

## ส่วนที่ 1

### การประกอบธุรกิจ

#### 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวชั้นนำในประเทศไทย โดยจากข้อมูลของ Frost & Sullivan (S) Pte. Ltd. ("**Frost & Sullivan**") บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สีทาอาคารสำหรับกลุ่มลูกค้าทั่วไปรายใหญ่ที่สุดในประเทศไทยเมื่อพิจารณาจากรายได้จากการขาย โดยในปี 2559 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีส่วนแบ่งการตลาดในประเทศไทยคิดเป็นประมาณร้อยละ 48.7 นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีฐานการผลิตและเครือข่ายการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยจากข้อมูลของ Frost & Sullivan ในปี 2559 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีส่วนแบ่งการตลาดสำหรับตลาดผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวในเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนคิดเป็นประมาณร้อยละ 13.0 โดยผู้ก่อตั้งบริษัทฯ มีประสบการณ์มากกว่า 50 ปีในอุตสาหกรรมสีและสารเคลือบผิวสำหรับการผลิตผลิตภัณฑ์คุณภาพสูง และบริษัทฯ มีตราสินค้าที่ได้รับการยอมรับในตลาด ด้วยความเป็นผู้นำในด้านเทคโนโลยีและการบริการลูกค้า รวมถึงมีการค้นคว้าและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค บริษัทฯ เชื่อว่าสถานะของบริษัทฯ ในการเป็นผู้นำตลาดในประเทศไทยเป็นผลมาจากการดำเนินกิจการอย่างมั่นคงมายาวนาน มีการประหยัดต่อขนาดการผลิต (Economies of Scale) จากการที่บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตรายใหญ่ และประการสำคัญคือบริษัทฯ ได้สร้างตราสินค้าของบริษัทฯ ให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคอย่างแพร่หลาย ประกอบกับบริษัทฯ ได้มุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อย่างสร้างสรรค์ และใช้เทคโนโลยีขั้นสูง มีผลิตภัณฑ์หลากหลายครบวงจร และมีช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ครอบคลุมพื้นที่อย่างกว้างขวางเมื่อเทียบกับผู้ประกอบการรายอื่นในประเทศไทย รวมทั้งสามารถบริหารต้นทุนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพพร้อมกับการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ

#### การประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวของบริษัทฯ

ลักษณะของผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวของบริษัทฯ โดยหลักสามารถแยกได้เป็น (1) ผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และ (2) ผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น

##### 1. ผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร (Decorative Paint and Coating Products)

สีทาอาคารเป็นผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวประเภทหนึ่ง ซึ่งนำมาใช้ในการเคลือบพื้นผิววัสดุที่เป็นปูน ไม้ และโครงสร้างเหล็กของอาคาร ทั้งภายในและภายนอก รวมทั้งหลังคา เพื่อวัตถุประสงค์ในการใช้งานดังต่อไปนี้

- 1.1. เพื่อปกป้องพื้นผิว วัสดุ จากมลภาวะต่างๆ เช่น ทำให้พื้นผิว วัสดุ มีความทนทานต่อสภาพอากาศ น้ำ และมีความทนทานที่มากขึ้น มีอายุการใช้งานยาวนาน ป้องกันการผุพังของไม้ ป้องกันการเกิดสนิมของเหล็กและป้องกันการกัดกร่อนของงานปูน คอนกรีต เป็นต้น
- 1.2. เพื่อตกแต่งให้สวยงาม โดยอาจมาจากสี (Color) จากความเงาที่แตกต่าง (Gloss/Semi-Gloss/Sheen/Matt) จากความใส (Clear) จากลวดลาย (Texture) หรือทั้งหมดรวมกัน

##### 2. ผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น (Non-Decorative Paint and Coating Products)

ได้แก่ ผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวอีกประเภทหนึ่งนอกเหนือจากสีทาอาคาร รวมทั้งผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่ใช้งานควบคู่กัน อาทิ

- 2.1. ผลิตภัณฑ์เคมีก่อสร้าง  
เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้สำหรับงานก่อสร้างและคอนกรีต ตั้งแต่ขั้นตอนการเตรียม การปรับพื้นผิวฉาบ  
บางให้เรียบ วัสดุอุดรอยต่อ งามซ่อมแซมคอนกรีต งานกันรั่วซึมคอนกรีต (การเตรียมก่อนการทาสี)
- 2.2. ผลิตภัณฑ์ที่มีความทนทานสูง (Heavy-Duty Coating)  
เป็นผลิตภัณฑ์ปกป้องพื้นผิวที่มีความทนทานและต้านทานสูง ใช้สำหรับพื้นผิวหลายประเภทรวมถึง  
เหล็กและคอนกรีต ใช้สำหรับอาคารโรงงาน งานพื้น งานเคลือบวัสดุที่ใช้ในทะเล งานเคลือบถังและ  
งานเคลือบท่อ
- 2.3 ผลิตภัณฑ์ที่นอกเหนือจากสีทาอาคารอื่น ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวสำหรับงานไม้  
ผลิตภัณฑ์ฮาร์ดแวร์ เครื่องมือไฟฟ้า ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าเชลล์ (Shell) ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตรา  
สินค้าเซนไดรท์ (Chaidrite) ผลิตภัณฑ์สีตกแต่งพิเศษ และเครื่องผสมสีอัตโนมัติ (Auto Tinting  
Machine)

## 1.1 วิสัยทัศน์และเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

### (1) วิสัยทัศน์ (Vision)

ก้าวสู่การเป็นผู้นำตลาดผู้ใช้สีปกป้องพื้นผิว ในระดับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ด้วยการเป็นผู้นำทาง  
ผลิตภัณฑ์และบริการ

### (2) เป้าหมาย

บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายที่จะเป็นผู้นำตลาดในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวในเขตประชาคม  
เศรษฐกิจอาเซียน และประสบผลสำเร็จในการใช้ประโยชน์จากตลาดในภูมิภาคที่มีศักยภาพในการเติบโตสูง

## 1.2 กลยุทธ์ทางธุรกิจ

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำตลาดในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวในเขตประชาคมเศรษฐกิจ  
อาเซียนทั้งในส่วนของการผลิตและการให้บริการแก่ลูกค้า โดยบริษัทฯ มีความตั้งใจจะบรรลุวัตถุประสงค์  
ดังกล่าวด้วยกลยุทธ์ดังต่อไปนี้

### (1) สร้างความแข็งแกร่งในฐานะผู้นำตลาดผลิตภัณฑ์สีทาอาคารในประเทศไทย

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะเสริมสร้างความแข็งแกร่งในฐานะผู้นำตลาดผลิตภัณฑ์สีทาอาคารในประเทศไทย จาก  
ข้อมูลของ Frost & Sullivan บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีส่วนแบ่งการตลาดคิดเป็นประมาณร้อยละ 48.7 เมื่อ  
พิจารณาจากยอดขายสำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559 ความสำเร็จดังกล่าวเป็นผลมาจาก  
เครือข่ายการจัดจำหน่ายแบบครบวงจรที่ครอบคลุม การนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย การมีตราสินค้าที่เป็น  
ที่ยอมรับและความภักดีของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์อย่างเหนียวแน่น กลยุทธ์หลักสำหรับผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร  
ในอนาคต คือ การมุ่งเน้นปรับสัดส่วนของผลิตภัณฑ์ (Product Mix) การทำการตลาดและการจำหน่าย  
ผลิตภัณฑ์เกรดพรีเมียม ซึ่งบริษัทฯ คาดว่าจะมีการเติบโตของอุปสงค์อย่างมากและจะทำให้มีอัตรากำไรที่  
สูงขึ้น โดยบริษัทฯ จะยังคงมุ่งเน้นการผลิตผลิตภัณฑ์เกรดพรีเมียมด้วยเทคโนโลยีล่าสุดจากนวัตกรรม  
และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ เชื่อว่าการนำเสนอผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงดังกล่าวพร้อมการเสนอคุณค่า  
และการทำงานที่ดีขึ้นของผลิตภัณฑ์ในราคาที่สามารถแข่งขันได้จะทำให้บริษัทฯ สามารถดึงดูดกลุ่มลูกค้าได้

เพิ่มขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้บริษัทฯ มีศักยภาพในการเติบโตและมีผลกำไรที่สูงขึ้น บริษัทฯ วางแผนที่จะใช้เครื่องผสมสีอัตโนมัติ (Auto Tinting Machine) อย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของทิศทางในการออกแบบและความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ และยังทำให้ทำงานใกล้ชิดกับลูกค้าผู้ใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อจัดหาสีทาอาคารที่เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า

บริษัทฯ มีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคารและผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นที่เป็นนวัตกรรมสีเขียวและมีประสิทธิภาพสูง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และเพื่อขยายขอบเขตการเข้าถึงลูกค้าให้มากขึ้น บริษัทฯ วางแผนที่จะดำเนินการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและเป็นมิตรกับผู้คนมากขึ้นโดยใช้เทคโนโลยีที่เป็นนวัตกรรมใหม่ ซึ่งอาจรวมถึงการนำเสนอผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นชนิดใหม่ที่ผลิตขึ้นจากวัตถุดิบชีวภาพหรือวัตถุดิบหมุนเวียน เพื่อตอบสนองต่อแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคและการคาดการณ์ถึงความต้องการของผู้บริโภคจากองค์ความรู้ของบริษัทฯ เกี่ยวกับตลาดที่มีอยู่ในปัจจุบัน

**(2) การใช้ประโยชน์จากคุณค่าของตราสินค้าที่แข็งแกร่งและประสบการณ์จากความสำเร็จในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวในประเทศไทยเพื่อขยายธุรกิจของบริษัทฯ ในเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน**

บริษัทฯ มีความตั้งใจที่จะใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่จากตราสินค้าที่แข็งแกร่งและประสบการณ์จากความสำเร็จของบริษัทฯ ในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวในประเทศไทย เพื่อขยายไปสู่เขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และเป็นผู้นำตลาดในตลาดสีและสารเคลือบผิวในเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน นอกเหนือจากการประกอบธุรกิจในประเทศไทย ปัจจุบันบริษัทฯ ได้ประกอบธุรกิจในประเทศเวียดนาม ประเทศมาเลเซีย ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศเมียนมาร์ ประเทศกัมพูชา และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยจากข้อมูลของ Frost & Sullivan ตลาดค้าปลีกสำหรับผลิตภัณฑ์สีทาอาคารในประเทศเวียดนามคาดว่าจะมีอัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ที่ประมาณร้อยละ 9.9 ระหว่างปี 2559 ถึงปี 2564 ซึ่งคาดว่าจะเติบโตขึ้นจากประมาณ 6.5 ล้านล้านดองเวียดนาม ในปี 2559 เป็นประมาณ 10.4 ล้านล้านดองเวียดนาม ในปี 2564 เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจมหภาคที่ยังคงขับเคลื่อนกิจกรรมการก่อสร้างในประเทศเวียดนาม นอกจากนี้ จากข้อมูลของ Frost & Sullivan ขนาดของตลาดผลิตภัณฑ์สีทาอาคารในประเทศมาเลเซีย ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศเมียนมาร์ ประเทศกัมพูชา และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวคาดว่าจะมีอัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยต่อปี (CAGR) รวมทั้งประมาณร้อยละ 7.7 ระหว่างปี 2559 ถึงปี 2564 ซึ่งคาดว่าจะเติบโตขึ้นจากประมาณ 1,224.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2559 เป็นประมาณ 1,772.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2564

บริษัทฯ เชื่อว่าบริษัทฯ จะสามารถนำประสบการณ์ในการเริ่มสร้างธุรกิจและการสร้างเครือข่ายการจัดจำหน่ายในประเทศไทยไปใช้กับตลาดอื่นในเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนอกเหนือจากประเทศไทยที่มีการเติบโตสูง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังวางแผนที่จะใช้ประโยชน์จากตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนซึ่งมีขนาดใหญ่และกำลังเติบโต และขยายฐานการผลิตของบริษัทฯ ไปในประเทศอื่นในเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจากการเพิ่มกำลังการผลิตและฐานลูกค้าในตลาดประเทศเป้าหมาย โดยเฉพาะในประเทศเวียดนาม สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ประเทศเมียนมาร์ ประเทศมาเลเซีย และประเทศกัมพูชา ซึ่งเป็นประเทศที่บริษัทฯ มีโรงงานผลิตอยู่แล้ว

บริษัทฯ เชื่อว่าบริษัทฯ อยู่ในตำแหน่งที่ดีที่จะได้รับประโยชน์จากตลาดใหม่ในเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่มีโอกาสเติบโตสูง บริษัทฯ อยู่ระหว่างดำเนินการย้ายโรงงานอย่างถาวร ไปยังเขตเศรษฐกิจพิเศษติละวาใน

ประเทศเมียนมาร์ รวมทั้งอยู่ระหว่างการก่อสร้างโรงงานแห่งแรกในประเทศอินโดนีเซียและโรงงานแห่งที่ 2 ในประเทศกัมพูชา เพื่อให้สามารถเจาะตลาดในประเทศดังกล่าว ซึ่งบริษัทฯ คาดว่าโรงงานแห่งใหม่ในประเทศอินโดนีเซีย ประเทศเมียนมาร์ และประเทศกัมพูชาจะก่อสร้าง และทดสอบสอบการทำงานทั้งระบบ (Commissioning Tests) แล้วเสร็จในไตรมาสที่ 3 ของปี 2561 ไตรมาสที่ 4 ปี 2561 และไตรมาสที่ 1 ของปี 2562 ตามลำดับ ทั้งนี้ เมื่อรวมกำลังการผลิตของโรงงานผลิตทั้งสามแห่งเมื่อสร้างเสร็จและแผนการปิดโรงงานอย่างถาวรซึ่งคาดว่าจะเกิดขึ้นในปี 2562 บริษัทฯ คาดว่ากำลังการผลิตรวมในเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของบริษัทฯ จะเพิ่มขึ้นประมาณ 14 ล้านแกลลอน หรือประมาณร้อยละ 16 ของกำลังการผลิตในปัจจุบันของบริษัทฯ (ไม่รวมโรงงานผลิตภายใต้ TOA Skim Coat (Cambodia) Co., Ltd.) เพื่อสนับสนุนเป้าหมายในการเพิ่มปริมาณการขายซึ่งบริษัทฯ คาดว่าจะทำให้ส่วนแบ่งการตลาดโดยรวมในผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวในเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของบริษัทฯ ดีขึ้น

โดยทั่วไปบริษัทฯ จำหน่ายสินค้าผ่านวิธีการค้าส่งเป็นลำดับแรกเพื่อสร้างการรับรู้ในตราสินค้าและขยายเครือข่ายการจัดจำหน่ายไปสู่ตลาดใหม่ หลังจากนั้นกลยุทธ์ในการจัดจำหน่ายของบริษัทฯ จะถูกปรับไปตามคุณลักษณะของตลาดหลักๆ ในแต่ละประเทศ โดยบริษัทฯ ได้ดำเนินการดังต่อไปนี้

- **ประเทศเวียดนาม** บริษัทฯ เข้าไปทำตลาดในประเทศเวียดนามเป็นประเทศแรกต่อจากประเทศไทย บริษัทฯ ใช้กลยุทธ์ที่แตกต่างกันสำหรับผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น สำหรับผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร บริษัทฯ มีเครือข่ายร้านค้าปลีกทั่วประเทศเช่นเดียวกับที่ดำเนินการในประเทศไทย โดยผู้ค้าปลีกส่วนใหญ่จะอยู่ในเมืองสำคัญ เช่น ฮานอย โฮจิมินห์ ดานัง และนาตรัง สำหรับผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น บริษัทฯ วางแผนที่จะใช้การจัดจำหน่ายแบบค้าส่งเป็นขั้นตอนแรกในการสร้างการรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นให้ประสบผลสำเร็จ ปัจจุบันมีเครือข่ายร้านค้าครบทุกจังหวัดประเทศเวียดนาม เช่น ฮานอย โฮจิมินห์ และดานัง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังวางแผนที่จะขยายการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นผ่านผู้จัดจำหน่ายขนาดกลางไปยังทุกจังหวัดในประเทศเวียดนามด้วย
- **สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ประเทศเมียนมาร์ และประเทศกัมพูชา** บริษัทฯ มุ่งเน้นการใช้การจัดจำหน่ายแบบค้าส่งและค้าปลีกซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นในการสร้างและจัดตั้งเครือข่ายการจัดจำหน่ายในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ประเทศเมียนมาร์และประเทศกัมพูชา บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นการขายสินค้าเกรดพรีเมียมเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้างานโครงการขนาดกลางขึ้นไป ซึ่งบริษัทฯ เชื่อว่าจะมีศักยภาพในการขยายตัวอย่างรวดเร็ว และมีความต้องการในผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น นอกจากนั้นทางบริษัทฯ เชื่อว่าการขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ประเทศเมียนมาร์ และประเทศกัมพูชา จะกระตุ้นทำให้ธุรกิจวัสดุก่อสร้าง วัสดุตกแต่ง และสีทาอาคารเติบโต และจะกลายเป็นช่องทางที่สำคัญในอนาคตต่อไป
- **ประเทศมาเลเซีย** กลยุทธ์เบื้องต้นของบริษัทฯ มุ่งเน้นการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แบบค้าส่งให้ร้านค้าอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ทั่วประเทศ โดยบริษัทฯ วางแผนจะใช้กลยุทธ์นี้ต่อไปพร้อมกับการสร้างทีมงานขายในประเทศมาเลเซียเพื่อสนับสนุนการขายตรงผลิตภัณฑ์สีทาอาคารของบริษัทฯ ให้แก่ผู้ค้าปลีก

- **ประเทศอินโดนีเซีย** บริษัทฯ มุ่งเน้นการจัดจำหน่ายแบบค้าส่งและการจัดจำหน่ายผ่านธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) เป็นขั้นตอนแรกในการสร้างการรับรู้ตราสินค้าให้ประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ บริษัทฯ เชื่อว่าปัจจุบันมีผู้พัฒนาสังหาริมทรัพย์และบริษัทอสังหาริมทรัพย์ในประเทศอินโดนีเซียที่ให้ความสนใจในตราสินค้าและผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ และบริษัทฯ ยังมีแผนที่จะสนับสนุนการจัดจำหน่ายแบบค้าปลีกและการจัดจำหน่ายผ่านธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ด้วยการขยายผลิตภัณฑ์เกรดพรีเมียมให้แก่กลุ่มลูกค้าเหล่านี้

### (3) การเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดของผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น

เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดในผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น ซึ่งบริษัทฯ คาดว่าจะเติบโตอย่างมาก โดยใช้ประโยชน์จากความเป็นผู้นำตลาดผลิตภัณฑ์สีทาอาคารในประเทศไทย จากข้อมูลของ Frost & Sullivan ตลาดค้าปลีกสำหรับผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นในประเทศไทยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวสำหรับงานไม้ 2) ผลิตภัณฑ์กันซึม และ 3) ผลิตภัณฑ์ที่มีความทนทานสูง (Protective Coating) (ประกอบด้วยสีและสารเคลือบป้องกันพื้นผิวคอนกรีตและสีและสารเคลือบป้องกันพื้นผิวโลหะ) ทั้งนี้ Frost & Sullivan คาดว่าตลาดดังกล่าวจะมีอัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ที่ร้อยละ 6.8 ระหว่างปี 2559 ถึงปี 2564 ซึ่งเติบโตขึ้นจาก 6,376.9 ล้านบาทในปี 2559 เป็น 8,852.7 ล้านบาทในปี 2564

บริษัทฯ เชื่อว่าการที่บริษัทฯ มีกลุ่มผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นที่มีความหลากหลายถึง 3,205 หน่วยเก็บสินค้า (SKUs) (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560) สะท้อนให้เห็นว่าบริษัทฯ มีความพร้อมด้านกำลังการผลิตและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการที่คาดว่าจะเติบโตขึ้นได้ บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าจะสามารถใช้ประโยชน์จากความสัมพันธ์ของบริษัทฯ กับผู้จำหน่ายสินค้าในปัจจุบัน และจากเครือข่ายการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุม เพื่อเพิ่มการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นให้มากขึ้น บริษัทฯ วางแผนที่จะขยายผลิตภัณฑ์ที่นอกเหนือจากสีทาอาคารผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอยู่เดิม โดยมุ่งเน้นการเจาะตลาดที่มีคู่แข่งจำนวนน้อยรายและช่องทางการจัดจำหน่ายในตลาดใหม่ๆ โดยเฉพาะในเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดในตลาดผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น บริษัทฯ วางแผนที่จะใช้การตลาดในเชิงรุก โดยเน้นการส่งเสริมเทคโนโลยีที่เป็นนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงของบริษัทฯ รวมทั้งการสร้างการรับรู้ตราสินค้าผ่านกิจกรรมด้านการตลาดต่างๆ

### (4) การเพิ่มยอดขายผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายแบบธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) และช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ของบริษัทฯ ประกอบด้วยผู้จัดจำหน่ายทั้งสิ้น 49 ราย สำหรับปี 2560 รายได้จากการขายผ่านธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) คิดเป็นร้อยละ 15.3 ของรายได้จากการขาย โดยบริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดผลิตภัณฑ์สีทาอาคารและผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นของบริษัทฯ ในช่องทางการจัดจำหน่ายแบบธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ให้เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วโดยมุ่งเน้นการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกรดพรีเมียมสำหรับตลาดผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร กลยุทธ์หลักของบริษัทฯ คือการใช้กิจกรรมด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมตราสินค้าของบริษัทฯ ให้เป็นผู้นำในตลาดผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายแบบธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ซึ่งบริษัทฯ เชื่อมั่นว่าจะทำให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ จากผู้



จัดจำหน่ายดังกล่าวมากขึ้น และเพื่อเป็นการสนับสนุนกลยุทธ์ดังกล่าว บริษัทฯ สร้างทีมซึ่งประกอบไปด้วยพนักงานแนะนำผลิตภัณฑ์ เพื่อให้บริการการขายและให้คำแนะนำในเชิงลึกเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้าหรือผู้ใช้ผลิตภัณฑ์โดยตรง สำหรับตลาดผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น บริษัทฯ วางแผนที่จะดำเนินกิจกรรมด้านการตลาดในเชิงรุกเพื่อสร้างการรับรู้ตราสินค้าและเน้นการสาธิตคุณสมบัติสินค้าให้เห็นจริง เพื่อผลักดันให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในตราสินค้า และหันมาซื้อสินค้าที่มีตราสินค้าของบริษัทฯ ซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์ในการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดในธุรกิจนี้ของบริษัทฯ

บริษัทฯ ยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นในการวางแผนพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์ โดยจะใช้ประโยชน์จากเครือข่ายการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมทั่วประเทศให้มากที่สุด ในปัจจุบันบริษัทฯ อยู่ระหว่างการทดสอบแพลตฟอร์มการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เพื่อเปิดตัวช่องทางการขายออนไลน์สำหรับการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านผู้ค้าปลีกของบริษัทฯ โดยลูกค้าผู้ใช้ผลิตภัณฑ์สามารถเข้าถึงแพลตฟอร์มออนไลน์ได้โดยตรงและตลอดเวลาเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เมื่อมีการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางดังกล่าว ร้านค้าปลีกที่ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับลูกค้าจะเป็นผู้จัดส่งสินค้าตามคำสั่งซื้อออนไลน์ให้แก่ลูกค้าผู้สั่งซื้อผลิตภัณฑ์ (โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมในส่วนที่ 1 ข้อ 2.2.1 (3) หัวข้อ “ลักษณะการประกอบธุรกิจ—ช่องทางการจัดจำหน่าย—ช่องทางการจัดจำหน่ายอื่นๆ”)

#### (5) การมุ่งเน้นพัฒนาความเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership)

บริษัทฯ มีแผนบริหารจัดการเพื่อควบคุมต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพด้านต้นทุนอย่างต่อเนื่องซึ่งประกอบด้วย 1) แผนการบริหารจัดการต้นทุนวัตถุดิบ 2) แผนการปรับปรุงกระบวนการผลิตของบริษัทฯ ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด 3) มุ่งเน้นการโฆษณาและการส่งเสริมการขายที่ให้ประสิทธิผลสูงสุดเมื่อเทียบกับต้นทุน และ 4) มุ่งเน้นการขายสินค้าให้กับผู้ค้าโดยตรงโดยไม่ผ่านตัวกลาง ในการบริหารต้นทุนวัตถุดิบนั้น บริษัทฯ วางแผนที่จะรักษาความสัมพันธ์กับผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบที่เป็นพันธมิตรทางธุรกิจจำนวนหลายรายต่อไปและรวบรวมคำสั่งซื้อเพื่อให้สามารถต่อรองราคาวัตถุดิบได้ดียิ่งขึ้นและได้รับประโยชน์จากส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ บริษัทฯ ยังวางแผนที่จะทำการวิจัยและพัฒนาเพื่อหาทางเลือกในการประหยัดต้นทุนจากวัตถุดิบหลัก โดยยังสามารถรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ต่อไป นอกจากนี้ แม้ว่าในปัจจุบันบริษัทฯ มีการซื้อเรซินสำหรับผลิตภัณฑ์สีน้ำมันซึ่งเป็นวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตบางส่วนจากผู้จัดจำหน่ายภายนอก อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ยังได้ขยายสายการผลิตเรซินสำหรับผลิตภัณฑ์สีน้ำมันของตนเองในปี 2560 เพื่อให้บริษัทฯ มีแหล่งในการจัดหาเรซินเพิ่มเติม และเป็นการลดการพึ่งพาจากผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ รวมถึงบริหารจัดการต้นทุนวัตถุดิบให้ดียิ่งขึ้น บริษัทฯ ยังมุ่งมั่นที่จะเพิ่มปริมาณสารยึดเกาะที่บริษัทฯ ผลิตเอง และอาจศึกษาความเป็นไปได้ในการผลิตวัตถุดิบอื่นเองเพื่อรักษาความมั่นคงของอุปทานการจัดหาวัตถุดิบและบริหารต้นทุนให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น สำหรับแผนการปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพสูงสุดนั้น บริษัทฯ ใช้กระบวนการผสมวัตถุดิบกึ่งสำเร็จรูป (Slurry) โดยอัตโนมัติในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีตัวทำละลายเป็นน้ำ เพื่อลดระยะเวลาในการผลิตลง บริษัทฯ มีแผนที่จะมุ่งเน้นการใช้การผลิตแบบอัตโนมัติในแต่ละขั้นตอนให้มากขึ้น รวมถึงเน้นการควบคุมดูแลสินค้าคงคลังต่อไปเพื่อเพิ่มปริมาณการผลิต รวมทั้งรักษาและพัฒนาอัตราการหมุนเวียนสินค้าคงคลัง

บริษัทฯ มีการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการโฆษณาและการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทันสมัยและสามารถเข้าถึงลูกค้าผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ และมีประสิทธิผลสูงสุดเมื่อเทียบกับต้นทุน เช่น การปรับช่องทางการโฆษณาโดยลดการโฆษณาจากสื่อดั้งเดิม เช่น โทรทัศน์ และเพิ่มสัดส่วนการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ (Online) ซึ่งมีค่าใช้จ่ายน้อยลงแต่สามารถเข้าถึงลูกค้าผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัทฯ มุ่งเน้นการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าของบริษัท โดยเฉพาะผู้ค้าปลีกและลูกค้าโครงการ โดยตรงผ่านเครือข่ายการขายที่บริษัทฯ สร้างขึ้น การขายสินค้าให้กับลูกค้าของบริษัท โดยตรงโดยไม่ผ่านคนกลางจะช่วยเพิ่มอัตรากำไรให้กับทั้งบริษัทฯ และลูกค้าของบริษัท ด้วย ทั้งนี้ สำหรับประเทศที่บริษัทฯ เริ่มเข้าไปทำตลาด บริษัทฯ อยู่ระหว่างการสร้างเครือข่ายร้านค้าเพื่อให้สามารถขายให้กับร้านค้าได้โดยตรงโดยไม่ผ่านตัวกลาง

### 1.3 ประวัติความเป็นมาและพัฒนาการที่สำคัญ

ธุรกิจของบริษัทฯ ก่อตั้งขึ้นโดยนายประจักษ์ ตั้งคารวคุณ ในปี 2507 โดยเป็นธุรกิจครอบครัว ซึ่งนำเข้าสีจากประเทศญี่ปุ่น ต่อมาในปี 2520 บริษัทฯ ได้ถูกจัดตั้งขึ้นในประเทศไทยเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์สีทาอาคารและได้เปิดตัวตราสินค้า “TOA” ในปีเดียวกัน

บริษัทฯ เริ่มขยายธุรกิจจากประเทศไทยไปยังประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในปี 2538 โดยได้จัดตั้งบริษัทย่อยแห่งแรกคือ TOA Paint (Vietnam) Co., Ltd. ในประเทศเวียดนาม ต่อมาในปี 2541 บริษัทฯ เริ่มเปิดดำเนินการโรงงานผลิตแห่งแรกในเวียดนามซึ่งตั้งอยู่ที่สวนอุตสาหกรรม Tan Dinh Industrial Park ซึ่งต่อมาในปี 2549 ได้ย้ายโรงงานผลิตไปที่เขตอุตสาหกรรม Tan Dong Hiep A Industrial Park นับแต่นั้นมาบริษัทฯ ได้ขยายการดำเนินการและโรงงานผลิตไปยังสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ประเทศมาเลเซีย ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศเมียนมาร์ และประเทศกัมพูชา โดยโรงงานผลิตในประเทศกัมพูชาภายใต้ TOA Skim Coat (Cambodia) Co., Ltd. ได้เริ่มเปิดดำเนินการเชิงพาณิชย์ในเดือนมิถุนายน 2560 และคาดว่าโรงงานผลิตในประเทศกัมพูชาอีกแห่งหนึ่งจะก่อสร้าง และทดสอบสอบการทำงานทั้งระบบ (Commissioning Tests) แล้วเสร็จในไตรมาสที่ 1 ของปี 2562 ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีโรงงานผลิต 8 แห่งใน 6 ประเทศในเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รวมถึงประเทศไทย

#### พัฒนาการที่สำคัญ

ปี	เหตุการณ์ที่สำคัญ
2507	ครอบครัวตั้งคารวคุณเริ่มดำเนินธุรกิจนำเข้าสี TOA จากประเทศญี่ปุ่น
2515	ครอบครัวตั้งคารวคุณได้สร้างโรงงานสีซึ่งเป็นโรงงานผลิตแห่งแรกที่สำเร็จ เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ต่างๆ ด้วยเทคโนโลยีจากประเทศญี่ปุ่น
2517	เริ่มเปลี่ยนเป้าหมายจากการเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคารเกรดปานกลางถึงเกรดไอโคโนมีเป็นผลิตภัณฑ์สีทาอาคารเกรดพรีเมียม โดยกระบวนการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเกิดขึ้นในช่วงกลางทศวรรษระหว่างปี 2513-2523
2520	บริษัทฯ ได้ถูกก่อตั้งขึ้น และเป็นผู้ผลิตสีรายแรกที่ประสบความสำเร็จในการนำสีอิมัลชันสูตรปลอดสารตะกั่ว โปรท และโลหะหนักมาใช้ในกระบวนการผลิตในประเทศไทย
2522	บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตสีรายแรกในประเทศไทยและภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่นำสีอะครีลิกแท้ 100% มาใช้แทนสีโพลีไวนิลอะซิเตด (PVAc) ที่มีความทนทานน้อยกว่าได้เป็นผลสำเร็จ โดยใช้เทคโนโลยีจากประเทศสหรัฐอเมริกา โดยบริษัทฯ ทำการตลาดสินค้าดังกล่าวภายใต้ตราสินค้า “ซูเปอร์ชิลด์ (SuperShield)”
2532	บริษัทฯ ได้สร้างโรงงานบางนาซึ่งเป็นโรงงานผลิตแห่งที่ 2 บนถนนบางนา-ตราด
2538	บริษัทฯ ได้ก่อตั้ง TOA Paint (Vietnam) Co., Ltd. และก่อสร้างโรงงานผลิตเพื่อขยายฐานการผลิตไปยังประเทศเวียดนาม
2541	โรงงานผลิตแห่งแรกของบริษัทฯ ในประเทศเวียดนาม ซึ่งตั้งอยู่ในสวนอุตสาหกรรม Tan Dinh Industrial Park ประเทศ

ปี	เหตุการณ์ที่สำคัญ
	เวียดนามได้เริ่มเปิดดำเนินการ
2544	บริษัทฯ ได้เปิดตัวโครงการ TOA Color World และเริ่มให้บริการ TOA Color World Solution Services ด้วยเครื่องผสมสีอัตโนมัติ (Auto Tinting Machine)
2547	บริษัทฯ ได้ก่อตั้ง TOA Paint Products Sdn. Bhd. และ TOA Coating Sdn. Bhd. ในประเทศมาเลเซีย
2548	บริษัทฯ ได้เข้าซื้อหุ้นในบริษัท บริติช เพ้นท์ส จำกัด จากกลุ่มผู้ถือหุ้นเดิมทั้งหมด
2549	บริษัทฯ ได้ย้ายฐานการผลิตในประเทศเวียดนาม จากโรงงานผลิตเดิมซึ่งตั้งอยู่ที่สวนอุตสาหกรรม Tan Dinh Industrial Park ไปยังโรงงานแห่งใหม่ที่มีขนาดใหญ่กว่าและมีระบบการผลิตกึ่งอัตโนมัติ ซึ่งตั้งอยู่ที่เขตอุตสาหกรรม Tan Dong Hiep A Industrial Park
2550	บริษัทฯ ได้ก่อตั้ง TOA Paint (Laos) Co., Ltd. ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 100.0
2553	บริษัทฯ ได้ก่อตั้งบริษัท กัปตัน โลโก้ จำกัด ในประเทศไทย (เดิมชื่อว่า บริษัท ทีโอเอ บิซิเนส ซัพพลาย จำกัด) และยังได้ขยายการผลิตโดยเริ่มผลิตสีที่มีตัวทำละลายเป็นน้ำในโรงงานบางนาด้วยกระบวนการผลิตกึ่งอัตโนมัติ โดยโรงงานบางนาเป็นโรงงานผลิตแห่งแรกในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่เปลี่ยนกระบวนการผลิตสีที่มีตัวทำละลายเป็นน้ำเป็นระบบอัตโนมัติ
2554	บริษัทฯ ได้ก่อตั้งบริษัท โพรเฟสชันนัล พีซี เซอร์วิส จำกัด ในประเทศไทย และ PT TOA Paint Indonesia ในประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นการร่วมทุนกับ Desiree Group Limited (อย่างไรก็ดี ในปี 2559 Desiree Group Limited ได้โอนหุ้นทั้งหมดที่ตนถือให้แก่ PT Budilestari Sentosa ซึ่งกลายมาเป็นผู้ร่วมทุนใน PT TOA Paint Indonesia)
2556	บริษัทฯ ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ผสมสีที่มีสารแต่งสีปลอดสารพิษ ซึ่งมีระดับสารประกอบอินทรีย์ระเหยง่าย (VOCs) ต่ำกว่าผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในท้องตลาดในเวลานั้นถึง 10 เท่า ("เทคโนโลยี Ultra Low VOCs")
2556	บริษัทฯ ได้ก่อตั้ง TOA Paint (Myanmar) Company Limited ในประเทศเมียนมาร์ ซึ่งเป็นการร่วมทุนกับ Mantakanok Company Limited, MK Company Limited และ Ms. Thet Thet Nu Aung
2557	บริษัทฯ ได้ก่อตั้งบริษัท อิมเมจิก จำกัด ในประเทศไทย
2558	<ul style="list-style-type: none"> <li>ในเดือนกันยายน บริษัทฯ ได้เปิดตัวสี TOA Note &amp; Clean สีเขียนได้ลบได้เป็นรายการแรกของโลกที่สามารถทาได้ทั้งภายในและภายนอก ถูกพัฒนาขึ้นด้วยเทคโนโลยี นาโน คริสตัล กลาส (Nano Crystal Glass) จากประเทศเยอรมนี</li> <li>ในเดือนธันวาคม บริษัทฯ ได้เริ่มโครงการสร้างโรงงานในประเทศกัมพูชา เพื่อขยายธุรกิจไปยังประเทศกัมพูชา</li> </ul>
2559	<ul style="list-style-type: none"> <li>บริษัทฯ ได้ดำเนินการปรับโครงสร้างของบริษัท เสร็จสิ้น (โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมในส่วนที่ 1 ข้อ 1.4 หัวข้อ "การประกอบธุรกิจ—การปรับโครงสร้างของบริษัท")</li> <li>ในเดือนมีนาคม บริษัทฯ ประกาศแผนการก่อตั้งโรงงานแห่งใหม่ในประเทศอินโดนีเซียจำนวน 1 แห่งและประเทศกัมพูชาจำนวน 2 แห่ง และแผนการย้ายโรงงานอย่างถาวรไปยังเขตเศรษฐกิจพิเศษติละวาในประเทศเมียนมาร์</li> <li>บริษัทฯ ได้ก่อตั้ง TOA Coating (Myanmar) Co., Ltd. เพื่อวัตถุประสงค์ในการย้ายโรงงานอย่างถาวรไปยังโรงงานผลิตแห่งใหม่ที่ตั้งอยู่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษติละวาในประเทศเมียนมาร์ ซึ่งมีโครงสร้างพื้นฐานที่ดีกว่า และบริษัทฯ ได้รับสิทธิประโยชน์จากมาตรการพิเศษจากรัฐบาลประเทศเมียนมาร์</li> <li>บริษัทฯ ได้ก่อตั้ง TOA Paint (Cambodia) Co., Ltd. และ PT TOA Coating Indonesia เพื่อวัตถุประสงค์ในการขยายการผลิต การขาย และการตลาดผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ในประเทศกัมพูชาและประเทศอินโดนีเซียตามลำดับ</li> <li>บริษัทฯ ได้ก่อตั้ง TOA Skim Coat (Cambodia) Co., Ltd. ซึ่งเป็นการร่วมทุนกับ Mr. Sok Hout เพื่อวัตถุประสงค์ในการผลิตผลิตภัณฑ์สำหรับงานฉาบบางเพื่อปรับผิวให้เรียบ และขยายการขายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ในประเทศกัมพูชา ทั้งนี้ Mr. Sok Hout เป็นหนึ่งในลูกค้าค่านสำคัญของบริษัทฯ มาระยะเวลาประมาณ 10 ปี</li> </ul>



ปี	เหตุการณ์ที่สำคัญ
2560	<ul style="list-style-type: none"> <li>ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2560 เมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2560 ของ TOA มีมติอนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนจำนวน 875.0 ล้านบาท ส่งผลให้ทุนจดทะเบียนเพิ่มขึ้นจาก 900.0 ล้านบาท เป็น 1,775.0 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 875,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1,000.0 บาท เพื่อเสนอขายให้แก่กลุ่มผู้ถือหุ้นเดิม</li> <li>ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2560 เมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2560 ของ TOA มีมติดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> <li>อนุมัติการแปรสภาพจากบริษัทจำกัดเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และเปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท ทีโอเอ เพ้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้จดทะเบียนแปรสภาพจากบริษัทจำกัดเป็นบริษัทมหาชนจำกัดเมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2560</li> <li>เปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้ของหุ้นสามัญของบริษัทฯ จากเดิมหุ้นละ 1,000.0 บาท เป็นหุ้นละ 1.0 บาท ส่งผลให้จำนวนหุ้นสามัญของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นจาก 1,775,000 หุ้น เป็น 1,775,000,000 หุ้น</li> <li>เพิ่มทุนจดทะเบียน จำนวน 254.0 ล้านบาท ส่งผลให้ทุนจดทะเบียนเพิ่มขึ้นจาก 1,775.0 ล้านบาท เป็น 2,029.0 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 254.0 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.0 บาท เพื่อเสนอขายให้แก่ประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (IPO)</li> <li>พิจารณาปรับทราบการเสนอขายหุ้นของ Wybrant ผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ พร้อมกับการเสนอขายหุ้นสามัญที่ออกใหม่ของบริษัทฯ ต่อประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (IPO)</li> </ul> </li> <li>บริษัทฯ ขยายสายการผลิตเรซินซึ่งเป็นวัตถุดิบสำหรับผลิตภัณฑ์สีน้ำมัน แล้วเสร็จ</li> <li>โรงงานภายใต้ TOA Skim Coat (Cambodia) Co., Ltd. ซึ่งเป็นโรงงานแห่งแรกในประเทศกัมพูชา ก่อสร้างแล้วเสร็จ โดยโรงงานดังกล่าวเป็นโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์สำหรับงานฉาบปรบผิว เพื่อซ่อมแซมและปรับปรุงสภาพพื้นผิวที่เสียหายให้เรียบเนียน</li> <li>บริษัทฯ และผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทฯ ได้เสนอขายหุ้นสามัญของบริษัทแก่ประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) แล้วเสร็จไปเมื่อวันที่ 4 ตุลาคม 2560 และได้นำหุ้นสามัญของบริษัทเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นครั้งแรก (First Day Trade) เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2560</li> </ul>

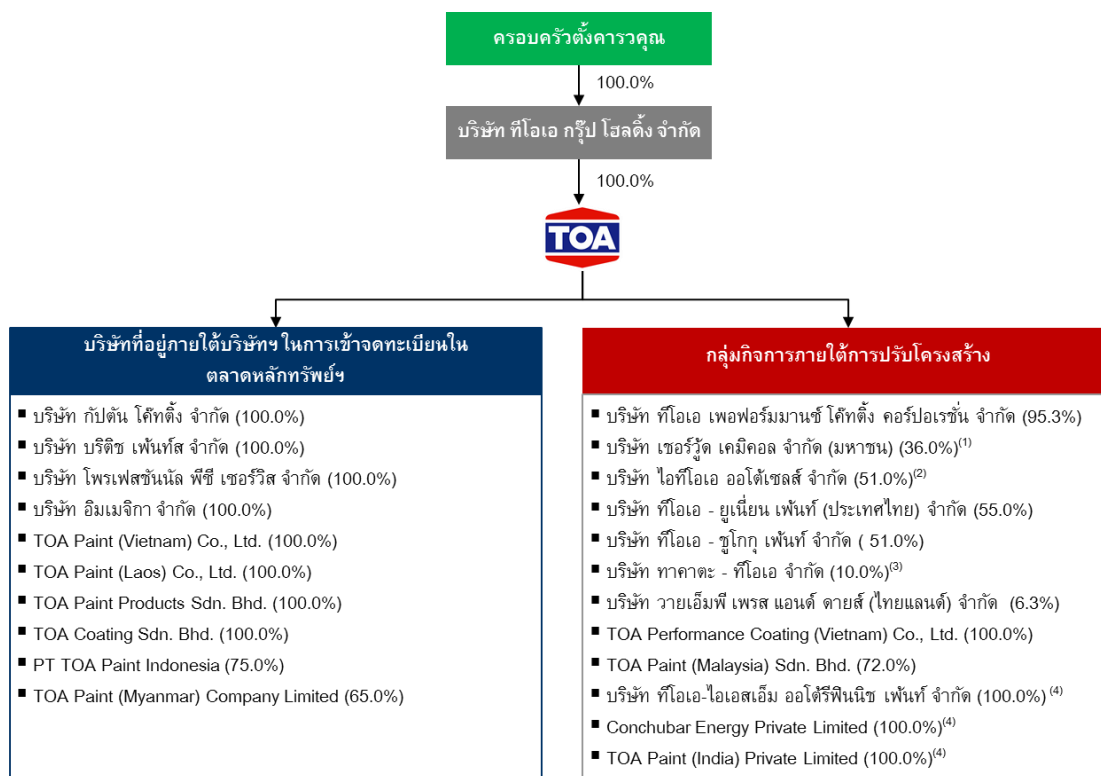
#### 1.4 การปรับโครงสร้างของบริษัทฯ

ก่อนการปรับโครงสร้าง TOA มีการถือหุ้นในหลายบริษัทที่มีการประกอบธุรกิจต่างๆ ที่หลากหลาย ต่อมาในไตรมาสที่ 1 ปี 2559 บริษัทฯ ได้ดำเนินการตามแผนการปรับโครงสร้างกลุ่มโดยแยกธุรกิจที่ไม่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร (Decorative Paint and Coating Products) และผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น (Non-Decorative Paint and Coating Products) สำหรับผู้ใช้งานประเภทกลุ่มลูกค้าทั่วไป ออกจากโครงสร้างบริษัทฯ เพื่อให้มีการบริหารจัดการและกำหนดทิศทางการดำเนินงานในอนาคต และเพื่อให้มีโครงสร้างบริษัทฯ ที่ชัดเจน เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการเสนอขายหุ้นสามัญของบริษัทฯ ต่อประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (IPO) และนำหุ้นของบริษัทฯ เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ โดยมีขั้นตอนการปรับโครงสร้าง ดังนี้

- ขั้นตอนที่ 1 บริษัทฯ จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท ทีโอเอ อินทิเกรชั่น จำกัด โดยลงทุนในหุ้นของบริษัท ทีโอเอ อินทิเกรชั่น จำกัด ด้วยหุ้นของกลุ่มกิจการภายใต้การปรับโครงสร้างจำนวน 9 บริษัท (ยกเว้น บริษัท ทีโอเอ-ไอเอสเอ็ม ออโตรีฟิเนซ จำกัด Chonchubar Energy Private Limited และ TOA Paint (India) Private Limited) (รวมเรียกว่า “กิจการภายใต้การปรับโครงสร้างกลุ่ม 1”) เพื่อชำระค่าหุ้น ทั้งนี้ ณ วันที่จัดตั้ง บริษัทฯ เป็นผู้ถือหุ้นร้อยละ 100.0 ในบริษัท ทีโอเอ อินทิเกรชั่น จำกัด และถือหุ้นในกลุ่มกิจการภายใต้การปรับโครงสร้างกลุ่ม 1 ผ่าน บริษัท ทีโอเอ อินทิเกรชั่น จำกัด ตามสัดส่วนการถือหุ้นเดิม

- ขั้นตอนที่ 2 บริษัท ทีโอเอ กรุป โฮลดิ้ง จำกัด ("TOAGH") จัดทะเบียนจัดตั้งบริษัท ทีโอเอ เวนเจอร์ โฮลดิ้ง จำกัด โดย TOAGH เป็นผู้ถือหุ้นร้อยละ 100.0 ใน บริษัท ทีโอเอ เวนเจอร์ โฮลดิ้ง จำกัด
- ขั้นตอนที่ 3 บริษัท ทีโอเอ อินทิเกรชั่น จำกัด โอนกิจการทั้งหมด (Entire Business Transfer หรือ EBT) ของกลุ่มกิจการภายใต้การปรับโครงสร้างกลุ่ม 1 ให้แก่ บริษัท ทีโอเอ เวนเจอร์ โฮลดิ้ง จำกัด และภายหลังการโอนกิจการทั้งหมด (EBT) บริษัท ทีโอเอ อินทิเกรชั่น จำกัด ได้จดทะเบียนเลิกบริษัทและทำการชำระบัญชีเสร็จสิ้นในปี 2559
- ขั้นตอนที่ 4 บริษัท ขายเงินลงทุนทั้งหมดในบริษัท ทีโอเอ-ไอเอสเอ็ม ออโต้รีฟินิช เพ้นท์ จำกัด Chonchubar Energy Private Limited และ TOA Paint (India) Private Limited (รวมเรียกว่า "กิจการภายใต้การปรับโครงสร้างกลุ่ม 2") ให้แก่ TOAGH

### โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทฯ ก่อนการปรับโครงสร้าง



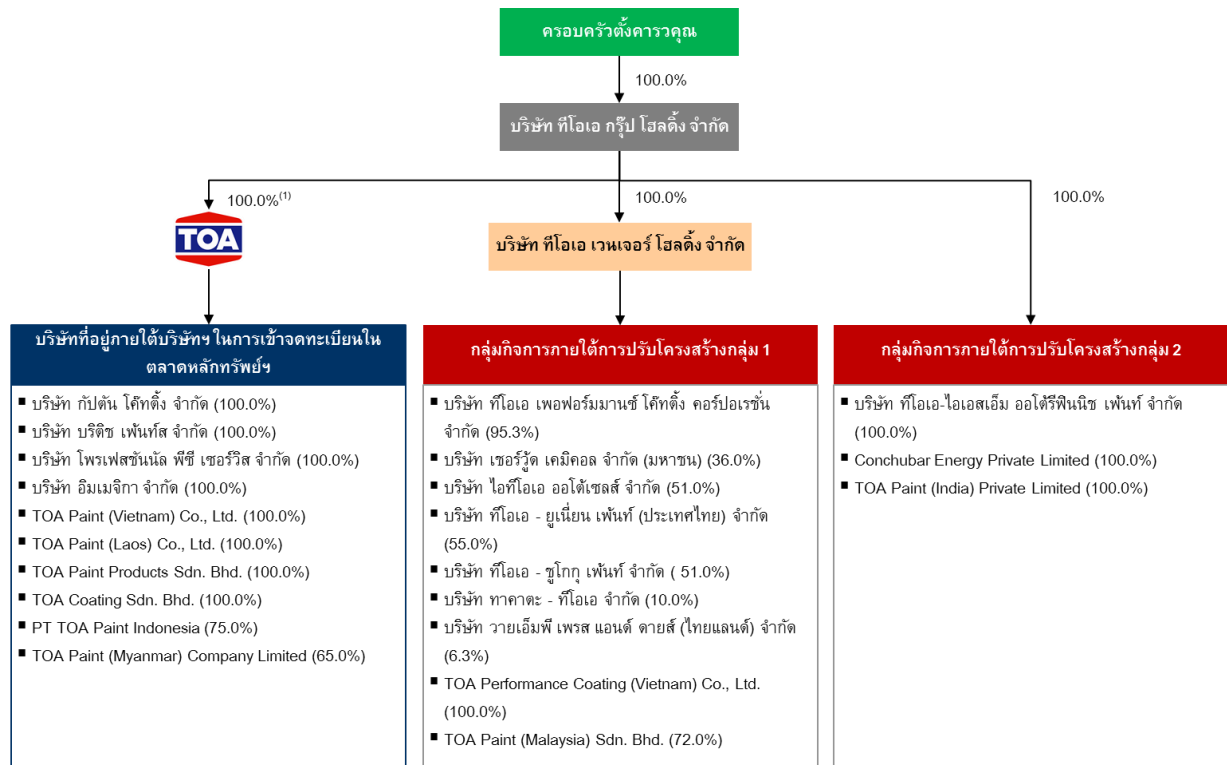
หมายเหตุ: <sup>(1)</sup> ก่อนการปรับโครงสร้าง บริษัทฯ รับรู้เงินลงทุนใน บริษัท เซอร์วิวด์ เคมีคอล จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทร่วม เนื่องจาก (1) บริษัทฯ ถือหุ้นในบริษัท เซอร์วิวด์ เคมีคอล จำกัด (มหาชน) ในสัดส่วนร้อยละ 36.0 (2) บริษัท เซอร์วิวด์ เคมีคอล จำกัด (มหาชน) มีการรวมจากบริษัทฯ ทั้งหมดเพียง 2 ท่าน จาก 9 ท่าน ได้แก่ คุณประจักษ์ ตั้งคารวคุณ และ คุณณรัชต์ ตั้งคารวคุณ (3) บริษัท เซอร์วิวด์ เคมีคอล จำกัด (มหาชน) มีได้มีผู้บริหารร่วมกันกับบริษัทฯ และ (4) ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2560 รายการระหว่างกันที่บริษัทฯ มีกับบริษัท เซอร์วิวด์ เคมีคอล จำกัด (มหาชน) มีการซื้อขายในราคาที่เป็นเงื่อนไขทางการค้าทั่วไป

<sup>(2)</sup> บริษัท ทีโอเอ เวนเจอร์ โฮลดิ้ง จำกัด เพิ่มสัดส่วนการลงทุนใน บริษัท ไอทีโอเอ ออโต้เซลส์ จำกัด เป็นร้อยละ 100.0 ภายหลังการปรับโครงสร้าง

<sup>(3)</sup> บริษัท ทีโอเอ เวนเจอร์ โฮลดิ้ง จำกัด เพิ่มสัดส่วนการลงทุนใน บริษัท ทาคาตะ-ทีโอเอ จำกัด เป็นร้อยละ 25.0 ภายหลังการปรับโครงสร้าง

<sup>(4)</sup> บริษัทที่ต้องการปิดกิจการ ซึ่งอยู่ระหว่างดำเนินการ โดยปัจจุบันถือหุ้นทางตรงโดย บริษัท ทีโอเอ กรุป โฮลดิ้ง จำกัด

## โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทฯ ภายหลังการปรับโครงสร้าง



หมายเหตุ: <sup>(1)</sup> ปัจจุบัน TOAGH ไม่ได้ถือหุ้นในบริษัทฯ ร้อยละ 100.0 (โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมในส่วนที่ 2 ข้อ 7 หัวข้อ “ข้อมูลหลักทรัพย์และผู้ถือหุ้น”)

<sup>(2)</sup> ณ เวลาที่มีการปรับโครงสร้าง บริษัทฯ ยังไม่ได้จัดตั้งบริษัทย่อย 4 แห่ง ได้แก่ (1) PT TOA Coating Indonesia (2) TOA Coating (Myanmar) Co., Ltd. (3) TOA Skim Coat (Cambodia) Co., Ltd. และ (4) TOA Paint (Cambodia) Co., Ltd.

## ความแตกต่างของธุรกิจระหว่างบริษัทฯ และกลุ่มกิจการภายใต้การปรับโครงสร้าง

ทั้งนี้ ภายหลังการปรับโครงสร้างดังกล่าว บริษัทที่ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสีและสารเคลือบผิวสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มธุรกิจหลัก ได้แก่

	ธุรกิจของบริษัทฯ	ธุรกิจของกลุ่มกิจการภายใต้การปรับโครงสร้าง
1. ลักษณะของผลิตภัณฑ์	กลุ่มผลิตภัณฑ์สีปกป้องพื้นผิวและความสวยงามสำหรับอาคาร เช่น สีสำหรับทา-พ่น-กลิ้ง ในอาคารบ้านเรือนและอาคารสูงทั่วไป เป็นต้น และรวมถึงผลิตภัณฑ์ควบคู่การใช้งานช่างอื่นๆ อาทิ กาว สเปรย์ และเครื่องมือช่าง เป็นต้น ซึ่งเป็นสินค้าสำหรับผู้ใช้งานประเภทลูกค้ารายย่อยและลูกค้าทั่วไป	กลุ่มผลิตภัณฑ์สีสำหรับใช้ในอุตสาหกรรม (Industrial Paint) ซึ่งต้องอาศัยเทคโนโลยีเฉพาะในการผลิตและการใช้งาน
2. ลักษณะการดำเนินธุรกิจ	การผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการใช้ของผู้บริโภคทั่วไปที่เป็นรายย่อย กลุ่มช่างและผู้รับเหมา หรือ B2C (Business to Consumers) โดยมีช่องทางการ	การผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นวัตถุดิบที่ใช้ในกระบวนการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมต่างๆ หรือ B2B (Business to Business) เป็นหลัก

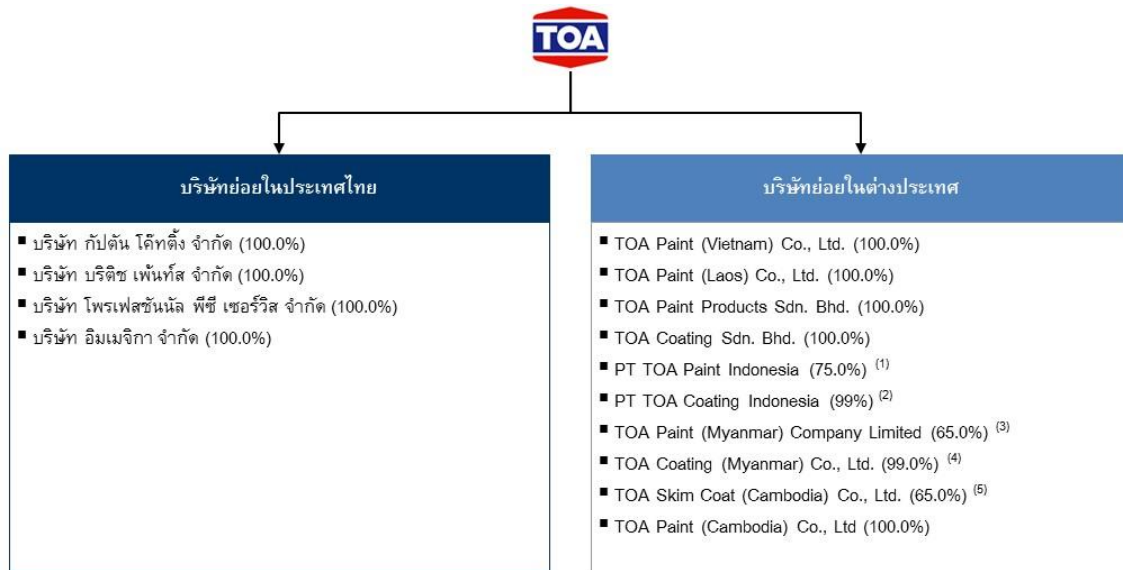
	ธุรกิจของบริษัทฯ	ธุรกิจของกลุ่มกิจการภายใต้การปรับโครงสร้าง
	จัดจำหน่ายหลักผ่านทางร้านค้าปลีกและธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)	
<b>3. คุณสมบัติหลักของผลิตภัณฑ์</b>	มีคุณสมบัติที่เหมาะสมสำหรับการใช้งานทั่วไปเพื่อทาอาคาร เน้นเรื่องความสวยงาม ความพึงพอใจ ความหลากหลายของเฉดสีและผลิตภัณฑ์ และสามารถปกป้องพื้นผิวทั่วไป เช่น ฝ้าเพดาน กันสนิม เป็นต้น โดยลูกค้าสามารถหาซื้อได้ง่ายและใช้งานเองได้ อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ไม่ได้มีคุณสมบัติเฉพาะด้าน ที่ต้องใช้เทคโนโลยีเฉพาะในการผลิตและการใช้งาน	คุณสมบัติพิเศษเฉพาะเจาะจงกับความต้องการเฉพาะด้าน (Specification) ของลูกค้าแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม โดยต้องอาศัยความเชี่ยวชาญ ในการใช้งาน และต้องใช้ประสบการณ์ความเชี่ยวชาญในการวิจัยพัฒนาสูตรการผลิต และการพัฒนาด้านเทคโนโลยีเฉพาะจากต่างประเทศ
<b>4. กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย</b>	ผู้บริโภคทั่วไป (End User) และกลุ่มช่างผู้รับเหมา	ลูกค้าอุตสาหกรรม เช่น อุตสาหกรรมรถยนต์ และชิ้นส่วนรถยนต์ อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ อุตสาหกรรมต่อเรือเดินทะเล และโรงงาน เป็นต้น

ครอบครัวตั้งการควบคุมซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ ลงทุนในธุรกิจผลิตและจำหน่ายกลุ่มผลิตภัณฑ์สี 2 กลุ่มหลักผ่านบริษัทที่ถือหุ้นโดย TOAGH ได้แก่ (1) กิจการผลิตภัณฑ์สีสำหรับกลุ่มลูกค้าทั่วไป ซึ่ง TOAGH จะลงทุนผ่านทาง TOA และ (2) กลุ่มผลิตภัณฑ์สีสำหรับใช้ในอุตสาหกรรม เช่น สีที่ใช้ในอุตสาหกรรมรถยนต์ อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ อุตสาหกรรมขนส่งทางทะเล ซึ่ง TOAGH จะลงทุนผ่านทางบริษัท ทีโอเอ เวเนเจอร์ โฮลดิ้ง จำกัด

## 1.5 โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทฯ ในปัจจุบัน

ในเดือนมีนาคม 2559 บริษัทฯ ได้ประกาศแผนการลงทุนประมาณ 1.2 พันล้านบาท เพื่อการขยายธุรกิจของบริษัทฯ ในเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยบริษัทฯ ได้จัดตั้ง TOA Paint (Cambodia) Co., Ltd., TOA Skim Coat (Cambodia) Co., Ltd. และ PT TOA Coating Indonesia และอยู่ระหว่างการดำเนินการจดทะเบียนจัดตั้ง TOA Coating (Cambodia) Co., Ltd. เพื่อขยายธุรกิจและตั้งโรงงานใหม่ในประเทศกัมพูชาและประเทศอินโดนีเซีย และเพื่อรองรับการขยายการผลิต การขาย และการตลาดผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้จัดตั้ง TOA Coating (Myanmar) Co., Ltd. เพื่อรองรับการย้ายโรงงานอย่างถาวรไปยังเขตเศรษฐกิจพิเศษติละวาในประเทศเมียนมาร์

ณ ปัจจุบัน บริษัทฯ มีบริษัทย่อยในกลุ่มจำนวน 14 บริษัท และมีโครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทฯ ดังนี้



หมายเหตุ : <sup>(1)</sup> ทุนจดทะเบียนส่วนที่เหลือร้อยละ 25.0 ถือครองโดย PT Budilestari Sentosa ซึ่งเป็นผู้ร่วมทุนของบริษัทฯ ทั้งนี้ PT Budilestari Sentosa มิได้เป็นนิติบุคคลที่เกี่ยวข้องกันตามนิยามในประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนที่ ทจ. 21/2551 เรื่องหลักเกณฑ์ในการทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน

<sup>(2)</sup> ทุนจดทะเบียนส่วนที่เหลือร้อยละ 1.0 ถือครองโดยนายจตุภัทร์ ตั้งคารวคุณ ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นและกรรมการของบริษัทฯ

<sup>(3)</sup> ทุนจดทะเบียนส่วนที่เหลือร้อยละ 35.0 ถือครองโดย Mantakanok Company Limited, MK Company Limited และ Ms. Thet Thet Nu Aung ซึ่งเป็นผู้ร่วมทุนของบริษัทฯ ทั้งนี้ Mantakanok Company Limited, MK Company Limited และ Ms. Thet Thet Nu Aung มิได้เป็นนิติบุคคลที่เกี่ยวข้องกันตามนิยามในประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนที่ ทจ. 21/2551 เรื่องหลักเกณฑ์ในการทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน

<sup>(4)</sup> ทุนจดทะเบียนส่วนที่เหลือร้อยละ 1.0 ถือครองโดยนายจตุภัทร์ ตั้งคารวคุณ ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นและกรรมการของบริษัทฯ

<sup>(5)</sup> ทุนจดทะเบียนส่วนที่เหลือร้อยละ 35.0 ถือครองโดย Mr. Sok Hout ซึ่งเป็นผู้ร่วมทุนของบริษัทฯ โดย Mr. Sok Hout มิได้เป็นนิติบุคคลที่เกี่ยวข้องกันตามนิยามในประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนที่ ทจ. 21/2551 เรื่องหลักเกณฑ์ในการทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน

รายละเอียดเพิ่มเติมของบริษัทย่อยของบริษัทฯ มีดังนี้

ชื่อบริษัท	ลักษณะการประกอบธุรกิจ	ประเทศที่จัดตั้ง	ปีที่จัดตั้ง	สัดส่วนการถือครองหุ้น <sup>(1)</sup> (ร้อยละ)
1. บริษัท กัปตัน โค้ทติ้ง จำกัด	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคารและเคมีภัณฑ์	ประเทศไทย	2553	100.0
2. บริษัท บริติช เพ้นท์ส จำกัด	จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร	ประเทศไทย	2548 <sup>(2)</sup>	100.0
3. บริษัท โพรเฟสชันนัล ฟิชี เซอร์วิส จำกัด	ให้บริการด้านการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สีทาอาคารและเคมีภัณฑ์	ประเทศไทย	2554	100.0
4. บริษัท อิมเมจิกา จำกัด <sup>(3)</sup>	จำหน่ายผลิตภัณฑ์สีตกแต่งพิเศษ	ประเทศไทย	2557	100.0

ชื่อบริษัท	ลักษณะการประกอบธุรกิจ	ประเทศที่จัดตั้ง	ปีที่จัดตั้ง	สัดส่วนการถือครองหุ้น <sup>(1)</sup> (ร้อยละ)
5. TOA Paint (Vietnam) Co., Ltd.	ผลิต นำเข้า และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคารและเคมีภัณฑ์	ประเทศเวียดนาม	2538	100.0
6. TOA Paint (Laos) Co., Ltd.	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น	สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	2550	100.0
7. TOA Paint Products Sdn. Bhd.	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคารและเคมีภัณฑ์	ประเทศมาเลเซีย	2547	100.0
8. TOA Coating Sdn. Bhd. <sup>(4)</sup>	นำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคารและเคมีภัณฑ์	ประเทศมาเลเซีย	2547	100.0
9. PT TOA Paint Indonesia	นำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น	ประเทศอินโดนีเซีย	2554	75.0
10. PT TOA Coating Indonesia	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น	ประเทศอินโดนีเซีย	2559	99.0
11. TOA Paint (Myanmar) Company Limited	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น	ประเทศเมียนมาร์	2556	65.0
12. TOA Coating (Myanmar) Co., Ltd.	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น	ประเทศเมียนมาร์	2559	99.0
13. TOA Skim Coat (Cambodia) Co., Ltd.	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สำหรับงานฉาบบางเพื่อปรับผิวให้เรียบ (Skim Coat)	ประเทศกัมพูชา	2559	65.0
14. TOA Paint (Cambodia) Co., Ltd.	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิว และผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น	ประเทศกัมพูชา	2559	100.0

หมายเหตุ: <sup>(1)</sup> สัดส่วนการถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560

<sup>(2)</sup> ปีที่บริษัทฯ ได้รับโอนหุ้น

<sup>(3)</sup> ปัจจุบัน บริษัท อิมเมจิกา จำกัด มีได้ประกอบกิจการ

<sup>(4)</sup> ปัจจุบัน TOA Coating Sdn. Bhd. มีได้ประกอบกิจการ โดยให้ TOA Paint Products Sdn. Bhd. ประกอบกิจการแทน



## 2 ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### 2.1 ภาพรวมการประกอบธุรกิจและโครงสร้างรายได้

บริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคารและผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นครอบคลุมทุกระดับราคาและการใช้งาน ให้แก่ลูกค้าผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นช่างมืออาชีพและลูกค้าประเภทซื้อสินค้าด้วยตัวเอง (“Buy It Yourself” หรือ “BIY”) ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และประเทศอื่นๆ

โครงสร้างรายได้จากการขายของบริษัทฯ แสดงให้เห็นว่ารายได้จากการขายส่วนใหญ่ของบริษัทฯ มาจากการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร โดยมีรายละเอียดดังนี้

	สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม					
	2558		2559		2560	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร	11,769.7	70.3	11,330.5	69.5	10,809.8	68.8
ผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น	4,413.5	26.3	4,459.6	27.4	4,358.3	27.7
ผลิตภัณฑ์อื่น <sup>(1)</sup>	569.4	3.4	507.2	3.1	549.6	3.5
รายได้จากการขาย	16,752.6	100.0	16,297.3	100.0	15,717.7	100.0

หมายเหตุ : <sup>(1)</sup> “ผลิตภัณฑ์อื่น” ประกอบด้วยการขายผลิตภัณฑ์บางประเภทให้แก่กลุ่มกิจการภายใต้การปรับโครงสร้าง และบริษัทที่เกี่ยวข้องกันของบริษัทฯ เช่น วัสดุดิบ และ วัสดุดิบกึ่งสำเร็จรูป

#### (1) ผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร (Decorative Paint and Coating Products)

รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์สีทาอาคารถือเป็นรายได้หลักของบริษัทฯ โดยสำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558 2559 และ 2560 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์สีทาอาคารเท่ากับ 11,769.7 ล้านบาท 11,330.5 ล้านบาท 10,809.8 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 70.3 ร้อยละ 69.5 ร้อยละ 68.8 ของรายได้จากการขายตามลำดับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีผลิตภัณฑ์สีทาอาคารหลากหลายประเภทโดยมีประมาณ 9,570 หน่วยเก็บสินค้า (SKUs) ที่บริษัทฯ ทำการตลาดและจำหน่ายภายใต้ตราสินค้าต่างๆ จำนวน 114 ตราสินค้า รวมถึงสินค้าที่ผลิตและจัดจำหน่ายโดยบริษัท กัปตัน โค้ทติ้ง จำกัด และสินค้าที่จัดจำหน่ายโดยบริษัท บริติช เพ้นท์ส จำกัด

บริษัทฯ แบ่งประเภทผลิตภัณฑ์สีทาอาคารที่สำคัญของบริษัทฯ ออกเป็น 3 ประเภทหลัก คือ ผลิตภัณฑ์เกรตพีรีเมียม ผลิตภัณฑ์เกรดปานกลางถึงเกรดอีโคโนมี และผลิตภัณฑ์สีทาอาคารอื่น ซึ่งรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ประเภทดังกล่าวคิดเป็นร้อยละ 42.9 ร้อยละ 50.6 และร้อยละ 6.5 ของรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 ตามลำดับ

โครงสร้างรายได้จากการขายของบริษัทฯ จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคารสำหรับรอบระยะเวลาที่ระบุไว้ มีรายละเอียดดังนี้

	สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม					
	2558		2559		2560	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์เกรตพรีเมียม	4,865.6	41.4	4,723.2	41.7	4,638.6	42.9
ผลิตภัณฑ์เกรตปานกลางถึงเกรตอีโคโนมี	6,099.5	51.8	5,853.0	51.7	5,467.6	50.6
ผลิตภัณฑ์สีทาอาคารอื่น <sup>(1)</sup>	804.6	6.8	754.3	6.6	703.6	6.5
รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร	11,769.7	100.0	11,330.5	100.0	10,809.8	100.0

หมายเหตุ : <sup>(1)</sup> “ผลิตภัณฑ์สีทาอาคารอื่น” ประกอบด้วยรายได้จากการขายแม่สีที่ใช้กับเครื่องผสมสีอัตโนมัติ (Auto Tinting Machine) รวมทั้งทินเนอร์สำหรับใช้กับสีทาอาคารซึ่งเป็นตัวทำละลายที่ใช้เพื่อให้สีเจือจางลง หรือง่ายต่อการใช้งาน หรือใช้ทำความสะอาดสีและอุปกรณ์ใช้งาน

## (2) ผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น (Non-Decorative Paint and Coating Products)

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558 2559 และ 2560 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นเท่ากับ 4,413.5 ล้านบาท 4,459.6 ล้านบาท 4,358.3 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 26.3 ร้อยละ 27.4 ร้อยละ 27.7 ของรายได้จากการขาย ตามลำดับ ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีกลุ่มผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นประมาณ 3,205 หน่วยเก็บสินค้า (SKUs) ที่บริษัทฯ ทำการตลาดและจัดจำหน่ายภายใต้ตราสินค้าต่างๆ ของบริษัทฯ จำนวน 89 ตราสินค้า

ผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นที่สำคัญที่บริษัทฯ จัดจำหน่าย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เคมีก่อสร้าง ผลิตภัณฑ์ที่มีความทนทานสูง (Heavy-Duty Coating) และผลิตภัณฑ์ที่นอกเหนือจากสีทาอาคารอื่น ซึ่งรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวคิดเป็นร้อยละ 15.3 ร้อยละ 11.1 และร้อยละ 73.6 ของรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 ตามลำดับ

โครงสร้างรายได้จากการขายของบริษัทฯ จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น สำหรับรอบระยะเวลาที่ระบุไว้ มีรายละเอียดดังนี้

	สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม					
	2558		2559		2560	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์เคมีก่อสร้าง	573.5	13.0	626.6	14.1	668.2	15.3
ผลิตภัณฑ์สีที่มีความทนทานสูง (Heavy-Duty Coating)	427.2	9.7	476.3	10.7	485.5	11.1
ผลิตภัณฑ์ที่นอกเหนือจากสีทาอาคารอื่น <sup>(1)</sup>	3,412.8	77.3	3,356.7	75.2	3,204.6	73.6
รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น	<b>4,413.5</b>	<b>100.0</b>	<b>4,459.6</b>	<b>100.0</b>	<b>4,358.3</b>	<b>100.0</b>

หมายเหตุ : <sup>(1)</sup> “ผลิตภัณฑ์ที่นอกเหนือจากสีทาอาคารอื่น” ประกอบด้วยรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวสำหรับงานไม้ ผลิตภัณฑ์ฮาร์ดแวร์ เครื่องมือไฟฟ้า ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าเชลล์ (Shell) ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าเชนไดรท์ (Chaidrite) ผลิตภัณฑ์สีตกแต่งพิเศษ และเครื่องผสมสีอัตโนมัติ (Auto Tinting Machine)

## 2.2 การประกอบธุรกิจแต่ละสายผลิตภัณฑ์หรือกลุ่มธุรกิจ

### 2.2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

#### 2.2.1.1 ข้อมูลธุรกิจจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์

##### (1) ผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร (Decorative Paint and Coating Products)

บริษัทฯ แบ่งประเภทผลิตภัณฑ์สีทาอาคารเป็นผลิตภัณฑ์เกรดพรีเมียม ผลิตภัณฑ์เกรดปานกลาง ถึงเกรดอีโคโนมี และผลิตภัณฑ์สีทาอาคารอื่น โดยพิจารณาจากลักษณะ คุณภาพ การใช้งาน และราคาประกอบกัน ซึ่งทำให้บริษัทฯ มีผลิตภัณฑ์สีทาอาคารครบทุกประเภทให้ลูกค้าของบริษัทฯ สามารถเลือกใช้ได้

บริษัทฯ ผลิตและจัดจำหน่ายสีทับหน้าสำหรับสีทาอาคาร (ทั้งสีน้ำอิมัลชันและสีเคลือบเงา) ซิลเลอร์ หรือสีรองพื้น (Primer) รวมทั้งสีรองพื้นป้องกันสนิมคุณภาพสูง

สีทับหน้าสำหรับทาอาคารใช้เป็นตัวเคลือบชั้นบนสุดเพื่อเพิ่มความสวยงามของบ้านเรือนและอาคาร รวมถึงใช้เพื่อตกแต่งลักษณะของพื้นผิว และเพิ่มสีสัน ทั้งยังสามารถเลือกความเงาได้ตามต้องการ และสามารถใช้งานได้ทั้งภายในและภายนอก สีทับหน้าสำหรับทาอาคารส่วนใหญ่เป็นสีน้ำอิมัลชันที่มีตัวทำละลายเป็นน้ำที่มีการเพิ่มสารยึดเกาะอะคริลิกหรืออะคริลิคไทรอินเข้าไปเพื่อทำให้เกิดความทนทาน ความแตกต่างที่สำคัญระหว่างสีทาอาคารภายในและสีทาอาคารภายนอกคือประเภทของสารยึดเกาะที่ใช้ โดยสีทาอาคารภายในใช้สารยึดเกาะที่สามารถเช็ดล้างได้ง่ายขึ้น และทำให้ฟิล์มสีสามารถทนต่อการทำความสะอาดได้ดีกว่าเพราะพื้นผิวภายในมักได้รับการทำความสะอาดบ่อยครั้ง สีทาอาคารภายนอกจะมีสารยึดเกาะที่ทนทานต่อการเปลี่ยนแปลงของอุณหภูมิ

และทนทานต่อความชื้นนอกอาคารและรังสียูวีจากแสงอาทิตย์ได้ ทั้งนี้ สารยึดเกาะที่ใช้เป็นส่วนผสมหลักมีผลต่อคุณภาพของสี โดยเฉพาะอย่างยิ่งความคงทนของฟิล์มสี โดยทั่วไปสารยึดเกาะจะถูกใช้เป็นตัวชี้วัดที่สำคัญเพื่อแยกเกรดของสี ตัวอย่างเช่น สีเกรดพรีเมียมจะทำจากสารยึดเกาะคุณภาพสูงสุด นอกจากนี้ ปริมาณและประเภทของสารยึดเกาะที่ใช้ในการผลิตสีทาอาคารจะมีผลต่อคุณภาพและความเงาของสีนั้น ทั้งนี้ สีทาอาคารของบริษัทฯ มีให้เลือกทั้งชนิดสำหรับผนังและฝ้าเพดาน เนื่องจากสีทาอาคารของบริษัทฯ มีคุณสมบัติที่มีกลิ่นอ่อน แห้งเร็วและใช้งานได้ง่ายบนพื้นผิวคอนกรีต ซีเมนต์ และอิฐ

นอกเหนือจากสีทับหน้าสำหรับทาภายในและภายนอกแล้ว บริษัทฯ ยังผลิตซิลเลอร์และสีรองพื้น (Primer) โดยปกติซิลเลอร์จะถูกใช้เป็นส่วนเคลือบชั้นแรกบนวัสดุหรือพื้นผิวฐาน โดยมักจะถูกนำมาใช้กับพื้นผิวที่จำเป็นต้องมีตัวกันระหว่างพื้นผิวชั้นแรกกับชั้นเคลือบถัดไป ตัวอย่างเช่น สำหรับพื้นผิวปูนที่มีส่วนประกอบเป็นอัลคาไลสูง ซิลเลอร์ถูกนำมาใช้เพื่อป้องกันไม่ให้น้ำซึมเข้าทำให้สีทับหน้าที่ทาทับโดยตรงแตก สีรองพื้น (Primer) มักจะถูกนำมาใช้เป็นส่วนเคลือบแรกเช่นกัน โดยใช้ทาบนพื้นผิวเพื่อช่วยให้สียึดติดกับพื้นผิวดังกล่าวได้ดียิ่งขึ้น และอาจมีตัวทำละลายเป็นส่วนประกอบอินทรีย์หรือเป็นน้ำ ซิลเลอร์เป็นสีรองพื้นประเภทหนึ่งและหากนำซิลเลอร์มาใช้บนพื้นผิวใด ก็จะมีการนำสีรองพื้น (Primer) มาใช้เป็นส่วนเคลือบเพิ่มเติม โดยสีรองพื้นจะเป็นตัวผนึกพื้นผิวที่ยังไม่ได้ทาสีและเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาซึมเข้าไปในพื้นผิว ตัวอย่างเช่น สีรองพื้น (Primer) จะถูกนำมาใช้เพื่อทำให้พื้นผิวที่มีรูพรุนเรียบก่อนการทาสีทับหน้าบนพื้นผิวดังกล่าวดังนั้น การใช้สีรองพื้น (Primer) ควรใช้ให้เหมาะสมกับประเภทพื้นผิวที่ทาสีต่างๆ

เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์สีทาอาคารของบริษัทฯ และเพื่อให้ลูกค้าสามารถสร้างสรรค์สีต่างๆ ตามต้องการแม้ว่าสีดังกล่าวไม่มีอยู่ในแค็ตตาล็อกสินค้าของบริษัทฯ ดังนั้น บริษัทฯ จึงให้บริการ TOA Color World Solution Services ซึ่งเป็นบริการที่สามารถผลิตเฉดสีได้ตามความต้องการของลูกค้า โดยเครื่องผสมสีอัตโนมัติ (Auto Tinting Machine) ของบริษัทฯ สามารถสร้างเฉดสีต่างๆ ได้มากกว่า 10,000 เฉดสี ซึ่งมีระดับความแม่นยำในการผลิตสูงภายในระยะเวลาผสมสีเพียง 3 นาที โดยยังคงรักษามาตรฐานคุณภาพเหมือนการผลิตจากโรงงาน ช่วยให้บริษัทฯ สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของทิศทางการออกแบบและตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

### (ก) ผลิตภัณฑ์เกรดพรีเมียม

ผลิตภัณฑ์สีทาอาคารเกรดพรีเมียมของบริษัทฯ มีคุณสมบัติที่ดีกว่าสีทาอาคารทั่วไป ทำให้สามารถกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในระดับสูงได้ คุณสมบัติหลักของผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ได้แก่การใช้งานได้ง่าย ปกคลุมพื้นผิวได้ดี ฟิล์มสีที่มีหลากหลายเฉดสีและมีความทนทานยาวนาน ผลิตภัณฑ์เกรดพรีเมียมดังกล่าวผลิตโดยใช้เทคโนโลยีที่ทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติที่สามารถเพิ่มมูลค่าได้และตอบสนองความต้องการของลูกค้า เช่น เพิ่มความทนทานต่อสภาวะอากาศ เพิ่มคุณสมบัติฟิล์มสีที่ยืดหยุ่นได้เหมาะสำหรับพื้นผิวที่แตกร้าว เพิ่มความสามารถในการขัดล้างได้ เพิ่มการสะท้อนและกันความร้อน พัฒนาให้กลิ่นอ่อน มีสารประกอบอินทรีย์ระเหยง่ายในระดับต่ำกว่าสีทั่วไปในท้องตลาด และยังมีนวัตกรรมสีที่ทนต่อความชื้นสูงอีกด้วย นวัตกรรมในกลุ่มสินค้าเกรดพรีเมียมถูกพัฒนาขึ้นภายใต้แนวคิด

Greenovation สินค้าคุณภาพสูงมุ่งส่งเสริมความเป็นมิตรต่อสภาพผู้ใช้และดีต่อสิ่งแวดล้อมผลิตภัณฑ์เกรตพรีเมียมจัดว่าเป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจของบริษัท ที่สำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร ทั้งนี้ บริษัท กำหนดตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ตราสินค้าซูเปอร์ชิลด์ (SuperShield) ในฐานะผลิตภัณฑ์สีทาอาคารที่ดีที่สุด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มองหาผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมล่าสุด ในขณะที่บริษัท กำหนดตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เกรตพรีเมียมในฐานะผลิตภัณฑ์สีทาอาคารประสิทธิภาพสูงสำหรับผู้ใช้อาคาร

## (ข) ผลิตภัณฑ์เกรตปานกลางถึงเกรตอีโคโนมี

ผลิตภัณฑ์สีทาอาคารเกรตปานกลางถึงเกรตอีโคโนมีของบริษัท ผลิตขึ้นโดยใช้วัตถุดิบทั่วไปที่เป็นมาตรฐาน จึงมีราคาที่ถูกกว่าวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์สีทาอาคารเกรตพรีเมียม และมีการพัฒนาสูตรที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์เกรตพรีเมียม เนื่องจากมุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการเลือกผลิตภัณฑ์ที่คุ้มค่าในราคาประหยัด ซึ่งทำให้บริษัท เข้าถึงตลาดขนาดใหญ่ได้มากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์เกรตพรีเมียม กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของผลิตภัณฑ์สีทาอาคารเกรตปานกลางถึงเกรตอีโคโนมี คือลูกค้าผู้ใช้ผลิตภัณฑ์เป็นครั้งแรกและต้องการเน้นความคุ้มค่า บริษัท ลงทุนสร้างตราสินค้าเพื่อช่วยให้ลูกค้ากลุ่มนี้เกิดความคุ้นเคยกับตราสินค้าของบริษัท และสามารถตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น เช่น คู่แต่งงานใหม่ที่เป็นเจ้าของบ้านหลังแรก ที่มักมีงบประมาณจำกัด จึงเลือกสีทาอาคารที่มีความทนทานเป็นระยะเวลาห้าถึงเจ็ดปี เนื่องจากตราสินค้าของสีกลุ่มนี้เป็นตราสินค้ายอดนิยมและมีราคาที่ประหยัดกว่าผลิตภัณฑ์เกรตพรีเมียม นอกจากนี้ ลูกค้าเป้าหมายของผลิตภัณฑ์เกรตปานกลางคือภาครัฐ เพราะผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้มีคุณลักษณะเป็นไปตามมาตรฐานอุตสาหกรรมไทย ทำให้สามารถใช้ในโครงการของหน่วยงานภาครัฐ บริษัท จึงสามารถเข้าเป็นผู้จัดหาผลิตภัณฑ์สำหรับโครงการของภาครัฐได้ ผลิตภัณฑ์สีทาอาคารเกรตอีโคโนมีของบริษัท จัดเป็นเครื่องมือในการรักษาฐานลูกค้าผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ซึ่งรวมถึงช่างทาสี ที่อาจมองหาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสม

ผลิตภัณฑ์สีทาอาคารเกรตปานกลางถึงเกรตอีโคโนมีที่บริษัท และบริษัทย่อยในต่างประเทศผลิตและจัดจำหน่าย เช่น ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าโฟร์ซีซั่นส์ (4 Seasons) ซูเปอร์เทค (Supertech) ซูเปอร์เมเทค (Super Matex) โกเบ (KOBÉ) เป็ดหงส์ (Mandarin Duck) และโฮมโค้ท (Homecote)

## (ค) ผลิตภัณฑ์สีทาอาคารอื่น

รายได้จากผลิตภัณฑ์สีทาอาคารอื่น ประกอบด้วยรายได้จากการขายแม่สีที่ใช้กับเครื่องผสมสีอัตโนมัติ (Auto Tinting Machine) รวมทั้งทินเนอร์สำหรับสีทาอาคาร ซึ่งเป็นตัวทำละลายที่ใช้เพื่อให้สีเจือจางลงหรือง่ายต่อการใช้งานหรือใช้ทำความสะอาดและอุปกรณ์ใช้งาน

(2) **ผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น (Non-Decorative Paint and Coating Products)**

(ก) **ผลิตภัณฑ์เคมีก่อสร้าง**

บริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เคมีก่อสร้าง ซึ่งนำมาใช้กับวัสดุก่อสร้างโดยตรงหรือผสมเข้าไปในวัสดุก่อสร้างเพื่อการใช้ที่หน้างานก่อสร้างเพื่อเพิ่มคุณสมบัติพิเศษบางประการให้แก่วัสดุก่อสร้าง รวมถึงปรับปรุงความสามารถในการกระจายตัว (Workability) และเสริมประสิทธิภาพของวัสดุก่อสร้าง เพิ่มลักษณะการทำงาน และปกป้องวัสดุก่อสร้างหรือโครงสร้างสำเร็จรูปที่ทำจากวัสดุก่อสร้าง

(ข) **ผลิตภัณฑ์ที่มีความทนทานสูง (Heavy-Duty Coating)**

บริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีความทนทานสูง (Heavy-Duty Coating) ภายใต้ตราสินค้าเฮฟวี่ การ์ด (HeavyGuard) ซึ่งใช้ได้บนพื้นผิวหลายประเภท ได้แก่ เหล็กและคอนกรีต อาคารและพื้นโรงงาน รวมทั้งใช้ทาเรือประมงขนาดเล็ก ถึง และท่อ ผลิตภัณฑ์ที่มีความทนทานสูง (Heavy-Duty Coating) ของบริษัทฯ ส่วนใหญ่เป็นสีทับหน้าหรือสีรองพื้นและมักนำไปใช้กับพื้นผิวที่ต้องทนต่อการรับแรงบรรทุกของหนัก การกระทบกระเทือนสูง การถูกกัดกร่อน หรือสภาวะรุนแรงต่างๆ ผลิตภัณฑ์ที่มีความทนทานสูง (Heavy-Duty Coating) จะช่วยลดการแตกร้าว และการเสื่อมของพื้นผิว โดยหากไม่ใช้ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้อาจมีค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมสูง

(ค) **ผลิตภัณฑ์ที่นอกเหนือจากสีทาอาคารอื่น**

ผลิตภัณฑ์ที่นอกเหนือจากสีทาอาคารอื่นประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวสำหรับงานไม้ ผลิตภัณฑ์ฮาร์ดแวร์ เครื่องมือไฟฟ้า ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าเชลล์ (Shell) ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าเชนไดรต์ (Chiandrite) ผลิตภัณฑ์สีตกแต่งพิเศษและเครื่องผสมสีอัตโนมัติ (Auto Tinting Machine)

โดยผลิตภัณฑ์สีตกแต่งพิเศษทำให้พื้นผิวมีลวดลายหรือลักษณะพิเศษแตกต่างจากสีทาอาคารทั่วไป เช่น การสร้างลวดลายหิน พื้นผิวทราย พื้นผิวโลหะ พื้นผิวมันเงา สร้างลวดลายแพนทอลล์เปเปอร์ เป็นต้น โดยสามารถใช้ได้ทั้งภายนอกและภายใน

บริษัทฯ ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีตกแต่งพิเศษภายใต้ตราสินค้าทีโอเอสีตกแต่งพิเศษและตราสินค้าซูเปอร์ชีลด์ (SuperShield) นอกจากผลิตภัณฑ์สีตกแต่งพิเศษที่บริษัทฯ และบริษัทย่อยในต่างประเทศของบริษัทฯ ผลิตและจัดจำหน่ายแล้ว บริษัท บริติชเพ้นท์ส จำกัด ยังได้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีตกแต่งพิเศษภายใต้ตราสินค้าแฟรคทาลิส (Fractalis)



### 2.2.1.2 ข้อมูลธุรกิจจำแนกตามที่ตั้งทางภูมิศาสตร์

รายได้ของบริษัทฯ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วนตามที่ตั้งภูมิศาสตร์ กล่าวคือ รายได้จากการขายในประเทศไทยและต่างประเทศ

ตารางต่อไปนี้จะแสดงรายได้จากการขายของบริษัทฯ แยกตามที่ตั้งทางภูมิศาสตร์โดยกำหนดขึ้นตามสถานที่ตั้งของลูกค้า และสัดส่วนร้อยละของรายได้จากการขายสำหรับรอบระยะเวลาที่ระบุไว้

	สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม					
	2558		2559		2560	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ประเทศไทย	14,795.4	88.3	14,176.3	87.0	13,645.8	86.8
ต่างประเทศ	1,957.2	11.7	2,121.0	13.0	2,071.9	13.2
ประเทศเวียดนาม	1,260.2	7.5	1,332.4	8.2	1,220.3	7.8
ประเทศอื่น <sup>(1)</sup>	697.0	4.2	788.6	4.8	851.6	5.4
รายได้จากการขาย	16,752.6	100.0	16,297.3	100.0	15,717.7	100.0

หมายเหตุ: <sup>(1)</sup> ประเทศอื่น โดยหลักประกอบด้วยรายได้จากการขายให้แก่ลูกค้าในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ประเทศมาเลเซีย ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศเมียนมาร์ และประเทศกัมพูชา

บริษัทฯ คาดว่าสัดส่วนรายได้จากการขายในต่างประเทศจะยังคงเพิ่มขึ้นเมื่อโรงงานผลิตแห่งใหม่ในประเทศอินโดนีเซีย ประเทศกัมพูชา และประเทศเมียนมาร์ได้เริ่มเปิดดำเนินการเชิงพาณิชย์ บริษัทฯ มีนโยบายการขายธุรกิจไปต่างประเทศ โดยเริ่มทำธุรกิจในแต่ละประเทศด้วยการส่งออกสินค้าไปยังประเทศดังกล่าวเพื่อทดลองตลาดของสินค้า ซึ่งหากมีแนวโน้มและโอกาสในการเติบโต บริษัทฯ อาจพิจารณาขยายธุรกิจในรูปแบบต่างๆ อาทิ การร่วมทุนกับคู่ค้าทางธุรกิจในแต่ละประเทศที่มีความแข็งแกร่งด้านการจัดจำหน่ายสินค้าหรือพิจารณาลงทุนก่อสร้างโรงงานผลิตในแต่ละประเทศเพื่อลดต้นทุนการขนส่งสินค้าไปจำหน่าย ทั้งนี้ กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ย่อยในต่างประเทศ สรุปดังนี้

#### ■ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและจำหน่าย

บริษัทฯ ย่อยในต่างประเทศมุ่งเน้นการทำตลาดผลิตภัณฑ์สีทาอาคารเกรดพรีเมียมและเกรดปานกลางโดยมุ่งเน้นการนำเสนอผลิตภัณฑ์คุณภาพดีและมีนวัตกรรมที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งมั่นพัฒนาขยายตลาดผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวสำหรับงานไม้ ผลิตภัณฑ์ที่มีความทนทานสูง (Heavy-Duty Coating) และผลิตภัณฑ์เคมีก่อสร้าง

#### ■ ช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทฯ ย่อยในต่างประเทศมุ่งเน้นการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านผู้ค้าปลีกและงานโครงการ ทั้งนี้ สำหรับการจำหน่ายผ่านผู้ค้าปลีก บริษัทฯ มีแผนที่จะขยายเครือข่ายร้านค้าปลีกให้ครอบคลุมครบทุกพื้นที่ และสำหรับประเทศซึ่งบริษัทฯ มีเครือข่ายร้านค้าปลีกที่แข็งแกร่งแล้ว บริษัทฯ มีแผนที่จะพัฒนาผู้ค้าปลีกรายสำคัญเพื่อเพิ่มศักยภาพและความสามารถในการแข่งขัน และมีแผนที่จะขยายเครือข่ายผู้ค้าปลีกไปยังผู้ค้าปลีกของ

คู่แข่งในอนาคต สำหรับการจัดจำหน่ายผ่านงานโครงการ บริษัทฯ มุ่งเน้นงานโครงการเพิ่มขึ้นทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่

#### ■ กลยุทธ์ในการแข่งขัน

บริษัทฯ มุ่งเน้นการนำเสนอผลิตภัณฑ์คุณภาพดีและมีนวัตกรรมที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากกว่าการแข่งขันด้านราคา ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการจัดกิจกรรมทางการตลาดและการขายที่หลากหลาย และเน้นสร้างการรับรู้ตราสินค้าผ่านการสื่อสาร โฆษณา ป้าย เป็นต้น

### 2.2.2 การตลาดและการแข่งขัน

#### 2.2.2.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทฯ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่างๆ ผ่านทางเครือข่ายการจัดจำหน่ายของบริษัทฯ ที่ทั่วถึงและครอบคลุมตารางด้านล่างนี้แสดงโครงสร้างรายได้จากการขายของบริษัทฯ และสัดส่วนร้อยละของรายได้จากการขายของบริษัทฯ แบ่งตามช่องทางการจัดจำหน่าย สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558 2559 และ 2560

	สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม					
	2558		2559		2560	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ผู้ค้าปลีก	13,112.7	78.3	12,474.5	76.5	11,519.3	73.3
ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)	1,984.1	11.8	2,176.8	13.4	2,401.5	15.3
ช่องทางอื่นๆ <sup>(1)</sup>	1,655.8	9.9	1,646.0	10.1	1,796.9	11.4
รายได้จากการขาย	16,752.6	100.0	16,297.3	100.0	15,717.7	100.0

หมายเหตุ : <sup>(1)</sup> ช่องทางอื่นๆ ส่วนใหญ่ประกอบด้วยรายได้จากการขายซึ่งมาจากการจัดจำหน่ายให้แก่โครงการ การส่งออก การจัดจำหน่ายให้กับกลุ่มกิจการภายใต้การปรับโครงสร้าง และบริษัทที่เกี่ยวข้องกันของบริษัทฯ

#### (1) ผู้ค้าปลีก

ผู้ค้าปลีกซึ่งรวมถึงร้านขายผลิตภัณฑ์สีและผลิตภัณฑ์ฮาร์ดแวร์และร้านขายอุปกรณ์ซ่อมแซมบ้าน ซึ่งส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในประเทศไทยจะซื้อผลิตภัณฑ์จากบริษัทฯ และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวให้แก่ผู้ประกอบการวิชาชีพ (เช่น ช่างทาสีและมัณฑนากร) หรือลูกค้าประเภทซื้อสินค้าด้วยตัวเอง (Buy It Yourself หรือ BIY) โดยเครือข่ายการจัดจำหน่ายผ่านผู้ค้าปลีกของบริษัทฯ ในประเทศไทยประกอบด้วย ร้านค้าของผู้ค้าปลีกประมาณ 6,479 ร้าน ซึ่งครอบคลุม 77 จังหวัด ประมาณ 787 อำเภอทั่วประเทศไทย นอกจากนี้ การให้บริการ TOA Color World Solution Services สามารถให้บริการผ่านผู้ค้าปลีกบางรายที่มีเครื่องผสมสีอัตโนมัติ (Auto Tinting Machine) ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีเครื่องผสมสีอัตโนมัติ (Auto Tinting Machine) จำนวน 4,204 เครื่องในประเทศไทย และ 1,806 เครื่องในประเทศอื่นในเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยบริษัทฯ ไม่ได้

เป็นเจ้าของหรือให้แฟรนไชส์กับผู้ค้าปลีกใดๆ และผู้ค้าปลีกส่วนใหญ่ไม่ได้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เพียงอย่างเดียว แต่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทอื่นด้วย

สายงานขายของบริษัทฯ ดูแลเครือข่ายผู้ค้าปลีกทั้งในระดับภูมิภาคและระดับประเทศ รวมทั้งบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยตรง บริษัทฯ ยังจัดให้มีพนักงานแนะนำผลิตภัณฑ์เพื่อให้คำแนะนำที่ร้านค้าของผู้ค้าปลีกเพื่อให้คำแนะนำแก่ลูกค้าผู้ใช้งานโดยตรง

ตารางต่อไปนี้แสดงจำนวนโดยประมาณของผู้ค้าปลีกซึ่งซื้อสินค้าจากบริษัทฯ แบ่งตามที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ในเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560

ประเทศ	ผู้ค้าปลีก (ราย)
ประเทศไทย	6,479
ประเทศเวียดนาม	887
อื่นๆ <sup>(1)</sup>	1,221
จำนวนโดยประมาณของผู้ค้าปลีกในเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	8,587

หมายเหตุ : <sup>(1)</sup> “อื่นๆ” ประกอบด้วยผู้ค้าปลีกในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ประเทศมาเลเซีย ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศเมียนมาร์

บริษัทฯ เชื่อว่าการที่บริษัทฯ มีเครือข่ายการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมทั่วประเทศไทยเป็นจุดแข็งที่สำคัญประการหนึ่งที่ทำให้บริษัทฯ สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้ในวงกว้างและทำให้ลูกค้าของบริษัทฯ สามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้

## (2) ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)

ช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ประกอบด้วยเครือข่ายสาขาของร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างครบวงจรและร้านค้าปลีกอุปกรณ์ตกแต่งบ้านครบวงจร เช่น โฮมโปร ไทวัสดุ โกลบอลเฮาส์ เมกาโฮม และบุญถาวร ในประเทศไทย สำหรับห้างโฮมโปรเปิดบริการในประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย Asia Center และ Pro 1 เปิดบริการในประเทศเมียนมาร์ Mitra 10 และ Depo Bagunan เปิดบริการในประเทศอินโดนีเซีย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) รวม 49 ราย

บริษัทฯ ยังจัดให้มีทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญทำหน้าที่ดูแลบริหารจัดการการขายและการตลาดในช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) โดยเฉพาะ และมีพนักงานแนะนำผลิตภัณฑ์ซึ่งให้บริการการขายประจำอยู่กับผู้จัดจำหน่ายในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ เพื่อให้คำแนะนำแก่ผู้บริโภคโดยตรง

### (3) ช่องทางการจัดจำหน่ายอื่นๆ

บริษัทฯ ยังมีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางอื่นประกอบด้วย การจัดจำหน่ายผ่านโครงการ การส่งออก การจัดจำหน่ายให้กับกลุ่มกิจการภายใต้การปรับโครงสร้าง และบริษัทที่เกี่ยวข้องกันของบริษัทฯ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- การจัดจำหน่ายงานโครงการโดยทั่วไป คือการจัดจำหน่ายโดยตรงไปยังลูกค้าสำหรับการใช้งานที่ หน่วยงานโครงการหรือผ่านทางผู้รับเหมาก่อสร้าง บริษัทฯ ได้จัดหาผลิตภัณฑ์สีทาอาคารและ ผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นให้กับผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์และบริษัท อสังหาริมทรัพย์ต่างๆ ตามที่ต้องการสำหรับโครงการ เช่น แสนสิริ แลนด์เอนด์เฮาส์ คิวเฮาส์ พร็อพเพอร์ตี้ เพอร์เฟค และแผ่นดินทอง พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ ในประเทศไทย Cowell Development, Tamara Land SpringHill Group และ AKR Land ในประเทศอินโดนีเซีย Hoang Anh Gia Lai ในประเทศเวียดนาม และ Borey Lim Cheang Hak และ Daun Penh Land ใน ประเทศกัมพูชา นอกจากนี้ ผู้รับเหมายังใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ในโครงการของภาครัฐ ทั้งใน ประเทศไทย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และประเทศเมียนมาร์อีกด้วย
- ช่องทางการส่งออกนั้นเป็นการส่งออกด้วยการขายส่งผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ จากประเทศไทยไปยัง ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกในประเทศอื่นๆ จำนวน 7 ประเทศที่อยู่ในเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ยกเว้นประเทศไทย ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย ประเทศสิงคโปร์ ประเทศบรูไน ประเทศฟิลิปปินส์ ประเทศกัมพูชา สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และประเทศเมียนมาร์ รวมถึงประเทศ อื่นๆ ที่ไม่ได้อยู่ในเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนด้วย และเพื่อให้ก้าวทันความก้าวหน้าทาง เทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค บริษัทฯ จึงอยู่ระหว่างการทดสอบ แพลตฟอร์มการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ซึ่งบริษัทฯ คาด ว่าจะสามารถให้บริการแก่ลูกค้าผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการสั่งซื้อของผ่านระบบออนไลน์จากบริษัทฯ โดยตรง โดยให้ผู้ค้าปลีกของบริษัทฯ ที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกับลูกค้าผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าว เป็นผู้ ดำเนินงานจัดส่งผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าเหล่านั้น ทั้งนี้ บริษัทฯ วางแผนที่จะใช้ประโยชน์จากเครือข่าย การจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมของบริษัทฯ เพื่อให้ลูกค้าผู้ใช้ผลิตภัณฑ์สามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ของ บริษัทฯ ได้โดยง่าย อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันบริษัทฯ มีระบบการสั่งซื้อออนไลน์เพื่อให้ผู้ค้าปลีกสามารถ สั่งซื้อผลิตภัณฑ์กับบริษัทฯ ผ่านช่องทางออนไลน์ได้ แต่ระบบสั่งซื้อออนไลน์นี้ยังไม่สามารถชำระ เงินออนไลน์ได้ โดยบริษัทฯ มีแผนที่จะจัดทำระบบชำระเงินออนไลน์ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ค้าปลีกมี ทางเลือกที่จะชำระเงินออนไลน์ได้ในเวลาที่ทำการสั่งซื้อ

#### 2.2.2.2 การขายและการตลาด

##### (1) กิจกรรมด้านการตลาด

บริษัทฯ เชื่อว่าตราสินค้าซึ่งเป็นที่ยอมรับและมีชื่อเสียงของบริษัทฯ มีส่วนสำคัญในความสำเร็จของ ธุรกิจของบริษัทฯ บริษัทฯ ส่งเสริมตราสินค้าของบริษัทฯ ผ่านการจัดกิจกรรมทางการตลาดและ กิจกรรมส่งเสริมการขายที่หลากหลาย การจัดกิจกรรมทางการตลาดของบริษัทฯ จะใช้เทคนิค ดังต่อไปนี้

- การโฆษณาผ่านสื่อวงกว้างซึ่งประกอบด้วย การโฆษณาทางโทรทัศน์ (ช่องทางการตลาดที่สำคัญที่สุดของบริษัทฯ ในการเจาะตลาดวงกว้าง) สื่อสิ่งพิมพ์ โฆษณาทางวิทยุ ป้ายโฆษณา รวมถึงสื่อการตลาดออนไลน์
- การโฆษณา ณ จุดขายซึ่งประกอบด้วย ป้ายโฆษณา การจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ และพนักงานผู้ให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์ ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวแทนของตราสินค้า
- การจัดกิจกรรมนอกร้านค้า ซึ่งประกอบด้วย การเปิดตัวตราสินค้า และการฝึกอบรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าเฉพาะกลุ่ม
- การสร้างความแตกต่างโดยการพัฒนาโครงการการจัดการผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า
- การพัฒนาเทคโนโลยีในการแตงเจตสี เพื่อเป็นเครื่องมือช่วยลูกค้าในการเลือกสีและผลิตภัณฑ์
- การสร้างตราสินค้าผ่านทางสื่อออนไลน์เพื่อคงไว้ซึ่งพลังขับเคลื่อนของตราสินค้าและเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่รวมถึงผู้บริโภคที่ใช้โทรศัพท์มือถือ
- การรักษาและส่งเสริมให้ลูกค้ามีความภักดีต่อผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ โดยใช้ระบบการให้รางวัลตอบแทน ซึ่งรวมถึงการให้รางวัลเป็นบัตรทองเที่ยวแก่ลูกค้าปลีกที่สามารถทำยอดขายได้ถึงระดับที่กำหนด นอกจากนี้ ลูกค้าของบริษัทฯ อาจได้รับเชิญมางานที่บริษัทฯ จัดขึ้นเพื่อเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมถึงงานฉลองครบรอบผลิตภัณฑ์และครบรอบของบริษัทฯ
- การจัดกิจกรรม CSR เช่น การบริจาคและการให้การสนับสนุนด้านการศึกษา การบริจาคเพื่อสาธารณประโยชน์ และการจัดตั้งอาสาสมัคร เป็นต้น ตัวอย่างเช่น บริษัทฯ ได้เข้าร่วมกับกลุ่มผู้บริโภคของบริษัทฯ ในการจัดกิจกรรมสาธารณประโยชน์ เช่น การทำสัโรเรียนและวัดในพื้นที่

## (2) ลูกค้าของบริษัทฯ

บริษัทฯ มีกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย และ ณ วันที่ของเอกสารฉบับนี้ ไม่มีลูกค้ารายใดที่มียอดขายคิดเป็นสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 5.0 ของรายได้จากการขายของบริษัทฯ โดยสำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558 2559 และ 2560 ลูกค้ารายใหญ่สามอันดับแรกของบริษัทฯ มียอดขายรวมคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.2 ร้อยละ 11.3 และร้อยละ 12.3 ของรายได้จากการขายสำหรับรอบปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558 2559 และ 2560 ตามลำดับ

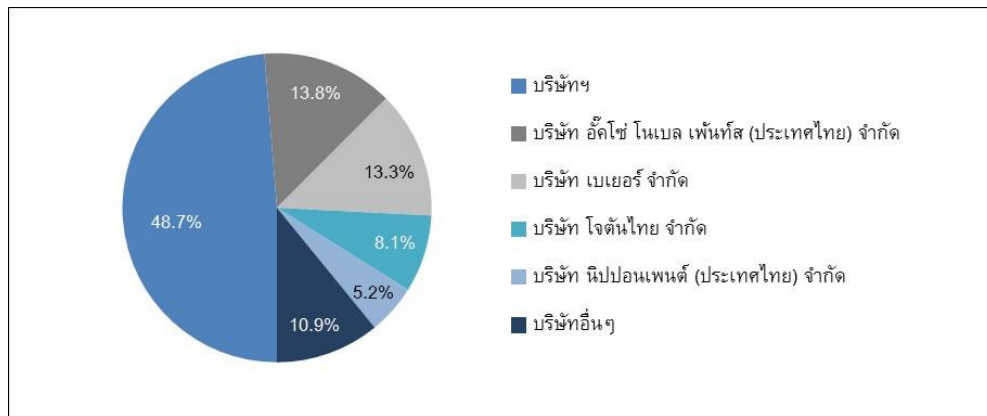
โดยทั่วไปแล้ว บริษัทฯ กำหนดระยะเวลาการให้สินเชื่อ (Credit Term) กับลูกค้าประมาณ 30 - 90 วัน ขึ้นอยู่กับประเภทของลูกค้าและประวัติการชำระเงินในอดีต แต่บริษัทฯ ไม่มีการให้สินเชื่อ (Credit Term) สำหรับการส่งออกและบริษัทฯ จะไม่ขายผลิตภัณฑ์ใดๆ ของบริษัทฯ ด้วยวิธีการฝากขาย

ปรัชญาการดูแลความสัมพันธ์กับลูกค้าของบริษัทฯ คือการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่ซื่อสัตย์และให้ความเคารพในการทำงานร่วมกับหุ้นส่วนในช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ของบริษัทฯ เพื่อเพิ่มยอดขายและสร้างความยั่งยืน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการจัดอบรมให้แก่ลูกค้าของบริษัทฯ เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ และการนำผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ไปใช้งาน

### 2.2.2.3 การแข่งขัน

จากข้อมูลของ Frost & Sullivan ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัท และบริษัทย่อยมีส่วนแบ่งการตลาดที่ใหญ่ที่สุดเมื่อพิจารณาจากรายได้จากการขายสำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559 ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 48.7 ของอุตสาหกรรมสีทาอาคารสำหรับกลุ่มลูกค้าทั่วไปในประเทศไทย สำหรับในเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน บริษัท และบริษัทย่อยมีส่วนแบ่งการตลาดเมื่อพิจารณาจากรายได้จากการขาย คิดเป็นร้อยละ 13.0 ของอุตสาหกรรมสีและสารเคลือบผิว คู่แข่งของบริษัท ในตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รวมถึง Akzo Nobel (ประเทศเนเธอร์แลนด์), Jotun (ประเทศนอร์เวย์), Nippon Paint (ประเทศญี่ปุ่น) และผู้ผลิตสีอื่นๆ ในพื้นที่

ส่วนแบ่งการตลาดโดยประมาณของผลิตภัณฑ์สีทาอาคารในประเทศไทย ในปี 2559



ที่มา : จากการสัมภาษณ์ การวิจัยและวิเคราะห์เอกสาร โดย Frost & Sullivan

ณ วันที่ของเอกสารฉบับนี้ ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ผลิตภัณฑ์ของบริษัท มีการแข่งขันกับคู่แข่งในประเทศ (Local Competitors) เช่น สีเบเยอร์ ในประเทศไทย 4 Oranges ในประเทศเวียดนาม Urai Panich ในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และ UPG ในประเทศเมียนมาร์แล้ว และยังมีการแข่งขันกับผลิตภัณฑ์บางชนิดที่ผลิตโดยผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สีทาอาคารระดับสากล เช่น Akzo Nobel, Nippon Paint PPG Industries และ Jotun เนื่องจากอุตสาหกรรมสีและสารเคลือบผิวมีการรวมกิจการกันอย่างต่อเนื่อง ทำให้การแข่งขันในอุตสาหกรรมเพิ่มสูงขึ้นตามขนาดของคู่แข่งของบริษัท ที่มีขนาดใหญ่ขึ้น

แม้ว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัท อาจเป็นคู่แข่งโดยตรงกับผลิตภัณฑ์บางชนิดที่ผลิตโดยผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวในระดับสากล อย่างไรก็ตาม บริษัท มีความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยมุ่งเน้นการกระจายผลิตภัณฑ์ไปยังช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านผู้ค้าปลีกที่กว้างขวางเพื่อสร้างความสะดวกซื้อแก่ลูกค้าซึ่งเป็นผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ทั่วประเทศ ดังนั้น ยอดขายส่วนใหญ่ของบริษัท จึงมาจากการขายในตลาดขนาดใหญ่ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านผู้ค้าปลีกของบริษัท ในประเทศไทย ในทางกลับกัน บริษัท เชื่อว่าผู้ผลิตสีและสารเคลือบผิวในระดับสากลมีแนวโน้มที่จะมุ่งเน้นไปที่การค้าส่งในประเทศไทยเนื่องจากไม่มีเครือข่ายการจัดจำหน่ายในประเทศที่ครอบคลุมเหมือนเครือข่ายของบริษัท



#### 2.2.2.4 ข้อได้เปรียบในการแข่งขัน

บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าบริษัทฯ มีข้อได้เปรียบในการแข่งขัน ดังนี้

##### (1) การเป็นผู้นำตลาดผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวในประเทศไทย ด้วยตราสินค้าที่ได้รับการยอมรับมากที่สุด

บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าตำแหน่งของบริษัทฯ ในตลาดและประสบการณ์ของผู้ก่อตั้งบริษัทฯ ที่ยาวนานกว่า 50 ปี ในการผลิตผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวในประเทศไทย ส่งผลให้ตราสินค้าของบริษัทฯ เป็นที่รู้จักและลูกค้ามีความภักดีในตราสินค้า

นอกจากนี้ บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าการที่ตราสินค้าของบริษัทฯ แข็งแกร่งและเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ทำให้บริษัทฯ เป็นตัวเลือกของผู้จัดหาผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร ตลอดจนผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นสำหรับโครงการขนาดใหญ่ในประเทศไทย และในเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ยังถูกนำมาใช้ในโครงการอาคารต่างๆ ดังนี้

- สยามพารากอน ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ พระราชินีเวสต์มินสเตอร์ ศูนย์เอนเนอร์ยีคอมเพล็กซ์ (EnCo) และเจดีซีเขาทองในประเทศไทย
- Dai Nam Van Hien, Vinpearl Da Nang Resort and Villas, Le Meridien Hotel และ Havana Hotel ในประเทศเวียดนาม
- ที่พักอาศัยของนักการทูตตามแนวริมแม่น้ำโขง หอสมุดแห่งชาติ ศูนย์การประชุมแห่งชาติ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ และกระทรวงสาธารณสุขในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
- Yadanar Aye Yar Won, Swe Daw City, Sulae Center Point, Twin Centro และ Chatrium Hotel Yangon ในประเทศเมียนมาร์
- PNN TV Station, Royal Phnom Penh Hospital และ Borey Vimean Phnom Penh ในประเทศกัมพูชา

##### (2) การนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายเพื่อตอบสนองฐานลูกค้าในวงกว้างและความต้องการที่แตกต่างของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ ใช้ประโยชน์จากความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและความสามารถในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัยเพื่อสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ปัจจุบัน บริษัทฯ มีกลุ่มผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น ประมาณ 9,570 และ 3,205 หน่วยเก็บสินค้า (SKUs) ตามลำดับ ทำให้บริษัทฯ สามารถตอบสนองลูกค้าได้ในวงกว้าง ซึ่งรวมถึงช่างมืออาชีพและลูกค้าประเภทซื้อสินค้าด้วยตัวเอง หรือ “Buy It Yourself” หรือ “BIY” และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีที่หลากหลายและกำลังการผลิตที่มีอยู่ของบริษัทฯ อย่างสูงสุด

##### (3) ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ทั่วถึงและครอบคลุมเครือข่ายผู้ค้าปลีกระดับภูมิภาคในประเทศไทยและช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีประสิทธิภาพ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีร้านค้าปลีกประมาณ 6,479 ร้าน ซึ่งครอบคลุม 77 จังหวัด และประมาณ 787 อำเภอทั่วประเทศไทย เครือข่ายการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมทั่วประเทศไทยนี้เป็นหนึ่งใน

ข้อได้เปรียบของบริษัท ซึ่งสามารถทำให้บริษัท เติบโตได้ในระยะยาวในตลาดประเทศไทย สามารถมีส่วนร่วมในการขายในตลาดขนาดใหญ่ และขยายการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายของบริษัท ต่อลูกค้าผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ทั่วประเทศไทย

บริษัท ยังมีช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ซึ่งประกอบด้วยร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์ตกแต่งบ้านที่เป็นเครือข่าย บริษัท คาดว่าธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) จะเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญที่ทำให้ยอดขายในเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเติบโตขึ้นในอนาคต

#### (4) การที่บริษัท อยู่ในสถานะที่ดีที่จะได้รับประโยชน์จากกิจกรรมการก่อสร้างที่เพิ่มขึ้นในประเทศไทย

จากข้อมูลของ Frost & Sullivan พบว่า พื้นฐานเศรษฐกิจมหภาคของประเทศไทยยังคงแข็งแกร่ง เมื่อผนวกกับอัตราการอุปโภคบริโภคต่อจำนวนประชากรที่อยู่ในระดับต่ำและความต้องการที่อยู่อาศัยที่คาดว่าจะสูงขึ้น จึงทำให้อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวในประเทศไทยมีโอกาสดีเป็นอย่างมาก มาตรการจูงใจของรัฐได้สร้างการเติบโตให้กับภาคการก่อสร้างในประเทศไทยตั้งแต่ปี 2555 ซึ่งรวมถึงแผนการกระตุ้นเศรษฐกิจโดยใช้เงินจำนวน 10,000 ล้านบาทเพื่อให้เงินกู้สำหรับที่อยู่อาศัยแก่ผู้มีรายได้น้อยและผู้ที่ถูกสถาบันการเงินอื่นปฏิเสธการขอจดทะเบียนการจำนองในปี 2558 และปี 2559 รวมถึงการที่รัฐบาลอนุมัติมาตรการทางการเงินเพื่อสนับสนุนผู้มีรายได้น้อยให้ซื้อบ้านในปี 2559 บริษัท เชื่อว่ามาตรการดังกล่าวมีส่วนช่วยให้ความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์สีทาอาคารในภาคอสังหาริมทรัพย์เพิ่มสูงขึ้น และจากข้อมูลของ Frost & Sullivan ยังพบว่าความต้องการผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร เพื่อใช้ในการซ่อมแซมและปรับปรุงบ้านในประเทศไทยเพิ่มขึ้นเนื่องจากลูกค้ามีความต้องการทาสีใหม่บ่อยขึ้น ในฐานะที่บริษัท เป็นผู้นำตลาดผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร บริษัท เชื่อมั่นว่าบริษัท อยู่ในสถานะที่ดีที่จะได้รับประโยชน์จากความต้องการผลิตภัณฑ์สีทาอาคารที่เพิ่มขึ้น

#### (5) ความเป็นเลิศในการผลิตจากกระบวนการผลิตที่ทันสมัย โดยใช้เครื่องจักรระบบกึ่งอัตโนมัติ และความสัมพันธ์ที่ดี แน่นแฟ้น และยาวนานกับผู้จัดการจำหน่ายวัตถุดิบหลัก

กระบวนการผลิตบางกระบวนการของบริษัท เป็นระบบอัตโนมัติ เช่น กระบวนการบรรจุสีในโรงงานผลิตเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตและความสม่ำเสมอของคุณภาพ กระบวนการผลิตสีน้ำที่โรงงานบางนา มีการดำเนินการด้วยโปรแกรมซอฟต์แวร์ ABB ซึ่งเป็นระบบควบคุมการผลิตด้วยคอมพิวเตอร์ ระบบเติมวัตถุดิบแบบปิด (Closed System) ถูกนำมาใช้เพื่อลดการระเหยและการปนเปื้อนของสารเคมีต่อสิ่งแวดล้อม และระบบในการถ่ายโอนวัตถุดิบและทำความสะอาดท่อ (Pigging System) ถูกนำมาใช้เพื่อขนย้ายวัตถุดิบและทำความสะอาดท่อ ซึ่งช่วยลดการใช้สีได้ถึงประมาณร้อยละ 50.0 เนื่องจากบริษัท มีการควบคุมคุณภาพที่มีมาตรฐานสูง จึงได้รับรางวัลในระดับประเทศหลายรางวัล รวมถึงโรงงานบางนา โรงงานลำโพง และโรงงานเวียงจันทน์ ยังได้รับการรับรองคุณภาพในระดับสากล (โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมในส่วนที่ 1 ข้อ 2.2.4 (6) หัวข้อ “การประกอบธุรกิจ—รางวัลและการรับรองมาตรฐาน”)

เพื่อเป็นการรักษามาตรฐานคุณภาพและความต่อเนื่องของการจัดหาผลิตภัณฑ์ บริษัท จัดซื้อวัตถุดิบจากผู้จัดจำหน่ายที่มีชื่อเสียงและมีความน่าเชื่อถือ บริษัท มีความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นและยาวนานกับผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบหลักของบริษัท และรักษาความสัมพันธ์กับผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบหลักหลายราย เพื่อลดอุปสรรคในการผลิตเนื่องจากปัญหาการหยุดชะงักของวัตถุดิบและเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีราคาที่สามารถแข่งขันได้ นอกจากนี้ บริษัท ได้มีการประชุมร่วมกันเป็นระยะ ระหว่างฝ่ายบริหารของบริษัท กับผู้จัดการจำหน่าย

วัตถุดิบหลักของบริษัทฯ ซึ่งประกอบด้วยบริษัท เดอะ เคมัวร์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท โรห์ม แอนด์ ฮาสส์ เคมีคอล (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท ดาว เคมีคอล ประเทศไทย จำกัด เป็นต้น เพื่อพูดคุยและแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆ แนวโน้มในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เคลือบผิวของโลก และข้อมูลการตลาด รวมถึงเพื่อเจรจาหาโอกาสความเป็นไปได้ในการร่วมมือกัน (โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมในส่วนที่ 1 ข้อ 2.2.4 (3) หัวข้อ “การประกอบธุรกิจ—วัตถุดิบ”)

#### (6) ความสามารถในการวิจัยและพัฒนาที่แข็งแกร่งและผลงานด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ มีผลงานด้านนวัตกรรมและการพัฒนาผลิตภัณฑ์จำนวนมากซึ่งเป็นผลมาจากการมีบุคลากรฝ่ายงานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การใช้เทคโนโลยีใหม่ในการผลิต และการเสริมสร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมของบริษัทฯ เพื่อให้ตรงตามการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของลูกค้าและสภาพอากาศในประเทศ ก้าวทันความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี และการรักษาความสามารถในการแข่งขันของบริษัทฯ โดยจะวิเคราะห์หาตัวเลือกที่สามารถประหยัดต้นทุนสำหรับวัตถุดิบหลัก โดยที่ยังคงไว้ซึ่งคุณภาพของผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ มีเทคโนโลยีทั้งที่เป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัทฯ เทคโนโลยีที่พัฒนาร่วมกับผู้อื่น

บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตสีทาอาคารรายแรกที่ประสบความสำเร็จในการแนะนำสีน้ำอิมัลชันที่ปลอดสารตะกั่วและปรอทในประเทศไทยในปี 2520 และบริษัทฯ เป็นผู้ผลิตสีทาอาคารรายแรกในประเทศไทยและในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่นำ “เทคโนโลยีอะคริลิก” จากสหรัฐอเมริกามาใช้ได้เป็นผลสำเร็จในปี 2522 รวมทั้งบริษัทฯ เป็นผู้ผลิตสีทาอาคารรายแรกในประเทศไทยที่ผลิตสีทาภายในด้วยเทคโนโลยีไมโครแบนที่ออกแบบมาโดยเฉพาะให้มีคุณสมบัติป้องกันแบคทีเรียในปี 2545 ผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรมล่าสุดของบริษัทฯ ได้แก่ สีเขียนได้ ลบได้ (TOA Note & Clean) ซึ่งเป็นสีเคลือบผิวที่ป้องกันรอยขีดข่วนที่เปิดตัวในปี 2558 สีรองพื้นเหล็กกันสนิมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (TOA Eco Metal Primer) ซึ่งเป็นสีรองพื้นสำหรับโลหะที่มีประสิทธิภาพสูงที่เปิดตัวในปี 2559 ซึ่งมีคุณสมบัติเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานในการคัดเลือกวัสดุประเภทหนึ่งในการประเมินโปรแกรมอาคารเขียว (LEED)

บริษัทฯ เชื่อว่านวัตกรรมในผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทฯ ยังเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายและเป็นต้นแบบในการกำหนดมาตรฐานอุตสาหกรรมในอุตสาหกรรมสีทาอาคารของประเทศไทย ตัวอย่างเช่น บริษัทฯ เชื่อว่าการรับประกันความทนทานของสีทาภายนอกเป็นระยะเวลา 10 ปีนั้นถือเป็นมาตรฐานของอุตสาหกรรมสีทาภายนอกที่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปในตลาดสีทาอาคารของไทยมาตั้งแต่ปี 2522 ในปี 2556 บริษัทฯ ร่วมมือกับ E.I. DuPont De Nemours and Company (ซึ่งในภายหลังกลายมาเป็น The Chemours Company TT, LLC) ได้พัฒนาสีทาภายนอกภายใต้ตราสินค้าซูเปอร์ชิลด์ (SuperShield) ด้วยการใช้เทคโนโลยีเรซินอะคริลิกและไทเทเนียม ซึ่งสามารถขยายระยะเวลาการรับประกันความทนทานสูงสุดจาก 10 ปี เป็น 15 ปี ความทนทานของสีทาภายนอกภายใต้ตราสินค้าซูเปอร์ชิลด์ (SuperShield) ได้รับการรับรองจากสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย โดยใช้มาตรฐานการทดสอบ ASTM และผ่านการทดสอบการผุกร่อนภายนอกอาคารจากห้องปฏิบัติการอิสระในสหรัฐอเมริกา ณ วันที่ของเอกสารฉบับนี้บริษัทฯ เชื่อว่าไม่มีผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวสำหรับสีทาอาคารภายนอกภายใต้ตราสินค้าอื่นในประเทศไทยที่สามารถรับประกันความทนทานสูงสุดเป็นระยะเวลา 15 ปี

ทั้งนี้ บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์นวัตกรรมสีเขียวที่ปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อม และสุขภาพ และเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ เพื่อตอบรับกับความต้องการของลูกค้า และเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่ทำให้กฎเกณฑ์ด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมเข้มงวดขึ้น

#### (7) ทีมผู้บริหารและพนักงานที่มีประสบการณ์

ทีมผู้บริหารของบริษัทฯ มีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิว โดยผู้บริหารหลักหลายคนทำงานร่วมกับบริษัทฯ มามากกว่า 20 ปี บุคคลเหล่านี้มีประสบการณ์ด้านการบริหารจัดการและความรู้ด้านเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมนี้อย่างกว้างขวาง ความสำเร็จอย่างยาวนานตั้งแต่อดีตของบริษัทฯ แสดงถึงความสามารถของทีมผู้บริหารในการสร้างและขยายธุรกิจของบริษัทฯ และสามารถก้าวผ่านสถานการณ์อันเลวร้ายต่าง ๆ ทั้งทางเศรษฐกิจ การเมือง สุขภาพ และสิ่งแวดล้อมได้อย่างมั่นคง บริษัทฯ เชื่อว่าประสบการณ์และความรู้ด้านการตลาดของทีมผู้บริหารและความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่ทีมผู้บริหารได้สร้างขึ้นกับผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบและลูกค้าหลักจะยังคงเอื้อประโยชน์ต่อการเติบโตและการพัฒนาของบริษัทฯ ต่อไปในอนาคต

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะพัฒนาพนักงานของบริษัทฯ โดยเปิดโอกาสให้มีการฝึกอบรมต่าง ๆ ซึ่งรวมถึงหลักสูตรการบริหารจัดการต่าง ๆ เพื่อพัฒนาความสามารถที่เป็นทักษะรอบด้าน อีกทั้งบริษัทฯ ยังส่งเสริมการทำงานร่วมกันเป็นทีม การคิดอย่างสร้างสรรค์ และการสื่อสารแบบเปิดกว้างระหว่างพนักงานด้วยกัน บริษัทฯ สนับสนุนและส่งเสริมสภาพแวดล้อมโดยรวมที่พนักงานทุกคนสามารถสร้างคุณค่าและสร้างศักยภาพของตนได้อย่างเต็มที่ ตลอดจนหลักสูตรด้านการพัฒนาต่าง ๆ เพื่อพัฒนาบุคลากรให้มาสีบทอดตำแหน่งผู้บริหารระดับสูง ซึ่งการปฏิบัติเช่นนี้ช่วยสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของ และมีความภักดีต่อบริษัทฯ

### 2.2.3 ภาพรวมอุตสาหกรรม<sup>1</sup>

#### 2.2.3.1 ภาพรวมและแนวโน้มตลาดสีและสารเคลือบผิวในประเทศไทย

ตลาดค้าปลีกผลิตภัณฑ์สีทาอาคารในประเทศไทยเติบโตขึ้นจากมูลค่าประมาณ 13,727.2 ล้านบาทในปี 2554 เป็นมูลค่าประมาณ 19,201.3 ล้านบาทในปี 2559 ซึ่งเป็นผลมาจากกิจกรรมการก่อสร้าง การทาสีใหม่ การซื้อสินค้าหรือบริการกับร้านค้าปลีก และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคโดย Frost & Sullivan คาดว่า

<sup>1</sup> รายงานวิจัยทางการตลาดของ Frost & Sullivan ได้ประเมินขนาดของตลาดค้าปลีกผลิตภัณฑ์สีทาอาคารในประเทศไทยที่ 19.2 พันล้านบาทโดยรวมเฉพาะการขายผลิตภัณฑ์สีทาอาคารผ่านช่องทางผู้ค้าปลีกและธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) เท่านั้น ในการคำนวณส่วนแบ่งการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์สีทาอาคารสำหรับกลุ่มลูกค้าทั่วไปในประเทศไทยคิดเป็นประมาณร้อยละ 48.7 นั้นจะพิจารณาเฉพาะยอดขายของ บริษัทฯ บริษัท กัปตัน โค้ทติ้ง จำกัด และบริษัท บริติช เพ้นท์ส จำกัด ซึ่งเกิดจากการจำหน่ายผ่านผู้ค้าปลีกและธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) โดยแหล่งข้อมูลในการประมาณการส่วนแบ่งการตลาดของบริษัทเหล่านี้มาจาก (ก) การสัมภาษณ์กับผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งรวมถึงพนักงานปัจจุบันและพนักงานอดีตของบริษัทสีและสารเคลือบผิวชั้นนำ (ข) แนวโน้มการเติบโตปีต่อปี รายงานรายบริษัท และสื่อแนะนำอื่น ๆ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงบทความในข่าวและข่าวประชาสัมพันธ์ และ (ค) งานวิจัย (Desktop Research) โดย Frost & Sullivan ในแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงฐานข้อมูลของสมาคมอุตสาหกรรม สมาคมการค้า และหน่วยงานของรัฐ (โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมจากเอกสารแนบ 6 รายงานวิจัยทางการตลาดแบบอิสระสำหรับการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อประชาชนทั่วไปครั้งแรก ในหนังสือชี้ชวนเสนอขายหุ้นสามัญของบริษัทฯ)

ตลาดค้าปลีกผลิตภัณฑ์สีทาอาคารในประเทศจะมีมูลค่าประมาณ 24,603.2 ล้านบาทในปี 2564 เนื่องจากการทาสีใหม่ที่เพิ่มสูงขึ้น รวมถึงความต้องการสีและสารเคลือบผิวเกรดพรีเมียมที่มีมากขึ้น และกำลังซื้อของผู้บริโภคที่มีมากขึ้นด้วย ในขณะที่เดียวกันมูลค่าตลาดค้าปลีกผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น (ผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวสำหรับงานไม้ ผลิตภัณฑ์กันการรั่วซึม และผลิตภัณฑ์ที่มีความทนทานสูง (Protective Coating)) เพิ่มขึ้นจากมูลค่าประมาณ 4,780.0 ล้านบาท ในปี 2554 เป็นประมาณ 6,376.9 ล้านบาทในปี 2559 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการซื้อสินค้าหรือบริการจากร้านค้าปลีกที่ขยายตัวขึ้น และการขยายตัวของเมือง (Urbanization) โดย Frost & Sullivan คาดว่าตลาดค้าปลีกผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นในประเทศไทยจะมีมูลค่าประมาณ 8,852.7 ล้านบาทภายในปี 2564 เนื่องจากการบริโภคมีการรับรู้เพิ่มมากขึ้น กิจกรรมการท่องเที่ยวที่แข็งแกร่ง วงจรการซ่อมแซมบำรุงรักษาที่สั้นลงสำหรับเฟอร์นิเจอร์ และการเปลี่ยนแปลงเป็นสังคมอุตสาหกรรม (Industrialization)

อุตสาหกรรมสีและสารเคลือบผิวเป็นผู้ได้รับประโยชน์โดยตรงจากการเติบโตของการก่อสร้างและการเพิ่มขึ้นของดัชนีชี้วัดเศรษฐกิจมหภาคต่างๆ ในประเทศ ทั้งนี้ อุตสาหกรรมค้าปลีกผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวซึ่งเป็นช่องทางจำหน่ายสำคัญของผู้ผลิต มีแนวโน้มที่จะขยายตัวขึ้นโดยมีสาเหตุมาจากการที่ผู้บริโภครับรู้ถึงสินค้าตัวเลือกต่างๆ ในตลาดที่มีให้กับผู้บริโภคมากขึ้น ภาคธุรกิจนี้คาดว่าจะเติบโตได้ในระดับปานกลางถึงสูง ตั้งแต่ปี 2560 ถึงปี 2564 โดยมีปัจจัยส่งเสริมมาจากความต้องการที่อยู่อาศัยใหม่และการทาสีใหม่ที่เพิ่มมากขึ้น มาตรการจูงใจของรัฐบาลและการใช้จ่ายสินค้าและบริการในร้านค้าปลีกที่เพิ่มสูงขึ้น เป็นต้น ยังมีการคาดการณ์ว่ารายได้ส่วนบุคคลสุทธิเพิ่มสูงขึ้นคาดว่าจะส่งผลให้เกิดการใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นมากขึ้น รวมถึงการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวเกรดพรีเมียมซึ่งมีแนวโน้มเป็นการเปิดตลาดใหม่สำหรับผู้ผลิตสีและสารเคลือบผิวที่มีอยู่เดิม ผู้ผลิตขนาดใหญ่ที่มีเครือข่ายผู้ค้าปลีกอย่างกว้างขวางมักจะติดตามพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณสมบัติต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ได้ดีกว่า ซึ่งทำให้ผู้ผลิตเหล่านี้สามารถก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงและได้เปรียบผู้ผลิตรายอื่นที่ไม่มีความสามารถในการสร้างสรรค์หรือตอบสนองต่อตลาด นอกจากนี้ การเติบโตของช่องทางธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) มีแนวโน้มส่งผลให้ตลาดที่ถูกค้าซื้อสินค้าและนำไปใช้เอง (BIY) มีการขยายตัวขึ้นเนื่องจากผู้บริโภคสามารถเข้าถึงตัวเลือกต่างๆ ได้มากขึ้น ผู้บริโภคจึงสามารถตัดสินใจได้ด้วยตนเองซึ่งเดิมจะต้องพึ่งพาช่างทาสี สำหรับธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นมีแนวโน้มจะได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลให้เกิดอุปสงค์ใหม่และการบำรุงรักษาภายในอาคารอย่างต่อเนื่องจากธุรกิจบริการในประเทศ กิจกรรมการทาสีใหม่เป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญของยอดขายสีและสารเคลือบผิวซึ่งมีแนวโน้มว่าจะมีส่วนมากกว่าร้อยละ 75.0 ของอุตสาหกรรมสีและสารเคลือบผิวตั้งแต่ปี 2560 ถึงปี 2564 การปรับปรุงอาคารทั้งประเภทที่อยู่อาศัยและเพื่อการพาณิชย์ การทาสียานพาหนะใหม่โดยใช้สีเกรดพรีเมียมเพื่อแสดงสถานะ กิจกรรมการบำรุงรักษาในอุตสาหกรรมการป้องกันและโรงงานขนาดเล็กและขนาดใหญ่ คาดว่าจะมีส่วนสำคัญในการเพิ่มอุปสงค์ของการทาสีใหม่ในระยะเวลาระหว่างปี 2560 ถึงปี 2564 ซึ่งจะผลักดันให้อุตสาหกรรมค้าปลีกสีและสารเคลือบผิวในประเทศไทยกลับมาเติบโตอีกครั้ง

### 2.2.3.2 ภาพรวมตลาดผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ยอดขายปลีกสำหรับสีทาอาคาร คิดเป็นประมาณร้อยละ 50.0 ถึงร้อยละ 60.0 ของยอดขายสีทาอาคารทั้งหมดในประเทศเวียดนามและได้รับปัจจัยสนับสนุนโดยหลักมาจากอุตสาหกรรมก่อสร้างและเฟอร์นิเจอร์ และการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานสาธารณะ โดยอุตสาหกรรมก่อสร้างเป็นหนึ่งในผู้บริโภคหลักของสีทาอาคาร โดยซื้อผ่านช่องทางค้าปลีก คาดการณ์ว่าตลาดค้าปลีกสีทาอาคารในประเทศเวียดนามจะมีอัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยต่อปี



(CAGR) สูงขึ้นที่ประมาณร้อยละ 9.9 ในปี 2559 ถึงปี 2564 โดยจะเติบโตจากประมาณ 6.5 ล้านล้านดองเวียดนาม (VND) ในปี 2559 เป็นประมาณ 10.4 ล้านล้านดองเวียดนาม (VND) ภายในปี 2564

ตลาดผลิตภัณฑ์สีทาอาคารในประเทศอินโดนีเซีย ประเทศมาเลเซีย ประเทศเมียนมาร์ ประเทศกัมพูชา และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ได้รับประโยชน์จากการขยายตัวของเมืองเพิ่มมากขึ้น การปฏิรูปเศรษฐกิจ การใช้จ่ายสำหรับระบบโครงสร้างพื้นฐานเพิ่มขึ้น และการเพิ่มขึ้นของรายได้ส่วนบุคคลสุทธิ ทั้งนี้ ตลาดผลิตภัณฑ์สีทาอาคารของประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เหล่านี้คาดว่าจะเติบโตขึ้นในอัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ที่ประมาณร้อยละ 7.7 สำหรับช่วงปี 2559 และปี 2564 โดยจะเติบโตขึ้นจากประมาณ 1,224.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2559 เป็นประมาณ 1,772.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2564

ธุรกิจผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวสำหรับงานไม้ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ผลิตในประเทศ รวมทั้งต้นทุนการผลิตและต้นทุนแรงงานที่ต่ำเมื่อเทียบกับประเทศทางตะวันตก ประเทศเวียดนามและประเทศอินโดนีเซียเป็นหนึ่งในตลาดชั้นนำสำหรับผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวสำหรับงานไม้ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยประเทศอินโดนีเซียเป็นตลาดผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวสำหรับงานไม้ที่ใหญ่เป็นอันดับสองในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งได้รับปัจจัยสนับสนุนมาจากการส่งออกเฟอร์นิเจอร์เช่นกัน ด้วยเหตุที่ประเทศอินโดนีเซียมีทรัพยากรธรรมชาติจำนวนมาก รัฐบาลประเทศนี้จึงมีแผนสนับสนุนการส่งเสริมธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้ตามงานออกเรือนและงานแสดงสินค้านานาชาติต่างๆ ทั้งนี้ ตลาดเฟอร์นิเจอร์ไม้เพื่อการส่งออกคาดว่าจะกระตุ้นอุปสงค์ของผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวสำหรับงานไม้เนื่องจากอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้มีเป้าหมายที่จะเพิ่มการส่งออกจากประมาณ 2.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2556 เป็นประมาณ 5.0 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2563<sup>2</sup> ตลาดผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวสำหรับงานไม้ในประเทศมาเลเซียและประเทศไทยจะได้รับผลกระทบจากการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ที่มีราคาถูกจากประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ประเทศจีนและประเทศเวียดนาม ซึ่งเป็นการจำกัดอุปสงค์ของสีและสารเคลือบป้องกันผิวสำหรับงานไม้

ตลาดผลิตภัณฑ์สีที่มีความทนทานสูง (Protective Coating) สำหรับพื้นผิวคอนกรีตในประเทศอินโดนีเซียมีแนวโน้มที่จะขยายตัวในช่วงไม่กี่ปีข้างหน้าโดยมีสาเหตุมาจากการเพิ่มขึ้นของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศและการลงทุนจำนวนมากในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคม พลังงาน และสาธารณูปโภคซึ่งมีมูลค่าทั้งหมดประมาณ 90.0 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ<sup>3</sup> ภายในปี 2561 ทั้งนี้ ตลาดผลิตภัณฑ์สีที่มีความทนทานสูง (Protective Coating) สำหรับคอนกรีตของประเทศมาเลเซียได้รับปัจจัยสนับสนุนมาจากการลงทุนในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคม เช่น ถนนและทางรถไฟ และโครงสร้างพื้นฐานด้านพลังงานและสาธารณูปโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งโรงกลั่นน้ำมันและโรงงานปิโตรเคมี การลงทุนในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคม พลังงาน และสาธารณูปโภคของประเทศมาเลเซียภายในปี 2561 ซึ่งมีมูลค่ารวมกันประมาณ 8.0 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ<sup>4</sup> คาดว่าจะขับเคลื่อนตลาดสีที่มีความทนทานสูง (Protective Coating) สำหรับพื้นผิวคอนกรีตของประเทศมาเลเซียได้

ตลาดผลิตภัณฑ์กันซึมในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้รับปัจจัยสนับสนุนมาจากการเติบโตของการก่อสร้างอาคารแนวสูง ซึ่งเป็นการเพิ่มการลงทุนจากทั้งภาครัฐและเอกชน ตลาดผลิตภัณฑ์กันซึมของประเทศอินโดนีเซียได้รับการสนับสนุนมาจากกิจกรรมการก่อสร้างที่กำลังเติบโตทั้งในภาคที่อยู่อาศัยและนอกเหนือจากภาคที่อยู่อาศัย ผลิตภัณฑ์กันซึมในประเทศอินโดนีเซียมีผลิตภัณฑ์เกรดพรีเมียมเป็นสัดส่วนมากที่สุดและการที่ผู้บริโภค

<sup>2</sup> <http://kusanandarlaw.blogspot.in/2015/12/the-furniture-industry-still-fells.html>

<sup>3</sup> สำนักงานสถิติกลาง (Central Bureau of Statistics) ประเทศอินโดนีเซีย

<sup>4</sup> การคาดการณ์เศรษฐกิจประเทศมาเลเซีย (Malaysia Economic Prospect) BMI



ยินยอมจ่ายในราคาสูงทำให้มั่นใจได้ว่าตลาดผลิตภัณฑ์กันซึมจะมีความแข็งแกร่ง ผลิตภัณฑ์กันซึมที่มีตัวทำละลายเป็นน้ำเป็นส่วนเป็นส่วนใหญ่ของตลาดทั้งหมด โดยเกาะชาวเป็นศูนย์กลางที่สำคัญของตลาดผลิตภัณฑ์กันซึม การขยายให้แก่โครงการเป็นช่องทางการจำหน่ายที่ได้รับความนิยมและเป็นการขายที่อยู่นอกภาคที่อยู่อาศัย ซึ่งได้ผลักดันอุปสงค์ของผลิตภัณฑ์กันซึมในประเทศอินโดนีเซีย และสำหรับแนวโน้มของผลิตภัณฑ์กันซึมในประเทศมาเลเซียคาดว่าจะอยู่ในเกณฑ์ดีจากการพัฒนาอย่างรวดเร็วของอาคารพาณิชย์และอาคารที่อยู่อาศัยซึ่งได้รับการสนับสนุนมาจากแผนของรัฐบาลในการเพิ่มการใช้จ่ายสำหรับระบบโครงสร้างพื้นฐาน

ตลาดผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นของประเทศเมียนมาร์ ประเทศกัมพูชา และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีขนาดเล็กมาก แต่ด้วยอัตราการขยายตัวของเมือง (Urbanization) ที่สูงขึ้นและโครงการก่อสร้างและโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่กำลังเติบโต รวมทั้งการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศที่เพิ่มขึ้นจึงทำให้ตลาดผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นในประเทศเหล่านี้คาดว่าจะมีอัตราการเติบโตในเกณฑ์ที่ดีในระยะเวลาระหว่างปี 2560 ถึงปี 2564

## 2.2.4 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

### (1) โรงงานผลิต

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีโรงงานผลิตทั้งสิ้น 8 แห่ง โดยมีรายละเอียดดังนี้

ลำดับ	เจ้าของ/ผู้เช่า	สถานที่ตั้ง	ปีที่ก่อตั้ง	ผลิตภัณฑ์หลัก
1	บริษัทฯ	โรงงานบางนา เลขที่ 31/1 และ/หรือ 31/2 หมู่ 3 ถนน บางนา-ตราด ตำบลบางเสาธง จังหวัด สมุทรปราการ 10570 ประเทศไทย	2525	ผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และผลิตภัณฑ์สี และสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภท อื่น
2	บริษัทฯ	โรงงานสำโรง เลขที่ 104 หมู่ที่ 1 ซอยผูกมิตร ถนนทาง รถไฟสายเก่า ตำบลสำโรงใต้ อำเภอพระ ประแดง จังหวัดสมุทรปราการ 10130 ประเทศไทย	2515	ผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวสำหรับ งานไม้ และสีที่มีความทนทานสูง (Heavy-Duty Coating) ทินเนอร์และสี สเปรย์
3	บริษัท กัปตัน โค้ทติ้ง จำกัด	โรงงานสมุทรปราการ <sup>(1)</sup> เลขที่ 906 และเลขที่ 917 หมู่ 15 ตำบล บางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ 10570 ประเทศไทย	2553	ผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร ผลิตภัณฑ์สีและ สารเคลือบผิวสำหรับงานไม้ และ ผลิตภัณฑ์เคมีก่อสร้าง
			2558	ผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร
4	TOA Paint Vietnam Co., Ltd.	โรงงานเวียดนาม Lot L2.3, Road No. 2, Tan Dong Hiep A Industrial Park, Tan Dong Hiep Ward, Di An Town, บินห์เตือง ประเทศ เวียดนาม	2547	สีน้ำอิมัลชัน สีเคลือบเงา ทินเนอร์ ผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวสำหรับ งานไม้ ผลิตภัณฑ์เคมีก่อสร้าง และสี สเปรย์
5	TOA Paint Products Sdn. Bhd.	โรงงานมาเลเซีย PT Lot 63802, Jalan Telok Gong, Telok Gong, 42000 Port Klang, สลังงอร์ ประเทศมาเลเซีย	2547	สีน้ำอิมัลชัน สีเคลือบเงา ทินเนอร์ ผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวสำหรับ งานไม้

ลำดับ	เจ้าของ/ผู้เช่า	สถานที่ตั้ง	ปีที่ก่อตั้ง	ผลิตภัณฑ์หลัก
6	TOA Paint (Laos) Co., Ltd.	โรงงานเวียงจันทน์ Unit 6, Ban Nahai, Hatxaifong District, เวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาว	2551	สีน้ำอิมัลชัน สีเคลือบเงา ทินเนอร์ ผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวสำหรับ งานไม้
7	TOA Paint (Myanmar) Co., Ltd.	โรงงานย่างกุ้ง No. 120, Mahawgani Street, Shwepyitha Industrial Zone (1), ย่างกุ้ง ประเทศเมียนมา	2556	สีน้ำอิมัลชัน สีเคลือบเงา ทินเนอร์ ผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวสำหรับ งานไม้
8	TOA Skim Coat (Cambodia) Co., Ltd.	โรงงานกัมพูชา No. B36, Street National Road No.3, Phorm Sre Chom Rov, Sangkat Chom Chao, Khan Por Sen Chey, พนมเปญ ประเทศกัมพูชา	2560	ผลิตภัณฑ์สำหรับงานฉาบบางเพื่อปรับ ผิวให้เรียบ (Skim Coat) เคมีฉาบผนัง

หมายเหตุ : <sup>(1)</sup> โรงงานผลิตที่บริษัท กัปตัน โค้ทติ้ง จำกัด เป็นเจ้าของซึ่งมีผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้ากัปตัน และแยกต่างหากจาก  
โรงงานผลิตอีกสองแห่งในประเทศไทย อย่างไรก็ตาม เพื่อวัตถุประสงค์ในการใช้แนวปฏิบัติที่ดีและการบริหารต้นทุน  
ร่วมกัน เช่น การซื้อวัตถุดิบ โรงงานผลิตที่บริษัท กัปตัน โค้ทติ้ง จำกัด จึงได้สั่งซื้อวัตถุดิบร่วมกับโรงงานผลิตอีก  
สองแห่งของบริษัทฯ ในประเทศไทย

กำลังการผลิตของบริษัทฯ ส่วนที่ยังไม่ได้นำมาใช้ ณ ปัจจุบัน ทำให้บริษัทฯ สามารถปรับตัวเพื่อรองรับการ  
เติบโตของอุปสงค์ในอนาคต ทั้งนี้ กำลังการผลิตรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 และอัตราการใช้กำลังการผลิตของ  
โรงงานผลิตของบริษัทฯ สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558 และ 2559 และ 2560 สรุปดังนี้

โรงงาน	กำลังการผลิตรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 (ล้านแกลลอน/ปี)	อัตราการใช้กำลังการผลิต สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม		
		2558	2559	2560
ประเทศไทย	74.1	59.0	59.7	54.5
โรงงานบางนา	50.4	65.5	68.1	62.8
โรงงานอื่น <sup>(2)</sup>	23.7	44.0	41.4	36.7
เขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ไม่รวมประเทศไทย) <sup>(3)</sup>	13.9	32.9	33.7	34.7
รวม	88.0 <sup>(4)</sup>	54.8	55.5	51.3

หมายเหตุ : <sup>(1)</sup> อัตราการใช้กำลังการผลิตดังกล่าวคำนวณโดยปรับรายการเป็นยอดเต็มปี (Annualized) โดยคำนวณจากการทำงาน  
สามกะต่อวัน และโรงงานผลิตเปิดดำเนินการตลอด 24 ชั่วโมง

<sup>(2)</sup> โรงงานอื่น หมายถึง โรงงานลำโพง และโรงงานสมุทรปราการ

<sup>(3)</sup> ไม่รวมอัตราการใช้กำลังการผลิตของโรงงานผลิตภายใต้ TOA Skim Coat (Cambodia) Co., Ltd.

<sup>(4)</sup> กำลังการผลิตรวมดังกล่าวไม่ได้สะท้อนกำลังการผลิตที่คาดว่าจะลดลงจากการปิดโรงงานย่างกุ้ง ซึ่งจะย้ายไปยังเขต  
เศรษฐกิจพิเศษติละวาในประเทศเมียนมาร์

## (2) วัตถุดิบ

ต้นทุนวัตถุดิบเป็นสัดส่วนที่สำคัญที่สุดของต้นทุนขายของบริษัทฯ ต้นทุนวัตถุดิบคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 68.0 ร้อยละ 66.4 และร้อยละ 67.0 ของต้นทุนขายสำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558 2559 และ 2560 ตามลำดับ วัตถุดิบหลักของบริษัทฯ ที่ใช้สำหรับการผลิตผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้แก่

- ผงสี: ผงสีให้สีช่วยใน การปิดบังพื้นผิวและเคลือบพื้นผิว รวมถึงคุณสมบัติในการปกป้องแก่สี เช่น การป้องกันการกัดกร่อนและความทนทานต่อสภาพอากาศ ไทเทเนียมไดออกไซด์ ซึ่งเป็นผงสีชนิดที่ให้ความขาว ความสว่าง การปิดบังพื้นผิวและการป้องกันความเสียหายจากแสงอาทิตย์ เป็นวัตถุดิบหลักสำหรับผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ซึ่งบริษัทฯ ซื้อจากตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทยและนำเข้าจากต่างประเทศ เช่น ประเทศสิงคโปร์ ไต้หวัน สหรัฐอเมริกา และออสเตรเลีย
- สารยัดเกาะ: สารยัดเกาะเป็นสารที่ยึดส่วนผสมของผลิตภัณฑ์สีหรือสารเคลือบผิวเข้าด้วยกันและช่วยให้ผลิตภัณฑ์ยึดเกาะกับพื้นผิวได้ สารยัดเกาะประเภทกาว (อะคริลิกหรือสไตรีนอะคริลิก) โดยปกติแล้วจะนำไปใช้สำหรับผลิตภัณฑ์สีทาอาคารที่มีตัวทำละลายเป็นน้ำ ในขณะที่สารยัดเกาะเรซินจะนำไปใช้ในผลิตภัณฑ์ที่มีตัวทำละลายเป็นสารประกอบอินทรีย์ สารยัดเกาะมีหลายประเภทรวมถึง อะคริลิกโพลีเมอร์ 100% โพลียูรีเทน อีพอกซี และอัลคิด โดยบริษัทฯ ซื้อสารยัดเกาะในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ รวมทั้ง บริษัทฯ ยังผลิตสารยัดเกาะเรซินเองด้วย
- สารเพิ่มเนื้อสี: ส่วนผสมชนิดหนึ่งที่เป็นสารเจือยและสารประกอบอินทรีย์ซึ่งใช้เติมเป็นวัตถุดิบเพื่อเพิ่มคุณสมบัติของสี เช่น ทำให้ฟิล์มสีแข็งขึ้น ฟิล์มสีขจัดง่าย เป็นต้น สารเพิ่มเนื้อสีนั้นรวมถึง แคลเซียมคาร์บอเนต ซิลิกา ไมก้า ทัลคัม ยิปซัมและเคลย์ โดยบริษัทฯ ซื้อสารเพิ่มเนื้อสีทั้งจากผู้จัดจำหน่ายในประเทศและนำเข้าจากผู้จัดจำหน่ายในต่างประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกาและจีน
- สารทำละลาย: สารทำละลายอาจอยู่ในรูปของน้ำหรือสารทำละลายอินทรีย์ซึ่งถูกนำไปใช้ในการลดความหนืดของสีเพื่อทำให้ง่ายต่อการทาผลิตภัณฑ์เคลือบผิว สารทำละลายที่ใส่ในขั้นตอนแรกของการผสมและกวนผลิตภัณฑ์เป็นสารทำละลายตั้งต้นและสารทำละลายร่วมที่ใส่ในขั้นตอนการผลิตสีช่วงเติมสารยัดหรือสีนำสี (Letdown) บริษัทฯ ซื้อสารทำละลายทั้งจากผู้จัดจำหน่ายในประเทศและนำเข้าจากผู้จัดจำหน่ายในต่างประเทศ
- สารเติมแต่ง: สารเติมแต่งช่วยเพิ่มคุณสมบัติให้กับผลิตภัณฑ์เคลือบผิว เช่น ความทนทานต่อเชื้อรา และแบคทีเรีย ความสามารถในการขัดล้างได้ง่ายและความทนทานต่อการทำความสะอาด ทนทานต่อแสงอัลตราไวโอเลต เพิ่มความยืดเกาะและความยืดหยุ่น เป็นต้น บริษัทฯ ซื้อสารเติมแต่งทั้งจากในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ
- บรรจุภัณฑ์: บรรจุภัณฑ์โดยหลักๆ จะประกอบด้วยกระป๋องพลาสติกและฝาสำหรับผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิว

ราคาของวัตถุดิบหลักดังกล่าวส่วนใหญ่เป็นไปตามราคาน้ำมัน และอุปสงค์และอุปทานของวัตถุดิบหลักนั้นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ราคาของสารไทเทเนียมไดออกไซด์ที่เป็นวัตถุดิบหลักสำหรับผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซึ่งเป็นราคาที่กำหนดตามราคาตลาดโลกและขึ้นอยู่กับราคาสินค้าโภคภัณฑ์ซึ่งสอดคล้องกับอุปสงค์และอุปทานในระดับประเทศ ระดับภูมิภาคและระดับโลก บริษัทนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 9.4 ของมูลค่าวัตถุดิบทั้งหมดที่ซื้อเพื่อใช้ในการผลิตสำหรับปีบัญชี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 ราคาของวัตถุดิบดังกล่าวโดยปกติจะผันผวนตามอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและราคาของผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี

บริษัท มีความสัมพันธ์อันดีและยาวนานกับผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบหลักมาเป็นระยะเวลานานและรักษาความสัมพันธ์กับผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบหลายรายสำหรับวัตถุดิบขั้นต้นเพื่อป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบที่อาจเกิดขึ้น และ/หรือการปรับขึ้นของราคาอย่างมีนัยสำคัญ บริษัท ยังเป็นลูกค้ารายสำคัญของผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบรายใหญ่ในเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน นอกจากนี้ บริษัท ยังมีการจัดประชุมเป็นระยะๆ เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆ แนวโน้มในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สีทาอาคารระดับโลก และข้อมูลทางการตลาด รวมทั้งเพื่อหารือเกี่ยวกับโอกาสความเป็นไปได้ในการร่วมมือกัน

บริษัท ดำเนินงานค้นหาผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบคุณภาพสูงอย่างต่อเนื่องและบริษัท ยังพิจารณาแหล่งวัตถุดิบทดแทนและวิธีการแก้ปัญหาโดยใช้เทคโนโลยีเพื่อลดต้นทุนอย่างต่อเนื่อง วิธีการลดต้นทุนอื่นๆ รวมถึงการลดปริมาณวัตถุดิบที่ต้องใช้ในสูตรการผลิตของบริษัท ด้วย เช่น บริษัท ได้วิเคราะห์หาวิธีการลดปริมาณไทเทเนียมไดออกไซด์ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อลดปริมาณการใช้ไทเทเนียมไดออกไซด์และทำให้ต้นทุนลดลง

### (3) ผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัท มีผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบที่บริษัท ทำการซื้อขายวัตถุดิบหลักจำนวนหลายราย สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558 2559 และ 2560 มูลค่าการสั่งซื้อจากผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบปริมาณสูงสุดห้ารายแรกคิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 35.3 ร้อยละ 34.6 และร้อยละ 37.1 ของมูลค่าการจัดซื้อวัตถุดิบทั้งหมดของบริษัท ตามลำดับ และบริษัท ไม่มีผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบรายใดที่มีมูลค่าการซื้อขายมากกว่าร้อยละ 10.0 ของต้นทุนขายทั้งหมด สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2558 2559 และ 2560

บริษัท ชำระเงินค่าซื้อวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ สินค้าซื้อขายไป และค่าบริการให้แก่ผู้จัดจำหน่ายและผู้ให้บริการเป็นเงินบาทและเงินสกุลต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐ โดยคิดเป็นอัตราร้อยละดังนี้

สกุลเงิน	2558	2559	2560
เงินสกุลบาท	88.9	90.4	91.4
เงินสกุลดอลลาร์สหรัฐ	9.8	8.2	7.2

บริษัทฯ อาจเข้าทำสัญญาซื้อวัตถุดิบล่วงหน้าเพื่อบริหารจัดการความเสี่ยงกรณีวัตถุดิบขึ้นราคาโดยปกติแล้ว บริษัทฯ จะไม่บริหารความเสี่ยงโดยใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินหรือตราสารอนุพันธ์เนื่องจากบริษัทฯ เชื่อว่าคู่แข่งสำคัญรายอื่นนำเข้าจากผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบที่คล้ายคลึงกันและซื้อขายโดยใช้สกุลเงินต่างประเทศเช่นเดียวกัน

บริษัทฯ พิจารณาคัดเลือกผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบจากปัจจัยด้านต่างๆ เช่น คุณภาพวัตถุดิบ ความมีประสิทธิภาพ ความน่าเชื่อถือ กำลังการผลิต ราคา และการบริการ เป็นต้น บริษัทฯ จะไม่มีการพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบรายใดรายหนึ่งโดยเฉพาะสำหรับการจัดหาวัตถุดิบเนื่องจากบริษัทฯ สามารถดำเนินงานเข้าทำสัญญากับผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบรายอื่นได้ ยกเว้นสารไนโตรเซลลูโลส ซึ่งผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบสารไนโตรเซลลูโลสในประเทศไทยมีการผูกขาดตลาดเนื่องจากเป็นผู้ผลิตรายเดียวในประเทศไทยที่ได้รับใบอนุญาตจากกระทรวงกลาโหมในการผลิตสารไนโตรเซลลูโลส นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีความสามารถในการผลิตวัตถุดิบบางประเภทที่จำเป็นต้องใช้ภายในบริษัทฯ ได้ เช่น สารยึดเกาะ รวมทั้งบริษัทฯ ยังมีความสามารถในการใช้วัตถุดิบทางเลือกเพื่อทดแทนวัตถุดิบเดิมได้ หากมีความจำเป็น ตัวอย่างเช่นในปี 2560 บริษัทฯ สามารถผลิตสารยึดเกาะอัลคิตเพื่อใช้ภายในกระบวนการผลิตของบริษัทฯ ได้โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 69% ของมูลค่าสารอัลคิตที่ใช้ และจัดหาในส่วนที่เหลือจากภายนอก บริษัทฯ อยู่ระหว่างการศึกษาความเป็นไปได้ในการเปลี่ยนจากการใช้สารไนโตรเซลลูโลสในสูตรผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เป็นการใช้อะคริลิกเพื่อลดโอกาสการขาดแคลนหรือการไม่สามารถจัดหาสารไนโตรเซลลูโลส

#### (4) หนังสืออนุญาตและใบอนุญาตที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการของบริษัทฯ

ในการประกอบกิจการของบริษัทฯ นั้น บริษัทฯ จำเป็นต้องมีใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงานและใบอนุญาตในการครอบครองวัตถุดิบต่างๆ โดยมีใบอนุญาตที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

บริษัทฯ และบริษัทย่อย	ขอบเขต	อายุใบอนุญาต
<b>TOA:</b>		
ใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงานประเภท 45(1) (สำหรับโรงงานบางนา)	เพื่อผลิตสีน้ำพลาสติก สีน้ำมัน สีสำหรับพ่นรถยนต์และเคลียร์แลคเกอร์	จนถึง 1 มกราคม 2563
ใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงานประเภท 45(1), (3) (สำหรับโรงงานสำโรง)	เพื่อผลิตสีและแลคเกอร์ น้ำยาลอกสีและไวต์สปีด	จนถึง 1 มกราคม 2566
ใบอนุญาตประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ (สำหรับโรงงานบางนา)	เพื่อประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพประเภทการผลิตสีโดยใช้เครื่องจักรที่มีกำลังรวมกันเกินกว่า 20 แรงม้า	จนถึง 29 เมษายน 2561 (ดำเนินการต่ออายุแล้ว อยู่ระหว่างรอใบอนุญาตฉบับใหม่)
ใบอนุญาตประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ (สำหรับโรงงานบางนา)	เพื่อประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพประเภทการผลิต การบรรจุ การสะสม การขนส่งกรด – ด่าง สารออกซิไดส์ หรือสารตัวทำละลาย	จนถึง 13 เมษายน 2562
ใบอนุญาตประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ (สำหรับโรงงานสำโรง)	เพื่อประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพประเภทการผลิตสี	จนถึง 13 กุมภาพันธ์ 2562

บริษัทฯ และบริษัทย่อย	ขอบเขต	อายุใบอนุญาต
ใบอนุญาตผลิตหรือใช้พลังงานปริมาณจากเครื่องกำเนิดรังสี (สำหรับโรงงานบางนา)	เพื่อผลิตและใช้พลังงานปริมาณจากเครื่องกำเนิดรังสีเพื่อใช้ประโยชน์ทางด้านอุตสาหกรรม	จนถึง 12 พฤศจิกายน 2565
ใบอนุญาตให้ผลิตพลังงานควบคุม (สำหรับโรงงานบางนา)	เพื่อผลิตพลังงานควบคุมสำหรับใช้ในธุรกิจสีและผลิตภัณฑ์ปกคลุมพื้นผิว	จนถึง 19 ธันวาคม 2560 (ดำเนินการต่ออายุแล้ว อยู่ระหว่างรอใบอนุญาตฉบับใหม่)
ใบอนุญาตมีสิ่งยุทธภัณฑ์ (สำหรับโรงงานบางนา)	เพื่อครอบครองสารผสม ซึ่งประกอบด้วยซัลเฟอร์ไดออกไซด์ไม่เกินร้อยละ 15 ส่วนที่เหลือเป็นสารอื่นๆ โดยซัลเฟอร์ไดออกไซด์ผสมอยู่	จนถึง 14 ธันวาคม 2561
ใบอนุญาตมีสิ่งยุทธภัณฑ์ (สำหรับโรงงานสำโรง)	เพื่อครอบครองสารในโตรเซลลูโลส	จนถึง 7 กันยายน 2561
ใบอนุญาตประกอบกิจการ สถานที่บรรจุก๊าซปิโตรเลียมเหลว ประเภทห้องบรรจุ (โรงงานสำโรง)	เพื่อประกอบกิจการควบคุมประเภทที่ 3 ตามมาตรา 17(3) แห่ง พ.ร.บ. ควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ. 2542	จนถึง 31 ธันวาคม 2561
ใบอนุญาตประกอบกิจการ สถานที่เก็บรักษาน้ำมัน ลักษณะที่สาม (สำหรับโรงงานบางนา)	เพื่อประกอบกิจการควบคุมประเภทที่ 3 ตามมาตรา 17(3) แห่ง พ.ร.บ. ควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ. 2542	จนถึง 31 ธันวาคม 2561
<b>บริษัท กัปตัน โค้ทติ้ง จำกัด</b>		
ใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงานประเภท 45(1)	เพื่อผลิตสีน้ำพลาสติก	จนถึง 1 มกราคม 2563
ใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงานประเภท 45(1)	เพื่อผสมสีบรรจุใส่ในกระป๋องสเปรย์และสีน้ำมัน	จนถึง 1 มกราคม 2566
ใบอนุญาตประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ	เพื่อประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพในกิจการ (1) การผลิต การบรรจุ การสะสม การขนส่งกรด-ด่าง สารออกซิไดส์ หรือสารตัวทำลาย (2) การผลิตสีหรือน้ำมันผสมสีโดยใช้เครื่องจักรที่มีกำลังเกินกว่า 20 แรงม้า	จนถึง 25 เมษายน 2561 (ดำเนินการต่ออายุแล้ว อยู่ระหว่างรอใบอนุญาตฉบับใหม่)
<b>TOA Paint (Vietnam) Co., Ltd.:</b>		
ใบรับรองการจดทะเบียนธุรกิจ	เพื่อจดทะเบียนการก่อตั้ง TOA Paint (Vietnam) Co., Ltd. ในประเทศเวียดนาม	ไม่มีวันหมดอายุ
ใบรับรองการจดทะเบียนการลงทุน	เพื่อประกอบกิจการโครงการลงทุนในการผลิตสี นำเข้า-ส่งออก จัดจำหน่ายสี กระดาษทราย กาว ในประเทศเวียดนาม	30 กันยายน 2588
ใบรับรองการจดทะเบียนการประกอบกิจการสำนักงานสาขา	เพื่อจดทะเบียนการก่อตั้งสาขาในเมืองฮานอย	ไม่มีวันหมดอายุ

บริษัท และบริษัทย่อย	ขอบเขต	อายุใบอนุญาต
ใบรับรองการจดทะเบียนการประกอบกิจการสำนักงานผู้แทน	เพื่อจดทะเบียนการก่อตั้งสำนักงานผู้แทนในนาตรง์ เกิ่นเทอ กวีญิน ดานัง และโฮจิมินห์	ไม่มีวันหมดอายุ
ใบอนุญาตในการขาย	เพื่อแสดงสิทธิในการจัดจำหน่าย (โดยไม่จำเป็นก่อตั้งร้านค้าส่ง หรือร้านค้าปลีก) สำหรับสินค้าภายใต้รหัส VSIC ดังต่อไปนี้ (1) รหัส VSIC 4663 เพื่อขายส่งวัสดุติดตั้งอุปกรณ์ในการก่อสร้าง ซึ่งรวมถึงสีและวานิช (2) รหัส VSIC 4669 เพื่อขายส่งผลิตภัณฑ์นอกเหนือจากที่ระบุไว้แล้วในประเภทอื่น ซึ่งรวมถึงสารเคมีอุตสาหกรรม	จนถึงวันที่ 30 กันยายน 2588
ใบรับรองสินค้า	เพื่อแสดงการรับรองคุณภาพสินค้าของ TOA Paint (Vietnam) Co., Ltd. ก่อนจำหน่ายในประเทศเวียดนาม	จนถึงวันที่ 29 กรกฎาคม 2561 (สำหรับใบรับรองบางส่วน) และวันที่ 25 พฤศจิกายน 2561 (สำหรับใบรับรองส่วนที่เหลือ)
<b>PT TOA Paint Indonesia:</b>		
บัตรลงทุน	เพื่อประกอบกิจการในประเทศอินโดนีเซีย	ไม่มีวันหมดอายุจนกว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงประเภทธุรกิจ
ใบอนุญาตประกอบกิจการ	เพื่อประกอบกิจการอุตสาหกรรมสีและหมึกพิมพ์	ไม่มีวันหมดอายุจนกว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงชื่อและข้อมูลในเอกสาร
<b>TOA Paint (Laos) Co., Ltd.:</b>		
บัตรลงทุน	เพื่อผลิตและจำหน่ายสีน้ำ สีน้ำมัน สีอุตสาหกรรม และทินเนอร์ผสมสี	จนถึง 22 เมษายน 2565
ใบอนุญาตดำเนินการกิจการโรงงาน	เพื่อผลิตสีน้ำ สีน้ำมัน สีอุตสาหกรรม และทินเนอร์ เพื่อจัดจำหน่ายในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	จนถึง 5 กรกฎาคม 2563
ใบอนุญาตยั่งยืนสิ่งแวดล้อม	ผู้พัฒนาโครงการต้องใส่ใจในการคุ้มครอง ติดตามการตรวจสอบ ต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมชาติ ให้สอดคล้องตามคำแนะนำกระบวนการศึกษาเบื้องต้น เกี่ยวกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากโครงการลงทุน และกิจการต่างๆ ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ได้รับในใบรับรองนี้	จนถึง 9 กุมภาพันธ์ 2562



บริษัทฯ และบริษัทย่อย	ขอบเขต	อายุใบอนุญาต
<b>TOA Paint (Myanmar) Co., Ltd.:</b>		
บัตรลงทุน	เพื่อผลิตและทำการตลาดสีทุกชนิด	จนถึง 19 กันยายน 2606
แบบใบอนุญาต (Form of Permit)	เพื่อผลิตและทำการตลาดสีทุกชนิด	จนถึง 28 พฤษภาคม 2561
ใบอนุญาตประกอบกิจการอุตสาหกรรม	เพื่อผลิตและจัดจำหน่ายสีทุกชนิด	จนถึง 31 มีนาคม 2561
<b>TOA Coating (Myanmar) Co., Ltd.:</b>		
แบบใบอนุญาต (Form of Permit)	เพื่อผลิตและจำหน่ายสีทุกประเภท	จนถึง 4 มิถุนายน 2607
บัตรลงทุน	เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และสีอุตสาหกรรม	ตลอดระยะเวลาของการดำเนินการภายใต้เงื่อนไขว่า การเริ่มโครงการและการเริ่มดำเนินงานเชิงพาณิชย์จะต้องเกิดขึ้นภายในกำหนดระยะเวลาที่ระบุไว้ในบัตรลงทุน
<b>TOA Paint Product Sdn. Bhd.</b>		
ใบอนุญาตประกอบธุรกิจ	เพื่อผลิตสีและโฆษณา	จนถึง 31 ธันวาคม 2561
ใบอนุญาตผลิต	เพื่อผลิตสีเคลือบเงาและสีน้ำอิมัลชัน	ไม่มีวันหมดอายุ
<b>TOA Skim Coat (Cambodia) Co., Ltd.</b>		
ใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน	เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์สำหรับงานฉาบบางเพื่อปรับผิวให้เรียบ (Skim Coat)	จนถึง 29 มิถุนายน 2563

##### (5) สิ่งแวดล้อม อาชีวอนามัย และความปลอดภัยในการทำงาน

บริษัทฯ มีแผนควบคุมความเสี่ยงและแผนลดความเสี่ยงซึ่งรวมถึง การกำหนดขั้นตอนการดำเนินงาน วิธีปฏิบัติงาน และแผนสำหรับเหตุฉุกเฉิน ที่เตรียมไว้เพื่อป้องกันความเสี่ยงดังกล่าว โรงงานผลิตทั้งหมดของบริษัทฯ ดำเนินงานภายใต้นโยบายด้านความปลอดภัยของบริษัทฯ ฉบับเดียวกันและปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านความปลอดภัยของแต่ละประเทศ สำหรับโรงงานผลิตของบริษัทฯ ในประเทศมาเลเซีย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และประเทศเมียนมาร์ ได้มีการปฏิบัติตามเฉพาะข้อกำหนดขั้นต่ำของกฎระเบียบด้านความปลอดภัยของรัฐบาลในประเทศดังกล่าว

บริษัทฯ ได้นำโปรแกรมบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมมาใช้ตลอดการดำเนินงานของบริษัทฯ ซึ่งถูกออกแบบมาเพื่อให้การดำเนินงานของบริษัทฯ ส่งผลกระทบท่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด โปรแกรมดังกล่าวรวมถึงการบำบัดและทิ้งน้ำเสีย การหยุดใช้สารเคมีที่เป็นอันตราย เช่น สารเคมีที่ประกอบด้วยก๊าซคลอโรฟลูออโรคาร์บอน และมาตรการควบคุมและป้องกันการรั่วไหลของน้ำมัน และสารเคมีที่เป็นพิษ บริษัทฯ ยังได้จัดให้มีหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อสนับสนุนให้พนักงานของบริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของสุขภาพ ความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้จัดทำแผนสังเกตการณ์และตรวจสอบทั้งยังมีแผนฝึกซ้อมรับมือกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน ซึ่งทำให้

บริษัทฯ มีการเตรียมการที่จะรับมือกับการหยุดชะงักของการดำเนินงานที่เกิดจากสภาพอากาศ ภัยธรรมชาติ และเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจากมนุษย์

บริษัทฯ ต้องปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบหลายฉบับที่ใช้บังคับอยู่ในประเทศที่บริษัทฯ ประกอบกิจการอยู่ซึ่งมีการกำกับดูแลเกี่ยวกับการคุ้มครองสิ่งแวดล้อม สุขภาพ และความปลอดภัย รวมถึงการปล่อยมลพิษออกสู่อากาศและน้ำและการบริหารจัดการและกำจัดวัตถุดิบอันตราย โดยในปี 2560 บริษัทฯ มีเหตุการณ์ด้านความปลอดภัยเกิดขึ้นเป็นจำนวน 6 เหตุการณ์ เนื่องจากบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญต่อการปรับปรุงแก้ไขทางด้านสุขภาพ ความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น ทำให้อัตราการเกิดอุบัติเหตุในสถานที่ทำงานของบริษัทฯ ระหว่างปี 2560 ลดลงจากปี 2558 ถึง ร้อยละ 75 นอกจากนี้ โรงงานผลิตของบริษัทฯ และเวียดนามมีการวัดผลการดำเนินงานด้านความปลอดภัยโดยใช้มาตรฐานการบันทึกอุบัติเหตุตามมาตรฐาน OHSAS 18001 ซึ่งจะรวมถึงการวัด จำนวนอุบัติเหตุ อัตราการบาดเจ็บและจำนวนเหตุอัคคีภัย เป็นต้น โรงงานผลิตของบริษัทฯ ใน ประเทศไทยและเวียดนาม ยังปฏิบัติตามมาตรฐาน ISO 14001 สำหรับระบบบริหารจัดการ สิ่งแวดล้อมด้วย

บริษัทฯ เชื่อว่าโรงงานผลิตและสถานที่กระจายสินค้าและผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของบริษัทฯ ดำเนินงาน ตามข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมที่สำคัญที่ใช้บังคับอยู่ในปัจจุบัน รวมถึงการถือใบอนุญาตประกอบ กิจการที่จำเป็นภายใต้ข้อกำหนดเหล่านั้นสำหรับสถานประกอบการของบริษัทฯ

#### (6) รางวัลและการรับรองมาตรฐาน

ตราสินค้าของบริษัทฯ ได้รับรางวัลมากมายตลอดหลายปีที่ผ่านมา ตารางต่อไปนี้แสดงรางวัลที่ บริษัทฯ ได้รับในช่วงระยะเวลาตามที่ระบุไว้

2558	2559	2560
<ul style="list-style-type: none"> <li>รางวัล Thailand's Most Admired Brand 2015 จากนิตยสาร BrandAge (4 ปีติดต่อกัน)</li> <li>รางวัล No. 1 Brand Thailand 2015 จากนิตยสาร Marketeer (3 ปีติดต่อกัน)</li> <li>รางวัล Thailand's Most Admired Company 2015 จากนิตยสาร BrandAge</li> <li>รางวัล The Most Powerful Brand 2015 จาก Baramizi Trend and Design Research Lab</li> <li>รางวัล Best Practices Award 2015 จาก Frost &amp; Sullivan</li> <li>รางวัล World Branding Awards 2015 จาก World Branding Forum</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>รางวัล Thailand's Most Admired Brand จากนิตยสาร BrandAge (5 ปีติดต่อกัน)</li> <li>รางวัล No. 1 Brand Thailand 2016 จากนิตยสาร Marketeer (4 ปีติดต่อกัน)</li> <li>รางวัล Thailand's Most Admired Company 2016 จากนิตยสาร BrandAge (2 ปีติดต่อกัน)</li> <li>รางวัล The Most Powerful Brand 2016 of young Architech and Interior Designers จาก Baramizi Trend and Design Research Lab (2 ปีติดต่อกัน)</li> <li>ฉลากประหยัดพลังงานประสิทธิภาพสูง ผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร โดยกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน กระทรวงพลังงาน ประจำปี 2559</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>รางวัล Thailand's Most Admired Brand 2017 จากนิตยสาร BrandAge (6 ปีติดต่อกัน)</li> <li>รางวัล No. 1 Brand Thailand 2017 จากนิตยสาร Marketeer (5 ปีติดต่อกัน)</li> <li>รางวัล Thailand's Most Admired Company 2017 จากนิตยสาร BrandAge ประเภท สีทาอาคาร ในหมวดวัสดุก่อสร้าง (3 ปีติดต่อกัน)</li> <li>ฉลากประหยัดพลังงาน ประสิทธิภาพสูง ผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร โดยกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน</li> </ul>

2558	2559	2560
<ul style="list-style-type: none"> <li>รางวัล Thailand Kaizen Award-Gold (Genba Kaizen) และ Popular Vote 2015 (โรงงานบางนา) จากสมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี</li> <li>รางวัลรางวัลผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจสำหรับการจัดการของเสียที่ดีตามหลัก 3Rs (เหรียญทองแดง) จากกระทรวงอุตสาหกรรม (โรงงานบางนา)</li> <li>รางวัลการใช้ประโยชน์ของเสียได้ทั้งหมดจากกระทรวงอุตสาหกรรม</li> <li>รางวัลโครงการรณรงค์ลดอุบัติเหตุจากการทำงานให้เป็นศูนย์ ประจำปี 2558 (โรงงานสำโรง) จากกระทรวงแรงงาน</li> <li>รางวัลโครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมให้มีการพัฒนาด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR-DIW) ประจำปี 2558 (โรงงานสำโรง) จากกระทรวงอุตสาหกรรม</li> <li>รางวัลโครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมให้มีการพัฒนาด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR-DIW) ประจำปี 2558 (โรงงานบางนา) จากกระทรวงอุตสาหกรรม (2 ปีติดต่อกัน)</li> <li>รางวัลโครงการสถานประกอบการปลอดภัยเฉลิมพระเกียรติ 60 พรรษาสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี (โรงงานบางนา) จากกระทรวงแรงงาน</li> <li>รางวัลสถานประกอบการกิจการต้นแบบดีเด่นด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน ระดับประเทศ ติดต่อกัน 2 ปี ระดับทอง ประจำปี 2558 (โรงงานบางนา) จากกระทรวงแรงงาน</li> <li>รางวัลสถานประกอบการดีเด่นด้านความปลอดภัย ระดับจังหวัด (โรงงานสำโรง) จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน</li> <li>รางวัลมาตรฐานการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดในสถานประกอบการ (โรงงานบางนา) จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน</li> <li>รางวัลพัฒนาโลจิสติกส์อุตสาหกรรมดีเด่น (ด้านการพัฒนาและลดต้นทุนขนส่ง) ประจำปี 2558 จากกรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>รางวัล Thailand Kaizen Award 2016-Gold (Innovation Kaizen) และ Popular Vote 2016 (โรงงานบางนา) จากสมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี</li> <li>รางวัลโครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมให้มีการพัฒนาด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR-DIW) ประจำปี 2559 (โรงงานบางนา) จากกระทรวงอุตสาหกรรม (3 ปีติดต่อกัน)</li> <li>รางวัลโครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมให้มีการพัฒนาด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR-DIW) ประจำปี 2559 (โรงงานสำโรง) จากกระทรวงอุตสาหกรรม (2 ปีติดต่อกัน)</li> <li>รางวัลสถานประกอบการกิจการต้นแบบดีเด่นด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน ประจำปี 2559 ระดับประเทศ ระดับทอง (โรงงานสำโรง) จากกระทรวงแรงงาน</li> <li>รางวัลสถานประกอบการกิจการต้นแบบดีเด่นด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน ระดับประเทศ ติดต่อกัน 3 ปี ระดับทอง ประจำปี 2559 (โรงงานบางนา) จากกระทรวงแรงงาน</li> <li>รางวัลสถานประกอบการกิจการปลอดโรคปลอดภัย ภายใต้อิทธิพลระดับประเทศ ประจำปี 2559 (โรงงานสำโรง) จากกระทรวงสาธารณสุข</li> </ul>	<p>กระทรวงพลังงาน ประจำปี 2559 - 2560 (2 ปีติดต่อกัน)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>รางวัลสถานประกอบการดีเด่นด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการแรงงาน ประจำปี 2560 ระดับประเทศ (โรงงานบางนาและโรงงานสำโรง) จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน</li> <li>รางวัลโครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมให้มีการพัฒนาด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR-DIW) ประจำปี 2560 (โรงงานบางนา) จากกระทรวงอุตสาหกรรม (4 ปีติดต่อกัน)</li> <li>รางวัลโครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมให้มีการพัฒนาด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR-DIW) ประจำปี 2560 (โรงงานสำโรง) จากกระทรวงอุตสาหกรรม (3 ปีติดต่อกัน)</li> <li>รางวัลสถานประกอบการกิจการต้นแบบดีเด่นด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน ประจำปี 2560 ระดับประเทศ ปีที่ 2 ติดต่อกัน ระดับทอง (โรงงานสำโรง) จากกระทรวงแรงงาน</li> <li>รางวัลสถานประกอบการกิจการต้นแบบดีเด่นด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน ประจำปี 2560 ระดับประเทศ ปีที่ 4 ติดต่อกัน ระดับทอง (โรงงานบางนา) จากกระทรวงแรงงาน</li> </ul>

ณ วันที่ของเอกสารฉบับนี้ บริษัทฯ ได้รับมาตรฐานการรับรองจำนวนมาก รวมถึงมาตรฐานการรับรองดังต่อไปนี้ ในประเทศตามที่ระบุไว้:

- ระบบบริหารคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001:2015 (ประเทศไทย)
- ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมมาตรฐาน ISO 14001:2015 (ประเทศไทย)
- ระบบจัดการพลังงานมาตรฐาน ISO 50001:2011 สำหรับกระบวนการผลิตสีน้ำอิมัลชันของบริษัท (ประเทศไทย)
- ระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยมาตรฐาน OHSAS 18001:2007 และ TIS 18001:2011 (ประเทศไทย)
- ข้อกำหนดทั่วไปสำหรับความสามารถของห้องปฏิบัติการทดสอบและสอบเทียบมาตรฐาน ISO/IEC 17025:2005 (ประเทศไทย)
- รางวัลการจัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร หรือองค์กรลดโลกร้อน (Carbon Footprint for Organization or Climate Change Navigator) (ประเทศไทย)
- การจัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ หรือฉลากลดโลกร้อน ซุปเปอร์ชีลด์ (Supershield) ซุปเปอร์ชีลด์ ดูราคลีน เอ พลัส (Supershield DURACLEAN A+) ทีโอเอ ชิลด์ วัน นาโน (TOA Shield-1 Nano) ทีโอเอ รูฟเพ้นท์ ชันบล็อก (TOA Roof Paint Sunblock) โฟร์ซีซั่นส์ (4 seasons) และเอ็กซ์ตร้าปาม (Extrapam) (ประเทศไทย)
- การรับรองผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว – การรับรองผลิตภัณฑ์ปลอดสารปรอทและตะกั่ว (ประเทศไทย)
- ระบบบริหารคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001:2015 (ประเทศเวียดนาม)
- ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมมาตรฐาน ISO 14001:2015 (ประเทศเวียดนาม)
- ระบบจัดการพลังงานมาตรฐาน ISO 50001:2011 สำหรับการออกแบบ การผลิต และการค้าผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิว (ประเทศเวียดนาม)
- ระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยมาตรฐาน OHSAS 18001:2007 (ประเทศเวียดนาม)
- Trusted Green : Thinking Green 2017 by Vietnam Enterprises Institute
- Quality Control Index 2017 certificate for Design, Manufacture and Trade of Paint, Coating Products and Chemicals for Construction paint Products for Domestic Market and Export by Institute of Economic research

## 2.2.5 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ไม่มี

### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

#### การบริหารความเสี่ยง

การบริหารความเสี่ยงเป็นกระบวนการการบริหารจัดการที่จำเป็นและมีความสำคัญในการช่วยให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยเฉพาะในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและแข่งขันสูง นอกจากนี้ระบบการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิผลยังคงเป็นองค์ประกอบสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าของกิจการในที่สุด

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงที่มีต่อการดำเนินงานขององค์กร จึงได้แต่งตั้งคณะทำงานบริหารความเสี่ยง และความต่อเนื่องทางธุรกิจขึ้น ภายใต้หลักธรรมาภิบาลที่ดี เพื่อทำหน้าที่ในการบริหารและควบคุมการบริหารความเสี่ยง ในแต่ละปีคณะทำงานบริหารความเสี่ยงและความต่อเนื่องทางธุรกิจจะกำหนดนโยบายการบริหารความเสี่ยงขึ้น แล้วมอบให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปปฏิบัติเพื่อให้การบริหารความเสี่ยงเป็นไปอย่างเป็นระบบ และดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน พร้อมทั้งกำหนดกฎ ระเบียบ รวมถึงวิธีการในการปฏิบัติงานบริหารความเสี่ยงให้ครอบคลุมกิจกรรมทั่วทั้งองค์กร กำหนดให้มีการตรวจสอบ วัดผลการดำเนินงาน การรายงานผลการปฏิบัติงานให้คณะกรรมการบริษัท และเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องรับทราบอย่างสม่ำเสมอ

บริษัทฯ กำหนดให้มีการดำเนินการบริหารองค์กรเป็นไปอย่างต่อเนื่อง และปรับปรุงการดำเนินการบริหารความเสี่ยงอยู่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยคำนึงถึงปัจจัยเสี่ยงทั้งภายในและภายนอกองค์กรซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

#### กรอบบริหารความเสี่ยง

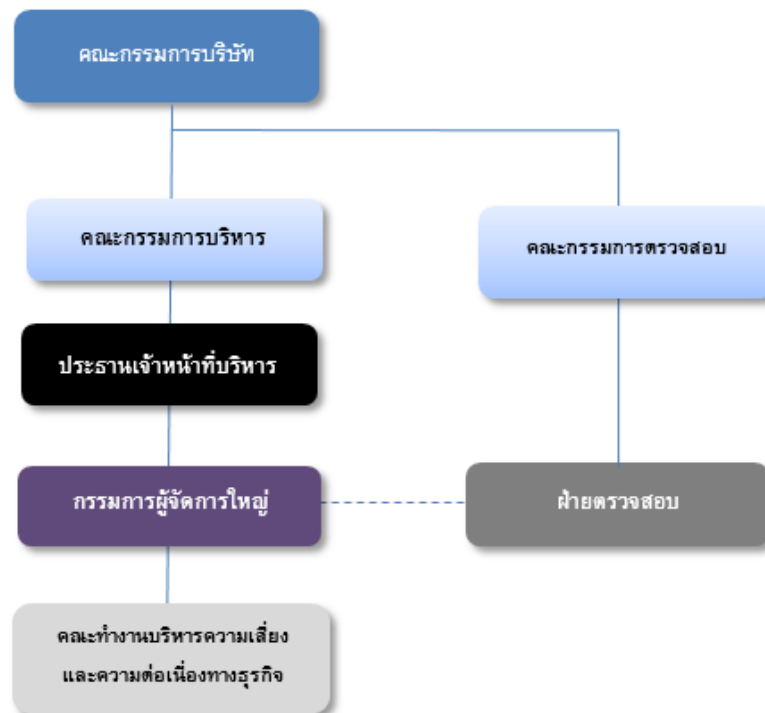
บริษัทฯ มีการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร ที่เป็นไปตามมาตรฐานสากล ที่ปฏิบัติโดยคณะกรรมการผู้บริหารและบุคลากรทุกคนในองค์กร โดยกระบวนการบริหารความเสี่ยงได้รับการออกแบบเพื่อให้สามารถบ่งชี้เหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นและมีผลกระทบต่อองค์กร และสามารถจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่องค์กรยอมรับ เพื่อให้ได้รับความมั่นใจอย่างสมเหตุสมผลในการบรรลุวัตถุประสงค์ที่องค์กรกำหนดไว้ โดยกรอบบริหารความเสี่ยงประกอบด้วย

##### 1. การกำหนดกลยุทธ์

บริษัทฯ มีการกำหนดวัตถุประสงค์และระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) ในการบริหารความเสี่ยงอย่างชัดเจน เพื่อให้การบริหารความเสี่ยงเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

## 2. โครงสร้างและความรับผิดชอบในการบริหารความเสี่ยง

ผังโครงสร้างบริหารความเสี่ยงของ บริษัทฯ แสดงให้เห็นตามแผนภาพ ดังนี้



### ความรับผิดชอบในการบริหารความเสี่ยง

#### คณะกรรมการบริษัท

มีหน้าที่ความรับผิดชอบโดยรวมในการกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงภายในองค์กร

#### คณะกรรมการตรวจสอบ

มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการพิจารณา สอบทานประสิทธิภาพของการควบคุมภายใน และติดตามผลการบริหารความเสี่ยง รวมทั้งประเมินผลการจัดการความเสี่ยงจากคณะทำงานบริหารความเสี่ยงและความต่อเนื่องทางธุรกิจ

#### คณะทำงานบริหารความเสี่ยงและความต่อเนื่องทางธุรกิจ

เพื่อให้การกำกับดูแลการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจที่ตั้งไว้ สร้างความมั่นใจและความน่าเชื่อถือในการดำเนินธุรกิจขององค์กร บริษัทฯ จึงแต่งตั้งคณะทำงานบริหารความเสี่ยง และความต่อเนื่องทางธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหารระดับสูงของแต่ละสายงาน และมีกรรมการผู้จัดการใหญ่เป็นประธานของคณะทำงาน โดยการกำหนดนโยบายความเสี่ยงต้องผ่านความเห็นชอบจากประธานเจ้าหน้าที่บริหารและคณะกรรมการบริหาร

### 3. กระบวนการบริหารความเสี่ยงองค์กร

บริษัทฯ กำหนดกระบวนการบริหารความเสี่ยง เพื่อให้ขั้นตอนและวิธีการในการบริหารความเสี่ยงเป็นไปอย่างมีระบบและดำเนินไปในทิศทางเดียวกันทั่วทั้งองค์กร โดยมีขั้นตอนสำคัญของกระบวนการบริหารความเสี่ยงองค์กร ประกอบด้วย 8 ขั้นตอน ดังนี้

- 1) สภาพแวดล้อมภายในองค์กร (Internal Environment)
- 2) การกำหนดวัตถุประสงค์ (Objective Setting)
- 3) การบ่งชี้เหตุการณ์ (Event Identification)
- 4) การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment)
- 5) การตอบสนองความเสี่ยง (Risk Response)
- 6) กิจกรรมการควบคุม (Control Activities)
- 7) ข้อมูลและการติดต่อสื่อสาร (Information and Communication)
- 8) การติดตาม (Monitoring)

กระบวนการบริหารความเสี่ยงที่ดำเนินการภายในคณะกรรมการมีความจำเป็นต้องได้รับการสื่อสารถึงการประเมินความเสี่ยงและการควบคุม ความสำเร็จในการบริหารความเสี่ยง การดูแลติดตามแนวโน้มของความเสี่ยงหลัก รวมถึงการเกิดเหตุการณ์ผิดปกติอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่า

- 1) เจ้าของความเสี่ยง (Risk Owner) มีการติดตาม ประเมินสถานการณ์ วิเคราะห์ และบริหารความเสี่ยงที่อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของตนอย่างสม่ำเสมอ และเหมาะสม
- 2) ความเสี่ยงที่มีผลกระทบสำคัญต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ได้รับการรายงานถึงความคืบหน้าในการบริหารความเสี่ยง และแนวโน้มของความเสี่ยงต่อผู้บริหารที่รับผิดชอบและคณะทำงานบริหารความเสี่ยงและความต่อเนื่องทางธุรกิจ ตามระบบควบคุมภายในที่วางไว้มีความเพียงพอ เหมาะสม มีประสิทธิผล และมีการนำมาปฏิบัติใช้จริงเพื่อป้องกัน หรือลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น รวมทั้งมีการปรับปรุงแก้ไขการควบคุมภายในอยู่เสมอเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์หรือความเสี่ยงที่เปลี่ยนไป
- 3) คณะทำงานบริหารความเสี่ยงและความต่อเนื่องทางธุรกิจ จะประสานงานให้ผู้บริหารที่รับผิดชอบความเสี่ยงรายงานสถานะความเสี่ยง รวมถึงกระบวนการบริหารความเสี่ยงให้ที่ประชุม คณะทำงานบริหารความเสี่ยงและความต่อเนื่องทางธุรกิจเพื่อทราบ/พิจารณาต่อไป
- 4) คณะทำงานบริหารความเสี่ยงและความต่อเนื่องทางธุรกิจต้องวิเคราะห์/ติดตามการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก รวมถึงการเปลี่ยนแปลงในความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ส่งผลให้ต้องมีการทบทวนการจัดการความเสี่ยงและการจัดลำดับความสำคัญ รวมถึงอาจนำไปใช้ในการทบทวนกรอบการบริหารความเสี่ยงโดยรวม
- 5) คณะทำงานบริหารความเสี่ยงและความต่อเนื่องทางธุรกิจ ต้องสรุปรายงานความคืบหน้าการบริหารความเสี่ยงตามแผนงานต่อประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และคณะกรรมการ



## ความเสี่ยงหลัก โอกาสในการดำเนินการธุรกิจ และกลยุทธ์ในการจัดการความเสี่ยง

ในปี 2560 บริษัทฯ ได้ประเมินความเสี่ยงที่สำคัญโดยมีความสอดคล้องกับประเด็นด้านความเสี่ยงดังนี้

### 1) ความเสี่ยงจากผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงข้อกำหนด กฎหมาย และระเบียบวิธีปฏิบัติ

ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับของหน่วยงานกำกับดูแล รวมทั้งความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ เมื่อเกิดการไม่ปฏิบัติตาม หรือปฏิบัติไม่ครบถ้วน จะเกิดความเสี่ยง จะส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กรโดยรวม การลงโทษ ค่าปรับ หรือเสียโอกาสทางธุรกิจ จนถึงปัจจุบันไม่พบข้อบกพร่องในเรื่องกฎหมายโรงงาน และข้อร้องเรียน เนื่องจากการบริหารจัดการดังนี้

- มีระบบการตรวจติดตามกฎหมาย การประเมินความสอดคล้องกฎหมายและการควบคุมการดำเนินการขององค์กรให้สอดคล้องกับกฎหมายโรงงานภายใต้ระบบการจัดการ TIS/OHSAS 18001 และ ISO 14001
- มีระบบการจัดทำเอกสารรายงานข้อมูลหน่วยงานราชการตามที่กฎหมายกำหนด มีเอกสารยืนยันผลการปฏิบัติตามกฎหมายกำหนดให้เจ้าหน้าที่หน่วยงานราชการตรวจสอบได้
- มีการจัดการข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบ มีหน่วยงานรับผิดชอบ สามารถตอบสนองข้อร้องเรียนได้ภายใน 24 ชม.
- มีการประชุมคณะทำงานความเสี่ยงและความต่อเนื่องทางธุรกิจทุกเดือน เพื่อทบทวนข้อกำหนด กฎหมายต่างๆ เดือนละครั้ง
- มีการสื่อสารเรื่องการบริหารจัดการความเสี่ยงและการควบคุมที่ดีให้กับพนักงานทุกระดับ เพื่อป้องกันการไม่ปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ และข้อบังคับ
- มีการจัดทำจรรยาบรรณ และสื่อสารให้กับพนักงานทุกระดับ เพื่อเป็นแนวทางที่เป็นประโยชน์สำหรับการปฏิบัติตน และรักษาหลักการสำคัญในการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปอย่างโปร่งใส ถูกต้องตามกฎหมาย และคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

### 2) ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบหลัก

แนวโน้มราคาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีความผันผวน และมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เนื่องจาก ผลกระทบจากภัยธรรมชาติ อาทิ พายุเฮอริเคนฮาร์วีย์และเออร์มา รวมทั้งผลกระทบจากการควบคุมสิ่งแวดล้อมอย่างเข้มงวดของรัฐบาลจีนในช่วงสองปีที่ผ่านมาเพื่อยับยั้งปัญหามลพิษ ทำให้ปริมาณการผลิตที่ได้ น้อยกว่าความต้องการใช้ ส่งผลต่อราคาของวัตถุดิบ

#### แนวทางการลดความเสี่ยง

- การเพิ่มประสิทธิภาพในการวางแผนการซื้อวัตถุดิบ การผลิต การบริหารการจัดการสินค้าคงคลัง การทำสัญญาจัดซื้อในระยะยาว เพื่อรองรับการผลิตได้อย่างสม่ำเสมอ
- ดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อลดต้นทุนด้วยการใช้วัตถุดิบทดแทนมากขึ้น โดยเน้นที่คุณภาพที่ส่งมอบให้ลูกค้าต้องเหมือนเดิม นอกจากนี้การพัฒนาความร่วมมือกับผู้ขายวัตถุดิบ จะช่วย

เสริมในเรื่องการจัดหาวัตถุดิบที่มีเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาทดแทน จะช่วยในการลดความเสี่ยงในเรื่องราคาและมีวัตถุดิบใช้งานอย่างต่อเนื่องได้

- คณะทำงานในการบริหารต้นทุน เพื่อลดความเสี่ยงจากความผันผวนของวัตถุดิบ และต้นทุนการผลิตอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่อง บริหารจัดการและควบคุมค่าใช้จ่ายต่อการผลิตให้ลดลง รวมทั้งมีการลดการใช้พลังงานไฟฟ้าในการผลิตสินค้าอย่างต่อเนื่อง
- คณะผู้บริหารจะมีการทบทวนราคาขายอย่างสม่ำเสมอ และมีการปรับราคาสินค้าในกลุ่มที่มีต้นทุนวัตถุดิบที่สูง เพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้ต้องมีการคำนึงถึงสภาวะการแข่งขัน และความเหมาะสมของการกำหนดราคาขายในแต่ละช่วงเวลา

### 3) ความเสี่ยงจากระบบสารสนเทศไม่สามารถใช้งานได้

บริษัทฯ มีระบบสนับสนุนงานด้านสารสนเทศบน Application ERP SAP ซึ่งเป็นระบบที่เชื่อมโยงการทำงานของกิจกรรมหลักๆ ทั้งหมดเข้าไว้ด้วยกัน เพื่อให้เกิดการดำเนินงานที่ถูกต้อง รวดเร็ว โปร่งใส และมีความน่าเชื่อถือสูง และได้เริ่มพัฒนาขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2553 ระบบดังกล่าวถือเป็น Application หลักระบบหนึ่งในการดำเนินธุรกิจ เช่น ระบบบริหารจัดการซื้อ การขายสินค้า ระบบบริหารสินค้าคงคลัง ระบบวางแผนและผลิตสินค้า และระบบบริหารการเงินและบัญชี เป็นต้น

หากระบบดังกล่าวไม่สามารถใช้งานได้ หรือเกิด Down Time ไม่ว่าจะมาจากสาเหตุใดก็ตาม จะทำให้เกิดความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง และเกิดความล่าช้าและความไม่สะดวกในการดำเนินงาน และเสียโอกาสในการขายอันหมายถึงรายได้ขององค์กร ดังนั้น บริษัทฯ จึงดำเนินการให้มีและจัดทำระบบสำรองที่เรียกว่า SAP Disaster Recovery Site เพื่อรองรับความเสี่ยง ช่วยให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ในกรณีที่เกิดภาวะฉุกเฉินที่อาจทำให้เกิดความเสียหายกับระบบหลักไม่ว่าจะมาจากสาเหตุใดก็ตาม ซึ่งระบบดังกล่าวมีความสามารถและคุณสมบัติดังนี้

- หากเกิดความเสียหายกับระบบหลัก ระบบสำรอง (SAP DR-Site) สามารถดำเนินการแทนระบบเดิมได้ทันทีหรือไม่เกิน 1 ชั่วโมง
- ระบบสำรอง (SAP DR-Site) จะมีข้อมูลที่ใกล้เคียงหรือเท่ากับระบบหลักตลอดเวลา จึงมั่นใจได้ว่า ข้อมูลสำคัญต่างๆ ในระบบจะไม่สูญหายหรือเสียหายไป
- หากเกิดภาวะฉุกเฉินจนพนักงานไม่สามารถเข้าปฏิบัติงานในสำนักงานหลักได้ ระบบสำรอง (SAP DR-Site) สามารถเข้าถึงและใช้งานได้จากทุกสถานที่ จึงทำให้มั่นใจได้ว่าการดำเนินธุรกิจจะไม่หยุดชะงัก

นอกจากนี้ บริษัทฯ มีแผนการดำเนินงานขยายกิจการไปยังต่างประเทศ โดยใช้ระบบ Application ERP SAP ให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วทั้งภูมิภาค และมีระบบ SAP Disaster Recover Site เป็นระบบสำรองให้กับต่างประเทศทั้งภูมิภาค เพื่อไม่ให้เกิดความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องเช่นกัน

#### 4) ความเสี่ยงด้านการขาดแคลนบุคลากรที่มีความสำคัญ

บริษัทฯ ตระหนักถึงการบริหารงานให้สำเร็จ มีข้ออยู่ที่ยากลำบาก การวางแผน และการบริหารงาน เพียงอย่างเดียว การบริหารคน ถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องทำควบคู่กันไปด้วย บริษัทฯ จึงมีการเตรียมความพร้อมสำหรับการนำเอามิติด้านงานทรัพยากรมนุษย์เป็นแนวทางในการบริหารพัฒนา และรักษาบุคลากร ดังนี้

##### Recruiting or Hiring Strategy

วิเคราะห์หาความต้องการของงาน คุณสมบัติของบุคลากรที่จะมาทำ เพื่อสรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเข้ามาทำงานในองค์กร โดยใช้เครื่องมือในการสรรหา ได้แก่ Competency Base Interview (CBI), Management Trainee (MT) เป็นโปรแกรมที่ใช้ในการคัดเลือกสรรหาคนใหม่ที่มีประสบการณ์และความสามารถ นอกจากนี้ยังมีโปรแกรม TOA Young Chemist Open House ด้วย

##### Retention Strategy

เพื่อรักษานักงานให้มีความรู้ความสามารถอยู่กับองค์กรนานๆ โดยใช้เครื่องมือ

- **Benefits & Welfares** ที่สามารถแข่งขันได้ตามหลักการบริหารค่าจ้างเงินเดือนเก่าอี 3 ขา
- งานประเมินผลงาน / ให้รางวัล (Performance & Reward Management)
- งานบริหารจัดการผู้มีความสามารถโดดเด่น (Talent Management) สรรหาคนเก่ง การคัดเลือกหรือระบุนเก่งขององค์กร พัฒนาคนเก่ง บริหารและจูงใจคนเก่ง รักษาคนเก่งไว้ในองค์กร เพื่อรักษาประสิทธิภาพขององค์กร ลดอัตราสูญเสียบุคลากรที่มีความรู้และประสบการณ์ และนำมาซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืน
- งานวางแผนสืบทอด / ความก้าวหน้าทางอาชีพ (Succession & Career Planning) จัดทำแผนสืบทอดตำแหน่ง (Succession Plan) ซึ่งเป็นผังของผู้บริหารระดับรองลงไปทีพร้อมจะรับตำแหน่งหลักแทนเจ้าของตำแหน่งเดิมในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งจะต้องสอดคล้องกับแผนการจัดการทรัพยากรบุคคลขององค์กร และวางแผนเกี่ยวกับสายอาชีพของพนักงานตามความสนใจของพนักงาน ตามขีดความสามารถของพนักงาน ศึกษาและสำรวจตำแหน่งงานต่างๆ ตลอดจนโอกาสที่จะเจริญก้าวหน้าในองค์กร
- **Training Roadmap** การโยกย้ายสับเปลี่ยนหมุนเวียนในงาน (Job Rotation), แผนพัฒนารายบุคคล (IDP), Employee Engagement Survey จัดให้มีการสำรวจความผูกพันของพนักงานและปัจจัยจูงใจที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน มีวัตถุประสงค์เพื่อรับทราบความคิดเห็นของพนักงาน สำหรับการวิเคราะห์ถึงปัญหา และนำไปพิจารณาเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยต่างๆ ให้ดีขึ้น ตลอดจนการพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป

#### 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

##### 4.1 เงินลงทุน

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีสำหรับกลุ่มลูกค้าทั่วไปในประเทศไทย รวมถึงลงทุนในบริษัทย่อยที่ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีสำหรับกลุ่มลูกค้าทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งตามงบการเงินเฉพาะกิจการ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีเงินลงทุนในบริษัทย่อย ดังต่อไปนี้

บริษัทย่อย	ลักษณะการประกอบธุรกิจ	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)	มูลค่าเงินลงทุน ตามราคาทุน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 (ล้านบาท) ตามที่ แสดงในงบ การเงินเฉพาะ กิจการ
บริษัท กัปตัน โค้ทติ้ง จำกัด	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคารและเคมีภัณฑ์	100.0	300.0
บริษัท บริติช เพ้นท์ส จำกัด	จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร	100.0	375.0
บริษัท โพรเฟสชันนัล พีซี เซอร์วิส จำกัด	ให้บริการด้านการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สีทาอาคารและเคมีภัณฑ์	100.0	5.0
บริษัท อิมเมจิกา จำกัด	จำหน่ายผลิตภัณฑ์สีตกแต่งพิเศษ	100.0	5.0
TOA Paint (Vietnam) Co., Ltd.	ผลิต นำเข้า และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคารและเคมีภัณฑ์	100.0	876.4
TOA Paint (Laos) Co., Ltd.	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคารและผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น	100.0	80.3
TOA Paint Products Sdn. Bhd.	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคารและเคมีภัณฑ์	100.0	93.2
TOA Coating Sdn. Bhd.	นำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคารและเคมีภัณฑ์	100.0	57.6
PT TOA Paint Indonesia	นำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคารและผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น	75.0	78.6
TOA Paint (Myanmar) Company Limited	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น	65.0	26.5
PT TOA Coating Indonesia	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และ	99.0	463.6

บริษัทย่อย	ลักษณะการประกอบธุรกิจ	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)	มูลค่าเงินลงทุน ตามราคาทุน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 (ล้านบาท) ตามที่ แสดงในงบ การเงินเฉพาะ กิจการ
	ผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ ประเภทอื่น		
TOA Skim Coat (Cambodia) Co., Ltd.	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สำหรับงานฉาบ บางเพื่อปรับผิวให้เรียบ (Skim Coat)	65.0	0.2
TOA Paint (Cambodia) Co., Ltd.	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และ ผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ ประเภทอื่น	100.0	0.3
TOA Coating (Myanmar) Co., Ltd <sup>(1)</sup>	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และ ผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิว และผลิตภัณฑ์ ประเภทอื่น	99.0	405.1
รวมเงินลงทุน			2,766.8
หัก : ค่าเผื่อการด้อยค่าของเงินลงทุน <sup>(2)</sup>			(394.7)
มูลค่าเงินลงทุนสุทธิตามราคาทุน			2,372.1

หมายเหตุ: <sup>(1)</sup> ในการประชุมคณะกรรมการของบริษัท ครั้งที่ 6/2560 เมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม 2560 คณะกรรมการได้มีมติอนุมัติการ  
ชำระเงินค่าหุ้นส่วนที่เหลือจำนวน 9,900,000 ดอลลาร์สหรัฐของ TOA Coating (Myanmar) Co., Ltd. และบริษัทฯ ได้  
ชำระค่าหุ้นดังกล่าวแล้วเมื่อวันที่ 19 มิถุนายน 2560

<sup>(2)</sup> ค่าเผื่อการด้อยค่าของเงินลงทุน ประกอบด้วย TOA Paint (Vietnam) Co., Ltd. TOA Coating Sdn. Bhd. PT TOA  
Paint Indonesia และ TOA Paint Products Sdn. Bhd.

#### 4.2 สินทรัพย์ถาวร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 สินทรัพย์ถาวรที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อย มีมูลค่าสุทธิตามบัญชีหลังหักค่าเสื่อมราคาสะสมและสำรองการด้อยค่าต่างๆ ตามงบการเงินรวม ดังต่อไปนี้

ลำดับ	รายการ	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ 2560 (ล้านบาท)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
1	ที่ดิน	196.1	สิทธิการเช่าและเป็นเจ้าของ	ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดินของบริษัทฯ กับดินโค้ทติ้ง จำกัด จำนวนกับธนาคารโดยมีวงเงินค้ำประกัน 265,000,000 บาท
2	ส่วนปรับปรุงที่ดิน	6.0	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
3	อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	585.4	สิทธิการเช่าและเป็นเจ้าของ	อาคารและส่วนปรับปรุงอาคารของบริษัทฯ กับดินโค้ทติ้ง จำกัด จำนวนกับธนาคารโดยมีวงเงินค้ำประกัน 265,000,000 บาท
4	เครื่องจักรและอุปกรณ์	829.8	เป็นเจ้าของ	เครื่องจักรและอุปกรณ์ของบริษัทฯ กับดินโค้ทติ้ง จำกัด จำนวนกับธนาคารโดยมีวงเงินค้ำประกัน 4,800,000 บาท
5	เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน	49.9	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
6	ยานพาหนะ	48.4	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
7	งานระหว่างก่อสร้าง	229.4	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
รวมมูลค่าตามบัญชีสุทธิ		1,945.0		

#### 4.3 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 สินทรัพย์ไม่มีตัวตนมีมูลค่าสุทธิตามบัญชีหลังหักค่าตัดจำหน่ายในงบการเงินรวมเท่ากับ 143.6 ล้านบาท (ไม่รวมสิทธิการเช่าที่ดินที่ตำบลห้วยกะปิ จังหวัดชลบุรี<sup>(1)</sup>) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ลำดับ	รายการ	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 (ล้านบาท)	รายละเอียด
1	ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์	47.1	สิทธิในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ เช่น SAP, MS Windows เป็นต้น
2	สิทธิการเช่า	54.9	สิทธิการเช่าสำหรับเป็นที่ตั้งโรงงานเมียนมาร์ เลขที่ No. C-21 in the Class A Area, Thilawa Special Economic Zone, ประเทศเมียนมาร์

ลำดับ	รายการ	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 (ล้านบาท)	รายละเอียด
			ของ TOA Coating (Myanmar) Co., Ltd.
		30.7	สิทธิการเช่าสำหรับเป็นที่ตั้งโรงงานเวียดนาม Lot 2.3, Street No. 2, Tan Dong Hiep A Industrial Park, Tan Dong Hiep Ward, Di An Town บินห์เดื่อง, ประเทศเวียดนาม ของ TOA Paint (Vietnam) Co., Ltd.
		10.9	สิทธิการเช่าสำหรับเป็นที่ตั้งโรงงานเวียงจันทน์ Unit 6, Ban Nahai, Hatxaifong District เวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ของ TOA Paint (Laos) Co., Ltd.
	รวม	143.6	

หมายเหตุ : <sup>(1)</sup> สิทธิการเช่าที่ดินที่ตำบลห้วยกะปิ จังหวัดชลบุรี ซึ่งได้มาจากกรณีพิพาทกับ บริษัท ไทยมาร์ท คอร์ปอเรชั่น จำกัด จำนวน 10.0 ล้านบาท แสดงรวมอยู่ในข้อ 4.4 ทรัพย์สินที่ได้จากการรับชำระหนี้

#### 4.4 ทรัพย์สินที่ได้จากการรับชำระหนี้

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 ทรัพย์สินที่ได้จากการรับชำระหนี้ตามสัญญาประนีประนอมยอมความกับบริษัท ไทยมาร์ท คอร์ปอเรชั่น จำกัด คือ สิทธิการเช่าที่ดิน และอาคาร ที่ตำบลห้วยกะปิ จังหวัดชลบุรี มีมูลค่าสุทธิตามบัญชี หลังหักค่าตัดจำหน่ายในงบการเงินรวมเท่ากับ 27.0 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ลำดับ	รายการ	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 (ล้านบาท)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
1	สิทธิการเช่าที่ดินที่ตำบลห้วยกะปิ จังหวัดชลบุรี	10.0	เป็นเจ้าของสิทธิการเช่า	ไม่มี
2	อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน (อาคารที่ตำบลห้วยกะปิ จังหวัดชลบุรี)	17.0	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
	รวม	27.0		



#### 4.5 เครื่องหมายการค้าและเครื่องหมายบริการ

บริษัทฯ มีเครื่องหมายการค้า ชื่อการค้า และเครื่องหมายบริการจำนวนมากที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ เช่น ทีโอเอ (TOA) ซุปเปอร์ชิลด์ (SuperShield) ซุปเปอร์ชิลด์ ดูราคลีน (SuperShield DURACLEAN) เอ็กซ์ตร้าชิลด์ (ExtraShield) ทีโอเอ เอ็กซ์ตร้า เวท (TOA ExtraWet) โฟร์ซีซั่นส์ (4 Seasons) ซุปเปอร์เทค พลัส (Supertech Plus) ซุปเปอร์เมเทค (Super Matex) โกเบ (KOBÉ) เอ็มดี (MD) และ โฮมคอต (Homecote) และบริษัทฯ ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในประเทศที่บริษัทฯ ประกอบกิจการ

ตารางต่อไปนี้แสดงจำนวนเครื่องหมายการค้า ชื่อการค้า และเครื่องหมายบริการในเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ที่บริษัทฯ เป็นเจ้าของ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560

ประเทศ	จำนวนเครื่องหมายการค้าที่เป็นเจ้าของ
ประเทศไทย	490 <sup>(1)</sup>
ประเทศเวียดนาม	39
สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	7
ประเทศมาเลเซีย	28
ประเทศอินโดนีเซีย	11 <sup>(2)</sup>
ประเทศเมียนมาร์	36
ประเทศกัมพูชา	14
ประเทศบังกลาเทศ	13 <sup>(3)</sup>
ประเทศสิงคโปร์	8 <sup>(4)</sup>
ประเทศฟิลิปปินส์	10
ประเทศบรูไน	1
ประเทศอินเดีย	10

หมายเหตุ: <sup>(1)</sup> 77 เครื่องหมายกำลังดำเนินการต่ออายุ

<sup>(2)</sup> 7 เครื่องหมายกำลังดำเนินการต่ออายุ

<sup>(3)</sup> 8 เครื่องหมายกำลังดำเนินการต่ออายุ

<sup>(4)</sup> 2 เครื่องหมายกำลังดำเนินการต่ออายุ

ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการทำการตลาดกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศแยกจากกลุ่มกิจการภายใต้การปรับโครงสร้างอย่างชัดเจน อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันบริษัทฯ อนุญาตให้บริษัทภายใต้กลุ่มกิจการภายใต้การปรับโครงสร้างบางบริษัทใช้เครื่องหมาย TOA กับบรรจุกภัณฑ์ของสินค้าเป็นการชั่วคราวจนกว่าบรรจุกภัณฑ์เดิมที่มีเครื่องหมาย TOA จะใช้หมดไป ตัวอย่างเช่น บริษัท ทีโอเอ เพอฟอร์แมนซ์ โค้ทติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (“TOAPC”) ได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมาย TOA กับบรรจุกภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สีพ่นซ่อมรถยนต์และผลิตภัณฑ์สีผงบเป็น การชั่วคราวในระหว่างการเปลี่ยนบรรจุกภัณฑ์ของ TOAPC จนกว่าบรรจุกภัณฑ์เดิมที่มีเครื่องหมาย TOA จะใช้หมดไป

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้รับอนุญาตให้ใช้เทคโนโลยีบางอย่างในกระบวนการผลิตของบริษัทฯ และเพื่อวัตถุประสงค์ในการพัฒนาตราสินค้าร่วมกับบุคคลอื่น ตัวอย่างเช่น ณ วันที่ของเอกสารฉบับนี้ บริษัทฯ มีสิทธิโดยไม่จำกัดแต่เพียงผู้เดียวและได้รับใบอนุญาตจากไมโครแบน (Microban) ให้ใช้เทคโนโลยีของไมโครแบน (Microban) และสารเติมแต่งเพื่อยับยั้งเชื้อจุลินทรีย์ซึ่งเป็นกรรมสิทธิ์ของไมโครแบน (Microban) ในการผลิตสีทาอาคารเพื่อจำหน่ายในประเทศไทย นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้รับอนุญาตจาก The Chemours Company TT, LLC ให้ใช้เทคโนโลยีเทฟลอนในผลิตภัณฑ์สีทาอาคารของบริษัทฯ

#### อนุสิทธิบัตร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมีอนุสิทธิบัตรที่สามารถบังคับใช้สิทธิได้จำนวนทั้งสิ้น 2 ฉบับ

ลำดับ	เลขที่สิทธิบัตร	วันที่ออกสิทธิบัตร	ผู้ทรงสิทธิ	เลขที่คำขอ	วันที่ยื่นคำขอ	สิทธิบัตรการประดิษฐ์	วันสิ้นสุดอายุ
1	13141	26 ก.ย. 60	บริษัทฯ	1503001534	21 ก.ย. 58	กรรมวิธีการเตรียมเจดสารเคลือบป้องกันการเกาะติดถาวรด้วยเครื่องผสมอัตโนมัติ	20 ก.ย. 64
2	13221	31 ต.ค. 60	บริษัทฯ	1503001533	21 ก.ย. 58	สารเคลือบป้องกันการเกาะติดถาวร	20 ก.ย. 64

นอกจากการคุ้มครองเทคโนโลยีและตราสินค้าด้วยสิทธิบัตรและคุ้มครองตราสินค้าด้วยเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนแล้ว บริษัทฯ ยังได้ส่งเสริมความรู้ทางเทคนิคตลอดหลายปีที่ผ่านมา ทำให้บริษัทฯ มีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สีทาอาคารในประเทศไทยและเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

#### 4.6 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะลงทุนในบริษัทที่สอดคล้องกับเป้าหมาย วิสัยทัศน์และแผนกลยุทธ์ในการเติบโตของบริษัทฯ ซึ่งจะทำให้บริษัทฯ มีผลประกอบการหรือผลกำไรเพิ่มขึ้น หรือลงทุนในธุรกิจที่เอื้อประโยชน์ (Synergy) ให้กับบริษัทฯ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของบริษัทฯ และเพื่อให้บริษัทฯ บรรลุเป้าหมายในการเป็นผู้ประกอบการชั้นนำในธุรกิจหลักของบริษัทฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ บริษัทย่อย และ/หรือ บริษัทร่วมอาจพิจารณาการลงทุนในธุรกิจอื่นเพิ่มเติมหากเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพการเติบโตหรือสามารถต่อยอดทางธุรกิจ หรือเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจของบริษัทฯ ซึ่งสามารถสร้างผลตอบแทนที่ดีในการลงทุน โดยการพิจารณาการลงทุนของบริษัทฯ บริษัทย่อย และ/หรือ บริษัทร่วมนั้น บริษัทฯ จะทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของการลงทุนและพิจารณาศักยภาพและปัจจัยความเสี่ยงจากการลงทุน โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์การลงทุนอย่างเหมาะสม ซึ่งจะต้องได้รับความเห็นชอบ และ/หรือ การอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ (แล้วแต่กรณี) ทั้งนี้ ในการขออนุมัติการลงทุนบริษัทย่อย และ/หรือ บริษัทร่วมดังกล่าวจะต้องสอดคล้องเป็นไปตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน และประกาศคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่เกี่ยวข้อง

**5. ข้อพิพาททางกฎหมาย**

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ และบริษัทย่อยไม่ได้เป็นคู่ความหรือคู่กรณีในคดี หรือข้อพิพาท รวมถึงกระบวนการอนุญาโตตุลาการใดๆ (1) ที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทฯ หรือบริษัทย่อย ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5.0 ของส่วนของผู้ถือหุ้น (2) ที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจ สถานะทางการเงิน ผลการดำเนินงานและโอกาสทางธุรกิจของบริษัทฯ หรือบริษัทย่อย อย่างมีนัยสำคัญแต่ไม่สามารถประเมินผลกระทบเป็นตัวเลขได้ และ (3) ที่มีได้เกิดจากการประกอบธุรกิจโดยปกติของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ อาจมีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการพิจารณาทางกฎหมายหรือทางปกครองในการดำเนินการค้าตามปกติเป็นครั้งคราว

## 6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

### 6.1 ข้อมูลพื้นฐาน

ชื่อ	บริษัท ทีโอเอ เพ้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) TOA Paint (Thailand) Public Company Limited
ชื่อย่อ	TOA (จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย)
เลขทะเบียนบริษัท	0107560000133
ประเภทธุรกิจ	ธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นสำหรับผู้ใช้งานประเภทลูกค้าทั่วไป
เว็บไซต์	<a href="http://www.toagroup.com">http://www.toagroup.com</a>
ปีที่ก่อตั้ง	2520
วันแรกที่ซื้อขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์	10 ตุลาคม 2560
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	31/2 หมู่ที่ 3 ถนนบางนา – ตราด ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ 10570
ทุนจดทะเบียน	2,029 ล้านบาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 2,029 ล้านหุ้น ซึ่งออกจำหน่ายและชำระเต็มมูลค่าแล้ว
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้	หุ้นสามัญ หุ้นละ 1 บาท
หุ้นบุริมสิทธิ	ไม่มี
รอบระยะเวลาบัญชี	1 มกราคม – 31 ธันวาคม
ติดต่อ	<p><b>สำนักงานใหญ่</b></p> <p>โทรศัพท์ 0-2335-5555</p> <p>โทรสาร 0-2312-8919</p> <p>อีเมล <a href="mailto:contact@toagroup.com">contact@toagroup.com</a></p> <p><b>สำนักงานเลขานุการบริษัท</b></p> <p>โทรศัพท์ 0-2335-5555 ต่อ 5875</p> <p>โทรสาร 0-2312-8923</p> <p>อีเมล <a href="mailto:companysecretary@toagroup.com">companysecretary@toagroup.com</a></p> <p><b>นักลงทุนสัมพันธ์</b></p> <p>โทรศัพท์ 0-2335-5555 ต่อ 1520</p> <p>โทรสาร 0-2312-8923</p> <p>อีเมล <a href="mailto:ir@toagroup.com">ir@toagroup.com</a></p>

## 6.2 การลงทุนในบริษัทย่อย

ลำดับ	ชื่อบริษัท	สถานที่ตั้ง	ลักษณะการประกอบธุรกิจ
1.	บริษัท กัปตัน โค้ทติ้ง จำกัด	31/2 หมู่ที่ 3 ถนนเทพรัตน ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ 10570	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และเคมีภัณฑ์
2.	บริษัท บริติช เพ้นท์ส จำกัด	31/2 หมู่ที่ 3 ถนนเทพรัตน ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ 10570	จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร
3.	บริษัท โพรเฟสชันนัล พีซี เซอร์วิส จำกัด	31/2 หมู่ที่ 3 ถนนเทพรัตน ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ 10570	ให้บริการด้านการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์สีทาอาคารและเคมีภัณฑ์
4.	บริษัท อิมเมจิก้า จำกัด	31/2 หมู่ที่ 3 ถนนบางนา – ตราด ตำบลบางเสา ธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ 10570	จำหน่ายผลิตภัณฑ์สีตกแต่งพิเศษ
5.	TOA Paint (Vietnam) Co., Ltd.	Lot L2.3, Road No. 2, Tan Dong Hiep A Industrial Park, Tan Dong Hiep Ward, Di An Town, บินห์เตือง ประเทศเวียดนาม	ผลิต นำเข้า และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สี ทาอาคารและเคมีภัณฑ์
6.	TOA Paint (Laos) Co., Ltd.	Unit 6, Ban Nahai, Hatxaifong District, เวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชน ลาว	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและ ผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น
7.	TOA Paint Products Sdn. Bhd.	PT Lot 63802, Jalan Telok Gong, Telok Gong, 42000 Port Klang สลังงอร์ ประเทศมาเลเซีย	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และเคมีภัณฑ์
8.	TOA Coating Sdn. Bhd.	4-2 Jalan 30/70A Desa Sri Hartamas 50480 กัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย	นำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทา อาคารและเคมีภัณฑ์
9.	PT TOA Paint Indonesia	APL Office Tower 17 <sup>th</sup> Floor, Unit T5 Jl. S. Parman Kav 28, Kecamatan Grogol Petamburan, Kulurahan Tanjung Duren Selatan 11470, จาร์กาตา ประเทศอินโดนีเซีย	นำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทา อาคาร และผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบ ผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น
10.	PT TOA Coating Indonesia	Kawasan Industri Millenium Blok F1, Desa Peusar, Kecamatan Panongan, Kabupaten Tangerang, โพรพินซี บันเต็น ประเทศ อินโดนีเซีย	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและ ผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น
11.	TOA Paint (Myanmar) Company Limited	No. 120, Mahawgani Street, Shwepyitha Industrial Zone (1), ย่างกุ้ง ประเทศเมียนมาร์	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและ ผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น
12.	TOA Coating (Myanmar) Co., Ltd.	No. C-21, Class A Area, Thilawa Special Economic Zone ประเทศเมียนมาร์	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและ ผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น
13.	TOA Skim Coat (Cambodia) Co., Ltd.	No. B36, Street National Road No.3, Phorm Sre Chom Rov, Sangkat Chom Chao, Khan Por Sen Chey, พนมเปญ ประเทศกัมพูชา	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สำหรับ งานฉาบบางเพื่อปรับผิวให้เรียบ (Skim Coat)
14.	TOA Paint (Cambodia) Co., Ltd.	No. 12E, Street National No.3, Sangkat Chom Chao, Khan Por Sen Chey, พนมเปญ ประเทศ กัมพูชา	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิว และ ผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น

### 6.3 บุคคลอ้างอิง

นายทะเบียนหุ้น ที่ตั้ง	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด ชั้น 1 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์	0-2009-9999
โทรสาร	0-2009-9991
เว็บไซต์	<a href="http://www.set.or.th/tsd">http://www.set.or.th/tsd</a>
ผู้สอบบัญชี ที่ตั้ง	บริษัท สำนักงานอีวาย จำกัด โดยนายศุภชัย ปัญญาวัฒน์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 3930 หรือ นายณรงค์ พันตาวงษ์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 3315 หรือ นางสาวกรองแก้ว ลิ้มปิกิตติกุล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 5874 ชั้น 33 อาคารเลอรัชดา 193/136-137 ถนนรัชดาภิเษก คลองเตย กรุงเทพฯ 10110 ตู้ ป.ณ. 1047 กรุงเทพฯ 10501
โทรศัพท์	0-2264-0777
โทรสาร	0-2264-0789-90
เว็บไซต์	<a href="http://www.ey.com/th/en/home">http://www.ey.com/th/en/home</a>

### 6.4 สัญญาสำคัญ

รายละเอียดต่อไปนี้เป็นสรุปข้อสัญญาบางส่วนในสัญญาที่มีความสำคัญต่อบริษัทฯ หรือที่ส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ รายละเอียดต่อไปนี้มีวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลโดยสังเขปและไม่ควรถือว่าเป็นข้อความแสดงข้อตกลงและเงื่อนไขทั้งหมดของสัญญาดังกล่าว

#### สัญญาทางการเงิน

บริษัทฯ และบริษัทย่อยบางบริษัทซึ่งรวมถึง บริษัท กัปตัน โค้ทติ้ง จำกัด บริษัท โพรเฟสชันแนล พีซี เซอร์วิส จำกัด บริษัท บริติช เพ้นท์ส จำกัด PT TOA Paint Indonesia และ TOA Paint (Vietnam) Co., Ltd. ได้เข้าทำสัญญาทางการเงินระยะสั้นทั้งแบบที่มีและไม่มีหลักประกันกับสถาบันการเงินหลายแห่งเพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการประกอบธุรกิจ TOA เป็นผู้ค้ำประกันสัญญาทางการเงินของบริษัทย่อยของ TOA บางฉบับสัญญาส่วนใหญ่ได้แก่สัญญาเบิกเงินเกินบัญชี วงเงินสินเชื่อ (เช่น ตัวสัญญาใช้เงินหมุนเวียน วงเงินเงินทุนหมุนเวียน วงเงินนำเข้าและส่งออก เล็ตเตอร์ออฟเครดิต และหนังสือค้ำประกัน) และวงเงินสินเชื่อชนิดที่ผู้ให้กู้มีสิทธิจะให้ผู้เบิกถอนหรือไม่ก็ได้ (Uncommitted Line) สำหรับการป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน บริษัทฯ ได้เข้าทำสัญญาดังกล่าวกับธนาคารในประเทศหรือสาขาของธนาคารในภูมิภาคซึ่งโดยทั่วไปจะอยู่ในสกุลเงินบาท โดยทั่วไปสัญญาเงินกู้ระยะสั้นจะมีอัตราดอกเบี้ยลอยตัวซึ่งเปลี่ยนไปตามอัตราตลาดบวกด้วยส่วนต่าง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีวงเงินกู้ยืมระยะสั้นทั้งสิ้น



7,435.0 ล้านบาท และ 0.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีเงินกู้ค้างชำระ จำนวน 1,205.0 ล้านบาท ภายใต้สัญญาเงินกู้ระยะสั้น โดยมีอัตราดอกเบี้ยระหว่างร้อยละ 2.10 และร้อยละ 2.44 รวมทั้งตัวสัญญาใช้เงินของ บริษัท กับตัน โค้ทติ้ง จำกัด ซึ่งมีหลักประกันเป็นที่ดิน อาคารและเครื่องจักรของ บริษัท กับตัน โค้ทติ้ง จำกัด

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีสัญญาเงินกู้ระยะยาวแบบไม่มีหลักประกัน ลงวันที่ 21 ธันวาคม 2558 ในวงเงิน 500 ล้านบาท มีอัตราดอกเบี้ยเท่ากับร้อยละ 3.25 ต่อปีสำหรับจำนวนเงินกู้ใดๆ ที่เบิกใช้ภายในวันที่ 15 มกราคม 2559 หรือ อัตราดอกเบี้ยอ้างอิง BIBOR หนึ่งเดือนบวกด้วยส่วนต่างสำหรับจำนวนเงินกู้ใดๆ ที่เบิกหลังจากวันที่ 15 มกราคม 2559 โดยสัญญาเงินกู้ระยะยาวดังกล่าวจะครบกำหนด 36 เดือนหลังจากการเบิกใช้เงินกู้ครั้งแรก โดยต้องชำระเงินต้นและดอกเบี้ยทุกเดือนเป็นจำนวน 36 งวด ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีเงินกู้ค้างชำระ 166.4 ล้านบาทภายใต้สัญญาเงินกู้ระยะยาวดังกล่าว สัญญาเงินกู้ทั้งระยะสั้นและระยะยาวดังกล่าวมีข้อตกลงทางการเงินและข้อกำหนดและหน้าที่บางประการตลอดจนเหตุผิดนัดตามมาตรฐานทั่วไป ทั้งนี้ ข้อตกลงทางการเงินที่สำคัญ ได้แก่การดำรงสัดส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E Ratio) ไม่เกิน 1.5 เท่า และอัตราความสามารถในการชำระหนี้ (DSCR) ไม่ต่ำกว่า 2.0 เท่า โดยจะคำนวณจากงบการเงินทุกสิ้นปีตามที่ระบุในสัญญาและหนังสือชี้แจงจากสถาบัน

ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีวงเงินกู้ยืมซึ่งรวมถึงวงเงินกู้ยืมระยะสั้น วงเงินกู้ระยะยาว และวงเงินกู้อื่นๆ รวม 12,165 ล้านบาท และ 3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ