

## 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 เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด (เดิมชื่อบริษัท นิปปอน ฟู้ด โปรดักส์ จำกัด)) ธุรกิจติดตั้งสื่อโฆษณาในสถานีบริการน้ำมัน (บริษัท นิปปอน แพ็ค เทรดิง จำกัด) และธุรกิจคอมมูนิตีมอลล์ (บริษัท เดอะบรีโธ มอลล์ 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 2560

- บริษัทได้มีประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2560 เมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2560 ผู้ถือหุ้นมีมติอนุมัติเรื่องการเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัท จากจำนวน 1,152,622,701 บาท เป็น 1,648,968,105 บาท โดยการออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 496,345,404 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท โดยจัดสรรให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม (Right Offering) ตามสัดส่วนการถือหุ้นในอัตราส่วน 4 หุ้นสามัญเดิม ต่อ 1 หุ้นสามัญเพิ่มทุน จำนวน 248,172,702 หุ้น และจัดสรรเพื่อรองรับการใช้สิทธิแปลงสภาพของใบสำคัญแสดงสิทธิ (NPP-W3) ในอัตราส่วน 1 หุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อ 1 หน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ จำนวน 248,172,702 หุ้น โดยกำหนดราคาเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนที่ราคา 1.10 บาทต่อหุ้น บริษัทได้รับชำระค่าหุ้นเพิ่มทุน จากการจัดสรรให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมดังกล่าวแล้วทั้งจำนวน โดยค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มทุนดังกล่าว จำนวน 0.93 ล้านบาท ได้แสดงหักจากส่วนเกินมูลค่าหุ้น ทั้งนี้บริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนเพิ่มทุนและลดทุนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเรียบร้อยแล้วเมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2560
- ในวันที่ 21 มีนาคม 2560 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด ได้มีมติอนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 25,000,000 หุ้นมูลค่าหุ้นละ 10 บาท โดยบริษัทชำระค่าหุ้นสามัญ เป็นจำนวนเงิน 150 ล้านบาท
- ในวันที่ 24 มีนาคม 2560 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัท ไทยเฟลคซีเบิลแพค จำกัด ได้มีมติอนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 160,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1,000 บาท โดยบริษัทชำระค่าหุ้นสามัญ เป็นจำนวนเงิน 57.70 ล้านบาท ผลดังกล่าวทำให้สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทเพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 55.00 เป็นร้อยละ 56.69 บริษัทได้บันทึกมูลค่าที่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 2.39 ล้านบาทไว้ภายใต้รายการ “ส่วนเกินทุนจากการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนเงินลงทุนใน บริษัทย่อย” ในส่วนของผู้ถือหุ้น
- ในระหว่างปี 2560 บริษัทย่อยแห่งหนึ่งได้ให้สิทธิการใช้แฟรนไชส์ธุรกิจภายใต้เครื่องหมายการค้า “มียาบี” กับบุคคลภายนอก เพื่อไปบริหารจัดการร้านอาหาร 3 แห่ง

### 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 ไทยเฟลคซิบิลแพค จำกัด เข้าซื้อบริษัท เดอะ บรีโอ มอลล์ จำกัด โดยบริษัทย่อยเป็นผู้ถือหุ้น 100% ในบริษัท เดอะ บรีโอ มอลล์ จำกัด ซึ่งเป็นเจ้าของและผู้บริหารศูนย์การค้า ชื่อ The Brio Mall ซึ่งตั้งอยู่ริมถนนบรมราชชนนีระหว่างแยกไปพุทธมณฑลสาย 4 กับ มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา รวมทั้ง บริษัท บรีโอ เรสเตอรองท์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ที่บริษัท เดอะ บรีโอ 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 แรนด์มิสเตอร์โจนส์ออร์เพนจ 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

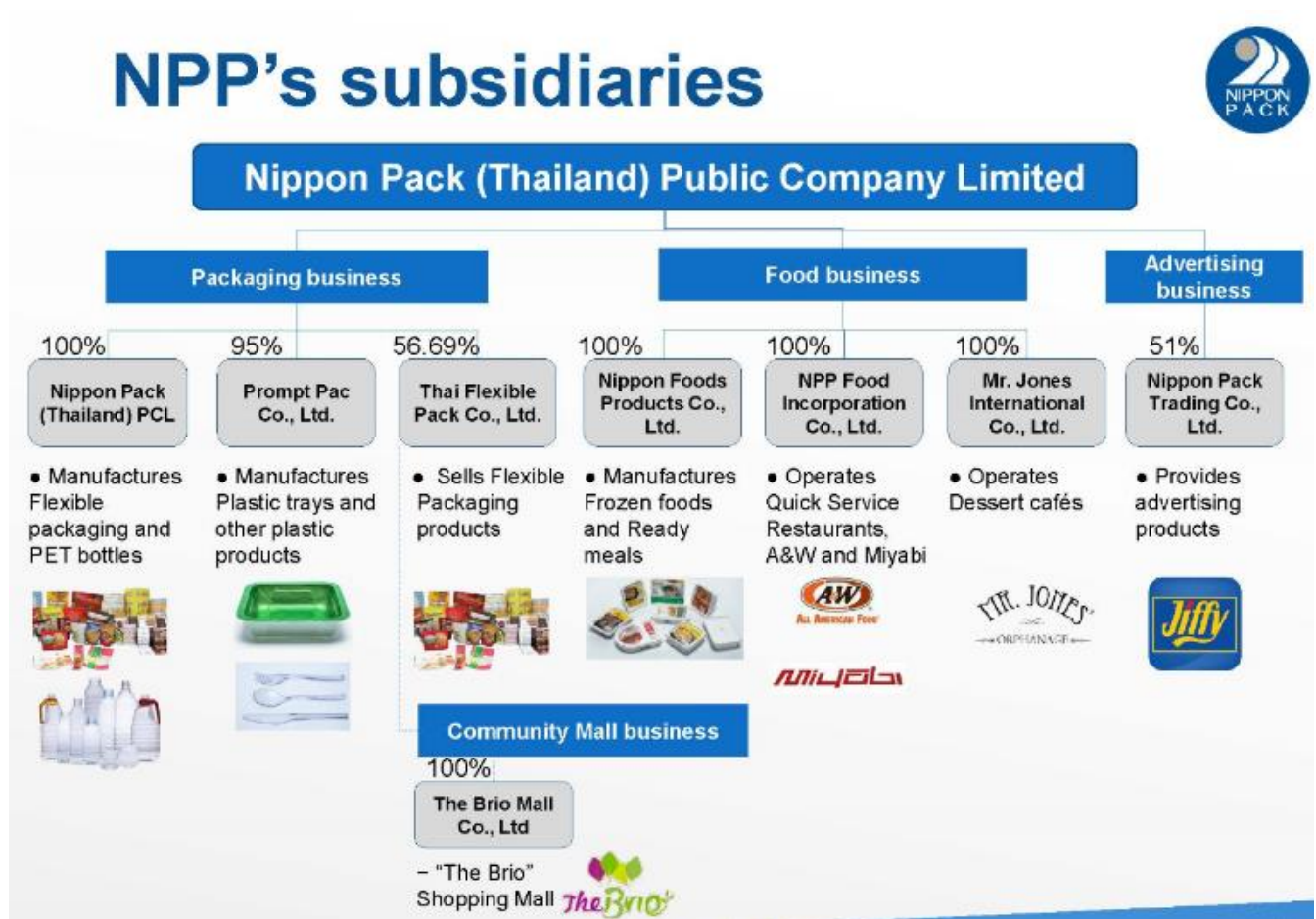
- บริษัทฯ ได้เข้าร่วมลงทุนในผู้ผลิตจำหน่ายอาหารแปรรูปต่างๆ บริษัท ไทยลักซ์ ฟู้ด โปรดักส์ จำกัด ซึ่งบริษัทย่อยของ บริษัท ไทยลักซ์ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) โดยการซื้อหุ้นบริษัท ไทยลักซ์ ฟู้ด โปรดักส์ จำกัด จำนวน 4,500,000 หุ้น หรือ ร้อยละ 45 ของหุ้นทั้งหมดของบริษัทฯ ด้วยจำนวนเงิน 22.5 ล้านบาทและเพิ่มทุนอีกจำนวน 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 เรสเตอร์รองต์ (ประเทศไทย) จำกัด ทั้งหมด 21 สาขาซึ่งจะทำให้บริษัทฯ เป็นผู้บริหารร้านอาหาร A&W ทั้งหมดในประเทศไทยและจะ เป็นการเพิ่มฐานการดำเนินการเพื่อให้เติบโตได้รวดเร็วมากขึ้น
- บริษัทฯ ลงทุนในบริษัท พร้อมแพค จำกัด ซึ่งประกอบกิจการผลิตภาชนะบรรจุสินค้าพลาสติก โดยบริษัทฯ เข้าซื้อหุ้นใน สัดส่วนร้อยละ 95 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด โดยการได้มาซึ่งสายผลิตภัณฑ์นี้จะช่วยเพิ่มศักยภาพด้านการตลาดให้กับกลุ่ม บริษัทรวมถึงด้านอื่นๆ เช่น การจัดหาวัตถุดิบร่วมกัน

### 1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ ได้มีการลงทุนในบริษัทย่อยดังนี้

	บริษัทย่อย	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)
1.	บริษัท ไทยเฟลคซีเบิลแพค จำกัด	จำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนตัว	160	56.69%
2.	บริษัท พร้อมแพค จำกัด	ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก ถาดบรรจุอาหารและถาดบรรจุอาหารพร้อมทาน	35	95%
3.	บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด	ทำธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่ม	250	100%
4.	บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด (เดิมชื่อ “บริษัท นิปปอน ฟู้ด โปรดักส์ จำกัด”)	ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปแช่แข็งและผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทาน	125	100%
5.	บริษัท นิปปอน แพ็ค เทรดิง จำกัด	ดำเนินธุรกิจติดตั้งสื่อโฆษณา ในสถานีบริการปั้มน้ำมัน ปตท.ภายในร้านค้าปลีก จีฟี่	20	51%
6.	บริษัท เดอะ บริโอ มอลส์ จำกัด	ดำเนินกิจการศูนย์การค้าและให้เช่าพื้นที่	75	56.69%
7.	บริษัท มิสเตอร์ โจนส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม	86	100%

# แผนภาพโครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัทฯ



## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

กลุ่มธุรกิจสินค้าและบริการของบริษัทฯแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ อาหารและเครื่องดื่ม และสื่อโฆษณา โดยโครงสร้างรายได้แยกตามสายผลิตภัณฑ์/กลุ่มธุรกิจดังนี้

ผลิตภัณฑ์	ปี 2558		ปี 2559		ปี 2560	
	รายได้ (ล้านบาท)	%	รายได้ (ล้านบาท)	%	รายได้ (ล้านบาท)	%
บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนตัว (Flexible Packaging)	191.84	68.57	294.77	31.32	338.80	28.73
ขวดพื๊อ (PET Bottle)	54.68	19.55	106.44	11.31	116.57	9.89
บรรจุภัณฑ์พลาสติก Vacuum Forming*	20.14	7.20	118.07	12.55	136.36	11.56
ธุรกิจติดตั้งสื่อโฆษณา	13.10	4.68	7.69	0.82	1.03	0.09
ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม**	-	0.00	395.60	42.03	557.16	47.25
ธุรกิจคอมมูนิตีมอลล์***	-	-	18.63	1.97	29.33	2.48
รวม	279.76	100.00	941.20	100.00	1,179.25	100

### หมายเหตุ

\* รวมรายได้ของบริษัท พร้อมแพค จำกัด ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2558 เป็นต้นไป

\*\* ธุรกิจร้านอาหาร A&W เริ่มรับรู้รายได้ตั้งแต่เดือนมกราคม 2559 เป็นต้นไป, การลงทุนในบริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท นิปปอน 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] บรรจุภัณฑ์ขวดพื๊อ (PET Bottle) และ [3] บรรจุภัณฑ์พลาสติกขึ้นรูปด้วยระบบ Vacuum Forming:

#### [1] บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนตัว (Flexible Packaging)

ผลิตจากฟิล์มพลาสติกหลายชนิดด้วยกระบวนการพิมพ์แบบกราเวียร์ (Gravure) และลามิเนต (Laminate) จนเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติพิเศษ เช่นทนต่อความร้อน ความดันสูง ป้องกันแสง ป้องกันการซึมผ่านของความชื้น ฯลฯ และยังสามารเพิ่มอายุสินค้าบนชั้นวางและห่อหุ้มสินค้าไม่ให้แตกหักง่าย ซึ่งเหมาะสมกับกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค และอื่นๆ โดยสินค้าหลักของบริษัทฯ แบ่งเป็นประเภทต่างๆ ได้ดังนี้



1. ชอง เช่น ชองซีล 3 ด้าน ชองตั้งติดชิป ชองซีลกลาง ชอง die-cut

2. ม้วน สำหรับผู้ประกอบการที่มีระบบบรรจุด้วยเครื่องอัตโนมัติ

3. ฉลาก สำหรับขวดน้ำดื่ม น้ำอัดลม

4. ฝา สำหรับบรรจุภัณฑ์กาแฟ บรรจุภัณฑ์เบหมิที่สำเร็จ หรือตามความต้องการของลูกค้า

ซึ่งกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัท ได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร ยา และสินค้าอุปโภคบริโภคอื่นๆ เช่น ขนมขบเคี้ยว เครื่องปรุงรส อาหารแช่แข็ง อาหารอบแห้ง ผลิตภัณฑ์เวชสำอาง น้ำยาซักผ้า เป็นต้น

ปัจจุบันบริษัทฯ เพิ่มเครื่องจักรผลิตของ Die-cut ที่สามารถติดจุก (Spout) เข้ามา เนื่องจากเห็นว่าความต้องการของชนิดนี้สูงขึ้น โดยเฉพาะตลาดเครื่องสำอางที่มีสินค้าลักษณะนี้วางจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อและ Kiosk ทั่วๆ ไปมากขึ้น

## [2] บรรจุภัณฑ์ขวดพีอีที (PET Bottle)

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

## [3] บรรจุภัณฑ์พลาสติกขึ้นรูปด้วยระบบ Vacuum Forming

บริษัท ฟรอมแพค 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 พัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่องเพื่อความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า

## ■ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

กลุ่มธุรกิจอาหารนั้นแบ่งเป็นสองธุรกิจ ได้แก่ [1] ธุรกิจร้านอาหาร [2] ธุรกิจอาหารแปรรูป

### [1] ธุรกิจร้านอาหาร

บริหารโดยบริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด โดยปัจจุบันมีร้านอาหารประเภทต่างๆ ดังนี้

1. ร้านอาหารบริการด่วน - เอ แอนด์ ดับเบิลยู (A&W) แฟรนไชส์เก่าแก่จากประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งบริษัทได้รับสิทธิในการบริหารและขยายสาขาในประเทศไทย รวมทั้งประเทศเพื่อนบ้านแต่เพียงผู้เดียว



เมนูหลักของ A&W ได้แก่ เครื่องดื่มรุ่มเบียร์ วาฟเฟิล เคอร์ลี่ฟรายส์ แฮมเบอร์เกอร์ ที่มีลักษณะเฉพาะและเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพนำเข้าจากต่างประเทศ เช่น อเมริกา ออสเตรเลีย นอกจากนี้ยังมีเมนูไก่ทอด เมนูข้าวต่างๆ ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคชาวไทย ชุดอาหารเช้า ของทานเล่น และของหวาน เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคทุกกลุ่ม

ปัจจุบัน A&W มี 33 สาขา อยู่ในศูนย์การค้า และสถานบริการน้ำมัน ทั้งในกรุงเทพฯ และจังหวัดหลักของภาคต่างๆ เช่น อุดรธานี, สระบุรี, ปากช่อง, ลำปาง ฯลฯ โดยให้บริการครบทุกรูปแบบ ทั้งการทานในร้าน (Dine In), รับกลับบ้าน (Take Away) และ บริการส่งถึงที่ (Delivery)

1. สยามสแควร์	2. พันธุ์ทิพย์พลาซ่า	3. เทอมินอล 21 อโศก
4. แฟชั่นไอส์แลนด์	5. เดอะบรีไอ้	6. เดอะสตรีท
7. เทอมินอล โคราซ	8. ไบเทค บางนา	9. สยามบิณดอนเมือง
10. ปตท.วิภาวดีราบ 1	11. ปตท.วิภาวดี 30	12. ปตท.สุขาภิบาล 3
13. ปตท. วงแหวน (บางแค)	14. ปตท.บางใหญ่	15. ปตท.ธรรมศาสตร์
16. ปตท. พระราม 2 กม.14	17. ปตท. พระราม 2 กม.35	18. ปตท. บางบัวทอง-สุพรรณฯ
19. ปตท. อุดรธานี กม. 55	20. ปตท. พหลโยธิน กม.96	21. ปตท. ลำปาง
22. ปตท. แฟร์	23. ปตท. เด่นชัย	24. บางจากเอกมัย
25. บางจาก ราชพฤกษ์ 1	25. บางจาก ราชพฤกษ์ 2	26. บางจาก บางบอน
28. บางจาก พหลโยธิน กม.57	29. บางจาก ปากช่อง	30. เซลล์ บางนา กม.6
31. เซลล์ มาบข่า ระยอง	32. เซลล์ ชลบุรี บายพาส	33. ซีลโก้ รัชดาภิเษก

2. **ร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง - มียาบี (Miyabi)** ร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างสไตล์ญี่ปุ่น ที่คัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพจากทั่วทุกมุมโลก เช่น เนื้อบิสเก็ต จากออสเตรเลีย ปลาแซลมอน จากนอร์เวย์ เพื่อนำมาปรุงรสด้วยซอสสูตรพิเศษ และให้บริการแก่ลูกค้าพร้อมกับน้ำจิ้มปิ้งย่างที่เป็นเอกลักษณ์ของทางร้าน ในราคาที่คุ้มค่าที่สุด

การบริการในรูปแบบบุฟเฟ่ต์ของมียาบีนั้นลูกค้าสามารถสั่งอาหารเมนูชุดต่างๆ เช่นชุดหมู ชุดเนื้อ และชุดพริ่เมี่ยม ได้ไม่จำกัด โดยทุกชุดจะมีเมนูอื่นๆรวมอยู่ด้วย เช่นซูชิ เครื่องเคียง ขนมหวาน และเครื่องดื่มและพนักงานของร้านจะนำอาหารมาให้บริการที่โต๊ะ

ปัจจุบันมียาบีให้บริการอยู่ 3 สาขาในศูนย์การค้าในกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด ได้แก่

1. ซีคอนฯ ศรีนครินทร์ (กรุงเทพฯ)
2. เดอะมอลล์งามวงศ์วาน (นนทบุรี)
3. เทอมินอล 21 โคราซ (นครราชสีมา)

3. **มิสเตอร์โจนส์ออร์แฟเนจ (Mr.Jones' Orphanage)** เป็นแบรนด์ร้านกาแฟ จัดจำหน่ายเบเกอรี่สไตล์ โฮมเมด มิลค์เชค สมูทตี้ และกาแฟ ซึ่งเป็นสูตรที่คิดค้นขึ้นใหม่ตามความต้องการของผู้บริโภค เมนูที่เป็นที่นิยม ได้แก่ เรดเวลเวท ช็อกโกแลตลาวาเค้ก, ชอคโกชีส บานาน่า, สตอว์เบอร์รี่, นูเทลล่า บานาน่า วาฟเฟิล เครื่องดื่มที่เป็นที่นิยม เพอร์เฟ็คควา มิลค์เชค และมัมมา อีส เดอะเบส สมูทตี้ ในบรรยากาศกลิ่นอายความอบอุ่นและน่ารักของเหล่าเท็ดดี้แบร์ เสมือนย้อนเวลากลับไปวัยเด็กอีกครั้ง มีรูปแบบการตกแต่งร้านที่มีความแตกต่างและเป็นเอกลักษณ์ในแต่ละสาขา โดยปัจจุบัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 มีสาขาอยู่ 3 สาขา มีที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานครทั้งหมด และแฟรนไชส์ 1 สาขาในประเทศพม่า สาขาในประเทศที่มีในปัจจุบัน คือ
1. มิสเตอร์โจนส์ออร์แฟเนจ สยามเซ็นเตอร์
  2. มิสเตอร์โจนส์ออร์แฟเนจ เซ็นทรัลเวิลด์
  3. มิสเตอร์โจนส์ออร์แฟเนจ เมกะบางนา

ปัจจุบันมีแผนที่จะทำการรีแบรนด์ ปรับทำเลที่ตั้ง รูปแบบร้าน และเมนูใหม่ทั้งหมด ให้มีความทันสมัย ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น สร้างความแตกต่าง ให้กลับมาเป็นที่นิยม และสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้มากขึ้น เพื่อให้เป็นอีกหนึ่งทางเลือกของผู้บริโภคที่มีความหลากหลาย พร้อมการจำหน่ายแฟรนไชส์ให้แกผู้ที่สนใจทั้งในและต่างประเทศ

## [2] ธุรกิจอาหารแปรรูป

บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด (ชื่อเดิม บริษัท นิปปอน ฟู้ด โปรดักส์ จำกัด) เป็นผู้ผลิตอาหารเพื่อบริโภค ดำเนินธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายวัตถุดิบกึ่งแปรรูปแช่เยือกแข็ง (Raw Material), อาหารพร้อมปรุง (Value Added), อาหารพร้อมรับประทาน (Ready Meal) จัดจำหน่ายในประเทศและส่งออกต่างประเทศ มุ่งเน้นการผลิตสินค้าที่มีความปลอดภัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านความสะอาด และความปลอดภัยจากหน่วยงานทั้งในและต่างประเทศ เช่น GMP HACCP สินค้าเป็นที่ได้รับการยอมรับจากลูกค้าในด้านคุณภาพ ความปลอดภัย ความประณีตของสินค้า รสชาติที่กลมกล่อม และการบริการที่รวดเร็ว และยังคงมุ่งมั่นที่จะพัฒนาสินค้าเพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

### ■ ธุรกิจสื่อโฆษณา

บริหารโดยบริษัทในเครือ บริษัท นิปปอน แพ็ค เทรดดิง 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 140 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 กระจกด้านหน้า พื้นทางเดิน บ้ายโฆษณาต่าง 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 56.69%) บริษัทฯ ได้เห็นด้วยสัญญาซื้อขายบริษัท เดอะบริโอ มอลล์ จำกัด เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2559 และโอนทรัพย์สิน เมื่อวันที่ 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 เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในระดับเดียวกันและราคาสินค้าของบริษัทยังถือเป็น มาตรฐานราคาตลาด

##### iii. เน้นลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย ที่เป็นผู้บริโภคในอุตสาหกรรมประเภทต่างๆ ที่มีความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์ในปริมาณสูง เช่นกลุ่ม อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมยา และอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภค เพื่อทำให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิต (production efficiency) และการบริหารทรัพยากรสูงสุด

##### iv. วิจัยและพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ ได้พัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง รวมถึงขยายตลาดใหม่เพื่อให้มีฐานลูกค้าที่กว้าง ขึ้น พัฒนาและปรับปรุงกระบวนการผลิต และกระบวนการตรวจสอบคุณภาพที่ได้มาตรฐาน เพื่อสร้างโอกาสทาง

การตลาด และลดต้นทุนการผลิตให้แก่ลูกค้า โดยโครงการต่างๆ ที่เกิดขึ้นอาจเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า และ/หรือตามแผนงานของบริษัท โดยนอกจากนี้บริษัทยังเน้นการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพและมาตรฐาน โรงงานผลิตต่อเนื่องเพื่อสามารถรองรับและสร้างความมั่นใจกับลูกค้าระดับสากลได้

#### V. สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างลูกค้ากับบริษัทฯ

บริษัทฯ มีเป้าหมายในการพัฒนาและรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับแก่ลูกค้าทั้งหลาย ดังนั้น บริษัทฯ จะเน้นเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการบริการเป็นสำคัญ ตลอดจนมีโครงการสร้างความร่วมมือกับลูกค้าในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อให้แผนการลงทุนของบริษัทฯ เป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกับ ความต้องการของลูกค้าในด้านต่างๆ ซึ่งรวมถึง การขยายกำลังการผลิต การขยายสายการผลิตสำหรับ ผลิตภัณฑ์ใหม่ของลูกค้าในอนาคต เพื่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันระหว่างบริษัทฯ และลูกค้า นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้จัดให้มีทีมงานบริการหลังการขาย การติดตาม การประเมินและการแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพ อย่างสม่ำเสมอ

ในปีที่ผ่านมาบริษัทยังคงเน้นลูกค้าในประเทศเป็นหลัก และได้ปรับแผนการขยายการตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนอง ความต้องการของลูกค้าเดิม และเน้นการเพิ่มลูกค้าใหม่ทำให้ออดขายของหน่วยธุรกิจทั้ง 3 เติบโตอย่างต่อเนื่อง

#### ■ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

ในธุรกิจร้านอาหาร A&W ในปีที่ผ่านมาบริษัทเน้นการประชาสัมพันธ์ร้านอาหารของบริษัทให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น โดยมุ่งเน้น

- การทำกิจกรรมการตลาดต่างๆ ผ่านช่องทางที่หลากหลาย โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ที่เป็นที่นิยมมากขึ้นเรื่อยๆ เพื่อให้เข้าถึงลูกค้าในทุกๆ กลุ่ม ทั้งกลุ่มนักเรียน นักศึกษา กลุ่มคนทำงาน และกลุ่มครอบครัว
- การทำโปรโมชั่นราคาพิเศษและคูปอง โดยการเลือกสรรเมนูที่ได้รับความนิยม มีคุณภาพและคูปอง มาอยู่ในชุดเมนูต่างๆ
- การทำโปรโมชั่นร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อขยายฐานลูกค้าและทำให้ธุรกิจร้านอาหารของบริษัทเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น
- การสร้างสรรค์เมนูใหม่ๆ เพื่อเพิ่มความหลากหลายและสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับลูกค้า
- โปรแกรมการสะสมคะแนนเพื่อแลกกับของรางวัลและสิทธิประโยชน์ต่างๆ
- การรับชำระเงินในรูปแบบไร้เงินสด หรือดิจิทัล ผ่านช่องทางต่างๆ
- การสร้างคุณค่า ประสบการณ์ที่ดีและน่าจดจำให้กับผู้บริโภค ด้วยคุณภาพของวัตถุดิบ ขั้นตอนการปรุงอาหารที่ได้มาตรฐาน และการบริการ

นอกจากนี้ในปีต่อไปบริษัทจะมีการเพิ่มสาขาร้านอาหาร A&W อย่างต่อเนื่องโดยยังคงมุ่งเน้นการเพิ่มสาขาในสถาน บริการน้ำมันและศูนย์การค้า โดยเฉพาะในกรุงเทพและปริมณฑล เพื่อสร้างให้เกิดการรับรู้มากยิ่งขึ้นและเพิ่ม ความสามารถในการแข่งขัน

กลุ่มธุรกิจ ร้านกาแฟ เบเกอรี่ และไอศกรีม เป็นกลุ่มธุรกิจที่ยังเติบโตอย่างร้อนแรง เพราะยังมีพื้นที่ทางตลาดอีกจำนวนมาก มูลค่าตลาดของทั้งสาม อยู่ที่ประมาณ 62,000 ล้านบาท โดยในกลุ่มกาแฟมีมูลค่ามากที่สุดที่ 30,000 ล้านบาท, เบเกอรี่ 17,000 ล้านบาท และไอศกรีม 15,000 ล้านบาททั้งนี้ ส่วนแบ่งตลาดสำหรับกาแฟระดับกลางมีมูลค่ามากที่สุด เป็นจำนวน 40% ของตลาดทั้งหมด โดยกลุ่มนี้ มีอัตราเติบโตต่อเนื่อง เพราะการบริโภคกาแฟของคนไทย อัตราการบริโภคกาแฟเฉลี่ยของคนไทย อยู่ที่ 200 แก้วต่อคนต่อปี นอกจากนั้นในปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสำคัญกับรายละเอียดกับเรื่องราวของสินค้า (Specialty Shop) เช่นแหล่งที่มาของวัตถุดิบ ขั้นตอนการผลิต รูปลักษณ์และหน้าตาของผลิตภัณฑ์ ผลสำรวจพบว่า กว่า 80% ของผู้บริโภคยินดีจ่ายเงินเพิ่มเพื่อให้ได้สินค้าและบริการที่ปรับแต่งตามความต้องการเฉพาะบุคคลได้ (personalization) หรือได้สินค้าและบริการที่มีคุณภาพสูงขึ้น อีกทั้ง Social Media และ Blogger ก็มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค การปรับสัดส่วนเมนู การออกแบบสินค้าใหม่ๆ และการปรับปรุงรูปแบบร้านเพื่อให้มีความทันสมัยตรงกับความต้องการของลูกค้า จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องรีบดำเนินการ

- ในส่วนธุรกิจอาหารแปรรูปนั้น บริษัทฯ เน้นการขายอาหารพร้อมรับประทานแช่เยือกแข็ง (Ready Meal) ในประเทศให้แก่กลุ่มลูกค้าวัยเรียน วัยทำงานที่มีความเร่งรีบ ไม่ค่อยมีเวลา อาศัยอยู่โดยลำพัง หรือเป็นครอบครัวเดี่ยว ที่ต้องการความสะดวก ด้วยช่องทางการขายแบบรับจ้างผลิตสินค้าในรูปแบบ Private Label ให้แก่ CP ALL ซึ่งมีช่องทางการจำหน่ายกว่า 10,000 สาขา ขยายฐานลูกค้ากลุ่ม Raw Material และ Value Added ไปยังกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน และโซนภูมิภาคเอเชีย และจะลดสัดส่วนในการขายไปยังกลุ่มยุโรปมีความผันผวนในเรื่องเศรษฐกิจภายในภูมิภาค ข้อกีดกันทางการค้าภาชี้นำเข้า และอัตราแลกเปลี่ยน

#### ■ ธุรกิจคอมมูนิตีมีอลล์

บริษัทฯ เน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มครอบครัวซึ่งเป็นลูกค้าหลักที่มาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ของคอมมูนิตีมีอลล์ของบริษัทฯ จึงได้มีการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับเด็กและครอบครัวอย่างสม่ำเสมอ ขณะเดียวกันได้เพิ่มกลุ่มเป้าหมายที่ชอบออกกำลังกาย โดยจัดกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับการออกกำลังกาย อาทิ เดินชมบ้ำฟรี เป็นต้น เนื่องจากบริเวณโดยรอบมีสถานศึกษาและหมู่บ้านอยู่มาก รวมถึงแนวทางการดำเนินชีวิตของกลุ่มคนในปัจจุบันมีความสนใจในการออกกำลังกายเพิ่มมากขึ้น

## 2.2.2 สภาพการแข่งขัน

#### ■ ธุรกิจสินค้าบรรจุภัณฑ์

- สำหรับบรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทอ่อนตัว (Flexible Packaging) นั้นตลาดหลักมาจากอุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมยา และสินค้าอุปโภคบริโภคซึ่งถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีความผันผวนน้อยเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมอื่นๆ เนื่องจากมีความเกี่ยวข้องกับการดำรงชีพของผู้บริโภคสูง อย่างไรก็ตามในช่วงปีที่ผ่านมาตลาดได้มีการเติบโตขึ้นซึ่งได้รับผลกระทบมาจากเศรษฐกิจรวมของประเทศที่ถดถอย ส่วนการแข่งขันนั้นถือว่าอยู่ในวงจำกัดที่มีผู้แข่งขันใหม่ในตลาดน้อย (high entry barrier) โดยสาเหตุหลักมาจากการลงทุนที่สูงและกระบวนการเปลี่ยนลูกค้าที่ยุ่งยาก (high supplier switching cost)

- สำหรับขวด PET นั้นมีตลาดน้ำดื่มเป็นตลาดหลักซึ่งมีการเติบโตขึ้นเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่นิยมซื้อน้ำดื่มเพื่อความสะดวกรวดเร็วและความสะอาด อย่างไรก็ตามจากการลงทุนในเครื่องจักรที่มีมูลค่าถูกลงและการผลิตที่ไม่ซับซ้อนทำให้ตลาดขวด PET นั้นมีผู้ผลิตในตลาดหลายรายแต่ผู้ผลิตที่มีโรงงานผลิตและระบบเครื่องจักรที่มีคุณภาพนั้นมีจำนวนจำกัด
- ในส่วนตลาดพลาสติกขึ้นรูปด้วยระบบ Vacuum Forming นั้นมีผู้ประกอบการในขนาดที่ใกล้เคียงกันจำกัดประมาณ 15-20 ราย โดยมีการแข่งขันที่สูงแต่มีความจำกัดเนื่องจากการผลิตสินค้ามีต้นทุนแม่พิมพ์อยู่ โดยในธุรกิจนี้จะมีหลากหลายของสินค้าสูง ทั้งแบบที่สามารถขายให้ผู้อื่นได้ (common) และแบบเฉพาะเจาะจง (exclusive) ซึ่งลูกค้ารายใหญ่ที่บริษัทเน้นนั้นส่วนใหญ่จะมีผู้ผลิตหลายรายเนื่องจากมีสินค้าที่ต้องการหลายประเภท

#### ■ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

ในธุรกิจร้านอาหาร A&W นั้นอยู่ในตลาด QSR ซึ่งมีมูลค่าตลาดในประเทศไทยมากกว่า 35,000 ล้านบาท และมีอัตราเติบโตมากกว่า 10% ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา เพราะยังคงเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคที่ต้องการอาหารที่มีมาตรฐานคงที่ปลอดภัย ในราคาที่เข้าถึงได้ ผู้บริโภคในประเทศไทยยังคงนิยมทานอาหารใน QSR และนิยมสั่งอาหารเป็นชุดเซตต่างๆ (Combo Set) กลุ่มลูกค้าหลักคือกลุ่มครอบครัว และกลุ่มเพื่อน ซึ่งบริษัทได้มีการปรับเมนู โดยเน้นชุดเซตต่างๆมากขึ้น รวมถึงการทำโปรโมชั่นสำหรับชุดเซตอย่างสม่ำเสมอ โดยนำเมนูอาหารที่เป็นจุดแข็ง หรือเมนูเฉพาะ (Unique) เช่น รุทเบียร์ และวาฟเฟิล มาอยู่ในชุดเซตต่างๆ นอกจากนี้เราได้ทำการตลาดในเชิงออนไลน์เพิ่มสูงขึ้น เพื่อเพิ่มการสื่อสารและการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และมีการขยายสาขาเพิ่มมากขึ้นทั้งในกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัดเพื่อเพิ่มฐานลูกค้าใหม่มากขึ้น และสร้างการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายเปิดสาขา 30 สาขาในปี 2561 โดยเน้นพื้นที่ในกรุงเทพ และปริมณฑลเพื่อเพิ่มการรับรู้จดจำแบรนด์ และเพิ่มจำนวนสาขาให้ถึง 100 สาขาภายในปี 2562

นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาเมนูใหม่ๆ โดยเน้นรสชาติใหม่ๆของเมนูที่ได้รับความนิยม เช่น ไก่ทอด เมนูข้าว โดยเน้นรสชาติไทยๆเพื่อให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าในประเทศ อย่างไรก็ตามบริษัทฯจะมุ่งเน้นการพัฒนาเมนูใหม่ๆให้มีความหลากหลายเพื่อเพิ่มประสบการณ์ใหม่ๆให้กับลูกค้าประจำ และกระตุ้นให้เกิดการตลาดจากลูกค้าใหม่ๆ

ในธุรกิจร้านอาหาร มียาบี (Miyabi) นั้นอยู่ในตลาดร้านอาหารปิ้งย่างสไตล์ญี่ปุ่น ที่มีมูลค่าตลาดและอัตราการเติบโตน้อยกว่า ตลาด QSR อย่างไรก็ตามบริษัทฯได้มุ่งเน้นการทำการตลาดโดยเน้นความคุ้มค่าของราคา คุณภาพ และโปรโมชั่นเพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกรับประทาน ในส่วนของร้าน มียาบี ได้มีการปรับปรุงเซตเมนูบุฟเฟต์ให้อยู่ในระดับราคาที่เหมาะสม แต่ยังให้วัตถุดิบที่มีคุณภาพสูงจากทั่วทุกมุมโลก และมีการจัดโปรโมชั่นทั้งในด้านของราคา และกิจกรรมสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างการใช้บริการซ้ำของลูกค้า นอกจากนี้ยังได้มีการนำวัตถุดิบที่น่าสนใจจากประเทศต่างๆ เช่น เนื้อลายมันจากออสเตรเลียมาให้ลูกค้าได้ลองรับประทาน ซึ่งได้รับผลการตอบรับค่อนข้างดี ในขณะที่ตัวซอสญี่ปุ่นและเนื้อบิสกิตออสเตรเลีย ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของทางร้าน ก็ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ไว้เหมือนเดิม และมีการปรับเปลี่ยนเมนูต่างๆให้น่ารับประทานยิ่งขึ้น

การทำการตลาดจะเน้นการทำการตลาดออนไลน์เช่นเดียวกัน เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ และเน้นเปิดสาขาในศูนย์การค้าที่เข้าถึงได้ง่ายโดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ในปัจจุบันถึงแม้ว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคนิยมรับประทานเบเกอรี่ และขนมประเภทต่างๆ มีเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ธุรกิจร้านเบเกอรี่และกาแฟ ก็มีการแข่งขันที่รุนแรงจากคู่แข่งรายใหม่ๆ ภายในประเทศเป็นจำนวนมาก เนื่องจากธุรกิจที่ไม่ได้ใช้เงินทุนสูง อีกทั้งยังมีแบรนด์จากต่างประเทศที่ทยอยเปิดตัวอย่างต่อเนื่อง จากผลสำรวจพบว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้าที่ร้านแล้วเดินออกเลย มีส่วนเพียง 20% เท่านั้น ส่วนอีก 80% จะใช้เวลาภายในร้าน ใช้เป็นสถานที่นัดพบเพื่อนฝูง และนั่งทำงาน การตกแต่งร้านเพื่อให้มีความสวยงามทันสมัยเข้ากับปัจจุบัน เพื่อดึงดูดลูกค้า นอกเหนือจากการควบคุมคุณภาพที่สม่ำเสมอ การคิดค้นสูตรผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้มีความแตกต่างมีเอกลักษณ์ที่เป็นของตนเอง (Specialty) เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า นอกเหนือจากนั้นจากข้อมูลยังพบว่าจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการตามศูนย์การค้า และกำลังซื้อของผู้บริโภคก็มีแนวโน้มที่ลดลง ส่งผลกระทบทางตรงต่อยอดขายร้านค้าภายในศูนย์การค้าที่มีค่าเช่าที่สูง การย้ายทำเลที่ตั้งใหม่ไปตามแหล่งชุมชนชานเมือง (Community Mall) จึงมีความจำเป็น เนื่องจากนอกเหนือจากการลดต้นทุนแล้ว ยังจะเป็นการตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่ต้องการสินค้าและบริการที่มีความพิเศษ แต่ไม่ต้องการเดินทางเข้าเมือง เพื่อความสามารถในการขายและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่ายขึ้น รวมไปถึงการมอบส่วนลดให้แก่สมาชิกเพื่อดึงดูดให้มียอดลูกค้าประจำ การบริการจัดส่ง และรับจัดเลี้ยงนอกสถานที่ เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคเพิ่มขึ้นอีกด้วย

ในส่วนธุรกิจอาหารแปรรูปนั้น มีสัดส่วนในการขายในประเทศเพิ่มขึ้นกว่าปีก่อน อันเนื่องมาจากสภาวะเศรษฐกิจถดถอยในกลุ่มลูกค้าสหภาพยุโรปที่ยังมีความต่อเนื่องมาจากปีที่ผ่านมา จึงทำให้คำสั่งซื้อไม่ได้มีการเพิ่มขึ้น อีกทั้งปัญหาเงินบาทที่มีแนวโน้มแข็งค่าขึ้นตั้งแต่ปีปลาย 2560 และจะยังคงส่งผลในปี 2561 จึงทำให้มีความเสี่ยงในเรื่องการขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน ดังนั้นการมุ่งเน้นการทำตลาดในประเทศที่มียังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ตามพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่เร่งรีบของผู้บริโภค การเพิ่มรายการสินค้ากับคู่ค้า การเพิ่มปริมาณการจัดส่งให้ตรงความต้องการของลูกค้า ก็จะสามารถทดแทนคำสั่งซื้อจากต่างประเทศได้ โดยการผลิตสินค้าที่มีความใกล้เคียงกันก็สามารถเพิ่มทักษะความชำนาญ เพิ่มความสามารถในการผลิต การลงทุนในเครื่องจักรทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ เพื่อทดแทนแรงงานคนเพื่อรองรับการปรับขึ้นค่าแรง เพิ่มกำลังการผลิตต่อรอบให้สอดคล้องกับคำสั่งซื้อภายในประเทศ รวมไปถึงปริมาณการซื้อ และความสะดวกในการจัดหาวัตถุดิบเพื่อขายในประเทศที่มีราคาต้นทุนต่ำกว่า ก็จะเป็นการเพิ่มกำไรให้แก่บริษัทได้เป็นทางอ้อม

#### ■ ธุรกิจสื่อโฆษณา

ในปัจจุบันนี้ ธุรกิจสื่อโฆษณามีมากมายหลากหลายช่องทาง เช่น การโฆษณาผ่านโทรทัศน์ วิทยุ โซเชียลมีเดีย และช่องทางอื่นๆอีกมากมาย โดยเฉพาะการโฆษณาผ่านทางโซเชียลมีเดีย นั้น เป็นช่องทางการโฆษณาที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว จึงทำให้ธุรกิจสื่อโฆษณาตามร้านสะดวกซื้อในปัจจุบันไม่เป็นที่นิยม

#### ■ ธุรกิจคอมมูนิตีมีอลล์

ธุรกิจคอมมูนิตีมีอลล์เป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นมาเพื่อรองรับการดำเนินชีวิตของคนในรัศมีไม่เกิน 10 กิโลเมตร ซึ่งบริเวณที่ตั้งโดยรอบคอมมูนิตีมีอลล์ของบริษัท ยังไม่มีคู่แข่งที่มีกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน จะมีแต่คู่แข่งโดยอ้อมซึ่งเป็นห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่และกลุ่มดีสเคาท์สโตร์



## 2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

### 2.3.1 ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

#### ■ ธุรกิจสินค้าบรรจุภัณฑ์

บริษัทมีความสามารถในการผลิต 3 ผลิตภัณฑ์ ซึ่ง ณ ปัจจุบันบริษัทมีโรงงานอยู่ 3 แห่งซึ่งมีการผลิตดังนี้

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

บริษัทมีนโยบายการสรรหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพและมาตรฐานตามหลักมาตรฐานสากล รวมทั้งมีราคาที่ดีที่สุดเมื่อเทียบกับผู้ผลิตหลายๆ ราย โดยเน้นการหาแหล่งวัตถุดิบใหม่ทั้งในและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถมีข้อมูลของวัตถุดิบต่างๆ และราคาที่หลากหลายเพื่อให้อ้างอิงและเปรียบเทียบในการสรรหาและจัดซื้อวัตถุดิบต่างๆ นอกจากนี้ บริษัทฯ พัฒนาปรับปรุงกระบวนการตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การรับประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์มีประสิทธิภาพสูงสุด

#### ■ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

A&W และ Miyabi มีการสั่งซื้อวัตถุดิบจากในประเทศ และต่างประเทศ วัตถุดิบหลัก เช่น เนื้อสัตว์ ไช้ แป้ง เคอร์รี่ฟรายส์ ซอส ไอศกรีม เป็นต้น โดยเน้นการสั่งซื้อตามประมาณการยอดขาย และโปรโมชั่น เพื่อให้มีปริมาณวัตถุดิบเพียงพอต่อความต้องการ นอกจากนี้ยังมีการประมาณการปริมาณวัตถุดิบล่วงหน้าเพื่อให้มั่นใจว่าจะมีวัตถุดิบเพียงพอต่อความต้องการ รวมทั้งสามารถซื้อวัตถุดิบได้ในราคาที่เหมาะสมเนื่องจากมีปริมาณการสั่งซื้อที่มากขึ้น

นอกจากนี้ยังได้ร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ร่วมกับพันธมิตรทางการค้าที่มีความเชี่ยวชาญในแต่ละด้าน เพื่อให้มีวัตถุดิบที่หลากหลาย รวมทั้งการลดต้นทุนในวัตถุดิบหลักเช่นเดียวกัน

สำหรับเครื่องมือในการทำอาหารและเครื่องดื่มนั้น ส่วนใหญ่จะมาจากการซื้อในประเทศ แต่มีอุปกรณ์ เครื่องมือบางชนิดต้องนำเข้าจากต่างประเทศตามความเฉพาะเจาะจงในการผลิต

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

มิสเตอร์ โจนส์ ได้มีการปรับปรุงการใช้วัตถุดิบมาใช้ผลิตภัณฑ์ในประเทศมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามก็จะมีวัตถุดิบบางชนิดยังมีความจำเป็นจะต้องใช้วัตถุดิบนำเข้า เช่น ช็อกโกแลต กลิ่นผสมอาหาร น้ำเชื่อม และผลไม้ต่างๆ ที่

ยังไม่สามารถผลิตหรือใช้วัตถุดิบภายในประเทศทดแทนได้ เพื่อคงเอกลักษณ์ในและคุณภาพสินค้าที่มีความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่นๆ โดยปริมาณการสั่งซื้อวัตถุดิบล่วงหน้า จากการคำนวณปริมาณความต้องการตามยอดขาย ปริมาณลูกค้าตามช่วงเวลา และตกลงกับลูกค้าในการจัดเตรียมวัตถุดิบ เพื่อป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบ วัตถุดิบที่สรรหาได้ภายในประเทศ จะมีทีมงานดำเนินการเปรียบเทียบราคา และส่งวัตถุดิบมาทำการทดสอบคุณภาพ ก่อนที่จะนำขึ้นบัญชีลูกค้าวัตถุดิบ เพื่อคงคุณภาพขนมที่ดีที่สุด ด้วยต้นทุนที่เหมาะสม

เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส ใช้วัตถุดิบภายในประเทศเป็นหลักในการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่าย โดยคำนวณจากคำสั่งซื้อล่วงหน้าของลูกค้า การจัดหาผู้ขายเพิ่มเติม เพื่อเปรียบเทียบราคาวัตถุดิบ คุณภาพ อัตราการสูญเสีย หากคุณภาพวัตถุดิบเท่าเทียม หรือใกล้เคียงกับวัตถุดิบเดิมด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่า ก็จะสั่งซื้อกับผู้ขายรายใหม่ๆ รวมไปถึงการจัดสรรปริมาณการนำเข้าวัตถุดิบให้เพียงพอต่อความต้องการใช้งานต่อวัน ตามช่วงเวลาเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บ อีกทั้งยังมีการจัดซื้อและจัดเก็บวัตถุดิบบางประเภทในช่วงราคาที่ต่ำ เพื่อนำมาผลิตและส่งมอบในช่วงวัตถุดิบประเภทนั้นๆ มีราคาที่สูงขึ้นตามช่วงฤดูกาล ก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง

#### ■ ธุรกิจสื่อโฆษณา

อุปกรณ์สื่อโฆษณานั้นแบ่งเป็น 2 จำพวกได้แก่แบบภาพนิ่ง (Static) และ แบบเคลื่อนไหว ในส่วนภาพนิ่งนั้นบริษัทได้สรรหาโดยการประมูลราคาการจัดหาการติดตั้งอุปกรณ์รวมถึงการดูแลรักษาต่างๆ

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

#### ■ ธุรกิจคอมมูนิตีมอลล์

ในส่วนของคอมมูนิตีมอลล์ การจัดซื้อจัดจ้างทั่วไป จะเน้นผู้ค้าที่อยู่ในละแวกใกล้เคียงกับคอมมูนิตีมอลล์เป็นหลักไว้ก่อน ส่วนการจัดซื้อจัดจ้างที่ต้องอาศัยประสบการณ์ หรือ ความชำนาญเป็นพิเศษ จะเป็นไปในวงกว้างโดยมีการเปรียบเทียบราคาอย่างน้อย 3 รายขึ้นไป

### 2.3.2 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิต

#### ■ ธุรกิจสินค้าบรรจุภัณฑ์

บริษัทคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม จึงคัดสรรวัสดุอุปกรณ์ในการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค อีกทั้งมีกระบวนการในการจำกัดเศษสารเคมีที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น หมึกพิมพ์ และสารละลายต่างๆ โดยการจ้างให้บริษัทผู้ได้รับอนุญาตอย่างถูกต้องตามกฎหมายนำไปรีไซเคิลหรือกำจัดอย่างถูกวิธี โดยตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัทได้มีนโยบายในทุกหน่วยงานประหยัดทรัพยากรธรรมชาติอย่างเคร่งครัด ทั้งในส่วนโรงงานที่เน้นย้ำเรื่องการควบคุมวัสดุสิ้นเปลืองหรือการรีไซเคิลวัสดุต่างๆ รวมถึงการควบคุมการใช้อุปกรณ์ภายในอาคารสำนักงานด้วย

#### ■ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

ในส่วนธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มนั้นผลกระทบหลักต่อสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การควบคุมของเสียจากการผลิตและการเก็บรักษา แต่เนื่องจากอาหารส่วนใหญ่จะเป็นอาหารที่ปรุงเมื่อมีการสั่งซื้อจากลูกค้าเท่านั้น เพราะเป็นข้อกำหนดในการให้บริการของร้านอาหาร ซึ่งหากมีการปรุงทิ้งไว้จะทำให้คุณภาพของอาหารลดลงได้ ดังนั้น จึงทำให้เกิดปัญหาในเรื่องอาหารเสียน้อยมาก และอยู่ในระดับที่ควบคุมได้ ส่วนการเก็บรักษามีระบบการนำมาใช้ตามหลัก First in First out (FIFO) รวมทั้งมีการประมาณปริมาณการสั่งซื้อและการใช้วัตถุดิบให้เหมาะสมกับยอดขายเพื่อควบคุมให้มีวัตถุดิบต่างๆ ในปริมาณที่เหมาะสมและป้องกันปัญหาวัตถุดิบคงค้างหมดอายุ

#### ■ ธุรกิจสื่อโฆษณา

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในธุรกิจสื่อโฆษณานั้นน้อยมาก ได้แก่ การเกิดขยะจากป้ายโฆษณาเก่าที่ได้มีการเปลี่ยนออกซึ่งใช้เวลาหมุนเวียนหลายเดือน และสื่อส่วนหนึ่งที่เป็นระบบดิจิทัลบนทีวีจึงไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

#### ■ ธุรกิจคอมมูนิตีมอลล์

ธุรกิจคอมมูนิตีมอลล์นั้น เป็นธุรกิจที่มีขยะจำนวนมาก และความสะอาดเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการ นอกเหนือจากความหลากหลายของร้านค้าภายในคอมมูนิตีมอลล์ บริษัทจึงให้ความสำคัญในการดูแลรักษาความสะอาด มีจุดรวมขยะสำหรับร้านค้าผู้เช่า ร่วมกันรณรงค์คัดแยกขยะเพื่อนำไปทำลายอย่างถูกวิธี สำหรับร้านอาหารที่มาเปิดทุกร้านจะต้องมีถังบำบัดน้ำเสียภายในร้านก่อนที่จะปล่อยไปสู่ระบบบำบัดน้ำของคอมมูนิตีมอลล์ และบริษัทได้ลงทุนทำระบบบำบัดน้ำเสียที่ได้มาตรฐานในการบำบัดน้ำเสียจากทุกส่วนของคอมมูนิตีมอลล์ก่อนที่จะปล่อยลงสู่สาธารณะเพื่อรักษาภาพสิ่งแวดล้อมของชุมชนให้เหมาะสม

### 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 จะบริหารความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบ โดยบริษัทฯ จะทำการสั่งซื้อราคาวัตถุดิบล่วงหน้าไว้เป็นบางส่วน และประมาณการราคาโดยติดตามข่าวสารเพื่อการจับเก็บสินค้าอย่างเหมาะสมเพื่อให้มีต้นทุนการผลิตที่ดีที่สุด

[2] ความเสี่ยงด้านผลิตภัณฑ์ เนื่องจากเป็นบรรจุภัณฑ์ที่สัมผัสกับอาหารและเครื่องดื่มที่ผู้บริโภครับประทานดังนั้นบริษัทจึงมีความเสี่ยงโดยตรงต่อสุขอนามัยของผู้บริโภคเพราะเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ถึงแม้จะไม่ได้เป็นผู้ผลิตวัตถุดิบที่รับประทานก็ตาม 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 เนื่องจากแนวโน้มของพฤติกรรมผู้บริโภคนั้นมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาประกอบกับสภาวะเศรษฐกิจมีการขยายตัวลดลง จึงทำให้การแข่งขันของตลาดของบรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทอ่อนตัว และขวดพลาสติกพีอีที รุนแรงและเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งจะมีผลกระทบต่อรายได้ของบริษัท

แนวทางการแก้ไข ถึงแม้บริษัทฯ จะยังคงมีคู่แข่งอยู่ในตลาดบรรจุภัณฑ์อยู่มาก แต่บริษัทฯ ก็ยังคงมีลูกค้าหลักหลายรายที่เป็นลูกค้าที่สั่งซื้อสินค้ากันอย่างต่อเนื่องมายาวนาน ซึ่งปัจจุบันบริษัทฯ ได้มีการปรับปรุงคุณภาพของการผลิตบรรจุภัณฑ์ให้สูงขึ้นรวมถึงการเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และกำลังการผลิตเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันที่สามารถรองรับผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ของลูกค้าเดิม และเพื่อเพิ่มโอกาสการเข้าสู่ตลาดบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ

#### ■ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

จากสภาพธุรกิจที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูงในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และมีคู่แข่งรายใหม่เกิดขึ้นตลอดเวลา โดยบริษัทได้มีการวางแผนทั้งทางด้านการกลยุทธ์ และด้านการตลาด รวมถึงการประเมินความเสี่ยงต่างๆ เพื่อแข่งขันกับผู้ประกอบการร้านอาหารรายอื่น สำหรับความเสี่ยงในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มมีอยู่ 3 ด้านหลักๆ คือ

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

#### แนวทางการแก้ไข

- เน้นการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจและกลยุทธ์ (Business Partner and Strategic Partner)
  - งบประมาณลงทุนในการเปิดสาขาใหม่ เน้นการเจรจากับผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์และเจรจาโดยใช้ปริมาณจำนวนสาขาที่คาดว่าจะเปิดทั้งปี เพื่อซื้อวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ในปริมาณที่มากขึ้น ให้ได้ราคาต่อหน่วยที่ลดลง เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการลงทุนสร้างร้านใหม่
  - นอกจากนี้ยังได้ทำการศึกษาแนวทางการปรับลดพื้นที่ร้าน ให้มีขนาดที่เล็กลงและมีการใช้พื้นที่ให้เกิดประโยชน์มากที่สุดเพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางการควบคุมงบประมาณการลงทุน
  - ทำเลการเปิดสาขา เนื่องจากค่าเช่าพื้นที่ในศูนย์การค้าค่อนข้างสูง บริษัทฯ ได้มุ่งเน้นพื้นที่ในสถานบริการน้ำมันสำหรับร้านอาหาร A&W ซึ่งมีค่าเช่าที่ต่ำกว่าและสอดคล้องกับแนวโน้มของตลาด QSR โดยเน้นการเจรจากับกลยุทธ์และความร่วมมือในทุกด้านในรูปแบบของพันธมิตรกับผู้ประกอบการสถานบริการน้ำมัน เช่นความร่วมมือทางด้านการตลาด เพื่อสร้างการรับรู้จุดจำแบรนด์ร่วมกัน และมุ่งเน้นการสำรวจพื้นที่ที่สามารถเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายมากที่สุดเพื่อยอดขายที่มั่นคงและลดความเสี่ยงจากการลงทุนเปิดสาขาใหม่

- [2] ด้านวัตถุดิบ ปัจจุบันแนวโน้มของราคาวัตถุดิบทั้งในประเทศ และต่างประเทศมีแนวโน้มสูงขึ้น เนื่องจากทรัพยากรมีอยู่อย่างจำกัด ในขณะที่ความต้องการในตลาดโลกเพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้เนื่องจากจำนวนผู้ประกอบการร้านอาหารเพิ่มสูงขึ้น ทำให้การจัดหาวัตถุดิบต่างๆ มีการแข่งขันกันเพิ่มมากขึ้น

#### แนวทางการแก้ไข

- การทำประมาณการการสั่งซื้อล่วงหน้าเพื่อให้ปริมาณการสั่งซื้อที่สูงขึ้น ซึ่งจะก่อให้เกิดอำนาจการต่อรองที่สูงขึ้น โดยบริษัทฯ จะมีการทำแผนการใช้วัตถุดิบทั้งปี เพื่อประมาณการใช้วัตถุดิบแต่ละประเภท และจัดทำคำสั่งซื้อเป็นรอบการสั่งที่มีปริมาณสูง เพื่อทำให้มีอำนาจในการเจรจาต่อรองมากขึ้น
- เน้นการจัดซื้ออย่างเป็นระบบ โดยเป็นการทำตามสัญญาการซื้อขยาล่วงหน้า ในจำนวนและราคาที่ตกลงกัน เพื่อเป็นหลักประกันทั้งสองฝ่าย เพื่อให้ได้ราคาสินค้าที่ถูกกลง และสามารถวางแผนในการกำหนดราคาขายได้ตลอดทั้งปี
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับพันธมิตรทางการค้า เพื่อออกผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนผลิตภัณฑ์เดิมได้ ในราคาที่ถูกลง

- [3] ด้านบุคลากร จากการแข่งขันในธุรกิจอาหารในปัจจุบัน ส่งผลให้เกิดการแข่งขันในเชิงของบุคลากรเช่นกัน โดยคู่แข่งหลายรายได้ทำการปรับขึ้นค่าแรง และสวัสดิการเพื่อจูงใจพนักงานเข้าทำงานมากขึ้น ส่งผลต่อการขาดบุคลากรในระดับปฏิบัติการและระดับบริหารสาขา

#### แนวทางการแก้ไข

- ปรับอัตราค่าแรงพื้นฐาน และสวัสดิการให้อยู่ในระดับที่แข่งขันได้ โดยบริษัทฯ ได้มีการจัดโครงสร้างค่าแรง และสวัสดิการใหม่ เพื่อให้เกิดการจูงใจในการสมัครงาน และสามารถแข่งขันในตลาดแรงงานได้

- การเข้าร่วมโครงการกับทางสถาบันการศึกษา บริษัทได้เข้าร่วมโครงการกับทางโรงเรียน วิทยาลัย และมหาวิทยาลัยต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการเป็นสถานที่ฝึกอบรม เพื่อเก็บชั่วโมงฝึกงานของนักเรียน นักศึกษา รวมถึงการให้ความรู้ในธุรกิจอาหารกับสถาบันการศึกษาต่างๆ เพื่อจูงใจให้เกิดการสมัครงานเข้าร่วมกับบริษัทมากขึ้น
- การส่งเสริมกิจกรรมภายในองค์กร เพื่อให้พนักงานรู้สึกรักองค์กร และสร้างความภักดีกับองค์กร ตลอดจนการสร้างแนวทางการเจริญเติบโตของพนักงานให้มีการพัฒนาที่สูงขึ้น อยู่กับองค์กรให้นานที่สุด
- โครงการผู้จัดการฝึกหัด (Management trainee) เพื่อสร้างผู้บริหารสาขาใหม่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้เกิดผู้บริหารสาขาที่มีการเติบโตจากระดับปฏิบัติการของบริษัท และมีความรักในองค์กร ซึ่งจะช่วยพัฒนา และสร้างบุคลากรรุ่นใหม่เพิ่มขึ้นมาเรื่อยๆ

#### ■ ธุรกิจสื่อโฆษณา

เนื่องจากแนวโน้มธุรกิจสื่อในปัจจุบันเป็นขาลง การสื่อสารมีช่องทางต่างๆ มากขึ้น เมื่อเทียบกับสมัยก่อน ผู้บริโภคจึงมีการเสพสื่อผ่านช่องทางต่างๆ ที่หลากหลาย ทำให้การทำธุรกิจสื่อโฆษณาในร้านจิปาถะ ไม่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคจึงทำให้มีลูกค้าซื้อสื่อในปริมาณน้อยมาก

#### ■ ธุรกิจคอมมูนิตีมอลล์

ปัจจัยความเสี่ยงของธุรกิจคอมมูนิตีมอลล์ มีดังนี้

- (1) ความเสี่ยงจากราคาที่ดิน เนื่องจากที่ดินเป็นปัจจัยหลักของธุรกิจบริหารศูนย์การค้า การได้ราคาที่ดินที่เหมาะสมและมีความเป็นไปได้ทางธุรกิจไม่ใช่เรื่องง่าย สำหรับคอมมูนิตีมอลล์ของบริษัทไม่มีปัญหาดังกล่าวเพราะได้เช่าที่ดินจากสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ในราคาที่เหมาะสมเป็นระยะเวลา 25 ปี
- (2) ความเสี่ยงจากการพึ่งพาผู้เช่าหลัก ธุรกิจคอมมูนิตีมอลล์ ผู้เช่าหลัก จะเป็นสิ่งดึงดูดผู้เช่าร่วมให้เข้ามาเช่าพื้นที่ได้ หากผู้เช่าหลักมีความจำเป็น หรือ มีนโยบายที่ต้องเลิกกิจการไป จะส่งผลกระทบต่อภาพรวมของโครงการ คอมมูนิตีมอลล์ของบริษัท ผู้เช่าหลักเป็น Foodland Supermarket ซึ่งเป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่ดีของบริษัทมาอย่างยาวนาน จึงไม่มีปัญหาในการยกเลิกกิจการ
- (3) ความเสี่ยงในการจัดหาผู้เช่าพื้นที่ให้เต็มโครงการ ธุรกิจคอมมูนิตีมอลล์ที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่ไม่สามารถหาผู้เช่าได้เต็มโครงการ ทำให้มีผลกระทบกับรายได้ตามแผนธุรกิจ ซึ่งคอมมูนิตีมอลล์ของบริษัทได้ป้องกันปัญหานี้โดยการทำสัญญาระยะยาวกับผู้เช่า และมีร้านค้าพันธมิตร ร้านอาหารที่เป็นแบรนด์ของตัวเองสามารถมาเช่าพื้นที่ที่เหลือได้
- (4) ความเสี่ยงจากความล่าช้าในการชำระค่าเช่าค่าบริการ รายได้หลักของธุรกิจคอมมูนิตีมอลล์มาจากค่าเช่าค่าบริการ หากผู้เช่าส่วนใหญ่ไม่สามารถชำระค่าเช่าค่าบริการได้ตามกำหนดเวลาจะมีผลกระทบต่อการดำเนินงานได้ ธุรกิจคอมมูนิตีมอลล์ของบริษัทลดความเสี่ยงโดยการเก็บเงินประกันการเช่าไว้จำนวน 4 เดือน และมีการติดตามดูแลการชำระค่าเช่าค่าบริการอย่างใกล้ชิด

#### 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

##### 4.1 ทรัพย์สินถาวรหลัก

บริษัท นิปปอน แพ็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

มีสินทรัพย์ถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 มีมูลค่า ดังนี้

ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน และอาคาร	เจ้าของ	117.46	จำนองเป็นหลักประกันกับ ธนาคารแห่งหนึ่ง
2. เครื่องจักรและอุปกรณ์	เจ้าของ	244.78	- ไม่มี -
3. เครื่องใช้สำนักงานและยานพาหนะ	เจ้าของ	10.16	- ไม่มี -
4. อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	เจ้าของ	5.32	- ไม่มี -
รวม		377.73	

บริษัท ไทยเฟลคซีเบิลแพค จำกัด มีสินทรัพย์ถาวรที่สำคัญประกอบด้วย

ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน และ อาคาร	เจ้าของ	4.27	จำนองเป็นหลักประกันกับ ธนาคารแห่งหนึ่ง
2. เครื่องใช้สำนักงานและยานพาหนะ	เจ้าของ	1.90	- ไม่มี -
รวม		6.17	

บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด มีสินทรัพย์ถาวร และสินทรัพย์ไม่มีตัวตนสำคัญประกอบด้วย

ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ส่วนปรับปรุงอาคารเช่า	เจ้าของ	59.24	- ไม่มี -
2. เครื่องใช้สำนักงาน	เจ้าของ	15.74	- ไม่มี -
3. สิทธิการบริหารแฟรนไชส์	เจ้าของ	30.94	อายุสัญญา 20 ปี
รวม		105.92	



บริษัท ฟรอมแพค จำกัด มีสินทรัพย์ถาวรที่สำคัญประกอบด้วย

ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน และอาคาร	เจ้าของ	7.79	จำนองเป็นหลักประกันกับ ธนาคารแห่งหนึ่ง
2. เครื่องจักรและอุปกรณ์	เจ้าของ	16.18	- ไม่มี -
3. เครื่องใช้สำนักงานและยานพาหนะ	เจ้าของ	0.88	- ไม่มี -
รวม		24.84	

บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท นิปปอน ฟู้ด โปรดักส์ จำกัด) มีสินทรัพย์ถาวรที่สำคัญประกอบด้วย

ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. อาคาร และส่วนปรับปรุงอาคาร	เจ้าของ	5.02	จำนองเป็นหลักประกันกับ ธนาคารแห่งหนึ่ง
2. เครื่องจักรและอุปกรณ์	เจ้าของ	26.92	เช่าซื้อกับสถาบันการเงินแห่ง หนึ่ง
3. เครื่องใช้สำนักงานและยานพาหนะ	เจ้าของ	0.33	- ไม่มี -
รวม		32.27	

บริษัท เดอะ ปริ๊โอ มอลล์ จำกัด มีสินทรัพย์ถาวรที่สำคัญประกอบด้วย

ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. สิทธิการเช่า และอาคาร	เจ้าของ	189.54	จำนองเป็นหลักประกันกับ ธนาคารแห่งหนึ่ง
2. เครื่องใช้สำนักงานและยานพาหนะ	เจ้าของ	1.87	- ไม่มี -
รวม		191.41	

#### 4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทฯ มีนโยบายการลงทุนและประกอบธุรกิจต่างๆ ที่มีความต่อเนื่องและเป็นการสนับสนุนธุรกิจหลัก

#### 4.3 นโยบายการบริหารงานในบริษัทย่อย และบริษัทร่วม

บริษัทฯ จะส่งกรรมการหรือผู้บริหารของบริษัท เพื่อเป็นตัวแทนของบริษัทไปเป็นกรรมการในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมของบริษัทอย่างน้อยตามสัดส่วนการถือหุ้น เพื่อเป็นตัวแทนในการกำหนด นโยบายและดำเนินธุรกิจในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ให้มีความสอดคล้องกับนโยบายหลักของบริษัท

### 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

##### 1. บรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทอ่อนตัว (Flexible Packaging)

เพื่อใช้สำหรับบรรจุสินค้าบริโภคประเภทต่างๆ ซึ่งกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทฯ ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร กลุ่มยา และกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค

##### 2. ขวดพีอีที (PET : Polyethylene Terephthalate Bottle)

เพื่อใช้สำหรับบรรจุเครื่องดื่มต่างๆ ซึ่งกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทฯ ได้แก่ กลุ่มน้ำดื่ม และ น้ำผลไม้

##### 3. บรรจุภัณฑ์พลาสติกขึ้นรูปด้วยระบบ Vacuum Forming

เพื่อใช้สำหรับบรรจุสินค้าบริโภคประเภทต่างๆ ซึ่งกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทฯ ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร และกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค

เลขทะเบียนบริษัทฯ

0107536001095

ราคาพาร์

1.00 บาท

ทุนจดทะเบียน

1,656,484,904 บาท

ทุนชำระแล้ว( ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558)

1,240,863,512 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 1,240,863,512 หุ้น

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่

เลขที่ 283/99 อาคารโฮมเพลสออฟฟิศ บิลดิ้ง 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.co.th](mailto:ir@nipponpack.co.th)

## 6.2 ข้อมูลทั่วไปนิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไปของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด

## 1. บริษัท ไทยเฟลคซิเบิลแพค จำกัด

ประเภทธุรกิจ : จำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อน

เลขทะเบียนบริษัท : 0105522010397

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 223 ถนนบางขุนเทียน-ชายทะเล แขวงบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร

สัดส่วนการถือหุ้น : ร้อยละ 56.69 (ร้อยละ 42.3 ถือโดย บริษัท พัฒนาวรรณ โฮลดิ้ง จำกัด และ ร้อยละ 1.01 ถือโดยบุคคลธรรมดาซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับ NPP)

ทุนจดทะเบียน : 160 ล้านบาท

จำนวนหุ้น : 160,000 หุ้น

มูลค่าหุ้นที่ตราไว้ : หุ้นละ 1,000 บาท

## 2. บริษัท นิปปอน แพ็ค เทรดิง จำกัด

ประเภทธุรกิจ : ดำเนินธุรกิจติดตั้งสื่อโฆษณา ในสถานบริการปั้มน้ำมัน ปตท.ภายในร้านค้าปลีก จีพี

เลขทะเบียนบริษัท : 0105555103700

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ : 283/99 อาคารโสมเพลส ออฟฟิศ บิลดิ้ง 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 บิล딩 ชั้นที่ 20 ซอยสุขุมวิท 55 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร
สัดส่วนการถือหุ้น	: ร้อยละ 100
ทุนจดทะเบียน	: 250 ล้านบาท
จำนวนหุ้น	: 25,000,000 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 เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด (ชื่อเดิมบริษัท นิปปอน ฟู้ด โปรดักส์ จำกัด)**

ประเภทธุรกิจ	: ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปแช่แข็งและผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทาน
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105542094316
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: เลขที่ 69/5 หมู่ 5 ตำบลบางขันแตก 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 บิล딩 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 บรีโอ มอลล์ จำกัด**

ประเภทธุรกิจ	: เจ้าของและผู้บริหารศูนย์การค้า ชื่อ The Brio Mall
เลขทะเบียนบริษัท	: 0135551002178
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 199 หมู่ที่ 6 ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม
สัดส่วนการถือหุ้น	: ร้อยละ 56.69
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 อาคารเคปิตอลทาวเวอร์ ออลซีซั่นสเพลส ถนนวิทยุ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330 โทรศัพท์ 0-2205-8222 โทรสาร 0-2654-3339
-------------	--