

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 55 ปีในอุตสาหกรรมสีและสารเคลือบผิวคุณภาพสูง และบริษัทฯ มีตราสินค้าที่ได้รับการยอมรับในตลาด ด้วยความเป็นผู้นำในด้านเทคโนโลยีและการบริการลูกค้า รวมถึงมีการค้นคว้าและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค บริษัทฯ เชื่อว่าสถานะของบริษัทฯ ในการเป็นผู้นำตลาดในประเทศไทยเป็นผลมาจากการดำเนินกิจการอย่างมั่นคงมายาวนาน มีการประหยัดต่อขนาดการผลิต (Economies of Scale) จากการที่บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตรายใหญ่ และประการสำคัญคือบริษัทฯ ได้สร้างตราสินค้าของบริษัทฯ ให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคอย่างแพร่หลาย ประกอบกับบริษัทฯ ได้มุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อย่างสร้างสรรค์ และใช้เทคโนโลยีขั้นสูง มีผลิตภัณฑ์หลากหลายครบวงจร และมีช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ครอบคลุมพื้นที่อย่างกว้างขวางเมื่อเทียบกับผู้ประกอบการรายอื่นในประเทศ 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 งานซ่อมแซมคอนกรีต งานกันรั่วซึมคอนกรีต (การเตรียมก่อนการทาสี)
และกาวยาซึมเนื้อ
- 2.2. ผลิตภัณฑ์ที่มีความทนทานสูง (Heavy-Duty Coatings)
เป็นผลิตภัณฑ์ปกป้องพื้นผิวที่มีความทนทานและต้านทานสูง ใช้สำหรับพื้นผิวหลายประเภทรวมถึง
เหล็กและคอนกรีต ใช้สำหรับอาคารโรงงาน งานพื้น งานเคลือบวัสดุที่ใช้ในทะเล งานเคลือบถังและ
งานเคลือบท่อ
- 2.3 ผลิตภัณฑ์ที่นอกเหนือจากสีทาอาคารอื่น ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์ สีและสารเคลือบผิวสำหรับงานไม้
ผลิตภัณฑ์ฮาร์ดแวร์ เครื่องมือไฟฟ้า ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าเชลล์ (Shell) ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตรา
สินค้าเชนไดรต์ (Chaindrite) ผลิตภัณฑ์สีตกแต่งพิเศษเครื่องผสมสีอัตโนมัติ (Auto Tinting Machine)
และยิปซัมบอร์ด

1.1 วิสัยทัศน์และเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

(1) วิสัยทัศน์ (Vision)

“ก้าวสู่การเป็นผู้นำตลาดผู้ใช้สีปกป้องพื้นผิว ในระดับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ด้วยการเป็นผู้นำทาง
ผลิตภัณฑ์และบริการ”

(2) เป้าหมาย

บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายที่ “จะเป็นผู้นำตลาดในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวในเขตประชาคม
เศรษฐกิจอาเซียน และประสบความสำเร็จในการใช้ประโยชน์จากตลาดในภูมิภาคที่มีศักยภาพในการเติบโตสูง”

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
เครือข่ายการจัดจำหน่ายแบบค้าปลีกที่ครอบคลุม การนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย การมีตราสินค้าที่เป็น
ที่ยอมรับและความภักดีของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์อย่างเหนียวแน่น กลยุทธ์หลักสำหรับผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร
ในอนาคต คือ การมุ่งเน้นปรับสัดส่วนของผลิตภัณฑ์ (Product Mix) การทำการตลาดและการจำหน่าย
ผลิตภัณฑ์เกรดพรีเมียม ซึ่งบริษัทฯ คาดว่าจะมีการเติบโตของอุปสงค์อย่างมากและจะทำให้มีอัตรากำไรที่
สูงขึ้น โดยบริษัทฯ จะยังคงมุ่งเน้นการผลิตผลิตภัณฑ์เกรดพรีเมียมด้วยการใช้เทคโนโลยีล่าสุดจากนวัตกรรม
และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ เชื่อว่าการนำเสนอผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงดังกล่าวพร้อมการเสนอคุณค่า

และการทำงานที่ดีขึ้นของผลิตภัณฑ์ในราคาที่สามารถแข่งขันได้จะทำให้บริษัทฯ สามารถดึงดูดกลุ่มลูกค้าได้เพิ่มขึ้น 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 ตลาดค้าปลีกสำหรับผลิตภัณฑ์สีทาอาคารในประเทศไทยเวียดนามคาดว่าจะมีอัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ที่ประมาณร้อยละ 9.9 ระหว่างปี 2559 ถึงปี 2564 ซึ่งคาดว่าจะเติบโตขึ้นจากประมาณ 6.5 ล้านล้านดองเวียดนาม ในปี 2559 เป็นประมาณ 10.4 ล้านล้านดองเวียดนาม ในปี 2564 และขนาดของตลาดผลิตภัณฑ์สีทาอาคารในประเทศมาเลเซีย ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศเมียนมาร์ ประเทศกัมพูชา และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จะมีอัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยต่อปี (CAGR) รวมที่ประมาณร้อยละ 7.7 ระหว่างปี 2559 ถึงปี 2564 ซึ่งคาดว่าจะเติบโตขึ้นจากประมาณ 1,224.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2559 เป็นประมาณ 1,772.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2564

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 ปัจจุบันมีเครือข่าย

ร้านค้าครบทุกจังหวัดประเทศเวียดนาม 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 วัสดุก่อสร้าง และสีทาอาคารเติบโต และจะกลายเป็นช่องทางที่สำคัญในอนาคตต่อไป
- **ประเทศมาเลเซีย** กลยุทธ์เบื้องต้นของบริษัทฯ มุ่งเน้นการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แบบค้าส่งให้ร้านค้าอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ทั่วประเทศ โดยบริษัทฯ วางแผนจะใช้กลยุทธ์นี้ต่อไปพร้อมกับการสร้างทีมงานขายในประเทศมาเลเซียเพื่อสนับสนุนการขายตรงผลิตภัณฑ์สีทาอาคารของบริษัทฯ ให้แก่ผู้ค้าปลีก
- **ประเทศอินโดนีเซีย** บริษัทฯ มุ่งเน้นการจัดจำหน่ายแบบค้าส่งและการจัดจำหน่ายผ่านธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) เป็นขั้นตอนแรกในการสร้างการรับรู้ตราสินค้าให้ประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ บริษัทฯ เชื่อว่าปัจจุบันมีผู้พัฒนาสังหาริมทรัพย์และบริษัทอสังหาริมทรัพย์ในประเทศอินโดนีเซียที่ให้ความสนใจในตราสินค้าและผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ และบริษัทฯ ยังมีแผนที่จะสนับสนุนการจัดจำหน่ายแบบค้าปลีกและการจัดจำหน่ายผ่านธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ด้วยการขายผลิตภัณฑ์เกรดพรีเมียมให้แก่กลุ่มลูกค้าเหล่านี้

(3) การเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดของผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น

เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดในผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น ซึ่งบริษัทฯ คาดว่าจะเติบโตอย่างมาก โดยใช้ประโยชน์จากความเป็นผู้นำตลาดผลิตภัณฑ์สีทาอาคารในประเทศไทย จากข้อมูลของ Frost & Sullivan ตลาดค้าปลีกสำหรับผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นในประเทศไทยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวสำหรับงานไม้ 2) ผลิตภัณฑ์กันซึม และ 3) ผลิตภัณฑ์ที่มีความทนทานสูง (Protective Coatings) (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 มีกลุ่มผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นที่มีความหลากหลาย สะท้อนให้เห็นว่าบริษัทฯ มีความพร้อมด้านกำลังการผลิตและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการที่คาดว่าจะเติบโตขึ้นได้ บริษัทฯ เชื่อมั่นว่าจะสามารถใช้ประโยชน์จากความสัมพันธ์ของบริษัทฯ กับผู้จัดจำหน่ายสินค้าในปัจจุบัน และจากเครือข่ายการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมเพื่อเพิ่มการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นให้มากขึ้น บริษัทฯ วางแผนที่จะ

จะขายผลิตภัณฑ์ที่นอกเหนือจากสีทาอาคารผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอยู่เดิม โดยมุ่งเน้นการเจาะเข้าตลาดที่มีคู่แข่งจำนวนน้อยรายและช่องทางการจัดจำหน่ายในตลาดใหม่ๆ โดยเฉพาะในเขตประเทศมาเลเซีย เศรษฐกิจอาเซียน ในการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดในตลาดผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น บริษัทฯ วางแผนที่จะใช้การตลาดในเชิงรุก โดยเน้นการส่งเสริมเทคโนโลยีที่เป็นนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงของบริษัทฯ รวมทั้งการสร้างการรับรู้ตราสินค้าผ่านกิจกรรมด้านการตลาดต่างๆ

(4) การเพิ่มยอดขายผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายแบบธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) และช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดผลิตภัณฑ์สีทาอาคารและผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นของบริษัทฯ ในช่องทางการจัดจำหน่ายแบบธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ให้เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วโดยมุ่งเน้นการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกรดพรีเมียมสำหรับตลาดผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร กลุ่มหลักของบริษัทฯ คือการใช้กิจกรรมด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมตราสินค้าของบริษัทฯ ให้เป็นผู้นำในตลาดผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายแบบธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ซึ่งบริษัทฯ เชื่อมโยงจะทำให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ จากผู้จัดจำหน่ายดังกล่าวมากขึ้น และเพื่อเป็นการสนับสนุนกลยุทธ์ดังกล่าว บริษัทฯ สร้างทีมซึ่งประกอบไปด้วยพนักงานแนะนำผลิตภัณฑ์ เพื่อให้บริการการขายและให้คำแนะนำในเชิงลึกเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้าหรือผู้ใช้ผลิตภัณฑ์โดยตรง สำหรับตลาดผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น บริษัทฯ วางแผนที่จะดำเนินกิจกรรมด้านการตลาดในเชิงรุกเพื่อสร้างการรับรู้ตราสินค้าและเน้นการสาธิตคุณสมบัติสินค้าให้เห็นจริง เพื่อผลักดันให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในตราสินค้าและหันมาซื้อสินค้าที่มีตราสินค้าของบริษัทฯ ซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์ในการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดในธุรกิจนี้ของบริษัทฯ

(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 ยังได้ขยายสายการผลิตเรซินสำหรับผลิตภัณฑ์สีน้ำมันของตนเอง ในปี 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

(6) การเพิ่มความสามารถในการกระจายสินค้า (Product Distribution Capability)

บริษัทฯ มุ่งเน้นการเพิ่มความสามารถในการกระจายสินค้า และสำนักงานขายในประเทศอื่นในเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) นอกเหนือจากประเทศไทย ซึ่งบริษัทฯ ได้เข้าไปทำการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้ในตราสินค้าของบริษัทฯ โดยเน้นการสร้างเครือข่ายการจัดจำหน่ายผ่านผู้ค้าปลีก (Retail Dealer) ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) และลูกค้าโครงการ เพื่อให้สามารถจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าของบริษัทฯ โดยเฉพาะผู้ค้าปลีกและลูกค้าโครงการโดยตรงโดยไม่ผ่านคนกลางจะช่วยเพิ่มอัตรากำไรให้กับทั้งบริษัทฯ และลูกค้าของบริษัทฯ ด้วย และการจัดจำหน่ายผ่านโครงการก่อสร้างขนาดเล็กและขนาดใหญ่ เพื่อให้บริษัทฯ ได้รับประโยชน์จากการเติบโตของเศรษฐกิจของเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนการลงทุนจากต่างประเทศ และการลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภค

(7) การเพิ่มความสามารถในการผลิตสินค้า (Increase Supply Capacities)

บริษัทฯ ได้มองเห็นโอกาสการขยายตัวทางเศรษฐกิจกลุ่มประเทศในเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จากการคาดการณ์อัตราเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (Gross Domestic Product “GDP”) ที่อยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะประเทศอินโดนีเซีย ประเทศเมียนมาร์ และประเทศกัมพูชา ประกอบกับมาตรการส่งเสริมการลงทุนและสิทธิประโยชน์ทางภาษีของรัฐบาลของแต่ละประเทศ บริษัทฯ จึงเริ่มโครงการขยายโรงงานสีใน 3 ประเทศ ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศเมียนมาร์ และประเทศกัมพูชา ในปี 2561 เพื่อเพิ่มกำลังการผลิตรองรับการขยายตัวของตลาดผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวในประเทศดังกล่าว ซึ่งจะทำให้บริษัทฯ สามารถเพิ่มกำลังการผลิตสีของบริษัทฯ เป็น 102 ล้านแกลลอนต่อปี โดยโรงงานสีแห่งใหม่ในประเทศอินโดนีเซีย ได้เริ่มดำเนินการเชิงพาณิชย์แล้ว ในไตรมาส 2 ปี 2562 และคาดว่าโรงงานสีแห่งใหม่ในประเทศเมียนมาร์ และกัมพูชาจะเริ่มดำเนินการเชิงพาณิชย์ภายในปี 2563

1.3 ประวัติความเป็นมาและพัฒนาการที่สำคัญ

ธุรกิจของบริษัทฯ ก่อตั้งขึ้นโดยนายประจักษ์ ตั้งคารวคุณ ในปี 2507 โดยเป็นธุรกิจครอบครัว ซึ่งนำเข้าสู่จากประเทศญี่ปุ่น 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

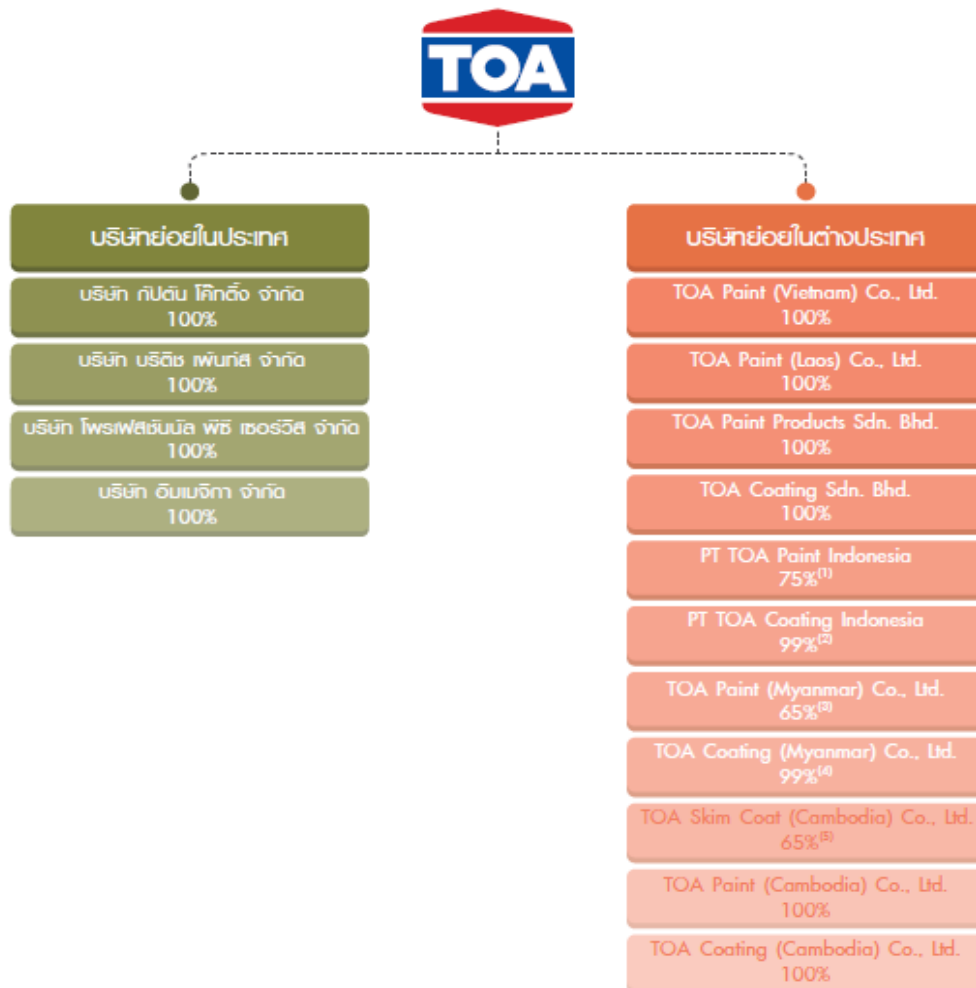
พัฒนาการที่สำคัญ

ปี	เหตุการณ์ที่สำคัญ
2507	ครอบครัวตั้งคารุณาร่วมดำเนินธุรกิจนำเข้าสี TOA จากประเทศญี่ปุ่น
2515	ครอบครัวตั้งคารุณาร่วมได้สร้างโรงงานสีโรซึ่งเป็นโรงงานผลิตแห่งแรกที่สีโร เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ต่างๆ ด้วยเทคโนโลยีจากประเทศญี่ปุ่น
2517	เริ่มเปลี่ยนเป้าหมายจากการเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคารเกรดปานกลางถึงเกรดอีโคโนมีเป็นผลิตภัณฑ์สีทาอาคารเกรดพรีเมียม โดยกระบวนการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเกิดขึ้นในช่วงกลางทศวรรษระหว่างปี 2513-2523
2520	บริษัทฯ ได้ถูกก่อตั้งขึ้น และเป็นผู้ผลิตสีรายแรกที่ประสบความสำเร็จในการนำสีอิมัลชันสูตรปลอดสารตะกั่ว ปรอท และโลหะหนักมาใช้ในกระบวนการผลิตในประเทศไทย
2522	บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตสีรายแรกในประเทศไทยและภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่นำสีอะคริลิกแท้ 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 ประเทศเวียดนามได้เริ่มเปิดดำเนินการ
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 เพ้นท์ 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 โคลิ่ง จำกัด ในประเทศไทย (เดิมชื่อว่า บริษัท ทีโอเอ บีซีเนส ซัพพลาย จำกัด) และยังได้ขยายการผลิตโดยเริ่มผลิตสีที่มีตัวทำละลายเป็นน้ำในโรงงานบางนาด้วยกระบวนการผลิตกึ่งอัตโนมัติ โดยโรงงานบางนาเป็นโรงงานผลิตแห่งแรกในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่เปลี่ยนกระบวนการผลิตสีที่มีตัวทำละลายเป็นน้ำเป็นระบบอัตโนมัติ
2554	บริษัทฯ ได้ก่อตั้งบริษัท โพรเฟสชันแนล 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

ปี	เหตุการณ์ที่สำคัญ
2557	บริษัทฯ ได้ก่อตั้งบริษัท อิมเมจิก้า จำกัด ในประเทศไทย
2558	- ในเดือนกันยายน บริษัทฯ ได้เปิดตัวสี TOA Note & Clean สีเขียนได้ลบได้เป็นรายแรกของโลกที่สามารถทาได้ทั้งภายในและภายนอก ถูกพัฒนาขึ้นด้วยเทคโนโลยี นาโน คริสตัล กลาส (Nano Crystal Glass) จากประเทศเยอรมนี - ในเดือนธันวาคม บริษัทฯ ได้เริ่มโครงการสร้างโรงงานในประเทศกัมพูชา เพื่อขยายธุรกิจไปยังประเทศกัมพูชา
2559	- บริษัทฯ ได้ดำเนินการปรับโครงสร้างของบริษัทฯ เสร็จสิ้น เพื่อเตรียมนำบริษัทฯ เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย - ในเดือนมีนาคม บริษัทฯ ประกาศแผนการก่อตั้งโรงงานแห่งใหม่ในประเทศอินโดนีเซียจำนวน 1 แห่งและประเทศกัมพูชาจำนวน 2 แห่ง และแผนการย้ายโรงงานอย่างถาวรไปยังเขตเศรษฐกิจพิเศษติลวาในประเทศเมียนมาร์ - บริษัทฯ ได้ก่อตั้ง TOA Coating (Myanmar) Co., Ltd. เพื่อวัตถุประสงค์ในการย้ายโรงงานอย่างถาวรไปยังโรงงานผลิตแห่งใหม่ที่ตั้งอยู่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษติลวาในประเทศเมียนมาร์ ซึ่งมีโครงสร้างพื้นฐานที่ดีกว่า และบริษัทฯ ได้รับสิทธิประโยชน์จากมาตรการพิเศษจากรัฐบาลประเทศเมียนมาร์ - บริษัทฯ ได้ก่อตั้ง TOA Paint (Cambodia) Co., Ltd. และ PT TOA Coating Indonesia เพื่อวัตถุประสงค์ในการขยายการผลิต การขาย และการตลาดผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ในประเทศกัมพูชาและประเทศอินโดนีเซียตามลำดับ - บริษัทฯ ได้ก่อตั้ง TOA Skim Coat (Cambodia) Co., Ltd. ซึ่งเป็นการร่วมทุนกับ Mr. Sok Hout เพื่อวัตถุประสงค์ในการผลิตผลิตภัณฑ์สำหรับงานฉาบบางเพื่อปรับผิวให้เรียบ และขยายการขายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ในประเทศกัมพูชา ทั้งนี้ Mr. Sok Hout เป็นหนึ่งในลูกค้าคนสำคัญของบริษัทฯ มารยะเวลามากกว่า 10 ปี
2560	- บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 900.0 ล้านบาท เป็น 2,029.0 ล้านบาท - บริษัทฯ ได้จดทะเบียนแปรสภาพจากบริษัทจำกัดเป็นบริษัทมหาชนจำกัดเมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2560 - บริษัทฯ ขยายสายการผลิตเรซินซึ่งเป็นวัตถุดิบสำหรับผลิตภัณฑ์สีน้ำมัน แล้วเสร็จ - โรงงานภายใต้ TOA Skim Coat (Cambodia) Co., Ltd. ซึ่งเป็นโรงงานแห่งแรกในประเทศกัมพูชา ก่อสร้างแล้วเสร็จ โดยโรงงานดังกล่าวเป็นโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์สำหรับงานฉาบปรับผิว เพื่อซ่อมแซมและปรับสภาพพื้นผิวที่เสียหายให้เรียบเนียน - บริษัทฯ และผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทฯ ได้เสนอขายหุ้นสามัญของบริษัทฯ แก่ประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) แล้วเสร็จไปเมื่อวันที่ 4 ตุลาคม 2560 และได้นำหุ้นสามัญของบริษัทฯ เข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นครั้งแรก (First Day Trade) เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2560
2561	- บริษัทฯ ได้ก่อตั้ง TOA Coating (Cambodia) Co., Ltd. โดยถือหุ้น 100% เพื่อรองรับการสร้างโรงงานสีแห่งใหม่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษพนมเปญ (PPSEZ) ประเทศกัมพูชา - หุ้น TOA ได้รับคัดเลือกเข้าเป็นหลักทรัพย์ในกลุ่มดัชนี SET50 ซึ่งมีผลตั้งแต่ 1 กรกฎาคม 2561
2562	โรงงานสีในประเทศอินโดนีเซียได้ก่อสร้างแล้วเสร็จและเริ่มดำเนินการเชิงพาณิชย์ในเดือนเมษายน 2562 ในขณะที่โรงงานสีในประเทศกัมพูชา และประเทศเมียนมาร์ได้ก่อสร้างแล้วเสร็จ และจะเริ่มดำเนินงานเชิงพาณิชย์ในปี 2563

1.4 โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทฯ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ มีบริษัทย่อยในกลุ่มจำนวน 15 บริษัท และมีโครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทฯ ดังนี้



- หมายเหตุ :
- (1) ทุนจดทะเบียนส่วนที่เหลือร้อยละ 25.0 ถือครองโดย PT Budilestari Sentosa ซึ่งเป็นผู้ร่วมทุนของบริษัทฯ ทั้งนี้ PT Budilestari Sentosa มิได้เป็นนิติบุคคลที่เกี่ยวข้องกันตามนิยามในประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนที่ ทจ. 21/2551 เรื่องหลักเกณฑ์ในการทำการค้าที่เกี่ยวข้องกัน
 - (2) ทุนจดทะเบียนส่วนที่เหลือร้อยละ 1.0 ถือครองโดยนายจตุภัทร์ ตั้งคารวคุณ ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นและกรรมการของบริษัทฯ
 - (3) 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 เรื่องหลักเกณฑ์ในการทำการค้าที่เกี่ยวข้องกัน
 - (4) ทุนจดทะเบียนส่วนที่เหลือร้อยละ 1.0 ถือครองโดยนายจตุภัทร์ ตั้งคารวคุณ ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นและกรรมการของบริษัทฯ
 - (5) ทุนจดทะเบียนส่วนที่เหลือร้อยละ 35.0 ถือครองโดย Mr. Sok Hout ซึ่งเป็นผู้ร่วมทุนของบริษัทฯ โดย Mr. Sok Hout มิได้เป็นนิติบุคคลที่เกี่ยวข้องกันตามนิยามในประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนที่ ทจ. 21/2551 เรื่องหลักเกณฑ์ในการทำการค้าที่เกี่ยวข้องกัน

รายละเอียดเพิ่มเติมของบริษัทย่อยของบริษัทฯ มีดังนี้

ชื่อบริษัท	ลักษณะการประกอบธุรกิจ	ประเทศที่จัดตั้ง	ปีที่จัดตั้ง	สัดส่วนการถือครองหุ้น ⁽¹⁾ (ร้อยละ)
1. บริษัท กัปตัน โค้ทติ้ง จำกัด	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคารและเคมีภัณฑ์	ประเทศไทย	2553	100.0
2. บริษัท บริติช เพ้นท์ส จำกัด	จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร	ประเทศไทย	2548 ⁽²⁾	100.0
3. บริษัท โพรเฟสชันนัล ฟิชี่ เซอร์วิส จำกัด	ให้บริการด้านการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สีทาอาคารและเคมีภัณฑ์	ประเทศไทย	2554	100.0
4. บริษัท อิมเมจิก้า จำกัด ⁽³⁾	จำหน่ายผลิตภัณฑ์สีตกแต่งพิเศษ	ประเทศไทย	2557	100.0
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. ⁽⁴⁾	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) Co., Ltd.	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.	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานฉาบบางเพื่อปรับผิวให้เรียบ (Skim Coat)	ประเทศกัมพูชา	2559	65.0
14. TOA Paint (Cambodia) Co., Ltd.	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบ	ประเทศกัมพูชา	2559	100.0

ชื่อบริษัท	ลักษณะการประกอบธุรกิจ	ประเทศที่จัดตั้ง	ปีที่จัดตั้ง	สัดส่วนการถือครองหุ้น ⁽¹⁾ (ร้อยละ)
ผิว และผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น				
15. TOA Coating (Cambodia) Co., Ltd.	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น	ประเทศกัมพูชา	2561	100.0

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ สัดส่วนการถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562

⁽²⁾ ปีที่บริษัทฯ ได้รับโอนหุ้น

⁽³⁾ ปัจจุบัน บริษัท อิมเมจิกา จำกัด มีได้ประกอบกิจการ

⁽⁴⁾ 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 โดยมีสัดส่วนรายได้ดังนี้

	สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม					
	2560		2561		2562	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร	10,809.8	68.8	11,110.4	68.3	11,635.0	68.5
ผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น	4,358.3	27.7	4,563.2	28.1	4,866.1	28.7
ผลิตภัณฑ์อื่น ⁽¹⁾	549.6	3.5	583.2	3.6	477.2	2.8
รายได้จากการขาย	15,717.7	100.0	16,256.8	100.0	16,978.3	100.0

หมายเหตุ : ⁽¹⁾ “ผลิตภัณฑ์อื่น” ประกอบด้วยการขายผลิตภัณฑ์บางประเภทให้แก่บริษัทที่เกี่ยวข้องกันของบริษัทฯ เช่น วัสดุดิบ และวัตถุดิบกึ่งสำเร็จรูป

2.2 การประกอบธุรกิจแต่ละสายผลิตภัณฑ์หรือกลุ่มธุรกิจ

2.2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.2.1.1 ข้อมูลธุรกิจจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์

(1) ผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร (Decorative Paint and Coating Products)

บริษัทฯ แบ่งประเภทผลิตภัณฑ์สีทาอาคารเป็นผลิตภัณฑ์เกรตพรีเมียม ผลิตภัณฑ์เกรตปานกลางถึงเกรตอีโคโนมี และผลิตภัณฑ์สีทาอาคารอื่น โดยพิจารณาจากลักษณะ คุณภาพ การใช้งาน และราคาประกอบกัน ซึ่งทำให้บริษัทฯ มีผลิตภัณฑ์สีทาอาคารครบทุกประเภทให้ลูกค้าของบริษัทฯ สามารถเลือกใช้ได้ รวมถึงสินค้าที่ผลิตและจัดจำหน่ายโดยบริษัท กับตัน โค้ทติ้ง จำกัด

บริษัทฯ ผลิตและจัดจำหน่ายสีทึบหน้าสำหรับสีทาอาคาร (ทั้งสีน้ำอิมัลชันและสีเคลือบเงา) ซิลเลอร์หรือสีรองพื้น (Primer) รวมทั้งสีรองพื้นป้องกันสนิมคุณภาพสูง

- สีทับหน้าสำหรับทาอาคารใช้เป็นตัวเคลือบชั้นบนสุดเพื่อเพิ่มความสวยงามของบ้านเรือนและอาคาร รวมถึงใช้เพื่อตกแต่งลักษณะของพื้นผิว และเพิ่มสีสัน ทั้งยังสามารถเลือกความเงาได้ตามต้องการ และสามารถใช้งานได้ทั้งภายในและภายนอก ความแตกต่างที่สำคัญระหว่างสีทาอาคารภายในและสีทาอาคารภายนอกคือประเภทของสารยึดเกาะที่ใช้ โดยสีทาอาคารภายในใช้สารยึดเกาะที่สามารถเช็ดล้างได้ง่ายขึ้น และทำให้ฟิล์มสีสามารถทนต่อการทำความสะอาดได้ดีกว่าเพราะพื้นผิวภายในมักได้รับการทำความสะอาดบ่อยครั้ง สีทาอาคารภายนอกจะมีสารยึดเกาะที่ทนทานต่อการเปลี่ยนแปลงของอุณหภูมิและทนทานต่อความชื้นนอกอาคารและรังสียูวีจากแสงอาทิตย์ได้ ทั้งนี้ สารยึดเกาะที่ใช้เป็นส่วนผสมหลักมีผลต่อคุณภาพของสี โดยเฉพาะอย่างยิ่งความคงทนของฟิล์มสี โดยทั่วไปสารยึดเกาะจะถูกใช้เป็นตัวชี้วัดที่สำคัญเพื่อแยกเกรดของสี ตัวอย่างเช่น สีเกรดพรีเมียมจะทำจากสารยึดเกาะคุณภาพสูงสุด นอกจากนี้ ปริมาณและประเภทของสารยึดเกาะที่ใช้ในการผลิตสีทาอาคารจะมีผลต่อคุณภาพและความเงาของสีนั้น ทั้งนี้ สีทาอาคารของบริษัท มีให้เลือกทั้งชนิดสำหรับผนังและฝ้าเพดาน เนื่องจากสีทาอาคารของบริษัท มีคุณสมบัติที่มีกลิ่นอ่อน แห้งเร็วและใช้งานได้ง่ายบนพื้นผิวคอนกรีต ซีเมนต์ และอิฐ
- ซิลเลอร์และสีรองพื้น (Primer) โดยปกติซิลเลอร์จะถูกใช้เป็นชั้นเคลือบชั้นแรกบนวัสดุหรือพื้นผิวฐาน โดยมักจะถูกนำมาใช้กับพื้นผิวที่จำเป็นต้องมีตัวกันระหว่างพื้นผิวชั้นแรกกับชั้นเคลือบถัดไป ตัวอย่างเช่น สำหรับพื้นผิวปูนที่มีส่วนประกอบเป็นอัลคาไลสูง ซิลเลอร์ถูกนำมาใช้เพื่อป้องกันไม่ให้ปูนขาวทำให้สีทับหน้าที่ทาทับโดยตรงรอยแตก สีรองพื้น (Primer) มักจะถูกนำมาใช้เป็นชั้นเคลือบแรกเช่นกัน โดยใช้ทาบนพื้นผิวเพื่อช่วยให้สียึดติดกับพื้นผิวดังกล่าวได้ดียิ่งขึ้น และอาจมีตัวทำละลายเป็นสารประกอบอินทรีย์หรือเป็นน้ำ ซิลเลอร์เป็นสีรองพื้นประเภทหนึ่งและหากนำซิลเลอร์มาใช้บนพื้นผิวใด ก็จะมีการนำสีรองพื้น (Primer) มาใช้เป็นชั้นเคลือบเพิ่มเติม โดยสีรองพื้นจะเป็นตัวผนึกพื้นผิวที่ยังไม่ได้ทาสีและเพื่อป้องกันไม่ให้สีทับหน้าซึมเข้าไปในพื้นผิว ตัวอย่างเช่น สีรองพื้น (Primer) จะถูกนำมาใช้เพื่อทำให้พื้นผิวที่มีรูพรุนเรียบก่อนการทาสีทับหน้าบนพื้นผิวดังกล่าว ดังนั้น การใช้สีรองพื้น (Primer) ควรใช้ให้เหมาะสมกับประเภทพื้นผิวที่ทาสีต่างๆ

เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์สีทาอาคารของบริษัท และเพื่อให้ลูกค้าสามารถสร้างสรรค์สีต่างๆตามต้องการแม้ว่าสีดังกล่าวไม่มีอยู่ในแค็ตตาล็อกสินค้าของบริษัท ดังนั้น บริษัทฯ จึงให้บริการ TOA Color World Solution Services ซึ่งเป็นบริการที่สามารถผลิตเฉดสีได้ตามความต้องการของลูกค้า โดยเครื่องผสมสีอัตโนมัติ (Auto Tinting Machine) ของบริษัทฯ สามารถสร้างเฉดสีต่างๆได้มากกว่า 10,000 เฉดสี ซึ่งมีระดับความแม่นยำในการผลิตสูงภายในระยะเวลาผสมสีเพียง 3 นาที โดยยังคงรักษามาตรฐานคุณภาพเหมือนการผลิตจากโรงงาน ช่วยให้บริษัทฯ สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของทิศทางการออกแบบและตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

(ก) ผลิตภัณฑ์เกรตพรีเมียม

ผลิตภัณฑ์สีทาอาคารเกรตพรีเมียมของบริษัทฯ มีคุณสมบัติที่ดีกว่าสีทาอาคารทั่วไป ทำให้สามารถกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในระดับสูงได้ คุณสมบัติหลักของผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ได้แก่การใช้งานได้ง่าย ปกคลุมพื้นผิวได้ดี ฟิล์มสีที่มีหลากหลายเฉดสีและมีความทนทานยาวนาน ผลิตภัณฑ์เกรตพรีเมียมดังกล่าวผลิตโดยใช้เทคโนโลยีที่ทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติที่สามารถเพิ่มมูลค่าได้และตอบสนองความต้องการของลูกค้า เช่น เพิ่มความทนทานต่อสภาวะอากาศ เพิ่มคุณสมบัติฟิล์มสีที่ยืดหยุ่นได้เหมาะสำหรับพื้นผิวที่แตกร้าว เพิ่มความสามารถในการขัดล้างได้ เพิ่มการสะท้อนและกันความร้อน พัฒนาให้มีกลิ่นอ่อน มีสารประกอบอินทรีย์ระเหยง่ายในระดับต่ำกว่าสีทั่วไปในท้องตลาด และยังมีนวัตกรรมสีที่ทนต่อความชื้นสูงอีกด้วย นวัตกรรมในกลุ่มสินค้าเกรตพรีเมียมถูกพัฒนาขึ้นภายใต้แนวคิด Greenovation สินค้าคุณภาพสูงมุ่งส่งเสริมความเป็นมิตรต่อสุขภาพผู้ใช้และดีต่อสิ่งแวดล้อม ผลิตภัณฑ์เกรตพรีเมียมจัดว่าเป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจของบริษัทฯ ที่สำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร

ทั้งนี้ บริษัทฯ กำหนดตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ตราสินค้าซูเปอร์ชิลด์ (SuperShield) ในฐานะผลิตภัณฑ์สีทาอาคารที่ดีที่สุด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มองหาผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมล่าสุด ในขณะที่บริษัทฯ กำหนดตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เกรตพรีเมียมในฐานะผลิตภัณฑ์สีทาอาคารประสิทธิภาพสูงสำหรับผู้ใช้อสังหาริมทรัพย์

(ข) ผลิตภัณฑ์เกรตปานกลางถึงเกรดอีโคโนมี

ผลิตภัณฑ์สีทาอาคารเกรตปานกลางถึงเกรดอีโคโนมีของบริษัทฯ ผลิตขึ้นโดยใช้วัตถุดิบทั่วไปที่เป็นมาตรฐาน จึงมีราคาที่ถูกกว่าวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์สีทาอาคารเกรตพรีเมียม และมีการพัฒนาสูตรที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์เกรตพรีเมียม เนื่องจากมุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการเลือกผลิตภัณฑ์ที่คุ้มค่าในราคาประหยัดซึ่งทำให้บริษัทฯ เข้าถึงตลาดขนาดใหญ่ได้มากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์เกรตพรีเมียม

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของผลิตภัณฑ์สีทาอาคารเกรตปานกลางถึงเกรดอีโคโนมี คือ ลูกค้าผู้ใช้ผลิตภัณฑ์เป็นครั้งแรกและต้องการเน้นความคุ้มค่า บริษัทฯ ลงทุนสร้างการรับรู้ในตราสินค้าเพื่อช่วยให้ลูกค้ากลุ่มนี้เกิดความคุ้นเคยกับตราสินค้าของบริษัทฯ และสามารถตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น เช่น คู่แต่งงานใหม่ที่เป็นเจ้าของบ้านหลังแรก ที่มีงบประมาณจำกัด จึงเลือกสีทาอาคารที่มีความทนทานเป็นระยะเวลาห้าถึงเจ็ดปี เนื่องจากตราสินค้าของสีกลุ่มนี้เป็นตราสินค้ายอดนิยมและมีราคาที่ประหยัดกว่าผลิตภัณฑ์เกรตพรีเมียม

นอกจากนี้ ลูกค้าเป้าหมายของผลิตภัณฑ์เกรตปานกลางคือภาครัฐ เพราะผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้มีคุณลักษณะเป็นไปตามมาตรฐานอุตสาหกรรมไทย ทำให้สามารถใช้ในโครงการของหน่วยงานภาครัฐ บริษัทฯ จึงสามารถเข้าเป็นผู้จัดหาผลิตภัณฑ์สำหรับโครงการของภาครัฐ

ได้ ผลิตภัณฑ์สีทาอาคารเกรดอีโคโนมีของบริษัทฯ จัดเป็นเครื่องมือในการรักษาฐานลูกค้าผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ซึ่งรวมถึงช่างทาสี ที่อาจมองหาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสม

ผลิตภัณฑ์สีทาอาคารเกรดปานกลางถึงเกรดอีโคโนมีที่บริษัทฯ และบริษัทย่อยในต่างประเทศผลิตและจัดจำหน่าย เช่น ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าโฟร์ซีซั่นส์ (4 Seasons) ซุปเปอร์เทค (Supertech) ซุปเปอร์เมเทค (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)

บริษัทฯ แบ่งกลุ่ม กลุ่มผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น เป็นผลิตภัณฑ์เคมีก่อสร้าง ผลิตภัณฑ์ที่มีความทนทานสูง (Heavy-Duty Coating) และผลิตภัณฑ์ที่นอกเหนือจากสีทาอาคารอื่น โดยแบ่งเป็น

(ก) ผลิตภัณฑ์เคมีก่อสร้าง

บริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เคมีก่อสร้าง ซึ่งนำมาใช้กับวัสดุก่อสร้างโดยตรงหรือผสมเข้าไปในวัสดุก่อสร้างเพื่อการใช้ที่หน้างานก่อสร้างเพื่อเพิ่มคุณสมบัติพิเศษบางประการให้แก่วัสดุก่อสร้าง รวมถึงปรับปรุงความสามารถในการกระจายตัว (Workability) และเสริมประสิทธิภาพของวัสดุก่อสร้าง เพิ่มลักษณะการทำงาน และปกป้องวัสดุก่อสร้างหรือโครงสร้างสำเร็จรูปที่ทำจากวัสดุก่อสร้าง

ผลิตภัณฑ์เคมีก่อสร้างของบริษัทฯ ประกอบผลิตภัณฑ์กันซึม ผลิตภัณฑ์ขจัดเชื้อราและตะไคร่น้ำ ผลิตภัณฑ์ฉาบเรียบตกแต่งพื้นผิว ผลิตภัณฑ์ประสานและซ่อมแซมคอนกรีต ผลิตภัณฑ์อุดโป๊ว และผลิตภัณฑ์กาวซีเมนต์สำหรับปูกระเบื้อง

(ข) ผลิตภัณฑ์ที่มีความทนทานสูง (Heavy-Duty Coating)

ผลิตภัณฑ์ที่มีความทนทานสูง (Heavy-Duty Coating) ของบริษัทฯ ส่วนใหญ่เป็นสีทับหน้าหรือสีรองพื้นและมักนำไปใช้กับพื้นผิวที่ต้องทนต่อการรับแรงบรรทุกของหนัก การกระแทกกระเทือนสูง การถูกกัดกร่อน หรือสภาวะรุนแรงต่างๆ ผลิตภัณฑ์ที่มีความทนทานสูง (Heavy-Duty Coating) จะช่วยลดการแตกร้าว การเกิดสนิม และการเสื่อมของพื้นผิวโดยหากไม่ใช้ผลิตภัณฑ์สีประเภทนี้อาจมีค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมสูง

ผลิตภัณฑ์ที่มีความทนทานสูง (Heavy-Duty Coating) ใช้ได้บนพื้นผิวหลายประเภท ได้แก่ เหล็กและคอนกรีต อาคารและพื้นโรงงาน เรือประมงขนาดเล็ก ถึง และ ท่อ รวมทั้ง พื้นถนน พุตบาท สนามจักรยาน

(ค) ผลิตภัณฑ์ที่นอกเหนือจากสีทาอาคารอื่น

ผลิตภัณฑ์ที่นอกเหนือจากสีทาอาคารอื่นประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิว สำหรับงานไม้ ผลิตภัณฑ์ฮาร์ดแวร์ เครื่องมือไฟฟ้า ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าเชลล์ (Shell) ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าเซนไดรท์ (Chiandrite) ผลิตภัณฑ์สีตกแต่งพิเศษ เครื่องผสมสีอัตโนมัติ (Auto Tinting Machine) และยิปซัมบอร์ด

โดยผลิตภัณฑ์สีตกแต่งพิเศษทำให้พื้นผิวมีลวดลายหรือลักษณะพิเศษแตกต่างจากสีทาอาคารทั่วไป เช่น สีทองคำ การสร้างลวดลายหิน ลวดลายปูนฉาบขัดมันสำเร็จรูป (Loft) พื้นผิวทราย พื้นผิวโลหะ พื้นผิวมันเงา สร้างลวดลายแทนวอลล์เปเปอร์ เป็นต้น โดยสามารถใช้ได้ทั้งภายนอกและภายใน

บริษัทฯ ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีตกแต่งพิเศษภายใต้ตราสินค้าทีโอเอสีตกแต่งพิเศษและตราสินค้าซูเปอร์ชีลด์ (SuperShield) นอกจากผลิตภัณฑ์สีตกแต่งพิเศษที่บริษัทฯ และบริษัทย่อยในต่างประเทศของบริษัทฯ ผลิตและจัดจำหน่ายแล้ว บริษัทฯ กัปตัน โค้ทติ้ง ยังได้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีตกแต่งพิเศษภายใต้ตราสินค้าแฟรคทาลิส (Fractalis)

2.2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.2.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทฯ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่างๆ ผ่านทางเครือข่ายการจัดจำหน่ายของบริษัทฯ ที่ทั่วถึงและครอบคลุม ดังนี้

(1) ผู้ค้าปลีก

ผู้ค้าปลีกซึ่งรวมถึงร้านขายผลิตภัณฑ์สีและผลิตภัณฑ์ฮาร์ดแวร์และร้านขายอุปกรณ์ซ่อมแซมบ้าน ซึ่งส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในประเทศไทยจะซื้อผลิตภัณฑ์จากบริษัทฯ และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวให้แก่ผู้ประกอบการวิชาชีพ (เช่น ช่างทาสีและมัณฑนากร) หรือลูกค้าประเภทซื้อสินค้าด้วยตัวเอง (Buy It Yourself หรือ BIY) โดยเครือข่ายการจัดจำหน่ายผ่านผู้ค้าปลีกของบริษัทฯ ในประเทศไทย ซึ่งครอบคลุม 77 จังหวัดทั่วประเทศไทย นอกจากนี้ การให้บริการ TOA Color World Solution Services สามารถให้บริการผ่านผู้ค้าปลีกบางรายที่มีเครื่องผสมสีอัตโนมัติ (Auto Tinting Machine) ทั้งในประเทศไทยและในประเทศอื่นในเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยบริษัทฯ ไม่ได้เป็นเจ้าของหรือให้แฟรนไชส์กับผู้ค้าปลีกใดๆ และผู้ค้าปลีกส่วนใหญ่ไม่ได้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เพียงอย่างเดียว แต่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทอื่นด้วย

บริษัทฯ เชื่อว่าการที่บริษัทฯ มีเครือข่ายการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมทั่วประเทศไทยเป็นจุดแข็งที่สำคัญประการหนึ่งที่ทำให้บริษัทฯ สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้ในวงกว้างและทำให้ลูกค้าของบริษัทฯ สามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้

สายงานขายของบริษัทฯ ดูแลเครือข่ายผู้ค้าปลีกทั้งในระดับภูมิภาคและระดับประเทศ รวมทั้งบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยตรง บริษัทฯ ยังจัดให้มีพนักงานแนะนำผลิตภัณฑ์เพื่อให้คำแนะนำที่ร้านค้าของผู้ค้าปลีกเพื่อให้คำแนะนำแก่ลูกค้าผู้ใช้งานโดยตรง

(2) ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)

ช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ประกอบด้วยเครือข่ายสาขาของร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างครบวงจรและร้านค้าปลีกอุปกรณ์ตกแต่งบ้านครบวงจร เช่น โฮมโปร ไทวัสดุ โกลบอลเฮาส์ ดูโฮม เมกาโฮม และบุญญาวาร ในประเทศไทย สำหรับห้างโฮมโปรเปิดบริการในประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย โกลบอลเฮาส์เปิดบริการในประเทศไทยและประเทศกัมพูชา Asia Center และ Pro 1 เปิดบริการในประเทศเมียนมาร์ Mitra 10 และ Depo Bagunan เปิดบริการในประเทศอินโดนีเซีย

บริษัทฯ ยังจัดให้มีทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญทำหน้าที่ดูแลบริหารจัดการการขายและการตลาดในช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) โดยเฉพาะ และมีพนักงานแนะนำผลิตภัณฑ์ซึ่งให้บริการการขายประจำอยู่กับผู้จัดจำหน่ายในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ เพื่อให้คำแนะนำแก่ผู้บริโภคโดยตรง

(3) ช่องทางการจัดจำหน่ายอื่นๆ

บริษัทฯ ยังมีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางอื่นประกอบด้วย การจัดจำหน่ายผ่านโครงการการส่งออก การจัดจำหน่ายให้กับบริษัทที่เกี่ยวข้องกันของบริษัทฯ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- การจัดจำหน่ายงานโครงการโดยทั่วไป คือการจัดจำหน่ายโดยตรงไปยังลูกค้าสำหรับการใช้งานที่หน่วยงานโครงการหรือผ่านทางผู้รับเหมาก่อสร้าง บริษัทฯ ได้จัดหาผลิตภัณฑ์สีทาอาคารและผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นให้กับผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์และบริษัทอสังหาริมทรัพย์ต่างๆ ตามที่ต้องการสำหรับโครงการ เช่น แสนสิริ แลนด์แอนด์เฮาส์ คิวเฮาส์ พร็อพเพอร์ตี้ เพอร์เฟก พกฤษา อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์ ออริจิน พร็อพเพอร์ตี้ แอล.พี.เอ็น ดีเวลลอปเม้นท์ และแผ่นดินทอง พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ ในประเทศไทย Cowell Development, Tamara Land SpringHill Group และ AKR Land ในประเทศอินโดนีเซีย Hoang Anh Gia Lai, Unicons Group, FLC Land, Nova Land, Hoa Binh ในประเทศเวียดนาม และ Borey Lim Cheang Hak และ Daun Penh Land ในประเทศกัมพูชา นอกจากนี้ ผู้รับเหมายังใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ในโครงการของภาครัฐ ทั้งในประเทศไทย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และประเทศเมียนมาร์อีกด้วย
- ช่องทางการส่งออกนั้นเป็นการส่งออกด้วยการขายส่งผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ จากประเทศไทยไปยังผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกในประเทศอื่นๆ จำนวน 7 ประเทศที่อยู่ในเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ยกเว้นประเทศไทย ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย ประเทศสิงคโปร์ ประเทศบรูไน ประเทศฟิลิปปินส์ ประเทศกัมพูชา สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และประเทศเมียนมาร์ รวมถึงประเทศอื่นๆ ที่ไม่ได้อยู่ในเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนด้วย และเพื่อให้ก้าวทันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค

- บริษัทฯ ได้เริ่มติดตั้งระบบการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เพื่อสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจจากเครือข่ายร้านค้าปลีกของบริษัทฯ ซึ่งลูกค้าผู้ใช้ผลิตภัณฑ์และช่างสามารถเลือกซื้อสินค้าที่ต้องการและเลือกร้านค้าที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงได้ทันที โดยระบบนี้ยังสามารถให้บริการลูกค้าโครงการขนาดใหญ่ รวมถึงร้านค้าปลีกสมัยใหม่ได้อีกด้วย นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้มีการปรับปรุงระบบการตลาดดิจิทัล รวมถึงสื่อสังคมออนไลน์ โดยเพิ่มเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้าและช่างทาสี รวมถึงเพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ เพิ่มประสิทธิภาพในการดูแลลูกค้าและช่างสี ให้คำแนะนำ วิธีการเลือกสินค้าที่เหมาะสม และเทคนิคการใช้งานผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ

บริษัทฯ มีการนำเอาเทคโนโลยีที่ใช้ช่วยเหลือการทำงานของพนักงานขาย หรือที่เรียกว่า sales force automation โดยพนักงานขายสามารถใช้โทรศัพท์มือถือในการบริหารจัดการและดูแลลูกค้าไม่ว่าจะเป็นลูกค้าในกลุ่มร้านค้าปลีก กลุ่มโมเดิร์นเทรด และลูกค้าโครงการ โดยระบบนี้มีข้อดีในความสะดวกของการใช้งานและสามารถให้ข้อมูลกับผู้บริหารเพื่อใช้ในการปรับปรุงการทำงานและการให้บริการ เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย รวมถึงมีข้อมูลที่ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันทั่วถึง

2.2.2.2 การขายและการตลาด

(1) กิจกรรมด้านการตลาด

บริษัทฯ เชื่อว่าตราสินค้าและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นที่ยอมรับและมีชื่อเสียงมาอย่างยาวนาน จนกลายเป็น No.1 Brand Thailand ในใจผู้บริโภคมานานกว่า 55 ปี นับว่ามีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจบริษัทฯ เป็นอย่างมาก บริษัทฯ จึงดำเนินงานด้านกิจกรรมการตลาดผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง ผ่านเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร (Integrated Marketing Communication: IMC) ดังต่อไปนี้

- การใช้สื่อโฆษณาในวงกว้าง (Advertising Media) ซึ่งประกอบด้วย สื่อโทรทัศน์ ช่องฟรีทีวี และดิจิทัลทีวี (ช่องทางการตลาดที่สำคัญที่สุดของบริษัทฯ ในการเข้าถึงตลาดและลูกค้าในวงกว้าง) สื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์รายวันและนิตยสารการตลาด) สื่อวิทยุ (เจาะกลุ่มเป้าหมาย) สื่อโฆษณานอกบ้าน (Out of Home) และมุ่งเจาะกลุ่มเป้าหมายในสื่อออนไลน์มากยิ่งขึ้น (Online Media) เป็นต้น

แคมเปญการตลาดที่ใช้สื่อโฆษณา ประจำปี 2562

- **แคมเปญการตลาด ชุด No.1 Can do**

ผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร ภายใต้ตราสินค้า SuperShield โดย นำเสนอให้เห็นถึงความเชื่อมั่นที่โครงการชั้นนำในเมืองไทยส่วนใหญ่ โดยเฉพาะโครงการศรีพินนา โรงแรมติดทะเลที่จังหวัดภูเก็ต ที่ฟิล์มสีต้องเผชิญกับสภาวะอากาศที่รุนแรง ทั้งความร้อน ความชื้น และไอทะเล เจาะจงเลือกใช้สีสินค้า เพราะเชื่อมั่นในคุณภาพ

- **แคมเปญทางการตลาดชุด ปูนขาวดี ของฮีโร่**

ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเคมีภัณฑ์ก่อสร้าง ปูนขาวสำหรับปูกระเบื้อง ภายใต้ตราสินค้า TOA PROTILE (ถุงเขียว) เหมาะสำหรับกระเบื้องขนาดปกติ TOA SUPERTILE (ถุงแดง)

แรงยึดเกาะสูงเหมาะสำหรับกระเบื้องแผ่นใหญ่ TOA PREMIUMTILE (ถุงทอง) เกรดพรีเมียมเหมาะสำหรับแกรนิตโต้ และสามารถปูทับกระเบื้องเดิม

- การโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ (Online Media) ซึ่งประกอบด้วย การโฆษณาประชาสัมพันธ์กิจกรรมทางการตลาดผ่านสื่อโซเชียลมีเดียที่สำคัญ อาทิ Website, Facebook, Youtube, Line Official, การโฆษณาโดยใช้พื้นที่บน Search engine ให้เกิดผลประโยชน์สูงสุด (Search Engine Optimization หรือ “SEO”), KOL (Key Opinion Leader หรือ “KOL”) หรือ Influencer Marketing เป็นต้น
- การโฆษณา ณ จุดขาย (Point of Sale Advertising) ซึ่งประกอบด้วย ป้ายโฆษณาหน้าร้านค้าทั่วประเทศ การตกแต่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ในร้านค้าปลีกและธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่
- พนักงานผู้ให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์ (Product Consultant: PC) ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวแทนของตราสินค้าประจำร้านค้า

การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสาธารณะ (Mass Media)

- การใช้เครื่องมือประชาสัมพันธ์แบบครบวงจร อาทิ การจัดงานแถลงข่าวเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ (Press Conference), ข่าวประชาสัมพันธ์, สกู๊ปข่าว, ภาพข่าวในสื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสาร (News Release) การจัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์ (Media Relations) การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ (TV Scoop) การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อเว็บไซต์สำนักข่าวและโซเชียลมีเดีย (Mass and Social Media)

กิจกรรมการตลาด (Marketing Activities)

- การจัดกิจกรรมนอกร้านค้า (Marketing Activity) ซึ่งประกอบด้วย การเปิดตัวสินค้าใหม่ๆ การฝึกอบรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าเฉพาะกลุ่ม และการจัดนิทรรศการแสดงสินค้า เป็นต้น
- งานสถาปนิก : Architect Expo 2019 “Living Green”
- งานบ้านและสวนแฟร์ 2019 : LIVING TRANSFORMED
- การรักษาและพัฒนาความสัมพันธ์กับผู้ค้าปลีกในระยะยาว โดยการดำเนินกิจกรรมที่เหมาะสมกับขนาดของร้านค้า ร่วมกับการให้รางวัลตอบแทนแก่ผู้ค้าปลีกที่สามารถทำยอดขายได้ถึงระดับที่กำหนด นอกจากนี้ ลูกค้านี้ของลูกค้าของบริษัทฯ อาจได้รับเชิญมางานที่บริษัทฯ จัดขึ้นเพื่อเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมถึงงานฉลองครบรอบผลิตภัณฑ์และครบรอบของบริษัทฯ
- การดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR Activity) เช่น การออกแบบและบริจาคสีทาอาคารสำหรับสาธารณประโยชน์เพื่อสังคม การสนับสนุนด้านการศึกษา กิจกรรมเพื่อสังคมกับชุมชนรอบโรงงาน เป็นต้น (รายละเอียดเพิ่มเติมในหมวด “รายงานการพัฒนาที่ยั่งยืน”)

การบริการออกแบบสีบ้าน (Ideacolor)

- บริการปรึกษาการออกแบบสีบ้าน โดยสถาปนิกและมัณฑนากร โดยไม่มีค่าบริการ ออกแบบผ่านหลากหลายช่องทาง ได้แก่ โทรศัพท์ 02-335-5577 ทางเว็บไซต์ www.toagroup.com
- บริการออกแบบสีบ้านในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ที่ร้านค้าโมเดิร์นเทรด ได้แก่ โฮมโปร 6 สาขา และบุญถาวร 2 สาขา
- บริการออกแบบสีบ้านภายใน 24 ชั่วโมง ผ่านช่องทาง LINE
- บริการออกแบบสีบ้านภายในงาน event ต่างๆ เช่นงานสถาปนิกและ งานบ้านและสวน
- การพัฒนาเครื่องมือเพื่อช่วยในการสร้างแรงบันดาลใจในการตกแต่งสีบ้าน เช่น โปรแกรมออกแบบสีบ้าน application การออกแบบสีบ้าน
- การสร้างcontent เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบสีบ้านเพื่อสื่อสารกับลูกค้าผ่านทาง Social media
- การอบรมความรู้ด้านสีบ้านให้กับนักศึกษาคณะสถาปัตยกรรม และองค์กรที่สนใจเรื่องความรู้เรื่องการตกแต่งสี

(2) ลูกค้าของบริษัทฯ

บริษัทฯ มีกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย และ ณ วันที่ของเอกสารฉบับนี้ ไม่มีลูกค้ารายใดที่มียอดขายคิดเป็นสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 5.0 ของรายได้จากการขายของบริษัทฯ โดยสำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559 2560 และ 2561 ลูกค้ารายใหญ่สามอันดับแรกของบริษัทฯ มียอดขายรวมคิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 12.3 ร้อยละ 12.9 และร้อยละ 14.4 ของรายได้จากการขายสำหรับรอบปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 2561 และ 2562 ตามลำดับ

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

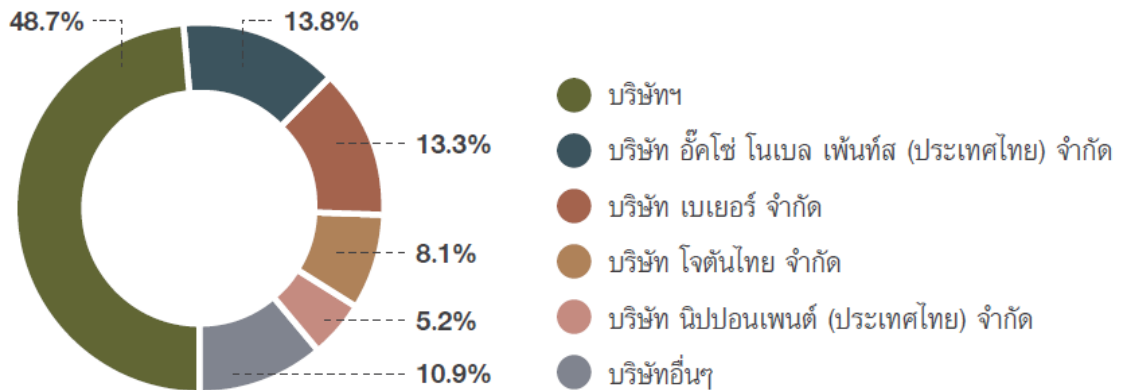
ปรัชญาการดูแลความสัมพันธ์กับลูกค้าของบริษัทฯ คือการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่ซื่อสัตย์และให้ความเคารพในการทำงานร่วมกับหุ้นส่วนในช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ของบริษัทฯ เพื่อเพิ่มยอดขายและสร้างความยั่งยืน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการจัดอบรมให้แก่ลูกค้าของบริษัทฯ เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ และการนำผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ไปใช้งาน

2.2.2.3 การแข่งขัน

จากข้อมูลของ Frost & Sullivan ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีส่วนแบ่งการตลาดที่ใหญ่ที่สุดเมื่อพิจารณาจากรายได้จากการขายสำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2559 ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 48.7 ของอุตสาหกรรมสีทาอาคารสำหรับกลุ่มลูกค้าทั่วไปในประเทศไทย สำหรับในเขตประชาคมเศรษฐกิจ

อาเซียน 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

ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ผลิตภัณฑ์ของบริษัท มีการแข่งขันกับทั้งคู่แข่งในประเทศ (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

2.2.3 ภาพรวมอุตสาหกรรม¹

¹ รายงานวิจัยทางการตลาดของ Frost & Sullivan ได้ประเมินขนาดของตลาดค้าปลีกผลิตภัณฑ์สีทาอาคารในประเทศไทยที่ 19.2 พันล้านบาทโดยรวมเฉพาะการขายผลิตภัณฑ์สีทาอาคารผ่านช่องทางผู้ค้าปลีกและธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) เท่านั้น ในการคำนวณส่วนแบ่งการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์สีทาอาคารสำหรับกลุ่มลูกค้าทั่วไปในประเทศไทยคิดเป็นประมาณร้อยละ 48.7 นั้นจะพิจารณาเฉพาะยอดขายของ บริษัท กับตัน โค้ดดิ้ง จำกัด และบริษัท บริติช เพ้นท์ส จำกัด ซึ่งเกิดจากการจำหน่ายผ่านผู้ค้าปลีกและธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) โดยแหล่งข้อมูลในการประมาณการส่วนแบ่งการตลาดของบริษัทเหล่านั้นมาจาก (ก) การสัมภาษณ์กับผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งรวมถึงพนักงานปัจจุบันและพนักงานอดีตของบริษัทสีและสารเคลือบผิวชั้นนำ (ข) แนวโน้มการเติบโตปีต่อปี รายงานรายบริษัท และสื่อสารสนเทศอื่นๆ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงบทความในข่าวและข่าวประชาสัมพันธ์ และ (ค) งานวิจัย (Desktop Research) โดย Frost & Sullivan ในแหล่งข้อมูลต่างๆ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงฐานข้อมูลของสมาคมอุตสาหกรรม สมาคมการค้า และหน่วยงานของรัฐ

2.2.3.1 ภาพรวมและแนวโน้มตลาดสีและสารเคลือบผิวในประเทศไทย

ตลาดค้าปลีกผลิตภัณฑ์สีทาอาคารในประเทศไทยเติบโตขึ้นจากมูลค่าประมาณ 13,727.2 ล้านบาทในปี 2554 เป็นมูลค่าประมาณ 19,201.3 ล้านบาทในปี 2559 ซึ่งเป็นผลมาจากกิจกรรมการก่อสร้าง การทาสีใหม่ การซื้อสินค้าหรือบริการกับร้านค้าปลีก และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค โดย Frost & Sullivan คาดว่าตลาดค้าปลีกผลิตภัณฑ์สีทาอาคารในประเทศไทยจะมีมูลค่าประมาณ 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 เนื่องจากผู้บริโภคมีการรับรู้เพิ่มมากขึ้น กิจกรรมการท่องเที่ยวที่แข็งแกร่ง วงจรการซ่อมแซมบำรุงรักษาที่สั้นลงสำหรับเฟอร์นิเจอร์ และการเปลี่ยนแปลงเป็นสังคมอุตสาหกรรม (Industrialization)

อุตสาหกรรมสีและสารเคลือบผิวเป็นผู้ได้รับประโยชน์โดยตรงจากการเติบโตของการก่อสร้างและการเพิ่มขึ้นของดัชนีชี้วัดเศรษฐกิจมหภาคต่างๆ ในประเทศ ทั้งนี้ อุตสาหกรรมค้าปลีกผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวซึ่งเป็นช่องทางจำหน่ายสำคัญของผู้ผลิต มีแนวโน้มที่จะขยายตัวขึ้นโดยมีสาเหตุมาจากการที่ผู้บริโภครับรู้ถึงสินค้าตัวเลือกต่างๆ ในตลาดที่มีให้กับผู้บริโภคมากขึ้น ภาคธุรกิจนี้คาดว่าจะเติบโตได้ในระดับปานกลางถึงสูง ตั้งแต่ปี 2560 ถึงปี 2564 โดยมีปัจจัยส่งเสริมมาจากความต้องการที่อยู่อาศัยใหม่และการทาสีใหม่ที่เพิ่มมากขึ้น มาตรการจูงใจของรัฐบาลและการใช้จ่ายสินค้าและบริการในร้านค้าปลีกที่เพิ่มสูงขึ้น เป็นต้น ยังมีการคาดการณ์ว่ารายได้ส่วนบุคคลสุทธิเพิ่มสูงขึ้นคาดว่าจะส่งผลให้เกิดการใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นมากขึ้น รวมถึงการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวเกรดพรีเมียม ซึ่งมีแนวโน้มเป็นการเปิดตลาดใหม่สำหรับผู้ผลิตสีและสารเคลือบผิวที่มีอยู่เดิม ผู้ผลิตขนาดใหญ่ที่มีเครือข่ายผู้ค้าปลีกอย่างกว้างขวางมักจะติดตามพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณสมบัติต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ได้ดีกว่า ซึ่งทำให้ผู้ผลิตเหล่านี้สามารถก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงและได้เปรียบผู้ผลิตรายอื่นที่ไม่มีความสามารถในการสร้างสรรค์หรือตอบสนองต่อตลาด นอกจากนี้ การเติบโตของช่องทางธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) มีแนวโน้มส่งผลให้ตลาดที่ลูกค้าซื้อสินค้าและนำไปใช้เอง (BIY) มีการขยายตัวขึ้นเนื่องจากผู้บริโภคสามารถเข้าถึงตัวเลือกต่างๆ ได้มากขึ้น ผู้บริโภคจึงสามารถตัดสินใจได้ด้วยตนเอง ซึ่งเดิมจะต้องพึ่งพาช่างทาสี สำหรับธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นมีแนวโน้มจะได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลให้เกิดอุปสงค์ใหม่และการบำรุงรักษาภายในอาคารอย่างต่อเนื่องจากธุรกิจบริการในประเทศ กิจกรรมการทาสีใหม่เป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญของยอดขายสีและสารเคลือบผิวซึ่งมีแนวโน้มว่าจะมีสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 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 ของยอดขายสีทาอาคารทั้งหมดในประเทศเวียดนามและได้รับปัจจัยสนับสนุนโดยหลักมาจากอุตสาหกรรมการก่อสร้างและเฟอร์นิเจอร์ และการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานสาธารณะ โดยอุตสาหกรรมการก่อสร้างเป็นหนึ่งในผู้บริโภคหลักของสีทาอาคาร 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 รัฐบาลประเทศนี้จึงมีแผนสนับสนุนการส่งเสริมธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้ตามงานออกงานและงานแสดงสินค้านานาชาติต่างๆ ทั้งนี้ ตลาดเฟอร์นิเจอร์ไม้เพื่อการส่งออกคาดว่าจะกระตุ้นอุปสงค์ของผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวสำหรับงานไม้เนื่องจากอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้มีเป้าหมายที่จะเพิ่มการส่งออกจากประมาณ 2.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2556 เป็นประมาณ 5.0 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2563² ตลาดผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวสำหรับงานไม้ในประเทศมาเลเซียและประเทศไทยจะได้รับผลกระทบจากการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ที่มีราคาถูกจากประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ประเทศจีนและประเทศเวียดนาม ซึ่งเป็นการจำกัดอุปสงค์ของสีและสารเคลือบป้องกันผิวสำหรับงานไม้

ตลาดผลิตภัณฑ์สีที่มีความทนทานสูง (Protective Coating) สำหรับพื้นผิวคอนกรีตในประเทศอินโดนีเซียมีแนวโน้มที่จะขยายตัวในช่วงไม่กี่ปีข้างหน้าโดยมีสาเหตุมาจากการเพิ่มขึ้นของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศและการลงทุนจำนวนมากในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคม พลังงาน และสาธารณูปโภคซึ่งมีมูลค่าทั้งหมดประมาณ 90.0 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ³ ภายในปี 2561 ทั้งนี้ ตลาดผลิตภัณฑ์สีที่มีความทนทานสูง (Protective Coating) สำหรับคอนกรีตของประเทศมาเลเซียได้รับปัจจัยสนับสนุนมาจากการลงทุนในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคม เช่น ถนนและทางรถไฟ และโครงสร้างพื้นฐานด้านพลังงานและสาธารณูปโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งโรงกลั่นน้ำมันและโรงงานปิโตรเคมี การลงทุนในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคม พลังงาน และสาธารณูปโภคของประเทศ

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

³ สำนักงานสถิติกลาง (Central Bureau of Statistics) ประเทศอินโดนีเซีย

มาเลเซียภายในปี 2561 ซึ่งมีมูลค่ารวมกันประมาณ 8.0 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ⁴ คาดว่าจะขับเคลื่อนตลาดสีที่มีความทนทานสูง (Protective Coating) สำหรับพื้นผิวคอนกรีตของประเทศมาเลเซียได้

ตลาดผลิตภัณฑ์กันซึมในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้รับปัจจัยสนับสนุนมาจากการเติบโตของการก่อสร้างอาคารแนวสูง ซึ่งเป็นการเพิ่มการลงทุนจากทั้งภาครัฐและเอกชน ตลาดผลิตภัณฑ์กันซึมของประเทศอินโดนีเซียได้รับการสนับสนุนมาจากกิจกรรมการก่อสร้างที่กำลังเติบโตทั้งในภาคที่อยู่อาศัยและนอกเหนือจากภาคที่อยู่อาศัย ผลิตภัณฑ์กันซึมในประเทศอินโดนีเซียมีผลิตภัณฑ์เกรดพรีเมียมเป็นสัดส่วนมากที่สุดและการที่ผู้บริโภคยินยอมจ่ายในราคาสูงทำให้มั่นใจได้ว่าตลาดผลิตภัณฑ์กันซึมจะมีความแข็งแกร่ง ผลิตภัณฑ์กันซึมที่มีตัวทำละลายเป็นน้ำเป็นสัดส่วนเป็นส่วนใหญ่ของตลาดทั้งหมด โดยเกาะชวาเป็นศูนย์กลางที่สำคัญของตลาดผลิตภัณฑ์กันซึม การขยายให้แก่โครงการเป็นช่องทางจำหน่ายที่ได้รับความนิยมและเป็นการขายที่อยู่นอกภาคที่อยู่อาศัย ซึ่งได้ผลักดันอุปสงค์ของผลิตภัณฑ์กันซึมในประเทศอินโดนีเซีย และสำหรับแนวโน้มของผลิตภัณฑ์กันซึมในประเทศมาเลเซียคาดว่าจะอยู่ในเกณฑ์ดีจากการพัฒนาอย่างรวดเร็วของอาคารพาณิชย์และอาคารที่อยู่อาศัยซึ่งได้รับการสนับสนุนจากแผนของรัฐบาลในการเพิ่มการใช้จ่ายสำหรับระบบโครงสร้างพื้นฐาน

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

2.2.4 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

(1) โรงงานผลิต

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ มีโรงงานผลิตทั้งสิ้น 11 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 อำเภอบาง พระแดง จังหวัดสมุทรปราการ 10130 ประเทศไทย	2515	ผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวสำหรับ งานไม้ และสีที่มีความทนทานสูง (Heavy-Duty Coating) ทินเนอร์และสี สเปรย์
3	บริษัท กัปตัน โค้ทติ้ง จำกัด	โรงงานสมุทรปราการ ⁽¹⁾ เลขที่ 906 และเลขที่ 917 หมู่ 15 ตำบล บางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ 10570 ประเทศไทย	2553	ผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร ผลิตภัณฑ์สีและ สารเคลือบผิวสำหรับงานไม้ และ ผลิตภัณฑ์เคมีก่อสร้าง
			2558	ผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร

⁴ การคาดการณ์เศรษฐกิจประเทศมาเลเซีย (Malaysia Economic Prospect) BMI

ลำดับ	เจ้าของ/ผู้เช่า	สถานที่ตั้ง	ปีที่ก่อตั้ง	ผลิตภัณฑ์หลัก
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, บินห์ด็อง ประเทศเวียดนาม	2547	สีน้ำอิมัลชัน สีเคลือบเงา ทินเนอร์ ผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวสำหรับงานไม้ ผลิตภัณฑ์เคมีก่อสร้าง และสีสเปรย์
5	TOA Paint Products Sdn. Bhd.	โรงงานมาเลเซีย PT Lot 63802, Jalan Telok Gong, Telok Gong, 42000 Port Klang, สลังอร์ ประเทศมาเลเซีย	2547	สีน้ำอิมัลชัน สีเคลือบเงา ทินเนอร์ ผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวสำหรับงานไม้
6	TOA Paint (Laos) Co., Ltd.	โรงงานเวียงจันทน์ Unit 6, Ban Nahai, Hatxaifong District, เวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	2551	สีน้ำอิมัลชัน สีเคลือบเงา ทินเนอร์ ผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวสำหรับงานไม้
7	TOA Paint (Myanmar) Co., Ltd. (2)	โรงงานย่างกุ้ง No. 120, Mahawgani Street, Shwepyitha Industrial Zone (1), ย่างกุ้ง ประเทศเมียนมา	2556	สีน้ำอิมัลชัน สีเคลือบเงา ทินเนอร์ ผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวสำหรับงานไม้
8	TOA Skim Coat (Cambodia) Co., Ltd.	โรงงาน Skim Coat กัมพูชา No. B36, Street National Road No.3, Phorm Sre Chom Rov, Sangkat Chom Chao, Khan Por Sen Chey, พนมเปญ ประเทศกัมพูชา	2560	ผลิตภัณฑ์สำหรับงานฉาบบางเพื่อปรับผิวให้เรียบ (Skim Coat) เคมีฉาบผนัง
9	PT TOA Coating (Indonesia)	โรงงานอินโดนีเซีย Kawasan Industri Millenium Blok F1, Desa Peusar, Kecamatan Panongan, Kabupaten Tangerang, โพรพินซี บันเต็น ประเทศอินโดนีเซีย	2562	สีน้ำอิมัลชัน สีเคลือบเงา ทินเนอร์ ผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวสำหรับงานไม้ ผลิตภัณฑ์เคมีก่อสร้าง และสีสเปรย์
10	TOA Coating (Myanmar) Co., Ltd.	โรงงานติละวา No. C-21, Class A Area, Thilawa Special Economic Zone ประเทศเมียนมาร์	2562	สีน้ำอิมัลชัน สีเคลือบเงา ทินเนอร์ ผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวสำหรับงานไม้ ผลิตภัณฑ์เคมีก่อสร้าง และสีสเปรย์
11	TOA Coating (Cambodia) Co., Ltd.	โรงงานกัมพูชา Lot No. P2-088, in Bueng Thom 3 Village, Sangkat Beung Thom, Khan Por Sencheay, พนมเปญ ประเทศกัมพูชา	2562	สีน้ำอิมัลชัน สีเคลือบเงา ทินเนอร์ ผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวสำหรับงานไม้ ผลิตภัณฑ์เคมีก่อสร้าง และสีสเปรย์

หมายเหตุ : ⁽¹⁾ โรงงานผลิตที่บริษัท กัปตัน โลโก้ตั้ง จำกัด เป็นเจ้าของซึ่งมีผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้ากัปตัน และแยกต่างหากจากโรงงานผลิตอีกสองแห่งในประเทศไทย อย่างไรก็ตาม เพื่อวัตถุประสงค์ในการใช้แนวปฏิบัติที่ดีและการบริหารต้นทุนร่วมกัน เช่น การซื้อวัตถุดิบ โรงงานผลิตที่บริษัท กัปตัน โลโก้ตั้ง จำกัด จึงได้สั่งซื้อวัตถุดิบรวมกับโรงงานผลิตอีกสองแห่งของบริษัทฯ ในประเทศไทย

: ⁽²⁾ โรงงานย่างกุ้งจะปิดดำเนินการภายหลังจากที่โรงงานสีที่ติละวาเริ่มดำเนินการเชิงพาณิชย์ ในปี 2563

กำลังการผลิตของบริษัทฯ ส่วนที่ยังไม่ได้นำมาใช้ ณ ปัจจุบัน ทำให้บริษัทฯ สามารถปรับตัวเพื่อรองรับการเติบโตของอุปสงค์ในอนาคต ทั้งนี้ กำลังการผลิตรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 และอัตราการใช้กำลังการผลิตของโรงงานผลิตของบริษัทฯ สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 2561 และ 2562 สรุปดังนี้

โรงงาน	กำลังการผลิตรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 (ล้านแกลลอน/ปี)	อัตราการใช้กำลังการผลิต สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม (ร้อยละ)		
		2560	2561	2562
ประเทศไทย	74.1	54.5	53.2	54.8
โรงงานบางนา	50.4	62.8	60.4	62.5
โรงงานอื่น ⁽¹⁾	23.7	36.7	37.9	38.5
เขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ไม่รวมประเทศไทย) ⁽²⁾	28.3	34.7	38.8	26.8
รวม	102.0 ^{(3) (4)}	51.3	50.9	48.5

หมายเหตุ : ⁽¹⁾ โรงงานอื่น หมายถึง โรงงานสาโร่ง และโรงงานสมุทรปราการ

⁽²⁾ ไม่รวมอัตราการใช้กำลังการผลิตของโรงงานผลิตภายใต้ TOA Skim Coat (Cambodia) Co., Ltd.

⁽³⁾ กำลังการผลิตรวมดังกล่าวได้รวมกำลังการผลิตของโรงงานสีแห่งใหม่ที่โรงงานติลาวาในประเทศเมียนมาร์ จำนวน 3.4 แกลลอน/ปี และโรงงานสีในประเทศกัมพูชา 3.3 แกลลอน/ปี ซึ่งก่อสร้างแล้วเสร็จในปี 2562 และจำเริมดำเนินการเชิงพาณิชย์ในปี 2563

⁽⁴⁾ กำลังการผลิตดังกล่าวไม่ได้รวมกำลังการผลิตที่จะลดลงจากการปิดโรงงานอย่างถาวรเมื่อโรงงานติลาวา ประเทศเมียนมาร์เริ่มดำเนินงาน

(2) วัตถุดิบ

ต้นทุนวัตถุดิบเป็นสัดส่วนที่สำคัญที่สุดของต้นทุนขายของบริษัทฯ วัตถุดิบหลักของบริษัทฯ ที่ใช้สำหรับการผลิตผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้แก่

- ผงสี: ผงสีให้สีช่วยใน การปิดบังพื้นผิวและเคลือบพื้นผิว รวมถึงคุณสมบัติในการปกป้องแก่สี เช่น การป้องกันการกัดกร่อนและความทนทานต่อสภาพอากาศ ไทเทเนียมไดออกไซด์ ซึ่งเป็นผงสีชนิดที่ให้ความขาว ความสว่าง การปิดบังพื้นผิวและการป้องกันความเสียหายจากแสงอาทิตย์ เป็นวัตถุดิบหลักสำหรับผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ซึ่งบริษัทฯ ซื้อจากตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทยและนำเข้าจากต่างประเทศ เช่น ประเทศสิงคโปร์ ไต้หวัน สหรัฐอเมริกา และออสเตรเลีย
- สารยัดเกาะ: สารยัดเกาะเป็นสารที่ยึดส่วนผสมของผลิตภัณฑ์สีหรือสารเคลือบผิวเข้าด้วยกันและช่วยให้ผลิตภัณฑ์ยึดเกาะกับพื้นผิวได้ สารยัดเกาะประเภทกาว (อะครีลิกหรือสไตรีนอะครีลิก) โดยปกติแล้วจะนำไปใช้สำหรับผลิตภัณฑ์สีทาอาคารที่มีตัวทำละลายเป็นน้ำ ในขณะที่สารยัดเกาะเรซินจะนำไปใช้ในผลิตภัณฑ์ที่มีตัวทำละลายเป็นสารประกอบอินทรีย์ สารยัดเกาะมีหลายประเภทรวมถึง อะครีลิกโพลีเมอร์ 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 สารทำละลายที่ใส่ในขั้นตอนแรกของการผสมและกวนผลิตภัณฑ์เป็นสารทำละลายตั้งต้นและสารทำละลายร่วมที่ใส่ในขั้นตอนการผลิตสีช่วงเติมสารยัดหรือสิ่งนำสี (Letdown) บริษัทฯ ซื้อสารทำละลายทั้งจากผู้จัดจำหน่ายในประเทศและนำเข้าจากผู้จัดจำหน่ายในต่างประเทศ
- สารเติมแต่ง: สารเติมแต่งช่วยเพิ่มคุณสมบัติให้กับผลิตภัณฑ์เคลือบผิว เช่น ความทนทานต่อเชื้อรา และแบคทีเรีย ความสามารถในการขัดล้างได้ง่ายและความทนทานต่อการทำความสะอาด ทนทานต่อแสงอัลตราไวโอเลต เพิ่มความยืดเกาะและความยืดหยุ่น เป็นต้น บริษัทฯ ซื้อสารเติมแต่งทั้งจากในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ
- บรรจุภัณฑ์: บรรจุภัณฑ์โดยหลักๆ จะประกอบด้วยกระป๋องพลาสติกและฝาสำหรับผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิว

ราคาของวัตถุดิบหลักดังกล่าวส่วนใหญ่เป็นไปตามราคาน้ำมัน และอุปสงค์และอุปทานของวัตถุดิบหลักนั้นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ราคาของสารไทเทเนียมไดออกไซด์ที่เป็นวัตถุดิบหลักสำหรับผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ซึ่งเป็นราคาที่กำหนดตามราคาตลาดโลกและขึ้นอยู่กับราคาสินค้าโภคภัณฑ์ซึ่งสอดคล้องกับอุปสงค์และอุปทานในระดับประเทศ ระดับภูมิภาคและระดับโลก บริษัทฯ นำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 12.6 ของมูลค่าวัตถุดิบทั้งหมดที่ซื้อเพื่อใช้ในการผลิต สำหรับปีบัญชี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562 ราคาของวัตถุดิบดังกล่าวโดยปกติจะผันผวนตามอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและราคาของผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี

บริษัทฯ มีความสัมพันธ์อันดีและยาวนานกับผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบหลักมาเป็นระยะเวลานานและรักษาความสัมพันธ์กับผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบหลายรายสำหรับวัตถุดิบขั้นต้นเพื่อป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบที่อาจเกิดขึ้น และ/หรือการปรับขึ้นของราคาอย่างมีนัยสำคัญ บริษัทฯ ยังเป็นลูกค้ารายสำคัญของผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ในเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการจัดประชุมเป็นระยะๆ เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆ แนวโน้มในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สีทาอาคารระดับโลก และข้อมูลทางการตลาด รวมทั้งเพื่อหารือเกี่ยวกับโอกาสความเป็นไปได้ในการร่วมมือกัน

บริษัทฯ ดำเนินงานค้นหาผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบคุณภาพสูงอย่างต่อเนื่องและบริษัทฯ ยังพิจารณาแหล่งวัตถุดิบทดแทนและวิธีการแก้ปัญหาโดยใช้เทคโนโลยีเพื่อลดต้นทุนอย่างต่อเนื่อง วิธีการลดต้นทุนอื่นๆ รวมถึงการลดปริมาณวัตถุดิบที่ต้องใช้ในสูตรการผลิตของบริษัทฯ ด้วย เช่น บริษัทฯ ได้วิเคราะห์หาวิธีการลดปริมาณไทเทเนียมไดออกไซด์ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เพื่อลดปริมาณการใช้ไทเทเนียมไดออกไซด์และทำให้ต้นทุนลดลง

(3) ผู้จัดการจำหน่ายวัตถุดิบ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ มีผู้จัดการจำหน่ายวัตถุดิบที่บริษัทฯ ทำการซื้อขายวัตถุดิบหลักจำนวนหลายราย สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 2561 และ 2562 มูลค่าการสั่งซื้อจากผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบปริมาณสูงสุดห้ารายแรกคิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 37.1 ร้อยละ 34.0 และร้อยละ 32.1 ของมูลค่าการจัดซื้อวัตถุดิบทั้งหมดของบริษัทฯ ตามลำดับ และบริษัทฯ ไม่มีผู้จัดการจำหน่ายวัตถุดิบรายใดที่มีมูลค่าการซื้อขายมากกว่าร้อยละ 10.0 ของต้นทุนขายทั้งหมด สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2560 2561 และ 2562

บริษัทฯ ชำระเงินค่าซื้อวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ สินค้าซื้อมาขายไป และค่าบริการให้แก่ผู้จัดการจำหน่ายและผู้ให้บริการเป็นเงินบาทและเงินสกุลต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐ โดยคิดเป็นอัตราร้อยละดังนี้

สกุลเงิน	2560	2561	2562
เงินสกุลบาท	91.4	92.5	90.7
เงินสกุลดอลลาร์สหรัฐ	7.2	6.1	7.7

บริษัทฯ อาจเข้าทำสัญญาซื้อวัตถุดิบล่วงหน้าเพื่อบริหารจัดการความเสี่ยงกรณีวัตถุดิบขึ้นราคาและพิจารณาบริหารความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนโดยใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินหรือตราสารอนุพันธ์ ในสัดส่วนที่เหมาะสม สอดคล้องกับสถานการณ์แนวโน้มค่าเงินบาท อย่างไรก็ตามบริษัทฯ เชื่อว่าคู่แข่งสำคัญรายอื่นนำเข้าจากผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบที่คล้ายคลึงกันและซื้อขายโดยใช้สกุลเงินต่างประเทศเช่นเดียวกัน

บริษัทฯ พิจารณาคัดเลือกผู้จัดการจำหน่ายวัตถุดิบจากปัจจัยด้านต่างๆ เช่น คุณภาพวัตถุดิบ ความมีประสิทธิภาพ ความน่าเชื่อถือ กำลังการผลิต ราคา และการบริการ เป็นต้น บริษัทฯ จะไม่มีการพึ่งพิงผู้จัดการจำหน่ายวัตถุดิบรายใดรายหนึ่งโดยเฉพาะสำหรับการจัดหาวัตถุดิบเนื่องจากบริษัทฯ สามารถดำเนินงานเข้าทำสัญญากับผู้จัดการจำหน่ายวัตถุดิบรายอื่นได้ ยกเว้นสารไนโตรเซลลูโลส ซึ่งผู้จัดการจำหน่ายวัตถุดิบสารไนโตรเซลลูโลสในประเทศไทยมีการผูกขาดตลาดเนื่องจากเป็นผู้ผลิตรายเดียวในประเทศไทยที่ได้รับใบอนุญาตจากกระทรวงกลาโหมในการผลิตสารไนโตรเซลลูโลส นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีความสามารถในการผลิตวัตถุดิบบางประเภทที่จำเป็นต้องใช้ภายในบริษัทฯ ได้ เช่น สารยัดเกาะ รวมทั้งบริษัทฯ ยังมีความสามารถในการใช้วัตถุดิบทางเลือกเพื่อทดแทนวัตถุดิบเดิมได้ หากมีความจำเป็น ตัวอย่างเช่นในปี 2562 บริษัทฯ สามารถผลิตสารยัดเกาะอัลคิตเพื่อใช้ภายในกระบวนการผลิตของบริษัทฯ ได้โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 70.7 ของมูลค่าสารอัลคิตที่ใช้ และจัดหาในส่วนที่เหลือจากภายนอก บริษัทฯ อยู่ระหว่างการศึกษาความเป็นไปได้ในการเปลี่ยนจากการใช้สารไนโตรเซลลูโลสในสูตรผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เป็นการใช้อนุพันธ์เพื่อลดโอกาสการขาดแคลนหรือการไม่สามารถจัดหาสารไนโตรเซลลูโลส

(4) หนังสืออนุญาตและใบอนุญาตที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการของบริษัทฯ

ในการประกอบกิจการของบริษัทฯ นั้น บริษัทฯ จำเป็นต้องมีใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงานและใบอนุญาตในการครอบครองวัตถุดิบต่างๆ โดยมีใบอนุญาตที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

บริษัท และบริษัทย่อย	ขอบเขต	อายุใบอนุญาต
TOA:		
ใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงานประเภท 45(1) (สำหรับโรงงานบางนา)	เพื่อผลิตสีน้ำพลาสติก สีน้ำมัน สีสำหรับพ่นรถยนต์และเคลียร์แลคเกอร์	กฎหมายใหม่กำหนดให้ได้รับการยกเว้นการต่ออายุ
ใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงานประเภท 45(1), (3) (สำหรับโรงงานสำโรง)	เพื่อผลิตสีและแลคเกอร์ น้ำยาลอกสีและไวต์สปีด	จนถึง 1 มกราคม 2566
ใบอนุญาตประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ (สำหรับโรงงานบางนา)	เพื่อประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพประเภทการผลิตสีโดยใช้เครื่องจักรที่มีกำลังรวมกันเกินกว่า 20 แรงม้า	จนถึง 29 เมษายน 2563
ใบอนุญาตประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ (สำหรับโรงงานบางนา)	เพื่อประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพประเภทการผลิต การบรรจุ การสะสม การขนส่งกรด – ต่าง สารออกซิไดส์ หรือสารตัวทำลาย	จนถึง 13 เมษายน 2563
ใบอนุญาตประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ (สำหรับโรงงานสำโรง)	เพื่อประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพประเภทการผลิตสี	จนถึง 13 กุมภาพันธ์ 2562 (อยู่ระหว่างการดำเนินการต่ออายุ)
ใบอนุญาตผลิตหรือใช้พลังงานปรมาณูจากเครื่องกำเนิดรังสี (สำหรับโรงงานบางนา)	เพื่อผลิตและใช้พลังงานปรมาณูจากเครื่องกำเนิดรังสีเพื่อใช้ประโยชน์ทางด้านอุตสาหกรรม	จนถึง 12 พฤศจิกายน 2565
ใบอนุญาตให้ผลิตพลังงานควบคุม (สำหรับโรงงานบางนา)	เพื่อผลิตพลังงานควบคุมสำหรับใช้ในธุรกิจสีและผลิตภัณฑ์ปกคลุมพื้นผิว	จนถึง 19 เมษายน 2565
ใบอนุญาตมีซึ้งยุทธภัณฑ์ (สำหรับโรงงานสำโรง)	เพื่อครอบครองสารไนโตรเซลลูโลส	จนถึง 19 กรกฎาคม 2563
ใบอนุญาตประกอบกิจการ สถานที่บรรจุก๊าซปิโตรเลียมเหลว ประเภทห้องบรรจุ (โรงงานสำโรง)	เพื่อประกอบกิจการควบคุมประเภทที่ 3 ตามมาตรา 17(3) แห่ง พ.ร.บ. ควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ. 2542	จนถึง 31 ธันวาคม 2563
ใบอนุญาตประกอบกิจการ สถานที่เก็บรักษาน้ำมัน ลักษณะที่สาม (สำหรับโรงงานบางนา)	เพื่อประกอบกิจการควบคุมประเภทที่ 3 ตามมาตรา 17(3) แห่ง พ.ร.บ. ควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ. 2542	จนถึง 31 ธันวาคม 2563
บริษัท กัปตัน โค้ทติ้ง จำกัด		
ใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงานประเภท 45(1)	เพื่อผลิตสีน้ำพลาสติก	จนถึง 1 มกราคม 2566
ใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงานประเภท 45(1)	เพื่อผสมสีบรรจุใส่ในกระป๋องสเปรย์และสีน้ำมัน	จนถึง 1 มกราคม 2566

บริษัท และบริษัทย่อย	ขอบเขต	อายุใบอนุญาต
ใบอนุญาตประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ	เพื่อประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพในกิจการ (1) การผลิต การบรรจุ การสะสม การขนส่งกรด-ด่าง สารออกซิไดส์ หรือสารตัวทำลาย (2) การผลิตสีหรือน้ำมันผสมสีโดยใช้เครื่องจักรที่มีกำลังเกินกว่า 20 แรงม้า	จนถึง 25 เมษายน 2563
TOA Paint (Vietnam) Co., Ltd.:		
ใบรับรองการจดทะเบียนธุรกิจ	เพื่อจดทะเบียนการก่อตั้ง TOA Paint (Vietnam) Co., Ltd. ในประเทศเวียดนาม	ไม่มีวันหมดอายุ
ใบรับรองการจดทะเบียนการลงทุน	เพื่อประกอบกิจการโครงการลงทุนในการผลิตสี นำเข้า-ส่งออก จัดจำหน่ายสี กระดาษทราย กาว ในประเทศเวียดนาม	30 กันยายน 2588
ใบรับรองการจดทะเบียนการประกอบกิจการสำนักงานสาขา	เพื่อจดทะเบียนการก่อตั้งสาขาในเมืองฮานอย	ไม่มีวันหมดอายุ
ใบรับรองการจดทะเบียนการประกอบกิจการสำนักงานผู้แทน	เพื่อจดทะเบียนการก่อตั้งสำนักงานผู้แทนในนาตรัง เกิ่นเทอ กวีญิน ดานัง และโฮจิมินห์	ไม่มีวันหมดอายุ
ใบอนุญาตในการขาย	เพื่อแสดงสิทธิในการจัดจำหน่าย (โดยไม่จำเป็นต้องตั้งร้านค้าส่ง หรือร้านค้าปลีก) สำหรับสินค้าภายใต้รหัส VSIC ดังต่อไปนี้ (1) รหัส VSIC 4663 เพื่อขายส่งวัสดุติดตั้งอุปกรณ์ในการก่อสร้าง ซึ่งรวมถึงสีและวานิช (2) รหัส VSIC 4669 เพื่อขายส่งผลิตภัณฑ์นอกเหนือจากที่ระบุไว้แล้วในประเภทอื่น ซึ่งรวมถึงสารเคมีอุตสาหกรรม	จนถึงวันที่ 30 กันยายน 2588
TOA Paint (Laos) Co., Ltd.:		
บัตรลงทุน	เพื่อผลิตและจำหน่ายสีน้ำ สีน้ำมัน สีอุตสาหกรรม และทินเนอร์ผสมสี	จนถึง 22 เมษายน 2565
ใบอนุญาตดำเนินการกิจการโรงงาน	เพื่อผลิตสีน้ำ สีน้ำมัน สีอุตสาหกรรม และทินเนอร์ เพื่อจัดจำหน่ายในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	จนถึง 5 กรกฎาคม 2563

บริษัทฯ และบริษัทย่อย	ขอบเขต	อายุใบอนุญาต
ใบอนุญาตยั่งยืนสิ่งแวดล้อม	ผู้พัฒนาโครงการต้องใส่ใจในการ คุ้มครอง ติดตามการตรวจสอบ ต่อ สิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมชาติ ให้สอดคล้องตามคำแนะนำกระบวนการ ศึกษาเบื้องต้น เกี่ยวกับผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อมจากโครงการลงทุน และ กิจการต่างๆ ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ ได้ระบุในใบรับรองนี้	จนถึง 14 กุมภาพันธ์ 2564
TOA Paint (Myanmar) Co., Ltd.:		
บัตรลงทุน (Investment Commission Permit)	เพื่อผลิตและทำการตลาดสีทุกชนิด	จนถึง 19 กันยายน 2606
แบบใบอนุญาต (Form of Permit)	เพื่อผลิตและทำการตลาดสีทุกชนิด	จนถึง 28 พฤษภาคม 2566
ใบอนุญาตประกอบกิจการอุตสาหกรรม	เพื่อผลิตและจัดจำหน่ายสีทุกชนิด	จนถึง 31 มีนาคม 2563
ใบอนุญาตส่งออกและนำเข้า	เพื่อนำเข้าสินค้าภายใต้กฎระเบียบของ Myanmar Investment Commission (MIC)	จนถึง 28 พฤษภาคม 2566
TOA Coating (Myanmar) Co., Ltd.:		
แบบใบอนุญาต (Form of Permit)	เพื่อผลิตและจำหน่ายสีทุกประเภท	จนถึง 4 มิถุนายน 2607
บัตรลงทุน	เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และสี อุตสาหกรรม	ตลอดระยะเวลาของการดำเนิน กิจการภายใต้เงื่อนไขการเริ่ม โครงการและการเริ่มดำเนินงาน เชิงพาณิชย์จะต้องเกิดขึ้น ภายในกำหนดระยะเวลาที่ระบุ ไว้ในบัตรลงทุน
ใบอนุญาตให้เริ่มดำเนินการโรงงานผลิต Commencement Operation Certificate (COC)	เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และสี อุตสาหกรรม	ไม่กำหนด
ใบอนุญาตใช้ที่ดิน	เพื่อเป็นที่ตั้งโรงงานสีในเขตเศรษฐกิจ พิเศษติลาวา (Thilawa Special Economic Zone)	จนถึง 4 มิถุนายน 2607
ใบอนุญาตส่งออกและนำเข้า	เพื่อนำเข้าสินค้าภายใต้กฎระเบียบของ Thilawa Special Economic Zone Management Committee (TSEZ)	จนถึง 12 มิถุนายน 2565
TOA Paint Product Sdn. Bhd.		
ใบอนุญาตประกอบธุรกิจ	เพื่อผลิตสีและโฆษณา	จนถึง 31 ธันวาคม 2563 (อยู่ระหว่างการดำเนินการต่อ อายุ)
ใบอนุญาตผลิต	เพื่อผลิตสีเคลือบเงาและสีน้ำอิมัลชัน	ไม่มีวันหมดอายุ

บริษัทฯ และบริษัทย่อย	ขอบเขต	อายุใบอนุญาต
PT TOA Paint Indonesia:		
บัตรลงทุน	เพื่อประกอบกิจการในประเทศอินโดนีเซีย	ไม่มีวันหมดอายุจนกว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงประเภทธุรกิจ
ใบอนุญาตประกอบกิจการ	เพื่อประกอบกิจการอุตสาหกรรมสีและหมึกพิมพ์	ไม่มีวันหมดอายุจนกว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงชื่อและข้อมูลในเอกสาร
ใบอนุญาตนำเข้า	นำเข้าสินค้าเพื่อขาย	ไม่มีวันหมดอายุ
PT TOA Coating Indonesia:		
ใบอนุญาตลงทุน	เพื่อประกอบธุรกิจในประเทศอินโดนีเซีย	ไม่มีวันหมดอายุจนกว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงประเภทธุรกิจ
ใบอนุญาตในการประกอบธุรกิจ	เพื่อดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสีและการหมึกพิมพ์	ไม่มีวันหมดอายุจนกว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงชื่อและข้อมูลในเอกสาร
ใบอนุญาตนำเข้า	นำเข้าวัตถุดิบเพื่อการผลิต	ไม่มีวันหมดอายุจนกว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงประเภทธุรกิจ
TOA Coating (Cambodia) Co., Ltd.:		
ใบรับรองการเช่าระยะยาว	เพื่อเป็นที่ตั้งสำนักงานและโรงงานในเขตเศรษฐกิจพิเศษ Phnom Penh SEZ	50 ปี นับจาก 12 สิงหาคม 2561
ใบรับรองโครงการลงทุน (Qualified Investment Project)	เพื่อรับรองโครงการลงทุน และสิทธิได้รับยกเว้นภาษี เช่น ยกเว้นภาษีสำหรับอุปกรณ์ก่อสร้างและภาษีนำเข้าเครื่องจักร และภาษีจากรายได้เป็นระยะเวลา 3 ปี	ไม่มีวันหมดอายุ
TOA Skim Coat (Cambodia) Co., Ltd.		
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 ซึ่งทำให้บริษัทฯ มีการเตรียมการที่จะรับมือกับการหยุดชะงักของการดำเนินงานที่เกิดจากสภาพอากาศ ภัยธรรมชาติ และเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจากมนุษย์

บริษัทฯ ต้องปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบหลายฉบับที่ใช้บังคับอยู่ในประเทศที่บริษัทฯ ประกอบกิจการอยู่ซึ่งมีการกำกับดูแลเกี่ยวกับการคุ้มครองสิ่งแวดล้อม สุขภาพ และความปลอดภัย รวมถึงการปล่อยมลพิษออกสู่อากาศและน้ำและการบริหารจัดการและกำจัดวัตถุอันตราย นอกจากนี้ โรงงานผลิตของบริษัทฯ และเวียดนามมีการวัดผลการดำเนินงานด้านความปลอดภัย โดยใช้มาตรฐานการบันทึกอุบัติเหตุตามมาตรฐาน OHSAS 18001 ซึ่งจะรวมถึงการวัดจำนวนอุบัติเหตุ อัตราการบาดเจ็บและจำนวนเหตุอัคคีภัย เป็นต้น โรงงานผลิตของบริษัทฯ ในประเทศไทยและเวียดนาม ยังปฏิบัติตามมาตรฐาน ISO 14001 สำหรับระบบบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมด้วย

บริษัทฯ เชื่อว่าโรงงานผลิตและสถานที่กระจายสินค้าและผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของบริษัทฯ ดำเนินงานตามข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมที่สำคัญที่ใช้บังคับอยู่ในปัจจุบัน รวมถึงการถือใบอนุญาตประกอบกิจการที่จำเป็นภายใต้ข้อกำหนดเหล่านั้นสำหรับสถานประกอบการของบริษัทฯ

(6) รางวัลและการรับรองมาตรฐาน

ตราสินค้าของบริษัทฯ ได้รับรางวัลมากมายตลอดหลายปีที่ผ่านมา ตารางต่อไปนี้แสดงรางวัลที่บริษัทฯ ได้รับในช่วงระยะเวลาตามที่ระบุไว้

2560	2561	2562
- รางวัล Thailand's Most Admired Brand 2017 จากนิตยสาร BrandAge (6 ปีติดต่อกัน) - รางวัล No. 1 Brand Thailand 2017 จากนิตยสาร Marketeer (5 ปีติดต่อกัน) - รางวัล Thailand's Most Admired Company 2017 จากนิตยสาร BrandAge ประเภทสีทาอาคาร ในหมวดวัสดุก่อสร้าง (3 ปีติดต่อกัน) - ฉลากประหยัดพลังงานประสิทธิภาพสูง ผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร โดยกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน	- รางวัล Thailand's Most Admired Brand 2018 จากนิตยสาร BrandAge (7 ปีติดต่อกัน) - รางวัล No. 1 Brand Thailand 2018 จากนิตยสาร Marketeer (6 ปีติดต่อกัน) - รางวัล Thailand's Most Admired Company 2018 จากนิตยสาร BrandAge ประเภทสีทาอาคาร ในหมวดวัสดุก่อสร้าง (4 ปีติดต่อกัน) - รางวัลสถานประกอบการดีเด่นด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการแรงงานประจำปี 2561 ระดับประเทศ (โรงงาน	- รางวัล Thailand's Most Admired Brand 2019 (8 ปีต่อเนื่อง) โดยนิตยสารแบรนด์เอจ (BrandAge) - รางวัล No.1 Brand Thailand 2019 (7 ปีต่อเนื่อง) โดยนิตยสารมาร์เก็ตเียร์ (Marketeer) - รางวัล Thailand's Most Admired Company 2019 (5 ปีต่อเนื่อง) โดยนิตยสารแบรนด์เอจ (BrandAge) - รางวัลสถานประกอบการดีเด่น ด้านแรงงานสัมพันธ์และ

2560	2561	2562
กระทรวงพลังงาน ประจำปี 2559 - 2560 (2 ปีติดต่อกัน) - รางวัลสถานประกอบการดีเด่นด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการแรงงาน ประจำปี 2560 ระดับประเทศ (โรงงานบางนาและโรงงานสำโรง) จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน - รางวัลโครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมให้มีการพัฒนาด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR-DIW Continuous) ประจำปี 2560 (โรงงานบางนา) จากกระทรวงอุตสาหกรรม (4 ปีติดต่อกัน) - รางวัลโครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมให้มีการพัฒนาด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR-DIW Continuous) ประจำปี 2560 (โรงงานสำโรง) จากกระทรวงอุตสาหกรรม (3 ปีติดต่อกัน) - รางวัลสถานประกอบการดีเด่นด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ประจำปี 2560 ระดับประเทศ ปีที่ 4 ติดต่อกัน ระดับทอง (โรงงานบางนา) จากกระทรวงแรงงาน - รางวัลสถานประกอบการดีเด่นด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ประจำปี 2560 ระดับประเทศ ปีที่ 2 ติดต่อกัน ระดับทอง (โรงงานสำโรง) จากกระทรวงแรงงาน - รางวัลมาตรฐานการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดในสถานประกอบการ (มยส.) ประจำปี 2560 (2 ปีต่อเนื่อง) โดยกองสวัสดิการแรงงาน กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน	บางนาและโรงงานสำโรง) จากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน (2 ปีติดต่อกัน) - รางวัลมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR-DIW Continuous) (5 ปีต่อเนื่อง โรงงานบางนา) โดยกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม - รางวัลมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR-DIW Continuous) (4 ปีต่อเนื่อง โรงงานสำโรง) โดยกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม - รางวัลสถานประกอบการต้นแบบดีเด่นด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ประจำปี 2561 ระดับประเทศ ระดับเพชร (5 ปีต่อเนื่อง โรงงานบางนา) โดยกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน - รางวัลสถานประกอบการต้นแบบดีเด่นด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ประจำปี 2561 ระดับประเทศ ระดับทอง (3 ปีต่อเนื่อง โรงงานสำโรง) โดยกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน - รางวัลสถิติจากการทำงานให้เป็นศูนย์ ประจำปี 2561 ระดับเงิน โรงงานบางนา โดยสถาบันส่งเสริมความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน - รางวัลสถิติจากการทำงานให้เป็นศูนย์ ประจำปี 2561 ระดับทองแดง โรงงานสำโรง โดยสถาบันส่งเสริมความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน - รางวัลมาตรฐานการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดในสถานประกอบการ (มยส.) ประจำปี 2561 (3 ปีต่อเนื่อง) โดยกองสวัสดิการแรงงาน กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน	สวัสดิการแรงงาน ประจำปี 2562 ระดับประเทศ โรงงานบางนาและสำโรง (3 ปีต่อเนื่อง) โดยกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน - รางวัลมาตรฐานการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดในสถานประกอบการ (มยส.) ประจำปี 2562 (4 ปีต่อเนื่อง) โดยกองสวัสดิการแรงงาน กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน - รางวัลสถานประกอบการต้นแบบดีเด่น ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ประจำปี 2562 (Thailand Labour Management Excellence Award 2019) ระดับประเทศ ระดับเพชร (6 ปีต่อเนื่อง โรงงานบางนา) โดยกระทรวงแรงงาน - รางวัลสถานประกอบการต้นแบบดีเด่น ในการดำเนินการบริหารจัดการ ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานในสถานประกอบการ ประจำปี 2562 ระดับทอง (4 ปีต่อเนื่อง โรงงานสำโรง) โดยกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน - รางวัลมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR-DIW Continuous 2019) (6 ปีต่อเนื่อง โรงงานบางนา) โดยกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม - รางวัลมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR-DIW Continuous 2019) (5 ปีต่อเนื่อง โรงงานสำโรง) โดยกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

2560	2561	2562
	- รางวัลสถานประกอบการที่ผ่านเกณฑ์ธรรมาภิบาลสิ่งแวดล้อม ประจำปี 2561 โดยกระทรวงอุตสาหกรรม - Thailand Capital Markets Deal of The Year จากงาน IFR	- รางวัลอุตสาหกรรมสีเขียว ระดับ 4 เครือข่ายสีเขียว (Green Culture) โรงงานบางนา โดยกระทรวงอุตสาหกรรม - รางวัลเชิดชูเกียรติโครงการโรงเรียนร่วมพัฒนา Partnership School Project 100% โดยกระทรวงศึกษาธิการ

ณ วันที่ของเอกสารฉบับนี้ บริษัทฯ ได้รับมาตรฐานการรับรองจำนวนมาก รวมถึงมาตรฐานการรับรองดังต่อไปนี้ ในประเทศตามที่ระบุไว้:

- ระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001:2015 (ประเทศไทย)
- ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001:2015 (ประเทศไทย)
- ระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ISO 45001:2018 (ประเทศไทย)
- ระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย TIS 18001:2011 (ประเทศไทย)
- ระบบการจัดการพลังงาน ISO 50001:2011 การออกแบบและผลิตสีน้ำ (EM2) ยกเว้นกระบวนการขนส่ง
- การรับรองผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว – การรับรองผลิตภัณฑ์ปลอดสารปรอทและตะกั่ว (ประเทศไทย)
- ระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001:2015 (ประเทศเวียดนาม)
- ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001:2015 (ประเทศเวียดนาม)
- ระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ISO 45001:2018 (ประเทศเวียดนาม)
- ระบบการจัดการพลังงาน ISO 50001:2011 สำหรับการออกแบบผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวสำหรับตลาดในประเทศและส่งออก (ประเทศเวียดนาม)
- Achieved typical advanced of preventing and fighting fire activities in Year 2017.
- Product conformity regulatory Certification (CR) for Emulsion paint (Primer, Interior, Exterior)

2.2.5 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ไม่มี

3. ปัจจัยความเสี่ยง

3.1 การบริหารความเสี่ยง

การบริหารความเสี่ยงเป็นกระบวนการการบริหารจัดการที่จำเป็นและมีความสำคัญในการช่วยให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยเฉพาะในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและแข่งขันสูง นอกจากนี้ระบบการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิผลยังคงเป็นองค์ประกอบสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าของกิจการในที่สุด

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงที่มีต่อการดำเนินงานขององค์กร จึงได้แต่งตั้งคณะทำงานบริหารความเสี่ยงและความต่อเนื่องทางธุรกิจขึ้น ภายใต้หลักธรรมาภิบาลที่ดี เพื่อทำหน้าที่ในการบริหารและควบคุมการบริหารความเสี่ยง ในแต่ละปีคณะทำงานบริหารความเสี่ยงและความต่อเนื่องทางธุรกิจจะกำหนดนโยบายการบริหารความเสี่ยงขึ้น แล้วมอบให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปปฏิบัติเพื่อให้การบริหารความเสี่ยงเป็นไปอย่างเป็นระบบ และดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน พร้อมทั้งกำหนดกฎ ระเบียบ รวมถึงวิธีการในการปฏิบัติงานบริหารความเสี่ยงให้ครอบคลุมกิจกรรมทั่วทั้งองค์กร กำหนดให้มีการตรวจสอบ วัดผลการดำเนินงาน การรายงานผลการปฏิบัติงานให้คณะกรรมการบริษัทฯ และเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องรับทราบอย่างสม่ำเสมอ

บริษัทฯ กำหนดให้มีการดำเนินการบริหารองค์กรเป็นไปอย่างต่อเนื่อง และปรับปรุงการดำเนินการบริหารความเสี่ยงอยู่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยคำนึงถึงปัจจัยเสี่ยงทั้งภายในและภายนอกองค์กรซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

กรอบบริหารความเสี่ยง

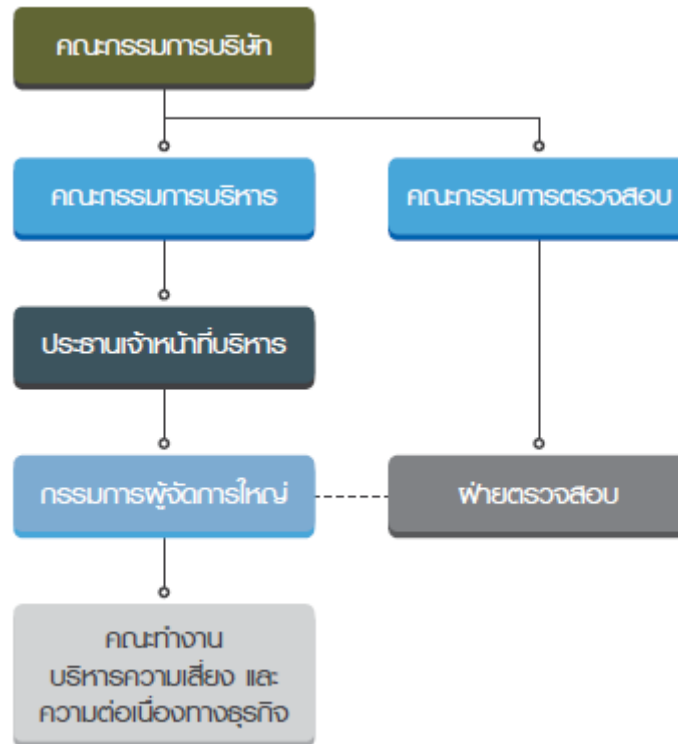
บริษัทฯ มีการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร ที่เป็นไปตามมาตรฐานสากล ที่ปฏิบัติโดยคณะกรรมการผู้บริหารและบุคลากรทุกคนในองค์กร โดยกระบวนการบริหารความเสี่ยงได้รับการออกแบบเพื่อให้สามารถบ่งชี้เหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นและมีผลกระทบต่อองค์กร และสามารถจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่องค์กรยอมรับ เพื่อให้ได้รับความมั่นใจอย่างสมเหตุสมผลในการบรรลุวัตถุประสงค์ที่องค์กรกำหนดไว้ โดยกรอบบริหารความเสี่ยงประกอบด้วย

1. การกำหนดกลยุทธ์

บริษัทฯ มีการกำหนดวัตถุประสงค์และระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) ในการบริหารความเสี่ยงอย่างชัดเจน เพื่อให้การบริหารความเสี่ยงเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

โครงสร้างและความรับผิดชอบในการบริหารความเสี่ยง

ผังโครงสร้างบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ แสดงให้เห็นตามแผนภาพ ดังนี้



ความรับผิดชอบในการบริหารความเสี่ยง

คณะกรรมการบริษัท

มีหน้าที่ความรับผิดชอบโดยรวมในการกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงภายในองค์กร

คณะกรรมการตรวจสอบ

มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการพิจารณา สอบทานประสิทธิภาพของการควบคุมภายใน และติดตามผลการบริหารความเสี่ยง รวมทั้งประเมินผลการจัดการความเสี่ยงจากคณะทำงานบริหารความเสี่ยงและความต่อเนื่องทางธุรกิจ

คณะทำงานบริหารความเสี่ยงและความต่อเนื่องทางธุรกิจ

เพื่อให้การกำกับดูแลการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจที่ตั้งไว้ สร้างความมั่นใจและความน่าเชื่อถือในการดำเนินธุรกิจขององค์กร บริษัทฯ จึงแต่งตั้งคณะทำงานบริหารความเสี่ยงและความต่อเนื่องทางธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหารระดับสูงของแต่ละสายงาน และมีกรรมการผู้จัดการใหญ่เป็นประธานของคณะทำงาน โดยการกำหนดนโยบายบริหารความเสี่ยงต้องผ่านความเห็นชอบจากประธานเจ้าหน้าที่บริหารและคณะกรรมการบริหาร

3.2 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 ความคืบหน้าในการบริหารความเสี่ยง 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 รวมถึงกระบวนการบริหารความเสี่ยงให้ที่ประชุมคณะทำงานบริหารความเสี่ยงและความต่อเนื่องทางธุรกิจเพื่อทราบ/พิจารณาต่อไป
- 4) คณะทำงานบริหารความเสี่ยงและความต่อเนื่องทางธุรกิจต้องวิเคราะห์/ติดตามการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก รวมถึงการเปลี่ยนแปลงในความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ส่งผลให้ต้องมีการทบทวนการจัดการความเสี่ยงและการจัดลำดับความสำคัญ รวมถึงอาจนำไปใช้ในการทบทวนกรอบการบริหารความเสี่ยงโดยรวม
- 5) คณะทำงานบริหารความเสี่ยงและความต่อเนื่องทางธุรกิจ ต้องสรุปรายงานความคืบหน้าการบริหารความเสี่ยงตามแผนงานต่อประธานเจ้าหน้าที่บริหาร คณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการบริษัท

3.3 ความเสี่ยงหลักและกลยุทธ์ในการจัดการความเสี่ยง

ในปี 2562 บริษัทฯ ได้ประเมินความเสี่ยงที่สำคัญโดยมีความสอดคล้องกับประเด็นด้านความเสี่ยงดังนี้

1) ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์

เนื่องจากในปัจจุบันความต้องการและความคาดหวังต่อสินค้าและบริการของผู้บริโภคเปลี่ยนไปจากเดิม บริษัทฯ จำเป็นต้องพิจารณาค้นหากกลยุทธ์ใหม่ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง เพื่อให้บริษัทฯ เติบโตอย่างยั่งยืน บริษัทฯ ได้พิจารณาและประเมินความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ ซึ่งสรุปเป็นความเสี่ยงที่สำคัญได้ดังนี้

(1) ด้านสภาวะการแข่งขัน

บริษัทฯ จำเป็นต้องพัฒนานวัตกรรมใหม่ออกมาให้ตรงและทันต่อความต้องการของตลาด เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantages) โดยนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ เป็นสิ่งที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รวมถึงสร้างความตระหนักรู้ในตราสินค้า (Brand Awareness) ในตลาดต่างประเทศให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น

แนวทางการบริหารความเสี่ยง

- แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์/นวัตกรรมใหม่ โดยมีประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นประธานคณะกรรมการ
- พัฒนาแผนผลิตภัณฑ์/นวัตกรรมใหม่ เพื่อใช้วางแผนกลยุทธ์ 3 ปี
- สร้างความแข็งแกร่งของตราสินค้า TOA ในต่างประเทศ โดยเน้นในเรื่อง
 - การสร้าง Brand Visibility ที่ร้านค้าของผู้แทนจำหน่าย และช่องทาง Modern Trade
 - การสื่อสารผ่าน Digital & Social Media ให้ถึงกลุ่มเป้าหมาย
 - การเข้าถึงงานโครงการ (Project Segment) เพื่อสร้างยอดขาย และใช้เป็นโครงการอ้างอิง (reference projects) เป็นผลดีกับการสร้าง brand awareness สำหรับตลาดโดยรวม

(2) ด้านการเติบโตของธุรกิจ

เนื่องจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจของประเทศ การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค ที่ต้องการความสะดวกสบายและใช้งานผลิตภัณฑ์ง่ายยิ่งขึ้น รวมถึงบทบาทของธุรกิจ E-commerce ที่มีการแข่งขันเข้มข้นขึ้น มีผลให้การเติบโตของธุรกิจมีแนวโน้มเติบโตขึ้นในอัตราที่ช้าลง

แนวทางการบริหารความเสี่ยง

- พัฒนาแผนงานด้านการขายและการตลาดที่ได้มีการริเริ่มทำแล้วในปี 2562 และได้รับการตอบรับดีจากลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย จะดำเนินการต่อไปในปี 2563 และปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น เพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาดจากคู่แข่ง
- ทำแผนการเข้าถึงตลาดการ Repaint และ Renovation
- เน้นสร้างยอดขายให้เติบโตในตลาดงานโครงการ โดยสร้างระบบการทำงานที่ส่งเสริมความร่วมมือที่ดีระหว่างหน่วยงานขายโครงการ และร้านค้าที่มีความพร้อมในการขายงานโครงการ

- พัฒนาช่องทางขายผ่านระบบ E-commerce เช่น TOASmart.com ในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่พฤติกรรมการซื้อเปลี่ยนแปลงไป ผ่าน mobile และต้องการความสะดวกสบาย โดยทำงานร่วมกับร้านค้าและใช้จุดแข็งของระบบจัดจำหน่ายของ TOA เป็นช่องทาง Online-to-Offline (O2O) เพื่อให้ผู้บริโภคได้เข้าถึงการบริการที่ครบวงจรเกี่ยวกับการปรับปรุงที่อยู่อาศัย (repaint & renovate) ง่ายดายและสะดวกยิ่งขึ้น

(3) ด้านบุคลากร

บริษัทฯ ตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรบุคคล จึงได้ดำเนินการต่าง ๆ ทั้งในด้านการพัฒนาบุคลากร การสรรหาพนักงาน รวมทั้งการดูแลรักษาบุคลากร เพื่อบริหารความเสี่ยงในการสรรหาและรักษาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ

แนวทางการบริหารความเสี่ยง

- ระบุและศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลอัตราการลาออกของพนักงานในระดับองค์กรและรายแผนก
- วางแผนเรื่องการสรรหาบุคลากรให้ทันเวลาในแต่ละแผนก มุ่งเน้นการดูแลบุคลากร ในทุกขั้นตอน เริ่มตั้งแต่การสรรหาผู้ที่สนใจสมัครงานกับบริษัทฯ ที่มีความรู้ความสามารถ ผ่านการจัดทำนโยบายการจ้างงานและการคัดเลือกพนักงานที่เหมาะสม โดยเล็งเห็นความสำคัญของความก้าวหน้าในสายอาชีพ
- เข้าร่วมการสำรวจค่าตอบแทน ในการเปรียบเทียบค่าตอบแทนและสวัสดิการของบริษัทฯ กับตลาดภายนอก (Benchmarking) โดยบริษัทฯ ได้นำข้อมูลจากการเข้าร่วมการสำรวจค่าตอบแทนมาพิจารณาปรับปรุณโยบายโครงสร้างเงินเดือน และการจ่ายผลตอบแทนตามผลงาน รวมทั้งการจัดสวัสดิการให้สามารถแข่งขันกับตลาดภายนอกได้
- พัฒนาและฝึกอบรมบุคลากรเพื่อสร้างความพร้อมให้กับผู้นำรุ่นใหม่ ๆ ผ่านกระบวนการสืบทอดตำแหน่ง (Succession Management)
- นำระบบการสำรวจความผูกพันของพนักงานกับองค์กร (Employee Engagement Survey) มาใช้ เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาส่งเสริมให้พนักงานมีความผูกพันกับองค์กร ทุกเทแรงกายแรงใจในการทำงาน และให้ TOA เป็นสถานที่ทำงานที่ดีและน่าทำงาน

2) ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับและข้อกำหนดต่าง ๆ

บริษัทฯ ได้กำหนดกรอบการดำเนินการ (Rules & Regulation Compliance Framework) เพื่อลดความเสี่ยงจากผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงข้อกำหนด กฎหมายและระเบียบวิธีปฏิบัติ การรวบรวมกฎหมายและข้อกำหนดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประเมินว่าบริษัทฯ ได้ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบข้อปฏิบัติอย่างถูกต้องหรือไม่ แบ่งเป็น 8 หัวข้อหลัก ได้แก่

- (1) ด้านการกำกับดูแลองค์กร
- (2) ด้านสิทธิมนุษยชน
- (3) การปฏิบัติด้านแรงงาน
- (4) ด้านสิ่งแวดล้อม
- (5) ด้านการดำเนินงานอย่างเป็นธรรม
- (6) ด้านผู้บริโภค

(7) ด้านการมีส่วนร่วม

(8) ข้อกำหนดอื่นๆ

แนวทางการบริหารความเสี่ยง

- จัดทำเป็นคู่มือสรุปข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง และมอบหมายให้ผู้ที่ทำหน้าที่รับผิดชอบความเสี่ยงในแต่ละด้าน (Risk Owner) ติดตามดูแลให้บริษัท สามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องทั้งหมดได้อย่างครบถ้วน และถูกต้อง นอกจากนี้คณะทำงานบริหารความเสี่ยงและความต่อเนื่องทางธุรกิจจะมีการติดตามความคืบหน้าอย่างสม่ำเสมอ
- เน้นพัฒนาเรื่องการรักษาความลับและความปลอดภัยของข้อมูล ทั้งข้อมูลขององค์กรและข้อมูลส่วนบุคคลโดยบริษัท มีการจัดเก็บสำรองข้อมูลอย่างเป็นระบบ มีการแยกสำรองข้อมูลในที่ต่างๆ รวมถึงกำหนดสิทธิในการเข้าถึงข้อมูลต่างๆ

3) ความเสี่ยงเรื่องความปลอดภัยด้านข้อมูลสารสนเทศ (IT Security) และภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Cyber Security)

ในปัจจุบันความเสี่ยงเรื่องความปลอดภัยด้านข้อมูลสารสนเทศ (IT Security) และภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Cyber Security) เป็นความเสี่ยงสำคัญที่ต้องตระหนักถึงพร้อมทั้งมีแนวทางในการบริหารจัดการความเสี่ยง ความเสี่ยงดังกล่าว ได้แก่ ข้อมูลถูกทำลาย ความเสี่ยงจากผู้บุกรุก การโจรกรรมข้อมูลสำคัญ การลักลอบเข้ามาแก้ไขเปลี่ยนแปลงข้อมูล หรือการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์หลอกลวง (Phishing) เป็นต้น

แนวทางการบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงเรื่องความปลอดภัยด้านข้อมูลสารสนเทศ (IT Security) และภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Cyber Security) โดยเฉพาะการเจาะเข้าระบบของบริษัท และปลอมแปลงข้อมูลทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เช่น เลขที่บัญชี หรือข้อมูลทางการเงินอื่นๆ เพื่อหลอกให้โอนเงินไปยังบัญชีปลายทางของคนร้ายเกิดขึ้นในหลายองค์กรขนาดใหญ่ในปัจจุบัน ซึ่งบริษัทตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องดังกล่าว โดยติดตั้งโปรแกรม Anti-Virus, Anti-Spam และ Firewall ให้เป็นรุ่นปัจจุบันอยู่เสมอ พร้อมทั้งเน้นพัฒนานโยบายและคู่มือเรื่องความปลอดภัยด้านข้อมูลสารสนเทศ (IT Security) และภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Cyber Security) เพื่อสื่อสารให้พนักงานเข้าใจและระมัดระวังในการใช้งาน

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 เงินลงทุน

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีสำหรับกลุ่มลูกค้าทั่วไปในประเทศไทย รวมถึงลงทุนในบริษัทย่อยที่ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีสำหรับกลุ่มลูกค้าทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งตามงบการเงินเฉพาะกิจการ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ มีเงินลงทุนในบริษัทย่อย ดังต่อไปนี้

บริษัทย่อย	ลักษณะการประกอบธุรกิจ	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)	มูลค่าเงินลงทุน ตามราคาทุน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 (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	218.6
TOA Coating Sdn. Bhd.	นำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคารและเคมีภัณฑ์	100.0	57.6
PT TOA Paint Indonesia	นำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคารและผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น	75.0	78.6
TOA Paint (Myanmar) Co., Ltd.	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น	65.0	26.5

บริษัทย่อย	ลักษณะการประกอบธุรกิจ	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)	มูลค่าเงินลงทุน ตามราคาทุน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 (ล้านบาท) ตามที่ แสดงในงบ การเงินเฉพาะ กิจการ
PT TOA Coating Indonesia	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และ ผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ ประเภทอื่น	99.0	865.3
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.	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และ ผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิว และผลิตภัณฑ์ ประเภทอื่น	99.0	405.1
TOA Coating (Cambodia) Co., Ltd.	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และ ผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ ประเภทอื่น	100.0	470.7
รวมเงินลงทุน			3,764.6
หัก : ค่าเผื่อการด้อยค่าของเงินลงทุน ⁽¹⁾			(544.7)
มูลค่าเงินลงทุนสุทธิตามราคาทุน			3,219.8

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ ค่าเผื่อการด้อยค่าของเงินลงทุน ประกอบด้วย TOA Paint (Vietnam) Co., Ltd., TOA Coating Sdn. Bhd., PT TOA Paint Indonesia, TOA Paint Products Sdn. Bhd., TOA Paint (Myanmar) Co., Ltd., TOA Paint (Cambodia) Co., Ltd., TOA Skim Coat (Cambodia) Co., Ltd., บริษัท บริติช เพ้นท์ส จำกัด และ บริษัท อิมเมจิกา จำกัด

4.2 สินทรัพย์ถาวร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 สินทรัพย์ถาวรที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อย มีมูลค่าสุทธิตามบัญชีหลังหักค่าเสื่อมราคาสะสมและสำรองการด้อยค่าต่างๆ ตามงบการเงินรวม ดังต่อไปนี้

ลำดับ	รายการ	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ 2562 (ล้านบาท)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
1	ที่ดิน	190.3	สิทธิการเช่าและเป็นเจ้าของ	ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดินของบริษัทฯ กับต้นไค้ที่ตั้ง จำกัด จำนวนกับธนาคารโดยมีวงเงินค้ำประกัน 265,000,000 บาท
2	ส่วนปรับปรุงที่ดิน	5.3	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
3	อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	1,098.0	สิทธิการเช่าและเป็นเจ้าของ	อาคารและส่วนปรับปรุงอาคารของบริษัทฯ กับต้นไค้ที่ตั้ง จำกัด จำนวนกับธนาคารโดยมีวงเงินค้ำประกัน 265,000,000 บาท
4	เครื่องจักรและอุปกรณ์	701.9	เป็นเจ้าของ	เครื่องจักรและอุปกรณ์ของบริษัทฯ กับต้นไค้ที่ตั้ง จำกัด จำนวนกับธนาคารโดยมีวงเงินค้ำประกัน 4,800,000 บาท
5	เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน	91.4	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
6	ยานพาหนะ	53.3	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
7	สินทรัพย์ระหว่างติดตั้งและก่อสร้าง	616.4	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
รวมมูลค่าตามบัญชีสุทธิ		2,756.6		

4.3 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 สินทรัพย์ไม่มีตัวตนมีมูลค่าสุทธิตามบัญชีหลังหักค่าตัดจำหน่ายในงบการเงินรวมเท่ากับ 315.3 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ลำดับ	รายการ	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 (ล้านบาท)	รายละเอียด
1	ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์	34.6	สิทธิในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ เช่น SAP, MS Windows เป็นต้น
2	ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ ระหว่างติดตั้ง	80.7	สิทธิในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ เช่น SAP roll out และ SAP HANA เป็นต้น
3	สิทธิการเช่า	200.0	สิทธิการเช่าที่ดินสำหรับเป็นที่ตั้งโรงงานในประเทศเมียนมาร์ เวียดนาม ลาว มาเลเซีย กัมพูชา และสิทธิการเช่าที่ดินที่ตำบลห้วยกะปิ จังหวัดชลบุรี
	รวม	315.3	

4.4 เครื่องหมายการค้าและเครื่องหมายบริการ

บริษัท 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 Mateg) โกเบ (KOBE) เป็ดหงส์ (Mandarin Duck) และ โฮมคอต (Homecote) และบริษัท ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในประเทศที่บริษัท ประกอบกิจการ ซึ่งจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ได้แก่



SuperShield™ **DURACLEAN™ A+**



TOA **ExtraShield™**



TOA **Spray**
QUICK DRYING

TOA **ExtraWET**
PRIMER



TOA **SUPERTECH**

TOA **SUPER MATEX**



RustTech
สกร๊นท์พ่นเหล็กสีกันสนิม



นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้รับอนุญาตให้ใช้เทคโนโลยีบางอย่างในกระบวนการผลิตของบริษัทฯ และเพื่อวัตถุประสงค์ในการพัฒนาตราสินค้าร่วมกับบุคคลอื่น ตัวอย่างเช่น ณ วันที่ของเอกสารฉบับนี้ บริษัทฯ มีสิทธิโดยไม่จำกัดแต่เพียงผู้เดียวและได้รับใบอนุญาตจากไมโครแบน (Microban) ให้ใช้เทคโนโลยีของไมโครแบน (Microban) และสารเติมแต่งเพื่อยับยั้งเชื้อจุลินทรีย์ซึ่งเป็นกรรมสิทธิ์ของไมโครแบน (Microban) ในการผลิตสีทาอาคารเพื่อจำหน่ายในประเทศไทย

อนุสิทธิบัตร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทมีอนุสิทธิบัตรที่สามารถบังคับใช้สิทธิได้จำนวนทั้งสิ้น 2 ฉบับ

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

นอกจากการคุ้มครองเทคโนโลยีและตราสินค้าด้วยสิทธิบัตรและคุ้มครองตราสินค้าด้วยเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนแล้ว บริษัทฯ ยังได้สั่งสมความรู้ทางเทคนิคตลอดหลายปีที่ผ่านมา ทำให้บริษัทฯ มีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สีทาอาคารในประเทศไทยและเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

4.5 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะลงทุนในบริษัทที่สอดคล้องกับเป้าหมาย วิสัยทัศน์และแผนกลยุทธ์ในการเติบโตของ บริษัทฯ ซึ่งจะทำให้บริษัทฯ มีผลประกอบการหรือผลกำไรเพิ่มขึ้น หรือลงทุนในธุรกิจที่เอื้อประโยชน์ (Synergy) ให้กับ บริษัทฯ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของ บริษัทฯ และเพื่อให้ บริษัทฯ บรรลุเป้าหมายในการเป็นผู้ประกอบการชั้นนำในธุรกิจหลักของ บริษัทฯ ทั้งนี้ บริษัทฯ บริษัทย่อย และ/หรือ บริษัทร่วมอาจพิจารณาการลงทุนในธุรกิจอื่นเพิ่มเติมหากเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพการเติบโตหรือสามารถต่อยอดทางธุรกิจ หรือเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจของ บริษัทฯ ซึ่งสามารถสร้างผลตอบแทนที่ดีในการลงทุน โดยการพิจารณาการลงทุนของ บริษัทฯ บริษัทย่อย และ/หรือ บริษัทร่วมนั้น บริษัทฯ จะทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของการลงทุนและพิจารณาศักยภาพและปัจจัยความเสี่ยงจากการลงทุน โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์การลงทุนที่เหมาะสม ซึ่งจะต้องได้รับความเห็นชอบ และ/หรือ การอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการ บริษัทฯ หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้นของ บริษัทฯ (แล้วแต่กรณี) ทั้งนี้ ในการขออนุมัติการลงทุน บริษัทย่อย และ/หรือ บริษัทร่วมดังกล่าวจะต้องสอดคล้องเป็นไปตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน และประกาศคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่เกี่ยวข้อง

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 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	http://www.toagroup.com
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	สำนักงานใหญ่ โทรศัพท์ 0-2335-5555 โทรสาร 0-2312-8919 อีเมล contact@toagroup.com ฝ่ายเลขานุการบริษัทและนักลงทุนสัมพันธ์ โทรศัพท์ 0-2335-5555 ต่อ 5875, 1581, 1520 โทรสาร 0-2312-8923 อีเมล companysecretary@toagroup.com , ir@toagroup.com

6.2 การลงทุนในบริษัทย่อย

ลำดับ	ชื่อบริษัท	สถานที่ตั้ง	ลักษณะการประกอบธุรกิจ
1.	บริษัท กัปตัน โค้ทติ้ง จำกัด	31/2 หมู่ที่ 3 ถนนเทพรัตน ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ 10570	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคารและเคมีภัณฑ์
2.	บริษัท บริติช เพ้นท์ส จำกัด	31/2 หมู่ที่ 3 ถนนเทพรัตน ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ 10570	จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร
3.	บริษัท โพรเฟสชันนัล ฟิชี่ เซอร์วิส จำกัด	31/2 หมู่ที่ 3 ถนนเทพรัตน ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ 10570	ให้บริการด้านการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สีทาอาคารและเคมีภัณฑ์
4.	บริษัท อิมเมจิกา จำกัด	31/2 หมู่ที่ 3 ถนนบางนา – ตราด ตำบลบางเสาธง 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 และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคารและเคมีภัณฑ์
6.	TOA Paint (Laos) Co., Ltd.	Unit 6, Ban Nahai, Hatxaifong District, เวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคารและผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิว และผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น
7.	TOA Paint Products Sdn. Bhd.	PT Lot 63802, Jalan Telok Gong, Telok Gong, 42000 Port Klang สลังงอร์ ประเทศมาเลเซีย	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคารและเคมีภัณฑ์
8.	TOA Coating Sdn. Bhd.	4-2 Jalan 30/70A Desa Sri Hartamas 50480 กัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย	นำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคารและเคมีภัณฑ์
9.	PT TOA Paint Indonesia	APL Office Tower 17 th Floor, Unit T5 Jl. S. Parman Kav 28, Kecamatan Grogol Petamburan, Kulurahan Tanjung Duren Selatan 11470, จาการ์ตา ประเทศอินโดนีเซีย	นำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น
10.	PT TOA Coating Indonesia	Kawasan Industri Millenium Blok F1, Desa Peusar, Kecamatan Panongan, Kabupaten Tangerang, โพรพินซิบันเต็น ประเทศอินโดนีเซีย	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น
11.	TOA Paint (Myanmar) Co., Ltd.	No. 120, Mahawgani Street, Shwepyitha Industrial Zone (1), ย่างกุ้ง ประเทศเมียนมาร์	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น
12.	TOA Coating (Myanmar) Co., Ltd.	No. C-21, Class A Area, Thilawa Special Economic Zone ประเทศเมียนมาร์	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิวและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น
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	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีสำหรับงานฉาบบางเพื่อปรับผิวให้เรียบ (Skim Coat)

ลำดับ	ชื่อบริษัท	สถานที่ตั้ง	ลักษณะการประกอบธุรกิจ
14.	TOA Paint (Cambodia) Co., Ltd.	No. 12E, Street National No.3, Sangkat Chom Chao, Khan Por Sen Chey, พนมเปญ ประเทศกัมพูชา	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิว และผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น
15.	TOA Coating (Cambodia) Co., Ltd.	PPSEZ (Lot No. P2-087, P2-088, in Bueng Thom 3 village, Sangkat Beung Thom, Khan Por Sencheay, พนมเปญ ประเทศกัมพูชา	ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีทาอาคาร และผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิว และผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น

6.3 บุคคลอ้างอิง

นายทะเบียนหุ้นที่ตั้ง บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
 ชั้น 1 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
 เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ 0-2009-9999
โทรสาร 0-2009-9991
เว็บไซต์ <http://www.set.or.th/tsd>

ผู้สอบบัญชี บริษัท สำนักงานอวยว จำกัด (สำหรับรอบระยะเวลาการสอบบัญชี 31 ธันวาคม 2562)
 โดยนายศุภชัย ปัญญาวัฒน์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 3930 หรือ
 นายณัฐวุฒิ สันติเพ็ชร ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 5730 หรือ
 นางสาวกรรณแก้ว ลิ้มปัทมติกุล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 5874
ที่ตั้ง ชั้น 33 อาคารเลอรัชดา 193/136-137 ถนนรัชดาภิเษก คลองเตย กรุงเทพฯ 10110
 ตู๋ ป.ณ. 1047 กรุงเทพฯ 10501
โทรศัพท์ 0-2264-0777
โทรสาร 0-2264-0789-90
เว็บไซต์ <http://www.ey.com/th/en/home>

6.4 สัญญาสำคัญ

รายละเอียดต่อไปนี้เป็นสรุปข้อสัญญาบางส่วนในสัญญาที่มีความสำคัญต่อบริษัทฯ หรือที่ส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ รายละเอียดต่อไปนี้มีวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลโดยสังเขปและไม่ควรถือว่าเป็นข้อความแสดงข้อตกลงและเงื่อนไขทั้งหมดของสัญญาดังกล่าว

สัญญาทางการเงิน

บริษัทฯ และบริษัทย่อยบางบริษัทซึ่งรวมถึง บริษัท กัปตัน โค้ทติ้ง จำกัด บริษัท โพรเฟสชันนัล พีซี เซอร์วิส จำกัด บริษัท บริติช เพ้นท์ส จำกัด TOA Paint (Vietnam) Co., Ltd. ได้เข้าทำสัญญาทางการเงินระยะสั้นทั้งแบบที่มีและไม่มีหลักประกันกับสถาบันการเงินหลายแห่งเพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการประกอบธุรกิจ TOA เป็นผู้ค้ำประกันสัญญาทางการเงินของบริษัทย่อยของ TOA บางฉบับ สัญญาส่วนใหญ่ได้แก่สัญญาเบิกเงินเกินบัญชี วงเงินสินเชื่อ (เช่น ตัวสัญญาใช้เงินหมุนเวียน วงเงินเงินทุนหมุนเวียน วงเงินนำเข้าและส่งออก เล็ตเตอร์ออฟเครดิต และหนังสือค้ำประกัน) และวงเงินสินเชื่อชนิดที่ผู้ให้กู้มีสิทธิจะให้ผู้กู้เบิกถอนหรือไม่ก็ได้ (Uncommitted Line) สำหรับการป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน บริษัทฯ ได้เข้าทำสัญญาดังกล่าวกับธนาคารในประเทศหรือสาขาของธนาคารในภูมิภาคซึ่งโดยทั่วไปจะอยู่ในสกุลเงินบาท โดยทั่วไปสัญญาเงินกู้ระยะสั้นจะมีอัตราดอกเบี้ยลอยตัวซึ่งเปลี่ยนไปตามอัตราตลาดบวกด้วยส่วนต่าง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีวงเงินกู้ยืมระยะสั้นทั้งสิ้น 5,735.0 ล้านบาท และ 0.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีเงินกู้ค้างชำระ จำนวน 575.0 ล้านบาท ภายใต้สัญญาเงินกู้ระยะสั้น โดยมีอัตราดอกเบี้ยระหว่างร้อยละ 1.63 และร้อยละ 2.24 รวมทั้งตัวสัญญาใช้เงินของ บริษัท กัปตัน โค้ทติ้ง จำกัด ซึ่งมีหลักประกันเป็นที่ดิน อาคารและเครื่องจักรของ บริษัท กัปตัน โค้ทติ้ง จำกัด

ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีวงเงินกู้ยืมซึ่งรวมถึงวงเงินกู้ยืมระยะสั้น และวงเงินกู้อื่นๆ รวม 9,765 ล้านบาท และ 3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ