

ส่วนที่ 1 นโยบายและการประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท เอ็นพีพีจี (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (“NPPG”) (เดิมชื่อ “บริษัท นิปปอน แพ็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)”) ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 17 กันยายน 2530 และต่อมาบริษัทได้รับอนุญาตให้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนพร้อมกับเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2536 โดยมีธุรกิจหลักคือ ผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทต่างๆ เช่น พลาสติกชนิดอ่อนตัว (Flexible Packaging), ขวดพีอีที (PET : Polyethylene Terephthalate Bottle) และบรรจุภัณฑ์พลาสติกขึ้นรูปด้วยระบบ Vacuum เช่น ถาดบรรจุอาหาร (บริษัท พร้อมแพค จำกัด) (“PP”) เพื่อใช้สำหรับบรรจุสินค้าอุปโภคและบริโภคประเภทต่างๆ โดยเฉพาะในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร

นอกจากนี้ยังได้ลงทุนและประกอบธุรกิจต่างๆ ที่มีความต่อเนื่องและเป็นการสนับสนุนธุรกิจหลัก เช่น ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม (บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด และ บริษัท มิสเตอร์ โจนส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด) (“NPPF” และ “MJO”) ธุรกิจอาหารแปรรูปแช่แข็งและอาหารกึ่งสำเร็จรูปพร้อมทาน (บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด) (“NPPFS”) ธุรกิจให้เช่าพื้นที่สื่อโฆษณาในสถานีบริการน้ำมัน (บริษัท นิปปอน แพ็ค เทรดิง จำกัด) (“NPT”) และธุรกิจให้เช่าพื้นที่ในศูนย์การค้า ซึ่งเป็นศูนย์การค้าประเภท Community Mall บนเนื้อที่กว่า 19 ไร่ ริมถนนบรมราชชนนี (บริษัท เดอะ บริโอ มอลล์ จำกัด) (“BRIO”)

1.1 นโยบายในการดำเนินงานของบริษัท

วิสัยทัศน์ของบริษัท คือ ก้าวสู่การเป็นผู้นำแห่งอุตสาหกรรมทางด้านบรรจุภัณฑ์ โดยมุ่งเน้นการสร้างสรรค์และพัฒนา ความเป็นเลิศทางด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย และแนวทางการก้าวไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง เพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และองค์กรสืบไป

เพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำแห่งอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ บริษัทได้กำหนด “พันธกิจ” 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 2561

- บริษัทได้มีการประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2561 เมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2561 ผู้ถือหุ้นมีมติอนุมัติให้บริษัทเปลี่ยนแปลงชื่อและตราประทับของบริษัทจากเดิมชื่อ “บริษัท นิปปอน แพ็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)” เปลี่ยนเป็น “บริษัท เอ็นพีพีจี (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)” (“NPPG”) โดยบริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงชื่อและตราประทับของบริษัทกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเรียบร้อยแล้วเมื่อวันที่ 29 มีนาคม 2561

ในการประชุมครั้งเดียวกันนั้น ผู้ถือหุ้นมีมติอนุมัติ การเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัท จำนวน 400,000,000 บาท จากทุนจดทะเบียนเดิมจำนวน 1,656,484,904 บาท เป็นทุนจดทะเบียนจำนวน 2,056,484,904 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 400,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท โดยจัดสรรหุ้นเพิ่มทุนเพื่อเสนอขายแบบเฉพาะเจาะจงแก่บุคคลในวงจำกัด (Private Placement) ให้แก่ Asia Alpha Equity Fund 1 ซึ่งเป็นกองทุนย่อยของ Asia Alpha Equity Master Fund ที่จดทะเบียนในประเทศสิงคโปร์ โดยมี Banjaran Asset Management Pte. Ltd. เป็นผู้จัดการกองทุน ทั้งนี้ กองทุนดังกล่าวไม่เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกันของบริษัท ในราคาเสนอขายหุ้นละ 0.70 บาท รวมทั้งสิ้นจำนวน 280,000,000 บาท โดยบริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนเพิ่มทุนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเรียบร้อยแล้วเมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2561

- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 4/2561 เมื่อวันที่ 26 เมษายน 2561 ได้มีมติอนุมัติในหลักการให้เข้าร่วมลงทุนกับบริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) (TACC) จัดตั้งบริษัทร่วมทุนชื่อ “บริษัท สยาม เกตเวย์ จำกัด” มีโครงสร้างการถือหุ้นแบ่งเป็น TACC ถือหุ้นคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51 ของทุนจดทะเบียนของบริษัทร่วมทุน และ NPPG ถือหุ้นคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 49 ของทุนจดทะเบียนของบริษัทร่วมทุน โดยมีวัตถุประสงค์ในการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จในจุดเดียว (One Stop Service) ซึ่งรวมถึงการบรรจุผลิตภัณฑ์และจัดจำหน่ายผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อส่งออกต่างประเทศทั้งในรูปแบบ Online, Offline, B2B, B2C และสถานที่ขายสินค้าปลอดภาษี (Duty Free) ต่างๆ ในภูมิภาคใกล้เคียง โดยมีทุนจดทะเบียนเริ่มแรกจำนวน 50,000,000 บาท
- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 7/2562 เมื่อวันที่ 16 กรกฎาคม 2561 ได้มีมติอนุมัติในหลักการให้ NPPG เข้าร่วมลงทุนกับบริษัทย่อยในเครือ Kinghill Overseas Holdings Limited ซึ่งเป็นนิติบุคคลที่จดทะเบียนจัดตั้งที่เขตบริหารพิเศษฮ่องกงแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยการจัดตั้งบริษัทร่วมทุนนั้น คาดว่าจะมีทุนจดทะเบียนเริ่มแรกจำนวน 1,000,000 หยวน หรือประมาณเท่ากับ 5,034,800 บาท (ใช้อัตราแลกเปลี่ยน 1 หยวนเท่ากับ 5.0348 บาท) เพื่อประกอบธุรกิจแฟรนไชส์ (Franchise) ร้านอาหารในสาธารณรัฐประชาชนจีน รวมถึงการให้สิทธิในการใช้แฟรนไชส์ (Franchise) ร้านอาหาร อย่างไรก็ตามขณะนี้ยังอยู่ระหว่างการเจรจากับบริษัทในเครือ Kinghill Overseas Holdings Limited
- บริษัทได้มีการประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 2/2561 เมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม 2561 ผู้ถือหุ้นได้มีมติอนุมัติให้บริษัทเปลี่ยนแปลงชื่อย่อหลักทรัพย์ของบริษัทจากเดิมใช้ชื่อย่อ “NPP” เปลี่ยนเป็น “NPPG” เพื่อให้สอดคล้องกับชื่อบริษัท

โดยได้ดำเนินการขอเปลี่ยนแปลงชื่อย่อหลักทรัพย์ต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยแล้วเสร็จและมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม 2561 ที่ผ่านมา

- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 8/2561 ได้มีมติอนุมัติให้บริษัทเข้าทำสัญญาซื้อสิทธิการบริหารแฟรนไชส์หลัก ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ดีน แอนด์ เดลูก้า (Dean & DeLuca Cafés) ในประเทศไทยแต่เพียงผู้เดียว (“สิทธิการบริหารแฟรนไชส์หลักแต่เพียงผู้เดียว”) (“Exclusive Right of Master Franchise”) กับ บริษัท ดีน แอนด์ เดลูก้า เอเชีย (ประเทศไทย) จำกัด ทั้งนี้ สัญญาแฟรนไชส์ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ดีน แอนด์ เดลูก้า จะมีผลบังคับใช้เมื่อบริษัท ดีน แอนด์ เดลูก้า เอเชีย (ประเทศไทย) จำกัด ได้รับความยินยอมจากธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) และเป็นไปตามข้อกำหนดและเงื่อนไขของสัญญาดังกล่าว ซึ่งปัจจุบันยังมิได้มีการให้ความยินยอมจากธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) แต่อย่างใด
- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 10/2561 ได้มีมติอนุมัติให้บริษัทเข้าทำสัญญาซื้อขายสินทรัพย์กิจการแฟรนไชส์ร้านอาหารคิทเชน พลัส กับ บริษัท คิทเชน พลัส 999 จำกัด ซึ่งในการเข้าทำสัญญาซื้อขายทรัพย์สินดังกล่าว บริษัทจะได้สิทธิในการเป็นเจ้าของกิจการร้านอาหาร คิทเชน พลัส และ บ้านครัวไทย สิทธิและหน้าที่ตามสัญญาแฟรนไชส์กิจการร้านอาหาร คิทเชน พลัส และ บ้านครัวไทย ในฐานะเจ้าของสิทธิแฟรนไชส์ที่ทำกับผู้ที่ได้รับสิทธิแฟรนไชส์ รวมถึงสินทรัพย์ สิทธิและหน้าที่อื่นๆ ตามสัญญาที่เกี่ยวข้อง โดยได้รวมลงนามในสัญญาซื้อขายทรัพย์สินเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ในวันที่ 11 ตุลาคม 2561
- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 14/2561 ได้มีมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ดังนี้
 1. อนุมัติให้ บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด ขายทรัพย์สินของร้านอาหาร Kitchen Plus และสิทธิในการบริหารแฟรนไชส์ร้านอาหาร Kitchen Plus ให้กับ บริษัท มิสเตอร์โจนส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นร้อยละ 99.99 ของหุ้นที่ออกจำหน่ายแล้วทั้งหมด) เพื่อความคล่องตัวในการบริหารจัดการกิจการร้านอาหาร Kitchen Plus
 2. อนุมัติให้เปลี่ยนชื่อบริษัท มิสเตอร์โจนส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (บริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นร้อยละ 99.99 ของหุ้นที่ออกจำหน่ายแล้วทั้งหมด) เป็น “บริษัท คิทเชน พลัส แฟรนไชส์ จำกัด”
 3. อนุมัติในหลักการให้ บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด (ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นร้อยละ 99.99)หยุดการดำเนินงานร้านอาหารแบรนด์ Miyabi ที่มีอยู่ทั้งหมด 3 สาขา ได้แก่ สาขาห้างสรรพสินค้า Seacon Square, สาขาห้างสรรพสินค้า The Mall งามวงศ์วาน, สาขาห้างสรรพสินค้า Terminal21 Korat ซึ่งทั้ง 3 สาขา เดิมมีการให้สิทธิการใช้แฟรนไชส์กับบุคคลอื่น ซึ่งต่อมาบริษัทได้มีการเรียกคืนสิทธิการใช้แฟรนไชส์ตั้งแต่ 1 มิถุนายน 2561 และครบระยะเวลาตามสัญญาวันที่ 31 สิงหาคม 2561 (ทั้งนี้โปรดอ่านเอกสารเพิ่มเติม ที่ NPP.024/2561 ซึ่งแจ้งข้อมูลในงบการเงิน ประจำปี 2560 ตามที่ตลาดฯ สอบถาม) โดยคณะกรรมการบริษัท พิจารณาแล้วมีความเห็นว่า ธุรกิจ

ร้านอาหารแบรนด์ Miyabi ในปัจจุบันเป็นธุรกิจที่ไม่ทำกำไรและตลอดทั้งปีที่ผ่านมามีผลประกอบการขาดทุนมาโดยตลอดและไม่มีศักยภาพในการเติบโต

4. อนุมัติในหลักการให้ บริษัท มิสเตอร์โจนส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นร้อยละ 99.99) หยุดการดำเนินงานร้านขนมหวานแบรนด์มิสเตอร์โจนส์ออร์แกนิก ซึ่งในปัจจุบันอยู่ระหว่างการจัดทำแผนธุรกิจหลังจากที่ได้ปิดสาขาทั้งหมด 3 สาขาในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2561 ที่ผ่านมา โดยคณะกรรมการบริษัทพิจารณาแล้วมีความเห็นว่า ธุรกิจร้านขนมหวานมิสเตอร์โจนส์ออร์แกนิก เป็นธุรกิจที่ไม่สามารถสร้างกำไรและผลการดำเนินงานที่ผ่านมาไม่มีผลขาดทุนมาโดยตลอด และไม่มีศักยภาพในการเติบโต

- ในการประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 3/2561 เมื่อวันที่ 24 ธันวาคม 2561 ผู้ถือหุ้นมีมติอนุมัติให้บริษัททำการออกและเสนอขายใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะซื้อหุ้นสามัญของบริษัท รุ่นที่ 4 (NPPG – W4) จำนวนไม่เกิน 759,613,966 หน่วยให้แก่ผู้ถือหุ้นตามสัดส่วนการถือหุ้น โดยไม่คิดมูลค่า ในอัตราส่วน 2.5 หุ้นสามัญเดิม ต่อ 1 หน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ โดยเศษของใบสำคัญแสดงสิทธิให้ปัดทิ้ง ใบสำคัญแสดงสิทธิรุ่นที่ 4 มีกำหนดอายุ 3 ปี นับจากวันที่ออกใบสำคัญแสดงสิทธิ ในราคาใช้สิทธิ 0.50 บาท ต่อหน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ และอนุมัติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนจำนวน 759,613,966 บาท จากทุนจดทะเบียนเดิมจำนวน 1,899,034,915 บาท เป็นทุนจดทะเบียนใหม่จำนวน 2,658,648,881 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนใหม่อีกจำนวน 759,613,966 หุ้น มูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เพื่อรองรับการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิ ในราคาใช้สิทธิ 0.50 บาท ต่อหน่วยใบสำคัญแสดงสิทธิ โดยบริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนเพิ่มทุนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเรียบร้อยแล้วเมื่อวันที่ 8 มกราคม 2562

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) ตามสัดส่วนการถือหุ้น ในอัตราส่วน 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 บริษัทได้รับชำระค่าหุ้นเพิ่มทุนจากการจัดสรรให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมดังกล่าวแล้วทั้งจำนวน โดยค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มทุนดังกล่าวจำนวน 0.93 ล้านบาท ได้แสดงหักจากส่วนเกินมูลค่าหุ้น ทั้งนี้บริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนเพิ่มทุนและลดทุนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเรียบร้อยแล้วเมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2560
- ในวันที่ 21 มีนาคม 2560 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด ได้มีมติอนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 250,000,000 หุ้นมูลค่าหุ้นละ 10 บาท โดยบริษัทชำระค่าหุ้นสามัญ เป็นจำนวนเงิน 150 ล้านบาท

- ในวันที่ 24 มีนาคม 2560 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัท ไทยเฟลคชิเบิ้ลแพค จำกัด ได้มีมติอนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 160,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1,000 บาท โดยบริษัทชำระค่าหุ้นสามัญ เป็นจำนวนเงิน 57.70 ล้านบาท ผลดังกล่าวทำให้สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทเพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 55.00 เป็นร้อยละ 56.69 บริษัทได้บันทึกมูลค่าที่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 2.39 ล้านบาทไว้ภายใต้รายการ “ส่วนเกินทุนจากการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนเงินลงทุนในบริษัทย่อย” ในส่วนของผู้ถือหุ้น
- ในระหว่างปี 2560 บริษัทย่อยแห่งหนึ่งได้ให้สิทธิการใช้แฟรนไชส์ธุรกิจภายใต้เครื่องหมายการค้า “มียาบี” กับบุคคลภายนอก เพื่อไปบริหารจัดการร้านอาหาร 3 แห่ง

ปี 2559

ปี 2559 บริษัทได้ลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกัน ซึ่งช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับกลุ่มธุรกิจของบริษัทและเพิ่มยอดขายเพื่อให้บริษัทสามารถกระจายค่าใช้จ่ายส่วนกลางได้ ตามนโยบายการขยายธุรกิจและแผนกลยุทธ์ที่วางไว้ ดังนี้

- บริษัทได้มีมติอนุมัติให้บริษัทย่อย ชื่อ บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด ดำเนินการเข้าซื้อทรัพย์สินและสิทธิในการบริหารสาขาทั้ง 5 สาขา ของ บริษัท มียาบี กริลล์ จำกัด ในเดือนมีนาคม 2559 (ตามสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทย่อย คือ 55% และได้เพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นเป็น 100% ใน เดือนกรกฎาคม 2559)
- บริษัทได้มีมติอนุมัติให้บริษัทย่อย ชื่อ บริษัท ไทยเฟลคชิเบิ้ลแพค จำกัด เข้าซื้อบริษัท เดอะ บริโอ มอลล์ จำกัด โดยบริษัทย่อยเป็นผู้ถือหุ้น 100% ในบริษัท เดอะ บริโอ มอลล์ จำกัด ซึ่งเป็นเจ้าของและผู้บริหารศูนย์การค้าชุมชน (Community Mall) ชื่อ The Brio Mall ซึ่งตั้งอยู่ริมถนนบรมราชชนนีระหว่างแยกไปพุทธมณฑลสาย 4 กับมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา รวมทั้ง บริษัท บริโอ เรสเตอรองท์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ที่บริษัท เดอะ บริโอ มอลล์ จำกัด ถือหุ้นอยู่ 100% ด้วยเงินลงทุนจำนวน 75 ล้านบาท (ตามสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทย่อย คือ 55%)
- บริษัทได้มีมติอนุมัติให้ซื้อหุ้นทั้งหมดของ 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 ถือหุ้นอยู่ร้อยละ 55 และ TLUXE ถือหุ้นอยู่ร้อยละ 45 โดยใน NPP ได้เข้าซื้อหุ้นที่เหลือจำนวน 45% รวมเป็นเงินลงทุนอีก จำนวน 45 ล้านบาท

- บริษัทได้มีมติอนุมัติการเข้าซื้อหุ้น 100% ของบริษัท มิสเตอร์โจนส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (MJO) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ฟู้ด แคปิตอล จำกัด (มหาชน) (FC) (ชื่อเดิมคือ “บริษัท เอฟโวลูชั่น แคปิตอล จำกัด (มหาชน)”) ซึ่งบริหารสาขาทั้ง 6 สาขา ของ แบรินด์มิสเตอร์โจนส์ออร์แกนิก โดยเข้าซื้อหุ้นของ MJO ทั้งหมดด้วยราคาขายที่ตกลงกันเป็นเงินรวม 27 ล้านบาท และรับโอนเครื่องหมายการค้าของ MJO ในราคา 40,000 USD. (คิดเป็นเงินบาทโดยประมาณ 1.5 ล้านบาท)
- บริษัทได้ขายที่ดินที่ จ.ฉะเชิงเทรา ซึ่งได้ซื้อไว้ตั้งแต่ปี 2555 และยังไม่ได้ใช้ประโยชน์ จำนวน 235-2-85 ไร่ ในราคา 47 ล้านบาท

ปี 2558

ในปี 2558 นั้นบริษัทได้รับเงินจากการเพิ่มทุนจากผู้ถือหุ้น ซึ่งบริษัทได้ลงทุนในธุรกิจต่อเนื่องเพื่อเพิ่มศักยภาพของบริษัท โดยเงินลงทุนทั้งหมดนั้นมาจากเงินเพิ่มทุน ดังนี้

- บริษัทได้เข้าร่วมลงทุนในผู้ผลิตจำหน่ายอาหารแปรรูปต่างๆ บริษัท ไทยลักซ์ ฟู้ด โปรดักส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ไทยลักซ์ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) โดยการซื้อหุ้นบริษัท ไทยลักซ์ ฟู้ด โปรดักส์ จำกัด จำนวน 4,500,000 หุ้น หรือร้อยละ 45 ของหุ้นทั้งหมดของบริษัทด้วยจำนวนเงิน 22.5 ล้านบาทและเพิ่มทุนอีกจำนวน 45 ล้านบาท ทั้งนี้ จุดประสงค์การลงทุนเพื่อเพิ่มสายการผลิตในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกัน และจะทำให้บริษัทมีความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจในอนาคตได้มากยิ่งขึ้น โดยบริษัท ไทยลักซ์ ฟู้ด โปรดักส์ จำกัด นั้นผลิตอาหารแปรรูปส่งโรงงานอาหาร รวมถึงรับจ้างผลิตอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานซึ่งมีบรรจุภัณฑ์ในแบบที่บริษัท นิปปอน แพ็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สามารถผลิตได้
- จัดตั้งบริษัทย่อย ชื่อ บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด ด้วยวัตถุประสงค์การลงทุนในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งถือเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลักของบริษัท โดยบริษัทได้หาผู้ร่วมทุนได้แก่ บริษัท ไทยลักซ์ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) ที่มีความเชี่ยวชาญในธุรกิจอาหารเพื่อเพิ่มความสามารถในการบริหารธุรกิจใหม่ๆ ของบริษัท โดยบริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด มีทุนจดทะเบียน 100 ล้านบาท มีสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท นิปปอน แพ็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 55 และ บริษัท ไทยลักซ์ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 45
- บริษัทได้มาซึ่งสิทธิแฟรนไชส์ของร้านอาหาร A&W ในประเทศไทยแต่เพียงผู้เดียวเป็นระยะเวลา 20 ปี และทำสัญญาให้บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด บริษัทย่อยของ NPP เป็นผู้บริหารงานต่อ รวมถึงการให้ บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด ได้เข้าซื้อทรัพย์สินและสิทธิในการบริหารร้านอาหาร A&W ในประเทศไทยจาก บริษัท เอแอนด์ดับบลิว เรสเตอรองต์ (ประเทศไทย) จำกัด ทั้งหมด 21 สาขา ซึ่งจะทำให้บริษัทเป็นผู้บริหารร้านอาหาร A&W ทั้งหมดในประเทศไทยและจะเป็นการเพิ่มฐานการดำเนินการเพื่อให้เติบโตได้รวดเร็วมากขึ้น
- บริษัทลงทุนในบริษัท พว้อมแพค จำกัด ซึ่งประกอบกิจการผลิตภาชนะบรรจุสินค้าพลาสติก โดยบริษัทเข้าซื้อหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 95 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด โดยการได้มาซึ่งสายผลิตภัณฑ์นี้จะช่วยเพิ่มศักยภาพด้านการตลาดให้กับกลุ่มบริษัทรวมถึงด้านอื่นๆ เช่น การจัดหาวัตถุดิบร่วมกัน หรือการพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตร่วมกัน

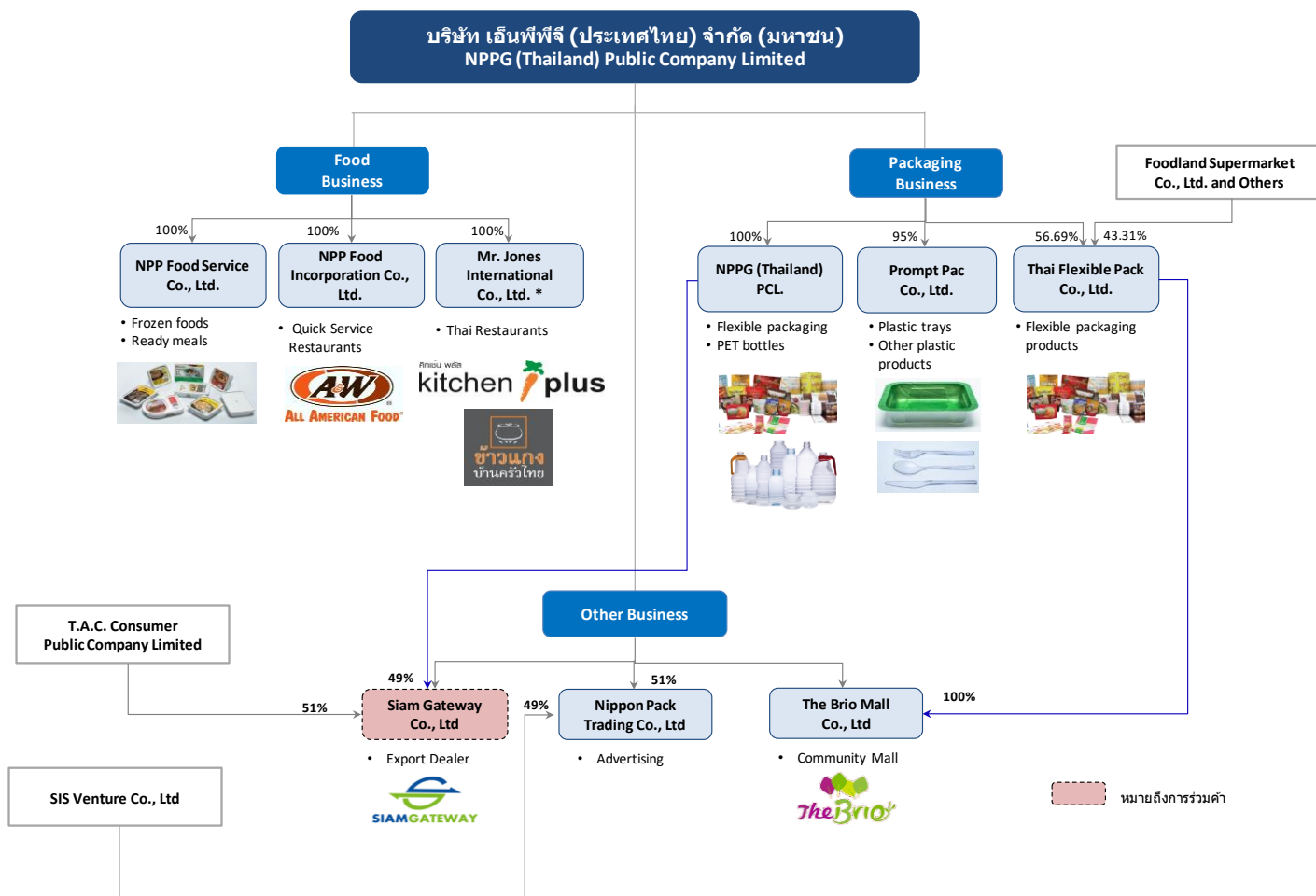
1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท NPPG

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัท เอ็นพีพีจี (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ได้มีการลงทุนในบริษัทย่อยและกิจการร่วมค้า ดังนี้

ลำดับ	บริษัทย่อย	ประเภทธุรกิจ	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)
1.	บริษัท ไทยเฟลคซีเบิลแพค จำกัด	จำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติก	160	56.69
2.	บริษัท พร้อมแพค จำกัด	ผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ สำหรับอาหาร	35	95
3.	บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด	ร้านอาหารและเครื่องดื่มและให้เช่า พื้นที่และอุปกรณ์ร้านอาหาร	250	100
4.	บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด	ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหาร แปรรูปแช่แข็งและผลิตภัณฑ์อาหาร กึ่งสำเร็จรูปพร้อมทาน	200	100
5.	บริษัท นิปปอน แพนค เทคดิง จำกัด	ให้เช่าพื้นที่โฆษณาในสถานี บริการน้ำมัน	20	51
6.	บริษัท มิสเตอร์ โจนส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	86	100
7.	บริษัท เดอะ บรีไอ้ มอลล์ จำกัด (บริษัทย่อยทางข้าม)	ให้เช่าพื้นที่ในศูนย์การค้า	75	56.69
8.	บริษัท สยาม เกตเวย์ จำกัด	ให้บริการบรรจุผลิตภัณฑ์และจัด จำหน่ายสินค้า	50	49

โครงสร้างกลุ่มบริษัท NPPG
SHAREHOLDING STRUCTURE OF NPPG GROUP

ณ 31 ธันวาคม 2561 / December 31, 2018



หมายเหตุ

* บริษัท มิสเตอร์ โจนส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท คิทเชน พลัส แฟรนไชส์ จำกัด เมื่อวันที่ 14 มกราคม 2562

ลำดับที่	ชื่อภาษาอังกฤษ	ชื่อภาษาไทย
1	NPP Food Service Co., Ltd.	บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด
2	NPP Food Incorporation Co., Ltd.	บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด
3	Mr. Jones International Co., Ltd.	บริษัท มิสเตอร์ โจนส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
4	NPPG (Thailand) PCL.	บริษัท เอ็นพีพีจี (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
5	Prompt Pac Co., Ltd.	บริษัท พรอมแพค จำกัด
6	Thai Flexible Pack Co., Ltd.	บริษัท ไทย เฟลคซิเบิล แพค จำกัด
7	Nippon Pack Trading Co., Ltd	บริษัท นิปปอน แพ็คเทรดดิ้ง จำกัด
8	The Brio Mall Co., Ltd	บริษัท เดอะ บรียอ มอลล์ จำกัด
9	Siam Gateway Co., Ltd	บริษัท สยาม เกตเวย์ จำกัด

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

NPPG มีการจัดกลุ่มธุรกิจจากการแยกประเภทสินค้าและบริการของบริษัท โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มธุรกิจบรรจุภัณฑ์ กลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และกลุ่มธุรกิจอื่นๆ

โดยมีโครงสร้างรายได้แยกตามสายผลิตภัณฑ์/กลุ่มธุรกิจดังนี้

หน่วย : พันบาท

ประเภทธุรกิจ	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม					
	ปี 2559		ปี 2560		ปี 2561	
	รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%
ผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติก	412,260	43.74%	475,157	42.70%	515,670	44.35%
ผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกขวดพีอีที	106,437	11.29%	116,566	10.47%	84,296	7.25%
ผลิตและจำหน่ายอาหารและอาหารทะเลแช่แข็ง	178,820	18.97%	291,018	26.15%	326,839	28.11%
ร้านอาหาร*	217,358	23.06%	200,836	18.05%	206,276	17.74%
บริการให้เช่าพื้นที่	27,566	2.92%	29,330	2.64%	29,542	2.54%
รวม	942,441	100%	1,112,907	100%	1,162,623	100%

หมายเหตุ * บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด รับรู้รายได้ตั้งแต่เดือน กรกฎาคม 2559 เป็นต้นไป, ธุรกิจร้านอาหารมีรายได้เริ่มรับรู้รายได้ตั้งแต่เดือน มีนาคม 2559 เป็นต้นไป, ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มของบริษัท มิสเตอร์ โจนส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เริ่มรับรู้รายได้ตั้งแต่เดือนกันยายน 2559 เป็นต้นไป

2.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

■ ธุรกิจบรรจุภัณฑ์

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

[1] บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนตัว (Flexible Packaging)

ผลิตจากฟิล์มพลาสติกหลายชนิดด้วยกระบวนการพิมพ์แบบกราเวียร์ (Gravure) และลามิเนต (Laminate) จนเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติพิเศษ เช่น ทนต่อความร้อน - ความดันสูง ป้องกันแสง ป้องกันการซึมผ่านของอากาศ ฯลฯ และยังสามารถเพิ่มอายุสินค้าบนชั้นวางและห่อหุ้มสินค้าไม่ให้แตกหักง่าย ซึ่งเหมาะสมกับกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภคและอื่นๆ โดยสินค้าหลักของบริษัท แบ่งเป็นประเภทต่างๆ ได้ดังนี้

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

ซึ่งกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร เกษษกรรมและสินค้าอุปโภคบริโภคอื่นๆ เช่น ขนมขบเคี้ยว เครื่องปรุงรส อาหารแช่แข็ง อาหารอบแห้ง ผลิตภัณฑ์เวชสำอาง น้ำยาซักผ้า เป็นต้น

ปัจจุบันบริษัทเพิ่มเครื่องจักรผลิตของ die-cut ที่สามารถติดจุก (Spout) เข้ามา เนื่องจากเห็นว่าความต้องการของชนิดนี้สูงขึ้น โดยเฉพาะตลาด cosmetics มีสินค้าลักษณะนี้วางจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ kiosk ต่างๆ รวมถึงธุรกิจ on-line ซึ่งแนวโน้มเติบโตขึ้นมากอย่างมีนัยสำคัญ ด้วยผลตอบรับที่ดีจากการติดตั้งเครื่องผลิตของ die-cut ติดจุกดังกล่าวข้างต้น บริษัทจึงวางแผนจะเพิ่มเครื่องติดจุก หรือ Spout Sealing Machine อีกเครื่องหนึ่งในช่วงต้นปี 2562 นี้ ซึ่งจะช่วยให้เราสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น โดยตั้งเป้าที่จะขยายงานเข้าไปยังกลุ่มอุตสาหกรรม Cosmetics, Health care อาหารเสริม มากขึ้น

[2] บรรจุภัณฑ์ขวดพีอีที (PET Bottle)

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

บริษัทวางแผนจะขอการรับรองระบบ GMP (Good Manufacturing Practice) ให้ได้ภายในไตรมาสแรกของปี 2019 เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้า อีกทั้งช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพของสินค้าด้วย

ด้วยภาวะการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น ประกอบกับต้นทุนวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงปีที่ผ่านมา บริษัทหาทางลดต้นทุนลงเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ โดยมีแนวทางด้านต่างๆ ดังนี้

- a. ปรับปรุงประสิทธิภาพเครื่องจักร
 - ปรับปรุงให้เครื่องจักรมี cycle time ลดลง เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าได้มากขึ้นในเวลาเท่าเดิม
- b. ลดค่าใช้จ่ายขนส่ง
 - ปรับปรุงวิธีการจัดซื้อจัดจ้างจากเดิมที่ใช้วิธีเปรียบเทียบราคาจากผู้ให้บริการหลายราย แล้วเลือกผู้ให้บริการรายที่ให้ราคาที่ดีที่สุด โดยปรับเป็น “การประกวดราคา” โดยกำหนดให้ผู้ให้บริการทุกรายส่งราคาที่ต่ำที่สุดเข้ามาพร้อมกัน แล้วเลือกรายที่เสนอราคาที่ดีที่สุดไว้ 2-3 ราย โดยวิธีจัดซื้อจัดจ้างดังกล่าวคาดว่าจะลดค่าใช้จ่ายขนส่งลงได้อีกประมาณ 10-15%
- c. สรรหาวัตถุดิบเม็ด PET ที่มีราคาต่ำกว่า
 - สรรหา/นำเข้าวัตถุดิบหลัก คือ เม็ดพลาสติก PET จากต่างประเทศ
 - สั่งซื้อและจัดทำเป็น stock ในปริมาณมากขึ้นเพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองด้านราคา
- d. นำเสนองานที่มีแม่พิมพ์อยู่แล้วเข้าไปในตลาดอื่นที่ไม่ใช่ตลาดน้ำดื่ม นำเสนองานที่มี Value Added และ Environment Friendly มากขึ้น
 - ขวดขนาดบรรจุ 240cc สำหรับบรรจุเครื่องดื่มต่างๆ เช่น ชา กาแฟ นม น้ำผลไม้ เป็นต้น
 - ขวดที่สามารถย่อยสลายได้ในธรรมชาติ โดยใช้เวลาย่อยสลายสั้นกว่าขวด PET ปกติ
 - ทั้งสองแนวทางนี้ผลิตตัวอย่างออกมาแล้ว อยู่ระหว่างการประสานงานกับลูกค้า เพื่อพิจารณาและทดลองใช้งาน

[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 เอสจีเอส (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลก นอกจากนี้ บริษัทยังมุ่งมั่นที่จะพัฒนาขีดความสามารถในการผลิต เพื่อคุณภาพของสินค้าที่ดีขึ้นและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของระบบอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่องตลอดจนเพื่อความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า

■ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มภายใต้กลุ่มบริษัท NPPG แบ่งเป็น 2 ธุรกิจ ได้แก่ [1] ธุรกิจร้านอาหาร [2] ธุรกิจอาหารแปรรูป

[1] ธุรกิจร้านอาหาร

บริหารโดยบริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด โดยปัจจุบันมีร้านอาหารประเภทต่างๆ ดังนี้

1. **ร้านอาหารบริการด่วน - เอ แอนด์ ดับบลิว (A&W)** เฟรนไชส์เก่าแก่จากประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งบริษัทได้รับสิทธิในการบริหารและขยายสาขาในประเทศไทย รวมถึงประเทศลาวและพม่า แต่เพียงผู้เดียว

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

ปัจจุบัน A&W มี 40 สาขา อยู่ในศูนย์การค้าและสถานบริการน้ำมัน โดยอยู่ในกรุงเทพมหานคร 20 สาขา และจังหวัดหลักของภาคต่างๆ เช่น อุดรธานี, สระบุรี, นครราชสีมา, ลำปาง ฯลฯ อีก 20 สาขา โดยให้บริการครบทุกรูปแบบทั้งการทานในร้าน (Dine In), รับประทาน (Take Away) และ บริการส่งถึงที่ (Delivery)

2. **ร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่าง - มียาบี (Miyabi)** ร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างสไตล์ญี่ปุ่น ที่คัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพจากทั่วทุกมุมโลก เช่น เนื้อบิสกิต จากออสเตรเลีย ปลาแซลมอน จากนอร์เวย์ เพื่อนำมาปรุงรสด้วยซอสสูตรพิเศษ และให้บริการแก่ลูกค้าพร้อมกับน้ำจิ้มปิ้งย่างที่เป็นเอกลักษณ์ของทางร้าน ในราคาที่คุ้มค่าที่สุด การบริการในรูปแบบบุฟเฟ่ต์ของมียาบีนั้นลูกค้าสามารถสั่งอาหารเมนูชุดต่างๆ เช่น ชุดหมู ชุดเนื้อ และชุดพรีเมียมได้แบบไม่จำกัด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 มีร้านมียาบีเปิดให้บริการอยู่ 3 สาขา ได้แก่

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

ข้อมูลเพิ่มเติม : มติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 14/2561 อนุมัติการหยุดดำเนินการร้าน Miyabi ทั้ง 3 สาขา มีผลให้สาขาซีคอนสแควศรีนครินทร์ หยุดดำเนินการเมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2562, สาขาเดอะมอลล์

งามวงศ์วาน หยุดดำเนินการเมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2562, สาขาเทมมินอล 21 โคราซ หยุดดำเนินการเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2562

3. **มิสเตอร์โจนส์ออร์แฟเนจ (Mr.Jones' Orphanage)** เป็นแบรนด์ร้านกาแฟ จัดจำหน่ายเบเกอรี่สไตล์โฮมเมด มิลค์เชค สมูทตี้ และกาแฟ ซึ่งเป็นสูตรที่คิดค้นขึ้นใหม่ตามความต้องการของผู้บริโภค เมนูที่เป็นที่นิยม ได้แก่ เรดเวลเวท ช็อกโกแลตลาวาเค้ก, ชอคโกชีส บานาน่า เป็นต้น มีรูปแบบการตกแต่งร้านที่มีความแตกต่างและเป็นเอกลักษณ์ในแต่ละสาขา โดยปัจจุบัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ไม่มีสาขาเปิดดำเนินการแล้ว โดยมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 14/2561 อนุมัติให้บริษัท มิสเตอร์โจนส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ซึ่งบริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นร้อยละ 99.99 ของหุ้นทั้งหมด เข้าทำรายการซื้อทรัพย์สินของร้านอาหาร Kitchen Plus และสิทธิในการบริหารแฟรนไชส์ร้านอาหาร Kitchen Plus พร้อมทั้งเปลี่ยนชื่อบริษัท มิสเตอร์โจนส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ไปเป็น **“บริษัท คิทเชน พลัส แฟรนไชส์ จำกัด”** เพื่อดำเนินธุรกิจร้านอาหาร
4. **ร้านอาหารคิทเชนพลัส และ ร้านอาหารบ้านครัวไทย** ประกอบธุรกิจร้านอาหาร โดยจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มหลากหลายเมนู ทั้งอาหารจานเดียวหรือข้าวราดแกงและสั่งเป็นกับข้าวหรือชุด Set อาหารตามที่ทางร้านจัดไว้ อีกทั้งยังมีอาหารประเภทสติก พาสต้าอาหารทานเล่นต่างๆ ไว้คอยบริการ สำหรับร้านอาหารบ้านครัวไทยจะมีลักษณะของเมนูอาหารที่ตอบโจทย์ผู้ที่ชื่นชอบสไตล์ของข้าวราดแกงและต้องการความรวดเร็วในการทำงานอาหารมื้อระหว่างวัน ไม่เพียงเท่านั้นภายในร้านอาหารยังมีมุมกาแฟและเครื่องดื่มชนิดต่างๆ ให้บริการอีกด้วย ปัจจุบัน ร้านอาหารคิทเชนพลัสมีสาขาอยู่ทั้งหมด 58 สาขา กระจายอยู่ทั่วประเทศ ทั้งในศูนย์การค้าไฮเปอร์และสถานบริการน้ำมัน ปตท. ส่วนร้านอาหารบ้านครัวไทยนั้นปัจจุบันมีจำนวน 2 สาขา โดยยังคงมุ่งมั่นที่จะเติบโตต่อไปอย่างต่อเนื่องทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด โดยเน้นทุกทำเลที่มีศักยภาพ คำนึงต่อการลงทุน ครอบคลุมทุกภาคของประเทศไทย พร้อมทั้งพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการ ระบบการควบคุมมาตรฐานและคุณภาพของสินค้าและบริการ พัฒนาสินค้าและรายการอาหารใหม่ๆ เพื่อให้ทั้งผู้ลงทุนและลูกค้ามั่นใจได้ว่าจะประสบความสำเร็จและได้รับความพึงพอใจสูงสุด

[2] ธุรกิจอาหารแปรรูป

บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด ประกอบธุรกิจผลิต และจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปแช่แข็งและผลิตภัณฑ์อาหารกึ่งสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน เพื่อการส่งออกและการขายภายในประเทศ ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิต และจำหน่าย ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์กึ่งแปรรูปแช่แข็ง เช่น กุ้งปอกเปลือกผ่าหลังไว้หาง, กุ้งปอกเปลือกทั้งตัว เป็นต้น
2. ผลิตภัณฑ์ปลาแปรรูปแช่แข็ง เช่น ปลานิลผ่าท้องขอดเกล็ด ปลาสวายผ่าท้อง และปลายี่สกผ่าหลัง เป็นต้น
3. ผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานแช่แข็ง เช่น ข้าวต้มกุ้ง ต้มจับฉ่าย และพะโล้มังกรวิริติ เป็นต้น
4. ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปมูลค่าเพิ่มแช่แข็ง เช่น Vegetable Spring Roll, Samosa and Dim Sum เป็นต้น
5. รับจ้างแปรรูปสินค้า เช่น แปรรูปปลาหมึกสลาย แปรรูปปลาหมึกกระดอง ให้กับทางลูกค้า เป็นต้น

ซึ่งผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปแช่แข็ง และผลิตภัณฑ์อาหารกึ่งสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน ร้อยละ 80 เป็นการจำหน่ายภายในประเทศและอีกร้อยละ 20 เป็นการส่งออกไปยังหลายประเทศ เช่น ประเทศญี่ปุ่น ประเทศเกาหลี ประเทศอิตาลี ประเทศสเปน ประเทศเบลเยียม ประเทศคูเวต ประเทศจอร์แดน ประเทศบาร์เรน เป็นต้น

■ ธุรกิจอื่น ๆ

○ **ธุรกิจคอมมูนิตีมอลล์** บริษัท เดอะบริโอ มอลล์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยทางอ้อมของ NPPG ดำเนินธุรกิจบริหารศูนย์การค้าชุมชนภายใต้ชื่อ The Brio Mall ซึ่งตั้งอยู่ริมถนนบรมราชชนนีระหว่างแยกไปพุทธมณฑลสาย 4 กับ มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา มีทุนจดทะเบียนจำนวน 75 ล้านบาท โดยการบริหารงานจากผู้บริหารของ บริษัท ไทยเฟลคซิเบิลแพค จำกัด (ที่ NPPG ถือหุ้นอยู่ร้อยละ 56.69) บริษัทได้เซ็นสัญญาซื้อขายบริษัท เดอะบริโอ มอลล์ จำกัด เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2559 และโอนทรัพย์สินเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2559

○ **ธุรกิจสื่อโฆษณา** บริหารโดยบริษัท นิปปอน แพ็ค เทคดิง จำกัด ซึ่ง ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 16 กรกฎาคม พ.ศ. 2555 มีทุนจดทะเบียนปัจจุบันอยู่ที่ 20 ล้านบาท ถือหุ้นโดย NPPG ร้อยละ 51 และ บริษัท เอสไอเอส เวนเจอร์ จำกัด ร้อยละ 49 ประกอบธุรกิจให้บริการสื่อโฆษณาในร้านสะดวกซื้อภายในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ปัจจุบันไม่มีการประกอบกิจการแล้ว

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 การตลาด

■ ธุรกิจบรรจุภัณฑ์

หน่วยธุรกิจทั้ง 3 มีวิธีการทำการตลาดที่ใกล้เคียงกันคือการเน้นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่มีปริมาณการสั่งซื้อสูง เน้นการวิจัยเพื่อพัฒนาสินค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง กำหนดราคาที่เหมาะสมได้ และ สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในรูปแบบของพันธมิตร การบริหารการตลาดด้วยวิธีเหล่านี้จะเพิ่มความสามารถในการใช้กำลังการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยกลยุทธ์ทางการตลาดหลักที่บริษัทใช้ในการดำเนินธุรกิจในกลุ่มธุรกิจสินค้าบรรจุภัณฑ์ ได้แก่

1) การสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า

บริษัท มุ่งเน้นการผลิตสินค้าที่ดีและมีคุณภาพ โดยการรักษาระดับมาตรฐานการผลิตและการให้บริการอย่างต่อเนื่อง จัดส่งสินค้าตรงเวลาและตรงตามข้อกำหนด รวมถึงการให้บริการหลังการขายที่ดี

2) ราคาต้องแข่งขันได้ในตลาด

การตั้งราคาสินค้าของบริษัท จะพิจารณาให้อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม และ เป็นธรรมต่อลูกค้า รวมถึงการสร้าง ความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในระดับเดียวกันและราคาสินค้าของบริษัทยังถือเป็น มาตรฐานราคาตลาด

3) เน้นลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย ที่เป็นผู้บริโภคในอุตสาหกรรมประเภทต่างๆ ที่มีความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์ในปริมาณสูง เช่นกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมยาและอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภค เพื่อทำให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิต (production efficiency) และการบริหารทรัพยากรสูงสุด

4) วิจัยและพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง

บริษัทได้พัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง รวมถึงขยายตลาดใหม่เพื่อให้มีฐานลูกค้าที่กว้างขึ้น พัฒนาและปรับปรุงกระบวนการผลิต และกระบวนการตรวจสอบคุณภาพที่ได้มาตรฐาน เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาด และลดต้นทุนการผลิตให้แก่ลูกค้า โดยโครงการต่างๆ ที่เกิดขึ้นอาจเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า และ/หรือตามแผนงานของบริษัท โดยนอกจากนี้บริษัทยังเน้นการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานโรงงานผลิตต่อเนื่องเพื่อสามารถรองรับและสร้างความมั่นใจกับลูกค้าระดับสากลได้

5) สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างลูกค้ากับบริษัท

บริษัทมีเป้าหมายในการพัฒนาและรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับแก่ลูกค้าทั้งหลาย ดังนั้น บริษัท จะเน้นเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการบริการเป็นสำคัญ ตลอดจนมีโครงการสร้างความร่วมมือกับลูกค้าในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อให้แผนการลงทุนของบริษัท เป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในด้านต่างๆ ซึ่งรวมถึง การขยายกำลังการผลิต การขยายสายการผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของลูกค้าในอนาคต เพื่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันระหว่างบริษัทและลูกค้า นอกจากนี้บริษัท ยังได้จัดให้มีทีมงานบริการหลังการขาย การติดตาม การประเมินและการแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพอย่างสม่ำเสมอ

ในปีที่ผ่านมาบริษัทยังคงเน้นลูกค้าในประเทศเป็นหลัก และได้ปรับแผนการขยายการตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเดิม และเน้นการเพิ่มลูกค้าใหม่ทำให้ยอดขายของหน่วยธุรกิจทั้ง 3 เติบโตอย่างต่อเนื่อง

■ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

[1] ธุรกิจร้านอาหาร

1. **ร้านอาหารบริการด่วน - เอ แอนด์ ดับเบิลยู (A&W)** ธุรกิจร้านอาหาร A&W ในปีที่ผ่านมาได้มีการเปลี่ยนแปลงทั้งในเรื่องการให้บริการ สถานที่ตั้งสาขา พัฒนาเมนูอาหารที่ตามเทรนด์และเหมาะสมกับผู้บริโภคคนไทย และยังมีการเพิ่มช่องทางในการขายโดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการให้บริการกับลูกค้าได้อย่างกว้างขวางมากขึ้น

- การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการเปิดให้บริการสาขาใหม่

ในปี 2561 ร้าน A&W ได้ปรับกลยุทธ์ในการเลือกสถานที่ตั้งร้าน โดยคำนึงถึงกลุ่มลูกค้าและไลฟ์สไตล์ของลูกค้าเป็นสำคัญ จากเดิมที่ร้าน A&W เปิดให้บริการอยู่ตามปั๊มน้ำมันเป็นส่วนใหญ่ ในปี 2561 ทางแบรนด์ได้ปรับกลยุทธ์ในการเปิดสาขาขึ้นในข้อปลีกย่อยต่างๆ และที่สำคัญและโดดเด่นที่สุดคือการร่วมมือเป็นพันธมิตรกับ **บริษัท แบงคอก เมโทร เน็ทเวิร์คส์ จำกัด (BMN)** ซึ่งเป็นผู้ดำเนินธุรกิจพัฒนาเชิงพาณิชย์ภายในสถานีรถไฟฟ้า MRT (สายสีน้ำเงิน) ผู้ให้เช่า

พื้นที่ร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้า MRT ภายใต้ชื่อ “เมโทร มอลล์” (Metro Mall) โดยได้นำแบรนด์เอแอนด์ดับเบิลยูเปิดสาขาที่เมโทร มอลล์ สถานีรถไฟฟ้าถึง 3 แห่งด้วยกัน คือ

Metro Mall MRT สถานีพระราม9

Metro Mall MRT สถานีสุขุมวิท

Metro Mall MRT สถานีเพชรบุรี

ซึ่งจากการปรับกลยุทธ์เรื่องสถานที่ตั้งร้านดังกล่าวมานี้ทำให้แบรนด์สามารถที่จะเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งลูกค้ากลุ่มดังกล่าวถือเป็นกลุ่มลูกค้าใหม่สำหรับแบรนด์ A&W อีกด้วย นอกจากนี้การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เรื่องการขยายการเปิดร้านไปในที่ต่างๆแล้ว ทางแบรนด์ A&W ได้มีการปรับโฉมรูปแบบร้านให้ดูเหมาะสมกับสถานที่ตั้งร้านและกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการมากขึ้น เช่นมีการเปิดตัวร้านใหม่ใหม่ที่สาขาสยามสแควร์ จากการปรับโฉมร้านใหม่ทำให้มีกระแสการตอบรับและมีการแชร์ลงสื่อโซเชียลเป็นที่น่าสนใจ ซึ่งร้านที่เปิดใหม่ในปี 2561 เช่น สาขาเทพารักษ์ และไอที สแควร์ ก็มีการปรับรูปแบบการตกแต่งร้านสไตล์ใหม่ ทันสมัย และดูน่าเข้ามาใช้บริการด้วยเช่นกัน

- การสร้างสรรค์เมนูใหม่ๆ เพื่อเพิ่มความหลากหลายและสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับลูกค้า

ในปี 2561 แบรนด์ A&W มีการพัฒนาเมนูอาหารใหม่เพื่อเพิ่มความหลากหลาย สร้างความแปลกใหม่เพื่อสนองตอบความต้องการในการบริโภคอาหารที่มีรสชาติอร่อยและมีความหลากหลายให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง การทำกิจกรรมการตลาดต่างๆ ผ่านช่องทางที่หลากหลาย โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ที่เป็นที่นิยมมากขึ้นเรื่อยๆ เพื่อให้เข้าถึงลูกค้าในทุกๆ กลุ่ม ทั้งกลุ่มนักเรียน นักศึกษา กลุ่มคนทำงาน และกลุ่มครอบครัว อีกทั้งยังได้พัฒนาสูตรข้าวใหม่ๆ และ นำสินค้าอื่นๆเข้ามาขายเพิ่มเพื่อให้ลูกค้ารู้สึกถึงความหลากหลายของเมนูร้าน A&W และทานได้บ่อยๆ โดยไม่ซ้ำเมนู และด้วยจุดเด่นเรื่องนี้เองทำให้ร้าน A&W มีลูกค้าประจำ และมีการบอกต่อถึงคุณภาพและรสชาติของอาหารที่หลากหลายเพิ่มจำนวนลูกค้าได้มากขึ้น

- การทำโปรโมชั่นร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อขยายฐานลูกค้าและสร้างการรับรู้ใน Brand A&W ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

เนื่องจากแบรนด์ A&W เล็งเห็นถึงความสำคัญของเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของกลุ่มผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ดังนั้นในปี 2561 จึงได้เริ่มนำแบรนด์ A&W เข้าไปอยู่ในช่องทางการจำหน่ายแบบออนไลน์ โดยเริ่มต้นจาก Application GRABFOOD คือ Application ที่ให้บริการส่งอาหารจากร้านอาหารโดยได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้บริโภคในสังคมยุคดิจิทัลเป็นอย่างมาก ซึ่งจากการเพิ่มช่องทางการขายไปยัง Application ดังกล่าว ทำให้ร้าน A&W มีกลุ่มลูกค้าเพิ่มมากขึ้นส่งผลให้ยอดขายเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย

- การทำโปรโมชั่นราคาพิเศษและคูปอง โดยการใช้สิทธิประโยชน์ที่ได้รับความนิยม มีคุณภาพและคูปอง มาอยู่ในชุดเมนูต่างๆ
- โปรแกรมนการสะสมคะแนนเพื่อแลกของขวัญรางวัลและสิทธิประโยชน์ต่างๆ
- การรับชำระเงินในรูปแบบไร้เงินสด หรือดิจิทัล ผ่านช่องทางต่างๆ

- การสร้างคุณค่า ประสพการณ์ที่ดีและน่าจดจำให้กับผู้บริโภค ด้วยคุณภาพของวัตถุดิบ ขั้นตอนการปรุงอาหารที่ได้มาตรฐาน และการบริการ
2. **ร้านอาหารคิทเชนพลัสและร้านอาหารบ้านครัวไทย** กลุ่มบริษัท NPPG เข้าซื้อสินทรัพย์และสิทธิในการบริหารจัดการแฟรนไชส์ร้านอาหารคิทเชนพลัส เมื่อเดือนตุลาคม 2561 และวางแผนที่จะขยายสาขาออกไปเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังจะพัฒนากระบวนการบริหารจัดการระบบ Franchisee ตลอดจนพัฒนาร้านต้นแบบขึ้นเพื่อเป็นมาตรฐานในการบริหารจัดการ

[2] ธุรกิจอาหารแปรรูป

ปัจจุบันตลาดอาหารแปรรูปแช่แข็ง มีการแข่งขันสูงมาก ทั้งคู่แข่งทั้งในประเทศ และต่างประเทศ เนื่องจากผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปแช่แข็งเป็นที่นิยม และมีความสะดวกในการหาซื้อเพื่อรับประทานได้ทันที หรือเพื่อนำไปแปรรูปต่อก็สามารถทำได้ ทำให้มีคู่แข่งหลายรายเข้ามาในตลาดนี้ ซึ่งยังมีโอกาสสำหรับการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด ทำการวางแผนการกระจายตลาดทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ซึ่งได้แก่ประเทศในแถบยุโรป เช่น ประเทศอิตาลี ประเทศสเปน และประเทศเบลเยียม รวมไปถึงประเทศในแถบตะวันออกกลาง เช่น ประเทศคูเวต ประเทศจอร์แดน ประเทศบาร์เรน และประเทศญี่ปุ่น ประเทศเกาหลี โดยสัดส่วนการขายในประเทศ เมื่อเทียบกับต่างประเทศอยู่ที่ร้อยละ 80 และร้อยละ 20 ซึ่งปัจจุบัน บริษัท มีการวางกลยุทธ์ในการแข่งขันทั้งในตลาดต่างประเทศ และในประเทศ โดยมีคู่ค้าเชิงกลยุทธ์ (Strategic Partner) เป็นลูกค้าที่มีคำสั่งซื้อ (Order) ที่แน่นอน และต่อเนื่อง เช่นบริษัทคู่ค้าภายในประเทศ ซึ่งเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ในสินค้าปลาน้ำจืดแช่แข็ง ที่มีคำสั่งซื้อเข้ามาอย่างต่อเนื่อง และบริษัทคู่ค้าที่ประเทศเยอรมนี ที่เป็นผู้ซื้อสินค้า Value Added Products ที่มีคำสั่งซื้อตลอดทั้งปี รวมไปถึงลูกค้าภายในประเทศที่เป็นลูกค้ารายใหญ่สำหรับสินค้า Ready Meal ที่ได้ร่วมมือกับทางบริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด ในการพัฒนาสินค้า Ready Meal ร่วมกัน เพื่อให้สินค้าอาหารพร้อมรับประทานที่วางขายในร้านสะดวกซื้อขนาดใหญ่ มีความหลากหลาย และรองรับกับความต้องการของลูกค้าที่มีเพิ่มมากขึ้น รวมไปถึง ลูกค้าบริษัทญี่ปุ่น ซึ่งเป็นผู้ผลิตสินค้าได้แฮมเบอร์เกอร์กึ่ง และได้แฮมเบอร์เกอร์ปลา ให้กับทางบริษัทแฮมเบอร์เกอร์จากต่างประเทศขนาดใหญ่ ก็มีคำสั่งซื้อสินค้ากึ่งแปรรูปแช่แข็งจากทาง บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด เข้ามาตลอดทั้งปีเช่นกัน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงตำแหน่งทางการตลาดของบริษัทที่มีความแข็งแกร่ง มีคำสั่งซื้อในมือสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง และยังสามารถขยายฐานการตลาดของสินค้าต่างๆ ได้ในระยะยาว

■ ธุรกิจอื่นๆ

บริษัทเน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มครอบครัวซึ่งเป็นลูกค้าหลักที่มาใช้บริการอย่างต่อเนื่องของคอมมูนิตี้มอลล์ของบริษัทจึงได้มีการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับเด็กและครอบครัวอย่างสม่ำเสมอ ขณะเดียวกันได้เพิ่มกลุ่มเป้าหมายที่ขอบอกกำลังกาย โดยจัดกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับการออกกำลังกาย อาทิ เต้นซุมบ้าฟรี เป็นต้น เนื่องจากบริเวณโดยรอบมีสถานศึกษาและหมู่บ้านอยู่มาก รวมถึงแนวทางการดำเนินชีวิตของกลุ่มคนในปัจจุบันมีความสนใจในการออกกำลังกายเพิ่มมากขึ้น

2.2.2 สภาพการแข่งขัน

■ ธุรกิจบรรจุภัณฑ์

สำหรับบรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทอ่อนตัว (Flexible Packaging) นั้นตลาดหลักมาจากอุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมยา และสินค้าอุปโภคบริโภคซึ่งถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีความผันผวนน้อยเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมอื่นๆ เนื่องจากมีความเกี่ยวเนื่องกับการดำรงชีพของผู้บริโภคสูง อย่างไรก็ตามในช่วงปีที่ผ่านมาตลาดได้มีการเติบโตช้าลงซึ่งได้รับผลกระทบมาจากเศรษฐกิจรวมของประเทศที่ถดถอย ส่วนการแข่งขันนั้นถือว่าอยู่ในวงจำกัดที่มีผู้แข่งขันใหม่ในตลาดน้อย (high entry barrier) โดยสาเหตุหลักมาจากการลงทุนที่สูงและกระบวนการเปลี่ยนลูกค้าที่ยุ่งยาก (high supplier switching cost)

สำหรับขวด PET นั้นมีตลาดน้ำดื่มเป็นตลาดหลักซึ่งมีการเติบโตขึ้นเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่นิยมซื้อน้ำดื่มเพื่อความสะอาดรวดเร็วและความสะอาด อย่างไรก็ตามจากการลงทุนในเครื่องจักรที่มีมูลค่าสูงและการผลิตที่ไม่ซับซ้อนทำให้ตลาดขวด PET นั้นมีผู้ผลิตในตลาดหลายรายแต่ผู้ผลิตที่มีโรงงานผลิตและระบบเครื่องจักรที่มีคุณภาพนั้นมีจำนวนจำกัด

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

■ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

[1] ธุรกิจร้านอาหาร

1. ร้านอาหารบริการด่วน - เอ แอนด์ ดับเบิลยู (A&W) ในธุรกิจร้านอาหาร A&W นั้นอยู่ในตลาด QSR ซึ่งมีมูลค่าตลาดในประเทศไทยมากกว่า 35,000 ล้านบาท และมีอัตราเติบโตมากกว่า 10% ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา เพราะยังคงเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคที่ต้องการอาหารที่มีมาตรฐานคงที่ ปลอดภัย ในราคาที่เข้าถึงได้ ผู้บริโภคในประเทศไทยยังคงนิยมทานอาหารใน QSR และนิยมสั่งอาหารเป็นชุดเซตต่างๆ (Combo Set) กลุ่มลูกค้าหลักคือกลุ่มครอบครัว และกลุ่มเพื่อน ซึ่งบริษัทได้มีการปรับเมนู โดยเน้นชุดเซตต่างๆมากขึ้น รวมถึงการทำโปรโมชั่นสำหรับชุดเซตอย่างสม่ำเสมอ โดยนำเมนูอาหารที่เป็นจุดแข็ง หรือเมนูเฉพาะ (Unique) เช่น รูทเบียร์ และวาฟเฟิล มาอยู่ในชุดเซตต่างๆ นอกจากนี้เราได้ทำการตลาดในเชิงออนไลน์เพิ่มสูงขึ้น เพื่อเพิ่มการสื่อสารและการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และมีการขยายสาขาเพิ่มมากขึ้นทั้งในกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัดเพื่อเพิ่มฐานลูกค้าใหม่มากขึ้น และสร้างการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาเมนูใหม่ๆ โดยเน้นรสชาติใหม่ๆ ของเมนูที่ได้รับความนิยม เช่น ไก่ทอด เมนูข้าว โดยเน้นรสชาติไทยๆ เพื่อให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าในประเทศ อย่างไรก็ตามบริษัทจะมุ่งเน้นการพัฒนาเมนูใหม่ๆ ให้มีความหลากหลายเพื่อเพิ่มประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับลูกค้าประจำ และกระตุ้นให้เกิดการทดลองจากลูกค้าใหม่ๆ

2. **ร้านอาหารคิทเชนพลัสและร้านอาหารบ้านครัวไทย** สภาวะการแข่งขันในปัจจุบันของธุรกิจร้านอาหารมีผู้ประกอบการร้านอาหารเพิ่มมากขึ้นเป็นผลจากการขยายสาขาของห้างสรรพสินค้าและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ด้วยการเพิ่มสัดส่วนพื้นที่ร้านอาหารเป็นการเปิดพื้นที่สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร ทั้งในแบบ chain ร้านอาหาร ผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการรายย่อยทั่วไป โดยการเริ่มต้นธุรกิจหรือขยายสาขาของผู้ประกอบการร้านอาหารรายย่อยทั่วไปเป็นการเพิ่มทางเลือกในการรับประทานอาหารในห้างสรรพสินค้าและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ให้มีความหลากหลายมากขึ้น จากเดิมที่ส่วนใหญ่เป็นการใช้บริการกลุ่ม chain ร้านอาหารเป็นหลัก จึงส่งผลต่อเนื่องให้เกิดการแข่งขันระหว่างร้านอาหารในห้างสรรพสินค้าและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่เป็นไปอย่างรุนแรงมากขึ้น นอกจากนั้นแล้วการขยายตัวของธุรกิจร้านอาหารที่เพิ่มสูงขึ้น ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการผลักดันของต้นทุนโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ค่าเช่าพื้นที่ในทำเลศักยภาพและต้นทุนค่าแรงที่ส่งผลให้ร้านอาหารต้องตั้งราคาอาหารในระดับสูงเพื่อให้สามารถครอบคลุมภาระต้นทุนต่างๆ ที่เพิ่มสูงขึ้น ดังนั้น ร้านอาหารคิทเชนพลัสและบ้านครัวไทยจึงหันมาให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการในด้านของต้นทุนวัตถุดิบด้วยการใช้ระบบครัวกลางร่วมกันระหว่างสาขาที่อยู่ภายใต้การบริหารจัดการของบริษัทและใช้ระบบ Logistics ร่วมกันกับบริษัทในกลุ่ม

[2] ธุรกิจอาหารแปรรูป

ในส่วนธุรกิจอาหารแปรรูปนั้น มีสัดส่วนในการขายในประเทศเพิ่มขึ้นกว่าปีก่อน อันเนื่องมาจากสภาวะเศรษฐกิจถดถอยในกลุ่มลูกค้าสหภาพยุโรปที่ยังมีความต่อเนื่องมาจากปีที่ผ่านมา จึงทำให้คำสั่งซื้อไม่ได้มีการเพิ่มขึ้น อีกทั้งปัญหาเงินบาทที่มีแนวโน้มแข็งค่าขึ้น จึงทำให้มีความเสี่ยงในเรื่องการขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน ดังนั้นการมุ่งเน้นการทำตลาดในประเทศที่มียังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ตามพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่เร่งรีบของผู้บริโภค การเพิ่มรายการสินค้ากับคู่ค้า การเพิ่มปริมาณการจัดส่งให้ตรงความต้องการของลูกค้า ก็จะสามารถทดแทนคำสั่งซื้อจากต่างประเทศได้ โดยการผลิตสินค้าที่มีความใกล้เคียงกันก็สามารถเพิ่มทักษะความชำนาญ เพิ่มความสามารถในการผลิต การลงทุนในเครื่องจักรทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ เพื่อทดแทนแรงงานคนเพื่อรองรับการปรับขึ้นค่าแรง เพิ่มกำลังการผลิตต่อรอบให้สอดคล้องกับคำสั่งซื้อภายในประเทศ รวมไปถึงปริมาณการซื้อ และความสะดวกในการจัดหาวัตถุดิบเพื่อขายในประเทศที่มีราคาต้นทุนต่ำกว่า ก็จะเป็นการเพิ่มกำไรให้แก่บริษัทได้ในทางอ้อม

■ ธุรกิจอื่นๆ

ธุรกิจคอมมูนิตีมีอลล์เป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นมาเพื่อรองรับการดำเนินชีวิตของคนในรัศมีไม่เกิน 10 กิโลเมตร ซึ่งบริเวณที่ตั้งโดยรอบคอมมูนิตีมีอลล์ของบริษัท ยังไม่มีคู่แข่งที่มีกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน จะมีแต่คู่แข่งโดยอ้อมซึ่งเป็นห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่และกลุ่มดิสเคาท์สโตร์

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.3.1 ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

■ ธุรกิจสินค้าบรรจุภัณฑ์

บริษัทมีความสามารถในการผลิต 3 ผลิตภัณฑ์ ซึ่ง ณ ปัจจุบันบริษัทมีโรงงานอยู่ 2 แห่งซึ่งมีการผลิตดังนี้

โรงงาน แสมดำ	ผลิตบรรจุภัณฑ์แบบอ่อนและ ขวด PET
โรงงาน บางบอน (บ.พร้อมแพค จำกัด)	ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกขึ้นรูปด้วยความร้อน (Thermoforming)

บริษัทมีนโยบายการสรรหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพและมาตรฐานตามหลักมาตรฐานสากล รวมทั้งมีราคาที่ดีที่สุดเมื่อเทียบกับผู้ผลิตหลายๆ ราย โดยเน้นการหาแหล่งวัตถุดิบใหม่ทั้งในและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถมีข้อมูลของวัตถุดิบต่างๆ และราคาที่หลากหลายเพื่อใช้อ้างอิงและเปรียบเทียบในการสรรหาและจัดซื้อวัตถุดิบต่างๆ นอกจากนี้ บริษัทพัฒนาปรับปรุงกระบวนการตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การรับประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์มีประสิทธิภาพสูงสุด

■ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

[1] ธุรกิจร้านอาหาร

1. ร้านอาหารบริการด่วน - เอ แอนด์ ดับบลิว (A&W)

A&W มีการสั่งซื้อวัตถุดิบจากในประเทศ และต่างประเทศ วัตถุดิบหลัก เช่น เนื้อสัตว์ ไข่ แป้ง เคอร์ลีฟรายส์ ซอส ไอศกรีม เป็นต้น โดยเน้นการสั่งซื้อตามประมาณการยอดขาย และไปโมชั่น เพื่อให้มีปริมาณวัตถุดิบเพียงพอต่อความต้องการ นอกจากนี้ยังมีการประมาณการปริมาณวัตถุดิบล่วงหน้าเพื่อให้มั่นใจว่าจะมีวัตถุดิบเพียงพอต่อความต้องการ รวมทั้งสามารถซื้อวัตถุดิบได้ในราคาที่เหมาะสมเนื่องจากมีปริมาณการสั่งซื้อที่มากขึ้น

นอกจากนี้ยังได้ร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ร่วมกับพันธมิตรทางการค้าที่มีความเชี่ยวชาญในแต่ละด้าน เพื่อให้มีวัตถุดิบที่หลากหลาย รวมทั้งการลดต้นทุนในวัตถุดิบหลักเช่นเดียวกัน

สำหรับเครื่องมือในการทำอาหารและเครื่องดื่มนั้น ส่วนใหญ่จะมาจากการซื้อในประเทศ แต่มีอุปกรณ์ เครื่องมือบางชนิดต้องนำเข้าจากต่างประเทศตามความเฉพาะเจาะจงในการผลิต

2. ร้านอาหารคิทเชนพลัสและร้านอาหารบ้านครัวไทย

ร้านอาหารคิทเชนพลัสและร้านอาหารบ้านครัวไทยมีการจัดหาวัตถุดิบจากแหล่งวัตถุดิบประจำท้องที่เพื่อให้วัตถุดิบมีความสดใหม่ อีกทั้งยังเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชน

[2] ธุรกิจอาหารแปรรูป

บริษัทมีการจัดหาวัตถุดิบจากคู่ค้าที่มีความเชี่ยวชาญและมีมาตรฐานสำหรับวัตถุดิบนั้นๆ และมีปริมาณมาก สามารถจัดส่งวัตถุดิบได้อย่างต่อเนื่อง และไม่ขาดช่วง เพื่อรองรับต่อคำสั่งซื้อของบริษัท ที่มีเข้ามาอย่างต่อเนื่อง วัตถุดิบที่สำคัญได้แก่

- **วัตถุดิบกุ้ง** ทางบริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด ได้ร่วมมือกับทางบริษัทผลิตกุ้งแปรรูปเบื้องต้น ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญในการจัดซื้อ และจัดหากุ้งสดแปรรูป ได้อย่างต่อเนื่อง ในราคาที่เหมาะสม เพื่อสนับสนุนคำสั่งซื้อจากทางลูกค้าที่มีเข้ามาอย่างมาก ซึ่งทางบริษัทดังกล่าวนี้ ยังเป็นสมาชิกสมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย และได้รับรองมาตรฐาน GMP และ HACCP ตามมาตรฐานการผลิตอาหารที่ดี และถูกสุขลักษณะ
- **วัตถุดิบปลาน้ำจืด** ทางบริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด มีคู่ค้าสำหรับการจัดหาวัตถุดิบปลาน้ำจืด หลายราย ซึ่งเป็นบริษัทจัดหาปลาน้ำจืดรายใหญ่ที่สุดในภาคกลางของประเทศไทย มีปริมาณวัตถุดิบปลาจำนวนมากในแต่ละวัน และมีประเภทของปลาที่หลากหลาย สามารถรองรับประเภทของปลาต่างๆ ในแต่ละคำสั่งซื้อได้ นอกจากนี้ยังมีแพปลา น้ำจืดขนาดใหญ่ที่เป็นพันธมิตรกับทางบริษัท ซึ่งเป็นแพปลาขนาดใหญ่ที่สุดในตลาดปลาคงลงสี่ จังหวัดปทุมธานี เป็นต้น
- **วัตถุดิบผัก** บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด มีการจัดหาวัตถุดิบผักตัดแต่งจากบริษัทที่จำหน่ายผักสด และผักตัดแต่งต่างๆ จากหลากหลายที่ และเป็นบริษัทขนาดใหญ่ที่สามารถสนับสนุนวัตถุดิบให้แก่ทางบริษัท ได้อย่างต่อเนื่อง และนอกจากนี้ยังมีการจัดหาวัตถุดิบผักสดเข้ามาเพื่อแปรรูป และผลิตให้กับคำสั่งซื้อจากต่างประเทศ เช่น ลูกค้าจากประเทศเยอรมนี โดยจัดหาโดยตรงจากฟาร์มผักของเกษตรกรโดยตรงด้วย เพื่อให้ได้ผักที่สด ใหม่ คุณภาพดี เพื่อส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพให้แก่ลูกค้า

■ ธุรกิจอื่นๆ

ศูนย์การค้าชุมชนหรือคอมมูนิตีมอลล์ การจัดซื้อจัดจ้างทั่วไป จะเน้นผู้ค้าที่อยู่ในละแวกใกล้เคียงกับคอมมูนิตีมอลล์เป็นหลักไว้ก่อน ส่วนการจัดซื้อจัดจ้างที่ต้องอาศัยประสบการณ์ หรือ ความชำนาญเป็นพิเศษ จะเป็นไปในวงกว้างโดยมีการเปรียบเทียบราคาอย่างน้อย 3 รายขึ้นไป

2.3.2 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิต

■ ภารกิจบรรจุกฎหมาย

บริษัทคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม จึงคัดสรรวัสดุอุปกรณ์ในการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค อีกทั้งมีกระบวนการในการจำกัดเศษสารเคมีที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น หมึกพิมพ์ และ สารละลาย ต่างๆ โดยการจ้างให้บริษัทผู้ได้รับอนุญาตอย่างถูกต้องตามกฎหมายนำไปรีไซเคิลหรือกำจัดอย่างถูกวิธี โดยตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัทได้มีนโยบายในทุกหน่วยงานประหยัดทรัพยากรธรรมชาติอย่างเคร่งครัด ทั้งในส่วนโรงงานที่เน้นย้ำเรื่องการควบคุมวัสดุสิ้นเปลืองหรือการรีไซเคิลวัสดุต่างๆ รวมถึงการควบคุมการใช้อุปกรณ์ภายในอาคารสำนักงานด้วย

■ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

[1] ธุรกิจร้านอาหาร

ในส่วนธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มนั้นผลกระทบหลักต่อสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การควบคุมของเสียจากการผลิตและการเก็บรักษา แต่เนื่องจากอาหารส่วนใหญ่จะเป็นอาหารที่ปรุงเมื่อมีการสั่งซื้อจากลูกค้าเท่านั้น เพราะเป็นข้อกำหนดในการให้บริการของร้านอาหาร ซึ่งหากมีการปรุงทิ้งไว้ อาจทำให้คุณภาพของอาหารลดลงได้ ดังนั้น จึงทำให้เกิดปัญหาในเรื่องอาหารเสียบ่อยมาก และอยู่ในระดับที่ควบคุมได้ ส่วนการเก็บรักษาจะมีระบบการนำมาใช้ตามหลัก First in First out (FIFO) รวมทั้งมีการประมาณปริมาณการสั่งซื้อและการใช้วัตถุดิบให้เหมาะสมกับยอดขายเพื่อควบคุมให้มีวัตถุดิบต่างๆ ในปริมาณที่เหมาะสมและป้องกันปัญหาวัตถุดิบคงค้างหมดอายุ

[2] ธุรกิจอาหารแปรรูป

บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด มีการผลิตสินค้าที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยน้ำเสียจากกระบวนการผลิตจากการผลิตสินค้าต่างๆ จะเข้าสู่การบำบัดตามมาตรฐานของระบบคุณภาพสากล เช่น GMP, HACCP และ BRC ก่อนปล่อยเข้าสู่ท่อน้ำทิ้งต่อไป ซึ่งทำให้แน่ใจได้ว่าของเสียที่ถูกปล่อยออกมาจะไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงชุมชนที่อยู่โดยรอบโรงงานอย่างแน่นอน

■ ธุรกิจอื่นๆ

ศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้าหรือแม้แต่คอมมูนิตีมอลล์นั้น เป็นสถานที่ที่ใช้รวมพบปะของกลุ่มคนจึงทำให้เป็นที่ที่มีขยะจำนวนมากและความสะอาดเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการ นอกเหนือจากความหลากหลายของร้านค้าภายในคอมมูนิตีมอลล์ บริษัทจึงให้ความสำคัญในการดูแลรักษาความสะอาด มีจุดรวมขยะสำหรับร้านค้าผู้เช่า ร่วมกันรณรงค์คัดแยกขยะเพื่อนำไปทำลายอย่างถูกวิธี สำหรับร้านอาหารที่มาเปิดทุกร้านจะต้องมีถังบำบัดน้ำเสียภายในร้านก่อนที่จะปล่อยไปสู่ระบบบำบัดน้ำของคอมมูนิตีมอลล์ และบริษัทได้ลงทุนทำระบบบำบัดน้ำเสียที่ได้มาตรฐานในการบำบัดน้ำเสียจากทุกส่วนของคอมมูนิตีมอลล์ก่อนที่จะปล่อยลงสู่สาธารณะเพื่อรักษาภาพสิ่งแวดล้อมของชุมชนให้เหมาะสม

2.4 งานที่ยังไม่ส่งมอบเฉพาะงานโครงการหรือชิ้นงานที่มีมูลค่าสูง และใช้เวลาในการส่งมอบงาน

-ไม่มี-

3. ปัจจัยความเสี่ยง

■ ธุรกิจสินค้าบรรจุภัณฑ์

ความเสี่ยงหลักของธุรกิจบรรจุภัณฑ์บริษัทมีดังนี้

[1] ความเสี่ยงด้านวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์แบบอ่อน ได้แก่ แผ่นฟิล์มพลาสติก สี และเม็ดพลาสติก หรือวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตขวดพลาสติกฟิอิตี ได้แก่ เม็ดพลาสติกฟิอิตี ซึ่งล้วนเป็นผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมีคอลที่มาจากน้ำมันเป็นหลัก ดังนั้นความผันผวนของราคาน้ำมันโลกจะมีผลกระทบกับต้นทุนของบริษัทเป็นอย่างมาก

แนวทางการแก้ไข บริษัทจะบริหารความเสี่ยงด้านการขาดแคลนวัตถุดิบและการปรับตัวของราคาวัตถุดิบ โดยจะมีระบบควบคุมคลังสินค้าที่ประสานกับระบบขายเพื่อประมาณการวัตถุดิบที่ต้องใช้อย่างใกล้ชิดเพื่อการสั่งซื้อวัตถุดิบในปริมาณที่เหมาะสมและเพียงพอต่อการผลิต และบริษัท จะบริหารความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบ โดยบริษัท

จะทำการสั่งซื้อล่วงหน้าไว้เป็นบางส่วน และประมาณการราคาโดยติดตามข่าวสารเพื่อการจัดเก็บสินค้าอย่างเหมาะสม เพื่อให้มีต้นทุนการผลิตที่ดีที่สุด

- [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

ในปี 2018 นี้บริษัทได้รับการรับรองระบบเพิ่มเติมดังนี้

- ISO9001 จากเดิมที่เป็น version 2008 มาเป็น ISO9001:2015
- BRC-IoP Issue 5 (British Retail Consortium - Institute of Packaging) ซึ่งเป็นมาตรฐานการรับรองระบบสำหรับธุรกิจผลิตบรรจุภัณฑ์เพื่อใช้ในเป็นบรรจุภัณฑ์ค้าปลีก

ซึ่งนอกจากจะช่วยลดความเสี่ยงด้านผลิตภัณฑ์ลงแล้ว ยังเป็นเพิ่มความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจจากลูกค้าเพิ่มขึ้นอีกทางหนึ่งด้วย

- [3] ความเสี่ยงจากสภาวะการแข่งขัน เนื่องจากแนวโน้มของพฤติกรรมผู้บริโภคนั้นมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาประกอบกับสภาวะเศรษฐกิจมีการขยายตัวลดลง จึงทำให้การแข่งขันของตลาดของบรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทอเนกประสงค์ และขวดพลาสติกพีอีที่ รุนแรงและเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งจะมีผลกระทบต่อรายได้ของบริษัท
- แนวทางการแก้ไข ถึงแม้บริษัทจะยังคงมีคู่แข่งอยู่ในตลาดบรรจุภัณฑ์อยู่มาก แต่บริษัท ก็ยังคงมีลูกค้าหลักหลายรายที่เป็นลูกค้าที่สั่งซื้อสินค้ากันอย่างต่อเนื่องยาวนาน ซึ่งปัจจุบันบริษัทได้มีการปรับปรุงคุณภาพของการผลิตบรรจุภัณฑ์ให้สูงขึ้นรวมถึงการเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และกำลังการผลิตเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันที่สามารถรองรับผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ของลูกค้าเดิม และเพื่อเพิ่มโอกาสการเข้าสู่ตลาดบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ

■ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

[1] ธุรกิจร้านอาหาร

1. ร้านอาหารบริการด่วน - เอ แอนด์ ดับบลิว (A&W)

ในปัจจุบันธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มมีการแข่งขันสูงอย่างต่อเนื่องมาหลายปี รวมทั้งมีการปรับตัวในหลาย ๆ เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินการแข่งขันและอยู่รอดได้ ทั้งนี้ความเสี่ยงในธุรกิจอาหารที่ได้จัดทำไว้ในปี 2560 นั้นยังคงเป็นสิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญต่อเนื่องถึงปัจจุบัน และยังคงต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องโดยมีหัวข้อหลักดังนี้

- ด้านพื้นที่ขายหรือการเปิดสาขา การลงทุนในการเปิดสาขาใหม่
- ด้านวัตถุดิบที่มีราคาสูงขึ้น
- ด้านบุคลากรที่ไม่เพียงพอในระดับปฏิบัติการ

สำหรับปี 2561 ในด้านที่มีการปรับตัวและประยุกต์ให้สอดคล้องกับปัจจุบัน มีดังนี้

- (1) ด้านสื่อการตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วผู้บริโภคเปลี่ยนการบริโภคจากสื่อสิ่งพิมพ์ทั่วไป เข้าสู่สื่อออนไลน์จำนวนมากขึ้นต่อปีสูงกว่าในอดีตมาก โดยการสื่อสารทางออนไลน์นั้นมีหลายช่องทางที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคประกอบทั้งรูปแบบที่จะนำเสนอเพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคมีความหลากหลายสูงมากซึ่งเป็นไปตามแต่ละกลุ่ม ดังนั้นการทำการตลาดจึงจำเป็นต้องมีการข้อมูลการทำงานที่เชิงกว้างและเชิงลึก เพื่อนำมาวิเคราะห์ในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้องแม่นยำ

แนวทางการแก้ไข

- มีปรับรูปแบบการออกสื่อการตลาดให้ทันสมัยและร่วมกับสื่อดิจิทัลออนไลน์ที่มีการดำเนินการร่วมกับการระบบการขนส่งที่รวดเร็วเพื่อตอบสนองผู้บริโภคที่หันมาเน้นความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น
- การวิเคราะห์ผลการทำการตลาดและติดตามผลอย่างต่อเนื่องร่วมกับทีมงานฝ่ายปฏิบัติการ

- (2) ความผันผวนทางการเมืองในประเทศไทย (Political Risk) อาจส่งผลกระทบต่อที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ชั้นในของกรุงเทพมหานคร หรือแหล่งในพื้นที่ธุรกิจสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อ ทั้งยอดขายที่เกิดขึ้น บุคลากร วัตถุดิบ เป็นต้น

แนวทางการแก้ไข

- การขยายสาขาที่อยู่ในพื้นที่รอบ ๆ กรุงเทพมหานครหรือให้มีการกระจายตัวเพื่อลดความเสี่ยงที่อาจจะส่งผลกระทบต่อดังกล่าว
- การทำแผนประเมินความเสี่ยงและแผนดำเนินการกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินอย่างเป็นรูปธรรม

2. ร้านอาหารคิทเชนพลัสและร้านอาหารบ้านครัวไทย

มีความเสี่ยงด้านพื้นที่ขายหรือการเปิดสาขา การลงทุนในการเปิดสาขาใหม่อันเนื่องมาจากการที่ร้านอาหารคิทเชนพลัส ส่วนใหญ่จะให้บริการใน โฮมโปร เซ็นเตอร์ และนอกจากนี้ด้านวัตถุดิบในท้องตลาดก็มีแนวโน้มที่มีราคาสูงขึ้น

อีกประการหนึ่งที่สำคัญคือ ความเสี่ยงจากการไม่ปฏิบัติตามมาตรฐานแฟรนไชส์ซึ่งธุรกิจแฟรนไชส์ประเภทร้านอาหารนั้นมีมาตรฐานและการควบคุมที่ค่อนข้างมาก เพราะนอกจากจะต้องทำตามแบบของการออกแบบและตกแต่งแล้ว ยังต้องดูแลคุณภาพและความสะอาดของอาหารซึ่งถือเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุดในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร จากนั้นจึงเป็นด้านอื่นๆ เช่น เครื่องแบบของพนักงาน การปรับแต่งร้านให้นำเข้ามาใช้บริการ เป็นต้น

[2] ธุรกิจอาหารแปรรูป

ความเสี่ยงหลักเป็นในเรื่องของการขาดแคลนวัตถุดิบในบางช่วงเวลา เช่นวัตถุดิบกุ้ง จะมีปริมาณน้อยในช่วงฤดูหนาว เนื่องจากทางเกษตรกรรมฟาร์มกุ้งบางรายจะมีการตากบ่อกุ้งเพื่อฆ่าเชื้อโรคต่างๆในบ่อกุ้ง และเป็นการทำความสะอาดบ่อกุ้งด้วย ทางบริษัท ได้มีการร่วมมือกับทางผู้จัดหาวัตถุดิบรายใหญ่หลายราย ที่สามารถจัดหาวัตถุดิบกุ้งได้อย่างต่อเนื่อง ไม่ให้เกิดการขาดแคลนวัตถุดิบ เพื่อสนับสนุนคำสั่งซื้อที่มีเข้ามาอย่างต่อเนื่อง เช่นคำสั่งซื้อสินค้ากุ้งแปรรูปที่มีเข้ามาตลอดทุกเดือน และสามารถจัดส่งสินค้าให้กับทางลูกค้าได้ตรงตามเวลา

■ ธุรกิจอื่นๆ

ปัจจัยความเสี่ยงของธุรกิจ คอมมูนิตีมอลล์ 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 เอ็นพีพีจี (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

มีสินทรัพย์ถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 มีมูลค่า ดังนี้

ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน และอาคาร	เจ้าของ	112.68	จำนองเป็นหลักประกันกับ ธนาคารแห่งหนึ่ง
2. เครื่องจักรและอุปกรณ์	เจ้าของ	197.74	- ไม่มี -
3. เครื่องใช้สำนักงานและยานพาหนะ	เจ้าของ	5.41	- ไม่มี -
4. อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	เจ้าของ	4.97	- ไม่มี -
รวม		320.80	

บริษัท ไทยเฟลคซีเบิลแพค จำกัด มีสินทรัพย์ถาวรที่สำคัญประกอบด้วย

ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน และ อาคาร	เจ้าของ	3.26	- ไม่มี -
2. เครื่องใช้สำนักงานและยานพาหนะ	เจ้าของ	1.38	- ไม่มี -
รวม		4.64	

บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด อินคอร์ปอเรชั่น จำกัด มีสินทรัพย์ถาวร และสินทรัพย์ไม่มีตัวตนสำคัญประกอบด้วย

ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ส่วนปรับปรุงอาคารเช่า	เจ้าของ	52.31	- ไม่มี -
2. เครื่องใช้สำนักงาน	เจ้าของ	21.93	- ไม่มี -
3. สิทธิการบริหารแฟรนไชส์	เจ้าของ	34.06	อายุสัญญา 20 ปี
รวม		108.30	

บริษัท พร่อมแพค จำกัด มีสินทรัพย์ถาวรที่สำคัญประกอบด้วย

ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน และอาคาร	เจ้าของ	6.54	จำนองเป็นหลักประกันกับ ธนาคารแห่งหนึ่ง
2. เครื่องจักรและอุปกรณ์	เจ้าของ	19.79	- ไม่มี -
3. เครื่องใช้สำนักงานและยานพาหนะ	เจ้าของ	0.56	- ไม่มี -
รวม		26.89	

บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด มีสินทรัพย์ถาวรที่สำคัญประกอบด้วย

ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดิน และอาคาร	เจ้าของ	7.86	- ไม่มี -
2. เครื่องจักรและอุปกรณ์	เจ้าของ	21.68	เช่าซื้อกับสถาบันการเงินแห่งหนึ่ง
3. เครื่องใช้สำนักงานและยานพาหนะ	เจ้าของ	2.56	- ไม่มี -
รวม		32.10	

บริษัท เดอะ ปริ๊โอ มอลล์ จำกัด มีสินทรัพย์ถาวรที่สำคัญประกอบด้วย

ลักษณะทรัพย์สิน	กรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. สิทธิการเช่า และอาคาร	เจ้าของ	179.77	จำนองเป็นหลักประกันกับ ธนาคารแห่งหนึ่ง
2. เครื่องใช้สำนักงานและยานพาหนะ	เจ้าของ	0.92	- ไม่มี -
รวม		180.69	

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัท มีนโยบายการลงทุนและประกอบธุรกิจต่างๆ ที่มีความต่อเนื่องและเป็นการสนับสนุนธุรกิจหลัก

4.3 นโยบายการบริหารงานในบริษัทย่อย และบริษัทร่วม

บริษัท จะส่งกรรมการหรือผู้บริหารของบริษัท เพื่อเป็นตัวแทนของบริษัทไปเป็นกรรมการในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมของบริษัทอย่างน้อยตามสัดส่วนการถือหุ้น เพื่อเป็นตัวแทนในการกำหนด นโยบายและดำเนินธุรกิจในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ให้มีความสอดคล้องกับนโยบายหลักของบริษัท

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

-ไม่มี-

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท

บริษัท เอ็นพีพีจี (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

ชื่อภาษาอังกฤษ

NPPG (THAILAND) PUBLIC COMPANY LIMITED

ชื่อย่อหลักทรัพย์

NPPG

ประเภทธุรกิจ

ผลิตและจำหน่าย

1. บรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทอ่อนตัว (Flexible Packaging)

เพื่อใช้สำหรับบรรจุสินค้าบริโภคประเภทต่างๆ ซึ่งกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัท ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร กลุ่มยา และกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค

2. ขวดพีอีที (PET : Polyethylene Terephthalate Bottle)

เพื่อใช้สำหรับบรรจุเครื่องดื่มต่างๆ ซึ่งกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัท ได้แก่ กลุ่มน้ำดื่ม และ น้ำผลไม้

เลขทะเบียนบริษัท

0107536001095

ราคาพาร์

1.00 บาท

ทุนจดทะเบียน

2,658,548,881 บาท

ทุนชำระแล้ว (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561)

1,899,034,915 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 1,899,034,915 หุ้น

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่

เลขที่ 283/99 อาคารโฮมเพลสออฟฟิศ บิลดิ้ง ชั้น 20 ซอยสุขุมวิท 55 (ทองหล่อ) ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110

เว็บไซต์

<http://www.nppg.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@nppg.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 ถือโดยบุคคลธรรมดาซึ่งไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ NPP)
ทุนจดทะเบียน	: 160 ล้านบาท
จำนวนหุ้น	: 160,000 หุ้น
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้	: หุ้นละ 1,000 บาท

2. บริษัท นิปปอน แพ็ค เทรดิง จำกัด

ประเภทธุรกิจ	: ดำเนินธุรกิจติดตั้งสื่อโฆษณา ในสถานีบริการปั้มน้ำมัน ปตท.ภายในร้านค้าปลีก จีพี
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105555103700
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 283/99 อาคารโฮมเพลส 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 บิลดิ้ง 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	: ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกขึ้นรูปด้วยระบบ Vacuum Forming เพื่อใช้สำหรับบรรจุสินค้าบริโภคประเภทต่างๆ
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105532039169
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 35/132 หมู่ที่ 2 ตำบลบางน้ำจืด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร
สัดส่วนการถือหุ้น	: ร้อยละ 95 (ร้อยละ 5 ถือโดยบุคคลธรรมดาซึ่งไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ NPPG)
ทุนจดทะเบียน	: 35 ล้านบาท
จำนวนหุ้น	: 350,000 หุ้น
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้	: หุ้นละ 100 บาท

5. บริษัท เอ็นพีพี ฟู้ด เซอร์วิส 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 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 56.69
ทุนจดทะเบียน	: 75 ล้านบาท
จำนวนหุ้น	: 750,000 หุ้น
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้	: หุ้นละ 100 บาท

8. บริษัท สยาม เกตเวย์ จำกัด

ประเภทธุรกิจ	: ให้บริการแบบครบวงจร (One stop Service) สำหรับธุรกิจบรรจุและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์
เลขทะเบียนบริษัท	: 0105561091416
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: 9/216 อาคารยูเอ็ม ทาวเวอร์ ชั้น 21 ถนนรามคำแหง แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250
สัดส่วนการถือหุ้น	: ร้อยละ 49
ทุนจดทะเบียน	: 50 ล้านบาท
จำนวนหุ้น	: 10,000,000 หุ้น
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้	: หุ้นละ 5 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 ออลซีซั่นสโพลส ถนนวิฑู แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330 โทรศัพท์ 0-2205-8222 โทรสาร 0-2654-3339