

# ส่วนที่ 1

## การประกอบธุรกิจ

### 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ยูบิส (เอเชีย) จำกัด (มหาชน) มีทุนจดทะเบียน 228,000,000 บาท และทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว 227,999,991 บาท (จำนวนหุ้น 227,999,991 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1.00 บาท) โดยมีผลิตภัณฑ์หลักคือ ยางยาแนวฝากระป๋อง (Water Base Lining Compound, Sealant) และแล็กเกอร์เคลือบกระป๋อง (Can Coating, Lacquer) เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมผลิตกระป๋องโลหะเพื่อบรรจุอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงบรรจุผลิตภัณฑ์อื่นๆ มีโรงงานตั้งอยู่ที่นิคมอุตสาหกรรมสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร

บริษัทดำเนินธุรกิจเป็นผู้คิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้มีความหลากหลายในผลิตภัณฑ์ และการรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในด้านต่างๆ เช่น การตอบสนองด้านเทคโนโลยีการผลิตที่ลูกค้ามีการพัฒนาด้านเครื่องจักรการผลิตที่มีเทคโนโลยีดีขึ้น การตอบสนองด้านการใช้งานกับผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่เพิ่มขึ้น เป็นต้น กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เป็นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลิตกระป๋องโลหะ เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมบรรจุอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงกระป๋องโลหะที่ใช้บรรจุผลิตภัณฑ์ต่างๆ ทั่วไป

#### 1.1 นโยบายในการดำเนินงานของบริษัท

##### วิสัยทัศน์ของบริษัท

“หุ้นส่วนระดับสากลที่เชี่ยวชาญพร้อมนวัตกรรมอันเป็นเลิศ”

##### พันธกิจสำคัญของบริษัท

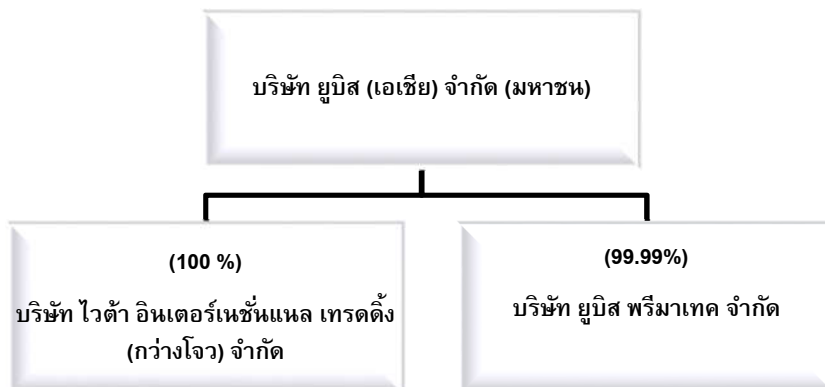
1. เพิ่มศักยภาพการจัดการภายในองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2. ตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า ด้วยผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงและบริการที่ดีเยี่ยม
3. เป็นหุ้นส่วนกับลูกค้า เพื่อสร้างนวัตกรรมโดยมุ่งเน้นค้นคว้าวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์
4. เพิ่มศักยภาพกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้วยเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ
5. จัดสรรสภาพแวดล้อมในการทำงาน และส่งเสริมศักยภาพของพนักงาน โดยการพัฒนาองค์ความรู้ทักษะและความเชี่ยวชาญอย่างต่อเนื่อง
6. สร้างเสริมธรรมาภิบาล การบริหารความเสี่ยง ตลอดจนความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสังคม เพื่อความยั่งยืนขององค์กรที่มีคุณภาพ
7. ไม่ยอมรับการคอร์รัปชันทุกรูปแบบ

## 1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

พัฒนาการและการเปลี่ยนแปลงที่เป็นสาระสำคัญของบริษัท ในรอบระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา

ปี	เหตุการณ์สำคัญ
2558	<ul style="list-style-type: none"> <li>• เปลี่ยนแปลงโครงสร้างผู้ถือหุ้นใหม่</li> <li>• จำหน่ายบริษัทย่อย (บริษัท ยูบิสฮอล จำกัด)</li> <li>• ลงทุนในบริษัท แฟมิลี คอร์ปอเรชั่น จำกัด ในสัดส่วน 40%</li> <li>• แต่งตั้งผู้บริหารใหม่แทนผู้บริหารเดิม</li> </ul>
2559	<ul style="list-style-type: none"> <li>• เพิ่มทุนในบริษัท แฟมิลี คอร์ปอเรชั่น จำกัด เพื่อรักษาสัดส่วนจากการ 40%</li> <li>• ย้ายที่ตั้งสำนักงานใหญ่ของ บริษัท ยูบิส (เอเชีย) จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย</li> <li>• บริษัทฯ ได้ดำเนินการขยายตลาดสู่กลุ่มประเทศอเมริกาใต้</li> <li>• ขยายหน่วยงานวิจัยและพัฒนา</li> </ul>
2560	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ได้ทำการขยายตลาดต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น</li> <li>• เริ่มผลิตสินค้า Compound ในประเทศจีน</li> <li>• เดือนมีนาคม 2560 บริษัทได้ยกเลิกการลงทุนใน บริษัท แฟมิลี คอร์ปอเรชั่น จำกัด</li> </ul>
2561	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ผ่านการรับรองการ Collective Action Coalition Against Corruption หรือ CAC</li> <li>• ได้รับรางวัล “องค์กรนวัตกรรมยอดเยี่ยม ประจำปี 2561</li> <li>• ขยายฐานตลาดไปยัง อเมริกาใต้ เม็กซิโก ชิลี และยุโรป (อิตาลี) เพิ่มขึ้น</li> </ul>
2562	<ul style="list-style-type: none"> <li>• คะแนนผลสำรวจโครงการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย (CG Score) อยู่ในระดับ 4 ดาว</li> <li>• ผ่านการรับรอง ISO 9001: 2015 จากสถาบัน BVQI</li> <li>• ขยายโรงงานแห่งใหม่เพื่อเพิ่มฐานการผลิตที่นครอุตสาหกรรมบางปู</li> </ul>

### 1.3 โครงสร้างและการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



โครงสร้างการดำเนินงานของกลุ่ม บริษัท ยูบิส (เอเชีย) จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วย บริษัทย่อย 2 บริษัท ดังนี้

#### 1.3.1 บริษัท ไวต้า อินเทอร์เน็ตเซ็นทรัล เทคดิง (กว่างโจว) จำกัด

บริษัท ไวต้า อินเทอร์เน็ตเซ็นทรัล เทคดิง (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 806, เลขที่ 836 อาคารตงจุนพลซ่า ถนนตงเฟิงตะวันออก เขตเยี่ยชิว เมืองกว่างโจว มณฑลกว่างตง รหัสไปรษณีย์ 510060 สาธารณรัฐประชาชนจีน โดยมีจุดประสงค์เพื่อเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะป้องกัน และแลคเกอร์เคลือบปกป้องให้กับบริษัท โดยมุ่งเน้นการขายให้กับอุตสาหกรรมกระป๋องบรรจุอาหาร-เครื่องดื่ม และอุตสาหกรรมภาชนะโลหะอื่นๆ ในประเทศจีน มีผู้บริหารและพนักงานรวม 10 คน

การบริหารงาน บริษัทจะอยู่ภายใต้นโยบายของ บริษัท ยูบิส (เอเชีย) จำกัด (มหาชน) โดยบริษัทจัดส่งตัวแทน 2 ท่าน ไปดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการและผู้บริหารของ ไวต้า อินเทอร์เน็ต และมีผู้บริหารจากบริษัท ยูบิส (เอเชีย) จำกัด (มหาชน) เดินทางไปประชุมและติดตามงานกับผู้บริหารของ ไวต้า อยู่เป็นประจำ

#### 1.3.2. บริษัท ยูบิส พรีเมียม จำกัด

บริษัท ยูบิส พรีเมียม จำกัด (“ยูบิส พรีเมียม”) ได้จดทะเบียนตั้งบริษัทเมื่อ 30 พฤษภาคม 2555 มีทุนจดทะเบียน 160 ล้านบาท โดยเรียกชำระทุนเต็มมูลค่าแล้ว บริษัทถือหุ้นใน ยูบิส พรีเมียม ร้อยละ 99.99 บริษัทตั้งอยู่เลขที่ 807/1 ชั้นที่ 6 ถนนพระราม3 แขวงบางโพธิ์พวง เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120 บริษัทได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยางยานพาหนะป้องกันให้กับอุตสาหกรรมผลิตภาชนะโลหะสำหรับบรรจุอาหารและเครื่องดื่ม และอุตสาหกรรมภาชนะโลหะอื่นๆ รวมถึงผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ เช่น ฝาขวดแยม ฝาเกลียว เป็นต้น

การบริหารงาน ของบริษัทจะมีคณะกรรมการบริษัท จำนวน 4 ท่าน ประกอบด้วยกรรมการ 2 ท่าน และผู้บริหาร 2 ท่าน มาจากบริษัท ยูบิส (เอเชีย) จำกัด (มหาชน) การดำเนินงานของยูบิส พรีเมียม จะอยู่ภายใต้นโยบายการบริหารของบริษัท ยูบิส (เอเชีย) จำกัด (มหาชน) เนื่องจากทั้งสองบริษัทดำเนินธุรกิจให้อุตสาหกรรมเดียวกัน โดยมีความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์จึงเป็นการทำธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกัน

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท ยูบิส (เอเชีย) จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เคมีคุณภาพสูงชนิดพิเศษ ซึ่งใช้เป็นส่วนประกอบในการผลิตบรรจุภัณฑ์โลหะ เช่น กระป๋องโลหะบรรจุอาหาร กระป๋องโลหะบรรจุเครื่องดื่ม ถึงโลหะบรรจุอาหาร ภาชนะโลหะบรรจุสารเคมีทั้งขนาดเล็ก 0.5 ลิตร จนถึงขนาด 200 ลิตร เช่น กระป๋องสเปรย์ นอกจากนี้ยังรวมถึงหลอดอลูมิเนียมบรรจุเวชภัณฑ์หรือเครื่องสำอาง โดยทุกผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้รับการผลิต คิดค้นและพัฒนาภายใต้สูตรและเทคโนโลยีกระบวนการผลิตของบริษัท ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทจะเน้นการติดต่อประสานงานกับลูกค้าอย่างใกล้ชิดทุกรายอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรับทราบความต้องการหรือปัญหาของการใช้ผลิตภัณฑ์ด้วยทีมงานขายที่มีประสบการณ์ (Technical Sales Team) และบริษัทมีทีมงานด้านวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Technology & Development) ที่มีประสบการณ์ในการพัฒนาคุณสมบัติและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของบริษัท จึงมั่นใจในการนำเสนอและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ทั้งด้านงานบริการและคุณภาพของสินค้า เพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้งานได้อย่างสอดคล้องกับกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ของลูกค้าได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

โดยบริษัทได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน สำหรับผลิตภัณฑ์ยางยาแนวฝากระป๋อง ด้วยสิทธิประโยชน์ในการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นระยะเวลา 8 ปี และได้มีการเริ่มใช้สิทธิทางภาษีเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2557 เป็นต้นมา

### 2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือการบริการ

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัทดำเนินการผลิตด้วยนโยบายการรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Quality of Product) และการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement) ภายใต้ระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001:2015 และกำลังดำเนินการยกระดับสู่ ISO 14001 เพื่อครอบคลุมถึงการมีส่วนร่วมในการดูแลสิ่งแวดล้อม บริษัทมีการปรับโครงสร้างสายงานด้านการวิจัยและพัฒนาให้ขึ้นตรงต่อกรรมการผู้จัดการ เพื่อความคล่องตัว และการดำเนินงานตามกลยุทธ์ของบริษัท โดยมีผู้เชี่ยวชาญชาวต่างชาติมาเป็นที่ปรึกษาให้คำแนะนำในด้านการบริหารและการพัฒนาหน่วยงานให้สามารถเป็นหน่วยงานวิจัยและพัฒนาที่เทียบเคียงกับหน่วยงานวิจัยสากลอื่นๆ มุ่งสู่การสร้างสรรผลิตภัณฑ์ใหม่ ตลอดจนพัฒนากระบวนการผลิตให้มี Business Model ที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ

การรักษาความสัมพันธ์และความร่วมมือกับลูกค้าอย่างใกล้ชิด (Close Customer Relationship) ให้เสมือนว่าลูกค้าเป็นหุ้นส่วนของบริษัท จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งไม่เพียงเพื่อการตอบสนองการเปลี่ยนแปลงความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว (Fast Respond) หรือการบริหารการส่งมอบสินค้าให้ทันการใช้งาน และการบริการหลังการขายทั้งด้านผลิตภัณฑ์และด้านเทคนิค แต่อีกสิ่งหนึ่งคือการดึงลูกค้าให้มีส่วนร่วมในงานวิจัยและพัฒนาในผลิตภัณฑ์ร่วมกัน เพื่อประโยชน์ของลูกค้าอย่างเต็มที่

สินค้าของบริษัทเป็นเคมีภัณฑ์ที่เป็นส่วนประกอบสำคัญในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์โลหะที่เกี่ยวข้องกับสินค้าอุปโภคบริโภค ประกอบกับสินค้าของบริษัทเป็นสินค้าที่ขายให้กับโรงงานอุตสาหกรรม (Industrial Products) โดยตรง ไม่ใช้การขายไปยังผู้บริโภค (Consumer Products) ดังนั้นนโยบายการตลาดของบริษัทจึงมุ่งเน้นในการรักษาคุณภาพและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือ เพื่อการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญเพื่อการเติบโตในระยะยาว

การสร้างแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล เป็นกลยุทธ์ในการสร้างสินค้าให้เป็นที่ยอมรับในตลาดโลก บริษัทจึงได้สร้างระบบพันธมิตรการค้าทั้งในรูปแบบตัวแทนจำหน่ายที่มีความรู้และความเข้าใจของอุตสาหกรรม มาร่วมกันบริหารจัดการการจำหน่ายในบางพื้นที่ บริษัทจะเป็นผู้สนับสนุนด้านเทคนิคให้กับลูกค้าผู้ใช้สินค้าโดยตรง บริษัทคาดว่าจะสามารถขยายช่องทางการจำหน่ายในตลาดต่างประเทศได้มากขึ้น

นอกจากนี้บริษัทยังต้องดำเนินการตามเกณฑ์มาตรฐานและข้อกำหนดขององค์กรอาหารสากลต่างๆ เช่น US-FDA, HALAL และ EU Directives เป็นต้น เพื่อเป็นการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามข้อกำหนดของสากล ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ดังนี้

#### 2.1.1 ผลิตภัณฑ์ยางยาแนวฝากระป๋อง (Sealing Compounds)

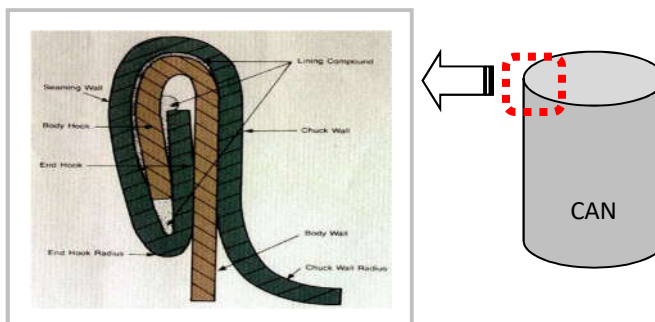
ผลิตภัณฑ์ยางยาแนวฝากระป๋องเป็นสารป้องกันการรั่วซึมที่ใช้กับบรรจุภัณฑ์โลหะ โดยมีคุณสมบัติสำคัญในการป้องกันรอยร้าวตามแนวตะเข็บระหว่างตัวภาชนะกับฝาภาชนะทั้งฝาล่างและฝาด้านบนที่เกิดขึ้นระหว่างการผลิตตัวภาชนะ และการปิดฝาภาชนะภายหลังการบรรจุ

อาหารหรือสินค้าลงในภาชนะแล้ว เพื่อป้องกัน มิให้สิ่งปนเปื้อนจากภายนอกเข้าสู่ภายในภาชนะเป็นการยืดอายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์ที่บรรจุภายในภาชนะ นอกจากนี้ยังต้องทนต่อการกระบวนกรฆ่าเชื้อเพื่อถนอมอาหารที่บรรจุภายในตามกระบวนการผลิตของลูกค้า บริษัทมีผลิตภัณฑ์ยางยาแนวฝากระป๋อง 2 ประเภท คือ

2.1.1.1 ยางยาแนวฝากระป๋องสูตร Water Base (Water Base Sealing Compound) ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นตามมาตรฐานสากลโดยเน้นการผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับภาชนะบรรจุอาหารและเครื่องดื่ม (Water Base Food and Beverage Can Sealing Compound) เป็นหลัก และยังมีผลิตภัณฑ์อื่นอีก เช่น ผลิตภัณฑ์ Aerosol หรือกระป๋องสเปรย์

2.1.1.2 ยางยาแนวฝาบรรจุภัณฑ์สูตร PVC (PVC Plastisol) ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นมาเพื่อใช้กับฝาปิดของบรรจุภัณฑ์ต่างๆ (Other Packaging Closure) เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับฝาปิดภาชนะที่มีไขโลหะ เช่น ฝาจีบ (Crown Cap) จำพวกฝาน้ำอัดลม ฝาเกลียว (RO) หรือฝาเกลียวบิดขาด (ROPP) จำพวกฝาขวดเครื่องดื่มชูกำลัง และฝาเขี้ยว (Lug Cap) หรือ (Twist Off) จำพวกฝาขวดแยมและหลอดยาต่างๆ (Collapsible Tube)

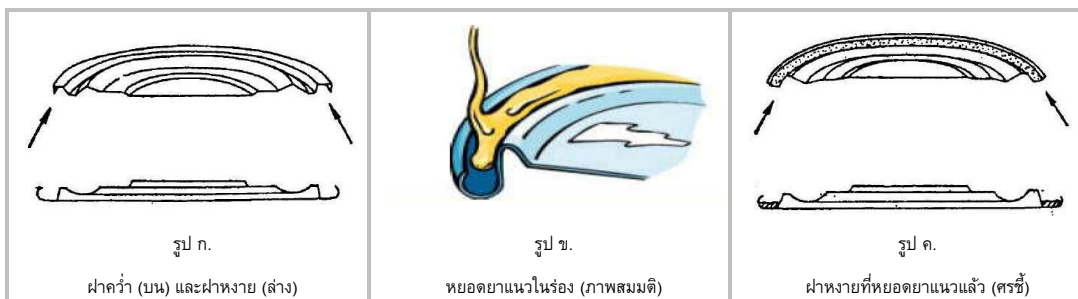
รูปภาพแสดงการใช้งานของผลิตภัณฑ์ แสดงภาพตัดขวางของตะเข็บฝากระป๋อง (Double Seam) ซึ่งเป็นการซ้อนทับของขอบตัวกระป๋อง (Body Hook) และขอบฝา (End Hook) โดยมียางยาแนวฝากระป๋องอยู่ภายใน (Lining Compound)



แหล่งที่มาของภาพ : เว็บไซต์ของ โครงการวิจัยเพื่อพัฒนาหนังสือและโฮมเพจ ชุดพัฒนาสังคมตามแนวพระราชดำริ

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เรื่องอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารขนาดกลางและขนาดย่อม

รูปภาพแสดงภาพตัดขวางของฝากระป๋อง – รูป ก. แสดงภาพแผ่นโลหะที่ผ่านการเคลือบแล้ว ตัดและขึ้นรูปเป็นฝาและทำโค้งที่มุมฝาแล้ว – รูป ข. และรูป ค. แสดงภาพการหดยอดยางยาแนวฝากระป๋องตามร่องโค้งด้านในเพื่อประโยชน์ในการปิดสนิทระหว่างฝาและตัวกระป๋อง ป้องกันการรั่วซึมของสินค้าที่บรรจุภายใน และป้องกันสิ่งแปลกปลอมเข้าไปภายในกระป๋อง



ที่มา : [www.cancentral.com](http://www.cancentral.com) และ Visypak Beverage Packaging "Beverage Manufacturing Processes"

## 2.1.2 ผลิตภัณฑ์แลคเกอร์เคลือบกระป๋อง (Lacquers)

แลคเกอร์เคลือบกระป๋องของบริษัท เป็นผลิตภัณฑ์ประเภท Solvent Base (Solvent Base Lacquers) ซึ่งใช้เคลือบผิวกระป๋อง และฝากระป๋อง โดยใช้เคลือบผิวทั้งด้านในและด้านนอก แลคเกอร์เคลือบผิวกระป๋องด้านในต้องมีคุณสมบัติในการทนต่อสภาพความเป็นกรดต่างของสินค้าที่บรรจุ โดยเฉพาะสินค้าประเภทอาหารที่มีความเป็นกรดต่างที่แตกต่างกัน ซึ่งจะป้องกันไม่ให้อาหารที่บรรจุทำปฏิกิริยากับตัวบรรจุ

ภัณฑ์จนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเรื่องกลิ่น สี และรสของอาหารในกระป๋อง จึงเป็นการรักษาอายุของสินค้าให้ยาวนาน ส่วนแลคเกอร์เคลือบผิวกระป๋องด้านนอกมีคุณสมบัติป้องกันพื้นผิวด้านนอกกระป๋องจากการเกิดสนิม การขีดข่วน การกัดกร่อน และเป็นสารเคลือบรองพื้นสำหรับก่อนการตกแต่งภายนอกกระป๋องด้วยหมึกพิมพ์และสารเคลือบเงาด้านนอก (Outside Printing & Vanishing) เพื่อให้ภาชนะบรรจุภัณฑ์ดูสวยงาม จึงต้องมีคุณสมบัติในเรื่องการยืดหยุ่นที่สูง บริษัทมีนโยบายทำตลาดให้ครอบคลุมทุกส่วนการตลาด โดยมีกลุ่มลูกค้าหลักคือ กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม และกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม บริษัทเริ่มนำผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าเป็นทางเลือก และให้สามารถรองรับความต้องการใหม่ๆ ของลูกค้าในแต่ละ Segment บริษัทพัฒนาระบบการจัดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ครอบคลุมทุกส่วนตลาดในประเทศ (Full Segmentation Coverage) ซึ่งบริษัทได้แบ่งประเภทของของบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

2.1.2.1 กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้บรรจุภัณฑ์อาหารกระป๋อง (Food and Beverage Can) บริษัทผลิตสินค้าที่ใช้ในอุตสาหกรรมอาหารมากที่สุด โดยสินค้าของบริษัทเป็นที่รู้จักและแพร่หลายในกลุ่มผู้ผลิตกระป๋องบรรจุอาหารมากที่สุด เนื่องจากตลาดอุตสาหกรรมกระป๋องในประเทศไทยมีขนาดใหญ่และบริษัทมีประสบการณ์ยาวนานในการผลิตสินค้าสำหรับกลุ่มดังกล่าว และให้ความสำคัญในการพัฒนาและผลิตผลิตภัณฑ์ ในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารอย่างต่อเนื่อง ในกลุ่มสินค้านี้จะจัดแบ่งย่อยได้อีก 2 ประเภท ดังนี้

2.1.2.1.1 ผลิตภัณฑ์สำหรับกระป๋องบรรจุอาหาร (Food Can) ใช้กับกระป๋องอาหารที่หลากหลาย เช่น กระป๋องปลาซาร์ดีน กระป๋องปลาทูน่า กระป๋องนมผง และกระป๋องบรรจุอาหารอื่นๆ



2.1.2.1.2 ผลิตภัณฑ์สำหรับกระป๋องบรรจุเครื่องดื่ม (Beer & Beverage Can) ผลิตภัณฑ์สำหรับกระป๋องเครื่องดื่มน้ำผลไม้กระป๋อง(Fruit Juice) กาแฟกระป๋อง เครื่องดื่มชูกำลังกระป๋อง และเครื่องดื่มอื่นๆ รวมถึงผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มเครื่องดื่มน้ำอัดลมและเครื่องดื่มประเภทเบียร์ ที่มีแรงดันก๊าซที่บรรจุอยู่ภายใน



2.1.2.2 กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับบรรจุภัณฑ์ทั่วไป (Non-Food Can) ใช้สำหรับบรรจุสินค้าทั่วไปที่ไม่ใช่อาหารเพื่อการบริโภค แต่ก็ยังคงมีวัตถุประสงค์เพื่อการเก็บรักษาคุณภาพสินค้า รวมถึงเพื่อความสวยงาม และการขนส่งสินค้า โดยสามารถแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์เป็น 2 กลุ่มย่อยคือ

2.1.2.2.1 ผลิตภัณฑ์สำหรับกระป๋องสเปรย์ (Aerosol Can) ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ใช้สำหรับบรรจุภัณฑ์ที่ต้องทนต่อแรงดันในกระป๋องสูงเพราะต้องบรรจุก๊าซในกระป๋องเพื่อให้เกิดแรงดันในการฉีดสเปรย์ออกมา เช่น กระป๋องยาฆ่าแมลง กระป๋องสเปรย์แต่งผม เป็นต้น



2.1.2.2.2 ผลิตภัณฑ์สำหรับกระป๋องทั่วไป (General Can) ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ใช้สำหรับบรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุสินค้าทั่วไป ซึ่งมีความหลากหลาย สินค้าบางประเภทจะมีส่วนผสมของน้ำมันหรือเคมีภัณฑ์ เช่น กระป๋องสี ถังน้ำมัน ถังบรรจุเคมี หรือ ถังต่างๆ (ไม่รวม ถังบีบบรรจุหน่อไม้ที่เป็นกลุ่มอาหาร)



2.1.2.3. กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับบรรจุภัณฑ์ประเภทอื่นๆ ที่ไม่ใช่กระป๋อง บรรจุภัณฑ์กลุ่มนี้มีความหลากหลายในการนำไปใช้สำหรับวัสดุสินค้าประเภทต่างๆ ขึ้นอยู่กับการใช้งานของแต่ละรายการในการบรรจุสินค้าที่จำหน่าย โดยสามารถจำแนกผลิตภัณฑ์ตามลักษณะของบรรจุภัณฑ์ออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

2.1.2.3.1 ผลิตภัณฑ์สำหรับหลอดอลูมิเนียมและโมโนบล็อก (Collapsible Tube & Monobloc) ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้จะใช้สำหรับบรรจุภัณฑ์ที่มีรูปทรงและมีลักษณะเฉพาะ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์สำหรับบรรจุภัณฑ์ชนิดหลอดโลหะ (Collapsible Tube) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้ากลุ่มเวชภัณฑ์ (ยาครีม ยาเจล) สินค้ากลุ่มเคมี (กาวหลอด) ซึ่งจะใช้ยางยานวในบริเวณปลายหลอดอลูมิเนียม และผลิตภัณฑ์สำหรับบรรจุภัณฑ์ประเภทโมโนบล็อก (Monobloc) บรรจุภัณฑ์โมโนบล็อกจะมีลักษณะการผลิตที่พิเศษ คือ จะเป็นการผลิตโดยการขึ้นรูปกระป๋องด้วยการรีดขึ้นโลหะจากกันกระป๋องถึงคอกระป๋องจนเป็นรูปทรงกระป๋อง สินค้าที่ใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ ได้แก่ กระป๋องโฟมโกนหนวด กระป๋องมูส แต่งผม เป็นต้น



2.1.2.3.2 ผลิตภัณฑ์สำหรับฝาต่างๆ (Closure) ผลิตภัณฑ์กลุ่มฝาปิดที่เป็นโลหะกับตัวบรรจุภัณฑ์ที่มีใช้โลหะ ในกลุ่มนี้สามารถแบ่งย่อยเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ฝาจีบ (Crown Cap) ใช้กับฝาเครื่องดื่มน้ำอัดลมบรรจุขวดแก้ว เช่น ฝาขวดแก้วเครื่องดื่มน้ำอัดลม และฝาขวดแก้วเครื่องดื่มเบียร์ เป็นต้น และฝาเกลียวบิดขาด (ROPP) ลักษณะของฝาเปิดเป็นแบบเกลียวใช้การหมุนเพื่อแยกวงแหวนที่รัดอยู่ให้ขาดจากกัน ได้แก่ ฝาขวดเครื่องดื่มชูกำลัง และฝาขวดเครื่องดื่มอัดคาร์บอนขนาดใหญ่ชนิดขวดแก้ว เป็นต้น และฝาเขี้ยว (Lug Cap) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในฝาเปิดชนิดหมุนสำหรับเครื่องปรุงรสที่ไม่ได้ใช้ครั้งเดียวหมด เช่น ฝาขวดแยม ฝาขวดซอสมะเขือเทศ และฝาขวดมายองเนส เป็นต้น สามารถเปิดปิดได้หลายครั้งเพื่อถนอมอาหารได้นาน





นอกจากผลิตภัณฑ์ในกลุ่มยางยานวฬการะป้องและแลคเกอร์เคลือบการะป้องแล้ว บริษัทยังเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศอีก 3 ชนิด เพื่อเพิ่มและเสริมรายได้หลักของบริษัท ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นสำหรับชั้นรูปการะป้อง บริษัทได้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของบริษัท Quaker Chemical แห่งสหรัฐอเมริกาแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย ลักษณะการใช้งานของน้ำมันหล่อลื่นดังกล่าวจะใช้ในอุตสาหกรรมผลิตการะป้อง ในขั้นตอนการบ่ม และ ชั้นรูปการะป้อง 2) ผลิตภัณฑ์หมึกพิมพ์ บริษัทได้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าในตลาดประเทศไทย ของบริษัท GGMD ลักษณะการใช้งานเป็นหมึกที่ใช้ในการพิมพ์บนผิวภาชนะการะป้อง 3) กลุ่มผลิตภัณฑ์สีฝุ่นเคลือบแนวตะเข็บการะป้อง (Power Side Stripe) ซึ่งเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้รับแต่งตั้งจาก Salchi Metalcoat Srl จากประเทศอิตาลี เมื่อปลายปี 2560

สำหรับนโยบายการดูแลลูกค้ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายในประเทศ บริษัทมีนโยบายการตลาดให้ครอบคลุมทุกส่วนการตลาด โดยมีกลุ่มลูกค้าหลักคือ กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม และกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม บริษัทเริ่มนำผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าเป็นทางเลือก และให้สามารถรองรับความต้องการใหม่ๆ ของลูกค้าในแต่ละ Segment บริษัทพัฒนาระบบการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ครอบคลุมทุกส่วนการตลาดในประเทศ (Full Segmentation Coverage) และ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต่างประเทศ บริษัทมีฐานลูกค้ากระจายไปในหลายทวีปทั่วโลก ซึ่งแบ่งกลุ่มลูกค้าได้ 2 กลุ่ม คือ

#### 1. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายในตลาดประเทศจีน บริษัทดำเนินธุรกรรม 2 ด้าน

- จำหน่ายสินค้าโดยตรงสู่ลูกค้ารายใหญ่ เพื่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้โดยตรงและรวดเร็ว
- บริษัทย่อยที่ประเทศจีนซึ่งเป็นผู้จำหน่ายแก่ลูกค้าที่ประสงค์จะซื้อในประเทศ และลูกค้าขนาดกลางที่มีศักยภาพ โดยบริษัทจะสนับสนุนทางเทคนิคด้วยการจัดส่งทีมเทคนิคเข้าเยี่ยมลูกค้าพร้อมทีมงานขายอย่างต่อเนื่อง เน้นการให้บริการหลังการขาย และขณะนี้บริษัทย่อยได้จัดตั้งหน่วยการผลิตสินค้ายางยานวฬเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

#### 2. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายในตลาดต่างประเทศอื่น

- ทวีปเอเชีย ประกอบด้วย พม่า ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย เวียดนาม สิงคโปร์ ใต้หวัน เกาหลีใต้ ฮองกง มัลดีฟส์ บังกลาเทศ ศรีลังกา ปากีสถาน ตุรกี อินเดีย
- ทวีปออสเตรเลีย ประกอบด้วย ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์
- ทวีปตะวันออกกลาง ประกอบด้วย อิหร่าน ซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์
- ทวีปแอฟริกา ประกอบด้วย อียิปต์
- ทวีปยุโรป ประกอบด้วย อิตาลี
- ทวีปอเมริกา ประกอบด้วย เม็กซิโก
- ทวีปอเมริกาใต้ ประกอบด้วย บราซิล เปรู เอกวาดอร์ ชิลี

บริษัทได้ดำเนินสร้างระบบพันธมิตรเครือข่ายโดยการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายหรือที่ปรึกษาบริษัท ที่สามารถให้บริการแก่ลูกค้าในประเทศนั้นๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้การสนับสนุนด้านเทคนิคจากบริษัทให้กับตัวแทนและลูกค้าในประเทศนั้นๆ กลุ่มเป้าหมายจะเป็นผู้ผลิตการะป้องบรรจุอาหาร เครื่องดื่ม และภาชนะอุตสาหกรรมอื่นๆ อนึ่ง ในการการตลาดในแต่ละประเทศ บริษัทจะต้องทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการขาย เช่น จำนวนคู่แข่ง การผูกขาด ขนาดตลาดและอัตราการเติบโตของตลาดในแต่ละกลุ่มลูกค้าในแต่ละประเทศ ก่อนที่จะเลือกเน้นกลุ่มเป้าหมายในการทำตลาด

การตลาดต่างประเทศ มุ่งเน้นส่งเสริมให้มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้าเพื่อการทดลองผลิตภัณฑ์ในระยะเวลาที่รวดเร็ว ตลอดจนการเยี่ยมลูกค้าอย่างสม่ำเสมอโดยมีการวางแผนการเยี่ยมลูกค้าทั้งปีเป็นการล่วงหน้า เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ข้อเสนอแนะด้านธุรกิจและปัญหาของแต่ละพื้นที่ และการรับฟังปัญหาเพื่อหาข้อมูลในการนำมาปรับปรุงการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริษัทได้วางนโยบายในการเข้าร่วมการออกงาน Exhibition ต่างๆ ในระดับโลกและในระดับภูมิภาคอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทได้เข้าร่วมงานแสดงสินค้าให้ครอบคลุมในแต่ละพื้นที่ ได้แก่

- 1) The 10th AOSD International Conference, จัดขึ้นระหว่างวันที่ 15-17 ตุลาคม 2562 ณ เมืองซูโจว ประเทศจีน
- 2) Asia Cantech 2019, จัดขึ้นระหว่างวันที่ 28-30 ตุลาคม 2562 ณ จังหวัดกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

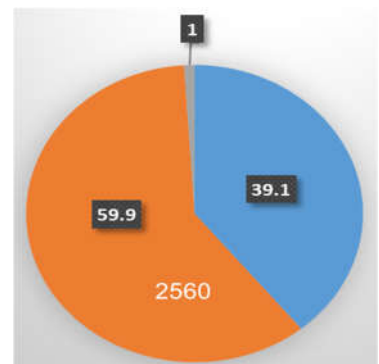
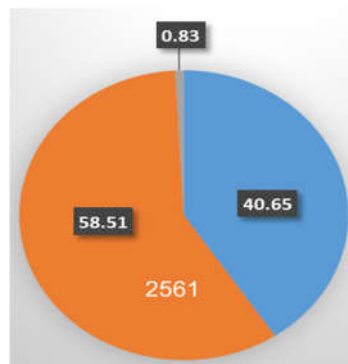
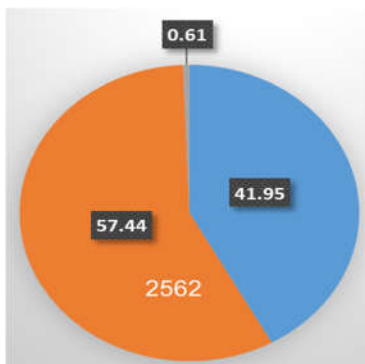


สำหรับยอดขายบริษัทในปี 2562 อยู่ที่ 911 ล้านบาท ลดลง 2% เมื่อเทียบกับปี 2561 โดยตลาดในประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 และ ตลาดต่างประเทศมีอัตราการเติบโตลดลงร้อยละ 4 ส่งผลให้สัดส่วนของรายได้รวมของบริษัทเปลี่ยนแปลงโดยแบ่งเป็นขายในประเทศร้อยละ 40.65 ขายต่างประเทศร้อยละ 58.51 และรายได้อื่นร้อยละ 0.83 เป็นไปตามเป้าหมายในการขยายฐานการตลาดทั้งในประเทศ และ ต่างประเทศตามนโยบายและแผนงานที่บริษัทวางไว้ ดังรายละเอียดโครงสร้างรายได้ของบริษัท ดังนี้

#### โครงสร้างรายได้ของบริษัท

หน่วย : พันบาท	2562		2561		2560	
	รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ
รายได้จากการขาย						
■ ในประเทศ <sup>(1)</sup>	384,417	41.95	380,983	40.65	330,676	39.10
■ ต่างประเทศ	526,290	57.44	548,371	58.51	506,632	59.90
รวมรายได้จากการขาย	910,707	99.39	929,354	99.17	837,308	99.00
รายได้อื่นๆ <sup>(2)</sup>	5,569	0.61	7,819	0.83	8,445	1.00
รายได้รวมทั้งหมด	916,276	100.00	937,173	100.00	845,753	100.00

#### รายได้ของบริษัท



- ในประเทศ
- นอกประเทศ
- รายได้อื่นๆ

**หมายเหตุ :** (1) รายได้จากการขายภายในประเทศ รวมถึงรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่าย (ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ Quaker และหมักพิมพ์)  
(2) รายได้อื่น ประกอบด้วย ค่าโฆษณา ค่าบริการอื่น ขายเศษวัสดุ ดอกเบี้ยรับ กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน (ถ้ามี) และเงินชดเชยการส่งออก

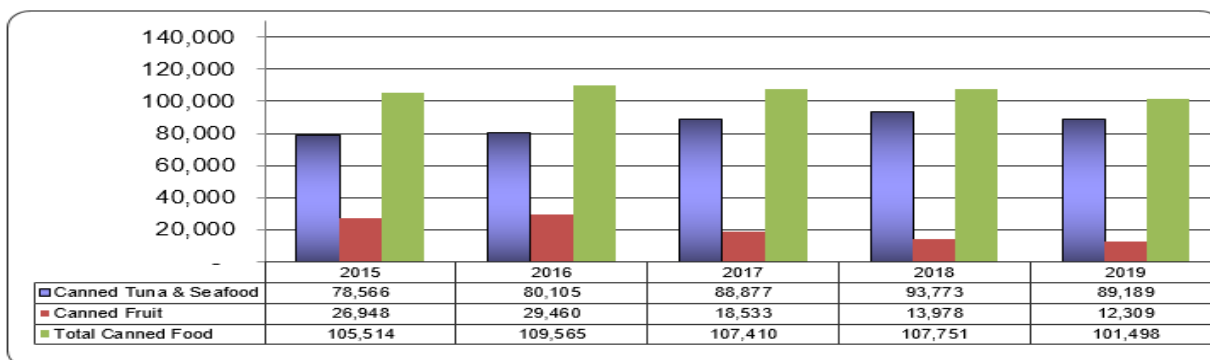
## 2.2 การตลาดและการแข่งขัน

การทำการตลาดของผลิตภัณฑ์ บริษัทมีเป้าหมายการเป็นหุ้นส่วนระดับสากลที่เชี่ยวชาญพร้อมนวัตกรรมอันเป็นเลิศ จึงได้มีการค้นคว้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ยางยาแนวฝากระป๋องและแลคเกอร์เคลือบกระป๋อง เพื่อให้มีคุณภาพที่ดี พร้อมด้วยการส่งมอบบริการในระดับที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าสูงสุด ภายใต้แบรนด์ UBIS เพื่อผลักดันให้ผลิตภัณฑ์ของ UBIS เป็นที่ยอมรับในประเทศ ในภูมิภาคเอเชีย และในภูมิภาคอื่นๆทั่วโลก

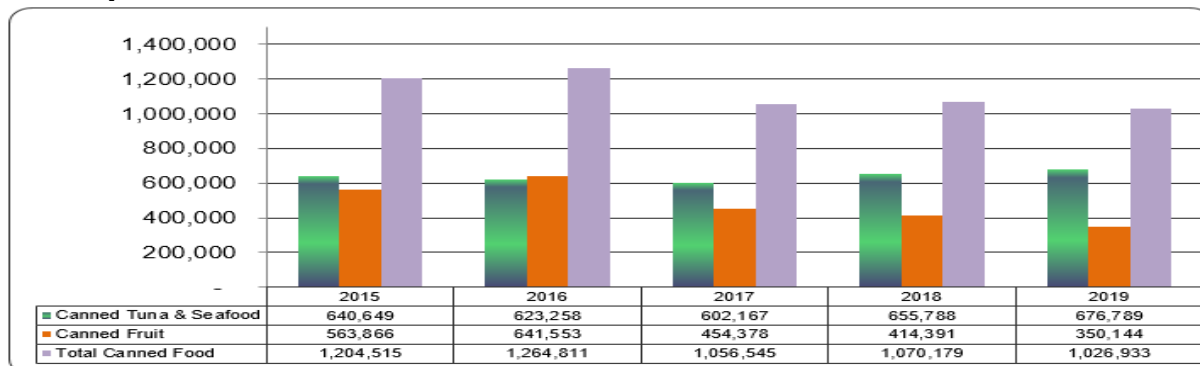
นโยบายการตลาดในปี 2562 บริษัทให้ความสำคัญและมุ่งเน้นการขยายตลาดไปยังต่างประเทศ ปริมาณการขายต่างประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 แต่เนื่องจากบริษัทได้รับผลกระทบของค่าเงินบาทที่แข็งขึ้น ซึ่งค่าเงินดอลลาร์แข็งขึ้นร้อยละ 5-6 และค่าเงินหยวนแข็งขึ้นร้อยละ 12 เงินทั้งสองสกุลนี้เป็นเงินสกุลต่างประเทศหลักที่ใช้ส่งออกของบริษัท ซึ่งส่งผลให้อัตราการขายต่างประเทศลดลงร้อยละ 2 โดยปี 2562 บริษัทมีสัดส่วนการขายต่างประเทศต่อการขายในประเทศ คือ 60:40 ซึ่งเป็นความท้าทายของบริษัทในการแข่งขันกับผู้ผลิตรายอื่นที่เป็นบริษัทข้ามชาติและมีการจำหน่ายทั่วโลก สำหรับตลาดในประเทศบริษัทมุ่งเน้นส่งเสริมความร่วมมือกับลูกค้าเพื่อให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาคุณภาพสินค้าและความหลากหลายของสินค้าเพิ่มขึ้น ตลอดจนการให้บริการที่ดีสม่ำเสมอ เป็นการรักษาสถานการณ์การตลาดและการเติบโต โดยปีนี้ตลาดในประเทศมีอัตราการเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 0.87 ในขณะที่การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและผักผลไม้กระป๋องของประเทศไทยปีนี้เพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 4 (ปริมาณน้ำหนัก)

ภาวะอุตสาหกรรมอาหารกระป๋อง จากข้อมูลการส่งออกอาหารกระป๋องของกระทรวงพาณิชย์ ในปี 2562 ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกอาหารกระป๋อง 101,498 ล้านบาท ซึ่งลดลงจากปีก่อน และมีปริมาณการส่งออก 1,026,933 ตัน ซึ่งลดลงจากปีก่อนร้อยละ 4

ข้อมูลการส่งออกอาหารกระป๋องของประเทศไทย มูลค่า (ล้านบาท)

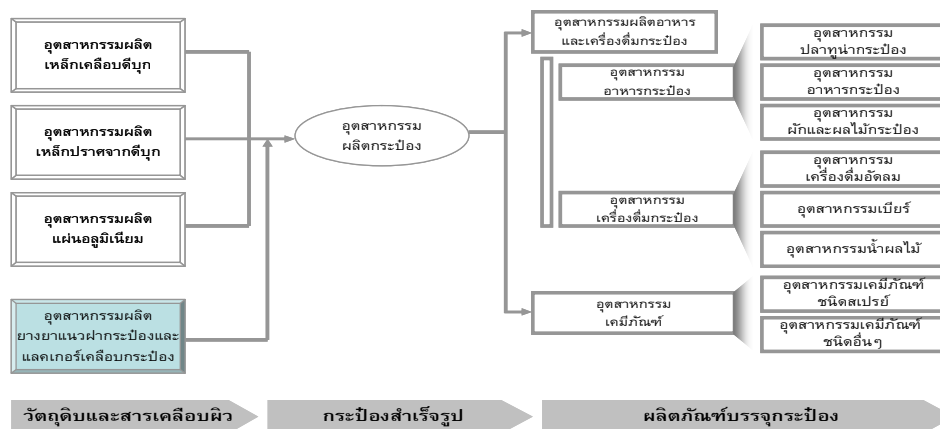


ข้อมูลการส่งออกอาหารกระป๋องของประเทศไทย น้ำหนัก (ตัน)



\*\*ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

ในส่วนสภาพการแข่งขันอุตสาหกรรมต่อเนื่องจากอุตสาหกรรมผลิตกระป๋องในประเทศไทย จะนำกระป๋องไปใช้ในอุตสาหกรรมผลิตอาหารและเครื่องดื่มกระป๋อง อุตสาหกรรมผลิตเคมีสเปย์ และอุตสาหกรรมผลิตสารเคมี โดยอุตสาหกรรมที่ใช้กระป๋องสูงสุด คือ อุตสาหกรรมอาหารกระป๋องและเครื่องดื่มกระป๋อง



ภาพแสดงความเกี่ยวข้องของอุตสาหกรรมผลิตยางยานวฬากระป๋องและแลคเกอร์เคลือบกระป๋องกับอุตสาหกรรมอื่น

ตลาดยางยานวฬากระป๋อง ในส่วนตลาดยางยานวฬากระป๋องนี้ จะมีผู้ผลิตและขายสินค้าในประเทศเพียง 2 ราย คือ UBIS และบริษัทคู่แข่งอีก 1 รายเท่านั้น การแข่งขันจึงขึ้นอยู่กับกรยอมรับของเทคโนโลยีการผลิตและความเชื่อถือในด้านคุณภาพ และการบริการเทคนิคของผู้ผลิต ดังนั้นหากพิจารณาถึงสภาพการแข่งขันจึงอาจกล่าวได้ว่า ตลาดยางยานวฬากระป๋องมีการแข่งขันอยู่เพียงน้อยรายเท่านั้น โดยมีสัดส่วนการขายใกล้เคียงกัน ขณะที่ในตลาดต่างประเทศคู่แข่งเป็นบริษัทข้ามชาติรายใหญ่ จึงมีความได้เปรียบกว่า ฉะนั้นบริษัทจึงมุ่งเน้นด้านการวิจัยและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ คุณภาพ กระบวนการผลิต และระบบการบริหาร เพื่อรองรับความต้องการของผู้ใช้และให้เป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรมอย่างเท่าเทียมกัน

ตลาดแลคเกอร์เคลือบกระป๋อง ในอุตสาหกรรมผลิตแลคเกอร์เคลือบกระป๋อง บริษัทถือเป็นผู้ผลิตไทยรายเดียวที่มีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ในกลุ่มห้าอันดับแรกของตลาดในประเทศใกล้เคียงกับผู้ผลิตแลคเกอร์ต่างประเทศ โดยสัดส่วนการตลาดจะเฉลี่ยใกล้เคียงกัน ทั้งนี้สภาพการแข่งขันในตลาดแลคเกอร์เคลือบกระป๋องอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง เนื่องจากคู่แข่งในตลาดแต่ละรายมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งมีฐานลูกค้าเป็นของตนเอง ทำให้ไม่มีรายใดเป็นผู้กำหนดทิศทางตลาดอย่างชัดเจน อีกทั้งลักษณะจำเพาะของธุรกิจและเทคโนโลยีของอุตสาหกรรม ทำให้ไม่ค่อยมีผู้ผลิตรายใหม่เข้ามาในธุรกิจนี้มากนัก

## 2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือการบริการ

ลักษณะการจัดให้โตมาซึ่งผลิตภัณฑ์ของบริษัท โดยโรงงานบริษัท ตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมสมุทรสาคร เป็นโรงงานที่ได้มีการออกแบบให้มีกระบวนการผลิตที่มีความทันสมัยเป็นระบบกึ่งอัตโนมัติควบคุมกระบวนการผลิตด้วยโปรแกรมการทำงานอัตโนมัติ ทำให้สามารถเพิ่มผลผลิตได้มากขึ้น และควบคุมคุณภาพได้อย่างสม่ำเสมอ และสามารถส่งสินค้าได้ทันตามกำหนดเวลา บริษัทได้แยกกระบวนการผลิตออกเป็นสองส่วน คือ การผลิตยางยานวฬากระป๋อง และการผลิตแลคเกอร์เคลือบกระป๋อง โดยแต่ละกระบวนการผลิตจะอยู่คนละอาคาร เพื่อรักษาคุณภาพสินค้าระหว่างการผลิตไม่ให้เกิดการปนกัน ตามมาตรฐานระบบการบริหารคุณภาพ ISO9001 และกำลังพัฒนาสู่ระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ISO14001 และระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ISO45001 ต่อไป

นอกจากระบบบริหารคุณภาพแล้ว บริษัทยังได้รับการรับรองจากสำนักงานอิสลามกลางแห่งประเทศไทย (CICOT) ว่าสินค้ายางยานวฬากระป๋องและสารเคลือบกระป๋องของบริษัทผ่านหลักเกณฑ์ ให้สามารถใช้เครื่องหมาย HALAL กับผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อส่งจำหน่ายให้กับประเทศในกลุ่มมุสลิมได้

## กำลังการผลิตรวมของบริษัท

(หน่วย : เมตริกตัน)	2562	2561	2560
ยางยานวฬากระป้อง	9,000***	9,000***	9,000***
แลคเกอร์เคลือบกระป้อง	6,000	6,000	6,000
<b>รวมอัตรากำลังการผลิต</b>	<b>15,000</b>	<b>15,000</b>	<b>15,000</b>
อัตรากำลังการผลิตสูงสุดของเครื่องจักรที่สามารถผลิตได้	19,000	19,000	19,000

หมายเหตุ : \*\*\* รวมกำลังผลิตในประเทศจีน

บริษัทมีนโยบายการผลิตที่สำคัญ คือ เน้นการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการของลูกค้าและสามารถส่งสินค้าได้ตรงตามระยะเวลาที่กำหนด ตลอดจนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อให้รองรับเทคโนโลยีและข้อกำหนดใหม่ๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้เพื่อมุ่งเน้นการสร้างเชื่อมั่นให้กับลูกค้าและการส่งเสริมให้เกิดความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ของบริษัทอย่างต่อเนื่อง ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตเพื่อส่งออกและการขายในประเทศ มีการควบคุมการผลิตและใช้วัตถุดิบมาตรฐานเดียวกัน ภายใต้การบริหารการผลิตที่เป็นระบบ และการจัดลำดับคำสั่งซื้อให้เหมาะสม ทำให้สามารถผลิตได้ตามแผนการผลิตและการจัดส่งได้ตามที่กำหนดไว้

การจัดหาวัตถุดิบ วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ทั้งสองของบริษัท ส่วนใหญ่เป็นสารเคมีที่ได้มาจากอุตสาหกรรมปิโตรเคมี เช่น เรซิน โพลีเมอร์ ตัวทำละลายและสารเคมีอื่นๆ ซึ่งบริษัทสามารถสั่งซื้อจากผู้ผลิตในประเทศ ตัวแทนจำหน่ายในประเทศหรือนำเข้าจากต่างประเทศโดยตรง แต่ทั้งนี้ราคาของวัตถุดิบอาจมีความผันผวนตามกลไกตลาด ทำให้บริษัทต้องมีการวางแผนการผลิตและการจัดซื้อให้สอดคล้องเหมาะสมทั้งปริมาณ เวลาการจัดส่ง รวมถึงราคาวัตถุดิบ เพื่อการควบคุมประสิทธิภาพการผลิต การบริหารคลังสินค้า และต้นทุนการผลิต

สำหรับวัตถุดิบอีกประเภทหนึ่งเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ ได้แก่ น้ำมันธรรมชาติ เป็นต้น ทั้งนี้ราคาของวัตถุดิบอาจมีความผันผวนเป็นไปตามกลไกของตลาดเช่นกัน ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวบริษัทจัดหาได้ง่ายจากผู้ผลิตในประเทศ โดยประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตน้ำมันธรรมชาติชั้นนำของโลก แต่ราคาลดลงเป็นไปตามกลไกราคาลดลงโลก โดยมีสัดส่วนการจัดหาวัตถุดิบในประเทศต่อการจัดหาวัตถุดิบต่างประเทศ คือ 70 : 30

นอกจากนี้ บริษัทต้องปฏิบัติตามมาตรฐาน ISO 9001-2015 โดยในการติดต่อสั่งซื้อวัตถุดิบ บริษัทต้องควบคุมและคัดเลือกคู่ค้าโดยพิจารณาคุณสมบัติ ดังนี้ 1) ความสามารถในการส่งมอบ 2) ความน่าเชื่อถือของผู้ขาย 3) การบริการสนับสนุนการขาย ทั้งนี้ การพิจารณาเลือกคู่ค้านอกจากจะดำเนินการโดยวิธีดังกล่าวข้างต้นแล้ว บริษัทยังคงพิจารณาถึงคุณภาพสินค้าเป็นประเด็นหลัก ราคาที่คู่ค้าในแต่ละรายเสนอขาย และความสามารถของคู่ค้าในการตอบสนองความต้องการของบริษัทได้ รวมถึงการให้บริการหลังการขายที่มีประสิทธิภาพ

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม บริษัทคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นจากกระบวนการผลิต จึงได้พัฒนาระบบการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยบริษัทได้ขอการรับรอง Green Industry Level 2 จากกระทรวงอุตสาหกรรม และ กรมโรงงาน และให้ความสำคัญในการจัดเก็บวัตถุดิบสำคัญและวัตถุดิบที่ติดไฟได้ง่ายไว้เป็นสัดส่วนด้วยการแยกประเภทวัตถุดิบ และสินค้าสำเร็จรูป นอกจากนี้บริษัทมีคณะกรรมการความปลอดภัย ที่มีหน้าที่กำหนดมาตรการความปลอดภัยในการทำงาน ระบบการเตือนภัย ทำให้พนักงานทราบถึงมาตรฐานความปลอดภัยในการทำงานและความรู้เกี่ยวกับการทำงานกับวัตถุไวไฟ ตลอดจนการอบรมเชิงปฏิบัติการในเรื่องการจัดการและรักษาความปลอดภัยของอัคคีภัย

บริษัทได้จัดทำแผนงานประจำปี กำหนดให้มีการวิเคราะห์ตรวจสอบสภาพแวดล้อมในพื้นที่การผลิตอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเฝ้าระวังและหามาตรการป้องกันแก้ไขทันที ในช่วงปีที่ผ่านมา ไม่พบว่ามีปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมหรือไม่ผ่านเกณฑ์ตามกฎหมาย บริษัทมุ่งเน้นจัดทำระเบียบการทำงานที่เน้นความปลอดภัยการทำงาน และมีมาตรการให้พนักงานใช้อุปกรณ์ความปลอดภัยขณะทำงานตามนโยบายการป้องกันอุบัติเหตุและสุขภาพของบริษัทอย่างเคร่งครัด และประสานงานร่วมกับการนิคมอุตสาหกรรม ในทุกครั้งที่การนิคมฯจัดให้มีการอบรม

บริษัทได้จัดสร้างระบบป้องกันภัยและอุปกรณ์ดับเพลิง และจะจัดทำแผนให้มีการซ้อมดับเพลิงและแผนซักซ้อมการอพยพหนีไฟทุกปี เพื่อความปลอดภัยในการทำงานสำหรับพนักงาน และเพื่อให้แน่ใจว่าเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน จะสามารถระงับเหตุด้วยความรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนข้างเคียงน้อยที่สุด

ในปี 2562 บริษัทไม่มีข้อพิพาทคดีความทางกฎหมายที่เกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม

## 2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

บริษัทไม่มีงานที่ค้างค้างและไม่ได้ส่งมอบในปี 2562

### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจัยความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจของบริษัทที่อาจมีผลกระทบต่องานผลิตต่อแผนจากการลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ และแนวทางในการป้องกันความเสี่ยง สามารถสรุปได้ดังนี้

#### 3.1 ความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

##### ความเสี่ยงด้านการพึ่งพาผู้จำหน่ายวัตถุดิบหลัก

วัตถุดิบหลักในการผลิตของบริษัท เป็นวัตถุดิบที่มีลักษณะเฉพาะที่จะต้องสามารถสัมผัสอาหารและเป็นไปตามข้อกำหนดสำหรับอุตสาหกรรม โดยถือปฏิบัติตามข้อกำหนดของหน่วยงานรัฐของแต่ละประเทศที่มีหน้าที่ดูแลด้านความปลอดภัยของอาหาร (FDA approved raw material) แม้ว่าวัตถุดิบเหล่านี้บริษัทสามารถจัดหาได้จากผู้จัดจำหน่ายทั่วไป แต่วัตถุดิบบางชนิดจะมีบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายน้อยราย จึงอาจทำให้บริษัทมีความเสี่ยงจากผู้จำหน่ายวัตถุดิบอาจไม่สามารถจัดส่งวัตถุดิบได้ตรงตามเวลาและตามความต้องการ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการผลิตได้

อย่างไรก็ตามบริษัทได้กำหนดมาตรการควบคุมต่างๆ ได้แก่ นโยบายการบริหารการจัดเก็บวัตถุดิบสำรองให้พอเพียง กำหนดให้มีการประชุมทบทวนความต้องการ คำสั่งซื้ออย่างต่อเนื่องและใกล้ชิด กำหนดนโยบายการจัดหาวัตถุดิบจากผู้ผลิตรายอื่นทั้งในประเทศและต่างประเทศเพิ่มเติมและต่อเนื่อง และมีการนำ Safety Stock ของวัตถุดิบหลักมาจัดทำเป็นลายลักษณ์อักษร โดยกำหนดให้อยู่ภายใต้หน้าที่ความรับผิดชอบร่วมกันระหว่าง ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายวางแผนการผลิต และฝ่ายงานวิจัยและพัฒนา

##### ความเสี่ยงด้านลูกค้ารายใหญ่

ลูกค้ารายใหญ่ในแต่ละประเทศจะมีจำนวนน้อยแตกต่างกันไป ปัจจุบันลูกค้าบริษัทรายใหญ่ 15 ราย มียอดขายประมาณร้อยละ 50 ของยอดขายรวมทั้งบริษัท เนื่องจากลูกค้ารายใหญ่มีความต้องการในสินค้าที่หลากหลายชนิดที่บริษัทสามารถตอบสนองได้มากกว่าลูกค้ารายเล็ก การเข้าถึงลูกค้ารายเล็กจำเป็นต้องใช้บุคลากรมากกว่าในการเข้าถึง แต่อย่างไรก็ตามบริษัทไม่มีลูกค้ารายใหญ่รายใดที่มียอดขายมากกว่าร้อยละ 10 ของยอดขายรวม ผลกระทบต่อยอดขายจึงอาจส่งผลไม่มากนัก

บริษัทมีมาตรการควบคุมดูแล ดังนี้ จัดทำมาตรการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าทั้งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์และด้านบริการของบริษัท เน้นการส่งเสริมเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การให้บริการทางเทคนิค เพื่อเป็นการรักษาลูกค้า รวมถึงการจัดการต่างๆ เพื่อสร้างความมั่นใจให้ลูกค้า และการนำเสนอสินค้าใหม่เพื่อเป็นการเพิ่มยอดขายอีกทาง รวมถึงนโยบายการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายและที่ปรึกษาเพื่อการเข้าถึงลูกค้าอย่างใกล้ชิดทำให้ทราบปัญหาและการตอบสนองได้อย่างรวดเร็ว นโยบายการขยายฐานลูกค้าสู่ลูกค้ารายกลางถึงรายเล็กเพื่อขยายฐานและลดผลกระทบ โดยกำหนดให้อยู่ภายใต้หน้าที่ความรับผิดชอบร่วมกันระหว่าง ฝ่ายขาย ฝ่ายวางแผนการผลิต ฝ่ายงานวิจัยและพัฒนา และฝ่ายบริหาร

##### ความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์

สินค้าของบริษัทใช้อยู่ในกลุ่มบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากโลหะ หากบรรจุภัณฑ์มีการเปลี่ยนแปลงวัสดุไปเป็นวัสดุชนิดอื่น ก็อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัทได้ แต่อย่างไรก็ตามปัจจุบันเทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์อื่น ๆ ยังไม่สามารถตอบสนองต่อการเก็บรักษาคุณภาพสินค้าที่มีระยะเวลาในการจัดเก็บได้นานเท่ากับบรรจุภัณฑ์โลหะ รวมถึงความปลอดภัยในการจัดส่ง ดังนั้นอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์โลหะยังคงเป็นที่นิยมในการบรรจุอาหารและเครื่องดื่ม บริษัทไม่ได้หยุดนิ่งเพราะได้มีการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อใช้กับวัสดุใหม่ ๆ ในอนาคต

### ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทประกอบธุรกิจในการผลิตแลคเกอร์เคลือบกระป๋องและยางยานวฬการะป๋องซึ่งเป็นเคมีภัณฑ์ ดังนั้นกระบวนการผลิตอาจก่อให้เกิดมลภาวะได้ ในลักษณะของกลิ่น ไอสารเคมี ากกุตสาหกรรม และการปนเปื้อนของเสียในน้ำ บริษัทจึงได้นำระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ISO 14001:2015 เข้ามาประยุกต์ใช้ทำให้เกิดการประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่มีนัยสำคัญในทุกกระบวนการ นำไปสู่การพัฒนากระบวนการผลิต การปรับปรุงประสิทธิภาพของระบบบำบัดน้ำเสียให้ ลดการใช้ทรัพยากรต่างๆ เช่น น้ำ ไฟฟ้า เชื้อเพลิง โดยอยู่ภายใต้การปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องโดยกำหนดมาตรการดูแลควบคุม ได้แก่ กำหนด “นโยบายคุณภาพสิ่งแวดล้อม อาชีวอนามัยและความปลอดภัย” กำหนดแผนงานประจำปี ดำเนินการและควบคุมให้เป็นไปตามมาตรฐานด้วยนโยบายการปฏิบัติอย่างเคร่งครัด ให้เป็นไปตามข้อกำหนดของกฎหมายทุกประการ พร้อมทั้งให้มีการตรวจรับรองจากหน่วยงานอิสระภายนอก พร้อมรายงานผลการตรวจสอบและแนวทางในการแก้ไข ให้อยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของฝ่ายระบบคุณภาพ และฝ่ายผลิต

### ความเสี่ยงด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นเคมีภัณฑ์ ดังนั้นพื้นที่โรงงานจึงมีความเสี่ยงที่จะเกิดอุบัติเหตุ การบาดเจ็บหรือเกิดโรคจากการทำงานค่อนข้างสูง ซึ่งจะมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพชีวิตของพนักงาน บริษัทจึงมีนโยบายนำระบบการจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ISO45001:2018 เข้ามาประยุกต์ใช้ พร้อมทั้งกำหนด “นโยบายคุณภาพ สิ่งแวดล้อม อาชีว อนามัยและความปลอดภัย” เพื่อเป็นแนวทางในการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยทั้งองค์กร โดยอยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของฝ่ายระบบคุณภาพ และฝ่ายผลิต

### ความเสี่ยงด้านการผลิต

แม้ว่าบริษัทจะใช้กระบวนการผลิตระบบอัตโนมัติในการควบคุมการผลิตนั้น อาจเกิดปัญหาด้านการดูแลการผลิตหากระบบควบคุมการผลิตเกิดการขัดข้อง อย่างไรก็ตามปัญหานี้ได้รับการออกแบบระบบการทำงานให้สามารถควบคุมด้วยบุคคลในขั้นตอนการผลิตเพื่อให้สามารถดำเนินการผลิตได้อย่างต่อเนื่อง โดยไม่ส่งผลกระทบต่อการผลิต

### ความเสี่ยงด้านคุณภาพสินค้า

ลูกค้าอาจพบปัญหาการใช้สินค้าของบริษัท ในขั้นตอนการใช้งานที่โรงงานของลูกค้า หรือเกิดขึ้นที่ลูกค้าปลายทางหลังจากที่มีการบรรจุสินค้า อย่างไรก็ตามบริษัทได้จัดทำประกันความเสี่ยงด้านผลิตภัณฑ์ Product Liability Insurance เพื่อป้องกันความเสียหายที่มาจาก การเรียกร้องของลูกค้าในทุกภูมิภาคที่บริษัทจำหน่าย และได้กำหนดมาตรการควบคุมดูแลควบคุมความเสี่ยงด้วยมาตรการดูแลลูกค้าที่ โรงงานลูกค้า โดยกำหนดให้ทีมบริการเทคนิคและทีมงานขายเข้าร่วมตรวจสอบและประเมินความเสี่ยง พร้อมทั้งหาวิธีการเพื่อเข้าปรึกษา ร่วมกับลูกค้าในการจัดการปัญหาที่เกิดขึ้นโดยรวดเร็ว โดยกำหนดให้อยู่ภายใต้การดูแลรับผิดชอบของฝ่ายเทคนิคบริการ ฝ่ายวิจัยและพัฒนา ฝ่ายขาย ฝ่ายระบบคุณภาพ และฝ่ายผลิต

### ความเสี่ยงด้านความผันผวนของราคาราคาวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักในการผลิตแลคเกอร์เคลือบกระป๋องและยางยานวฬการะป๋องของบริษัท เป็นเคมีภัณฑ์ คิดเป็นสัดส่วนต้นทุนประมาณ ร้อยละ 80 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด ซึ่งราคาราคาวัตถุดิบจะผันผวนตามกลไกของตลาดด้านอุปสงค์และอุปทาน จึงส่งผลให้ต้นทุนการผลิตของบริษัทมีความผันผวนตามไปด้วย ทั้งนี้จะส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการทุกรายในอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน อย่างไรก็ตามบริษัทได้ กำหนดมาตรการควบคุม ดังนี้ นโยบายทบทวนคำสั่งซื้อและการทบทวนปริมาณสินค้าคงคลัง เพื่อการพิจารณาการสั่งซื้อให้เหมาะสม และ นโยบายการทำสัญญาซื้อวัตถุดิบล่วงหน้าตามสถานการณ์ ด้วยการติดตามราคาน้ำมัน ราคาราคาวัตถุดิบอย่างใกล้ชิด สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับ ผู้จัดจำหน่ายเพื่อความยืดหยุ่นในการกำหนดราคา รวมถึงการจัดทำ Sales Forecast เพื่อเป็นการวางแผนระยะยาว โดยกำหนดให้อยู่ภายใต้ การดูแลรับผิดชอบของฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายขาย ฝ่ายวางแผน และฝ่ายคลังสินค้า



### ความเสี่ยงด้านการเงิน

ความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ บริษัทมีธุรกรรมการส่งออกมากกว่าร้อยละ 60 และมีการนำเข้าวัตถุดิบแต่ในสัดส่วนที่น้อยกว่า ดังนั้นความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราอาจส่งผลกระทบต่อกำไรของบริษัทได้ บริษัทจึงกำหนดมาตรการควบคุมความเสี่ยงดังนี้ นโยบายการบริหารการเงินด้วย Natural Hedging นโยบายการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) กับสถาบันการเงินในประเทศ และนโยบายการใช้บัญชี FCD การใช้นโยบายต่างๆจะพิจารณาตามสถานการณ์ของค่าเงินบาทที่เกิดขึ้น

## 3.2 ความเสี่ยงต่อการลงทุนของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์

### ความเสี่ยงจากการที่บริษัทมีกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่

ผู้ถือหุ้นบริษัท ณ วันปิดสมุดทะเบียนพักการโอนหุ้น วันที่ 30 ธันวาคม 2562 ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ 10 รายแรก ถือหุ้นรวมกันร้อยละ 83.97 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท โดยได้รวมกลุ่มตระกูลทั้งวัฒนชัย ถือหุ้นร้อยละ 26.82 กลุ่มครอบครัวเต็มฤทธิกุลชัย ถือหุ้นร้อยละ 22.02 กลุ่มครอบครัวกฤษณานุกุล ถือหุ้นร้อยละ 14.03 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท อาจมีความเสี่ยงที่ทำให้กลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่สามารถครอบงำและควบคุมเสียงในที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด สำหรับการขอมติในเรื่องต่างๆที่ใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้นในการลงมติ ยกเว้นเรื่องที่เกี่ยวข้องหรือข้อบังคับบริษัทกำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น

## 3.3 ความเสี่ยงต่อการทุจริตคอร์รัปชัน

### ความเสี่ยงจากการทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทไม่ยอมรับการทุจริตคอร์รัปชันใดๆทั้งสิ้น โดยครอบคลุมถึงธุรกิจและรายการทั้งหมดในทุกประเทศและทุกหน่วยงาน ด้วยการกระทำเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ที่มีชอบด้วยหน้าที่หรือด้วยกฎหมาย เพื่อเอื้อประโยชน์ให้แก่ตนเอง พวกพ้องและหรือผู้อื่น บริษัทจึงได้กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยกรรมการ ผู้บริหารและพนักงานทุกคนต้องปฏิบัติตามนโยบายนี้โดยทั่วกัน

## 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

### 4.1 ทรัพย์สินถาวรหลัก

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทมีที่ดิน ส่วนปรับปรุงที่ดิน อาคาร ส่วนปรับปรุงอาคาร และอุปกรณ์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### 4.1.1 ที่ดิน ส่วนปรับปรุงที่ดิน อาคาร และส่วนปรับปรุงอาคาร

ประเภทของทรัพย์สิน	ที่ตั้ง	พื้นที่	มูลค่าสุทธิตามบัญชี (บาท)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพันวงเงินค้ำประกัน	วัตถุประสงค์การใช้งาน
ที่ดิน	นิคมอุตสาหกรรมสมุทรสาคร เลขที่ 1/83, 1/84 หมู่ที่ 2 ตำบลท่าทราย อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร	7-2-36 ไร่	47,178,250	เป็นเจ้าของ	-ไม่มี-	เพื่อใช้เป็นโรงงานผลิตและคลังจัดเก็บสินค้าบริษัท
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	นิคมอุตสาหกรรมสมุทรสาคร	5-3-54 ไร่	28,836,500	เป็นเจ้าของ	-ไม่มี-	-
อาคารสำนักงาน	807/1 ชั้นที่ 6 ถนนพระราม 3 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร	-	***ไม่มี	เป็นผู้เช่า	-ไม่มี-	เพื่อเป็นสถานที่ทำการสำนักงานใหญ่
อาคารโรงงานและสิ่งปลูกสร้าง	1. อาคารโรงงานตั้งอยู่ที่นิคมอุตสาหกรรมสมุทรสาคร	-	67,316,266	เป็นเจ้าของ	-ไม่มี-	ประกอบด้วยอาคาร 3 หลัง คือ อาคารผลิตและคลังจัดเก็บสินค้าคอมพิวเตอร์ และแลคเกอร์ และโรงอาหารสำหรับพนักงาน
	2. อาคารโรงงานตั้งอยู่ที่นิคมอุตสาหกรรมบางปู	750 ตร.ม.	1,299,000	เช่าช่วง	-ไม่มี-	เพื่อใช้เป็นโรงงานผลิต
มูลค่าทรัพย์สินรวมทั้งสิ้น			144,630,016			

หมายเหตุ \*\*\* สัญญาเช่าอาคารสำนักงานใหญ่ เป็นสัญญาเช่าจากการดำเนินงาน บริษัทจึงไม่ได้บันทึกอาคารสำนักงานเป็นสินทรัพย์ แต่บันทึกเป็นค่าเช่าจ่ายของบริษัท

บริษัทได้ทำสัญญาเช่าพื้นที่สำนักงานกับบุคคลภายนอก สำหรับใช้เป็นสำนักงานบริษัท อาคารตั้งอยู่ที่ 807/1 ชั้นที่ 6 ถนนพระราม 3 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120 เป็นอาคารสำนักงานสูง 7 ชั้น

สัญญาเช่าพื้นที่สำนักงาน – สำนักงาน

คู่สัญญา	ผู้เช่า : บริษัท ยูบิส (เอเซีย) จำกัด (มหาชน) ผู้ให้เช่า : บริษัท พระรามสาม ครีเอชั่น จำกัด
อายุของสัญญา	3 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2562 ถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2565 ผู้ให้เช่าให้สิทธิผู้เช่าเป็นลำดับแรกในการต่อสัญญาเช่า โดยกำหนดระยะเวลาเช่าคราวละ 3 ปี และได้ต่อสัญญาฉบับใหม่หลังจากหมดสัญญาเมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2562
ค่าเช่า	ผู้เช่าตกลงชำระเงินค่าเช่าเป็นรายเดือนตลอดอายุสัญญาเช่า ในอัตราค่าเช่าเดือนละ 76,000 บาท และค่าบริการเดือนละ 22,000 บาท

และบริษัทได้ทำสัญญาเช่าช่วงอาคารโรงงานละสำนักงานกับ บริษัท โกลเด็น แอร์โร โค้ทติ้ง จำกัด สำหรับใช้เป็นสำนักงาน โรงงานผลิต อาคารตั้งอยู่ที่ 586 หมู่ที่ 4 ซอย 13บี ถนนสุขุมวิท กม.37 ตำบลแพรกษา อำเภอมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ 10280

#### สัญญาเช่าช่วงพื้นที่ – สำนักงานและโรงงาน

คู่สัญญา	ผู้เช่า : บริษัท ยูบิส (เอเชีย) จำกัด (มหาชน) ผู้ให้เช่า : บริษัท โกลเด็น แอร์โร โค้ทติ้ง จำกัด
อายุของสัญญา	2 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2562 ถึงวันที่ 31 กรกฎาคม 2564 ผู้ให้เช่าให้สิทธิผู้เช่าเป็นลำดับแรกในการต่อสัญญาเช่า โดยกำหนดระยะเวลาเช่าคราวละ 2 ปี
ค่าเช่า	ผู้เช่าตกลงชำระเงินค่าเช่าเป็นรายเดือนตลอดอายุสัญญาเช่าช่วง ในอัตราค่าเช่าเดือนละ 142,500 บาท โดยแบ่งเป็น อาคารโรงงานพื้นที่ 750 ตร.ม. ค่าเช่า ตร.ม.ละ 150 บาทต่อเดือน อาคารสำนักงานชั้นที่ 1 พื้นที่ 200 ตร.ม. ค่าเช่า ตร.ม.ละ 150 บาทต่อเดือน

#### 4.1.2 ทรัพย์สินถาวรอื่น ๆ

ประเภท	มูลค่าตามบัญชี (บาท)	ลักษณะ กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน	วัตถุประสงค์ การใช้งาน
เครื่องจักรและอุปกรณ์	27,214,385	เป็นเจ้าของ	-ไม่มี-	ใช้สนับสนุนการดำเนินงาน
เครื่องจักรและอุปกรณ์ระหว่างติดตั้ง	48,598,674	เป็นเจ้าของ	-ไม่มี-	ใช้สนับสนุนการดำเนินงาน
เครื่องตกแต่งติดตั้งและเครื่องใช้สำนักงาน	7,485,107	เป็นเจ้าของ	-ไม่มี-	ใช้สนับสนุนการดำเนินงาน
ยานพาหนะ	2,963,521	เป็นเจ้าของ	-ไม่มี-	ใช้สนับสนุนการดำเนินงาน

#### 4.1.3 เครื่องหมายการค้า

กรมทรัพย์สินทางปัญญาได้รับจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า “UBIS” เมื่อวันที่ 22 กันยายน 2542 โดยเครื่องหมายการค้าดังกล่าวมีอายุได้คราวละ 10 ปี บริษัทได้ดำเนินการต่ออายุ ณ วันที่ 17 มีนาคม 2559 ส่งผลให้เครื่องหมายการค้าจะมีอายุสิ้นสุด ณ วันที่ 21 กันยายน 2562 ทั้งนี้ทางบริษัทฯ อยู่ในระหว่างดำเนินการต่ออายุเครื่องหมายการค้า

#### 4.1.4 สัญญาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

##### 4.1.4.1 สัญญาเช่าพื้นที่โรงงาน

คู่สัญญา	ผู้ให้เช่า : บริษัท ยูบิส (เอเชีย) จำกัด (มหาชน) ผู้เช่า : บริษัท ยูบิส พรีเมเทค จำกัด (บริษัทย่อย)
สถานที่เช่า	1/83 หมู่ที่ 2 ตำบลท่าทราย อำเภอมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร
ขนาดพื้นที่	2,010 ตารางเมตร เพื่อเป็นส่วนการผลิต โกดังเก็บสินค้า ห้องทดลอง และติดตั้งถังเก็บสินค้า
อายุของสัญญา	3 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2560 ถึง วันที่ 30 กันยายน 2563
ค่าเช่า	ผู้เช่าตกลงชำระเงินค่าเช่าสำหรับเช่าทรัพย์สินที่เช่าให้แก่ผู้ให้เช่าเป็นรายเดือนตลอดอายุการเช่า ภายในวันที่ 5 ของแต่ละเดือน ในอัตราค่าเช่าทั้งสิ้น เดือนละ 104,600 บาท (หนึ่งแสนสี่พันหกร้อย บาทถ้วน)

#### 4.1.4.2 สัญญาให้บริการบุคลากร

คู่สัญญา	ผู้ให้เช่า : บริษัท ยูนิส (เอเชีย) จำกัด (มหาชน) ผู้เช่า : บริษัท ยูนิส พรีเมเทค จำกัด (บริษัทย่อย)
สถานที่ให้บริการ	สำนักงานใหญ่ : 807/1 ชั้นที่ 6 ถนนพระราม 3 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพฯ โรงงาน : 1/83 หมู่ที่ 2 ตำบลท่าทราย อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร
ประเภทบริการ	เพื่อการดำเนินงานทางธุรกิจให้กับผู้ใช้บริการโดยบุคลากรของผู้ให้บริการ
อายุของสัญญา	3 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2560 ถึง วันที่ 30 กันยายน 2563
ค่าเช่า	ผู้ใช้บริการชำระค่าบริการให้แก่ผู้ให้บริการเป็นรายเดือนตลอดอายุสัญญา ภายในวันที่ 5 ของแต่ละเดือน ในอัตราค่าบริการทั้งสิ้น เดือนละ 750,000 บาท (เจ็ดแสนห้าหมื่นบาทถ้วน)

#### 4.1.4.3 สัญญาให้บริการโรงงาน

คู่สัญญา	ผู้ให้เช่า : บริษัท ยูนิส (เอเชีย) จำกัด (มหาชน) ผู้เช่า : บริษัท ยูนิส พรีเมเทค จำกัด (บริษัทย่อย)
สถานที่เช่า	1/83 หมู่ที่ 2 ตำบลท่าทราย อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร
ประเภทบริการ	เพื่อการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ ในส่วนพื้นที่ส่วนกลางและบริการส่วนกลางอื่นๆ ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา ค่ายามรักษาการณ์
อายุของสัญญา	3 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2560 ถึง วันที่ 30 กันยายน 2563
ค่าเช่า	ผู้ใช้บริการชำระค่าบริการให้แก่ผู้ให้บริการเป็นรายเดือนตลอดอายุสัญญา ภายในวันที่ 20 ของแต่ละเดือน ในอัตราค่าบริการทั้งสิ้น เดือนละ 208,500 บาท (สองแสนแปดพันห้าร้อยบาทถ้วน)

#### 4.1.4.4 สัญญาตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ยูนิส พรีเมเทค จำกัด

คู่สัญญา	ผู้รับสิทธิ : บริษัท ยูนิส (เอเชีย) จำกัด (มหาชน) ผู้ให้สิทธิ : บริษัท ยูนิส พรีเมเทค จำกัด
ลักษณะของสัญญา	สัญญาแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ยูนิส พรีเมเทค จำกัด แต่เพียงผู้เดียว
อายุของสัญญา	3 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2560 ถึง วันที่ 31 ธันวาคม 2562
ผลิตภัณฑ์ตามสัญญา	ผลิตภัณฑ์คอมปาวด์ (Compound)
คำตอบแทน	บริษัทได้รับคำตอบแทนเป็นคำสินค้า ตามที่คู่สัญญากำหนดไว้เป็นคราวๆ อันปรากฏไว้ในเอกสาร ใบเสนอราคา หรือใบส่งสินค้า แล้วแต่กรณี

#### 4.1.4.5 สัญญาตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของ Quaker Chemical

คู่สัญญา	ผู้รับสิทธิ : บริษัท ยูนิส (เอเชีย) จำกัด (มหาชน) ผู้ให้สิทธิ : Quaker Chemical Limited ("Quaker")
ลักษณะของสัญญา	สัญญาแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตามสัญญาของ Quaker Chemical ในประเทศไทย แต่เพียงผู้เดียว
อายุของสัญญา	สัญญาดังกล่าวเป็นลักษณะปีต่อปี โดยจะมีการต่อสัญญาโดยอัตโนมัติทุกปี (บริษัทได้เป็นตัวแทนมาแล้วมากกว่า 10 ปี)
ผลิตภัณฑ์ตามสัญญา	Can Lubricants & Can Cleaners
คำตอบแทน	บริษัทได้รับคำตอบแทนคิดเป็นร้อยละของยอดขายสุทธิสำหรับผลิตภัณฑ์ตามสัญญา

## 4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย

นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยเพื่อการขยายธุรกิจหลักของบริษัท โดยมีการดำเนินการในแต่ละช่วงเวลา ดังนี้

(1) ปี 2549 บริษัทลงทุนในบริษัท ไวต้า อินเตอร์เนชั่นแนล เทคดิง (กว่างโจว) จำกัด จำนวนเงิน 17 ล้านบาท โดย บริษัท ไวต้า มีทุนจดทะเบียน 750,000 เหรียญสหรัฐ เพื่อทำการจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทในตลาดประเทศจีน และปี 2553 บริษัทลงทุนเพิ่มอีก 21 ล้านบาท คิดเป็น 650,000 เหรียญสหรัฐ เนื่องจากบริษัท ไวต้า ได้ทำการเพิ่มทุนเป็น 1,400,000 เหรียญสหรัฐ

(2) เดือนพฤษภาคม ปี 2555 บริษัทลงทุนใน บริษัท ยูนิส พรีเมียม จำกัด จำนวนเงิน 160 ล้านบาท โดยบริษัท ยูนิส พรีเมียม จำกัด มีทุนจดทะเบียน 160 ล้านบาท เพื่อรองรับการได้รับสิทธิประโยชน์จาก คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน บีโอไอ สำหรับการผลิตสินค้าในกลุ่มผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับยางธรรมชาติ

(3) เดือนพฤษภาคม ปี 2558 บริษัทลงทุนใน บริษัท แฟมิลี คอร์ปอเรชั่น จำกัด จำนวนเงิน 280 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 ของทุนจดทะเบียน 100 ล้านบาท เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้จากผลตอบแทนจากการลงทุนในบริษัทร่วมของบริษัท ต่อมาในเดือน กุมภาพันธ์ ปี 2559 บริษัท แฟมิลี ได้เพิ่มทุนจาก 100 ล้านบาท เป็น 200 ล้านบาท และเพื่อรักษาสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 40 ของทุนจดทะเบียน บริษัทจึงได้ลงทุนในบริษัทร่วมเพิ่มเป็นจำนวนเงิน 40 ล้านบาท จึงคิดเป็นมูลค่ารวมในการถือครองหุ้นสามัญในบริษัทร่วมทั้งสิ้น 320 ล้านบาท ต่อมาเมื่อวันที่ 21 มีนาคม 2560 บริษัทและผู้ขายลงนามในบันทึกข้อตกลงการเป็นพันธมิตรของสัญญาและกลับสู่สภาพเดิม ปัจจุบันเรื่องดังกล่าวยังอยู่ในขั้นตอนการดำเนินคดีทางกฎหมาย

บริษัทไม่ได้กำหนดนโยบายการลงทุนที่เป็นการเฉพาะเจาะจงในธุรกิจใด เพื่อเปิดโอกาสให้บริษัทสามารถสรรหาการลงทุนในธุรกิจใหม่ๆที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลักในปัจจุบัน บริษัทจึงพร้อมที่จะความร่วมมือกับพันธมิตรใหม่เพื่อดำเนินธุรกิจที่จัดตั้งขึ้นใหม่ โดยไม่ปิดกั้นการเติบโตในศักยภาพของบริษัท

## 4.3 การเปิดเผยราคาประเมิน

-ไม่มี-

## 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

### 5.1 ลูกหนี้จากสัญญาที่เป็นโมฆะและคดีความฟ้องร้องตามกฎหมาย

เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2558 บริษัทซื้อหุ้นสามัญของบริษัท แฟมิลี คอร์ปอเรชั่น จำกัด จำนวน 400,000 หุ้น จากบริษัท อาร์เอฟ วิชั่น จำกัด ("ผู้ขาย") ตามสัญญาซื้อขายหุ้นลงวันที่ 5 มิถุนายน พ.ศ. 2558 รวมเป็นจำนวนเงิน 280 ล้านบาท บริษัทจัดประเภทเงินลงทุนดังกล่าวเป็นเงินลงทุนในบริษัทร่วมด้วยสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 40 ในงบการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 ตามที่รายงานไว้เดิม

เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2559 บริษัท แฟมิลี คอร์ปอเรชั่น จำกัด ออกหุ้นสามัญเพิ่มขึ้น บริษัทซื้อหุ้นสามัญที่เพิ่มขึ้นจำนวน 400,000 หุ้น เป็นจำนวนเงิน 40 ล้านบาท เพื่อดำรงสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 40 เท่าเดิม

ต่อมาภายหลัง เมื่อวันที่ 15 มีนาคม พ.ศ. 2560 คณะกรรมการของบริษัทมีมติอนุมัติให้ยกเลิกสัญญาซื้อขายหุ้นสามัญของบริษัท แฟมิลี คอร์ปอเรชั่น จำกัด โดยอ้างอิงสิทธิ์ตามเงื่อนไขข้อ 11 "การยกเลิกสัญญา" ที่ระบุไว้ในสัญญาซื้อขายหุ้นดังกล่าว เนื่องจากทางผู้ขายได้ให้ข้อมูลทางการเงินของบริษัท แฟมิลี คอร์ปอเรชั่น จำกัด ไม่ถูกต้องอย่างมีนัยสำคัญ ก่อนที่จะตัดสินใจลงทุนในปี พ.ศ. 2558 ซึ่งทำให้บริษัทสำคัญผิดในสาระสำคัญของการลงทุน ที่ปรึกษาทางกฎหมายของบริษัทได้พิจารณาตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์แล้วเห็นว่า การลงทุนใน บริษัท แฟมิลี คอร์ปอเรชั่น จำกัด ถือเป็นโมฆะ โดยมีผลย้อนหลังตั้งแต่การลงทุนครั้งแรกจำนวน 280 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2558 และการลงทุนในหุ้นเพิ่มทุนจำนวน 40 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2559 ด้วย

เมื่อวันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2560 บริษัทและผู้ขายลงนามในบันทึกข้อตกลงการเป็นโมฆะของสัญญาและกลับคืนสู่สภาพเดิม โดยให้บริษัทโอนคืนหุ้นสามัญของบริษัท แฟมิลี คอร์ปอเรชั่น จำกัด จากการลงทุนครั้งแรกจำนวน 400,000 หุ้น และการลงทุนในหุ้นเพิ่มทุนจำนวน 400,000 หุ้น รวมจำนวนทั้งสิ้น 800,000 หุ้น ให้ผู้ขายทันทีที่ได้รับการชำระหนี้ครบทั้งจำนวน 320 ล้านบาท โดยบริษัทตกลงยินยอมให้ผู้ขายผ่อนชำระหนี้ดังกล่าวเป็น 12 งวดเดือน โดยเริ่มงวดที่ 1 ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2560 จ่ายเดือนละงวด จนกระทั่งสิ้นสุดงวดที่ 12 ณ เดือนพฤษภาคม 2561 โดยมีหลักประกันในการชำระหนี้ดังกล่าว ประกอบด้วย

- 1) หุ้นสามัญของบริษัท แฟมิลี คอร์ปอเรชั่น จำกัด จำนวน 800,000 หุ้น ที่จะโอนคืนให้แก่ผู้ขายเมื่อได้รับการชำระหนี้ครบถ้วน
- 2) สัญญาค้ำประกันส่วนบุคคลจากอดีตประธานผู้บริหารของบริษัท แฟมิลี คอร์ปอเรชั่น จำกัด

ผลจากสัญญาที่เป็นโมฆะดังกล่าว บริษัทได้ปรับปรุงผลกำไรที่บันทึกตามวิธีส่วนได้เสียที่เคยบันทึกไว้ในอดีตออกทั้งหมด และบันทึกให้ผู้ขายเป็นลูกหนี้จากสัญญาที่เป็นโมฆะตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558

ในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2560 ซึ่งเป็นกำหนดการชำระเงินงวดแรกของลูกหนี้จากสัญญาที่เป็นโมฆะได้ปรากฏข้อเท็จจริงว่า ลูกหนี้ได้จ่ายชำระเงินงวดเป็นเช็คลงวันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2560 ต่อมาปรากฏว่าเช็คดังกล่าวไม่สามารถขึ้นเงินกับธนาคารได้ ฝ่ายบริหารได้ติดตามทวงถามไปยังลูกหนี้และผู้ค้ำประกันหลายครั้ง ซึ่งได้รับคำยืนยันว่าจะรีบดำเนินการแก้ไขกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นโดยเร็ว แต่ปรากฏว่าเช็คดังกล่าวที่ 1 ที่ได้รับในขณะนั้นก็ยังไม่สามารถขึ้นเงินกับธนาคารได้อีก และบริษัทก็ยังไม่ได้รับชำระเงินงวดที่ 2 ฝ่ายบริหารได้ใช้ความพยายามอย่างถึงที่สุดในการติดตามทวงถามการชำระหนี้ดังกล่าวจากทั้งตัวลูกหนี้เองและผู้ค้ำประกันซึ่งก็ไม่ปรากฏถึงความคืบหน้า ดังนั้นฝ่ายบริหารจึงประเมินว่าสถานการณ์ในการชำระหนี้ซึ่งรวมถึงความตั้งใจและความสามารถในการจ่ายชำระหนี้ของลูกหนี้และผู้ค้ำประกันดังกล่าวในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมีสาระสำคัญจากที่ได้เคยประเมินไว้ จึงได้ตัดสินใจตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญเต็มจำนวนโดยใช้หลักความระมัดระวังในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2560 และคณะกรรมการบริษัทได้มีมติเมื่อวันที่ 11 สิงหาคม พ.ศ. 2560 ให้ดำเนินการทางกฎหมายเพื่อเรียกชำระหนี้เต็มจำนวนพร้อมค่าเสียหายจากลูกหนี้และผู้ค้ำประกันโดยเร็ว

เมื่อสิงหาคม ปี พ.ศ. 2560 จนกระทั่งเดือน มิถุนายน ปี พ.ศ. 2561 บริษัท ("โจทก์") ได้มอบหมายให้ทนายความทำหน้าที่สืบปากกล่าวทวงถามให้ชำระหนี้และหนังสือแจ้งการผิดนัดชำระหนี้ไปยังลูกหนี้ ("จำเลยที่ 1") และทำหนังสือบอกกล่าวทวงถามให้ชำระหนี้ไปยังผู้ค้ำประกัน ("จำเลยที่ 2") โดยจำเลยทั้งสองได้รับหนังสือดังกล่าวแล้วแต่ยังคงเพิกเฉย การกระทำของจำเลยที่ 1 จึงถือเป็นการผิดสัญญาบันทึกข้อตกลงการเป็นโมฆะของสัญญาและกลับคืนสู่สภาพเดิม และจำเลยที่ 2 จึงต้องรับผิดชอบร่วมกับจำเลยที่ 1

ในปี พ.ศ. 2560 ถึงปี พ.ศ. 2561 บริษัท ("โจทก์") ได้มอบหมายให้ทนายความยื่นคำฟ้องจำเลย ในข้อหาผิดสัญญาและค้ำประกันและเรียกร้องค่าเสียหายคดีที่ 1 (สำหรับการผิดนัดชำระงวดที่ 1-3) คดีที่ 2 (สำหรับการผิดนัดชำระงวดที่ 4-7) และคดีที่ 3 (สำหรับการผิดนัดชำระ

งวดที่ 8-12) ตามลำดับ รวมเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 320 ล้านบาท และดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปีของเงินต้นนับถัดจากวันฟ้องร้องเป็นต้นไปจนกว่าจะชำระหนี้ทั้งจำนวนให้แก่โจทก์

เมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน พ.ศ. 2561 บริษัทได้มอบหมายให้ทนายความดำเนินการตามคำสั่งศาลเพื่อรวมการพิจารณาคดีที่มีจำเลยคนเดียวกันเข้าด้วยกัน อย่างไรก็ตาม ณ ปัจจุบัน คดีฟ้องร้องดังกล่าวอยู่ระหว่างพิจารณาคดีของศาลแพ่ง ซึ่งจะมีการนัดสืบพยานครั้งแรกในวันที่ 12 กันยายน พ.ศ. 2562 ซึ่งศาลแพ่งได้เลื่อนนัดสืบพยานเนื่องจากมีความเป็นไปได้ที่จะมีผู้สนใจซื้อหุ้นพิพาททั้งหมด โดยศาลแพ่งนัดพร้อมอีกครั้งในวันที่ 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2562 เพื่อรับฟังความคืบหน้าในเรื่องดังกล่าว

เมื่อวันที่ 3 ธันวาคม พ.ศ. 2562 ศาลได้มีการสืบพยานของทั้งทางโจทก์และจำเลย และในวันที่ 3 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 ศาลแพ่งได้มีคำพิพากษายกฟ้อง อย่างไรก็ตามบริษัทอยู่ในระหว่างการพิจารณาใช้สิทธิอุทธรณ์ตามเวลาที่กฎหมายกำหนดต่อไป

## 5.2 ข้อพิพาทด้านแรงงานและคดีที่ถูกฟ้องร้องด้านแรงงาน

- ไม่มี -



## 6. ข้อมูลทั่วไป และข้อมูลสำคัญอื่น

### 6.1 ข้อมูลบริษัท

ชื่อ	บริษัท ยูบิส (เอเชีย) จำกัด (มหาชน)
ประเภทธุรกิจ	ผลิตและจำหน่ายแลคเกอร์เคลือบกระป๋องและยางยานวฬากระป๋องให้กับผู้ผลิตกระป๋องโลหะทั้งในประเทศและต่างประเทศ
เลขทะเบียนบริษัท	0107547000826
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	807/1 ชั้นที่ 6 ถนนพระราม 3 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120 โทรศัพท์ 02-683 0008 โทรสาร 02-294 2013
ที่ตั้งโรงงาน 1	นิคมอุตสาหกรรมสมุทรสาคร 1/83, 1/84 หมู่ที่ 2 ตำบลท่าทราย อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร โทรศัพท์ 034-446 516 โทรสาร 034-446518
ที่ตั้งโรงงาน 2	นิคมอุตสาหกรรมบางปู 586 หมู่ที่ 4 ซอย 13บี ถนนสุขุมวิท กม.37 ต.แพรกษา อ.เมืองสมุทรปราการ จ.สมุทรปราการ โทรศัพท์ 02-683 0008 โทรสาร 02-323 0773
เว็บไซต์	<a href="http://www.ubisasia.com">www.ubisasia.com</a>
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	นายณวรรธน์ ตรียพงศ์พัฒนา โทรศัพท์ 02-683 0008 โทรสาร 02-294 2013 Email: <a href="mailto:nawat@ubisasia.com">nawat@ubisasia.com</a>

### 6.2 ข้อมูลบริษัทย่อย

ชื่อบริษัทย่อย 1	บริษัท ยูบิส พรีเมาเทค จำกัด
ประเภทธุรกิจ	ผลิตและจำหน่ายยางยานวฬากระป๋องให้กับผู้ผลิตกระป๋องโลหะทั้งในประเทศและต่างประเทศ
เลขทะเบียนบริษัท	0105555077962
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	807/1 ชั้นที่ 6 ถนนพระราม 3 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120 โทรศัพท์ 02-683 0008 โทรสาร 02-294 2013
ที่ตั้งโรงงาน	นิคมอุตสาหกรรมสมุทรสาคร 1/83 หมู่ที่ 2 ตำบลท่าทราย อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร โทรศัพท์ 034-446 516 โทรสาร 034-446518
ทุนจดทะเบียน	160,000,000 บาท (หุ้นสามัญ 16,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท)
ทุนเรียกชำระ	160,000,000 บาท (หุ้นสามัญ 16,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นที่เรียกเก็บหุ้นละ 10 บาท)

สัดส่วนการลงทุน	ร้อยละ 99.99
ปีที่ก่อตั้ง	30 พฤษภาคม 2555
ชื่อบริษัทย่อย 2	บริษัท ไวต้า อินเตอร์เนชั่นแนล (กว่างโจว) จำกัด (ตั้งอยู่ที่ประเทศจีน, จังหวัดกว่างโจว)
ประเภทธุรกิจ	นำเข้าและจำหน่ายแลคเกอร์เคลือบกระป๋องและยางยานวฬากระป๋องให้กับผู้ผลิตกระป๋องโลหะในประเทศจีน
เลขทะเบียนบริษัท	440101400001952
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	ห้อง 806, เลขที่ 836 อาคารตงจุ่งพลาล่า ถนนตงเฟ่งตะวันออก เขตเยี่ยชีว เมืองกว่างโจว มณฑลกว่างตง รหัสไปรษณีย์ 510060 สาธารณรัฐประชาชนจีน โทรศัพท์ (8620) 87006481-2 โทรสาร (8620) 87006484
ทุนจดทะเบียนและเรียกชำระ	1.40 ล้านเหรียญสหรัฐ (หรือประมาณ 38.03 ล้านบาท)
สัดส่วนการลงทุน	ร้อยละ 100

### 6.3 ข้อมูลบุคคลอ้างอิง

ผู้สอบบัญชี	นายไพบูล ดันกุล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขทะเบียน 4298 บริษัท ไพรัชวอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส เอพีเอส จำกัด ชั้น15 อาคารบางกอกซีทีทาวเวอร์ เลขที่ 179/74-80 ถนนสารใต้ กรุงเทพฯ 10120 โทรศัพท์ 02-844 1000 โทรสาร 02-286 5050
ที่ปรึกษากฎหมาย	-ไม่มี-
ที่ปรึกษาทางการเงิน	-ไม่มี-
นายทะเบียน	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด 93 ชั้น 14 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์ 02-009 9000 โทรสาร 02-009 9992
ข้อมูลสำคัญอื่น	-ไม่มี-