



บริษัท โกลบอล คอนเน็คชั่นส์ จำกัด (มหาชน)
GLOBAL CONNECTIONS PUBLIC COMPANY LIMITED

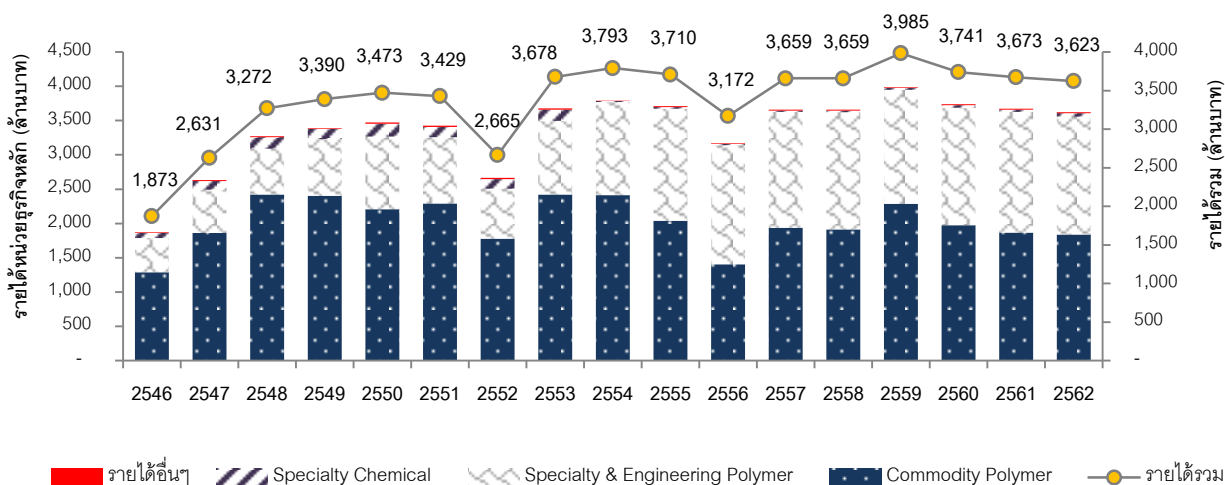
ส่วนที่ 1
การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท โกลบอล คอนเน็คชั่นส์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) เป็นตัวแทนจำหน่ายวัตถุดิบที่เกี่ยวข้องกับพลาสติกและปิโตรเคมี รวมถึงสารเติมแต่งที่ใช้ในกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์พลาสติกและปิโตรเคมีอื่นๆ โดยบริษัทเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้าให้กับบริษัทชั้นนำ ทั้งในด้านการผลิตและเทคโนโลยี จากภายในประเทศและต่างประเทศรวมกันกว่า 30 บริษัท อาทิเช่น บริษัท จีซี มาร์เก็ตติ้ง โซลูชันส์ จำกัด (GCM) เป็นบริษัทย่อยของบริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) (PTTGC) ซึ่งเป็นบริษัทร่วมในกลุ่มธุรกิจปิโตรเลียมและการกลั่นของ บมจ. ปตท. (PTT) ดำเนินธุรกิจทางการตลาดและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โพลีเมอร์ของกลุ่มปตท. ซึ่งดำเนินธุรกิจพลังงานและปิโตรเคมีอย่างครบวงจรรายใหญ่ของประเทศไทย และผู้ผลิตสากลชั้นนำ อาทิเช่น ExxonMobil Chemical, Eastman Chemical, DuPont Performance Specialty Products (Thailand) Limited, และ Chi Mei Corporation เป็นต้น ทำให้บริษัทเป็นบริษัทไทยที่เป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัทผู้ผลิตเม็ดพลาสติก สารเติมแต่ง และเคมีภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมพลาสติกและปิโตรเคมีที่หลากหลายที่สุดในประเทศไทย

บริษัทก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 27 กันยายน 2537 ด้วยทุนจดทะเบียน 2 ล้านบาท โดยเริ่มดำเนินการเชิงพาณิชย์ในวันที่ 1 เมษายน 2538 โดยกลุ่มผู้ก่อตั้งที่มีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมพลาสติกจนถึงปัจจุบันมากกว่า 30 ปี ด้วยประสบการณ์ของทีมผู้บริหารเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้บริษัทมีผลกำไรอย่างต่อเนื่อง

โครงสร้างรายได้บริษัท ระหว่างปี 2546-2562

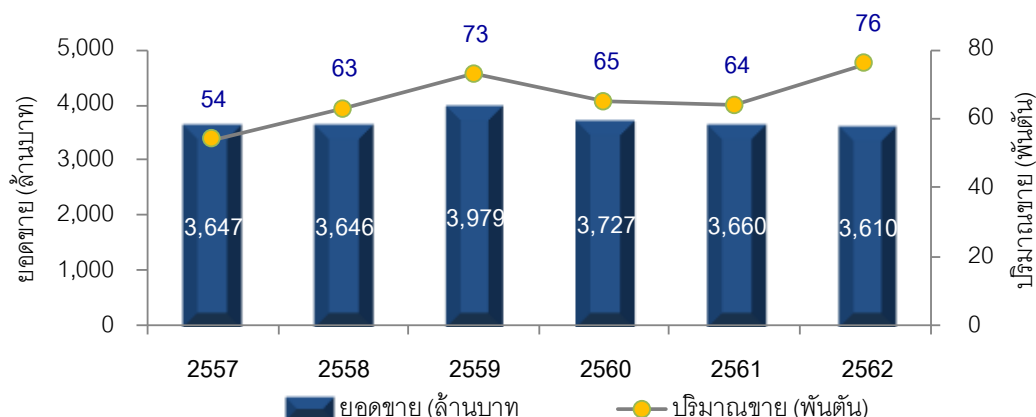


แหล่งที่มา: ข้อมูลบริษัท

หมายเหตุ: จากแผนภาพข้างต้น

- รายได้สำหรับปี 2552 มูลค่า 2,665 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 22 จากปี 2551 ที่มีรายได้ 3,429 ล้านบาท เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกาที่ชะลอตัวลง กอปรกับราคาสินค้าที่ลดลงตามความผันผวนของราคาน้ำมัน
- รายได้ระหว่างปี 2555-2556 ลดลง เหตุผลส่วนหนึ่งเกิดจากการเปลี่ยนแปลงสัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายในเดือนกรกฎาคม 2555
- รายได้สำหรับปี 2562 ลดลง เหตุผลมาจากข้อขัดแย้งทางการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกาและจีน มีผลให้ราคาเม็ดพลาสติกส่วนใหญ่ราคาลดลงมากกว่า 25% เพราะความต้องการใช้เม็ดพลาสติกลดลงไปมาก

กราฟแสดงความสัมพันธ์ยอดขาย (ล้านบาท) และปริมาณขาย (พันตัน) ระหว่างปี 2557-2562



แหล่งที่มา: ข้อมูลบริษัท

ในปี 2562 มียอดขาย 3,610 ล้านบาท ลดลง 50 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 1 จากยอดขายปี 2561 จำนวนเงิน 3,660 ล้านบาท และมีปริมาณสินค้าที่ขายได้ 76 พันตัน เพิ่มขึ้น 12 พันตัน คิดเป็นร้อยละ 19 จากปี 2561 ที่มีประมาณ 64 พันตัน รายได้ในปี 2562 ลดลง สาเหตุหลักมาจากการลดลงของราคาน้ำมันดิบ ซึ่งสัมพันธ์กับราคาเม็ดพลาสติกประกอบกับมีอุปทานเม็ดพลาสติกจากต่างประเทศ ทำให้ราคาเม็ดพลาสติกในประเทศมีการปรับลดราคาลง แต่หากพิจารณาปริมาณสินค้าที่ขาย พบว่าเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ทั้งในส่วนของกลุ่ม Commodity และ Specialty เนื่องจากสามารถขยายฐานลูกค้าใหม่และติดตามให้ลูกค้าเดิมกลับมาซื้อได้ รวมถึงลูกค้าที่ย้ายฐานการผลิตมาไทย อันเนื่องจากสงครามการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกา-จีน

ในปี 2563 ปัจจัยภายในจะเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของเศรษฐกิจไทย เช่น มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจเพิ่มเติมจากภาครัฐ การเร่งรัดเบิกจ่ายงบประมาณ นโยบายการเงินและการคลังที่ผ่อนคลายมากขึ้น ประกอบกับการย้ายสายการผลิตมาลงทุนในประเทศไทยจากผลของสงครามการค้า รวมถึงการดำเนินงานภายใต้แผนงานเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) อาจส่งผลให้เศรษฐกิจไทยปี 2563 ขยายตัวได้ อันจะนำมาซึ่งผลประกอบการของบริษัทที่จะเติบโตขึ้นได้ในอนาคต แต่อย่างไรก็ตามในปี 2563 ยังมีปัจจัยท้าทายรออยู่ อาทิ เศรษฐกิจหลักของโลกชะลอตัว ผลกระทบจากสถานการณ์สงครามการค้าที่ยังคงอยู่ระหว่างสหรัฐอเมริกาและจีน อัตราแลกเปลี่ยนค่าเงินที่ผันผวน สภาพกำลังซื้อภาคเอกชนไทย และความตึงเครียดในตะวันออกกลาง

บริษัทแบ่งหน่วยธุรกิจออกเป็น 3 หน่วยธุรกิจหลัก ได้แก่

1. หน่วยธุรกิจ Commodity Polymers
2. หน่วยธุรกิจ Specialty and Engineering Polymers
3. หน่วยธุรกิจ Specialty Chemical, Intermediate, and Additives

สินค้าทั้ง 3 หน่วยธุรกิจหลักครอบคลุมตั้งแต่ Commodity Polymers ซึ่งเป็นวัตถุดิบพื้นฐานในการแปรรูปสินค้าพลาสติกทั่วไป และสินค้า Specialty and Engineering Polymers ซึ่งเป็นเม็ดพลาสติกเกรดพิเศษที่ให้ความแข็งแรง คงทน และคุณสมบัติอื่นที่เหมาะสมกับงานด้านอุตสาหกรรม จนถึงสินค้า Specialty Chemical, Intermediate, และ Additives ซึ่งเป็นสารเติมแต่งชนิดพิเศษที่เป็นสินค้าที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารเติมแต่งมีคุณสมบัติพิเศษเพิ่มขึ้น เช่น การป้องกันการเกิดปฏิกิริยา Oxidation การป้องกันรังสี UV การป้องกันเชื้อราและแบคทีเรีย และการป้องกันการเกิดไฟฟ้าสถิตย์ เป็นต้น

โดยในปี 2562 บริษัทมีรายได้รวม 3,623 ล้านบาท แบ่งเป็นรายได้จากสินค้า Commodity Polymers 1,838 ล้านบาท รายได้จากสินค้า Specialty and Engineering Polymers 1,722 ล้านบาท รายได้จาก Specialty Chemical, Intermediate, and Additive 50 ล้านบาท และรายได้อื่นๆ 13 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51, 48, 1 และ 0 ของรายได้รวม ตามลำดับ

บริษัทมีความเสี่ยงที่สำคัญ ได้แก่ ความเสี่ยงจากหนี้สูญของลูกค้าหนี้การค้า ความเสี่ยงทางด้านอัตราแลกเปลี่ยน ความเสี่ยงจากเงินทุนหมุนเวียน ความเสี่ยงจากการผันผวนของราคาสินค้าในตลาดโลก เป็นต้น ทั้งนี้ บริษัทได้ให้ความสำคัญในการบริหารความเสี่ยงด้านต่างๆ อย่างใกล้ชิด ดังรายละเอียดที่ได้กล่าวไว้ในเรื่องปัจจัยเสี่ยง

สรุปฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน

	2560	2561	2562
ฐานะการเงิน (ล้านบาท)			
สินทรัพย์หมุนเวียน	1,119	1,154	1,054
สินทรัพย์รวม	1,242	1,268	1,185
หนี้สินหมุนเวียน	784	808	698
หนี้สินรวม	797	817	707
ส่วนของผู้ถือหุ้น	445	451	478
ผลการดำเนินงาน (ล้านบาท)			
รายได้จากการขาย	3,727	3,660	3,610
กำไรขั้นต้น	247	263	274
กำไรจากการดำเนินงาน	126	124	154
กำไรสำหรับปี	90	86	115
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น	-	0.4	-
กำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี	90	86	115
อัตราส่วนทางการเงิน			
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ร้อยละ)	6.88	6.84	9.36
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ร้อยละ)	20.44	19.17	24.72
อัตรากำไรสุทธิ (ร้อยละ)	2.40	2.35	3.18
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	1.43	1.43	1.51
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	1.79	1.81	1.48
มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้น (บาท)	2.22	2.25	2.39
กำไรต่อหุ้น (บาท)	0.45	0.43	0.57

1.1 นโยบายในการดำเนินงานของบริษัทในภาพรวม ตามที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด

วิสัยทัศน์: พันธมิตรที่ดีที่สุดในการตอบสนองความต้องการวัตถุดิบอุตสาหกรรม

Vision: Your best services for value creation in raw material supply

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของ วิสัยทัศน์และเป้าหมายหลักของบริษัททั้งระยะสั้นและระยะยาวดังนั้น จึงกำหนดให้คณะกรรมการบริษัทพิจารณาทบทวนและอนุมัติวิสัยทัศน์ เป้าหมาย ภารกิจ และกลยุทธ์ของบริษัทเป็นประจำทุกปี และมีบทบาทหน้าที่ในการติดตามผลการดำเนินงานให้มีการนำกลยุทธ์ของบริษัทไปถือปฏิบัติ และกำกับดูแลให้ผลการดำเนินงานหรือกระบวนการทำงานของบริษัท เป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ และเป้าหมายหลักของบริษัท

โดยคณะกรรมการบริษัทมอบหมายให้คณะกรรมการบริหาร (Executive Committee) เป็นผู้รับผิดชอบกำกับดูแล/บริหารงานให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ และนำผลการดำเนินงานของบริษัทรายงานให้แก่คณะกรรมการบริษัทรับทราบในทุกไตรมาส หรือหากมีประเด็นเร่งด่วนที่มีผลกระทบอย่างมีสาระสำคัญต้องรายงานอย่างทันกาลเสมอ

อย่างไรก็ตาม บริษัทจัดให้มีการประชุมคณะผู้บริหาร (Management Meeting) เดือนละครั้ง ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหารระดับผู้จัดการ (Manager) จนถึงกรรมการบริหาร (Executive Director) เพื่อพิจารณากำหนดแผนกลยุทธ์ทั้งระยะสั้นและระยะยาวของบริษัทให้สามารถบรรลุเป้าหมายหลักของบริษัท พร้อมทั้งติดตามผลการดำเนินงานของบริษัทงบประมาณ เทคโนโลยีสารสนเทศ นโยบายการเปิดเผยข้อมูล การจัดการข้อมูลลับไม่ให้รั่วไหลซึ่งอาจมีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัท การดูแลสภาพคล่องทางการเงินและความสามารถในการชำระหนี้ และพิจารณาบริหารความเสี่ยงของบริษัทร่วมกัน และสื่อสารข้อมูลเหล่านี้ให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนรับทราบตามความเหมาะสม เพื่อปลูกฝังค่านิยมการกำกับดูแลกิจการที่ดีให้กับทุกคนจนกลายเป็นวัฒนธรรมขององค์กร

ในที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 5/2562 เมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2562 บริษัทนำเสนอวิสัยทัศน์ เพื่อพิจารณา ทบทวนพร้อมกับการพิจารณางบประมาณประจำปี 2563 และจากการพิจารณา คณะกรรมการบริษัทมีมติเห็นชอบกับวิสัยทัศน์ที่นำเสนอมา ซึ่งสื่อให้เห็นถึงความมุ่งมั่นเป็นพันธมิตรในการสร้างคุณค่าร่วมกับผู้ผลิตและผู้ค้าผ่านการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ และมีเป้าหมายเป็นตัวแทนจำหน่ายที่ให้บริการได้ครบวงจร เป็นศูนย์รวมความรู้และเทคโนโลยีล่าสุดจากผู้ผลิตชั้นนำของโลก และให้คำปรึกษาทางวิชาการที่เป็นประโยชน์ทั้งในด้านการผลิตและเชื่อมโยงต่อไปถึงด้านการตลาด นอกจากนี้ บริษัทถือหลักพันธมิตรในการทำธุรกิจกับผู้ผลิต และสถาบันการเงินที่เน้นการเกื้อกูลกันเพื่อการค้าในระยะยาว โดยกำหนดพันธกิจ แนวทาง และเป้าหมายไว้ดังนี้

พันธกิจ:

- มุ่งมั่นในการเป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ไม่ทำผิดกฎหมายและมีจรรยาบรรณ
- มุ่งสร้างการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน ทั้งในด้านของผลกำไรและรายได้
- มุ่งมั่นพัฒนาความรู้ ทักษะ ความเชี่ยวชาญของบุคลากรอย่างต่อเนื่องสู่ความเป็นมืออาชีพ เพื่อก้าวไปสู่ความเป็นผู้นำทางการตลาด และรักษาความสามารถในการแข่งขัน
- เป็นผู้นำทางการตลาด มีสินค้าครบวงจร การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตคุณภาพระดับสากล การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า
- ฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานให้มีความรู้ความชำนาญในการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง
- การเป็นสื่อกลางในการสรรหาผู้ผลิตที่ดีที่สุด โดยส่งมอบเทคโนโลยีทันสมัย เพื่อสร้างบริการที่มีคุณค่าสู่ลูกค้า
- พัฒนา นวัตกรรมจากภายใน เพื่อสร้างรายได้ หรือลดค่าใช้จ่าย หรือประโยชน์ต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม

กลยุทธ์องค์กร:

- รักษาตำแหน่ง(Market Positioning) และขยายฐานทางการตลาด
- รักษาความเป็นพันธมิตรที่เข้มแข็งกับทั้งผู้ผลิต ลูกค้า และสถาบันการเงิน
- นำเสนอการแก้ไขปัญหาให้อย่างมืออาชีพและครบวงจร
- เป็นผู้นำสำหรับผู้ผลิตที่มีเทคโนโลยีขั้นสูง
- ขยายธุรกิจไปสู่อุตสาหกรรมที่มีการเติบโต
- พัฒนาดลาดสินค้าและแอปพลิเคชันจากกระยะเริ่มต้น
- สะสมและบริหารจัดการฐานข้อมูลลูกค้าให้เกิดประโยชน์สูงสุด
- ศึกษาพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับ channel ในการทำ Digital Marketing

กลยุทธ์สำหรับปี 2563 : E-VCOP

- E :** เพิ่มยอดขายอย่างมีคุณภาพ ขยายฐานลูกค้า พร้อมๆกับการบริหารระดับสินค้าคงคลังอย่างเหมาะสม
Expansion our Quality Sales Value, Customer base with optimal inventory level
- V :** สร้างมูลค่าเพิ่มจากการพัฒนางาน นวัตกรรม สร้างความแตกต่างนำเสนอเป็น Solution
Value creation thru Innovation, Differentiation and Solution
- C :** ใกล้พอจะรู้ว่า จังหวะซื้อขาย แนวโน้มราคา สร้างความไว้วางใจ
Closely work with Customer and Supplier for data Integration
- O :** ประสานสัมพันธ์ ลดข้อผิดพลาดในการทำงาน เพิ่มประสิทธิภาพ ลดค่าใช้จ่าย
Operation Excellence
- P :** จูงใจให้พนักงานก้าวหน้า ส่งเสริมการพัฒนาตนเอง ทำงานร่วมกับคู่ค้าเพื่อเติบโตไปด้วยกัน
People motivation and Partnership

เป้าหมายของบริษัทในด้านต่างๆ:

เป้าหมายด้านการดำเนินธุรกิจ

- ดำเนินธุรกิจกับผู้ประกอบวิชาชีพ (Professional) ภายใต้นโยบายกำกับดูแลกิจการ/ธรรมาภิบาลที่ดี โดยให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน
- ดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานการให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะความเสี่ยงหลักในเรื่องของหนี้สูญ

เป้าหมายด้านยอดขายและกำไร

- รักษาการเติบโตที่ยั่งยืนทั้งในส่วนของยอดขายและกำไรสุทธิจากฐานธุรกิจปัจจุบัน บริษัทมีเป้าหมายการเติบโตของปริมาณสินค้าขายและกำไรขั้นต้นเท่ากับร้อยละ 8 และสำหรับระยะยาว 3-5 ปีข้างหน้า บริษัทมีเป้าหมายการเติบโตของปริมาณสินค้าขายและกำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 5-8 ต่อปี โดยเป้าหมายดังกล่าวจะสอดคล้องกับตัวเลข GDP ของประเทศไทย
- บริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

เป้าหมายด้านสินค้า

- การมีสินค้าที่ครบวงจรจากผู้ผลิตที่มีคุณภาพสินค้าดีที่สุดหรือผู้ผลิตที่มีกำลังการผลิตสูงที่สุดในอันดับต้นๆ ของโลกไว้ให้บริการลูกค้าอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องตลอดเวลา
- การเพิ่มชนิดของสินค้า และบริการ/สนับสนุนสินค้าที่สามารถขายควบคู่กับสินค้าปัจจุบันของบริษัท อาทิ สารเติมแต่ง หรือบริการ Cooling Tower Cleaning Solution
- การวิจัยและพัฒนา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ ให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น
- ลดระดับสินค้าคงคลังที่เคลื่อนไหวช้า

เป้าหมายด้านลูกค้า

- เน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ให้ทันกับภาวะการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น
- การสร้างความไว้วางใจกับลูกค้า โดยมีนโยบายการขายเสมือนเป็นพันธมิตรกับซัพพลายเออร์และลูกค้าผู้แปรรูป
- การสร้างความไว้วางใจและให้ความเคารพต่อผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทในทุกๆ ด้าน
- การสร้างฐานลูกค้าเดิมให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้นและขยายฐานลูกค้าใหม่ในลักษณะพันธมิตรระยะยาวต่อเนื่อง
- การสร้างความพร้อมในการแข่งขันและสร้างเป้าหมายในการขยายธุรกิจไปยังกลุ่มลูกค้าในระดับภูมิภาค

เป้าหมายด้านซัพพลายเออร์และสถาบันการเงิน

- การสร้างความสัมพันธ์และความไว้วางใจกับซัพพลายเออร์และสถาบันการเงินในลักษณะพันธมิตรระยะยาว โดยเน้นความโปร่งใส เปิดเผยข้อมูลที่ถูกต้อง และทันต่อเหตุการณ์
- ลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพให้ซัพพลายเออร์ในลักษณะการให้บริการของบริษัทแบบครบวงจร (Total Outsourcing Solution) ทั้งด้านการตลาด การขาย การบริการด้านเทคนิค และโลจิสติกส์
- การร่วมพัฒนารูทกับซัพพลายเออร์และสถาบันการเงิน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของทั้งสองฝ่าย

แผนการดำเนินงาน

- รักษาฐานลูกค้าที่มีสถานะทางการเงินที่ดี มีการเติบโตทางธุรกิจหรือมีแนวโน้มที่ดี มองเห็นคุณค่าการบริการของบริษัท
- เพิ่มสัดส่วนทางการตลาดและขยายกลุ่มสินค้าในฐานลูกค้าเป้าหมาย
- จัดหาผู้ผลิตที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะในสินค้า Additive เพื่อเพิ่มฐานของผลิตภัณฑ์ ที่มีคุณภาพและมีอัตรากำไรที่ดี
- จัดให้มีโครงการ S-curve เพื่อศึกษา และพัฒนา ธุรกิจใหม่ รวมถึงธุรกิจที่ต่อยอดจากธุรกิจเดิม พัฒนารูปแบบการจัดจำหน่าย
- จัดให้มีโครงการคิดค้นพัฒนาปรับปรุงนวัตกรรมกระบวนการทำงาน เพื่อสร้างรายได้ ลดค่าใช้จ่ายอย่างต่อเนื่อง
- เพิ่มคุณค่าในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีความชำนาญ พร้อมขยายฐานลูกค้าเพิ่มมากขึ้น
- ลดค่าใช้จ่ายที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ทางการขายหรือที่จะเพิ่มผลผลิตภาพ โดยปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงาน เพื่อลดส่วนสูญเสีย ตลอดจนเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการเงินทุนหมุนเวียน

1.2 การเปลี่ยนแปลงและแผนการที่สำคัญ

ลำดับเหตุการณ์ที่สำคัญของบริษัท

- ปี 2537 ก่อตั้งบริษัทขึ้นด้วยทุนจดทะเบียน 2 ล้านบาท ในชื่อ “บริษัท โกลบอล คอนเน็คชั่นส์ จำกัด” เมื่อวันที่ 27 กันยายน 2537
- ปี 2539 บริษัทได้รับการแต่งตั้งจากบริษัท เอสซีจี พลาสติก จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท ซีซีซี เคมีภัณฑ์ จำกัด) ให้เป็นตัวแทนจำหน่าย ซึ่งเป็นการเริ่มต้นการค้ากับกลุ่มปิโตรเคมีของปูนซิเมนต์ไทย โดยในขณะนั้น บริษัทยังเป็นตัวแทนจำหน่ายที่มียอดขายเป็นอันดับ 17 ของบริษัท เอสซีจี พลาสติก จำกัด และยังได้รับการแต่งตั้งจาก Eastman Chemical ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าเกรดพิเศษ (Specialty Product) และการทำการค้ากับบริษัทข้ามชาติ หลังจากนั้น มีบริษัทระดับโลกหลายรายได้ติดต่อให้บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า และบริษัทได้มีการเพิ่มทุนเป็น 10 ล้านบาท
- ปี 2540 บริษัทเพิ่มทุนเป็น 20 ล้านบาท เพื่อรองรับการขยายตัวของบริษัท
- บริษัทได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายของ DuPont Engineering Polymers ปัจจุบันชื่อ DuPont Performance Specialty Products (Thailand) Limited ผู้ผลิตเม็ดพลาสติก POLYAMIDE 66 หรือ NYLON 66 ที่ใหญ่ที่สุดในโลก และเป็นตัวแทนจำหน่ายของ Chi Mei Corporation ผู้ผลิต ABS รายใหญ่ที่สุดของโลก
- ปี 2543 บริษัทได้รับแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายของ Advance Elastomer Systems (AES) ซึ่งภายหลังได้ถูกควบรวมกิจการ และเปลี่ยนชื่อเป็น ExxonMobil ซึ่งเป็นผู้ผลิตเม็ดพลาสติก PP ผสมยางที่ใหญ่ที่สุดในโลก
- ปี 2546 บริษัทเพิ่มทุนเป็น 100 ล้านบาท และย้ายที่ตั้งคลังสินค้ามาอยู่บริเวณที่ตั้งปัจจุบันที่ถนนกิ่งแก้ว ซึ่งเป็นที่ตั้งยุทธศาสตร์ เนื่องจากอยู่ใกล้ลูกค้า มีความสะดวกรวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่ายในการขนส่งจากแหล่งผลิตในประเทศที่นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด หรือสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศผ่านทางท่าเรือน้ำลึกแหลมฉบัง
- ปี 2547 บริษัทได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายจาก ExxonMobil Chemical ซึ่งเป็นบริษัทที่ผลิตปิโตรเคมีที่ใหญ่ที่สุดในโลก และ Rio Tinto Mineral Asia Pte., Ltd.
- บริษัทได้ย้ายที่ตั้งของสำนักงานใหญ่มาอยู่ที่เดียวกับคลังสินค้าเพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการดำเนินงาน

- ปี 2548 บริษัทจดทะเบียนแปรสภาพและเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น “บริษัท โกลบอล คอนเน็คชั่นส์ จำกัด (มหาชน)” เมื่อวันที่ 17 มีนาคม 2548

บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 200 ล้านบาท เพื่อเสนอขายต่อประชาชน โดยบริษัทได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ให้เสนอขายหุ้นต่อประชาชนทั่วไป เมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน 2548

เมื่อวันที่ 6 ธันวาคม 2548 ได้เปิดให้มีการซื้อขายหุ้นสามัญของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นครั้งแรก ในหมวดปิโตรเคมี ภายใต้ชื่อย่อ “GC”

- ปี 2549 เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2549 คุณชนิตร์ ชาญชัยณรงค์ ลาออกจากการเป็นกรรมการและกรรมการตรวจสอบ เพื่อไปดำรงตำแหน่งสำคัญที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยคณะกรรมการบริษัทมีมติแต่งตั้ง คุณสุชาติ ศุภยัคฆ์ เป็นกรรมการ กรรมการตรวจสอบ และกรรมการอิสระของบริษัท มีผลตั้งแต่วันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2549

- ปี 2555 บริษัทยุติบทบาทการเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของบริษัท เอสซีจี พลาสติกส์ จำกัด ด้วยความเห็นพ้องร่วมกัน ในขณะเดียวกันได้จัดหาสินค้าทดแทน โดยได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าให้กับ บริษัท จี ซี มาร์เก็ตติ้ง โซลูชั่นส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของกลุ่ม ปตท. โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2555 เป็นต้นมา

- ปี 2557 บริษัทลงนามร่วมมือด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดกับบริษัท เทคโนโลยีโนกรีน จำกัด เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2557 เกี่ยวกับสินค้านวัตกรรมใหม่ในการขจัดคราบน้ำมัน โดยให้ย่อยสลายได้ในธรรมชาติ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน โดยการสร้างความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมเข้าสู่กระบวนการทำธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรม

บริษัทได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน เลขที่ 2109/2557 ลงวันที่ 9 กันยายน 2557 โดยได้รับการส่งเสริมการลงทุนในกิจการประเภท 7.12 กิจการศูนย์จัดหาจัดซื้อชิ้นส่วนและผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ (International Procurement Office-IPO)

- ปี 2559 เมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2559 บริษัทซื้อสินทรัพย์เพื่อดำเนินธุรกิจในโครงการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ชนิดติดตั้งบนหลังคาอาคาร (PV Solar Rooftop) กำลังการผลิตติดตั้ง 114.35 กิโลวัตต์ เพื่อจำหน่ายไฟฟ้าให้กับการไฟฟ้านครหลวง มูลค่าเงินลงทุนประมาณ 7 ล้านบาท และ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 อายุสัมปทานคงเหลือ 22 ปี

- ปี 2560 บริษัทได้รับการรับรองให้เป็นสมาชิกของโครงการแนวร่วมปฏิบัติ (Collective Action Coalition against corruption) ของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต เมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2560 เพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจปราศจากการผูกขาด เน้นการใช้ระบบกลไกตลาดและการแข่งขันด้วยราคาและคุณภาพ สินค้าเป็นหลัก และส่งเสริม/ผลักดันให้เกิดการประกอบธุรกิจอย่างโปร่งใส ซึ่งเป็นโครงการที่ได้รับการสนับสนุนการจัดตั้งโดยรัฐบาลและสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.) และดำเนินการจัดตั้งโดยความร่วมมือของ 8 องค์กรชั้นนำในภาคเอกชนไทย ได้แก่ สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) หอการค้าไทย หอการค้าต่างชาติ สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย สมาคม

ธนาคารไทย สมาธุรกิจตลาดทุนไทย สมาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และสมาคมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

บริษัทได้รับรางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่นด้านนักลงทุนสัมพันธ์ (Investor Relations Awards) สำหรับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดไม่เกิน 3,000 ล้านบาท จากงาน SET AWARD 2560 ด้วย

- ปี 2561 บริษัทได้รับโล่รางวัลและประกาศนียบัตรรับรองความสามารถทางนวัตกรรมและองค์กรนวัตกรรมยอดเยี่ยม (INNOVATION ORGANIZATION) ประจำปี 2561 จากการเป็นองค์กรที่มีการส่งเสริมทางด้านนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อองค์กรที่เติบโตอย่างยั่งยืน เมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2561

จากการสำรวจการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียน บริษัทได้รับการประเมินอยู่ในรายชื่อบริษัทที่มีคะแนนระดับ “ดีเลิศ” (Excellent) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย เป็นปีที่ 2 ต่อเนื่องจากปี 2560

- ปี 2562 จากการสำรวจการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียน บริษัทได้รับการประเมินอยู่ในรายชื่อบริษัทที่มีคะแนนระดับ “ดีเลิศ” (Excellent) จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย เป็นปีที่ 3 ต่อเนื่องจากปี 2560

ดร.พิสิฐ ลิ้อาธรรม แจ้งความประสงค์ขอลาออกจากการเป็นกรรมการ ประธานกรรมการตรวจสอบ และกรรมการอิสระของบริษัท เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2562 โดยคณะกรรมการบริษัทมีมติแต่งตั้งคุณชนิตร์ ชาญชัยณรงค์ เป็นกรรมการ กรรมการตรวจสอบ เข้าดำรงตำแหน่งแทนตามวาระที่คงเหลืออยู่ และได้แต่งตั้งคุณธานี พุฒิพันธุ์พุทธิ เป็นประธานกรรมการตรวจสอบ โดยมีผลนับตั้งแต่วันที่ 9 สิงหาคม 2562 เป็นต้นไป

บริษัทได้รับรางวัลบริษัทจดทะเบียนดีเด่น และได้รับการเสนอชื่อเข้าชิงรางวัล Investor Relations Awards ในกลุ่ม Business Excellence สำหรับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดไม่เกิน 3,000 ล้านบาท จากงาน SET AWARD 2019 เมื่อวันที่ 26 พฤศจิกายน 2562 ณ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัทจัดทำโครงการสะสมหุ้นสำหรับพนักงาน (Employee Joint Investment Program : EJIP) ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2562 – 31 ธันวาคม 2564 รวมระยะเวลา 3 ปี

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท -ไม่มี-

1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่ -ไม่มี-

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท โกลบอล คอนเน็คชั่นส์ จำกัด (มหาชน) เป็นตัวแทนจำหน่ายวัตถุดิบที่เกี่ยวข้องกับพลาสติกและปิโตรเคมี รวมถึงสารเติมแต่งที่ใช้ในกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์พลาสติกและปิโตรเคมีอื่นๆ โดยบริษัทเป็นผู้แทนจำหน่ายสินค้าจากบริษัทชั้นนำในด้านกำลังการผลิตและเทคโนโลยีทั้งในประเทศและต่างประเทศกว่า 30 บริษัท ซึ่งถือว่าเป็นบริษัทไทยที่เป็นตัวแทนจำหน่ายเม็ดพลาสติกและเคมีภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมพลาสติกและปิโตรเคมีที่มีสินค้าหลากหลายที่สุดในประเทศไทย (ที่มา: ข้อมูลจากบริษัท) โดยซัพพลายเออร์ทั้งในและต่างประเทศของบริษัทส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีกำลังการผลิตเป็นอันดับต้นๆ ของประเทศและของโลก

บริษัทมีฐานลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการโรงงานแปรรูปพลาสติก ยาง และอื่นๆ จำนวนมากกว่า 2,500 ราย ครอบคลุมในหลากหลายอุตสาหกรรม อาทิ บรรจุภัณฑ์อุตสาหกรรม บรรจุภัณฑ์อาหาร บรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคล ชิ้นส่วนยานยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า ชิ้นส่วนอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ชิ้นส่วนเฟอร์นิเจอร์ เครื่องกีฬา เครื่องเขียน และของเด็กเล่น เป็นต้น

โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้	2560		2561		2562	
	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	ร้อยละ	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	ร้อยละ	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	ร้อยละ
Commodity Polymers	1,976	53	1,869	51	1,838	51
Specialty and Engineering Polymers	1,714	46	1,757	48	1,722	48
Specialty Chemical, Intermediate, and Additive	37	1	34	1	50	1
รวมรายได้จากการขาย	3,727	100	3,660	100	3,610	100
รายได้อื่น	14	-	13	-	13	-
รวมรายได้ทั้งสิ้น	3,741	100	3,673	100	3,623	100
อัตราการเติบโตของรายได้ (%)	(6%)		(2%)		(1%)	

หมายเหตุ:

รายได้อื่น หมายถึง รายได้ที่มาจากค่านายหน้ารับจากการติดต่อประสานงานเป็นตัวแทนขายสินค้าให้แก่ซัพพลายเออร์ต่างประเทศ ดอกเบี้ยรับจากธนาคาร กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และกำไรจากการขายสินทรัพย์ รายได้จากการจำหน่ายไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ที่ติดตั้งบนหลังคา

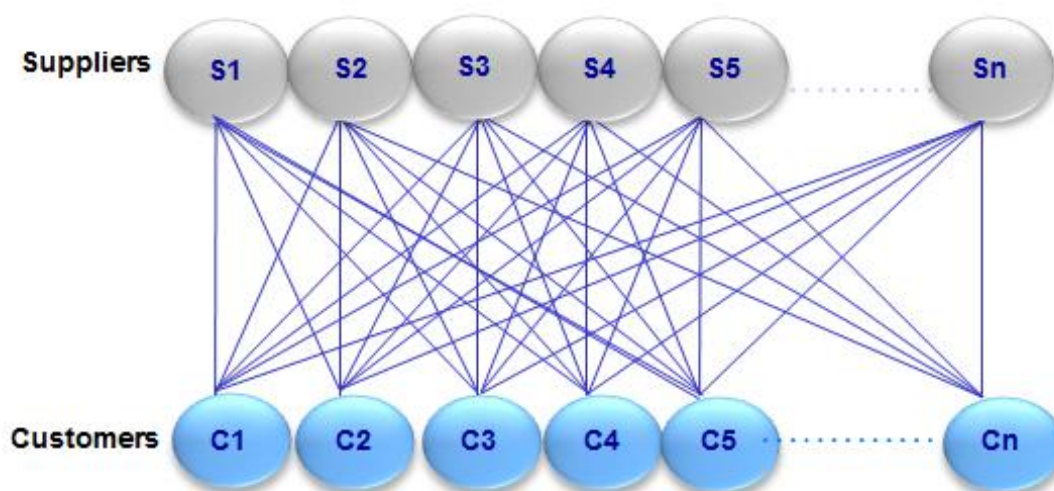
2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บทบาทของผู้ประกอบธุรกิจตัวแทนจำหน่าย

ลักษณะการจัดจำหน่ายวัตถุดิบของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมปิโตรเคมีไปถึงลูกค้ากระจายสู่ผู้ซื้อรายย่อยเป็นจำนวนมากและตั้งอยู่ในพื้นที่หลากหลาย ทำให้บริษัทผู้ผลิตสินค้าในอุตสาหกรรมปิโตรเคมีขนาดใหญ่ส่วนใหญ่ มักไม่กระจายสินค้าด้วยตนเองทั้งหมด เนื่องจากต้นทุนในการดำเนินงานสูงและไม่คุ้มค่าต่อการดำเนินการ ในยุคที่เศรษฐกิจและเทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงรวดเร็วธุรกิจตัวแทนจำหน่ายได้มีการเพิ่มศักยภาพด้วยความเร็ว (Economy of speed) โดยการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีมาเพิ่มศักยภาพของธุรกิจในด้านต่างๆ เพื่อให้บริการได้รวดเร็วทันใจตรงตามความต้องการของลูกค้ามากขึ้น

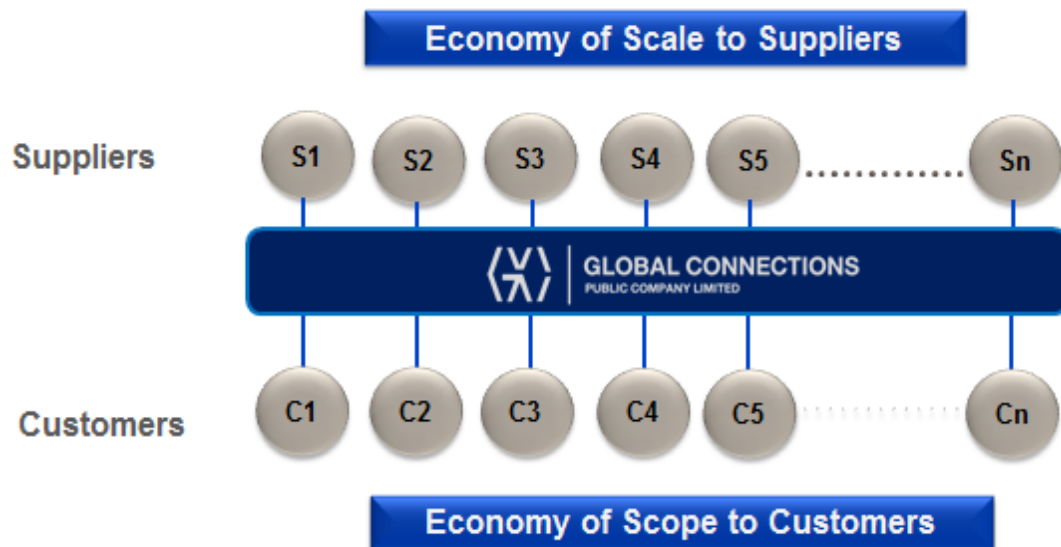
อีกทั้ง การที่วัตถุดิบในอุตสาหกรรมปิโตรเคมีมีความหลากหลายสูงมาก ทำให้ความต้องการในการจัดหาวัตถุดิบจากผู้ซื้อหรือผู้แปรรูปไปยังผู้ผลิตมีความหลากหลายตามไปด้วย การสั่งซื้อสินค้าหลายประเภทโดยตรงจากผู้ผลิตแต่ละรายมีความยุ่งยากและใช้เวลา เนื่องจากมีเงื่อนไขในการสั่งซื้อที่แตกต่างและแยกย่อยออกไป เช่น ผู้ซื้อหรือผู้แปรรูปต้องซื้อในปริมาณขั้นต่ำที่กำหนด ทำให้สินค้ามีต้นทุนต่อรายการที่สูง ขาดความประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) ระหว่างผู้ผลิตและผู้ซื้อวัตถุดิบในกรณีที่ไม่มีตัวแทนจำหน่าย สามารถแสดงได้ดังแผนภาพ

แผนภาพแสดงรายการที่ปราศจากตัวแทนจำหน่าย



ดังนั้น ตัวแทนจำหน่ายจึงมีความสำคัญในการเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตกับผู้แปรรูป โดยช่วยลดต้นทุนในการจัดจำหน่ายและอำนวยความสะดวกให้ทั้งผู้ผลิตและผู้ซื้อวัตถุดิบ นอกจากนี้ ลักษณะการกระจายตัวของผู้ใช้และความหลากหลายของวัตถุดิบที่ต้องการ จึงทำให้เกิดช่องว่างที่ตัวแทนจำหน่ายสามารถสร้างความแตกต่างเพิ่มมูลค่าจากการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ ทำหน้าที่รวบรวมผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยีที่หลากหลายจากผู้ผลิตชั้นนำไปสู่ผู้ซื้อหรือผู้แปรรูปอย่างทั่วถึง กล่าวคือผู้ประกอบธุรกิจตัวแทนจำหน่ายได้นำความหลากหลายของสินค้าและเทคโนโลยี (Economy of Scope) มายังผู้ซื้อหรือผู้แปรรูป พร้อมกับรวบรวมกำลังซื้อและความต้องการ (Economy of Scale) ไปยังผู้ผลิตสินค้านั้นเอง แผนภาพแสดงบทบาทและประโยชน์ของผู้แทนจำหน่าย ดังนี้

แผนภาพแสดงรายการในกรณีมีตัวแทนจำหน่าย



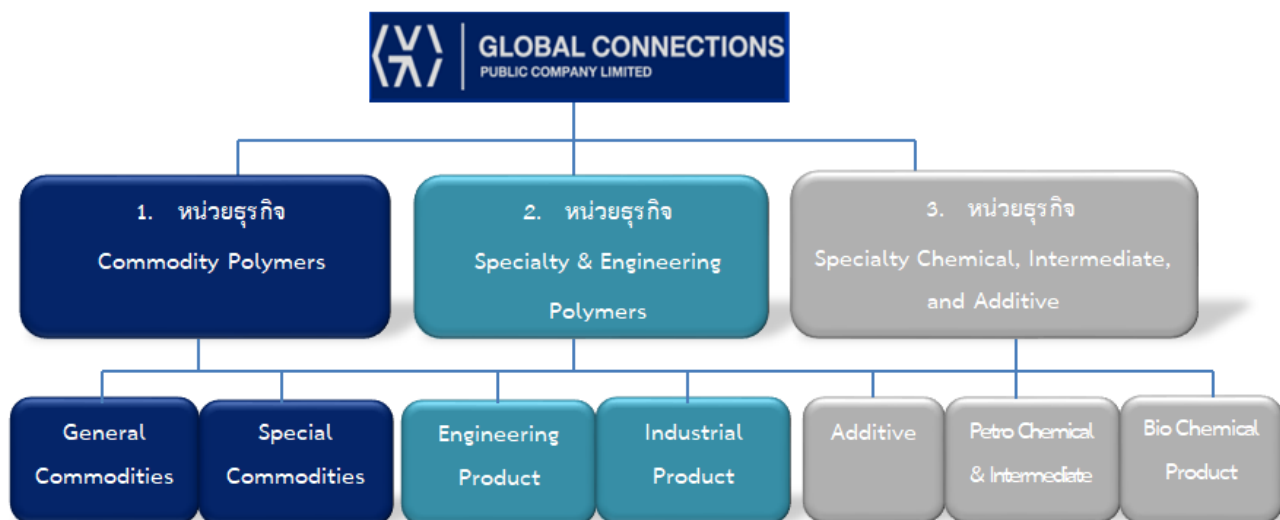
หากจะเปรียบเทียบในกรณีของสินค้าอุปโภคบริโภค ที่ผู้ผลิตสินค้าและผู้ซื้อนิยมซื้อขายผ่านทางตัวแทนจำหน่าย เพื่อให้ได้ทั้งความหลากหลายและประหยัดต่อขนาดในการซื้อที่ชัดเจน ได้แก่ ห้างซูเปอร์สโตร์ขนาดใหญ่ เช่น โฮมโปร, ท็อปส์ ซูเปอร์สโตร์, ฟู้ดแลนด์ ซูเปอร์มาร์เก็ต, เทสโก้ โลตัส, บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ เป็นต้น

นอกจากนี้ ในด้านความสามารถในการแข่งขันของตัวแทนจำหน่าย ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมปิโตรเคมีที่เป็นบริษัทชั้นนำในด้านกำลังการผลิตและเทคโนโลยีระดับโลกจะเลือกตัวแทนจำหน่ายที่มีศักยภาพในแต่ละประเทศเพียง 1-2 ราย เท่านั้น ด้วยเหตุนี้จึงเป็นการยากพอสมควรที่คู่แข่งรายใหม่จะเข้ามาสู่ตลาด

บริษัท โกลบอล คอนเน็คชั่นส์ จำกัด (มหาชน) แบ่งธุรกิจออกเป็น 3 หน่วยธุรกิจหลักตามประเภทสินค้า คือ

1. หน่วยธุรกิจ Commodity Polymers
2. หน่วยธุรกิจ Specialty and Engineering Polymers
3. หน่วยธุรกิจ Specialty Chemical, Intermediate, and Additive

แผนผังแสดงการจัดโครงสร้างองค์กรตามหน่วยธุรกิจ (Business Unit) และหน่วยธุรกิจย่อย (Sub Business Unit) สามารถแสดงได้ดังนี้



2.1.1 หน่วยธุรกิจ Commodity Polymers

หน่วยธุรกิจ Commodity Polymers ประกอบด้วยสินค้าในกลุ่มวัตถุดิบพื้นฐานที่ผันผวนด้านราคาสูง โดยสินค้าประเภทนี้เป็นสินค้าที่มีปริมาณการใช้ค่อนข้างมากทำให้มีมูลค่าการซื้อขายสูงและคล่องตัว โดยมีผู้ผลิตหลักในประเทศ ได้แก่ PTTGC

หน่วยธุรกิจ Commodity Polymers แบ่งออกเป็น 3 หน่วยธุรกิจย่อย ได้แก่

2.1.1.1 หน่วยธุรกิจย่อยที่ 1.1 General Commodities

สินค้ากลุ่ม Polyethylene และ Polypropylene ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักสำหรับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ เช่น ขวดพลาสติก กล่องพลาสติก เป็นต้น

2.1.1.2 หน่วยธุรกิจย่อยที่ 1.2 Special Commodities

สินค้ากลุ่มนี้มีการพัฒนาขึ้นมาให้มีคุณสมบัติพิเศษกว่ากลุ่ม General Commodities แต่ยังมีลักษณะการเคลื่อนไหวของราคาที่ผันผวน และปริมาณการใช้สูง เช่นเดียวกับ General Commodities

2.1.2 หน่วยธุรกิจ Specialty and Engineering Polymers

หน่วยธุรกิจ Specialty and Engineering Polymers รับผิดชอบสินค้าเกรดพิเศษที่มีคุณสมบัติแข็งแรง ทนทาน ทนความร้อน และสารเคมี เหมาะสำหรับการใช้งานในอุตสาหกรรมยานยนต์ อิเล็กทรอนิกส์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า รวมถึงบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาให้มีคุณสมบัติพิเศษ เช่น มีความเหนียวยืดหยุ่น ทนต่อการซึมผ่านของน้ำและออกซิเจน เป็นต้น

หน่วยธุรกิจ Specialty and Engineering Polymers แบ่งออกเป็น 2 หน่วยธุรกิจย่อย ได้แก่

2.1.2.1 หน่วยธุรกิจย่อยที่ 2.1 (SBU 2.1) Engineering Products

สินค้าในหน่วยธุรกิจนี้แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มหลัก คือ

1. กลุ่มพลาสติกวิศวกรรม Engineering Plastics (PA, PBT, POM, etc)
2. กลุ่มพลาสติกใสและ STYRENICS PLASTIC (GPPS, HIPS, ABS, SMMA, PMMA, SBC, etc)
3. กลุ่มวัสดุเบสส์ด้า สีขาว และ CONDUCTIVE
4. กลุ่มพลาสติกจากสารตั้งต้นธรรมชาติ (Bio-base Plastic) แบบย่อยสลายได้ (Biodegradable plastics) และใช้งานกึ่งถาวร (Semi-Durable Plastics)

ซัพพลายเออร์ที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายในหน่วยธุรกิจนี้ได้แก่

1. DuPont Performance Specialty Products (Thailand) Limited

เป็นบริษัทเคมีภัณฑ์ชั้นนำซึ่งมีชื่อเสียงในด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี และมีประวัติความเป็นมากว่า 200 ปี โดยเฉพาะเม็ดพลาสติกภายใต้ชื่อการค้า Zytel® (Polyamide หรือ Nylon) และ Delrin® (Polyacetal หรือ POM) ซึ่ง 2 ผลิตภัณฑ์นี้ DuPont เป็นผู้ผลิตที่มีกำลังการผลิตสูงอันดับต้นๆ และมีฐานการผลิตกระจายอยู่ทั่วโลก ทั้งยุโรป อเมริกา และเอเชีย ซึ่งฐานการผลิตในภูมิภาคเอเชียอยู่ที่ประเทศสิงคโปร์ จีน ไต้หวัน เกาหลี และญี่ปุ่น นอกจากนี้ ยังมีสินค้าอีกหลายชนิดที่บริษัททำตลาด เช่น Zytel HTN® (High Performance Polyamide), CRAFTIN® (PBT), HYTREL® (TPC-ET), RYNITE® (PET) ซึ่งเป็นวัสดุที่ใช้ในการขึ้นรูปชิ้นงานพลาสติกในอุตสาหกรรมหลากหลาย บางชนิดทนความร้อนได้สูงมาก จึงสามารถใช้ในอุตสาหกรรมยานยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์ และงานทดแทนโลหะบางประเภทได้นอกจากนี้ ทางคู่ป่องยังมีผลิตภัณฑ์พลาสติกที่พัฒนาขึ้นจากพืช (Bio-Base Polymer) โดยใช้ข้าวโพดเป็นวัตถุดิบตั้งต้น ผ่านกระบวนการสังเคราะห์และนำโพลิเมอร์ที่ได้มาผสมกับโพลิเมอร์ที่ผลิตจากปิโตรเลียม เพื่อเป็นการลดการใช้พลาสติกที่ผลิตจากปิโตรเลียมลง และยังคงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ดีตามความต้องการของตลาดอยู่ โดยมีการกำหนดตราสัญลักษณ์สินค้าที่แตกต่างกันไปตามแต่ละชนิดของพลาสติกที่ผลิตได้ เช่น Hytrel® RS Thermoplastic Elastomers, และ Zytel® RS Polyamide Polymers เป็นต้น

2. Chisso Corporation

เป็นบริษัทญี่ปุ่นที่ชำนาญในการผลิตพลาสติกผสม (Compounding Plastic) เช่น พลาสติกที่มีการผสมสารหน่วงการติดไฟ (Flame Retardant) ใน Polypropylene (PP), พลาสติกเสริมแรงด้วยใยแก้วทั้งขนาดสั้นและยาว (PP ผสม Short และ Long Glass Fiber) โดยเฉพาะ PP Long Glass Fiber ซึ่งมีคุณสมบัติเสริมให้ PP มีความแข็งแรงและแข็งแรงมากกว่า PP ทั่วไป นอกจากนี้ ยังมีสินค้าในกลุ่มที่ใช้ทำความสะอาดภายในกระบอกหลอมหรือสกรูของเครื่องจักรขึ้นรูปพลาสติกเมื่อต้องการเปลี่ยนสีหรือชนิดของ Polymers ภายได้ชื่อการค้าว่า “Z Clean”

3. Cabot Plastics

เป็นบริษัทที่ค้นพบกระบวนการผลิต Carbon Black รายแรกและเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุดในโลก ปัจจุบันยังเป็นผู้นำด้านคุณภาพในอุตสาหกรรมผู้ผลิตผงสีดำ (Carbon Powder) และแม่สีดำ (Black Masterbatch) รวมถึงพลาสติกกึ่งนำไฟฟ้า (Conductive Polymers) มีฐานการผลิตอยู่ในยุโรป จีน และคูโบ ซึ่งในปี 2019 ได้เข้าซื้อธุรกิจเฉพาะในหน่วยงาน มาสเตอร์แบทช์ (Black & White Masterbatch) จากบริษัท Teknor Apex ที่ตั้งอยู่ในประเทศสิงคโปร์ มาเป็นส่วนหนึ่งของ Cabot เป็นการเสริมสร้างความแข็งแกร่งในการแข่งขันในประเทศแถบเอเชียมากขึ้น

4. CHI MEI CORPORATION

เป็นผู้ผลิต ABS รายใหญ่ที่สุดในโลก และเป็นอันดับ 2 ของโลกในการผลิต SBR และเป็นอันดับ 3 ของโลกสำหรับการผลิต Acrylic Polymers ในปัจจุบันยังได้ขยายกำลังการผลิตไปสู่ Polycarbonate (PC) ซึ่งใช้ในงานผลิต Construction Sheet, Electronics Parts, บรรจุภัณฑ์และอื่นๆ และยังมีกลุ่มสินค้า Styrenic ได้แก่ GPPS, HIPS, SBC, ABS, SAN, ASA, SMMA, PMMA, และ BR โดยบริษัทยังได้พัฒนาสินค้าใหม่ๆ ที่เน้นคุณภาพเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

5. TRINSEO

ในอดีตเคยเปลี่ยนชื่อมาจาก Dow Chemical Company “DOW” เป็น Styron LLC และล่าสุดในปี 2557 ได้เปลี่ยนชื่ออีกครั้งเป็น Trinseo. เนื่องจากเปลี่ยนโครงสร้างผู้ถือหุ้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงในครั้งนี้ ถือเป็นการเพิ่มการลงทุนและส่งผลในเชิงบวกด้านการเพิ่มกำลังผลิตมากขึ้น เพื่อขยายขีดความสามารถด้านการแข่งขัน

เป็นบริษัทที่มีความสามารถในการตลาดและด้านเทคโนโลยีที่ล้ำสมัย เป็นผู้นำผลิตภัณฑ์พลาสติกคอมพาวด์และอัลลอยด์ เช่น MAGNUM™ (ABS), PULSE™ (PC, PC/ABS), INSPIRE™ (PP SPECIAL COMPOUND), และ VELVEX™ (REINFORCED ELASTOMER) ซึ่งเป็นวัสดุที่เหมาะสมกับงานขึ้นรูปพลาสติกในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์

MAGNUM เป็นสินค้ากลุ่ม ABS ที่มีความโดดเด่นด้านความคงตัวของสีเมื่อเทียบกับสินค้าโดยทั่วไปที่อยู่ในท้องตลาด เป็นกลุ่มสินค้าที่ต้องทำการพัฒนาให้อุตสาหกรรมยกระดับสินค้าของประเทศไทยทางอ้อม

6. DENKA

เป็นผู้ผลิต High Molecular Weight Polystyrene และ SBS ในประเทศญี่ปุ่น ปัจจุบันได้ขยายกำลังการผลิต High Molecular Weight Polystyrene และ SBS ในประเทศสิงคโปร์ คุณสมบัติของสินค้ามีลักษณะเฉพาะตัวและแตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่นๆ เช่น มีคุณลักษณะใสใกล้เคียงแก้วมากกว่าสินค้าประเภทเดียวกัน และสามารถนำไปใช้ปรับปรุงคุณสมบัติให้แก่พลาสติกในกลุ่ม Polystyrene ได้อีกด้วย

7. STYROLUTION

เป็นหนึ่งในผู้ผลิต SMMA รายแรกๆ ของโลก ซึ่งเป็นผู้ผลิตในอุตสาหกรรมปิโตรเคมีรายใหญ่ที่สุดในแคนาดา และได้ย้ายฐานการผลิตไปสหรัฐอเมริกา โดยใช้ชื่อทางการค้าว่า “NAS” สามารถนำไปใช้งานได้หลากหลายทั้งในอุปกรณ์การแพทย์ เครื่องประดับ เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องแต่งกาย และเครื่องใช้ในครัวเรือน เป็นต้น

8. RTP

เป็นผู้ผลิตพลาสติกคอมพาวด์เกรดพิเศษที่เรียกว่ากลุ่ม Super Engineering เช่น PEEK, PPS, LCP, Thermal Conductive, และ High Concentrate Long Glass Fiber เป็นต้น โดย RTP ได้ดำเนินการขยายกำลังการผลิตสินค้ากลุ่ม Long Glass Fiber อย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองอัตราการเติบโตของสินค้าในแถบประเทศ ASEAN

9. TORAY

ผู้ผลิตจากญี่ปุ่นที่มีศักยภาพเป็นอย่างมาก มีการขยายกำลังการผลิตสินค้าหลายกลุ่ม เช่น Nylon, PBT, และ PPS ซึ่งเป็นกลุ่มสินค้าที่เล็งเห็นการเจริญเติบโตในอนาคต และปัจจุบันถูกนำมาใช้ทดแทนโลหะในบาง Application โดยเฉพาะในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์

10. Polyalloy

เป็นผู้ผลิตจากไต้หวัน ด้วยเทคโนโลยีและองค์ความรู้ด้านเครื่องจักรสำหรับคอมปาวด์ ทำให้บริษัทมีจุดแข็งในเรื่องการออกแบบเครื่องจักรที่เหมาะสมสำหรับการผลิตพลาสติกที่ได้จากสารตั้งต้นธรรมชาติ ชนิด Polylactic Acid (PLA) compound ทำให้ได้วัตถุดิบที่เหมาะสมทั้งด้านคุณภาพเชิงการใช้งานได้ดีและสามารถผ่านการทดสอบและได้รับการรับรองด้านความสามารถในการย่อยสลายตามมาตรฐานโลก ทั้งจาก USA & Europe ผลิตภัณฑ์ที่ทางผู้ผลิตรายนี้มุ่งเน้นคือสินค้าที่ผลิตมาจากวัตถุดิบที่ใช้สารตั้งต้นจากธรรมชาติ (Bio-Base Plastic) ภายใต้ชื่อทางการค้าว่า “VERYGREEN” สามารถตอบสนองต่อความต้องการในตลาดบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ครั้งเดียวทิ้งได้มากขึ้น

2.1.2.2 หน่วยธุรกิจย่อยที่ 2.2 (SBU 2.2) Industrial Products

สินค้าในหน่วยธุรกิจนี้แบ่งออกเป็น 5 กลุ่มหลัก คือ

1. กลุ่มยางสังเคราะห์ (EPDM, BR, SBR, Butyl)
2. กลุ่มพลาสติกกึ่งยาง หรือ Thermoplastic Elastomers (TPEs, TPO, TPVs)
3. กลุ่มพลาสติกสำหรับกาวร้อน (Hot Melt Adhesive) และปรับปรุงคุณสมบัติในยางสังเคราะห์
4. กลุ่มพลาสติกโพลีเอสเตอร์ Copolyester & High Heat Copolyester
5. กลุ่มแร่ต่างๆ เพื่อใช้สำหรับปรับปรุงคุณสมบัติบางประการในพลาสติกและยาง

ซีพีพลายเออร์ที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายในหน่วยธุรกิจนี้ ได้แก่

1. ExxonMobil Chemical

เป็นผู้ผลิตปิโตรเลียมและปิโตรเคมีที่ใหญ่ที่สุดในโลก ครอบคลุมสินค้าหลายชนิด ได้แก่

■ Specialty Elastomer - Synthetic Rubber

ได้แก่ EPDM และ BUTYL Rubber ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่นำไปผลิตเป็นชิ้นส่วนยางที่ใช้ในอุตสาหกรรมก่อสร้างอุปกรณ์ในเครื่องใช้ไฟฟ้า ผลิตยางคอมพาวด์ และโรงงานแปรรูปยางสังเคราะห์ ยางล้อรถยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ โดยอุตสาหกรรมดังกล่าวยังคงมีอัตราการเติบโตสูงต่อเนื่อง ปัจจุบันรวมกำลังการผลิตใหม่ที่ จะแล้วเสร็จในปี 2563 จะทำให้ ExxonMobil EPDM ภายใต้ชื่อ VISTALON™ และ BUTYL RUBBER ทั้งชนิด Chloro Butyl และ Bromo Butyl เป็นผู้ผลิตยางสังเคราะห์ EPDM และ BUTYL ที่ใหญ่ที่สุดในโลก

■ Specialty Elastomer - TPV

เป็นเทอร์โมพลาสติกที่มีคุณสมบัติของยางคือ ทนสารเคมี ทนความร้อนได้ดี ในขณะที่สามารถทำการขึ้นรูปได้ด้วยกระบวนการแบบเทอร์โมพลาสติกทั่วไป ใช้ชื่อทางการค้า SANTOPRENE™ นำไปใช้ในอุตสาหกรรมยานยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า โครงสร้างอาคาร และสินค้าอุปโภค เช่น ยางกันฝุ่นสำหรับรถยนต์ ด้ามจับแปรงสีฟัน เป็นต้น ซึ่งความต้องการสินค้าในกลุ่มนี้มีทิศทางเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากสามารถตอบสนองต่อการพัฒนาสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์เป็นอย่างมาก ในด้านน้ำหนักเบา ขึ้นรูปได้ง่าย สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ (Recycle) และได้อัตราการผลิตสูง

■ Polyolefin Elastomer & Metallocene

เป็นพลาสติกที่มีคุณสมบัติด้านความยืดหยุ่น ผลิตโดยใช้เทคโนโลยี Catalyst แบบใหม่ที่เรียกว่า Metallocene Technology ทำให้สามารถออกแบบสินค้าเพื่อตอบโจทย์การใช้งานได้หลากหลายประเภท เช่น Metallocene PE (mPE) ใช้ชื่อทางการค้า EXACT™, EXCEED™, ENABLE™ และ Metallocene PP ใช้ชื่อทางการค้าว่า VISTAMAXX™ ใช้ปรับปรุงคุณสมบัติของพลาสติกในกลุ่มโพลีโอเลฟินส์ให้มีความยืดหยุ่น เหนียว ทนความเย็นได้ดีขึ้น ทนแรงกระแทก นอกจากนี้ยังสามารถใช้ทดแทน EVA และ PVC-Soft ในบาง Application และยังสามารถนำไปใช้งานบรรจุภัณฑ์ เช่น ฟิล์ม ขวด กล่อง หลอด ทั้งชั้นเดียวและหลายชั้น เพื่อให้ได้คุณสมบัติพิเศษตามความต้องการของผู้ขึ้นรูป

■ Adhesive Industrial Business

ได้แก่ EVA high VA content (ESCORENE) และ Hydrocarbon resin หรือ Tackifying resin (ESCOREZ) เป็นวัตถุดิบหลักที่ใช้ผลิตกาวร้อน (Hot Melt Adhesive) ที่ใช้ในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์, อุตสาหกรรมยานยนต์, อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์, อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้, อุตสาหกรรมเทปกาวยางและสติ๊กเกอร์ รวมถึงสีทาถนน

ปัจจุบัน ExxonMobil Chemical มีกำลังการผลิตวัตถุดิบสำหรับ Hot Melt Adhesive เป็นอันดับหนึ่งของโลก และได้ขยายกำลังการผลิต Tackifying Resin (ESCOREZ) และพัฒนาสินค้าใหม่ในกลุ่ม Metallocene Product ในประเทศสิงคโปร์ในปี 2561 เพื่อตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้น และรองรับการพัฒนาไปสู่สินค้าที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นของผู้แปรรูปอีกด้วย

2. BST Elastomers (BSTE)

โรงงานผลิตยางสังเคราะห์ S-SBR (Solution Polymerization Styrene-Butadiene Rubber) แห่งแรกในประเทศไทย ที่นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด มีกำลังการผลิตระหว่าง 50,000-100,000 ตันต่อปี S-SBR ถือได้ว่าเป็นยางสังเคราะห์อีกชนิดหนึ่งที่มีคุณสมบัติพิเศษ ส่วนใหญ่นำมาใช้ในการผลิตยางล้อรถยนต์และผลิตภัณฑ์ต่างๆ อีกหลากหลายประเภท ปัจจุบันปริมาณความต้องการยางสังเคราะห์ S-SBR ทั่วโลกเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้สินค้าในกลุ่มนี้ยังคงมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกัน แต่อย่างไรก็ตามปริมาณการใช้ SBR จะขึ้นอยู่กับราคายางธรรมชาติด้วย เนื่องจากยางทั้งสองประเภทนี้สามารถใช้ทดแทนกันได้บาง Formulation

3. Eastman Chemical

Eastman Chemical ในอดีตเป็นส่วนหนึ่งของ Eastman Kodak สินค้าที่บริษัททำตลาดคือพลาสติกใส (Transparency Product) ซึ่งมี 2 กลุ่มหลัก คือ Copolyester และ Cellulose Polymer

Copolyester นิยมใช้ในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางค์ที่เน้นความใส ความเงา และรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ นอกจากนี้ยังมีการนำไปใช้ในอุตสาหกรรมเครื่องเขียน เครื่องมือช่าง บรรจุภัณฑ์อาหารที่เน้นการออกแบบให้มีรูปลักษณ์สวยงามแปลกตาอีกด้วย

Cellulose Polymer เป็นพลาสติกที่ผลิตจากเยื่อไม้ธรรมชาติ (Bio-Base) มีผู้ผลิตน้อยราย โดย Eastman เป็นผู้ผลิตรายหลักในตลาดโลก

ปัจจุบัน Eastman Chemical ยังคงเน้นการพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง โดยมีสินค้าใหม่ที่ตอบสนองความต้องการของผู้แปรรูป และผู้ใช้งานยุคใหม่ที่นิยมใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีรูปลักษณ์สวยงามทันสมัย ตอบโจทย์ Lifestyle ปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว และมีความปลอดภัยสูง โดยสินค้านี้มีคุณสมบัติทนความร้อนสูง ใสเหมือนแก้ว ปราศจากสารต้องห้าม BPA (Bis-Phenol A) ภายใต้แบรนด์ "TRITAN" ปัจจุบันตลาดหลักที่กำลังเป็นที่นิยมคือ ขวดนมเด็ก ชนิดใส BPA-Free, ขวดบรรจุน้ำดื่มสำหรับเด็กและผู้ใหญ่, Sport Bottle ที่นิยมออกแบบให้มีรูปร่างสวยงาม, กล่องบรรจุอาหาร และถังบรรจุน้ำดื่ม เป็นต้น โดย Eastman Chemical มีการเพิ่มกำลังการผลิตอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับความต้องการตลาดที่เติบโตอย่างรวดเร็ว

4. OCV (Thailand)

เป็นกลุ่มของ OCV Reinforcement Co., LTD (เกิดจากการรวมกิจการระหว่าง Owens Corning Australia PTY และ Saint Gobain ในปี 2016)

เป็นผู้ผลิตใยแก้ว (Glass Fiber) รายใหญ่ที่สุดในโลก มีฐานการผลิตในสหรัฐอเมริกา เกาหลีใต้ และขยายกำลังการผลิตใหม่ที่ประเทศจีน โดย Glass Fiber ถือเป็นใยแก้วที่ใช้ในการเพิ่มคุณสมบัติให้กับพลาสติกหลายประเภท เช่น PP, Nylon, PET, PBT, และอื่นๆ ให้มีคุณสมบัติความแข็งแรงมากขึ้น รวมทั้งยังช่วยให้ทนความร้อนขึ้นอีกด้วย

5. RIO TINTO MINERAL

จำหน่ายสินค้าหน่วงการติดไฟ (Flame Retardant) ในกลุ่ม Zinc Borate เดิมแหล่งกำเนิดมาจาก U.S. BORAX บริษัทเหมืองแร่โบเซก้าแกทส์ในอเมริกา โดยเฉพาะแร่ BORATES ปัจจุบันยังคงมีกำลังการผลิตใหญ่ที่สุดในโลกภายใต้การควบรวมกับกลุ่มบริษัท Rio Tinto Zinc (RTZ) บริษัทเหมืองแร่สังกะสี (ZINC) ในยุโรปที่ใหญ่ที่สุดในโลก

Zinc Borate ภายใต้เครื่องหมายการค้า “FIREBRAKE ZB” ใช้เป็นสารเติมแต่งในการลดหรือหน่วงการติดไฟ และลดการเกิดควัน สามารถใช้ได้ทั้งในพลาสติกและยาง โดยใช้ร่วมกับสารเคมีป้องกันหรือหน่วงการลามไฟชนิดอื่นๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ

6. IMERYS

เป็นกลุ่มธุรกิจเหมืองแร่ Talcum เริ่มต้นจากบริษัทเก่าแก่ในฝรั่งเศสภายใต้ชื่อ LUZENAC ต่อมาในปี 2549 ได้ควบรวมกับบริษัทในกลุ่มเดียวกันคือ U.S. Borax ใช้ชื่อ Rio Tinto Mineral และในปี 2554 บริษัท Imerys ได้เข้าซื้อกิจการเหมืองทั้งหมดของ Luzenac และกลายเป็น Imerys Mineral ควบรวมกิจการเหมืองแร่ที่ใหญ่ที่สุดในโลก

TALC หรือ Talcum ถูกนำไปใช้ในอุตสาหกรรมยางและพลาสติก ทำหน้าที่ปรับปรุงคุณสมบัติด้านความแข็งแรง รูป การทนความร้อน ลดการติดกันของผิวฟิล์มหรือผิวยาง เพิ่มอัตราการผลิต และลดระยะเวลาขึ้นรูปในพลาสติก

7. TIMCAL

เป็นผู้ผลิต Graphite และ Carbon Black เกรดพิเศษ โดยมีเทคโนโลยีเฉพาะในการผลิต Graphite และ Carbon Black เป็นที่รู้จักทั่วโลก และเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มบริษัท Imerys Mineral

โดยสินค้าเกรดพิเศษดังกล่าวใช้ในการปรับปรุงคุณสมบัติพลาสติกและยาง ให้มีสมบัติกึ่งนำไฟฟ้า (Conductive) ปรับผิวชิ้นงานให้ลื่นขึ้น (Low Friction) และมีความสามารถในการส่งผ่านความร้อน (Thermal Conductive)

8. THAI SYNTHETIC RUBBERS (TSL) หรือ UBE

ก่อตั้งขึ้นในประเทศไทยปี 2538 เป็นโรงงานผลิตยาง Poly-Butadiene แห่งแรกใน South East Asia ด้วยกำลังการผลิต 65,000 ตันต่อปี โดยใช้เทคโนโลยีจาก UBE Industries (UBE) ประเทศญี่ปุ่น

UBE ได้ชื่อว่าเป็นผู้ผลิตยาง BR รายหลักของโลก โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่ม High-cis poly-butadiene rubber (High-cis BR) ชนิด cobalt catalyst ซึ่งมีเกรดสินค้าที่หลากหลายภายใต้ระบบการควบคุมคุณภาพที่ดีเยี่ยม อีกทั้งยังมีการพัฒนาสินค้าเกรดพิเศษเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด เช่น ยางเกรดพิเศษ UBEPOL VCR เป็นต้น

9. CAMPINE

เป็นผู้ผลิตเคมีกลุ่ม Antimony จากยุโรป มีประวัติยาวนานกว่า 100 ปี ซึ่งสินค้ากลุ่ม Antimony สามารถนำไปใช้ในหลายอุตสาหกรรม โดยหนึ่งในสินค้ากลุ่มนี้ ทำหน้าที่เป็นสารหน่วงไฟ โดยสามารถใช้งานร่วมกับสารเคมีกลุ่มอื่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพป้องกันการลามไฟได้

10. CONTINENTAL CARBON

เป็นผู้ผลิตสารเสริมแรงชนิด carbon black มีสำนักงานใหญ่ในเมืองฮุสตันรัฐเท็กซัส ประเทศสหรัฐอเมริกา ก่อตั้งตั้งแต่ปี 1936 Continental Carbon มีมาตรฐาน และกำลังการผลิตที่สามารถ supply ได้ทั่วโลก มีกำลังการผลิตมากกว่า 790,000 ตันต่อปี มีฐานการผลิตใน 2 ทวีป คือ อเมริกา และเอเชียแปซิฟิก โรงงานตั้งอยู่ในประเทศ สหรัฐอเมริกา จีน ไต้หวัน อินเดีย และซาอุดีอาระเบีย

2.1.3 หน่วยธุรกิจ Specialty Chemicals

หน่วยธุรกิจ Specialty Chemicals จะดูแลสินค้าประเภทสารเติมแต่ง และดูแลสินค้าอื่นๆ ในตลาดอุตสาหกรรมปิโตรเคมี

หน่วยธุรกิจ Specialty Chemicals สามารถแบ่งหน่วยธุรกิจออกเป็น 2 หน่วยธุรกิจย่อย ได้แก่

2.1.3.1 หน่วยธุรกิจย่อยที่ 3.1 (SBU 3.1) สารเติมแต่ง

สารเติมแต่ง (Additives) สามารถจำหน่ายให้กับสายการผลิตของบริษัทในอุตสาหกรรมปิโตรเคมีได้ตั้งแต่ผู้ผลิตเม็ดพลาสติก (เรซิน), ผู้ผลิตแม่สีที่เรียกว่า Masterbatch และ Compounder รวมไปถึงผู้แปรรูปผลิตภัณฑ์พลาสติก โดยสารเติมแต่งนี้จะใช้ร่วมกับวัตถุดิบของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีเพื่อให้สินค้านั้นๆ มีคุณสมบัติพิเศษตามที่ต้องการ ตัวอย่างสินค้า ได้แก่ สารป้องกันการเกิดปฏิกิริยา Oxidation (Antioxidant) ของพลาสติก สารป้องกันรังสี UV (UV Stabilizer, UV Absorber) สารป้องกันเชื้อราและแบคทีเรีย (Antimicrobial agent) สารป้องกันการเกิดไฟฟ้าสถิตย์ (Antistatic agent) สารช่วยในการก่อผลึก (Nucleating agent) สารเพิ่มความใส (Clarifying agent) สารเพิ่มความขาว (Optical Brightener) สารเพิ่มความลื่น (Slip Agent) และสารช่วยยับยั้งการกัดกร่อนด้วยสารระเหย (Volatile Corrosion Inhibitor) เป็นต้น

โดยในการทำการตลาดสินค้าในกลุ่มนี้ บริษัทไม่ได้ทำหน้าที่เพียงแต่เป็นผู้กระจายสินค้าเท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่ทุกขั้นตอนของการพัฒนาตลาด ตั้งแต่ให้ข้อมูลแนะนำ ร่วมทดลอง จนสามารถสร้างความต้องการของสินค้านี้ได้ ซึ่งทางบริษัทได้ร่วมมือกับซัพพลายเออร์อย่างใกล้ชิดในการให้บริการนี้

ซัพพลายเออร์ที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายในส่วนของสารเติมแต่ง ได้แก่

1. NOURYON Functional Chemicals BV (เดิมเป็นกลุ่มบริษัท AKZO NOBEL)

ทำธุรกิจทางด้านเคมี ที่ใช้ในอุตสาหกรรมกระดาษ, พลาสติก, ก่อสร้าง, อาหาร และยา ซึ่งสินค้าหลัก ที่ทางบริษัทโกลบอลฯทำตลาดจะเป็นสารเติมแต่งประเภทป้องกันไฟฟ้าสถิตย์

2. MILLIKEN ในส่วนของ Nucleating Agent & Clarifying Agent

เป็นผู้ผลิตสารเติมแต่งที่ปรับปรุงคุณสมบัติของ Polyethylene และ Polypropylene ที่ดีที่สุด มีสินค้าที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมหลากหลายประเภท เช่น อุตสาหกรรมชุดป้องกันไฟไหม้ อุตสาหกรรมพรม เป็นต้น โดยบริษัทใหญ่ตั้งอยู่ที่สหรัฐอเมริกา นอกจากนั้น ทางแผนกสารเคมีของ Milliken ยังสนับสนุนลูกค้าทั่วโลกในด้านงานวิจัยและพัฒนา (R&D) ตั้งแต่ระดับห้องปฏิบัติการไปจนถึงขั้นตอนการผลิตจริง โดยทีมงาน Milliken Chemical ทั่วโลกพร้อมที่จะช่วยเหลือลูกค้าเสมอ ทั้งงานออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ หรืองานปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม เพื่อสร้างโอกาสการเติบโตในตลาดใหม่

3. PMC BIOGENIX KOREA

เป็นผู้ผลิตในส่วนของสาร Slip Agent และ Anti-Blocking ซึ่งใช้ผสมกับเม็ดพลาสติกเพื่อช่วยให้การขึ้นรูปดีขึ้น และคุณสมบัติของสารเติมแต่งนี้ก็ไม่สลายตัวง่าย สามารถใช้งานที่อุณหภูมิสูง เช่น งานฟิล์ม PP เป็นต้น

นอกจากนี้ บริษัทยังคงคัดสรรสินค้าจากแหล่งต่างๆ ภายนอกประเทศที่เชื่อถือได้ เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าด้วย

2.1.3.2 หน่วยธุรกิจย่อยที่ 3.2 (SBU 3.2) ตลาดอุตสาหกรรมปิโตรเคมีและ Intermediate

หน่วยธุรกิจนี้จะต่างจากหน่วยธุรกิจย่อยอื่น โดยหน่วยธุรกิจนี้จะกำหนดขอบเขตของตลาดแล้วจึงพิจารณาสินค้าที่มีศักยภาพ ต่างจากหน่วยธุรกิจอื่นที่พิจารณาตัวสินค้าเป็นหลัก

ซัพพลายเออร์หลักที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายในหน่วยธุรกิจนี้ คือ Chevron Phillips Chemical

สินค้าในหน่วยธุรกิจนี้แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มหลัก คือ

1. สินค้าสำหรับโรงกลั่นน้ำมัน
2. สินค้าสำหรับโรงผลิตเอทิลีน
3. สินค้าสำหรับก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)
4. สินค้าสำหรับอุตสาหกรรมปิโตรเคมีขั้นกลางที่ผลิตเม็ดพลาสติก อะคริลิก และกาวย (เรซิน)

อุตสาหกรรมปิโตรเคมีชั้นกลางที่มีสารประกอบประเภท Mercaptan จะทำหน้าที่เป็น Chain modifier คือ ตัว
โยกย้ายสายโซ่ เพื่อให้ได้ Molecular Weight ที่ต้องการ และเพิ่มความแข็งแรงที่ทนต่อแรงกระแทก ได้แก่

Tert-Dodecyl Mercaptan (TDM)	เป็น Chain Modifier สำหรับผลิต SBR, ABS และ Adhesive บางชนิด
N-Dodecyl Mercaptan (NDDM)	เป็น Chain Modifier สำหรับผลิต Adhesive ชนิด Acrylic Resins, PS เป็น Chain Modifier สำหรับผลิต Acrylic sheet
N-Octyl Mercaptan (NOM)	เป็น Chain Modifier สำหรับผลิต PMMA
2-Mercaptaethanol (BME)	เป็น Chain Modifier สำหรับ Carboxylic group ในกลุ่มสินค้า Cement water reducer, Gelling Agent, และ Corrosion inhibitor เป็น Stabilizers สำหรับ Specialty PVC
Ethyl Mercaptan (EM)	เป็นสารเติมกลิ่นในก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)
Tetrahydrothiophene (THT)	เป็นสารเติมกลิ่นในก๊าซธรรมชาติ (Natural Gas)
Tertiary Butyl Mercaptan (TBM)	เป็นสารเติมกลิ่นในก๊าซธรรมชาติ (Natural Gas)
Dimethyl Disulfide (DMDS)	เป็นสาร Anti-Coking ในโรงงาน Cracker เป็นสารสำหรับการทำ Pre-Sulfiding ใน Aromatic Plant และ Refinery Plant
Sulfolane W	เป็น Solvent Extractor for BTX unit
Reference fuel	ประกอบด้วย 1. PRF-Isooctane, PRF-Octane Blends No. 80, PRF-N-Heptane, และ Toluene Reference Fuel ใช้สำหรับการวัดค่าออกเทนในน้ำมันเบนซิน 2. Diesel Reference Fuel T and U ใช้สำหรับการวัดค่าซีเทนในน้ำมันดีเซล

2.1.3.3 หน่วยย่อยธุรกิจที่ 3.3 (SBU 3.3) BioChemical - Micronice Products

ผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม Biochemical ครอบคลุมการใช้งานกับทุกกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีการใช้น้ำเพื่อลดความร้อนของ
เครื่องจักร การทำความสะอาดคราบน้ำมันในโรงงาน การทำความสะอาดทั่วไปในอาคารสำนักงาน ลดการใช้เคมีสังเคราะห์
ลดของเสียออกจากอุตสาหกรรม คำนึงความสมดุลให้สิ่งแวดล้อม ทั้งประโยชน์ยังครอบคลุมในหลายๆ ด้าน ดังต่อไปนี้

- เป็นมิตร และปลอดภัยกับผู้ใช้งาน
- ช่วยคงประสิทธิภาพของเครื่องจักรและง่ายต่อการบำรุงรักษา
- ช่วยลดปัญหาการสูญเสียพลังงานส่วนเกิน
- ง่ายต่อการแยกน้ำมัน ของเสีย ก่อนปล่อยน้ำทิ้งซึ่งไม่ทำลายจุลินทรีย์ในบ่อบำบัด
- ลดภาระต่อระบบบำบัด จุลินทรีย์ทำงานได้เต็มประสิทธิภาพ

MICRO-NICE® เป็นชื่อที่ตั้งขึ้นเพื่อใช้เรียกสารสกัดจากธรรมชาติ (Phytochemical: Botanical Extract from Locally Plant) ของประเทศไทย มีคุณสมบัติจากธรรมชาติ เช่น ช่วยลดแรงตึงผิวและสลายกลิ่นเน่าเสีย โดยที่สาร MICRO-NICE® นี้ สามารถย่อยสลายในธรรมชาติได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 ภายใน 9 วัน

การทำงานของ MICRO-NICE® มี 4 ขั้นตอน ได้แก่

1. แทรก คือ ผลิภัณฑ์จะแทรกเข้าไปภายในระหว่างพื้นผิวที่ต้องการทำความสะอาดกับสิ่งสกปรกต่างๆ เช่น ชั้นของตะกรัน คราบน้ำมัน คราบไขมัน และคราบโปรตีน เป็นต้น
2. ลดแรงตึงผิว คือ การลดแรงตึงผิวของสิ่งสกปรก ทำให้สิ่งสกปรกหลุดออกจากกัน และหลุดออกจากพื้นผิวได้ง่าย โดยไม่มีผลกระทบกับพื้นผิว
3. ชะล้าง คือ MICRO-NICE® เป็นสูตรน้ำจึงสามารถชะล้างสิ่งสกปรกหลุดออกได้โดยง่ายและรวดเร็ว เพียงใช้น้ำสะอาดเท่านั้น
4. การสลายกลิ่น คือ MICRO-NICE® จะมีคุณสมบัติในการสลายกลิ่น (De-Odor) ที่เกิดจากการเน่าในธรรมชาติ

ผลิตภัณฑ์ MICRO-NICE® แบ่งได้ 3 กลุ่มตามประเภทการใช้งาน ดังนี้

1. กลุ่มการดูแลระบบน้ำในคลัง ทาวเวอร์

โดยทั่วไป การระบายความร้อนของน้ำในคลัง ทาวเวอร์ จะพบปัญหาเรื่องน้ำไม่สามารถระบายความร้อน ณ จุดที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง เกิดจากตะกรัน ตะไคร่ เมือก และสิ่งสกปรกจากภายนอก ซึ่งส่งผลให้เครื่องทำงานหนักและใช้พลังงานมากกว่าปกติยากต่อการบำรุงรักษา

บริษัทจึงเสนอทางเลือกให้แก่ลูกค้าโดยการใช้ผลิตภัณฑ์ MICRO-NICE® ในการดูแลระบบน้ำในคลัง ทาวเวอร์ ให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถระบายความร้อนได้คงที่และต่อเนื่อง โดยคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ใช้งาน เครื่องจักร และสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก พร้อมดัชนีวัดผลที่มีนัยสำคัญ เช่น การวัดค่า ณ จุดแลกเปลี่ยนความร้อนในส่วนฟิวเลอร์ของคลัง ทาวเวอร์ และ Oil Cooler และจุดแลกเปลี่ยนความร้อนของเครื่องทำความเย็น (Condenser-Chiller) ซึ่งทั้ง 2 จุดเป็นตัวชี้วัดการใช้พลังงานได้ดี

รูปแบบการดูแลระบบน้ำคูลลิ่ง ทาวเวอร์ของบริษัท ดังนี้

1. ทำความเข้าใจระบบน้ำในแต่ละโรงงานของลูกค้า โดยการสำรวจและวาดแผนภาพซึ่งมีความแตกต่างกันตามชนิดและขนาดของเครื่องจักร
2. นำเสนอปริมาณน้ำยาที่ต้องใช้ตามปริมาณน้ำในระบบคูลลิ่ง ทาวเวอร์ พร้อมจุดวัดที่เห็นผลชัดเจนตามที่ตกลงร่วมกัน โดยน้ำยาที่เสนอในแต่ละส่วน ได้แก่
 - MICRO-NICE® D-5 GC สำหรับชะลอและป้องกันการเกิดตะกรันแข็งใหม่ และจัดการตะกรันแข็งเก่า
 - GC OKA สำหรับชะลอการเจริญเติบโตของตะไคร่และเมือก
 - GC Chill Chill สำหรับป้องกันการเกิดสนิมในระบบผลิตน้ำเย็นที่ต่ำกว่า 20 องศาเซลเซียส
 - GC Dynamic สำหรับขจัดตะกรันและสนิมเก่าในส่วนของ Roller, Oil Cooler, และ Mold (เฉพาะจุด)
 - MICRO-NICE® Bio AHU สำหรับขจัดเมือก ฟูม ละอองน้ำมัน ในส่วนของ Coil ร้อนและเย็นของ AHU, Chiller, และ Industrial Air Conditioner
3. ติดตั้งอุปกรณ์สำหรับเติมน้ำยาและควบคุมมาตรฐานค่าน้ำในระบบคูลลิ่ง ทาวเวอร์
4. บริการดูแลสิ่งสกปรกพร้อมทำความสะอาดคูลลิ่ง ทาวเวอร์
5. วัดผลลักษณะทางกายภาพ ณ จุดต่างๆ ทั้งคุณภาพค่าน้ำและค่าพลังงาน โดยจัดทำเป็นรายงานตามตกลง

2. กลุ่มทำความสะอาดคราบน้ำมัน สนิม และสิ่งสกปรกบนพื้นผิว

MICRO-NICE® Engine Cleaner เป็นผลิตภัณฑ์พร้อมใช้เหมาะกับทุกสภาพพื้นผิว ขจัดคราบน้ำมัน คราบสกปรกทั่วไปได้ทั้งแม่พิมพ์ เครื่องจักร และพื้นโรงงาน

MICRO-NICE® Bio3Mex เป็นผลิตภัณฑ์เข้มข้นสำหรับผสมตามปริมาณที่เหมาะสมกับความหนักเบาของคราบ น้ำมันและคราบสกปรก สามารถใช้กับทุกสภาพพื้นผิว ยกเว้น เหล็ก และสามารถใช้ทำความสะอาดพื้นผิวก่อนพ่นสีหรือพิมพ์ลาย

MICRO-NICE® Bio3Mex - RP2 และ Bio3Mex - RP4 เป็นผลิตภัณฑ์เข้มข้นสำหรับผสมตามปริมาณที่เหมาะสมกับคราบสกปรก สามารถใช้กับทุกสภาพพื้นผิว ยกเว้น อลูมิเนียม

3. กลุ่มทำความสะอาดในครัวเรือน อาคารสำนักงาน โรงอาหาร และสายการผลิตอาหาร

MICRO-NICE® Clean&Clear เป็นผลิตภัณฑ์ล้างภาชนะและสายการผลิตอาหาร โดยไม่ทิ้งสารตกค้าง สามารถขจัดกลิ่นคาว ไม่ละลายน้ำมันลงในน้ำ ไม่เกิดก้อนไขมันอุดตันในท่อน้ำและเกิดกลิ่นเหม็น

MICRO-NICE® B O Clean เป็นผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดพื้น ผ้าม่าน สุขภัณฑ์ในห้องน้ำ ห้องครัว เพื่อลดปัญหาตะกรัน คราบไขสบู่เกาะฝังแน่น ไม่มีกลิ่นขณะใช้งาน ปลอดภัยกับผู้ใช้งานและกับผิวสุขภัณฑ์และไม่ทำลายจุลินทรีย์ในบ่อบำบัด

MICRO-NICE® Bio Hand Wash เป็นผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดมือ ขจัดความมัน และกลิ่นคาว

MICRO-NICE® Bio Deodorizer เป็นผลิตภัณฑ์สลายกลิ่นไม่พึงประสงค์สำหรับในรถยนต์ ห้องประชุม คอนโด และร้านอาหาร

ตารางแสดงตัวอย่างรายชื่อผลิตภัณฑ์และลักษณะการนำไปใช้งาน

อักษรย่อ	คำเต็ม	ตัวอย่างลักษณะการนำไปใช้งาน
PP	POLYPROPYLENE	ถุงร้อน กระสอบ เครื่องใช้ในครัวเรือน เครื่องใช้ไฟฟ้า ชิ้นส่วนในรถยนต์ หลอดกาแฟ ลังอุตสาหกรรม และเปลือกแบตเตอรี่รถยนต์
PE	POLYETHYLENE (HDPE/LLDPE/LDPE/MDPE)	ถุงพลาสติก ฟิล์มหด บรรจุภัณฑ์ประเภทต่างๆ และขวด
HDPE	HIGH DENSITY POLYETHYLENE	เชือก แหวน ขวดบรรจุภัณฑ์ พาเลท ถุงหิ้ว ถัง และลังอุตสาหกรรม
LLDPE	LINEAR LOW DENSITY POLYETHYLENE	บรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อน เช่น ถุงอุตสาหกรรม และเครื่องใช้ในครัวเรือน
MDPE	MEDIUM DENSITY POLYETHYLENE	ถัง และงานฉีดประเภทต่างๆ
LDPE	LOW DENSITY POLYETHYLENE	บรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อน เช่น บรรจุภัณฑ์อาหาร ถุงหิ้ว ฟิล์มหด และ bubble film
PVC	POLYVINYL CHLORIDE	ขวดแชมพู รองเท้า หนังสือ ชิ้นส่วนงานอุตสาหกรรมประเภทต่างๆ ท่อน้ำ ชนิดแข็งและอ่อน และสายไฟ
PET	POLYETHYLENE TEREPHTHALATE	ขวดน้ำดื่ม บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง และบรรจุภัณฑ์แบบแผ่น
TPC-ET	THERMOPLASTIC POLYETHER ESTER ELASTOMER	ชิ้นส่วนรองเท้ากีฬา และชิ้นส่วนเครื่องกล
PCT	POLYCYCLOHEXAMETHYLENE TEREPHTHALATE	ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์
EPDM	ETHYLENE PROPYLENE DIENE MONOMER	ชิ้นส่วนยานยนต์
BUTYL	BUTYL RUBBER	ชิ้นส่วนยานยนต์ และยางรถยนต์
GPPS	GENERAL PURPOSE POLYSTYRENE	เครื่องใช้ในครัวเรือน และบรรจุภัณฑ์ใช้แล้วทิ้ง
HIPS	HIGH IMPACT POLYSTYRENE	เครื่องใช้ไฟฟ้า
SAN	STYRENE ACRYLONITRILE	บรรจุภัณฑ์ เครื่องสำอาง และไฟแช็ค
ABS	ACRYLONITRILE BUTADIENE STYRENE	ชิ้นส่วนยานยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์ ของเล่นเด็ก และหมวกกันน็อค
TABS	TRANSPARENT ABS	ชิ้นส่วนยานยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์ และของเล่นเด็กที่มีลักษณะโปร่งแสง
SBS	STYRENE BUTADIENE STYRENE	ไม้แขวนเสื้อ และแก้วกาแฟชนิดใส
SMMA	STYRENE METHYLMAHACRYLATE	เครื่องครัว และรองเท้าแฟชั่น
PMMA	ACRYLIC POLYMER	ไฟท้ายรถยนต์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า
PPS	POLYPHENYLENE SULFIDE	อะไหล่ชิ้นส่วนรถยนต์ และอิเล็กทรอนิกส์
HMPS	HIGH MOLECULAR WEIGHT POLYSTYRENE	เครื่องครัว

โครงสร้างบริษัทและบริษัทในเครือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 - บริษัทไม่มีบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การจำหน่าย และช่องทางการจำหน่าย

2.2.1.1 ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัท

ในปี 2562 บริษัทมีลูกค้าที่ซื้อขายทั้งหมดมากกว่า 1,240 ราย เป็นลูกค้าหลักที่ค้าขายกันเป็นประจำมากกว่าร้อยละ 61 ของลูกค้าทั้งหมด โดยลูกค้าของบริษัทส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่มีสัดส่วนการซื้อขายแต่ละรายไม่เกินร้อยละ 2 ของยอดขายทั้งหมด และมูลค่าการซื้อขายลูกค้ารายใหญ่ 10 รายแรกของบริษัทมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 14 ของยอดขายทั้งหมด

บริษัทแบ่งกลุ่มลูกค้าเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่

1. ผู้แปรรูป (converter)

เป็นผู้ผลิตซึ่งนำเม็ดพลาสติกและวัตถุดิบอื่นๆ ที่สั่งซื้อจากบริษัทมาแปรรูปเป็นสินค้าสำเร็จรูปที่ใช้ในอุตสาหกรรมต่างๆ ได้แก่ อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ ยานยนต์ อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องใช้ในครัวเรือน เครื่องใช้ไฟฟ้า บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง ก่อสร้าง และเกษตร เป็นต้น ลูกค้ากลุ่มผู้แปรรูปนี้เป็นลูกค้าหลักของบริษัท โดยยอดขายรวมของลูกค้ากลุ่มนี้คิดเป็นประมาณมากกว่าร้อยละ 84.76 ของยอดขายทั้งหมด

ตัวอย่างลูกค้ากลุ่มผู้แปรรูปนี้ที่เป็นที่รู้จักแต่ไม่ได้เป็นลูกค้ารายใหญ่ของบริษัท ได้แก่ บมจ. ศรีไทยซูเปอร์แวร์, บมจ. ที.กรุ๊ปไทยอุตสาหกรรม, บมจ. ยูเนี่ยนพลาสติก, กลุ่มบริษัทไทยซัมมิท, บมจ. พลาสติกและหีบห่อไทย และบมจ. ปัญญาพัฒนาพลาสติก เป็นต้น

2. ผู้ค้าที่เป็นพันธมิตรทางธุรกิจ (Trade partner)

เป็นผู้ค้าที่เป็นพันธมิตรกับบริษัทโดยจะรับสินค้าของบริษัทไปขายต่ออีกทอดหนึ่ง และในบางกรณีพันธมิตรกลุ่มนี้จะแนะนำลูกค้ามาให้บริษัท เนื่องจากบริษัทมีวัตถุดิบที่ครบวงจร จึงเป็นการเกื้อกูลกันระหว่างผู้ค้ากับบริษัท ผู้ค้าในกลุ่มนี้มียอดขายประมาณร้อยละ 5.44 ของยอดขายทั้งหมด

3. บริษัทประเภท Compounder

เป็นผู้ผสมสีผสมวัตถุดิบชนิดต่างๆ เข้าด้วยกัน เพื่อให้ได้วัตถุดิบที่ตอบสนองความต้องการลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น บริษัทขายสินค้าให้บริษัทประเภท Compounder และยังเป็นพันธมิตรกับบริษัท เพื่อการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ยอดขายจากบริษัทในกลุ่มนี้คิดเป็นประมาณร้อยละ 9.79 ของยอดขายทั้งหมด

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของบริษัทคือ บริษัทชั้นนำในอุตสาหกรรมนั้นๆ และมุ่งเน้นลูกค้าที่มีฐานะการเงินดี น่าเชื่อถือ โดยมอบหมายให้คณะกรรมการสินเชื่อพิจารณาอนุมัติวงเงินและเครดิตเทอมที่เหมาะสมให้แก่ลูกค้าแต่ละราย และให้คำนึงถึงการป้องกันความเสี่ยงเป็นส่วนสำคัญ บริษัทได้ทำประกันคุ้มครองความเสียหายของลูกค้าที่การค้ากับบริษัท ประกันภัยอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2548 เป็นต้นมา โดยจะคุ้มครองสำหรับหนี้เสียของลูกค้าที่อยู่ในเงื่อนไขการประกันภัย

2.2.1.2 ช่องทางการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่ายหลักของบริษัท คือ การจำหน่ายโดยตรงไปที่ลูกค้าโดยผ่านพนักงานขายผู้ดูแลสินค้าในแต่ละหน่วยธุรกิจ และบริษัทยังเปิดช่องทางเพื่อให้ลูกค้าหรือผู้แปรรูปสามารถติดต่อและเข้าถึงสินค้าของบริษัทได้ผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท หรือทางอีเมลถึงหน่วยงานที่รับผิดชอบสินค้าในแต่ละหน่วยธุรกิจ รวมถึงสามารถเดินทางมายังบริษัทโดยตรงในเวลาทำการ 08.30-17.30 น. ซึ่งบริษัทมีพนักงานขายและพนักงานสนับสนุนงานขายสามารถให้คำปรึกษาทางเทคนิคประจำที่สำนักงาน โดยสามารถให้คำแนะนำได้ทันที ทั้งนี้ พนักงานขายกว่าร้อยละ 90 ของบริษัทจบการศึกษาโดยตรงทางด้านเคมีหรือโพลิเมอร์ จึงสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและแนะนำการใช้งานที่เหมาะสมได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ บริษัทยังเป็นพันธมิตรกับกลุ่มผู้ขายสินค้าและผู้ผลิตสินค้าที่หลากหลาย ซึ่งกระจายอยู่ในอุตสาหกรรมต่างๆ มากมาย อาทิเช่น กลุ่มผู้ผลิตพลาสติกคอมปาวด์ ผู้ผสมสี หรือแม้แต่กลุ่มผู้ค้าเม็ดพลาสติกและตัวแทนจำหน่ายด้วยกันเอง ทำให้บริษัทสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์และร่วมพัฒนาสินค้ากับผู้ผลิตให้ตรงตามความต้องการของผู้แปรรูปได้มากขึ้น รวมถึงยังได้รับคำแนะนำบอกลักษณะจากผู้ขายรายอื่นไปยังลูกค้าหรือผู้แปรรูปรายใหม่ๆ เนื่องจากบริษัทมีสินค้าหลากหลายครบวงจรมากที่สุดอีกด้วย

2.2.1.3 ที่ตั้งคลังสินค้า

ทำเลที่ตั้งของบริษัทนับเป็นทำเลยุทธศาสตร์ ซึ่งเป็นจุดเด่นที่สำคัญประการหนึ่งที่สนับสนุนให้การจัดส่งเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยเหตุผลที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. ลูกค้าขนาดใหญ่จำนวนมากรวมถึงลูกค้าที่ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์และบรรจุภัณฑ์พลาสติกมีโรงงานในแถบสมุทรปราการ และต่อเนื่องไปชายฝั่งทะเลตะวันออก คลังสินค้าของบริษัทซึ่งอยู่ติดถนนกิ่งแก้ว บางนา-ตราด กม.12 จึงเป็นจุดกระจายสินค้าที่ใกล้กับลูกค้าสำคัญเหล่านี้ ทำให้การจัดส่งเป็นไปได้อย่างรวดเร็วฉับไว และประหยัดต้นทุนในการขนส่งเป็นอย่างมาก
2. ที่ตั้งของคลังสินค้าของบริษัทเป็นจุดซึ่งอยู่ในโซนนอกวงแหวน ซึ่งมีได้ถูกจำกัดเวลาเดินรถบรรทุกขนาดใหญ่เหมือนกับโซนด้านใน ทำให้บริษัทสามารถใช้กำลังการจัดส่งทั้งกำลังคน กำลังรถได้อย่างเต็มประสิทธิภาพในกรณีการส่งมอบให้กับลูกค้าที่อยู่พื้นที่โซนนอกวงแหวนด้วยกัน
3. มีความสะดวกรวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่ายทั้งในแง่ของเวลาและค่าขนส่งในการขนส่งสินค้าจากผู้ผลิตในประเทศที่ตั้งโรงงานอยู่ที่นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด จังหวัดระยองทั้งสิ้น รวมถึงสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศผ่านทางท่าเรือน้ำลึกแหลมฉบัง และอยู่ใกล้กับลานสินค้าลาดกระบัง ซึ่งทำให้บริษัทสามารถเลือกจุดในการนำเข้าสินค้าให้เหมาะสมและควบคุมค่าใช้จ่ายในการขนส่งกับการขาย และการส่งมอบสินค้าโดยตรงให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2.2 สภาพการแข่งขัน

2.2.2.1 แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

เนื่องจากบริษัท โกลบอล คอนเน็คชั่นส์ จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทตัวแทนจำหน่ายวัตถุดิบของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมพลาสติกและปิโตรเคมีเป็นหลัก ดังนั้น ยอดขายของบริษัทจะมีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมพลาสติกและปิโตรเคมีโดยตรง ข้อมูลจากสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (www.oie.go.th) บริษัทได้เรียบเรียงและสรุปภาวะอุตสาหกรรมพลาสติกและปิโตรเคมี ดังนี้

1. อุตสาหกรรมพลาสติก

อุตสาหกรรมพลาสติกภาพรวมปี 2562 คาดว่าดัชนีผลผลิตจะหดตัวร้อยละ 2.89 เมื่อเทียบกับปี 2561 โดยคาดว่าจะการส่งออกจะหดตัวร้อยละ 2.45 และการนำเข้าจะหดตัวร้อยละ 0.88 เนื่องจากเศรษฐกิจโลกชะลอตัว และค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้น

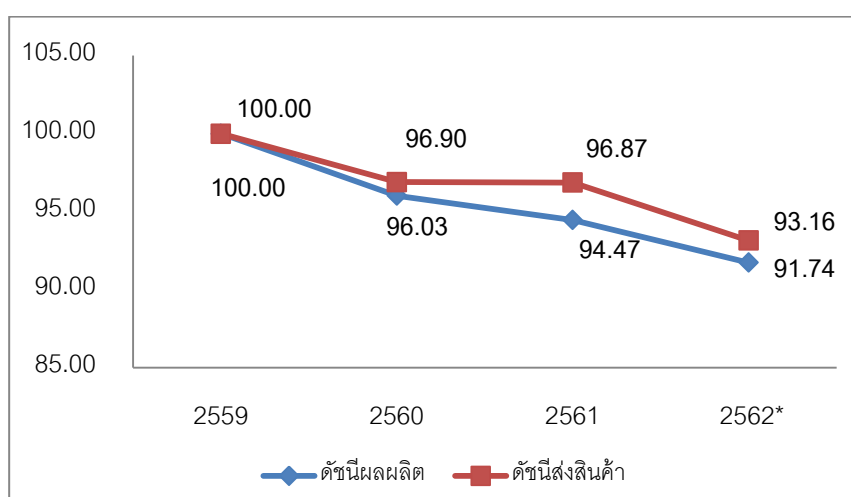
การตลาดและการจำหน่าย

• ดัชนีผลผลิตและดัชนีการส่งสินค้า

ดัชนีผลผลิต ปี 2562 คาดว่าจะหดตัวร้อยละ 2.89 เมื่อเทียบกับปี 2561 ผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลให้ดัชนีผลผลิตหดตัว เช่น เครื่องใช้ประจำโต๊ะอาหาร ครุฑ และห้องน้ำ หดตัวร้อยละ 15.10 กระสอบพลาสติก หดตัวร้อยละ 11.61 และพลาสติกแผ่น หดตัวร้อยละ 10.61

ดัชนีการส่งสินค้า ปี 2562 คาดว่าจะหดตัวร้อยละ 3.83 เมื่อเทียบกับปี 2561 ซึ่งลดลงเกือบทุกผลิตภัณฑ์ยกเว้นท่อ และ ข้อต่อพลาสติก โดยผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลให้ดัชนีการส่งสินค้าหดตัวมากที่สุด คือ เครื่องใช้ประจำโต๊ะอาหาร ครุฑ และห้องน้ำ หดตัวร้อยละ 14.76

กราฟแสดงดัชนีผลผลิต-ดัชนีส่งสินค้าอุตสาหกรรมพลาสติก



ที่มา: กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง และศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจอุตสาหกรรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

หมายเหตุ: *ปี 2562 เป็นตัวเลขคาดการณ์โดยสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

- **มูลค่าการส่งออกและนำเข้าผลิตภัณฑ์พลาสติก**

การส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติก ปี 2562 คาดว่าจะมีมูลค่า 4,229.63 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หดตัวร้อยละ 2.32 เมื่อเทียบกับปี 2561 ผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าการส่งออกหดตัวเช่น โยยาวเดี่ยว (HS 3916) หดตัวร้อยละ 28.78 ของอื่น ๆ ทำด้วยพลาสติก (HS 3926) หดตัวร้อยละ 8.76 และเครื่องสุขภัณฑ์ (HS 3922) หดตัวร้อยละ 6.78

การนำเข้าผลิตภัณฑ์พลาสติก ปี 2562 คาดว่าจะมีมูลค่า 4,777.96 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หดตัวร้อยละ 0.88 เมื่อเทียบกับปี 2561 ผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าการนำเข้าหดตัว เช่น ของที่ใช้ลำเลียงหรือบรรจุสินค้า (HS 3923) หดตัวร้อยละ 3.36 แผ่น แผ่นบาง พิล์ม ฟอยล์และแถบอื่น ๆ ชนิดยึดติดในตัว (HS 3919) หดตัวร้อยละ 2.30 และแผ่น แผ่นบาง พิล์ม ฟอยล์ และแถบอื่น ๆ ที่ไม่เป็นแบบเซลลูลาร์ (HS 3920) หดตัวร้อยละ 1.80

แนวโน้มอุตสาหกรรมพลาสติกปี 2563

อุตสาหกรรมพลาสติก ปี 2563 ดัชนีผลผลิตคาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 1 - 2 การส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติก คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 3.5 – 4.5 เมื่อเทียบกับปี 2562 แนวโน้มอุตสาหกรรมพลาสติก ปี 2563 คาดว่าจะขยายตัวเพียงเล็กน้อยจากนโยบายส่งเสริมการลงทุนของภาครัฐ แต่ยังคงมีปัจจัยที่จะส่งผลกระทบต่อขยายตัวของอุตสาหกรรมพลาสติก เช่น เศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มชะลอตัว การแข็งค่าของเงินบาท และการที่สหรัฐฯ ตัดสิทธิ GSP ประเทศไทย

2. อุตสาหกรรมปิโตรเคมี

อุตสาหกรรมปิโตรเคมีภาพรวม ปี 2562 คาดว่าขยายตัวเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปี 2561 โดยดัชนีผลผลิต และดัชนีการส่งสินค้าขยายตัวร้อยละ 1.80 และ 1.89 ส่วนราคาและมูลค่าการส่งออกยังคงได้รับแรงกดดันจากสงครามการค้า รวมถึงเศรษฐกิจโลกเข้าสู่ภาวะถดถอย

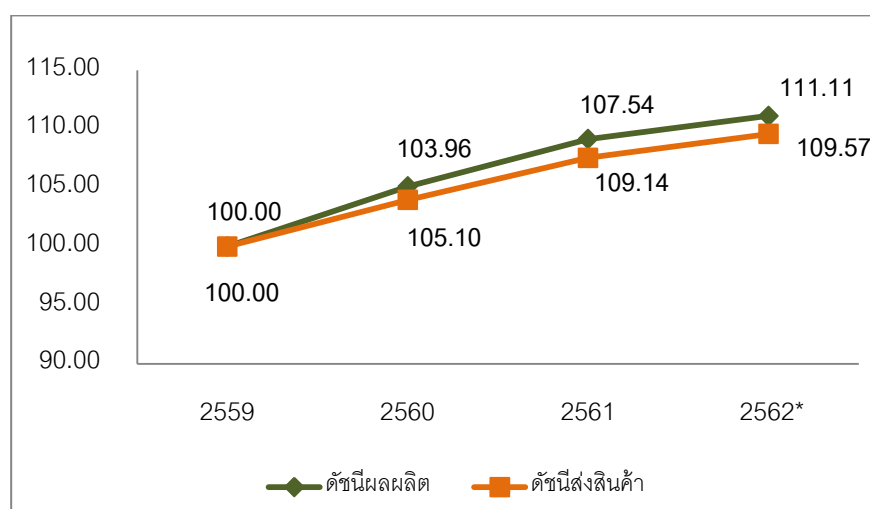
การตลาดและการจำหน่าย

• ดัชนีผลผลิตและดัชนีการส่งสินค้า

ดัชนีผลผลิต ปี 2562 คาดว่าจะมีมูลค่ารวมประมาณ 111.11 ล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวจากช่วงเดียวกันของปี 2561 ร้อยละ 1.80 (%YoY) ผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลให้ดัชนีผลผลิตขยายตัว ส่วนใหญ่นำไปใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก เช่น PET resin, EPS resin, PS resin และ PE resin เป็นต้น

ดัชนีการส่งสินค้า ปี 2562 คาดว่าจะมีมูลค่ารวมประมาณ 109.57 ล้านเหรียญสหรัฐ ขยายตัวจากช่วงเดียวกันของปี 2561 ร้อยละ 1.89 (%YoY) ผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลให้ดัชนีการส่งสินค้าขยายตัว ส่วนใหญ่นำไปใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก เช่น SAN resin, PS resin, EPS resin และ PET resin เป็นต้น

กราฟแสดงดัชนีผลผลิต-ดัชนีส่งสินค้าอุตสาหกรรมปิโตรเคมี



ที่มา: กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง และศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจอุตสาหกรรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

หมายเหตุ: *ปี 2562 เป็นตัวเลขคาดการณ์โดยสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

• มูลค่าการส่งออกและนำเข้าปิโตรเคมี

การส่งออกปิโตรเคมี ปี 2562 คาดว่าจะมีมูลค่ารวมประมาณ 11,923.78 ล้านเหรียญสหรัฐ หดตัวจากช่วงเดียวกันของปี 2561 ร้อยละ 14.21 (%YoY) ผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลให้มูลค่า การส่งออกหดตัวส่วนใหญ่ นำไปใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก และผลิตภัณฑ์ก่อสร้าง เช่น PE resin, PP resin และ PC resin เป็นต้น

การนำเข้าปิโตรเคมี ปี 2562 คาดว่าจะมีมูลค่ารวมประมาณ 5,573.53 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวจากช่วงเดียวกันของปี 2561 ร้อยละ 9.60 (%YoY) ผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลให้มูลค่าการนำเข้า หดตัวส่วนใหญ่นำไปใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก และยางสังเคราะห์เช่น PE resin, PP resin, BR rubber และ SR rubber เป็นต้น

แนวโน้มอุตสาหกรรมปิโตรเคมี ปี 2563

ภาวะอุตสาหกรรมปิโตรเคมีปี 2563 คาดว่าดัชนีผลผลิตและการส่งออกจะขยายตัวประมาณร้อยละ 2 - 4 เมื่อเทียบกับ ปี 2562 จากความต้องการปิโตรเคมีในแถบอาเซียนที่มีเพิ่มขึ้น รวมถึงมีปัจจัยสนับสนุนการขยายตัวของอุตสาหกรรมต่อเนื่อง และภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมการลงทุนอุตสาหกรรม ในกลุ่มอุตสาหกรรมใหม่ (New S-Curve) ที่มุ่งเน้นการลงทุนไปยังผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติเฉพาะทางและมีสมรรถนะสูง ทำให้มีการขยายการลงทุนของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีอย่างต่อเนื่อง ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (อีอีซี) โดยเป็นการลงทุนเพื่อต่อยอดและ สร้างมูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีขั้นสูงซึ่งจะเป็นแรงกระตุ้นการเติบโตที่สำคัญของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในปี 2563

2.2.2.2 คู่แข่ง

บริษัทประกอบธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่ายวัตถุดิบในอุตสาหกรรมพลาสติกและปิโตรเคมีครบวงจร ซึ่งจำหน่ายวัตถุดิบทั้ง Commodity Polymers, Specialty & Engineering Polymers และ Specialty Chemical ตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทยของอุตสาหกรรมนี้ส่วนใหญ่จำหน่ายวัตถุดิบในกลุ่ม Commodity Polymers เป็นหลัก โดยมีคู่แข่งในขนาดเดียวกันเพียงไม่กี่รายที่มีการจัดจำหน่ายครอบคลุมถึงผลิตภัณฑ์เกรดพิเศษ เนื่องจากโอกาสที่คู่แข่งใหม่จะเข้ามาแข่งขันในตลาดนั้น ต้องอาศัยความสัมพันธ์กับผู้ผลิต ซึ่งผู้ผลิตในอุตสาหกรรมปิโตรเคมีระดับโลกมักจะแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายในประเทศเพียงประเทศละ 1-2 ราย นอกจากนี้ ต้องมีขนาดใหญ่เพียงพอเพื่อที่จะสร้างความประหยัดต่อขนาดและความหลากหลายของสินค้าอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันเริ่มมีคู่แข่งเข้ามาในตลาดมากขึ้น แต่ส่วนมากแล้วมักไม่มีสินค้าที่ครบวงจร ดังเช่นที่บริษัทมี และคู่แข่งเหล่านั้นก็มุ่งเน้นเฉพาะสินค้าของตน

รายได้จากการขายของบริษัทคู่แข่งเทียบกับบริษัท สามารถแสดงได้ดังตารางต่อไปนี้ (หน่วย: ล้านบาท)

รายชื่อบริษัท	2556	2557	2558	2559	2560	2561	2562
บมจ. โกลบอล คอนเน็คชั่นส์	3,158	3,647	3,646	3,979	3,727	3,660	3,610
บจก. เลียกเซ็ง เทรดิง	2,921	3,039	2,713	2,604	2,759	2,712	N/A
บจก. เอพี อีพี	2,494	2,553	2,554	2,612	2,346	2,331	N/A
บจก. ตะล่อมสินพลาสติก*	3,233	3,034	3,080	3,044	3,018	2,828	2,683
บจก. แกรนด์โพลีเมอร์ อินเตอร์	3,658	3,616	3,513	3,083	3,199	3,211	N/A
บจก. เมกา โพลีเมอร์	2,279	3,639	3,235	4,697	4,625	4,871	N/A
บจก. รีไลแอนซ์ พลาสเคม	803	862	799	781	803	820	N/A
บจก. เอส เค พลาสเทค	956	1,134	1,056	1,000	784	758	N/A
บจก. พี พี โพลีเมอร์	644	710	562	587	413	534	N/A
บจก. เอเบิล วัน เอ็นจิเนียริง	382	420	472	545	632	667	N/A

หมายเหตุ: งบการเงินของคู่แข่งที่นำมาเปรียบเทียบทั้งหมดนี้ ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ ดังนั้น จึงยังไม่มีข้อมูลปี 2562

ที่มา: บริษัท บิซิเนส ออนไลน์ จำกัด (มหาชน) และบริษัท

* งบการเงินปี 2556-2562 สิ้นสุดวันที่ 5 มีนาคม ตามลำดับ

จากตารางข้างต้นจะเห็นว่า บริษัทมีสถานะภาพและศักยภาพในการแข่งขันเป็นอันดับต้นๆ เมื่อเทียบกับตัวแทนจำหน่ายด้วยกัน ทั้งนี้หากพิจารณาถึงสถานะภาพในการแข่งขันในภาพใหญ่ที่รวมเอาผู้ผลิตเม็ดพลาสติกทั้งในกลุ่มปตท. และ เอสซีจีเข้ามารวมด้วย บริษัทจะมีส่วนแบ่งตลาดระหว่างร้อยละ 1-2 เท่านั้น แต่หากพิจารณาจากภาพรวมของผู้ขายสินค้าที่มีลักษณะใกล้เคียงกันตามตารางข้างต้นแล้วจะพบว่าบริษัทมีส่วนแบ่งทางการตลาดอยู่ระหว่างร้อยละ 15-17

2.2.2.3 กลยุทธ์ในการแข่งขัน

กลยุทธ์ด้านสินค้า

บริษัทมีสินค้าที่หลากหลายทำให้มีฐานลูกค้ากระจายตัวอยู่ในทุกอุตสาหกรรม บริษัทจึงมีรายได้ที่ค่อนข้างสม่ำเสมอไม่แปรผันตามฤดูกาล เนื่องจากไม่ได้พึ่งพาสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งหรือลูกค้ารายใดรายหนึ่งเป็นหลัก บริษัทให้ความสำคัญในการเพิ่มรายได้จากสินค้าในกลุ่ม Specialty ให้มากขึ้น เนื่องจากสินค้าประเภทนี้เป็นสินค้าที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูง ตลาดยังมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก และมีโอกาสถูกทดแทนได้ช้าเนื่องจากต้องอาศัยความรู้และทักษะทางด้านเทคโนโลยีในการพัฒนาสินค้าใหม่จากบุคลากรหรือพนักงานขายที่มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ การเพิ่มรายได้สินค้าในกลุ่มนี้มากขึ้นจะทำให้ความสามารถในการทำกำไรของบริษัทดีขึ้น

นอกจากนี้ ในปัจจุบันบริษัทยังได้ทำการวิจัยและพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น นอกเหนือจากการเป็นพันธมิตรกับกลุ่ม Compounder ซึ่งเป็นผู้ผสมสี ผสมวัตถุดิบชนิดต่างๆ เข้าด้วยกันซึ่งมีประมาณ 50 รายในตลาด ทำให้บริษัทเข้าใจความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น ยังมีการทำวิจัยและพัฒนาร่วมกับลูกค้าตลอดจนซัพพลายเออร์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณสมบัติเฉพาะและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น ตามกระแสการใส่ใจคุณภาพและสิ่งแวดล้อม ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์โดยทั่วไปในท้องตลาด และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าของบริษัทได้ด้วย โดยปัจจุบันบริษัทมีหน่วยงานวิจัยและพัฒนาเพื่อรองรับการพัฒนาสินค้าใหม่ร่วมกับลูกค้า ซึ่งการพัฒนาแบ่งเป็นหลายด้านด้วยกัน เช่น พัฒนาสินค้าให้ตรงตามความต้องการใช้งานของลูกค้า, การพัฒนาโดยอิงแนวโน้มการตลาด, การพัฒนาในเชิงสินค้าต่อยอดเพื่อให้ลูกค้าได้นำไปพัฒนาสินค้าลูกค้าปลายทางเพิ่มขึ้นอีก, การพัฒนาเพื่อสนองตอบต่อลูกค้า เป็นต้น

กลยุทธ์ด้านลูกค้า

บริษัทดำเนินธุรกิจโดยใช้หลักการพันธมิตรทางธุรกิจ ยึดถือประโยชน์ระยะยาวเป็นหลักทั้งกับลูกค้าและผู้ผลิต โดยการแนะนำและให้คำปรึกษาด้านต่างๆ ที่เป็นประโยชน์กับลูกค้า ขณะเดียวกันก็มีนโยบายพัฒนาสินค้าของผู้ผลิตให้เกิดประโยชน์ทั้งสองด้านคือ ทั้งลูกค้าและผู้ผลิต โดยบริษัทไม่มีนโยบายการซื้อสินค้ากักตุนไว้เพื่อขายราคาแพง ซึ่งที่ผ่านมาบริษัทได้พิสูจน์ความจริงใจในการเป็นพันธมิตรกับลูกค้าในช่วงวิกฤตที่ผ่านมา เนื่องจากบริษัทได้ขายสินค้าให้กับลูกค้าเหล่านั้นในราคาที่เป็นธรรม และจัดสรรปริมาณอย่างเหมาะสม ในกรณีของผู้ผลิต ส่วนใหญ่บริษัทจะเป็นตัวแทนให้กับผู้ผลิตรายเดียวในหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อทำให้บริษัทสามารถช่วยทำการตลาดให้กับผู้ผลิตได้อย่างเต็มที่ และเพื่อขจัดปัญหาความขัดแย้งทางผลประโยชน์ที่จะทำให้ผู้ผลิตคลางแคลงใจ บริษัทดำเนินธุรกิจโดยถือหลักการพันธมิตร เพราะถือหลักว่าการทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จในระยะยาวต้องอาศัยความสำเร็จของทั้งลูกค้าและผู้ผลิต

บริษัทมีนโยบายเป็นผู้ให้บริการครบวงจร (Total Solutions and Service Provider) กับลูกค้า โดยการให้บริการ Value added services กับลูกค้า การให้บริการไม่เพียงแต่ขายและส่งของให้ลูกค้าเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการให้ข้อมูล และให้คำปรึกษากับลูกค้าในการดำเนินธุรกิจรวมถึงให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ลูกค้าทั้งด้านเทคโนโลยีและพัฒนาการใหม่ๆ ในต่างประเทศ เพื่อเพิ่มศักยภาพที่ลูกค้าต้องการ และอีกหนึ่งความแตกต่างคือ การแบ่งปันประสบการณ์ ไม่เฉพาะข้อมูลของสินค้าและบริการ แต่ยังรวมถึงข้อคิด/หลักการในการบริหารจัดการองค์กร ประสบการณ์จากการเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ การจัดโครงการการบริหารสินเชื่อกทางการเงินในการช่วยแก้ปัญหาสภาพคล่องให้กับลูกค้าที่มีศักยภาพแต่ติดปัญหาทางการเงิน ทำให้ธุรกิจของลูกค้าและบริษัทสามารถขยายตัวไปได้พร้อมๆ กัน กระทั่งการจัดการทรัพยากร

มนุษย์ ส่งเสริมให้บริษัทเป็นพันธมิตรและคู่คิดที่ดีที่สุดในการสร้างสรรค์รูปแบบการดำเนินธุรกิจให้กับคู่ค้าของบริษัทให้เติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืน

บริษัทเป็นพันธมิตรกับสถาบันการเงิน โดยเปลี่ยนการซื้อสินค้าจากผู้ผลิตในรูปเครดิตเป็นเงินสด และใช้วงเงินสินเชื่อจากสถาบันการเงิน ทำให้บริษัทสามารถลดต้นทุนทางการเงินลงได้ ในขณะที่ธนาคารได้ปล่อยสินเชื่อให้บริษัทที่มีความมั่นคงทางการเงินสูง

กลยุทธ์ในการสร้างความรวดเร็วและว่องไว (Speed to Market Strategy)

บริษัทมีการวางแผนในการส่งมอบสินค้าและบริการ อย่างรวดเร็วและทันการ เนื่องจากการวางแผนทำงานล่วงหน้า อาทิ การคาดการณ์ยอดขายสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้าเป็นรายไตรมาส รายเดือน รายสัปดาห์ เพื่อที่จะได้มีสินค้าให้กับลูกค้า นอกจากนั้นบริษัทได้มีการติดตามลูกค้าอย่างใกล้ชิด ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมกรรมการบริโภคของลูกค้า หากมีการเปลี่ยนแปลง บริษัทจะได้ตอบสนองต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าอย่างทันที ซึ่งถือเป็นความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างมากในยุคปัจจุบันซึ่งเป็นยุค Digital ข้อมูลส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงได้ง่ายผ่านเทคโนโลยีสื่อสาร 4G และ 5G อาจกล่าวได้ว่า เป็นยุคที่ปลาเร็วกินปลาช้า

2.3 ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

บริษัทจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการจากผู้ผลิตและผู้จำหน่ายชั้นนำ โดยมีผู้จัดจำหน่ายหลัก อาทิเช่น

- Asia Polymer Corporation (ไต้หวัน)
- BST Elastomers Co., Ltd. (ไทย)
- Cabot Plastics HongKong Ltd. (ฮ่องกง)
- Chevron Phillips Chemicals International N.V. (เบลเยียม)
- Chevron Phillips Chemical Company LP (สหรัฐอเมริกา)
- Chi Mei Corporation (ไต้หวัน)
- Denka Singapore PTE Ltd. (สิงคโปร์)
- DuPont Performance Specialty Products (Thailand) Ltd. (ไทย)
- Dyna Chisso Thai Co., Ltd. (ไทย)
- Eastman Chemical Ltd., Singapore Branch (สิงคโปร์)
- ExxonMobil Chemical Asia Pacific (สิงคโปร์)
- HMC Polymers (ไทย)
- Imerys Mineral Ltd. (ฝรั่งเศส)
- Inabata (สิงคโปร์)
- Integrated Refinery Petrochemical Complex (ไทย) (IRPC)
- Itochu (Thailand) Ltd. (สิงคโปร์)
- Milliken Chemical (สิงคโปร์)
- Mitsubishi Chemical (ญี่ปุ่น)

- Noble Resources Pte. Ltd. (สิงคโปร์)
- NOURYON functional Chemicals BV (เนเธอร์แลนด์)
- Nova Chemical (international) S.A. (สวิสเซอร์แลนด์)
- OCV (Thailand) บริษัทในกลุ่มของ OCV Reinforcement Co., Ltd. (เกิดจากการรวมกิจการระหว่าง Owens Corning Australia PTY (ออสเตรเลีย) และ Saint Gobain's Reinforcement)
- Pinnacle Plastic Asia Co., Ltd. (ไทย)
- PMC Biogenex (Korea) Ltd. (เกาหลี)
- GC Marketing Solutions Co., Ltd. (ไทย)
- Rio Tinto Mineral Asia Pte., Ltd. (สิงคโปร์)
- Styrolution America LLC. (สหรัฐอเมริกา)
- Technogreen Co., Ltd. (ไทย)
- Trinseo (Hongkong) Limited (เปลี่ยนชื่อมาจาก Styron (Hongkong) Limited) (ฮ่องกง)
- Imers Graphited Car bon Belgium (เบลเยียม)
- Thai Synthetic Rubbers Company Limited (TSL), UBE Group (ไทย)
- TPSC Asia PTE Ltd. (สิงคโปร์)

โดยทั่วไปแล้วสินค้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศมักจะมีตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทยเพียง 1-2 ราย ในขณะที่สินค้าในประเทศจะมีตัวแทนจำหน่ายมากกว่านั้นมาก เช่น กรณีของบริษัท จีซี มาร์เก็ตติ้ง โซลูชันส์ จำกัด มีตัวแทนจำหน่ายมากกว่า 30 รายเป็นต้น

บริษัทมีการสั่งสินค้าเก็บไว้ในคลังสินค้าเพื่อส่งมอบให้ลูกค้าเมื่อมีการสั่งซื้อ แต่ในกรณีที่เป็นการสั่งสินค้าจำนวนมาก บริษัทจะดำเนินการจัดส่งจากผู้ผลิตจนถึงลูกค้าโดยตรง เพื่อลดต้นทุนและขั้นตอนของการดำเนินการ

การจัดหาสินค้าจากในประเทศช่วงปี 2560-2562 คิดเป็นร้อยละ 60-63 ของยอดซื้อทั้งหมด และยอดซื้อจากต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 37-40 ตามที่แสดงไว้ในตารางดังต่อไปนี้

(หน่วย: ล้านบาท)

	2560		2561		2562	
	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ
ยอดซื้อในประเทศ	2,077	62	2,129	63	1,898	60
ยอดซื้อต่างประเทศ	1,293	38	1,264	37	1,252	40
รวม	3,370	100	3,393	100	3,150	100

ช่วงปี 2560-2562 ยอดซื้อในประเทศหลักมาจากบริษัท จีซี มาร์เก็ตติ้ง โซลูชันส์ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท พีทีที โพลีเมอร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด) คิดเป็นร้อยละ 53, 54 และ 56 ของยอดซื้อในประเทศทั้งหมด ตามลำดับ ซึ่งมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทมีเป้าหมายที่จะพยายามขยายฐานลูกค้าที่ใช้สินค้ากลุ่มปตท. เพิ่มขึ้น

นโยบายเกี่ยวกับสินค้าคงคลัง

บริษัทมีนโยบายเก็บสินค้าให้เหมาะสม และสอดคล้องกับความจำเป็นสำหรับการส่งให้ลูกค้าอย่างทันเวลา โดยมีระยะเวลาการเก็บสินค้าเฉลี่ยประมาณ 20 วันสำหรับสินค้าที่ผลิตในประเทศและเฉลี่ย 70-200 วัน สำหรับสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ โดยบริษัทจะมีการกำหนดขนาดการสั่งซื้อที่เป็นมาตรฐาน และมีการวางแผนเก็บสินค้าคงคลังโดยพิจารณาถึงระยะเวลาการสั่งซื้อ และมีการพยากรณ์ยอดขาย โดยจะเก็บสินค้าประเภทที่มีระยะเวลาในการสั่งสินค้านานและมีความผันผวนของราคาต่ำไว้มากในคลังสินค้า เพื่อสำรองไว้เพื่อจัดส่งให้ลูกค้า ทั้งนี้ บริษัทไม่มีนโยบายกักตุนสินค้าเพื่อเก็งกำไร บริษัทมีระบบควบคุมการเก็บสินค้าโดยสินค้าทุกชิ้นที่นำเข้าจะต้องมีใบส่งสินค้าจากผู้ผลิตและมีใบนำเข้าคลังสินค้า สินค้าทุกชิ้นที่ออกต้องมีใบจ่ายสินค้าออกจากคลังสินค้า ดังนั้น ปริมาณสินค้าในคลังสินค้าจึงตรงและสอดคล้องกับระบบบัญชี โดยบริษัทตรวจเช็คสินค้าที่มีการเบิกจ่ายสินค้าทุกวัน สุ่มตรวจเช็คสินค้าคงคลังทุกไตรมาส และแผนกบัญชีจะตรวจเช็คสินค้าทั้งหมด 1 ครั้งต่อปี ในช่วงปลายปี ซึ่งกำหนดการตรวจนับในแต่ละปีจะกำหนดเป็นครั้งไป

บริษัทใช้ระบบ FIFO (First In, First Out) เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาสินค้าเสื่อมสภาพจากการเก็บนานเกินควร นอกจากนี้ ยังมีการใช้รายงานอายุสินค้าจากระบบ ERP เป็นเครื่องมือในการตรวจสอบอายุสินค้า ทั้งนี้ สินค้าของบริษัทมีอายุการเก็บโดยไม่เสื่อมสภาพเฉลี่ยประมาณน้อยกว่า 2 ปี

บริษัทมีคลังสินค้าที่บริหารจัดการอยู่ในบริเวณบริษัทและคลังเช่าบนถนนกิ่งแก้ว โดยมีพื้นที่แสดงดังตารางต่อไป

คลังสินค้า	พื้นที่ (ตารางเมตร)	ความสามารถในการจัดเก็บ (ตัน)	ความสามารถในการจัดเก็บ (พาเลท)
1	1,600	1,054	843
2	1,200	1,020	816
3 คลังชั่วคราว	750	640	512
4 คลังเช่า	3,600	3,322	2,658
รวม	7,150	6,036	4,829

หมายเหตุ:

1. คลังเช่า ต่อสัญญาเช่า ระยะเวลาสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565
2. กรณีพื้นที่ที่จัดเก็บไม่เพียงพอ บริษัทได้เช่าพื้นที่จัดเก็บกับบริษัทภายนอกในลักษณะ Outsource โดยมีค่าใช้จ่ายผันแปรตามปริมาณสินค้าและจำนวนวันที่นำฝาก
3. ในปี 2562 บริษัทเพิ่มเติมพื้นที่ด้านหลังเป็นลานคอนกรีต แล้วเสร็จและคาดว่าจะใช้งานได้ตั้งแต่ มีนาคม 2563

การจัดเก็บสินค้าของบริษัทจะมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา คือ แบ่งตามประเภทของสินค้า โดยจัดแบ่งเป็นสินค้ากลุ่ม Commodity, Engineering, Chemical, Dangerous and Hazardous Cargo โดย จัดเก็บตามความเหมาะสม เช่น

- ❑ ลักษณะบรรจุภัณฑ์ของสินค้าประเภท Chemical จะแตกต่างจากเม็ดพลาสติกคือ จะบรรจุถุงและบรรจุอยู่ในกล่องกระดาษอีกชั้นหนึ่ง ไม่สามารถซ้อนทับได้ จึงถูกจัดเก็บอยู่บนชั้นลอย สินค้าประเภท Engineering และ Chemical จะมีความถี่ในการเคลื่อนไหว และปริมาณ การเคลื่อนไหวน้อยกว่าประเภท Commodity สินค้าส่วนใหญ่จะนำเข้าจากต่างประเทศ และจะมีมูลค่าของสินค้าค่อนข้างสูง ทั้งนี้สินค้า Chemical บางรายการมีการแบ่งบรรจุภัณฑ์โดยแยกตามขนาดของบรรจุภัณฑ์และรหัสสินค้า ทั้งนี้ จำเป็นต้องตรวจสอบอุณหภูมิของคลังสินค้า ซึ่งมีผลต่อการจัดเก็บสินค้าประเภท Chemical ไม่ให้ได้รับผลกระทบจากอุณหภูมิที่สูงเกินไปซึ่งจะส่งผลต่อคุณภาพของสินค้า
- ❑ การจัดเก็บสินค้าประเภท Dangerous and Hazardous Cargo หรือสินค้าอันตราย เป็นสินค้าเกรดพิเศษบางชนิดที่ต้องการการเก็บรักษาเป็นพิเศษนั้น ทางบริษัทได้จัดเก็บไว้ที่คลังสินค้าที่ได้รับใบอนุญาตในการประกอบ การคลังสินค้าอันตรายภายนอก
- ❑ การจัดเก็บสินค้าในพื้นที่ที่ขออนุมัติตามโครงการ IPO (International Procurement Office) เพื่อสนับสนุนการขายสินค้าให้กับลูกค้าในกลุ่มที่ได้รับสิทธิพิเศษทางภาษี BOI หรือ EPZ (Export Processing Zone) ซึ่งเริ่มดำเนินการตั้งแต่เดือนเมษายน 2558 ทางบริษัทได้จัดเก็บไว้ที่คลังสินค้าหลังที่หนึ่ง และกำหนดพื้นที่การจัดเก็บไว้อย่างชัดเจน และเปลี่ยนแปลงการจัดเก็บสินค้าที่คลังทันสมัยบน เป็นการนำเข้าสินค้าแบบใช้สิทธิประโยชน์ IPO แทน

บัตรส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

บริษัทได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนเลขที่ 2109/2557 ลงวันที่ 9 กันยายน 2557 โดยได้รับการส่งเสริมการลงทุนในกิจการประเภท 7.12 กิจการศูนย์จัดหาจัดซื้อชิ้นส่วนและผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ (International Procurement Office - IPO) โดยให้ได้รับสิทธิและประโยชน์ และปฏิบัติตามเงื่อนไข ดังต่อไปนี้

สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ มีดังนี้

- ตามมาตรา 25 ให้ได้รับอนุญาตนำคนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการกับคู่สมรสและบุคคลซึ่งอยู่ในอุปการะของบุคคลทั้ง 2 ประเภทนี้เข้ามาในราชอาณาจักรได้ตามจำนวนและกำหนดระยะเวลาให้อยู่ในราชอาณาจักรเท่าที่คณะกรรมการพิจารณาเห็นสมควร
- ตามมาตรา 26 ให้คนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการที่ได้รับอนุญาตให้อยู่ในราชอาณาจักรตามมาตรา 25 ได้รับอนุญาตทำงานเฉพาะตำแหน่งหน้าที่การทำงานที่คณะกรรมการให้ความเห็นชอบตลอดระยะเวลาเท่าที่ได้รับอนุญาตให้อยู่ในราชอาณาจักร
- ตามมาตรา 28 ให้ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรตามที่คณะกรรมการพิจารณาอนุมัติ
- ตามมาตรา 36(1) ให้ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบและวัสดุจำเป็นที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ เพื่อใช้ในการผลิตเพื่อการส่งออกเป็นระยะเวลาหนึ่งปีนับแต่วันนำเข้าครั้งแรก
- ตามมาตรา 36(2) ให้ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับของที่ผู้ได้รับการส่งเสริมนำเข้ามา เพื่อส่งกลับออกไปเป็นระยะเวลาหนึ่งปีนับแต่วันที่นำเข้าครั้งแรก
- ตามมาตรา 37 ให้ได้รับอนุญาตให้นำหรือส่งเงินออกนอกราชอาณาจักรเป็นเงินตราต่างประเทศได้

เมื่อบริษัทได้รับการส่งเสริมกิจการประเภทศูนย์จัดหาจัดซื้อชิ้นส่วนและผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ หรือ International Procurement Office - IPO ทำให้บริษัทมีบทบาทเป็นคนกลางระหว่างโรงงานผู้ผลิตและซัพพลายเออร์โดย IPO จะทำหน้าที่เหมือนหน่วย Sourcing หรือฝ่ายจัดหาจัดซื้อของโรงงานผู้ผลิตดำเนินการจัดหาวัตถุดิบและพร้อมจัดส่งตามเวลาที่ต้องการ และ IPO จะเป็นผู้รับผิดชอบดูแล และเก็บจำนวนวัตถุดิบไม่ให้เกิดขาดแคลน โดยลดภาระภาษี สำหรับผู้ผลิตเพื่อการส่งออกและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของบริษัท

2.4 งานที่ยังไม่ส่งมอบ -ไม่มี-

3. ปัจจัยความเสี่ยง

3.1 ความเสี่ยงจากการพึ่งพาซัพพลายเออร์หลัก หรือผู้ผลิตสินค้าร้อยละ

ในอดีตบริษัทซื้อสินค้าจากซัพพลายเออร์รายหนึ่งในสัดส่วนสูงกว่าร้อยละ 50-60 ของยอดซื้อทั้งหมด ต่อมา บริษัทได้ยุติบทบาทการเป็นตัวแทนจำหน่ายกับซัพพลายเออร์รายนั้น ส่งผลกระทบต่อรายได้และกำไรของบริษัทในระยะเวลาหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ในครั้งนั้นบริษัทได้ประเมินความเสี่ยงและเตรียมความพร้อมโดยจัดหาสินค้าทดแทนได้ ต่อเนื่องทำให้ลดผลกระทบได้ในระดับหนึ่ง

บริษัทมียอดซื้อจากซัพพลายเออร์สูงสุดคือ บริษัท บริษัท จีซี มาร์เก็ตติ้ง โซลูชันส์ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท พีทีที โพลีเมอร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด) ในสัดส่วนร้อยละ 33.7 จากยอดซื้อทั้งหมดในปี 2562 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ปรับลดลงจากในอดีตซึ่งพึ่งพาการจำหน่ายสินค้าจากซัพพลายเออร์หลักในประเทศเพียงรายเดียว โดยบริษัทบริหารจัดการความเสี่ยงด้วยการกระจายโครงสร้างการจำหน่ายสินค้าให้หลากหลายมากขึ้น หาซัพพลายเออร์ทดแทนจากหลายแหล่งทั้งในประเทศและต่างประเทศ ด้วยกำแพงภาษีที่ลดลงทำให้สินค้าจากต่างประเทศมีราคาที่แข่งขันได้ เห็นได้จากการเติบโตของปริมาณสินค้าขายของซัพพลายเออร์ต่างประเทศระหว่างปี 2558-2562 ในสัดส่วนร้อยละ 42.9, 46.2, 44.0, 41.6 และ 44.10 ตามลำดับ

มาตรการรองรับเพื่อลดความเสี่ยง

1. บริษัทมีนโยบายเพิ่มความหลากหลายของสินค้า โดยขยายตัวไปในตลาดและอุตสาหกรรมใหม่ในหลายๆ อุตสาหกรรม เช่น อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับยาง บรรจภัณฑ์ ยานยนต์ รวมถึงอุตสาหกรรมปิโตรเคมีคอลและสารเติมแต่งมากขึ้น
2. บริษัทมุ่งเน้นและริเริ่มสินค้าที่ผ่านการวิจัยและพัฒนาภายในองค์กรพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ของบริษัท
3. บริษัทพยายามติดต่อเพิ่มจำนวนซัพพลายเออร์และเพิ่มความหลากหลายของสินค้าในกลุ่มซัพพลายเออร์รายเดิม เพื่อให้เกิดการถ่วงดุลที่เหมาะสม ซึ่งจะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันได้ในอนาคต และลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาซัพพลายเออร์หลักได้ในระดับหนึ่ง

3.2 ความเสี่ยงจากการพึ่งพานักงาน

การขายสินค้าส่วนใหญ่จะผ่านพนักงานขาย ดังนั้น ยอดขายของบริษัทจึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับบุคลากรฝ่ายขาย บริษัทจึงมีความเสี่ยงในการพึ่งพิงบุคลากรฝ่ายขายในด้านความสัมพันธ์ที่มีกับลูกค้า หากพนักงานขายลาออกจากบริษัท ลูกค้าอาจย้ายการซื้อสินค้าตามไปด้วยโดยเฉพาะสินค้าประเภท Commodity Polymers ซึ่งอาจทำให้ยอดขายและกำไรของบริษัทลดลง และจะมีผลกระทบต่อการขายสินค้าเกรดพิเศษบางผลิตภัณฑ์เท่านั้น เนื่องจากการขายสินค้าดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยความรู้ความชำนาญเฉพาะด้านของบุคลากรในการขายสินค้านั้นๆ ควบคู่กับการสนับสนุนด้านเทคนิคจากซัพพลายเออร์เป็นสำคัญ หากพนักงานขายคนดังกล่าวออกจากบริษัท อาจส่งผลให้บริษัทประสบปัญหาด้านงานขายเพียงระยะเวลาอันสั้นไม่กระทบมากนัก เนื่องจากซัพพลายเออร์ยังคงสนับสนุนบริษัทอย่างต่อเนื่อง

มาตรการรองรับเพื่อลดความเสี่ยง

1. ลูกค้าส่วนใหญ่มีประวัติค้าขายกับบริษัทมานาน มีความไว้วางใจต่อยุทธศาสตร์ของบริษัท ซึ่งช่วยทำให้ลดความเสี่ยงในการเสียลูกค้าได้ในระดับหนึ่ง และผู้บริหารของบริษัทมีความรู้ความชำนาญในสินค้าทุกชนิดเป็นอย่างดี
2. บริษัทมีการเยี่ยมเยียนลูกค้าตามวาระต่างๆ ทำให้ความสัมพันธ์ในรูปบริษัทและผู้บริหารเป็นไปด้วยดี

3. ในการดูแลลูกค้าแต่ละราย จะมอบหมายให้พนักงานฝ่ายขาย 2 คน ช่วยกัน ดังนั้น เมื่อพนักงานขายคนใดคนหนึ่งลาออกไป ยังมีพนักงานฝ่ายขายอีกท่านช่วยประสานงานดูแลได้ต่อไป
4. บริษัทมีนโยบายในการฝึกอบรมให้กับพนักงาน จึงสามารถพัฒนาบุคลากรมาทดแทนได้อย่างต่อเนื่อง
5. บริษัทมีระบบฐานข้อมูลลูกค้าที่ดี จึงทำให้พนักงานใหม่สามารถติดตามลูกค้าเดิมได้โดยง่าย
6. บริษัทพยายามพัฒนาให้บุคลากรในหน่วยงานสนับสนุนงานขาย (Sales Support) ช่วยงานพนักงานฝ่ายขายมากขึ้น เพื่อความคล่องตัวและการประสานงานต่อไปได้อย่างรวดเร็ว เมื่อพนักงานฝ่ายขายไม่อยู่สำนักงาน
7. สำหรับสินค้าเกรดพิเศษที่บริษัทเป็นตัวแทนส่วนใหญ่ หลังจากผู้สั่งซื้อของลูกค้ารับรองคุณภาพแล้ว จะไม่เปลี่ยนไปใช้ของบริษัทอื่นถ้าไม่มีเหตุจำเป็นอย่างจริงจัง เนื่องจากผู้สั่งซื้อของลูกค้ากำหนดรายละเอียด คุณภาพของวัตถุดิบไว้แล้ว นอกจากนี้ ฐานลูกค้าบางกลุ่มผูกกับสินค้าเกรดพิเศษ จะมีต้นทุนที่สูงขึ้นในการเปลี่ยนแปลงทำให้การพึ่งพาพนักงานจากส่วนนี้มีผลไม่มากนัก
8. บริษัทอยู่ระหว่างดำเนินการพัฒนาแผนการสืบทอด (Succession Plan) ในทุกระดับของการบริหารในองค์กร เพื่อเป็นการเสริมสร้างความมั่นคงยั่งยืนขององค์กรและธุรกิจในระยะยาว

3.3 ความเสี่ยงจากหนี้สูญของลูกค้า

บริษัทจำหน่ายสินค้าโดยให้สินเชื่อเกือบทั้งหมด ดังนั้นหากลูกหนี้การค้าของบริษัทกลายเป็นหนี้สูญเป็นจำนวนมาก อาจส่งผลกระทบต่อสภาพคล่องเงินทุนหมุนเวียนหรือผลการดำเนินงานของบริษัทได้

มาตรการรองรับเพื่อลดความเสี่ยง

1. บริษัทมีกระจายการขายให้แก่ลูกค้าในวงกว้าง โดยมียอดขายแต่ละรายลูกค้าไม่เกินร้อยละ 5 ของยอดขายทั้งหมดเพื่อกระจายความเสี่ยง
2. บริษัทมีนโยบายตรวจสอบสินเชื่อของลูกค้าอย่างรัดกุมก่อนที่จะให้สินเชื่อกับลูกค้า ติดตามดูพฤติกรรมและความสามารถในการชำระเงินอย่างใกล้ชิด โดยบริษัทตั้งคณะกรรมการพิจารณาสินเชื่อเพื่อพิจารณาวางเงินเครดิตสำหรับลูกค้าทั้งรายเก่าและรายใหม่ และมีการจัดตั้งระบบการอนุมัติสินเชื่อให้กับลูกค้าโดยแยกออกมาจากฝ่ายขาย เพื่อควบคุมรายการขายที่อาจมีความเสี่ยง
3. บริษัทมีนโยบายโอนความเสี่ยงส่วนหนึ่งไปยังบริษัทประกันภัย โดยทำประกันคุ้มครองความเสียหายของลูกหนี้การค้ากับบริษัทประกันภัยอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2548 เป็นต้นมา โดยจะคุ้มครองสำหรับหนี้เสียของลูกค้าของบริษัทที่อยู่ในเงื่อนไขการประกันภัย โดยทางบริษัทประกันภัยจะกำหนดวงเงินคุ้มครองสำหรับลูกค้ารายที่เข้าเกณฑ์ตามเงื่อนไขประกัน
4. สำหรับการประมาณการค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญนั้น บริษัทใช้ดุลยพินิจในการพิจารณาความเสี่ยงของลูกค้าแต่ละรายจากประสบการณ์การเก็บเงินในอดีตและสถานะทางการเงินปัจจุบันของลูกค้าหนึ่งคงค้างเปรียบเทียบกับค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญที่มีอยู่และความคุ้มครองจากบริษัทประกันภัยว่าจำเป็นต้องมีการสำรองเพิ่มเติมหรือไม่

ทั้งนี้ ได้อธิบายเพิ่มเติมรายละเอียดสัดส่วนลูกหนี้แยกตามอายุหนี้ที่ค้างชำระรวมถึงตัวเลขการตั้งสำรองค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญในหัวข้อการวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการข้อ 14.1.2 แล้ว

3.4 ความเสี่ยงทางด้านอัตราแลกเปลี่ยน

บริษัทมีการสั่งซื้อสินค้าจากซัพพลายเออร์ทั้งในและต่างประเทศ โดยส่วนใหญ่ของสินค้าเกรดพิเศษนั้นจะสั่งซื้อจากซัพพลายเออร์ต่างประเทศ ซึ่งซื้อขายเป็นสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐเกือบทั้งหมด ในปี 2562 บริษัทซื้อสินค้าในสกุลเงินต่างประเทศประมาณร้อยละ 40 ของยอดสั่งซื้อทั้งหมด ซึ่งหากอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินบาทต่อสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐมีความผันผวนอาจทำให้มีผลกระทบต่อกำไรของบริษัทได้มาก

มาตรการรองรับเพื่อลดความเสี่ยง

1. บริษัทติดตามความเคลื่อนไหวของค่าเงินบาทต่อสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐฯ อย่างใกล้ชิด โดยขอคำปรึกษาจากธนาคารคู่ค้าประกอบการตัดสินใจ
2. บริษัทป้องกันความเสี่ยงด้วยเครื่องมือทางการเงิน โดยการซื้อเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) เพื่อจ่ายชำระเจ้าหนี้ต่างประเทศ
3. บริษัทมีนโยบายชัดเจนในการไม่เก็งกำไรอัตราแลกเปลี่ยน โดยจะไม่ซื้อหรือขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าหากไม่มีภาระผูกพันทางการค้า
4. ส่วนใหญ่บริษัทจะตั้งราคาขายโดยตกลงอัตราแลกเปลี่ยนกับลูกค้าไว้ล่วงหน้า จึงทำให้สามารถป้องกันความเสี่ยงได้ในระดับหนึ่ง

3.5 ความเสี่ยงจากเงินทุนหมุนเวียน

บริษัทมีการสำรองสินค้าคงคลังไว้จำนวนหนึ่งเพื่อให้สามารถส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว โดยระยะเวลาขายสินค้ารวมกับระยะเวลาการเรียกเก็บเงินจากลูกค้าของบริษัทอยู่ที่ประมาณ 112 วัน ซึ่งนานกว่าระยะเวลาจ่ายเจ้าหนี้การค้าของบริษัทที่มีระยะเวลาประมาณ 17 วัน ทำให้บริษัทจำเป็นต้องมีเงินทุนหมุนเวียนระดับหนึ่งสำหรับการดำเนินงานของบริษัทซึ่งมีวงจรเงินสด (Cash Cycle) อยู่ที่ประมาณ 95 วัน หากยอดขายของบริษัทเพิ่มขึ้นมากอย่างมีนัยสำคัญ บริษัทอาจต้องหาแหล่งเงินทุนเพิ่มเติมซึ่งมีต้นทุนทางการเงินสูงกว่าต้นทุนทางการเงินของบริษัทในปัจจุบัน

มาตรการรองรับเพื่อลดความเสี่ยง

1. ปัจจุบันบริษัทสามารถซื้อสินค้าจากผู้ผลิตหลัก เช่น บริษัท จีซี มาร์เก็ตติ้ง โซลูชันส์ จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท พีทีที โพลีเมอร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด) ในรูปเครดิตตามสัญญาที่ตกลงไว้ 15 วัน ซึ่งหากบริษัทต้องการซื้อสินค้าโดยได้เครดิตที่นานกว่านี้ ก็สามารถดำเนินการได้ โดยติดต่อกับผู้ผลิตเป็นกรณีไป ซึ่งอาจจะมีต้นทุนทางการเงินส่วนเพิ่มขึ้นบ้าง
2. บริษัทใช้แหล่งเงินทุนจากสถาบันการเงินโดยมีต้นทุนทางการเงินค่อนข้างต่ำ ปัจจุบันบริษัทมีวงเงินกู้ยืมกับสถาบันการเงินหลายแห่ง ทำให้บริษัทมีวงเงินหมุนเวียนใช้ได้อย่างเพียงพอ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทยังมีวงเงินคงเหลือที่จะสามารถใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนได้อีกประมาณร้อยละ 78 จากวงเงินที่มีอยู่ทั้งหมด ทำให้บริษัทมีฐานะเงินทุนหมุนเวียนที่เข้มแข็ง และ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทมีอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนเพียง 1.48 เท่า อีกทั้งความน่าเชื่อถือและการดำเนินงานที่โปร่งใสอย่างสม่ำเสมอของบริษัททำให้บริษัทได้รับเงื่อนไขและการสนับสนุนวงเงินกู้จากธนาคารพาณิชย์ด้วยดี

3.6 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าในตลาดโลก

สินค้าของบริษัทส่วนใหญ่เป็นสินค้าในอุตสาหกรรมปิโตรเคมีที่มีลักษณะเป็นสินค้าประเภท Commodity ที่ราคา มีความผันผวนตามราคาสินค้าโภคภัณฑ์ในตลาดโลก ซึ่งผันแปรตามอุปสงค์และอุปทานในขณะนั้นๆ จึงทำให้บริษัทมีความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากราคาสินค้าที่ผันผวนดังกล่าว

ตัวอย่าง กรณีบริษัทซื้อสินค้ามาในราคาสูงและช่วงเวลาต่อมาเกิดเหตุการณ์ราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกปรับตัวลดลงอย่างรุนแรง ส่งผลให้ราคาสินค้าปิโตรเคมีและเม็ดพลาสติกปรับตัวลดลง ในช่วงปลายปี 2557 ต่อเนื่องมาจนถึงปี 2558 ซึ่งส่งผลกระทบต่อราคาสินค้าปิโตรเคมีและเม็ดพลาสติกลดลง ทำให้บริษัทต้องขายสินค้าคงคลังที่มีอยู่ให้กับลูกค้าในราคาที่ลดลงหรือต่ำกว่าราคาที่ซื้อมาส่งผลให้บริษัทเกิดขาดทุนในบางกรณี

มาตรการรองรับเพื่อลดความเสี่ยง

1. บริษัทพยายามเก็บสินค้าคงคลังในระดับที่เหมาะสมตามการคาดการณ์ทิศทางของอุปสงค์และอุปทาน โดยเฉพาะสินค้าที่มีความผันผวนของราคามาก
2. บริษัทติดตามการเปลี่ยนแปลงของราคาตลาดตลอดเวลาจากข้อมูลที่ได้รับจากซัพพลายเออร์ระดับโลกอย่างครบวงจร ตั้งแต่ผลิตภัณฑ์ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำในอุตสาหกรรมปิโตรเคมี
3. สำหรับลูกค้ารายใหญ่ที่มีการสั่งซื้อล่วงหน้าในปริมาณมาก บริษัทจะได้รับการสนับสนุนในเรื่องปริมาณและราคาโดยตรงจากผู้ผลิตและ/หรือผู้จำหน่ายจึงทำให้ลดความเสี่ยงได้
4. กรณีสินค้าเกรดพิเศษของบริษัทยังได้รับผลกระทบจากความผันผวนของราคาสินค้าต่ำกว่า เนื่องจากสามารถกำหนดราคาขายตามต้นทุนของบริษัทบวกกำไร (Cost Plus)

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้จะพยายามลดปริมาณสินค้าคงคลังลงแล้วจำนวนหนึ่ง เพราะโดยธรรมชาติของการดำเนินธุรกิจการเป็นตัวแทนจำหน่าย การจัดเตรียมสินค้าตามความต้องการของลูกค้าให้เพียงพอกับระยะเวลาในการสั่งซื้อจากต่างประเทศ (Lead Time) เป็นสิ่งจำเป็น ความเสี่ยงดังกล่าวจึงไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ทั้งหมด แต่พยายามบริหารให้ลดผลกระทบให้มากที่สุด

3.7 ความเสี่ยงจากการที่ไม่ต่อสัญญาเป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับผู้ผลิต

สัญญาตัวแทนจำหน่ายที่บริษัททำกับผู้ผลิตมีทั้งลักษณะสัญญาปีต่อปี หรือต่อทุก 2 ปี ซึ่งเป็นหลักปฏิบัติโดยทั่วไปในอุตสาหกรรมปิโตรเคมี ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงที่จะไม่ได้รับการต่อสัญญาเป็นตัวแทนจำหน่ายให้กับผู้ผลิต หากไม่สามารถทำตามข้อกำหนดของผู้ผลิตแต่ละราย เช่น ไม่สามารถสร้างยอดขายได้ตามเป้าหมายที่ผู้ผลิตกำหนด หรือไม่สามารถดำรงระบบโครงสร้างพื้นฐานได้ตามที่ผู้ผลิตกำหนด

มาตรการรองรับเพื่อลดความเสี่ยง

1. บริษัทมีผลการดำเนินงานที่เติบโตอย่างต่อเนื่องและมีลูกค้าประจำอยู่จำนวนมาก อีกทั้ง มีการพัฒนากลุ่มลูกค้าใหม่ในหลากหลายอุตสาหกรรม จึงสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ผลิตมาตลอด
2. บริษัทสื่อสารการทำงานร่วมกันกับทางผู้ผลิตอย่างใกล้ชิด เพื่ออธิบายความคืบหน้าของการขายและการพัฒนาตลาดในประเทศ ทำให้ในกรณีที่ยอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ทางผู้ผลิตก็ยังคงต่อสัญญากับบริษัทเนื่องจากเข้าใจในเหตุผลและรับทราบถึงสถานการณ์อย่างใกล้ชิดอยู่ตลอดเวลา

3. คณะกรรมการบริหารของบริษัทพิจารณาบริหารจัดการและประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดเหตุการณ์ต่างๆ อยู่เสมอเป็นประจำทุกเดือน ทำให้บริษัทสามารถประเมินสถานการณ์และวางแผนการดำเนินธุรกิจ เพื่อรองรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ทำให้บริษัทสามารถปรับตัวและบรรเทาปัญหาเพื่อผ่านวิกฤติได้ อาทิเช่น กรณีของบริษัท เอสซีจี พลาสติกส์ จำกัด ที่เกิดขึ้นในปี 2555 ซึ่งเกิดจากนโยบายการดำเนินธุรกิจเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ไม่สอดคล้องกันในบางประการ หรือกรณีของบริษัท บีเอเอสเอฟ จำกัด ที่เกิดขึ้นในปี 2554 เนื่องจากการควบรวมกิจการทำให้เกิดการทับซ้อนของผลิตภัณฑ์ ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น ทั้งสองฝ่ายจึงเห็นพ้องในการยุติบทบาทการเป็นตัวแทนจำหน่ายและดำเนินธุรกิจของตนเองต่อไป

กรณีของบริษัท เอสซีจี พลาสติกส์ จำกัด ซึ่งบทบาทการเป็นตัวแทนจำหน่ายได้สิ้นสุดลงในวันที่ 30 มิถุนายน 2555 และในปี 2556 เป็นปีที่ได้รับผลกระทบจากการยุติบทบาทกับทางกลุ่มเอสซีจีเต็มปี เพื่อมิให้มีการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว มีผลกระทบต่อลูกค้ามากนัก ทางบริษัทได้จัดหาสินค้าที่มีคุณภาพจากบริษัท จีซี มาร์เก็ตติ้ง โซลูชันส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของกลุ่มปตท. มาทดแทน โดยบริษัทได้รับเป็นตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2555 เป็นต้นมานั้น ถึงแม้จะไม่สามารถทดแทนได้ทั้งหมด ดังจะเห็นได้จากมูลค่าขายในกลุ่ม Commodity ในปี 2556 ที่ลดลงจากปี 2555 ประมาณ 636 ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ 31 แต่ในปี 2557 ต่อเนื่องไปยังปี 2558 บริษัทสามารถปรับตัว และสามารถเพิ่มฐานลูกค้าในกลุ่ม Commodity ได้เพิ่มมากขึ้น โดยบริษัทมียอดขายในกลุ่มดังกล่าวจำนวนประมาณ 1,900 ล้านบาท ซึ่งถือว่าใกล้เคียงเมื่อเปรียบเทียบกับการขายสินค้าของกลุ่มเอสซีจี

3.8 ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อผู้ถือหุ้นหรือการลงทุนของผู้ถือหลักทรัพย์จากบริษัทที่มีผู้ถือหุ้นใหญ่มากกว่าร้อยละ 50

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ไม่มีผู้ถือหุ้นรายใดถือหุ้นเกินกว่าร้อยละ 25 ของหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด หากพิจารณาโดยแยกบุคคล บริษัทไม่มีความเสี่ยงในการมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ แต่อย่างไรก็ตาม หากจะพิจารณาเป็นกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่ ซึ่งเป็นกลุ่มของผู้ก่อตั้งเดิมและกรรมการบริหาร ประกอบด้วย นายสมชาย คุลีเมสิน, นายสำรวย ทิชาชล, นายปิยะ จรรย์เศรษฐพงศ์ และนางนิศาพร ศิริจันทน์ ซึ่งถือหุ้นในบริษัทจำนวน 125,030,330 หุ้น (นับรวมบุคคลตามมาตรา 258 คิดเป็นร้อยละ 62.50 (มากกว่าร้อยละ 50) ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทจึงทำให้กลุ่มผู้ก่อตั้งเดิมสามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแต่งตั้งกรรมการหรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้น เรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทกำหนดต้องให้ได้รับเสียง 2 ใน 3 หรือ 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงอาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องของผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอได้

มาตรการรองรับเพื่อลดความเสี่ยง

กลุ่มผู้ก่อตั้งเดิมยึดหลักธรรมาภิบาลและจริยธรรมมาโดยตลอด โดยในอดีตที่ผ่านมา ตั้งแต่เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เมื่อวันที่ 6 ธันวาคม 2548 กลุ่มผู้ก่อตั้งไม่เคยใช้เสียงควบคุมในการหาประโยชน์ให้กับกลุ่มหรือเอาเปรียบผู้ถือหุ้นรายย่อยและดูแลผู้ถือหุ้นรายย่อยอย่างเท่าเทียม

3.9 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของ IT Technology และภัยคุกคามทางอินเทอร์เน็ต

พัฒนาการของเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นทำให้เกิดการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตและการดำเนินงานของภาคธุรกิจอยู่ตลอดเวลา และมีแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องและรวดเร็วขึ้น ดังเห็นได้จากการเปลี่ยนผ่านจากเทคโนโลยีอนาล็อก (Analog) มาเป็นเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital) การสื่อสารแบบไร้สาย (Wireless) ทำให้สามารถเชื่อมโยงข้อมูลถึงกันได้อย่างรวดเร็วและง่ายดาย และเมื่อมองในด้านองค์กร จะเห็นว่าการดำเนินงานด้าน IT มีการเปลี่ยนแปลงจากการเก็บรักษาข้อมูลของบริษัท โดยเปลี่ยนจากการเก็บภายในบริษัท มาเป็นการเช่าพื้นที่จัดเก็บภายนอก หรือเรียกว่า Cloud Service ซึ่งสามารถรองรับข้อมูลเพิ่มขึ้นโดยใช้เงินลงทุนต่ำกว่าในอดีตค่อนข้างมาก แต่แลกกับความเสี่ยงเรื่องภัยคุกคามจากการโจมตีจากผู้ไม่หวังดี (Hacker) จนส่งผลกระทบต่อข้อมูลต่างๆ สูญหายหรือเสียหาย และต้องใช้เวลากู้คืนและเกิดการหยุดชะงักในการดำเนินธุรกิจในแต่ละวันได้

มาตรการรองรับเพื่อลดความเสี่ยง

1. บริษัทกำหนดเกณฑ์ในการอนุญาตให้เข้าถึงการใช้สารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการอนุญาตการกำหนดสิทธิของผู้ใช้งานในแต่ละกลุ่ม แต่ละระดับในส่วนปฏิบัติงาน และทบทวนสิทธิเป็นประจำทุกปี
2. บริษัทจัดเก็บข้อมูลภายในห้องเซิร์ฟเวอร์ของบริษัท และสำรองข้อมูลกับผู้ให้บริการภายนอก (Cloud Service) เพื่อความปลอดภัยของข้อมูลเพิ่มขึ้น
3. บริษัทเช่าพื้นที่จัดเก็บข้อมูลจากบริษัทที่มีมาตรฐาน ซึ่งได้รับใบประกาศการรับรองมาตรฐานด้านความมั่นคงปลอดภัยตามมาตรฐาน ISO/IEC 27001 :2013 มาตรฐาน ISO 20000-1:2011 ด้านการบริการจัดการสารสนเทศ และการให้บริการด้าน Cloud Solutions และการรับรองมาตรฐาน ISO27799: 2016 ด้านการบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศตาม Best Practice ด้าน Health Informatics ขอบเขตการให้บริการ Cloud ซึ่งนับเป็นมาตรการรองรับเพื่อลดความเสี่ยงจากการถูกโจมตีทางระบบเครือข่ายได้เป็นอย่างดี
4. บริษัทลงทุน Upgrade Firewall & Security System ให้มีประสิทธิภาพและเป็นปัจจุบันเสมอ
5. บริษัทพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถและก้าวตามให้ทันต่อเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงสื่อสารให้พนักงานทุกท่านตระหนักถึงความปลอดภัยในการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้พนักงานทุกคนมีความระมัดระวังในการปฏิบัติงานและใช้งานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 สินทรัพย์ถาวรหลัก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562

รายการสินทรัพย์	ลักษณะกรรมสิทธิ (เป็นเจ้าของ/เช่าซื้อ)	มูลค่าทางบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน (ที่ดินที่ตั้งบริษัท ตั้งอยู่ที่เลขที่ 13/1 หมู่ 2 ถนนกิ่งแก้ว ตำบล ราชาเทวะ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540 โดยมี พื้นที่ 12 ไร่ 3 งาน 1 ตร.ว.)	เป็นเจ้าของ	54.32	ไม่มี
2. อาคาร	เป็นเจ้าของ	110.87	ไม่มี
3. อุปกรณ์สำนักงาน เครื่องตกแต่งและติดตั้ง	เป็นเจ้าของ	16.25	ไม่มี
4. เครื่องจักร เครื่องมือและอุปกรณ์	เป็นเจ้าของ	25.25	ไม่มี
5. ยานพาหนะ	เช่าซื้อ	5.99	ดูรายละเอียดใน หมายเหตุ
	เป็นเจ้าของ	21.36	ไม่มี
รวม		234.04	
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม		(111.36)	
สินทรัพย์ถาวรหลักสุทธิ		122.68	

หมายเหตุ:

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมีภาระผูกพันตามสัญญาเช่าการเงินกับบริษัทลีสซิงเหลืออยู่อีก 1.0 ล้านบาท ซึ่งเป็นการเช่าซื้อยานพาหนะจำนวน 2 คัน เพื่อใช้ในการดำเนินงานของกิจการโดยมีกำหนดการชำระค่าเช่าเป็นรายเดือนอายุของสัญญามีระยะเวลา 4-5 ปี

นอกจากนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทมีภาระผูกพันตามสิทธิในสัญญาเช่าระยะยาวเป็นเวลา 3 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2563 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2565 โดยมีจำนวนเงินที่ต้องจ่ายในอนาคตรวมทั้งสิ้น 19.8 ล้านบาท ซึ่งเป็นการเช่าอาคารเพื่อให้เก็บสินค้าของกิจการโดยมีกำหนดการชำระค่าเช่าเป็นรายเดือน อายุของสัญญามีระยะเวลา 3 ปี

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทไม่มีการลงทุนในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วม

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 หรือคดีที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลบริษัท

ชื่อบริษัท	: บริษัท โกลบอล คอนเน็คชั่นส์ จำกัด (มหาชน) ("บริษัท")
ประกอบธุรกิจ	: ประกอบธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่ายวัตถุดิบที่เกี่ยวข้องกับพลาสติกและปิโตรเคมี รวมถึงสารเติมแต่งที่ใช้ในกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์พลาสติกและปิโตรเคมีอื่นๆ
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: เลขที่ 13/1 หมู่ที่ 2 ถนนกิ่งแก้ว ตำบลราชาเทวะ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540
เลขทะเบียนบริษัท	: 0107548000153
เว็บไซต์บริษัท	: http://www.gc.co.th
โทรศัพท์	: 0-2763-7999
โทรสาร	: 0-2763-7949, 0-2312-4880-1
นักลงทุนสัมพันธ์	: 0-2763-7999 ต่อ 201 และ 204
วันก่อตั้งบริษัท	: 27 กันยายน 2537
วันจดทะเบียนบริษัทมหาชนจำกัด	: 17 มีนาคม 2548
วันที่เริ่มทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์	: 6 ธันวาคม 2548
นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นมากกว่า 10%	: ไม่มี
ทุนจดทะเบียน	: 200,000,000 บาท
จำนวนหุ้นสามัญ	: 200,000,000 หุ้น

รายนามบุคคลอ้างอิงอื่น

นายทะเบียนหลักทรัพย์	: บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่อยู่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400 โทรศัพท์ 0-2009-9000 โทรสาร 0-2009-9991
ผู้สอบบัญชี	: บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด อาคารเลอรัชดา ออฟฟิศ คอมเพล็กซ์ ชั้น 33, 193/136-137 ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ 0-2264-0777 โทรสาร 0-2264-0789

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

-ไม่มี-