

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 ภาพรวมการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท

บริษัท ทีพีบีไอ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “TPBI”) และบริษัทย่อย (รวมเรียกว่า “กลุ่มบริษัท” หรือ “กลุ่ม TPBI”) เป็นผู้ประกอบการอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบวงจร (Total Solution Provider) โดยมีบริการครอบคลุมตั้งแต่ การออกแบบผลิตภัณฑ์และพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ (Product Design and Formula Development) การผลิตและจัดหาผลิตภัณฑ์ (Manufacturing and Procurement) และการทดสอบวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ (Raw Material and Product Testing) โดยมีวิสัยทัศน์ว่า “มุ่งสู่การเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ และร่วมเติบโตไปกับลูกค้า คู่ค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น และสังคม อย่างยั่งยืน”

ความสามารถในการตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบวงจร ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพได้มาตรฐานระดับสากล กำลังการผลิตขนาดใหญ่กว่า 64,000 ตันต่อปี ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ยาวนานกว่า 30 ปี ตลอดจนความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าและคู่ค้า ทำให้กลุ่มบริษัทมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นหนึ่งในผู้นำผู้ประกอบการอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทถุงพลาสติกของโลก

สินค้าหลักของกลุ่ม TPBI ได้แก่ ถุงพลาสติกหิ้วที่ผู้ประกอบการใช้สำหรับบรรจุสินค้าต่างๆ ให้แก่ลูกค้าที่มาจับจ่ายใช้สอยในโมเดิร์นเทรดหรือซูเปอร์มาร์เก็ตของตน ถุงขยะที่ผู้บริโภคซื้อจากโมเดิร์นเทรดหรือซูเปอร์มาร์เก็ตเพื่อนำไปใช้ตามครัวเรือน ฟิล์มประเภท Multilayer Blown Film ที่ใช้เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมต่อเนื่อง และบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนสำหรับสินค้าบริโภคและอุปโภค (Flexible Packaging) ที่ผู้ผลิตสินค้าใช้เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค ของตนที่จำหน่ายให้แก่ผู้บริโภค เช่น อาหารสำเร็จรูป และอาหารแช่แข็ง เป็นต้น โดยสินค้าหลักของกลุ่ม TPBI ที่กล่าวมาแล้วแต่เป็นสินค้าที่อยู่ในความต้องการของตลาด เนื่องจากเป็นสินค้าที่สอดคล้องกับกระแสและรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในยุคสมัยปัจจุบันที่มีชีวิตที่เร่งรีบและใช้ชีวิตอยู่นอกบ้านมากขึ้น นอกเหนือจากสินค้าหลักที่กล่าวมา กลุ่ม TPBI ยังมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ชนิดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดที่ให้ความสำคัญกับเรื่องของผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติโดยการฝังกลบ ซึ่งมีทั้งชนิดที่ผลิตจากผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม (Petroleum-Based Biodegradable Plastic) และชนิดที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ (Bio-Based Biodegradable Plastic)

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

กลุ่มบริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐานระดับสากล โดยเน้นการบริการที่ดี สามารถตอบสนองคำสั่งซื้อได้อย่างต่อเนื่อง และส่งสินค้าตรงตามเวลา รวมทั้งให้ความสำคัญกับการรักษาความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นและไว้วางใจ อีกทั้ง ด้วยความรู้ ความเชี่ยวชาญทั้งในด้านวิศวกรรมการผลิต และประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจมายาวนานกว่า 30 ปี กลุ่มบริษัทเชื่อมั่นว่าจะสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ เครื่องจักร และเทคโนโลยีการผลิต ได้ทันต่วงทันกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้า โดยสามารถแบ่งเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจในด้านต่างๆ ได้ ดังนี้

- ด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ กลุ่มบริษัทมีเป้าหมายที่จะให้บริการรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายมากขึ้น โดยจะมุ่งเน้นการพัฒนาและเพิ่มการขายผลิตภัณฑ์เพิ่มมูลค่า (Value-Added Products) การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับลูกค้าใหม่ในอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น อุตสาหกรรมอาหาร รวมถึงผลิตภัณฑ์ตามแนวโน้มของตลาดที่นิยมให้มีการใช้วัตถุดิบรีไซเคิล และการใช้วัตถุดิบที่ย่อยสลายได้ตามธรรมชาติในการผลิต เพื่อให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น
- ด้านการขายตลาดการส่งออก กลุ่มบริษัทมีเป้าหมายที่จะขยายตลาดการส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียนและแอฟริกาเหนือจากประเทศส่งออกหลักในปัจจุบัน ซึ่งได้แก่ ออสเตรเลีย สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น นิวซีแลนด์ ฝรั่งเศส และอื่นๆ
- ด้านการบริหารจัดการภายในโรงงาน กลุ่มบริษัทมีเป้าหมายที่จะปรับปรุงและพัฒนาการบริหารจัดการภายในโรงงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อประสิทธิภาพสูงสุดในการผลิต โดยมุ่งหวังให้มีต้นทุนการผลิตต่อหน่วยในอัตราที่ต่ำลง ลดการพึ่งพิงแรงงานจากคนอย่างมีนัยสำคัญ และลดการสูญเสียระหว่างผลิต ซึ่งเป้าหมายในการพัฒนาการบริหารจัดการภายในโรงงานรวมถึงการพัฒนาหน่วยงานด้านการวิจัยและพัฒนา และหน่วยงานสนับสนุนด้านเทคนิคการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ด้วยแนวโน้มอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ของประเทศและของโลกที่ยังมีโอกาสดิบโตได้อีกมากในอนาคต ดังนั้นกลุ่มบริษัทจึงมุ่งมั่นที่จะขยายธุรกิจทั้งในกลุ่มผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ที่กลุ่มบริษัททำตลาดอยู่แล้ว และในกลุ่มผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ประเภทอื่นๆ โดยอาจเป็นรูปแบบของการลงทุนขยายกิจการ การหาพันธมิตรทางธุรกิจ การร่วมลงทุนกับพันธมิตรทางธุรกิจ และ/หรือการควบรวมกิจการ โดยในการขยายธุรกิจดังกล่าว กลุ่มบริษัทจะพิจารณาและศึกษาความเป็นไปได้ของแต่ละโครงการอย่างละเอียดรอบคอบ ทั้งนี้เพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้นและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

1.2 การเปลี่ยนแปลงและแผนการที่สำคัญของบริษัท

บริษัท ทีพีบีไอ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “TPBI”) (เดิมชื่อ บริษัท อุตสาหกรรมถุงพลาสติกไทย จำกัด) จดทะเบียนจัดตั้งเมื่อวันที่ 11 กันยายน 2530 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 25.00 ล้านบาท มีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบธุรกิจการผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติก และบรรจุภัณฑ์ประเภทอื่นๆ โดยความเป็นมาและแผนการที่สำคัญของกลุ่มบริษัทสามารถสรุปได้ดังนี้

เดือน-ปี

เหตุการณ์

- | | |
|--------------|---|
| กรกฎาคม 2524 | : จดทะเบียนจัดตั้ง ห้างหุ้นส่วนจำกัด ทองเทียนพลาสติก เมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม 2524 ด้วยทุนจดทะเบียน 0.10 ล้านบาท เพื่อประกอบกิจการผลิตเม็ดพลาสติกกรีไซเคิลขายให้แก่โรงงานผลิตถุงพลาสติกในประเทศไทย |
| เมษายน 2526 | : จดทะเบียนจัดตั้ง บริษัท ทองสินเอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด เมื่อวันที่ 28 เมษายน 2526 ด้วยทุนจดทะเบียน 20.66 ล้านบาท เพื่อประกอบกิจการผลิตและจำหน่ายถุงพลาสติกเพื่อการส่งออก |
| กันยายน 2530 | : จดทะเบียนจัดตั้ง บริษัท อุตสาหกรรมถุงพลาสติกไทย จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 25.00 ล้านบาท โดยสร้างโรงงานสามพราน ตั้งอยู่ที่ 42/174 หมู่ที่ 5 ซอยศรีเสถียรนิเวศน์ ถนนเพชรเกษม ตำบลไร่ขิง อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม 73210 |

เดือน-ปี

เหตุการณ์

- กันยายน 2532 : จดทะเบียนจัดตั้ง บริษัท วินเนอร์สแพ็ค จำกัด เมื่อวันที่ 21 กันยายน 2532 ด้วยทุนจดทะเบียน 20.00 ล้านบาท เพื่อประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายถุงพลาสติกและถุงขยะ
- ตุลาคม 2535 : จดทะเบียนจัดตั้ง บริษัท ไทยโมเดอร์นแพค (1992) จำกัด เมื่อวันที่ 6 ตุลาคม 2535 ด้วยทุนจดทะเบียน 2.00 ล้านบาท เพื่อประกอบกิจการผลิตบล็อกพิมพ์
- มิถุนายน 2536 : หลังจากย้ายเครื่องจักรทั้งหมดของห้างหุ้นส่วนจำกัด ทองเทียนพลาสติก ไปไว้ที่ บริษัท อุตสาหกรรมถุงพลาสติกไทย จำกัด จึงได้จดทะเบียนเลิก ห้างหุ้นส่วนจำกัด ทองเทียนพลาสติก เมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2536
- ตุลาคม 2536 : บริษัท ไทยโมเดอร์นแพค (1992) จำกัด เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 2.00 ล้านบาท เป็น 3.50 ล้านบาท
- ธันวาคม 2537 : ร่วมทุนกับ บริษัท มารูเบนิคอร์เปอเรชั่น จำกัด จดทะเบียนจัดตั้ง บริษัท เอเปคฟิล์ม จำกัด เมื่อวันที่ 29 ธันวาคม 2537 ด้วยทุนจดทะเบียน 50.00 ล้านบาท เพื่อประกอบกิจการผลิตและจำหน่ายถุงพลาสติกเพื่อการส่งออก โดยสร้างโรงงานระยอง ตั้งอยู่ที่ 88/1 หมู่ที่ 5 ตำบลมะขามคู่ อำเภอนิคมน้ำจืด จังหวัดระยอง
- มีนาคม 2542 : บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 25.00 ล้านบาท เป็น 55.00 ล้านบาท
- สิงหาคม 2546 : ควบรวมกิจการ โดยการโอนกิจการ บริษัท วินเนอร์สแพ็ค จำกัด ทั้งหมดให้กับ TPBI และ จดทะเบียนเลิก บริษัท วินเนอร์สแพ็ค จำกัด เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2546
- ตุลาคม 2546 : บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 55.00 ล้านบาท เป็น 80.00 ล้านบาท
- พฤศจิกายน 2547 : บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 80.00 ล้านบาท เป็น 120.00 ล้านบาท
- ธันวาคม 2547 : จดทะเบียนจัดตั้ง บริษัท ทีเอเค แพ็คเกจจิ้ง จำกัด ("TAK") เมื่อวันที่ 27 ธันวาคม 2547 ด้วยทุนจดทะเบียน 10.00 ล้านบาท เพื่อประกอบกิจการผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อน (Flexible Packaging) โดยสร้างโรงงานสามพราน ตั้งอยู่ที่ 42/259 หมู่ที่ 5 ซอยศรีเสถียรนิเวศน์ ถนนเพชรเกษม ตำบลไร่ขิง อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม 73210
- เมษายน 2548 : TAK เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 10.00 ล้านบาท เป็น 30.00 ล้านบาท
- กรกฎาคม 2548 : บริษัท ไทยโมเดอร์นแพค (1992) จำกัด เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 3.50 ล้านบาท เป็น 5.50 ล้านบาท
- สิงหาคม 2548 : บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 120.00 ล้านบาท เป็น 160.00 ล้านบาท
- ตุลาคม 2548 : หลังจากย้ายเครื่องจักรทั้งหมดของ บริษัท ทองสินเอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด ไปไว้ที่ บริษัท อุตสาหกรรมถุงพลาสติกไทย จำกัด จึงได้จดทะเบียนเลิก บริษัท ทองสินเอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด เมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2548

เดือน-ปี
เหตุการณ์

กุมภาพันธ์ 2550	: บริษัท ไทยโมเดิร์นแพค (1992) จำกัด เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 5.50 ล้านบาท เป็น 8.50 ล้านบาท
สิงหาคม 2550	: บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 160.00 ล้านบาท เป็น 230.00 ล้านบาท
มีนาคม 2551	: บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 230.00 ล้านบาท เป็น 234.35 ล้านบาท ควบรวมกิจการโดยการโอนกิจการ บริษัท เอเปคฟิล์ม จำกัด ทั้งหมดให้กับ TPBI และจดทะเบียนเลิก บริษัท เอเปคฟิล์ม จำกัด เมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2551
ธันวาคม 2552	: TAK เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 30.00 ล้านบาท เป็น 44.00 ล้านบาท
ตุลาคม 2553	: TAK เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 44.00 ล้านบาท เป็น 70.00 ล้านบาท
มิถุนายน 2555	: จดทะเบียนจัดตั้ง บริษัท มินิมา (ประเทศไทย) ("Minima") จำกัด เมื่อวันที่ 6 มิถุนายน 2555 ด้วยทุนจดทะเบียน 5.00 ล้านบาท เพื่อประกอบกิจการการขายเม็ดพลาสติกชีวภาพ
สิงหาคม 2555	: จดทะเบียนจัดตั้ง บริษัท ทีเอ็มพี แพ็คเก็จจิ้ง จำกัด ("TMP") เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2555 ด้วยทุนจดทะเบียน 5.00 ล้านบาท เพื่อประกอบกิจการผลิตและจำหน่ายถ้วยกระดาษ
ธันวาคม 2556	: TMP เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 5.00 ล้านบาท เป็น 15.00 ล้านบาท
กรกฎาคม 2557	: ควบรวมกิจการโดยการโอนกิจการ บริษัท ไทยโมเดิร์นแพค (1992) จำกัด ทั้งหมดให้กับ TPBI และจดทะเบียนเลิก บริษัท ไทยโมเดิร์นแพค (1992) จำกัด เมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2557
	: บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 234.35 ล้านบาท เป็น 239.31 ล้านบาท
พฤศจิกายน 2557	: เมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2557 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทมีมติอนุมัติให้ซื้อหุ้นสามัญของ TAK จำนวน 420,000 หุ้น ในราคาหุ้นละ 100 บาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60.00 ของหุ้นที่ออกและเรียกชำระแล้วทั้งหมด และอนุมัติให้ซื้อหุ้นสามัญของ Minima จำนวน 15,000 หุ้น ในราคาหุ้นละ 100 บาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30.00 ของหุ้นที่ออกและเรียกชำระแล้วทั้งหมด
ธันวาคม 2557	: บริษัทเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 239.31 ล้านบาท เป็น 300.00 ล้านบาท
มีนาคม 2558	: เมื่อวันที่ 30 มีนาคม 2558 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัทมีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 300.00 ล้านบาท เป็น 400.00 ล้านบาท พร้อมกับเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้ของหุ้นจากเดิมมูลค่าหุ้นละ 100.00 บาท เป็นมูลค่าหุ้นละ 1.00 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 100.00 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท เพื่อเสนอขายต่อประชาชนเป็นครั้งแรก และนำหุ้นสามัญของบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
เมษายน 2558	: จดทะเบียนจัดตั้ง บริษัท ไทยเยอรมันรีไซเคิลเทคโนโลยี จำกัด ("TGRT") เมื่อวันที่ 7 เมษายน 2558 ด้วยทุนจดทะเบียน 72.00 ล้านบาท และทุนเรียกชำระแล้วเท่ากับ 43.20 ล้านบาท เพื่อ

เดือน-ปี

เหตุการณ์

ประกอบธุรกิจผลิตเม็ดพลาสติกจากเศษพลาสติก โดยผ่านกระบวนการทำความสะอาดและรีไซเคิล

: จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และเปลี่ยนชื่อบริษัทจาก บริษัท อุตสาหกรรม
พลาสติกไทย จำกัด เป็น บริษัท ทีพีไอ จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 28 เมษายน 2558

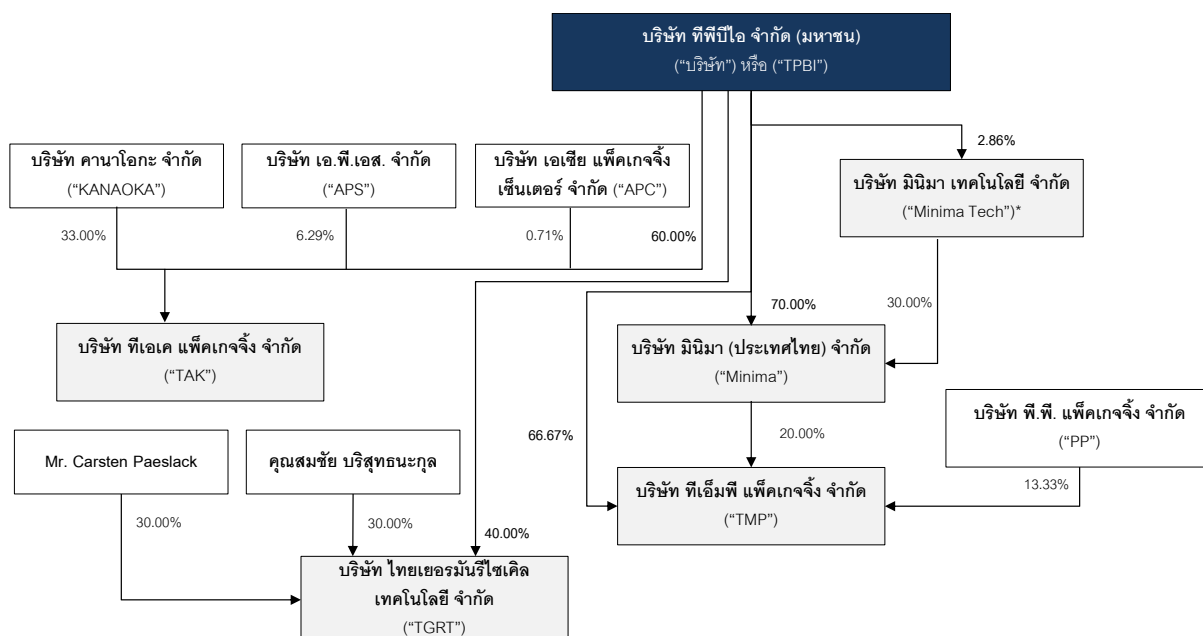
กันยายน 2558 : TGRТ เรียกชำระค่าหุ้นเต็มจำนวนจากผู้ถือหุ้น จึงทำให้ TGRТ มีทุนจดทะเบียนและทุนเรียก
ชำระแล้วเท่ากับ 72.00 ล้านบาท

ธันวาคม 2558 : TGRТ ดำเนินการติดตั้งเครื่องจักรสำหรับกระบวนการผลิตในโรงงานและที่ดินซึ่งเช่าจาก
บริษัท เป็นที่แล้วเสร็จ และอยู่ระหว่างการทดสอบระบบการผลิต ซึ่งคาดว่า TGRТ จะเริ่ม
ดำเนินการเชิงพาณิชย์ได้ภายในไตรมาสที่ 1 ปี 2559

มีนาคม 2559 : เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยเริ่มทำการซื้อขายวันแรกเมื่อวันที่ 24
มีนาคม 2559

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีโครงสร้างการถือหุ้นในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ดังนี้



หมายเหตุ *ผู้ถือหุ้นรายอื่นของ Minima Tech ไม่เป็นบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งกับบริษัท

รายชื่อบริษัท	สัดส่วนที่ บริษัทถือหุ้น	การประกอบธุรกิจ
บริษัท ทีพีบีไอ จำกัด (มหาชน)	-	ผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติก
บริษัท ทีเอเค แพ็คเกจจิ้ง จำกัด	60.00	ผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อน (Flexible Packaging) สำหรับสินค้าบริโภคและอุปโภค โดยมี TPBI เป็นผู้ให้คำปรึกษาในด้านการบริหารและการตลาด
บริษัท ทีเอ็มพี แพ็คเกจจิ้ง จำกัด	80.67	ผลิตและจำหน่ายถ้วยกระดาษ
บริษัท มินิมา (ประเทศไทย) จำกัด	70.00	จำหน่ายเม็ดพลาสติกชีวภาพ
บริษัท มินิมา เทคโนโลยี จำกัด	3.20	เป็นบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย ประกอบธุรกิจผลิตเม็ดพลาสติกชีวภาพ
บริษัท ไทยเยอรมันรีไซเคิล เทคโนโลยี จำกัด	40.00	ผลิตเม็ดพลาสติกจากเศษพลาสติก โดยผ่านกระบวนการทำความสะอาดและรีไซเคิล

**บริษัทถือหุ้นในบริษัท ทีเอ็มพี แพ็คเกจจิ้ง จำกัด ผ่านทางบริษัท มินิมา(ประเทศไทย) จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 14 และถือทางตรงในสัดส่วนร้อยละ 66.67

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้

บริษัทและบริษัทย่อยมีโครงสร้างรายได้ จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย ในปี 2557 – 2559 ดังตารางต่อไปนี้

รายการ	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม					
	2557		2558		2559	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขาย:						
ถุงพลาสติก	3,488.07	72.91	3,268.82	68.02	3,207.51	63.83
ฟิล์ม	399.50	8.35	403.42	8.39	347.04	6.91
บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนสำหรับ สินค้าบริโภคและอุปโภค	452.40	9.46	546.28	11.37	623.27	12.40
รวมรายได้จากการขายบรรจุภัณฑ์ พลาสติก	4,339.97	90.71	4,218.52	87.78	4,177.82	83.14
รายได้จากการขายอื่น ^{1/}	406.23	8.49	550.04	11.45	719.29	14.31
รวมรายได้จากการขาย	4,746.20	99.21	4,768.56	99.23	4,897.11	97.46
กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน	20.05	0.42	16.90	0.35	24.00	0.48
รายได้อื่น ^{2/}	17.94	0.38	20.18	0.42	103.86	2.07
รวมรายได้	4,784.19	100.00	4,805.65	100.00	5,024.96	100.00

หมายเหตุ :

^{1/} รายได้จากการขายอื่น ประกอบด้วย รายได้จากการขายเม็ดพลาสติกคอมพาวด์ รายได้จากการขายเครื่องจักรและอะไหล่ และรายได้จากการขายเศษและวัสดุอื่นๆ

^{2/} รายได้อื่น ประกอบด้วย กำไรจากการกลับรายการค่าเผื่อนี้ซึ่งจะสูญ ดอกเบี้ยรับ และอื่นๆ

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

กลุ่มบริษัทเป็นผู้ประกอบการอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติก โดยมีสินค้าหลัก ได้แก่ ถุงพลาสติกหิ้วที่ผู้ประกอบการใช้สำหรับบรรจุสินค้าต่างๆ ให้แก่ลูกค้าที่มาจำหน่ายใช้สอยในโมเดิร์นเทรดหรือซูเปอร์มาร์เก็ตของตน ถุงขยะที่ผู้บริโภคซื้อจากโมเดิร์นเทรดหรือซูเปอร์มาร์เก็ตเพื่อนำไปใช้ตามครัวเรือน ฟิล์มประเภท Multilayer Blown Film ที่ใช้เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมต่อเนื่อง และบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนสำหรับสินค้าบริโภคและอุปโภค (Flexible Packaging) ที่ผู้ผลิตสินค้าใช้เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าอุปโภคบริโภคของตนที่จำหน่ายให้แก่ผู้บริโภค เช่น อาหารสำเร็จรูป และอาหารแช่แข็ง เป็นต้น ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทมุ่งเน้นการให้บริการตอบโจทยความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบวงจร (Total Solution Provider) โดยมีบริการครอบคลุมตั้งแต่ การออกแบบผลิตภัณฑ์และพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ (Product Design and Formula Development) การผลิตและจัดหาผลิตภัณฑ์ (Manufacturing and Procurement) และการทดสอบวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ (Raw Material and Product Testing)

หากกล่าวถึงประเภทของบรรจุภัณฑ์ โดยทั่วไปอาจจำแนกได้ตามประเภทของวัสดุที่นำมาใช้ในการผลิต เช่น บรรจุภัณฑ์พลาสติก บรรจุภัณฑ์กระดาษ บรรจุภัณฑ์โลหะ และบรรจุภัณฑ์แก้ว เป็นต้น โดยในส่วนของการบรรจุภัณฑ์พลาสติกยังสามารถแบ่งออกเป็น บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อน และ บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดแข็ง โดยกลุ่มบริษัทจัดอยู่ในผู้ผลิต

บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อน ซึ่งหากแบ่งประเภทของพลาสติกชนิดอ่อนตามกลุ่มวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตเม็ดพลาสติกจะแบ่งได้ ดังนี้

1. พลาสติกที่ผลิตจากผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี (Petroleum-Based Plastic)

ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการกลั่นน้ำมันปิโตรเลียม และสามารถนำมาใช้ในอุตสาหกรรมการผลิตพลาสติกที่สำคัญ ได้แก่ สารในกลุ่มโอเลฟิน (Olefins) เช่น มีเทน อีเทน โพรเพน บิวเทน และเพนเทน และสารในกลุ่มอะโรมาติก (Aromatics) เช่น เบนซีน และอนุพันธ์ของเบนซีน ซึ่งพลาสติกที่ผลิตจากผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี แบ่งออกได้เป็น พลาสติกที่ไม่สามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพ (Petroleum-Based Non-Biodegradable Plastic) และพลาสติกที่ย่อยสลายได้ทางชีวภาพ (Petroleum-Based Biodegradable Plastic)

2. พลาสติกชีวภาพ (Bioplastic)

พลาสติกชีวภาพ คือ พลาสติกที่ผลิตขึ้นจากวัสดุธรรมชาติ ส่วนใหญ่เป็นพืช เช่น แป้ง (Starch) โปรตีนจากถั่ว และข้าวโพด เป็นต้น โดยมีทั้งประเภทที่ย่อยสลายไม่ได้ทางชีวภาพ (Bio-Based Non-Biodegradable Plastic) และย่อยสลายได้ทางชีวภาพ (Bio-Based Biodegradable Plastic)

ในปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์พลาสติกของกลุ่มบริษัท มีทั้งที่ใช้เม็ดพลาสติกที่ผลิตจากผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี (Petroleum-Based Plastic) และที่ใช้เม็ดพลาสติกชีวภาพ (Bioplastic) เป็นวัตถุดิบในการผลิต โดยสามารถผลิตได้ทั้งชนิดที่ไม่สามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพ (Non-Biodegradable) และชนิดที่ย่อยสลายได้ทางชีวภาพ (Biodegradable) ขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้า

ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์พลาสติกของกลุ่มบริษัท จัดอยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีการใช้งานในชีวิตประจำวันอย่างสม่ำเสมอ มีความต้องการใช้ในหลากหลายกิจกรรม เช่น การใช้ถุงพลาสติกในธุรกิจขายปลีก ใช้เพื่อการจัดการขยะและของเสีย ใช้ในอุตสาหกรรมทั่วไป รวมถึงการใช้พลาสติกเป็นบรรจุภัณฑ์อาหารและสินค้าอุปโภคอื่นๆ โดยลูกค้าจะเป็นผู้แจ้งความต้องการในด้านคุณสมบัติและลักษณะของผลิตภัณฑ์ เช่น ความหนาบาง ความแข็งแรง ความยืดหยุ่น รูปแบบสี เป็นต้น บรรจุภัณฑ์พลาสติกของกลุ่มบริษัท จัดแบ่งประเภทได้เป็น ถุงพลาสติก ฟิล์ม บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนสำหรับสินค้าบริโภคและอุปโภค (Flexible Packaging) และบรรจุภัณฑ์อื่นๆ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ถุงพลาสติก

บรรจุภัณฑ์ประเภทถุงพลาสติกดำเนินการผลิตโดย TPBI ซึ่งมีโรงงานสองแห่ง คือ โรงงานสามพราน และโรงงานระยอง ซึ่งบรรจุภัณฑ์ประเภทถุงพลาสติกที่ลูกค้าสั่งซื้อมีหลากหลายรูปแบบ และหลายจุดประสงค์การใช้งาน โดยสามารถแบ่งประเภทถุงพลาสติกได้เป็น ถุงพลาสติกหิ้ว ถุงขยะ และถุงพลาสติกอื่นๆ

1.1 ถุงพลาสติกหิ้ว (Vest Carrier Bags / T-Shirt Bags)

ถุงพลาสติกหิ้วใช้สำหรับบรรจุสิ่งของต่างๆ ทั้งอุปโภคและบริโภคในการจับจ่ายใช้สอยในโมเดิร์นเทรด และซูเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งลูกค้าสามารถสั่งซื้อโดยกำหนดรูปแบบ ลายพิมพ์ สี ขนาด รวมถึงคุณสมบัติของถุงได้ โดยทั่วไปจะมีลักษณะบางเบา แต่คุณสมบัติทนทาน สามารถใส่สิ่งของได้โดยไม่ฉีกขาด

ลูกค้าถุงพลาสติกหิ้วของบริษัท ได้แก่ โมเดิร์นเทรด ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านค้าสะดวกซื้อ ทั่วประเทศ และต่างประเทศ เช่น ออสเตรเลีย สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เป็นต้น นอกจากนี้ ลูกค้า

ถุงพลาสติกหูหิ้วของบริษัทยังรวมถึงตัวกลางในการนำเข้าและ/หรือผู้ค้าส่งให้กับร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ในต่างประเทศอีกด้วย



ถุงพลาสติกหูหิ้ว แบบพิมพ์ลาย



ถุงพลาสติกหูหิ้ว แบบไม่พิมพ์ลาย

1.2 ถุงขยะ (Garbage Bags)

บริษัทผลิตถุงขยะในหลากหลายรูปแบบ โดยมีคุณสมบัติโดยรวมใกล้เคียงกัน คือ เนื้อถุงพลาสติกเหนียวฉีกขาดยาก สามารถนำไปบรรจุได้ทั้งขยะเปียกและขยะแห้ง ลูกค้าสั่งซื้อได้ตามความต้องการในเรื่องรูปแบบและคุณสมบัติของถุง การผสมสีและกลิ่น และลักษณะของปากถุงซึ่งสามารถออกแบบได้หลายลักษณะเพื่อความสะดวกในการมัดปากถุงของผู้บริโภค ทั้งนี้ ลูกค้าถุงขยะของบริษัทส่วนใหญ่เป็นโมเดิร์นเทรดและร้านค้าสะดวกซื้อทั้งในประเทศและต่างประเทศ ที่สั่งซื้อถุงขยะที่ผลิตภายใต้ตราสินค้าของตนเอง (House Brands) เพื่อจำหน่ายในห้างค้าปลีกของตน และ/หรือ นำไปใช้ในการจัดการขยะในธุรกิจของตน

ถุงขยะที่บริษัทผลิตในปัจจุบัน สามารถแบ่งออกตามวิธีการจัดเก็บเป็น 2 รูปแบบหลัก คือ

1) ถุงขยะแบบม้วน (Rolled Bags) เป็นถุงขยะสีเหลี่ยมที่ผลิตเป็นม้วน โดยสามารถฉีกออกใช้ทีละใบ ทำให้ประหยัดเนื้อที่ในการจัดเก็บและหยิบใช้งานได้สะดวก ส่วนมากนิยมในประเทศแถบยุโรป และออสเตรเลีย



ถุงขยะแบบม้วน



ถุงขยะพลาสติกชีวภาพ

2) ถุงขยะแบบพับ (Flat Bags) เป็นถุงขยะสีเหลี่ยมที่ผลิตเป็นชิ้นแยก สามารถหยิบใช้งานได้ที่ละใบ ซึ่งจะพับซ้อนๆ กันอยู่ ส่วนมากนิยมในประเทศญี่ปุ่น



ถุงขยะแบบพับ

1.3 ถุงพลาสติกอื่นๆ

บริษัทรับผลิตถุงพลาสติกในรูปแบบอื่นๆ ตามความต้องการของลูกค้า เช่น

1) ถุงแฟชั่น (Loop-Handle / Die Cut Bags and Fashion Bags) ใช้สำหรับบรรจุเสื้อผ้าและสินค้าต่างๆ ในการจับจ่ายใช้สอยในห้างสรรพสินค้า ซึ่งจะเน้นรูปลักษณ์และมีสีสันสวยงาม ลูกค้าถุงแฟชั่นส่วนใหญ่เป็นห้างสรรพสินค้าชั้นนำในต่างประเทศ เช่น ประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น

2) ถุงยืดอายุผักผลไม้ (Equilibrium Modified Atmosphere Packaging: EMAP Film Bags) ใช้สำหรับบรรจุผักและผลไม้สดเพื่อยืดอายุการเก็บรักษา มีลักษณะเป็นถุงที่มีสีขุ่นและมีความทนทาน ผลิตจากเม็ดพลาสติกบริสุทธิ์เกรดคุณภาพสูงพร้อมด้วยส่วนผสมสูตรพิเศษที่ค้นคว้าและพัฒนาโดยสถาบันโลหะและวัสดุศาสตร์แห่งชาติ ทั้งนี้ อายุการเก็บรักษาจะขึ้นอยู่กับประเภทของผักและผลไม้สดและอุณหภูมิในการเก็บ แต่โดยทั่วไปสามารถยืดอายุการเก็บได้ประมาณ 2-5 เท่า เมื่อเทียบกับการเก็บรักษาปกติ ส่วนใหญ่นำไปใช้บรรจุผักและผลไม้สดเพื่อการขนส่งระหว่างจังหวัด ลูกค้าถุงยืดอายุผักผลไม้เป็นลูกค้าในประเทศทั้งหมดซึ่งได้แก่ ผู้ค้าส่งผักและผลไม้ เป็นต้น

2. พิล์ม (Multilayer Blown Film)

TPBI ให้บริการผลิตและจำหน่ายม้วนฟิล์มประเภทต่างๆ ที่นำไปใช้เป็นวัตถุดิบและ/หรือนำไปใช้ในอุตสาหกรรมอื่นๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นลูกค้าในประเทศ โดยประเภทของฟิล์มที่บริษัทผลิตและจำหน่ายแบ่งตามลักษณะการใช้งานได้เป็น 4 ประเภท ดังนี้

2.1 พิล์มลามิเนต (Lamination Film)

ฟิล์มลามิเนตส่วนใหญ่นำไปใช้ในอุตสาหกรรมการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนสำหรับสินค้าบริโภคและอุปโภค (Flexible Packaging) ซึ่งฟิล์มลามิเนตที่บริษัทผลิตนี้ จะเป็นฟิล์มชั้นในซึ่งเป็นส่วนที่สัมผัสกับอาหารโดยตรง ดังนั้น บริษัทจึงเน้นความสะอาดในการผลิตเป็นพิเศษ โดยลูกค้าจะนำฟิล์มชนิดนี้ไปประกบวัสดุอื่น เช่น

อลูมิเนียมฟอยล์ (Aluminum Foil) พลาสติกเพื่อการพิมพ์ลาย อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างรวมกัน ตามความเหมาะสมของประเภทสินค้าที่บรรจุภายในบรรจุภัณฑ์

ลูกค้าฟิล์มลามิเนตของ TPBI เป็นลูกค้าในประเทศเป็นส่วนใหญ่ ได้แก่ TAK ผู้ประกอบการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนเพื่อสินค้าบริโภคและอุปโภคขายอื่นๆ และผู้ประกอบการผลิตสินค้าบริโภคและอุปโภคต่างๆ เช่น อาหารสำเร็จรูป อาหารแช่แข็ง น้ำยาล้างจาน น้ำยาปรับผ้านุ่ม เป็นต้น

2.2 ฟิล์มแบรีเออร์ (Barrier Film)

ฟิล์มแบรีเออร์นำไปใช้เพื่อการปกป้องผลิตภัณฑ์ให้มีอายุเก็บนานขึ้น ป้องกันการเสื่อมสภาพ ป้องกันการซึมผ่านของออกซิเจน ความชื้น จุลินทรีย์ และสิ่งปนเปื้อนต่างๆ ได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังป้องกันการระเหยของกลิ่นและน้ำมันได้ ส่วนใหญ่นำไปใช้ในการบรรจุอาหารและสินค้าอุปโภค ซึ่งลูกค้าของบริษัทเป็นลูกค้าในประเทศทั้งหมด ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิตสินค้าบริโภคและอุปโภคต่างๆ เช่น อาหารสด อาหารสำเร็จรูป ยาสีฟัน เป็นต้น

2.3 ฟิล์มหุ้ม (Stretch Hood)

สำหรับนำไปใช้ในการครอบสินค้าบนพาเลท (pallet) เพื่อป้องกันฝุ่นและไอน้ำ รักษารูปทรงของสินค้าและให้สะดวกต่อการขนส่ง มีลักษณะเป็นแผ่นฟิล์มขนาดใหญ่ที่มีลักษณะเหนียวแข็งแรง และมีแรงยืดเพื่อป้องกันการทะลุ กลุ่มลูกค้าฟิล์มหุ้มส่วนใหญ่อยู่ในอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น อุตสาหกรรมปิโตรเคมี และอุตสาหกรรมการผลิตปูนซีเมนต์ เป็นต้น

2.4 ฟิล์มหด (Shrink Film)

สำหรับนำไปใช้ในการห่อรัดสินค้าให้อยู่ในรูปทรงของแพ็คเกจเดียว แพ็คคู่ หรือแพ็คเกจโหล ตามความต้องการ เนื้อฟิล์มมีความใส และมีคุณสมบัติหดตัวรัดผลิตภัณฑ์ที่ไปครอบเมื่อโดนความร้อน ใช้กับสินค้าบริโภคและอุปโภคต่างๆ กลุ่มลูกค้าฟิล์มหดของบริษัทเป็นลูกค้าในประเทศทั้งหมด ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิตเครื่องดื่มเป็นขวด เป็นต้น



ฟิล์ม (Multilayer Blown Film)

3. บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนสำหรับสินค้าบริโภคและอุปโภค (Flexible Packaging)

กลุ่มบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนสำหรับสินค้าบริโภคและอุปโภคจะดำเนินการโดย บริษัท ทีเอเค แพคเกจจิ้ง จำกัด ("TAK") ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท บรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ใช้สำหรับบรรจุสินค้าบริโภคและอุปโภคต่างๆ เพื่อป้องกันการซึมผ่านของอากาศ น้ำ กลิ่น และเพื่อถนอมและยืดอายุการเก็บรักษาสินค้าที่บรรจุอยู่ภายใน บรรจุภัณฑ์

พลาสติกประเภทนี้ผลิตจากฟิล์มพลาสติกประกบกัน 2-3 ชั้น หรือ มีการเคลือบฟิล์มพลาสติกเข้ากับวัสดุอื่นๆ เช่น อลูมิเนียมฟอยล์ (Aluminum Foil) โดยทำการยึดติดระหว่างชั้นฟิล์มด้วยการใช้ความร้อน หรือ ใช้กาว

บรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับสินค้าบริโภคและอุปโภคเป็นบรรจุภัณฑ์พบเห็นได้ทั่วไปในชีวิตประจำวัน เพราะสามารถใช้ในการบรรจุได้ทั้งสินค้าบริโภคและอุปโภคที่อยู่ในรูปของแข็งและของเหลว โดย TAK ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนเพื่อการบรรจุสินค้าบริโภคเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งได้แก่ บรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารสำเร็จรูป อาหารแช่แข็ง อาหารแห้ง ถูบรรจุขนมประเภทต่างๆ ถูบรรจุซอสและเครื่องปรุงต่างๆ โดยสามารถผลิตได้ในหลากหลายรูปแบบ เช่น แบบม้วน แบบซองตั้ง ซองซีกกลาง ซองฉีกสามด้าน ซองซิปล และอื่นๆ ตามคำสั่งซื้อของลูกค้าซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่ของ TAK เป็นลูกค้าในประเทศที่ผลิตสินค้าบริโภคเพื่อการส่งออก นอกจากนี้ TAK ยังสามารถผลิตซองสำหรับบรรจุแซนด์วิช เพื่อขายตามซูเปอร์มาร์เก็ต หรือร้านค้าสะดวกซื้ออื่นๆ ซึ่งซองดังกล่าว TAK ได้รับการถ่ายทอดความรู้ด้านเทคโนโลยีจากผู้ร่วมทุนญี่ปุ่น โดยเป็นซองที่ทำให้สามารถฉีกซองจากแถบแกนกลางได้โดยที่ยังสามารถรักษารูปทรงของซองที่ใช้ห่อแซนด์วิชได้อยู่ ทำให้สะดวกต่อการบริโภค ทั้งนี้ TAK ยังผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกเพื่อการบรรจุสินค้าอุปโภคด้วยเช่นกัน เช่น น้ำยาปรับผ้านุ่ม ผงซักฟอก ผ้านวมยัด ผ้าอ้อม เป็นต้น

ภาพแสดงตัวอย่างบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนสำหรับสินค้าบริโภคและอุปโภค



4. บรรจุภัณฑ์อื่นๆ

กลุ่มบริษัทมีการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นๆ นอกเหนือจากที่กล่าวข้างต้น ได้แก่ ด้วยกระดาษเคลือบพลาสติก และด้วยกระดาษเคลือบพลาสติกชีวภาพ ขายให้กับลูกค้าในประเทศที่เป็นร้านค้าต่างๆ โดยการผลิตและจำหน่ายด้วยกระดาษดำเนินการโดย บริษัท ทีเอ็มพี แพ็คเกจจิ้ง จำกัด ("TMP") ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท



ถ้วยกระดาษ

กลุ่มบริษัทถือได้ว่าเป็นผู้ประกอบการอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบวงจร (Total Solution Provider) โดยมีบริการครอบคลุมตั้งแต่ การออกแบบผลิตภัณฑ์และพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ (Product Design and Formula Development) การผลิตและจัดหาผลิตภัณฑ์ (Manufacturing and Procurement) และการทดสอบวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ (Raw Material and Product Testing) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. การออกแบบผลิตภัณฑ์และพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ (Product Design and Formula Development)

กลุ่มบริษัทให้บริการให้คำปรึกษาในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อให้เหมาะสมกับสินค้าในกรณีที่ลูกค้ายังไม่มีรูปแบบที่ต้องการชัดเจนและ/หรือให้คำแนะนำเพื่อให้ลูกค้าได้บรรจุภัณฑ์ที่ดีและเหมาะสมกับวัตถุประสงค์การใช้งานที่สุด อีกทั้งยังคิดค้น และพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้แก่ การผสมเม็ดพลาสติกบริสุทธิ์ เม็ดพลาสติกรีไซเคิล และส่วนประกอบอื่นๆ ในการผลิต เพื่อให้คุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์ออกมาตามที่ลูกค้าต้องการ และเหมาะสมกับการใช้งานมากที่สุด

2. การผลิตและจัดหาผลิตภัณฑ์ (Manufacturing and Procurement)

บริษัทให้บริการในการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนในหลากหลายรูปแบบตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งรวมถึงถุงพลาสติก ฟิล์ม บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนสำหรับสินค้าบริโภคและอุปโภค และอื่นๆ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทยังให้บริการในการจัดหาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ให้กับลูกค้าในกรณีที่สินค้าสั่งซื้อในปริมาณน้อย และ/หรือ เป็นคำสั่งซื้อที่ไม่ประจำ เพื่อเป็นการให้บริการแก่ลูกค้า เช่น ลูกค้าโมเดิร์นเทรดสั่งซื้อถุงขยะจำนวนไม่มากเพื่อนำไปใช้ในการจัดการขยะในธุรกิจของตน เป็นต้น

3. การทดสอบวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ (Raw Material and Product Testing)

การให้บริการของกลุ่มบริษัทครอบคลุมถึงการตรวจสอบและทดสอบคุณภาพของวัตถุดิบ ตลอดจนขั้นตอนการผลิต และสินค้าสำเร็จรูป ซึ่งจะทำตามมาตรฐานที่ลูกค้าได้กำหนดไว้ หรือจะยึดตามมาตรฐานโรงงานของบริษัทเองใน

กรณีที่ถูกค้าไม่ได้กำหนดไว้เป็นการเฉพาะ หรือในกรณีลูกค้าประเทศญี่ปุ่น จะยึดตามมาตรฐาน JIS (Japanese Industrial Standard) เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทมีคุณภาพได้มาตรฐานระดับสากล

2.2 การตลาดและภาวะการแข่งขัน

2.2.1 ภาวะอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ในตลาดโลก

ปัจจุบัน บรรจุภัณฑ์ที่ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในธุรกิจต่างๆ ทั้งการผลิต การค้า และการบริการมากขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้น อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์จึงถือเป็นอุตสาหกรรมสนับสนุนของอุตสาหกรรมต่างๆ เช่น อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมสินค้าอุปโภค และอุตสาหกรรมหนัก ซึ่งมีการเติบโตแปรผันตามอัตราการขยายตัวของประชากร ระดับการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจโลก และปัจจัยสนับสนุนอื่น เช่น การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้ชีวิตในสังคมเมือง ซึ่งจากบทความเกี่ยวกับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ที่จัดทำโดย Smithers Pira สถาบันวิจัยเกี่ยวกับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ระดับโลก ระบุว่าตลาดโดยรวมของบรรจุภัณฑ์ประเภทต่างๆ ในตลาดโลกเป็นตลาดขนาดใหญ่ ซึ่งในปี 2557 มีมูลค่า 812,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 27 ล้านล้านบาท และคาดว่าตลาดบรรจุภัณฑ์ของโลก ในปี 2563 จะมีมูลค่า 1,100,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 39 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยรายปี (CAGR) เท่ากับร้อยละ 3.08 ต่อปี

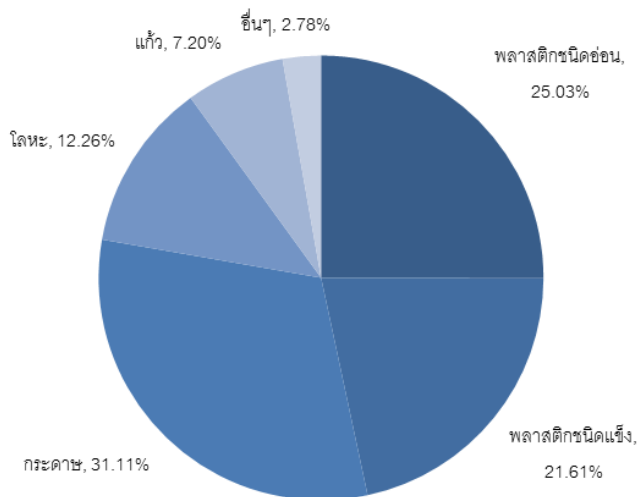
บรรจุภัณฑ์แต่ละประเภทมีความเหมาะสมในการใช้งานแตกต่างกันไป โดยทั่วไปแล้ว สามารถแบ่งประเภทบรรจุภัณฑ์ตามวัสดุหลักได้ 5 ประเภทหลัก ดังนี้

ประเภทบรรจุภัณฑ์	ตัวอย่างการใช้งาน
พลาสติกชนิดแข็ง	<ul style="list-style-type: none"> ขวดพลาสติกเพื่อการบรรจุเครื่องดื่ม กล่องพลาสติกในการขนส่งเมื่อต้องรวมหีบห่อจำนวนมาก
พลาสติกชนิดอ่อน	<ul style="list-style-type: none"> ถุงพลาสติกเพื่อบรรจุสินค้า ถุงขยะ ถุงบรรจุผักผลไม้ บรรจุภัณฑ์อาหารแช่แข็ง ฟิล์มหุ้มสินค้าบนพาเลท (Pallet) เพื่อรักษารูปร่างของสินค้า
กระดาษ	<ul style="list-style-type: none"> บรรจุภัณฑ์อาหารแช่แข็ง กล่องกระดาษลูกฟูกในการขนส่งเมื่อต้องรวมหีบห่อจำนวนมาก
แก้ว	<ul style="list-style-type: none"> สำหรับบรรจุอาหารโดยเฉพาะของเหลว
โลหะ	<ul style="list-style-type: none"> กระป๋องบรรจุอาหารหรือเครื่องดื่ม

ข้อมูลจากบทความเกี่ยวกับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ของโลก ซึ่งจัดทำโดย All4Pack ซึ่งเป็นตลาดของผู้ซื้อขายบรรจุภัณฑ์ในตลาดโลก และเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ของ All4Pack คาดการณ์ส่วนแบ่งการตลาดของบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิดสำหรับปี 2559 โดยประเภทบรรจุภัณฑ์ที่ครองส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดที่สุดคือบรรจุภัณฑ์ประเภทพลาสติก ซึ่งมีส่วนแบ่ง

ตลาดรวมร้อยละ 46.61 ของมูลค่าตลาดบรรจุภัณฑ์ในปี 2559 อันดับสองได้แก่บรรจุภัณฑ์ประเภทกระดาษ ที่มีส่วนแบ่งตลาดรวมเท่ากับร้อยละ 31.11

คาดการณ์ส่วนแบ่งตลาดแบ่งตามประเภทบรรจุภัณฑ์ปี 2559



แหล่งข้อมูล : บทความ Packaging: Market and Challenges in 2016 จัดทำโดย All4Pack

ปัจจุบัน กลุ่มบริษัทเป็นผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทพลาสติกชนิดอ่อน เช่น ถุงพลาสติกหิ้ว ถุงขยะ และบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนสำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งจากข้อมูลคาดการณ์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์สำหรับปี 2559 ที่ All4Pack เผยผ่านเว็บไซต์ของ All4Pack คาดการณ์ว่า มูลค่าตลาดสำหรับบรรจุภัณฑ์ประเภทพลาสติกชนิดอ่อนจะมีมูลค่า ณ ปี 2559 เท่ากับ 210,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 25.03 ของมูลค่าการตลาดของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ในตลาดโลก การใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทพลาสติกชนิดอ่อนมีแนวโน้มเจริญเติบโตไปกับการจับจ่ายสินค้าอุปโภคและบริโภคของผู้บริโภค ซึ่งมีอัตราการบริโภคสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตามการขยายตัวของสังคมเมืองและธุรกิจค้าปลีก ที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าและจับจ่ายสินค้าได้ง่ายขึ้น

ภาพรวมธุรกิจค้าปลีกโลก

ธุรกิจค้าปลีกถือเป็นธุรกิจที่สามารถบ่งบอกได้ถึงความเจริญก้าวหน้าของเศรษฐกิจในแต่ละประเทศ เนื่องจากธุรกิจค้าปลีกเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างหนึ่งในการขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศโดยรวม และเป็นธุรกิจหลักในการพัฒนามาตรฐานการครองชีพและคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยร้านค้าปลีกจะทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงและกระจายสินค้าจากผู้ผลิตและนำสู่ผู้บริโภค

ธุรกิจค้าปลีกโลกมีหลายรูปแบบแตกต่างกันเพื่อตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันของผู้บริโภค ซึ่งประเภทและรูปแบบที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในตลาดโลก คือ ร้านค้าปลีกสมัยใหม่หรือโมเดิร์นเทรด (Modern Trade) โดยโมเดิร์นเทรด หมายถึง ห้าง/ร้าน ที่มีการจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ บริการทันสมัย ธุรกิจที่จัดเป็นโมเดิร์นเทรด เช่น ห้างสรรพสินค้า (เช่น Macy's และ Marks & Spencer) ไฮเปอร์มาร์เกต (เช่น Walmart และ Tesco) ซูเปอร์มาร์เก็ต (เช่น Morrison's และ Waitrose) และร้านสะดวกซื้อ (เช่น 7-Eleven และ Family Mart) เป็นต้น แนวโน้มการเติบโตของโมเดิร์นเทรดรายใหญ่เป็นไปอย่างต่อเนื่อง การเปิดสาขาเพิ่มขึ้นทำให้โมเดิร์นเทรดสามารถเพิ่มประโยชน์จากการประหยัดต่อ

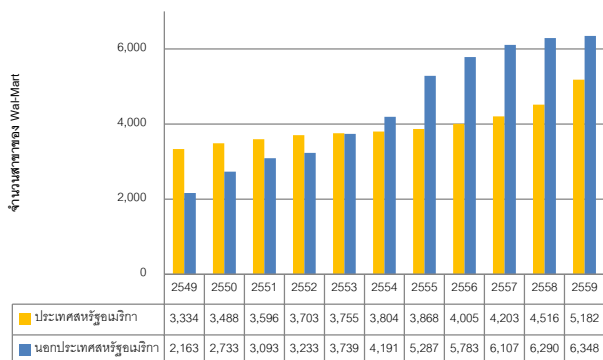
ขนาด (Economy of Scale) มากขึ้น ซึ่งทำให้ต้นทุนต่อหน่วยของโมเดิร์นเทรดรายใหญ่ต่ำลง นอกเหนือจากต้นทุนที่ต่ำลงแล้ว การที่โมเดิร์นเทรดสามารถขยายสาขาไปยังพื้นที่ต่างๆ เป็นผลจากการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกในการซื้อสินค้าที่หลากหลาย ซึ่งเติบโตไปพร้อมกับสังคมเมืองที่กว้างขึ้น

ตัวอย่างร้านค้าปลีกนานาชาติที่มีการเติบโตไปพร้อมกับเศรษฐกิจและสังคมเมือง เช่น Walmart และ 7-Eleven ซึ่งจากการจัดอันดับร้านค้าปลีก 100 อันดับแรกของโลกตามรายได้รวมของแต่ละผู้ประกอบการ โดย National Retail Federation (“NRF”) ของประเทศสหรัฐอเมริกา ที่เผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ของ NRF ร้านค้าปลีกอันดับหนึ่งของโลกในปี 2559 ได้แก่ Walmart ร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตที่มียอดขายรวมประมาณ 5 แสนล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐในปี 2558 หรือประมาณเทียบเท่ากับ 18 ล้านล้านบาท นอกจากนี้ร้านค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อที่มีอันดับสูงสุดจากการจัดอันดับโดย NRF ได้แก่ 7-Eleven ซึ่งมียอดขายรวมในปี 2556 กว่า 9 หมื่นล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณกว่า 3 ล้านล้านบาท

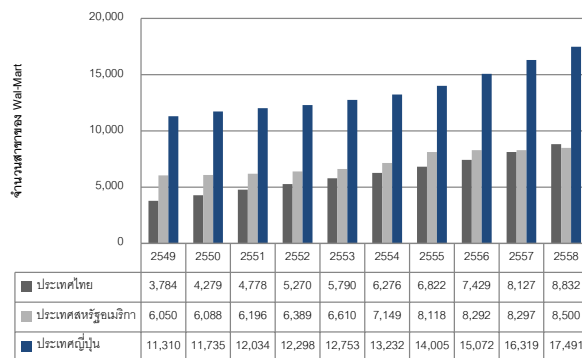
จากข้อมูลรายงานประจำปีของ Wal-Mart Stores, Inc. ณ 31 มกราคม 2559 จำนวนสาขาของ Walmart ทั่วโลกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2549 โดยอัตราการเติบโตเฉลี่ยรายปี (CAGR) เท่ากับร้อยละ 8 จำนวนสาขาไฮเปอร์มาร์เก็ตของ Walmart มีการเพิ่มขึ้นจาก 5,497 สาขาในปี 2549 เป็น 11,530 สาขาในปี 2559 ซึ่งเป็นการเพิ่มจำนวนสาขานอกประเทศสหรัฐอเมริกาในอัตราที่สูงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2549 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยรายปี (CAGR) เท่ากับร้อยละ 13

ทั้งนี้ การขยายสาขาของร้านสะดวกซื้อทั่วโลกมีแนวโน้มไปในทางเดียวกันกับการขยายสาขาของไฮเปอร์มาร์เก็ต จากข้อมูลจำนวนสาขาของร้าน 7-Eleven จำนวนสาขามีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราการเติบโตของสาขารวมเฉลี่ยรายปี (CAGR) เท่ากับร้อยละ 11.37

จำนวนสาขาของ Walmart ในโลก



จำนวนสาขาของ 7-Eleven ในโลก



แหล่งข้อมูล : รายงานประจำปีของ Wal-Mart Stores, Inc.

หมายเหตุ : จำนวนสาขา ณ สิ้นเดือน ม.ค. ของปี

แหล่งข้อมูล : เว็บไซต์นักลงทุนสัมพันธ์ของ Seven and i Holdings Co., Ltd. และ รายงานประจำปีของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุ : จำนวนสาขาในประเทศไทยและประเทศสหรัฐอเมริกา ณ สิ้นเดือน ธ.ค. ของปี และจำนวนสาขาในประเทศญี่ปุ่น ณ สิ้นเดือน ก.พ. ของปี

สาเหตุที่ไฮเปอร์มาร์เก็ตและร้านสะดวกซื้อมีการขยายสาขาอย่างต่อเนื่องมาจากการที่ผู้บริโภคทั่วโลกมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการจับจ่ายสินค้าจากร้านค้าปลีกดั้งเดิมเป็นการจับจ่ายในโมเดิร์นเทรดมากขึ้น วัดได้จากข้อมูลจำนวนผู้บริโภคที่เข้าใช้บริการใน Walmart เฉลี่ย 176 ล้านคนต่อสัปดาห์ในปี 2551 เพิ่มขึ้นเป็นประมาณ 260 ล้านคนต่อสัปดาห์ในปี 2559 หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยรายปี (CAGR) เท่ากับร้อยละ 5 ต่อปี (แหล่งข้อมูล : รายงานประจำปีของ Wal-Mart Stores, Inc.)

ภาพรวมการใช้ถุงพลาสติกหิ้วในธุรกิจค้าปลีก

ปริมาณการใช้ถุงพลาสติกหิ้วของโลกมีแนวโน้มเติบโตในทิศทางเดียวกันกับการเติบโตของยอดขาย จำนวนสาขา และจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการโมเดิร์นเทรด และจากความนิยมในธุรกิจโมเดิร์นเทรดของผู้บริโภคปัจจุบัน ทำให้การใช้ถุงพลาสติกหิ้วมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ดี ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ประชาคมโลกมีความตื่นตัวด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้น และมีการรณรงค์ให้ลดการใช้ถุงพลาสติกหิ้ว ดังนั้น เพื่อเป็นการตอบสนองความตื่นตัวด้านสิ่งแวดล้อมดังกล่าว โมเดิร์นเทรดจึงมีนโยบายสนับสนุนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากขึ้นโดยเริ่มจากการรณรงค์ให้ใช้ถุงพลาสติกหิ้วซ้ำ (Reuse) โดยรณรงค์ให้ผู้บริโภคนำถุงพลาสติกหิ้วที่ได้รับจากโมเดิร์นเทรดมาใช้ใส่สินค้าในครั้งต่อไป แต่พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้ถุงพลาสติกก็ยังไม่ได้เปลี่ยนไปมาก เนื่องจากการให้ผู้บริโภคพกถุงพลาสติกหิ้วที่เคยได้รับหรือถุงผ้าเพื่อมาใส่สินค้าเป็นการเพิ่มภาระให้แก่ผู้บริโภค นอกจากนี้ การที่ถุงพลาสติกหิ้วเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพในการรับน้ำหนักสินค้าได้มาก สะดวกสบายต่อการใช้ มีราคาต่อหน่วยต่ำ และยังไม่มีส่วนใดที่สามารถมาทดแทนการใช้ถุงพลาสติกหิ้วได้อย่างสมบูรณ์ ถุงพลาสติกหิ้วจึงเป็นทางเลือกที่คุ้มค่าสำหรับทั้งผู้ประกอบการโมเดิร์นเทรดและผู้บริโภค ดังนั้น โอกาสที่โมเดิร์นเทรดและผู้บริโภคจะเลิกใช้ถุงพลาสติกหิ้วอย่างถาวรจึงยังมีความเป็นไปได้ค่อนข้างน้อย

นอกเหนือจากความเคลื่อนไหวด้านสิ่งแวดล้อมจากโมเดิร์นเทรด การรณรงค์ให้ใช้ถุงพลาสติกหิ้วซ้ำในบางประเทศยังได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ โดยรัฐบาลบางประเทศได้ประกาศการจําเริญภาชีสำหรับถุงพลาสติกหิ้วจากผู้บริโภคในโมเดิร์นเทรด เช่น ในปี 2545 ประเทศไอร์แลนด์เริ่มต้นการจําเริญภาชีถุงพลาสติกทุกประเภทจากผู้บริโภคในอัตราประมาณ 6 บาทต่อใบ โดยยกเว้นถุงพลาสติกที่ใช้ใส่อาหารสด ซึ่งทำให้จำนวนการใช้ถุงพลาสติกหิ้วลดลง แต่อย่างไรก็ตาม นโยบายดังกล่าวได้ส่งผลให้ยอดขายของถุงขยะมีจำนวนมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากประชากรในประเทศไอร์แลนด์ซึ่งเดิมมีการใช้ถุงพลาสติกหิ้วซ้ำเพื่อจําเริญขยะมูลฝอยในครัวเรือน ต้องหันมาซื้อถุงขยะเพื่อนำมาจําเริญขยะมูลฝอยในครัวเรือนมากขึ้น นอกจากนี้ ด้วยเหตุที่ผู้บริโภคยังคงต้องการบรรจุภัณฑ์เพื่อใส่สินค้าที่จําเริญจากโมเดิร์นเทรดเช่นเดิม โมเดิร์นเทรดที่ประกอบการในประเทศไอร์แลนด์จึงต้องจัดหาบรรจุภัณฑ์ชนิดอื่นมาทดแทนถุงพลาสติกหิ้ว เช่น ถุงกระดาษ เป็นต้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อต้นทุนการหาบรรจุภัณฑ์เพื่อใส่สินค้าที่เพิ่มขึ้นประมาณ 8 – 9 เท่าจากต้นทุนการจัดหาถุงพลาสติกหิ้ว โดยเป็นผลมาจากต้นทุนของถุงประเภทอื่นและต้นทุนการจัดเก็บถุงประเภทอื่นที่สูงขึ้น (แหล่งข้อมูล : The Packaging and Films Association สหราชอาณาจักร)

ประเทศที่พัฒนาแล้วประเทศอื่นก็เริ่มมีการประกาศใช้กฎหมายลักษณะนี้ เช่น การออกกฎหมายเก็บภาชีถุงหิ้ว 5 penny ในประเทศอังกฤษ, การห้ามใช้ถุงพลาสติกที่ความหนาต่ำกว่า 50 ไมครอน ในประเทศฝรั่งเศส, และ การออกกฎหมายเก็บภาชี 10 cent สำหรับถุง reusable ในมลรัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นต้น.

นอกจากนโยบายเพื่อรณรงค์การลดใช้ถุงพลาสติกแล้ว การกำหนดให้ผู้ผลิตทำการผลิตถุงพลาสติกที่ลดอัตราการใช้เม็ดพลาสติกบริสุทธิ์ (Virgin) และทดแทนโดยใช้เม็ดพลาสติกรีไซเคิลมากขึ้นก็เป็นอีกหนึ่งแนวนโยบายซึ่งเป็นที่นิยมใช้โดยผู้ประกอบการโมเดิร์นเทรด ซึ่งนอกจากจะเป็นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแล้ว ยังเป็นการลดต้นทุนการผลิตอีกทางหนึ่งด้วย

ทั้งนี้ การใช้เม็ดพลาสติกชีวภาพเพื่อผลิตถุงพลาสติกหิ้วเพื่อการจับจําเริญใช้สอยก็เป็นอีกหนึ่งแนวคิด แต่ด้วยเหตุที่เม็ดพลาสติกชีวภาพ ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตถุงพลาสติกหิ้ว ณ ปัจจุบันยังมีราคาแพงกว่าเม็ดพลาสติกธรรมดาอย่างมีนัยสำคัญ จึงทำให้การผลิตถุงพลาสติกหิ้วจากพลาสติกชีวภาพยังไม่เป็นที่นิยมเท่าใดนัก

ภาพรวมการใช้ถุงขยะ

ขยะที่เกิดขึ้นจากมนุษย์จำแนกได้เป็น 2 ประเภทคือ ขยะมูลฝอยที่เกิดจากการใช้ชีวิตประจำวันของประชากรโลก และขยะที่เกิดจากภาคอุตสาหกรรม โดยทั่วไปแล้ว ปริมาณขยะมูลฝอยที่เกิดจากครัวเรือนจะมากจะน้อยก็ขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น การพัฒนาของเศรษฐกิจ ระดับของความเป็นเมือง พฤติกรรมของคนในเมืองนั้นๆ และสภาพแวดล้อมของเมือง ทั้งนี้ ยิ่งสังคมมีการพัฒนาทางเศรษฐกิจและมีความเป็นเมืองมากขึ้นเท่าไร ปริมาณขยะมูลฝอยก็จะเพิ่มมากขึ้น ขณะเดียวกัน ระดับของรายได้และความเป็นชุมชนเมืองก็เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กัน โดยเมื่อคนมีรายได้และชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ก็จะมีการกินและใช้สินค้าและบริการเพิ่มขึ้นด้วย ซึ่งจะทำให้สร้างขยะเพิ่มขึ้นเช่นกัน โดยคนเมืองสร้างขยะมากกว่าคนในชนบทประมาณสองเท่าตัว

คาดการณ์การผลิตขยะในปี 2568 จำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	ปี 2555			คาดการณ์ปี 2568		
	จำนวนประชากรเมือง (ล้านคน)	การผลิตขยะของชุมชนเมือง		จำนวนประชากรเมือง (ล้านคน)	การผลิตขยะของชุมชนเมือง	
		ปริมาณขยะต่อคน (กก./คน/วัน)	รวม (ตัน/วัน)		ปริมาณขยะต่อคน (กก./คน/วัน)	รวม (ตัน/วัน)
แอฟริกา	260	0.65	169,119	518	0.85	441,840
เอเชียตะวันออกและแปซิฟิก	777	0.95	738,958	1,229	1.50	1,865,379
ยุโรปตะวันออกและเอเชียกลาง	227	1.10	254,389	239	1.50	354,810
ละตินอเมริกาและแคริบเบียน	399	1.10	437,545	466	1.60	728,392
ตะวันออกกลางและแอฟริกาเหนือ	162	1.10	173,545	257	1.43	369,320
กลุ่มประเทศ OECD*	729	2.20	1,566,286	842	2.10	1,742,417
เอเชียใต้	426	0.45	192,410	734	0.77	567,545
รวม	2,980	1.20	3,532,252	4,285	1.40	6,069,703

แหล่งข้อมูล : บทความเรื่อง What a Waste : A Global Review of Solid Waste Management จัดทำโดยธนาคารโลก เมื่อปี 2555

หมายเหตุ : กลุ่มองค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic and Co-operation and Development หรือ "OECD") ประกอบไปด้วยประเทศพัฒนาแล้ว อาทิเช่น สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย สหราชอาณาจักร และ สวิตเซอร์แลนด์ เป็นต้น

ข้อมูลบทความจากธนาคารโลกที่เผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ธนาคารโลก เปิดเผยว่าขยะมูลฝอยที่มาจากสิ่งของเหลือกินเหลือใช้จะมีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างมากในช่วงสองทศวรรษข้างหน้า เพราะการขยายตัวอย่างรวดเร็วของชุมชนเมืองในประเทศกำลังพัฒนา และในปี 2568 ธนาคารโลกประเมินว่า จำนวนประชากรเมืองน่าจะเพิ่มขึ้นเป็นประมาณ 4,300 ล้านคน โดยแต่ละคนจะสร้างขยะประมาณวันละ 1.40 กิโลกรัม หรือรวมแล้วประมาณ 2,200 ล้านตันต่อปี

ถุงขยะเป็นบรรจุมูลฐานหลักในการจัดเก็บขยะ ไม่ว่าจะเป็นภายในครัวเรือน หรือภาคอุตสาหกรรม เพื่อรวบรวมให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นผู้กำจัดขยะต่อไป ปริมาณการใช้ถุงขยะจึงแปรผันไปตามจำนวนขยะที่เกิดขึ้น นอกเหนือจากถุงขยะที่มีการใช้มากขึ้นตามปริมาณขยะที่เพิ่มมากขึ้นตามการพัฒนาของเศรษฐกิจ ระดับของความเป็นเมืองอุตสาหกรรม พฤติกรรมของคนในเมืองนั้นๆ และสภาพแวดล้อมของเมือง การใช้ถุงขยะยังเพิ่มมากขึ้นจากการเก็บภาษีถุงพลาสติกหูหิ้ว

ที่บางประเทศได้มีการประกาศใช้ตามที่ได้กล่าวไว้ในหัวข้อภาพรวมการใช้ถุงพลาสติกหูหิ้วในธุรกิจค้าปลีก เนื่องจากมีการใช้ถุงพลาสติกหูหิ้วเข้าเป็นถุงขยะน้อยลง ผู้บริโภคจึงต้องการถุงขยะสำหรับใช้ในครัวเรือนมากขึ้น

บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนสำหรับสินค้าบริโภคและอุปโภค (Flexible Packaging)

แนวโน้มของการรับประทานอาหารสำเร็จรูปพร้อมทานเริ่มเป็นที่นิยมมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในกลุ่มผู้บริโภคยุคปัจจุบัน เนื่องจากอาหารสำเร็จรูปสามารถตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภคสมัยใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสังคมและวิถีการดำรงชีวิตที่ปรับเข้าสู่ความเป็นเมืองมากขึ้น นิยมการใช้ชีวิตนอกบ้าน ทำให้ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความสะดวกสบาย และความเร็วในการบริโภค ความง่ายในการเข้าถึงอาหารสำเร็จรูปที่วางขายตามร้านค้าปลีกที่เพิ่มจำนวนมากขึ้น นอกเหนือไปจากการคำนึงถึงเฉพาะเรื่องความสะดวกปลอดภัย และคุณค่าทางโภชนาการ ปัจจัยเหล่านี้ทำให้อัตราการขยายตัวของโมเดิร์นเทรดจากผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น Walmart และ Tesco เพิ่มขึ้นตามสังคมเมืองที่เพิ่มขึ้น แทรกตัวเข้าสู่พื้นที่ชนบทในประเทศพัฒนาแล้วและประเทศกำลังพัฒนา และเพิ่มความหลากหลายของสินค้าประเภทอาหารเพื่อตอบสนองผู้บริโภคสมัยใหม่

อุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูปได้รับประโยชน์โดยตรงจากการเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มความหลากหลายของประเภทอาหาร และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามและสะดวกต่อการบริโภค นอกจากนี้ ยังมีการพัฒนาอาหารประเภทใหม่ๆ มากมาย เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค อุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูปยังได้รับประโยชน์จากการเติบโตของอุตสาหกรรมค้าปลีกเนื่องจากอุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูปมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่มากขึ้นไปตามสาขาที่เพิ่มขึ้นของโมเดิร์นเทรด

การเลือกบรรจุภัณฑ์อาหารถือเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญของอุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูป เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้จะต้องสัมผัสอาหารโดยตรง ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์อาหาร คือ ความปลอดภัยจากสารพิษที่อาจแพร่กระจายมาสู่อาหารที่บรรจุอยู่ และจะต้องมีความแข็งแรง ทนทาน ไม่เกิดการฉีกขาดหรือรั่วตั้งแต่การบรรจุสินค้าในโรงงานผลิต การขนส่ง การเก็บรักษา จนมาถึงผู้บริโภค นอกจากนี้ บรรจุภัณฑ์อาหารยังทำหน้าที่เป็นสื่อด้านการตลาด เนื่องจากบรรจุภัณฑ์สามารถตกแต่งรูปลักษณ์และเพิ่มความสวยงามเพื่อจูงใจผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า ทั้งนี้ บรรจุภัณฑ์อาหารที่สามารถตอบสนองปัจจัยสำคัญ ดังกล่าวได้เป็นอย่างดี คือ บรรจุภัณฑ์ที่ทำมาจากพลาสติก

2.2.2 ภาวะการแข่งขัน

ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ในตลาดโลกในช่วงที่ผ่านมาได้มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และจากข้อมูลเกี่ยวกับการควบรวมกิจการในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ที่จัดทำโดย เอนส์ แอนด์ ยัง ซึ่งมีการเปิดเผยผ่านเว็บไซต์ของ เอนส์ แอนด์ ยัง ระบุว่าในปี 2556 มีการควบรวมกิจการของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ทั้งภายในและระหว่างประเทศอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ การควบรวมระหว่างผู้ผลิตและจัดจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ ทำให้ได้มาซึ่งประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านราคาซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญของการเลือกซื้อสินค้าประเภทบรรจุภัณฑ์

จากสถิติโดย International Trade Centre องค์การการค้าโลก (World Trade Organization หรือ “WTO”) เปิดเผยว่าในปี 2558 ประเทศผู้นำเข้าถุงพลาสติกขนาดใหญ่ 5 อันดับแรกของโลก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เยอรมนี สหราชอาณาจักร และแคนาดา โดยประเทศผู้ส่งออกถุงพลาสติกขนาดใหญ่ 5 อันดับแรกของโลกในปี 2558 ได้แก่ จีน เยอรมนี สหรัฐอเมริกา ไทย และเวียดนาม การส่งออกถุงพลาสติกของเยอรมนีและสหรัฐอเมริกาคือการส่งออกถุงพลาสติกสำหรับอุตสาหกรรมการแพทย์ หรือถุงพลาสติกชนิดพิเศษที่ยังไม่มีการผลิตในประเทศอื่น (แหล่งข้อมูล : สถิติ

จาก International Trade Centre องค์การภายใต้องค์การการค้าโลก (World Trade Organization หรือ WTO) ณ วันที่ 13 มกราคม 2560)

ภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมพลาสติกหิ้วและถุงขยะ

ประเทศผู้ผลิตถุงพลาสติกหิ้วและถุงขยะหลักของโลกประกอบไปด้วย จีน ไทย มาเลเซีย และเวียดนาม หากพิจารณาความสามารถในการแข่งขันทางด้านราคา ในอดีตผู้ผลิตจากจีนได้เปรียบด้านต้นทุนแรงงาน แต่ในปัจจุบันต้นทุนแรงงานของผู้ผลิตในจีน ไทย และมาเลเซีย ไม่ได้มีความแตกต่างกันมาก แต่ผู้ผลิตจากเวียดนามยังได้เปรียบด้านต้นทุนแรงงาน แต่อย่างไรก็ตาม ต้นทุนด้านแรงงานไม่ได้เป็นปัจจัยในการพิจารณาเลือกผู้ผลิตถุงพลาสติกเพียงปัจจัยเดียว ผู้ซื้อเน้นปัจจัยคุณภาพที่เชื่อถือได้ และการส่งมอบงานที่ตรงต่อเวลาเป็นหลัก

ในอดีตที่ผ่านมา อุตสาหกรรมถุงพลาสติกในประเทศสหรัฐอเมริกาได้รับผลกระทบจากราคาสินค้าที่นำเข้าเนื่องจากสินค้าที่นำเข้ามีราคาต่ำกว่าราคาสินค้าที่ผลิตในประเทศเป็นอย่างมาก โดยเริ่มต้นจากปี 2547 ประเทศสหรัฐอเมริกาได้เริ่มประกาศมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti-dumping Duty) ของสินค้าประเภทถุงพลาสติกหิ้วกับผู้ผลิตถุงพลาสติกหิ้วในภูมิภาคเอเชีย ได้แก่ จีน มาเลเซีย และไทย และจากปี 2552 รัฐบาลสหรัฐอเมริกาเริ่มประกาศมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti-dumping) ของสินค้าประเภทพลาสติกหิ้วกับผู้ผลิตถุงพลาสติกหิ้วในอินโดนีเซีย ไต้หวัน และเวียดนาม สำหรับสินค้าประเภทพลาสติกที่ส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกามีภาวะภาษี Anti Dumping Duty ที่ผู้นำเข้าจะเป็นผู้รับผิดชอบ โดยมีการพิจารณาว่าราคาขายสินค้าของผู้ส่งออกต่ำกว่าราคายุติธรรมหรือไม่ และจะมีการสรุปผลการพิจารณาออกมาว่าผู้ส่งออกที่ได้รับการพิจารณาแต่ละรายจะมีอัตรา Anti-dumping Duty ในแต่ละช่วงหากมีการนำเข้าสินค้าประเภทพลาสติกไปในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยบริษัทผู้ส่งออกที่ไม่ได้รับการระบุอัตรา Anti-dumping Duty เป็นการเฉพาะ ผู้นำเข้าจะต้องชำระภาษี Anti-dumping Duty ในอัตราทั่วไป (All Others Rate)

นอกจากนี้ ในปี 2553 สหรัฐอเมริกาเริ่มต้นประกาศภาษีตอบโต้การอุดหนุน (Countervailing Duties) ของสินค้าประเภทพลาสติกกับผู้ผลิตถุงพลาสติกในเวียดนาม ซึ่งภาษีตอบโต้การอุดหนุนเป็นภาษีที่รัฐบาลของสหรัฐอเมริกาเรียกเก็บเนื่องจากสินค้าประเภทพลาสติกได้รับการอุดหนุน (Subsidy) จากรัฐบาลเวียดนามในอัตราภาษีตอบโต้การอุดหนุนจะเท่ากับอัตราการสนับสนุนจากรัฐบาลเวียดนาม ซึ่งอัตราภาษีตอบโต้การอุดหนุนสำหรับผู้ส่งออกทั่วไป (All Others Rate) ของประเทศเวียดนามเท่ากับร้อยละ 5.28 (แหล่งข้อมูล : Federal Register สหรัฐอเมริกา ณ วันที่ 30 กันยายน 2558)

อัตราภาษีนำเข้าส่วนเพิ่มของถุงพลาสติกที่ส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

ประเทศผู้ส่งออก	ปีที่เริ่มมีผลบังคับใช้*	อัตราภาษี Anti-dumping Duty ณ ปีที่เริ่มมีผลบังคับใช้			ปีที่มีการทบทวนอัตรา Anti-dumping Duty	อัตรา Anti-dumping Duty ล่าสุด			บริษัทที่พ้นจากการเสีย Anti-dumping Duty ณ ปัจจุบัน
		สูงสุด ^{1/}	ต่ำสุด ^{2/}	ทั่วไป ^{3/}		สูงสุด ^{1/}	ต่ำสุด ^{2/}	ทั่วไป ^{3/}	
จีน	2547	77.57	19.79	77.57	2559	77.57	3.19	77.57	Hang Lung Plastic Manufactory, Ltd. และ Nantong Huasheng Plastic Products Co., Ltd.
มาเลเซีย	2547	101.74	84.94	84.94	2559	101.74	84.94	84.94	Bee Lian Plastic Industries Sdn. Bhd.
ไทย	2547	122.88	2.26	2.80	2559	122.88	0.80	4.69	TPBI
อินโดนีเซีย	2552	85.17	69.64	69.64	2559	85.17	69.64	69.64	- ไม่มี -

ประเทศผู้ส่งออก	ปีที่เริ่มมีผลบังคับใช้*	อัตราภาษี Anti-dumping Duty ณ ปีที่เริ่มมีผลบังคับใช้			ปีที่มีการทบทวนอัตรา Anti-dumping Duty	อัตรา Anti-dumping Duty ล่าสุด			บริษัทที่พ้นจากการเสีย Anti-dumping Duty ณ ปัจจุบัน
		สูงสุด ^{1/}	ต่ำสุด ^{2/}	ทั่วไป ^{3/}		สูงสุด ^{1/}	ต่ำสุด ^{2/}	ทั่วไป ^{3/}	
ไต้หวัน	2553	95.81	36.54	36.54	2559	95.81	36.54	36.	- ไม่มี -
เวียดนาม	2553	76.11	52.30	76.11	2559	76.11	52.30	76.11	- ไม่มี -

แหล่งข้อมูล : Federal Register สหรัฐอเมริกา ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559

หมายเหตุ : ^{1/} อัตราภาษี Anti-dumping สูงสุดที่ใช้สำหรับสินค้านำเข้าจากผู้ผลิตและส่งออก ซึ่งเป็นผู้ผลิตและส่งออกที่มีการสุ่มตรวจสอบและถูกกำหนดไว้เฉพาะราย

^{2/} อัตราภาษี Anti-dumping ต่ำสุดที่ใช้สำหรับสินค้านำเข้าจากผู้ผลิตและส่งออก ซึ่งเป็นผู้ผลิตและส่งออกที่มีการสุ่มตรวจสอบและถูกกำหนดไว้เฉพาะราย

^{3/} อัตราภาษี Anti-dumping ที่ใช้สำหรับสินค้านำเข้าจากผู้ผลิตและส่งออกรายอื่นๆ นอกเหนือจากผู้ผลิตและส่งออกที่ถูกกำหนดไว้เฉพาะราย

^{4/} กำหนดใช้อัตรา Anti-dumping Duty ตั้งแต่ช่วงเวลาดังกล่าวเป็นต้นไป จนกว่าจะมีการพิจารณาอัตรา Anti-dumping Duty ครั้งใหม่

ในกรณีของบริษัท อัตรา Anti-dumping Duty ที่กำหนดใช้สำหรับบริษัท เป็นดังตารางต่อไปนี้

วันที่ประกาศใช้อัตรา Anti-dumping Duty	อัตรา Anti-dumping Duty ของ TPBI
18 มิ.ย. 2547	2.26
17 ม.ค. 2550	1.41
16 พ.ย. 2550	0.87
15 ม.ค. 2552	0.87
11 ธ.ค. 2552	21.99
ก.ค. 2553 – ปัจจุบัน	0.00

แหล่งข้อมูล : Federal Register สหรัฐอเมริกา ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558

อย่างไรก็ดี ในปี 2551 บริษัทร่วมกับกรมการค้าต่างประเทศฟ้องร้องกระทรวงพาณิชย์ของประเทศสหรัฐอเมริกา กับ WTO ในกรณีการใช้วิธีการคำนวณอัตราภาษีกรณีตอบได้การทุ่มตลาดอย่างไม่เป็นธรรม ซึ่งในเดือนกรกฎาคม 2553 กระทรวงพาณิชย์ของสหรัฐอเมริกาได้ประกาศให้เลิกใช้วิธีการคำนวณดังกล่าว ตามคำตัดสินของ WTO และบริษัทเป็นบริษัทเดียวจากประเทศไทยที่หลุดจากกรณีตอบได้การทุ่มตลาดและไม่มีภาระภาษีนำเข้าส่วนเพิ่มเมื่อส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา

นอกจากผู้ประกอบการผลิตถุงพลาสติกในสหรัฐอเมริกาที่ได้รับผลกระทบจากราคาขายถุงพลาสติกจากผู้ผลิตในภูมิภาคเอเชียแล้ว ผู้ประกอบการในสหภาพยุโรปก็ได้รับผลกระทบนี้ด้วยเช่นกัน ทางสหภาพยุโรปจึงดำเนินการประกาศมาตรการตอบได้การทุ่มตลาด (Anti-dumping Duty) ในปี 2549 กับผู้ผลิตถุงพลาสติกในสาธารณรัฐประชาชนจีน และไทย ซึ่งผู้นำเข้าจะต้องเสีย Anti-dumping Duty ในอัตราต่างๆ ตลอดระยะเวลา 5 ปี ดังนี้

อัตราภาษีนำเข้าส่วนเพิ่มของถุงพลาสติกที่ส่งออกไปยังสหภาพยุโรป

ประเทศผู้ส่งออก	อัตรา Anti-dumping Duty (ร้อยละ)		
	สูงสุด	ต่ำสุด	ทั่วไป
จีน	28.8	4.8	28.8
ไทย	14.3	5.1	14.3

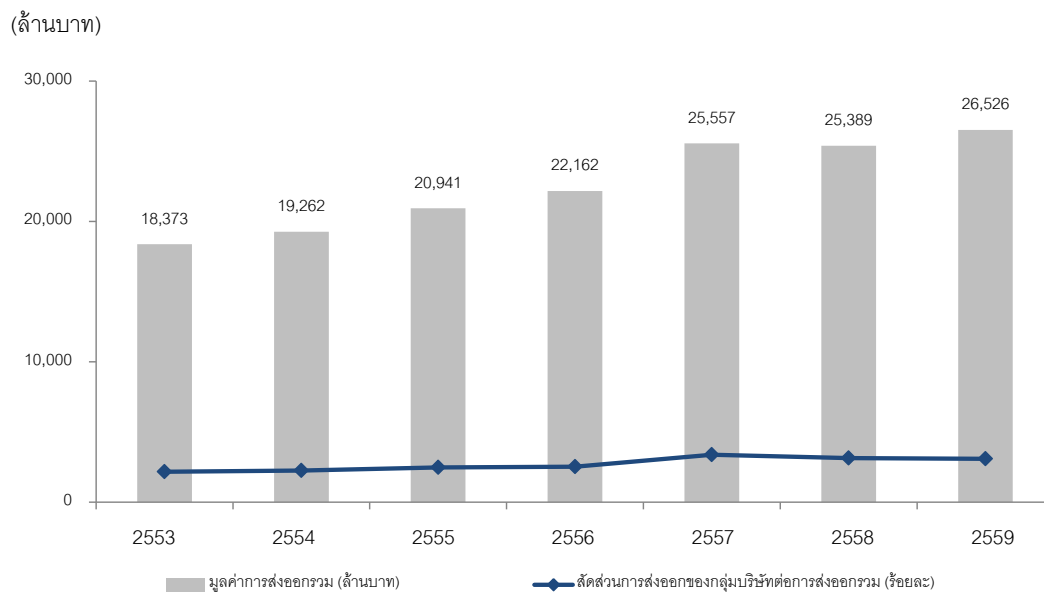
แหล่งข้อมูล : Official Journal of the European Union

ในกรณีของบริษัท ภาชนะนำเข้าส่วนเพิ่มเท่ากับร้อยละ 5.8 ตลอดระยะเวลา 5 ปี ที่สหภาพยุโรปใช้มาตรการนี้ อย่างไรก็ตาม ในเดือนกรกฎาคม 2555 สหภาพยุโรปได้ประกาศยุติการได้ส่วนเพื่อต่ออายุมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดกับสินค้าถุงพลาสติกชนิดหิ้วที่นำเข้าจากจีน และไทย และไม่เรียกเก็บภาษีตอบโต้การทุ่มตลาดอีกต่อไป

ผู้ผลิตถุงพลาสติกในประเทศไทย

ประเทศไทยจัดเป็นหนึ่งในกลุ่มประเทศซึ่งเป็นผู้นำด้านการผลิตถุงพลาสติกเพื่อการส่งออกของโลก โดยตลาดส่งออกหลักของผู้ผลิตรายใหญ่ในประเทศไทย ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ประเทศในแถบยุโรป ญี่ปุ่น และออสเตรเลีย

สัดส่วนการส่งออกบรรจุภัณฑ์พลาสติกของกลุ่มบริษัทต่อมูลค่าการส่งออกถุงและกระสอบพลาสติกของไทย



แหล่งข้อมูล : กลุ่มบริษัท และเว็บไซต์สถิติการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

ปัจจุบัน กลุ่มบริษัทเป็นผู้ผลิตถุงพลาสติกหิ้ว ถุงขยะ และบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดต่างๆ รายใหญ่ในประเทศไทย โดยมีกำลังการผลิตประมาณ 56,000 ตันต่อปี โดยเน้นการส่งออกถุงพลาสติกหิ้วและถุงขยะเพื่อลูกค้าต่างประเทศที่มีการซื้อขายต่อเนื่องนานกว่า 10 ปี

ตัวอย่างบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมผู้ผลิตถุงพลาสติกในประเทศไทย

บริษัท	ลักษณะสินค้า	รายได้ (ล้านบาท)		
		ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559
บริษัท ทีพีไอ จำกัด (มหาชน)	ถุงพลาสติกหิ้ว ถุงแฟชั่น ถุงยัดอายุผักผลไม้ ถุงขยะ พลาสติกไมเนต พลาสติกหุ้ม พลาสติกห่อ พลาสติกบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนสำหรับสินค้าบริโภคและอุปโภค	4,784.19	4,805.65	5,024.96
บริษัท คิงส์แพ็ค อินดัสเทรียล	ถุงพลาสติกหิ้ว ถุงแฟชั่น ถุงขยะ ถุงซิปปชนิดเปิด-ปิด	2,969.04	3,237.95	N/A

บริษัท	ลักษณะสินค้า	รายได้ (ล้านบาท)		
		ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559
จำกัด	ในตัว ถุงใส่ผักผลไม้			
บริษัท นารายณ์แพค จำกัด	ถุงพลาสติกหิ้ว ถุงแพ้น ถุงซิพชนิดเปิด-ปิดในตัว ถุงใส่ผักผลไม้ ถุงขยะ	2,391.00	2,300.28	N/A
บริษัท ทานตะวันอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน)	หลอดดูดเครื่องดื่ม ถุงซิพชนิดเปิด-ปิดในตัว ถุงมือยางยืดอายุผักผลไม้	2,095.59	2,376.09	2,703.90
บริษัท มัลติแบกซ์ จำกัด (มหาชน)	ถุงขยะ ถุงถนอมอาหาร ถุงซิพชนิดเปิด-ปิดในตัว ถุงใส่ผักผลไม้	1,759.79	1,731.70	1,535.72
บริษัท ไทยกริฟเทค จำกัด	ถุงซิพชนิดเปิด-ปิดในตัว ถุงมือพลาสติก फिल्मลามิเนต	918.12	904.08	N/A

แหล่งข้อมูล : กลุ่มบริษัท ข้อมูลจากกระทรวงพาณิชย์ผ่านบริษัท บิซิเนส ออนไลน์ จำกัด (มหาชน) แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) และเว็บไซต์ของแต่ละบริษัท

ภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมฟิล์ม (Multilayer Blown Film)

ในประเทศไทยมีการผลิตฟิล์มหลากหลายประเภทซึ่งมีกรรมวิธีการผลิตที่แตกต่างกันไป เพื่อตอบสนองการใช้ในอุตสาหกรรมต่างๆ เช่น ฟิล์มติดกระจกรถยนต์ ฟิล์มเพื่อบรรจุภัณฑ์สินค้าบริโภค ฟิล์มเพื่อบรรจุภัณฑ์สินค้าอุปโภค เป็นต้น โดยการผลิตฟิล์มประเภท Multilayer Blown Film สามารถนำไปใช้ได้หลายอุตสาหกรรม เช่น ฟิล์มในงานเกษตรกรรม ฟิล์มอุตสาหกรรม (เช่น ฟิล์มหด ฟิล์มยืด) ฟิล์มบรรจุภัณฑ์ ฟิล์มลามิเนต แบรีเออร์ฟิล์ม เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การผลิตฟิล์มประเภทเดียวกันแต่เพื่อวัตถุประสงค์การใช้ที่ต่างกัน ก็จะมีมาตรฐานการผลิตที่ต่างกัน โดยฟิล์มที่นำไปใช้สำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารจะเน้นความสะอาด เนื่องจากฟิล์มจะต้องสัมผัสกับอาหารโดยตรง โดยรักษาคุณภาพอาหารที่บรรจุไว้

บริษัทที่กำลังการผลิตฟิล์ม (Multilayer Blown Film) 9,000 ตันต่อปี โดยสามารถผลิตฟิล์มเพื่อตอบสนองหลายจุดประสงค์ โดยบริษัทจะเน้นถึงคุณภาพและความสะอาดของสินค้าเป็นหลัก เนื่องจากฟิล์มที่บริษัทผลิตส่วนใหญ่จะผลิตเพื่อลูกค้าในประเทศ ซึ่งจะนำไปใช้เพื่อผลิตบรรจุภัณฑ์อาหารต่อไป

ตัวอย่างบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมผู้ผลิตฟิล์มในประเทศไทย

บริษัท	รายได้ (ล้านบาท)		
	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559
บริษัท ทีพีไอ จำกัด (มหาชน) (รายได้จากฟิล์ม)	399.50	403.42	347.04
บริษัท ยูนิคอุตสาหกรรมพลาสติก จำกัด	1,520.19	1,703.51	N/A
บริษัท ชันซีพลาสติก พี.เอส. จำกัด	1,009.00	817.50	N/A
บริษัท ดับบลิวแอนด์เอช फिल्म จำกัด	174.84	N/A	N/A

แหล่งข้อมูล : กลุ่มบริษัท และข้อมูลจากกระทรวงพาณิชย์ผ่านบริษัท บิซิเนส ออนไลน์ จำกัด (มหาชน)

ภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนสำหรับสินค้าบริโภคและอุปโภค (Flexible Packaging)

ในประเทศไทยมีผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนสำหรับสินค้าบริโภคและอุปโภค (Flexible Packaging) อยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งพอจะจัดประเภทได้เป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ผลิตขนาดใหญ่ซึ่งผลิตบรรจุภัณฑ์สำหรับลูกค้าที่เป็นผู้ผลิต

สินค้าอุปโภคบริโภคบริโภคข้ามชาติรายใหญ่ กลุ่มผู้ผลิตขนาดกลางซึ่งผลิตบรรจุภัณฑ์เพื่อผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคภายในประเทศที่มีปริมาณการสั่งซื้อค่อนข้างมาก และกลุ่มผู้ผลิตขนาดเล็กดำเนินการผลิตเพื่อลูกค้ารายเล็กที่สั่งซื้อสินค้าในปริมาณที่น้อย

TAK จัดเป็นผู้ผลิตขนาดกลาง โดยมีกำลังการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนสำหรับสินค้าอุปโภคและบริโภคถึง 60.00 ล้านเมตรพิมพ์ต่อปี ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิตด้านความปลอดภัยของอาหาร ซึ่งใช้ในการควบคุมกระบวนการผลิต สินค้าที่ผลิตส่วนใหญ่เป็นบรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับสินค้าบริโภค ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูปเพื่อการส่งออกและการบริโภคในประเทศ

**ตัวอย่างบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อน
สำหรับสินค้าบริโภคและอุปโภค (Flexible Packaging) ในประเทศไทย**

กลุ่มผู้ผลิต	บริษัท	รายได้ (ล้านบาท)		
		ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559
ผู้ผลิตขนาดใหญ่	บริษัท ฟุจิ เอส จำกัด ^{1/}	3,611.14	3,913.16	N/A
	บริษัท ฮูทามากิ (ประเทศไทย) จำกัด	3,676.35	3,979.99	N/A
	บริษัท แอมคอร์ เฟล็กซ์เบิ้ล ซลบุรี (จำกัด) ^{2/}	2,263.08	N/A	N/A
	บริษัท ไดอิชิแพคเกจจิ้ง จำกัด	1,889.05	1,890.06	N/A
ผู้ผลิตขนาดกลาง	บริษัท ที.เอ.เค. แพคเกจจิ้ง จำกัด ("TAK")	517.90	589.95	N/A

แหล่งข้อมูล : กลุ่มบริษัท และข้อมูลจากกระทรวงพาณิชย์ผ่านบริษัท บีซีเนส ออนไลน์ จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุ : 1/ รอบบัญชีเริ่มต้นที่ 1 เม.ย. และสิ้นสุดวันที่ 31 มี.ค. ของปีถัดไป

2/ รอบบัญชีเริ่มต้นที่ 1 ก.ค. และสิ้นสุดวันที่ 30 มิ.ย. ของปีถัดไป

2.2.3 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของกลุ่มบริษัทเป็นการผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า (Custom Made Order) ทั้งในต่างประเทศและในประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นลูกค้ารายใหญ่ที่มีชื่อเสียง และมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับกลุ่มบริษัทอย่างต่อเนื่องและยาวนาน กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของกลุ่มบริษัทแยกตามประเภทผลิตภัณฑ์ ได้ดังนี้

1) ถุงพลาสติก

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ โมเดิร์นเทรด ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านค้าสะดวกซื้อ และห้างสรรพสินค้า ในประเทศต่างๆ เช่น สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย สหราชอาณาจักร ญี่ปุ่น และไทย เป็นต้น เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีการสั่งซื้อในปริมาณมากและต่อเนื่อง ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้มีความต้องการใช้ถุงพลาสติกในการดำเนินธุรกิจค้าปลีกของตนเอง รวมทั้งสั่งซื้อถุงพลาสติกที่ผลิตภายใต้ตราสินค้าของตนเอง (House Brands) เข้าไปวางจำหน่ายตามร้านค้าหรือสาขาของตนเอง

นอกจากนี้ ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอีกกลุ่ม คือ ตัวกลางในการนำเข้า และ/หรือ ผู้ค้าส่งให้กับร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ในต่างประเทศ (Importers/ Distributors) ซึ่งจะเป็นผู้จัดการเรื่องการสั่งผลิต จัดซื้อ และขนส่งทั้งหมดให้กับลูกค้าบางรายในต่างประเทศ

2) फिल्म

TAK และผู้ประกอบการผลิตบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าบริโภคและอุปโภคขายอื่นๆ เป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลักสำหรับผลิตภัณฑ์ฟิล์มลามิเนตและฟิล์มแบร็ว โดยสั่งซื้อเพื่อนำไปเป็นวัตถุดิบในการผลิตบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าบริโภคและอุปโภคต่างๆ เช่น บรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารสด อาหารสำเร็จรูป อาหารแช่แข็ง อาหารแห้ง ขนมคบเคี้ยว เป็นต้น สำหรับลูกค้าเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ฟิล์มหดรและฟิล์มหุ้ม ครอบคลุมผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมทั่วไปอื่นๆ ที่มีความต้องการใช้ฟิล์มหดรและฟิล์มหุ้ม เช่น ผู้ประกอบการผลิตน้ำดื่มที่ต้องการใช้ฟิล์มหดรเพื่อห่อแพ็คสินค้า ผู้ประกอบการผลิตปูนซีเมนต์ที่ต้องการใช้ฟิล์มหุ้มเพื่อคลุมพาเลทถุงปูน เป็นต้น

3) บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนสำหรับสินค้าบริโภคและอุปโภค (Flexible Packaging)

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ผู้ประกอบการผลิตอาหาร ทั้งอาหารสำเร็จรูป อาหารแช่แข็ง อาหารแห้ง และอื่นๆ เช่น ผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งเพื่อการส่งออก ผู้ผลิตเบเกอรี่จำหน่ายตามร้านค้าสะดวกซื้อ เป็นต้น

2.2.4 ช่องทางการจัดจำหน่าย

กลุ่มบริษัทเป็นผู้ติดต่อโดยตรงกับลูกค้า โดยลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่ทำธุรกิจต่อเนื่องกันมายาวนาน อีกทั้งครอบคลุมบริษัทยักษ์ใหญ่ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่และผู้บริหารของกลุ่มบริษัทมีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ในธุรกิจมายาวนานกว่า 30 ปี ทำให้มีความคุ้นเคย และมีความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มบริษัทยังมีทีมงานการขายและการตลาดที่ผ่านการฝึกอบรมและมีประสบการณ์ในธุรกิจ โดยทำหน้าที่คอยประสานงาน และตอบสนองลูกค้าในเรื่องต่างๆ อีกทั้งยังหาลูกค้ารายใหม่ โดยการเข้าไปแนะนำบริษัท ทั้งในด้านความสามารถในการผลิตและการบริการ ความเชี่ยวชาญ และเทคโนโลยีในการผลิต นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทยังมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ร่วมทุนญี่ปุ่น ซึ่งได้แก่ บริษัท คานาโอกะ จำกัด และบริษัท เอ.พี.เอส. จำกัด ในการช่วยแนะนำลูกค้าจากประเทศญี่ปุ่น

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทยังเข้าร่วมการประมูลงาน ซึ่งลูกค้าบางรายอาจมีการจัดให้มีการประมูลงานผ่านการยื่นซองประมูลราคา (Sealed bid) และการประมูลอิเล็กทรอนิกส์ (E-Auction) โดยเฉพาะลูกค้าในประเทศบางรายที่ยังนิยมการใช้วิธีนี้ในการหาจัดจ้างผู้ผลิตและจัดจำหน่าย

2.2.5 กลยุทธ์ในการแข่งขัน

1) คุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ

กลุ่มบริษัทมุ่งเน้นการผลิตสินค้าและการให้บริการที่มีคุณภาพ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว โดยมีหน่วยงานและกระบวนการตรวจสอบคุณภาพ (Quality Control) เพื่อควบคุมตั้งแต่คุณภาพของวัตถุดิบ กระบวนการผลิต และสินค้าสำเร็จรูป โดยละเอียด มีห้องตรวจวิเคราะห์และเครื่องมือเพื่อการตรวจวิเคราะห์คุณภาพอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เป็นไปตามคุณภาพที่ลูกค้ากำหนดและก่อให้เกิดความมั่นใจสูงสุดถึงคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าจะได้รับ

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทยังมีกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐานสากล ได้รับการรับรองระบบบริหารงานคุณภาพและความปลอดภัยในผลิตภัณฑ์จากสถาบันหลายแห่งที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย ทั้งในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับระบบบริหารงาน กระบวนการผลิต และความปลอดภัยของสินค้าจากสถาบันต่างๆ

อีกทั้ง กลุ่มบริษัทยังให้ความสำคัญกับคุณภาพของการให้บริการเป็นอย่างมาก โดยจะมุ่งเน้นการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว มีทีมงานการขายและการตลาดทำหน้าที่คอยประสานงาน และตอบสนองลูกค้าในเรื่องต่างๆ อีกทั้ง ให้ความสำคัญอย่างยิ่งในเรื่องการส่งสินค้าให้ลูกค้าได้ตรงตามกำหนดเวลา และแสดงความรับผิดชอบเมื่อสินค้าเกิดความเสียหาย ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่เป็นบริษัทที่ติดต่อกันมายาวนาน ไว้วางใจและเชื่อมั่นในกลุ่มบริษัท ที่สามารถรับผลิตงานปริมาณมากได้เสร็จตามเวลา รวมถึงสามารถรักษามาตรฐานคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้ดีมาโดยตลอด

2) ความสามารถในการผลิตสินค้าได้หลากหลายรูปแบบ และกำลังการผลิตที่เพียงพอต่อความต้องการ

กลุ่มบริษัทมีความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ในทุกรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ ไม่ได้จำกัดอยู่แค่เพียงรูปแบบที่ผลิตเป็นประจำเท่านั้น อีกทั้งยังสามารถแนะนำรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสินค้าได้ โดยกลุ่มบริษัทสามารถดัดแปลงเครื่องจักรให้รองรับการผลิตบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆ ได้หลากหลาย รวมไปถึงผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติหรือคุณภาพพิเศษ เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายและมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เช่น ถุงพลาสติกใส่ผักและผลไม้ (Produce Bags) ถุงยัดอายุผักผลไม้ ถุงใส่ขยะที่มีลวดลายและมีกลิ่นหอม เป็นต้น

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทตระหนักดีว่าอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกในชีวิตประจำวัน ทั้งในการจับจ่ายใช้สอย การจัดการขยะ และนำไปใช้ในอุตสาหกรรมอื่นๆ อีกมากมาย เนื่องจากคุณสมบัติและประโยชน์ใช้สอยที่หลากหลาย อีกทั้ง ยังมีราคาต่อหน่วยที่ต่ำ สามารถแข่งขันกับบรรจุภัณฑ์ชนิดอื่นได้เป็นอย่างดี ดังนั้น นอกจากการให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการแล้ว กลุ่มบริษัทมุ่งเน้นการจัดเตรียมกำลังการผลิตที่เพียงพอในหลากหลายกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถตอบสนองต่ออุปสงค์คำสั่งซื้อจากลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลา โดยมีโรงงานในสองที่ตั้ง ได้แก่ โรงงานสามพราน และโรงงานระยอง สามารถรองรับอุปสงค์คำสั่งซื้อของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นได้อย่างต่อเนื่อง ทำให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่าจะได้รับของตรงตามความต้องการและตามกำหนดเวลา

3) ความเชี่ยวชาญด้านวิศวกรรมการผลิตและการบริหารการผลิต

กลุ่มบริษัทมีความเชี่ยวชาญในด้านวิศวกรรมการผลิตและการบริหารการผลิต มุ่งเน้นให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการทำงาน และการลดต้นทุนการผลิต โดยมีความสามารถในการดัดแปลงเครื่องจักรที่มีอยู่เพื่อให้รองรับการผลิตรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และ/หรือ การออกแบบ พัฒนา และผลิตเครื่องจักรขึ้นเองเพื่อใช้ในโรงงานและเพื่อขายได้

นอกจากการดัดแปลง และการผลิตเครื่องจักรแล้ว กลุ่มบริษัทยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาและปรับปรุงเครื่องจักร การจัดวางสายการผลิตให้อยู่ในลักษณะแบบต่อเนื่อง (Continuous Line) เพื่อประสิทธิภาพสูงสุดในการผลิต ซึ่งจะส่งผลให้บริษัทมีต้นทุนการผลิตต่อหน่วยในอัตราที่ต่ำลง เป็นการลดการพึ่งพิงแรงงานจากคนอย่างมีนัยสำคัญ และลดการสูญเสียระหว่างผลิต นอกจากนี้ ฝ่ายวิศวกรรมของกลุ่มบริษัทยังมีความสามารถในการบำรุงรักษา ซ่อมแซม และแก้ไขปัญหาเครื่องจักรได้อย่างรวดเร็วเมื่อมีปัญหา ไม่ทำให้กระบวนการผลิตต้องหยุดชะงักเมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นกับเครื่องจักร

4) ความเชี่ยวชาญในเรื่องเม็ดพลาสติกรีไซเคิล

ครอบครัวบริสุทฐะกุลซึ่งเป็นผู้บริหารของกลุ่มบริษัทมีความเชี่ยวชาญในเรื่องเม็ดพลาสติกรีไซเคิลเป็นอย่างดี เนื่องจากเติบโตมาจากการดำเนินธุรกิจการนำเข้าเศษพลาสติกมาหลอมทำเป็นเม็ดพลาสติกรีไซเคิล โดยมีความรู้และประสบการณ์ทั้งในด้านการหลอมเศษพลาสติก และการคิดสูตรผสมระหว่างเม็ดรีไซเคิล เม็ดพลาสติกบริสุทธิ์ และสารประกอบอื่นๆ ในการผสมวัตถุดิบเพื่อให้ได้มาซึ่งคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ตามที่ถูกค้าต้องการ อีกทั้ง ที่โรงงานระยองยังมีเครื่องผลิตเม็ดพลาสติกคอมพาวด์ (Compounder) ซึ่งเป็นเครื่องที่สามารถผลิตเม็ดรีไซเคิลได้ โดยสามารถนำเศษพลาสติกที่เหลือจากการใช้งานในอุตสาหกรรม (Post-Industrial Plastic Scrap) สารประกอบอื่นๆ ลงไปหลอมจนเป็นของเหลว แล้วอัดเป็นแท่งและตัดเป็นเม็ดก่อนนำไปใช้ในกระบวนการผลิต ซึ่งนอกจากจะช่วยในการประหยัดต้นทุนของการผลิต เนื่องจากบางส่วนผสมสามารถใช้วัตถุดิบต้นน้ำได้แล้ว ยังสอดคล้องกับแนวโน้มคำสั่งซื้อของลูกค้า ที่ใส่ใจต่อสภาพแวดล้อมมากขึ้น โดยมีการกำหนดขั้นต่ำของปริมาณเม็ดรีไซเคิลที่ใช้ในการผลิตพลาสติกหิ้ว หรือถุงขยะตามคำสั่งซื้อ แต่ยังคงต้องการให้ถุงมีความแข็งแรง เทียบเท่ากับถุงที่ไม่มีเม็ดรีไซเคิลผสม ซึ่งกลุ่มบริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในเรื่องดังกล่าวได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทยังผลิตเม็ดพลาสติกรีไซเคิลจากเศษพลาสติกที่ผ่านการใช้งานจากผู้บริโภค (Post-Consumer Plastic Scrap) โดยผ่านกระบวนการทำความสะอาดและรีไซเคิล ซึ่งจะดำเนินการผลิตโดย TGRT ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท

5) การนำเสนอรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่สอดคล้องกับทิศทางการเปลี่ยนแปลงของตลาด

กลุ่มบริษัทมีการศึกษาและวิเคราะห์สภาวะตลาดอยู่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้รับรู้และเข้าใจถึงแนวโน้มของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ และธุรกิจที่มีความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่เพิ่มขึ้น ในรูปแบบที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น ดังเช่น ในปี 2550 กลุ่มบริษัทเป็นผู้ผลิตรายแรกในประเทศไทยที่ผลิตและจำหน่ายฟิล์มหุ้ม (Stretch Hood) โดยในขณะนั้นได้เล็งเห็นถึงความต้องการใช้ในการครอบคลุมสินค้าบนพาเลท (Pallet) ในอุตสาหกรรมต่างๆ เพื่อป้องกันฝุ่นและน้ำ รักษารูปทรงของสินค้าและให้สะดวกต่อการขนส่งในปริมาณมาก กลุ่มบริษัทจึงได้พัฒนาฟิล์มดังกล่าวขึ้นมา และนำเสนอต่อลูกค้าซึ่งได้ผลตอบรับเป็นอย่างดี

อีกทั้ง จากการที่กลุ่มบริษัทได้เห็นถึงแนวโน้มความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์ที่จะช่วยยืดอายุอาหารในอุตสาหกรรมอาหาร รวมถึงซูเปอร์มาร์เก็ตที่จำหน่ายอาหารสด กลุ่มบริษัทจึงได้สั่งซื้อเครื่องเป่าฟิล์ม 7 ชั้น มาจากประเทศเยอรมนี ซึ่งเครื่องดังกล่าวสามารถผลิตฟิล์มแบรีเออร์ที่มีความหนาถึง 7 ชั้น โดยมีคุณสมบัติในการปกป้องผลิตภัณฑ์ให้มีอายุเก็บนานขึ้น ป้องกันการเสื่อมสภาพ ป้องกันการซึมผ่านของออกซิเจน ความชื้น จุลินทรีย์ และสิ่งปนเปื้อนต่างๆ ได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังป้องกันการระเหยของกลิ่นและน้ำมันได้

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทยังให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่องในการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์พลาสติกชีวภาพ เนื่องจากเล็งเห็นถึงแนวโน้มคำสั่งซื้อของลูกค้า ที่ใส่ใจต่อสภาพแวดล้อมมากขึ้น ซึ่งในอนาคตอาจนำไปสู่การใช้พลาสติกชีวภาพที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.3.1 ฐานการผลิตและกำลังการผลิต

1) โรงงานผลิตถุงพลาสติกและฟิล์ม

ปัจจุบัน กลุ่มบริษัทมีโรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทถุงพลาสติกและฟิล์ม จำนวน 2 แห่ง คือ โรงงานสามพราน และ โรงงานระยอง มีกำลังการผลิตรวมกันสูงสุดประมาณ 64,000 ตันต่อปี โดยมีรายละเอียด ดังนี้

โรงงานสามพราน

โรงงานสามพรานตั้งอยู่ที่ ตำบลไร่ขิง อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม เน้นการผลิตถุงพลาสติกหูหิ้ว ถุงขยะ และฟิล์ม สำหรับคำสั่งซื้อที่มีรายละเอียดมากเป็นพิเศษ และมีปริมาณการสั่งซื้อ (Volume) ไม่มากเมื่อเทียบกับโรงงานระยอง โดยกำลังการผลิตถุงพลาสติกและฟิล์มของโรงงานสามพรานอยู่ที่ประมาณ 15,000 ตันต่อปี เติมนการผลิตทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง

โรงงานระยอง

โรงงานระยองตั้งอยู่ที่ ตำบลมะขามคู่ อำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดระยอง ผลิตถุงพลาสติก ถุงขยะ และฟิล์ม ที่ตั้งของโรงงานระยองนั้น อยู่ใกล้กับท่าเรือมาตาพุดและท่าเรือแหลมฉบังซึ่งสะดวกกับการส่งออกเป็นอย่างมาก โรงงานแห่งนี้ จึงเน้นการผลิตแบบจำนวนมาก (Mass Production) เพื่อการส่งออกไปยังลูกค้ารายใหญ่ในทวีปต่างๆ ทั่วโลก โดยกำลังการผลิตถุงพลาสติกและฟิล์มของโรงงานระยองอยู่ที่ประมาณ 49,000 ตันต่อปี และเติมนการผลิตทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง

กลุ่มบริษัทมีการปรับปรุงประสิทธิภาพเครื่องจักร และโรงงานมาโดยตลอด จนในปัจจุบันโรงงานสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีขีดความสามารถของระบบความปลอดภัย และระบบป้องกันมลภาวะเป็นพิษที่ดี นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทมีการวางแผนปรับปรุงการผลิตอย่างต่อเนื่อง โดยให้ฝ่ายวางแผนการผลิตใช้ข้อมูลการผลิตในอดีต มาวิเคราะห์เพื่อให้ทราบถึงความเหมาะสมของเครื่องจักรกับผลิตภัณฑ์ในแต่ละงาน และวางแผนการผลิตโดยกำหนดเครื่องจักรและประเภทของวัตถุดิบให้เกิดความต่อเนื่องเพื่อลดการสูญเสียระหว่างผลิตและลดเวลาที่ใช้ในการผลิตให้น้อยลง

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทยังมีกำลังผลิตเสริม โดยมีการว่าจ้างให้ผู้ผลิตภายนอก (Outsource) ผลิตสินค้าตามคำสั่งซื้อของลูกค้าต่ออีกทอดหนึ่ง เฉพาะในกรณีที่คำสั่งซื้อจากลูกค้าหลายรายเข้ามาพร้อมกันเป็นจำนวนมาก ซึ่งอาจทำให้ลูกค้ารายที่มีคำสั่งซื้อเข้ามาที่หลังต้องรอสินค้าเป็นเวลานานขึ้น กลุ่มบริษัทจึงอำนวยความสะดวกโดยว่าจ้างผู้ผลิตภายนอกในการผลิต เพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าเร็วขึ้น หรือในกรณีที่เครื่องจักรไม่เหมาะสมกับลักษณะสินค้า เช่น งานที่สั่งไม่เป็นประจำ ทำให้การปรับเครื่องจักรไม่คุ้มต่อการผลิต ทั้งนี้ ผู้ผลิตภายนอกจะเป็นผู้ให้บริการแก่กลุ่มบริษัททั้งกระบวนการ โดยที่กลุ่มบริษัทจะส่งมอบวัตถุดิบและส่งผู้ตรวจสอบคุณภาพไปที่โรงงานของผู้ผลิตภายนอกเพื่อควบคุมคุณภาพให้ได้มาตรฐาน ทั้งนี้ การว่าจ้างผู้ผลิตภายนอกจะไม่มีการทำเป็นสัญญาจ้างล่วงหน้า ผู้ผลิตภายนอกที่อยู่ในรายชื่อที่ผ่านการตรวจสอบของกลุ่มบริษัท (Approved Vendor List) และใช้เป็นประจำมีประมาณ 3-4 ราย ซึ่งจะมีความถนัดในการผลิตแตกต่างกัน

2) โรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนสำหรับสินค้าบริโภคและอุปโภค (Flexible Packaging)

โรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนสำหรับสินค้าบริโภคและอุปโภคซึ่งดำเนินการโดย TAK ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ตั้งอยู่ที่ตำบลไร่ขิง อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ซึ่งที่ตั้งดังกล่าวเป็นการเช่าที่จาก TPBI โดยโรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนสำหรับสินค้าบริโภคและอุปโภคมีกำลังการผลิตประมาณ 8 ล้านเมตรพิมพ์ต่อเดือน หรือเท่ากับประมาณ 16 ล้านซองต่อเดือน

เครื่องพิมพ์ที่ใช้ในโรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนสำหรับสินค้าบริโภคและอุปโภคเป็นเครื่องที่นำเข้าจากประเทศไต้หวันและญี่ปุ่นซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ทันสมัย สามารถพิมพ์งานได้สูงที่สุดถึง 9 สี มีความละเอียดสวยงามอย่างสม่ำเสมอ โดยเครื่องจะเป็นระบบอัตโนมัติทั้งหมด ควบคุมการสั่งงานด้วยคอมพิวเตอร์ อีกทั้ง ยังมีเครื่องตรวจสอบคุณภาพอัตโนมัติ (Auto-Inspection Machine) จากประเทศญี่ปุ่น ซึ่งจะส่งสัญญาณแจ้งเตือนและแสดงผลบนหน้าจอคอมพิวเตอร์ หากตรวจเจอความผิดพลาดของม้วนพิมพ์ ในเรื่องของการพิมพ์ สี และสิ่งปนเปื้อน เช่น เศษไม้ ฝุ่น เป็นต้น

นอกจากนี้ TAK ยังมีเครื่องจักรที่สามารถใช้ในการขึ้นรูปของสินค้าได้หลากหลายรูปแบบ เช่น ซองชนิดผนึกสามด้าน ซองซีลกลาง ซองซิปล เป็นต้น รวมถึงการขึ้นรูปของแซนด์วิช ซึ่งใช้เครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีล้ำสมัยจากประเทศญี่ปุ่น ที่ทำให้สามารถฉีกซองจากแถบแกนกลางได้โดยที่ยังสามารถรักษารูปทรงของซองที่ใช้ห่อแซนด์วิชได้อยู่ ทำให้สะดวกต่อการบริโภค ด้วยเครื่องจักรและเทคโนโลยีที่ทันสมัยและครบครัน ทำให้กลุ่มบริษัทสามารถส่งมอบงานผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับสินค้าบริโภคและอุปโภคที่มีคุณภาพ สวยงาม และปลอดภัยได้อย่างรวดเร็ว ตรงตามกำหนดเวลาของลูกค้า

2.3.2 การจัดหาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตถุงพลาสติกและฟิล์ม ได้แก่ เม็ดพลาสติกบริสุทธิ์ประเภทต่างๆ ที่สั่งซื้อจากผู้ผลิตทั้งในและนอกประเทศ เม็ดพลาสติกรีไซเคิลซึ่งกลุ่มบริษัทผลิตเองทั้งหมด และหมึกพิมพ์สำหรับถุงพลาสติกที่มีผลผลิตซึ่งเป็นการซื้อในประเทศ สำหรับการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนสำหรับสินค้าบริโภคนั้น วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิต ได้แก่ ฟิล์มประเภทต่างๆ หมึกพิมพ์ และกาว ทั้งนี้ การจัดหาวัตถุดิบแต่ละประเภทมีรายละเอียด ดังนี้

1) เม็ดพลาสติกบริสุทธิ์

เม็ดพลาสติกบริสุทธิ์ที่ใช้ในการผลิต คือ เม็ดพลาสติกโพลีเอทิลีน โดยประเภทของเม็ดพลาสติกโพลีเอทิลีนที่บริษัทใช้แบ่งได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่ กลุ่มเม็ดพลาสติกโพลีเอทิลีนประเภทความหนาแน่นสูง (HDPE) กลุ่มเม็ดพลาสติกโพลีเอทิลีนประเภทความหนาแน่นต่ำ (LDPE) และกลุ่มเม็ดพลาสติกโพลีเอทิลีนประเภทความหนาแน่นต่ำเชิงเส้น (LLDPE)

ปัจจุบัน บริษัทสั่งซื้อเม็ดพลาสติกโพลีเอทิลีนจากผู้ผลิตทั้งในประเทศและต่างประเทศรวมกว่า 10 ราย โดยสั่งซื้อจากผู้ผลิตวัตถุดิบรายหลักในประเทศ ได้แก่ บริษัท พีทีที โพลีเมอร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด และบริษัท เอสซีจีพลาสติกส์ จำกัด โดยมียอดสั่งซื้อจากรายใหญ่สองรายนี้ คิดเป็นร้อยละ 37.19 และร้อยละ 15.31 ของมูลค่าเม็ดพลาสติกที่ซื้อในปี 2559 ตามลำดับ การที่บริษัทสั่งซื้อเม็ดพลาสติกจากผู้ผลิตสองรายนี้เป็นจำนวนค่อนข้างมาก เนื่องจากเม็ดพลาสติกมีคุณภาพดีและมีคุณสมบัติได้มาตรฐาน อีกทั้งใช้เวลาในการสั่งซื้อจนถึงจัดส่งไม่มาก การซื้อเม็ดพลาสติกจาก บริษัท พีทีที โพลีเมอร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด และบริษัท เอสซีจี พลาสติกส์ จำกัด จะมีการทำ

สัญญารายปี ซึ่งระบุปริมาณเม็ดพลาสติกที่จะใช้ต่อเดือน ตามแผนการผลิตที่วางไว้ หากปริมาณไม่เพียงพอต่อการผลิตจริง บริษัทจะทำการสั่งซื้อเป็นครั้งๆ ไป โดยใช้ราคาส่งมอบ ณ วันสั่งซื้อ ในตลาดโลกอ้างอิง (ICIS Spot Price)

นอกจากนี้ บริษัทยังมีการสั่งซื้อเม็ดพลาสติกจากต่างประเทศ โดยสั่งซื้อจากประเทศสิงคโปร์ซึ่งเป็นตัวกลางในการจัดจำหน่ายเม็ดพลาสติก และซื้อโดยตรงจากผู้ผลิตที่ประเทศคูเวต ที่ผ่านมากลุ่มบริษัทไม่เคยประสบปัญหาการขาดแคลนเม็ดพลาสติก ทั้งนี้ มูลค่าและปริมาณการสั่งซื้อเม็ดพลาสติกจากผู้จัดจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศในปี 2557-2559 ดังรายละเอียดในตารางด้านล่าง

ผู้จัดจำหน่าย เม็ดพลาสติก	งวดบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2557		งวดบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558		งวดบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559	
	ล้านบาท	ตัน	ล้านบาท	ตัน	ล้านบาท	ตัน
ในประเทศ	1,797.82	35,231.05	1,726.59	48,303.62	1,602.73	46,691.38
ต่างประเทศ	890.42	17,272.14	881.94	20,108.77	928.64	22,295.00
รวม	2,688.24	52,503.19	2,608.53	68,412.39	2,531.37	68,986.38

2) พิล์ม

ในการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนเพื่อสินค้าบริโภคและอุปโภคบริโภคนั้น TAK สั่งซื้อฟิล์มลามิเนตซึ่งเป็นฟิล์มที่ผลิตจากเม็ดพลาสติกโพลีเอทิลีนประเภทความหนาแน่นต่ำเชิงเส้น (LLDPE) และเป็นวัตถุดิบหลักของการผลิตจาก TPBI เพียงรายเดียว และซื้อฟิล์มชนิดอื่นๆ เช่น ฟิล์มที่ผลิตจากเม็ดพลาสติกโพลีโพรพิลีน (Biaxially Oriented Polypropylene: BOPP) ฟิล์มที่ผลิตจากเม็ดพลาสติกโพลีเอสเตอร์ (Polyester: PET) อลูมิเนียมฟอยล์ (Aluminum Foil) เป็นต้น จากผู้จัดจำหน่ายหลายรายในประเทศ และมีการสั่งซื้อฟิล์มไนลอน (Nylon) จากประเทศอินโดนีเซียและญี่ปุ่น

3) หมึกพิมพ์ กาว และอื่นๆ

สำหรับวัตถุดิบอื่นๆ ที่ใช้ในการผลิต เช่น หมึกพิมพ์ กาว น้ำมัน กล่องบรรจุ สติกเกอร์ บริษัทจะจัดหาผู้จัดจำหน่ายที่เหมาะสมโดยการเปรียบเทียบราคาและคุณภาพ ซึ่งจะเปรียบเทียบประมาณ 2-3 ราย ก่อนการตัดสินใจสั่งซื้อ ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะเป็นการสั่งซื้อจากผู้จัดจำหน่ายภายในประเทศ

2.5 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทให้ความสำคัญด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมที่ดี เพื่อไม่ให้เกิดการดำเนินธุรกิจของบริษัทส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ดังจะเห็นได้จากการที่บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO14001:2004 (Environmental Management System) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14000 ที่ใช้เป็นแนวทางให้องค์กรหรือหน่วยงานสามารถจัดระบบการจัดการของตนเพื่อให้บรรลุนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมที่กำหนดไว้ แสดงให้เห็นว่า บริษัทมีระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดี เป็นระบบที่มีโครงสร้างหน้าที่ ความรับผิดชอบที่ชัดเจน มีวิธีการกระบวนการและทรัพยากรอย่างเพียงพอในการดำเนินการ ภายใต้หลักเกณฑ์ คือ การวางแผน (Planning) การนำแผนไปปฏิบัติ (Doing) การตรวจสอบ (Checking) และการทบทวน (Action)

นอกจากนี้ บริษัทยังได้จัดให้มีหน่วยงานเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยทำหน้าที่ดูแลเรื่องสิ่งแวดล้อมโดยตรง ซึ่งหน่วยงานดังกล่าวจะคอยตรวจสอบสภาพสิ่งแวดล้อมของบริษัทในด้านต่างๆ ทุกไตรมาส ได้แก่ การวิเคราะห์คุณภาพน้ำ

การวัดระดับความเข้มของแสง ความดังของเสียง ความร้อน และคุณภาพอากาศ เพื่อให้บริษัทมีข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่ทันต่อเหตุการณ์ และสามารถปรับปรุงหรือแก้ไขปัญหที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างทัน่วงที อย่างไรก็ตาม ในอดีตจนถึงปัจจุบัน บริษัทยังไม่เคยถูกฟ้องร้องหรือร้องเรียนจากชุมชนบริเวณใกล้เคียงเกี่ยวกับเรื่องมลภาวะสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

3. ปัจจัยความเสี่ยง

3.1 ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

3.1.1 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงตลาดส่งออกหลักน้อยแห่ง

กลุ่มบริษัทประกอบธุรกิจหลักโดยการผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติก เช่น ถุงพลาสติกหิ้ว ถุงขยะ ถุงแพชั่น ถุงยืดอายุผักผลไม้ ฟิล์ม และบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนสำหรับสินค้าบริโภคและอุปโภค (Flexible Packaging) โดยรายได้ส่วนใหญ่ของกลุ่มบริษัทเป็นรายได้จากการส่งออกสินค้าไปยังตลาดต่างประเทศ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 71.13 ร้อยละ 65.82 และร้อยละ 63.11 ของรายได้จากการขายทั้งหมด ในปี 2557 ปี 2558 และปี 2559 ตามลำดับ โดยผลิตภัณฑ์หลักที่ส่งออกไปยังต่างประเทศ คือ ถุงพลาสติกหิ้ว ถุงขยะ และถุงแพชั่นที่ผลิตโดยบริษัท โดยมีการส่งออกไปยังตลาดหลากหลายประเทศ ซึ่งเป็นผู้นำเข้าถุงพลาสติกอันดับต้นๆ ของโลก เช่น ออสเตรเลีย สหราชอาณาจักร ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส และนิวซีแลนด์

สัดส่วนรายได้จากการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศของกลุ่มบริษัท มีดังนี้

ตลาดส่งออก	2557		2558		ปี 2559	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ออสเตรเลีย	1,040.35	30.82	1,185.76	37.78	1,154.38	37.36
สหรัฐอเมริกา	887.51	26.29	638.51	20.34	698.64	22.61
สหราชอาณาจักร	749.09	22.19	630.32	20.08	531.19	17.19
ญี่ปุ่น	453.19	13.42	432.48	13.78	456.37	14.77
นิวซีแลนด์	101.41	3.00	104.07	3.32	113.06	3.66
ฝรั่งเศส	102.64	3.04	40.05	1.28	35.16	1.14
อื่นๆ	41.62	1.23	107.56	3.43	100.76	3.26
รวมรายได้จากการส่งออก	3,375.81	100.00	3,138.76	100.00	3,089.56	100.00

ที่มา: กลุ่มบริษัท

จากตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่ากลุ่มบริษัทพึ่งพิงตลาดส่งออกหลัก 4 แห่ง ได้แก่ ตลาดประเทศออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และญี่ปุ่น หรือคิดเป็นสัดส่วนรายได้จากการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศทั้ง 4 แห่ง รวมร้อยละ 92.72 ร้อยละ 91.98 และร้อยละ 91.94 ของรายได้จากการส่งออกทั้งหมด ในปี 2557 ปี 2558 และปี 2559 ตามลำดับ ดังนั้น กลุ่มบริษัทจึงมีความเสี่ยงหากตลาดส่งออกหลักของกลุ่มบริษัทยกเลิกหรือลดการสั่งซื้อสินค้า ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทได้ โดยสาเหตุของการยกเลิกหรือลดการสั่งซื้ออาจมาจากมาตรการภาษีตอบโต้การทุ่มตลาดจากประเทศผู้นำเข้าสินค้าของบริษัท และการตัดสินใจระบบสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไป หรือ Generalized System of Preferences (“GSP”) โดยประเทศผู้นำเข้าสินค้าของบริษัท ซึ่งจะส่งผลให้ต้นทุนการนำเข้าสินค้าของผู้นำเข้าสูงขึ้น และอีกสาเหตุหนึ่งอาจมาจากราคาสินค้าของกลุ่มบริษัทที่เปลี่ยนไปตามอัตราแลกเปลี่ยนของสกุลเงินที่ตกลงใช้ในการชำระค่าสินค้ากับผู้นำเข้าสินค้า

1) มาตรการภาษีตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti-dumping Duty) จากประเทศผู้นำเข้าสินค้าของบริษัท

มาตรการภาษีตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti-dumping Duty) เป็นหนึ่งในมาตรการที่องค์การการค้าโลก (World Trade Organization หรือ “WTO”) ยินยอมให้ประเทศสมาชิกใช้เพื่อปกป้องอุตสาหกรรมภายในประเทศของตนได้ ในกรณีที่ได้รับความเสียหายหรือมีแนวโน้มว่าจะได้รับความเสียหายจากการแข่งขันกับสินค้านำเข้า ซึ่งเป็นการให้

สิทธิในการเพิ่มอัตราภาษีนำเข้าให้สูงขึ้นกว่าระดับที่ผูกพันไว้ได้เป็นการชั่วคราว โดยผู้นำเข้าสินค้าจะเป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบจากมาตรการนี้ เนื่องจากอัตราภาษีนำเข้าที่เพิ่มขึ้นจะส่งผลให้ต้นทุนการนำเข้าสูงขึ้น ขณะที่ผู้ผลิตและผู้ส่งออกมิได้มีค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนเพิ่มเติมแต่อย่างใด ดังนั้น หากตลาดส่งออกทั้ง 4 แห่งของบริษัทมีการใช้มาตรการดังกล่าว บริษัทจะมีความเสี่ยงจากการที่ผู้นำเข้าของตลาดส่งออกหลักยกเลิกหรือลดการสั่งซื้อสินค้าจากบริษัท ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทได้

อย่างไรก็ดี ในอดีตจนถึงปัจจุบัน ประเทศออสเตรเลีย และญี่ปุ่น ยังไม่เคยมีการใช้มาตรการภาษีตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti-dumping Duty) สำหรับสินค้าประเภทถุงพลาสติก มีเพียงประเทศสหรัฐอเมริกาและกลุ่มสหภาพยุโรปที่ประกาศใช้มาตรการดังกล่าว โดยมีผลบังคับใช้กับกลุ่มประเทศผู้ส่งออกหลักต่างๆ สำหรับสินค้าประเภทถุงพลาสติก ซึ่งรวมถึงประเทศไทย ซึ่งเป็นผู้ส่งออกถุงพลาสติกรายใหญ่ในภูมิภาคเอเชีย

ในอดีตที่ผ่านมา ประเทศสหรัฐอเมริกาและกลุ่มประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปได้มีการประกาศใช้มาตรการภาษีตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti-dumping Duty) กับประเทศผู้ส่งออกหลักสำหรับสินค้าประเภทถุงพลาสติก เนื่องจากอุตสาหกรรมถุงพลาสติกภายในประเทศได้รับผลกระทบจากราคาสินค้านำเข้าที่มีราคาต่ำกว่าราคาสินค้าที่ผลิตภายในประเทศ โดยในปี 2547 ประเทศสหรัฐอเมริกาประกาศใช้มาตรการทางภาษีตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti-dumping Duty) ของสินค้าประเภทถุงพลาสติกหิ้วเป็นครั้งแรกกับกลุ่มประเทศผู้ส่งออกถุงพลาสติกหิ้วหลักในภูมิภาคเอเชีย ซึ่งได้แก่ ไทย จีน และมาเลเซีย โดยบริษัทเป็นหนึ่งใน 2 ผู้ผลิตถุงพลาสติกหิ้วของประเทศไทยที่ได้รับโอกาสในการเข้าชี้แจงข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา และต้นทุนการผลิตของบริษัท เพื่อใช้ประกอบการพิจารณาการใช้มาตรการภาษีตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti-dumping Duty) สำหรับผู้นำเข้าถุงพลาสติกหิ้วจากประเทศไทย โดยภายหลังจากการพิจารณาแล้ว สหรัฐอเมริกาได้ประกาศให้ผู้นำเข้าสินค้าประเภทถุงพลาสติกหิ้วจากบริษัทและผู้ส่งออกถุงพลาสติกหิ้วรายอื่นๆ จากจีนและมาเลเซีย จะต้องเสีย Anti-dumping Duty ในอัตราต่างๆ ต่อมาในปี 2552 สหรัฐอเมริกาได้เริ่มพิจารณาใช้มาตรการภาษีตอบโต้การทุ่มตลาดกับผู้ส่งออกถุงพลาสติกหิ้วจากประเทศอื่นๆ เพิ่มเติม ซึ่งรวมถึงประเทศเวียดนาม (หนึ่งในคู่แข่งหลักของประเทศไทย) โดยในปี 2553 สหรัฐอเมริกาได้ประกาศบังคับใช้ Anti-dumping Duty สำหรับสินค้าประเภทถุงพลาสติกหิ้วที่นำเข้าจากประเทศเวียดนามเช่นกัน ทั้งนี้ Anti-dumping Duty สำหรับสินค้าประเภทถุงพลาสติกหิ้วที่นำเข้าจากประเทศไทย และคู่แข่งหลัก ซึ่งได้แก่ จีน มาเลเซีย และเวียดนาม สามารถสรุปได้ดังนี้

ประเทศผู้ส่งออก	วันที่เริ่มมีผลใช้บังคับ	Anti-dumping Duty (ร้อยละ)		
		อัตราทั่วไป ¹	อัตราแบบเฉพาะเจาะจง ²	TPBI
ไทย	18 มิ.ย. 2547	2.80	2.26 – 122.88	2.26
	17 ม.ค. 2550	2.80	1.41 – 122.88	1.41
	16 พ.ย. 2550	2.80	0.80 – 122.88	0.87
	15 ม.ค. 2552	2.80	0.80 – 122.88	0.87
	11 ธ.ค. 2552	2.80	0.80 – 122.88	21.99
	8 มี.ค. 2554	4.69	0.80 – 122.88	0.00 ³
	28 ก.ย. 2554	4.69	0.80 – 122.88	0.00 ³
	19 ส.ค. 2556	4.69	0.80 – 122.88	0.00 ³
	2 ก.ย. 2557	4.69	0.80 – 122.88	0.00 ³
	8 ก.ค. 2558	4.69	0.80 – 122.88	0.00 ³
	13 ก.ค. 2558	4.69	0.80 – 122.88	0.00 ³
	8 มิ.ย. 2559	4.69	0.80 – 122.88	0.00 ³
มาเลเซีย	18 มิ.ย. 2547	84.94	84.94 – 101.74	
	9 ส.ค. 2550	84.64	84.64 – 101.74	
	16 พ.ย. 2552	84.94	56.13 – 101.74	
	4 ต.ค. 2553	84.94	84.94 – 101.74	
	13 ก.ค. 2558	84.94	84.94 – 101.74	
	31 ต.ค. 2559	84.94	84.94 – 101.74	
จีน	18 มิ.ย. 2547	77.57	19.79 – 77.57	
	19 มี.ค. 2550	77.57	7.36 – 77.57	
	17 มี.ค. 2551	77.57	2.58 – 77.57	
	11 ก.พ. 2552	77.57	3.19 – 77.57	
	4 ธ.ค. 2552	77.57	3.19 – 77.57	
	13 ก.ค. 2558	77.57	3.19 – 77.57	
เวียดนาม	1 เม.ย. 2553	76.11	52.30 – 76.11	
	13 ก.ค. 2558	76.11	52.30 – 76.11	

แหล่งข้อมูล: Federal Register ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559

หมายเหตุ: ¹ อัตราทั่วไป (All Others rate) หมายถึง Anti-dumping Duty ที่ใช้สำหรับสินค้านำเข้าจากผู้ผลิตและส่งออกรายอื่นๆ นอกเหนือจากผู้ผลิตและส่งออกที่ถูกกำหนดอัตราไว้แบบเฉพาะเจาะจง

² อัตราแบบเฉพาะเจาะจง หมายถึง Anti-dumping Duty ที่ใช้สำหรับสินค้านำเข้าจากผู้ผลิตและส่งออก ซึ่งเป็นผู้ผลิตและส่งออกที่มีการสุ่มตรวจสอบและถูกกำหนดอัตราไว้แบบเฉพาะราย

³ บริษัทหลุดจากการประกาศใช้ Anti-dumping duty ตั้งแต่ช่วงเดือนกรกฎาคม ปี 2553

กรณีสหภาพยุโรป (European Union หรือ EU) ได้มีการนำมาตรการภาษีตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti-dumping Duty) มาใช้กับประเทศผู้ส่งออกของพลาสติกเช่นเดียวกับสหรัฐอเมริกา โดยในปี 2549 สหภาพยุโรปได้ประกาศให้ผู้นำเข้าสินค้าจากบริษัทและผู้ส่งออกของพลาสติกรายอื่นๆ จากประเทศไทย และจีนจะต้องเสีย Anti-dumping Duty ในอัตราต่างๆ ตลอดระยะเวลา 5 ปี ดังนี้

ประเทศผู้ส่งออก	ช่วงเวลาที่ใช้บังคับ	Anti-dumping Duty (ร้อยละ)		
		อัตราทั่วไป ¹	อัตราแบบเฉพาะเจาะจง ²	TPBI
ไทย	ก.ย. 2549 – ก.ค. 2555	28.8	4.8 – 28.8	5.8
จีน		14.3	5.1 – 14.3	

แหล่งข้อมูล: Official Journal of the European Union

¹ อัตราทั่วไป (All Others rate) หมายถึง Anti-dumping Duty ที่ใช้สำหรับสินค้านำเข้าจากผู้ผลิตและส่งออกรายอื่นๆ นอกเหนือจากผู้ผลิตและส่งออกที่ถูกกำหนดอัตราไว้แบบเฉพาะเจาะจง

² อัตราแบบเฉพาะเจาะจง หมายถึง Anti-dumping Duty ที่ใช้สำหรับสินค้านำเข้าจากผู้ผลิตและส่งออก ซึ่งเป็นผู้ผลิตและส่งออกที่มีการสุ่มตรวจ สอบและถูกกำหนดอัตราไว้แบบเฉพาะราย

อย่างไรก็ดี เมื่อปี 2551 บริษัทร่วมกับกรมการค้าต่างประเทศฟ้องกระทรวงพาณิชย์ของประเทศไทย สหรัฐอเมริกากับ WTO เรื่องการใช้วิธีคำนวณอัตราภาษีกรณีตอบโต้การทุ่มตลาดอย่างไม่เป็นธรรม ซึ่งในเดือนกรกฎาคม ปี 2553 กระทรวงพาณิชย์ของประเทศไทยได้ประกาศให้เลิกใช้วิธีการคำนวณดังกล่าว ตามคำตัดสินของ WTO และบริษัทเป็นบริษัทเดียวจากประเทศไทยในขณะนั้น ที่หลุดจากกรณีตอบโต้การทุ่มตลาดของประเทศไทย และในเดือนกรกฎาคม 2555 สหภาพยุโรปได้ประกาศยุติการไต่สวนเพื่อต่ออายุมาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดกับสินค้าถุงพลาสติกชนิดหิ้วที่นำเข้าจากจีนและไทย และไม่เรียกเก็บภาษีตอบโต้การทุ่มตลาดอีกต่อไป

ทั้งนี้ บริษัทเชื่อว่าบริษัทสามารถบริหารความเสี่ยงในเรื่องนี้ได้ โดยการกำหนดราคาขายที่ไม่เป็นการตัดราคากลุ่มผู้ผลิตถุงพลาสติกในประเทศที่บริษัทส่งออก รวมทั้งขยายฐานลูกค้าต่างประเทศไปยังประเทศอื่นๆ นอกเหนือจากกลุ่มประเทศตลาดส่งออกหลักของบริษัท ทั้งนี้ หากบริษัทถูกไต่สวนในกรณีการขายสินค้าแบบทุ่มตลาดอีกครั้ง บริษัทเชื่อว่าบริษัทจะสามารถจัดการเรื่องดังกล่าวได้เป็นอย่างดี เนื่องจากบริษัทมีประสบการณ์ในการชี้แจงและดำเนินการกรณีดังกล่าว

2) การตัดสิทธิระบบสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไป หรือ Generalized System of Preferences ("GSP")

GSP คือ ระบบการให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไปโดยประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งเป็นการให้สิทธิแก่สินค้าส่งออกที่มีแหล่งกำเนิดในประเทศที่กำลังพัฒนา โดยเป็นการลดหย่อนหรือยกเว้นอากรขาเข้าแก่สินค้าที่อยู่ในข่ายที่ได้รับสิทธิ โดยในอดีตที่ผ่านมา มีประเทศที่พัฒนาแล้วหลากหลายประเทศได้ให้สิทธิ GSP แก่ประเทศที่กำลังพัฒนา ซึ่งรวมถึงตลาดส่งออกหลัก 4 แห่งของบริษัท ที่ได้มีการให้สิทธิ GSP แก่สินค้าประเภทถุงพลาสติกที่มีการส่งออกจากประเทศที่กำลังพัฒนาหลายประเทศรวมทั้งประเทศไทย และประเทศคู่แข่งหลักของไทย ซึ่งได้แก่ มาเลเซีย จีน และเวียดนาม ทั้งนี้ หากประเทศใดไม่ได้รับหรือถูกตัดสิทธิ GSP สินค้าที่ส่งออกจากประเทศดังกล่าวจะต้องเสียภาษีปกติ ซึ่งเป็นอัตราที่บังคับใช้ทางการทั่วไปสำหรับประเทศที่เป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลก ("MFN Rate") อย่างไรก็ดี หากประเทศดังกล่าวมีการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรี (Free Trade Area ("FTA")) กับคู่ค้าประเทศดังกล่าวจะสามารถใช้สิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีจากข้อตกลงเขตการค้าเสรีดังกล่าวได้

ในระยะเวลาปี 2555 จนถึงปัจจุบัน สินค้าประเภทถุงพลาสติกที่มีการผลิตและส่งออกโดยประเทศไทยและประเทศคู่แข่งหลักของไทยไปยังตลาดส่งออกหลัก 4 แห่งของบริษัท ซึ่งมีการเสียภาษีในอัตราต่างๆ ดังนี้

	อัตราภาษี (ร้อยละ)			
	2556	2557	2558	2559
ออสเตรเลีย 2012				
– ไทย	0.0 (FTA)	0.0 (FTA)	0.0 (FTA)	0.0 (FTA)
– มาเลเซีย	0.0 (GSP, FTA)	0.0 (GSP, FTA)	0.0 (GSP, FTA)	0.0 (GSP, FTA)
– จีน	0.0 (GSP)	0.0 (GSP)	0.0 (GSP)	0.0 (GSP)
– เวียดนาม	0.0 (GSP, FTA)	0.0 (GSP, FTA)	0.0 (GSP, FTA)	0.0 (GSP, FTA)
สหรัฐอเมริกา 29/7/2015				
– ไทย	3.0 (GSP, MFN)	3.0 (MFN)	3.0 (MFN, GSP)	3.0 (MFN, GSP)
– มาเลเซีย	3.0 (MFN)	3.0 (MFN)	3.0 (MFN)	3.0 (MFN)
– จีน	3.0 (MFN)	3.0 (MFN)	3.0 (MFN)	3.0 (MFN)
– เวียดนาม	3.0 (MFN)	3.0 (MFN)	3.0 (MFN)	3.0 (MFN)
สหราชอาณาจักร (สมาชิกกลุ่มสหภาพยุโรป) 2016				
– ไทย	3.0 (GSP)	3.0 (GSP)	6.5 (MFN)	6.5 (MFN)
– มาเลเซีย	3.0 (GSP)	6.5 (MFN)	6.5 (MFN)	6.5 (MFN)
– จีน	3.0 (GSP)	6.5 (GSP)	6.5 (MFN)	6.5 (MFN)
– เวียดนาม	3.0 (GSP)	3.0 (GSP)	3.0 (GSP)	3.0 (GSP)
ญี่ปุ่น 2016				
– ไทย	0.0 (GSP, FTA)	0.0 (GSP, FTA)	0.0 (GSP, FTA)	0.0 (GSP)
– มาเลเซีย	0.0 (GSP, FTA)	0.0 (GSP, FTA)	0.0 (GSP, FTA)	0.0 (GSP)
– จีน	0.0 (GSP)	0.0 (GSP)	0.0 (GSP)	0.0 (GSP)
– เวียดนาม	0.0 (GSP, FTA)	0.0 (GSP, FTA)	0.0 (GSP, FTA)	0.0 (GSP)

แหล่งข้อมูล: WTO

จากข้อมูลตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน บริษัทซึ่งเป็นผู้ส่งออกหลักของพลาสติกของประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันเท่าเทียมกับผู้ส่งออกรายอื่นๆ ในด้านภาษี ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนสินค้า โดยสินค้าประเภทพลาสติกที่มีการผลิตโดยบริษัทและส่งออกไปยังตลาดประเทศออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น จะมีการเสียภาษีในอัตราเดียวกันกับสินค้าประเภทพลาสติกที่มีการผลิตและส่งออกโดยมาเลเซีย จีน และเวียดนาม สำหรับการส่งออกไปยังสหราชอาณาจักร (หนึ่งในสมาชิกกลุ่มสหภาพยุโรป) ในปี 2556 ประเทศไทยและประเทศคู่แข่งหลักทั้ง 3 ประเทศได้รับสิทธิ GSP ในอัตราเท่ากันที่ร้อยละ 3.0 ดังนั้นบริษัทและผู้ส่งออกจากประเทศคู่แข่งหลักจึงไม่มีการได้เปรียบหรือเสียเปรียบในการแข่งขันด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี อย่างไรก็ตาม ในปี 2557 ประเทศมาเลเซียถูกตัดสิทธิ GSP และไม่ได้มีการทำ FTA กับกลุ่มสหภาพยุโรป ทำให้สินค้าที่มีการนำเข้าจากมาเลเซียจะต้องเสียภาษีในอัตราปกติทั่วไปที่ร้อยละ 6.5 นอกจากนี้ มีการปรับสิทธิ GSP ที่ประเทศจีนได้รับจากร้อยละ 3.0 เป็นร้อยละ 6.5 เช่นเดิม ส่งผลให้ประเทศไทย และเวียดนามมีข้อได้เปรียบในการแข่งขันเมื่อเทียบกับผู้ส่งออกสินค้าในประเทศมาเลเซีย และจีน ต่อมาในปี 2558 กลุ่มสหภาพยุโรปได้ประกาศตัดสิทธิ GSP ที่ให้แก่ประเทศไทยและจีน ซึ่งมีผลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2558 เป็นต้นไป ส่งผลให้สินค้าประเภทพลาสติกที่มีการนำเข้าจากประเทศไทยและจีนจะต้องกลับไปเสียภาษีในอัตราปกติทั่วไปที่ร้อยละ 6.5 เช่นเดียวกับ

มาเลเซีย ทำให้ข้อได้เปรียบของประเทศไทยที่มีเหนือประเทศมาเลเซียและจีนหายไป ในขณะที่เวียดนามกลายเป็นประเทศเดียวที่ได้เปรียบประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ รวมทั้งประเทศไทย สำหรับในปัจจุบัน สินค้าประเภทพลาสติกที่มีการผลิตและส่งออกจากประเทศไทย มาเลเซีย และจีน ไปยังสหราชอาณาจักร ยังคงเสียภาษีในอัตราปกติทั่วไปที่ร้อยละ 6.5 ขณะที่เวียดนามยังคงได้รับสิทธิ GSP ในอัตราที่ร้อยละ 3.0 ส่งผลให้เวียดนามยังคงเป็นประเทศเดียวที่ได้เปรียบประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ เมื่อมีการผลิตและส่งออกสินค้าประเภทพลาสติกไปสหราชอาณาจักร

อย่างไรก็ดี บริษัทเชื่อมั่นว่า บริษัทจะสามารถรักษาสถานะลูกค้าของบริษัทไว้ได้ จากการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าด้วยกำลังการผลิตที่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า และคุณภาพของสินค้าและบริการของบริษัทที่ได้รับการไว้วางใจจากกลุ่มผู้นำเข้ามาโดยตลอด นอกจากนี้ ปัจจุบัน ประเทศไทยอยู่ระหว่างการเจรจาตกลงเข้าทำ FTA กับกลุ่มสหภาพยุโรป ซึ่งหากมีการตกลงเข้าทำ FTA กับกลุ่มสหภาพยุโรป จะช่วยส่งผลให้สินค้าที่ส่งออกจากประเทศไทยไปกลุ่มสหภาพยุโรปได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีจากการเข้าทำ FTA ดังกล่าว ซึ่งจะช่วยส่งเสริมขีดความสามารถในแข่งขันของบริษัทได้

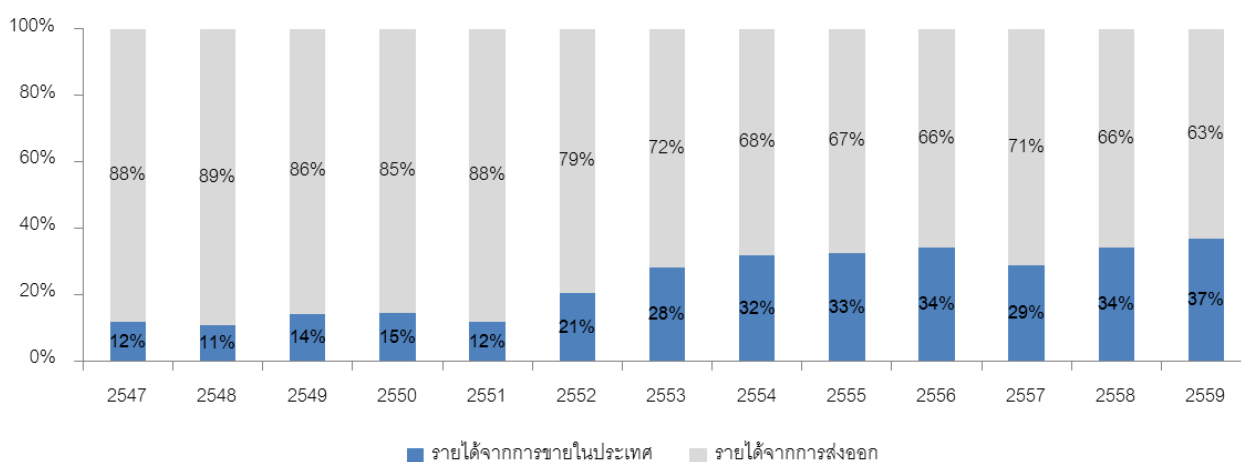
3) ราคาสินค้าของกลุ่มบริษัทที่เปลี่ยนไปตามอัตราแลกเปลี่ยนของสกุลเงินที่ผู้นำเข้าสินค้าตกลงใช้ในการชำระค่าสินค้า

กลุ่มบริษัทส่งออกสินค้าไปยังประเทศต่างๆ โดยตกลงใช้สกุลเงินดอลลาร์สหรัฐในการชำระค่าสินค้าเป็นส่วนใหญ่ หรือคิดเป็นสัดส่วนรายได้จากการส่งออกที่เป็นสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐประมาณร้อยละ 96.52 ของรายได้จากการส่งออกทั้งหมด (เฉลี่ยปี 2557 ถึง ปี 2559) ทั้งนี้ ยังมีผู้นำเข้าสินค้าบางส่วนต้องการใช้สกุลเงินท้องถิ่นของตนในการชำระค่าสินค้า เช่น ดอลลาร์ออสเตรเลีย ปอนด์ เยน เป็นต้น ดังนั้น ราคาสินค้าของกลุ่มบริษัทเมื่อแปลงเป็นสกุลเงินท้องถิ่นของผู้นำเข้าจึงมีการเปลี่ยนแปลงไปตามอัตราแลกเปลี่ยนของสกุลเงินที่กลุ่มบริษัทตกลงใช้ในการชำระค่าสินค้ากับผู้นำเข้าสินค้า ซึ่งอาจมีความผันผวนและเปลี่ยนแปลงไปในแต่ละช่วงเวลาแตกต่างกันไป และอาจส่งผลให้ราคาสินค้าของกลุ่มบริษัทสูงหรือต่ำกว่าราคาสินค้าของประเทศคู่แข่ง

อย่างไรก็ดี เมื่อเปรียบเทียบอัตราแลกเปลี่ยนของสกุลเงินบาทต่อสกุลเงินของประเทศคู่แข่งหลักของกลุ่มบริษัท ซึ่งได้แก่ จีน มาเลเซีย และเวียดนาม ในช่วงเวลาตั้งแต่ปี 2551 ซึ่งเป็นช่วงที่ประเทศไทย จีน มาเลเซีย และเวียดนาม เริ่มเป็นคู่แข่งหลักในตลาดส่งออกพลาสติกของโลก จนถึงปัจจุบัน (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559) การเปลี่ยนแปลงของค่าเงินหยวนของจีน และค่าเงินริงกิตของมาเลเซียเมื่อเทียบกับค่าเงินบาทของไทยเป็นไปในกรอบแคบๆ เท่านั้น โดยค่าเงินบาทมีความผันผวนอยู่ในกรอบการอ่อนค่าไม่เกินร้อยละ 21 และการแข็งค่าไม่เกินร้อยละ 15 เมื่อเทียบกับค่าเงินหยวน โดยในปัจจุบัน (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559) เมื่อเทียบกับปี 2551 ค่าเงินบาทจะอ่อนค่าลงประมาณร้อยละ 8 เมื่อเทียบกับค่าเงินหยวน และเมื่อเทียบค่าเงินบาทกับค่าเงินริงกิต ค่าเงินบาทมีความผันผวนอยู่ในกรอบการอ่อนค่าไม่เกินร้อยละ 5 และการแข็งค่าไม่เกินร้อยละ 20 โดยในปัจจุบันเมื่อเทียบกับปี 2551 ค่าเงินบาทจะแข็งค่าขึ้นประมาณร้อยละ 19 เมื่อเทียบกับค่าเงินริงกิต ทั้งนี้ จากการกรอบการอ่อนค่าและแข็งค่าของค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับค่าเงินหยวนและค่าเงินริงกิตที่อยู่ในกรอบแคบๆ ดังกล่าว กลุ่มบริษัทจึงคาดว่าขีดความสามารถในการแข่งขันด้านราคาของกลุ่มบริษัทเมื่อเทียบกับคู่แข่งในประเทศจีนและมาเลเซีย จะได้รับผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยนไม่มากนัก ทั้งนี้ หากเทียบค่าเงินบาทกับค่าเงินดอลลาร์ ค่าเงินบาทมีความผันผวนอยู่ในกรอบการอ่อนค่าไม่เกินร้อยละ 4 และการแข็งค่าไม่เกินร้อยละ 41 โดยในปัจจุบันเมื่อเทียบกับปี 2551 ค่าเงินบาทจะแข็งค่าขึ้นประมาณร้อยละ 21 เมื่อเทียบกับค่าเงินดอลลาร์ ดังนั้น จากการกรอบการอ่อนค่าและแข็งค่าของค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับค่าดอลลาร์ที่มี

ความผันผวนค่อนข้างสูง กลุ่มบริษัทจึงคาดว่าขีดความสามารถในการแข่งขันด้านราคาของกลุ่มบริษัทเมื่อเทียบกับคู่แข่งในประเทศเวียดนาม อาจได้รับผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยน อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทไม่ได้มีนโยบายในการแข่งขันด้านราคา และกลุ่มบริษัทเชื่อมั่นว่ากลุ่มบริษัทจะสามารถรักษาสถานะลูกค้าไว้ได้ จากความสามารถในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและปริมาณตรงตามที่คุณค้าต้องการภายในเวลาที่กำหนด

ทั้งนี้ เพื่อเป็นการบริหารความเสี่ยงจากการพึ่งพิงตลาดส่งออกหลักน้อยแห่ง กลุ่มบริษัทมีความตั้งใจที่จะสรรหาลูกค้ารายใหม่ๆ ในตลาดต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งการเพิ่มสัดส่วนการขายสินค้าภายในประเทศ เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงการส่งออก ดังจะเห็นได้จากสัดส่วนรายได้จากการขายภายในประเทศที่เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 12 ในปี 2547 เป็นร้อยละ 37 ในปี 2559 ทั้งนี้ สัดส่วนรายได้จากการขายในประเทศลดลงจากร้อยละ 34 ในปี 2556 เป็นร้อยละ 29 ในปี 2557 เกิดจากยอดขายต่างประเทศที่สูงขึ้น ซึ่งเป็นผลจากยอดการสั่งซื้อของลูกค้ารายใหญ่ที่เพิ่มมากขึ้น ในขณะที่ยอดขายภายในประเทศมีการเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยเท่านั้น



แหล่งข้อมูล: กลุ่มบริษัท

3.1.2 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้จัดจำหน่าย (Supplier) รายใหญ่

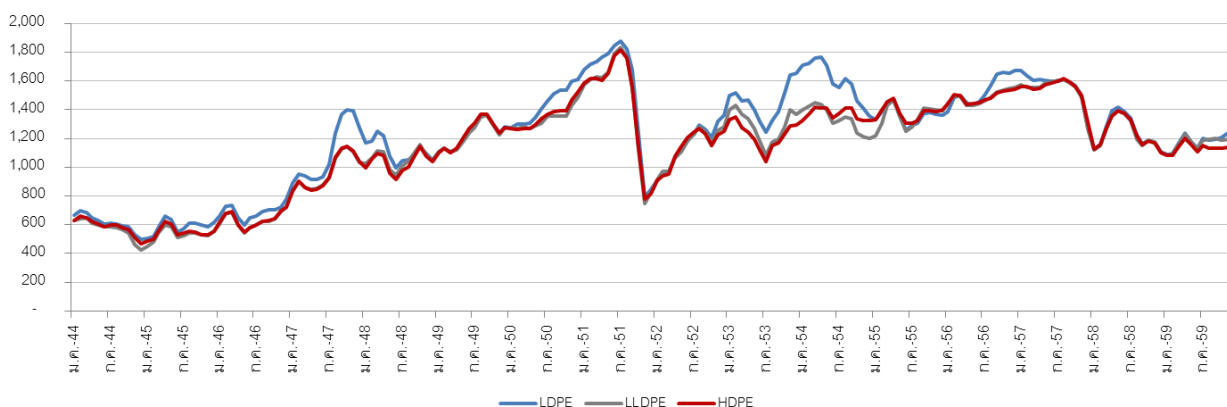
ในปี 2557 ถึง ปี 2559 กลุ่มบริษัทมียอดการสั่งซื้อวัตถุดิบและวัสดุสิ้นเปลืองมูลค่าเท่ากับ 3,443.65 ล้านบาท 3,493.08 ล้านบาท และ 3,571.36 ล้านบาท ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่เป็นการสั่งซื้อเม็ดพลาสติกโพลิเอทิลีน ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิต โดยในปี 2557 ถึง ปี 2559 กลุ่มบริษัทมียอดการสั่งซื้อเม็ดพลาสติกมูลค่า 2,688.24 ล้านบาท 2,608.53 ล้านบาท และ 2,531.37 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 74.54 ของยอดรวมการสั่งซื้อวัตถุดิบและวัสดุสิ้นเปลือง (เฉลี่ยสัดส่วนในปี 2557 ถึง ปี 2559) ซึ่งในการสั่งซื้อเม็ดพลาสติก บริษัทจะมีการสั่งซื้อจากผู้ผลิตทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีบริษัท พีทีที โพลีเมอร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ("พีทีที โพลีเมอร์") เป็นผู้จัดจำหน่ายหลักของบริษัท เนื่องจากบริษัทได้รับเม็ดพลาสติกที่มีคุณภาพในปริมาณที่ต้องการได้ทันเวลา โดยในปี 2557 ถึง ปี 2559 กลุ่มบริษัทมีสัดส่วนการสั่งซื้อเม็ดพลาสติกจากพีทีที โพลีเมอร์ฯ ประมาณร้อยละ 32.37 ร้อยละ 31.54 และร้อยละ 26.36 ของยอดรวมการสั่งซื้อวัตถุดิบและวัสดุสิ้นเปลือง ตามลำดับ ซึ่งถือเป็นสัดส่วนการสั่งซื้อที่สำคัญ ดังนั้น กลุ่มบริษัทจึงมีความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ ซึ่งหากผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ไม่สามารถจัดหาเม็ดพลาสติกให้บริษัทได้ในคุณภาพ ราคา และปริมาณที่ต้องการอย่างทันเวลา กลุ่มบริษัทอาจได้รับผลกระทบต่อการผลิตและผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทได้

อย่างไรก็ดี บริษัทมีการทำสัญญาซื้อขายเม็ดพลาสติกกับพีทีที โพลีเมอร์ โดยมีอายุสัญญา 1 - 2 ปี และมีการต่ออายุสัญญามาโดยตลอด ซึ่งสัญญาจะมีการระบุจำนวนเม็ดพลาสติกที่บริษัทตกลงสั่งซื้อและพีทีที โพลีเมอร์ ตกลงส่งมอบเป็นรายเดือน โดยหากในช่วงเวลาใดที่บริษัทต้องการปริมาณเม็ดพลาสติกมากกว่าที่ตกลงไว้ในสัญญา บริษัทสามารถสั่งซื้อเพิ่มจากพีทีที โพลีเมอร์ ได้ นอกจากนี้ บริษัทยังมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้จำหน่ายรายใหญ่อื่นๆ โดยตลอด และไม่เคยประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจระหว่างกัน ทั้งนี้ เพื่อเป็นการบริหารความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้จำหน่ายรายใหญ่ บริษัทได้มีการสั่งซื้อเม็ดพลาสติกจากผู้ผลิตทั้งในประเทศและต่างประเทศรวมกว่า 10 ราย เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงหากผู้จำหน่ายรายใหญ่ไม่สามารถจัดหาวัตถุดิบให้บริษัทได้ในคุณภาพ ราคา และปริมาณที่ต้องการอย่างทันเวลา ดังจะเห็นได้จากสัดส่วนการสั่งซื้อเม็ดพลาสติกจากพีทีที โพลีเมอร์ ที่ลดลงอย่างต่อเนื่องในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

3.1.3 ความเสี่ยงจากวัตถุดิบสำคัญมีราคาผันแปรไปตามราคาซื้อขายของตลาดโลก

โครงสร้างต้นทุนหลักในการผลิตสินค้าของกลุ่มบริษัท คือ เม็ดพลาสติกโพลีเอทิลีน (Polyethylene) ทั้งประเภทความหนาแน่นสูง (HDPE) ความหนาแน่นต่ำ (LDPE) และความหนาแน่นต่ำเชิงเส้น (LLDPE) ซึ่งราคาซื้อขายวัตถุดิบที่บริษัทสั่งซื้อจากผู้จำหน่ายทั้งในและต่างประเทศอ้างอิงอัตราจาก ICIS ซึ่งมีความผันแปรตามอุปสงค์และอุปทานของเม็ดพลาสติกและราคาน้ำมันดิบในตลาดโลก

ดอลลาร์สหรัฐต่อตัน



แหล่งข้อมูล: ICIS

ดังนั้น กลุ่มบริษัทจึงมีความเสี่ยงจากราคาวัตถุดิบที่ผันแปรไปตามราคาซื้อขายของตลาดโลก เนื่องจากความผันผวนของราคาเม็ดพลาสติกส่งผลโดยตรงต่อต้นทุนและผลประกอบการของบริษัท อย่างไรก็ตาม บริษัทได้เจรจาตกลงกับลูกค้าเพื่อปรับราคาขายให้ทันและเหมาะสมกับต้นทุนเม็ดพลาสติกที่เปลี่ยนแปลง ซึ่งโดยส่วนใหญ่บริษัทจะสามารถขอปรับราคาขายได้ตามราคาวัตถุดิบที่เปลี่ยนแปลงไปตามระดับความผันผวนของราคาเม็ดพลาสติกในแต่ละช่วงเวลา ดังจะเห็นได้จากในช่วงระหว่างปี 2551 ถึง ปี 2552 ที่ราคาวัตถุดิบมีความผันผวนสูง บริษัทยังสามารถบริหารจัดการความเสี่ยงในช่วงเวลาดังกล่าวได้โดยในปี 2551 ถึง ปี 2552 กลุ่มบริษัทมีอัตรากำไรขั้นต้นประมาณร้อยละ 6.09 และร้อยละ 5.27 ตามลำดับ ซึ่งไม่มีการลดลงอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อเทียบกับช่วงเวลาที่วัตถุดิบมีความผันผวนของราคาน้อย เช่น ในปี 2549 และ 2550 ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นประมาณร้อยละ 6.81 และร้อยละ 5.70 ตามลำดับ

3.1.4 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

กลุ่มบริษัทจำหน่ายสินค้าโดยการส่งออกต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ กลุ่มบริษัทจึงมีรายได้จากการขายส่วนใหญ่เป็นสกุลเงินตราต่างประเทศหรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 71.13 ร้อยละ 65.82 และร้อยละ 63.11 ของรายได้จากการขายทั้งหมด ในปี 2557 ถึง ปี 2559 ตามลำดับ ขณะเดียวกัน กลุ่มบริษัทมีการนำเข้าวัตถุดิบบางส่วนจากต่างประเทศ กลุ่มบริษัทจึงมีต้นทุนขายบางส่วนเป็นสกุลเงินตราต่างประเทศ หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 22.98 ร้อยละ 22.65 และร้อยละ 23.24 ของต้นทุนขายทั้งหมดในปี 2557 ถึง ปี 2559 ตามลำดับ

รายได้จากการขายแยกตามสกุลเงิน ปี 2557 ถึง ปี 2559

สกุลเงิน	ปี 2557		ปี 2558		ปี 2559	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ดอลลาร์สหรัฐ (USD)	3,273.97	68.98	3,006.19	63.04	2,991.16	61.10
บาท (THB)	1,370.39	28.87	1,629.80	34.18	1,807.55	36.89
ปอนด์ (GBP)	46.75	0.98	51.13	1.07	61.10	1.25
ดอลลาร์ออสเตรเลีย (AUD)	55.09	1.16	81.43	1.71	37.30	0.76
เยน (JPY)	-	-	-	-	-	-
ยูโร (EUR)	-	-	-	-	-	-
รวม	4,746.20	100.00	4,768.56	100.00	4,897.11	100.00

แหล่งข้อมูล: กลุ่มบริษัท

ต้นทุนขายแยกตามสกุลเงิน ปี 2557 ถึง ปี 2559

สกุลเงิน	ปี 2557		ปี 2558		ปี 2559	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
บาท (THB)	3,271.33	77.02	3,145.28	77.35	3,223.05	76.76
ดอลลาร์สหรัฐ (USD)	975.82	22.98	920.90	22.65	975.68	23.24
รวม	4,247.15	100.00	4,066.18	100.00	4,198.73	100.00

แหล่งข้อมูล: กลุ่มบริษัท

จากการที่กลุ่มบริษัทมีทั้งรายได้และต้นทุนขายบางส่วนเป็นสกุลเงินตราต่างประเทศ กลุ่มบริษัทจึงมีความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท อย่างไรก็ตาม บริษัทมีการบริหารความเสี่ยงดังกล่าวโดยการสร้างสมดุลระหว่างรายได้และต้นทุนขาย (Natural Hedge) รวมทั้งการใช้เครื่องมือทางการเงินประเภทสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) โดยบริษัทจะพิจารณาสัดส่วนการทำวงเงินสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าตามสกุลเงินหลักที่บริษัทมีการทำรายการกับลูกค้า โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีวงเงินสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้ากับสถาบันการเงิน ได้แก่ วงเงินสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐมูลค่า 52 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และวงเงินสกุลเงินบาทมูลค่า 810.7 ล้านบาท โดยบริษัทจะทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าในสกุลเงินต่างๆ ภายใต้วงเงินดังกล่าว ทั้งนี้ ในการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าในแต่ละครั้ง บริษัทจะพิจารณาการทำสัญญาให้ครอบคลุมทั้งรายการซื้อและขาย ซึ่งผู้บริหารจะพิจารณาการทำสัญญาตามสถานการณ์ของอัตราแลกเปลี่ยนในแต่ละช่วงเวลา โดยจะติดตามสถานการณ์ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน รวมทั้งปัจจัยต่างๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่ออัตราแลกเปลี่ยนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในการเข้าทำสัญญาแต่ละครั้ง

3.1.5 ความเสี่ยงจากการไม่สามารถเรียกเก็บเงินจากลูกหนี้การค้า

กลุ่มบริษัทขายสินค้าให้แก่ลูกค้าในรูปแบบของเงินเชื่อ (Credit) เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งโดยปกติกลุ่มบริษัทจะให้ระยะเวลาเงินเชื่อ 30 ถึง 120 วัน (Credit Term) โดยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา (ปี 2557 ถึง ปี 2559) กลุ่มบริษัทมีสัดส่วนลูกหนี้การค้าสุทธิต่อสินทรัพย์รวมร้อยละ 30.05 ร้อยละ 29.19 และร้อยละ 17.73 ตามลำดับ ซึ่งถือเป็นสัดส่วนสินทรัพย์ที่มีนัยสำคัญ และอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท หากกลุ่มบริษัทไม่สามารถเรียกเก็บเงินจากลูกหนี้การค้าได้

ทั้งนี้ ถึงแม้สัดส่วนลูกหนี้การค้าสุทธิของกลุ่มบริษัทจะเป็นสัดส่วนสินทรัพย์ที่มีนัยสำคัญ แต่ลูกหนี้การค้าส่วนใหญ่เป็นลูกหนี้ที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระ และเป็นลูกหนี้คุณภาพดีที่มีการชำระค่าสินค้าภายในระยะเวลาเงินเชื่อที่กลุ่มบริษัทให้ไว้ โดยกลุ่มบริษัทมีการวิเคราะห์ประวัติการชำระค่าสินค้าของลูกค้าแต่ละรายอย่างสม่ำเสมอ ส่วนลูกหนี้การค้าที่เกินกำหนดชำระ ส่วนใหญ่เกิดจากรอบการวางใบแจ้งหนี้ รอบการจ่ายเช็คชำระค่าสินค้า และรอบการโอนเงินของลูกค้าที่แตกต่างกันในแต่ละราย และบางส่วนซึ่งถือเป็นส่วนน้อยเกิดจากการผิดนัดชำระหนี้หรือคิดเป็นสัดส่วนเพียงประมาณร้อยละ 3.43 ของยอดลูกหนี้ที่เกินกำหนดชำระ (เฉลี่ยปี 2557 ถึง ปี 2559)

ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มบริษัทมียอดลูกหนี้ที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระ และเกินกำหนดชำระ ดังนี้

ลูกหนี้การค้า	ณ วันที่ 31 ธันวาคม					
	ปี 2557		ปี 2558		ปี 2559	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ยังไม่ถึงกำหนดชำระ	528.86	70.29	663.57	80.75	582.18	84.39
เกินกำหนดชำระ:	239.61	31.84	158.16	19.25	108.26	15.69
ค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ	(16.02)	(2.13)	-	-	(0.59)	(0.09)
ลูกหนี้การค้าสุทธิ	752.45	100.00	821.73	100.00	689.84	100.00

อย่างไรก็ดี เพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยงจากการไม่สามารถเรียกเก็บเงินจากลูกหนี้การค้าได้นั้น บริษัทได้เริ่มทำประกันภัยสินเชื่อทางการค้า (Trade Credit Insurance) โดยมี TAK เป็นผู้ร่วมเอาประกันภัย ตั้งแต่กลางปี 2555 ซึ่งครอบคลุมทั้งลูกหนี้การค้าในประเทศและต่างประเทศ โดยเมื่อบริษัทแจ้งยอดหนี้ที่บริษัทคาดว่าจะไม่ได้รับชำระแก่บริษัทประกันภัย บริษัทประกันภัยจะจ่ายเงินชดเชยในสัดส่วนร้อยละ 90.00 ของยอดหนี้ที่บริษัทเรียกร้องจากบริษัทประกันภัย โดยกรมธรรม์สำหรับลูกหนี้การค้าในประเทศระบุข้อตกลงว่าบริษัทประกันภัยจะทำหน้าที่ติดตามทวงหนี้ที่ไม่ได้รับชำระให้แก่บริษัท แต่สำหรับกรมธรรม์ลูกหนี้การค้าต่างประเทศ บริษัทจะมีหน้าที่ในการติดตามทวงหนี้เอง ต่อมาบริษัทได้มีการรวมกรมธรรม์ประกันภัยลูกหนี้การค้าในประเทศและต่างประเทศ ไว้ภายใต้วงเงินเดียวกัน (กรมธรรม์ฉบับปี 2557 – 2558) โดยมีสัดส่วนที่รับประกันภัย (Insured Percentage) เท่ากับร้อยละ 90.00 ของยอดหนี้ที่รับประกัน และบริษัทจะติดตามทวงหนี้เองหรือว่าจ้างองค์กรติดตามทวงหนี้ (Debt Collector) ที่ได้รับการแนะนำจากบริษัทประกันภัย ซึ่งหากบริษัทได้รับชำระคืนจากลูกหนี้ บริษัทจะคืนเงินให้แก่บริษัทประกันในสัดส่วนร้อยละ 90.00 ของยอดหนี้ที่ติดตามทวงคืนได้ อย่างไรก็ตาม หากบริษัทพิจารณาแล้วเห็นว่าค่าใช้จ่ายในการติดตามทวงหนี้ไม่คุ้มค่ากับยอดหนี้ที่จะทวงคืนได้ บริษัทจะแจ้งให้บริษัทประกันรับทราบ อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่ช่วงเดือนตุลาคม ปี 2558 ถึงปัจจุบัน บริษัทและ TAK ได้มีการแยกกันจัดทำประกันภัยสินเชื่อทางการค้า และในช่วงเดือนตุลาคม ปี 2559 ถึงเดือนกันยายน ปี 2559 บริษัทได้จัดทำประกันภัยสินเชื่อทางการค้า โดยมี TMP เป็นผู้ร่วมเอาประกันภัย (โปรดดูสรุปกรมธรรม์ประกันภัยสินเชื่อทางการค้าฉบับปัจจุบันในส่วนที่ 1-4) โดยในช่วงระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน บริษัทและ TAK ทำประกันภัยภายใต้วงเงินประกัน ดังนี้

	2557 - 2558		2558 - 2559		2559 - 2560	
	วงเงิน ประกัน (ล้านบาท)	ระยะเวลา	วงเงิน ประกัน (ล้านบาท)	ระยะเวลา	วงเงิน ประกัน (ล้านบาท)	ระยะเวลา
ลูกหนี้การค้า ในประเทศ	3,300.00 ^{1/}	ต.ค. 2557 – ก.ย. 2558	3,300.00 ^{1/}	ต.ค. 2558 – ก.ย. 2559	4,050.00 ^{1/}	ต.ค. 2559 – ก.ย. 2560
ลูกหนี้การค้า ต่างประเทศ						
รวมยอดวงเงิน ประกัน (ล้าน บาท)	3,300.00		3,300.00		4,050.00	

หมายเหตุ: กรมธรรม์ประกันภัยสินเชื่อทางการค้าฉบับปี 2557 – 2558 เป็นกรมธรรม์ที่บริษัทและ TAK ร่วมกันจัดทำขึ้นโดยมีบริษัทเป็นผู้เอาประกันภัย และ TAK เป็นผู้ร่วมเอาประกันภัย อย่างไรก็ตาม กรมธรรม์ประกันภัยสินเชื่อทางการค้าฉบับปี 2558 – 2559 บริษัทและ TAK ได้แยกกันจัดทำกรมธรรม์ประกันภัยของตนเองโดยบริษัทและ TAK มีวงเงินประกันภัย 2,800.00 ล้านบาท และ 500.00 ล้านบาท ตามลำดับ สำหรับกรมธรรม์ประกันภัยสินเชื่อทางการค้าฉบับล่าสุด (ปี 2559 – 2560 บริษัท และ TAK ได้แยกกันจัดทำกรมธรรม์ประกันภัยของตนเองเช่นเดิม แต่บริษัทได้ร่วมกันจัดทำกับ TMP โดยบริษัทเป็นผู้เอาประกันภัย และ TMP เป็นผู้ร่วมเอาประกันภัย ภายใต้วงเงินประกัน 3,500 ล้านบาท ขณะที่ TAK มีวงเงินประกันภัย 550 ล้านบาท

1/ วงเงินประกันรวมลูกหนี้การค้าในประเทศและต่างประเทศ

ในปี 2557 บริษัทมีการเรียกร้องยอดหนี้มูลค่าเพียง 0.28 ล้านบาท จากบริษัทประกันภัย หรือคิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 0.01 ของวงเงินประกัน โดยบริษัทได้รับเงินชดเชยจากบริษัทประกันภัยจำนวน 0.25 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 90.00 ของมูลหนี้ที่บริษัทเรียกร้อง โดยส่วนมูลหนี้ที่เรียกร้อง 10.00 อยู่ระหว่างการติดตาม ซึ่งบริษัทคาดว่าอาจไม่ได้รับคืน บริษัทจึงตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญในส่วนดังกล่าวเต็มจำนวน ซึ่งเท่ากับ 0.03 ล้านบาท รวมทั้งยังมีการตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญสำหรับยอดหนี้ที่เกิดขึ้นตั้งแต่ในอดีตซึ่งค้างชำระเป็นเวลานานและไม่อยู่ในระยะการทำประกันภัยอีกจำนวน 0.37 ล้านบาท จึงทำให้ค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญเพิ่มขึ้นจาก 15.62 ล้านบาท ในปี 2556 เป็น 16.02 ล้านบาท ในปี 2557 สำหรับปี 2558 บริษัทมีการเรียกร้องยอดหนี้มูลค่า 3.56 ล้านบาท จากบริษัทประกันภัย หรือคิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 0.11 ของวงเงินประกัน โดยบริษัทได้รับเงินชดเชยจากบริษัทประกันภัยจำนวน 3.20 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 90.00 ของมูลหนี้ที่บริษัทเรียกร้อง โดยส่วนมูลหนี้ที่เรียกร้อง 10.00 อยู่ระหว่างการติดตาม บริษัทจึงยังไม่มีที่ตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญสำหรับยอดหนี้ที่อยู่ระหว่างการติดตามดังกล่าว อย่างไรก็ตาม เนื่องจากบริษัทมีการพิจารณาว่ายอดหนี้จำนวน 16.02 ล้านบาท ที่มีการตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญไว้ในอดีต จะไม่ได้รับชำระอย่างแน่นอน บริษัทจึงบันทึกยอดหนี้จำนวนดังกล่าวเป็นหนี้สูญ สำหรับในปี 2559 บริษัทไม่ได้มีการเรียกร้องยอดหนี้ใดๆ จากบริษัทประกันภัย แต่ได้มีการตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญจำนวน 0.59 ล้านบาท สำหรับหนี้ที่ค้างค้างและคาดว่าจะไม่ได้รับชำระ

นอกเหนือจากวิธีการบริหารความเสี่ยงดังกล่าวข้างต้นแล้ว กลุ่มบริษัทยังมีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าทุกราย ซึ่งลูกค้าแต่ละรายเป็นลูกค้าที่มีชื่อเสียงและมีประวัติการชำระเงินที่ดีตลอดมา กลุ่มบริษัทจึงเชื่อมั่นว่าความเสี่ยงเรื่องนี้อยู่ในระดับที่ต่ำและสามารถควบคุมได้

3.1.6 ความเสี่ยงจากการเสื่อมสภาพของสินค้าคงเหลือ

ในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา (ปี 2557 ถึง ปี 2559) กลุ่มบริษัทมีสินค้าคงเหลือสุทธิจำนวน 504.08 ล้านบาท 567.27 ล้านบาท และ 665.35 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20.13 ร้อยละ 20.15 และร้อยละ 17.10 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ ซึ่งถือเป็นสัดส่วนสินทรัพย์ที่มีนัยสำคัญและอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท หากสินค้าคงเหลือเกิดการด้อยค่าอันเนื่องมาจากการเสื่อมสภาพหรือล้าสมัย

อย่างไรก็ดี สินค้าคงเหลือส่วนใหญ่ของกลุ่มบริษัทเป็นสินค้าคงเหลือสำหรับสินค้าประเภทบรรจุภัณฑ์พลาสติก หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 99.93 ของสินค้าคงเหลือสุทธิ (เฉลี่ยปี 2557 ถึง ปี 2559) ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ วัตถุดิบและวัตถุดิบระหว่างทาง วัสดุสิ้นเปลือง งานระหว่างทำ และสินค้าสำเร็จรูป หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 67.27 ร้อยละ 1.03 ร้อยละ 7.15 และร้อยละ 25.70 ของสินค้าคงเหลือสุทธิสำหรับสินค้าประเภทบรรจุภัณฑ์พลาสติก ตามลำดับ (เฉลี่ยปี 2557 ถึง ปี 2559) ซึ่งวัตถุดิบและวัตถุดิบระหว่างทาง และวัสดุสิ้นเปลืองเป็นสินค้าคงเหลือที่มีความเสี่ยงจากการเสื่อมสภาพที่ต่ำมาก เนื่องจากวัตถุดิบของบริษัทเป็นเม็ดพลาสติก ซึ่งสามารถเก็บไว้ได้นานโดยไม่เสื่อมสภาพ และมีการนำมาใช้งานอยู่เป็นประจำ และวัสดุสิ้นเปลืองเป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งที่ใช้ในการผลิตอยู่เป็นประจำ เช่น กล่องหมักพิมพ์ เป็นต้น ในขณะที่ งานระหว่างทำเป็นสินค้าที่ผลิตตามคำสั่งซื้อ และสินค้าสำเร็จรูปส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่รอการส่งมอบให้แก่ลูกค้า โอกาสที่สินค้าคงเหลือดังกล่าวจะเสื่อมสภาพหรือล้าสมัยจึงมีน้อยมาก มีเพียงสินค้าสำเร็จรูปบางส่วนซึ่งเป็นเศษเหลือจากการบรรจุเข้าตู้คอนเทนเนอร์เพื่อส่งมอบให้แก่ลูกค้า โดยบริษัทจะส่งมอบสินค้าเศษเหลือให้แก่ลูกค้าในกรณีที่มีการส่งสินค้าประเภทเดิมซ้ำ หรือนำไปจำหน่ายให้แก่ลูกค้ารายอื่น ทั้งนี้ หากสินค้าเศษเหลือดังกล่าวมีการรอจำหน่ายเป็นระยะเวลามากกว่า 1 ปี กลุ่มบริษัทอาจมีความเสี่ยงจากการที่สินค้าเศษเหลือดังกล่าวมีการเสื่อมสภาพและล้าสมัย นอกจากนี้ ยังมีสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพและรอการขายซากหรือหลอมเป็นวัตถุดิบนำกลับมาใช้ใหม่ที่อาจเกิดการเสื่อมสภาพและล้าสมัยได้เช่นกัน ทั้งนี้ สินค้าเศษเหลือจากการบรรจุเข้าตู้คอนเทนเนอร์และสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพซึ่งมีความเสี่ยงจากการเสื่อมสภาพและล้าสมัยคิดเป็นสัดส่วนเพียงประมาณร้อยละ 3.66 ของสินค้าสำเร็จรูปประเภทบรรจุภัณฑ์พลาสติก หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.91 ของสินค้าคงเหลือประเภทบรรจุภัณฑ์พลาสติก (เฉลี่ยปี 2557 ถึง ปี 2559) อย่างไรก็ตาม เพื่อเป็นการบริหารความเสี่ยงในเรื่องดังกล่าว กลุ่มบริษัทได้ตั้งค่าเผื่อสินค้าเสื่อมสภาพและล้าสมัยสำหรับสินค้าเศษเหลือที่รอจำหน่ายและสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพดังกล่าวทั้งจำนวน นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทยังมีสินค้าคงเหลือส่วนหนึ่งเป็นสินค้าคงเหลือสำหรับสินค้าประเภทเครื่องจักร หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 0.07 ของสินค้าคงเหลือสุทธิ (เฉลี่ยปี 2557 ถึง ปี 2559) ซึ่งประกอบด้วยสินค้าสำเร็จรูป โดยสินค้าสำเร็จรูปเป็นเครื่องจักรที่ผลิตเพื่อขายตามคำสั่งซื้อของลูกค้าและรอการส่งมอบ อย่างไรก็ตาม ในอดีตลูกค้ามีการยกเลิกคำสั่งซื้อเครื่องจักรมูลค่า 0.09 ล้านบาท ซึ่งกลุ่มบริษัทได้ตั้งค่าเผื่อสินค้าเสื่อมสภาพและล้าสมัยสำหรับเครื่องจักรดังกล่าวแล้วทั้งจำนวน

3.1.7 ความเสี่ยงจากปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากพลาสติกที่มีแนวโน้มอาจลดลงในอนาคต

บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากพลาสติกมีบทบาทสำคัญต่อธุรกิจหลากหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจเกี่ยวกับสินค้าอุปโภคหรือบริโภคก็ตาม เนื่องจากพลาสติกเป็นวัสดุที่สามารถนำมาดัดแปลงให้เป็นรูปทรงได้ตามที่ต้องการ มีราคาถูก มีน้ำหนักเบา คงทน และสะดวกต่อการใช้งาน เช่น ถุงพลาสติกหิ้วที่มีการใช้งานอย่างแพร่หลายในธุรกิจค้าปลีก ถุงขยะ และบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนสำหรับสินค้าบริโภคและอุปโภค (Flexible Packaging) เป็นต้น อย่างไรก็ตาม เนื่องจากพลาสติกเป็นวัสดุที่มีการย่อยสลายยาก และใช้เวลานานในการย่อยสลาย ซึ่งหากนำไปเผาทำลาย จะทำให้เกิดสารประกอบ

ไฮโดรคาร์บอน ซึ่งก่อให้เกิดมลภาวะทำให้โลกร้อน ดังนั้น การเพิ่มปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากพลาสติกจึงเป็นการเพิ่มปริมาณขยะที่ย่อยสลายยากซึ่งส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น ในช่วงระยะเวลาไม่กี่ปีที่ผ่านมา ประชาคมโลกจึงมีความตื่นตัวด้านสิ่งแวดล้อมและมีการรณรงค์การลดใช้บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากพลาสติก โดยเฉพาะการรณรงค์ลดใช้ถุงพลาสติกหูหิ้ว ซึ่งได้รับการสนับสนุนทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชนในหลายประเทศ โดยเฉพาะประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น การออกกฎหมายเก็บภาษีถุงหูหิ้ว 5 penny ในประเทศอังกฤษ, การห้ามใช้ถุงพลาสติกที่ความหนาดำกว่า 50 ไมครอน ในประเทศฝรั่งเศส, และ การออกกฎหมายเก็บภาษี 10 cent สำหรับถุง reusable ในมลรัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นต้น.

ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทรับรู้และตระหนักถึงแนวโน้มการลดใช้ถุงพลาสติกที่มีการรณรงค์มาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งกลุ่มบริษัทได้วางกลยุทธ์เพื่อรับมือกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น โดยการศึกษากฎหมาย ข้อกำหนด การรณรงค์ หรือทิศทางการลด/ห้ามใช้ถุงพลาสติกหูหิ้วในพื้นที่ของลูกค้า เพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการผลิตให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า หรือทิศทางการรณรงค์ในแต่ละพื้นที่ เช่น การพัฒนาถุงพลาสติกหูหิ้วนาเพื่อให้น่ากลับมาใช้ใหม่ได้ (Reusable) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีการใช้พลาสติกน้อยลง แต่ยังสามารถคงคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ได้ในระดับเดิม การจัดทำกระบวนการผลิตที่นำเศษถุงพลาสติกซึ่งไม่ได้ใช้แล้วมารีไซเคิลเป็นวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตสินค้าต่อไป และการเริ่มผลิตและจำหน่ายสินค้าประเภทอื่นๆ ที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติโดยการฝังกลบ เช่น ถุงพลาสติกชีวภาพ (Bioplastic Bags) รวมถึงการเริ่มผลิตสินค้าใหม่ๆ ที่ไม่มีความเสี่ยงหรือมีความเสี่ยงด้านนี้น้อยกว่า เช่น ถุงขยะในรูปแบบใหม่ๆ, ถุงใส่ผัก, ผลไม้, ถุงสำหรับอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป, ถุงสำหรับใส่ครีมตกแต่งหน้าเค้ก, ถุงสำหรับแช่แข็งอาหารในตู้เย็น เป็นต้น นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทยังจะทำการค้นหาตลาดใหม่ๆ ในพื้นที่ที่ยังไม่มีการประกาศลดการใช้ถุงพลาสติกหูหิ้ว

3.1.8 ความเสี่ยงจากการถูกผู้บริโภคฟ้องร้องเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนสำหรับสินค้าบริโภค

TAK ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนสำหรับสินค้าบริโภคและอุปโภค โดยส่วนใหญ่เป็นการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนสำหรับสินค้าบริโภค เช่น ซองใส่อาหารสำเร็จรูป และซองใส่อาหารแช่แข็ง เป็นต้น ซึ่งลูกค้ารายต่างๆ ที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ ค่อนข้างเข้มงวดและให้ความสำคัญกับเรื่องคุณภาพและความสะอาดของบรรจุภัณฑ์เป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นส่วนที่สัมผัสกับอาหาร ดังนั้น หากลูกค้าและ/หรือผู้บริโภคได้รับความเสียหายหรืออันตรายที่พิสูจน์ได้ว่ามาจากบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนที่ TAK ผลิต TAK อาจมีความเสี่ยงจากการถูกฟ้องร้องหรือร้องเรียนจากลูกค้าและ/หรือผู้บริโภค ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและภาพลักษณ์ของ TAK และกลุ่มบริษัท

อย่างไรก็ดี กลุ่มบริษัทตระหนักดีถึงเรื่องคุณภาพและความสะอาดของบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนสำหรับสินค้าบริโภค โดยให้ความสำคัญในทุกขั้นตอนการผลิต การตรวจสอบคุณภาพ และการส่งมอบ ดังจะเห็นได้จากการที่ TAK ซึ่งเป็นผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ดังกล่าว ได้รับการรับรองมาตรฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของอาหาร เช่น GMP (Good Manufacturing Practice) ซึ่งเป็นมาตรฐานสำหรับระบบการจัดการสุขลักษณะที่ดีในสถานประกอบการ ISO 22000:2005 (Food Safety Management System) ซึ่งเป็นมาตรฐานสำหรับระบบการจัดการด้านความปลอดภัยของอาหาร HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point) ซึ่งเป็นมาตรฐานสำหรับระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุมในการผลิตอาหาร และ BRC/IoP (British Retail Consortium – Institute of Food Packaging) ซึ่งเป็นมาตรฐานการรับรองระบบสำหรับกลุ่มบริษัทธุรกิจที่ผลิตบรรจุภัณฑ์เพื่อใช้ในการผลิตสินค้าให้กับบริษัทค้าปลีก นอกจากนี้ ยังมีหน่วยงานภายนอกตรวจสอบคุณภาพของฟิล์มซึ่งเป็นวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ดังกล่าว เพื่อให้เป็นไปตามหลัก

ความปลอดภัยและได้รับมาตรฐานตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 259) พ.ศ. 2548 เรื่อง กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐานภาชนะที่ทำจากพลาสติก และประกาศกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2553 เรื่อง เกณฑ์คุณภาพทางจุลชีววิทยาของอาหารและภาชนะสัมผัสอาหาร

ทั้งนี้ ในอดีตที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน TAK ยังไม่เคยได้รับข้อร้องเรียนหรือถูกฟ้องร้องใดๆ ขึ้นรุนแรงจากลูกค้า และ/หรือผู้บริโภค เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนสำหรับสินค้าบริโภคที่ผลิตและจำหน่าย อย่างไรก็ตาม เพื่อเป็นการป้องกันผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของกลุ่มบริษัทจากการถูกฟ้องร้อง บริษัท TAK และ TMP ได้ร่วมกันจัดทำกรมธรรม์ประกันภัยความรับผิดอันเนื่องมาจากผลิตภัณฑ์ และความรับผิดชอบต่อสาธารณชน (Products and Public Liability Insurance) แล้วในเดือนกรกฎาคม ปี 2558 (โปรดดูสรุปกรมธรรม์ประกันภัยความรับผิดตามกฎหมายฉบับปัจจุบันในส่วนที่ 1-4)

3.2 ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการ

3.2.1 ความเสี่ยงจากการมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายการบริหารงาน

ภายหลังจากการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อประชาชนในครั้งนี้ ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ คือ ครอบครัวยักษ์ใหญ่ตระกูล จะถือหุ้นในบริษัทคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 73.91 ของจำนวนหุ้นที่ออกและจำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัท รวมทั้งครอบครัวยักษ์ใหญ่ตระกูลยังเป็นผู้บริหารและกรรมการผู้มีอำนาจลงนามของบริษัทด้วย จึงทำให้ผู้ถือหุ้นใหญ่ดังกล่าวเป็นผู้มีอำนาจในการบริหารจัดการและควบคุมคะแนนเสียงในการลงมติที่สำคัญได้เกือบทั้งหมด ทั้งเรื่องการแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นในเรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทกำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของจำนวนหุ้นที่เข้าประชุมและมีสิทธิออกเสียง เช่น การเพิ่มทุน การลดทุน ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นที่เข้าร่วมประชุมและมีสิทธิออกเสียง อาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อมีมติที่แตกต่างได้

อย่างไรก็ตาม ด้วยโครงสร้างการจัดการของบริษัทประกอบด้วย คณะกรรมการและคณะกรรมการรวม 3 ชุด ได้แก่ คณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน โดยมีการกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่อย่างชัดเจน ทำให้ระบบการทำงานของบริษัทมีความเป็นมาตรฐานและสามารถตรวจสอบได้โดยง่าย รวมทั้งยังมีการกำหนดให้ประธานกรรมการบริษัทเป็นกรรมการอิสระ ซึ่งมีได้เป็นสมาชิกครอบครัวยักษ์ใหญ่ตระกูล นอกจากนี้ คณะกรรมการตรวจสอบ ซึ่งประกอบด้วยกรรมการตรวจสอบที่เป็นกรรมการอิสระจำนวน 3 ท่าน ล้วนเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ และบริษัทยังได้จ้างบริษัทตรวจสอบภายในเพื่อดำเนินการตรวจสอบระบบการควบคุมภายในของบริษัท และรายงานตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ ทำให้สามารถสอบทานการทำงานของบริษัทให้มีความโปร่งใสได้ดียิ่งขึ้น ตลอดจนสามารถถ่วงดุลอำนาจในการนำเสนอเรื่องต่างๆ ที่จะพิจารณานำเข้าสู่การประชุมผู้ถือหุ้นได้ในระดับหนึ่ง นอกจากนี้ บริษัทยังมีระเบียบปฏิบัติกรณีที่มีการทำรายการที่เกี่ยวข้องกับ กรรมการ ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมในกิจการ รวมทั้งบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง โดยบุคคลดังกล่าวจะไม่มีอำนาจอนุมัติการทำรายการนั้นๆ ทำให้สามารถลดทอนความเสี่ยงอันอาจจะเกิดขึ้นได้อีกด้วย

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทและบริษัทย่อยมีทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ดังนี้

4.1 ทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

รายการ	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท)	ราคา ประเมิน	ภาระผูกพัน
บริษัท				
1. โรงงานสามพราน ตั้งอยู่ที่ตำบลไร่ขิง อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม - ที่ดิน 17 แปลง รวมเนื้อที่ 9-2-93 ไร่	บริษัทเป็นเจ้าของ	62.09	29.75	ติดภาระค้ำประกันกับสถาบัน การเงิน จำนวน 7 แปลง รวมเนื้อที่ 5-2-99 ไร่
- ที่ดิน 1 แปลง รวมเนื้อที่ 0-1-7 ไร่	ทำสัญญาเช่า 1 ปี	-		-
- อาคารโรงงาน	บริษัทเป็นเจ้าของ	15.27		ติดภาระค้ำประกันกับสถาบัน การเงิน
- เครื่องจักรและอุปกรณ์	บริษัทเป็นเจ้าของ	141.62		ติดภาระค้ำประกันกับสถาบัน การเงิน
2. โรงงานระยอง ตั้งอยู่ที่ตำบลมะขามคู่ อำเภอนิคมน้ำอ่าว จังหวัดระยอง - ที่ดิน 9 แปลง รวมเนื้อที่ 93-3-82 ไร่	บริษัทเป็นเจ้าของ	55.60		ติดภาระค้ำประกันกับสถาบัน การเงิน จำนวน 4 แปลง รวมเนื้อที่ 61-2-80 ไร่
- อาคารโรงงาน	บริษัทเป็นเจ้าของ	110.12		ติดภาระค้ำประกันกับสถาบัน การเงิน
- เครื่องจักรและอุปกรณ์	บริษัทเป็นเจ้าของ	182.32		ติดภาระค้ำประกันกับสถาบัน การเงิน
3. ที่ดินว่างเปล่า ตั้งอยู่ที่ตำบลบางช้าง อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม - ที่ดิน 4 แปลง รวมเนื้อที่ 14-0-13 ไร่	บริษัทเป็นเจ้าของ	37.10	42.10	
4. ที่ดินว่างเปล่าตั้งอยู่ที่ตำบลไร่ขิง อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม - ที่ดิน 1 แปลง รวมเนื้อที่ 0-2-00 ไร่	บริษัทเป็นเจ้าของ	2.10	3.0	
TAK				
1. โรงงานสามพราน ตั้งอยู่ที่ตำบลไร่ขิง อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม - ที่ดิน 8 แปลง รวมเนื้อที่ 4-0-47 ไร่	ทำสัญญาเช่า 3 ปี จากบริษัท	9.85	33.83	ติดภาระค้ำประกันกับสถาบัน การเงิน จำนวน 5 แปลง รวมเนื้อที่ 2-2-0 ไร่

รายการ	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท)	ราคา ประเมิน	ภาระผูกพัน
- อาคารโรงงาน	ทำสัญญาเช่า 3 ปี จากบริษัท	7.11		ติดภาระค้ำประกันกับสถาบัน การเงิน
- ส่วนปรับปรุงอาคารโรงงาน	TAK เป็นเจ้าของ	16.37	41.45	ติดภาระค้ำประกันกับสถาบัน การเงิน
- เครื่องจักรและอุปกรณ์	TAK เป็นเจ้าของ	103.69		ติดภาระค้ำประกันกับสถาบัน การเงิน
- เครื่องจักร	เช่าซื้อ	91.15		-
TMP				
1. โรงงานสามพราน ตั้งอยู่ที่ตำบลไร่ขิง อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม				
- ที่ดิน 2 แปลง รวมเนื้อที่ 1-0-47 ไร่	ทำสัญญาเช่า 3 ปี จากบริษัท	4.27	4.07	-
- อาคารโรงงาน	ทำสัญญาเช่า 3 ปี จากบริษัท	5.93		-
- เครื่องจักรและอุปกรณ์	TMP เป็นเจ้าของ	6.15		-
TGRT				
1. โรงงานระยอง ตั้งอยู่ที่ตำบลมะขามคู่ อำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดระยอง				
- ที่ดิน 1 แปลง รวมเนื้อที่ 24-0-1 ไร่	ทำสัญญาเช่า 3 ปี จากบริษัท	31.12	36.99	--
- อาคารโรงงาน	ทำสัญญาเช่า 3 ปี จากบริษัท	13.03	23.21	--
- เครื่องจักร	TGRT เป็นเจ้าของ	38.92		ติดภาระค้ำประกันกับสถาบัน การเงิน
รวม		903.14		

** ที่ดิน อาคาร และเครื่องจักรที่ติดภาระค้ำประกันภายหลังวันที่ในงบการเงินบริษัทได้ดำเนินการไถ่ถอนแล้วทั้งจำนวน

หมายเหตุ : บริษัทเผยแพร่ราคาประเมินของทรัพย์สิน ดังนี้

ชื่อผู้ทำหน้าที่ประเมินราคา	ชื่อผู้ควบคุมการปฏิบัติงาน หรือผู้ประเมินหลัก	วัตถุประสงค์	วันที่ในรายงาน
1.บริษัท เข้าทีเอส เอเซีย อินเทอร์เน็ตชั่นแนล จำกัด	นายเปรมปริดา พึ่งเผ่าพันธุ์ วฒ. 140	เพื่อทราบมูลค่าตลาดปัจจุบัน	17 พฤศจิกายน 2559
2.บริษัท เข้าทีเอส เอเซีย อินเทอร์เน็ตชั่นแนล จำกัด	นายสถาพร รัตนกำพล วฒ. 120	เพื่อทราบมูลค่าตลาดปัจจุบัน	24 พฤศจิกายน 2559
3.บริษัท เข้าทีเอส เอเซีย อินเทอร์เน็ตชั่นแนล จำกัด	นายสถาพร รัตนกำพล วฒ. 120	เพื่อทราบมูลค่าตลาดปัจจุบัน	24 พฤศจิกายน 2559
4.บริษัท เข้าทีเอส เอเซีย อินเทอร์เน็ตชั่นแนล จำกัด	นายสถาพร รัตนกำพล วฒ. 120	เพื่อทราบมูลค่าตลาดปัจจุบัน	24 พฤศจิกายน 2559
5.บริษัท เข้าทีเอส เอเซีย อินเทอร์เน็ตชั่นแนล จำกัด	นายสถาพร รัตนกำพล วฒ. 120	เพื่อทราบมูลค่าตลาดปัจจุบัน	24 พฤศจิกายน 2559
6.บริษัท เข้าทีเอส เอเซีย อินเทอร์เน็ตชั่นแนล จำกัด	นายเปรมปริดา พึ่งเผ่าพันธุ์ วฒ. 140	เพื่อทราบมูลค่าตลาดปัจจุบัน	24 พฤศจิกายน 2559

เงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีบริษัทย่อย 4 บริษัท ดังนี้

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	สัดส่วน การถือหุ้น (ร้อยละ)	ทุนจดทะเบียน (บาท)	ทุนชำระแล้ว (บาท)
1. บริษัท ทีเค แพ็คเกจจิ้ง จำกัด	ผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อน สำหรับสินค้าบริโภคและอุปโภค	60.00	70,000,000	70,000,000
2. บริษัท มินิมา (ประเทศไทย) จำกัด	จำหน่ายเม็ดพลาสติกชีวภาพ	70.00	5,000,000	5,000,000
3. บริษัท ทีเอ็มพีแพ็คเกจจิ้ง จำกัด	ผลิตและจำหน่ายถ้วยกระดาษ	66.67	15,000,000	15,000,000
4. บริษัท ไทยเยอรมันรีไซเคิลเทคโนโลยี จำกัด	ผลิตเม็ดพลาสติกรีไซเคิล	40.00 ¹⁾	72,000,000	72,000,000

หมายเหตุ: ¹⁾ บริษัท ไทยเยอรมันรีไซเคิลเทคโนโลยี จำกัด ถือเป็นบริษัทย่อยของบริษัท เนื่องจากบริษัทมีอำนาจควบคุมในบริษัทดังกล่าว
นอกจากนี้ การเงินของบริษัท ไทยเยอรมันรีไซเคิลเทคโนโลยี จำกัด ยังได้ถูกรวมไว้เป็นส่วนหนึ่งในการเงินรวมของกลุ่มบริษัท

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย และบริษัทร่วม¹⁾

บริษัทมีนโยบายการลงทุนและบริหารงานในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม โดยจะลงทุนในธุรกิจที่มีความเกี่ยวเนื่อง
ใกล้เคียง หรือก่อให้เกิดประโยชน์และสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของบริษัท เพื่อเสริมสร้างความมั่นคง และผลการ
ดำเนินงานของบริษัท

ทั้งนี้บริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมที่บริษัทจะลงทุนนั้นจะต้องไม่เป็นบริษัทที่มีบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งของบริษัท
เช่น กรรมการ ผู้บริหาร หรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ร่วมถือหุ้นในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมเกินกว่าร้อยละสิบของจำนวนหุ้นที่มี
สิทธิออกเสียงทั้งหมดของบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมนั้น เว้นแต่แสดงได้ว่าการจัดโครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทย่อยหรือ
บริษัทร่วมดังกล่าวเป็นไปเพื่อประโยชน์ที่ดีที่สุดของบริษัท

นอกจากนี้ ในการกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมนั้น บริษัทจะส่งตัวแทนของบริษัทซึ่งมี
คุณสมบัติและประสบการณ์ที่เหมาะสมกับธุรกิจที่บริษัทเข้าลงทุนเข้าเป็นกรรมการในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมของบริษัท
ดังกล่าว โดยตัวแทนดังกล่าวอาจเป็นประธานกรรมการ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กรรมการ ผู้บริหารระดับสูง หรือบุคคล
ใดๆ ของบริษัทที่ปราศจากผลประโยชน์ขัดแย้งกับธุรกิจของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมเหล่านั้น ทั้งนี้ เพื่อให้บริษัทสามารถ
ควบคุมดูแลกิจการ และการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมได้เสมือนเป็นหน่วยงานหนึ่งของบริษัท บริษัทจึง
กำหนดให้ตัวแทนของบริษัทจะต้องบริหารจัดการธุรกิจของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมให้เป็นไปตามระเบียบและกฎเกณฑ์
ซึ่งกำหนดไว้ในข้อบังคับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อยและ/หรือบริษัทร่วมนั้นๆ นอกจากนี้
การส่งตัวแทนเพื่อเป็นกรรมการในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมดังกล่าวให้เป็นไปตามสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท และ/หรือ
ข้อตกลงร่วมกันระหว่างผู้ถือหุ้นในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมดังกล่าว

ทั้งนี้ บริษัทจะติดตามผลประกอบการและผลการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมอย่างใกล้ชิด รวมถึง
กำกับให้มีการจัดเก็บข้อมูลและบันทึกบัญชีของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมให้บริษัทตรวจสอบ

หมายเหตุ: ¹⁾ นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย และบริษัทร่วมข้างต้น เป็นนโยบายฉบับแก้ไขครั้งที่ 1/2015 ซึ่งได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการ
บริษัทเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2558

4.3 สรุปสาระสำคัญของสัญญาเช่าที่ดินและอาคารโรงงาน

บริษัทมีการให้เช่าที่ดินและอาคารโรงงานแก่บริษัทในกลุ่มโดยทำสัญญาเช่าจำนวน 4 สัญญา ได้แก่ สัญญาเช่าที่ดินและอาคารโรงงานกับบริษัท ทีเอเค แพ็คเกจจิ้ง จำกัด (“TAK”) จำนวน 2 สัญญา และสัญญาเช่าที่ดินและอาคารโรงงานกับบริษัท ทีเอ็มพี แพ็คเกจจิ้ง จำกัด (“TMP”) จำนวน 1 สัญญา และสัญญาเช่าที่ดินและอาคารโรงงานกับบริษัท ไทยเยอรมันรีไซเคิลเทคโนโลยี จำกัด (“TGRT”) จำนวน 1 สัญญา

1) สัญญาเช่าที่ดินและอาคารโรงงานกับ TAK (อาคาร 42/259)

บริษัทมีการเริ่มทำสัญญาเช่าที่ดินและอาคารโรงงานตั้งแต่เดือนสิงหาคม ปี 2553

คู่สัญญา	1. บริษัท ทีพีบีไอ จำกัด (มหาชน) (“TPBI”) 2. บริษัท ทีเอเค แพ็คเกจจิ้ง จำกัด (“TAK”)
สาระสำคัญของสัญญา	TPBI ให้เช่าที่ดินและอาคารโรงงานเลขที่ 42/259 หมู่ 5 ซอยศรีเสถียรนิเวศน์ ตำบลไร่ขิง อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม แก่ TAK
ค่าตอบแทนตามสัญญา	TAK ตกลงที่จะชำระค่าเช่าเป็นรายเดือน เดือนละ 480,000 บาท โดยมีกำหนดชำระในวันที่ 5 ของทุกเดือน
ระยะเวลาของสัญญา	1 สิงหาคม 2559 – 31 กรกฎาคม 2560

2) สัญญาเช่าที่ดินและอาคารโรงงานกับ TAK (อาคาร 42/580)

บริษัทมีการเริ่มทำสัญญาเช่าที่ดินและอาคารโรงงานตั้งแต่เดือนมกราคม ปี 2548

คู่สัญญา	1. บริษัท ทีพีบีไอ จำกัด (มหาชน) (“TPBI”) 2. บริษัท ทีเอเค แพ็คเกจจิ้ง จำกัด (“TAK”)
สาระสำคัญของสัญญา	TPBI ให้เช่าที่ดินและอาคารโรงงานเลขที่ 42/580 หมู่ 5 ซอยศรีเสถียรนิเวศน์ ตำบลไร่ขิง อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม แก่ TAK
ค่าตอบแทนตามสัญญา	TAK ตกลงที่จะชำระค่าเช่าเป็นรายเดือน เดือนละ 148,000 บาท โดยมีกำหนดชำระภายในวันที่ 5 ของทุกเดือน
ระยะเวลาของสัญญา	1 มิถุนายน 2558 – 31 พฤษภาคม 2561

3) สัญญาเช่าที่ดินและอาคารโรงงานกับ TMP (อาคาร 42/580)

บริษัทมีการเริ่มทำสัญญาเช่าที่ดินและอาคารโรงงานตั้งแต่เดือนมกราคม ปี 2558

คู่สัญญา	1. บริษัท อุตสาหกรรมถุงพลาสติกไทย จำกัด (“TPBI”) 2. บริษัท ทีเอ็มพี แพ็คเกจจิ้ง จำกัด (“TMP”)
สาระสำคัญของสัญญา	TPBI ให้เช่าที่ดินและอาคารโรงงานเลขที่ 42/580 หมู่ 5 ซอยศรีเสถียรนิเวศน์ ตำบลไร่ขิง อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม แก่ TMP
ค่าตอบแทนตามสัญญา	TMP ตกลงที่จะชำระค่าเช่าเป็นรายเดือน เดือนละ 52,000 บาท โดยมีกำหนดชำระภายในวันที่ 5 ของทุกเดือน
ระยะเวลาของสัญญา	1 มกราคม 2558 – 31 ธันวาคม 2560

4) สัญญาเช่าที่ดินและอาคารโรงงานกับ TGRT

บริษัทมีการเริ่มทำสัญญาเช่าที่ดินและอาคารโรงงานตั้งแต่เดือนกันยายน ปี 2558

คู่สัญญา	1. บริษัท ทีพีบีไอ จำกัด (มหาชน) ("TPBI") 2. บริษัท ไทยเยอรมันรีไซเคิลเทคโนโลยี จำกัด ("TGRT")
สาระสำคัญของสัญญา	TPBI ให้เช่าที่ดินและอาคารโรงงานเลขที่ 399 หมู่ 1 ตำบลมะขามคู่ อำเภอนิคมน้ำอ้น จังหวัดระยอง แก่ TGRT
ค่าตอบแทนตามสัญญา	TGRT ตกลงที่จะชำระค่าเช่าเป็นรายเดือน เดือนละ 400,000 บาท โดยมีกำหนดชำระภายในวันที่ 10 ของทุกเดือน
ระยะเวลาของสัญญา	1 กันยายน 2558 – 31 สิงหาคม 2561

5) สัญญาเช่าที่ดินกับบุคคลภายนอก

บริษัทมีการเริ่มทำสัญญาเช่าที่ดินตั้งแต่เดือนมกราคม ปี 2559

คู่สัญญา	1. คุณสุจิตรา เอียวศรีวงศ์ 2. บริษัท ทีพีบีไอ จำกัด (มหาชน) ("TPBI")
สาระสำคัญของสัญญา	คุณสุจิตรา เอียวศรีวงศ์ ให้เช่าที่ดินเพื่อสร้างโกดังเก็บสินค้าแก่ TPBI
ค่าตอบแทนตามสัญญา	TPBI ตกลงที่จะชำระค่าเช่าเป็นรายเดือน เดือนละ 30,000.00 บาท โดยมีกำหนดชำระภายในวันที่ 20 ของทุกเดือน
ระยะเวลาของสัญญา	ฉบับที่ 1 16 มกราคม 2559 – 16 มกราคม 2562 ฉบับที่ 2 16 มกราคม 2562 – 16 มกราคม 2569

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทและบริษัทย่อยไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่อาจก่อให้เกิดมูลค่าความเสียหายต่อบริษัทและบริษัทย่อยสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้นตามงบการเงินรวมของบริษัทและบริษัทย่อย และไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อยอย่างมีนัยสำคัญ

ทั้งนี้ บริษัทมีคดีความจากการถูกฟ้องร้องในคดีแพ่งจากบริษัท ฟอর্বีสท์ พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด (“โจทก์”) ในข้อหา ผิดสัญญาขายหน้า มูลค่าความเสียหายที่โจทก์เรียกร้องคิดเป็นเงิน 1.37 ล้านบาท สาเหตุจากการที่บริษัทได้ขายที่ดินโฉนดเลขที่ 50455 และ 50456 ตำบลบางคอแหลม อำเภอบางคอแหลม (บางรัก) จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยเมื่อวันที่ 29 มีนาคม 2553 โจทก์ซึ่งเป็นผู้ประกอบการนายหน้าเป็นอาชีพได้กล่าวหาว่าโจทก์ได้ทำหน้าที่เป็นนายหน้าขายที่ดินให้แก่บริษัท แต่ไม่ปรากฏหลักฐานใดๆ ในการแต่งตั้งให้เป็นนายหน้าและโจทก์ไม่เคยมีนิติสัมพันธ์ใดมาก่อนกับบริษัท ทั้งนี้ เมื่อวันที่ 29 มีนาคม 2554 ศาลแพ่งธนบุรีมีคำพิพากษายกฟ้องบริษัท และเมื่อวันที่ 8 ตุลาคม 2555 ศาลอุทธรณ์แผนกคดีผู้บริโภคมีคำพิพากษายกฟ้องบริษัท ในปัจจุบัน โจทก์อยู่ระหว่างการขออนุญาตศาลฎีกาเพื่อฎีกาในปัญหาข้อเท็จจริงพร้อมกับยื่นฎีกา ทั้งนี้ บริษัทคาดว่าจะไม่ต้องรับผิดชอบในความเสียหายที่โจทก์เรียกร้อง และบริษัทไม่ได้บันทึกค่าความเสียหายดังกล่าวในรายงานทางการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท	บริษัท ทีพีบีไอ จำกัด (มหาชน)
ชื่อบริษัท (ภาษาอังกฤษ)	TPBI Public Company Limited
ประเภทธุรกิจ	ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติก
เลขทะเบียนบริษัท	0107558000199
ทุนจดทะเบียน	400,000,000.00 บาท
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	400,000,000.00 บาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559
จำนวนหุ้นจดทะเบียน (หุ้นสามัญ)	400,000,000 หุ้น
จำนวนหุ้นจดทะเบียนที่ออกและจำหน่ายแล้ว (สามัญ)	400,000,000 หุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้	หุ้นละ 1.00 บาท
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	42/174 หมู่ที่ 5 ซอยศรีเสถียรนิเวศน์ ถนนเพชรเกษม ตำบลไร่ขิง อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม 73210
โทรศัพท์	02-4290693-9, 02-4290354-7
โทรสาร	02-4290358, 02-8125030
เว็บไซต์	www.tpbi.co.th
นายทะเบียนหลักทรัพย์	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด 99 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400 โทรศัพท์: 02-0099000, Call Center: 02-0099999 โทรสาร: 02-0099991 อีเมล: TSDCallCenter@set.or.th เว็บไซต์: www.set.or.th/tsd
ผู้สอบบัญชี	บริษัท เอส พี ออดิท จำกัด 503/31 ชั้น 18(เอ) อาคาร เค.เอส.แอล. ทาวเวอร์ ถนนศรีอยุธยา แขวงถนนพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400 โทรศัพท์: 02-6426172-4 โทรสาร: 02-6426253 อีเมล: spaudit@spaudit.co.th นางสาวยุพิน ชุ่มใจ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เลขที่ 8622