

บริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กล๊าส จำกัด (มหาชน)

BG Container Glass Public Company Limited

---

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

## 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

กลุ่มบริษัทฯ ประกอบธุรกิจหลักในการผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์แก้วที่หลากหลายให้แก่ลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศในกลุ่ม CLMV อินเดีย ประเทศในเขตโอเชียเนีย สหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป โดยบริษัทฯ ยังมีแผนการขยายการส่งออกอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเป็นการช่วยขยายฐานลูกค้าของบริษัทฯ อีกทั้ง บริษัทฯ ยังนำเข้าขวดแก้วบางประเภทมาขายให้แก่ลูกค้าสำหรับกรณีบริษัทฯ ไม่สามารถผลิตได้ และ/หรือมีกำลังการผลิตไม่เพียงพอ เพื่อตอบสนองความต้องการบรรจุภัณฑ์ และความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า

ด้วยเป้าหมายการเป็นผู้นำในอาเซียนด้านการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์แก้ว รวมทั้งผลิตภัณฑ์และบริการที่เกี่ยวข้อง จากต้นน้ำสู่ปลายน้ำแบบครบวงจร บริษัทฯ จึงแสวงหาโอกาสการขยายธุรกิจทั้งในรูปแบบการเติบโตภายใต้การดำเนินธุรกิจปกติของตนเอง (Organic Growth) และการเติบโตในรูปแบบการร่วมทุนหรือการเข้าลงทุนในกิจการ (Inorganic Growth) ด้วย ทั้งในธุรกิจบรรจุภัณฑ์แก้ว และ/หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องภายใต้ห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) ของบรรจุภัณฑ์แก้ว เช่น ธุรกิจการจัดหาวัตถุดิบ และธุรกิจพลังงานทดแทน เป็นต้น

โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีบริษัทย่อยที่ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์แก้วจำนวน 6 บริษัท ได้แก่ 1) บริษัท ปทุมธานีกลาส อินดัสทรี จำกัด (PTI) 2) บริษัท บีจีซี กลาส โซลูชั่น จำกัด (BGCG) (เดิมชื่อ “บริษัท ระยองกลาส อินดัสทรี จำกัด (RGI)”) 3) บริษัท ขอนแก่นกลาส อินดัสทรี จำกัด<sup>1</sup> (KGI) 4) บริษัท ปราจีนบุรีกลาส อินดัสทรี จำกัด (PGI) 5) บริษัท อัญญาภรณ์กลาส อินดัสทรี จำกัด (AGI) และ 6) บริษัท ราชบุรีกลาส อินดัสทรี จำกัด (RBI) มีเตาหลอมแก้วรวมทั้งหมด 11 เตา กำลังการผลิตรวมสูงสุด 3,495 ตันต่อวัน

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ มีการดำเนินธุรกิจให้บริการที่พัก และขายอาหารและเครื่องดื่ม และบริการอื่นที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ วิซซิ่ง ทรี ขอนแก่น รีสอร์ท ซึ่งเป็นหน่วยธุรกิจภายใต้การบริหารงานของ KGI โดยวัตถุประสงค์หลักเพื่อใช้เป็นสถานที่ฝึกอบรมสัมมนาให้แก่พนักงานของกลุ่มบริษัทฯ รวมทั้งมีการให้บริการแก่บุคคลภายนอกด้วย

### 1.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

#### 1.1.1 วิสัยทัศน์

บริษัทฯ มุ่งมั่นเป็นผู้นำในอาเซียนด้านการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์แก้วและบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ รวมถึงผลิตภัณฑ์และบริการที่เกี่ยวข้องแบบครบวงจร

#### 1.1.2 พันธกิจ

บริษัทฯ มุ่งมั่นจะสร้างความพึงพอใจให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย โดยมุ่งเน้นในเรื่องดังต่อไปนี้

1. การเงิน: สร้างผลประโยชน์และผลตอบแทนสูงสุดแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

<sup>1</sup> เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2563 บริษัท ขอนแก่นกลาส อินดัสทรี จำกัด (KGI) ได้ทำสัญญาโอนกิจการทั้งหมดในราคามูลค่าสุทธิตามบัญชีของ บริษัท ขอนแก่นกลาส อินดัสทรี จำกัด ณ วันที่ 30 เมษายน 2563 ให้แก่บริษัท บีจีซี กลาส โซลูชั่น จำกัด (BGCG) โดยการโอนกิจการดังกล่าวเป็นการโอนสินทรัพย์ หนี้สิน และลูกจ้างของบริษัท ขอนแก่นกลาส อินดัสทรี จำกัด รวมถึงสิทธิต่าง ๆ โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2563 ต่อมาเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2563 บริษัท ขอนแก่นกลาส อินดัสทรี จำกัด ได้จดทะเบียนเลิกบริษัทกับกระทรวงพาณิชย์และอยู่ระหว่างการชำระบัญชี

2. **ลูกค้า:** ส่งมอบสินค้าคุณภาพด้วยมาตรฐานระดับโลก พร้อมบริการที่เป็นเลิศ ในราคายุติธรรม
3. **พันธมิตรทางธุรกิจ:** มุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจร่วมกับพันธมิตร บนพื้นฐานของความไว้วางใจในระยะยาว
4. **กระบวนการทำงาน:** ใช้เทคโนโลยีอันทันสมัยในทุกกระบวนการทำงาน ด้วยผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพ
5. **บุคลากร:** มุ่งมั่นพัฒนาบุคลากรในองค์กร ส่งเสริมการทำงานเป็นทีมและสร้างความผูกพันต่อองค์กร ด้วยจิตสำนึกเชิงผู้ประกอบการ

### 1.1.3 กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

#### 1. กลยุทธ์เพื่อเพิ่มยอดขายและกำไรในด้านอุปสงค์ (Demand Side)

##### 1.1 เพิ่มความหลากหลายของฐานลูกค้าโดยเพิ่มลูกค้าและตลาดใหม่

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะขยายฐานลูกค้าในประเทศ โดยเน้นลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดในประเทศไทยในสัดส่วนที่สูง เนื่องจากลูกค้าเหล่านี้มีความต้องการสินค้าในปริมาณมาก โดยลูกค้าส่วนใหญ่เป็นบริษัทผู้ผลิตเบียร์ และเครื่องดื่มที่ไม่ผสมแอลกอฮอล์ นอกจากนี้ บริษัทฯ มีนโยบายที่จะขยายฐานลูกค้าไปในกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ เพิ่มขึ้น เช่น กลุ่มอุตสาหกรรมยา เครื่องสำอางและความงาม เป็นต้น นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับสินค้าที่มีรูปแบบซับซ้อนและเจาะจงกับกลุ่มผู้บริโภคโดยเฉพาะ เนื่องจากจะมีกำไรที่สูงกว่าสินค้ารูปแบบมาตรฐาน

สำหรับนโยบายในการขยายฐานลูกค้าในตลาดต่างประเทศนั้น บริษัทฯ เชื่อว่าการที่กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินการผลิตตามมาตรฐานการควบคุมคุณภาพระดับสากล จะทำให้บริษัทฯ สามารถเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าที่เป็นที่ต้องการของผู้ประกอบการ (Supplier of Choice) ในต่างประเทศได้ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 กลุ่มบริษัทฯ มีฐานลูกค้าในหลายภูมิภาค เช่น อเมริกา กลุ่มประเทศ CLMV กลุ่มประเทศ Oceania กลุ่มประเทศในสหภาพยุโรป และอินเดีย ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทฯ เป็นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม นอกจากนี้ บริษัทฯ มีนโยบายที่จะเพิ่มปริมาณการขายสินค้าในต่างประเทศ โดยบางส่วนเป็นการขายผ่านนายหน้าในต่างประเทศ ซึ่งจะเป็นการช่วยขยายฐานลูกค้าของบริษัทฯ และ/หรือช่วยเพิ่มปริมาณการสั่งซื้อจากกลุ่มฐานลูกค้าของนายหน้าดังกล่าว

##### 1.2 เพิ่มอัตรากำไรโดยเพิ่มสัดส่วนยอดขายสินค้า (Product Mix) ที่มีมูลค่าสูงด้วยราคาที่แข่งขันได้

เพื่อให้เป็นไปตามทิศทางของตลาด บริษัทฯ มีนโยบายที่จะเพิ่มสัดส่วนยอดขายสินค้า (Product Mix) ที่มีมูลค่าสูง เช่น บรรจุภัณฑ์สำหรับอุตสาหกรรมยา บรรจุภัณฑ์ที่มีรูปแบบซับซ้อนที่เจาะจงกับกลุ่มลูกค้า และบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็ก เป็นต้น ซึ่งการมุ่งเน้นการผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ในลักษณะดังกล่าวจะทำให้มูลค่าต่อตันผลิตของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นและจะช่วยเพิ่มยอดขายให้กับบริษัทฯ ได้ นอกจากนั้น โดยปกติแล้วสินค้าในลักษณะดังกล่าว มักจะมีอัตรากำไรที่สูงกว่า เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ดังกล่าวมีมาตรฐานความสะอาดและความปลอดภัยสูงมากขึ้น หรือบรรจุภัณฑ์อาจมีความซับซ้อนมากขึ้น เป็นต้น ทั้งนี้ โรงงานแห่งใหม่ในจังหวัดราชบุรีนั้น ถูกออกแบบมาให้มีความยืดหยุ่นในการผลิตซึ่งจะทำให้สามารถรองรับการผลิตสินค้าที่มีรูปแบบซับซ้อนได้

### 1.3 สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองฐานลูกค้าในวงกว้างและความต้องการที่แตกต่างของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์

การที่บริษัทฯ จะสามารถเพิ่มสัดส่วนยอดขายสินค้าที่มีคุณภาพสูงได้นั้น บริษัทฯ จำเป็นต้องมีความสามารถในการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลาย ดังนั้น บริษัทฯ จึงมีนโยบายในการจัดสรรการผลิตผลิตภัณฑ์ก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด (SKU Rationalization) ซึ่งรวมถึงการปรับเปลี่ยนรูปแบบและขนาดของผลิตภัณฑ์ พัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ รวมถึงสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบเฉพาะที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะรายทั้งในแง่ของราคา ความสวยงาม และประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ เช่น (1) การผลิตขวดแก้วที่มีน้ำหนักเบา (Light weight bottle) ตามคำสั่งของลูกค้าเฉพาะรายที่ต้องการปรับเปลี่ยนลักษณะและภาพลักษณ์บรรจุภัณฑ์ บริษัทฯ เชื่อว่าในอนาคตผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบเฉพาะสำหรับลูกค้าแต่ละรายนั้นจะสามารถเพิ่มกำไรให้บริษัทฯ ได้มากขึ้น และยังทำให้บริษัทฯ สามารถคงความเป็นคู่ค้ากับลูกค้าปัจจุบันไว้ได้ รวมถึงเป็นการดึงดูดลูกค้ารายใหม่ไปพร้อมกัน และ (2) การนำเทคโนโลยีแบบ Narrow Neck Press and Blow (NNPB) ที่ทันสมัยมาใช้ในการขึ้นรูปบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นวิธีการผลิตที่ทำให้น้ำแก้วมีการกระจายตัวสม่ำเสมอมากขึ้น ส่งผลทำให้ใช้น้ำแก้วในการขึ้นรูปน้อยลง และมีจำนวนขวดต่อตันมากขึ้น และ (3) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นด้านดีไซน์ ทำให้สินค้ามีความน่าสนใจ แตกต่าง และมีคุณค่ามากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Insight) เพื่อให้ผู้บริโภคได้มีส่วนร่วมกับตราสินค้า รวมทั้งยังช่วยแก้ไขภัยพิบัติสินค้า และสอดคล้องกับการใส่ใจและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

### 1.4 สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าผ่านตราสินค้า และชื่อเสียงของบริษัทฯ

บริษัทฯ มีแผนการสร้างเชื่อมั่นให้กับลูกค้าของบริษัทฯ ผ่านกระบวนการต่างๆ เช่น การอบรมพนักงานในทุกระดับของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต มาตรฐานของบริษัทฯ การเยี่ยมชมโรงงาน การประชุมเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมกัน โดยมีจุดมุ่งเน้นให้พนักงานของลูกค้านึกถึงบริษัทฯ และตราสินค้า “BGC” เป็นอันดับแรก (Top of Mind Brand) เมื่อนึกถึงหรือมีความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์หรือผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับแก้ว ไม่ว่าจะเป็นประเภทใดๆ บริษัทฯ เชื่อว่าการสร้างประสบการณ์ (Experience) ให้พนักงานของลูกค้าประทับใจและใส่ใจในคุณภาพและมาตรฐานของบริษัทฯ จะทำให้บริษัทฯ เป็นหนึ่งในตัวเลือกของลูกค้าทุกครั้งที่ต้องการใช้บรรจุภัณฑ์แก้ว และทำให้บริษัทฯ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีความต้องการจะสร้างชื่อเสียงด้านการตลาดกับลูกค้าและผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ

### 1.5 พัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการพื้นฐานอย่างต่อเนื่อง และนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ให้แก่ลูกค้า

บริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการให้อยู่ในระดับสูงอย่างต่อเนื่อง สำหรับด้านผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะลดการร้องเรียนจากลูกค้าให้เป็นศูนย์ (Zero Customer Claim) โดยมุ่งเน้นที่จะส่งสินค้าที่ไร้ข้อบกพร่องให้แก่ลูกค้า (Zero Defect) ทางด้านบริการ บริษัทฯ มุ่งพัฒนาบริการทั้งในด้านการขาย โฉยสถิติ เพื่อให้ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ อย่างถูกต้อง ตรงตามเวลาและปริมาณ

ที่กำหนด ทั้งนี้ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ จะเน้นการขายให้กับลูกค้าอุตสาหกรรม คุณภาพของสินค้าและบริการที่ได้นั้น จะทำให้การดำเนินธุรกิจและการผลิตของลูกค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

## 2. กลยุทธ์เพื่อเพิ่มกำไรในด้านอุปทาน (Supply Side)

โดยใช้การจัดการคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management) เป็นเครื่องมือหลัก โดยมีการดำเนินการดังต่อไปนี้

### 2.1 การร่วมกันรับผิดชอบต่อคุณภาพ (One Quality Team)

เนื่องจากคุณภาพของสินค้าและบริการที่มีคุณภาพขึ้นกับความร่วมมือในการทำงานของทุกฝ่ายงาน บริษัทฯ มีนโยบายที่จะสร้างให้เกิดความรับผิดชอบร่วมกัน โดยให้ทุกฝ่ายงานมีความเข้าใจว่าคุณภาพของสินค้าขึ้นอยู่กับคุณภาพของการทำงานในแต่ละฝ่ายงาน ตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ การผลิตที่ได้ตามมาตรฐาน การเก็บและดูแลผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดีในคลังสินค้า รวมทั้งการจัดส่งสินค้าที่ตรงตามเวลา และไม่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่บรรพบุรุษระหว่างทางขนส่ง

### 2.2 การบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) และการปรับปรุงอัตราการใช้กำลังการผลิต (Utilization Rate) และอัตราประสิทธิภาพในการผลิต (Efficiency Rate)

กลุ่มบริษัทฯ มุ่งเน้นการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการบริหารและวางแผนการผลิตสินค้าในแต่ละสายการผลิตให้มีปริมาณการผลิตถึงระดับที่มีความประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) และเพื่อรองรับความต้องการของตลาดเพิ่มขึ้น บริษัทฯ จึงมีการขยายกำลังการผลิตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งช่วยให้บริษัทฯ มีความสัมพันธ์ที่ดีและเพิ่มอำนาจในการต่อรองกับลูกค้าและผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ ทั้งยังสามารถต่อรองและได้รับเงื่อนไขทางการค้าที่ดีที่สุด นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นที่จะปรับปรุงอัตราการใช้กำลังการผลิต (Utilization Rate) และอัตราประสิทธิภาพในการผลิต (Efficiency Rate) อย่างต่อเนื่อง เช่น การปรับรูปแบบการผลิต (Configuration) โดยการเพิ่มสายการผลิตที่เชื่อมต่อกับเตาหลอมให้สามารถมีกำลังการผลิตได้ การนำระบบสื่อสารข้อมูลการผลิตแบบออนไลน์ (Solution Information Online-SIL) มาใช้งาน และการใช้หุ่นยนต์แทนคนงานในกระบวนการเคลือบน้ำมันที่แม่พิมพ์ ซึ่งช่วยลดความไม่แม่นยำของการทำงานของคนงาน (Human Error) รวมถึงการนำระบบควบคุมอุตสาหกรรมผ่านระบบ Computer Software ที่สามารถเชื่อมต่อสื่อสารกันได้ทุกเครื่องจักร เป็นต้น

### 2.3 การพัฒนาบุคลากรของบริษัทฯ

บริษัทฯ มีพันธกิจเกี่ยวกับบุคลากรของบริษัทฯ โดยเชื่อว่าการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพเริ่มจากบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ โดยบุคลากรในทุกฝ่ายและทุกระดับต้องมีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับบรรพบุรุษแก้ว มีความเข้าใจเกี่ยวกับการผลิต และภาพรวมธุรกิจอย่างเป็นองค์รวม เพื่อให้บุคลากรของบริษัทฯ สามารถเข้าใจและเชื่อมโยงความต้องการของลูกค้าได้ โดยบุคลากรของบริษัทฯ จะต้องผ่านการ

อบรมเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์แก้ว นอกจากนี้ในระดับผู้บริหารของแต่ละโรงงาน บริษัทฯ มุ่งเน้นให้ผู้บริหารทุกฝ่ายต้องมีความตระหนักถึงการดำเนินงานด้านการเงิน (Financial Awareness) เพื่อให้การบริหารงานเป็นไปเพื่อประโยชน์สูงสุดต่อผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ

### 3. การจัดหาพันธมิตรทางธุรกิจ และการลงทุนในกิจการ สำหรับธุรกิจบรรจุภัณฑ์แก้ว และธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องภายใต้ห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) ของบรรจุภัณฑ์แก้ว

ด้วยเป้าหมายการเป็นผู้นำในอาเซียนด้านการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์แก้วและบรรจุภัณฑ์แก้ว รวมทั้งผลิตภัณฑ์และบริการที่เกี่ยวข้อง จากต้นน้ำสู่ปลายน้ำแบบครบวงจร บริษัทฯ จึงแสวงหาโอกาสการขยายธุรกิจทั้งในรูปแบบการเติบโตภายใต้การดำเนินธุรกิจปกติของตนเอง (Organic Growth) และการเติบโตในรูปแบบการร่วมทุนหรือการลงทุนในกิจการ (Inorganic Growth) ด้วย ทั้งในธุรกิจบรรจุภัณฑ์แก้ว และ/หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องภายใต้ห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) ของบรรจุภัณฑ์แก้ว เช่น ธุรกิจการบริหารจัดการวัตถุดิบ และธุรกิจพลังงาน

### 4. การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า

บริษัทฯ ดำเนินการธุรกิจในการผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ให้กับลูกค้าธุรกิจ (B2B) ในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม ภายใต้สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างความเชื่อมั่น และความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าอย่างยั่งยืน จึงได้พัฒนาแนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ดังนี้

- 1) กำหนดเป้าหมายเชิงปริมาณในการพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้า  
(มีการตั้งเป้าหมายระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ร้อยละ 86 ในปี 2563 และผลลัพธ์ที่ได้ในปีนี้ระดับความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ที่ร้อยละ 88.1 ซึ่งดีกว่าเป้าหมาย)
- 2) ประเมินผลความพึงพอใจของลูกค้า
- 3) นำผลการประเมินไปวิเคราะห์เพื่อพัฒนาและปรับปรุงสินค้า/บริการ/กระบวนการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

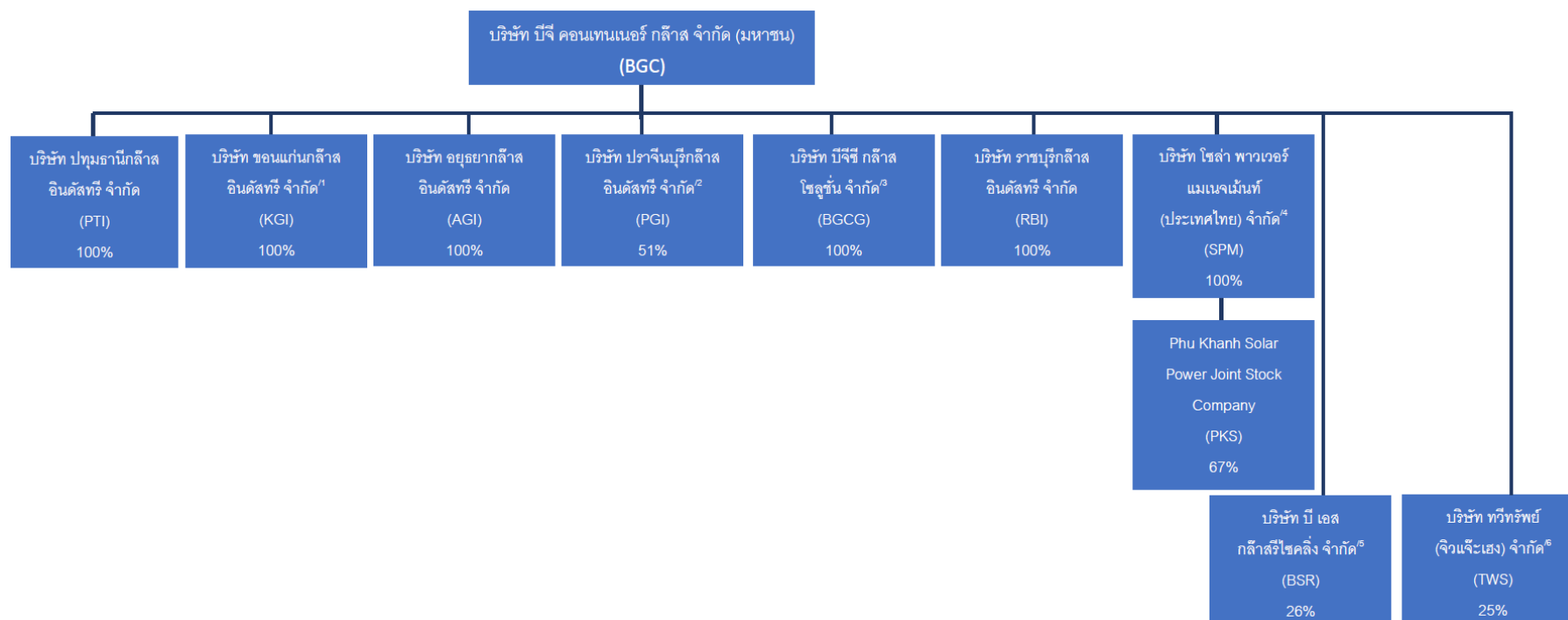
## 1.2 ประวัติความเป็นมาและพัฒนาการที่สำคัญ

- |         |  |
|---------|--|
| ปี 2517 | BG ได้ก่อตั้งขึ้นเพื่อรองรับความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์แก้วภายในประเทศโดยเป็นการรวมกลุ่มของผู้ถือหุ้น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มผู้ใช้บรรจุภัณฑ์แก้วที่ประกอบธุรกิจในอุตสาหกรรมยาและเครื่องดื่ม กลุ่มสถาบันการเงิน และกลุ่มผู้ผลิตที่มีเทคโนโลยีการผลิตบรรจุภัณฑ์แก้วด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้นจำนวน 50 ล้านบาท |
| ปี 2523 | เตาหลอมแก้วที่ 1 ของโรงงานปทุมธานีเริ่มดำเนินการผลิตเชิงพาณิชย์  |

- ปี 2526 BG ก่อสร้างเตาหลอมแก้วที่ 2 ของโรงงานปทุมธานีเพื่อเพิ่มกำลังการผลิตรองรับปริมาณความต้องการในการใช้บรรจุภัณฑ์แก้วที่เพิ่มมากขึ้นของกลุ่มเบญจรงค์ ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของ BG และเริ่มดำเนินการผลิตเชิงพาณิชย์
- ปี 2539 BG ก่อสร้างโรงงานผลิตแห่งที่ 2 ที่จังหวัดระยอง (โรงงานระยอง) และก่อสร้างเตาหลอมแก้วที่ 1 ของโรงงานระยอง เพื่อเป็นการขยายฐานการผลิต และให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่
- ปี 2550 เตาหลอมแก้วที่ 1 ของ KGI เริ่มดำเนินการผลิตเชิงพาณิชย์
- เริ่มมีการใช้กลยุทธ์แบบ Door to Door เป็นครั้งแรก ซึ่งเป็นการจัดตั้งโรงงานผลิตให้อยู่ใกล้แหล่งผลิตของลูกค้า เพื่อลดระยะเวลาการขนส่ง การจัดเก็บสินค้า และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันที โดย KGI ตั้งอยู่ใกล้โรงงานลูกค้า ได้แก่ บริษัท ขอนแก่น บริวเวอรี่ จำกัด ซึ่ง KGI เน้นผลิตสินค้าประเภทเดียวให้แก่ลูกค้า ทำให้มีประสิทธิภาพในการผลิตสูงเนื่องจากเครื่องจักรทำงานอย่างต่อเนื่อง และไม่ต้องเปลี่ยนแม่พิมพ์ขวดบ่อย
- BG ได้ก่อตั้ง PGI ซึ่งเป็นการใช้กลยุทธ์แบบ Door to Door เช่นกันโดยตั้งโรงงานผลิตอยู่ใกล้โรงงานของลูกค้า คือ บริษัท ที.ซี. ฟาร์มาซูติคอล อุตสาหกรรม จำกัด
- ปี 2552 เตาหลอมแก้วที่ 1 ของ PGI เริ่มดำเนินการผลิตเชิงพาณิชย์
- ปี 2553 เตาหลอมที่ 1 ของ AGI เริ่มดำเนินการผลิตเชิงพาณิชย์
- ปี 2559 BG จัดทะเบียนจัดตั้งบริษัทฯ ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้นจำนวน 1 ล้านบาท
- ปี 2560 เมื่อเดือนเมษายน 2560 บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียน เพื่อการปรับโครงสร้างกลุ่มบริษัทฯ ส่งผลให้บริษัทฯ มีทุนจดทะเบียน 2,500 ล้านบาท
- BG ปรับโครงสร้างกลุ่มบริษัทฯ โดยจัดตั้งบริษัทฯ ขึ้นเพื่อรับโอนธุรกิจบรรจุภัณฑ์แก้วจาก BG
- เมื่อเดือนธันวาคม 2560 เตาหลอมแก้วที่ 1 และ 2 ของโรงงานระยองปิดดำเนินการ และอยู่ระหว่างดำเนินการปิดกิจการของ RGI เนื่องจากบริษัทฯ พิจารณาเห็นว่า โรงงานและเครื่องจักรของ RGI มีอายุการใช้งานมานานและบางส่วนมีการเสื่อมสภาพตามการใช้งานและไม่คุ้มต่อการลงทุนซ่อมแซม
- ปี 2561 เมื่อเดือนตุลาคม 2561 บริษัทฯ เสนอขายหุ้นสามัญใหม่ให้แก่ประชาชนเป็นครั้งแรกจำนวนไม่เกิน 194,444,000 หุ้น ในราคาเสนอขายที่ 10.20 บาทต่อหุ้น
- เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2561 โรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์แก้วแห่งใหม่ในจังหวัดราชบุรีเริ่มดำเนินการผลิตเชิงพาณิชย์ ด้วยกำลังการผลิตสูงสุด 400 ตันต่อวัน

- ปี 2562 เมื่อเดือนกันยายน 2562 บริษัทฯ เข้าทำรายการได้มาซึ่งหุ้นของ บริษัท โซล่า พาวเวอร์ แมเนจเม้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด (“SPM”) จำนวนร้อยละ 100 ของหุ้นสามัญทั้งหมดของ SPM และเข้าทำรายการได้มาซึ่งหุ้นของ บริษัท บี เอส กลาสรีไซเคิล จำกัด (“BSR”) จำนวนร้อยละ 26 ของหุ้นสามัญทั้งหมดของ BSR
- เมื่อเดือนตุลาคม 2562 บริษัทฯ เข้าทำรายการได้มาซึ่งหุ้นของ บริษัท ทวีทรัพย์ (จิ๋วแจ๊ะเฮง) จำกัด (“TWS”) จำนวนร้อยละ 25 ของหุ้นสามัญทั้งหมดของ TW
- ปี 2563 เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2563 บริษัท ขอนแก่นกลาส อินดัสทรี จำกัด (KGI) ได้ทำสัญญาโอนกิจการทั้งหมดในราคามูลค่าสุทธิตามบัญชีของ บริษัท ขอนแก่นกลาส อินดัสทรี จำกัด ณ วันที่ 30 เมษายน 2563 ให้แก่บริษัท บีจีซี กลาส โซลูชั่น จำกัด (BGCG) โดยการโอนกิจการดังกล่าวเป็นการโอนสินทรัพย์ หนี้สิน และลูกจ้างของ บริษัท ขอนแก่นกลาส อินดัสทรี จำกัด รวมถึงสิทธิต่าง ๆ โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2563 ต่อมาเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2563 บริษัท ขอนแก่นกลาส อินดัสทรี จำกัด ได้จดทะเบียนเลิกบริษัทกับกระทรวงพาณิชย์ และอยู่ระหว่างการชำระบัญชี





หมายเหตุ: <sup>1</sup> วันที่ 1 เมษายน 2563 บริษัท ขอนแก่นกลาส อินดัสทรี จำกัด ได้ทำสัญญาโอนกิจการทั้งหมดในราคามูลค่าสุทธิตามบัญชีของ บริษัท ขอนแก่นกลาส อินดัสทรี จำกัด ณ วันที่ 30 เมษายน 2563 ให้แก่บริษัท บีจีซี กลาส โซลูชั่น จำกัด โดยให้มีผลตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2563 ต่อมาเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2563 บริษัท ขอนแก่นกลาส อินดัสทรี จำกัด ได้จดทะเบียนเลิกบริษัทกับกระทรวงพาณิชย์และอยู่ระหว่างการชำระบัญชี

<sup>2</sup> บริษัท ที.ซี. ฟาร์มาชูติกอล อุตสาหกรรม จำกัด เป็นผู้ร่วมทุนของ บริษัท ปราจีนบุรีกลาส อินดัสทรี จำกัด และถือหุ้นสัดส่วนร้อยละ 49.0

<sup>3</sup> บริษัท บีจีซี กลาส โซลูชั่น จำกัด เดิมชื่อ บริษัท ระยองกลาส อินดัสทรี จำกัด

<sup>4</sup> ปัจจุบัน SPM ถือหุ้นใน Phu Khanh Solar Power Joint Stock Company สัดส่วนร้อยละ 67 ของหุ้นทั้งหมดใน Phu Khanh Solar Power Joint Stock Company ซึ่งเป็นบริษัทจดทะเบียนจัดตั้งในประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ประกอบกิจการโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์จำนวน 2 โครงการ ณ จังหวัดปูเยียน ประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

<sup>5</sup> ผู้ถือหุ้นเดิมเป็นผู้ร่วมทุนของ บริษัท บี เอส กลาสรีไซเคิล จำกัด และถือหุ้นสัดส่วนร้อยละ 74.0

<sup>6</sup> ผู้ถือหุ้นเดิมเป็นผู้ร่วมทุนของ บริษัท ทวีทรัพย์ (จิ๋วแจะเอง) จำกัด และถือหุ้นสัดส่วนร้อยละ 75.0

## รายละเอียดของบริษัทย่อย บริษัทย่อยทางอ้อม และบริษัทร่วม

ลำดับ	ชื่อบริษัท	สถานที่ตั้ง	ประเภทธุรกิจ	ทุนชำระแล้ว (พันบาท)	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)
1	บริษัท ปทุมธานีกลาส อินดัสทรี จำกัด (PTI)	47/1 หมู่ 2 ถนนรังสิต-นครนายก กม.7 ตำบลบึงยี่โถ อำเภอรัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12130 โทรศัพท์ : +66 (0) 2834 7000 โทรสาร : +66 (0) 2834 7021	ผลิตบรรจุภัณฑ์แก้วสำหรับบรรจุเครื่องดื่ม ประเภทเบียร์ โซดา เครื่องดื่มไม่ผสม แอลกอฮอล์ (Soft Drinks) เครื่องดื่มให้ พลังงาน อาหาร ยาฆ่าแมลง และยา	1,190,353	100
2	บริษัท ขอนแก่นกลาส อินดัสทรี จำกัด (KGI)	111 หมู่ 19 ถนน 208 (ขอนแก่น-มหาสารคาม) ตำบลท่าพระ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40260 โทรศัพท์ : +66 (043) 349 900 โทรสาร : +66 (043) 349 904	- ผลิตบรรจุภัณฑ์ขวดเบียร์ และบรรจุ ภัณฑ์แก้วอื่นๆ - ดำเนินธุรกิจให้บริการที่พัก และขาย อาหารและเครื่องดื่ม และบริการอื่นที่ เกี่ยวข้อง ได้แก่ วิซซิง ทรี ขอนแก่น รีสอร์ท	900,000	100
3	บริษัท อยุธยากลาส อินดัสทรี จำกัด (AGI)	55 หมู่ 3 สวนอุตสาหกรรมโรจนะ ตำบลสามบัณฑิต อำเภอยุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13210 โทรศัพท์ : +66 (035) 334 100 โทรสาร : +66 (035) 334 149	ผลิตบรรจุภัณฑ์ขวดแก้วสำหรับบรรจุ เครื่องดื่มประเภทเบียร์ เครื่องดื่มบำรุงกำลัง ไวน์ สุราและโซดา	3,000,000	100
4	บริษัท ปราจีนบุรีกลาส อินดัสทรี จำกัด (PGI)	63 หมู่ 9 ถนนบางขนาก-บ้านสร้าง ตำบลบางแดนอำเภอบ้านสร้าง จังหวัดปราจีนบุรี 25150 โทรศัพท์ : +66 (037) 415 100 โทรสาร : +66 (037) 415 120	ผลิตบรรจุภัณฑ์ขวดแก้วสำหรับบรรจุ เครื่องดื่มที่ไม่ผสมแอลกอฮอล์ (Soft Drinks)	600,000	51
5	บริษัท บีจีซี กลาส โซลูชั่น จำกัด (BGCG)	47/1 หมู่ 2 ถนนรังสิต-นครนายก กม.7 ตำบลบึงยี่โถ อำเภอรัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12130 โทรศัพท์ : +66 (0) 2834 7000 โทรสาร : +66 (0) 2834 7021	ผลิตบรรจุภัณฑ์ขวดแก้วสำหรับบรรจุ เครื่องดื่มประเภทเบียร์	525,000	100

ลำดับ	ชื่อบริษัท	สถานที่ตั้ง	ประเภทธุรกิจ	ทุนชำระแล้ว (ล้านบาท)	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)
6	บริษัท ราชบุรีกรีนกลาส อินดัสทรี จำกัด (RBI)	155/111 หมู่ 4 นิคมอุตสาหกรรมราชบุรี ตำบลเจ็ดเสมียน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี 70120 โทรศัพท์ : +66 (032) 925 560 โทรสาร : +66 (032) 925 589	ผลิตบรรจุภัณฑ์ขวดแก้วที่มีความหลากหลายตามความต้องการใช้งานของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์	1,500,000	100
7	บริษัท โซลาร์ พาวเวอร์ แมเนจเม้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด (SPM)	47/1 หมู่ 2 ถนนรังสิต-นครนายก กม.7 ตำบลบึงยี่โถ อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12130 โทรศัพท์ : +66 (0) 2834 7000 โทรสาร : +66 (0) 2834 7021	ธุรกิจโซลาร์โดยการลงทุนในธุรกิจพลังงานทดแทน	20,000	100
8	Phu Khanh Solar Power Joint Stock Company	จังหวัดฟูเยียน ประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม	ผลิตและจำหน่ายพลังงานไฟฟ้าเซลล์แสงอาทิตย์	1,079,300	67
9	บริษัท บี เอส กลาสรีไซเคิล จำกัด (BSR)	45/12,14 หมู่ที่ 4 ถนนรังสิต-นครนายก ตำบลลำผักกูด อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12110 โทรศัพท์ : +66 2905-2537	รับซื้อ คัดแยก และขายเศษแก้ว เศษกระดาด และเศษโลหะ	20,000	26
10	บริษัท ทวีทรัพย์ (จีวเจี๊ยะเซง) จำกัด (TWS)	86 หมู่ที่ 4 ตำบลจรเข้ร้อง อำเภอไชโย จังหวัดอ่างทอง 14140 โทรศัพท์ : 035 699 9037	รับซื้อ คัดแยก และขายเศษแก้ว เศษกระดาด และเศษโลหะ	50,000	25

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### 2.1 ภาพรวมการประกอบธุรกิจ

กลุ่มบริษัทฯ ประกอบธุรกิจหลักในการผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์แก้วที่หลากหลายให้แก่ลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศในกลุ่ม CLMV อินเดีย ประเทศในเขตโอเชียเนีย สหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป โดยบริษัทฯ ยังมีแผนการขยายการส่งออกอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเป็นการช่วยขยายฐานลูกค้าของบริษัทฯ อีกทั้ง บริษัทฯ ยังนำเข้าขวดแก้วบางประเภทมาขายให้แก่ลูกค้าสำหรับกรณีที่บริษัทฯ ไม่สามารถผลิตได้ และ/หรือมีกำลังการผลิตไม่เพียงพอ เพื่อตอบสนองความต้องการบรรจุภัณฑ์ และความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า

ด้วยเป้าหมายการเป็นผู้นำในอาเซียนด้านการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์แก้ว รวมทั้งผลิตภัณฑ์และบริการที่เกี่ยวข้อง จากต้นน้ำสู่ปลายน้ำแบบครบวงจร บริษัทฯ จึงแสวงหาโอกาสการขยายธุรกิจทั้งในรูปแบบการเติบโตภายใต้การดำเนินธุรกิจปกติของตนเอง (Organic Growth) และการเติบโตในรูปแบบการร่วมทุนหรือการเข้าลงทุนในกิจการ (Inorganic Growth) ด้วย ทั้งในธุรกิจบรรจุภัณฑ์แก้ว และ/หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องภายใต้ห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) ของบรรจุภัณฑ์แก้ว เช่น ธุรกิจการจัดหาวัตถุดิบ และธุรกิจพลังงานทดแทน เป็นต้น

### 2.2 โครงสร้างรายได้

สัดส่วนรายได้จากการขายของกลุ่มบริษัทฯ สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562 และ 2563 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

โครงสร้างรายได้	สำหรับรอบปีบัญชี สิ้นสุด วันที่ 31 ธันวาคม	
	ปี 2562	ปี 2563
	ร้อยละ	ร้อยละ
<b>รายได้จากการขายบรรจุภัณฑ์</b>		
- เบียร์	43.0	41.0
- เครื่องดื่มไม่ผสมแอลกอฮอล์ (Soft drinks)	34.8	37.1
- อาหาร	9.2	9.4
- ยาฆ่าแมลงและยา	0.9	0.9
- ขวดประเภทอื่น <sup>(1)</sup>	12.1	11.6
<b>รวม</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

หมายเหตุ: <sup>(1)</sup> ขวดประเภทอื่น ส่วนใหญ่เป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องดื่มให้พลังงาน สุราและไวน์ และขวดแก้วมาตรฐาน

## 2.3 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

### 2.3.1 ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัท

ลักษณะรูปแบบของบรรจุภัณฑ์แก้วของบริษัทฯ แบ่งออกเป็น (1) รูปแบบเฉพาะที่ผลิตและจำหน่ายให้กับลูกค้าเฉพาะรายตามแบบที่กำหนดโดยลูกค้า และ (2) รูปแบบมาตรฐาน ซึ่งเป็นบรรจุภัณฑ์แก้วที่ผลิตตามแบบมาตรฐานและรูปทรงที่สามารถผลิตและจำหน่ายให้ลูกค้ารายใดก็ได้ ซึ่งกลุ่มบริษัทฯ ผลิตบรรจุภัณฑ์แก้วให้กับกลุ่มลูกค้าในอุตสาหกรรมต่างๆ แบ่งเป็น 5 กลุ่มหลัก ดังนี้ (1) ขวดเบียร์ (2) ขวดเครื่องดื่มไม่ผสมแอลกอฮอล์ (Soft Drink) (3) บรรจุภัณฑ์แก้วสำหรับบรรจุอาหาร (4) บรรจุภัณฑ์แก้วสำหรับใส่ยาฆ่าแมลงและยา และ (5) บรรจุภัณฑ์แก้วสำหรับใส่ผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น เครื่องดื่มให้พลังงาน สุรา สุราปรุงแต่งรสชาติ (Liquor) เป็นต้น

### 2.3.2 การตลาดและการแข่งขัน

#### 2.3.2.1 การตลาดและการขาย

บริษัทฯ ทำการตลาดและจำหน่ายสินค้าในประเทศไทยเป็นหลัก บริษัทฯ วางแผนการตลาดและการขายร่วมกับฝ่ายผลิตของแต่ละโรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว รวมทั้งมีการควบคุมดูแลให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ สินค้าส่วนใหญ่ของกลุ่มบริษัทฯ จะผลิตตามลักษณะบรรจุภัณฑ์เฉพาะที่ลูกค้าเป็นผู้กำหนดขึ้น การตลาดและการขายของกลุ่มบริษัทฯ เน้นให้ความสำคัญกับการขยายฐานลูกค้าใหม่และการรักษาฐานลูกค้าเดิมที่มีความสัมพันธ์ทางการค้ามาอย่างยาวนาน ฝ่ายการตลาดและฝ่ายขายจะทำการสำรวจและประเมินติดตามผลความพึงพอใจของลูกค้า รวมทั้งคำแนะนำที่รับจากลูกค้าเป็นรายปี เพื่อให้มั่นใจว่ากลุ่มบริษัทฯ สามารถผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้ รวมทั้งรักษาความสัมพันธ์ในฐานะคู่ค้ารายสำคัญกับลูกค้ารายใหญ่ของกลุ่มบริษัทฯ ฝ่ายการตลาดและฝ่ายขายจะส่งแผนการขายไปยังฝ่ายผลิตของแต่ละโรงงานเป็นรายสัปดาห์ รายเดือน และรายปี ซึ่งแผนการขายดังกล่าวจะจัดทำให้สอดคล้องกับกำลังการผลิต ลักษณะ และคุณสมบัติของเตาหลอมแก้วของแต่ละโรงงาน ฝ่ายผลิตจะวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับแผนการขายโดยคำนึงถึงการใช้ประโยชน์สูงสุดของแต่ละสายการผลิตในแต่ละโรงงาน และเพื่อให้สามารถผลิตสินค้าให้ได้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้ ฝ่ายการตลาดและฝ่ายขายจะจัดทำแผนการตลาดและการขายล่วงหน้า 5 ปี เพื่อการวางแผนให้สอดคล้องกับแผนการเพิ่มกำลังการผลิตของกลุ่มบริษัทฯ ที่อยู่ระหว่างดำเนินการ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังทำการตลาดและจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศ โดยติดต่อและจำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้ใช้บรรจุภัณฑ์แก้วในต่างประเทศโดยตรงเป็นหลัก และบางส่วนผ่านตัวแทน สินค้าส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปของบรรจุภัณฑ์แก้วขนาดเล็ก เนื่องจากเมื่อรวมค่าใช้จ่ายการส่งออกแล้วยังมีราคาต่ำกว่าการที่ลูกค้าจะสั่งซื้อภายในประเทศของตน อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ มีการส่งออกบรรจุภัณฑ์ขนาดกลางถึงใหญ่ไปยังประเทศใกล้เคียงเช่นกัน

### 2.3.2.2 สภาวะตลาดบรรจุภัณฑ์แก้ว

ความต้องการบรรจุภัณฑ์แก้วในประเทศไทยนั้น มาจากอุตสาหกรรมเครื่องดื่มและอาหาร และอุตสาหกรรมเภสัชภัณฑ์ ทั้งนี้ บรรจุภัณฑ์แก้วยังคงเป็นบรรจุภัณฑ์ชั้นนำสำหรับเครื่องดื่มไม่ผสมและผสมแอลกอฮอล์ เนื่องจากความต้องการผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มยังคงอยู่ในระดับสูง (จากข้อมูลของ GlobalData Plc. ตลาดบรรจุภัณฑ์แก้วในประเทศไทยในปี 2563 มีการใช้บรรจุภัณฑ์แก้วจำนวนทั้งสิ้น 13,360.3 ล้านหน่วย เพิ่มขึ้นจากในปี 2557 ซึ่งมีการใช้บรรจุภัณฑ์จำนวนทั้งสิ้น 12,630.1 ล้านหน่วย คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ร้อยละ 0.9 เมื่อคิดตามจำนวน)

GlobalData Plc. คาดการณ์ว่ามูลค่าตลาดบรรจุภัณฑ์แก้วในประเทศไทยจะเติบโตขึ้นโดยมีการใช้บรรจุภัณฑ์จำนวนทั้งสิ้น 14,725.1 ล้านหน่วย ในปี 2567 หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ร้อยละ 2.2 เมื่อคิดตามจำนวน โดยการเติบโตของตลาดบรรจุภัณฑ์แก้วยังคงเป็นการเติบโตจากการบริโภคเครื่องดื่มไม่ผสมและผสมแอลกอฮอล์เป็นหลัก

แนวโน้มที่สำคัญที่มีผลต่อตลาดบรรจุภัณฑ์แก้ว มีดังต่อไปนี้

- 1) แนวโน้มการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Sustainable Packaging) แนวโน้มดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ (Recyclable Packaging) ซึ่งบรรจุภัณฑ์แก้วสามารถนำกลับมาใช้ได้ทั้งหมด ทำให้ผู้ผลิตหลายรายใช้บรรจุภัณฑ์แก้วมากขึ้นเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านารักษ์โลก และดึงดูดให้ผู้บริโภคที่ต้องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมาใช้ผลิตภัณฑ์ของตน ตลอดจนเพื่อให้เกิดวิถีแห่งความยั่งยืน
- 2) แนวโน้มในการเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดี (Premiumization) ผู้บริโภคในประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดีขึ้นตามรายได้ที่เพิ่มขึ้น เช่น บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามและมีคุณภาพสูงเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีราคาแพงโดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนตัว (Personal Care) และเครื่องดื่มที่ผสมแอลกอฮอล์ ดังนั้น ผู้ผลิตจึงมีแนวโน้มที่จะใช้บรรจุภัณฑ์แก้วเพิ่มขึ้นเพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคใช้ผลิตภัณฑ์ของตน
- 3) แนวโน้มในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ให้ความสำคัญต่อสุขภาพ แนวโน้มดังกล่าวเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้ออาหารและเครื่องดื่มของผู้บริโภคไทย ดังนั้นความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์แก้วจึงเพิ่มขึ้นเนื่องจากบรรจุภัณฑ์แก้วเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีความปลอดภัยและมีแนวโน้มที่จะทำปฏิกิริยาเคมีน้อยกว่าบรรจุภัณฑ์ประเภทอื่น
- 4) แนวโน้มในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์แบบใส (Transparency) นอกเหนือจากผู้บริโภคจะเลือกบรรจุภัณฑ์ที่รักษ์โลกและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแล้ว ผู้บริโภคยังต้องการเห็นผลิตภัณฑ์จริงที่ซื้อ เพื่อที่จะสามารถพิจารณาได้ถึงความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังเป็นการแสดงถึงความโปร่งใสของผู้ผลิต และสร้างให้ผู้บริโภคเกิดความไว้วางใจในการซื้อสินค้า
- 5) แนวโน้มในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เรียบง่าย (Less is more) บรรจุภัณฑ์แก้วที่ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคควรมีลักษณะที่เรียบง่าย เห็นได้ชัดในบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนตัว (Personal Care)

เช่น ขวดเครื่องสำอาง ครีม เป็นต้น ที่แสดงถึงความเรียบหรู โดยควรใส่ข้อมูลสินค้าเท่าที่จำเป็นเท่านั้น เพราะผู้บริโภคมักจะเชื่อใจแบรนด์สินค้าน้อยลง เมื่อมีการให้รายละเอียดของข้อมูลสินค้ามากเกินไป

- 6) แนวโน้มในการเลือกใช้บริการบริษัทที่สร้างสรรค์ (Creativity) แนวโน้มดังกล่าวมีผลทำให้ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์จำเป็นต้องออกดีไซน์ใหม่ๆ ในการบรรจุผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและสามารถใช้งานได้เป็นอย่างดี เช่น บรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น เพื่อแสดงให้เห็นถึงความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นการจุดประกายความสนใจในตัวผู้บริโภค ตลอดจนดึงดูดผู้บริโภคใหม่ๆ ด้วย

### 2.3.2.3 การแข่งขันในตลาดบรรจุภัณฑ์แก้ว

ผู้ผลิตรายใหญ่ในอุตสาหกรรมผลิตบรรจุภัณฑ์แก้วในประเทศไทยมีจำนวน 4 ราย ทั้งนี้ ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์แก้วรายใหญ่ทั้งสี่รายเป็นบริษัทขนาดใหญ่ที่มีการลงทุนจำนวนมากและมีความสามารถที่จะเข้าถึงเทคโนโลยีที่ทันสมัย อีกทั้งยังเป็นบริษัทในเครือของบริษัทที่ผลิตเครื่องดื่มหรือบริษัทที่ประกอบธุรกิจค้าปลีก

อีกทั้ง อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์แก้วในประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมที่มีข้อจำกัดในการเข้าแข่งขันสูง (High barrier to entry) สำหรับผู้ผลิตรายใหม่ทั้งที่เป็นบริษัทต่างชาติและบริษัทในประเทศไทย เนื่องจากต้องใช้เงินลงทุนเริ่มต้นที่สูงและประสบการณ์ที่มาก รวมถึงมีบริษัทผู้นำรายใหญ่ที่มีส่วนแบ่งการตลาดค่อนข้างสูงอยู่แล้ว

### 2.3.2.4 ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 กับตลาดบรรจุภัณฑ์แก้ว

ยอดขายของบริษัทฯ ได้รับผลกระทบช่วงไตรมาสที่สองของปี 2563 เนื่องจากภาครัฐมีมาตรการระงับการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งในร้านอาหารและร้านค้าทั่วไป ส่งผลให้ยอดขายในกลุ่มเบียร์และแอลกอฮอล์ลดลง อีกทั้งการส่งออกของบริษัทฯ ยังประสบปัญหาตู้คอนเทนเนอร์ขาดแคลนและค่าขนส่งทางเรือที่เพิ่มขึ้น จากวิกฤติการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ที่เกิดขึ้นทั่วโลก ทำให้การส่งออกในไตรมาสที่สี่ชะลอตัวลง อย่างไรก็ตามสำหรับปี 2563 บริษัทฯ ยังคงสามารถทำยอดขายได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

## 2.3.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

### 2.3.3.1 การผลิตและกำลังการผลิต

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีบริษัทย่อยที่ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์แก้วจำนวน 6 บริษัท ได้แก่ 1) บริษัท ปทุมธานีกลาส อินดัสทรี จำกัด (PTI) 2) บริษัท บีจีที กลาส โซลูชั่น จำกัด (BGCG) (เดิมชื่อ “บริษัท ระยองกลาส อินดัสทรี จำกัด (RGI)” 3) บริษัท ขอนแก่นกลาส อินดัสทรี จำกัด (KGI) 4) บริษัท ปราจีนบุรีกลาส อินดัสทรี จำกัด (PGI) 5) บริษัท อยุธยากลาส อินดัสทรี จำกัด (AGI) และ 6) บริษัท ราชบุรีกลาส อินดัสทรี จำกัด (RBI)

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ มีการดำเนินธุรกิจให้บริการที่พัก และขายอาหารและเครื่องดื่ม และบริการอื่นที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ วิซซิ่ง ทรี ขอนแก่น รีสอร์ท ซึ่งเป็นหน่วยธุรกิจภายใต้การบริหารงานของ KGI โดยวัตถุประสงค์หลักเพื่อใช้เป็นสถานที่ฝึกอบรมสัมมนาให้แก่พนักงานของกลุ่มบริษัทฯ รวมทั้งมีการให้บริการแก่บุคคลภายนอกด้วย

#### 2.3.3.2 ผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบรายใหญ่และวัตถุดิบหลัก

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว ได้แก่ เศษแก้ว โซดาแอส ททรายแก้ว พลังงาน และวัตถุดิบอื่นๆ ทั้งนี้ กลยุทธ์การจัดซื้อวัตถุดิบของบริษัทฯ เน้นการซื้อวัตถุดิบจากผู้จัดจำหน่ายที่มีความน่าเชื่อถือในเรื่องคุณภาพสูง และ บริษัทฯ เชื่อว่าบริษัทฯ สามารถรักษาความสัมพันธ์อันดีกับผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบรายสำคัญได้ และที่ผ่านมาบริษัทฯ มีแหล่งวัตถุดิบที่เพียงพอสำหรับใช้ในกระบวนการผลิตมาโดยตลอด โดยภาพรวมบริษัทฯ ไม่มีการสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้จัดจำหน่ายเพียงรายใดรายหนึ่ง เนื่องจากนโยบายของบริษัทฯ กำหนดให้ต้องมีผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบแต่ละประเภทอย่างน้อยสองราย เพื่อให้บริษัทฯ สามารถตรวจสอบและเปรียบเทียบราคา และลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายเพียงรายเดียว ในกรณีที่วัตถุดิบบางอย่างขาดแคลนหรือราคาแพง กลุ่มบริษัทฯ สามารถปรับเปลี่ยนโดยใช้วัตถุดิบอย่างอื่น เช่น เศษแก้วและโซดาแอส เพื่อทดแทนวัตถุดิบที่ขาดแคลนดังกล่าวได้ ทั้งนี้ การสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้จัดจำหน่ายในต่างประเทศส่วนใหญ่จะเป็นการสั่งซื้อผ่านตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทย บริษัทฯ จึงจ่ายค่าวัตถุดิบในรูปสกุลเงินบาทเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น บริษัทฯ จึงไม่มีความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศโดยตรงอย่างมีนัยสำคัญ และจนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2563 กลุ่มบริษัทฯ ยังไม่เคยประสบปัญหาวัตถุดิบขาดแคลนแต่อย่างใด อีกทั้ง บริษัทฯ ไม่ได้สั่งซื้อวัตถุดิบกับผู้จัดจำหน่ายรายใดรายหนึ่งเกินกว่าร้อยละ 30.0 ของยอดซื้อวัตถุดิบทั้งหมดในแต่ละงวดดังกล่าว



### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

การบริหารจัดการความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร ช่วยสนับสนุนและส่งเสริมให้บริษัทฯ มีความพร้อมในการปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว เพื่อรับมือกับความเสี่ยงต่างๆ ทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอกได้อย่างล่วงหน้า ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยทำให้บริษัทฯ บรรลุเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญในการสร้างความตระหนักรู้ในเรื่องการบริหารจัดการความเสี่ยงให้แก่พนักงานทุกคนในบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง รวมถึงมุ่งมั่นให้มีการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่บริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มฯ และช่วยให้บริษัทฯ สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน

#### กรอบการบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ มีการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรที่เป็นไปตามมาตรฐานสากล โดยกรอบการบริหารความเสี่ยงบริษัทฯ (Enterprise Risk Management Framework) ประกอบด้วย การกำหนดกลยุทธ์ กำหนดวัตถุประสงค์และระดับความเสี่ยงที่บริษัทฯ ยอมรับได้ (Risk Appetite) อย่างชัดเจน เพื่อให้การบริหารความเสี่ยงเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั่วทั้งบริษัทฯ รวมทั้งการกำหนดโครงสร้างและความรับผิดชอบในการบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ โดยจัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงขึ้น เพื่อทำหน้าที่ในการกลั่นกรองประเด็นความเสี่ยง ร่วมพิจารณาโอกาสเกิดและผลกระทบ การกำหนดมาตรการควบคุม ผู้รับผิดชอบ และแนวทางการบริหารความเสี่ยงในภาพรวมของบริษัทฯ รวมถึงกำกับดูแลและติดตาม การดำเนินการเพื่อป้องกันหรือลดความสูญเสีย ปรับกลยุทธ์การบริหาร ความเสี่ยงให้เหมาะสมต่อสภาวะการณ์ของบริษัทฯ และรายงานผลต่อคณะกรรมการตรวจสอบ โดยคณะกรรมการตรวจสอบทำหน้าที่ในการสอบทานประสิทธิภาพการบริหารความเสี่ยง เพื่อให้มั่นใจว่าการบริหารความเสี่ยงดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และสอดคล้องกับแนวทางที่กำหนด

#### การบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ นำกรอบการบริหารความเสี่ยงมาใช้ในการดำเนินงาน โดยกระบวนการบริหารความเสี่ยงได้ถูกรวบรวมไว้ใน “คู่มือการบริหารความเสี่ยง” ซึ่งมีกระบวนการหลักประกอบด้วย การระบุความเสี่ยง การประเมินความเสี่ยง การกำหนดมาตรการจัดการและกำหนดตัวชี้วัดความเสี่ยง (Key Risk Indicator : KRI) และการกำกับติดตามรายงานความเสี่ยง โดยคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงมีการทบทวนพิจารณากลั่นกรองรายการความเสี่ยงของบริษัทฯ แผนบริหารความเสี่ยงให้สอดคล้องกับกลยุทธ์และสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งกำกับ ติดตาม พิจารณาให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในประเด็นความเสี่ยงแก่ฝ่ายจัดการในการปรับปรุง การบริหารจัดการให้ดียิ่งขึ้น เป็นรายไตรมาส เพื่อให้การดำเนินงานของบริษัทฯ บรรลุผลตามเป้าหมาย และรายงานผลต่อคณะกรรมการตรวจสอบ

แนวโน้มการขยายตัวธุรกิจของบริษัทฯ มุ่งเน้นการลงทุนธุรกิจใหม่ด้วยนโยบายการลงทุนแบบการควบรวมกิจการหรือร่วมทุน (Mergers and Acquisitions : M&A) เพื่อเพิ่มช่องทางในการเข้าสู่อุตสาหกรรมใหม่ รวมทั้งเพิ่มยอดขาย และเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดจากฐานลูกค้าเดิม โดยบริษัทฯ มีนโยบายการลงทุนแบบ M&A นั้นก็เพื่อเป็นการช่วยประหยัดเวลาและต้นทุนในการศึกษาและลงทุนเองใหม่ตั้งแต่เริ่มต้น ซึ่งครอบคลุมการบริหารจัดการความเสี่ยงและช่วยลดความเสี่ยงจากการลงทุน ทั้งนี้ความเสี่ยงที่บริษัทฯ พิจารณาครอบคลุมความเสี่ยงทางการเงิน (Financial Risks) ในการจัดหาแหล่งเงินทุนให้เพียงพอกับความต้องการเงินทุน และ

ดำรงอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยสุทธิต่อทุนที่เหมาะสมเท่านั้น บริษัทฯ ตระหนักถึงความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และหลักธรรมาภิบาล เป็นหลักสำคัญ เพื่อมุ่งหวังให้เกิดผลดีต่อสังคมและสร้างการเติบโตที่ยั่งยืนให้กับบริษัทฯ และในปี 2563 เพื่อให้เกิดการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง ตลอดจนสามารถบริหารจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต บริษัทฯ จึงพัฒนา และปรับปรุงระบบการบริหารความเสี่ยงให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอกบริษัทฯ รวมทั้งพิจารณากำหนดแนวทาง วิธีการ และช่องทางการสื่อสารเพื่อให้พนักงานทุกคนเข้าใจหลักการและกระบวนการบริหารความเสี่ยง อีกทั้งผู้ปฏิบัติงานได้รับทราบ ขั้นตอนและกระบวนการในการวางแผนบริหารความเสี่ยง เพื่อให้มีการปฏิบัติตามกระบวนการบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

## ความเสี่ยงหลักของบริษัทฯ เกิดจากทั้งปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก

### ความเสี่ยงภายใน (Internal Risks)

ความเสี่ยงที่บริษัทฯ สามารถควบคุมได้ โดยบริษัทฯ มีปัจจัยความเสี่ยงที่ครอบคลุมทั้ง

- **ด้านกลยุทธ์ (Strategic Risks) :** ความเสี่ยงที่เกิดจากการวางแผนการดำเนินงาน วางแผนกลยุทธ์ที่ไม่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมการทำงาน หรือมีการนำไปใช้แล้วไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของบริษัทฯ โดยปัจจัยดังกล่าวจะได้รับการบริหารจัดการด้วยวิธีการ เช่น การกำหนดนโยบายการลงทุน การวิเคราะห์ความเป็นไปได้และความคุ้มค่าของโครงการที่มีประสิทธิภาพ การวิเคราะห์ความพร้อมของคู่ค้าเพื่อรองรับการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของบริษัทฯ การพัฒนาบุคลากรอย่างมีคุณภาพและสอดคล้องต่อการขยายตัวทางธุรกิจ การจัดตั้งทีมงานเพื่อศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจในแต่ละประเทศอย่างละเอียดรอบคอบก่อนตัดสินใจลงทุน การร่วมลงทุนกับพันธมิตรทางธุรกิจที่มีศักยภาพ การจัดหาแหล่งเงินทุนให้เพียงพอกับความต้องการเงินทุน และดำรงอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยสุทธิต่อทุนที่เหมาะสม เป็นต้น
- **ด้านปฏิบัติการ (Operational Risks) :** ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อการทำงานของบริษัทฯ อันเนื่องมาจากความผิดพลาดที่เกิดจากการปฏิบัติงานของบุคลากรทุกระดับที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ภายใต้กระบวนการต่างๆ โดยปัจจัยดังกล่าวจะได้รับการบริหารจัดการด้วยวิธีการ เช่น การกำหนดโครงสร้างบริษัทฯ และแบ่งแยกหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน การจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน การกำหนดให้มีระบบการตรวจสอบระบบการควบคุมภายในอย่างสม่ำเสมอ การกำหนดดัชนีชี้วัดผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators : KPIs) การกำหนดนโยบายการรักษาความปลอดภัยของระบบสารสนเทศและข้อมูลสารสนเทศ และการจัดทำแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management : BCM) เป็นต้น
- **ด้านปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมาย (Compliance Risks) :** ความเสี่ยงจากการไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับ ที่กำหนดจากภายในและภายนอกบริษัทฯ รวมถึงกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยปัจจัยดังกล่าวจะได้รับการบริหารจัดการด้วยวิธีการ เช่น กำหนดนโยบายการกำกับดูแลการปฏิบัติงานและสื่อสารให้พนักงานทุกคนปฏิบัติตาม กำหนดให้มีการติดตามและรายงานการเปลี่ยนแปลงนโยบายของภาครัฐ กฎระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมาย ในประเทศที่บริษัทฯ เข้าไปดำเนินธุรกิจอย่างใกล้ชิด เป็นต้น
- **ด้านการเงิน (Financial Risks) :** ความเสี่ยงที่เกิดจากความผันผวนของตัวแปรทางการเงิน อัตราแลกเปลี่ยน อัตราดอกเบี้ย สภาพคล่องทางการเงิน ซึ่งส่งผลกระทบต่อสถานะทางการเงินของบริษัทฯ โดยปัจจัยดังกล่าว

จะได้รับการบริหารจัดการด้วยวิธีการ เช่น บริษัทฯ นำเครื่องมือทางการเงินที่เหมาะสมมาใช้งาน การวิเคราะห์คุณภาพและความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้า การทบทวนฐานะทางการเงินของลูกค้า เป็นต้น

### ความเสี่ยงภายนอก (External Risks)

ความเสี่ยงที่บริษัทฯ ไม่สามารถควบคุมการเกิดได้ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ ภาวะการแข่งขันทางธุรกิจ ความต้องการของลูกค้า ภัยพิบัติทางธรรมชาติ รวมถึงกฎหมายและระเบียบทางราชการ โดยปัจจัยดังกล่าวจะได้รับการบริหารจัดการด้วยวิธีการ ดังนี้

- การจัดทำประกันภัย
- การจัดทำแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management : BCM) เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องภายใต้สภาวะวิกฤต
- การส่งเสริมให้มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี ตลอดจนจรรยาบรรณของสินค้าและบริการ
- การกำหนดทีมงานในการติดตามสถานการณ์ เศรษฐกิจ สังคม การเมือง กฎหมายและระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ อย่างใกล้ชิดทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้ได้ข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์สถานการณ์สำหรับเหตุการณ์ที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ได้อย่างทันเหตุการณ์ เพื่อเตรียมแผนจัดการความเสี่ยงรองรับผลกระทบที่จะเกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม

### ความเสี่ยงหลักในการดำเนินธุรกิจ และ กลยุทธ์จัดการความเสี่ยง

#### 3.1 Internal Risks : ความเสี่ยงภายใน

##### 3.1.1 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงกลุ่มลูกค้ารายใหญ่จำนวนน้อยราย

บริษัทฯ มีการขายสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้ารายใหญ่ที่มีจำนวนน้อยราย และบางรายยังเป็นผู้ถือหุ้นของ BG ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม การขายสินค้าของกลุ่มลูกค้ารายใหญ่เป็นไปตามสัญญาซื้อขายล่วงหน้าโดยมีอายุสัญญา 5 ปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565 และมีการกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการซื้อขาย นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังมีการทำสัญญากับลูกค้ารายใหญ่อื่นๆ บางราย รวมถึงการขายฐานลูกค้ารายใหม่ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศเพิ่มเติม เพื่อลด ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงกลุ่มลูกค้ารายใหญ่

##### 3.1.2 ความเสี่ยงจากการลงทุนในธุรกิจใหม่

บริษัทฯ มีแผนการลงทุนในธุรกิจใหม่ทั้งในและต่างประเทศ จึงมีความเสี่ยงจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ในด้านสภาวะเศรษฐกิจ สังคม การเมือง กฎหมายที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศที่บริษัทฯ เข้าไปลงทุน อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้จัดให้มีผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพทำการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องในโครงการที่จะไปลงทุนโดยละเอียด โดยคำนึงถึงความเสี่ยงด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นด้านกฎหมาย ด้านการเงิน ด้านเทคนิค ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านจริยธรรม

##### 3.1.3 ความเสี่ยงจากการที่ไม่สามารถจัดหาวัตถุดิบในราคาและปริมาณที่เหมาะสม

บริษัทฯ มีต้นทุนผันแปรคิดเป็นต้นทุนส่วนใหญ่ของต้นทุนขายทั้งหมด ทั้งนี้ เศษแก้วคือวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว และราคาอาจขึ้นอยู่กับแนวโน้มตามสภาวะตลาดและเศรษฐกิจโดยรวม ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อราคาตลาดของวัตถุดิบได้เป็นครั้งคราว อย่างไรก็ตาม เพื่อลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนเศษแก้ว กลุ่มบริษัทฯ สร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้จัดจำหน่ายเศษแก้ว ในลักษณะการเป็นคู่ค้า (Partner)

มากกว่าการซื้อแบบทั่วไป มีการจัดทำสัญญาซื้อขายเพื่อซื้อเศษแก้วจากผู้จำหน่าย และที่สำคัญหากวัตถุดิบใดขาดแคลน กลุ่มบริษัทฯ สามารถปรับสูตรการผลิตของวัตถุดิบส่วนที่เหลือเพื่อให้สามารถผลิตบรรจุภัณฑ์แก้วที่มีคุณภาพคงเดิม

#### 3.1.4 ความเสี่ยงจากการที่ต้นทุนวัตถุดิบ และค่าพลังงานเพิ่มขึ้น

การเพิ่มขึ้นของราคาวัตถุดิบและค่าพลังงานอาจส่งผลให้ต้นทุนการผลิตของบรรจุภัณฑ์แก้วเพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่บริษัทฯ ไม่สามารถผลักภาระต้นทุนที่เพิ่มขึ้นดังกล่าวไปยังลูกค้าได้ ประกอบกับภาวะการแข่งขันในตลาดอยู่ในระดับสูง และหากต้นทุนดังกล่าวยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การดำเนินธุรกิจ โอกาสทางธุรกิจ ฐานะทางการเงิน ตลอดจนผลประโยชน์ของบริษัทฯ อาจได้รับผลกระทบในทางลบอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตามบริษัทฯ มีมาตรการติดตามความเคลื่อนไหวราคาน้ำมัน ค่าพลังงานอย่างใกล้ชิด รวมถึงความเสี่ยงที่อัตราค่าแรง และค่าขนส่งที่อาจเพิ่มขึ้นในอนาคต

#### 3.1.5 ความเสี่ยงจากการบริหารทรัพยากรบุคคลเพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจ

การบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคลเพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจ จำเป็นจะต้องอาศัยบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ทักษะ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ในจำนวนที่เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ หากบริษัทฯ ประสบปัญหาขาดแคลนบุคลากรที่มีทักษะและการไม่สามารถรักษานักวิชาการหลัก ที่มีคุณภาพไว้ได้ ตลอดจนปัญหาข้อขัดแย้งด้านแรงงาน อาจมีผลต่อการเติบโตทางธุรกิจอย่างต่อเนื่องของบริษัทฯ รวมทั้งบริษัทฯ ได้มีการจัดทำ แผนการสืบทอดตำแหน่ง สำหรับตำแหน่งที่สำคัญ

#### 3.1.6 ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ และข้อกำหนด

การประกอบธุรกิจของบริษัทฯ นั้นจำเป็นต้องมีใบอนุญาตที่สำคัญที่มีผลใช้บังคับอย่างต่อเนื่องและสามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในใบอนุญาต อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีการจัดฝึกอบรมและให้ความรู้แก่พนักงานเกี่ยวกับมาตรฐานอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งบริษัทฯ มีการติดต่อกับหน่วยงานราชการเป็นประจำ จึงทำให้รับทราบและเข้าใจวิธีการปฏิบัติตามข้อกำหนดของหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องดังกล่าว ทั้งนี้ จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ ไม่เคยประสบปัญหาในการปฏิบัติตามเงื่อนไขของใบอนุญาตแต่อย่างใด

#### 3.1.7 ความเสี่ยงจากความผันผวนอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

บริษัทฯ ได้มีการลงทุนในโครงการใหม่ เงินลงทุนส่วนหนึ่งจะใช้เงินสกุลยูโรในการจัดหาเครื่องจักรของโครงการ ซึ่งความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศอาจมีผลกระทบต่อประมาณการลงทุนที่ได้วางแผนไว้ บริษัทฯ บริหารความเสี่ยงจากความผันผวนอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ โดยใช้เครื่องมือต่างๆ ที่เหมาะสมในการป้องกันความเสี่ยงล่วงหน้า เช่น บัญชีเงินฝากเงินตราต่างประเทศ (Foreign Current Deposit : FCD) เป็นต้น เพื่อให้สามารถบริหารจัดการรายได้และต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

#### 3.1.8 ความเสี่ยงจากการจัดหาแหล่งเงินทุนทางธุรกิจ

ในอุตสาหกรรมธุรกิจผลิตผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์แก้ว ผู้ผลิตต้องใช้เงินลงทุนเป็นจำนวนสูงมาก โดยเฉพาะการลงทุนในเครื่องจักรและเทคโนโลยีเกี่ยวกับการผลิตแก้ว เพื่อให้บริษัทสามารถบรรลุเป้าหมายและกลยุทธ์ทางธุรกิจในการเป็นผู้นำด้านการผลิตบรรจุภัณฑ์ครบวงจรได้ ดังนั้นหากบริษัทฯ ไม่สามารถจัดหาแหล่งเงินทุนที่มีต้นทุนทางการเงินที่เหมาะสมและเพียงพอ อาจส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันของบริษัทฯ ลดลงและไม่สามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับระเบียบ

วินัยทางการเงินและมุ่งเน้นการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับนักลงทุนสถาบันในตลาดทุนและตลาดเงินอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ นักลงทุนมีความมั่นใจและเชื่อถือในการดำเนินงาน

### 3.2 External Risks : ความเสี่ยงภายนอก

#### 3.2.1 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บรรจุภัณฑ์ทางเลือกอื่น

ธุรกิจของบริษัทฯ ต้องแข่งขันกับบรรจุภัณฑ์ทางเลือกอื่น อย่างไรก็ดีตาม บรรจุภัณฑ์แก้วเป็นวัสดุที่ปลอดภัยและไม่ทำปฏิกิริยากับสิ่งที่บรรจุภายใน จึงสามารถช่วยรักษาอุณหภูมิและรสชาติของเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์แก้วยังสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ (recycle) ทั้งหมด นอกจากนี้ ยังมีรูปแบบของการรับคืนขวด ทำให้ช่วยประหยัดต้นทุนได้

#### 3.2.2 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายของภาครัฐและหน่วยงานราชการอื่นๆ ในประเทศที่บริษัทฯ เข้าไป ประกอบกิจการ

บริษัทฯ มีการลงทุนในธุรกิจพลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์ที่ประเทศเวียดนาม หากเกิดความ ไม่แน่นอนของเสถียรภาพทางการเมือง รวมถึงการปรับเปลี่ยนการบริหารงานของภาครัฐ ซึ่งอาจมีการเปลี่ยนแปลง กฎหมาย ระเบียบ กฎเกณฑ์ต่างๆ โดยอาจส่งผลกระทบต่อเงื่อนไขตามสัญญาสัมปทานที่กำหนดไว้แล้ว ส่งผลต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ ได้

#### 3.2.3 ความเสี่ยงจากสภาพอากาศ ภัยธรรมชาติ หรือเหตุการณ์อื่นใดที่นอกเหนือจากความควบคุม

ปัจจุบันสภาพอากาศมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงทุกปี รวมทั้งการเกิดภัยพิบัติธรรมชาติขึ้นส่ง ผลกระทบต่อทรัพย์สินของบริษัทฯ ชีวิตของพนักงาน อาจทำให้ธุรกิจของบริษัทฯ หยุดชะงัก หรือไม่สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทฯ ได้จัดทำประกันภัยที่ครอบคลุม ความเสียหายอันเกิดจากภัยธรรมชาติกับทุกโครงการของบริษัทฯ เพื่อลดความเสียหายทาง การเงินที่เกิดขึ้น ประกอบกับมีการจัดทำแผนบริหารความ ต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan : BCP) เพื่อบริหารจัดการในสถานการณ์ฉุกเฉิน เพื่อรองรับและลดผลกระทบจากเหตุการณ์ฉุกเฉิน หรือเหตุการณ์วิกฤต

#### 3.2.4 ความเสี่ยงจากการเกิดโรคระบาดในวงกว้าง

จากสถานการณ์ COVID-19 ที่มีการแพร่ระบาดในทั่วโลกตั้งแต่ปี 2563 จนถึงปัจจุบันนั้นส่งผลกระทบต่อชีวิตและสุขภาพพนักงาน การทำธุรกิจของบริษัทฯ และเศรษฐกิจในวงกว้าง แม้ปัจจุบันอัตราผู้ติดเชื้อรายใหม่ต่อวันของไทยจะอยู่ในระดับต่ำ ภาครัฐมีการผ่อนคลายนโยบายมาตรการต่างๆ แล้วนั้น โอกาสเกิดการแพร่ระบาด COVID-19 ระลอกใหม่อาจมีโอกาสดังกล่าวได้ บริษัทฯ ได้ออกมาตรการควบคุมและป้องกันให้กับพนักงาน เพื่อบริหารจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ควบคุมได้ ผ่านคำสั่งคณะบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ

#### 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

##### 4.1 เงินลงทุน

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจหลักในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์แก้ว และการลงทุนในบริษัทย่อยที่ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์แก้ว รวมถึงการลงทุนในธุรกิจผลิตและจำหน่ายไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ ซึ่งตามงบการเงินเฉพาะกิจการของบริษัทฯ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีเงินลงทุนในบริษัทย่อยดังนี้

บริษัทย่อย	ลักษณะการประกอบธุรกิจ	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)	มูลค่าเงินลงทุนตามราคาทุน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 (ล้านบาท)
PTI <sup>(1)</sup>	ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์แก้ว	100.0	1,407.1
BGCG <sup>(3)</sup>	ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์แก้ว	100.0	982.0
KGI <sup>(4)</sup>	ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์แก้ว	100.0	1,165.3
PGI	ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์แก้ว	51.0	371.3
AGI	ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์แก้ว	100.0	3,699.9
RBI	ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์แก้ว	100.0	1,479.1
SPM <sup>(2)</sup>	ผลิตและจำหน่ายไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์	100.0	650.6
<b>รวมเงินลงทุน</b>			<b>9,755.2</b>
หัก: ค่าเผื่อการด้อยค่าของเงินลงทุน			(35.5)
<b>มูลค่าเงินลงทุนสุทธิตามราคาทุน</b>			<b>9,719.7</b>

หมายเหตุ: KGI = บริษัท ขอนแก่นกลาส อินดัสทรี จำกัด, PTI = บริษัท ปทุมธานีกลาส อินดัสทรี จำกัด,  
BGCG = บริษัท บีจีซี กลาส โซลูชั่น จำกัด, RBI = บริษัท ราชบุรีกลาส อินดัสทรี จำกัด  
AGI = บริษัท อยุรยากรกลาส อินดัสทรี จำกัด, PGI = บริษัท ปราจีนบุรีกลาส อินดัสทรี จำกัด และ  
SPM = บริษัท โซล่า พาวเวอร์ แมเนจเม้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด

<sup>(1)</sup> เมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2562 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัท ปทุมธานีกลาส อินดัสทรี จำกัด ได้มีมติอนุมัติการลดทุนจดทะเบียนของบริษัทจำนวน 510 ล้านบาท จากทุนจดทะเบียนเดิมจำนวน 1,700 ล้านบาท เป็นจำนวน 1,190 ล้านบาท โดยลดทุนจดทะเบียนชำระแล้วจำนวน 396.35 ล้านบาท จากทุนจดทะเบียนชำระแล้วเดิมจำนวน 1,586.35 ล้านบาท เป็นจำนวน 1,190 ล้านบาท โดยการลดมูลค่าหุ้นของบริษัทเดิมที่ตราไว้จากมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เป็นมูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 70 บาท เพื่อล้างขาดทุนสะสม ซึ่งการลดทุนครั้งนี้ไม่มีผลกระทบต่อจำนวนหุ้น ต่อมาเมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2562 บริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนลดทุนจดทะเบียนดังกล่าวของบริษัทกับกระทรวงพาณิชย์แล้ว

<sup>(2)</sup> เมื่อวันที่ 3 กันยายน 2562 ที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัทฯมีมติอนุมัติให้เข้าซื้อหุ้นสามัญในบริษัท โซล่า พาวเวอร์ แมเนจเม้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด ("SPM") ซึ่งเป็นบริษัทที่จดทะเบียนจัดตั้งในประเทศไทย จำนวน 2 ล้านหุ้น คิดเป็นสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 100 รวมถึงการรับโอนสิทธิเรียกร้องในหนี้เงินกู้ยืมระยะสั้นจากบริษัทที่เกี่ยวข้องกันของ SPM ซึ่งเป็นหนี้ค้างเพื่อ Phu Khanh Solar Power Joint Stock Company ("PKS") ในราคาซื้อขายรวมกันทั้งสิ้นไม่เกิน 1,259 ล้านบาท กับบริษัท อีเทอร์นิตี้ พาวเวอร์ จำกัด (มหาชน) (เดิมชื่อ "บริษัท อีเทอร์นิตี้ พาวเวอร์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)") ("ผู้ขาย") ทั้งนี้ SPM ถือหุ้นร้อยละ 67 ของหุ้นทั้งหมดใน PKS ซึ่งเป็น



บริษัทอยู่ในประเทศไทยเวียดนาม โดย PKS เป็นผู้พัฒนาโครงการโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ในประเทศไทยเวียดนาม จำนวน 2 โครงการ ได้แก่โครงการ XT1 และ XT2 ขนาดกำลังการผลิตรวม 99.216 เมกะวัตต์ โดยสัญญาซื้อขายไฟฟ้ามีระยะเวลาซื้อขายไฟฟ้าให้กับ Electricity of Vietnam เป็นเวลา 20 ปี ในอัตราซื้อไฟฟ้า Feed in Tariff หรือ FIT ซึ่งโครงการดังกล่าวได้ก่อสร้างแล้วเสร็จ และได้เริ่มจำหน่ายไฟฟ้าเชิงพาณิชย์ทั้ง 2 โครงการแล้วเมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2562 และวันที่ 11 มิถุนายน 2562 ตามลำดับ ทั้งนี้ การลงทุนในกลุ่ม SPM เพื่อสร้างความมั่นคงของรายได้ และเป็นการกระจายการลงทุนในธุรกิจใหม่ที่ให้ผลตอบแทนที่ดี

เมื่อวันที่ 6 กันยายน 2562 บริษัทฯได้เข้าลงนามในสัญญาซื้อขายหุ้นดังกล่าว และได้จ่ายชำระเงินมัดจำค่าหุ้นดังกล่าวในอัตราร้อยละ 10 ของราคาซื้อขาย เป็นจำนวนเงิน 126 ล้านบาท ต่อมา เมื่อวันที่ 27 ธันวาคม 2562 บริษัทฯได้รับโอนหุ้นและหนี้จากผู้ขาย โดยบริษัทฯได้ชำระเงินค่าหุ้นและหนี้แล้วเป็นจำนวนเงิน 944 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม ผู้รับเหมาก่อสร้างของทั้ง 2 โครงการ ยังคงมีงานก่อสร้างและซ่อมแซมบางส่วนไม่แล้วเสร็จ (โดยงานในส่วนดังกล่าวไม่ได้มีผลกระทบต่อการผลิตและขายพลังงานไฟฟ้าของโครงการ) บริษัทฯและผู้ขายจึงตกลงแก้ไขเปลี่ยนแปลงงวดการชำระเงินตามสัญญาซื้อขายโดยกันเงินส่วนที่เหลือร้อยละ 15 ของราคาซื้อขายหุ้นเป็นจำนวนเงินประมาณ 189 ล้านบาท จนกว่าบริษัทผู้รับเหมาก่อสร้างจะดำเนินการก่อสร้างและซ่อมแซมแล้วเสร็จ โดยบริษัทฯได้บันทึกจำนวนเงินดังกล่าวไว้ในเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ต่อมา ในเดือนเมษายน 2563 บริษัทฯได้จ่ายชำระเงินส่วนที่เหลือดังกล่าวแล้วทั้งจำนวน นอกจากนี้ ในเดือนธันวาคม 2563 บริษัทฯ ได้มีการจ่ายชำระเงินงวดสุดท้ายตามเงื่อนไขการคำนวณส่วนต่างราคาซื้อขายกับมูลค่าของบริษัทอยู่ ณ วันที่ซื้อ ตามที่ระบุในสัญญาซื้อขายหุ้นเป็นจำนวนเงิน 133 ล้านบาท

ณ วันที่ซื้อธุรกิจ SPM และ PKS (“กลุ่ม SPM”) มีสถานะเป็นบริษัทย่อยของกลุ่มบริษัท การลงทุนดังกล่าวเป็นการรวมธุรกิจภายใต้มาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 3 เรื่อง การรวมธุรกิจ บริษัทฯได้ดำเนินการให้มีการวัดมูลค่าของสินทรัพย์ที่ระบุได้ที่ได้มาและหนี้สินที่รับมา ณ วันที่ซื้อธุรกิจและปันส่วนต้นทุนการรวมธุรกิจ โดยการวัดมูลค่าและการปันส่วนได้เสร็จสิ้นแล้วในเดือนธันวาคม 2563 ซึ่งอยู่ภายในระยะเวลา 1 ปี นับจากวันที่ซื้อธุรกิจ ตามที่กำหนดไว้ในมาตรฐาน การรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 3 เรื่อง การรวมธุรกิจ มูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์สุทธิที่ระบุได้ของกลุ่ม SPM ณ วันที่ซื้อธุรกิจ มีมูลค่าเท่ากับ 1,319 ล้านบาท ซึ่งส่วนใหญ่ประกอบด้วยอาคารและอุปกรณ์ และสิทธิในการดำเนินการผลิตและจำหน่ายไฟฟ้ามูลค่า 2,781 ล้านบาท และ 989 ล้านบาท ตามลำดับ กลุ่มบริษัทรับรู้ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายของอาคารและอุปกรณ์ และสิทธิในการดำเนินการผลิตและจำหน่ายไฟฟ้า ด้วยวิธีเส้นตรงตามอายุการให้ประโยชน์โดยประมาณของสินทรัพย์ถาวร และตามระยะเวลาของสัญญาซื้อขายไฟฟ้า 20 ปี ตามลำดับ โดยมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์สุทธิที่ระบุได้ของกลุ่ม SPM ณ วันที่ซื้อธุรกิจ มีรายละเอียดดังนี้

(หน่วย: พัน

บาท)

**สินทรัพย์**

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	171,888
ลูกหนี้การค้าและตัวเงินรับ	78,673
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	57,787
	2,781,30
อาคารและอุปกรณ์	7
สิทธิในการดำเนินการผลิตและจำหน่ายไฟฟ้า	988,818
สิทธิการเช่า	16,703
	4,095,17
รวมสินทรัพย์	6

(หน่วย: พัน

บาท)

**หนี้สิน**

เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	48,182
เงินกู้ยืมจากกิจการที่เกี่ยวข้องกัน	300,208
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากบริษัทใหญ่	741,683
ภาษีเงินได้นิติบุคคลค้างจ่าย	1,743
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย	24,425
หนี้สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี	88,432
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	4,332
	1,566,73
เงินกู้ยืมระยะยาวจากธนาคาร	2
	2,775,73
รวมหนี้สิน	7
	1,319,43
สินทรัพย์สุทธิจากการซื้อธุรกิจ	9
	(668,864
หัก: ส่วนของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อยทางอ้อม	)
มูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์สุทธิของบริษัทย่อยในสัดส่วนที่บริษัทฯ	
ลงทุน	650,575
สัดส่วนการลงทุนของบริษัทฯ (ร้อยละ)	100
สินทรัพย์สุทธิของบริษัทย่อยตามสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทฯ	650,575



## สิ่งตอบแทนที่ใช้ในการซื้อธุรกิจมีรายละเอียดดังนี้

	(หน่วย: พันบาท)
สิ่งตอบแทนทั้งหมดที่ใช้ในการซื้อธุรกิจ	1,392,258
หัก: มูลค่าหนี้ที่บริษัทรับโอนสิทธิเรียกร้องจากผู้ขาย	(741,683)
สิ่งตอบแทนทั้งหมดที่ใช้ในการซื้อธุรกิจ - สุทธิ	<u>650,575</u>

กลุ่มบริษัทได้ปรับย้อนหลังงบแสดงฐานะการเงินรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ที่แสดงเปรียบเทียบเพื่อสะท้อนถึงมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์ที่ระบุได้ที่ได้มาและหนี้สินที่รับมาของกลุ่ม SPM ตั้งแต่วันที่ซื้อธุรกิจ ตามสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทฯ โดยจำนวนเงินของรายการปรับปรุงที่มีผลกระทบต่อรายการในงบแสดงฐานะการเงินรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 มีดังนี้

	(หน่วย: พันบาท)
	จำนวนเงิน
ประมาณการผลแตกต่างระหว่างต้นทุนการซื้อเงินลงทุน	(505,654)
ในบริษัทย่อยกับสินทรัพย์สุทธิที่ระบุได้ของผู้ถูกซื้อลดลง	4)
อาคารและอุปกรณ์เพิ่มขึ้น	52,135
สิทธิในการดำเนินการผลิตและจำหน่ายไฟฟ้าเพิ่มขึ้น	988,818
สินทรัพย์สิทธิการใช้เพิ่มขึ้น	1,168
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นเพิ่มขึ้น	133,258
หนี้สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีเพิ่มขึ้น	88,432
ส่วนของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อยเพิ่มขึ้น	314,778

<sup>(3)</sup>เมื่อวันที่ 3 มกราคม 2563 บริษัท บีจีซี กลาส โซลูชั่น จำกัด (BGCG) ได้จดทะเบียนการลดทุนกับกระทรวงพาณิชย์จำนวน 1,575 ล้านบาท จากทุนจดทะเบียนเดิมจำนวน 2,100 ล้านบาท เป็นจำนวน 525 ล้านบาท โดยลดทุนจดทะเบียนชำระแล้วจำนวน 1,483.5 ล้านบาท จากทุนจดทะเบียนชำระแล้วเดิมจำนวน 2,008.5 ล้านบาท เป็นจำนวน 525 ล้านบาท โดยการลดจำนวนหุ้นสามัญของบริษัทฯ จากเดิมจำนวน 21 ล้านหุ้น เป็นจำนวน 5.25 ล้านหุ้น เพื่อดำเนินการตามแผน ซึ่งการลดทุนครั้งนี้ไม่มีผลกระทบต่อมูลค่าหุ้นที่ตราไว้

<sup>(4)</sup>เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2563 บริษัท ขอนแก่นกลาส อินดัสทรี จำกัด (KGI) ได้ทำสัญญาโอนกิจการทั้งหมดในราคามูลค่าสุทธิตามบัญชีของ KGI ณ วันที่ 30 เมษายน 2563 ให้แก่บริษัท บีจีซี กลาส โซลูชั่น จำกัด (BGCG) โดยการโอนกิจการดังกล่าวเป็นการโอนสินทรัพย์ หนี้สิน และลูกจ้างของ KGI รวมถึงสิทธิต่าง ๆ โดยให้มีผลตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2563 โดย KGI ตกลงรับชำระราคาโดยการรับโอนหุ้นเพิ่มทุนของ BGCG เป็น

จำนวน 9.9 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท คิดเป็นจำนวน 990 ล้านบาท และจะมีการปรับปรุงค่าตอบแทนสำหรับการโอนและรับโอนกิจการทั้งหมดตาม ส่วนต่างระหว่างมูลค่าสุทธิทางบัญชีของงบการเงินของผู้โอนและมูลค่าหุ้นเพิ่มทุนที่ผู้รับโอนจะออกให้แก่ผู้โอนอีกครั้งหนึ่ง

ต่อมา เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2563 KGI ได้จดทะเบียนเลิกบริษัทกับกระทรวงพาณิชย์และอยู่ระหว่างการชำระบัญชี

### สินทรัพย์ถาวรที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 สินทรัพย์ถาวรที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ มีมูลค่าสุทธิตามบัญชีหลังหักค่าเสื่อมราคาสะสมและสำรองการด้อยค่าต่างๆ ตามงบการเงินรวมมีรายละเอียด ดังนี้

รายการ	มูลค่าสุทธิตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 (ล้านบาท)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระ ผูกพัน
ที่ดินและส่วนปรับปรุงที่ดิน	1,351.7	เช่าและเป็นเจ้าของ	ไม่มี
อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	4,062.4	เช่าและเป็นเจ้าของ	ไม่มี
เครื่องจักรอุปกรณ์โรงงานและอุปกรณ์โรงงานอื่น	7,018.2	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
ยานพาหนะ	29.0	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
เครื่องตกแต่งติดตั้ง อุปกรณ์สำนักงาน และอุปกรณ์ดำเนินงานอื่น	211.1	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
สินทรัพย์ระหว่างติดตั้งและก่อสร้าง	215.3	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
<b>รวม</b>	<b>12,887.7</b>		

### 4.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 มูลค่าสุทธิตามบัญชีหลังหักค่าตัดจำหน่ายสะสมของสินทรัพย์ไม่มีตัวตนของกลุ่มบริษัทฯ ตามที่งบการเงินรวมมีรายละเอียด ดังนี้

ลำดับ	รายการ	รายละเอียด	มูลค่าสุทธิตามบัญชี ณ วันที่ 31 มีนาคม 2563 (ล้านบาท)
1	โปรแกรมคอมพิวเตอร์และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ระหว่างติดตั้ง	ซอฟต์แวร์ที่ใช้สำหรับการประกอบธุรกิจ	31.5

### 4.3 สัญญาเช่าของกลุ่มบริษัทฯ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 กลุ่มบริษัทฯ มีสัญญาเช่าที่สำคัญและยังมีผลบังคับใช้ โดยมีรายละเอียดสัญญาเช่าที่สำคัญ ดังนี้

ลำดับ	รายการ	ผู้ให้เช่า	ผู้เช่า	วัตถุประสงค์ในการเช่า	รายละเอียดที่สำคัญ
1	สัญญาเช่าที่ดินขนาดพื้นที่ประมาณ 209-2-88 ไร่ ตั้งอยู่ที่ ตำบลบึงยี่โถ อำเภอรัญบุรี จังหวัดปทุมธานี	BG	PTI	เพื่อใช้เป็นสถานที่ประกอบกิจการผลิตบรรจุภัณฑ์แก้วและผลิตภัณฑ์จากแก้วทุกชนิด	สัญญาเช่ามีกำหนดระยะเวลาเช่า 10 ปี (1 ม.ค. 61 – 31 ธ.ค. 70) และ ผู้เช่ามีสิทธิต่ออายุสัญญาเช่าได้อีกเป็นระยะเวลา

ลำดับ	รายการ	ผู้ให้เช่า	ผู้เช่า	วัตถุประสงค์ในการเช่า	รายละเอียดที่สำคัญ
					10 ปี โดยต้องชำระค่าเช่าเป็นรายเดือนตามที่กำหนดในสัญญา นอกจากนี้ บริษัทฯ มีสิทธิในการต่ออายุสัญญาเช่าภายหลังครบกำหนดระยะเวลา 20 ปี และผู้ให้เช่าให้คำมั่นว่าจะต่ออายุการเช่าตามที่บริษัทฯ ใช้สิทธิดังกล่าว
2	สัญญาเช่าที่ดินขนาดพื้นที่ประมาณ 8-0-0 ไร่ ตั้งอยู่ที่ตำบลอุทัย อำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	BG	AGI	เพื่อใช้เป็นที่ตั้งของถังเก็บเชื้อเพลิง และส่วนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง กับพลังงานเพื่อใช้เป็นแหล่งพลังงานสำหรับการผลิตในโรงงานของผู้เช่า	สัญญาเช่ามีกำหนดระยะเวลาเช่า 10 ปี (1 ม.ค. 61 – 31 ธ.ค. 70) และผู้เช่ามีสิทธิต่ออายุสัญญาเช่าได้อีกเป็นระยะเวลา 10 ปี โดยต้องชำระค่าเช่าเป็นรายเดือนตามที่กำหนดในสัญญา
3	สัญญาเช่าพื้นที่อาคารสำนักงานแห่งใหม่ บริเวณชั้นที่ 2 ขนาดพื้นที่ใช้สอยประมาณ 2,448.5 ตารางเมตร ตั้งอยู่ที่ 47/1 หมู่ที่ 2 ถนนรังสิต-นครนายก ตำบลบึงยี่โถ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดปทุมธานี	BG	BGC	เพื่อประกอบกิจการเป็นสำนักงานตามวัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจของผู้เช่า	สัญญาเช่ามีกำหนดระยะเวลาเช่า 3 ปี (1 ม.ค. 62 – 31 ธ.ค. 64) และต้องชำระค่าเช่าเป็นรายเดือนตามที่กำหนดในสัญญา
4	สัญญาเช่าและบริการพื้นที่โครงการสำนักงาน ขนาดพื้นที่ใช้สอยประมาณ 826.82 ตารางเมตร ตั้งอยู่ที่ชั้น 38 เลขที่ 1788 อาคารสิงห์ คอมเพล็กซ์ ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร	BG	BGC	เพื่อประกอบกิจการเป็นสำนักงานตามวัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจของผู้เช่า	สัญญาเช่ามีกำหนดระยะเวลาเช่า 3 ปี (1 ม.ค. 62 – 31 ธ.ค. 64) และต้องชำระค่าเช่าเป็นรายเดือนตามที่กำหนดในสัญญา

ลำดับ	รายการ	ผู้ให้เช่า	ผู้เช่า	วัตถุประสงค์ในการเช่า	รายละเอียดที่สำคัญ
5	สัญญาเช่าพื้นที่สำนักงาน (อาคารวิศวกรรม) ขนาดพื้นที่ 2,891 ตารางเมตร ซึ่งตั้งอยู่ ณ เลขที่ 47/1 หมู่ที่ 2 ถนนรังสิต-นครนายก ตำบล บึงยี่โถ อำเภอรัญบุรี จังหวัด ปทุมธานี	BG	BGC	ใช้สถานที่เช่าเพื่อประกอบกิจการ เป็นสำนักงานตามวัตถุประสงค์ใน การดำเนินธุรกิจของผู้เช่า สำหรับ ผู้เช่าเท่านั้นโดยจะไม่นำสถานที่ เช่าไปใช้ผิดวัตถุประสงค์การเช่า หรือนำออกให้บุคคลภายนอกเช่า ช่วงเด็ดขาด เว้นแต่จะได้รับความ ยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจาก ผู้ให้เช่า	การเช่าสถานที่ตามสัญญาเช่านี้ มีกำหนดระยะเวลาเช่า 1 ปี เริ่มแต่วันที่ 1 มกราคม 2564 ถึง วันที่ 31 ธันวาคม 2564
6	สัญญาบริการพื้นที่จอดรถ โดยที่ผู้ให้บริการเป็นเจ้าของ กรรมสิทธิ์พื้นที่จอดรถ ซึ่ง ตั้งอยู่ ณ เลขที่ 47/1 หมู่ที่ 2 ถนนรังสิต-นครนายก ตำบล บึงยี่โถ อำเภอรัญบุรี จังหวัด ปทุมธานี และตกลงนำพื้นที่ ดังกล่าวออกให้บริการพื้นที่ จอดรถแก่ผู้รับบริการ และ ผู้รับบริการมีความประสงค์ใช้ บริการพื้นที่จอดรถดังกล่าว	BG	BGC	ให้บริการตกลงให้บริการและ ผู้รับบริการตกลงใช้บริการพื้นที่ จอดรถ ทั้งนี้ โดยให้บริการดังกล่าว นี้อยู่ภายใต้ข้อกำหนด กฎเกณฑ์ และเงื่อนไขต่าง ๆ ที่ระบุไว้ใน สัญญาฉบับนี้  ผู้รับบริการสัญญาว่า จะใช้พื้นที่จอดรถเพื่อใช้เป็น สำหรับจอดรถของผู้บริหารและ พนักงานของผู้รับบริการ ตลอดจน ลูก ค้า และ ผู้ มา ดิ ด ต่ อ กั บ ผู้รับบริการเท่านั้น โดยจะไม่นำ พื้นที่จอดรถไปใช้ผิดวัตถุประสงค์ หรือนำออกให้ให้บริการแก่ บุคคลภายนอกเด็ดขาด เว้นแต่จะ ได้รับความยินยอมเป็นลาย ลักษณ์อักษรจาก ผู้ให้บริการ	สัญญานี้มีกำหนดระยะเวลา 1 ปี เริ่มแต่วันที่ 1 มกราคม 2564 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2564

ลำดับ	รายการ	ผู้ให้เช่า	ผู้เช่า	วัตถุประสงค์ในการเช่า	รายละเอียดที่สำคัญ
7	สัญญาเช่าพื้นที่ในอาคาร เนื้อที่ 77 ไร่ 3 งาน 4 ตารางวา ตั้งอยู่ที่ตำบลอุทัย อำเภอกุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และอาคาร 1 ชั้น เพื่อใช้ในการเป็นศูนย์แม่พิมพ์ (Mould Center) และศูนย์วางแผนและซ่อมบำรุงเครื่องจักรการผลิต (ISC) (อาคาร Mould Center) สำหรับใช้ในโรงงานผลิตของกลุ่มบริษัทของผู้เช่า ทะเบียนบ้านเลขที่ 48 หมู่ที่ 4 อำเภอกุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	BG	BGC	เพื่อใช้ในการเป็นศูนย์แม่พิมพ์ (Mould Center) และศูนย์วางแผนและซ่อมบำรุงเครื่องจักรการผลิต (ISC) สำหรับใช้ในโรงงานผลิตของกลุ่มบริษัทของผู้เช่า โดยดำเนินการในด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับแม่พิมพ์ ซึ่งรวมถึง แต่ไม่จำกัดเฉพาะด้านการวิเคราะห์ ตรวจสอบ ซ่อมแซม บำรุงรักษา แม่พิมพ์ เป็นต้น	สัญญามีกำหนดระยะเวลา 3 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2564 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2566 หากผู้เช่าประสงค์จะเช่าทรัพย์สินที่เช่าต่อภายหลังจากที่ระยะเวลาการเช่าสิ้นสุด ผู้เช่าจะต้องแจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 120 วัน ก่อนครบกำหนดระยะเวลาการเช่า โดยอัตราค่าเช่าให้เป็นไปตามที่คู่สัญญาจะได้ตกลงกัน

#### 4.4 การประกันภัยธุรกิจและทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

กลุ่มบริษัทฯ จัดให้มีการทำประกันภัยที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการของกลุ่มบริษัทฯ ทั้งหมด และบริษัทฯ เชื่อว่าความคุ้มครองทั้งหมดภายใต้การประกันภัยของกลุ่มบริษัทฯ อยู่ในระดับที่เหมาะสม ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการทำประกันภัยความเสี่ยงภัยทุกชนิด (Industrial All Risks Insurance) ประกันภัยความรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอก (Public Liability Insurance) ประกันภัยความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์ (Product Liability Insurance) และประกันภัยการเรียกคืนสินค้า (Product Recall Insurance) สำหรับโรงงานและสำนักงานของกลุ่มบริษัทฯ ทุกแห่ง โดยมีรายละเอียดของการประกันภัยที่สำคัญดังนี้

ผู้เอาประกันภัย	ประเภทกรมธรรม์	ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย	วงเงินประกัน	ระยะเวลาเอาประกันภัย
BGC AGI BGCG PGI PTI RGI RBI	ประกันความเสี่ยงภัยทุกชนิด (Industrial All Risks Insurance)	<ul style="list-style-type: none"> <li>อาคารโรงงาน และสิ่งปลูกสร้าง</li> <li>เตาหลอม เครื่องจักร อุปกรณ์โรงงาน และอุปกรณ์โรงงานอื่น</li> <li>วัตถุดิบและสินค้าคงคลัง</li> <li>เฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ตกแต่งโรงงาน</li> </ul> <p>นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ มีการทำประกันเพื่อความคุ้มครองเพิ่มเติม เช่น ประกันภัยความเสียหาย หรือการหยุดชะงักของเครื่องจักรและอุปกรณ์โรงงาน ประกันภัยน้ำท่วม ประกันภัยความสูญเสีย หรือเสียหายต่ออุปกรณ์ อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์ประมวลผลข้อมูล และประกันภัยความสูญเสีย หรือเสียหายอันเกิดจากการลักทรัพย์ (ยกเว้น วัตถุดิบและสินค้าคงคลัง) เป็นต้น</p>	19,356 ล้านบาท	17 กันยายน 2563 - 17 กันยายน 2564

ผู้เอาประกันภัย	ประเภทกรมธรรม์	ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย	วงเงินประกัน	ระยะเวลาเอาประกันภัย
BGC AGI BGCG PGI	ประกันความเสียหายทุกชนิด (Industrial All Risks Insurance)	<ul style="list-style-type: none"> <li>อาคารสำนักงาน และสิ่งปลูกสร้าง</li> <li>เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน</li> </ul> <p>นอกจากนี้ กลุ่มบริษัท มีการทำประกันเพื่อความคุ้มครองเพิ่มเติม เช่น ประกันภัยความสูญเสีย หรือเสียหายอันเกิดจากอุบัติเหตุ หรือการลักทรัพย์ต่ออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์ประมวลผลข้อมูล ประกันภัยความสูญเสีย หรือเสียหายต่อทรัพย์สินที่เคลื่อนย้ายได้ที่อยู่กลางแจ้ง หรืออาคารเปิดโล่ง หรือต่อรั้วและกำแพง อันเกิดจากลม ฝนตก ลูกเห็บ น้ำค้างแข็ง หิมะ น้ำท่วมทราย หรือฝุ่น ประกันภัยความสูญเสีย หรือเสียหายอันเกิดจากการลักทรัพย์ และประกันภัยการสูญหายของเงิน เป็นต้น</p>	380 ล้านบาท	17 กันยายน 2563 — 17 กันยายน 2564
BGC AGI BGCG PGI PTI RG+	ประกันความรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอก (Public Liability Insurance)	<ul style="list-style-type: none"> <li>ประกันความรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอก ซึ่งเกิดจากการประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์แก้ว (Public Liability)</li> <li>ประกันความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์แก้ว (Product Liability)</li> </ul>	70.0 ล้านบาท ต่อเหตุการณ์	30 พฤศจิกายน 2563 — 30 มิถุนายน 2564
BGC AGI BGCG PGI PTI RG+	ประกันความรับผิดชอบต่อโฆษณา (Public Product and Advertising Liability Insurance)	<ul style="list-style-type: none"> <li>ประกันความรับผิดชอบต่อโฆษณา (Advertising Liability)</li> </ul>	70.0 ล้านบาท ต่อเหตุการณ์ และรวมไม่เกิน 100.0 ล้านบาท ตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย	30 พฤศจิกายน 2563 — 30 มิถุนายน 2564
BGC AGI BGCG PGI PTI RG+	ประกันภัยการเรียกคืนสินค้า (Product Recall Insurance)	<ul style="list-style-type: none"> <li>ประกันภัยการเรียกคืนสินค้า (Product Recall) ประกันภัยการมุ่งประสงค์ร้ายในการปลอมแปลงผลิตภัณฑ์ (Malicious Product Tampering) และประกันภัยการขู่กรรโชกผลิตภัณฑ์ (Product Extortion) ของผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์แก้ว</li> </ul>	20.0 ล้านบาท	30 พฤศจิกายน 2563 — 30 มิถุนายน 2564

ผู้เอาประกันภัย	ประเภทกรมธรรม์	ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย	วงเงินประกัน	ระยะเวลาเอาประกันภัย
BGC	กรมธรรม์ประกันภัยความรับผิดสำหรับกรรมการและเจ้าหน้าที่บริหาร (Directors & Officers Liability Insurance)	ประกันภัยที่ให้ความคุ้มครองกรรมการ (Directors) และเจ้าหน้าที่ระดับสูงหรือเจ้าหน้าที่ระดับบริหาร (Executive Officers) ของบริษัท เมื่อผู้เอาประกันภัยถูกเรียกร้อง / ฟ้องร้อง	200.0 ล้านบาท	27 มีนาคม 2563 – 27 มีนาคม 2564
BGC	ประกันภัยสินเชื่อทางการค้า (กรณีส่งออก) Trade Credit Insurance	การประกันสำหรับการค้าขายที่ผู้ขายสินค้าสามารถเอาประกันเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารความเสี่ยงในการขายที่อาจจะเกิดการไม่ชำระหนี้ของผู้ซื้อสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยประกันภัยสินเชื่อทางการค้าจะให้ความคุ้มครองแก่ผู้ขายสินค้า (ผู้เอาประกันภัย) ในกรณีที่ส่งสินค้าไปยังผู้ซื้อแล้วไม่ได้รับการชำระค่าสินค้าของตนจากผู้ซื้อ	45.0 ล้านบาท  50.0 ล้านบาท	10 เมษายน 2563 – 9 เมษายน 2564  1 มีนาคม 2563 – 28 กุมภาพันธ์ 2564
AGI BGCG PGI PTI RBI	กรมธรรม์ประกันภัยธุรกิจหยุดชะงัก (Business interruption insurance)	การหยุดชะงักของธุรกิจจากเหตุการณ์อันไม่อาจ คาดการณ์ล่วงหน้าได้ (Loss of gross profit)	3,714.0 ล้านบาท	17 กันยายน 2563 – 17 กันยายน 2564

#### 4.5 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทฯ จะลงทุนในบริษัทที่มีวัตถุประสงค์ในการประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์แก้วและผลิตภัณฑ์แก้วอื่นๆ เช่นเดียวกับธุรกิจหลักของบริษัทฯ หรือกิจการที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน หรือกิจการที่สนับสนุนกิจการของบริษัทฯ อันจะทำให้บริษัทฯ มีผลประโยชน์หรือผลกำไรเพิ่มมากขึ้น หรือลงทุนในธุรกิจที่เอื้อประโยชน์ (Synergy) ให้กับบริษัทฯ หรือลงทุนในกิจการผลิตและจำหน่ายไฟฟ้าจากพลังงานทางเลือก โดยสามารถสนับสนุนการดำเนินธุรกิจหลักของบริษัทฯ ให้มีความครบวงจรมากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของบริษัทฯ ทั้งนี้ คณะกรรมการบริษัทอาจพิจารณาลงทุนในธุรกิจอื่นนอกเหนือจากธุรกิจหลักหรือธุรกิจอื่นของบริษัทฯ ได้ หากคณะกรรมการบริษัทเห็นว่าธุรกิจดังกล่าวเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพและการลงทุนดังกล่าวเป็นประโยชน์แก่บริษัทฯ และผู้ถือหุ้นโดยรวม

**5. ข้อพิพาททางกฎหมาย**

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ และบริษัทย่อยไม่ได้ถูกฟ้องร้องเป็นจำเลยในคดี 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 ข้อมูลทั่วไป

## 6.1.1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัทฯ

## ชื่อหลักทรัพย์

บริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กลาส จำกัด (มหาชน)

BG Container Glass Public Company Limited

## ชื่อย่อ

BGC (จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย)

## เลขทะเบียนบริษัท

0107561000099

## ประเภทธุรกิจ

ประกอบธุรกิจจัดจำหน่าย ส่งออก และนำเข้าบรรจุภัณฑ์  
แก้ว รวมถึงการลงทุนในธุรกิจผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์  
แก้วผ่านบริษัทย่อยของบริษัทฯ

## ทุนจดทะเบียน

3,472,220,000.00 บาท

## ทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว

3,472,220,000.00 บาท

## จำนวนหุ้นสามัญ

694,444,000 หุ้น

## มูลค่าที่ตราไว้

หุ้นสามัญ หุ้นละ 5.0 บาท

## หุ้นบุริมสิทธิ

- ไม่มี -

## รอบระยะเวลาบัญชี

1 มกราคม - 31 ธันวาคม

## ที่ตั้งสำนักงานใหญ่

47/1 หมู่ 2 ตำบลบึงยี่โถ อำเภอบึงบุรี ปทุมธานี 12130

## ติดต่อ

## สำนักงานใหญ่

โทรศัพท์ : +662-834-7000

โทรสาร : +662834 7021

อีเมล : Contact@bgc.co.th

## เลขานุการบริษัท

โทรศัพท์ : +662-834-7110

อีเมล : CS@bgc.co.th

## นักลงทุนสัมพันธ์

โทรศัพท์ : +662-834-7004

อีเมล : IR-BGC@bgc.co.th

## เว็บไซต์

www.bgc.co.th

## 6.1.2 ข้อมูลทั่วไปของนิติบุคคลที่บริษัทฯ ถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563)

ลำดับ	ชื่อบริษัท	สถานที่ตั้ง	ประเภทธุรกิจ	ทุนชำระแล้ว (ล้านบาท)	สัดส่วนการถือ หุ้น (ร้อยละ)
1	บริษัท ปทุมธานีกลาส อินดัสทรี จำกัด (PTI)	47/1 หมู่ 2 ถนนรังสิต-นครนายก กม.7 ตำบลบึงยี่โถ อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12130 โทรศัพท์ : +66 (0) 2834 7000 โทรสาร : +66 (0) 2834 7021	ผลิตบรรจุภัณฑ์แก้วสำหรับบรรจุเครื่องดื่ม ประเภทเบียร์ ไชดา เครื่องดื่มไม่ผสม แอลกอฮอล์ (Soft Drinks) เครื่องดื่มให้ พลังงาน อาหาร ยาฆ่าแมลง และยา	1,190,353	100
2	บริษัท ขอนแก่นกลาส อินดัสทรี จำกัด (KGI)	111 หมู่ 19 ถนน 208 (ขอนแก่น-มหาสารคาม) ตำบลท่าพระ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40260 โทรศัพท์ : +66 (043) 349 900 โทรสาร : +66 (043) 349 904	- ผลิตบรรจุภัณฑ์ขวดเบียร์ และบรรจุ ภัณฑ์แก้วสีชาอื่นๆ - ดำเนินธุรกิจให้บริการที่พัก และขาย อาหารและเครื่องดื่ม และบริการอื่นที่ เกี่ยวข้อง ได้แก่ วิซซิ่ง ทรี ขอนแก่น รีสอร์ท	900,000	100
3	บริษัท อยุธยากลาส อินดัสทรี จำกัด (AGI)	55 หมู่ 3 สวนอุตสาหกรรมโรจนะ ตำบลสามัคคี อำเภออุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13210 โทรศัพท์ : +66 (035) 334 100 โทรสาร : +66 (035) 334 149	ผลิตบรรจุภัณฑ์ขวดแก้วสำหรับบรรจุ เครื่องดื่มประเภทเบียร์ เครื่องดื่มบำรุง กำลัง ไวน์ สุราและไชดา	3,000,000	100
4	บริษัท ปราจีนบุรีกลาส อินดัสทรี จำกัด (PGI)	63 หมู่ 9 ถนนบางนา-บ้านสร้าง ตำบลบางแตน อำเภอบ้านสร้าง จังหวัดปราจีนบุรี 25150 โทรศัพท์ : +66 (037) 415 100 โทรสาร : +66 (037) 415 120	ผลิตบรรจุภัณฑ์ขวดแก้วสำหรับบรรจุ เครื่องดื่มที่ไม่ผสมแอลกอฮอล์ (Soft Drinks)	600,000	51

ลำดับ	ชื่อบริษัท	สถานที่ตั้ง	ประเภทธุรกิจ	ทุนชำระแล้ว (ล้านบาท)	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)
5	บริษัท บีจีซี กลาส โซลูชั่น จำกัด (BGCG)	47/1 หมู่ 2 ถนนรังสิต-นครนายก กม.7 ตำบลบึงยี่โถ อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12130 โทรศัพท์ : +66 (0) 2834 7000 โทรสาร : +66 (0) 2834 7021	ผลิตบรรจุภัณฑ์ขวดแก้วสำหรับบรรจุ เครื่องดื่มประเภทเบียร์	525,000	100
6	บริษัท ราชบุรีกลาส อินดัสทรี จำกัด (RBI)	155/111 หมู่ 4 นิคมอุตสาหกรรมราชบุรี ตำบลเจ็ด เสมียน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี 70120 โทรศัพท์ : +66 (032) 925 560 โทรสาร : +66 (032) 925 589	ผลิตบรรจุภัณฑ์ขวดแก้วที่มีความ หลากหลายตามความต้องการใช้งานของ ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์	1,500,000	100
7	บริษัท โซลาร์ พาวเวอร์ แมเนจเม้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด (SPM)	47/1 หมู่ 2 ถนนรังสิต-นครนายก กม.7 ตำบลบึงยี่โถ อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12130 โทรศัพท์ : +66 (0) 2834 7000 โทรสาร : +66 (0) 2834 7021	ธุรกิจโซลาร์ดีงโดยการลงทุนในธุรกิจ พลังงานทดแทน	20,000	100
8	Phu Khanh Solar Power Joint Stock Company	จังหวัดพุกะเียน ประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยม เวียดนาม	ผลิตและจำหน่ายพลังงานไฟฟ้าเซลล์ แสงอาทิตย์	1,079,300	67
9	บริษัท บี เอส กลาสรีไซเคิล จำกัด (BSR)	45/12,14 หมู่ที่ 4 ถนนรังสิต-นครนายก ตำบลลำผัก กูด อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12110 โทรศัพท์ : +66 2905-2537	รับซื้อ คัดแยก และขายเศษแก้ว เศษ กระดาษ และเศษโลหะ	20,000	26
10	บริษัท ทวีทรัพย์ (จิ๋วแจ๊ะเฮง) จำกัด (TWS)	86 หมู่ที่ 4 ตำบลจรเข้ร้อง อำเภอไชโย จังหวัดอ่างทอง 14140 โทรศัพท์ : 035 699 9037	รับซื้อ คัดแยก และขายเศษแก้ว เศษ กระดาษ และเศษโลหะ	50,000	25

**6.1.3 ข้อมูลบุคคลอ้างอิง****นายทะเบียนหลักทรัพย์**

ที่อยู่

เว็บไซต์

เว็บไซต์

**บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด**

93 ชั้น 14 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400

+662-009-9999

<https://www.set.or.th/tsd>**ผู้สอบบัญชี****บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด**

โดยนางสาว วิสสุตา จริยธนากร ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 3853

หรือนางพูนนารถ เผ่าเจริญ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 5238

หรือนางสาว มณี รัตนวรรณกิจ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขทะเบียน 5313

โทรศัพท์

+662-264-0777

เว็บไซต์

[www.ey.com/en\\_th](http://www.ey.com/en_th)**6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น**

- ไม่มี -