

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ยูนิส (เอเชีย) จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งเมื่อวันที่ 17 มิถุนายน 2540 ด้วยทุนจดทะเบียนแรกเริ่ม 4,000,000.00 บาท (จำนวนหุ้น 4,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1,000.00 บาท) ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน 227,999,991 บาท (จำนวนหุ้น 227,999,991 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1.00 บาท) เพื่อประกอบธุรกิจพัฒนา ผลิต และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะป้องกันและแลคเกอร์เคลือบกระป๋อง เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมการผลิตกระป๋องโลหะเพื่อบรรจุอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงผลิตภัณฑ์อื่นๆ

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทได้คิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย และรักษาคุณภาพที่ดีอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต่างกันจนสามารถขยายตลาดไปยังต่างประเทศ ปัจจุบันถือได้ว่าบริษัทเป็นผู้ผลิตในประเทศซึ่งเป็นบริษัทคนไทยที่สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทเป็นผู้ประกอบการ โรงงานผลิตกระป๋องโลหะในประเทศเพื่อบรรจุอาหาร และเครื่องดื่ม เพื่อจำหน่ายทั้งในประเทศและเป็นสินค้าส่งออก รวมถึงกระป๋องโลหะที่ใช้บรรจุผลิตภัณฑ์ต่างๆทั่วไป

1.1 เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

บริษัทมีวิสัยทัศน์ คือ “เป็นบริษัทเคมีภัณฑ์ชั้นนำของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์โลหะในภูมิภาคเอเชีย” โดยมีพันธกิจ คือ การบริหารบริษัทตามหลักธรรมาภิบาล การขยายตลาดผลิตภัณฑ์ในประเทศ การขยายตลาดต่างประเทศให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง การสร้างผลตอบแทนจากการดำเนินงานให้กับผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้าและคู่ค้า การพัฒนาระบบงานและระบบข้อมูลให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี การพัฒนาคุณภาพของบุคลากรและขวัญกำลังใจของพนักงาน การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า คู่ค้าและสังคม

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ปี	เหตุการณ์สำคัญ
2540	เริ่มจัดตั้งในนามบริษัท ยูนิส (เอเชีย) จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียนแรกเริ่ม 4 ล้านบาท (จำนวนหุ้น 4,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1,000.00 บาท) มีโรงงานอยู่ที่อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม บนเนื้อที่ประมาณ 8 ไร่ และเริ่มผลิตสินค้าประเภทยางยานพาหนะป้องกัน และแลคเกอร์เคลือบกระป๋อง เพื่อจำหน่ายภายในประเทศ และเพื่อส่งออกไปต่างประเทศ
2541	ได้รับใบรับรองระบบบริหารงานคุณภาพตามมาตรฐาน ISO9002 จากสถาบัน BVQI
2542-2546	บริษัทได้ขยายตลาดไปต่างประเทศ ได้แก่ กลุ่มประเทศอาเซียน (ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ และเวียดนาม) จีน อินเดีย ปากีสถาน บังกลาเทศ เกาหลีใต้
2547	- บริษัทมีทุนจดทะเบียนจาก 100 ล้านบาท โดยมีทุนที่ชำระแล้วเต็มมูลค่า 80 ล้านบาท โดยตราเป็นหุ้นมูลค่าหุ้นละ 5 บาท จำนวน 16 ล้านหุ้น

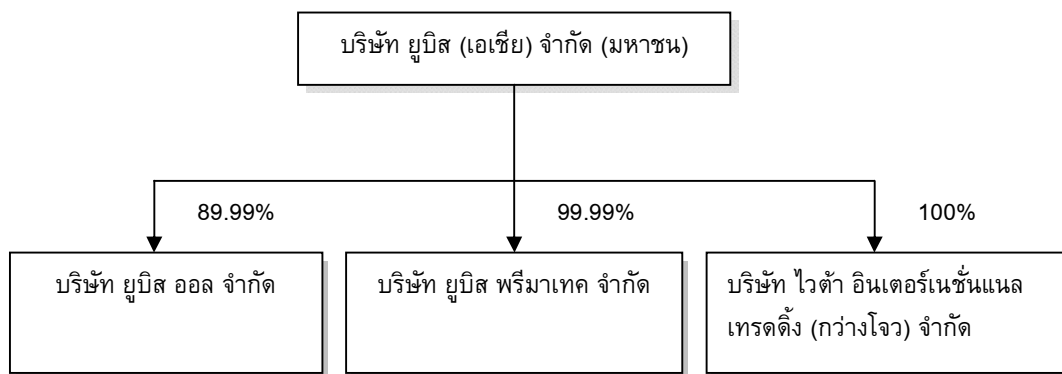
ปี	เหตุการณ์สำคัญ
	- บริษัทได้จดทะเบียนแปรสภาพจากบริษัทจำกัดเป็นบริษัทมหาชนจำกัด เมื่อวันที่ 9 กันยายน 2547
2548	บริษัทกับ HENKEL KGaA ผู้ผลิตเคมีภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีและสินค้าอุปโภคบริโภคชั้นนำของโลก ได้เจรจาเพื่อความร่วมมือและลงนามในสัญญา License Agreement ซึ่งให้สิทธิ HENKEL KGaA ผลิตยางยานแนวฝากระป๋องภายใต้สิทธิการผลิตของบริษัท เพื่อขายสินค้าดังกล่าวในทวีปอเมริกา ทวีปยุโรป ภูมิภาคตะวันออกกลาง และทวีปแอฟริกา รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าร่วมกัน
2549	<ul style="list-style-type: none"> - บริษัทซื้อกิจการตัวแทนจำหน่ายในประเทศจีน คือ บริษัท ไวต้า อินเตอร์เนชั่นแนล เทรคคิง (กว่างโจว) จำกัด มูลค่า 17 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจเป็นบริษัทผู้จำหน่ายสินค้าในประเทศจีน - บริษัทได้ลดทุนจดทะเบียนเป็น 80 ล้านบาท และเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้และแก้ไขจำนวนหุ้นของบริษัทเป็นมูลค่าหุ้นละ 1 บาท แบ่งออกเป็น 80,000,000 หุ้น และเพิ่มทุนจดทะเบียน จาก 80 ล้านบาท เป็นทุนจดทะเบียน 190 ล้านบาท
2550	วันที่ 9 พฤษภาคม 2550 บริษัทได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยรับเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนและได้เริ่มการซื้อขายหลักทรัพย์เป็นวันแรกในตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอ
2551	<ul style="list-style-type: none"> - บริษัทได้ขยายตลาดไปประเทศออสเตรเลีย - บริษัทได้รับใบรับรองระบบคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001: 2008 จาก สถาบัน BVQI - บริษัทได้รับรางวัล Bai Pho Business Award by Sasin ครั้งที่ 2
2552	บริษัทได้ขยายตลาดไปประเทศบราซิล
2553	<ul style="list-style-type: none"> - บริษัทได้ขยายตลาดไปประเทศเปรู และเม็กซิโก - บริษัทได้ลงทุนเพิ่มในบริษัทย่อยอีกจำนวน 21,027,500 บาท (คิดเป็น 650,000 เหรียญสหรัฐ) เนื่องด้วยบริษัทย่อยได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 1,400,000 เหรียญสหรัฐ (ทุนเดิม 750,000 เหรียญสหรัฐ)
2555	<ul style="list-style-type: none"> - 20 มีนาคม บริษัทได้รับอนุมัติส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน สำหรับโครงการผลิตยางยานแนวฝากระป๋อง และได้รับบัตรส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ณ วันที่ 20 กันยายน - 10 พฤษภาคม บริษัทจัดตั้งบริษัทย่อยชื่อ บริษัท ยูบิส ออล จำกัด ทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท (จำนวนหุ้นสามัญ 1 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท) โดยบริษัทถือหุ้นร้อยละ 90 และอีกร้อยละ 10 ถือหุ้นโดยบุคคลอื่นที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับบริษัท ดำเนินธุรกิจจำหน่ายวัตถุดิบอาหารหรือวัสดุที่ใช้เป็นส่วนประกอบของอาหารและเครื่องดื่ม - 30 พฤษภาคม บริษัทจัดตั้งบริษัทย่อยชื่อ บริษัท ยูบิส พรีเมียม จำกัด ทุนจดทะเบียน 160 ล้านบาท (จำนวนหุ้นสามัญ 16 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท) ทุนที่เรียกชำระแล้วร้อยละ 25 เพื่อรองรับการส่งเสริมการลงทุน โดยบริษัทถือหุ้นร้อยละ 100 ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายยางยานแนวฝากระป๋องสำหรับกระป๋องโลหะเพื่อบรรจุอาหารและเครื่องดื่ม - บริษัทซื้อที่ดิน 4 แปลงเป็นมูลค่า 71.72 ล้านบาทเพื่อดำเนินการก่อสร้างโรงงาน รองรับโครงการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจาก BOI และเพื่อขยายกำลังการผลิต

ปี	เหตุการณ์สำคัญ
2556	<ul style="list-style-type: none"> - 24 เมษายน ที่ประชุมผู้ถือหุ้นมีมติเพิ่มทุนจดทะเบียนบริษัทจำนวน 38 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท เพื่อรองรับการจ่ายหุ้นปันผล ทำให้ทุนจดทะเบียนเพิ่มขึ้นจาก 190 ล้านหุ้น เป็น 228 ล้านหุ้น - บริษัทลงนามสัญญาเงินกู้กับธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่งจำนวน 2 สัญญา รวมเป็นวงเงินกู้จำนวน 150 ล้านบาท เพื่อใช้ในการจัดซื้อที่ดินและก่อสร้างอาคารโรงงานที่นิคมสมุทรสาคร - บริษัทนำที่ดินและสิ่งปลูกสร้างจดทะเบียนจำนองเพื่อเป็นหลักประกันวงเงินกู้ - บริษัทดำเนินการก่อสร้างอาคาร และดำเนินการติดตั้งเครื่องจักรใหม่ รวมถึงระบบการผลิตใหม่ คาดว่าจะแล้วเสร็จภายในปี 2557

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

บริษัท ยูบิส (เอเชีย) จำกัด (มหาชน) มีทุนที่ออกและชำระแล้วจำนวน 227,999,991.00 บาท เป็นหุ้นสามัญจำนวน 227,999,991 หุ้น ราคาหุ้นละ 1 บาท มีบริษัทย่อย 3 บริษัท คือ

- บริษัท ไวต้า อินเตอร์เนชั่นแนล เทรดิง (กว้างโจว) จำกัด (“ไวต้า อินเตอร์”) ถือหุ้นร้อยละ 100
- บริษัท ยูบิส ออล จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 89.99
- บริษัท ยูบิส พรีเมเทค จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 99.99



โครงสร้างการดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อย

1.3.1 บริษัท ยูบิส ออล จำกัด

ข้อมูลทั่วไปบริษัท

บริษัท ยูบิส ออล จำกัด (“ยูบิส ออล”) ได้จดทะเบียนเมื่อวันที่ 10 พฤษภาคม 2555 มีทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท โดยเรียกชำระทุนเต็มมูลค่าแล้ว บริษัทถือหุ้นใน ยูบิส ออล ร้อยละ 89.99 บริษัทตั้งอยู่เลขที่ 20-22 ถนนนราธิวาสราชนครินทร์ แขวงช่องนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120 โดยมีวัตถุประสงค์เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ใช้เป็นส่วนประกอบของอาหารและเครื่องดื่ม ให้กับบริษัทผู้ผลิตอาหารและเครื่องดื่มภายในประเทศ เป็นธุรกิจที่ช่วยเสริมกันในอุตสาหกรรมอาหาร

การบริหารงาน

ยูบิส ออล มีคณะกรรมการบริษัท จำนวน 4 ท่าน โดยมาจากผู้บริหารและกรรมการของบริษัท ยูบิส (เอเชีย) จำกัด (มหาชน) จำนวน 3 ท่าน และมาจากบุคคลภายนอก 1 ท่าน ไม่มีความสัมพันธ์กับบริษัทและผู้บริหาร เป็นบุคคลที่มีความรู้และประสบการณ์ในธุรกิจนี้

1.3.2 บริษัท ยูบิส พรีเมียมเทค จำกัด

ข้อมูลทั่วไปบริษัท

บริษัท ยูบิส พรีเมียมเทค จำกัด (“ยูบิส พรีเมียมเทค”) ได้จดทะเบียนตั้งบริษัทเมื่อ 30 พฤษภาคม 2555 มีทุนจดทะเบียน 160 ล้านบาทโดยเรียกชำระทุนแล้วร้อยละ 25 บริษัทถือหุ้นใน ยูบิส พรีเมียมเทค ร้อยละ 99.99 บริษัทตั้งอยู่เลขที่ 20-22 ถนนนราธิวาสราชนครินทร์ แขวงช่องนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120 บริษัทได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน โดยมีวัตถุประสงค์ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะป้องกันภัยกับอุตสาหกรรมผลิตยางมะลอสําหรับบรรจุอาหารและเครื่องดื่ม และอุตสาหกรรมยางมะลอสําหรับอุตสาหกรรมอื่นๆ

การบริหารงาน

ยูบิส พรีเมียมเทค มีคณะกรรมการบริษัท จำนวน 6 ท่าน ซึ่งทั้ง 6 ท่านเป็นกรรมการและผู้บริหารของ บริษัท ยูบิส (เอเชีย) จำกัด (มหาชน) การดำเนินงานของยูบิส พรีเมียมเทค จะอยู่ภายใต้นโยบายการทำธุรกิจแบบเดียวกับบริษัท เพราะมีลักษณะการดำเนินธุรกิจเหมือนกัน แต่แยกคนละผลิตภัณฑ์ จึงเป็นการทำธุรกิจที่เกื้อหนุนกัน ในอุตสาหกรรมเดียวกัน

1.3.3 บริษัท ไวต้า อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล เทคคิง (กว่างโจว) จำกัด

ข้อมูลทั่วไปบริษัท

บริษัท ไวต้า อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล เทคคิง (กว่างโจว) จำกัด (“ไวต้า อินเทอร์เน็ต”) ได้จดทะเบียนตั้งบริษัทกับ Guangzhou Government and Guangzhou Industry & Economic Bureau สาธารณรัฐประชาชนจีน เมื่อวันที่ 26 มกราคม 2543 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน 1.40 ล้านเหรียญสหรัฐ (หรือประมาณ 38.03 ล้านบาท) บริษัทถือหุ้นในไวต้า อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 100 บริษัทตั้งอยู่ที่ ห้อง 903 เลขที่ 486 อาคารกว่างเหลียงพลางา ถนนฮวันซื่อตะวันออก เขตเยี่ยชิว เมืองกว่างโจว รหัสไปรษณีย์ 510075 มณฑลกว่างตง สาธารณรัฐประชาชนจีน โดยมีวัตถุประสงค์เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะป้องกันภัยและแลคเกอร์เคลือบป้องกันภัยกับบริษัท มุ่งเน้นขายให้กับอุตสาหกรรมป้องกันบรรจุอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมผลิตกระป๋องสเปรย์ และอุตสาหกรรมยางมะลอสําหรับอุตสาหกรรมอื่นๆ ในประเทศจีน

การบริหารงาน

ไวต้า อินเทอร์เน็ตมีผู้บริหารและพนักงานรวม 8 คนการบริหารงานของบริษัทจะอยู่ภายใต้นโยบายของบริษัท ยูบิส (เอเชีย) จำกัด (มหาชน) โดยบริษัทจัดส่งกรรมการ 1 ท่านและผู้บริหาร 2 ท่าน ไปดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการของ ไวต้า อินเทอร์เน็ต โดยมีผู้บริหารท่านหนึ่งดำรงตำแหน่งเป็นผู้บริหารประจำอยู่ที่ ไวต้า อินเทอร์เน็ต

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

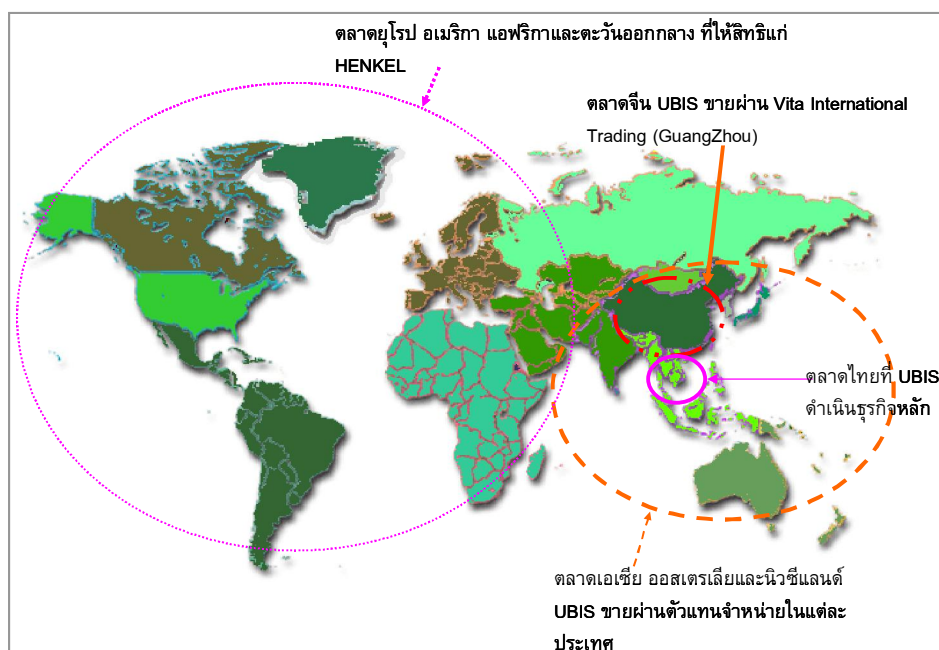
บริษัท ยูบิส (เอเชีย) จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เคมีคุณภาพสูงชนิดพิเศษ ซึ่งใช้ประกอบในการผลิตกระป๋องอาหาร กระป๋องเครื่องดื่ม กระป๋องสเปรย์ กระป๋องโลหะทั่วไป และฝาขวดต่างๆ โดยแบ่งผลิตภัณฑ์ออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ

- ยางยาแนวฝากระป๋อง (Water Base Sealing Compound)
- แลคเกอร์เคลือบกระป๋อง (Coating / Lacquers)

ลูกค้าของบริษัทแยกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการผลิตกระป๋องโลหะเพื่อบรรจุอาหาร ผักผลไม้ และเครื่องดื่ม ซึ่งเป็นลูกค้าหลักของบริษัท และกลุ่มลูกค้าผู้ผลิตกระป๋องโลหะอื่นๆ เช่น กระป๋องสเปรย์ กระป๋องเคมีภัณฑ์ เป็นต้น ในการดำเนินธุรกิจ บริษัทมีการติดต่อประสานงานกับผู้ผลิตกระป๋องอย่างใกล้ชิด เพื่อให้ทราบความต้องการหรือปัญหาของผู้ใช้ โดยบริษัทมีทีมงานด้านวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Research & Development) ที่มีประสบการณ์สูง เพื่อพัฒนาคุณสมบัติและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของบริษัท ให้สอดคล้องกับการใช้งานของกระป๋องประเภทต่างๆ รวมทั้งเหมาะสมกับเครื่องจักรและกระบวนการในการใช้งานผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อเคลือบหรือยาแนวฝากระป๋อง นอกจากนี้ยังมีทีมงานสนับสนุนด้านเทคนิค (Technical Support) ที่มีความเชี่ยวชาญในกระบวนการและเครื่องจักรในการผลิตกระป๋อง ซึ่งต้องทำงานใกล้ชิดกับลูกค้าผู้ผลิตกระป๋อง เพื่อช่วยให้ลูกค้าสามารถใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในด้านฐานลูกค้า บริษัทมีฐานลูกค้ากระจายไปในหลายทวีปทั่วโลก โดยจากเดิมที่บริษัทเน้นการตลาดในประเทศ และตลาดในเอเชีย เป็นหลัก เนื่องจากตลาดในภูมิภาคนี้เป็นฐานการผลิตหลักในอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องประเภทอาหารทะเลกระป๋อง ผักและผลไม้กระป๋อง และน้ำผลไม้กระป๋อง ที่มีการส่งออกไปทั่วโลก นั้น บริษัทก็ได้กำหนดทิศทางอย่างชัดเจน ที่จะขยายความสำเร็จในตลาดนี้ ออกไปสู่ตลาดในทวีปอื่นๆ เช่น ยุโรปตะวันออก อเมริกาใต้ ตะวันออกกลาง เป็นต้น

กลุ่มลูกค้าต่างประเทศสามารถแยกได้เป็น 4 กลุ่มตลาดหลัก คือ



1) กลุ่มลูกค้าในประเทศจีน เนื่องจากประเทศมีจำนวนประชากรจำนวนมากและกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้นทุกปี ก่อให้เกิดปริมาณความต้องการด้านการบริโภคจำนวนมาก สำหรับอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มจึงมีตลาดขนาดใหญ่และมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้มีการขยายกำลังการผลิตของภาชนะโลหะกระป๋องเพิ่มขึ้นทุกปี บริษัทมีนโยบายการดำเนินธุรกรรมการค้ากับประเทศจีน 2 ลักษณะ คือ

- การจำหน่ายสินค้าโดยตรงจากบริษัท ผู้ลูกค้าผู้ผลิตรายใหญ่ในประเทศจีน
- การจำหน่ายสินค้าผ่านบริษัทย่อยในจีนคือ บริษัท ไวต้า อินเตอร์เนชั่นแนล เทคดิง (กว่างโจว) จำกัด ตั้งอยู่ในมณฑลกว่างตง จังหวัดกว่างโจว ซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้าในประเทศจีน

กลุ่มลูกค้าในประเทศจีนจะเป็นกลุ่มผู้ผลิตกระป๋องอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage Can) และกลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรม ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตกระป๋องแบบสเปรย์ (Aerosol Can) และกลุ่มลูกค้าทั่วไป (General Packaging) โดยบริษัทเป็นผู้ให้การสนับสนุนทั้งด้านเทคนิคและการตลาด

2) กลุ่มลูกค้าในทวีปเอเชีย (ไม่รวมประเทศจีน) ได้แก่ประเทศ ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย เวียดนาม พม่า ไต้หวัน อินเดีย บังกลาเทศ และตะวันออกกลาง เป็นกลุ่มที่บริษัทดูแลโดยตรงจากทีมงานบริษัท และดูแลโดยตัวแทนจำหน่าย สำหรับประเทศที่มีตัวแทนจำหน่าย ตัวแทนจำหน่ายจะทำหน้าที่ทางการขายและการตลาด โดยบริษัทจะให้การสนับสนุนทางด้านเทคนิคตรงไปที่ลูกค้าในการใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทอย่างใกล้ชิดเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในกระบวนการผลิตของลูกค้า

3) กลุ่มลูกค้าอื่นๆนอกเอเชีย ได้แก่ประเทศ บรูไน บราซิล และเม็กซิโก เป็นลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์แลคเกอร์ จึงไม่มีความขัดแย้งในสัญญาการให้สิทธิกับ Henkel ลูกค้าที่เปรมีการซื้อสินค้าอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องมาโดยตลอดจึงมีโอกาสนในการขยายตัวได้มาก

4) กลุ่มลูกค้าที่บริษัทมอบสิทธิธุรกิจยางหนาแนวฝากระป๋องให้ Henkel เป็นผู้ดูแล โดยจะเป็นลูกค้าในทวีปยุโรป ทวีปอเมริกา ภูมิภาคตะวันออกกลาง และทวีปแอฟริกา เนื่องจากผู้ผลิตกระป๋องในประเทศดังกล่าวเป็นบริษัทขนาดใหญ่ มีชื่อเสียงในธุรกิจ ด้วยเหตุนี้บริษัทจึงได้ร่วมลงนามในสัญญาให้ความร่วมมือทางการค้ากับ HENKEL KGaA ซึ่งประกอบธุรกิจผลิตเคมีภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีและสินค้าอุปโภค สัตวาคาเคียวอร์มัน ซึ่งเป็นบริษัทขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียง และดำเนินธุรกิจด้านนี้มาอย่างยาวนาน โดยเป็นการร่วมมือในการให้สิทธิ (License) การผลิตสินค้าของบริษัทเป็นระยะเวลา 10 ปี สำหรับสินค้ากลุ่มยางหนาแนวฝากระป๋อง (Water Base Sealing Compounds) บริษัทจะได้รับค่าตอบแทนเป็นค่าธรรมเนียมแรกเริ่มและค่าธรรมเนียมในการใช้สิทธิ (โปรดดูรายละเอียดเพิ่มเติมในข้อ 4.1.4)

โครงสร้างรายได้ของบริษัท

พันบาท	2556		2555		2554	
	รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ
รายได้จากการขาย						
- ภายในประเทศ ⁽¹⁾	350,753	48.3	375,839	49.3	370,010	51.6
- ต่างประเทศ	360,621	49.6	373,513	49.0	329,863	46.0
รวมรายได้ขาย	711,374	97.9	749,352	98.3	699,873	97.6
รายได้ค่าสิทธิ	5,490	0.8	5,074	0.7	5,144	0.7
รายได้อื่นๆ ⁽²⁾	9,536	1.3	7,390	1.0	12,007	1.7
รายได้รวม	726,400	100.0	761,816	100.0	717,024	100.0

- หมายเหตุ : (1) รายได้จากการขายภายในประเทศ รวมถึงรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์อื่นๆ (ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ Quaker แลคเกอร์ผงปิดแนวตะเข็บกระป๋อง และหมึกพิมพ์)
- (2) รายได้อื่น ประกอบด้วย ค่าขายหน้า ค่าบริการอื่น ขายเศษวัสดุ ดอกเบี้ยรับ กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน (ถ้ามี) และเงินชดเชยการส่งออก
- (3) อ้างอิงข้อมูลใน หมายเหตุประกอบงบการเงิน 20 และ 25 ในงบการเงินบริษัท สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2556

ในปี 2556 บริษัทมีรายได้จากธุรกิจในประเทศ คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 48 ของรายได้รวม และรายได้จากการขายต่างประเทศร้อยละ 50 ซึ่งรายได้จากการจำหน่ายสินค้าในประเทศจีนมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 32 ของรายได้รวม ทั้งนี้ สัดส่วนการขายต่างประเทศมีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นจากปีก่อนถึงร้อยละ 2 ซึ่งเป็นผลจากการทำการตลาดอย่างต่อเนื่องจนเป็นที่ยอมรับในผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้มีปริมาณการสั่งซื้อจากลูกค้าเพิ่มขึ้น

บริษัทมีรายได้หลักจากการขายผลิตภัณฑ์ขยาแนวฝากระป๋องและแลคเกอร์เคลือบกระป๋อง คิดเป็นร้อยละ 91 ของรายได้รวม และมีรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์อื่นๆ ให้กับกลุ่มลูกค้าเดียวกัน ร้อยละ 7 ซึ่งได้แก่ น้ำมันหล่อลื่นสำหรับอุตสาหกรรมการผลิตกระป๋องอลูมิเนียมซึ่งบริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของ Quaker ในประเทศไทย แลคเกอร์ผงปิดแนวตะเข็บกระป๋อง และ หมึกพิมพ์กระป๋อง อย่างไรก็ตามสินค้าหลักยังคงเป็นสินค้าของบริษัทที่ผลิตและจำหน่าย

รายได้จากค่าสิทธิจำนวน 5 ล้านบาท เป็นการรับรู้ค่าสิทธิการผลิตจาก Henkel KGaA ประกอบด้วย ค่าธรรมเนียมแรกเริ่มจำนวน 200,000 ยูโร ซึ่งทยอยรับรู้รายได้ตามระยะเวลาอายุสัญญาเป็นรายปีเป็นเวลา 10 ปี เริ่มในปี 2548 และอีกส่วนคือ รายได้ค่าสิทธิ Loyalty Fee รายปีตามเงื่อนไขที่ระบุในสัญญา

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทผลิตสินค้าเคมีภัณฑ์ประเภทขยาแนวฝากระป๋องและแลคเกอร์เคลือบกระป๋อง ใช้สำหรับการผลิตบรรจุภัณฑ์โลหะ เช่น กระป๋องโลหะบรรจุอาหารต่างๆ กระป๋องโลหะบรรจุเครื่องดื่มต่างๆ ถึงโลหะบรรจุอาหาร ภาชนะโลหะบรรจุสารเคมีทั้งขนาดเล็ก 0.5 ลิตรจนถึงขนาด 200 ลิตร นอกจากนี้ยังรวมถึงหลอดอลูมิเนียมบรรจุเวชภัณฑ์หรือเครื่องสำอางค์ โดยทุกผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้รับการผลิต คิดค้นและพัฒนาภายใต้เทคโนโลยีการผลิตของบริษัท

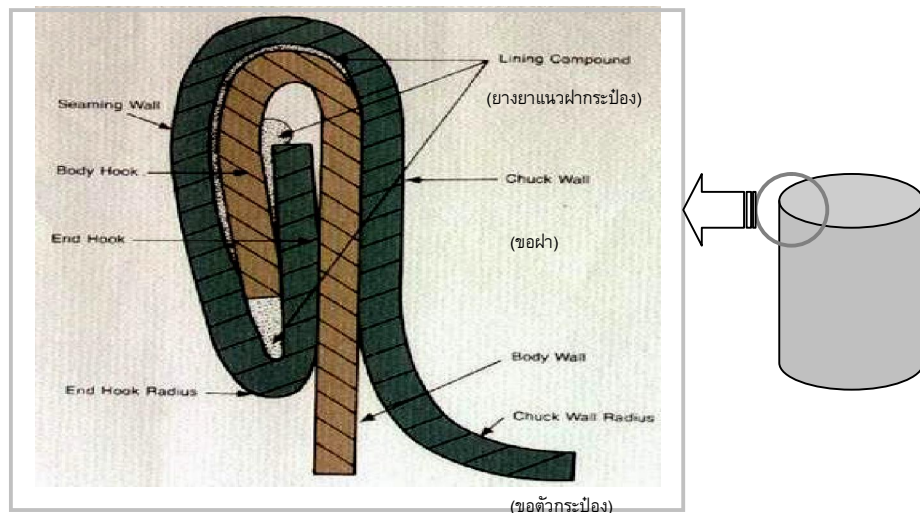
บริษัทดำเนินการผลิตภายใต้ระบบการบริหารคุณภาพของ ISO 9001 เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานสากลตามข้อกำหนดขององค์กรอาหารสากลต่างๆ เช่น US FDA เป็นต้น เพื่อให้บรรจุภัณฑ์โลหะที่ใช้บรรจุอาหารสามารถปกป้องสิ่งปนเปื้อนภายนอกที่อาจแทรกซึมผ่านรอยตะเข็บฝากระป๋องหรือปกป้องจากการกัดกร่อนผิวบรรจุภัณฑ์ให้เกิดความเสียหาย จนทำให้มีสิ่งปนเปื้อนเข้าไปทำปฏิกิริยากับสินค้าที่บรรจุอยู่ภายใน ก่อให้เกิดความเสียหายต่อสินค้าภายใน ทั้งกลิ่น สี และรส ที่บรรจุในกระป๋อง และยังทำให้สินค้ามีอายุที่ยาวนาน โดยยังคงคุณค่าของสินค้า นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ต้องมีความยืดหยุ่นที่เหมาะสม และตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าเพื่อการใช้งานที่มีประสิทธิภาพ

ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. ผลิตภัณฑ์ยางยาแนวฝากระป๋อง (Sealing Compounds)

ผลิตภัณฑ์ยางยาแนวฝากระป๋องเป็นสารป้องกันการรั่วซึมที่ใช้กับบรรจุภัณฑ์โลหะ โดยมีคุณสมบัติสำคัญในการป้องกันรอยรั่วตามแนวตะเข็บระหว่างตัวภาชนะกับฝาภาชนะทั้งฝาล่างและฝาด้านที่เกิดขึ้นในระหว่างการผลิตตัวภาชนะ และการปิดฝาภาชนะภายหลังการบรรจุอาหารหรือสินค้าลงในภาชนะแล้ว เพื่อป้องกันมิให้สิ่งปนเปื้อนจากภายนอกเข้าสู่ภายในภาชนะเป็นการยืดอายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์ที่บรรจุภายในภาชนะ นอกจากนี้ยังต้องทนต่อกระบวนการฆ่าเชื้อเพื่อถนอมคุณภาพโดยเฉพาะการถนอมอาหารที่บรรจุภายในตามกระบวนการผลิตของลูกค้า

รูปภาพแสดงการใช้งานของผลิตภัณฑ์ แสดงภาพตัดขวางของตะเข็บฝากระป๋อง (Double Seam) ซึ่งเป็นการซ้อนทับของขอบตัวกระป๋อง (Body Hook) และขอบฝา (End Hook) โดยมียางยาแนวฝากระป๋องอยู่ภายใน (Lining Compound)



แหล่งที่มาของภาพ: เว็บไซต์ของ โครงการวิจัยเพื่อพัฒนาหนังสือและโฮมเพจ ชุดพัฒนางานสังคมตามแนวพระราชดำริ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เรื่องอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารขนาดกลางและขนาดย่อม



ที่มา : www.cancentral.com และ Visypak Beverage Packaging "Beverage Manufacturing Processes"

รูปภาพข้างต้นแสดงภาพตัดขวางของฝากระป๋อง -- รูป ก. แสดงภาพแผ่นโลหะที่ผ่านการเคลือบแล้ว ตัดและขึ้นรูปเป็นฝาและทำโค้งที่มุมฝาแล้ว รูป ข. และรูป ค. แสดงภาพการหดยอดยางยาแนวฝากระป๋องตามร่องโค้งด้านในเพื่อประโยชน์ในการปิดสนิทระหว่างฝาและตัวกระป๋อง ป้องกันการรั่วซึมของสินค้าที่บรรจุภายใน และป้องกันสิ่งแปลกปลอมเข้าไปภายในกระป๋อง

บริษัทมีผลิตภัณฑ์ยางยาแนวฝากระป๋อง 2 ประเภท คือ

(1) ยางยาแนวฝากระป๋องสูตร Water Base (Water Base Sealing Compounds)

ยางยาแนวฝากระป๋องสูตร Water Base ของบริษัทเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นตามมาตรฐานสากล โดยเน้นการผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับภาชนะบรรจุอาหารและเครื่องดื่ม (Water Base Food and Beverage Can Sealing Compound) เป็นหลัก

(2) ยางยาแนวฝาบรรจุภัณฑ์สูตร PVC (PVC Plastisol)

ยางยาแนวฝาบรรจุภัณฑ์สูตร PVC เป็นผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นมาเพื่อใช้กับฝาปิดของบรรจุภัณฑ์ต่างๆ (Other Packaging Closure) เช่น ถังบรรจุขนาด 20 ลิตร (Crimp Cap) จนถึงขนาด 200 ลิตร ได้แก่ ถังเกล็ดลอนใต้สี (Crimp Cap) และ ฝาดังขนาด 200 ลิตรบรรจุน้ำมัน (Drum Cover) เป็นต้น กับอีกประเภทเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับฝาปิดภาชนะที่มีใช้โลหะ เช่น ฝาจีบ (Crown Cap) เช่น ฝาขวดน้ำอัดลม ฝาเกลียว (RO) หรือฝาเกลียวบิดขาด (ROPP) เช่น ฝาขวดเครื่องดื่มชูกำลัง และฝาเขียว (Lug Cap หรือ Twist-Off) เช่น ฝาขวดแยม

2. ผลิตภัณฑ์แล็กเกอร์เคลือบกระป๋อง (Lacquers)

แล็กเกอร์เคลือบกระป๋องของบริษัท เป็นผลิตภัณฑ์ประเภท Solvent Base (Solvent Base Lacquers) ซึ่งใช้เคลือบผิวกระป๋อง โดยใช้เคลือบผิวทั้งด้านในและด้านนอก โดยที่แล็กเกอร์เคลือบผิวกระป๋องด้านในต้องมีคุณสมบัติในการทนต่อสภาพความเป็นกรดด่างของสินค้าที่บรรจุ โดยเฉพาะสินค้าประเภทอาหารที่มีความเป็นกรดด่างที่แตกต่างกัน ซึ่งจะป้องกันไม่ให้อาหารที่บรรจุทำปฏิกิริยากับตัวบรรจุภัณฑ์จนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเรื่องกลิ่น สี และรสชาติของอาหารในกระป๋อง จึงเป็นการรักษาอายุของสินค้าให้ยาวนาน ส่วนแล็กเกอร์เคลือบผิวกระป๋องด้านนอกมีคุณสมบัติป้องกันพื้นผิวด้านนอกกระป๋องจากการเกิดสนิม การขีดข่วน การกัดกร่อน และเป็นสารเคลือบรองพื้นสำหรับก่อนการตกแต่งภายนอกกระป๋องด้วยหมึกพิมพ์และสารเคลือบเงาด้านนอก (Outside Printing & Vanishing) เพื่อให้ภาชนะบรรจุภัณฑ์ดูสวยงาม จึงต้องมีคุณสมบัติในเรื่องการยึดเหนี่ยวที่สูง

ชนิดผลิตภัณฑ์แยกตามประเภทบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์มีความหลากหลาย และมีจำนวนชนิดมากมาย รวมถึงการใช้วัสดุในการผลิตบรรจุภัณฑ์ก็มีความหลากหลายเป็นอันมาก เช่น วัสดุจากแก้ว วัสดุจากพลาสติก และวัสดุจากโลหะ ได้แก่ กระป๋องเหล็กเคลือบดีบุก กระป๋องเคลือบโครเมียม และกระป๋องอลูมิเนียม เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ของบริษัท ในการใช้งานกับบรรจุภัณฑ์ต่างๆ จึงขอแบ่งเป็น 3 กลุ่มใหญ่ คือ

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้บรรจุภัณฑ์อาหารกระป๋อง (Food and Beverage Can)

บริษัทผลิตสินค้าที่ใช้ในอุตสาหกรรมอาหารมากที่สุด โดยสินค้าของบริษัทเป็นที่รู้จักและแพร่หลายในกลุ่มผู้ผลิตกระป๋องบรรจุอาหารมากที่สุด เนื่องจากตลาดอุตสาหกรรมกระป๋องในประเทศไทยมีขนาดใหญ่และบริษัทมีประสบการณ์ยาวนานในการผลิตสินค้าสำหรับกลุ่มดังกล่าว และให้ความสำคัญในการพัฒนาและผลิตผลิตภัณฑ์ ในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารมาอย่างต่อเนื่อง ในกลุ่มสินค้านี้จะจัดแบ่งได้ 2 ประเภท ดังนี้

1.1 ผลิตภัณฑ์สำหรับกระป๋องบรรจุอาหาร (Food Can)

ใช้กับกระป๋องอาหารที่หลากหลาย เช่น กระป๋องปลาซาร์ดีน กระป๋องปลาทูน่า กระป๋องนมผง และกระป๋องบรรจุอาหารอื่นๆ



1.2 ผลิตภัณฑ์สำหรับกระป๋องเครื่องดื่ม (Beer & Beverage Can)

ผลิตภัณฑ์สำหรับกระป๋องเครื่องดื่มน้ำผลไม้กระป๋อง (Fruit Juice) กาแฟกระป๋อง เครื่องดื่มชูกำลังกระป๋อง และเครื่องดื่มอื่นๆ รวมถึงผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มเครื่องดื่มน้ำอัดลมและเครื่องดื่มประเภทเบียร์ ที่มีแรงดันก๊าซที่บรรจุอยู่ภายใน



2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับบรรจุภัณฑ์ทั่วไป (Non-Food Can)

ใช้สำหรับบรรจุสินค้าทั่วไปที่ไม่ใช่อาหารเพื่อการบริโภค แต่ก็ยังลงมีวัตถุประสงค์เพื่อการเก็บรักษาคุณภาพสินค้า รวมถึงเพื่อความสวยงาม และการขนส่งสินค้า โดยสามารถแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์เป็น 2 กลุ่มย่อยคือ

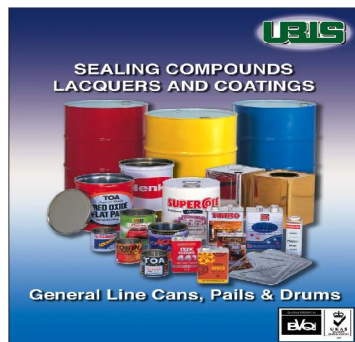
2.1 ผลิตภัณฑ์สำหรับกระป๋องสเปรย์ (Aerosol Can)

ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ใช้สำหรับบรรจุภัณฑ์ที่ต้องทนต่อแรงดันในกระป๋องสูงเพราะต้องบรรจุก๊าซในกระป๋องเพื่อให้เกิดแรงดันในการฉีดสเปรย์ออกมา เช่น กระป๋องยาฆ่าแมลง กระป๋องสเปรย์แต่งผม เป็นต้น



2.2 ผลิตภัณฑ์สำหรับกระป๋องทั่วไป (General Can)

ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ใช้สำหรับบรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุสินค้าทั่วไปซึ่งจะมีความหลากหลาย สินค้าบางประเภทจะมีส่วนผสมของน้ำมันหรือเคมีภัณฑ์ เช่น กระป๋องสี ถังน้ำมัน ถังบรรจุเคมี หรือ ถังต่างๆ (ไม่รวมถึงบีบบรรจุหน่อไม้ ที่เป็นกลุ่มอาหาร)



3. กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับบรรจุภัณฑ์ประเภทอื่นๆ ที่ไม่ใช่กระป๋อง

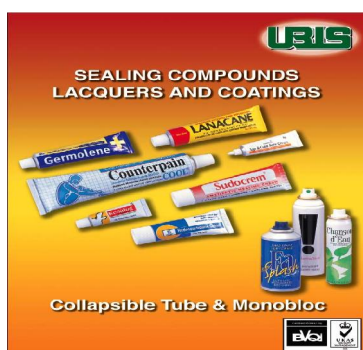
บรรจุภัณฑ์กลุ่มนี้จะมีความหลากหลายในการนำไปใช้สำหรับวัสดุสินค้าประเภทต่างๆ ขึ้นอยู่กับการใช้งานของแต่ละรายในการบรรจุสินค้าที่กำหนด โดยสามารถจำแนกผลิตภัณฑ์ตามลักษณะของบรรจุภัณฑ์ออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

3.1 ผลิตภัณฑ์สำหรับหลอดดอคูมินีมและโมโนบล็อก (Collapsible Tube & Monobloc)

ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้จะใช้สำหรับบรรจุภัณฑ์ที่มีรูปทรงและมีลักษณะเฉพาะ ได้แก่

(ก) ผลิตภัณฑ์สำหรับบรรจุภัณฑ์ชนิดหลอดโลหะ (Collapsible Tube) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้ากลุ่มเวชภัณฑ์ (ยาครีม ยาเจล) สินค้ากลุ่มเคมี (กาวหลอด) ซึ่งจะใช้ยางขนานวในบริเวณปลายหลอดดอคูมินีม

(ข) ผลิตภัณฑ์สำหรับบรรจุภัณฑ์ประเภทโมโนบล็อก (Monobloc) บรรจุภัณฑ์โมโนบล็อกจะมีลักษณะการผลิตที่พิเศษ คือ จะเป็นการผลิตโดยการขึ้นรูปกระป๋องด้วยการรีดขึ้น โลหะจากกันกระป๋องถึงคอกระป๋องจนเป็นรูปทรงกระป๋องสินค้าที่ใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ ได้แก่ กระป๋องโฟมโกนหนวด กระป๋องมูส แต่งผม เป็นต้น



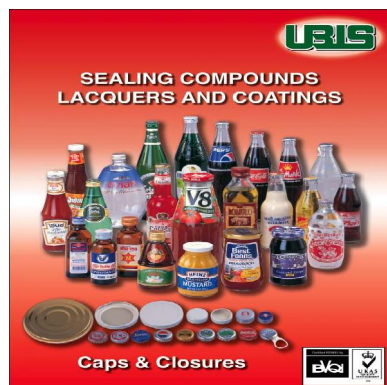
3.2 ผลิตภัณฑ์สำหรับฝาต่างๆ (Other Packaging Closure)

ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของบริษัทประเภทอื่นๆ ข้างต้น เพราะจะเป็นการใช้ฝาปิดที่เป็นโลหะกับตัวบรรจุภัณฑ์ที่มีโซโลหะ ในกลุ่มนี้สามารถแบ่งย่อยเป็น 3 ประเภท ได้แก่

(ก) ฝาจีบ (Crown Cap) ใช้กับฝาเครื่องดื่มน้ำอัดลมบรรจุขวดแก้ว เช่น ฝาขวดแก้วเครื่องดื่มน้ำอัดลม และฝาขวดแก้วเครื่องดื่มน้ำผลไม้ เป็นต้น

(ข) ฝาเกลียวบิดขาด (ROPP) ลักษณะของฝาเปิดเป็นแบบเกลียวใช้การหมุนเพื่อแยกวงแหวนที่รัดอยู่ให้ขาดจากกัน ได้แก่ ฝาขวดเครื่องดื่มน้ำอัดลม และฝาขวดเครื่องดื่มน้ำอัดลมขนาดใหญ่ชนิดขวดแก้ว เป็นต้น

(ค) ฝาเขี้ยว (Lug Cap) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในฝาปิดชนิดหมุนสำหรับเครื่องปรุงรสที่ไม่ได้ใช้ครั้งเดียวหมด เช่น ฝาขวดแยม ฝาขวดซอสมะเขือเทศ และฝาขวดมายองเนส เป็นต้น สามารถเปิดปิดได้หลายครั้งเพื่อถนอมอาหารได้นาน



นอกจากผลิตภัณฑ์ในกลุ่มยางขาแนวฝากระป๋องและแลคเกอร์เคลือบกระป๋องแล้ว บริษัทยังเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศอีก 2 ชนิด เพื่อเพิ่มและเสริมรายได้หลักของบริษัท ได้แก่

- ผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นสำหรับขึ้นรูปกระป๋อง บริษัทได้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทยของบริษัท Quaker Chemical แห่งสหรัฐอเมริกา ลักษณะการใช้งานของน้ำมันหล่อลื่นดังกล่าวจะใช้ในอุตสาหกรรมผลิตกระป๋อง ในขั้นตอนการขึ้นรูปกระป๋อง และน้ำยาสำหรับล้างคราบน้ำมันที่มาจากกระบวนการผลิต
- ผลิตภัณฑ์หมึกพิมพ์ บริษัทได้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าในตลาดประเทศไทย ของบริษัท Rollchem Enterprise ลักษณะการใช้งานเป็นหมึกที่ใช้ในการพิมพ์บนผิวภาชนะกระป๋อง
- ผลิตภัณฑ์แลคเกอร์ผงปิดแนวรอยตะเข็บกระป๋อง Powder Side Stripe บริษัทได้เพิ่มสินค้าใหม่นี้โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าจาก Diostyl / The Netherlands ในภูมิภาค AEC

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

สินค้าของบริษัทเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นส่วนประกอบสำคัญในอุตสาหกรรมผลิตบรรจุภัณฑ์โลหะที่เกี่ยวข้องกับสินค้าอุปโภคบริโภค ประกอบกับสินค้าของบริษัทเป็นสินค้าที่ขายให้กับโรงงานอุตสาหกรรม (Industrial Product) โดยตรง ไม่ใช่การขายไปยังผู้บริโภค (Consumer Product) ดังนั้นลักษณะการทำการตลาดจึงเป็นการวางแผนการตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อส่งเสริมการขายในระยะยาว โดยบริษัทมุ่งเน้นที่คุณภาพและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการสร้างความสัมพันธ์และการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญเพื่อการเติบโตในระยะยาว

บริษัทมีเป้าหมายเป็นผู้ผลิตยางยานพาหนะป้องกันและแฉกเกอร์เคลือบกระป๋องสำหรับอุตสาหกรรมผลิตบรรจุภัณฑ์โลหะ โดยมีคุณภาพสินค้าและบริการในระดับที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าสูงสุด ภายใต้แบรนด์ UBIS เพื่อผลักดันให้สินค้าและแบรนด์ UBIS เป็นที่ยอมรับในประเทศ ในภูมิภาคเอเชีย และในภูมิภาคอื่นๆทั่วโลก

การรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Quality of Product) และการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement) ภายใต้ระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 เพื่อรักษาการผลิตสินค้าให้ได้มาตรฐานระดับสากล บริษัทจึงเน้นการสร้างทีมงานด้านการวิจัยและพัฒนาให้มีความรู้และประสบการณ์อย่างต่อเนื่อง รวมถึงทีมงานด้านการผลิตและควบคุมคุณภาพที่เป็นหัวใจในการรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ตรงกับความต้องการผลิตภัณฑ์และลักษณะการใช้ผลิตภัณฑ์ และให้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Practical Use of Product) รวมถึงการปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับเทคโนโลยีการผลิตและการใช้งานของลูกค้า

การรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างใกล้ชิด (Close Customer Relationship) ให้เสมือนว่าลูกค้าเป็นส่วนหนึ่งของบริษัท และจะต้องตอบสนองการเปลี่ยนแปลงความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว (Fast Respond) ทั้งด้านการบริหารการส่งมอบสินค้าให้ทันการใช้งาน และการบริการหลังการขายทั้งด้านผลิตภัณฑ์และด้านเทคนิค

การสร้างแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล เพื่อให้สินค้าเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก บริษัทจึงได้สร้างระบบพันธมิตรการค้าทั้งในรูปแบบตัวแทนจำหน่าย และการให้สิทธิการผลิตและจำหน่าย โดยคาดว่าจะสามารถขยายช่องทางการจำหน่ายในตลาดต่างประเทศได้มากขึ้น

ในการทำตลาดของบริษัทจะแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ การขายในประเทศและการขายต่างประเทศ ในปี 2556 บริษัทมีส่วนการขายในประเทศต่อการขายต่างประเทศ คือ 49:51 โดยมีกลุ่มลูกค้าในแต่ละส่วนดังนี้

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายในประเทศ

บริษัทมีนโยบายทำตลาดให้ครอบคลุมทุกส่วนการตลาด โดยมีกลุ่มลูกค้าหลักคือ กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม และกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม ทั้งนี้บริษัทได้วางนโยบายพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถรองรับความต้องการของลูกค้าในแต่ละ Segment เพื่อที่จะสามารถจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ครอบคลุมทุกส่วนตลาด (Full Segmentation Coverage)

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายในต่างประเทศ

สำหรับตลาดต่างประเทศจะมีการดำเนินการที่ไม่แตกต่างกันมากนัก โดยจะเน้นกลุ่มเป้าหมายที่บริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทั้งด้านคุณภาพและราคาภายใต้ภาวะการแข่งขัน และสถานะตลาดที่มีลักษณะเฉพาะในแต่ละประเทศ

1. กลุ่มลูกค้าในตลาดประเทศจีน บริษัทได้จัดทำนโยบายการตลาดและอาศัยความชำนาญในพื้นที่ของผู้บริหารขายและทีมขายในประเทศ ดำเนินการขายตรงสู่ลูกค้า ผู้ผลิตกระป๋องบรรจุอาหารและเครื่องดื่ม และ กลุ่มผู้ผลิตกระป๋อง Aerosol ซึ่งบริษัทสนับสนุนทางเทคนิคโดยจัดส่งทีมเทคนิคเข้าเยี่ยมชมลูกค้าพร้อมทีมงานขายอย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกันก็จัดอบรมให้ทีมขายจีนอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้เกิดความชำนาญในการให้บริการหลังการขาย

2. กลุ่มลูกค้าในตลาดประเทศอื่น เช่น ลูกค้าในเอเชีย ตะวันออกกลาง อเมริกาใต้ และออสเตรเลีย บริษัทได้แต่งตั้งตัวแทนจำหน่าย เพื่อให้เป็นระบบเครือข่ายที่สามารถให้บริการแก่ลูกค้าในประเทศนั้นๆได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้การสนับสนุนด้านเทคนิคจากบริษัทให้กับตัวแทน และลูกค้าในประเทศนั้นๆ กลุ่มเป้าหมายจะเป็นผู้ผลิตกระป๋องบรรจุอาหาร และสินค้าอุตสาหกรรม

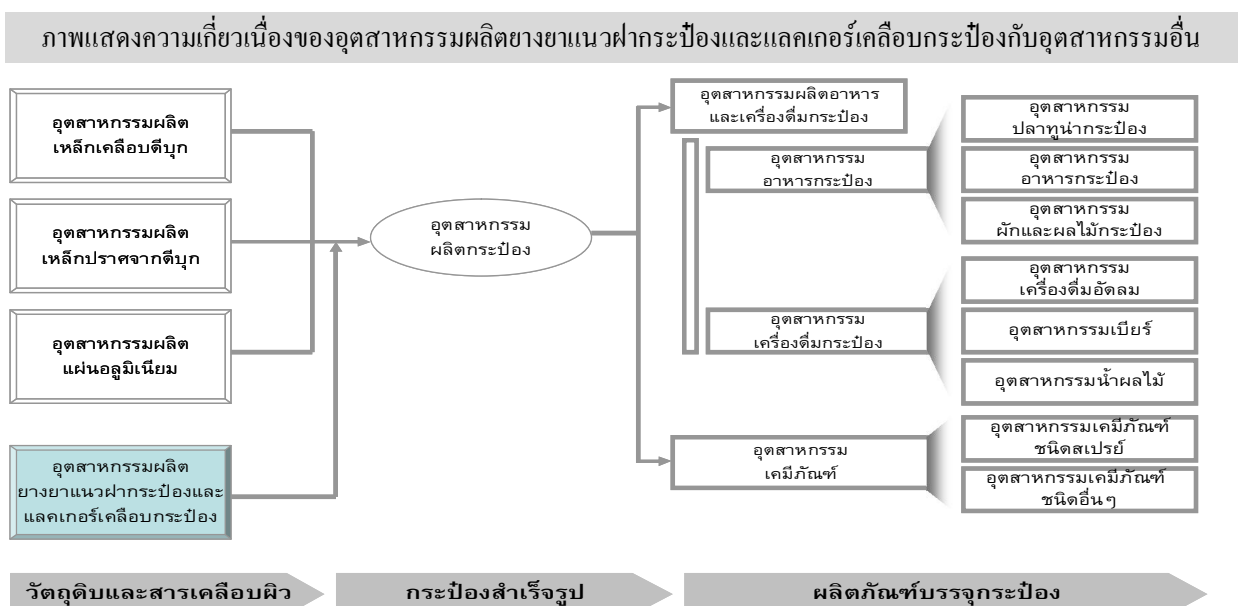
อนึ่งในการทำตลาดในแต่ละประเทศ บริษัทจะต้องทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการขาย เช่น จำนวนคู่แข่ง การผูกขาด ขนาดตลาดและอัตราการเติบโตของตลาดในแต่ละกลุ่มลูกค้าในแต่ละประเทศ ก่อนที่จะเลือกเน้นกลุ่มเป้าหมายในการทำตลาด

3. กลุ่มลูกค้าในตลาดในทวีปยุโรป ทวีปอเมริกา ทวีปแอฟริกา และภูมิภาคตะวันออกกลาง ที่บริษัทได้มอบสิทธิการผลิตและจำหน่ายเฉพาะผลิตภัณฑ์ยางยานวฬากระบองแกบบริษัท HENKEL โดยบริษัทจะให้การสนับสนุนทางเทคนิคและการให้ออมูลผลิตภัณฑ์ รวมถึงการให้ความสนับสนุนทางด้านการตลาดตามที่ HENKEL ร้องขอ สำหรับสิทธิการผลิตและจำหน่ายจะมีอายุ 10 ปี (2548-2557) อย่างไรก็ตาม การจำหน่ายสินค้าในกลุ่มประเทศเหล่านี้ HENKEL ที่ผ่านมายังคงสั่งซื้อสินค้าจากบริษัทเพื่อจำหน่ายให้กับลูกค้าในยุโรป และอเมริกาได้ออนึ่งสัญญาฉบับนี้ไม่ครอบคลุมการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แลคเกอร์สำหรับเคลือบแผ่นโลหะ ซึ่งบริษัทสามารถดำเนินการจำหน่ายให้ลูกค้าในกลุ่มนี้ได้โดยตรง ดังที่บริษัทได้ดำเนินการธุรกิจ ผลิตภัณฑ์แลคเกอร์ให้กับลูกค้าในกลุ่มประเทศในอเมริกาใต้ เช่น เปรู, บราซิล และเม็กซิโก เป็นต้น

การตลาดต่างประเทศ นอกจากการเยี่ยมชมลูกค้าเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและการรับฟังปัญหาเพื่อหาข้อมูลในการนำมาปรับปรุงการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริษัทได้วางแผนนโยบายในการเข้าร่วมการออกงาน Exhibition ต่างๆในระดับโลกและในระดับภูมิภาคอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ งานแสดงสินค้า METPACK จัดขึ้นที่ประเทศเยอรมันนี เป็นงานแสดงสินค้าของอุตสาหกรรมที่ผู้ผลิต ผู้จำหน่ายสินค้า และผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมจากประเทศต่างๆ จะเข้าร่วมงานจำนวนมาก โดยงานนี้จะจัดขึ้นทุก 2 ปี, Asia Can เป็นงานระดับภูมิภาคเอเชียที่จะจัดเวียนกันไปในกลุ่มประเทศเอเชีย และงานแสดงที่ Shanghai และที่ Guangzhou ของประเทศจีน การออกงานแสดงสินค้าจะช่วยเสริมศักยภาพของบริษัท ในการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์ทุกภูมิภาค และช่วยส่งเสริมการตลาดสำหรับการนำเสนอบริการให้กับกลุ่มลูกค้าใหม่ที่กำลังคาวหวัง อันเป็นการขยายฐานการตลาดในต่างประเทศอย่างมั่นคง

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

อุตสาหกรรมต่อเนื่องจากอุตสาหกรรมผลิตกระปองในประเทศไทย จะนำกระปองไปใช้ในอุตสาหกรรมผลิตอาหารและเครื่องดื่มกระปอง อุตสาหกรรมผลิตเคมีสเปรย์ และอุตสาหกรรมผลิตสารเคมี โดยอุตสาหกรรมที่ใช้กระปองสูงสุด คือ อุตสาหกรรมอาหารกระปองและเครื่องดื่มกระปอง



ภาวะอุตสาหกรรมอาหารกระป๋อง

ตารางแสดงมูลค่าของการส่งออกอาหารกระป๋อง

	ล้านบาท					เปลี่ยนแปลงร้อยละ				
	2552	2553	2554	2555	2556	2552	2553	2554	2555	2556
อาหารกระป๋อง	83,436	83,218	97,618	120,711	114,904	-14.1%	-0.3%	17.3%	23.7%	-4.8%
อาหารทะเลกระป๋อง	62,144	61,585	70,537	95,938	90,738	-13.5%	-0.9%	14.5%	36.0%	-5.4%
ทูน่ากระป๋อง	52,083	51,942	61,462	80,805	78,025	-14.7%	-0.3%	18.3%	31.5%	-3.4%
ซาร์ดีนกระป๋อง	2,818	3,015	3,850	8,511	6,973	2.0%	7.0%	27.7%	121.1%	-18.1%
ปูกระป๋อง	1,321	1,571	1,475	1,689	1,363	-16.1%	18.9%	-6.1%	14.5%	-19.3%
กุ้งกระป๋อง	5,235	4,349	3,193	4,933	4,378	-1.0%	-16.9%	-26.6%	54.5%	-11.3%
หอยลายกระป๋อง	585	344	240	0	0	-40.5%	-41.2%	-30.2%	-100.0%	
ปลาหมึกกระป๋อง	102	364	317	0	0	-55.3%	256.9%	-12.9%	-100.0%	
ผลไม้กระป๋อง	19,700	20,072	25,447	23,538	22,608	-16.6%	1.9%	26.8%	-7.5%	-4.0%
สับปะรดกระป๋อง	13,905	13,644	19,131	16,532	15,112	-18.5%	-1.9%	40.2%	-13.6%	-8.6%
เงาะและเงาะสอได้สับปะรด	71	77	105	451	478	18.3%	8.5%	36.2%	330.0%	6.0%
ลิ้นจี่	287	302	266	277	265	-10.6%	5.2%	-11.8%	4.0%	-4.4%
ลำไย	314	421	531	540	562	-8.2%	34.1%	26.2%	1.6%	4.1%
มะม่วง	772	695	876	1,069	1,280	15.9%	-10.0%	26.1%	22.0%	19.8%
ผลไม้รวมกระป๋อง	2,754	2,781	2,825	2,218	2,148	-13.9%	1.0%	1.6%	-21.5%	-3.1%
ผลไม้กระป๋องอื่น ๆ	1,597	2,152	1,713	2,452	2,763	-19.3%	34.8%	-20.4%	43.1%	12.7%
ผักกระป๋อง	1,592	1,561	1,633	1,235	1,557	-0.6%	-1.9%	4.6%	-24.4%	26.1%
ข้าวโพดฝักอ่อนกระป๋อง	1,195	1,213	1,248	865	1,189	0.1%	1.5%	2.9%	-30.7%	37.5%
หน่อไม้กระป๋อง	397	348	385	370	368	-2.5%	-12.3%	10.6%	-3.8%	-0.7%

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

จากตัวเลขการส่งออกในปี 2556 พบว่าการส่งออกอาหารบรรจุกระป๋องมีการมูลค่าส่งออก 114,904 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 4.8 โดยกระจายตลาดไปสู่ภูมิภาคอื่นๆทั่วโลก ซึ่งตลาดหลักยังคงเป็น ประเทศสหรัฐอเมริกา กลุ่มEU และญี่ปุ่น

การส่งออกของอาหารทะเลกระป๋องมีการมูลค่าการส่งออก 90,738 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 5.4 โดยมีปริมาณการส่งออก 648,419 ตัน ลดลงร้อยละ 4.7 การส่งออกของผลไม้กระป๋องมีมูลค่า 22,608 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 4 และการส่งออกของผักกระป๋องมีมูลค่าการส่งออก 1,557 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 26

การส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารกระป๋องลดลงสืบเนื่องจากการฟื้นตัวของตลาดโลกเป็นไปอย่างค่อนข้างช้า กระทบต่อกำลังซื้อในต่างประเทศ โดยเฉพาะในกลุ่มอาหารทะเลกระป๋อง นอกจากปัญหาจากกำลังซื้อแล้ว ราคาของปลาเมื่อตอนต้นปีมีราคาสูง ทำให้ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องที่ไม่สามารถปรับราคาขายได้ ต้องชะลอการซื้อวัตถุดิบ และการขาย เพื่อรอให้ราคาลดลง นอกจากนี้ในไตรมาส 1 และ 2 ผู้ประกอบการส่งออกในประเทศ ยังต้องพบกับปัญหาค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นด้วย ซึ่งกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่น โดยในปี 2556 ที่ผ่านมา บริษัทได้พยายามดำเนินธุรกิจโดยการมุ่งเน้นการตลาดในต่างประเทศที่มีศักยภาพในการเติบโต เพื่อลดความเสี่ยงของผลประกอบการ เช่น

ประเทศจีน และประเทศในอาเซียน ซึ่งส่งผลต่อสัดส่วนการขายต่างประเทศ ที่มีมากกว่าการขายในประเทศเป็นครั้งแรก จากเดิมที่บริษัทใช้ฐานรายได้ในประเทศเป็นหลัก บริษัทจึงได้รับผลกระทบไม่มากนักโดย

อย่างไรก็ดี จากสภาพสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ ทำให้ยอดขายของบริษัทลดลงใกล้เคียงกับอุตสาหกรรม ในขณะเดียวกัน ผลประกอบการด้านกำไรดีขึ้นกว่าปีก่อน เป็นผลจากการบริหารงานและการจัดการขององค์กรในทุกด้านเช่น การผลิต การขาย และการควบคุมค่าใช้จ่าย อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้บริษัทมีกำไรสุทธิจำนวน 87 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 16 จากปีก่อน และมีอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 12 ดีกว่าปีก่อน

ภาวะการแข่งขัน

ตลาดยางขนานวฟากระป๋อง

ในส่วนตลาดยางขนานวฟากระป๋องนี้ จะมีผู้ผลิตและขายสินค้าในตลาดน้อยราย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ การยอมรับของเทคโนโลยีการผลิตและความเชื่อถือในด้านคุณภาพของผู้ผลิต ดังนั้นหากพิจารณาถึงสภาพการแข่งขันจึงอาจกล่าวได้ว่า ตลาดยางขนานวฟากระป๋องมีการแข่งขันเฉพาะในกลุ่มบริษัทรายใหญ่น้อยรายเท่านั้น

ตลาดแลคเกอร์เคลือบกระป๋อง

ในอุตสาหกรรมผลิตแลคเกอร์เคลือบกระป๋องของโลกมีผู้ผลิตแลคเกอร์เคลือบกระป๋องหลายราย โดยบริษัทถือเป็นผู้ผลิตไทยรายเดียวที่มีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ในกลุ่มห้าอันดับแรกของตลาดในประเทศ โดยสัดส่วนการตลาดจะเฉลี่ยใกล้เคียงกัน

อนึ่งสภาพการแข่งขันในตลาดแลคเกอร์เคลือบกระป๋องอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง เนื่องจากคู่แข่งในตลาดแต่ละรายมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งมีฐานลูกค้าเป็นของตนเอง ทำให้ไม่มีรายใดเป็นผู้กำหนดทิศทางตลาดอย่างชัดเจน อีกทั้งลักษณะจำเพาะของธุรกิจ และเทคโนโลยีของอุตสาหกรรม ทำให้ไม่ค่อยมีผู้ผลิตรายใหม่เข้ามาในธุรกิจนี้มากนัก

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ของบริษัทจำหน่ายให้กับโรงงานที่จะนำไปใช้สำหรับผลิตเป็นกระป๋องบรรจุอาหาร และเครื่องมือ ลูกค้าของบริษัทจึงเป็นบริษัทใหญ่ที่มีสายการผลิตที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ น่าเชื่อถือ คุณสมบัติสม่ำเสมอ และตรงตามข้อกำหนดที่ได้ตกลงกันไว้ บริษัทจึงได้ใช้กระบวนการผลิตโดยมีระบบการตรวจสอบที่อ้างอิงได้ตามมาตรฐานระบบการบริหารคุณภาพ ISO 9001 บริษัทได้แยกกระบวนการการผลิตออกเป็นสองส่วน คือ การผลิตยางขนานวฟากระป๋อง และการผลิตแลคเกอร์เคลือบกระป๋อง โดยแต่ละกระบวนการผลิตจะอยู่คนละอาคารเพื่อรักษาคุณภาพสินค้าระหว่างการผลิตไม่ให้เกิดการปนกัน นอกจากนี้อาคารแต่ละแห่งก็จะแยกส่วนคลังสินค้าของตนเองเพื่อการจัดเก็บวัตถุดิบออกจากกันด้วย

บริษัทมีโรงงานแห่งเดียวที่จังหวัดนครปฐม การผลิตของบริษัทจัดเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้เทคโนโลยี และเทคนิคการผลิตสูงไม่แตกต่างจากโรงงานผลิตของบริษัทใหญ่ข้ามชาติทั้งหลาย บริษัทมีปริมาณเครื่องจักรที่เพียงพอที่จะใช้ในการผลิตโดยการทำงานขณะนี้จะเป็นเพียงแค่กระเดียว และในกรณีที่ต้องการขยายกำลังการผลิตเพิ่มเติม บริษัทก็สามารถเพิ่มกำลังการผลิตได้อย่างรวดเร็วโดยเพิ่มเวลาการทำงานตามความจำเป็น

กำลังการผลิต

	2554	2555	2556
กำลังการผลิต (หน่วย : เมตริกตัน)			
ยางยานพาหนะป้องกัน	3,500	4,000	4,000
แลคเกอร์เคลือบป้องกัน	4,000	4,000	4,000
กำลังการผลิตรวม	7,500	8,000	8,000

บริษัทกำหนดนโยบายการจัดซื้อจัดหาเครื่องจักรโดยพิจารณาตามความเหมาะสมจากปริมาณการผลิตจริงว่าได้เพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอถึงจุดความสามารถเต็มทีของกำลังการผลิต ในปี 2556 บริษัทมีการลงทุนในการก่อสร้างโรงงานแห่งใหม่ที่มีคุณสมบัติเหมาะสมและมีการเพิ่มเครื่องจักรและอุปกรณ์เพิ่มเติม เพื่อเพิ่มกำลังการผลิตและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าในการรองรับการขยายตัวของธุรกิจ สำหรับปี 2556 บริษัทมีอัตราการผลิตร้อยละ 85 ของกำลังการผลิตรวม

นโยบายการผลิตที่สำคัญ คือ เน้นการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้าและสามารถส่งสินค้าได้ตรงตามระยะเวลาที่กำหนด และพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อให้รองรับเทคโนโลยีและข้อกำหนดใหม่ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมุ่งเน้นการสร้างเชื่อมั่นให้กับลูกค้าและส่งเสริมให้เกิดความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ของบริษัทอย่างต่อเนื่อง ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตเพื่อส่งออกและการขายในประเทศ มีกระบวนการผลิตและใช้วัตถุดิบมาตรฐานเดียวกัน ภายใต้การบริหารการผลิตที่เป็นระบบ และการจัดลำดับคำสั่งซื้อให้เหมาะสม ทำให้สามารถผลิตได้ตามแผนการผลิตและการจัดส่งได้ตามที่กำหนดไว้

การจัดหาวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ทั้งสองของบริษัท ส่วนใหญ่เป็นสารเคมีที่ได้มาจากอุตสาหกรรมปิโตรเคมี เช่น เรซิน โพลีเมอร์ ตัวทำละลายและสารเคมีอื่นๆ ซึ่งบริษัทสามารถสั่งซื้อจากตัวแทนจำหน่ายในประเทศหรือนำเข้าจากต่างประเทศโดยตรง แต่ทั้งนี้ราคาของวัตถุดิบอาจมีความผันผวนตามกลไกตลาด ทำให้บริษัทต้องมีการวางแผนการผลิตและการจัดซื้อให้สอดคล้องเหมาะสมทั้งปริมาณ เวลาการจัดส่ง รวมถึงราคาวัตถุดิบ เพื่อการควบคุมประสิทธิภาพการผลิต การบริหารการคลัง และต้นทุนการผลิต

สำหรับวัตถุดิบอีกประเภทหนึ่งเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ ได้แก่ น้ำยางธรรมชาติ เป็นต้น ทั้งนี้ราคาของวัตถุดิบอาจมีความผันผวนตามกลไกตลาด ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวบริษัทจัดหาได้ง่ายจากผู้ผลิตในประเทศ โดยประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตน้ำยางธรรมชาติชั้นนำของโลก

นอกจากนี้ บริษัทต้องปฏิบัติตามมาตรฐาน ISO 9001 โดยในการติดต่อสั่งซื้อวัตถุดิบ บริษัทต้องควบคุมและคัดเลือกคู่ค้าโดยพิจารณาคุณสมบัติ ดังนี้

- 1) ความสามารถในการส่งมอบ พิจารณาจากเวลาในการส่งมอบสินค้า ความถูกต้องของสินค้า จำนวนสินค้า สภาพของบรรจุภัณฑ์ และความสมบูรณ์ของเอกสารในการส่งมอบ
- 2) ความน่าเชื่อถือของผู้ขาย พิจารณาจากชื่อเสียงและความเชี่ยวชาญของคู่ค้าในสินค้านั้นๆ คู่ค้าสำคัญหลักๆ ต้องได้รับการรับรอง ISO 9001 และมีลูกค้าอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกับบริษัท
- 3) การบริการสนับสนุนการขาย พิจารณาจากความสามารถในการสนับสนุนเอกสารในการส่งมอบ การติดตามผลการเสนอขาย ให้บริการหลังการขาย การให้ความช่วยเหลือในการหาข้อมูล

อนึ่งการพิจารณาเลือกคู่ค้านอกจากจะดำเนินการโดยวิธีดังกล่าวข้างต้นแล้ว บริษัทยังคงพิจารณาถึงราคาที่คุณค่าในแต่ ละรายเสนอขาย คุณภาพสินค้า และสายสัมพันธ์ในการดำเนินธุรกิจควบคู่กันไปด้วย

บริษัทให้ความสำคัญในการจัดเก็บวัตถุดิบ โดยกำหนดพื้นที่ไว้เป็นหมวดหมู่และจัดเก็บวัตถุดิบสำคัญและไวไฟไว้ในอาคารที่ปลอดภัย แยกจากอาคารผลิต อาคารเก็บสินค้าเพื่อขาย นอกจากนี้บริษัทได้มีมาตรการเตือนภัยและมีการอบรม พนักงานให้ทราบถึงมาตรฐานความปลอดภัยในการทำงานและความรู้เกี่ยวกับการทำงานกับวัตถุไวไฟ ตลอดจนการอบรม เชิงปฏิบัติการในเรื่องการจัดการและรักษาความปลอดภัยสำหรับอัคคีภัยอย่างสม่ำเสมอด้วย

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นจากกระบวนการผลิต จึงได้จัดให้มีการวิเคราะห์ตรวจสอบ สภาพแวดล้อมในพื้นที่การผลิตอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเฝ้าระวังและหามาตรการป้องกันแก้ไขทันที โดยที่ผ่านมายังไม่พบว่ามี ปัญหาไม่ผ่านเกณฑ์ตามกฎหมาย

บริษัทได้จัดแผนงานประจำปี เพื่อจัดให้มีการดำเนินการตรวจวัดสภาพแวดล้อมภายในโรงงานเป็นประจำทุกปี ใน ปี 2556 บริษัทได้มีการดำเนินการตรวจวัดโดยหน่วยงานภายนอก เนื่องจากบริษัทมีโครงการย้ายโรงงานปี 2557 และอยู่ ระหว่างการดำเนินการ แต่บริษัทยังมีความมั่นใจว่าจะไม่มีปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อมใดๆออกสู่ภายนอก เพราะบริษัทมีวิธีการ ผลิตที่ก่อให้เกิดการกระจายของฝุ่นและกลิ่นของวัตถุดิบน้อยอยู่แล้ว และมีมาตรการให้พนักงานใช้อุปกรณ์ความปลอดภัย ขณะทำงานตามนโยบายการป้องกันอุบัติเหตุและสุขภาพของบริษัทอย่างเคร่งครัด

นอกจากการตรวจวัดสภาพแวดล้อมเป็นประจำแล้ว บริษัทได้จัดให้มีการตรวจสอบสุขภาพประจำปีให้แก่พนักงานทุก คน เพื่อเป็นการดูแลสุขภาพของพนักงานที่ปฏิบัติงานทุกคน

ตลอดจนการจัดให้มีการซ้อมดับเพลิงขั้นต้นและการอพยพหนีไฟตามประกาศกระทรวงมหาดไทย เรื่อง การ ป้องกันและระงับอัคคีภัยเพื่อความปลอดภัยในการทำงานสำหรับลูกจ้าง พ.ศ.2535 เพื่อให้แน่ใจว่าเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน จะ สามารถระงับเหตุด้วยความรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนข้างเคียงน้อยที่สุด โดยได้มีการ ดำเนินการซ้อมเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2556 โดยความร่วมมือจากเทศบาลสามพราน ผลการฝึกซ้อมเป็นที่น่าพอใจและผ่าน เกณฑ์ตามแผนงานที่กำหนด

การป้องกันอันตรายและการประเมินความเสี่ยง

บริษัทได้มีการตั้งคณะกรรมการความปลอดภัย เพื่อกำหนดนโยบายและแนวทางปฏิบัติในการดูแล ควบคุม ความ ปลอดภัย ในโรงงาน และในขณะปฏิบัติหน้าที่ ซึ่งได้มีการจัดทำรายงานการวิเคราะห์ความเสี่ยงจากอันตรายที่อาจเกิดจากการ ประกอบกิจการภายในโรงงาน ตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม ฉบับที่ 3 พ.ศ.2542 ลงวันที่ 18 พฤศจิกายน 2542 เรื่อง มาตรการคุ้มครองความปลอดภัยในการดำเนินงาน เพื่อวิเคราะห์และกำหนดมาตรการป้องกันผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อบุคคล ชุมชน ทรัพย์สิน และสิ่งแวดล้อม โดยจะทำการทบทวนทุกๆ 5 ปี อย่างไรก็ตามคณะกรรมการความปลอดภัยได้มีการ ดำเนินการประชุมและติดตามปัญหาต่างๆ รวมถึงการตรวจสอบอุปกรณ์ความปลอดภัยภายในโรงงาน ตามแผนงานที่กำหนด และครอบคลุมถึงอุปกรณ์การทำงานส่วนบุคคล อย่างต่อเนื่อง

บริษัทได้มีการจัดทำแผนงานโครงการนำร่อง Safety Day, Safety Week Safety Survey เพื่อป้องกันอุบัติเหตุจากการ ปฏิบัติงาน ในปี 2556 อุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงาน (Lost Time Accident – LTA) ของบริษัทเป็นศูนย์

ในช่วงปี 2552 ถึง 2556 บริษัทไม่มีข้อพิพาทคดีความทางกฎหมายที่เกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

บริษัทไม่มีงานที่ค้างและไม่ได้ส่งมอบในปี 2556

3 ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจัยความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจของบริษัทที่อาจมีผลกระทบต่อผลตอบแทนจากการลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ และแนวทางในการป้องกันความเสี่ยง สามารถสรุปได้ดังนี้

ความเสี่ยงต่อการประกอบธุรกิจ

3.1 ความเสี่ยงจากการทำสัญญาให้สิทธิการผลิตยางยานยนต์ป้องกันแก๊ส HENKEL

บริษัทได้ทำสัญญาให้สิทธิการผลิตและจำหน่ายยางยานยนต์ป้องกันแก๊สแก่บริษัท HENKEL เป็นเวลา 10 ปี โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2548 และจะครบกำหนดวันที่ 31 ธันวาคม 2557 โดยบริษัทได้รับค่าธรรมเนียมแรกเริ่มและค่าธรรมเนียมการใช้สิทธิเป็นการตอบแทน การทำสัญญานี้อาจทำให้บริษัทมีความเสี่ยงในกรณีที่ HENKEL อาจเป็นคู่แข่งในตลาดภายหลังสิ้นสุดสัญญา ในการทำสัญญากับ HENKEL บริษัทได้วิเคราะห์ถึงข้อดีและข้อเสียเชิงธุรกิจอย่างรอบคอบ ซึ่งประโยชน์หลักจากการทำสัญญาได้แก่ การเปิดช่องทางการตลาดสินค้าของบริษัทในประเทศในแถบทวีปอเมริกาเหนือ อเมริกาใต้ ยุโรป และทวีปแอฟริกา โดยตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัทสามารถขยายการส่งออกสู่ตลาดในกลุ่มประเทศดังกล่าว และยังส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ของ UBIS เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้ประกอบการในต่างประเทศให้กว้างมากขึ้น อันจะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการขยายตลาดต่างประเทศในอนาคต

3.2 ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม

ความเสี่ยงจากการผลิตที่อาจส่งผลต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องด้วยบริษัทประกอบธุรกิจในการผลิตแลกเกอร์เคลือบป้องกันและยางยานยนต์ป้องกันซึ่งเป็นเคมีภัณฑ์ ดังนั้นกระบวนการผลิตอาจก่อให้เกิดมลภาวะได้ ในลักษณะของกลิ่นและการปนเปื้อนในน้ำ รวมถึงมลภาวะทางเสียง อย่างไรก็ตามบริษัทได้จัดให้มีระบบควบคุมมลภาวะดังกล่าว โดยให้สอดคล้องกับกฎหมายและข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน โดยมีกำหนดมาตรการการป้องกันและการตรวจสอบสิ่งแวดล้อมเป็นประจำทุกปี ทั้งจากหน่วยงานของรัฐทั้งจากส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น บริษัทได้กำหนดนโยบายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมโดยจัดทำเป็นแผนงานประจำปีสำหรับการตรวจวิเคราะห์และการควบคุมสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งมีแผนงานการตรวจวิเคราะห์โดยหน่วยงานอิสระภายนอก ผลจากการตรวจจะถูกนำมาวางแผนการปรับปรุงเพื่อให้ความเสี่ยงนี้หมดไป ด้วยการที่บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อมเพราะปัญหาสิ่งแวดล้อมจะส่งผลกระทบต่อชุมชน จึงได้กำหนดเป็นนโยบายและแผนงานที่ชัดเจน (รายละเอียดเพิ่มเติมดูได้ที่ข้อ 2.3 การจัดหาวัตถุดิบ – เรื่องผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม)

3.3 ความเสี่ยงจากการพึ่งพาผู้จำหน่ายวัตถุดิบหลักจำนวนน้อยราย

วัตถุดิบหลักในการผลิตของบริษัท ประกอบด้วย เรซิน (Resin) ตัวทำละลาย (Solvent) ยาง (Rubber) และเคมีภัณฑ์อื่นๆ เป็นวัตถุดิบที่ใช้กับการผลิตอาหาร โดยเฉพาะ (FDA approved raw material) บริษัทสามารถจัดหาได้จากผู้จัดจำหน่ายทั่วไป อย่างไรก็ตามวัตถุดิบบางชนิดจะมีบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายเคมีภัณฑ์น้อยราย จึงอาจทำให้บริษัทมีความเสี่ยงจากผู้จำหน่ายวัตถุดิบรายใหญ่ที่ไม่สามารถจัดส่งวัตถุดิบได้ หรือจัดส่งไม่ตรงตามเวลา ซึ่งส่งผลกระทบต่อผลิตได้ บริษัทจึงได้มีนโยบายการกระจายความเสี่ยงโดยกำหนดนโยบายด้านการวางแผนการผลิตและการประมาณการการใช้วัตถุดิบไว้ล่วงหน้า

รวมถึงนโยบายการบริหารการจัดเก็บวัตถุดิบสำรองเพื่อการผลิต นอกจากนี้บริษัทยังกำหนดนโยบายการจัดหาวัตถุดิบจากผู้ผลิตรายอื่นทั้งในประเทศและต่างประเทศ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับวัตถุดิบของผู้จัดจำหน่ายรายใหม่

ความเสี่ยงด้านการผลิต

3.4 ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักในการผลิตแลคเกอร์เคลือบกระป๋องและยางขาแนวฝากระป๋องของบริษัท ประกอบด้วย เรซิน น้ำยาง และเคมีภัณฑ์อื่นๆ คิดเป็นสัดส่วนต้นทุนประมาณร้อยละ 70 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด จึงส่งผลให้ต้นทุนการผลิตของบริษัทมีความผันผวนตามไปด้วย โดยปกติธุรกิจราคาของเคมีภัณฑ์จะแปรผันตามกลไกของตลาดด้วยอุปสงค์-อุปทานของสินค้า และแปรผันตามราคาน้ำมัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการทุกรายในอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน อย่างไรก็ตาม บริษัทได้กำหนดให้มีมาตรการติดตามราคาอย่างใกล้ชิด พร้อมทั้งกำหนดนโยบายการบริหารคลังสินค้า ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ในแต่ละช่วง เพื่อให้การบริหารการจัดซื้อเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ความเสี่ยงทางด้านการบริหารจัดการ

3.5 ความเสี่ยงจากการที่บริษัทมีกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่มากกว่าร้อยละ 50

ณ วันที่ 27 ธันวาคม 2556 กลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ได้แก่กลุ่มตระกูลทั้งวัฒนชัย ซึ่งถือหุ้นในบริษัทร้อยละ 61 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท ทำให้กลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่นี้สามารถควบคุมเสียงในที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทกำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น

ความเสี่ยงทางการเงิน

3.6 ความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา

บริษัทมีความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา โดยบริษัทมีรายจ่ายในการสั่งซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศ โดยในปี 2556 มีการสั่งซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศประมาณ 4.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีรายได้จากการขายสินค้าเป็นเงินตราต่างประเทศจำนวน 9.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ บริษัทได้จัดการบริหารความเสี่ยงเงินตราต่างประเทศแบบยืดหยุ่น ด้วยการบริหารแบบ Natural Hedging และการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) กับสถาบันการเงินในประเทศ ตามสถานการณ์ของค่าเงินบาท (ดูรายละเอียดคงเหลือที่หมายเหตุประกอบงบการเงิน 27)

ความเสี่ยงจากสภาพเศรษฐกิจ

3.7 ความเสี่ยงจากสภาวะเศรษฐกิจของไทย

ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกสินค้าอาหารกระป๋องและผลไม้กระป๋องรายใหญ่ของโลก โดยส่งออกไปยังทวีปต่างๆ โดยเฉพาะทวีปยุโรป อเมริกา และเอเชีย อย่างไรก็ตามจากสภาวะเศรษฐกิจของโลกที่ยังอ่อนแอในปี 2556 ทำให้การส่งออกของไทยลดลงจากปีก่อน รวมถึงปัญหาในประเทศ เช่น ปัญหาด้านต้นทุนแรงงาน และปัญหาการเมือง ได้ส่งผลกระทบต่อยอดขายในประเทศของบริษัท อย่างไรก็ตามบริษัทได้ขยายฐานตลาดเพื่อการส่งออกให้มากขึ้นเพื่อทดแทนและเป็นการขยายยอดขายให้เพิ่มขึ้น

4 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทมีอาคารและอุปกรณ์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

4.1.1 ที่ดิน อาคารและส่วนปรับปรุงอาคารเช่า

บริษัทได้ทำสัญญาเช่าที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างกับกรรมการและผู้ถือหุ้นของบริษัท ประกอบด้วย

(1) สัญญาเช่าที่ดินพร้อมอาคาร ตั้งเป็นสำนักงานอยู่ที่ ถ.นราธิวาสราชนครินทร์ ในกทม. เป็นอาคารพาณิชย์ 4.5 ชั้น ขนาดพื้นที่ใช้สอย 696 ตรม.

(2) สัญญาเช่าที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง ที่ตั้งโรงงาน ตั้งอยู่ที่ อ.สามพราน จ. นครปฐม ขนาดพื้นที่ 8 ไร่ พร้อมสิ่งปลูกสร้างที่เป็นอาคารโรงงานและอาคารเก็บสินค้า จำนวนรวม 5 หลัง พื้นที่ใช้สอยรวม 1,664.5 ตรม. และบนพื้นที่เช่าตามสัญญาข้อ (2) นั้น บริษัทได้มีการลงทุนก่อสร้างอาคารเพิ่มเติมเพื่อใช้เป็นที่สำหรับเก็บสินค้าสำเร็จรูป จำนวน 1 หลัง ในเดือนเมษายน ปี 2542 และต่อมาในเดือนกันยายน ปี 2548 บริษัทได้ทำการก่อสร้างเพิ่มเติมอาคาร โรงงานใหม่สำหรับเป็นส่วนการผลิตเพิ่มเติมเพื่อแยกสายการผลิตอิเล็กทรอนิกส์เครื่องปรับอากาศ ออกจากอาคารเดิมซึ่งจะใช้ผลิตยางยาแนวฝากระป๋องเพียงอย่างเดียว

ประเภท ของ ทรัพย์สิน	ที่ตั้ง	พื้นที่	มูลค่าสุทธิ ตามบัญชี (บาท)	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	ภาระ ผูกพัน/ วงเงินค้ำ ประกัน	วัตถุประสงค์ การใช้งาน
ที่ดิน	นิคม อุตสาหกรรม สมุทรสาคร จังหวัด สมุทรสาคร	13-1-90 ไร่	71,720,000	เป็นเจ้าของ	ใช้เป็น หลักประกัน วงเงินกู้กับ สถาบัน การเงิน วงเงิน 150 ล้านบาท	เพื่อใช้เป็น โรงงานผลิต และคลังสินค้า
ส่วนปรับ ปรุงที่ดิน	นิคม อุตสาหกรรม สมุทรสาคร		4,231,000			
รวม			75,951,000			

ประเภท ของ ทรัพย์สิน	ที่ตั้ง	พื้นที่	มูลค่าสุทธิ ตามบัญชี (บาท)	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	ภาระ ผูกพัน/ วงเงินค้ำ ประกัน	วัตถุประสงค์ การใช้งาน
อาคาร สำนักงาน	20-22 ถนนราธิวาส ราชนครินทร์ แขวงช่องนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพฯ	696 ตรม.	ไม่มี*	เป็นผู้เช่า	-ไม่มี-	อาคาร สำนักงาน ที่ทำการใน กรุงเทพฯ
สิทธิการเช่า ที่ดินและ อาคาร (จำนวนรวม 5 หลัง)	48/1 หมู่ที่ 6 ถนนเพชรเกษม ตำบลคลองใหม่ อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม	8 ไร่ พื้นที่ 1,664.5 ตรม	ไม่มี*	เป็นผู้เช่า	-ไม่มี-	อาคารผลิตและ ห้องแล็บ, คลังสินค้า 4 หลัง สำหรับ จัดเก็บ ผลิตภัณฑ์
อาคารเก็บ สินค้า สำเร็จรูป	48/1 หมู่ที่ 6 ถนนเพชรเกษม ตำบลคลองใหม่ อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม	125 ตรม.	1	เป็นเจ้าของ เฉพาะอาคาร โรงงานซึ่ง สร้างบน ที่ดินเช่า	-ไม่มี-	คลังสินค้า สำเร็จรูป
อาคาร โรงงานใหม่ และสิ่งปลูก สร้าง	48/1 หมู่ที่ 6 ถนนเพชรเกษม ตำบลคลองใหม่ อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม	1,350 ตรม.	73,011	เป็นเจ้าของ เฉพาะอาคาร โรงงานซึ่ง สร้างบน ที่ดินเช่า	-ไม่มี-	ห้องแล็บ, โรงงานผลิต และคลังสินค้า สำหรับ ผลิตภัณฑ์ อิเล็กทรอนิกส์ เคลือบ

ประเภท ของ ทรัพย์สิน	ที่ตั้ง	พื้นที่	มูลค่าสุทธิ ตามบัญชี (บาท)	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	ภาระ ผูกพัน/ วงเงินค้ำ ประกัน	วัตถุประสงค์ การใช้งาน
อาคารและ สิ่งปลูก สร้าง ระหว่าง ก่อสร้าง	นิคม อุตสาหกรรม สมุทรสาคร		71,956,101	เป็นเจ้าของ	ใช้เป็น หลักประกัน วงเงินกู้กับ สถาบัน การเงิน วงเงิน 150 ล้านบาท	ประกอบด้วย อาคาร 3 หลัง คือ อาคารผลิต และคลังสินค้า แอสเกตอร์, อาคารผลิตและ คลังสินค้าคอม ปาวด์ และโรง อาหาร
รวม			72,029,113			

หมายเหตุ * สัญญาเช่าอาคารสำนักงานและโรงงานดังกล่าว เป็นสัญญาเช่าจากการดำเนินงาน บริษัทจึงไม่ได้บันทึกอาคาร
สำนักงานและโรงงานเป็นสินทรัพย์ แต่บันทึกเป็นค่าเช่าจ่ายของบริษัท

สัญญาเช่าที่ดินพร้อมอาคาร – สำนักงาน

คู่สัญญา	ผู้เช่า : บริษัท ยูบิส (เอเชีย) จำกัด (มหาชน) ผู้ให้เช่า : นายพงษ์ธร ทังวัฒโนทัย และนายพีรพงศ์ ทังวัฒโนทัย (ผู้ถือหุ้น) นายพงษ์ธร ทังวัฒโนทัย เป็นกรรมการและผู้บริหารบริษัท
อายุของสัญญา	8 ปี 8 เดือน เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2548 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2556 โดยผู้ให้เช่าตกลง จะต่ออายุสัญญาเช่า หากผู้เช่าประสงค์จะต่ออายุสัญญา โดยผู้เช่าจะต้องแจ้งความประสงค์ ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 6 เดือนก่อนสิ้นสุดอายุสัญญาเช่า
ค่าเช่า	<ul style="list-style-type: none"> ผู้เช่าตกลงชำระเงินค่าเช่าเป็นรายเดือนตลอดอายุสัญญาเช่า ในอัตราค่าเช่าเริ่มต้นเดือนละ 125,000 บาท คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายตกลงจะเพิ่มค่าเช่าในอัตราร้อยละ 10 ทุกๆ 3 ปี โดยจะมีการเพิ่มค่าเช่าครั้งแรกในปี 2550
การต่อสัญญาเช่า	<ul style="list-style-type: none"> วันที่ 25 มิถุนายน 2556 ผู้เช่าได้ดำเนินการขอต่อสัญญาเช่า โดยผู้ให้เช่ายินยอมให้เช่าต่ออีก 3 ปี เริ่มวันที่ 1 มกราคม 2557 ถึง 31 ธันวาคม 2559 ผู้เช่าตกลงชำระเงินค่าเช่าเป็นรายเดือนตลอดอายุสัญญาเช่า ในอัตราค่าเช่าเดือนละ 166,375 บาท

สัญญาเช่าที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง – โรงงาน

คู่สัญญา	ผู้เช่า : บริษัท ยูนิส (เอเชีย) จำกัด (มหาชน) ผู้ให้เช่า : นายแสวง นายสง นายสว่าง และนายสวัสดิ์ ทั้งวัด โนทัย
อายุของสัญญา	8 ปี 8 เดือน เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2548 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2556 โดยผู้ให้เช่าตกลง จะต่ออายุสัญญาเช่า หากผู้เช่าประสงค์จะต่ออายุสัญญา โดยผู้เช่าจะต้องแจ้งความประสงค์ล่วงหน้า ไม่น้อยกว่า 6 เดือนก่อนสิ้นสุดอายุสัญญาเช่า โดยผู้เช่ามีสิทธิต่ออายุสัญญาเช่าเป็นครั้งๆ ออกไป อีกไม่เกิน 2 ครั้ง ครั้งละ 3 ปี
ค่าเช่า	<ul style="list-style-type: none"> ผู้เช่าตกลงชำระเงินค่าเช่าเป็นรายเดือนตลอดอายุสัญญาเช่า ในอัตราค่าเช่าเริ่มต้นเดือนละ 220,000 บาท คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายตกลงจะเพิ่มค่าเช่าในอัตราร้อยละ 10 ทุกๆ 3 ปี โดยจะมีการเพิ่มค่าเช่าครั้งแรกในปี 2550 กรณีผู้เช่าต้องการต่ออายุสัญญาเช่า ค่าเช่าในการต่อสัญญาครั้งแรกให้ใช้อัตรารายเดือนเท่ากับ ค่าเช่าเดือนสุดท้ายก่อนหมดสัญญาเช่า
การต่อสัญญาเช่า	<ul style="list-style-type: none"> วันที่ 24 มิถุนายน 2556 ผู้เช่าได้ดำเนินการขอต่อสัญญาเช่า โดยผู้ให้เช่ายินยอมให้เช่าต่ออีก 6 เดือน เริ่มวันที่ 1 มกราคม 2557 ถึง 30 มิถุนายน 2557 เนื่องด้วยผู้เช่าจะสร้างโรงงานแล้วเสร็จใน ระยะเวลาดังกล่าว ผู้เช่าตกลงชำระเงินค่าเช่าเป็นรายเดือนตลอดอายุสัญญาเช่า ในอัตราค่าเช่าดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> 1 มกราคม 2557 ถึง 31 มีนาคม 2557 อัตราค่าเช่าเดือนละ 292,800 บาท 1 เมษายน 2557 ถึง 30 มิถุนายน 2557 อัตราค่าเช่าเดือนละ 500,000 บาท 1 มิถุนายน 2557 ถึง 30 กันยายน 2557 อัตราค่าเช่าเดือนละ 600,000 บาท 1 ตุลาคม 2557 ถึง 31 ธันวาคม 2557 อัตราค่าเช่าเดือนละ 660,000 บาท

4.1.2 สินทรัพย์ถาวรอื่นๆ

ประเภท	มูลค่าตามบัญชี (บาท)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน	วัตถุประสงค์การใช้งาน
เครื่องจักรและอุปกรณ์	1,756,291	เป็นเจ้าของ	-ไม่มี-	ใช้สนับสนุนการดำเนินงาน
เครื่องตกแต่งติดตั้งและ เครื่องใช้สำนักงาน	1,678,324	เป็นเจ้าของ	-ไม่มี-	ใช้สนับสนุนการดำเนินงาน
ยานพาหนะ	12,259,155	เป็นเจ้าของ	-ไม่มี-	ใช้สนับสนุนการดำเนินงาน
เครื่องจักรระหว่างติดตั้ง	18,758,678	เป็นเจ้าของ	-ไม่มี-	ใช้สนับสนุนการดำเนินงาน
รวม	34,452,448			

4.1.3 เครื่องหมายการค้า

กรมทรัพย์สินทางปัญญาได้รับจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า “UBIS” เมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2547 โดยเครื่องหมายการค้าดังกล่าวมีอายุ 10 ปี และต่ออายุได้คราวละ 10 ปี บริษัทได้ดำเนินการต่ออายุ ณ วันที่ 27 กรกฎาคม 2552 ส่งผลให้เครื่องหมายการค้าจะมีอายุสิ้นสุดวันที่ 21 กันยายน 2562

4.1.4 สัญญาที่เกี่ยวข้อง

1) สัญญาการใช้สิทธิในการผลิตและจำหน่ายยางยานพาหนะป้องกัน

คู่สัญญา	ผู้ให้สิทธิ : บริษัท ยูบิส (เอเชีย) จำกัด (มหาชน) (“ยูบิส”) ผู้รับสิทธิ : HENKEL KGaA (“HENKEL”) ซึ่งเป็นบริษัทของประเทศเยอรมันนีและเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของประเทศเยอรมันนี
อายุของสัญญา	10 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2548 เป็นต้นไป
สิทธิที่ได้รับ	สิทธิในการผลิตและจำหน่ายยางยานพาหนะป้องกันสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในทวีปยุโรป แต่เพียงผู้เดียวในทวีปยุโรป ตะวันออกกลาง แอฟริกา และอเมริกา
การให้ ความช่วยเหลือต่างๆ	ยูบิสตกลงจะให้ความช่วยเหลือเกี่ยวกับข้อมูลทางด้านเทคนิค ข้อมูลและความรู้ต่างๆที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะป้องกัน ด้านบุคลากรจะให้ความช่วยเหลือด้านการฝึกอบรมบุคลากร รวมถึงข้อมูลด้านการขายแก่ HENKEL
การชำระเงิน	ค่าธรรมเนียมเริ่มแรก (Upfront Fee) จำนวน 200,000 ยูโร ซึ่งทางบริษัทได้รับชำระจาก HENKEL เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ค่าธรรมเนียมในการขอใช้สิทธิ (Royalty Fee) โดย HENKEL ตกลงจะชำระค่าธรรมเนียมในการขอใช้สิทธิตามยอดขายหรือค่าธรรมเนียมในการขอใช้สิทธิขั้นต่ำ แล้วแต่จำนวนใดจะสูงกว่าในทุกไตรมาสตลอดอายุของสัญญา ดังนี้ • ค่าธรรมเนียมในการขอใช้สิทธิตามยอดขาย (Running Royalty) โดย HENKEL ตกลงจะชำระเงินค่าธรรมเนียมเป็นอัตราร้อยละของยอดขายสุทธิสำหรับผลิตภัณฑ์ทุกประเภทที่ HENKEL ผลิตและขายตามที่กำหนดไว้ในสัญญา • ค่าธรรมเนียมในการขอใช้สิทธิขั้นต่ำ (Guaranteed Royalty) โดย HENKEL ตกลงจะชำระเงินค่าธรรมเนียมในการขอใช้สิทธิขั้นต่ำเป็นจำนวนเงิน 50,000 ยูโร สำหรับปี 2549 และจำนวนเงิน 100,000 ยูโร ตั้งแต่ปี 2550 เป็นต้นไป
เงื่อนไขอื่นที่สำคัญ	• ยูบิสตกลงจะไม่ให้สิทธิแก่บุคคล หรือบริษัทอื่นในการผลิต พัฒนา ทำการตลาดหรือขายผลิตภัณฑ์หรือผลิตภัณฑ์ที่แข่งกับผลิตภัณฑ์ตามที่กำหนดไว้ในสัญญาในทวีปยุโรป ตะวันออกกลาง แอฟริกา และอเมริกา • ข้อมูลด้านการผลิต วัตถุดิบ ป้ายสินค้ารวมถึงเอกสารในการโฆษณาอื่นๆ ของผลิตภัณฑ์ตามที่กำหนดไว้ในสัญญาที่ HENKEL ผลิต จะต้องมีความคงต่อไปนี้ “ผลิตภัณฑ์นี้ผลิตภายใต้ลิขสิทธิ์ของบริษัท ยูบิส (เอเชีย) จำกัด (มหาชน)”

สัญญาตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของ Quaker Chemical

คู่สัญญา	ผู้รับสิทธิ : บริษัท ยูบิส (เอเชีย) จำกัด (มหาชน) ผู้ให้สิทธิ : Quaker Chemical Limited (“Quaker”)
ลักษณะของสัญญา	สัญญาแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตามสัญญาของ Quaker Chemical ในประเทศไทย แต่เพียงผู้เดียว
อายุของสัญญา	1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2556 โดยสัญญาดังกล่าวจะมีการต่อโดยอัตโนมัติทุกๆปี จนกว่าจะมีการเปลี่ยนแปลง
ผลิตภัณฑ์ตามสัญญา	<ul style="list-style-type: none"> Can Lubricants Can Cleaners
ค่าตอบแทน	บริษัทได้รับค่าตอบแทนคิดเป็นร้อยละของยอดขายสุทธิสำหรับผลิตภัณฑ์ตามสัญญา

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย

นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยเพื่อการขยายธุรกิจของบริษัทเป็นหลัก ปัจจุบันจึงไม่มีนโยบายสรรหาพันธมิตรในการเข้าร่วมในบริษัทย่อยดังกล่าว อย่างไรก็ตามหากเป็นธุรกิจใหม่ที่บริษัทไม่ได้ทำมาก่อน บริษัทพร้อมที่จะความร่วมมือกับพันธมิตรใหม่เพื่อดำเนินธุรกิจที่จัดตั้งขึ้นใหม่

4.3 การเปิดเผยราคาประเมิน

ไม่มีรายการเปิดเผย

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

- ไม่มี -

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

1) ข้อมูลบริษัท

ชื่อ	บริษัท ยูบิส (เอเชีย) จำกัด (มหาชน)
ประเภทธุรกิจ	ผลิตและจำหน่ายแลคเกอร์เคลือบกระป๋องและยางขาแนวฝากระป๋อง ให้กับ ผู้ผลิตกระป๋องโลหะทั้งในประเทศและต่างประเทศ
เลขทะเบียนบริษัท	0107547000826
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	20-22 ถนนนราธิวาสราชนครินทร์ แขวงช่องนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120 โทรศัพท์ 026784222 โทรสาร 022872018
ที่ตั้งโรงงานสามพราน	48/1 หมู่ 6 ถนนเพชรเกษม ตำบลคลองใหม่ อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม โทรศัพท์ 034-322911 โทรสาร 034-324233
เว็บไซต์	www.ubisasia.com
ทุนจดทะเบียน	228,000,000 บาท (หุ้นสามัญ 228,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท)
ทุนที่ออกและชำระแล้ว	227,999,991 บาท (หุ้นสามัญ 227,999,991 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท)
ปีที่ก่อตั้ง	17 มิถุนายน 2540
ติดต่อหน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์	นายสว่าง ทั้งวัธโนทัย และ นายอัศวินทร์ บุญมงคลศรี โทรศัพท์ 026784222 โทรสาร 022872018 Email: akrawin@ubisasia.com

2) ข้อมูลบริษัทย่อย

ชื่อบริษัทย่อย 1	บริษัท ยูบิส ออล จำกัด
ประเภทธุรกิจ	ตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ใช้เป็นส่วนประกอบของอาหารและเครื่องดื่ม ให้กับ บริษัทผู้ผลิตอาหารและเครื่องดื่มภายในประเทศ
เลขทะเบียนบริษัท	0105555066642
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	20-22 ถนนนราธิวาสราชนครินทร์ แขวงช่องนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120 โทรศัพท์ 026784222 โทรสาร 022872018
ทุนจดทะเบียน	10,000,000 บาท (หุ้นสามัญ 1,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท)
ทุนที่ออกและชำระแล้ว	10,000,000 บาท (หุ้นสามัญ 1,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท)
ปีที่ก่อตั้ง	10 พฤษภาคม 2555
ชื่อบริษัทย่อย 2	บริษัท ยูบิส พรีเมเทค จำกัด
ประเภทธุรกิจ	ผลิตและจำหน่ายยางขาแนวฝากระป๋อง ให้กับผู้ผลิตกระป๋องโลหะทั้งในประเทศและ ต่างประเทศ

เลขทะเบียนบริษัท	0105555077962
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	20-22 ถนนนราธิวาสราชนครินทร์ แขวงช่องนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120 โทรศัพท์ 026784222 โทรสาร 022872018
ทุนจดทะเบียน	160,000,000 บาท (หุ้นสามัญ 16,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท)
ทุนที่เรียกชำระ	ร้อยละ 25 ของทุนจดทะเบียน 40,000,000 บาท (หุ้นสามัญ 16,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่เรียกเก็บหุ้นละ 2.50 บาท)
ปีที่ก่อตั้ง	30 พฤษภาคม 2555
ชื่อบริษัทย่อย 3	บริษัท ไวต้าอินเตอร์เนชั่นแนล (กว้างโจว) จำกัด (ตั้งอยู่ที่ประเทศจีน จังหวัดกว้างโจว)
ประเภทธุรกิจ	นำเข้าและจำหน่ายเลเซอร์เคลือบกระป๋องและยางนาแนวฝากระป๋อง ให้กับ ผู้ผลิตกระป๋องโลหะในประเทศจีน
เลขทะเบียนบริษัท	440101400001952
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	Room 901-905, Guangliang Plaza, 486 Huanshi East Road, Guangzhou, Guangdong 510075, P.R. China โทรศัพท์ (8620) 87675791 โทรสาร (8620) 87677386
ทุนจดทะเบียนและเรียกชำระ	1.40 ล้านเหรียญสหรัฐ (หรือประมาณ 38.03 ล้านบาท)
3 ข้อมูลบุคคลอ้างอิง	
ผู้สอบบัญชี	นายอุดม ธนรัตน์พงศ์ เลขทะเบียน 8501 บริษัท เอเอ็นเอส ออดิท จำกัด, 100/72 ชั้น 22 อาคารว่องวานิช บี ถนนพระราม 9 ห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10320 โทรศัพท์ 026450107-9 โทรสาร 02645 0110
ที่ปรึกษากฎหมาย	นางวิรสสา ซาลิกุล บริษัท ชร (2010) จำกัด 44/555 หมู่ 10 ถนนนวมินทร์ แขวงคลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม กรุงเทพฯ 10230 โทรศัพท์ 0 2510 0690 โทรสาร 0 2510 0680
ที่ปรึกษาทางการเงิน	ไม่มี
นายทะเบียน	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด 62 ถนนรัชดาภิเษก คลองเตย กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์ 0 2229 2800 โทรสาร 0 2359 1259
6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น	ไม่มี