในรูปแบบต่างๆ ตามความต้องการใช้งานของลูกค้าในแต่ละอุตสาหกรรม ซึ่งสินค้าส่วนใหญ่ เป็นสินค้าที่ใช้แล้วทิ้งไป (Disposable) เช่น ขวดนมสด นมเปรี้ยว ขวดน้ำยาบ้วนปาก ขวดน้ำยาทำความสะอาดในครัวเรือน เป็นต้น โดยใช้กระบวนการผลิตหลัก 3 ประเภทคือ กระบวนการผลิตแบบฉีด(Injection Moulding), กระบวนการผลิตแบบเป่า(Blow Moulding) และกระบวนการผลิตแบบ PET (Injection-Blow Moulding) ภายใต้ระบบคุณภาพมาตรฐานสากล ISO 9001:2008 และ GMP ที่ได้รับการรับรองจากสถาบัน AJA (Anglo Japanese American Registrars) รวมถึงผ่านการประเมินด้าน QHSE ระบบมาตรฐานแรงงาน ความปลอดภัย จรรยาบรรณธุรกิจ และสิ่งแวดล้อม จาก Bureau Veritas ซึ่งเป็นองค์กรระดับโลกที่เป็นผู้ประเมินด้านคุณภาพ สุขอนามัยและความปลอดภัย สิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อสังคม

บรรจุภัณฑ์ที่บริษัทฯทำการผลิต แยกตามประเภทอุตสาหกรรมเป็น 4 ประเภท คือบรรจุภัณฑ์เพื่อบรรจุอาหารและเครื่องดื่ม บรรจุภัณฑ์เพื่อใช้บรรจุของใช้ส่วนบุคคลและเวชภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์สำหรับของใช้ในครัวเรือน และชิ้นส่วนอุปกรณ์เครื่องมือช่างและเฟอร์นิเจอร์

2.1 โครงสร้างรายได้

รายได้แบ่งตามภูมิภาค	2558		2559		2560	
	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน
รายได้จากการขายในประเทศ	1,435	90%	1,382	90%	1,418	89%
รายได้จากการขายต่างประเทศ	149	9%	142	9%	166	10%
รายได้จากการขายรวม	1,584	99%	1,524	99%	1,584	99%
รายได้อื่น ๆ *	12	1%	10	1%	13	1%
รวมรายได้	1,596	100%	1,534	100%	1,597	100%

*อาทิ รายได้จากการขายเศษพลาสติก การขายแม่พิมพ์ลูกค้า และกำไรจากการขายทรัพย์สิน เป็นต้น

2.2 โครงสร้างรายได้แบ่งตามอุตสาหกรรม

ผลิตภัณฑ์	2558		2559		2560	
	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน	ล้านบาท	สัดส่วน
บรรจุภัณฑ์เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร และเครื่องดื่ม	810	51%	787	51%	795	50%
บรรจุภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลและเวชภัณฑ์	428	27%	448	29%	451	28%
บรรจุภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือน	305	19%	256	17%	309	19%
เครื่องมือช่างและชิ้นส่วนเฟอร์นิเจอร์	41	3%	33	2%	29	2%
รายได้จากการขาย	1,584	99%	1,524	99%	1,584	99%
รายได้อื่น ๆ	12	1%	10	1%	13	1%
รวมรายได้	1,596	100%	1,534	100%	1,597	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 เพื่อใช้ปิด

ภาชนะบรรจุอาหารได้แก่ ฝาขวดกาแฟ, ฝาขวดเครื่องดื่มมอลต์รสคั่ว, ฝาปิดขวดนมสดและนมเปรี้ยวพร้อมดื่ม, ถ้วยโยเกิร์ต, ฝาและกล่องไอศกรีม, จุกและฝานก่องกระดาษบรรจุผลไม้, จุกและฝาปิดขวดซอส, กระปุกหมากฝรั่ง เป็นต้น

เนื่องจากบรรจุภัณฑ์เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม มีลักษณะพิเศษของบรรจุภัณฑ์ที่ต้องสัมผัสกับอาหารโดยตรง บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้เป็นพิเศษ ดังนี้

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

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

ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มีลักษณะพิเศษ เพราะใช้บรรจุผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับร่างกายมนุษย์โดยตรงจึงต้องใช้มาตรฐาน การผลิต เช่นเดียวกับการผลิตบรรจุภัณฑ์เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มเช่นกัน

3. บรรจุภัณฑ์สำหรับของใช้ในครัวเรือน ประกอบไปด้วยบรรจุภัณฑ์ประเภทขวดในขนาดและรูปทรง ต่างๆ และฝาปิดภาชนะ เช่น ขวดน้ำยาล้างพื้นและสุขภัณฑ์ คลับและฝากดสเปรย์น้ำหอมดับกลิ่น ฝาสเปรย์ใช้กับกระป๋องสเปรย์ปรับอากาศ และสเปรย์กำจัดแมลง ฝาขวดน้ำหอมปรับอากาศ ขวดและฝาน้ำยาฆ่าเชื้อ ค้ำมแปรง ทำความสะอาดพื้นและสุขภัณฑ์ เป็นต้น

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

2.3 การตลาด และภาวะการแข่งขัน

สถานะปัจจุบันของบริษัท เมื่อเทียบกับสถิติผู้ประกอบการกลุ่มผลิตภัณฑ์พลาสติก ในเขตภาคกลาง บริษัทอยู่ในระดับของธุรกิจขนาดใหญ่ และมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ในระดับ 1 ใน 20 ของค่าเฉลี่ยรายได้เมื่อเทียบกับบริษัทอื่นในกลุ่มธุรกิจ (จากข้อมูลสถิติของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ อ้างอิงสำหรับปี 2559) และในกลุ่มผลิตภัณฑ์เดียวกัน บริษัทอยู่ในระดับ 1 ใน 10 ลำดับต้น ซึ่งระยะเวลา 34 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 ยังได้ระบบคุณภาพมาตรฐานสากล ISO 9001:2008, GMP, HACCP มาใช้ในการควบคุมขั้นตอนในการทำงาน และป้องกันการปนเปื้อนสิ่งสกปรกตลอดจนเชื้อโรคต่างๆ (Contaminate) ทำให้มีอัตราการผลิตสินค้าด้วยคุณภาพที่ดีและเพื่อให้การรักษามาตรฐานด้านคุณภาพเป็นไปอย่างยั่งยืน บริษัทฯ จึงยึดมั่นในหลัก 5 M ซึ่งเป็นหลักในการทำงานของบริษัท

ด้านการให้บริการ (Service)

นอกจากบริษัทฯ จะให้ความสำคัญในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมาตรฐานสูงและรักษาระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์อย่างยั่งยืนเป็นอันดับต้น ๆ แล้ว การให้บริการและดูแลความต้องการของลูกค้าก็เป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งเช่นกัน จะเห็นได้จากคติพจน์ในการดำเนินธุรกิจ ของบริษัทฯ ที่ว่า “Your Packaging Partner” และบริษัทฯ ได้ตระหนักและยึดถือปฏิบัติมาโดยตลอด เช่น การจัดการจัดส่งสินค้าที่ตรงเวลาและตามความต้องการของลูกค้า การนำระบบโลจิสติกส์ มาใช้ทั้งระบบ ตั้งแต่การวางแผนการผลิต การเก็บรักษาและเก็บสำรองสินค้า การจัดส่งสินค้าถึงโกดังลูกค้า การเข้าไปมีส่วนร่วมให้คำปรึกษาแนะนำกับลูกค้าในการออกแบบ เลือกวัตถุดิบ การให้บริการหลังการขาย เช่น เข้าไปร่วมทดสอบผลิตภัณฑ์เมื่อเริ่มนำไปใช้บรรจุสินค้าของลูกค้า การเข้าไปช่วยแก้ปัญหาการใช้งานบรรจุภัณฑ์เมื่อลูกค้าร้องขอ เป็นต้น

ด้านราคา (Price)

บริษัทฯ มีนโยบายในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานที่สูง เพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าที่เหมาะสมกับการใช้งานและได้รับความพึงพอใจ อย่างไรก็ตามบริษัทฯ คำนึงถึงการกำหนดราคาสินค้าที่เป็นธรรมและเหมาะสมกับการใช้ของลูกค้าอีกด้วย เพื่อรักษาความสัมพันธ์ในระยะยาว จึงเลือกที่หาวิธีการผลิตสินค้าด้วยวิธี การประหยัดต้นทุนให้กับลูกค้า สำหรับต้นทุนการผลิตสำคัญคือเม็ดพลาสติก ก็จะทำข้อตกลงที่จะปรับราคาสินค้าขึ้นลงตามราคาดังกล่าวที่ขึ้นลงเกินกว่ามูลค่าที่ตกลงกันไว้เป็นรายไตรมาส เพื่อให้ลูกค้าได้ซื้อสินค้าด้วยราคาที่ยุติธรรม

ด้านการสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อลูกค้า

บริษัทฯ มีนโยบายในการรักษารฐานลูกค้าเดิมให้อยู่กับบริษัทฯ พร้อมกับการขยายฐานลูกค้าใหม่ให้กับบริษัทฯ เพิ่มขึ้น โดยกำหนดแนวทางให้กับทีมงานของบริษัทในการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า (Customer Relationship Management : CRM) ในระยะยาวเป็นสิ่งสำคัญ มีแผนงานในการดูแลความต้องการของลูกค้าในด้านต่าง ๆ อาทิเช่น การสอบถามความพึงพอใจในคุณภาพสินค้าและบริการ ตลอดจนความต้องการใหม่ ๆ ของลูกค้า แม้ว่าบริษัทฯ เชื่อว่าคุณภาพของสินค้าเป็นกุญแจสำคัญในความสำเร็จและความไว้วางใจจากลูกค้า แต่ก็ตระหนักถึงความสำคัญของการให้บริการที่ดีควบคู่ไปด้วย

กลุ่มลูกค้าหลักและลูกค้าเป้าหมายของบริษัทฯ

กลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทฯตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ล้วนเป็นผู้ผลิตสินค้าอุตสาหกรรมที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั่วโลกโดยทั่วไป ซึ่งเป็นบริษัททั้งในประเทศและต่างประเทศที่มีความต้องการสินค้า ที่มีคุณภาพมาตรฐานและรักษามาตรฐานของสินค้าได้อย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะในเรื่องของความสะอาดปราศ จากสิ่งปนเปื้อนและเชื้อโรค ดังนั้นบริษัทลูกค้าหลักหลายรายของบริษัทจึงมีอายุการติดต่อกับบริษัทฯมากกว่า 20 - 30 ปี สำหรับลูกค้าเป้าหมายยังคงเป็นผู้ผลิตสินค้าอุตสาหกรรมที่มีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคเป็นบริษัททั้งในประเทศและต่างประเทศ ที่ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมาตรฐานและรักษามาตรฐาน ของสินค้าอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะเรื่องความสะอาดปราศจากสิ่งปนเปื้อนและเชื้อโรค

แต่บริษัทฯก็มีนโยบายที่จะไม่พึ่งพิงกับลูกค้ารายใดรายหนึ่ง ที่มีสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 20 ของรายได้รวม จึงพยายามเพิ่มจำนวนรายลูกค้าให้มากขึ้นในแต่ละปี และจากการที่บริษัทยึดมั่นในจรรยาบรรณ ทางธุรกิจอย่างเข้มแข็ง โดยเฉพาะในเรื่องการรักษาความลับทางการค้าให้กับลูกค้าทุกรายเป็นอย่างดีเสมอมาทำให้ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าทุกราย แม้จะเป็นลูกค้าที่ทำธุรกิจในกลุ่มเดียวกันก็ตาม

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

การที่กลุ่มลูกค้าหลัก และกลุ่มที่เป็นเป้าหมายของบริษัทฯ เป็นกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอุตสาหกรรมที่มีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั่วโลก ดังนั้นฝ่ายขายและฝ่ายการตลาดของบริษัทฯจึงมีหน้าที่ในการติดต่อเพื่อนำเสนอสินค้าต่อลูกค้าแบบเฉพาะเจาะจงเป็นหลัก สำหรับการขายแบ่งออกเป็น ฝ่ายนำเสนอ (Technical Sales) และฝ่ายประสานงานขาย (Sale Administration) โดยฝ่ายนำเสนอสินค้าจะให้บริการกับลูกค้าโดยการออกไปพบลูกค้าหลัก หรือลูกค้าที่เป็นเป้าหมายที่บริษัทฯคาดว่าอาจจะเป็นลูกค้าในอนาคตยังที่ทำการของลูกค้า และให้บริการกับลูกค้าที่ติดต่อเข้ามาที่บริษัทฯ สำหรับฝ่ายประสานงานมีหน้าที่ติดตามดูแลความต้องการของลูกค้า และช่วยประสานงานกับลูกค้าในเรื่องต่างๆ ที่ลูกค้าต้องการเช่น การสั่งซื้อสินค้า การรับแจ้งสินค้ามีข้อบกพร่อง อยู่ประจำ ณ ที่ทำการของ บริษัทฯ เพื่อสะดวกแก่ลูกค้าที่จะติดต่อเข้ามา

ภาวะการแข่งขัน

สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม

บรรจุภัณฑ์พลาสติกถือเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของสินค้า ที่มีส่วนทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้า ทั้งในด้านความสวยงาม และความสะดวกในการใช้งานของผลิตภัณฑ์ และถือว่าเป็นวัสดุสิ้นเปลืองที่ต้องทั้งไปพร้อมกับสินค้าเมื่อใช้หมดแล้ว นอกจากนี้ยังเป็นส่วนสำคัญในการช่วยรักษาคุณภาพสินค้าระหว่าง ระยะเวลา ทำให้อุตสาหกรรมผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกมีการแข่งขันที่สูง ทั้งจากผู้ผลิตภายในประเทศและผู้ผลิตจากต่างประเทศ โดยรวมแล้วมีการแข่งขันทั้งในด้านราคา คุณภาพ บริการ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ด้วยว่าสินค้าบรรจุภัณฑ์พลาสติกถูกใช้โดยผู้ผลิตสินค้าอุตสาหกรรมในการบรรจุสินค้าเพื่อจำหน่ายให้ผู้บริโภคอีกทอดหนึ่ง ผู้บริโภคไม่ได้เป็นผู้ใช้โดยตรง ดังนั้นลูกค้าของบริษัทฯจึงเน้นในเรื่องคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ที่ต้องมีคุณภาพมาตรฐานสูงและมีความน่าเชื่อถือของผู้ผลิตเป็นปัจจัยสำคัญ โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์ที่ใช้กับอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ต้องการความสะอาดปราศจากสิ่งปนเปื้อนและเชื้อโรคต่าง ๆ ถูกต้องตามมาตรฐาน GMP อีกด้วย ซึ่งมีผู้ประกอบการอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกเพียงไม่กี่รายที่มีคุณสมบัติตามที่ ต้องการ และบริษัทฯก็เป็นหนึ่งในผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่มีคุณสมบัติตามที่กล่าวมา สำหรับลูกค้าเมื่อมีความเชื่อมั่นในผู้ผลิตรายใดแล้วมักจะ ไม่เปลี่ยนผู้ผลิต

บริษัทฯตระหนักดีถึงการรักษามาตรฐานคุณภาพสินค้าและความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า เพื่อรักษาสถานะลูกค้าให้คงอยู่กับบริษัทฯ และปรัชญาของบริษัท ที่จะเป็นผู้ร่วม งานในการให้คำปรึกษาแนะนำและช่วยเหลือด้านบรรจุกฎกับลูกค้าแทนการเป็นเพียงผู้ขายสินค้า ส่งผลให้บริษัทฯสามารถทำธุรกิจกับลูกค้าแต่ละรายเป็นระยะเวลานาน และได้รับการยอมรับจากลูกค้ากลุ่มต่างๆ

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

ปัจจัยที่ส่งผลต่ออัตราการเจริญเติบโตของบริษัท มีความสัมพันธ์กับอัตราการเจริญเติบโตของ GDP ของประเทศ ซึ่งจากการคาดการณ์ของ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ระบุเศรษฐกิจไทยปี 2560 ขยายตัวร้อยละ 3.9 ปรับตัวดีขึ้นจากการขยายตัวภาคเอกชน อุตสาหกรรม และการบริโภค โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการขยายตัวแรงขึ้นของการบริโภคภาคเอกชน จากการปรับตัวดีขึ้นของฐานรายได้รวมในระบบเศรษฐกิจ และมาตรการกระตุ้นของภาครัฐ รวมทั้งปี 2560 ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) และรายได้ต่อหัวเฉลี่ยของคนไทยที่เพิ่มขึ้นจากปี 2559

จากตัวเลขผลการวิเคราะห์แนวโน้มปี 2561 คาดว่าเศรษฐกิจไทยโดยรวมทั้งปี 2561 คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ

3.6 – 4.6 โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการปรับตัวดีขึ้น ของเศรษฐกิจโลกที่จะส่งผลให้การผลิตภาคอุตสาหกรรมขยายตัวแรงขึ้น และสนับสนุนเศรษฐกิจในภาพรวม ได้มากขึ้น แรงขับเคลื่อนจากการใช้จ่ายภาครัฐที่ยังอยู่ในเกณฑ์ดี และการเร่งลงทุนภาครัฐ ที่มีแนวโน้มการขยายตัวของเศรษฐกิจสำคัญๆ ต่อเนื่องจากปี 2560 และการปรับตัวดีขึ้นของ การจ้างงานและฐานรายได้ของ ประการที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น

แนวโน้มดังกล่าวส่งผลต่อการเจริญเติบโตของบริษัท ในทางตรงและทางอ้อม ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกัน บริษัท คาดว่าปัจจัยดังกล่าว จะส่งผล เป็นไปในทิศทางที่ดี ต่อบริษัทในปี 2561

ในมุมมองของบริษัทด้านเศรษฐกิจภายในประเทศ การเจริญเติบโตของบริษัท นับตั้งแต่ต้นปี 2560 และเริ่มส่งผลแง่ดี เริ่มจากไตรมาส 3 ปี 2560 เป็นต้นมา แม้บริษัทจะพบอุปสรรคในแง่ของการขาดแคลนแรงงานในช่วงครึ่งปีแรก แต่อย่างไรก็ตามบริษัทได้มีการแก้ปัญหาดังกล่าว โดยการใช้แรงงานต่างด้าว เข้ามาเสริมเพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว รวมถึงได้มีการนำนวัตกรรม หุ่นยนต์ขับเคลื่อนเข้ามาเพิ่มขึ้น เพื่อทดแทนแรงงาน และเพิ่มประสิทธิภาพ และยังสามารถช่วยในการตรวจสอบคุณภาพโดยระบบเทคโนโลยีใหม่ จึงเชื่อมั่นได้ว่าบริษัทสามารถผลิต และจำหน่ายสินค้าคุณภาพเพื่อส่งมอบไปยังลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปัจจัยภายนอกในเรื่องของภาวะการณ์ผันแปรของราคาน้ำมันในตลาดโลก อยู่ในระหว่างปรับตัวสูงขึ้นในปี 2560 มีผลกระทบบ้างระหว่างการปรับตัวในแต่ละไตรมาส แต่ก็ได้ผันผวนมากเกินกว่าการควบคุม ดังนั้น กลยุทธ์ของบริษัท ยังคงมุ่งเน้นการบริหารจัดการแรงงานอย่างมีประสิทธิภาพ การประหยัดพลังงาน เพื่อลดต้นทุนการผลิต และการบำรุงรักษา ปรับปรุง เปลี่ยนแปลงพัฒนา และใช้นวัตกรรมกรรมใหม่ เพื่อป้องกันความสูญเสียและปัญหาต่าง ๆ อีกทั้ง ปัจจัยด้านต้นทุน ดอกเบี้ยที่ลดลง และสิทธิประโยชน์ด้านภาษีจากรัฐที่สามารถลดหย่อนภาษีนิติบุคคล มีส่วนช่วยให้ ผลประกอบการดีขึ้น โดยพิจารณาจากผลประกอบการประจำปี 2560 ที่เพิ่มขึ้น

การคาดการณ์ในปี 2561 บริษัทได้ประเมินว่าบริษัทจะมีอัตราการเติบโตจากการจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้นจากปีก่อนจากฐานการผลิต จำหน่ายของบริษัท จากธุรกิจเดิมในประเทศไทยส่วนหนึ่ง และเติบโตแบบก้าวกระโดด จากการขยายธุรกิจ ในการเข้าซื้อ หรือควบรวมกิจการจากการซื้อกิจการ SUNRISES CONTAINER ประเทศอินเดีย ซึ่งเป็นผู้นำในธุรกิจบรรจุภัณฑ์ กลุ่มเวชภัณฑ์ และการประสานกันระหว่างทักษะ ความชำนาญในแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์ รวมถึงเทคโนโลยี ที่จะช่วยเสริมตลาดที่หลากหลายเพิ่มขึ้น ทั้งในและต่างประเทศ ได้อย่างลงตัว และมั่นใจว่าจะเป็นแรงบวกที่ทำให้บริษัทสามารถแข่งขันในธุรกิจได้เป็นอย่างดี เป้าหมายในปี 2561 คาดว่าเมื่อกระบวนการเข้าซื้อ หรือควบรวมกิจการ SUNRISES CONTAINER เสร็จสิ้น ในปี 2561 จะได้เห็นผลประกอบการรวมเติบโตขึ้นอย่างชัดเจน

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 2560 บริษัทมีเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตและกำลังการผลิต รวมทั้งสิ้นดังนี้

กระบวนการผลิต	กำลังการผลิตสูงสุดต่อปี (ตัน)
กระบวนการผลิตแบบฉีด	8,200
กระบวนการผลิตแบบเป่า	10,000
กระบวนการผลิตแบบ PET	4,400
รวม	22,600

บริษัทดำเนินการผลิตสัปดาห์ละ 6 วัน ทุละ 24 ชั่วโมงโดยแบ่งการทำงานออกเป็น 3 ช่วง ทั้งนี้หาก การผลิตของบริษัทฯ เต็มกำลังการผลิตหรือไม่เหมาะสมกับขนาดของเครื่องที่มี บริษัทฯสามารถจ้างบริษัทอื่นที่มีระบบการผลิตมีมาตรฐาน เช่นเดียวกับบริษัทฯ ได้ โดยบริษัทฯจะจัดแม่พิมพ์ให้ เพื่อควบคุมรูปแบบสินค้าให้ตรงตามที่ลูกค้าต้องการ นอกเหนือจากนี้ ยังให้คำแนะนำในการควบคุมกระบวนการผลิต การตรวจสอบคุณภาพ และการตรวจเพื่อรับรองสินค้าก่อนจัดส่งลูกค้า

การจัดหาวัตถุดิบและผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต บริษัทฯจะเป็นผู้จัดหาให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า โดยลูกค้าจะเป็นผู้กำหนด ชนิดและคุณภาพให้กับบริษัทฯ วัตถุดิบหลักในการผลิตแบ่งออกเป็น 3 ประเภทหลักคือ

1) เม็ดพลาสติก สำหรับเม็ดพลาสติกประเภทต่างๆที่บริษัทฯใช้อยู่ในปัจจุบัน อาทิเช่น

PP (Poly Propylene) เป็นพลาสติกที่มีความเหนียว ทนทานต่อความร้อนความชื้น ได้ดี 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 ตัวอย่างสินค้าที่ผลิตจากพลาสติกชนิดนี้ได้แก่ ขวดแชมพู, ขวดน้ำยาบ้วนปาก, ขวดน้ำยาทำความสะอาด เป็นต้น

เนื่องจากเม็ดพลาสติกเป็นวัตถุดิบหลักสำคัญที่ใช้ในการผลิต บริษัทฯมีนโยบายในการจัดหาเม็ดพลาสติก โดยการสั่งซื้อโดยตรงจากผู้ผลิตหรือตัวแทนนำเข้า ในประเทศเป็นหลัก เพื่อให้มั่นใจในมาตรฐานของคุณภาพสินค้า ความสามารถในการจัดส่งตรงตามกำหนดและตรงตามปริมาณที่ทำการสั่งซื้อ โดยจะไม่ผูกพันการสั่งซื้อจากผู้ผลิตรายใดรายหนึ่งเท่านั้น แต่จะทำการทดสอบการใช้เม็ดพลาสติกชนิดเดียวกันจากผู้ผลิตหรือตัวแทนจำหน่ายหลายราย เพื่อให้สามารถเปลี่ยนไปใช้วัตถุดิบจากรายอื่นได้ทันที หากผู้ผลิตรายเดิมไม่สามารถส่งมอบสินค้าได้ตามกำหนดหรือมีการปรับราคาสูงขึ้น สำหรับเรื่องราคาวัตถุดิบบริษัทฯมีการเฝ้าติดตามสถานการณ์ราคาอย่างใกล้ชิด โดยวิเคราะห์จากราคาตลาดทั้งในประเทศ, ภูมิภาคและต่างประเทศร่วมกับอุปสงค์และอุปทาน ความต้องการเม็ดพลาสติก ณ ขณะนั้น โดยใช้หลักในการซื้อเพื่อให้เพียงพอกับปริมาณการใช้ในการผลิตตามคำสั่งซื้อที่ได้รับล่วงหน้าอย่างน้อย 3 เดือน ไม่มีนโยบายในการซื้อเผื่อเก็งกำไรราคา

- 2) เม็ดสีผสมพลาสติก (Pigment) เป็นส่วนประกอบเพียงเล็กน้อย แต่เนื่องจากต้องนำมาผสมกับเม็ด พลาสติกเพื่อให้ได้สีตามที่ลูกค้ากำหนด และเนื่องจากสินค้าส่วนใหญ่ใช้บรรจุอาหารและเครื่องดื่ม ตลอดจนสินค้า ที่ใช้กับร่างกายมนุษย์ บริษัทฯจึงเลือกใช้ชนิดที่ใช้กับอาหาร(Food grade) เช่นเดียวกับเม็ดพลาสติก บริษัทฯมีการคัดเลือกผู้ผลิตหรือตัวแทนนำเข้าที่มีคุณภาพและน่าเชื่อถือ และนอกจากจะต้องมีเอกสารยืนยันว่าเป็นชนิดที่ใช้กับอาหาร(Food grade)แล้ว ยังต้องมีการออกเอกสารรับรองคุณภาพ(COA) ทุกครั้งในการจัดส่ง เพื่อให้มั่นใจว่ามีคุณสมบัติตรงตามที่กำหนด และตรงตามปริมาณที่ทำการสั่งซื้อ
- 3) วัตถุดิบอื่น ๆ ซึ่งใช้ประกอบการผลิต ที่สำคัญ อาทิ สารเติมแต่ง โฟม ฟิล์ม เมมเบรน (Membrane) เป็นต้น โดยบริษัทฯได้ทำการสั่งซื้อจากผู้ผลิตและจำหน่ายภายในประเทศจำนวนหลายราย ทั้งนี้ที่ผ่านมามีบริษัทฯไม่มีการจัดซื้อวัตถุดิบจากผู้จำหน่ายรายใดรายหนึ่งเกิน 30%

2.4.2 ผลกระทบสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากกระบวนการผลิตไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมโดยตรง จึงมีการควบคุมในเรื่องผลกระทบจากการทำงานเช่น อุปกรณ์ป้องกันสุขภาพต่างๆให้กับผู้ปฏิบัติงาน อาทิ หน้ากากป้องกันฝุ่นละออง อุปกรณ์ป้องกันการรับเสียงดัง อุปกรณ์เข็มขัดพยุงหลัง แอลกอฮอล์เช็ดมือเพื่อฆ่าเชื้อ

นอกจากนี้วัสดุเหลือใช้จากการผลิต จะจำหน่ายให้กับผู้ซื้อได้รับอนุญาตเป็นผู้ประกอบการกำจัด วัสดุอันตรายจากกรมควบคุมมลพิษเท่านั้น และมีการรายงานข้อมูลการกำจัดวัสดุที่เหลือใช้จากการผลิตให้ กรมควบคุมมลพิษอย่างถูกต้อง

2.4.3 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี

2.4.4 ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัท พลาสติค และหีบห่อไทย จำกัด (มหาชน) ได้จัดประเภทความเสี่ยงที่มีโอกาสเกิดขึ้นและส่งผลกระทบ โดยทางตรง หรือทางอ้อม ต่อบริษัท ดังนี้ บริษัทจึงได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการพิจารณาความเสี่ยงขึ้นเพื่อทบทวนและพิจารณาแนวทางป้องกันปัจจัยเสี่ยงเพื่อเป็นเครื่องมือในการกำกับดูแลการปฏิบัติงานของฝ่ายบริหารจัดการ ให้อยู่ในความควบคุมอย่างเหมาะสม โดยมีคณะกรรมการตรวจสอบเป็นผู้จัดหาผู้ตรวจสอบภายใน และพิจารณารายงานผลการตรวจสอบ ที่มีผลกระทบต่อปัจจัยเสี่ยง โดยมีนโยบายการจัดการความเสี่ยงดังต่อไปนี้

1. ความเสี่ยงจากราคาวัตถุดิบ

โดยที่เม็ดพลาสติกเป็นส่วนประกอบหลักของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต และเป็นส่วนใหญ่ของต้นทุนสินค้า ปัจจัยหลักที่มีส่วนสัมพันธ์ และมีผลกระทบต่อราคาเม็ดพลาสติก ประกอบด้วย อุปสงค์ อุปทาน เม็ดพลาสติก ในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งมีโอกาสที่อาจเกิดความไม่สมดุลทำให้ราคาเปลี่ยนแปลง เช่นการที่โรงงานผู้ผลิตปิดเพื่อซ่อมบำรุง หรือเหตุการณ์ที่ทำให้อุปทานเปลี่ยนแปลงไป และที่สำคัญอีกส่วนหนึ่ง คือราคาน้ำมัน ที่มีการผันผวนตามกลไกตลาดโลก ซึ่งทั้ง 2 ปัจจัยส่งผลกระทบต่อราคาเม็ดพลาสติก และส่งผลต่อต้นทุนของบริษัท

กลยุทธ์ในการป้องกันความเสี่ยงจากผลกระทบของปัจจัยราคาวัตถุดิบ ในการจัดหาแหล่งผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ และราคาที่ผันผวน คือ

- 1.1 บริษัทได้มีการเจรจาตกลงกับลูกค้าหลักในเรื่องของการปรับราคาขายสินค้า ตามราคาเม็ดพลาสติก ที่เปลี่ยนแปลงในแต่ละไตรมาส เพื่อรองรับความเสี่ยงจากราคาในช่วงเวลานั้น ๆ ทำให้สามารถมีช่วงเวลาปรับตัว และบริหารจัดการ และปรับราคาเป็นไปอย่างมีระบบ ซึ่งจะสามารถทำให้บริษัทควบคุมอัตราต้นทุน กำไรได้อย่างสม่ำเสมอ ด้วยราคาที่เป็นธรรม อันเป็นกลยุทธ์ของความยั่งยืนด้วยส่วนหนึ่ง
- 1.2 บริษัทได้กระจายความเสี่ยง ด้วยการซื้อเม็ดพลาสติกที่หลากหลายตามความต้องการของลูกค้า จากผู้จำหน่ายหลายราย ในประเทศ ซึ่งสามารถป้องกันความเสี่ยงจากการขาดแคลนวัตถุดิบ และการผูกขาดราคา

2. ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี คู่แข่ง และการตลาด

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี และพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่เปลี่ยนแปลงไป เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้บริษัทต้องมีการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ ให้มีความหลากหลาย ซึ่งผลิตภัณฑ์ของบริษัท สามารถรองรับความเปลี่ยนแปลงไป ของกลุ่มบรรจภัณฑ์ หลากหลายประเภท อาทิเช่น บรรจภัณฑ์พลาสติก แก้ว กระดาษ เหล็ก โดยผลิตภัณฑ์พลาสติกทรงรูปนั้น สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดสินค้าอุปโภค บริโภค ตามความต้องการของลูกค้า ดังนั้น จึงสามารถรักษาส่วนแบ่งทางการตลาด ได้อย่างสมดุล แม้พฤติกรรมกรรมผู้บริโภคหรือเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป

ปัจจัยความเสี่ยงด้านคู่แข่งและการตลาด กลยุทธ์ คือ การสร้างทีมวิจัยพัฒนาที่แข็งแกร่ง เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองลูกค้า อย่างไม่หยุดยั้ง และการสร้างความสัมพันธ์เสมือนหุ้นส่วนทางธุรกิจในการเติบโตควบคู่ไปกับลูกค้า อย่างแนบแน่น ภายใต้รากษัตริย์ธรรม และผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ตลอดจนการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ช่วยลดต้นทุนสินค้าให้กับลูกค้า เหล่านี้เป็น การสร้างความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ องค์กร และทีมงานที่สนับสนุน ประกอบกับประสบการณ์ในธุรกิจและความเชี่ยวชาญในธุรกิจมากกว่า 34 ปี โดยยึดมั่นทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด เป็นสิ่งที่ทำให้บริษัทเติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

3. ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน

ความเสี่ยงในการดำเนินงาน อันเป็นผลจากกระบวนการ หรือนโยบายที่ล้มเหลว รวมไปถึงความผิดพลาดของระบบการปฏิบัติงาน

ตลอดระยะเวลา 34 ปี บริษัทมีความมุ่งมั่นพัฒนาระบบการรับรองคุณภาพ ISO 9000 และสร้างระบบงาน รวมถึงกำหนดแนวทางการปฏิบัติการ ให้อย่างชัดเจนและต่อเนื่อง และในการดำเนินงานของบริษัทอยู่ภายใต้คณะกรรมการตรวจสอบกำกับดูแล และมีผู้ตรวจสอบอิสระจากภายนอกที่อยู่ในระดับแนวหน้าในการตรวจสอบและให้ความเห็นในเรื่องความเสี่ยงที่อาจมีผลกระทบด้านต่าง ๆ เป็นประจำทุกไตรมาส และอยู่ภายใต้นโยบายการกำกับดูแลกิจการของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย แม้กระทั่งดำเนินการอยู่ภายใต้การตรวจสอบของลูกค้าในการตรวจสอบระบบคุณภาพ มาตรฐานผู้ผลิต เหล่านี้ล้วนเป็นการป้องกันความเสี่ยงจากการผิดพลาดในการปฏิบัติงานของพนักงาน และระบบการทำงาน

4. ความเสี่ยงด้านทรัพย์สิน

ความเสี่ยงในด้านทรัพย์สิน ซึ่งจะมีผลกระทบโดยตรงต่อสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ภัยธรรมชาติ สภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลง และความเสียหายต่อทรัพย์สิน ในเหตุการณ์ ดังกล่าวซึ่งอาจก่อผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจและความสูญเสียทางการเงิน

บริษัทได้มีแนวทางการป้องกันความเสี่ยงโดยทำประกันความเสี่ยงภัยทุกชนิด ครอบคลุมถึง ธุรกิจหยุดชะงัก ครอบคลุมระยะเวลาครบกรมธรรม์ 1 ปี ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ความเสี่ยงภัยดังกล่าวอาจมีผลจากความเสียหายต่อเนื่องมายังผลการดำเนินงาน และทรัพย์สิน นอกจากนั้น บริษัทยังมีการทำประกันภัยการขนส่ง ยวดยานพาหนะ รวมถึงประกันความรับผิดต่อตัวผลิตภัณฑ์ของบริษัทต่อบุคคลที่สาม

5. ความเสี่ยงด้านปริมาณสต็อกสินค้าเกิน

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

บริษัท ได้จัดให้มีการพัฒนาระบบสินค้าคงคลัง และมีการพัฒนาระบบควบคุมข้อมูลที่ครอบคลุมครบวงจรของระบบบ่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่การจัดซื้อ รับเข้าวัตถุดิบ วางแผนการผลิต จนกระทั่งระบบควบคุมสินค้าคงคลัง และขนส่งสินค้าเพื่อส่งมอบไปยังลูกค้า จนถึงปลายทาง ภายใต้ระบบโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก ระบบเชื่อมโยงเครือข่ายข้อมูลที่ครบครัน อีกทั้งการขยายพื้นที่คลังสินค้า 6,000 ตารางเมตร เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าให้เกิดประสิทธิภาพ

6. ความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัทมีการส่งออกไปยังต่างประเทศ ประมาณ 10% เป็นสกุลเงินดอลลาร์ โดยมีต้นทุนเป็นเงินบาทในช่วงระยะเวลาส่งสินค้าถึงวันที่เรียกเก็บเงินซึ่งมีโอกาสส่งผลกระทบต่อกำไรขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนกลยุทธ์ของบริษัทในการรองรับความเสี่ยงจากการเรียกเก็บเงินจากลูกค้าคือการทำสัญญาซื้อขายอัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้ากับสถาบันการเงินเป็นสกุลเงินตราต่างประเทศเพื่อเป็นทางเลือกในช่วงเวลารอคอยในการเรียกเก็บเงิน

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 และความสามารถในการผ่านพ้นอุปสรรค ซึ่งเป็นผลกระทบต่อกำไร โครงการในเชิงลึก

8. ความเสี่ยงจากการทุจริต

ในการจัดการองค์กรนั้น เป็นไปได้ที่อาจมีความเสี่ยงของการทุจริต ซึ่งความเสี่ยงดังกล่าวนี้มีทุกระดับชั้นขององค์กร ที่มีส่วนสัมพันธ์กับกิจกรรมการดำเนินงานแต่ละส่วนงาน ที่มีส่วนเกี่ยวเนื่องทั้งภายใน และผู้มีส่วนได้เสียจากภายนอก

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

บริษัทฯ ก่อนเข้ามีการบริหารจัดการอย่างมืออาชีพในการป้องกัน โดยการเปิดช่องทางให้ผู้มีส่วนได้เสียสามารถแจ้งเบาะแสมายังหัวหน้าส่วนกำกับดูแลการปฏิบัติภารกิจที่ชัดเจน และมีนโยบายเก็บข้อมูลจากผู้แจ้งเบาะแสเป็นความลับเพื่อปกป้องสิทธิและผลกระทบต่อผู้แจ้งเบาะแส และการจัดอบรม ให้ความรู้ต่อพนักงานทั้งระดับต้นและระดับบริหาร รวมถึงบรรจุอยู่ในคู่มือจรรยาบรรณพนักงาน แม้กระทั่งภายในองค์กรเอง บริษัทก็จัดให้มีกล่องรับข้อร้องเรียนจากภายในโดยไม่จำเป็นต้องเปิดเผยข้อมูล

9. ความเสี่ยงจากการเข้าซื้อ และการควบรวมกิจการ

บริษัทมีแนวทางการขยายกิจการโดยการเข้าซื้อ และควบรวมกิจการ ซึ่งกระบวนการในการเข้าซื้อ และการควบรวมกิจการนั้นย่อมมีความเสี่ยงเกิดขึ้น เช่นความเสี่ยงจากการก่อหนี้เพื่อเข้าทำรายการ และความเสี่ยงจากการลดลงของกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน ส่งผลทำให้ผิดข้อกำหนดทางการเงินที่สถาบันการเงินกำหนดไว้ได้

ในการลดความเสี่ยงจากการเข้าซื้อ และควบรวมกิจการนั้น ทีมผู้บริหารได้ทุ่มเทเวลา และทรัพยากรอย่างมาก (ทั้งภายในองค์กรเอง และการว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านกฎหมาย และด้านการเงิน) ในการจัดทำทวิเคราะห์ในด้านต่าง ๆ ของบริษัทเป้าหมาย โดยขั้นตอนนี้ใช้ระยะเวลาหลายเดือนก่อนที่บริษัทจะสรุปเงื่อนไขในการเข้าทำรายการ อีกทั้งบริษัทเลือกเข้าซื้อกิจการที่มีลักษณะธุรกิจแบบเดียวกับบริษัท คือผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก ซึ่งบริษัทมีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจนี้มาอย่างยาวนานถึง 34 ปี ส่งผลทำให้บริษัทมีความเข้าใจถึงเทคโนโลยีการผลิต และอุตสาหกรรมนี้เป็นอย่างดี

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรหลัก

ที่ดิน

รายละเอียด/ที่ตั้ง	ผู้ถือกรรมสิทธิ์	ประเภททรัพย์สิน	มูลค่าตามบัญชี (สุทธิ) (ล้านบาท)	มูลค่าตามบัญชี (สุทธิ) (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
เลขที่ 3/1-3/2 ซอยเทียนทะเล 15 ถนนบางขุนเทียน-ชายทะเล แขวงแสมคำ เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร	บริษัทฯ	ราคาที่ดิน	0.9	0.9	จำนองกับ ธนาคารทหาร ไทย จำกัด(มหาชน) ณ หลัง วันที่ 31 ธันวาคม 2560 อยู่ ระหว่างขั้นตอนปลดจำนอง
เลขที่ 77 ซอยเทียนทะเล 30 ถนนบางขุนเทียน-ชายทะเล แขวงท่าข้าม เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร	บริษัทฯ	ราคาที่ดิน	1.0	1.0	ปลอดจำนอง
		ส่วนปรับปรุงที่ดิน	7.2	7.2	
	บริษัทฯ	ราคาที่ดิน	12.4	12.4	จำนองกับ ธนาคารกสิกร ไทย จำกัด(มหาชน) ณ หลัง วันที่ 31 ธันวาคม 2560 อยู่ ระหว่างขั้นตอนปลดจำนอง
		ส่วนปรับปรุงที่ดิน	2.9	2.9	
เลขที่ 23/3 ซอยเทียนทะเล 30 ถนนบางขุนเทียน-ชายทะเล แขวงท่าข้าม เขตบางขุนเทียน	บริษัทฯ	ราคาที่ดิน	20.9	20.9	ปลอดจำนอง
		ส่วนปรับปรุงที่ดิน	8.9	8.9	
			54.2	54.2	

อาคาร สำนักงาน

รายละเอียด/ที่ตั้ง	ผู้ถือกรรมสิทธิ์	ประเภททรัพย์สิน	มูลค่าตามบัญชี (สุทธิ) (ล้านบาท)	มูลค่าตามบัญชี (สุทธิ) (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
เลขที่ 3/1-3/2 ซอยเทียนทะเล 15 ถนนบางขุนเทียน-ชายทะเล แขวงแสมคำ เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร	บริษัทฯ	สำนักงาน, โรงงานและ คลังสินค้า	8.2	7.4	จำนองกับ ธนาคารทหาร ไทย จำกัด(มหาชน) ณ หลัง วันที่ 31 ธันวาคม 2560 อยู่ ระหว่างขั้นตอนปลดจำนอง
พื้นที่ใช้สอย 3,600 ตร.เมตร		ส่วนต่อเติมอาคาร	2.0	1.9	
เลขที่ 77 ซอยเทียนทะเล 30 ถนนบางขุนเทียน-ชายทะเล แขวงท่าข้าม เขตบางขุนเทียน	บริษัทฯ	สำนักงาน, โรงงานและ คลังสินค้า	17.2	14.4	ปลอดจำนอง
พื้นที่ใช้สอย 12,000 ตร.เมตร		ส่วนต่อเติมอาคาร	7.9	8.2	
พื้นที่ใช้สอย 4,000 ตร.เมตร		สำนักงาน, โรงงานและ คลังสินค้า	27.1	25.2	จำนองกับ ธนาคารกสิกร ไทย จำกัด(มหาชน) ณ หลัง วันที่ 31 ธันวาคม 2560 อยู่ ระหว่างขั้นตอนปลดจำนอง
		ส่วนต่อเติมอาคาร	7.1	6.7	
เลขที่ 23/3 ซอยเทียนทะเล 30 ถนนบางขุนเทียน-ชายทะเล แขวงท่าข้าม เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร	บริษัทฯ	อาคารคลังสินค้าระหว่าง ก่อสร้าง	16.7	15.8	ปลอดจำนอง
พื้นที่ใช้สอย 2,500 ตร.เมตร		ส่วนต่อเติมอาคาร	6.9	8.4	
			93.1	88.0	

4.2 เครื่องมือ อุปกรณ์ และสินทรัพย์ถาวรอื่น

รายการ	มูลค่าตามบัญชี (สุทธิ) ณ สิ้นปี 2558 (ล้านบาท)	มูลค่าตามบัญชี (สุทธิ) ณ สิ้นปี 2559 (ล้านบาท)	มูลค่าตามบัญชี (สุทธิ) ณ 31 ธันวาคม 2560 (ล้านบาท)
เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน	1.7	4.3	3.6
เครื่องจักรและอุปกรณ์	347.6	337.0	309.3
แม่พิมพ์	42.9	76.8	76.7
ยานพาหนะ	3.7	4.2	2.7
รวม	396.0	422.2	392.3

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

- ไม่มี -

6. ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

ข้อมูลบริษัทหลัก

ชื่อบริษัท:	บริษัท พลาสติค และหีบห่อไทย จำกัด (มหาชน)
สัญลักษณ์:	TPAC
ลักษณะการประกอบธุรกิจ:	ออกแบบและผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทขวดและฝา รวมถึงผลิตภัณฑ์พลาสติกอื่นๆ ตามรูปแบบของลูกค้าแต่ละอุตสาหกรรม
Website:	www.thaiplaspac.com
เลขที่จดทะเบียนบริษัท:	0107547000575
วันที่ก่อตั้งบริษัท:	วันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ. 2526
ทุนจดทะเบียน:	255,000,000 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 255,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท
ทุนชำระแล้ว:	253,817,676 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 253,817,676 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท
สำหรับงวดปีการเงิน:	สิ้นสุด วันที่ 31 ธันวาคม 2560
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่:	77 ซอยเทียนทะเล 30 ถนนบางขุนเทียน-ชายทะเล แขวงท่าข้าม เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร 10150 โทรศัพท์ 02 897-2250-1 โทรสาร 02 897-4694
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
ผู้สอบบัญชีบริษัท:	คุณรุ่งนภา เลิศสุวรรณกุล(ทะเบียนเลขที่ 3516 ผู้ตรวจสอบปี 2551 – 2555, 2559-2560)หรือ คุณพิมพ์ใจ มานิตขจรกิจ (ทะเบียนเลขที่ 4521 ผู้ตรวจสอบปี 2556 – 2558)หรือ นายโสภณ เพิ่มศิริวัลลภ (ทะเบียนเลขที่ 3182 ไม่มีการตรวจสอบให้กับบริษัทในปีใด ๆ)หรือ นายชยพล สุขเศรษฐนันท์ (ทะเบียนเลขที่ 3972 ไม่มีการตรวจสอบให้กับบริษัทในปีใด ๆ) เป็นผู้สอบบัญชีที่ได้รับความเห็นชอบ จากสำนักงานคณะกรรมการกำกับตลาดหลักทรัพย์ สังกัด บริษัท สำนักงาน เอ็นส์ แอนด์ ยัง จำกัด

193/136-137 ชั้น 33 อาคารเสถียรดา ถนนรัชดาภิเษกตัดใหม่ กรุงเทพมหานคร 10110
โทรศัพท์ 02-264 0777

(สำนักงาน เอ็นส์ แอนด์ ยัง จำกัด ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริษัทให้
เป็นผู้ตรวจสอบบัญชีของบริษัท ซึ่งมีความเป็นอิสระ ตั้งแต่ปี 2548 ถึงปัจจุบัน)

ที่ปรึกษาทางกฎหมาย

นายพัศกร กุลธัมมรงค์ (กรรมการ และหัวหน้าทนายความสำนักงาน)
นายธนากร หนูสัมฤทธิ์ (กรรมการและทนายความประจำสำนักงาน)
นายพินภูมิ จิตกล้า (ทนายความประจำสำนักงาน)
บริษัท สำนักงานกฎหมายขุนพล แอนด์ แอสโซซิเอท จำกัด
เลขที่ 174/137 หมู่ที่ 6 ซอยพระราม 2 ซอย 60 แขวงสามลำ
เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร 10150
โทร. 02-415-9689, 095-573-2247 แฟกซ์ 02-050-2755

นักลงทุนสัมพันธ์

นายวรพงษ์ วุฒิพฤกษ์, worapong@thaiplaspac.com
นางสาวอนงค์ สมพิทยานุรักษ์, anong@thaiplaspac.com

เลขานุการบริษัท

นางสาวอนงค์ สมพิทยานุรักษ์, anong@thaiplaspac.com

ข้อมูลบริษัทย่อย

CIN	: U74999MH2017PTC301190
ชื่อบริษัท	: TPAC PACKAGING INDIA PRIVATE LIMITED
ROC Code	: RoC-Mumbai
หมายเลขทะเบียนบริษัท	: 301190
ประเภทธุรกิจ	: ถือหุ้น โดยบริษัท จำกัด
Company SubCategory	: Non-govt company
Class of Company	: Private
ทุนจดทะเบียน (รูปี)	: 100,000*
ทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว (รูปี)	: 100,000*
วันที่จดทะเบียนเป็นบริษัทย่อย	: 7 ธันวาคม 2560
สถานที่ตั้งบริษัท	: 405 ACME INDUSTRIAL PARK OFF I B PATEL ROAD, GOREGAON EAST MUMBAI Mumbai City MH 400063 INDIA
สถานะบริษัท	: ไม่เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์
ที่ปรึกษาทางกฎหมาย	: Chandhiok & Associates
ที่อยู่	: Advocates and Solicitors C-524 Defence Colony New Delhi-110024 India
สำนักงานผู้ตรวจสอบบัญชี	: S R B C & Co LLP
ที่อยู่	: 12 th Floor, The Ruby, Ruby Mill, Senapati Bapat Marg, Dadar (West), Mumbai, Maharashtra 400028, India
*หลังวันที่ 31 ธันวาคม 2560 ทุนจดทะเบียน และทุนที่ออกและชำระแล้วของบริษัทย่อย เพิ่มขึ้นเป็น 300,000,000 รูปี และ 110,100,000 รูปี	

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 แขวงแสมดำ เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร 10150
หมายเลขโทรศัพท์ 02 415 9689
หมายเลขโทรสาร 02 050 2755

(ง) ที่ปรึกษาทางด้านการเงินอิสระ ในการเข้าซื้อกิจการ

บริษัท ดิสคัฟเวอรี แมนเนจเม้นท์ จำกัด
5 อาคารสิทธิวิโรจ ห้าง 142 ชั้น 14 ซอยพิพัฒน์ ถนนสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500 โทร. 0 2235
2117. 22, บริษัทหลักทรัพย์ เอเซีย เบลท์ จำกัด 540 อาคารเมอร์คิวรี ทาวเวอร์ ชั้น 7, 14, 17 ถนนเพลินจิต
แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
หมายเลขโทรศัพท์ 02 680 5000
โทรสาร 02 680 5111

(จ) ที่ปรึกษาทางด้านกฎหมายในการเข้าซื้อกิจการ

The Capital Law Office Limited
44 Smooth Life Tower, 18th Fl. North Sathorn Rd., Bangrak, BKK, Thailand 10500
หมายเลขโทรศัพท์ 02 633 9088
หมายเลขโทรสาร 02 633 9089