

ส่วนที่ 1 นโยบายและการประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

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

นอกจากนี้ยังได้ลงทุนและประกอบธุรกิจต่างๆ ที่มีความต่อเนื่องและเป็นการสนับสนุนธุรกิจหลัก เช่น ธุรกิจร้านอาหาร เบเกอรี่ และเครื่องดื่ม (บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัดและบริษัท มิสเตอร์โจนส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด) ธุรกิจอาหารแปรรูปแช่แข็งและอาหารพร้อมทาน (บริษัท นิปปอน ฟู้ด โปรดักส์ จำกัด) ธุรกิจติดตั้งสื่อโฆษณาในสถานีบริการปั้มน้ำมัน (บริษัท นิปปอน แพ็ค เทรดดิง จำกัด) และธุรกิจคอมมูนิตี้ออลล์ (บริษัท เดอะเบอรี่โฮม ออลล์ จำกัด)

1.1 นโยบายในการดำเนินงานของบริษัท

วิสัยทัศน์ของบริษัทฯ คือ ก้าวสู่การเป็นผู้นำแห่งอุตสาหกรรมทางด้านบรรจุภัณฑ์ โดยมุ่งเน้นการสร้างสรรค์และพัฒนาความเป็นเลิศทางด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย และแนวคิดการก้าวไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง เพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และองค์กรสืบไป

เพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำแห่งอุตสาหกรรมทางด้านบรรจุภัณฑ์ บริษัทฯ ได้วางกลยุทธ์ ดังนี้

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

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ปี 2559

ปี 2559 บริษัทฯ ได้ลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกัน ซึ่งช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับกลุ่มธุรกิจของบริษัทฯ และเพิ่มยอดขายแบบก้าวกระโดดเพื่อให้บริษัทฯ สามารถกระจายค่าใช้จ่ายส่วนกลางได้ ตามนโยบายการขยายธุรกิจและแผนกลยุทธ์ที่วางไว้ดังนี้

- บริษัทฯ ได้มีมติอนุมัติให้บริษัทย่อย ชื่อ บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด ดำเนินการเข้าซื้อทรัพย์สินและสิทธิในการบริหารสาขาทั้ง 5 สาขา ของ บริษัท มิยาบิ กริลล์ จำกัด ในเดือนมีนาคม 2559 (ตามสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทย่อย คือ 55% และได้เพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นเป็น 100% ใน เดือนกรกฎาคม 2559)
- บริษัทฯ ได้มีมติอนุมัติให้บริษัทย่อย ชื่อ บริษัท ไทยเฟลคชิเบิลแพค จำกัด เข้าซื้อบริษัท เดอะ บริโอ มอลล์ จำกัด โดยบริษัทย่อยเป็นผู้ถือหุ้น 100% ในบริษัท เดอะ บริโอ มอลล์ จำกัด ซึ่งเป็นเจ้าของและผู้บริหารศูนย์การค้า ชื่อ The Brio Mall ซึ่งตั้งอยู่ริมถนนบรมราชชนนีระหว่างแยกไปพุทธมณฑลสาย 4 กับ มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา รวมทั้ง บริษัท บริโอ เรสเตอรองท์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ที่บริษัท เดอะ บริโอ มอลล์ จำกัด ถือหุ้นอยู่ 100% ด้วยเงินลงทุนจำนวน 75 ล้านบาท (ตามสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทย่อย คือ 55%)
- บริษัทฯ ได้มีมติอนุมัติให้ซื้อหุ้นทั้งหมดของ บริษัท นิปปอน ฟู้ด โปรดักส์ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท ไทยลักซ์ ฟู้ด โปรดักส์ จำกัด (TLF)) “บริษัทร่วม” และ หุ้นของบริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด “บริษัทย่อย” (NPPF) จาก บริษัท ไทยลักซ์ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) (TLUXE)

บริษัท นิปปอน ฟู้ด โปรดักส์ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท ไทยลักซ์ ฟู้ด โปรดักส์ จำกัด (TLF)) ประกอบธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายอาหารแปรรูปแช่แข็ง และ อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน NPP ได้ซื้อหุ้นสามัญ 45% ของ TLF จาก TLUXE ในเดือนกรกฎาคม 2558 และเข้าซื้อหุ้นที่เหลือจำนวน 55% รวมเป็นเงินลงทุนอีก จำนวน 34.37 ล้านบาท

บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด “บริษัทย่อย” (NPPF) ซึ่งจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในเดือนกันยายน 2558 โดยการร่วมทุนระหว่าง NPP กับ TLUXE ประกอบธุรกิจบริหารงานของธุรกิจร้านอาหาร A&W และร้านอาหาร MIYABI โดยมีสัดส่วนการถือหุ้นคือ NPP = 55% และ TLUXE = 45% โดยใน NPP ได้เข้าซื้อหุ้นที่เหลือจำนวน 45% รวมเป็นเงินลงทุนอีก จำนวน 45 ล้านบาท

- บริษัทฯ ได้มีมติอนุมัติการเข้าซื้อหุ้น 100% ของบริษัท มิสเตอร์โจนส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (MJO) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ฟู้ด แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) (FC) (ชื่อเดิมคือ บริษัท เอฟโวลูชั่น แคปปิตอล จำกัด (มหาชน)) ซึ่งบริหารสาขาทั้ง 6 สาขา ของ แปรนด์มิสเตอร์โจนส์ออร์แฟเนจ โดยเข้าซื้อหุ้นของ MJO ทั้งหมดด้วยราคาขายที่ตกลงกันเป็นเงินรวม 27 ล้านบาท และรับโอนเครื่องหมายการค้าของ MJO ในราคา 40,000 USD. (คิดเป็นเงินโดยประมาณ 1.5 ล้านบาท)

- บริษัทฯ ได้ขายที่ดินที่ จ.ฉะเชิงเทรา ซึ่งได้ซื้อไว้ตั้งแต่ปี 2555 และยังไม่ได้ใช้ประโยชน์ จำนวน 235-2-85 ไร่ ในราคา 47 ล้านบาท

ปี 2558

ในปี 2558 นั้นบริษัทฯ ได้รับเงินจากการเพิ่มทุนจากผู้ถือหุ้น ซึ่งบริษัทฯ ได้ลงทุนในธุรกิจต่อเนื่องเพื่อเพิ่มศักยภาพของ บริษัทฯ 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 ธุรกิจในอนาคตได้มากยิ่งขึ้น โดยบริษัท ไทยลักซ์ ฟู้ด โปรดักส์ จำกัด นั้นผลิตอาหารแปรรูปส่งโรงงานอาหาร รวมถึง รับจ้างผลิตอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานซึ่งมีบรรจุภัณฑ์ในแบบที่บริษัท นิปปอน แพ็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สามารถผลิตได้
- จัดตั้งบริษัทย่อย ชื่อ บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด ด้วยวัตถุประสงค์การลงทุนในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งถือเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลักของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ ได้หาผู้ร่วมทุนได้แก่ 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 และทำสัญญา ให้ บริษัทย่อย เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด เป็นผู้บริหารงานต่อ รวมทั้ง บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด ได้เข้าซื้อทรัพย์สิน และสิทธิในการบริหารร้านอาหาร A&W ในประเทศไทยจาก บริษัท เอแอนด์ ดับบลิว เรสเตอร์รองด์ (ประเทศไทย) จำกัด ทั้งหมด 21 สาขาซึ่งจะทำให้บริษัทฯ เป็นผู้บริหารร้านอาหาร A&W ทั้งหมดในประเทศไทยและจะเป็นการเพิ่มฐานการดำเนินการเพื่อให้เติบโตได้รวดเร็วมากขึ้น
- บริษัทฯ ลงทุนในบริษัท พร้อมแพค จำกัด ซึ่งประกอบกิจการผลิตภาชนะบรรจุสินค้าพลาสติก โดยบริษัทฯ เข้าซื้อหุ้นใน สัดส่วนร้อยละ 95 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด โดยการได้มาซึ่งสายผลิตภัณฑ์นี้จะช่วยเพิ่มศักยภาพด้านการตลาดให้กับกลุ่ม บริษัทรวมถึงด้านอื่นๆ เช่น การจัดหาวัตถุดิบร่วมกัน

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. อนุมัติให้ออกใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ครั้งที่ 2 (NPP-W2) จำนวน 173,200,000 หน่วย
 3. อนุมัติการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุน จำนวน 629,399,375 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท

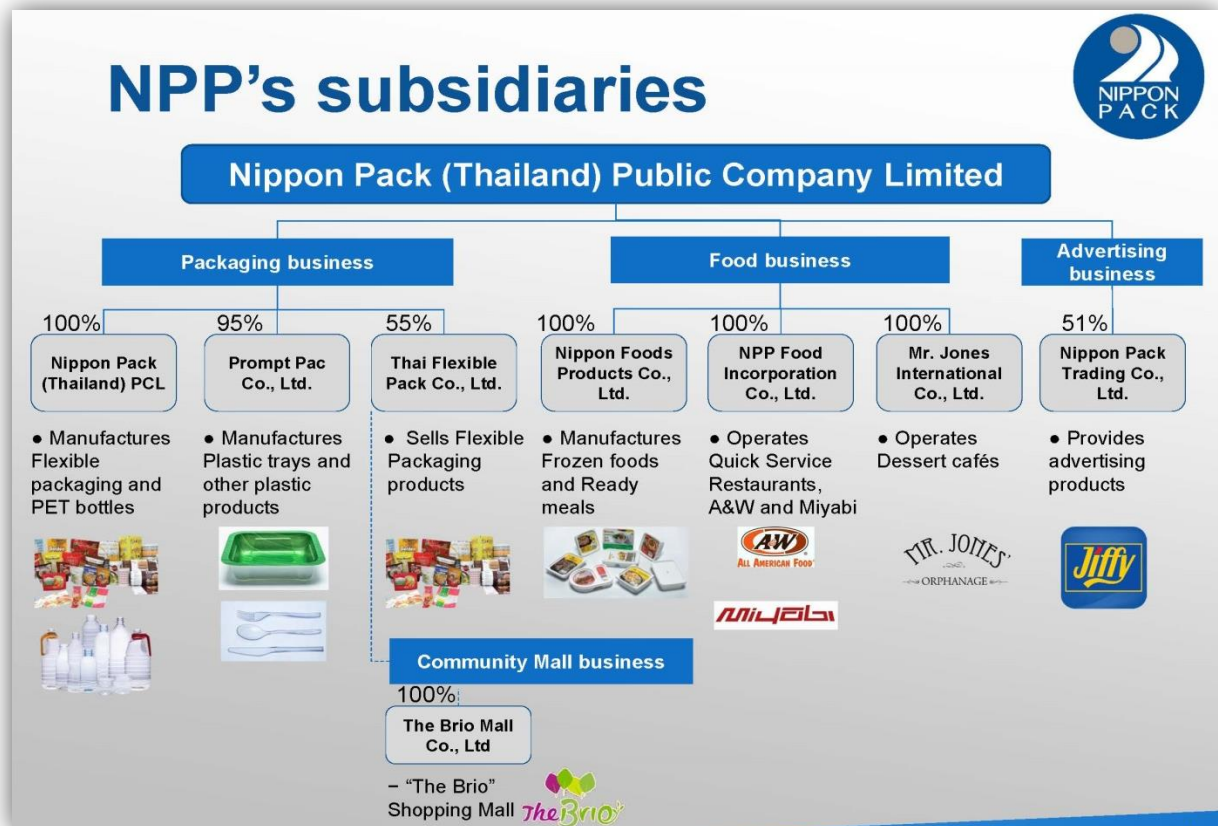
- 3.1 จัดสรรให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม (RO) ตามสัดส่วน 3 หุ้นเดิม : 1 หุ้นใหม่ จำนวน 122,066,072 หุ้น ในราคาหุ้นละ 1 บาท
 - 3.2 จัดสรรให้บุคคลเฉพาะเจาะจง (PP) จำนวน 250,000,000 หุ้น ในราคาหุ้นละ 1.80 บาท
 - 3.3 จัดสรรเพื่อรองรับการใช้สิทธิแปลงสภาพของใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัทครั้งที่ 2 (NPP-W2) 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 จัดสรรให้ผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ครั้งที่ 1 (NPP-W1) ที่มาใช้สิทธิ (กรณีใช้สิทธิทั้งหมด) ในวันที่ 28 พฤศจิกายน 2557 จำนวน 60,933,928 หุ้น
 - 3.6 จัดสรรเพื่อรองรับการใช้สิทธิแปลงสภาพของใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ครั้งที่ 2 ที่ออกให้แก่ผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ครั้งที่ 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 ของทุนจดทะเบียน โดยขายไปในราคารวม 71 ล้านบาท
 - ในเดือนเมษายน 2557 โรงงานแสมดำได้เริ่มกระบวนการผลิตอย่างสมบูรณ์ ทั้งสายการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทพลาสติกอ่อนตัว (Flexible Packaging) และสายการผลิตขวด PET
 - บริษัท นิปปอน แพ็ค เทรดิง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยได้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 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

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ ได้มีการลงทุนในบริษัทย่อยดังนี้

	บริษัทย่อย	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)
1.	บริษัท ไทยเฟลคซีเบิลแพค จำกัด	จำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนตัว	60	55%
2.	บริษัท พร้อมแพค จำกัด	ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก ถาดบรรจุอาหารและถาดบรรจุอาหารพร้อมทาน	35	95%
3.	บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด	ทำธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่ม	100	100%
4.	บริษัท นิปปอน ฟู้ด โปรดักส์ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท ไทยลักซ์ ฟู้ด โปรดักส์ จำกัด)	ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปแช่แข็งและผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทาน	125	100%
5.	บริษัท นิปปอน แพ็ค เทรดิง จำกัด	ดำเนินธุรกิจติดตั้งสื่อโฆษณา ในสถานีบริการปั้มน้ำมัน ปตท. ภายในร้านค้าปลีก จีฟพี	20	51%
6.	บริษัท เดอะ ปริ๊โอ มอลล์ จำกัด	ดำเนินกิจการศูนย์การค้าและให้เช่าพื้นที่	75	55%
7.	บริษัท มิสเตอร์ โจนส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม	86	100%

แผนภาพโครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัทฯ



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

กลุ่มธุรกิจสินค้าและบริการของบริษัทฯแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ บรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม และสื่อโฆษณา โดยโครงสร้างรายได้แยกตามสายผลิตภัณฑ์/กลุ่มธุรกิจดังนี้

ผลิตภัณฑ์	ปี 2557		ปี 2558		ปี 2559	
	รายได้ (ล้านบาท)	%	รายได้ (ล้านบาท)	%	รายได้ (ล้านบาท)	%
บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนตัว (Flexible Packaging)	163.54	91.75	191.84	68.57	294.77	31.32
ขวดพีอีที (PET Bottle)	9.67	5.42	54.68	19.55	106.44	11.31
บรรจุภัณฑ์พลาสติก Vacuum Forming*	-	0.00	20.14	7.20	118.07	12.55
ธุรกิจติดตั้งสื่อโฆษณา**	5.04	2.83	13.10	4.68	7.69	0.82
ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม***	-	0.00	-	0.00	395.60	42.03
ธุรกิจคอมมูนิตีมอลล์****	-	-	-	-	18.63	1.97
รวม	178.25	100.00	279.76	100.00	941.20	100.00

หมายเหตุ

* รวมรายได้ของบริษัท พร้อมแพค จำกัด ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2558 เป็นต้นไป

** ธุรกิจติดตั้งสื่อโฆษณาได้เริ่มดำเนินงานตั้งแต่เดือนเมษายน 2557 เป็นต้นไป

*** ธุรกิจร้านอาหาร A&W เริ่มรับรู้รายได้ตั้งแต่เดือนมกราคม 2559 เป็นต้นไป, การลงทุนในบริษัท นิปปอน ฟู้ด โปรดักส์ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท ไทยลักซ์ ฟู้ด โปรดักส์ จำกัด) เดิมเป็นบริษัทร่วมจึงรวมเฉพาะผลกำไรขาดทุนเท่านั้นตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2558 และรับรู้รายได้เนื่องจากเป็นบริษัทย่อยตั้งแต่เดือน กรกฎาคม 2559 เป็นต้นไป, ธุรกิจร้านอาหารมียาบีเริ่มรับรู้รายได้ตั้งแต่เดือน มีนาคม 2559 เป็นต้นไป, ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มของ บริษัท มิสเตอร์ โจนส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เริ่มรับรู้รายได้ตั้งแต่เดือนกันยายน 2559 เป็นต้นไป

****ธุรกิจคอมมูนิตีมอลล์ เริ่มรับรู้รายได้ ณ 1 กรกฎาคม 2559

2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

■ ธุรกิจบรรจุภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจบรรจุภัณฑ์มีอยู่ 3 ประเภท ได้แก่ [1] บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนตัว (Flexible Packaging) [2] บรรจุภัณฑ์ขวดพีอีที (PET Bottle) และ [3] บรรจุภัณฑ์พลาสติกขึ้นรูปด้วยระบบ Vacuum Forming:

[1] บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนตัว (Flexible Packaging)

ผลิตจากฟิล์มพลาสติกหลายชนิดด้วยกระบวนการพิมพ์แบบกราเวียร์ (Gravure) และลามิเนต (Laminate) จนเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติพิเศษ เช่นทนต่อความร้อน ความดันสูง ป้องกันแสง ป้องกันการซึมผ่านของอากาศ ฯลฯ และยังสามารเพิ่มอายุสินค้าบนชั้นวางและห่อหุ้มสินค้าไม่ให้แตกหักง่าย ซึ่งเหมาะสมกับกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค และอื่นๆ โดยสินค้าหลักของบริษัทฯ แบ่งเป็นประเภทต่างๆได้ดังนี้

1. ซอง เช่น ซองซีล 3 ด้าน ซองตั้งติดซิปป ซองซีลกลาง ซอง die-cut
2. ม้วน สำหรับผู้ประกอบการที่มีระบบบรรจุด้วยเครื่องอัตโนมัติ
3. ฉลาก สำหรับขวดน้ำดื่ม น้ำอัดลม
4. ฝา สำหรับบรรจุภัณฑ์กาแฟ บรรจุภัณฑ์เบหมีกิ่งสำเร็จ หรือตามความต้องการของลูกค้า

ซึ่งกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทฯ ได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร ยา และสินค้าอุปโภคบริโภคอื่นๆ เช่น ขนมอบเคี้ยว เครื่องปรุงรส อาหารแช่แข็ง อาหารอบแห้ง ผลิตภัณฑ์เวชสำอาง น้ำยาซักผ้า เป็นต้น

[2] บรรจุภัณฑ์ขวดพียูที (PET Bottle)

ทำจากวัสดุเม็ดพลาสติก Polyethylene Terephthalate Resin (PET) ด้วยกระบวนการ Single stage เพื่อให้ได้ขวดที่ได้ ไม่มีรอยขีดข่วน ความหนาสม่ำเสมอ เหมาะสำหรับบรรจุน้ำดื่ม น้ำผลไม้ น้ำมันพืช และสินค้าอุปโภคบริโภคอื่นๆ โดยมีรูปแบบขวดตามแบบของบริษัทฯ (common mold) และแบบเฉพาะตามความต้องการของลูกค้า (custom mold) ซึ่งสามารถผลิตได้ตั้งแต่ 150 มิลลิลิตร ถึง 5 ลิตร

[3] บรรจุภัณฑ์พลาสติกขึ้นรูปด้วยระบบ Vacuum Forming

บริษัท พร้อมแพค จำกัด ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกด้วยระบบ Vacuum Forming ที่ขึ้นรูปแผ่นพลาสติก หลากหลายประเภท เช่น PS, PP, PE, PVC, PET, PP-BIODEGRADABLE ด้วยความร้อนและอัดขึ้นรูปตามแม่พิมพ์ เพื่อผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์หลายชนิด ได้แก่ ถาด ฝา เป็นต้น โดยกลุ่มลูกค้าหลัก ได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร และอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคต่างๆ เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์

กลุ่มธุรกิจบรรจุภัณฑ์ผลิตสินค้าด้วยกระบวนการผลิตที่ได้คุณภาพ มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค โดยได้รับการรับรองระบบการผลิตและคุณภาพตามมาตรฐาน ISO 9001:2008, GMP และ HACCP จากบริษัท SGS (Thailand) จำกัด ซึ่งเป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลก นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการพัฒนาความสามารถในการผลิต ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และ พัฒนาคูณภาพของสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่องเพื่อความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า

■ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

กลุ่มธุรกิจอาหารนั้นแบ่งเป็นสองธุรกิจ ได้แก่ [1] ธุรกิจร้านอาหาร [2] ธุรกิจอาหารแปรรูป

[1] ธุรกิจร้านอาหาร

บริหารโดยบริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด โดยปัจจุบันมีแบรนด์ภายใต้บริษัท ดังนี้

เอ แอนด์ ดับบิว (A&W) เป็นแบรนด์ที่ทำอาหารบริการด่วน (Quick Service Restaurant: QSR) จากอเมริกา โดยบริษัทได้รับสิทธิแฟรนไชส์ของร้านอาหาร A&W ในประเทศไทยแต่เพียงผู้เดียวจาก A Great American Brand International Pte. LTD. โดยแบรนด์ A&W ได้เข้ามาในเมืองไทยมานานกว่า 33 ปี โดยผลิตภัณฑ์หลักของ A&W ที่เป็นที่รู้จัก ได้แก่ ไก่ทอด รูทเบียร์ เคอร์ลี่ฟรายส์ และวอฟเฟิล ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเฉพาะสำหรับแบรนด์ A&W โดยปัจจุบัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 A&W มีสาขาอยู่ 30 สาขา โดยจะแบ่งเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ 1) รูปแบบผลิตภัณฑ์ครบวงจร (Full Restaurant) มี 27 สาขาส่วนมากจะให้บริการตามสถานีบริการน้ำมัน และห้างสรรพสินค้าทั้งในกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด และ 2) รูปแบบผลิตภัณฑ์ขนมหวาน (Sweet & Treat) มี 4 สาขาโดยจะให้บริการในห้างสรรพสินค้าใน

กรุงเทพมหานครทั้งหมด โดยผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 รูปแบบ จะให้บริการทั้งสำหรับการทานที่ร้าน (Dine in) และรับกลับบ้าน (Take away) ปัจจุบันทางบริษัทได้ทำการปรับภาพลักษณ์ของแบรนด์ทั้งทางด้านรูปแบบร้าน ผลิตภัณฑ์ และบริการ เพื่อให้เหมาะสมกับสภาพการแข่งขันในปัจจุบัน โดยในรูปแบบร้านได้มีการตกแต่งในสไตล์ Retro Loft ที่มีลักษณะที่โปร่งสบาย น่านั่ง และแทรกด้วยบรรยากาศแบบ Retro เพื่อแสดงถึงความยาวนานของแบรนด์ A&W ในส่วนของผลิตภัณฑ์และบริการ ได้มีการปรับปรุงเมนู และชุดเมนู (Menu Set) ให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้ามากขึ้น โดยได้มีการผสมผสานผลิตภัณฑ์ของ A&W กับอาหารไทยเพิ่มขึ้น รวมทั้งการเน้นคุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาใช้ และการบริการที่ดีเลิศ เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้ลูกค้า

ร้านที่มีในปัจจุบัน คือ

1. ปีมปตท. พระราม 2 กม.14	2. ปีมปตท. บางบัวทอง-สุพรรณฯ	3. ปีมปตท. บางใหญ่
4. ปีมปตท. พระราม2 กม.35	5. ปีมปตท. วงแหวนรอบนอก (D)	6. ปีมปตท. สุขาภิบาล 3
7. ปีมปตท. อุดรฯ 55	8. ปีมเซลล์ ชลบุรี บายพาส	9. ปีมเซลล์ บางนา กม.6
10.ปีมเซลล์ มาบข่า ระยอง	11.ปีมปตท. วิภาวดี 30	12.ปีมเซลล์ ไร่จันทนาภิเษก
13.ปีมปตท. ธรรมศาสตร์	14.พันธุ์ทิพย์พลาซ่า	15.สยามสแควร์
16.ไบเทค บางนา	17.แฟชั่น ไอส์แลนด์	18.สนามบินดอนเมือง
19.ปีมปตท. วิภาวดี ราม 1	20.เดอะ สตรีท รัชดา	21.ปีมบางจาก เอกมัย
22.เทอมินอล 21 อโศก	23.ปีมบางจาก ราชพฤกษ์ 1	24.ปีมบางจาก ราชพฤกษ์ 2
25.เซลทรัล เวสต์เกต	26.ปีมบางจาก บางบอน	27.เดอะมอลล์ โคราช
28.ปีมปตท. ลำปาง	29.ปีมบางจาก ปากช่อง	30.เทอมินอล 21 โคราช

มียาบี (Miyabi) เป็นแบรนด์บุฟเฟต์ปิ้งย่างสไตล์ญี่ปุ่น ที่คัดสรรวัตถุดิบที่หลากหลายจากทั่วทุกมุมโลก มาปรุงด้วยซอสสูตรเฉพาะของมียาบี ในราคาที่คุ้มค่าที่สุดสำหรับลูกค้า โดยร้านจะให้บริการลูกค้าในรูปแบบบุฟเฟต์สั่งอาหารได้ไม่อั้น และพนักงานจะมาเสิร์ฟให้ที่โต๊ะ โดยเมนูแบ่งเป็น 3 เซ็ตบุฟเฟต์ คือ เซ็ตหมู เซ็ตเนื้อ และเซ็ตพรีเมียม โดยทุกเซ็ตบุฟเฟต์จะรวมถึงเมนูซูชิ เมนูเครื่องเคียง ขนมหวาน และเครื่องดื่มที่ให้บริการร่วมด้วยแบบไม่อั้น โดยผลิตภัณฑ์หลักของ มียาบี ที่เป็นที่รู้จัก ได้แก่ เนื้อบริสเก็ตออสเตรเลีย ปลาแซลมอนนอร์เวย์ หมูโคราช และน้ำจิ้มปิ้งย่างที่เป็นเอกลักษณ์ของทางร้าน โดยปัจจุบัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 มียาบี มีสาขาอยู่ 5 สาขาในห้างสรรพสินค้าทั้งในกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด ปัจจุบันทางบริษัทได้ทำการปรับภาพลักษณ์ของแบรนด์ โดยการปรับปรุงรูปแบบร้านให้มีความเป็นญี่ปุ่น และมีบรรยากาศที่อบอุ่น และได้ทำการปรับปรุงเมนู และรูปแบบอาหารให้มีความคุ้มค่า และน่ารับประทานมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ร้านที่มีในปัจจุบัน คือ

1. มียาบี ซีคอนสแควร์นครินทร์
2. มียาบี เดอะมอลล์บางแค
3. มียาบี เดอะมอลล์งามวงศ์วาน จ.นนทบุรี
4. มียาบี เซ็นทรัลลาดพร้าว จ.นครปฐม
5. มียาบี เทอมินอล 21 โคราช

มิสเตอร์โจนส์ออร์แฟเนจ (Mr.Jones' Orphanage) เป็นแบรนด์ร้านกาแฟ ในบรรยากาศกลิ่นอายความอบอุ่นและน่ารักของเหล่าเท็ดดี้แบร์ และของเล่น เสมือนย้อนเวลากลับไปวัยเด็กอีกครั้ง ในร้านจัดจำหน่ายเบเกอรี่ ขนมประเภทต่างๆ มิลค์เชค สมูทตี้ และกาแฟ ด้วยคอนเซ็ปต์และรูปแบบการตกแต่งร้านที่มีความแตกต่างและเป็นเอกลักษณ์ในแต่ละสาขา รวมถึงเมนูเบเกอรี่สไตล์ โฮมเมด เครื่องดื่มที่มีความหลากหลาย ซึ่งเป็นสูตรที่คิดค้นขึ้นใหม่ตามความต้องการของผู้บริโภค เมนูที่เป็นที่นิยม ได้แก่ เรตเวลเวท ช็อกโกแลตลาวาเค้ก, ชอคโกชีส บานาน่า, สตรอว์เบอร์รี่, นูเทลล่า บานาน่า วาฟเฟิล เครื่องดื่มที่เป็นที่นิยม เพอร์ฟิวคาว มิลค์เชค และมัมม่า อีส เดอะเบส สมูทตี้ โดยปัจจุบัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 มีสาขาอยู่ 4 สาขา มีที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานครทั้งหมด และแฟรนไชส์ 1 สาขาในประเทศพม่า ปัจจุบันมีแผนที่จะเพิ่มจำนวนสาขา และจำหน่ายแฟรนไชส์ให้แก่ผู้ที่สนใจทั้งในและต่างประเทศ และมีการพัฒนาเมนูใหม่ๆ เช่น ไอศกรีม ซอฟเสิร์ฟ และวาฟเฟิล ชนิดต่างๆ เพื่อสร้างความแตกต่าง และเป็นทางเลือกให้กับลูกค้าที่มีความหลากหลาย

ร้านที่มีในปัจจุบัน คือ

1. มิสเตอร์โจนส์ออร์แฟเนจ สยามเซ็นเตอร์
2. มิสเตอร์โจนส์ออร์แฟเนจ เซ็นทรัลเวิลด์
3. มิสเตอร์โจนส์ออร์แฟเนจ เทอร์มินอล 21
4. มิสเตอร์โจนส์ออร์แฟเนจ เมกะบางนา

[2] ธุรกิจอาหารแปรรูป

บริษัท นิปปอน ฟู้ด โปรดักส์ จำกัด (ชื่อเดิม 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 เทรตติ้ง 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) ในลักษณะของการย้ำเตือนให้นักถึงสินค้าที่ ณ จุดขาย ก่อนที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้า ซึ่งสื่อโฆษณาในร้านสะดวก

ซื้อ สามารถติดตั้งได้ทั้งภายนอกและภายใน นับตั้งแต่ กระดาษด้านหน้า พื้นทางเดิน ป้ายโฆษณาต่าง ๆ ณ พื้นที่จัดวางสินค้า จุดชำระเงิน ตลอดจนจอติดจอ และรวมถึงสื่อวิทยุกระจายเสียงในร้าน

■ ธุรกิจคอมมูนิตีมอลล์

บริษัท เดอะบริโอ มอลล์ จำกัด ดำเนินธุรกิจบริหารศูนย์การค้าภายใต้ชื่อ The Brio Mall ซึ่งตั้งอยู่ริมถนนบรมราชชนนี ระหว่างแยกไปพุทธมณฑลสาย 4 กับ มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา มีทุนจดทะเบียนจำนวน 75 ล้านบาท โดยการบริหารงานจากผู้บริหารของ บริษัท ไทยเฟลคซิเบิลแพค จำกัด (ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ โดยบริษัทฯ ถือหุ้นอยู่ 55%) บริษัทฯ ได้เซ็นสัญญาซื้อขายบริษัท เดอะบริโอ มอลล์ จำกัด เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2559 และโอนทรัพย์สินเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2559

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 การตลาด

■ ธุรกิจบรรจุภัณฑ์

หน่วยธุรกิจทั้ง 3 มีวิธีการทำการตลาดที่ใกล้เคียงกันคือการเน้นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่มีปริมาณการสั่งซื้อสูง เน้นการวิจัยเพื่อพัฒนาสินค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง กำหนดราคาที่แข่งขันได้ และ สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในรูปแบบของพันธมิตร การบริหารการตลาดด้วยวิธีเหล่านี้จะเพิ่มความสามารถในการใช้กำลังการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยกลยุทธ์ทางการตลาดหลักที่บริษัทฯ ใช้ในการดำเนินธุรกิจในกลุ่มธุรกิจสินค้าบรรจุภัณฑ์ ได้แก่

i. การสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า

บริษัทฯ มุ่งเน้นการผลิตสินค้าที่ดีและมีคุณภาพ โดยการรักษาระดับมาตรฐานการผลิตและการให้บริการอย่างต่อเนื่อง จัดส่งสินค้าตรงเวลาและตรงตามข้อกำหนด รวมถึงการให้บริการหลังการขายที่ดี

ii. ราคาต้องแข่งขันได้ในตลาด

การตั้งราคาสินค้าของบริษัทฯ จะพิจารณาให้อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม และ เป็นธรรมต่อลูกค้า รวมถึงการสร้าง ความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในระดับเดียวกันและราคาสินค้าของบริษัทฯ ยังถือเป็น มาตรฐานราคาตลาด

iii. เน้นลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย ที่เป็นผู้บริโภคในอุตสาหกรรมประเภทต่างๆที่มีความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์ในปริมาณสูง เช่นกลุ่ม อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมยา และอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภค เพื่อทำให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิต (production efficiency) และการบริหารทรัพยากรสูงสุด

iv. วิจัยและพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ ได้พัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง รวมถึงขยายตลาดใหม่เพื่อให้มีฐานลูกค้าที่กว้าง ขึ้น พัฒนาและปรับปรุงกระบวนการผลิต และกระบวนการตรวจสอบคุณภาพที่ได้มาตรฐาน เพื่อสร้างโอกาสทาง การตลาด และลดต้นทุนการผลิตให้แก่ลูกค้า โดยโครงการต่างๆ ที่เกิดขึ้นอาจเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า

และ/หรือตามแผนงานของบริษัท โดยนอกจากนี้บริษัทยังเน้นการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานโรงงานผลิตต่อเนื่องเพื่อสามารถรองรับและสร้างความมั่นใจกับลูกค้าระดับสากลได้

V. สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างลูกค้ากับบริษัทฯ

บริษัทฯ มีเป้าหมายในการพัฒนาและรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับแก่ลูกค้าทั้งหลาย ดังนั้น บริษัทฯ จะเน้นเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการบริการเป็นสำคัญ ตลอดจนมีโครงการสร้างความร่วมมือกับลูกค้าในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อให้แผนการลงทุนของบริษัทฯ เป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในด้านต่างๆ ซึ่งรวมถึง การขยายกำลังการผลิต การขยายสายการผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของลูกค้าในอนาคต เพื่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันระหว่างบริษัทฯ และลูกค้า นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้จัดให้มีทีมงานบริการหลังการขาย การติดตาม การประเมินและการแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพอย่างสม่ำเสมอ

ในปีที่ผ่านมาบริษัทยังคงเน้นลูกค้าในประเทศเป็นหลัก และได้ปรับแผนการขายการตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเดิม และเน้นการเพิ่มลูกค้าใหม่ทำให้ออเดอร์ของหน่วยธุรกิจทั้ง 3 เติบโตอย่างต่อเนื่อง

■ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

ในธุรกิจร้านอาหาร A&W นั้นอยู่ในตลาด ฟาสต์ฟู้ด (Fast food) ซึ่งมีมูลค่าตลาดในประเทศไทยมากกว่า 30,000 ล้านบาทในปี 2559 และมีอัตราเติบโตมากกว่า 10% โดยเฉพาะตลาดไก่ทอด โดยจากข้อมูลการวิจัยตลาดด้านพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคในประเทศไทยมีการทานอาหารใน QSR เพิ่มขึ้น และนิยมสั่งอาหารเป็นชุดเซตต่างๆ (Combo Set) กลุ่มลูกค้าหลัก คือกลุ่มครอบครัว และกลุ่มเพื่อน จากข้อมูลดังกล่าว บริษัทได้มีการปรับเมนู โดยเน้นชุดเซตต่างๆ เพิ่มขึ้น รวมถึงการทำโปรโมชั่นสำหรับชุดเซตอย่างสม่ำเสมอ โดยนำเมนูอาหารที่เป็นจุดแข็ง หรือเมนูพิเศษ (Unique) เช่น รูทเบียร์ และวาฟเฟิล มาอยู่ในชุดเซตต่างๆ นอกจากนี้ยังได้ทำการตลาดในเชิงออนไลน์เพิ่มมากขึ้น เพื่อเพิ่มการสื่อสารและการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และมีการขยายสาขาเพิ่มมากขึ้นทั้งในกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด เพื่อเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ให้มากขึ้น และสร้างการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีแผนการเปิดสาขาอย่างน้อย 100 สาขาภายใน 5 ปี ในส่วนของเมนูปกติและเมนูพิเศษ มีการพัฒนาขึ้นโดยมีการปรับสูตรไก่ทอดมาเป็นแบบ Golden Aroma Chicken ซึ่งเป็นสูตรเฉพาะของ A&W ที่เน้นความบางกรอบของแป้ง และการหมักเครื่องเทศที่เข้มข้น รวมถึงการปรับหมวดข้าวต่างๆ ให้เหมาะกับลูกค้าคนไทยมากขึ้น และมีการปรับรูปแบบของขนมหวานให้มีความทันสมัยมากขึ้น สำหรับกลุ่มลูกค้าที่เป็นเด็ก และวัยทำงาน เพื่อสร้างให้เกิดการตลาดรับประทาน (Trial) สำหรับลูกค้าใหม่และลูกค้าที่มีความชื่นชอบในแบรนด์ให้เป็นลูกค้าประจำ

ส่วนของธุรกิจร้านเบเกอรี่และกาแฟ ในปี 2559 ธุรกิจร้านขนมและเบเกอรี่ มีมูลค่าตลาดในประเทศไทยมากกว่า 22,300 ล้านบาท โดยขนมเค้ก และขนม มีสัดส่วนในตลาด มากกว่า 40 เปอร์เซ็นต์ และมีอัตราเติบโตมากกว่า 9% (ที่มา: Marketeer) ความมีเสน่ห์ของขนมอบเบเกอรี่ไม่ใช่แค่เพียงรสชาติดี อร่อยกลมกล่อมเท่านั้น รูปลักษณ์และสีสันทนการตกแต่งตัวผลิตภัณฑ์ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกถึงความแตกต่าง บรรยากาศภายในร้าน ก็เป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบสำคัญ ที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูน่ารับประทานมากยิ่งขึ้นหรือเหมาะที่จะใช้เป็นของขวัญในงานเทศกาลต่างๆ ถือเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งของขนมอบเบเกอรี่ที่ทำให้ผู้บริโภคสนใจ ซึ่งเมนูที่ Mr. Jones นำเสนอ มีการคิดค้นและพัฒนาเพื่อความเป็นเอกลักษณ์เป็นของตนเอง รวมไปถึงวัตถุดิบที่ผ่านการเลือกสรรมาเป็นอย่างดี และยังคงคิดค้นเมนูพิเศษ

เพื่อจำหน่ายในช่วงเทศกาลต่างๆ เพื่อเพิ่มความหลากหลาย ตอบรับกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ชอบความแปลกใหม่ และเลิฟในรูปแบบที่ไม่เหมือนกับร้านอื่นๆ การทำการตลาดในเชิงออนไลน์ และ Co-promotion ร่วมกับ แบนด์ต่างๆ เป็นการเพิ่มการสื่อสาร การรับรู้ และการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นและวัยทำงาน

ในส่วนธุรกิจอาหารแปรรูปนั้น บริษัทฯ เน้นการขายอาหารพร้อมรับประทานแช่เยือกแข็งให้แก่กลุ่มลูกค้าวัยเรียน วัยทำงานที่มีความเร่งรีบ ไม่ค่อยมีเวลา อาศัยอยู่โดยลำพัง หรือเป็นครอบครัวเดี่ยว ที่ต้องการความสะดวกสบายในการจัดเตรียมอาหาร โดยรับจ้างผลิตสินค้าในรูปแบบ Private Label ให้แก่ CP ALL โดยมีสัดส่วนการจำหน่ายในประเทศร้อยละ 20.31 และส่งออกร้อยละ 79.69

■ ธุรกิจสื่อโฆษณา

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

■ ธุรกิจคอมมูนิตีมีอลล์

บริษัทฯ เน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มคนสมัยใหม่และชอบออกกำลังกาย เนื่องจากบริเวณโดยรอบมีสถานศึกษาและหมู่บ้านอยู่มาก รวมถึงแนวทางการดำเนินชีวิตของกลุ่มคนในปัจจุบันมีความสนใจในการออกกำลังกายเพิ่มมากขึ้น ทำให้บริษัทฯ มุ่งเน้นไปในแนวทางเดียวกับความสนใจของกลุ่มบุคคลเป้าหมาย รวมถึงจัดกิจกรรมที่น่าสนใจอยู่เสมอ รวมถึงมีร้านค้าที่หลากหลาย เพื่อเอาใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ที่มาร่วมกิจกรรมที่บริษัทฯ จัดขึ้นเป็นประจำ

2.2.2 สภาพการแข่งขัน

■ ธุรกิจสินค้าบรรจุภัณฑ์

- สำหรับบรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทอ่อนตัว (Flexible Packaging) นั้นตลาดหลักมาจากอุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมยา และสินค้าอุปโภคบริโภคซึ่งถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีความผันผวนน้อยเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมอื่นๆ เนื่องจากมีความเกี่ยวเนื่องกับการดำรงชีพของผู้บริโภคสูง อย่างไรก็ตามในช่วงปีที่ผ่านมาตลาดได้มีการเติบโตขึ้นซึ่งได้รับผลกระทบมาจากเศรษฐกิจรวมของประเทศที่ถดถอย ส่วนการแข่งขันนั้นถือว่าอยู่ในวงจำกัดที่มีผู้แข่งขันใหม่ในตลาดน้อย (high entry barrier) โดยสาเหตุหลักมาจากการลงทุนที่สูงและกระบวนการเปลี่ยนลูกค้าที่ยุ่งยาก (high supplier switching cost)
- สำหรับขวด PET นั้นมีตลาดน้ำดื่มเป็นตลาดหลักซึ่งมีการเติบโตขึ้นเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่นิยมซื้อน้ำดื่มเพื่อความสะดวกรวดเร็วและความสะอาด อย่างไรก็ตามจากการลงทุนในเครื่องจักรที่มีมูลค่าถูกลงและ

การผลิตที่ไม่ซับซ้อนทำให้ตลาดขวด PET นั้นมีผู้ผลิตในตลาดหลายรายแต่ผู้ผลิตที่มีโรงงานผลิตและระบบเครื่องจักรที่มีคุณภาพนั้นมีจำนวนจำกัด

- ในส่วนตลาดพลาสติกขึ้นรูปด้วยระบบ Vacuum Forming นั้นมีผู้ประกอบการในขนาดที่ใกล้เคียงกันจำกัดประมาณ 15-20 ราย โดยมีการแข่งขันที่สูงแต่มีความจำกัดเนื่องจากการผลิตสินค้ามีต้นทุนแม่พิมพ์อยู่ โดยในธุรกิจนี้จึงมีความหลากหลายของสินค้าสูง ทั้งแบบที่สามารถขายให้ผู้อื่นได้ (common) และแบบเฉพาะเจาะจง (exclusive) ซึ่งลูกค้ารายใหญ่ที่บริษัทเน้นนั้นส่วนใหญ่จะมีผู้ผลิตหลายรายเนื่องจากมีสินค้าที่ต้องการหลายประเภท

■ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

ในธุรกิจร้านอาหาร A&W นั้นอยู่ในตลาด ฟาสต์ฟู้ด (Fast food) ซึ่งมีมูลค่าตลาดในประเทศไทยมากกว่า 30,000 ล้านบาทในปี 2559 และมีอัตราเติบโตมากกว่า 10% โดยเฉพาะตลาดไก่ทอด โดยจากข้อมูลการวิจัยตลาดด้านพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคในประเทศไทยมีการทานอาหารใน QSR ที่ขึ้น และนิยมสั่งอาหารเป็นชุดเซตต่างๆ (Combo Set) กลุ่มลูกค้าหลักคือกลุ่มครอบครัว และกลุ่มเพื่อน จากข้อมูลดังกล่าว บริษัทได้มีการปรับเมนู โดยเน้นชุดเซตต่างๆมากขึ้น รวมถึงการทำโปรโมชั่นสำหรับชุดเซตอย่างสม่ำเสมอ โดยนำเมนูอาหารที่เป็นจุดแข็ง หรือเมนูเฉพาะ (Unique) เช่น รุทเบียร์ และวาฟเฟิล มาอยู่ในชุดเซตต่างๆ นอกจากนี้เราได้ทำการตลาดในเชิงออนไลน์เพิ่มสูงขึ้น เพื่อเพิ่มการสื่อสารและการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และมีการขยายสาขาเพิ่มมากขึ้นทั้งในกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด เพื่อเพิ่มฐานลูกค้าใหม่มากขึ้น และสร้างการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายเปิดสาขาอย่างน้อย 100 สาขาภายใน 5 ปี ในส่วนของเมนูปกติและเมนูพิเศษ มีการพัฒนาขึ้นโดยมีการปรับสูตรไก่ทอดมาเป็นแบบ Golden Aroma Chicken ซึ่งเป็นสูตรเฉพาะของ A&W ที่เน้นความบางกรอบของแป้ง และการหมักเครื่องเทศที่เข้าเนื้อ รวมถึงการปรับหมวดข้าวต่างๆ ให้เหมาะกับลูกค้าคนไทยมากขึ้น และมีการปรับรูปแบบของขนมหวานให้มีความทันสมัยมากขึ้น สำหรับกลุ่มลูกค้าที่เป็นเด็ก และวัยทำงาน เพื่อสร้างให้เกิดการตลาดลองทาน (Trial) สำหรับลูกค้าใหม่และลูกค้าที่มีความชื่นชอบในแบรนด์ให้เป็นลูกค้าประจำ

ในธุรกิจร้านอาหาร มียาบี (Miyabi) นั้นอยู่ในตลาดร้านอาหารปิ้งย่างสไตล์ญี่ปุ่น โดยในปี 2559 ตลาดอาหารญี่ปุ่นมีมูลค่าตลาดในประเทศไทยมากกว่า 20,000 ล้านบาท โดยมีอัตราการเติบโตประมาณ 4% ในขณะที่เป็นส่วนของร้านอาหารปิ้งย่างสไตล์ญี่ปุ่นหรือยากิnikuอยู่ 1,000 ล้านบาท โดยมีกลุ่มลูกค้าหลัก คือ กลุ่มครอบครัว และกลุ่มพนักงานออฟฟิศ ซึ่งผู้บริโภคมุ่งเน้นในส่วนของราคา คุณภาพ และโปรโมชั่นที่ร้านมี เพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกรับประทาน ในส่วนของร้าน มียาบี ได้มีการปรับปรุงเซตเมนูบุฟเฟต์ให้อยู่ในระดับราคาที่เหมาะสม แต่ยังให้วัตถุดิบที่มีคุณภาพสูงจากทั่วทุกมุมโลก และมีการจัดโปรโมชั่นทั้งในด้านของราคา และกิจกรรมสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างการใช้บริการซ้ำของลูกค้า นอกจากนี้ยังได้มีการนำวัตถุดิบที่น่าสนใจจากประเทศต่างๆ เช่น กุ้งแดงอาร์เจนตินา หรือ เนื้อลายมันจากออสเตรเลียมาให้นักค้าได้ลองรับประทาน ซึ่งได้รับผลการตอบรับค่อนข้างดี ในขณะที่ตัวชอสญี่ปุ่น และเนือบวิสเก็ตออสเตรเลีย ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของทางร้าน ก็ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ไว้เหมือนเดิม แต่มีการปรับเปลี่ยนหน้าตาอาหารให้ดูรับประทานยิ่งขึ้น ในส่วนของการทำการตลาดจะเน้นการทำการตลาดออนไลน์ เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ได้มากขึ้น และตรงจุดมากที่สุด โดยในปัจจุบันร้าน มียาบี มี 5 สาขาตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั้งในกรุงเทพ และต่างจังหวัด

ในส่วนของบริษัทร้านเบเกอรี่และกาแฟ เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคนิยมรับประทานเบเกอรี่ และขนมประเภทต่างๆ มีเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ จนเสมือนการใช้ชีวิตประจำวันของกลุ่มผู้บริโภค มิสเตอร์ โจนส์ ซึ่งอยู่ในตลาดเบเกอรี่ระดับบน ซึ่งมีการแข่งขันสูง ทั้งจากแบรนด์ต่างๆ ภายในประเทศ และจากต่างประเทศ และมีผู้ขายรายใหม่ๆทยอยเข้ามาแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มมากขึ้น นอกจากการควบคุมคุณภาพที่สม่ำเสมอ การคิดค้นสูตร หรือผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มีความแตกต่าง การตกแต่งที่สวยงามก็เป็นสิ่งที่สำคัญ เพื่อให้ลูกค้าสามารถถ่ายภาพ และแชร์ลงในเครือข่ายสังคมออนไลน์ นอกจากนั้น มิสเตอร์ โจนส์ ยังต้องแข่งขันโดยการนำกลยุทธ์รูปแบบต่างๆ มาใช้ เช่น การเปิดร้านในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ เพื่อการเข้าถึงลูกค้า การบริการจัดส่งเพื่ออำนวยความสะดวก การบริหารจัดการสถานที่เพื่อเพิ่มเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค และการรับสมัครสมาชิกเพื่อสร้างกลุ่มลูกค้าประจำอีกด้วย

ในส่วนธุรกิจอาหารแปรรูปนั้น ประมาณการผลผลิตปี 2559 ผลผลิตกุ้งไทยอยู่ที่ประมาณ 300,000 ตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2558 ที่ผลิตได้ 260,000 ตัน หรือร้อยละ 15 หลังจากที่มีการเลี้ยงเริ่มฟื้นตัว จากการประสบความสำเร็จในการแก้ปัญหาโรคตายด่วน (EMS) ได้สำเร็จโดยการปรับปรุงฟาร์มและการจัดการระบบการเลี้ยงที่มีประสิทธิภาพ ส่วนผลผลิตกุ้งทั่วโลกปี 2559 คาดว่าอยู่ที่ประมาณ 2.36 ล้านตัน ลดลงจากปี 2558 ร้อยละ 1 ในขณะที่ปริมาณการส่งออกกุ้งใน 10 เดือนแรกของปี 2559 มีปริมาณเพิ่มขึ้นจากปี 2558 ในช่วงเวลาเดียวกัน ร้อยละ 25.86 ส่วนมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.11

■ ธุรกิจสื่อโฆษณา

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

■ ธุรกิจคอมมูนิตีมอลล์

ธุรกิจคอมมูนิตีมอลล์เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงเนื่องจากเป็นธุรกิจใหม่ที่กำลังมาแรงและเป็นที่สนใจของนักลงทุน แต่เนื่องจากราคาเช่าพื้นที่ในคอมมูนิตีมอลล์ของบริษัทฯ ไม่สูงมาก และมีพื้นที่กว้างขวางรองรับการจัดกิจกรรมต่างๆ ได้เป็นอย่างดี อีกทั้งบริษัทฯ มีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนทำให้สามารถแข่งขันในตลาดได้ รวมถึงบริเวณที่ตั้งโดยรอบของคอมมูนิตีมอลล์ดังกล่าวยังไม่มีคู่แข่งที่มีกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.3.1 ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

■ ธุรกิจสินค้าบรรจุภัณฑ์

บริษัทมีความสามารถในการผลิต 3 ผลิตภัณฑ์ ซึ่ง ณ ปัจจุบันบริษัทมีโรงงานอยู่ 3 แห่งซึ่งมีการผลิตดังนี้

.....รับรองความถูกต้อง

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

บริษัทมีนโยบายการสรรหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพและมาตรฐานตามหลักมาตรฐานสากล รวมทั้งมีราคาที่ดีที่สุดเมื่อเทียบกับผู้ผลิตหลายๆราย โดยเน้นการหาแหล่งวัตถุดิบใหม่ทั้งในและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถมีข้อมูลของวัตถุดิบต่างๆและราคาที่หลากหลายเพื่อใช้อ้างอิงและเปรียบเทียบในการสรรหาและจัดซื้อวัตถุดิบต่างๆ นอกจากนี้ บริษัทฯพัฒนาปรับปรุงกระบวนการตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การรับประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์มีประสิทธิภาพสูงสุด

■ วัตถุดิบอาหารและเครื่องดื่ม

ในส่วนของ A&W ปริมาณการสั่งซื้อขึ้นอยู่กับยอดขาย ปริมาณลูกค้า และการจัดโปรโมชั่นในแต่ละเดือน วัตถุดิบที่ใช้หลัก ได้แก่ เนื้อสัตว์ เฟรนช์ฟรายส์ เคอร์ลีฟรายส์ รูทเบียร์ แป้ง ซอส โดยวัตถุดิบประมาณ 30% จะนำเข้าจากต่างประเทศ ได้แก่ เฟรนช์ฟรายส์ เคอร์ลีฟรายส์ และ รูทเบียร์ ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่ไม่มีในประเทศไทยหรือมีคุณภาพที่สูงกว่า โดยนำเข้าสินค้าเป็นล็อตใหญ่ตามรอบการส่งสินค้า ส่วนวัตถุดิบที่เหลือจะทำการสรรหาภายในประเทศด้วยวิธีเปรียบเทียบราคาและคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการจากผู้ผลิตต่างๆที่มีอยู่หลายราย และยังสามารถร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ร่วมกับพันธมิตรทางการค้าที่มีความเชี่ยวชาญในแต่ละด้าน สำหรับเครื่องมือในการทำอาหารและเครื่องดื่มนั้นจะมีบางชนิดที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศเนื่องจากการมีความเฉพาะเจาะจงในการผลิตโดยเฉพาะ ส่วนอุปกรณ์ทั่วไปนั้นสรรหาได้ในประเทศ

ในส่วนของ มียาบี ปริมาณการสั่งซื้อขึ้นอยู่กับ ปริมาณลูกค้า และโปรโมชั่นที่นำเสนอในแต่ละเดือน วัตถุดิบหลักที่ใช้ ได้แก่ เนื้อหมู เนื้อวัว กุ้งแม่น้ำ ปลาแซลมอน และซอสญี่ปุ่น โดยวัตถุดิบประมาณ 30% จะนำเข้าจากต่างประเทศ ได้แก่ เนื้อวัวจากออสเตรเลีย และปลาแซลมอนจากนอร์เวย์ โดยทำการสั่งซื้อผ่านตัวแทนภายในประเทศ ส่วนวัตถุดิบภายในประเทศจะทำการสรรหาด้วยวิธีเปรียบเทียบราคาและคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการจากผู้ผลิตต่างๆ โดยจะมีการสั่งซื้อเป็นล็อตใหญ่ หรือมีการทำสัญญาซื้อขาย เพื่อเป็นการยืนยันราคาวัตถุดิบไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมากนัก สำหรับเครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆจะมีการสรรหาและสั่งผลิตจากผู้ผลิตในประเทศ

ในส่วนของมิสเตอร์ โจนส์ ถึงแม้ว่าจะมีวัตถุดิบนำเข้าเป็นหลัก เช่น แป้งสาลี ช็อกโกแลต ครีม เมล็ดกาแฟ กลิ่นผสมอาหาร และผลไม้ต่างๆ ที่ไม่สามารถใช้วัตถุดิบภายในประเทศทดแทนได้ ปริมาณการสั่งซื้อขึ้นอยู่กับปริมาณการขาย ปริมาณลูกค้า ทำการคำนวณปริมาณความต้องการวัตถุดิบล่วงหน้า และตกลงกับคู่ค้าในการจัดเตรียมวัตถุดิบเพื่อป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบ วัตถุดิบที่สรรหาได้ภายในประเทศ จะมีทีมงานดำเนินการเปรียบเทียบราคา และส่งวัตถุดิบมาทำการทดสอบคุณภาพ ก่อนที่จะนำขึ้นบัญชีคู่ค้าวัตถุดิบ เพื่อคงคุณภาพขนมที่ดีที่สุด

■ ธุรกิจสื่อโฆษณา

อุปกรณ์สื่อโฆษณานั้นแบ่งเป็น 2 จำพวกได้แก่แบบภาพนิ่ง (Static) และ แบบเคลื่อนไหว ในส่วนภาพนิ่งนั้นบริษัทได้สรรหาโดยการประมูลราคาการจัดหาการติดตั้งอุปกรณ์รวมถึงการดูแลรักษาต่างๆ

ในส่วนสื่อแบบเคลื่อนไหวนั้นบริษัทได้ประมูลราคาทีวีจากบริษัทชั้นนำโดยการติดตั้งและดูแลรักษานั้นบริษัทได้ว่าจ้าง บริษัท เอสไอเอส ดิสทริบิวชั่น (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ดำเนินการ โดยมีการเปรียบเทียบราคาก่อนเช่นกัน

■ ธุรกิจคอมมูนิตีมีอลล์

ในส่วนของคอมมูนิตีมีอลล์ การจัดซื้อจัดจ้างจะเน้นผู้ค้าที่อยู่ในระแวกใกล้เคียงกับคอมมูนิตีมีอลล์ อีกทั้งส่วนใหญ่จะเป็นไปตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2.3.2 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิต

■ ธุรกิจสินค้าบรรจุภัณฑ์

บริษัทคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม จึงคัดสรรวัสดุอุปกรณ์ในการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค อีกทั้งมีกระบวนการในการกำจัดเศษสารเคมีที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น หมึกพิมพ์ และสารละลายต่างๆ โดยการจ้างให้บริษัทผู้ได้รับอนุญาตอย่างถูกต้องตามกฎหมายนำไปรีไซเคิลหรือกำจัดอย่างถูกวิธี โดยตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัทได้มีนโยบายในทุกหน่วยงานประหยัดทรัพยากรธรรมชาติอย่างเคร่งครัด ทั้งในส่วนโรงงานที่เน้นย้ำเรื่องการควบคุมวัสดุสิ้นเปลืองหรือการรีไซเคิลวัสดุต่างๆ รวมถึงการควบคุมการใช้อุปกรณ์ภายในอาคารสำนักงานด้วย

■ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

ในส่วนธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มนั้นผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การควบคุมของเสียจากการผลิตและการเก็บรักษา แต่เนื่องจากอาหารส่วนใหญ่จะเป็นอาหารที่ปรุงเมื่อมีการสั่งซื้อจากลูกค้าเท่านั้น เพราะเป็นข้อกำหนดในการให้บริการของร้านอาหาร ซึ่งหากมีการปรุงทิ้งไว้อาจทำให้คุณภาพของอาหารลดลงได้ ดังนั้น จึงทำให้เกิดปัญหาในเรื่องอาหารเสียน้อยมาก และอยู่ในระดับที่ควบคุมได้ ส่วนการเก็บรักษาจะมีระบบการนำมาใช้คือ First in First out (FIFO) ซึ่งทำให้ไม่มีวัตถุดิบคงค้างที่หมดอายุ

■ ธุรกิจสื่อโฆษณา

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในธุรกิจสื่อโฆษณานั้นน้อยมาก ได้แก่ การเกิดขยะจากป้ายโฆษณาเก่าที่ได้มีการเปลี่ยนออกซึ่งใช้เวลาหมุนเวียนหลายเดือน และสื่อส่วนหนึ่งที่เป็นระบบดิจิทัลบนทีวีจึงไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

■ ธุรกิจคอมมูนิตีมีอลล์

ธุรกิจคอมมูนิตีมีอลล์นั้น ความสะอาดเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการ นอกจากนี้คุณภาพ มาตรฐานและความหลากหลายของร้านค้าภายในคอมมูนิตีมีอลล์ บริษัทจึงให้ความสำคัญในการดูแลรักษา

ความสะอาด มีจุดรวมขยะเพื่อนำไปทำลายอย่างถูกวิธี เพื่อรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมให้เหมาะสมและไม่รบกวนชุมชนรอบข้าง

2.4 งานที่ยังไม่ส่งมอบเฉพาะงานโครงการหรือชิ้นงานที่มีมูลค่าสูง และใช้เวลาในการส่งมอบงาน

-ไม่มี-

3. ปัจจัยความเสี่ยง

■ ภารกิจสินค้าบรรจุภัณฑ์

ความเสี่ยงหลักของธุรกิจบรรจุภัณฑ์บริษัทมีดังนี้

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

แนวทางการแก้ไข บริษัทฯ จะบริหารความเสี่ยงด้านการขาดแคลนวัตถุดิบและการปรับตัวของราคาวัตถุดิบ โดยจะมีระบบควบคุมคลังสินค้าที่ประสานกับระบบขายเพื่อประมาณการวัตถุดิบที่ต้องใช้อย่างใกล้ชิดเพื่อการสั่งซื้อวัตถุดิบในปริมาณที่เหมาะสมและเพียงพอต่อการผลิต และบริษัทฯ จะบริหารความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบ โดยบริษัทฯ 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 ก็ยังคงมีลูกค้าหลักหลายรายที่เป็นลูกค้าที่สั่งซื้อสินค้ากันอย่างต่อเนื่องมายาวนาน ซึ่งปัจจุบันบริษัทฯ ได้มีการปรับปรุงคุณภาพของการ

ผลิตบรรจุภัณฑ์ให้สูงขึ้นรวมถึงการเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และกำลังการผลิตเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันที่สามารถรองรับผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ของลูกค้าเดิม และเพื่อเพิ่มโอกาสการเข้าสู่ตลาดบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ

■ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

จากสภาพธุรกิจที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูงในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และมีคู่แข่งรายใหม่เกิดขึ้นตลอดเวลา โดยบริษัทได้มีการวางแผนทั้งทางด้านกลยุทธ์ และด้านการตลาด รวมถึงการประเมินความเสี่ยงต่างๆ เพื่อแข่งขันกับผู้ประกอบการกับร้านอาหารรายอื่น สำหรับความเสี่ยงในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มมีอยู่ 3 ด้านหลักคือ

- [1] ด้านพื้นที่ขายหรือการเปิดสาขา การลงทุนในการเปิดสาขาใหม่ ใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูง และปัจจุบัน การหาพื้นที่และทำเลสำหรับการเปิดสาขาที่ดี มีการแข่งขันค่อนข้างสูง ทั้งในห้างสรรพสินค้า และนอกห้างสรรพสินค้า ซึ่งส่งผลให้ราคาค่าเช่าในปัจจุบันค่อนข้างสูง จนเป็นสาเหตุสำคัญให้ผลประกอบการไม่เป็นไปตามเป้าหมาย

แนวทางการแก้ไข

- การเป็นพันธมิตรทางกลยุทธ์ (Strategic Partner) กับเจ้าของพื้นที่ เช่น ห้างสรรพสินค้า หรือสถานีน้ำมัน ที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายคล้ายคลึงกับแบรนด์ต่างๆของบริษัท เพื่อเจรจาเช่าเป็นพอร์ทรวม ซึ่งจะได้ค่าเช่าที่ต่ำลง เมื่อเทียบกับการเจรจาแยกในแต่ละพื้นที่ (Site by site)
- การปรับระบบการจัดการสาขาให้ใช้พื้นที่เหมาะสมกับปริมาณลูกค้า โดยบริษัทจะมีการสำรวจพื้นที่ก่อนการเปิดสาขาใหม่ เพื่อประเมินปริมาณกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ก่อนการกำหนดพื้นที่ขาย เพื่อสร้างประสิทธิภาพสูงสุดในแต่ละสาขา
- การเพิ่มรูปแบบการขาย เช่นระบบ Delivery ในแบรนด์ A&W หรือระบบชุดเซ็ต A la carte ในแบรนด์มียาบี เพื่อสร้างยอดขายเพิ่มเติมในพื้นที่ขายเดิม

- [2] ด้านวัตถุดิบ ปัจจุบันแนวโน้มของราคาวัตถุดิบทั้งในประเทศ และต่างประเทศมีแนวโน้มสูงขึ้น เนื่องจากทรัพยากรมีอยู่อย่างจำกัด ในขณะที่ความต้องการในตลาดโลกเพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้เนื่องจากจำนวนผู้ประกอบการร้านอาหารเพิ่มสูงขึ้น ทำให้การจัดหาวัตถุดิบต่างๆมีการแข่งขันกันเพิ่มมากขึ้น

แนวทางการแก้ไข

- การสั่งซื้อเป็นล็อต (Lot) ที่มีปริมาณสูง เพื่อให้บริษัทเกิดการประหยัดต่อขนาด (Economies of scale) โดยบริษัทจะมีการทำแผนการใช้วัตถุดิบทั้งปี เพื่อประมาณการใช้วัตถุดิบแต่ละประเภท และจัดทำ การสั่งซื้อเป็นรอบการสั่งที่มีปริมาณสูง เพื่อให้มีอำนาจในการเจรจาต่อรองมากขึ้น
- เน้นการจัดซื้ออย่างเป็นระบบ ที่เป็นสัญญาการซื้อขายล่วงหน้า ในจำนวนและราคาที่ตกลงกัน เพื่อเป็นหลักประกันทั้งสองฝ่าย เพื่อให้ได้ราคาสินค้าที่ถูกลง และสามารถวางแผนในการกำหนดราคาขายได้ตลอดทั้งปี
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับพันธมิตรทางการค้า เพื่อออกผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนผลิตภัณฑ์เดิมได้ ในราคาที่ถูกลง

- [3] ด้านบุคลากร จากการแข่งขันในธุรกิจอาหารในปัจจุบัน ส่งผลให้เกิดการแข่งขันในเชิงของบุคลากรเช่นกัน โดยคู่แข่งหลายรายได้ทำการปรับขึ้นค่าแรง และสวัสดิการเพื่อจูงใจพนักงานเข้าทำงานมากขึ้น ส่งผลต่อการขาดบุคลากรในระดับปฏิบัติการและระดับบริหารสาขา

แนวทางการแก้ไข

- ปรับอัตราค่าแรงพื้นฐาน และสวัสดิการให้อยู่ในระดับที่แข่งขันได้ โดยบริษัทได้มีการจัดโครงสร้างค่าแรง และสวัสดิการใหม่ เพื่อให้เกิดการจูงใจในการสมัครงาน และสามารถแข่งขันในตลาดแรงงานได้
- การเข้าร่วมโครงการกับทางสถาบันการศึกษา บริษัทได้เข้าร่วมโครงการกับทางโรงเรียน วิทยาลัย และมหาวิทยาลัยต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการเป็นสถานที่ฝึกอบรบ เพื่อเก็บชั่วโมงฝึกงานของนักเรียน นักศึกษา รวมถึงการให้ความรู้ในธุรกิจอาหารกับสถาบันการศึกษาต่างๆ เพื่อจูงใจให้เกิดการสมัครงานเข้าร่วมกับบริษัทมากขึ้น
- การส่งเสริมกิจกรรมภายในองค์กร เพื่อให้พนักงานรู้สึกภาคภูมิใจ และสร้างความรักดีกับองค์กร ตลอดจนการสร้างแนวทางการเจริญเติบโตของพนักงานให้มีการพัฒนาที่สูงขึ้น อยู่กับองค์กรให้นานที่สุด
- โครงการผู้จัดการฝึกหัด (Management trainee) เพื่อสร้างผู้บริหารสาขาใหม่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้เกิดผู้บริหารสาขาที่มีการเติบโตจากระดับปฏิบัติการของบริษัท และมีความรักในองค์กร ซึ่งจะช่วยพัฒนา และสร้างบุคลากรรุ่นใหม่เพิ่มขึ้นมาเรื่อยๆ

■ ธุรกิจสื่อโฆษณา

ในอุตสาหกรรมสื่อโฆษณาแบ่งลูกค้าออกเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ กลุ่มเอเจนซี่ (Agency) และ กลุ่มลูกค้าซึ่งเป็นเจ้าของสินค้าและบริการ (Direct) ซึ่งโดยส่วนใหญ่เจ้าของสินค้าและบริการจะให้เอเจนซี่เป็นผู้วางกลยุทธ์การใช้สื่อในรูปแบบต่างๆ รวมถึงเป็นผู้ถือใบโฆษณา กำหนดแผนการใช้งบ และการตัดสินใจเลือกใช้สื่อโฆษณาประเภทต่าง ๆ แต่ด้วยความที่บริษัท นิปปอน แพ็ค เทคดัง จำกัด ถือเป็นบริษัทน้องใหม่และมีสื่อในมือค่อนข้างน้อย จึงยังไม่ได้รับการตอบรับจากเอเจนซี่เท่าที่ควร บริษัทจึงใช้กลยุทธ์มุ่งเน้นการเข้าหาลูกค้าที่เป็นเจ้าของสินค้าและบริการ (Direct) เป็นหลัก ซึ่งจากกลยุทธ์ดังกล่าวก็ทำให้บริษัทสามารถได้ใบโฆษณาตรงจากเจ้าของสินค้าและบริการ รวมถึงการที่เจ้าของสินค้าและบริการสั่งซื้อสื่อในร้านสะดวกซื้อ “จีฟี่” ผ่านทางเอเจนซี่

■ ธุรกิจคอมมูนิตีมอลล์

จากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวต่อเนื่อง ทำให้การบริโภคโดยรวมของประเทศลดลง แต่ในทางกลับกันกลับมีศูนย์การค้าทั้งเล็กและใหญ่เกิดขึ้นมากมายทำให้ธุรกิจคอมมูนิตีมอลล์มีความเสี่ยงหลายอย่าง ดังนี้

[1] ความเสี่ยงจากการหาทำเลที่ตั้ง

เนื่องจากทำเลที่ตั้งเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญ อีกทั้ง คอมมูนิตีมอลล์ของบริษัทตั้งอยู่ในบริเวณที่มีลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจนอยู่แล้ว บริษัทซึ่งเล็งเห็นปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากการไม่สามารถต่อสัญญาเช่าพื้นที่ที่ตั้งดังกล่าว เพื่อป้องกันการยกเลิกสัญญาเช่าพื้นที่ บริษัทดำเนินการทำสัญญาระยะยาวเพื่อให้สามารถวางแผนการดำเนินงานและการลงทุนได้ อีกทั้งการต่อรองราคาค่าเช่าเพื่อให้ได้ราคาที่เหมาะสมที่สุด

[2] ความเสี่ยงจากการแข่งขันทางธุรกิจที่สูงเนื่องจากเป็นธุรกิจที่อยู่ในความสนใจของนักลงทุน รวมถึงเรื่องการจัดหาผู้เช่าพื้นที่

จากสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบันที่อยู่ในช่วงชะลอตัว แต่ในขณะเดียวกันในช่วงปีที่ผ่านมากลับมีการเปิดให้บริการศูนย์การค้าใหม่ ทั้งเล็กใหญ่ในหลายรูปแบบมากมาย ทำให้การแข่งขันในธุรกิจนี้สูงมาก แต่เนื่องจากบริษัทมีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน รวมถึงมีความได้เปรียบของราคาค่าเช่าที่ดินที่ไม่สูงมาก ทำให้สามารถดึงดูดผู้เช่าพื้นที่ ที่มีมาตรฐานและหลากหลาย อีกทั้งบริษัทยังมีร้านอาหารซึ่งเป็นแบรนด์ของตัวเอง ทำให้มีความได้เปรียบในหลายด้าน โดยบริษัท จัดแผนการตลาด ให้มีกิจกรรมเพื่อดึงลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ทั้งจากหมู่บ้าน และจากมหาวิทยาลัยโดยรอบอยู่ตลอดเวลา

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรหลัก

บริษัท นิปปอน แพ็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

มีสินทรัพย์ถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 มีมูลค่า ดังนี้

ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน และอาคาร	เจ้าของ	122	จำนองเป็นหลักประกันกับ ธนาคารแห่งหนึ่ง
2. เครื่องจักรและอุปกรณ์	เจ้าของ	244.95	- ไม่มี -
3. เครื่องใช้สำนักงานและยานพาหนะ	เจ้าของ	15.40	- ไม่มี -
4. อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	เจ้าของ	5.68	- ไม่มี -
รวม		388.03	

บริษัท ไทยเฟลคซีเบิลแพค จำกัด มีสินทรัพย์ถาวรที่สำคัญประกอบด้วย

ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน และ อาคาร	เจ้าของ	5.29	จำนองเป็นหลักประกันกับ ธนาคารแห่งหนึ่ง
2. เครื่องจักรและเครื่องมือเครื่องใช้	เจ้าของ	-	- ไม่มี -
3. เครื่องใช้สำนักงานและยานพาหนะ	เจ้าของ	2.47	- ไม่มี -
รวม		7.76	

บริษัท นิปปอน แพ็ค เทรดิง จำกัด มีสินทรัพย์ถาวรที่สำคัญประกอบด้วย

ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ระบบจอแสดงผลภาพ	เจ้าของ	7.40	- ไม่มี -
2. เครื่องใช้สำนักงาน	เจ้าของ	0.05	- ไม่มี -
รวม		7.45	

บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด มีสินทรัพย์ถาวร และสินทรัพย์ไม่มีตัวตนสำคัญประกอบด้วย

ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ส่วนปรับปรุงอาคารเช่า	เจ้าของ	92.57	- ไม่มี -
2. เครื่องใช้สำนักงาน	เจ้าของ	68.48	- ไม่มี -
3. สิทธิการบริหารแฟรนไชส์	เจ้าของ	35.08	อายุสัญญา 20 ปี
รวม		196.13	

บริษัท พร้อมแพค จำกัด มีสินทรัพย์ถาวรที่สำคัญประกอบด้วย

ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน และอาคาร	เจ้าของ	7.50	จำนองเป็นหลักประกันกับธนาคารแห่งหนึ่ง
2. เครื่องจักรและอุปกรณ์	เจ้าของ	8.63	- ไม่มี -
3. เครื่องใช้สำนักงานและยานพาหนะ	เจ้าของ	1.14	- ไม่มี -
รวม		17.27	

บริษัท นิปปอน ฟู้ด โปรดักส์ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท ไทยลักซ์ ฟู้ด โปรดักส์ จำกัด) มีสินทรัพย์ถาวรที่สำคัญประกอบด้วย

ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน และอาคาร	เจ้าของ	5.76	จำนองเป็นหลักประกันกับธนาคารแห่งหนึ่ง
2. เครื่องจักรและอุปกรณ์	เจ้าของ	25.70	- ไม่มี -
3. เครื่องใช้สำนักงานและยานพาหนะ	เจ้าของ	4.40	เข้าซื้อกับสถาบันการเงินแห่งหนึ่ง
รวม		35.86	

บริษัท เดอะ บริโอ มอลล์ จำกัด มีสินทรัพย์ถาวรที่สำคัญประกอบด้วย

ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. สิทธิการเช่า และอาคาร	เจ้าของ	196.81	จำนองเป็นหลักประกันกับ ธนาคารแห่งหนึ่ง
2. เครื่องใช้สำนักงานและยานพาหนะ	เจ้าของ	0.55	- ไม่มี -
รวม		197.36	

บริษัท มิสเตอร์ โจนส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด มีสินทรัพย์ถาวรที่สำคัญประกอบด้วย

ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ส่วนปรับปรุงอาคารเช่า	เจ้าของ	5.85	- ไม่มี -
2. เครื่องใช้สำนักงาน	เจ้าของ	6.55	- ไม่มี -
รวม		12.40	

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทฯ มีนโยบายการลงทุนและประกอบธุรกิจต่างๆ ที่มีความต่อเนื่องและเป็นการสนับสนุนธุรกิจหลัก

4.3 นโยบายการบริหารงานในบริษัทย่อย และบริษัทร่วม

บริษัทฯ จะส่งกรรมการหรือผู้บริหารของบริษัท เพื่อเป็นตัวแทนของบริษัทไปเป็นกรรมการในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมของบริษัทอย่างน้อยตามสัดส่วนการถือหุ้น เพื่อเป็นตัวแทนในการกำหนด นโยบายและดำเนินธุรกิจในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมให้มีความสอดคล้องกับนโยบายหลักของบริษัท

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> เพื่อใช้สำหรับบรรจุน้ำชนิดต่างๆ 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)	992,690,810 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 992,690,810 หุ้น
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	เลขที่ 283/99 อาคารโฮมเพลสออฟฟิศ 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 (ร้อยละ 42.3 ถือโดย บริษัท พัฒนาวรรณ โฮลดิ้ง จำกัด และ ร้อยละ 2.7 ถือโดยบุคคลธรรมดาซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับ NPP)
ทุนจดทะเบียน	: 60 ล้านบาท
จำนวนหุ้น	: 6,000,000 หุ้น
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้	: หุ้นละ 10 บาท

2. บริษัท นิปปอน แพ็ค เทรดิง จำกัด

ประเภทธุรกิจ	: ดำเนินธุรกิจติดตั้งสื่อโฆษณา ในสถานีบริการปั้มน้ำมัน ปตท.ภายในร้านค้าปลีก จีพี
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105555103700
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 283/99 อาคารโฮมเพลส ออฟฟิศ บิลด์ิง ชั้นที่ 20 ซอยสุขุมวิท 55 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร
สัดส่วนการถือหุ้น	: ร้อยละ 51 (ร้อยละ 49 ถือโดยผู้ร่วมลงทุน คือ บริษัท เอสไอเอส เวนเจอร์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ บริษัท เอสไอเอส ดิสทริบิวชั่น (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน))
ทุนจดทะเบียน	: 20 ล้านบาท
จำนวนหุ้น	: 2,000,000 หุ้น
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้	: หุ้นละ 10 บาท

3. บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด

ประเภทธุรกิจ	: ทำธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่ม
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105558156138
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 283/98 อาคารโฮมเพลส ออฟฟิศ บิลด์ิง ชั้นที่ 20 ซอยสุขุมวิท 55 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร
สัดส่วนการถือหุ้น	: ร้อยละ 100
ทุนจดทะเบียน	: 100 ล้านบาท
จำนวนหุ้น	: 10,000,0000 หุ้น
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้	: หุ้นละ 10 บาท

4. บริษัท พร้อมแพค จำกัด

ประเภทธุรกิจ	: ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก ถาดบรรจุอาหารและถาดบรรจุอาหารพร้อมทาน
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105532039169
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 35/132 หมู่ที่ 2 ตำบลบางน้ำจืด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร
สัดส่วนการถือหุ้น	: ร้อยละ 95 (ร้อยละ 5 ถือโดยบุคคลธรรมดาซึ่งไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ NPP)
ทุนจดทะเบียน	: 35 ล้านบาท
จำนวนหุ้น	: 350,000 หุ้น
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้	: หุ้นละ 100 บาท

5. บริษัท นิปปอน ฟู้ด โปรดักส์ จำกัด (ชื่อเดิมบริษัท ไทยลักซ์ ฟู้ด โปรดักส์ จำกัด)

ประเภทธุรกิจ	: ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปแช่แข็งและผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทาน
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105542094316
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: เลขที่ 69/5 หมู่ 5 ตำบลบางชันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม
สัดส่วนการถือหุ้น	: ร้อยละ 100
ทุนจดทะเบียน	: 200 ล้านบาท
จำนวนหุ้น	: 20,000,000 หุ้น
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้	: หุ้นละ 10 บาท

6. บริษัท มิสเตอร์โจนส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

ประเภทธุรกิจ	: บริหารแบรนด์มิสเตอร์โจนส์ออร์แกนิก ซึ่งเป็นร้านจำหน่ายของหวาน
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105557074740
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 283/99 อาคารโฮมเพลส ออฟฟิศ บิลดิ้ง ชั้น 20 สุขุมวิท 55 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110
สัดส่วนการถือหุ้น	: ร้อยละ 100
ทุนจดทะเบียน	: 86 ล้านบาท
จำนวนหุ้น	: 860,000 หุ้น
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้	: หุ้นละ 100 บาท

7. บริษัท เดอะ บริโอ มอลล์ จำกัด

ประเภทธุรกิจ	: เจ้าของและผู้บริหารศูนย์การค้า ชื่อ The Brio Mall
เลขทะเบียนบริษัท	: 0135551002178
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 199 หมู่ที่ 6 ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม
สัดส่วนการถือหุ้น	: ร้อยละ 100
ทุนจดทะเบียน	: 75 ล้านบาท
จำนวนหุ้น	: 750,000 หุ้น
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้	: หุ้นละ 100 บาท

6.3 บุคคลอ้างอิงอื่นๆ

นายทะเบียนหลักทรัพย์

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง
กรุงเทพมหานคร 10400
โทรศัพท์ 0-2009-9999
โทรสาร 0-2009-9991

ผู้สอบบัญชี

บริษัท แกรนท์ ธอนตัน จำกัด
ชั้น 18 อาคารแคปปิตอลทาวเวอร์ ออลซีซั่นสเพลส ถนนวิทยุ
แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330
โทรศัพท์ 0-2205-8222
โทรสาร 0-2654-3339