

## ส่วนที่ 1

### การประกอบธุรกิจ

#### 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

##### 1.1 ภาพรวมการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ

**บริษัท ฝ้าจ๊ีบ จ้ากั๊ด (มหาชน)** ประกอบธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจำหน่าย ฝ้าจ๊ีบ ฝ้าเกลียวกันปลอม ฝ้าแม็กชี ฝ้าพลาสติก และฝ้าคอมโพสิต สำหรับปิดผนึกขวดบรรจุเครื่องดื่มหลากหลายประเภท เช่น น้ำอัดลม นม ถั่วเหลือง เบียร์ โซดา เครื่องดื่มบำรุงกำลัง น้ำผลไม้ สุรา ชา น้ำดื่ม ชูปโก๊สกั๊ด รังนก และเวชภัณฑ์ รวมถึงจำหน่ายเครื่องผนึกฝ้าจ๊ีบแบบคั่นโยกและเครื่องผนึกฝ้าแม็กชี นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการให้บริการรับจ้างพิมพ์แผ่นโลหะและแผ่นอลูมิเนียมตราต่างๆ

บริษัท ฝ้าจ๊ีบ จ้ากั๊ด (มหาชน) ก่อตั้งในปี 2511 ได้รับการสนับสนุนเทคโนโลยีการผลิตจากบริษัท นิปปอน โคลสเซอร์ส จ้ากั๊ด ซึ่งเป็นบริษัทในกลุ่มของบริษัท โตโย ไซกัน กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จ้ากั๊ด ประเทศญี่ปุ่น และด้วยผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง รวมทั้งกำลังการผลิตที่มีเพียงพอ บริษัทฯ ได้จำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้าชั้นนำทั้งในประเทศและต่างประเทศ ปัจจุบันมียอดขายมากกว่า 2,800 ล้านบาทต่อปี โดยมีผู้ถือหุ้นหลักอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และเครื่องดื่ม ได้แก่ บริษัท นิปปอน โคลสเซอร์ส จ้ากั๊ด บริษัท โตโย ไซกัน จ้ากั๊ด บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จ้ากั๊ด บริษัท ไทยน้ำทิพย์ จ้ากั๊ด บริษัท เสริมสุข จ้ากั๊ด(มหาชน) และบริษัท กรีนสปอต จ้ากั๊ด

ตลอดระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจบรรจุภัณฑ์ฝ้าปิดผนึก บริษัทฯ ได้พัฒนาและเสริมสร้างความสัมพันธ์อันยาวนานกับลูกค้า ด้วยการยึดมั่นในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยการใช้เทคโนโลยีชั้นนำจากกลุ่มบริษัท โตโย ไซกัน กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จ้ากั๊ด บริษัทฯ ยังคงทุ่มเทและมุ่งมั่นอย่างเต็มที่ที่จะก้าวไปสู่ความเป็นผู้นำในธุรกิจบรรจุภัณฑ์ในอนาคต

##### 1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท ฝ้าจ๊ีบ จ้ากั๊ด (มหาชน) (Crown Seal Public Company Limited) ได้จดทะเบียนจัดตั้งเป็นนิติบุคคลประเภทบริษัทจ้ากั๊ด เมื่อวันที่ 26 เมษายน 2511 โดยมีทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 100,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 10,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท บริษัทฯ จัดตั้งขึ้นโดยการร่วมทุนของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มภายในประเทศกับบริษัท เบอร์ลี่ยุคเกอร์ จ้ากั๊ด และบริษัท โตโย ไซกัน ไกชา จ้ากั๊ด ซึ่งเป็นผู้ให้ความช่วยเหลือด้านวิชาการและเทคนิคในการผลิตฝ้าจ๊ีบ ฝ้าอลูมิเนียมเกลียวกันปลอม ฝ้าแม็กชี และฝ้าพลาสติก

บริษัทฯ ได้รับอนุญาตให้เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 30 ธันวาคม

ในวันที่ 2 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2537 บริษัทฯ ได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัดตามพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535 ทะเบียนเลขที่บมจ.288 ปัจจุบันเปลี่ยนเป็นทะเบียนเลขที่ 0107537000416

#### ปี 2554

- ไม่มีการเปลี่ยนแปลงที่มีนัยสำคัญในปี 2554 นอกจากนี้บริษัทฯ ได้ซื้ออาคารคลังสินค้าอัตโนมัติและอุปกรณ์จากบริษัท บางกอกแคน แมนูแฟคเจอร์ จำกัด ในราคา 45,422,145 บาท และได้รับโอนกรรมสิทธิ์จากบริษัทดังกล่าว เมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2554

#### ปี 2555

- บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนใน บริษัท เพชรแพค จำกัด จำนวน 2 ครั้ง รวม 180,000 หุ้น ราคาหุ้นละ 450 บาท รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 81 ล้านบาท ทำให้บริษัทฯ มีหุ้นในบริษัท เพชรแพค จำกัด เพิ่มขึ้นเป็น 260,000 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 18.6 ของหุ้นทั้งหมด

#### ปี 2556

- บริษัท โตโย ไชกัน ไกชา จำกัด ได้เปลี่ยนโครงสร้างและชื่อบริษัทเป็น บริษัท โตโย ไชกัน กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด และได้โอนหุ้นทั้งหมดของบริษัท ฝ้าจิบ จำกัด (มหาชน) จำนวน 5,280,000 หุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 10 ของหุ้นทั้งหมดให้กับบริษัท โตโย ไชกัน จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย และถือหุ้นโดยบริษัท โตโย ไชกัน กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัดทั้งหมด ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2556
- บริษัท เจแปน คราวน์คอร์ค จำกัด ผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัทฯ จำนวน 19,843,338 หุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 37.58 ของหุ้นทั้งหมด ได้เปลี่ยนชื่อบริษัทเป็นบริษัท นิปปอน โคลสเชอร์ส จำกัด ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2556
- บริษัทฯ ได้ขายหุ้นใน บริษัท เพชรแพค จำกัด จำนวน 120,000 หุ้น ในราคาหุ้นละ 483.48 บาท ให้กับบริษัท โตโย ไชกัน กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด ทำให้บริษัทเหลือหุ้นในบริษัท เพชรแพค จำกัด จำนวน 140,000 หุ้น หรือคิดเป็น ร้อยละ 10.0 ของทุนจดทะเบียน

#### ปี 2557

- บริษัท ได้ร่วมลงทุนกับบริษัท นิปปอน โคลสเชอร์ส จำกัด และ Davlyn Steel Corporation (Hong Kong) Co.,Ltd. ตั้งบริษัท PT. Indonesia Caps and Closures ผลิตฝาในประเทศอินโดนีเซีย ทุนจดทะเบียน 5,750,000 ดอลลาร์สหรัฐ โดยถือหุ้น จำนวน 14,375 หุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 25 ของทุนจดทะเบียน

#### ปี 2558

- ไม่มีการเปลี่ยนแปลงที่มีนัยสำคัญในปี 2558

### 1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทฯ

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ชนิดของหุ้น	ทุนจดทะเบียน	สัดส่วนการถือหุ้น (%)
<b>บริษัทร่วม</b> PT. Indonesia Caps and Closures	ผลิตภาชนะพลาสติก	สามัญ	5.75 ล้าน ดอลลาร์สหรัฐ	25.0
<b>บริษัทที่เกี่ยวข้อง</b> <b>บริษัท เพชรแพค จำกัด</b> <b>บริษัท เฮอริเทจ สโตนแวร์ จำกัด*</b> <b>บริษัท บางกอกแคน แมนูแฟคเจอริ่ง จำกัด</b>	ผลิตภาชนะพลาสติก ผลิตภาชนะเซรามิค ผลิตฝากระป๋อง กระป๋อง 2 ชั้น และกระป๋อง 3 ชั้น	สามัญ สามัญ สามัญ	140 ล้านบาท 100 ล้านบาท 1,800 ล้านบาท	10.0 10.0 1.6

หมายเหตุ \* บริษัท เฮอริเทจ สโตนแวร์ จำกัด หยุดดำเนินการตั้งแต่ปี 2551

### 1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

บริษัทฯ ได้รับการสนับสนุนทางวิชาการ และเทคโนโลยีในการผลิตจาก บริษัท โตโย ไชกัน จำกัด และ บริษัท นิปปอน โคลสเชอร์ส จำกัด ประเทศญี่ปุ่น โดยบริษัทฯ ชำระค่าสิทธิการผลิตเป็นจำนวนร้อยละของยอดขายสุทธิของแต่ละผลิตภัณฑ์ และค่าใช้จ่ายอื่นสำหรับความช่วยเหลือในการส่งช่างเทคนิคมาช่วยปรับปรุงการผลิตเป็นครั้งคราวตามความจำเป็น

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### 2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

**ฝาจีบ (CROWN CAP)** เป็นฝาปิดผนึกขวด ทำมาจากแผ่นเหล็กเคลือบอัดขึ้นรูป ภายในบุด้วยวัสดุฉนวน ป้องกันการรั่วซึม เมื่อปิดแน่นจะสามารถเก็บรักษาคุณภาพเครื่องดื่ม หรือผลิตภัณฑ์ภายในขวดได้ดี ปัจจุบันใช้ ฝาผนึกขวดบรรจุน้ำอัดลม เปียร์ โซดา นมถั่วเหลือง น้ำผลไม้

**ฝาเกลียวกันปลอม (PILFER-PROOF CAP)** ใช้ปิดผนึกขวดเกลียว พัฒนาขึ้นเพื่อป้องกันการปลอมปน สินค้า ทำจากแผ่นอลูมิเนียมอัดขึ้นรูปเป็นลักษณะถ้วยทรงกระบอก มีรอยปรุโดยรอบระหว่างตัวฝากับขอบฝา ภายในบุด้วยวัสดุป้องกันการรั่วซึม ไม่เป็นสนิม เหมาะสมที่จะใช้กับฝาผนึกขวดบรรจุเครื่องดื่ม บำรุงกำลัง สุรา ยา ฝาเกลียวกันปลอมเปิดง่าย ใช้ปิดซ้ำได้อีกเมื่อบริโภคไม่หมดในคราวเดียว แต่สามารถเห็นได้ชัดว่าผ่านการเปิดมาแล้ว

**ฝาพลาสติก (PLASTIC CAP)** เป็นฝาปิดผนึกขวดที่ผลิตโดยใช้พลาสติกเรซิน ขึ้นรูปเป็นฝา มีรูปแบบที่เหมาะสมกับการใช้งานที่แตกต่างกันหลายประเภท ลักษณะโดยทั่วไปของฝา มีร่องกันลื่นโดยรอบ และมีรอยปรุระหว่างตัวฝากับขอบฝาเพื่อ เป็นสัญลักษณ์หากฝาถูกเปิดหลังจากการบรรจุ ฝาพลาสติกถูกออกแบบให้เปิดได้ง่าย ใช้ปิดซ้ำได้อีกเมื่อบริโภคไม่หมดในคราวเดียว ปัจจุบัน บริษัทฯ มีฝาพลาสติกหลายชนิดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ได้แก่

- ฝาพลาสติกชนิดมีวัสดุฉนวนป้องกันการรั่วซึม สำหรับใช้ปิดผนึกขวดบรรจุน้ำอัดลม หรือผลิตภัณฑ์ผ่านกระบวนการบรรจุด้วยอุณหภูมิสูง เช่น ชา นม เครื่องดื่มบำรุงกำลัง
- ฝาพลาสติกชนิดไม่มีวัสดุฉนวนป้องกันการรั่วซึม ที่ออกแบบมาให้สามารถป้องกันการรั่วซึมได้โดยไม่ต้องอาศัยวัสดุฉนวนชั้นใน สำหรับใช้กับฝาผนึกขวดบรรจุเครื่องดื่ม น้ำผลไม้
- ฝาพลาสติกชนิดไม่มีวัสดุฉนวนป้องกันการรั่วซึม สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ผ่านกระบวนการบรรจุด้วยอุณหภูมิสูง เช่น นม ชา
- ฝาพลาสติกชนิดไม่มีวัสดุฉนวนป้องกันการรั่วซึม เพื่อการบรรจุในระบบปลอดเชื้อ (Aseptic)

**ฝาวงแหวนแมกซ์คราวน์ (MAXI CROWN)** เป็นฝาปิดผนึกขวดที่ทำจากแผ่นเหล็กอัดขึ้นรูปและบากร่อง ภายในบุด้วยวัสดุป้องกันการรั่วซึม พัฒนาขึ้นเพื่อให้ดึงวงแหวนเปิดได้ง่าย ป้องกันการนำกลับมาใช้ใหม่และการปลอมปนสินค้าได้สมบูรณ์แบบ เหมาะสมที่จะใช้ปิดผนึกผลิตภัณฑ์ไม่แช่เย็นต่างๆ

**ฝาวงแหวนแมกซ์แคป (MAXI CAP)** เป็นฝาปิดผนึกขวดที่ทำจากแผ่นอลูมิเนียมทั้งชิ้นอัดขึ้นรูปและบากร่องภายในบุด้วยวัสดุป้องกันการรั่วซึม นอกจากคุณสมบัติทั่วไปที่เหมือนกับฝาวงแหวนแมกซ์คราวน์แล้ว ยังมีคุณสมบัติเหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ต้องเก็บไว้ในที่มีความชื้นสูง หรือเปียกชื้นเป็นเวลายาวนานได้โดยฝาไม่เป็นสนิม เช่น น้ำดื่ม เปียร์ สุรา น้ำผลไม้

**ฝางแหวนแม็กซ์พี (MAXI-P)** เป็นฝาปิดผนึกขวดที่ทำจากแผ่นอลูมิเนียมอัดขึ้นรูปและบากร่อง ภายในบุด้วยวัสดุป้องกันการรั่วซึม คุณสมบัติโดยทั่วไปเหมือนกับฝางแหวนแม็กซ์พีแค๊ป ยกเว้นวงแหวนที่ใช้ดึงเปิดเปลี่ยนจากอลูมิเนียมเป็นพลาสติก สามารถป้องกันการปลอมปนสินค้า และเหมาะสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ต้องการเก็บไว้ในที่ที่มีความชื้นสูงโดยฝายังไม่เป็นสนิม เช่น น้ำดื่ม เบียร์ สุรา น้ำผลไม้

**ฝาคอมโพสิต (COMPOSITE CAP)** เป็นฝาปิดผนึกประกอบด้วยสองส่วน ได้แก่ ตัวฝาที่ขึ้นรูปด้วยพลาสติกเรซิน และแผ่นโลหะด้านบน สามารถใช้งานกับกระบวนการบรรจุที่ต้องผ่านการฆ่าเชื้อด้วยความร้อนสูง เหมาะสำหรับผลิตภัณฑ์กลุ่มซูปเปอร์มาร์เก็ต, รังนก หรือผลิตภัณฑ์ที่มีการวางภาพลักษณ์ทางการตลาดระดับสูงได้เป็นอย่างดี

**เครื่องฝักฝากจิบแบบคั่นโยก** ได้รับการออกแบบเป็นพิเศษสามารถฝักฝาด้านบนสนิทกับปากขวด จึงป้องกันการรั่วไหล ของผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายในได้เป็นอย่างดี ใช้งานมีน้ำหนักเบาเคลื่อนย้ายได้สะดวก

**เครื่องฝักฝากแม็กซ์พี** เป็นเครื่องฝักฝากหัวเดียวระบบนิวเมติกส์อัตโนมัติ สามารถฝักได้ทั้งฝากแม็กซ์พีแค๊ป ฝากแม็กซ์พีควาร์ตและฝากแม็กซ์พี โดยฝักกับขวดได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ที่บรรจุภายในให้คงคุณภาพอยู่ได้นาน

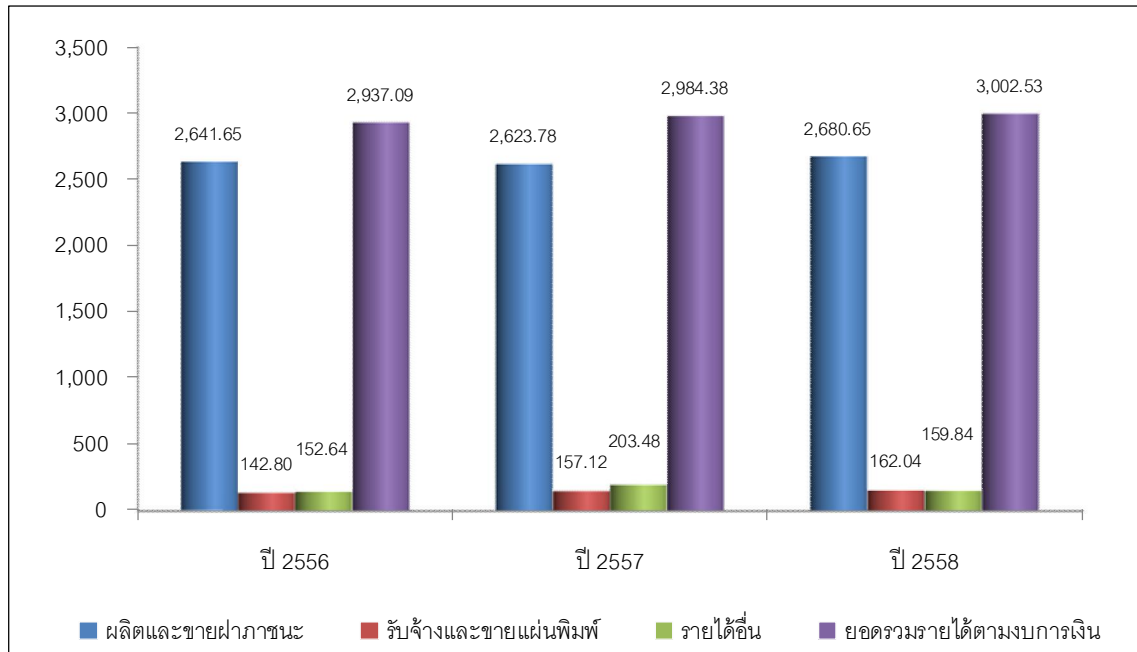
**งานบริการพิมพ์แผ่นโลหะ** บริษัทฯ ให้บริการเคลือบและพิมพ์สีลวดลายต่างๆ ลงบนแผ่นโลหะและแผ่นอลูมิเนียม เพื่อให้ลูกค้านำไปขึ้นรูปเป็นสินค้า ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังให้บริการในการออกแบบลวดลายงานพิมพ์ด้วยระบบการจัดทำที่ทันสมัยทำให้งานพิมพ์มีคุณภาพ

#### โครงสร้างรายได้ของบริษัทฯ ในระยะ 3 ปี ที่ผ่านมา

รายได้	2558		2557		2556	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
<b>รายได้สุทธิ</b>						
1. ผลิตและขายฝากภาชนะ	2,680.65	89.28	2,623.78	87.92	2,641.65	89.94
2. รับจ้างและขายแผ่นพิมพ์	162.04	5.40	157.12	5.26	142.80	4.86
3. รายได้อื่น*	159.84	5.32	203.48	6.82	152.64	5.20
<b>ยอดรวมรายได้ตามงบการเงิน</b>	<b>3,002.53</b>	<b>100.00</b>	<b>2,984.38</b>	<b>100.00</b>	<b>2,937.09</b>	<b>100.00</b>

**หมายเหตุ :** \*แสดงตามงบการเงินที่รวมรายได้อื่นๆ เช่น รายได้จากการขายเศษวัสดุ รายได้ค่าบริหาร และอื่น ๆ

## โครงสร้างรายได้ของบริษัทฯ ในระยะเวลา 3 ปี



## 2.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

ตลาดเครื่องดื่มน้ำในปี 2558 ได้รับผลกระทบจากปัจจัยทางด้านกำลังซื้อของผู้บริโภค จากสภาพเศรษฐกิจที่ทรุดตัว ปัจจัยทางด้านนโยบายภาครัฐในเรื่องภาษีสรรพสามิตที่มีการปรับขึ้นในช่วงครึ่งแรกของปี 2558 ปัจจัยจากสินค้าเกษตร เช่น ยางพารา ข้าว มีราคาตกต่ำ สภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลงไป มีภาวะภัยแล้งจากที่ฝนตกไม่ตรงตามฤดูกาล ประกอบกับน้ำภายในเขื่อนไม่เพียงพอต่อภาคเกษตรกรรม จึงทำให้ประชากรส่วนใหญ่ขาดกำลังซื้อและมีหนี้สิน การกระตุ้นเศรษฐกิจจากภาครัฐโดยการมีมาตรการลดหย่อนรายได้ให้กับชาวนาและชาวนายางพารา สามารถช่วยบรรเทาและชะลอปัญหาได้ระดับหนึ่ง แต่การที่สินค้าเกษตรมีราคาตกต่ำต่อนั้น ได้มีผลกระทบกับกำลังซื้อของประชากรส่วนใหญ่ของประเทศ แม้รัฐจะมีการกระตุ้นการใช้จ่ายในช่วงครึ่งหลังของปี โดยการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีอากร ก็เป็นการกระตุ้นการใช้จ่ายด้านอื่นๆ มากกว่ากลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องดื่มน้ำซึ่งมีส่วนที่เป็นปัจจัยเสริมได้แก่ภาคการท่องเที่ยวที่มีทิศทางที่ดีขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2557

อย่างไรก็ตามตลาดเครื่องดื่มน้ำภายในประเทศ ได้มีปรับตัวและปรับกลยุทธ์ในแต่ละประเภทเครื่องดื่ม โดยมีการส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อ มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และผลิตภัณฑ์ที่เจาะจงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น เพื่อขยายตลาด แม้ตลาดจะมีการแข่งขันสูง แต่ผู้ผลิตรายใหม่ๆ ก็มีความพร้อมที่จะเข้ามาแข่งขัน โดยมองเห็นโอกาสในการผลิตเครื่องดื่มเพื่อส่งออกไปยังตลาดต่างๆ ที่มีความนิยมในเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพบรรจุขวดแก้ว ซึ่งตลาดกลุ่มนี้มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยผู้ประกอบการรายใหม่ๆ ที่มีศักยภาพในการสร้างแบรนด์ของตนเองและการรับจ้างบรรจุ เพื่อบริหารการผลิตให้ได้ประโยชน์สูงสุด

เครื่องดื่มไม่ใช่แอลกอฮอล์ ยังคงมีการเติบโตเฉลี่ยมากกว่าร้อยละ 4 โดยในบางกลุ่มผลิตภัณฑ์ เช่น เครื่องดื่มเกลือแร่ เครื่องดื่มชูกำลัง น้ำนมถั่วเหลือง เครื่องดื่มสุขภาพบรรจุขวดแก้ว ยังเป็นผลิตภัณฑ์หลักที่มีการเติบโต และมีการขยายตลาดส่งออกได้อย่างต่อเนื่อง สำหรับเครื่องดื่มบรรจุก๊าซ มีการแข่งขันและขยายฐานสำหรับเครื่องดื่มที่บรรจุขวด PET เป็นหลัก ส่วนเครื่องดื่มที่มีการแข่งขันสูง แต่ตลาดไม่ได้เติบโตอย่างที่เคยได้แก่ตลาดเครื่องดื่มชา ซึ่งมีการส่งเสริมการขายต่อเนื่องตลอดทั้งปี และยังคงเรื่องของการส่ง SMS ข้อความได้ฟรีเพื่อชิงโชค เพื่อให้ตลาดมีการตื่นตัวและคึกคัก สำหรับตลาดน้ำดื่มขวด PET มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและผู้ผลิตรายใหญ่ๆ ได้ขยายกำลังการผลิต เพื่อช่วงชิงความได้เปรียบของการจัดจำหน่าย เพื่อให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ในประเทศ

โดยภาพรวมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มในปี 2558 ได้มีอัตราการเติบโตตั้งแต่ร้อยละ 4 ถึงร้อยละ 10 ขึ้นอยู่กับอุตสาหกรรมและการแข่งขันของเครื่องดื่มแต่ละประเภท

ตลาดเครื่องดื่มในภูมิภาคอาเซียน มีการเติบโตเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับภายในประเทศ ซึ่งในช่วงปี 2558 ที่ผ่านมามีหลายประเทศ มีสภาพเศรษฐกิจที่ทรงตัว และมีความผันผวนของค่าเงิน อย่างไรก็ตามประเทศไทยในภูมิภาคนี้ เช่น พม่า เวียดนาม ลาว อินโดนีเซีย ก็เป็นกลุ่มประเทศที่เป็นที่สนใจของนักลงทุนที่จะย้ายฐานการผลิตหรือเข้ามาเป็นพันธมิตรในการค้าการลงทุน

## กลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทฯ ในปี 2558 มีดังนี้

### 1. คุณภาพของผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ มีนโยบายชัดเจนในการดำเนินธุรกิจภายใต้การรับรองคุณภาพระบบงานต่างๆ ในระดับสากล โดยบริษัทฯ มีการพัฒนาและรักษาระบบงานของบริษัทฯ ให้สอดคล้องกับข้อกำหนดของระบบรับรองคุณภาพเหล่านั้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้แน่ใจได้ว่า ลูกค้าจะได้รับสินค้าที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัย เหมาะสมสำหรับสินค้าทรงคุณค่าของลูกค้า และเป็นโอกาสให้บริษัทฯ ได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการส่งมอบเครื่องดื่มที่มีคุณภาพดี มีความปลอดภัย ถึงมือผู้บริโภคอย่างสมบูรณ์ได้แก่

ระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2008 และระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ISO 14001 : 2004 ซึ่งได้มีการประกาศใช้ Version 2015 ในเดือนกันยายน 2558 บริษัทฯ จึงจัดส่งทีมระบบบริหารคุณภาพเข้ารับการอบรม เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในรายละเอียดที่มีการเพิ่มเติมและจัดอบรมภายในองค์กร เพื่อเตรียมความพร้อมในการขอการรับรองระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2015 และระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ISO 14001 : 2015 ในปีถัดไป

ระบบรับรองความปลอดภัยของอาหาร ISO FSSC 22000:2013 (Food Safety System) รวมถึงระบบบริหารความปลอดภัยอาหาร ISO 22000:2005 และโปรแกรมพื้นฐานของ PRP สำหรับโรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์ที่ใช้กับอาหาร PAS 223:2011 (Public Availability Specification) ระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความ

ปลอดภัย TIS 18001 และระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (BS OHSAS 18001:2007, มอก. 18001-2554)

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังคงมีการดำเนินการผลิตภายใต้ระบบการจัดการสุขลักษณะที่ดีในสถานประกอบการ (Good Manufacturing Practice - GMP) ระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุม (Hazard Analysis and Critical Control Point - HACCP) ซึ่งเป็นระบบที่ใช้กับสถานประกอบการผู้ผลิตอาหารและเครื่องดื่ม ระบบการบำรุงรักษาที่ผลแบบทุกคนมีส่วนร่วม (TPM) โดยมีการทำ 5ส และ Kaizen เป็นหลักการพื้นฐาน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความมั่นใจต่อลูกค้า ในการใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ

## 2. ด้านราคา

บริษัทฯ ได้ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม การกำหนดราคาเป็นไปอย่างสมเหตุสมผล โดยมีการทบทวนราคาจำหน่ายสินค้ากับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และมีความเหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงราคาของวัตถุดิบหลัก เช่น แผ่นเหล็ก แผ่นอลูมิเนียม เม็ดพลาสติก อันเป็นต้นทุนหลักของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ ยังมีการประเมินและวิเคราะห์เพื่อการบริหารต้นทุน กรณีที่มีการเจรจาเพื่อตรึงราคาจำหน่ายในระยะเวลาที่กำหนด หรือการต้องเข้าร่วมประมูลเพื่อเสนอราคา ซึ่งปัจจุบันลูกค้าที่เป็นกลุ่มบริษัท ทั้งลูกค้าภายในประเทศและลูกค้าต่างประเทศ ได้ใช้ระบบการประมูลราคากันอย่างแพร่หลาย

## 3. ด้านบริการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญยิ่ง ต่อสัมพันธ์ภาพอันดีระหว่างบริษัทฯ และลูกค้า ซึ่งเป็นกลยุทธ์สำคัญทางการตลาดเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้น โดยการตอบสนองความต้องการลูกค้า ด้วยการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและการให้บริการที่ดี ทั้งก่อนการขาย ระหว่างการขาย และหลังการขาย มีการแลกเปลี่ยนความรู้ และรับทราบความต้องการของลูกค้า อันเป็นประโยชน์ในการนำมาพัฒนาปรับปรุงสินค้าและบริการของบริษัทฯ ให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานอยู่เสมอ ซึ่งรวมถึงความร่วมมือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆ เพื่อต่อยอดจากการใช้งานผลิตภัณฑ์เดิม

นอกจากทีมงานขายที่จะเข้าพบลูกค้าสม่ำเสมอแล้ว บริษัทฯ ยังมีทีมงานบริการเทคนิค ที่มีความชำนาญในผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ สภาพการปิดบรรจุภัณฑ์ ซึ่งพร้อมให้บริการตรวจเช็ค จัดการอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้กับบุคลากรของลูกค้า โดยตลอดปี 2558 บริษัทฯ ได้รับเกียรติจากลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศจำนวนมากให้เข้าทำการอบรมความรู้ในเรื่องผลิตภัณฑ์ สภาพการปิด การใช้งาน รวมถึงการเก็บรักษาบรรจุภัณฑ์ก่อนนำไปใช้งาน อบรมภาคปฏิบัติให้กับทีมงานฝ่ายผลิต ฝ่ายซ่อมบำรุงของลูกค้า เพื่อให้มั่นใจว่าลูกค้าจะได้รับความพึงพอใจในการใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ พร้อมทั้งจัดทำฐานข้อมูลเพื่อใช้อ้างอิงในการตรวจเช็คแต่ละครั้งและแจ้งลูกค้าทราบอย่างต่อเนื่อง



สำหรับการขนส่ง มีการดูแลและบำรุงรักษาขนส่งของบริษัทฯ ให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสมกับการใช้งาน ใช้ระบบ secure lock เพื่อให้ความมั่นใจต่อลูกค้าว่าสินค้าจะไม่ถูกเปิดในระหว่างการขนส่ง โดยลูกค้าสามารถปฏิเสธการรับสินค้าได้ทันที หากพบความเสียหายของ Secure Lock ก่อนการตรวจรับที่โรงงานลูกค้า นอกจากนี้ทีมงานด้านการขนส่ง มีความพร้อมในการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามกฎระเบียบของลูกค้า รวมถึงมีการจัดอุปกรณ์ความปลอดภัยต่างๆ ตามที่ลูกค้ากำหนดอย่างครบถ้วน

บริษัทฯ มีพันธมิตรที่มีความชำนาญด้านการขนส่งมาช่วยเสริมให้บริษัทฯ สามารถจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าได้ตามกำหนด และเพิ่มความคล่องตัวในการบริหารการส่งมอบให้มีความสะดวก รวดเร็ว โดยมีมาตรฐานเดียวกันกับบริษัทฯ

#### 4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์

เพื่อเป็นการขยายฐานการจำหน่ายไปสู่อุตสาหกรรมเครื่องดื่มประเภทน้ำดื่มบรรจุขวด PET ในปี 2558 บริษัทฯ ได้ทำการติดตั้งสายการผลิตฝาพลาสติกสำหรับน้ำดื่ม ชนิด 29/25 ซึ่งเป็นฝาที่มีน้ำหนักเบา เพื่อเพิ่มและขยายฐานการขายไปยังตลาดน้ำดื่มบรรจุขวด PET ซึ่งเป็นตลาดที่บริษัทฯ ยังไม่เคยมีส่วนแบ่งทางการตลาดมาก่อน นอกจากนี้ ยังได้ติดตั้งสายการผลิตฝาพลาสติกสำหรับระบบบรรจุแบบปลอดเชื้อ (Aseptic filling line) พร้อมกับติดตั้งเครื่องพิมพ์ฝาพลาสติก เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างครอบคลุม รวมถึงการพัฒนาและลงทุนเครื่องยิง Laser สำหรับจัดทำโปรโมชันได้ฝา และการติดตั้งกล้อง Video Inspecting Device (VID) เพื่อตรวจจับผลิตภัณฑ์ที่ไม่สอดคล้องกับข้อกำหนดของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจว่าสินค้าที่ส่งมอบจะสามารถใช้งานได้เป็นอย่างดี

สำหรับกลุ่มฝาโลหะ ได้มีการขยายกำลังการผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ฝาเกลียว เพื่อรองรับตลาดเครื่องดื่มเกลือแร่ เครื่องดื่มชูกำลัง เครื่องดื่มบรรจุร้อน และเครื่องดื่มกลุ่มสุรา ซึ่งมีการเติบโตต่อเนื่อง ทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ อีกทั้งศึกษาการลงทุนเพื่อติดตั้งเครื่องพิมพ์สำหรับกลุ่มฝาโลหะ เพื่อรองรับการเติบโต และสามารถรองรับการให้บริการงานเคลือบพิมพ์ได้ในอนาคต

#### ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

##### 1. ขนาดตลาดและอัตราการเติบโต

ในปี 2558 ขนาดตลาดของบรรจุภัณฑ์ฝาโลหะ ที่ใช้น้ำหนักขวดแก้ว มีอัตราการเติบโตมากกว่าร้อยละ 4 เมื่อเทียบกับปี 2557 ซึ่งตลาดมีการหดตัว โดยกลุ่มที่มีการเติบโตได้แก่ เครื่องดื่มนมถั่วเหลือง เครื่องดื่มชูกำลัง เครื่องดื่มเกลือแร่ เครื่องดื่มเปียร์ และสุรา ขณะที่เครื่องดื่มอัดก๊าซ มีการเติบโตที่ลดลงในบรรจุภัณฑ์ขวดแก้ว แต่มีการเติบโตสูงในบรรจุภัณฑ์ขวด PET ที่มีหลากหลายขนาดบรรจุให้ผู้บริโภคเลือกซื้อ อีกทั้งราคาจำหน่ายในบางขนาดบรรจุก็ใกล้เคียงกับเครื่องดื่มที่บรรจุขวดแก้ว จากการที่บรรจุภัณฑ์พลาสติกได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชนิดต่างๆ จึงเลือกใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกเป็นฐานในการขยายตลาด ประกอบกับต้นทุน

โดยรวมของบรรจุกภัณฑ์พลาสติกก็มีแนวโน้มต่ำกว่าขาดแก้ว และการขนส่งเคลื่อนย้าย ก็มีความคล่องตัวมากกว่า

จากสภาพเศรษฐกิจที่ยังคงชะลอตัว ผลผลิตภาคการเกษตรตกต่ำ ทำให้กำลังซื้อของผู้บริโภคหดตัว จึงส่งผลให้การบริโภคเครื่องดื่มไม่เติบโตเท่าที่ควร เครื่องดื่มที่มีการเติบโตได้แก่ น้ำดื่ม ซึ่งมีความจำเป็นต่อร่างกาย แต่ก็มีการแข่งขันสูง มีผู้ผลิตและจำหน่ายเป็นจำนวนมาก กำไรจากการจำหน่ายจึงขึ้นอยู่กับปริมาณขายเป็นสำคัญ

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งเบียร์และสุรา ในปี 2558 มีการแข่งขันที่รุนแรง มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบบรรจุกภัณฑ์ให้สอดคล้องกับกฎระเบียบของภาครัฐ รวมถึงเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค และการสร้างกระแสทางการตลาด ทำให้ในช่วงครึ่งหลังของปี 2558 มีการแข่งขันกันอย่างเข้มข้น และต้องติดตามสถานการณ์อย่างต่อเนื่อง

เครื่องดื่มกลุ่มซูปเปอร์และวังนก ซึ่งมีฐานลูกค้าที่มีกำลังซื้อ มีการเติบโตแบบชะลอตัว จึงมีการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องในช่วงเทศกาลสำคัญๆ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์และตอบย้ำการเป็นผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมที่จะเลือกซื้อให้กับคนที่สำคัญ

ตลาดสำหรับบรรจุกภัณฑ์พลาสติกในปี 2558 ยังคงมีอัตราการขยายตัวมากกว่าร้อยละ 6 และยังมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง สำหรับปี 2558 ผู้ผลิตเครื่องดื่มมีการทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่องตลอดปี ทั้งลด แลก แจก แถม รวมถึงการหาพันธมิตรทำการผลิต OEM สำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ การขยายฐานการผลิตไปยังภาคต่างๆ ของประเทศ โดยการบริหารจัดการโรงงานในภาคต่างๆ ให้มีความหลากหลายในการผลิตเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการขนส่งและการจัดจำหน่าย การเพิ่ม/ลดปริมาณบรรจุ เพื่อให้เข้าถึงทุกกลุ่มผู้บริโภค รวมถึงการใช้ sport marketing เป็นสื่อในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการให้ความสำคัญสำหรับการขยายตลาดส่งออกไปยังประเทศในภูมิภาค เพื่อเตรียมสำหรับการขยายฐานการผลิตในอนาคต

## 2. สภาพการแข่งขัน

การเปิดเสรีทางการค้า และการสื่อสารที่ไร้พรมแดน ทำให้การค้า การลงทุนในทุกภาคส่วนทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่เว้นแม้ในแวดวงอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลและพบปะเพื่อเจรจาการค้าได้รวดเร็วทันใจ อีกทั้งการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต การควบคุมคุณภาพของแต่ละผู้ผลิตก็อยู่ในมาตรฐานที่ใกล้เคียงกัน ผู้ที่ตอบสนองได้รวดเร็ว ภายในราคาที่แข่งขันได้ ก็จะได้เข้าครองตลาดก่อนใคร การเปลี่ยนแปลงข้างต้น จึงเป็นโอกาสและข้อจำกัดในการขยายตลาดทั้งในประเทศ และภูมิภาคต่างๆ โดยเฉพาะประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งเป็นฐานการส่งออกที่สำคัญของบริษัทฯ ในช่วงเวลาที่ผ่านมา

บริษัทฯ ติดตามสถานการณ์ของตลาดอยู่เสมอ และผนึกกำลังกับบริษัท นิปปอน โคเลสเซอร์ส จำกัด ในการเป็นฐานการผลิต ในภูมิภาคสำหรับผลิตภัณฑ์บางชนิด เพื่อบริหารต้นทุนให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งที่มี

ศักยภาพจากประเทศอื่นๆ นอกจากนี้ ยังศึกษาช่องทางในการขยายฐานการขายไปยังอุตสาหกรรมเครื่องดื่มใหม่ๆ โดยมีบริษัท นิปปอน โคลด์เซอร์วิส จำกัด ให้ความสนับสนุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน และเพิ่มส่วนการตลาดไปยังตลาดใหม่ๆ หรือฐานลูกค้าใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง

### 3. แนวโน้มธุรกิจ

ในสภาพเศรษฐกิจที่มีการชะลอตัวอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2557 ทำให้ตลาดเครื่องดื่มในปี 2558 ไม่คึกคักอย่างที่คาดการณ์ไว้ของหลายสำนัก ในช่วงไตรมาสที่ 1 และไตรมาสที่ 2 ของปี มีความเคลื่อนไหวในเรื่องการปรับอัตราภาษีสุราและเบียร์ มีการเร่งการผลิตทั้งเพื่อเตรียมการก่อนการปรับอัตราภาษี และเตรียมรับหน้าร้อน ทำให้ตลาดมีการตื่นตัวในระยะเวลาสั้นๆ แต่หลังจากนั้นในช่วงครึ่งปีหลังภาคการบริโภคมีการทรงตัว จึงทำให้ตลาดเครื่องดื่มโดยรวมมีการเติบโตไม่สูงมากนัก อย่างไรก็ตาม เครื่องดื่มนมถั่วเหลือง เครื่องดื่มเกลือแร่ เครื่องดื่มชูกำลัง เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ เครื่องดื่มน้ำผลไม้ น้ำสมุนไพร หรือฟังก์ชันนัลดริงค์ ยังคงเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการตอบรับจากผู้บริโภค สำหรับเครื่องดื่มชาบรรจุขวด ต้องพึงพิงการทำโปรโมชั่นในการส่งเสริมการขาย เพื่อรักษาสวนการตลาด ขณะเดียวกันผู้ประกอบการก็ให้ความสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ นำเสนอออกสู่ตลาดเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค เพื่อรักษาฐานลูกค้าเอาไว้

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และสุรา ได้รับผลกระทบจากการปรับภาษีสรรพสามิตในครึ่งปีแรก ซึ่งทำให้ราคาจำหน่ายมีการปรับสูงขึ้น และมีการควบคุมจากภาครัฐในเรื่องกฎระเบียบ การจำกัดเขตการขาย และการมีกฎระเบียบในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผู้ประกอบการรายใหญ่จึงขยายฐานการผลิตไปยังอุตสาหกรรมเครื่องดื่มประเภทอื่นๆ ทั้งที่ลงทุนเพิ่มสายการผลิตใหม่ การหาพันธมิตรเพื่อทำ OEM หรือการควบรวมกิจการ เพื่อเป็นการขยายฐานที่รวดเร็ว

สำหรับผู้ผลิตที่มีศักยภาพ ได้เล็งเห็นถึงการเติบโตของตลาดใน AEC จึงมีการขยายฐานการผลิตไปยังประเทศเพื่อนบ้าน เช่น เวียดนาม พม่า อินโดนีเซีย ลาว บริษัทฯ จึงได้มีการเตรียมแผนงานเพิ่มกำลังการผลิตผลิตภัณฑ์ฝาพลาสติก ฝาเกลียวอลูมิเนียม เพื่อรองรับในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม รวมถึงการขยายตลาดไปสู่ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งมีการขยายตัวของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มในทิศทางเดียวกัน

### 4. ความยากง่ายของผู้ที่จะเข้ามาเป็นคู่แข่งรายใหม่

การเกิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ทำให้ภูมิภาคนี้ได้รับความสนใจจากนานาประเทศที่เล็งเห็นถึงศักยภาพในการขยายฐานการผลิต การบริการ การจัดจำหน่าย และกำลังซื้อที่มีมหาศาล ทำให้ตลาดเครื่องดื่มในภูมิภาคมีความคึกคัก มีผู้ผลิตทั้งจากยุโรป อเมริกา เอเชีย เช่น เกาหลี ญี่ปุ่น จีน อินเดีย ให้ความสนใจเพื่อใช้เป็นฐานสำหรับการผลิต เพื่อจำหน่ายในภูมิภาคและส่งออกไปยังภูมิภาคอื่นๆ ผู้ประกอบการหลายรายมีการขยายกำลังการผลิต พร้อมกับสนใจที่จะลงทุนทำการผลิตบรรจุภัณฑ์เพื่อที่จะควบคุมต้นทุน ลดความเสี่ยง และเพื่อสร้างความแข็งแกร่งของธุรกิจ ขณะเดียวกันได้หาพันธมิตรที่มีศักยภาพเพื่อสร้าง supply chain ที่แข็งแกร่ง มิติของการแข่งขันจึงมิได้จำกัดความว่าเป็นคู่แข่งรายใหม่ๆ เท่านั้น แต่จะเป็นการสร้างพันธมิตรทางการค้าที่อยู่

บนพื้นฐานของความร่วมมือที่มีต่อกัน การมีสัมพันธภาพที่ดีต่อกันและมีการสื่อสารอย่างต่อเนื่องเหมาะสม จะเป็นเกราะป้องกันที่แน่นหนา สำหรับการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ๆ

บริษัทฯ ได้รับการสนับสนุนทางเทคนิคจาก บริษัท นิปปอน โคลสเซอร์ส จำกัด (ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของบริษัท โตโย ไซกัน กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด ผู้นำด้านการผลิตบรรจุภัณฑ์ในประเทศญี่ปุ่น) ในฐานะที่เป็นผู้ถือหุ้นหลัก และเป็นผู้ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตอันทันสมัยพร้อมทั้งพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ตามความต้องการของบริษัทฯ มีการแลกเปลี่ยนและเรียนรู้จากบุคลากรทั้งสองบริษัทฯ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของทั้งทีมงานขาย ทีมงานฝ่ายผลิต ฝ่ายประกันคุณภาพ และทีมเทคนิคเพื่อให้มีการสื่อสารกันอย่างมีประสิทธิภาพและรู้เท่าทันสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

## 5. ความเป็นไปได้ที่จะมีสินค้าทดแทน

บรรจุภัณฑ์พลาสติก และบรรจุภัณฑ์ประเภท flexible packaging จะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภคในแต่ละช่วงอายุ โดยจะเข้าไปในทุกตลาดไม่ว่าจะเป็นตลาดเครื่องดื่ม หรือตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคประเภทต่างๆ สำหรับตลาดเครื่องดื่มชนิดผงพร้อมดื่ม ก็เริ่มเข้ามามีส่วนครองตลาดในบางกลุ่มผู้บริโภค บริษัทฯ ได้เล็งเห็นถึงศักยภาพ และการเติบโตของบรรจุภัณฑ์พลาสติก และบรรจุภัณฑ์ประเภท flexible packaging จึงได้มีศึกษาเพื่อเตรียมการขยายการผลิตไปยังตลาดเครื่องดื่มอื่นๆ โดยได้ลงทุนเครื่องจักรผลิตฝาพลาสติกทั้งแบบ compression mold และแบบ injection mold เพื่อเพิ่มศักยภาพให้สามารถผลิตและจำหน่ายได้ในหลากหลายผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดได้ทันการณ์ พร้อมทั้งขยายฐานการขยายไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในอนาคต

สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในบรรจุภัณฑ์ขวดแก้ว ยังคงได้รับความนิยมและมีการเติบโตในบางกลุ่มผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ ได้ร่วมมือกับลูกค้าในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในหลายมิติและต่อเนื่อง เพื่อให้มีความทันสมัย และมีความเหมาะสมต่อการใช้งานที่หลากหลายยิ่งขึ้น โดยคำนึงถึงคุณภาพ การนำไปใช้งาน และคงไว้ซึ่งต้นทุนที่สามารถแข่งขันได้ ในสภาพเศรษฐกิจที่ชะลอตัว และมีการแข่งขันสูง

## ยอดขายของกลุ่มลูกค้ารายใหญ่และสัดส่วนการจำหน่าย

ในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา มีการขายให้แก่ลูกค้ารายใหญ่ 10 รายแรกคิดเป็นร้อยละเทียบกับยอดขายรวมของบริษัทฯ ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

ปี	ยอดขายรวม	ยอดขายเฉพาะลูกค้า 10 รายแรก	คิดเป็นร้อยละ
2556	2,784	2,008	72.1
2557	2,781	1,863	67.0
2558	2,843	1,879	66.1

ลูกค้ารายใหญ่ของบริษัทฯ ใน 10 รายแรก มีจำนวน 2 ราย เป็นผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ คือ

- 1) บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด และบริษัทในเครือ
- 2) บริษัท ไทยน้ำทิพย์ จำกัด

บริษัทฯ ไม่มีการขายให้กับลูกค้ารายใดเกินร้อยละ 30 ของรายได้รวมในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา

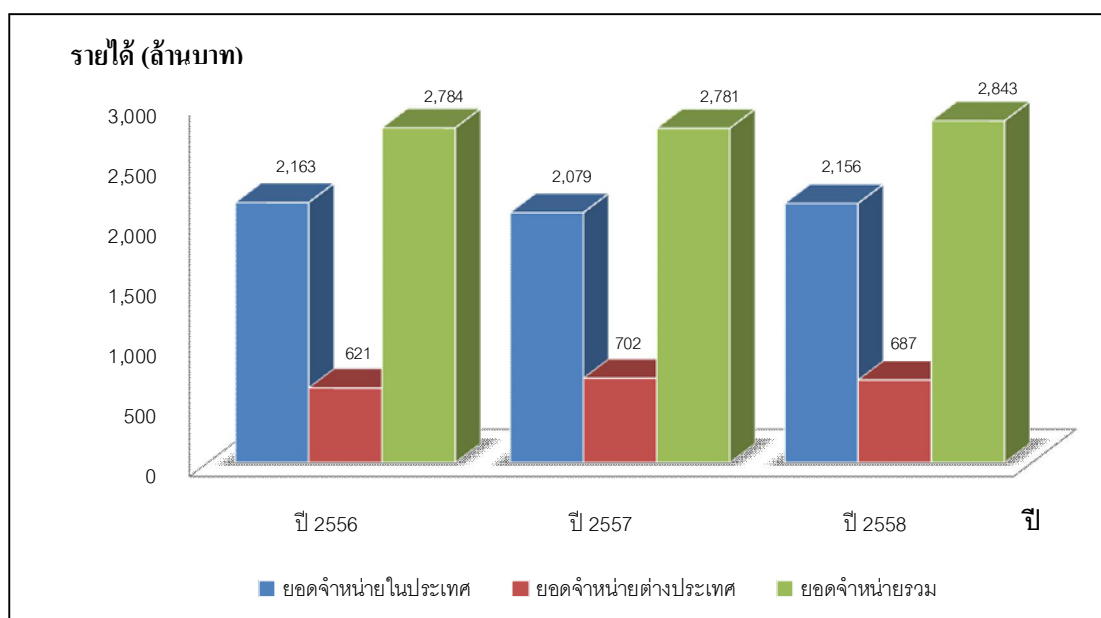
#### สัดส่วนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในประเทศและต่างประเทศ

หน่วย : ล้านบาท

ปี	ยอดจำหน่ายในประเทศ	ยอดจำหน่ายต่างประเทศ	ยอดจำหน่ายรวม
2556	2,163	621	2,784
(%)	77.69	22.31	100
2557	2,079	702	2,781
(%)	74.76	25.24	100
2558	2,156	687	2,843
(%)	75.84	24.16	100

ตลาดต่างประเทศที่สำคัญ ได้แก่ อินโดนีเซีย พม่า เวียดนาม ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ฮ่องกง ลาว ฟิลิปปินส์ กัมพูชา มาเลเซีย และอินเดีย เป็นต้น

#### กราฟแสดงยอดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในประเทศและต่างประเทศ



## สิทธิหรือข้อจำกัดในการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ ได้รับสิทธิเกี่ยวกับกรรมวิธีตลอดจนเทคนิคการผลิตฝ้ายบี ฝ้ายเกลียวกันปลอม ฝ้ายวงแหวนแม็กชี ฝ้ายพลาสติก และฝ้ายคอมโพสิต จากบริษัท นิปปอน โคลสเตอร์ จำกัด ประเทศญี่ปุ่น โดยบริษัทฯ ชำระค่าสิทธิการผลิตเป็นจำนวนร้อยละของยอดขายสุทธิของแต่ละผลิตภัณฑ์

## กำลังการผลิตและปริมาณการผลิต

ผลิตภัณฑ์	ปี 2558		ปี 2557		ปี 2556	
	กำลังการผลิตรวม (ล้านชิ้น)	อัตราการใช้ กำลังการผลิต (%)	กำลังการผลิตรวม (ล้านชิ้น)	อัตราการใช้ กำลังการผลิต (%)	กำลังการผลิตรวม (ล้านชิ้น)	อัตราการใช้ กำลังการผลิต (%)
กลุ่มผลิตภัณฑ์ฝ้าย	16,161	62	14,500	53	14,180	58

## 2.3 วัตถุดิบ และผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

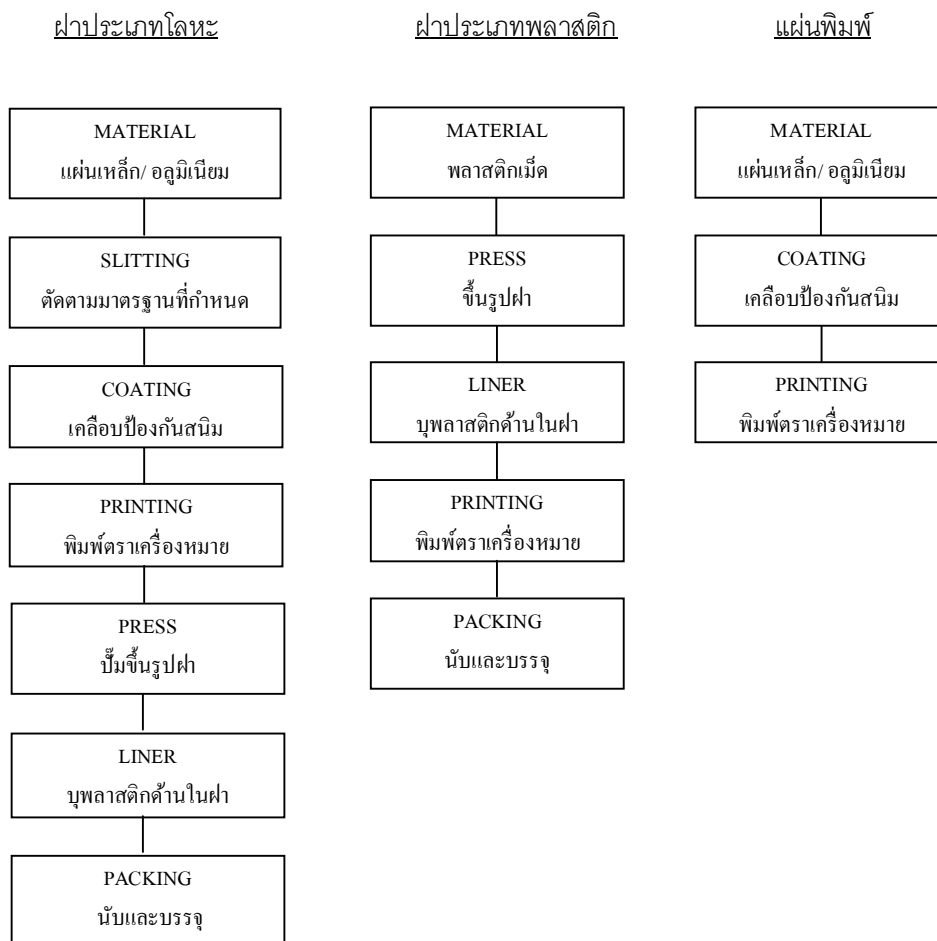
บริษัทฯ มีนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมภายในประเทศ หากว่าวัตถุดิบนั้น มีคุณภาพมาตรฐานและราคาต้นทุนไม่สูงกว่าที่นำเข้าจากต่างประเทศ บริษัทฯ จะพิจารณาสั่งซื้อจากภายในประเทศก่อน โดยถือนโยบายการจัดซื้อวัตถุดิบว่า บริษัทฯ จะจัดหาผู้ขายมากกว่า 1 ราย เพื่อให้มั่นใจว่าจะได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพตรงตามมาตรฐาน ราคาเหมาะสม และมีการส่งมอบตรงตามเวลา

การคัดเลือกผู้จำหน่ายวัตถุดิบ บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับคุณภาพของวัตถุดิบในการผลิต เป็นอันดับแรก โดยกำหนดเกณฑ์มาตรฐานในการตรวจสอบไว้อย่างชัดเจน และเข้าตรวจสอบผู้จำหน่ายวัตถุดิบของบริษัทฯ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าวัตถุดิบที่ใช้จะไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพสินค้า ในแต่ละปีบริษัทฯ จะแสวงหาผู้จำหน่ายวัตถุดิบรายใหม่ๆ อย่างเป็นระบบ โดยการแยกกลุ่มของผู้จำหน่ายตามชนิดของวัตถุดิบ ดำเนินการทดสอบโดยฝ่ายประกันคุณภาพ และใช้มาตรฐานในการประเมินตามระบบมาตรฐานสากล เช่น ISO, GMP, HACCP, OHSAS และ FSSC 22000 เพื่อป้องกันปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิตของบริษัทฯ

ผลิตภัณฑ์	วัตถุดิบหลักที่ใช้	% การสั่งซื้อในประเทศ
กลุ่มผลิตภัณฑ์ฝ้ายโลหะ	แผ่นเหล็ก / แผ่นอลูมิเนียม	แผ่นเหล็ก 100/ แผ่นอลูมิเนียม 80
กลุ่มผลิตภัณฑ์ฝ้ายพลาสติก	Polypropylene	95

ทั้งนี้ บริษัทฯ มิได้พึ่งพาการซื้อวัตถุดิบจากผู้จำหน่ายรายใดเกินกว่าร้อยละ 30 ของมูลค่าการซื้อวัตถุดิบทั้งหมด

## ขั้นตอนและเทคโนโลยีการผลิต มีดังนี้



### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อาจมีเหตุการณ์ที่ไม่แน่นอนเกิดขึ้น ส่งผลกระทบในด้านลบต่อการบรรลุเป้าหมายของบริษัทฯ โดยมีโอกาสเกิดขึ้นได้จากทั้งปัจจัยภายในและภายนอกโดยที่บริษัทฯ ไม่สามารถควบคุมได้ ดังนั้นการเตรียมความพร้อมในการรองรับเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นเพื่อลดความเสี่ยงที่จะทำให้เกิดความเสียหายและกระทบต่อเป้าหมายของบริษัทฯ จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ บริษัทฯ ได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหารและผู้จัดการฝ่ายต่างๆ โดยมีผู้จัดการใหญ่เป็นประธาน เพื่อทำหน้าที่ในการประเมินและวิเคราะห์ความเสี่ยง รวมทั้งแนวโน้มหรือเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นและเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจอันมีผลกระทบต่อบริษัทฯ โดยมีรายละเอียดของความเสี่ยงและมาตรการในการจัดการของบริษัทฯ ดังนี้

#### 1. ความเสี่ยงจากการเปิดเสรีการค้าและการก้าวสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่อาจมีผลกระทบต่อยอดขาย

นโยบายการเปิดการค้าเสรีโดยเฉพาะประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อาเซียนจะรวมเป็นเขตการผลิตเดียว ตลาดเดียว มีการเคลื่อนย้ายแรงงานและสินค้าอย่างเสรี จะทำให้การแข่งขันของตลาดภายในประเทศทวีความรุนแรงมากขึ้นจากการเข้ามาของคู่แข่งจากต่างประเทศ รวมถึงการที่คู่แข่งในประเทศขยายฐานการผลิตไปยังประเทศที่มีคู่แข่งของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้เตรียมพร้อมรับผลกระทบดังกล่าว ด้วยการปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์และควบคุมกระบวนการผลิตอย่างใกล้ชิด เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดต้นทุน มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับลูกค้าเพิ่มขึ้น เพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพทางการค้าที่ดียิ่งขึ้น รวมถึงขยายฐานการส่งออกให้กว้างขึ้น นอกจากนี้บริษัทฯ ได้ดำเนินการจดสิทธิบัตรผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อป้องกันการละเมิดจากคู่แข่งที่อาจจะเข้ามาผลิตสินค้าแบบเดียวกันในอนาคต มีการติดตามข่าวสารความเคลื่อนไหวของผู้ผลิตเครื่องดื่มทั้งในประเทศและต่างประเทศ เนื่องจากการเปิดเสรีทางการค้าจะทำให้เกิดการย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศต่างๆ ในอาเซียนที่มีต้นทุนที่ถูกกว่า บริษัทฯ ได้ลงทุนในบริษัทร่วม เป็นการลงทุนร่วมกับผู้ลงทุนอีก 2 ราย ในการจัดตั้งบริษัทแห่งใหม่ในสาธารณรัฐอินโดนีเซียเพื่อการดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ประเภทฝาสำหรับเครื่องดื่ม นอกจากนี้ในเรื่องคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ บริษัทฯ ได้นำระบบบริหารคุณภาพมาใช้ในการควบคุมผลิตและได้รับการรับรองระบบมาตรฐานสากลได้แก่ ระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001:2008 ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001:2004 ระบบการจัดการสุขลักษณะที่ดีในสถานประกอบการ GMP ระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย OHSAS และ TIS18001 รวมถึงได้รับการรับรอง Food Safety System เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า

#### 2. ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัทฯ มีการนำเข้าวัตถุดิบ เครื่องจักรอุปกรณ์จากต่างประเทศ และมีการขายสินค้าส่งออกไปยังต่างประเทศโดยมีเครดิตเทอมประมาณ 30-90 วัน ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนจึงอาจกระทบต่อผลการ



ดำเนินการได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีรายได้และการซื้อวัตถุดิบที่เป็นเงินตราต่างประเทศ 24% ของยอดขาย และ 15% ของต้นทุนขายรวม ตามลำดับ บริษัทฯ สามารถลดความเสี่ยงจาก Natural Hedge ได้บางส่วน โดยจัดให้รายจ่ายเป็นเงินสกุลเดียวกับรายได้และการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศ เพื่อช่วยลดผลกระทบดังกล่าว ในจังหวะเวลาที่เหมาะสม นอกจากนี้บริษัทฯ มีการติดตามเรื่องอัตราแลกเปลี่ยนอย่างใกล้ชิด ทั้งนี้ หากอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินดอลลาร์ต่อเงินบาท เพิ่มขึ้นหรือลดลงทุกๆ 0.5 บาท จะส่งผลให้บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายหรือรายได้ เพิ่มขึ้นหรือลดลงปีละ 800,000 บาท

### 3. ความเสี่ยงจากวัตถุดิบสำคัญขาดแคลนและมีราคาผันผวนไปตามราคาซื้อขายในตลาดโลก

วัตถุดิบหลักที่บริษัทฯ ใช้ในการผลิต ได้แก่ แผ่นเหล็ก แผ่นอลูมิเนียม และเม็ดพลาสติก จะมีการเปลี่ยนแปลงของราคาตามภาวะราคาในตลาดโลกที่ขึ้นอยู่กับตามความต้องการของตลาดในขณะนั้น ซึ่งเป็นปัจจัยที่บริษัทฯ ไม่สามารถควบคุมได้ เพื่อลดความเสี่ยงด้านราคาและการขาดแคลนวัตถุดิบที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต บริษัทฯ จึงมีการติดตามความเคลื่อนไหวของราคาวัตถุดิบอย่างใกล้ชิดทั้งตลาดต่างประเทศและในประเทศ เพื่อใช้เป็นแนวทางประกอบการวางแผนการสั่งซื้อให้สอดคล้องกับปริมาณความต้องการสินค้าจากลูกค้าของบริษัทฯ รวมถึงการประสานงานกับผู้ผลิตวัตถุดิบให้ผลิตและส่งวัตถุดิบตามกำหนดเวลา ตลอดจนบริหารสินค้าคงเหลือให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมไม่ให้เกิดภาวะเสี่ยงต่อการขาดแคลนวัตถุดิบ และการสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ขายหลัก อลูมิเนียม และเม็ดพลาสติก รวมถึงพยายามจัดหาผู้จำหน่ายวัตถุดิบเพิ่มขึ้น และหาวัตถุดิบที่สามารถใช้ทดแทนได้ในราคาที่ต่ำลง นอกจากนี้ การกำหนดราคาขายโดยอ้างอิงจากราคาวัตถุดิบในขณะนั้น ก็ช่วยลดความเสี่ยงจากผลของการเปลี่ยนแปลงราคาวัตถุดิบได้

สำหรับเรื่องคุณภาพของวัตถุดิบก็เป็นสิ่งสำคัญ วัตถุดิบที่บริษัทฯ ได้รับมาจากผู้ขายต้องผ่านการตรวจสอบคุณภาพตามมาตรฐานก่อนนำไปใช้ในกระบวนการผลิตทุกครั้ง ทั้งนี้ เพื่อลดความเสี่ยงจากการสูญเสียในการผลิตสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพอันเนื่องมาจากวัตถุดิบ

### 4. ความเสี่ยงจากการควบคุมคุณภาพสินค้า

การผลิตสินค้าของบริษัทฯ มีการควบคุมในทุกขั้นตอน โดยมีการตรวจสอบคุณภาพตั้งแต่การรับวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การบรรจุและการส่งมอบสินค้า อย่างไรก็ตาม ยังพบว่าบริษัทฯ มีความเสี่ยงจากการถูกร้องเรียนเรื่องคุณภาพจากลูกค้าในบางครั้ง ซึ่งเป็นผลมาจากความไม่ชัดเจนในข้อกำหนดระดับคุณภาพที่ยอมรับได้ระหว่างบริษัทฯ กับลูกค้า และการใช้ระบบการตรวจสอบคัดแยกสินค้าด้วยสายตา ดังนั้น บริษัทฯ จึงมีมาตรการเพื่อลดความเสี่ยงนี้ด้วยการจัดทำข้อกำหนดระดับคุณภาพที่ยอมรับได้ระหว่างบริษัทฯ กับลูกค้าแต่ละราย การติดตั้งอุปกรณ์ และปรับปรุงระบบตรวจสอบคุณภาพผาด้วยกล้องคุณภาพสูงในสายการผลิตให้มีความแม่นยำมากขึ้น จัดการฝึกอบรมการใช้งานให้กับพนักงานในสายการผลิต ฝึกอบรมความรู้ในการผลิตสินค้าและแนวคิดในการปรับปรุงคุณภาพ ซึ่งมาตรการดังกล่าวช่วยลดความเสี่ยงได้มาก

## 5. ความเสี่ยงจากอุบัติเหตุและอัคคีภัย

ในการผลิตสินค้า บริษัทฯ มีการใช้เครื่องจักรและอุปกรณ์ในกระบวนการผลิต การขนถ่ายวัตถุดิบและสินค้า อยู่ตลอดเวลา ดังนั้น ความปลอดภัยในการทำงานจึงนับเป็นสิ่งสำคัญต่อทั้งพนักงานและบริษัทฯ อุบัติเหตุที่เกิดขึ้นในระหว่างการทำงานอาจนำมาซึ่งความสูญเสียต่อร่างกายของพนักงานและทรัพย์สินของบริษัทฯ เพื่อเป็นการป้องกันและลดความเสี่ยงในการสูญเสียดังกล่าว บริษัทฯ ได้แต่งตั้งคณะกรรมการความปลอดภัยอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน และนำระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย OHSAS18000 เข้ามาบริหารจัดการ กำหนดให้มีการบ่งชี้อันตรายและประเมินความเสี่ยงในกระบวนการผลิต ขั้นตอนการปฏิบัติงาน และพื้นที่มีความเสี่ยง เพื่อกำหนดมาตรการในการป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้น รวมทั้งรณรงค์ให้พนักงานมีจิตสำนึกเรื่องความปลอดภัยและช่วยกันลดหรือขจัดแหล่งกำเนิดอันตรายต่างๆ โดยให้มีการตรวจสอบเครื่องจักร เครื่องมือ อุปกรณ์ และสภาพแวดล้อมในพื้นที่ปฏิบัติงาน เพื่อกำหนดมาตรการปรับปรุงแก้ไขอยู่เสมอ ในการป้องกัน อัคคีภัยบริษัทฯ มีแผนป้องกันการเกิดอัคคีภัย มีการกำหนดพื้นที่เสี่ยงอันตรายที่อาจก่อให้เกิดอัคคีภัย รวมทั้ง กำหนดมาตรการควบคุมและตรวจสอบตามแผนงานอย่างเคร่งครัด ตลอดจนจัดให้มีการซ้อมป้องกันระดับอัคคีภัย และอพยพหนีไฟเป็นประจำทุกปี เพื่อให้พนักงานเกิดความเข้าใจและปฏิบัติได้ถูกต้อง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการทำประกันภัยความเสี่ยงภัยทรัพย์สินและธุรกิจหยุดชะงักด้วย

#### 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

##### 4.1 ทรัพย์สินถาวรหลักของบริษัทฯ

บริษัทฯ มีทรัพย์สินสำหรับผลิตสินค้าเพื่อจำหน่าย ประกอบด้วย ที่ดิน เครื่องจักรและอุปกรณ์ โรงงาน อาคารและสิ่งปลูกสร้าง รวมถึงเครื่องตกแต่ง และอุปกรณ์สำนักงานที่สำคัญ ณ วันที่สิ้นสุด 31 ธันวาคม 2558 ดังนี้

รายการ	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าทางบัญชี (ล้านบาท)
1. ที่ดิน	เป็นเจ้าของ	99.00
2. อาคารและสิ่งปลูกสร้าง	เป็นเจ้าของ	158.58
3. เครื่องจักรและอุปกรณ์ในโรงงาน	เป็นเจ้าของ	799.75
4. เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน	เป็นเจ้าของ	26.49
5. ยานพาหนะ	เป็นเจ้าของ	0.62
6. สินทรัพย์ระหว่างติดตั้ง	เป็นเจ้าของ	101.23
<b>รวม</b>		<b>1,185.66</b>

นอกจากนี้ บริษัทฯ มีอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน ประกอบด้วย ที่ดินให้เช่า คลอง 2 จำนวน 31 ไร่ มูลค่าทางบัญชี 172.00 ล้านบาท ที่ดินเปล่า ที่ดินจัดสรร และสิ่งก่อสร้าง จำนวน 164 ไร่ ที่คลอง 8 ตำบลลำผักกูด อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี เป็นสินทรัพย์ของบริษัทฯ ทั้งหมด ไม่มีภาระผูกพันต่อธนาคารหรือเจ้าหนี้ใดๆทั้งสิ้น มูลค่าทางบัญชี 302.00 ล้านบาท

##### 4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทฯ ไม่มีนโยบายลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือสนับสนุนธุรกิจหลักของบริษัทฯ

## 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายซึ่งเป็นคดีที่มีผลกระทบด้านลบต่อทรัพย์สิน มากกว่าร้อยละ 5 ของ  
ส่วนของผู้ถือหุ้น

## ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ชื่อบริษัท	บริษัท ฟาจีบ จำกัด (มหาชน) (CSC)	
ประเภทธุรกิจ	ผลิตและจำหน่ายฝาสำหรับปิดภาชนะประเภทขวด อาทิ ฝาจีบ ฝาอลูมิเนียมเกลียว ก้นปกลม ฝาแม็กชี ฝาพลาสติก และฝาคอมโพสิต	
เลขทะเบียนบริษัท	ทะเบียนเลขที่ 0107537000416 (เดิมเลขที่ บมจ. 288)	
ทุนจดทะเบียน	528,000,000 บาท	
ทุนชำระแล้ว	528,000,000 บาท	
มูลค่าต่อหุ้น	10 บาท	
โดยแยกออกเป็น	หุ้นสามัญ	52,000,012 หุ้น
	หุ้นบุริมสิทธิ	799,988 หุ้น
ที่ตั้งสำนักงาน	เลขที่ 5 ซอยรังสิต-นครนายก 46 ตำบลประชาธิปัตย์ อำเภอธัญบุรี	
และโรงงาน	จังหวัดปทุมธานี 12130	
โทรศัพท์	0-2533-0450-9	
โทรสาร	0-2974-1118	
เว็บไซต์	<a href="http://www.crownseal.co.th">www.crownseal.co.th</a>	
เลขานุการบริษัท	นางสาวนภาพร เตมีศรีสุข	
	โทร : 0-2533-0450-9 ต่อ 638	
	อีเมล : <a href="mailto:napapom@crownseal.co.th">napapom@crownseal.co.th</a>	

## นิติบุคคลที่บริษัทฯ ถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป มีดังนี้

### PT. Indonesia Caps and Closures

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: Kawasan Industri MM2100. Jl. Madura I block LIO, Kel. Cikedokan Cikarang Indonesia
ประเภทธุรกิจ	: ผลิตและจำหน่ายภาชนะพลาสติก
โทรศัพท์	: (62) 021-3860888
โทรสาร	: (62) 021-3520908
จำนวนหุ้น	: 14,375 หุ้น (คิดเป็นร้อยละ 25 ของทุนจดทะเบียน)
ชนิดของหุ้น	: หุ้นสามัญ

**บริษัท เพชรแพด จำกัด**

สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 170/87 อาคารโอเชียนทาวเวอร์ 1 ชั้น 32 ถนนรัชดาภิเษกตัดใหม่  
แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110

ประเภทธุรกิจ : ผลิตและจำหน่ายภาชนะพลาสติก

โทรศัพท์ : 0-2648-6100

โทรสาร : 0-2648-6199

จำนวนหุ้น : 140,000 หุ้น (คิดเป็นร้อยละ 10 ของทุนจดทะเบียน)

ชนิดของหุ้น : หุ้นสามัญ

**นายทะเบียนหลักทรัพย์** บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ : 0-2009-9000 โทรสาร : 0-2009-9991

**ผู้สอบบัญชี**

นางสาวพิมพ์ใจ มานิตขจรกิจ และ/หรือนายโสภณ เพิ่มศิริวัลลภ และ/หรือ  
นางสาวรสพร เดชอุดม และ/หรือนางสุนนา พันธุ์พงษ์สานนท์

บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด ( เปลี่ยนจากบริษัท สำนักงาน เอ็นส์ แอนด์ ยัง จำกัด เดิม )  
ชั้น 33 อาคารเลอริชดา

193/136-137 ถนนรัชดาภิเษก คลองเตย กรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์ : 0-2264-0777 โทรสาร : 0-2264-0789-90

**ที่ปรึกษากฎหมาย**

บริษัท เอส.เอ.ที.เอสโซซิเอท กฎหมายและภาษี จำกัด

444 ชั้น 4 อาคารโอลิมเปียไทย ทาวเวอร์

ถนนรัชดาภิเษก แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310

โทรศัพท์ : 0-2541-4214-6 โทรสาร : 0-2541-4200

.....