

ส่วนที่ 1 นโยบายและการประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท นิปปอน แพ็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 17 กันยายน 2530 และต่อมาบริษัทฯ ได้รับอนุญาตให้จดทะเบียนแปรรูปเป็นบริษัทมหาชน และเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2536 โดยธุรกิจหลักได้แก่ผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ประเภทต่างๆ เช่น พลาสติกประเภทอ่อนตัว (Flexible Packaging) ขวดพีอีที (PET : Polyethylene Terephthalate Bottle) และบรรจุภัณฑ์พลาสติกขึ้นรูปด้วยระบบ Vacuum เช่น ถาดบรรจุอาหาร (บริษัท พร้อมแพค จำกัด) เพื่อใช้สำหรับบรรจุสินค้าอุปโภคและบริโภคประเภทต่างๆโดยเฉพาะในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร

นอกจากนี้ยังได้ลงทุนและประกอบธุรกิจต่างๆ ที่มีความต่อเนื่องและเป็นการสนับสนุนธุรกิจหลัก เช่น ธุรกิจร้านอาหาร (บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด) ธุรกิจอาหารแปรรูปแช่แข็งและอาหารพร้อมทาน (บริษัท ไทยลักซ์ ฟู้ดโปรดักส์ จำกัด) และธุรกิจติดตั้งสื่อโฆษณาในสถานีบริการปั้มน้ำมัน (บริษัท นิปปอน แพ็ค เทรดดิง จำกัด)

1.1 นโยบายในการดำเนินงานของบริษัท

วิสัยทัศน์ของบริษัทฯ คือ ก้าวสู่การเป็นผู้นำแห่งอุตสาหกรรมทางด้านบรรจุภัณฑ์ โดยมุ่งเน้นการสร้างสรรค์และพัฒนาความเป็นเลิศทางด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย และแนวคิดการก้าวไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง เพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และองค์กรสืบไป

เพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำแห่งอุตสาหกรรมทางด้านบรรจุภัณฑ์ บริษัทฯ ได้วางกลยุทธ์ ดังนี้

1. มุ่งมั่นพัฒนาคุณภาพบรรจุภัณฑ์ ให้มีนวัตกรรมด้านการผลิตเทียบเท่ามาตรฐานสากล เพื่อสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด
2. เคารพในการแข่งขันอย่างสร้างสรรค์และโปร่งใส เต็มเปี่ยมไปด้วยจริยธรรม
3. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ ร่วมดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม ปฏิบัติต่อกันอย่างให้เกียรติ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและเป็นพันธมิตรทางธุรกิจในระยะยาว
4. พัฒนาให้บริษัทเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้เพื่อปรับปรุงคุณภาพบุคลากรทุกระดับอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญ และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน
5. ยึดถือความสำคัญของผลประโยชน์ผู้ถือหุ้น ในด้านผลประโยชน์หรือการบริหารความเสี่ยงทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อการกำกับดูแลกิจการที่ดีอย่างต่อเนื่อง
6. ยึดมั่นในการเป็นองค์กรที่ดีของสังคม เคารพกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอย่างเคร่งครัด เพื่อสนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศและร่วมพัฒนาสังคมไปพร้อมกัน

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ปี 2558

ในปี 2558 นั้นบริษัทฯ ได้รับเงินจากการเพิ่มทุนจากผู้ถือหุ้น ซึ่งบริษัทฯ ได้ลงทุนในธุรกิจต่อเนื่องเพื่อเพิ่มศักยภาพบริษัทฯ โดยเงินลงทุนทั้งหมดนั้นมาจากเงินเพิ่มทุน ดังนี้

- บริษัทฯ ได้เข้าร่วมลงทุนในผู้ผลิตจำหน่ายอาหารแปรรูปต่างๆ บริษัท ไทยลักซ์ ฟู้ด โปรดักส์ จำกัด ซึ่งบริษัทย่อยของ บริษัท ไทยลักซ์ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) โดยการซื้อหุ้นบริษัท ไทยลักซ์ ฟู้ด โปรดักส์ จำกัด จำนวน 4,500,000 หุ้น หรือ ร้อยละ 45 ของหุ้นทั้งหมดของบริษัทฯ ด้วยจำนวนเงิน 22.5 ล้านบาทและเพิ่มทุนอีกจำนวน 45 ล้านบาท ทั้งนี้ จุดประสงค์การลงทุนเพื่อเพิ่มสายการผลิตในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกัน และจะทำให้บริษัทฯ มีความสามารถในการแข่งขันใน ธุรกิจนี้ในอนาคตได้มากยิ่งขึ้น โดยบริษัท ไทยลักซ์ ฟู้ด โปรดักส์ จำกัด นั้นผลิตอาหารแปรรูปส่งโรงงานอาหาร รวมถึง รับจ้างผลิตอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานซึ่งมีบรรจุภัณฑ์ในแบบที่บริษัท นิปปอน แพ็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สามารถผลิตได้
- จัดตั้งบริษัทย่อย ชื่อ บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด ด้วยวัตถุประสงค์การลงทุนในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งถือเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลักของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ ได้หาผู้ร่วมทุนได้แก่บริษัท บริษัท ไทยลักซ์ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) ที่มีความเชี่ยวชาญในธุรกิจอาหารเพื่อเพิ่มความสามารถในการบริหารธุรกิจใหม่ๆ ของบริษัทฯ โดย บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด มีทุนจดทะเบียน 100 ล้านบาท มีสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท นิปปอน แพ็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 55 และ บริษัท ไทยลักซ์ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 45
- บริษัทฯ ได้มาซึ่งสิทธิแฟรนไชส์ของร้านอาหาร A&W ในประเทศไทยแต่เพียงผู้เดียวเป็นระยะเวลา 20 ปี และทำสัญญาให้ บริษัทย่อย เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด เป็นผู้บริหารงานต่อ รวมทั้ง บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด ได้ เข้าซื้อทรัพย์สิน และสิทธิในการบริหารร้านอาหาร A&W ในประเทศไทยจาก บริษัท เอแอนด์ ดับบลิว เรสเตอร์รองต์ (ประเทศไทย) จำกัด ทั้งหมด 21 สาขาซึ่งจะทำให้บริษัทฯ เป็นผู้บริหารร้านอาหาร A&W ทั้งหมดในประเทศไทยและจะ เป็นการเพิ่มฐานการดำเนินการเพื่อให้เติบโตได้รวดเร็วมากขึ้น
- ลงทุนบริษัท พร้อมแพค จำกัด ซึ่งประกอบกิจการผลิตภาชนะบรรจุสินค้าพลาสติกใช้ครั้งเดียว โดยบริษัทฯ เข้าซื้อหุ้นใน สัดส่วนร้อยละ 95 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด โดยการได้มาซึ่งสายผลิตภัณฑ์นี้จะช่วยเพิ่มศักยภาพด้านการตลาดให้กับกลุ่ม บริษัทรวมถึงด้านอื่นๆ เช่น การจัดการวัตถุดิบร่วมกัน

ปี 2557

- บริษัทฯ ได้จัดประชุมวิสามัญ ครั้งที่ 1/2557 เมื่อวันที่ 27 พฤศจิกายน 2557 โดยมีมติของผู้ถือหุ้น ดังนี้
 1. อนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทฯ จากทุนจดทะเบียนเดิม 549,000,000 บาท เป็น 1,178,399,375 บาท
 2. อนุมัติให้ออกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทฯ ครั้งที่ 2 (NPP-W2) จำนวน 173,200,000 หน่วย
 3. อนุมัติการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุน จำนวน 629,399,375 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท
 - 3.1 จัดสรรให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม (RO) ตามสัดส่วน 3 หุ้นเดิม : 1 หุ้นใหม่ จำนวน 122,066,072 หุ้น ในราคาหุ้นละ 1 บาท

- 3.2 จัดสรรให้บุคคลเฉพาะเจาะจง (PP) จำนวน 250,000,000 หุ้น ในราคาหุ้นละ 1.80 บาท
 - 3.3 จัดสรรเพื่อรองรับการใช้สิทธิแปลงสภาพของใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทครั้งที่ 2 (NPP-W2) ที่ออกให้แก่ผู้ที่จะซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนในอัตราส่วน 2.5 หุ้นสามัญเพิ่มทุน : 1 ใบสำคัญแสดงสิทธิ จำนวน 148,826,429 หุ้น
 - 3.4 จัดสรรเพื่อรองรับการปรับสิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ครั้งที่ 1 (NPP-W1) จำนวน 23,199,375 หุ้น
 - 3.5 จัดสรรให้ผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทครั้งที่ 1 (NPP-W1) ที่มาใช้สิทธิ (กรณีใช้สิทธิทั้งหมด) ในวันที่ 28 พฤศจิกายน 2557 จำนวน 60,933,928 หุ้น
 - 3.6 จัดสรรเพื่อรองรับการใช้สิทธิแปลงสภาพของใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทครั้งที่ 2 ที่ออกให้แก่ผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทครั้งที่ 1 ในวันที่ 28 พฤศจิกายน 2557 จำนวน 24,373,571 หุ้น
- วันที่ 26 มิถุนายน 2557 คณะกรรมการบริษัทฯ ได้มีมติให้ขายหุ้นของบริษัท อุดรพลาซ่า จำกัด เนื่องจากได้พิจารณาผลประโยชน์ของบริษัท อุดรพลาซ่า จำกัด ในจำนวน 700,000 หุ้น (มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท) หรือคิดเป็นร้อยละ 17.95 ของทุนจดทะเบียนบริษัท อุดรพลาซ่า จำกัด ขายไปในราคารวม 71 ล้านบาท
 - ในเดือนเมษายน 2557 โรงงานแสมดำได้เริ่มกระบวนการผลิตอย่างสมบูรณ์ ทั้งสายการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทพลาสติกอ่อนตัว (Flexible Packaging) และสายการผลิตขวด PET
 - บริษัท นิปปอน แพ็ค เทรดิง จำกัดซึ่งเป็นบริษัทย่อยได้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 400,000 หุ้น เป็น 2,000,000 หุ้น มูลค่าต่อหุ้น หุ้นละ 10 บาท และให้บริษัท เอสไอเอส เวนเจอร์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท เอสไอเอส ดิสทริบิวชั่น (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เข้าร่วมลงทุนและบริหารงานร่วมกันในบริษัท นิปปอน แพ็ค เทรดิง จำกัด โดยบริษัท นิปปอน แพ็ค(ประเทศไทย) จำกัด(มหาชน) ถือหุ้นร้อยละ 51 และบริษัท เอสไอเอส เวนเจอร์ จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 49

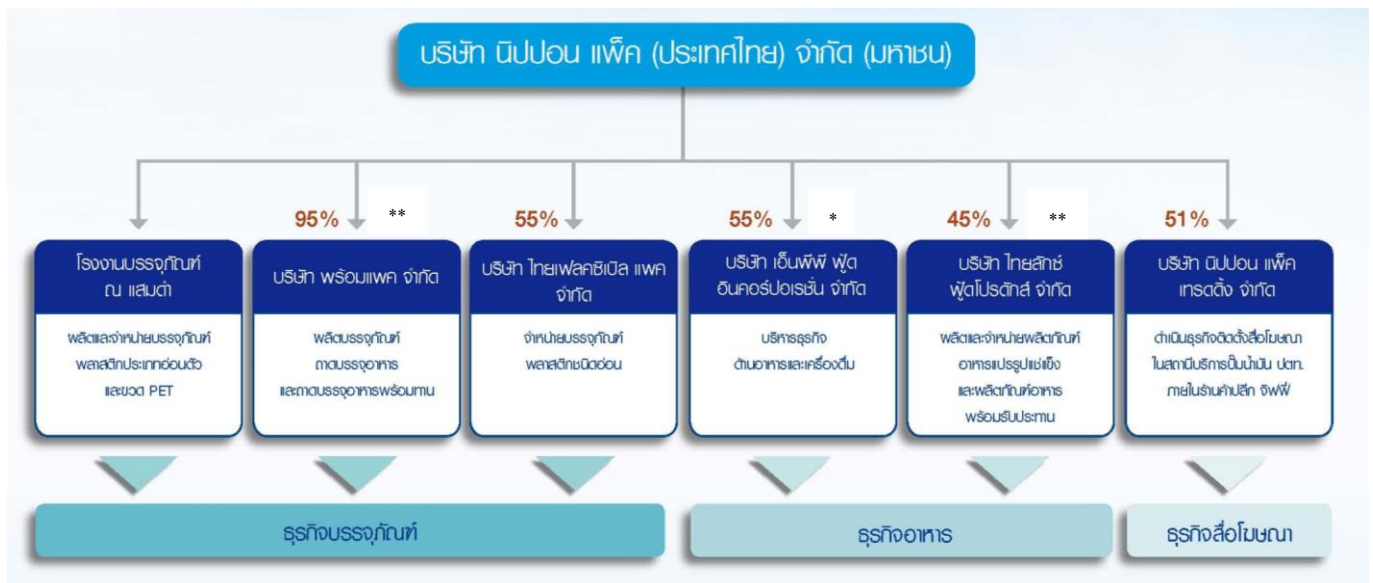
ปี 2556

- เมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2556 คณะกรรมการบริษัทฯ ได้อนุมัติการลงทุนในหุ้นสามัญเพิ่มทุนในบริษัท อุดรพลาซ่า จำกัด จำนวน 70 ล้านบาท ภายหลังจากการตรวจสอบทรัพย์สินและหนี้สิน (Due diligent) ของบริษัท อุดรพลาซ่า จำกัด แล้ว นั้น ทำให้บริษัทได้มีหุ้นสามัญในบริษัท อุดรพลาซ่า จำกัด จำนวน 700,000 หุ้น (มูลค่าที่ตราไว้ 100 บาท หรือคิดเป็นร้อยละ 17.95 ของทุนจดทะเบียนบริษัทดังกล่าว)
- บริษัทได้มีการลงทุนซื้อที่ดินและสิ่งปลูกสร้างที่ตั้งอยู่บนซอยแสมดำ 17 บนพื้นที่ขนาด 6 ไร่มีพื้นที่ใช้สอยมากกว่า 5,000 ตารางเมตร และจึงได้ปล่อยเช่าโรงงานที่เพชรเกษม เนื่องจากพื้นที่ที่จำกัดในการขยายของโรงงานและเนื่องจากการมีผลประกอบการขาดทุนต่อเนื่องเฉลี่ยเดือนละ 1-2 ล้านบาท โดยเริ่มต้นการปล่อยเช่าโรงงานนับตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2556
- วันที่ 16 กันยายน 2556 บริษัทได้ย้ายสำนักงานใหญ่จากเดิมที่โรงงานเพชรเกษม ไปที่ 283/99 อาคารโฮมเพลส ออฟฟิศ บิลดิ้ง ชั้น 20 ซอยสุขุมวิท 55 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

กลุ่มธุรกิจและสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทในเครือเป็นดังแผนภาพ (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558)

แผนภาพโครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่ม



หมายเหตุ: * ก่อตั้งบริษัทขึ้นในปี 2558

** ลงทุนในปี 2558

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

กลุ่มธุรกิจสินค้าและบริการของบริษัทฯแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ บรรจภัณฑ์ อาหารและเครื่องดื่ม และสื่อโฆษณา โดยโครงสร้างรายได้แยกตามสายผลิตภัณฑ์/กลุ่มธุรกิจดังนี้

ผลิตภัณฑ์	ปี 2556		ปี 2557		ปี 2558	
	รายได้ (ล้านบาท)	%	รายได้ (ล้านบาท)	%	รายได้ (ล้านบาท)	%
บรรจภัณฑ์พลาสติกประเภทอ่อน (Flexible Packaging)	205.84	70.16	163.54	91.75	191.84	68.57
ขวดพีอีที (PET Bottle)	87.54	29.84	9.67	5.42	54.68	19.55
บรรจภัณฑ์พลาสติก Vacuum Forming*	-	0.00	-	0.00	20.14	7.20
ธุรกิจติดตั้งสื่อโฆษณา**	-	0.00	5.04	2.83	13.10	4.68
ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม***	-	0.00	-	0.00	-	0.00
รวม	293.38	100.00	178.25	100.00	279.76	100.00

หมายเหตุ

- * รวมรายได้ของบริษัท พร้อมแพค จำกัด หลังการลงทุน ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2558 เท่านั้น
- ** ธุรกิจติดตั้งสื่อโฆษณาได้เริ่มดำเนินงานตั้งแต่เดือนเมษายน 2557 เป็นต้นไป
- *** ธุรกิจร้านอาหาร A&W จะเริ่มตั้งแต่เดือนมกราคม 2559 เป็นต้นไป และการลงทุนในบริษัท ไทยลักซ์ ฟู๊ดโปรดักส์ จำกัด ซึ่งถือเป็นบริษัทร่วม จึงรวมเฉพาะผลกำไรขาดทุนเท่านั้นซึ่งเริ่มตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2558 เป็นต้นไป

2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์และสินค้า

▪ ธุรกิจสินค้าบรรจภัณฑ์

บรรจภัณฑ์ที่กลุ่มบริษัทผลิตนั้นมีอยู่ 3 ประเภท ได้แก่ [1] บรรจภัณฑ์ประเภทพลาสติกอ่อนตัว (Flexible Packaging) [2] บรรจภัณฑ์ประเภทขวดพีอีที (PET Bottle) และ [3] บรรจภัณฑ์พลาสติกขึ้นรูปด้วยระบบ Vacuum Forming:

[1] บรรจภัณฑ์ประเภทพลาสติกอ่อนตัว (Flexible Packaging)

เพื่อใช้สำหรับบรรจุสินค้าอุปโภค และ บริโภค ซึ่งบริษัทฯ จะผลิตบรรจภัณฑ์ออกมาในลักษณะของงานเป็น [1] งานของ เช่น ซองซีล 3 ด้าน ซองตั้งติดซิปป ซองซีลกลาง ซอง die-cut [2] งานม้วน สำหรับผู้ประกอบการที่จะนำงานที่ผลิตเข้าสู่ระบบบรรจุแบบอัตโนมัติ [3] งาน ฉลากสำหรับขวดน้ำ และ [4] งานฝา เช่นสำหรับบรรจภัณฑ์กาแฟ บรรจภัณฑ์บะหมี่กึ่งสำเร็จ ตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทฯ ได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมยา และ อุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคต่างๆ เช่น ขนมขบเคี้ยว (Snack) เครื่องปรุงรส อาหารแช่แข็ง อาหารอบแห้ง ยาเม็ด และ ลูกอม ผลิตภัณฑ์เวชสำอาง เป็นต้น

[2] บรรจภัณฑ์ประเภทขวดพีอีที (PET Bottle)

ทำจากวัสดุเม็ดพลาสติก Polyethylene Terephthalate Resin (PET) ใช้ สำหรับบรรจุของเหลว ซึ่งกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทฯ ได้แก่ กลุ่มน้ำดื่ม และ น้ำผลไม้ น้ำมันพืช โดยลูกค้าจะเป็นผู้นำไปบรรจุเอง ซึ่งบริษัทมีสินค้าแบบทั่วไป

(common mold) ที่บริษัทเป็นเจ้าของแม่พิมพ์ และสินค้าแบบเฉพาะ (custom mold) สามารถผลิตขนาดได้ตั้งแต่ 150 มิลลิลิตร ถึง 5 ลิตร

[3] บรรจุภัณฑ์พลาสติกขึ้นรูปด้วยระบบ Vacuum Forming

บริหารผ่านบริษัท พร้อมแพค จำกัด โดยใช้วัตถุดิบหลักเป็นแผ่นพลาสติกหลายประเภท อาทิเช่น PS, PP, PE, PVC, PET, PP-BIODEGRADABLE เพื่อนำเข้าระบบ Vacuum Forming คือการขึ้นรูปโดยนำแผ่นพลาสติกมาให้ความร้อนและนำไปอัดขึ้นรูปตามแม่พิมพ์ ผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์ได้หลายชนิด โดยหลักได้แก่ ถาด ถ้วย ช้อน ฝา เป็นต้น โดยกลุ่มลูกค้าหลักได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร และอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคต่างๆ เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์

บรรจุภัณฑ์พลาสติกของกลุ่มบริษัทฯ ผลิตด้วยกระบวนการผลิตที่ได้คุณภาพ มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค ตรงตามคำสั่งซื้อของลูกค้า ใช้วัตถุดิบที่เป็นเกรดสำหรับการผลิตอาหาร ไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค ทั้งนี้ บริษัทได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากลที่องค์กรธุรกิจทั่วโลกให้ความสำคัญ เพื่อความเป็นเลิศทางด้านคุณภาพ และควมมีประสิทธิภาพของการดำเนินงานภายในองค์กร ได้แก่ ระบบ ISO 9001:2008 และระบบ GMP & HACCP ซึ่งผ่านการตรวจสอบ (Certified Body) จากหน่วยงาน URS (United Registrar of Systems Limited) และรับรองผลโดย UKAS (United Kingdom Accreditation Service) ซึ่งแสดงว่า บริษัทฯ ได้มีการจัดวางระบบบริหารงานที่มีคุณภาพและความสำคัญต่อคุณภาพของสินค้า เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในกระบวนการต่างๆ ว่าได้รับการควบคุม ซึ่งสามารถตรวจสอบได้โดยผ่านเอกสารที่ระบุขั้นตอน และวิธีการทำงานเพื่อให้มั่นใจได้ว่าบุคลากรของบริษัทฯ ได้ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบและตรงตามขั้นตอนต่างๆ ในการปฏิบัติงานโดยมีการฝึกอบรมบุคลากรของบริษัทฯ มีการจัดบันทึกข้อมูลรวมทั้งมีการตรวจสอบการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามที่ระบุไว้ในเอกสาร และมีการแก้ไขข้อผิดพลาดรวมทั้งมีแนวทางในการป้องกันการเกิดข้อผิดพลาดเดิม

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการพัฒนาความหลากหลายในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ทั้งประเภทบรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทต่างๆ โดยการเพิ่มเครื่องจักรและแม่พิมพ์ในรูปแบบใหม่เพิ่มเติม เพื่อเป็นทางเลือกของลูกค้า และเพิ่มกำลังในการผลิตและความสามารถในการขาย

■ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

กลุ่มธุรกิจอาหารนั้นแบ่งเป็นสองธุรกิจ ได้แก่ [1] ธุรกิจร้านอาหาร [2] ธุรกิจอาหารแปรรูป

[1] ธุรกิจร้านอาหาร

บริหารโดยบริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด เป็นบริษัทที่ทำธุรกิจอาหารบริการด่วน (Quick Service Restaurant: QSR) แฟรนไชส์ที่ได้รับสิทธิ์จาก A Great American Brand International PTE LTD. ภายใต้เครื่องหมายการค้า A&W ในการพัฒนาและเปิดร้านค้าในประเทศไทยแต่เพียงผู้เดียว ก่อตั้งขึ้นในปี 2558 ซึ่ง แรนด์ A&W ได้เข้ามาให้บริการคนไทยมานานกว่า 33 ปี วิสัยทัศน์ของผู้บริหารในการดำเนินธุรกิจด้านอาหาร ที่เป็นเอกลักษณ์มีมาตรฐาน อันเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ เพื่อตอบสนองความต้องการในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคชาวไทย ด้วยผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพ และบริการที่ดีเลิศ เช่น ไก่ทอดสูตรเฉพาะ แซลมอนเบอร์รี่ เครื่องดื่มมูทเบียร์ ชนมวาฟเฟิล และอื่นๆ รวมทั้งอาหารประเภทข้าว เรามีความมุ่งมั่นอย่างเต็มที่เกี่ยวกับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์คุณภาพ ที่มีความคุ้มค่าคุ้มค่าและความปลอดภัย พร้อมทั้งการพัฒนาการตกแต่งร้าน และบรรยากาศในร้านให้มีความทันสมัย อบอุ่นและสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ทั้งใน

การดำเนินกลยุทธ์แบบมุ่งเน้นที่ลูกค้าเป็นที่ตั้ง โดยให้ความสำคัญกับการสร้าง และรักษาสัมพันธ์ภาพที่ดีกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

[2] ธุรกิจอาหารแปรรูป

บริษัท ไทยลักซ์ ฟู้ด โปรดักส์ จำกัด เป็นผู้ผลิตอาหารเพื่อบริโภค ดำเนินธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายวัตถุดิบกึ่งแปรรูปแช่เยือกแข็ง ผลิตอาหารพร้อมปรุง (Value Added) ผลิตอาหารพร้อมรับประทาน (Ready Meal) และผลิตปลาน้ำจืดแช่เยือกแข็ง เพื่อจำหน่ายในประเทศและส่งออกต่างประเทศ จึงมุ่งเน้นการผลิตสินค้าที่มีความปลอดภัยสูงสุด และมีรสชาติที่กลมกล่อม ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านความสะอาด ความปลอดภัยจากหน่วยงานทั้งในและต่างประเทศ เช่น GMP HACCP และ BRC บริการที่รวดเร็ว เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สินค้าเป็นที่ยอมรับในคุณภาพ ความปลอดภัย รสชาติ ความประณีตของสินค้า อย่างต่อเนื่อง ตั้งใจที่จะพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

■ ธุรกิจสื่อโฆษณา

บริหารโดยบริษัทในเครือ บริษัท นิปปอน แพ็ค เทคดิง จำกัด ซึ่งก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 16 กรกฎาคม พ.ศ. 2555 มีทุนจดทะเบียนปัจจุบันอยู่ที่ 20 ล้านบาท ถือหุ้นโดย บริษัท นิปปอน แพ็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 51 และ บริษัท เอสไอเอส เวนเจอร์ จำกัด ร้อยละ 49 ประกอบธุรกิจให้บริการสื่อโฆษณาในร้านสะดวกซื้อ “จีฟี่” ภายในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ครอบคลุมทั่วประเทศมากกว่า 150 สาขา ลักษณะสื่อเป็นสื่อโฆษณา ณ จุดขายสินค้า เพื่อโน้มน้าวให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า ทั้งนี้ บริษัทได้รับสัมปทานแต่เพียงผู้เดียวเป็นระยะเวลา 12 ปี จาก บริษัท ปตท. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด เริ่มตั้งแต่ปี 2557 - 2569 ครอบคลุมถึงสาขาที่จะเปิดเพิ่มในอนาคต

สื่อโฆษณา ณ จุดขายสินค้า เป็นสื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อโดยเฉียบพลันแบบไม่ได้วางแผนล่วงหน้า (Impulse Buying) ในลักษณะของการยั่วเตือนให้นึกถึงสินค้าที่ ณ จุดขาย ก่อนที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้า ซึ่งสื่อโฆษณาในร้านสะดวกซื้อ สามารถติดตั้งได้ทั้งภายนอกและภายใน นับตั้งแต่ กระดาษด้านหน้า พื้นทางเดิน ป้ายโฆษณาต่าง ๆ ณ พื้นที่จัดวางสินค้า จุดชำระเงิน ตลอดจนจอติดจอ และรวมถึงสื่อวิทยุกระจายเสียงในร้าน

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 การทำการตลาด

■ ธุรกิจสินค้าบรรจุภัณฑ์

ในส่วนบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่บริษัทฯ มีทั้งสามแบบธุรกิจนั้นมีวิธีการทำการตลาดที่ใกล้เคียงกันคือการเน้นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่มีปริมาณการสั่งซื้อสูง การมีแผนกวิจัยเพื่อพัฒนาสินค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง มีราคาที่แข่งขันได้ และ สร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าในระยะยาว ซึ่งการได้มาซึ่งลูกค้าระดับใหญ่นั้นมีทั้งการซื้อขายกันด้วยระบบปกติ และระบบการประมูล จะมีเฉพาะธุรกิจบรรจุภัณฑ์ประเภทขวดพียูที (PET Bottle) เท่านั้นที่มีสัดส่วนการขายจากระบบการประมูลที่สูงกว่าเนื่องจากมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์จำกัดและการบริหารวิธีนี้จะเพิ่มความคงที่และทำให้สามารถใช้กำลังการผลิตได้สูงสุด โดยกลยุทธ์ทางการตลาดหลักที่บริษัทฯ ใช้ในการดำเนินธุรกิจในกลุ่มธุรกิจสินค้าบรรจุภัณฑ์ ได้แก่

i. การสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า

บริษัทฯ มุ่งเน้นการผลิตสินค้าที่ดีและมีคุณภาพ โดยการรักษาระดับมาตรฐานการผลิตและการให้บริการอย่างต่อเนื่อง มีการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าตรงเวลาและตรงตามข้อกำหนด รวมถึงการให้บริการหลังการขายที่ดี

ii. ราคาต้องแข่งขันได้ในตลาด

การตั้งราคาสินค้าของบริษัทฯ จะพิจารณาให้อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม และ เป็นธรรมต่อลูกค้า รวมถึงการสร้าง ความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า เมื่อเปรียบเทียบกับราคากับคู่แข่งในระดับเดียวกันและราคาสินค้าของบริษัทยังถือเป็น มาตรฐานราคาตลาด

iii. เน้นลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

บริษัทฯ เน้นลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ที่เป็นผู้บริโภคในอุตสาหกรรมที่มีความต้องการผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ทุกประเภท ของบริษัทฯ สูง โดยเฉพาะกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมยา และอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคเพื่อทำ ให้ประสิทธิภาพในการผลิต (production efficiency) และการบริหารทรัพยากรสูงสุด

iv. มีการวิจัยและพัฒนาสินค้าอยู่ตลอดเวลา

บริษัทฯ ได้พัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง รวมถึงขยายตลาดใหม่เพื่อให้มีฐานลูกค้าที่กว้าง ขึ้น พัฒนาและปรับปรุงกระบวนการผลิต และกระบวนการตรวจสอบคุณภาพที่ได้มาตรฐาน เพื่อสร้างโอกาสทาง การตลาด และลดต้นทุนการผลิตให้แก่ลูกค้า โดยโครงการต่างๆ ที่เกิดขึ้นอาจเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า และ/หรือตามแผนงานของบริษัท โดยนอกจากนี้บริษัทยังเน้นการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพและมาตรฐาน โรงงานผลิตต่อเนื่องเพื่อสามารถรองรับและสร้างความมั่นใจกับลูกค้าระดับสากลได้

v. สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างลูกค้ากับบริษัทฯ

บริษัทฯ มีเป้าหมายในการพัฒนาและรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับแก่ลูกค้าทั้งหลาย ดังนั้น บริษัทฯ จะเน้นเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการบริการเป็นสำคัญ ตลอดจนมีโครงการปรึกษาหารือ และร่วมมือกับลูกค้าในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อให้แผนการลงทุนของบริษัทฯ เป็นไปในทิศทางที่ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในด้านต่างๆ ซึ่งรวมถึง การผลิตการขยายกำลังการผลิต การขยาย สายการผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของลูกค้าในอนาคต เพื่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันระหว่างบริษัทฯ และลูกค้า นอกจากนั้นบริษัทฯ ยังได้จัดให้มีทีมงานบริการหลังการขาย การติดตาม การประเมินและการแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพอย่างสม่ำเสมอ

ในปีที่ผ่านมาบริษัทยังคงเน้นลูกค้าในประเทศเป็นหลักซึ่งยังมีความต้องการเติบโตต่อเนื่องถึงจะช้าลงเนื่องจากผลกระทบ ของภาวะเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตามบริษัทได้ปรับแผนการตลาดเป็นเชิงรุกมากขึ้นด้วยการหาช่องทางการเข้าถึงลูกค้าด้วยวิธี ใหม่ๆ เช่น การแสดงข้อมูลบริษัทผ่านสื่อต่างๆ โดยเฉพาะบนอินเทอร์เน็ตจากปกติที่เน้นการตลาดระบบ direct sale ซึ่ง นอกจากจะเป็นการเปิดช่องทางการสื่อสารใหม่แล้วยังเป็นการเพิ่มความมั่นใจในภาพลักษณ์ของบริษัทมากขึ้น รวมถึง รองรับความต้องการด้านบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทในเครือทั้งหมดอีกด้วย

■ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

ในธุรกิจร้านอาหาร A&W นั้นอยู่ในหมวด Fast Food บริษัทเน้นตอบสนองกลุ่มลูกค้าเป้าหมายด้วยการศึกษาการวิจัย ตลาดด้านพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภค เพื่อทราบความต้องการของลูกค้า กลุ่มลูกค้าหลักคือกลุ่มครอบครัว แล้ว กำหนดนโยบายสู่การปฏิบัติ การเข้าถึงกลุ่มลูกค้า โดยการเปิดสาขาใหม่ ตลาดใหม่ เพิ่มฐานลูกค้าใหม่มากขึ้น มี

ความสามารถในการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายเปิดสาขาอย่างน้อย 60 สาขาภายใน 5 ปี เมนูปกติและเมนูพิเศษ มีการพัฒนาขึ้นเฉพาะลูกค้าคนไทย ที่มีความชื่นชอบในแบรนด์ตลอดจนลูกค้าใหม่ให้เป็นลูกค้าประจำ

ในส่วนธุรกิจอาหารแปรรูปนั้น บริษัทฯ เน้นการขายอาหารพร้อมรับประทานแช่เยือกแข็งให้แก่กลุ่มลูกค้าวัยเรียน วัยทำงานที่มีความเร่งรีบ ไม่ค่อยมีเวลา อาศัยอยู่โดยลำพัง หรือเป็นครอบครัวเดี่ยว ที่ต้องการความสะดวกสบายในการจัดเตรียมอาหาร โดยรับจ้างผลิตสินค้าในรูปแบบ Private Label ให้แก่ CP ALL โดยมีสัดส่วนการจำหน่ายในประเทศร้อยละ 40 และส่งออกร้อยละ 60

■ ธุรกิจสื่อโฆษณา

ในปัจจุบันสื่อ ณ จุดขายในร้านสะดวกซื้อยังมีจำนวนไม่มาก ส่วนใหญ่จะเป็นสื่อในห้างสรรพสินค้าซึ่งมีขนาดใหญ่ (Hypermarkets) ที่มีราคาแพ็คเกจขายค่อนข้างสูง ทำให้สื่อโฆษณาในร้านสะดวกซื้อ “จีฟี่” สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้กว้างกว่าทั้งรายใหญ่และรายเล็กด้วยราคาแพ็คเกจขายที่ไม่สูงมาก ในขณะที่สามารถกระจายสื่อได้ครอบคลุมทั่วประเทศได้เหมือนกัน นอกจากนี้ ยังถือได้ว่าสื่อในร้านสะดวกซื้อ “จีฟี่” เป็นเพียงเจ้าเดียวที่ให้บริการสื่อประเภทดิจิตอลแบบครอบคลุมทั่วประเทศ ซึ่งจุดแข็งของสื่อดิจิตอลคือ ความรวดเร็วและความคล่องตัวในการลงสื่อด้วยการโหลดข้อมูลจากส่วนกลาง ที่ไม่ต้องเสียเวลาในการผลิตและติดตั้ง โดยการตลาดนั้นเน้นในส่วน direct sale ทั้งกับลูกค้าโดยตรง และผ่านทางเอเจนซี

2.2.2 สภาพการแข่งขัน

■ ธุรกิจสินค้าบรรจุภัณฑ์

- สำหรับบรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทอ่อนตัว (Flexible Packaging) นั้นตลาดหลักมาจากอุตสาหกรรมอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคซึ่งถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีความผันผวนน้อยเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมอื่นๆ เนื่องจากมีความเกี่ยวข้องกับการดำรงชีพของผู้บริโภคสูง อย่างไรก็ตามในช่วงปีที่ผ่านมาตลาดได้มีการเติบโตขึ้นซึ่งได้รับผลกระทบมาจากเศรษฐกิจรวมของประเทศที่ถดถอย ส่วนการแข่งขันนั้นถือว่าอยู่ในวงจำกัดที่มีผู้แข่งขันใหม่ในตลาดน้อย (high entry barrier) โดยสาเหตุหลักมาจากการลงทุนที่สูงและกระบวนการเปลี่ยนลูกค้าที่ยุ่งยาก (high supplier switching cost)
- สำหรับขวด PET นั้นมีตลาดน้ำดื่มเป็นตลาดหลักโดยเฉพาะน้ำเปล่าซึ่งมีการเติบโตขึ้นเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่นิยมซื้อน้ำเปล่าดื่มเพื่อความสะดวกรวดเร็วและเพื่อความสะอาด อย่างไรก็ตามจากการลงทุนในเครื่องจักรที่มีมูลค่าสูงและการผลิตที่ไม่ซับซ้อนทำให้ตลาดขวด PET นั้นมีผู้ผลิตในตลาดหลายรายแต่ผู้ผลิตที่มีโรงงานผลิตและระบบเครื่องจักรที่มีคุณภาพนั้นมีจำนวนจำกัด
- ในส่วนตลาดพลาสติกขึ้นรูปด้วยระบบ Vacuum Forming นั้นมีผู้ประกอบการในขนาดที่ใกล้เคียงกันจำกัดประมาณ 15-20 ราย โดยมีการแข่งขันที่สูงแต่มีความจำกัดเนื่องจากการผลิตสินค้ามีต้นทุนแม่พิมพ์อยู่ โดยในธุรกิจนี้จะมีหลากหลายของสินค้าสูง ทั้งแบบที่สามารถขายให้ผู้อื่นได้ (common) และแบบเฉพาะเจาะจง (exclusive) ซึ่งลูกค้ารายใหญ่ที่บริษัทเน้นนั้นส่วนใหญ่จะมีผู้ผลิตหลายรายเนื่องจากมีสินค้าที่ต้องการหลายประเภท

■ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

ส่วนธุรกิจร้านอาหารนั้น ตามสภาวะตลาด QSR ในปัจจุบัน ธุรกิจอาหารมีการแข่งขันที่สูงมาก ทั้งผู้ประกอบการรายเดิม และที่เข้ามาใหม่อยู่ตลอดเวลา ผู้ประกอบการรายใหม่ ทั้งในประเทศไทยและจากต่างประเทศ ที่มีเป็นจำนวนมาก คู่แข่งหลักคือกลุ่ม QSR โดยเฉพาะกลุ่ม International Brand ที่มาจากสหรัฐอเมริกาที่มีสาขาอยู่ทั่วโลก ซึ่งเป็นแบรนด์ที่เป็นเจ้าตลาดเดิม มีสินค้าที่ใกล้เคียงกัน รูปแบบการบริการที่ไม่แตกต่างกัน ตามแนวทางปัจจุบันต้องแข่งขันด้านคุณภาพและกลยุทธ์การตลาดที่เข้าถึงผู้บริโภค

ในส่วนธุรกิจอาหารแปรรูปนั้น ประมาณการผลิตปี 2558 ผลผลิตกึ่งไทยอยู่ที่ประมาณ 260,000 ตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2557 ที่ผลิตได้ 230,000 ตัน หรือร้อยละ 13 ทั้งนี้จากการที่ผู้เลี้ยงปรับเปลี่ยนวิธีการเลี้ยง ทำให้สามารถแก้ปัญหาโรคระบาด EMS ได้สำเร็จ ส่วนผลผลิตกึ่งทั่วโลกอยู่ที่ประมาณ 2.04 ล้านตัน ลดลงจากปี 2557 ประมาณร้อยละ 8 โดยประเทศคู่แข่งหลักมีปริมาณผลผลิตลดลง โดยเฉพาะ จีน เวียดนาม และอินเดีย ด้านการส่งออก จากข้อมูลการส่งออกกึ่งเดือน ม.ค. – ต.ค. ปีนี้อยู่ที่ 127,871 ตัน มูลค่า 44,256 ล้านบาท เทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2557 ปริมาณ ลดลงร้อยละ 1.21 มูลค่าลดลงร้อยละ 14.43

ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนมีผลต่อยอดขายและการดำเนินงานด้านธุรกิจอาหารเนื่องจากการส่งออกสินค้า และนำเข้าวัตถุดิบและเครื่องมือ อย่างไรก็ตามบริษัทมีนโยบายในการป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนโดยการตกลงทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศกับธนาคารล่วงหน้า (Forward Contract) ทั้งในด้านการนำเข้าและส่งออก เพื่อประกันความเสี่ยงเป็นครั้งคราว ขึ้นอยู่กับช่วงระยะเวลาการรับหรือขายสินค้าของบริษัท โดยมีการศึกษาข้อมูลสถิติความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนในแต่ละสกุลเงินเพื่อนำมาวิเคราะห์ในตัดสินใจทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าในแต่ละครั้ง

■ ธุรกิจสื่อโฆษณา

สื่อในร้านสะดวกซื้อ “จีฟี่” ตั้งอยู่ในสถานบริการน้ำมันของปตท. ซึ่งอยู่บนเส้นทางคมนาคมสายหลัก ทั้งในกรุงเทพและต่างจังหวัด ที่พื้นที่กว้างขวางและมีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านต่าง ๆ นอกเหนือไปจากการให้บริการน้ำมัน เช่น ร้านอาหารบริการที่หลากหลาย บริการธนาคาร ร้านกาแฟ “อเมซอน” ร้านของฝาก ฯลฯ ซึ่งทำให้มีลูกค้าเข้าไปใช้บริการจำนวนมากและเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง ซึ่งถือเป็นจุดแข็งแตกต่างจากร้านสะดวกซื้อประเภทอื่น

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.3.1 ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

■ ธุรกิจสินค้าบรรจุภัณฑ์

บริษัทมีความสามารถในการผลิต 3 ผลิตภัณฑ์ ซึ่ง ณ ปัจจุบันบริษัทมีโรงงานอยู่ 3 แห่งซึ่งมีการผลิตดังนี้

โรงงาน สาขา บางขุนเทียน-ชายทะเล	ผลิตขวด PET
โรงงาน สาขา แสมดำ	ผลิตบรรจุภัณฑ์แบบอ่อนและ ขวด PET
โรงงาน สาขา บางบอน (บ.พร้อมแพค จำกัด)	ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกขึ้นรูปด้วยความร้อน (Thermoforming)

บริษัทมีนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมภายในประเทศ โดยคัดสรรวัตถุดิบที่มีการผลิตในประเทศที่มีคุณภาพและมาตรฐานก่อน โดยวัตถุดิบหลักเป็นผลิตภัณฑ์ในกลุ่มปิโตรเคมี เช่น แผ่นฟิล์มพลาสติก หมึกพิมพ์และเม็ดพลาสติก พลาสติกซีท ซึ่งทางบริษัทได้สรรหาวัตถุดิบจากผู้ผลิตมากกว่า 1 ราย เพื่อป้องกันความเสี่ยงด้านการขาดแคลนวัตถุดิบ และมั่นใจในการจัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่กำหนด โดยวัตถุดิบส่วนใหญ่สามารถสรรหาได้ในประเทศไทย ส่วนวัตถุดิบที่ต้องนำเข้านั้นจะมีแหล่งผลิตในหลายประเทศจึงไม่มีการผูกขาดทางการค้า นอกจากนี้บริษัทยังได้มีการนำเข้าวัตถุดิบบางประเภทเช่นแผ่นฟิล์มอลูมิเนียมฟอยล์เพื่อทดสอบนำมาทดสอบเปรียบเทียบคุณภาพกับวัตถุดิบในประเทศหรือเพื่อเพิ่มคุณภาพการผลิต

■ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

วัตถุดิบที่ใช้หลัก ได้แก่ เนื้อสัตว์ แป้ง ข้าว ซอส โดยมีวัตถุดิบบางประเภทที่จะนำเข้าจากต่างประเทศเนื่องจากไม่มีในประเทศไทยหรือมีคุณภาพที่สูงกว่า ซึ่งวัตถุดิบเหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบทางท้องตลาดจึงมีการสรรหาด้วยวิธีเปรียบเทียบราคาและคุณภาพจากผู้ผลิตต่างๆ ที่มีอยู่หลายรายและไม่มีการผูกขาด สำหรับเครื่องมือในการทำอาหารและเครื่องดื่มนั้นจะมีบางชนิดที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศเนื่องจากการมีความเฉพาะเจาะจงในการผลิตโดยเฉพาะในธุรกิจร้านอาหาร A&W ส่วนอุปกรณ์ทั่วไปนั้นสรรหาได้ในประเทศ

■ ธุรกิจสื่อโฆษณา

อุปกรณ์สื่อโฆษณานั้นแบ่งเป็น 2 จำพวกได้แก่แบบภาพนิ่ง (Static) และ แบบเคลื่อนไหว ในส่วนภาพนิ่งนั้นบริษัทได้สรรหาโดยการประมูลราคาการจัดหาการติดตั้งอุปกรณ์รวมถึงการดูแลรักษาต่างๆ

ในส่วนสื่อแบบเคลื่อนไหวนั้นบริษัทได้ประมูลราคาทีวีจากบริษัทชั้นนำโดยการติดตั้งและดูแลรักษานั้นบริษัทได้ว่าจ้างบริษัท เอสไอเอส ดิสทริบิวชั่น (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ดำเนินการ โดยมีการเปรียบเทียบราคาก่อนเช่นกัน

2.3.2 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิต

■ ธุรกิจสินค้าบรรจุภัณฑ์

บริษัทคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม จึงคัดสรรวัสดุอุปกรณ์ในการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค อีกทั้งมีกระบวนการในการจำกัดเศษสารเคมีที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น หมึกพิมพ์ และสารละลาย ต่างๆ โดยการจ้างให้บริษัทผู้ได้รับอนุญาตอย่างถูกต้องตามกฎหมายนำไปรีไซเคิลหรือกำจัดอย่างถูกวิธี โดยในปี 2558 ที่ผ่านมามีบริษัทได้มีนโยบายในทุกหน่วยงานประหยัดทรัพยากรธรรมชาติอย่างเคร่งครัด ทั้งในส่วนโรงงานที่เน้นย้ำเรื่องการควบคุมวัสดุสิ้นเปลืองหรือการรีไซเคิลวัสดุต่างๆ รวมถึงการควบคุมการใช้อุปกรณ์ภายในอาคารสำนักงานด้วย

■ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

ในส่วนธุรกิจร้านอาหารเครื่องดื่มผลกระทบหลักต่อสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การควบคุมของเสียจากการผลิตและเก็บ โดยบริษัทจะเริ่มดำเนินงานในส่วนนี้ตั้งแต่ปี 2559 เป็นต้นไป

■ ธุรกิจสื่อโฆษณา

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในธุรกิจสื่อโฆษณานั้นน้อยมาก ได้แก่ การเกิดขยะจากป้ายโฆษณาเก่าที่ได้มีการเปลี่ยนออกซึ่งใช้เวลาหมุนเวียนหลายเดือน และสื่อส่วนหนึ่งที่เป็นระบบดิจิทัลบนทีวีจึงไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

2.4 งานที่ยังไม่ส่งมอบเฉพาะงานโครงการหรือชิ้นงานที่มีมูลค่าสูง และใช้เวลาในการส่งมอบงาน

-ไม่มี-

3. ปัจจัยความเสี่ยง

■ ธุรกิจสินค้าบรรจุภัณฑ์

ความเสี่ยงหลักของธุรกิจบรรจุภัณฑ์บริษัทมีดังนี้

[1] ความเสี่ยงด้านวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์แบบอ่อน ได้แก่ แผ่นฟิล์มพลาสติก สี และเม็ดพลาสติก หรือวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตขวดพลาสติกพีอีที ได้แก่ เม็ดพลาสติกพีอีที ซึ่งล้วนเป็นผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมีคอลที่มาจากน้ำมันเป็นหลัก ดังนั้นความผันผวนของราคาน้ำมันโลกจะมีผลกระทบกับต้นทุนของบริษัทเป็นอย่างมาก

แนวทางการแก้ไข บริษัทฯ จะบริหารความเสี่ยงด้านการขาดแคลนวัตถุดิบและการปรับตัวของราคาวัตถุดิบ โดยจะมีระบบควบคุมคลังสินค้าที่ประสานกับระบบขายเพื่อประมาณการวัตถุดิบที่ต้องใช้อย่างใกล้ชิดเพื่อการสั่งซื้อวัตถุดิบในปริมาณที่เหมาะสมและเพียงพอต่อการผลิต และบริษัทฯ จะบริหารความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบโดยบริษัทฯ จะทำการสั่งซื้อราคาวัตถุดิบล่วงหน้าไว้เป็นบางส่วน และประมาณการราคาโดยติดตามข่าวสารเพื่อการจัดเก็บสินค้าอย่างเหมาะสมเพื่อให้มีต้นทุนการผลิตที่ดีที่สุด

[2] ความเสี่ยงด้านผลิตภัณฑ์ เนื่องจากเป็นบรรจุภัณฑ์ที่สัมผัสกับอาหารและเครื่องดื่มที่ผู้บริโภครับประทาน ดังนั้นบริษัทจึงมีความเสี่ยงโดยตรงต่อสุขอนามัยของผู้บริโภคเพราะเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ถึงแม้จะไม่ได้เป็นผู้ผลิตวัตถุดิบที่รับประทานก็ตาม ความสะอาดปลอดภัยและได้มาตรฐานในกระบวนการผลิตจะต้องคำนึงถึงความปลอดภัยเป็นอย่างมาก และบรรจุภัณฑ์ต้องไม่ทำปฏิกิริยากับสินค้าที่บรรจุอยู่ภายใน และต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นสำคัญ

แนวทางการแก้ไข ทางบริษัทจึงเล็งเห็นความสำคัญของการควบคุมการผลิตที่เป็นมาตรฐานสากลและมีความปลอดภัย จึงได้ดำเนินการและได้รับการรับรองระบบ GMP (Good Manufacturing Practice) & HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) ที่เป็นหนึ่งในระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหารขั้นพื้นฐาน (Food Safety Management System) ซึ่งเป็นหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีสำหรับการผลิต เป็นการจัดการสภาวะแวดล้อมขั้นพื้นฐานของกระบวนการผลิตทั้งระบบ เช่น การควบคุมสุขลักษณะส่วนบุคคล การควบคุมแมลงและสัตว์นำโรค การออกแบบโครงสร้างอาคารผลิต รวมถึงเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต เป็นต้น รวมถึงวัตถุดิบที่เป็น Food Grade และสรรหามาจากผู้ผลิตที่มีระบบควบคุมคุณภาพที่ดี

[3] ความเสี่ยงจากสภาวะการแข่งขัน เนื่องจากแนวโน้มของพฤติกรรมผู้บริโภคนั้นมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ประกอบกับสภาวะเศรษฐกิจมีการขยายตัวลดลง จึงทำให้การแข่งขันของตลาดของบรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทอ่อนตัว และขวดพลาสติกพีอีที รุนแรงและเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งจะมีผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทฯ

แนวทางการแก้ไข ถึงแม้บริษัทฯ จะยังคงมีคู่แข่งอยู่ในตลาดบรรจุภัณฑ์อยู่มาก แต่บริษัทฯ ก็ยังคงมีลูกค้าหลักหลายรายที่เป็นคู่ค้าที่สั่งซื้อสินค้ากันอย่างต่อเนื่องมายาวนาน ซึ่งปัจจุบันบริษัทฯ ได้มีการปรับปรุงคุณภาพของการผลิตบรรจุภัณฑ์ให้สูงขึ้นรวมถึงการเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และกำลังการผลิตเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันที่สามารถรองรับผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ของลูกค้าเดิม และเพื่อเพิ่มโอกาสการเข้าสู่ตลาดบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ

■ **ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม**

จากสภาพการทำธุรกิจที่มีการแข่งขันที่สูง มีทรัพยากรที่จำกัด ทำให้เกิดความเสี่ยงกับผู้ประกอบการจำนวนไม่น้อย ธุรกิจอาหารแปรรูปแช่แข็งเป็นธุรกิจที่ต้องบริหารจัดการอย่างเป็นระบบและต้องมีความพร้อมในการแก้ปัญหาทุกด้าน สำหรับความเสี่ยงในธุรกิจแช่แข็งอาหารมีอยู่ 3 ด้านหลักคือ

- [1] ด้านพื้นที่ขายหรือการเปิดสาขา เริ่มน้อยลงทั้งในศูนย์การค้าและนอกศูนย์การค้า การหาทำเลที่เหมาะสม มีการแสวงหาที่เข้มแข็งบางครั้งเกิดการช่วงชิงในทำเลทอง ทำให้ราคาค่าเช่าสูงขึ้น จนเป็นสาเหตุสำคัญให้ผลประกอบการไม่เป็นไปตามเป้าหมาย

แนวทางการแก้ไข การหาพื้นที่ขายที่เป็นตลาดใหม่ นอกเหนือจากศูนย์การค้าใหญ่ เช่น Community Mall ขนาดไม่ใหญ่และมีกลุ่มเป้าหมายตรงกัน การสร้างพันธมิตรที่มี Concept ใหม่เพื่อรองรับธุรกิจอาหาร เช่น กลุ่มค้าปลีกแนวใหม่ (Life Style Mall) กลุ่มบริการน้ำมัน การเจรจาต่อรองด้านราคาค่าเช่าที่ปรับสูงขึ้นตลอดเวลา ตลอดจนการปรับระบบการจัดการสาขาให้ใช้พื้นที่ลดลง แต่มีผลผลิตเท่าเดิมในการบริการ การสร้าง Concept ใหม่ที่ใช้พื้นที่ที่น้อยลงโดยเน้นสินค้าที่เป็นที่นิยมของลูกค้า

- [2] ด้านวัตถุดิบ แหล่งจัดซื้อ ในกลุ่มของ International Brand จะมีมาตรฐานที่ใกล้เคียงกัน บางครั้งวัตถุดิบที่มีคุณภาพดีเยี่ยมอยู่ในแหล่งเดียวกัน จึงมีการแข่งขันกันในการค้นหาแหล่งวัตถุดิบที่เหมาะสม

แนวทางการแก้ไข เน้นการจัดซื้ออย่างเป็นระบบ ที่เป็นสัญญาการซื้อขายล่วงหน้า ในจำนวนและราคาที่ตกลงกัน เพื่อเป็นหลักประกันทั้งสองฝ่าย การสืบหาแหล่งวัตถุดิบใหม่ๆ หรือวัตถุดิบทดแทน ที่มีคุณภาพเท่ากัน โดยเฉพาะสินค้านำเข้าที่มีราคาสูง ต้องค้นหาผู้ผลิตภายในประเทศ ที่มีศักยภาพสูง สามารถผลิตได้ตามมาตรฐานที่กำหนด

- [3] ด้านบุคลากร ในปัจจุบันผู้ปฏิบัติในธุรกิจร้านอาหารมีจำนวนลดน้อยลง เนื่องจากพนักงานได้เปลี่ยนอาชีพ อีกทั้งมีผู้ประกอบการมากขึ้นทำให้มีบุคลากรจำนวนจำกัด ตั้งแต่ระดับหัวหน้าสาขาจนถึงระดับบริการประจำสาขา

แนวทางการแก้ไข บุคลากรที่ทำงานด้านบริการมิได้เติบโตตามระบบธุรกิจ จึงต้องสรรหาจากผู้จบระดับมัธยมเป็นหลัก ระดับหัวหน้าสาขาจะรับระดับปริญญาตรีทุกสาขา ทั้งนี้ต้องมาสร้างระบบการฝึกอบรม ให้พนักงานได้เรียนรู้และหาประสบการณ์ในภาคปฏิบัติ นโยบายการบริหารทรัพยากรมนุษย์ การดูแลพนักงานให้มีความภาคภูมิใจกับองค์กร ตลอดจนการสร้างแนวทางการเจริญเติบโตของพนักงานให้มีการพัฒนาที่สูงขึ้น อยู่กับองค์กรให้นานที่สุด

■ **ธุรกิจสื่อโฆษณา**

ในอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาแบ่งลูกค้าออกเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ กลุ่มเอเจนซี่ (Agency) และ กลุ่มลูกค้าซึ่งเป็นเจ้าของสินค้าและบริการ (Direct) ซึ่งโดยส่วนใหญ่เจ้าของสินค้าและบริการจะให้เอเจนซี่เป็นผู้วางกลยุทธ์การใช้สื่อในรูปแบบต่างๆ รวมถึงเป็นผู้ถือใบโฆษณา กำหนดแผนการใช้บ และ การตัดสินใจเลือกใช้สื่อโฆษณาประเภทต่าง ๆ แต่ด้วยความที่บริษัท นิปปอนแพ็ค เทคดิง จำกัด ถือเป็นบริษัทน้องใหม่และมีสื่อในมือค่อนข้างน้อย จึงยังไม่ได้รับการตอบรับจากเอเจนซี่



ซีพีเอฟ บริษัทจึงใช้กลยุทธ์มุ่งเน้นการเข้าหาลูกค้าที่เป็นเจ้าของสินค้าและบริการ (Direct) เป็นหลัก ซึ่งจากกลยุทธ์ดังกล่าวก็ทำให้บริษัทสามารถได้งบประมาณตรงจากเจ้าของสินค้าและบริการ รวมถึงการที่เจ้าของสินค้าและบริการสั่งซื้อสื่อในร้านสะดวกซื้อ “ซีพีเอฟ” ผ่านทางเอเจนซี

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรหลัก

บริษัท นิปปอน แพ็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

มีสินทรัพย์ถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 มีมูลค่า ดังนี้

ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน และอาคาร	เจ้าของ	125.86	จำนองเป็นหลักประกันกับ ธนาคารกรุงไทย
2. เครื่องจักรและอุปกรณ์	เจ้าของ	220.96	73.18 ล้านบาททำลิสซิ่งกับ สถาบันการเงิน
3. เครื่องใช้สำนักงานและยานพาหนะ	เจ้าของ	20.47	3.15 ล้านบาท เช่าซื้อกับ สถาบันการเงิน
4. อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	เจ้าของ	36.33	- ไม่มี -
รวม		403.62	

บริษัท ไทยเฟลคซีเบิลแพค จำกัด มีสินทรัพย์ถาวรที่สำคัญประกอบด้วย

ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน และ อาคาร	เจ้าของ	7.28	จำนองเป็นหลักประกันกับ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา
2. เครื่องจักรและเครื่องมือเครื่องใช้	เจ้าของ	22.14	- ไม่มี -
3. เครื่องใช้สำนักงานและยานพาหนะ	เจ้าของ	0.85	- ไม่มี -
รวม		30.27	

บริษัท นิปปอน แพ็ค เทรดิง จำกัด มีสินทรัพย์ถาวรที่สำคัญประกอบด้วย

ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ระบบจอแสดงผลภาพ	เจ้าของ	17.18	- ไม่มี -
2. เครื่องใช้สำนักงาน	เจ้าของ	0.06	- ไม่มี -
รวม		17.24	

บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด มีสินทรัพย์ถาวร และสินทรัพย์ไม่มีตัวตนสำคัญประกอบด้วย

ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ส่วนปรับปรุงอาคารเช่า	เจ้าของ	0.49	- ไม่มี -
2. เครื่องใช้สำนักงาน	เจ้าของ	0.55	- ไม่มี -
3. สิทธิการบริหารแฟรนไชส์	เจ้าของ	33.88	อายุสัญญา 20 ปี
รวม		34.92	

บริษัท พร้อมแพค จำกัด มีสินทรัพย์ถาวรที่สำคัญประกอบด้วย

ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน และอาคาร	เจ้าของ	8.12	จำนองเป็นหลักประกันกับ ธนาคารกรุงเทพ
2. เครื่องจักรและอุปกรณ์	เจ้าของ	7.87	- ไม่มี -
3. เครื่องใช้สำนักงานและยานพาหนะ	เจ้าของ	0.82	- ไม่มี -
รวม		16.81	

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทฯ มีนโยบายการลงทุนและประกอบธุรกิจต่างๆ ที่มีความต่อเนื่องและเป็นการสนับสนุนธุรกิจหลัก

4.3 นโยบายการบริหารงานในบริษัทย่อย และบริษัทร่วม

บริษัทฯ จะส่งตัวแทนตามสัดส่วนการถือหุ้นเข้าไปบริหารในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

-ไม่มี-

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท	บริษัท นิปปอน แพ็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
ชื่อภาษาอังกฤษ	NIPPON PACK (THAILAND) PUBLIC COMPANY LIMITED
ชื่อย่อ	NPP (ชื่อย่อหลักทรัพย์)
ประเภทธุรกิจ	ผลิตและจำหน่าย <ol style="list-style-type: none"><u>บรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทอ่อนตัว (Flexible Packaging)</u> เพื่อใช้สำหรับบรรจุสินค้าบริโภคประเภทต่างๆ ซึ่งกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทฯ ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร กลุ่มยา และกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค<u>ขวดพีอีที (PET : Polyethylene Terephthalate Bottle)</u> เพื่อใช้สำหรับบรรจุเครื่องดื่มต่างๆ ซึ่งกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทฯ ได้แก่ กลุ่มน้ำดื่ม และ น้ำผลไม้<u>บรรจุภัณฑ์พลาสติกขึ้นรูปด้วยระบบ Vacuum Forming</u> เพื่อใช้สำหรับบรรจุสินค้าบริโภคประเภทต่างๆ ซึ่งกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทฯ ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร และกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค
เลขทะเบียนบริษัทฯ	0107536001095
ราคาพาร์	1.00 บาท
ทุนจดทะเบียน	1,162,751,814 บาท
ทุนชำระแล้ว(ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558)	872,474,858 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 872,474,858 หุ้น
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	เลขที่ 283/99 อาคารไฮมเพลสออฟฟิศ บิล딩 ชั้น 20 ซอยสุขุมวิท 55 (ทองหล่อ) ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110
เว็บไซต์	http://www.nipponpack.co.th
ติดต่อ	สำนักงานใหญ่ โทรศัพท์ 02 712 5487-88 โทรสาร 02 712 5750 โรงงาน โทรศัพท์ 02 452 8326-29 โทรสาร 02 452 8325 นักลงทุนสัมพันธ์ โทรศัพท์ 02 712 5487-88 โทรสาร 02 712 5750 อีเมล ir.nipponpack@gmail.com

6.2 ข้อมูลทั่วไปนิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไปของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด**1. บริษัท ไทยเฟลคซิเบิลแพค จำกัด**

ประเภทธุรกิจ	: จำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อน
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105522010397
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 223 ถนนบางขุนเทียน-ชายทะเล แขวงบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร
สัดส่วนการถือหุ้น	: ร้อยละ 55
ทุนจดทะเบียน	: 60 ล้านบาท
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้	: หุ้นละ 10 บาท

2. บริษัท นิปปอน แพ็ค เทคดิง จำกัด

ประเภทธุรกิจ	: ดำเนินธุรกิจติดตั้งสื่อโฆษณา ในสถานบริการปั้มน้ำมัน ปตท.ภายในร้านค้าปลีก จีพี
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105555103700
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 283/99 อาคารโฮมเพลส ออฟฟิศ บิล딩 ชั้นที่ 20 ซอยสุขุมวิท 55 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร
สัดส่วนการถือหุ้น	: ร้อยละ 51
ทุนจดทะเบียน	: 20 ล้านบาท
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้	: หุ้นละ 10 บาท

3. บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด

ประเภทธุรกิจ	: ทำธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่ม
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105558156138
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 283/98 อาคารโฮมเพลส ออฟฟิศ บิล딩 ชั้นที่ 20 ซอยสุขุมวิท 55 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร
สัดส่วนการถือหุ้น	: ร้อยละ 55
ทุนจดทะเบียน	: 100 ล้านบาท
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้	: หุ้นละ 10 บาท

4. บริษัท พร้อมแพค จำกัด

ประเภทธุรกิจ	: ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก ถาดบรรจุอาหารและถาดบรรจุอาหารพร้อมทาน
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105532039169
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 35/132 หมู่ที่ 2 ตำบลบางน้ำจืด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร
สัดส่วนการถือหุ้น	: ร้อยละ 95
ทุนจดทะเบียน	: 35 ล้านบาท
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้	: หุ้นละ 100 บาท

5. บริษัท ไทยลักซ์ ฟู้ด โปรดักส์ จำกัด

ประเภทธุรกิจ : ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปแช่แข็งและผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทาน
เลขทะเบียนบริษัท : 0105542094316
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : เลขที่ 69/5 หมู่ 5 ตำบลบางชันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม
สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 45
ทุนจดทะเบียน : 100 ล้านบาท
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ : หุ้นละ 10 บาท

6.3 บุคคลอ้างอิงอื่นๆ

นายทะเบียนหลักทรัพย์ : บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง
กรุงเทพมหานคร 10400
โทรศัพท์ 0-2009-9000
โทรสาร 0-2009-9476

ผู้สอบบัญชี : บริษัท แกรนท์ ธอนตัน จำกัด
ชั้น 18 อาคารเคปิตอลทาวเวอร์ ออลซีซั่นสเพลส ถนนวิฑู
แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330
โทรศัพท์ 0-2205-8222
โทรสาร 0-2654-3339