

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

จากการที่ผู้ถือหุ้นหลักโดยนายปรีดิพัทธ์ อภินาตวิวงศ์ มีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์มานานกว่า 32 ปี จึงเล็งเห็นถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าอุปโภคบริโภคในประเทศ ที่ผู้ประกอบการต่างมีนโยบายที่มุ่งเน้นการบริหารต้นทุนที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งรวมถึงต้นทุนบรรจุภัณฑ์ จึงทำให้ผู้ประกอบการมีแนวโน้มหันไปใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อน (Flexible Packaging) มากขึ้น เนื่องจากมีต้นทุนต่อหน่วยที่ต่ำ ในขณะที่มีคุณสมบัติด้าน Barrier ในการป้องกันการซึมผ่านของอากาศ ความชื้น แสงแดด และกลิ่นเพื่อรักษาคุณภาพของสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในบรรจุภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี จึงได้ก่อตั้งบริษัท สตาร์ฟлекс จำกัด (“บริษัทฯ” หรือ “SFLEX”) ขึ้นเมื่อวันที่ 20 สิงหาคม 2546 เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อน (Flexible Packaging) โดยมีบริษัท สตาร์ปรีนท์ จำกัด (มหาชน) หรือ STARP เป็นผู้ถือหุ้นทั้งหมดของบริษัทฯ และโรงงานตั้งอยู่เลขที่ 128/345 และ เลขที่ 128/240 ซอยไทยประกัน ถนนเทพารักษ์ หมู่ที่ 1 ตำบลบางเสาธง กิ่งอำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ บริษัทฯ เริ่มต้นจากการผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนที่เป็นม้วนฟิล์ม (Roll Form) เพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้าที่เป็นผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคเป็นหลัก ต่อมาเพื่อให้โครงสร้างการประกอบธุรกิจมีความชัดเจน STARP จึงได้ทยอยลดสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทฯ โดย STARP ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ประเภทกระดาษ เช่น กล่องสุรา กล่องผงซักฟอก กล่องยาสีฟัน กล่องสบู่ เป็นต้น

จากนั้นในปี 2548 บริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001:2005 และมาตรฐาน GMP จึงเริ่มผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนสำหรับสินค้าบริโภค ส่งผลให้ธุรกิจของบริษัทฯ มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ในปี 2553 บริษัทฯ จึงย้ายโรงงานมาอยู่เลขที่ 189/48-49 หมู่ที่ 3 ตำบลบางเปรี้ยว อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ บนเนื้อที่รวม 18 ไร่ 3 งาน 86 ตารางวา เพื่อรองรับการขยายธุรกิจในอนาคต พร้อมทั้งได้ลงทุนซื้อเครื่องจักรเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มความหลากหลายของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ในลักษณะซอง (Pre Form Pouch) รูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น Stand-up Pouch, 3-Sided Seal Pouch, Center Seal Pouch, 4-Sided Seal Pouch และ Flat Bottom Pouch เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบถ้วน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์อย่างมาก จึงได้พัฒนากระบวนการผลิตให้เป็นไปตามมาตรฐานและสามารถผลิตสินค้าได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าตลอดมา โดยได้รับการรับรองมาตรฐานต่างๆ ได้แก่ มาตรฐาน FSSC 22000 (Food Safety System Certification 22000), มาตรฐาน GMP (Good Manufacturing Practices), มาตรฐาน HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point) รวมไปถึงจนถึงมาตรฐาน URSA / SEDEX (Understanding the Responsible Sourcing Audit) ซึ่งเป็นการรับรองจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจด้านแรงงาน ซึ่งเป็นข้อกำหนดของผู้ประกอบการที่เป็นบริษัทข้ามชาติ ดังนั้น จึงเป็นเครื่องพิสูจน์ได้ถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยบริษัทฯ ได้เป็นอย่างดี

วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมายการประกอบธุรกิจ และค่านิยมองค์กร

วิสัยทัศน์ (Vision)

“เป็นผู้นำในธุรกิจ Flexible Packaging ในกลุ่มประเทศ CLMVT”

พันธกิจ (Mission)

1. มุ่งมั่นการสร้างสรรค์เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ
2. มุ่งมั่นการสร้างเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสีย โดยการผลิตสินค้าอย่างมีคุณภาพและมาตรฐาน
3. มุ่งมั่นการสร้างผลตอบแทนให้แก่ผู้ถือหุ้น และมีการขยายธุรกิจเพื่อให้เติบโตต่อเนื่องอย่างยั่งยืน
4. มุ่งมั่นการรับผิดชอบต่อสังคม การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมโดยใช้หลักธรรมาภิบาล
5. มุ่งมั่นการเพิ่มศักยภาพของบุคลากรให้มีความรู้ และพัฒนาองค์กรไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้

เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะเป็นผู้นำทางด้านบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อน (Flexible Packaging) ในประเทศไทย และประเทศในกลุ่ม CLMV โดยมีกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจที่สำคัญ ดังนี้

1. มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า และพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อเป็นผู้นำตลาดในผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สอดคล้องกับแนวโน้มของตลาดที่หันมาใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือการใช้วัสดุที่ย่อยสลายได้ตามธรรมชาติเพื่อให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น
2. เพิ่มกำลังการผลิตเพื่อรองรับการเติบโตในอนาคต รวมถึงพัฒนากระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง การลดการสูญเสียระหว่างการผลิต เพื่อให้การบริหารต้นทุนการผลิตเกิดประสิทธิภาพสูงสุด
3. ขยายธุรกิจไปยังบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนที่ใช้สำหรับผลิตภัณฑ์กลุ่มอาหาร (Food) มากขึ้น โดยจะพัฒนากระบวนการผลิตและเทคโนโลยีการผลิตสำหรับบรรจุภัณฑ์ในกลุ่มอาหาร
4. ขยายตลาดในกลุ่มประเทศ CLMV โดยเพิ่มทีมงานขายเพื่อศึกษาและวิเคราะห์ตลาดบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนของประเทศในกลุ่ม CLMV รวมถึงการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจในกลุ่มประเทศดังกล่าว

ค่านิยมองค์กร (Values)

<i>Sustainable Growth</i> :	พัฒนาและเติบโตแบบยั่งยืน
<i>Passion to Win</i> :	ยืนหยัด มุ่งมั่นไปสู่เป้าหมาย
<i>Innovative Thinking</i> :	ชวนขาย ริเริ่ม สร้างสรรค์ เพื่อพัฒนา
<i>Responsibility</i> :	รู้ในหน้าที่ มีความรับผิดชอบต่อ
<i>Integrity</i> :	อยู่ในกรอบคุณธรรมและโปร่งใส
<i>Teamwork</i> :	ใส่ใจซึ่งกันและกัน ทำงานเป็นทีม

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

พัฒนาการที่สำคัญของบริษัทฯ ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปี 2546
<ul style="list-style-type: none"> จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทฯ ในชื่อ “บริษัท สตาร์ฟлекс จำกัด” เมื่อวันที่ 20 สิงหาคม 2546
ปี 2547
<ul style="list-style-type: none"> รับโอนใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน (ร.ง. 4) จากบริษัท สตาร์ปรีนท์ จำกัด (มหาชน) เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2547 ซึ่งโรงงานดังกล่าวตั้งอยู่เลขที่ 128/345 และเลขที่ 128/240 ซอยไทยประกัน ถนนเทพารักษ์ หมู่ที่ 1 ตำบลบางเสาธง กิ่งอำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ เริ่มผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนที่เป็นม้วนฟิล์ม (Roll Form) เพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้าที่เป็นผู้ผลิตสินค้าอุปโภค
ปี 2548
<ul style="list-style-type: none"> ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP (Good Manufacturing Practice) และ ISO 9001:2005 จาก Bureau Veritas
ปี 2549
<ul style="list-style-type: none"> เริ่มผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนประเภทของรูปแบบ Stand-up Pouch และ 3-Sided Seal Pouch
ปี 2553
<ul style="list-style-type: none"> ย้ายที่ตั้งโรงงานจากเลขที่ 128/345 ซอยไทยประกัน ถนนเทพารักษ์ หมู่ที่ 1 ตำบลบางเสาธง กิ่งอำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ มาที่เลขที่ 189/48-49 หมู่ที่ 3 ตำบลบางเพรียง อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งเป็นที่ตั้งโรงงานในปัจจุบัน โดยบริษัทฯ เช่าที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างที่ใช้เป็นอาคารโรงงานและสำนักงานดังกล่าวจาก บริษัท บางเพรียง พัฒนา จำกัด ซึ่งไม่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ
ปี 2554
<ul style="list-style-type: none"> เริ่มผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนประเภทของรูปแบบ 4-Sided Seal Pouch
ปี 2557
<ul style="list-style-type: none"> ได้รับการรับรองมาตรฐาน FSSC 22000 จาก SGS (ประเทศไทย) ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP (Good Manufacturing Practice) จาก SGS (ประเทศไทย) ได้รับการรับรองมาตรฐาน HACCP Codex Alimentarius จาก SGS (ประเทศไทย)

ปี 2558
<ul style="list-style-type: none"> ลงทุนซื้อที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างที่ใช้เป็นอาคารโรงงานและสำนักงานของบริษัทฯ (จากเดิมเป็นการเช่า) จากบริษัท บางเพ็ญ พัฒนา จำกัด ซึ่งไม่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ โดยรายละเอียดของทรัพย์สินที่ซื้อ ประกอบด้วย ที่ดินจำนวน 5 ไร่ เนื้อที่รวมจำนวน 18 ไร่ 3 งาน 86 ตารางวา อาคารโรงงาน และสำนักงาน 2 ชั้น
ปี 2560
<ul style="list-style-type: none"> เพื่อรองรับการขยายธุรกิจในอนาคต บริษัทฯ ลงทุนซื้อที่ดินเปล่า 4 ไร่ รวมเนื้อที่ 13 ไร่ 28 ตารางวา ซึ่งอยู่ด้านข้างโรงงาน จากนางสาวฟ้า แซ่ลือ ซึ่งไม่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ
ปี 2561
<ul style="list-style-type: none"> ได้รับการรับรองมาตรฐาน FSSC 22000 จากสถาบัน UKAS ประเทศอังกฤษ เพิ่มทุนจดทะเบียนจำนวน 50 ล้านบาท จากทุนจดทะเบียนเดิมจำนวน 250 ล้านบาท เป็นจำนวน 300 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 500,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ บริษัทฯ มีการจ่ายปันผลในปี 2561 เป็นจำนวนทั้งสิ้น 133.33 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> - ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 2/2561 เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2561 มีมติอนุมัติการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาล ในอัตราหุ้นละ 31.11 บาท รวมเป็นจำนวนเงิน 77.78 ล้านบาท - ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 13/2561 เมื่อวันที่ 11 ตุลาคม 2561 มีมติอนุมัติการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาล ในอัตราหุ้นละ 22.22 บาทต่อหุ้น รวมเป็นเงิน 55.55 ล้านบาท
ปี 2562
<ul style="list-style-type: none"> ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2562 เมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2562 ได้มีมติอนุมัติให้บริษัทฯ ดำเนินการดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> - แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด - เปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้จากหุ้นละ 100 บาท เป็น 0.50 บาท เพิ่มทุนจดทะเบียนจำนวน 110 ล้านบาท จากทุนจดทะเบียนเดิม 300 ล้านบาท เป็น 410 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 220 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท ซึ่งมีรายละเอียดการจัดสรรดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> - หุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 198 ล้านหุ้น เสนอขายให้แก่ประชาชน - หุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 22 ล้านหุ้น เสนอขายให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทฯ <p>ในกรณีที่ไม่มีหุ้นเหลือจากการเสนอขายให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทฯ ให้เสนอขายหุ้นสามัญใหม่ที่เหลือดังกล่าวให้แก่ประชาชนต่อไป</p>

ปี 2562 (ต่อ)

- เพื่อขยายกำลังการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อน เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2562 บริษัทฯ ได้เช่าโรงงานและอาคารสำนักงาน ซึ่งตั้งอยู่เลขที่ 470/3-4 หมู่ที่ 5 ตำบลแพรกษาใหม่ อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ รวมเนื้อที่ 5,300 ตารางเมตร (โรงงาน 2) จากบริษัท เอ็น.เอส.พี.เค จำกัด รวมทั้งซื้อเครื่องจักรและอุปกรณ์ รวมมูลค่า 38.85 ล้านบาท จากบริษัท โฮลี่ พลาส จำกัด ซึ่งไม่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับบริษัท
- เริ่มดำเนินการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนของโรงงาน 2 เมื่อเดือนพฤษภาคม 2562
- ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2562 เมื่อวันที่ 26 กันยายน 2562 ได้มีมติอนุมัติให้บริษัทฯ เปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้จากหุ้นละ 0.50 บาท เป็น 1 บาท ทำให้ปัจจุบันบริษัทฯ มีจำนวนหุ้นที่ออกและเรียกชำระแล้วทั้งหมดจำนวน 300 ล้านหุ้น โดยภายหลังการเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้โดยการรวมมูลค่าหุ้น จะทำให้จำนวนหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทฯ ที่จัดสรรเพื่อเสนอขายให้แก่ประชาชนเป็นครั้งแรก (Initial Public Offering) และเพื่อเสนอขายให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทฯ เปลี่ยนแปลงเป็นดังนี้
 - หุ้นสามัญใหม่จำนวน 99,000,000 หุ้น เพื่อเสนอขายให้แก่ประชาชนเป็นครั้งแรก (Initial Public Offering)
 - หุ้นสามัญใหม่จำนวน 11,000,000 หุ้น เพื่อเสนอขายให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทฯ
- บริษัทฯ มีการจ่ายเงินปันผลในปี 2562 เป็นจำนวนทั้งสิ้น 105 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดดังนี้
 - ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 1/2562 เมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2562 มีมติอนุมัติการจ่ายเงินปันผลจากผลการดำเนินงานประจำปี 2561 ในอัตราหุ้นละ 30 บาท รวมเป็นจำนวนเงิน 90 ล้านบาท
 - ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 5/2562 เมื่อวันที่ 11 กันยายน 2562 มีมติอนุมัติการจ่ายเงินปันผล ในอัตราหุ้นละ 0.025 บาท รวมเป็นจำนวนเงิน 15 ล้านบาท
- บริษัทฯ ได้เสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 110 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท ให้แก่ประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) ระหว่างวันที่ 11 – 13 ธันวาคม 2562 และเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนและได้เข้าทำการซื้อขายเป็นวันแรกในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ณ วันที่ 19 ธันวาคม 2562

ปี 2563

- เพื่อเพิ่มกำลังการผลิต บริษัทฯ ได้ซื้อเครื่องเป่าฟิล์มพลาสติก (Blown film) ขนาดฟิล์มกว้าง 1,800 มิลลิเมตร โดยมีกำลังการผลิตที่ 500 กิโลกรัมต่อชั่วโมง
- บริษัทฯ ได้อนุมัติให้ก่อสร้างโรงงานใหม่ ขนาด 13,595 ตารางเมตร เพื่อรองรับการขยายกำลังการผลิต
- บริษัทฯ ได้ดำเนินการติดตั้ง Solar Rooftop ขนาด 1,000 KW. เพื่อช่วยประหยัดค่าไฟฟ้า
- บริษัทฯ ได้รับสิทธิพิเศษตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2520 เพื่อส่งเสริมการลงทุนในกิจการ สำหรับกิจการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกหลายชั้น (Multilayer Plastics Packaging)

ปี 2563 (ต่อ)

- บริษัทได้เปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ (PAR) จากเดิมมูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เป็นมูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท (ห้าสิบสตางค์) ทำให้บริษัทมีจำนวนหุ้นสามัญของบริษัทเปลี่ยนจาก 410,000 หุ้น เป็น 820,000 หุ้น
- บริษัทได้จดทะเบียนบริษัทย่อย “ บริษัท พี เอส พลัส คอนซัลติ้ง จำกัด “ ทุนจดทะเบียน 2 ล้านบาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบกิจการ ซื้อขาย ผลิต นำเข้า ส่งออก นำเข้ามาเพื่อจำหน่าย เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า ประเภทฟิล์ม (Film) และฟอยล์ (Foil) สำหรับงานผลิตบรรจุภัณฑ์ทุกชนิด อาทิเช่น ฟิล์มเคลือบรอย ฟิล์มลามิเนต ฟิล์มไฮโดแกรม ฟอยล์เงิน ฟอยล์ไฮโดแกรม เป็นต้น
- บริษัทมีการจ่ายเงินปันผลในปี 2563 ทั้งสิ้น 94.30 ล้านบาท โดยมีรายละเอียด ดังนี้
 - ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 4/2563 อนุมัติจ่ายเงินปันผลระหว่างกาล ซึ่งเป็นผลการดำเนินการสิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ในอัตราหุ้นละ 0.15 บาท (สิบห้าสตางค์) รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 61.5 ล้านบาท โดยจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลให้แก่ผู้ถือหุ้น ในวันที่ 7 พฤษภาคม 2563
 - ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 7/2563 อนุมัติจ่ายเงินปันผลระหว่างกาล ซึ่งเป็นผลการดำเนินการสิ้นสุด ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2563 ในอัตราหุ้นละ 0.08 บาท (แปดสตางค์) รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 32.80 ล้านบาท โดยจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลให้แก่ผู้ถือหุ้น ในวันที่ 4 กันยายน 2563

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้

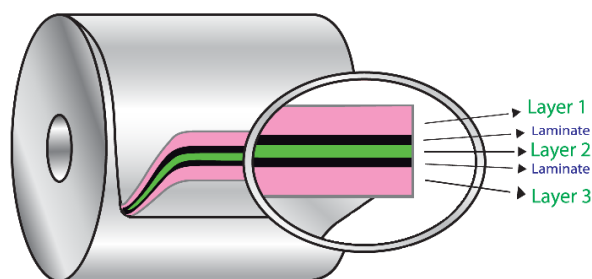
ประเภทของรายได้	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
- ผลิตภัณฑ์ประเภทม้วน (Roll Form)	1,149.73	83.66	1,026.58	80.62	1,031.22	72.88
- ผลิตภัณฑ์ประเภทซอง (Pre Form Pouch)	206.28	15.01	227.36	17.86	290.61	20.53
รวมรายได้จากการขายบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อน	1,356.01	98.67	1,253.94	98.48	1,321.83	93.41
รายได้จากการขายอื่น ¹⁾	5.17	0.38	1.70	0.13	76.22	5.39
รายได้จากการขายรวม	1,361.18	99.05	1,255.64	98.61	1,398.05	98.80
รายได้อื่น ²⁾	13.07	0.95	17.71	1.39	16.97	1.20
รวมรายได้	1,374.25	100.00	1,273.35	100.00	1,415.03	100.00

หมายเหตุ : 1) รายได้จากการขายอื่น ได้แก่ รายได้จากการขายวัตถุดิบ และรายได้จากการรับจ้างเคลือบฟิล์ม เป็นต้น

2) รายได้อื่น ได้แก่ รายได้จากการขายเศษฟิล์ม รายได้จากการขายงานทดลองผลิต (Sample for Sale) รายได้ค่าชดเชยสินค้า รายได้ ค่าเช่า กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน เป็นต้น ทั้งนี้ รายได้ค่าชดเชยสินค้า ประกอบด้วย ค่าชดเชยที่ได้รับจากSupplier ซึ่งเป็นความเสียหายจากการนำวัตถุดิบไปใช้ในการผลิตสินค้าของบริษัทฯ และค่าชดเชยที่ได้รับจากลูกค้ากรณีที่ส่งผลิตสินค้าเกินกว่าความต้องการ

ลักษณะผลิตภัณฑ์ของบริษัท

บริษัทประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อน (Flexible Packaging) สำหรับสินค้าอุปโภคและสินค้าบริโภคทั้งที่อยู่ในรูปของเหลวและของแข็งตามคำสั่งซื้อของลูกค้า (Made to Order) บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนมีลักษณะเป็นชั้นฟิล์มหลายชั้น (Multilayer Film) ประกบติดกันตั้งแต่ 2-5 ชั้น โดยใช้กาวหรือเรซินเป็นตัวประสาน ทำให้มีคุณสมบัติด้านความแข็งแรง ทนความร้อนและความดันสูง มีน้ำหนักเบา สามารถพิมพ์ลวดลายกราฟิกลงบนบรรจุภัณฑ์ได้ นอกจากนี้ ยังมีคุณสมบัติป้องกันการซึมผ่านของอากาศ ความชื้น แสงแดด และกลิ่นเพื่อรักษาคุณภาพของสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในบรรจุภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ทั้งนี้ รูปแบบของบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนที่บริษัท ผลิตและจำหน่ายสามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ ขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้า ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ประเภทม้วน (Roll Form)

รายได้หลักของบริษัท มาจากการจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ที่เป็นม้วนฟิล์ม คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 84.79 และร้อยละ 81.70 ของรายได้จากการขายบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนในปี 2561 และปี 2562 ตามลำดับ โดยผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มีลักษณะเป็นม้วนฟิล์มที่ผ่านขั้นตอนการพิมพ์และเคลือบ หลังจากนั้นจะนำม้วนฟิล์มดังกล่าวมาผ่าม้วนตามขนาดหน้ากว้างตามที่ลูกค้ากำหนด ซึ่งขนาดความกว้างสูงสุดของม้วนฟิล์มที่เครื่องผ่าม้วนของบริษัท รองรับได้อยู่ที่ 1,080 มิลลิเมตร ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ส่วนใหญ่จะจำหน่ายให้กับกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอุปโภคและบริโภคที่มีเครื่องขึ้นรูปของของตนเอง โดยบรรจุภัณฑ์รูปแบบม้วนฟิล์มจะต้องมีคุณสมบัติทางกายภาพที่เหมาะสมกับเครื่องขึ้นรูปของของลูกค้า เช่น ขนาดหน้ากว้าง ความลื่นของผิวฟิล์ม เป็นต้น เนื่องจากคุณสมบัติดังกล่าวมีผลต่อการทำงานของเครื่องขึ้นรูปของ ดังนั้นการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่อยู่ในรูปแบบของม้วนฟิล์มจึงต้องอาศัยทักษะและความเชี่ยวชาญในการปรับสูตรฟิล์มและวัตถุดิบหลักอื่นๆ ได้แก่ กาวและหมึก เพื่อให้ได้ม้วนฟิล์มที่มีคุณสมบัติเหมาะสมตรงตามที่ลูกค้ากำหนด และสามารถนำไปใช้กับเครื่องขึ้นรูปของของลูกค้าแต่ละรายได้อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งงานม้วนที่บริษัท มีหลายกลุ่มดังนี้

กลุ่มที่สัมผัสกับผลิตภัณฑ์ ภายในโดยตรง (first primary packaging) ทั้งที่เป็น สินค้าอุปโภค และสินค้าบริโภค องค์ประกอบจะมีทั้งที่เป็นชั้นเดียว (Mono layer film) และ ฟิล์มประกอบจำนวน 2 ชั้นไป เช่น ม้วนน้ำยาปรับผ้านุ่ม ม้วนน้ำยาซักผ้า ม้วนใส่ผงซักฟอก ม้วนน้ำยาล้างจาน ม้วนมะหมี่ปรุงสำเร็จรูป ม้วน ไอศกรีม ม้วนเครื่องปรุง

กลุ่มที่ไม่สัมผัสกับผลิตภัณฑ์ภายใน โดยตรง (Secondary packaging) ส่วนใหญ่จะเป็นฟิล์มชั้นเดียว แล้วนำไปพิมพ์ เช่น ม้วนฉลาก label บน ขวด นม, ม้วนฉลาก ขวดน้ำดื่ม เป็นต้น



2. ผลิตภัณฑ์ประเภทซอง (Pre Form Pouch)

ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้เป็นการนำม้วนฟิล์มที่ผ่านขั้นตอนการพิมพ์และเคลือบมาขึ้นรูปในรูปแบบของสำเร็จรูปพร้อมที่จะใช้บรรจุผลิตภัณฑ์ของลูกค้า ซึ่งลูกค้าที่สั่งซื้อผลิตภัณฑ์ในรูปแบบ Pre Form Pouch จะเป็นผู้ผลิตสินค้าอุปโภค

บริโภคที่ไม่มีเครื่องขึ้นรูปของของตนเอง หรือมีเครื่องขึ้นรูปของแต่ไม่สามารถรองรับวัสดุของฟิล์มที่นำมาใช้ในการผลิตของได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ รูปแบบของซองที่บริษัท สามารถผลิตได้มีหลากหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าได้แก่

(1) Stand-up Pouch, Stand-up Pouch with Zip, Stand up pouch with Spout

บรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็นซองตั้ง ใช้บรรจุผลิตภัณฑ์ที่มีปริมาตรหรือน้ำหนักมากและสามารถตั้งวางขึ้นโชว์ให้สินค้าโดดเด่น เช่น น้ำยาปรับผ้านุ่ม, น้ำยาซักผ้า, น้ำยาล้างจาน, ครีมอาบน้ำ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังสามารถเพิ่มซิปล็อคได้ เพื่อเพิ่มความสะดวกในการใช้งาน เช่น ซองอาหารสัตว์ ซองอาหารทั่วไป รวมทั้ง ซองที่ซีลผนึก ด้วยฝาเทรินเปิด-ปิด ได้ (Spout) ซึ่งเหมาะกับของเหลวที่ไม่มีความหนืดมาก เช่น น้ำยาปรับผ้านุ่ม น้ำยาซักผ้า น้ำยาทำความสะอาด น้ำตาลเชื่อม เทียน และปิดผนึกได้ดี หลังการใช้งาน



(2) 3-Sided Seal Pouch, 3-Sided Seal Pouch with Zip

บรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็นซองที่มีการซีลซองปิดทั้ง 3 ด้าน เปิดปากซองหรือก้นซองสำหรับบรรจุสินค้าแล้วซีลปิด สามารถเพิ่มรอยฉีก (V-Cut) เพื่อใช้งานง่าย หรือเพิ่มรูเจาะสำหรับแขวนโชว์ พร้อมใส่ซิปล็อคเพื่อเพิ่มความสะดวกในการเปิดและปิดการใช้งานได้หลายครั้ง สามารถยืดอายุการเก็บรักษาสินค้าได้นานขึ้น เหมาะสำหรับใช้บรรจุสินค้าประเภทอาหาร ลูกอม



(3) Center Seal Pouch, Center Seal & Gusset Pouch

บรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็นซองที่มีการซีลบริเวณกลางซองและซีลหัวซอง เปิดด้านก้นซองเพื่อใช้บรรจุสินค้า นิยมนำมาบรรจุสินค้าที่มีน้ำหนักไม่มาก ประเภทอาหาร เช่น ซองนอกรับบรรจุขนมขบเคี้ยว, ไอศกรีม, ลูกอม, อาหารแช่แข็ง เป็นต้น นอกจากนี้ ยังสามารถทำเป็นซองมีการซีลด้านหลังบริเวณกลางซอง และด้านข้างมีรอยพับทั้งสองด้านเพื่อเพิ่มพื้นที่การใช้งาน สามารถบรรจุสินค้าที่มีน้ำหนักได้ เช่น ซองอาหารสัตว์ เป็นต้น



(4) 4-Sided Seal Pouch

บรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็นซองที่มีการซีลบริเวณมุมซองทั้ง 4 ด้านโดยพับข้างซอง เป็นซองที่มีความแข็งแรงจึงเหมาะสำหรับบรรจุสินค้าที่มีน้ำหนักมากและต้องการพื้นที่ในการบรรจุสินค้าปริมาณมาก โดยนิยมนำมาบรรจุสินค้าประเภทอาหาร เช่น กาแฟคั่วบด, กาแฟสำเร็จรูป, อาหารสัตว์ เป็นต้น



(5) Flat Bottom Pouch

บรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็นซองตั้งได้แบบฐานเรียบ มีรอยพับด้านข้าง เพื่อเพิ่มพื้นที่การใช้งาน เนื่องจากรูปทรงของฐานที่มีลักษณะแบนเรียบ จึงสามารถตั้งวางสินค้าบนชั้นวางได้อย่างมั่นคง เหมาะกับผลิตภัณฑ์น้ำหนักเบาหรือเป็นผง เช่น โกโก้ ชา ซองน้ำตาลทราย และสามารถเพิ่มซิปล็อคได้



(6) Free Shape Die cut

เป็นรูปแบบ ของที่เพิ่มความแตกต่างให้เป็นที่จดจำ และสะดุดตา ทำให้ส่งเสริมการขายได้ทางหนึ่ง โดยการขึ้นรูปตามลักษณะที่ต้องการจะต้องใช้อุปกรณ์ที่ทำให้เกิด โค้งมน ตามรูปแบบ เป็นมิดชิดตัด ที่ติดตั้งใน กระบวนการทำซอง หรือเรียกว่า ซุด die cut สามารถใช้ กับรูปแบบซอง ได้ หลายรูปแบบ เช่น กลุ่มงานซองตั้ง หรือรูปทรง อีสระ ต่างๆ ของขนมเยลลี่



กลยุทธ์ในการแข่งขัน

1. การสร้างความเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ (Business Partnership) กับลูกค้า

หัวใจสำคัญในการประกอบธุรกิจของบริษัท คือ การสร้างความสัมพันธ์ในลักษณะการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ (Business Partnership) กับลูกค้า ทั้งนี้ บริษัท มีนโยบายสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาวกับลูกค้า โดยดำเนินงานร่วมกันภายใต้แนวคิดของความเป็นพันธมิตรทางธุรกิจต่อกัน ซึ่งนอกเหนือจากการซื้อขายสินค้าระหว่างกันแล้ว บริษัทจะทำงานร่วมกับลูกค้าอย่างใกล้ชิดในการพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อโจทย์ของลูกค้าและสถานการณ์ทางการตลาด ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ประกอบกับบริษัท มีการวางแผนการจัดส่งสินค้าล่วงหน้าร่วมกับลูกค้าทั้งในด้านปริมาณสินค้าและระยะเวลาในการจัดส่ง เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าว่าบริษัทจะสามารถส่งสินค้าให้ได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ เจ้าหน้าที่ฝ่ายขายและการตลาดจะมีการประชุมร่วมกับลูกค้าเป็นประจำทุกเดือนเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและวางแผนธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ตลอดจนการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็ว การสร้างความสัมพันธ์ในลักษณะดังกล่าวจะเป็นการสร้างประโยชน์ให้เกิดขึ้นทั้งสองฝ่ายจึงส่งผลทำให้การทำธุรกิจกับลูกค้าเป็นไปอย่างมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว การดำเนินการดังกล่าวทั้งหมดส่งผลให้บริษัท ได้รับความไว้วางใจและการยอมรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกค้าที่เป็นองค์กรชั้นนำของประเทศ และทำให้ได้รับโอกาสในการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ จากลูกค้ารวมถึงการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้ลูกค้าพิจารณาได้อย่างต่อเนื่อง ส่งผลทำให้ยอดขายของบริษัท เติบโตมาโดยตลอด จะเห็นได้จากการที่บริษัท ได้รับรางวัล SSQR Awards (Superior Supplier Quality Relationship Award) ซึ่งเป็นรางวัลที่พิจารณาจาก 3 ด้าน ได้แก่ Cost Competitive, Excellence Service และ Innovation จาก Unilever Thai Holding Ltd. เมื่อปี 2019 ซึ่งเป็นลูกค้ารายหลักมาอย่างต่อเนื่อง

2. การรักษามาตรฐานคุณภาพของผลิตภัณฑ์

บริษัท มุ่งเน้นการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยจัดให้มีระบบการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในทุกขั้นตอน เริ่มตั้งแต่การคัดเลือกและจัดหาวัตถุดิบจากผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายที่มีคุณภาพ โดยบริษัทจะตรวจเยี่ยมผู้ผลิตวัตถุดิบหลักเป็นประจำทุกปี และในการรับวัตถุดิบทุกครั้งแผนกประกันคุณภาพจะทำการตรวจสอบใบรับรองคุณภาพจากผู้ขาย (Certificate of Analysis) รวมถึงตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบในห้องตรวจวิเคราะห์ของบริษัท นอกจากนี้ บริษัท ยังมีการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพสินค้าในทุกขั้นตอนตั้งแต่การพิมพ์ (Printing) การเคลือบ (Lamination) การผ่าม้วน (Slitting) และการทำซอง (Bag Making) การดำเนินการทั้งหมดของบริษัท ดังกล่าวข้างต้นมีวัตถุประสงค์เพื่อให้มั่นใจได้ว่าสินค้าที่ผลิตได้มีคุณภาพได้มาตรฐานและตรงตามความต้องการของลูกค้า โดยจะเห็นได้จากการที่บริษัท ได้รับการรับรองมาตรฐานต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นมาตรฐานระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหาร FSSC 22000 (Food Safety System Certification), หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร Good Manufacturing Practice; General Principles of Food Hygiene, มาตรฐานการผลิตที่มีมาตรการป้องกันอันตราย HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point)



นอกเหนือจากคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่กล่าวข้างต้น ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ถือเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่ดึงดูดให้ผู้บริโภคเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นั้นๆ บริษัท จึงให้ความสำคัญกับความสวยงามของภาพพิมพ์บนฟิล์มทั้งในแง่ของความคมชัดของลายเส้น สีสันทันตึงและเฉดสีที่ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด ความสวยงามของภาพพิมพ์ดังกล่าวขึ้นอยู่กับกระบวนการตั้งแต่การออกแบบและลำดับขั้นสีแม่พิมพ์ การผลิตแม่พิมพ์ จนถึงขั้นตอนในการพิมพ์โดยบริษัท มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในการวิเคราะห์และจัดลำดับกลุ่มสีเพื่อนำไปใช้ในการผลิตแม่พิมพ์ รวมทั้งมีช่างเทคนิคที่มีความชำนาญในการผสมสีให้ได้สัดส่วนที่เหมาะสม และควบคุมการทำงานของเครื่องจักรในระหว่างการผลิตทุกกระบวนการ

3. การบริหารต้นทุนการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ

ต้นทุนการผลิตถือเป็นค่าใช้จ่ายหลักที่จะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไร และความสามารถในการแข่งขันของบริษัทอย่างมาก บริษัท จึงให้ความสำคัญกับกระบวนการคัดเลือกวัตถุดิบโดยอาศัยทีมงานที่มีความชำนาญเป็นผู้คัดเลือกผู้ผลิตวัตถุดิบ ซึ่งจะต้องผ่านการตรวจสอบกระบวนการผลิตเพื่อให้มั่นใจในมาตรฐานคุณภาพของวัตถุดิบและลดการสูญเสียจากการผลิตที่เกิดขึ้นจากการใช้วัตถุดิบที่ไม่ได้มาตรฐาน ประกอบกับบริษัท มีนโยบายในการควบคุมอัตราการสูญเสียจากการผลิต (Waste) ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม โดยอัตราการสูญเสียจากการผลิตเฉลี่ยของบริษัท ในปีที่ผ่านมาอยู่ที่ร้อยละ 8.93 ของปริมาณฟิล์มที่นำเข้าสู่กระบวนการผลิต

นอกจากนี้ บริษัท ได้พัฒนา และปรับปรุงเครื่องจักรหรืออุปกรณ์ที่จะช่วยให้การผลิตมีประสิทธิภาพมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการติดตั้งเครื่องผสมสี (Ink Dispensing) เพื่อทำให้ขั้นตอนการผสมสีรวดเร็วและแม่นยำตามสีที่ลูกค้าต้องการ และการติดตั้งกล้องตรวจจับของเสียการผลิต รวมถึงฝ่ายวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ จะทำหน้าที่ในการพัฒนาสูตรฟิล์มใหม่ๆ เพื่อเพิ่มทางเลือกและช่วยในการบริหารต้นทุนของบริษัทเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

4. การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

บริษัท ให้ความสำคัญในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆ อยู่เสมอโดยสามารถผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้หลากหลายทั้งรูปแบบและวัตถุประสงค์การใช้งานเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า เช่น ฟิล์มหด (Shrink Film), บรรจุภัณฑ์ที่สามารถผ่านการฆ่าเชื้อด้วยหม้อต้มแรงดันสูง (Retort Pouch) ของพาส์พร้อมฝา (Spout Pouch) เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทยังได้ลงทุนซื้อเครื่องจักรผลิตซองในลักษณะ Flat Bottom Pouch ซึ่งเป็นซองตั้งได้แบบฐานเรียบจึงสามารถตั้งวางสินค้าบนชั้นวางได้อย่างมั่นคง แม้ว่าซองที่บรรจุด้านในจะมีน้ำหนักเบาหรือปริมาณน้อยเพียงใดก็ยังสามารถคงรูปอยู่ได้ จึงเหมาะสำหรับการจัดวางสินค้าให้โดดเด่น และง่ายต่อการจัดเก็บ ช่วยประหยัดพื้นที่ชั้นในซูเปอร์มาร์เก็ต ด้วยรูปทรงที่เป็นถุงทรงสูงและความกว้างน้อยกว่าเมื่อเทียบกับถุงชนิดอื่น

ลักษณะลูกค้าและลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

บริษัทฯ จำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนใช้สำหรับบรรจุผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าอุปโภค และสินค้าบริโภคเป็นหลัก ดังนั้น กลุ่มลูกค้าของบริษัท จึงเป็นบริษัทผู้ผลิตสินค้าอุปโภค และบริโภค โดยบริษัท มีลูกค้าหลักที่เป็นผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคชั้นนำของประเทศ เช่น บริษัท นีโอแพคทอรี่ จำกัด บริษัท เพอร์เฟค คอมพาเนียน กรู๊ป จำกัด บริษัท ยูนิลีเวอร์ ไทย โฮลดิ้งส์ จำกัด บริษัท โลอ็อน (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท ไอ.พี. แมนูแฟคเจอริ่ง จำกัด และบริษัท เถ้าแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) เป็นต้น

ทั้งนี้ หากพิจารณาสัดส่วนรายได้จากการขายบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนจะพบว่ารายได้หลักของบริษัทมาจากบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าอุปโภคบริโภคคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 70 - 75 และบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าบริโภคคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 - 25

	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
กลุ่มบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าอุปโภค	1,148.79	84.72	998.06	79.59	1,089.89	77.95
กลุ่มบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าบริโภค	207.22	15.28	255.88	20.41	308.16	22.05
รวมรายได้จากการขายบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อน	1,356.01	100.00	1,253.94	100.00	1,398.05	100.00

โดยประเภทสินค้าที่ลูกค้านำมาบรรจุในบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนของบริษัท มีดังนี้

บรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าอุปโภค	บรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าบริโภค
<ul style="list-style-type: none"> ● น้ำยาปรับผ้านุ่ม (Fabric Softener) ● น้ำยาล้างจาน (Dish Wash) ● ผงซักฟอก (Detergent) ● น้ำยาซักผ้า (Liquid Detergent) ● น้ำยาทำความสะอาดพื้น (Floor Cleaner) ● ครีมอาบน้ำ (Liquid Soap) ● ยาสระผม (Shampoo) 	<ul style="list-style-type: none"> ● ไอศกรีม (Ice-cream) ● วุ้นเส้น (Vermicelli) ● อาหารแช่แข็ง (Frozen Food) ● ขนมขบเคี้ยว (Snack) ● ซอสและเครื่องปรุงต่างๆ (Seasoning) ● แป้ง (Flour) ● กาแฟ (Coffee) ● อาหารสัตว์ (Pet Food) ● บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ● ข้าวสาร

นโยบายราคา

บริษัทมีนโยบายในการกำหนดราคาขายของสินค้าจากต้นทุนบวกอัตรากำไรขั้นต้นที่เหมาะสม (Cost Plus Margin) โดยพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ เช่น ประเภทสินค้า ปริมาณการสั่งซื้อ และภาวะการแข่งขันในตลาด เป็นต้น ทั้งนี้บริษัทมีการทบทวนราคาขายทุก 6 เดือน เพื่อให้สินค้าของบริษัทมีราคาอยู่ในระดับที่เหมาะสมสามารถแข่งขันได้ หากต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ บริษัทจะเจรจาต่อรองทั้งกับผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบและลูกค้าเพื่อปรับระดับราคาให้เหมาะสมกับต้นทุนที่เพิ่มขึ้น

การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

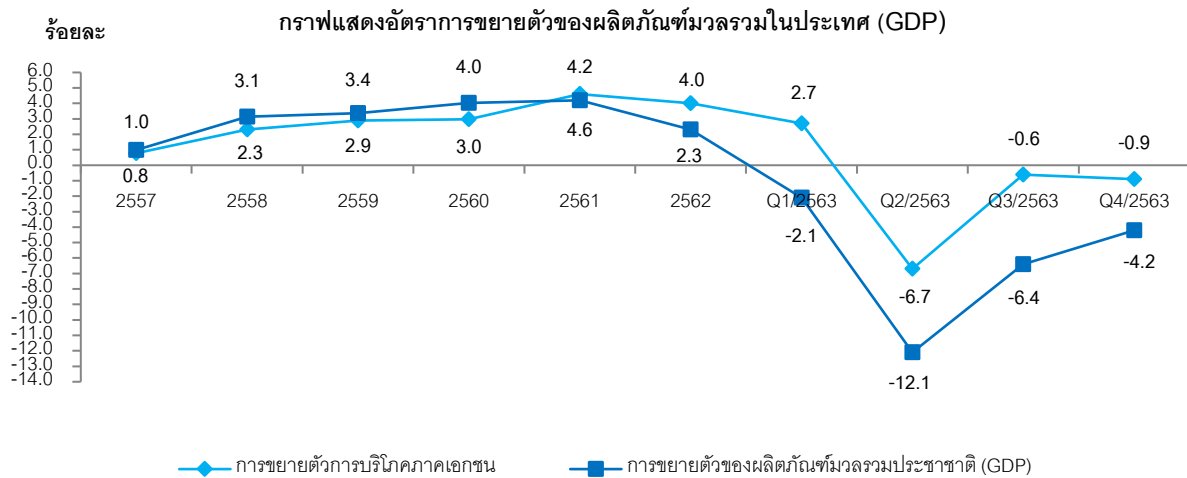
บริษัทจำหน่ายสินค้าในประเทศเป็นหลัก โดยผ่านทีมงานฝ่ายขายและการตลาด ซึ่งทำหน้าที่ในการติดต่อหาลูกค้าโดยตรง เนื่องจากสินค้าอุปโภคบริโภคโดยทั่วไป จะมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีทันสมัยและสวยงามอยู่เสมอ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ดึงดูดใจของลูกค้า ดังนั้น เจ้าหน้าที่ฝ่ายขายและการตลาดจะติดตามงานกับลูกค้าอย่างใกล้ชิด และรับโจทย์ความต้องการจากลูกค้าเพื่อนำเสนอตัวอย่างงานให้ลูกค้าได้พิจารณาอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ ฝ่ายขายและการตลาดจะมีการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าเป็นรายไตรมาส โดยจะพิจารณาจาก 3 เรื่อง ได้แก่ การจัดส่งสินค้าทันเวลา คุณภาพสินค้า และการให้บริการในองค์รวม (Overall Service Performance) เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการแก่ลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุด

	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขายในประเทศ	1,360.99	99.99	1,253.57	99.83	1,396.76	99.91
รายได้จากการขายต่างประเทศ	0.19	0.01	2.08	0.17	1.29	0.09
รวมรายได้จากการขาย	1,361.18	100.00	1,255.65	100.00	1,398.05	100.00

ภาวะอุตสาหกรรม

ภาพรวมเศรษฐกิจไทย

สำหรับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ไตรมาสที่ 4/2563 ลดลงร้อยละ 4.2 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีที่ผ่านมา (YoY) ปรับตัวดีขึ้นจากที่ลดลงร้อยละ 6.4 ในไตรมาสที่ 3/2563 (YoY) โดยการใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภคขั้นสุดท้ายของเอกชน และรัฐบาลขยายตัว การลงทุนในประเทศ และการส่งออกสินค้าปรับตัวดีขึ้น ขณะที่รายรับจากบริการต่างประเทศยังคงหดตัวต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐส่งผลให้ภาคการผลิตทั้งภาคอุตสาหกรรมและบริการ เริ่มกลับมาดำเนินการผลิตต่อเนื่องจากไตรมาสที่ 3/2563 โดยการผลิสินค้าอุตสาหกรรมลดลงร้อยละ 0.7 ปรับตัวดีขึ้นจากที่ลดลงร้อยละ 5.3 ในไตรมาสก่อนหน้า ภาคบริการลดลงร้อยละ 5.9 เทียบกับที่ลดลงร้อยละ 7.2 ในไตรมาสก่อนหน้า โดยกิจกรรมหลักทางด้านการบริการเริ่มมีการฟื้นตัว เช่น สาขาการขายส่งและ การขายปลีก สาขาการขนส่งและสถานที่เก็บสินค้าปรับตัวดีขึ้น



ที่มา : สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

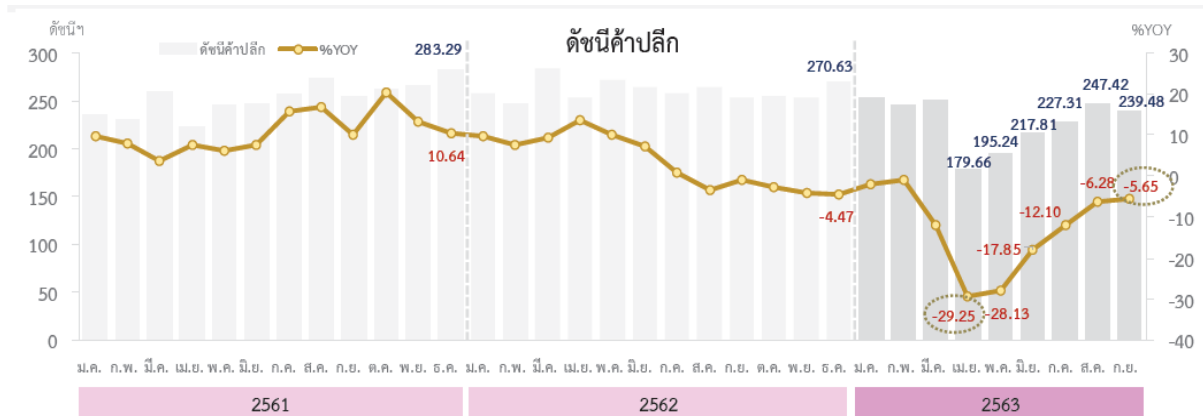
ทั้งนี้สภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) แลงตัวเลขผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ไตรมาส 4/2563 และแนวโน้มเศรษฐกิจปี 2564 โดยจีดีพีไตรมาส 4/2563 ขยายตัวร้อยละ 1.3 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน (QoQ) แต่หดตัวร้อยละ 4.2 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า (YoY) โดยเศรษฐกิจในไตรมาสที่ 4 ขยายตัวจากในเรื่องของการอุปโภคและบริโภคภาครัฐ และเอกชนที่ขยายตัวต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามอัตราการขยายตัวของ GDP ตลอดปี 2563 หดตัวร้อยละ 6.1 เนื่องจากเศรษฐกิจในปี 2563 ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้ภาคการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจในประเทศเสียหายเป็นอย่างมาก

อุตสาหกรรมค้าปลีกในประเทศไทย

จากการที่บริษัทประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนให้แก่ลูกค้าที่เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภค ซึ่งสินค้าเหล่านั้นถูกจัดจำหน่ายผ่านช่องทางการค้าปลีกต่างๆ อาทิ ห้างสรรพสินค้า ดิสเคาน์สโตร์ ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ ดังนั้นภาวะการเติบโตของอุตสาหกรรมค้าปลีกจึงสามารถแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มตลาดและการเติบโตของบริษัทได้อีกทางหนึ่ง อุตสาหกรรมค้าปลีกถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสะท้อนให้เห็นการใช้จ่ายของประชากรในประเทศ เนื่องจากธุรกิจค้าปลีกทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงและกระจายสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค สำหรับธุรกิจค้าปลีกปี 2563 หดตัวกว่าร้อยละ 10 จากปี 2562 เนื่องจากได้รับผลกระทบเชิงลบจากมาตรการ ปิดพื้นที่ ทั่วประเทศทำให้ยอดขายในส่วนของหน้าร้านหายไป แม้ว่าผู้ประกอบการหลายแห่งจะนำกลยุทธ์ออนไลน์เข้ามาปรับใช้ แต่ก็ยังไม่สามารถทดแทนยอดขายจากหน้าร้านได้ทั้งหมด ทั้งนี้ในช่วงปลายปี 2563 เป็นช่วงที่ธุรกิจค้าปลีกจะปรับตัวดีขึ้น รวมถึงภาครัฐได้ออกมาตรการกระตุ้นการใช้จ่ายต่างๆ ทั้งมาตรการ “คนละครึ่ง” ซึ่งเอื้อประโยชน์ต่อร้านค้าปลีกรายย่อยที่เน้นการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน เช่น ร้านธงฟ้า ร้านโชห่วย ร้านค้าปลีกขนาดเล็ก และมีการออกมาตรการ “ช้อปดีมีคืน” ที่จะเอื้อประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการค้าปลีก อย่างไรก็ตามแม้ว่าสถานการณ์ธุรกิจค้าปลีกจะกลับมาฟื้นตัวได้ดีขึ้นในช่วงไตรมาส 3 ปี 2563 แต่สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ระลอกใหม่ที่กลับมาในเดือนธันวาคม 2563 ส่งผลกระทบต่อธุรกิจค้าปลีกในหลายจังหวัดที่มีการประกาศปิดพื้นที่ หรือบริเวณสถานที่ที่พบผู้ติดเชื้อ โดยผู้ค้าปลีกรายย่อยที่

จำหน่ายอาหารสด/แห้งเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย และร้านขายปลีกสินค้าอื่นๆ บนแผงลอย ที่อยู่ในพื้นที่ตลาดและตลาดนัดจะได้รับผลกระทบเป็นกลุ่มแรกๆ

ตารางแสดงดัชนีค่าปลีก



ภัณฑ์กระดาษน่าจะขยายตัวได้ดีที่ร้อยละ 3.0-5.0 จากการขยายตัวของระบบการค้าออนไลน์ ส่วนบรรจุภัณฑ์ ขวดแก้ว คาดว่าทรงตัวตามการบริโภคภายในประเทศที่ชะลอตัว บรรจุภัณฑ์ที่ป้องกันโลหะคาดว่าจะขยายตัวได้เล็กน้อยประมาณ ร้อยละ 1.5-2.0 จากความต้องการอาหารบรรจุเพื่อป้องกันเนื่องจากผลกระทบจากการระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่ง น่าจะยังคงมีรุนแรงทั่วโลกในช่วงต้นปี 2564 ก่อนที่จะมีการฉีดวัคซีนป้องกันโรคได้ทั่วถึง อย่างไรก็ตามมูลค่าการนำเข้า บรรจุภัณฑ์ในหมวดต่าง ๆ ยกเว้นในบรรจุภัณฑ์ขวดแก้ว คาดว่าจะขยายตัวมากขึ้น ในขณะที่มูลค่าส่งออกมีแนวโน้ม ปรับตัวลดลง ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ในประเทศควรมองหาทางเลือกใหม่ที่แตกต่าง เช่น บรรจุภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการ ด้านสุขภาพ ความสะอาด ความปลอดภัย และการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สร้าง ความยืดหยุ่นในปริมาณการ จำหน่าย และมองหาช่องทางการจำหน่ายในตลาดต่างประเทศผ่านระบบการค้าออนไลน์มากขึ้น

ตารางแสดงปริมาณการผลิต การจำหน่าย มูลค่าการนำเข้าและมูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์รายปี

		2560	2561	2562	2563
บรรจุภัณฑ์พลาสติก	ปริมาณการผลิต (ตัน)	1,470,677	1,420,032	1,317,482	1,370,512
	YoY (ร้อยละ)	-0.45	-3.44	-7.22	4.03
	ปริมาณการจำหน่าย (ตัน)	1,063,747	1,023,842	953,022	973,072
	YoY (ร้อยละ)	-0.32	-3.75	-6.92	2.10
	มูลค่านำเข้า (ลบ)	23,133	25,054	23,292	25,532
	YoY (ร้อยละ)	13.57	8.30	-7.03	9.62
	มูลค่าส่งออก (ลบ)	39,639	40,980	39,811	40,042
	YoY (ร้อยละ)	2.08	3.38	-2.85	0.58
บรรจุภัณฑ์กระดาษ	ปริมาณการผลิต (ตัน)	2,156,719	2,200,799	2,252,445	2,207,528
	YoY (ร้อยละ)	1.25	2.04	2.35	-1.99
	ปริมาณการจำหน่าย (ตัน)	2,153,396	2,200,874	2,234,522	2,192,304
	YoY (ร้อยละ)	1.19	2.20	1.53	-1.89
	มูลค่านำเข้า (ลบ)	4,869	4,963	5,123	6,244
	YoY (ร้อยละ)	3.81	1.92	3.22	21.88
	มูลค่าส่งออก (ลบ)	8,293	8,574	8,140	7,521
	YoY (ร้อยละ)	5.24	3.38	-5.06	-7.60

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กรมศุลกากร และกระทรวงพาณิชย์

อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกในประเทศไทย

จากผลสำรวจอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกโดย Smithers Pira คาดว่าปี 2563-2567 ตลาดบรรจุภัณฑ์พลาสติกทั่วโลกจะเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 2.8 ต่อปี คิดเป็นมูลค่า 1.1 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2567 เพิ่มขึ้นจาก 0.9 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ปี 2562 ขณะที่บริษัทวิจัย Markets and Markets คาดว่าปี 2565 มูลค่าตลาดของบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อน (Flexible packaging) สำหรับสินค้าอุปโภคบริโภคจะอยู่ที่ 1.3 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจาก 9.7 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ปี 2559

ฝ่ายวิจัยกรุงศรีคาดว่าปริมาณการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกในประเทศไทยจะเพิ่มขึ้น 1.0% ในปี 2564 จากที่หดตัว 1.0-2.0% ปี 2563 โดยอุตสาหกรรมหลายสาขามีแนวโน้มใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกเพิ่มขึ้น อาทิ อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม (รวมอาหารแช่แข็งและแปรรูปต่างๆ) เวชภัณฑ์และเครื่องสำอาง ภาชนะบรรจุและธุรกิจอีคอมเมิร์ซ ขณะที่การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ส่งผลให้ความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกห่อหุ้มสินค้าเพื่อรักษาความสะอาดเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นผลบวกต่อกลุ่มบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อน อาทิ ถุงพลาสติก กระสอบพลาสติก พลาสติกแผ่น และฟิล์มพลาสติก อย่างไรก็ตาม นโยบายภาครัฐและกระแสแรงกดดันและเลิกการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ผลิตจากปิโตรเลียมแบบใช้ครั้งเดียวทิ้งซึ่งย่อยสลายได้ยาก รวมถึงการพัฒนาพลาสติกชีวภาพ (Bioplastics) ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อาจทำให้ความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนบางประเภทอาจมีแนวโน้มชะลอตัวบ้าง

ภาวะอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อน

จากผลสำรวจของ Forst & Sullivan คาดว่าตลาดของบรรจุภัณฑ์พลาสติกในประเทศไทย ปี 2567 จะมีมูลค่าประมาณ 9.1 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือประมาณ 273 พันล้านบาท เพิ่มขึ้นจากขนาด 189 พันล้านบาทในปี 2561 ซึ่งในจำนวนนี้เป็นสัดส่วนของบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนอยู่ประมาณร้อยละ 50-53 สำหรับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อน เป็นอุตสาหกรรมที่เติบโตอย่างรวดเร็ว เนื่องจากความสะดวกในการใช้งาน ราคาประหยัด และความสามารถในการถนอมผลิตภัณฑ์ที่บรรจุ ปัจจุบันรูปแบบการใช้ชีวิตที่มีความห่วงใยเรื่องสุขภาพมากขึ้น เพิ่มความต้องการบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนขนาดเล็ก เพื่อนำไปบรรจุผลิตภัณฑ์อาหารได้หลายหลายยิ่งขึ้น ขณะที่ความคุ้มค่าและต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อน สร้างความต้องการนำไปใช้กับผลิตภัณฑ์การดูแลสุขภาพบ้าน (Home Care) (ที่มา: Euromonitor) อย่างไรก็ตามการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 เพิ่มความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อน ในรูปแบบต่างๆ มากขึ้น โดยเฉพาะทางด้านอาหารและเครื่องดื่ม และด้านเครื่องมือแพทย์

ภาวะการแข่งขัน

จากฐานข้อมูลกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ตลาดบรรจุภัณฑ์พลาสติกมีผู้ประกอบการรวมทั้งสิ้น 1,296 ราย ประกอบด้วย ผู้ผลิตขนาดเล็ก 1,000 ราย ขนาดกลาง 201 ราย และขนาดใหญ่ 95 ราย หากเปรียบเทียบในเชิงของส่วนแบ่งการตลาดซึ่งคำนวณจากรายได้รวมในปี 2560 ผู้ผลิตขนาดเล็กและขนาดกลางมีส่วนแบ่งการตลาดรวมกันร้อยละ 33.14 และผู้ผลิตขนาดใหญ่มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 66.86

ตารางแสดงสัดส่วนผู้ผลิตในตลาดบรรจุภัณฑ์พลาสติก

ขนาดของผู้ผลิต	จำนวน (ราย)	รายได้รวม (ล้านบาท)	กำไรสุทธิ (ล้านบาท)	ส่วนแบ่งการตลาด (ร้อยละ)
ผู้ผลิตขนาดเล็ก	1,000	14,357.87	(113.46)	7.53
ผู้ผลิตขนาดกลาง	201	48,858.54	1,654.23	25.61
ผู้ผลิตขนาดใหญ่	95	127,536.50	7,268.97	66.86
รวม	1,296	190,752.91	8,809.74	100.00

ที่มา : ฐานข้อมูลกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

หมายเหตุ : 1) หลักเกณฑ์การคิดขนาดของธุรกิจ ดังนี้

- 1.1) กลุ่มธุรกิจขนาดเล็ก หมายถึง นิติบุคคลที่มีรายได้ไม่เกิน 100 ล้านบาท
- 1.2) กลุ่มธุรกิจขนาดกลาง หมายถึง นิติบุคคลที่มีรายได้มากกว่า 100 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 500 ล้านบาท
- 1.3) กลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ หมายถึง นิติบุคคลที่มีรายได้มากกว่า 500 ล้านบาท

อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง เนื่องจากบรรจุภัณฑ์มีหลากหลายประเภทและมีผู้ผลิตทั้งรายเล็ก และรายใหญ่มากทำให้ลูกค้ามีทางเลือกและมีสินค้าทดแทนเป็นจำนวนมาก ซึ่งบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนเป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมประเภทนี้ อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตในแต่ละกลุ่มจะมีกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันไป โดยหากเป็นผู้ผลิตรายเล็กจะมุ่งเน้นกลยุทธ์ด้านราคามากกว่าคุณภาพ ในขณะที่ผู้ผลิตขนาดกลางถึงใหญ่จะเน้นการผลิตสินค้า ให้ได้คุณภาพมาตรฐาน ดังนั้น การแข่งขันในธุรกิจจึงเกิดขึ้นเฉพาะในกลุ่มผู้ผลิตที่เป็นผู้ประกอบการที่มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าเดียวกัน ซึ่งตามนิยามของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม บริษัท จัดอยู่ในกลุ่มผู้ผลิตขนาดใหญ่ ซึ่งบริษัทสามารถผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนที่มีคุณภาพ สินค้าของบริษัท ได้รับการรับรองมาตรฐานระดับสากล ได้แก่ FSSC 22000 (Food Safety System Certification 22000), GMP (Good Manufacturing Practices) และ HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point) รวมไปถึงจนถึง มาตรฐาน URSA (SEDEX) ซึ่งเป็นการรับรองจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจด้านแรงงาน ซึ่งเป็นข้อกำหนดของผู้ประกอบการ ที่เป็นบริษัทข้ามชาติ นอกจากนี้ เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตของบริษัท นำเข้าจากต่างประเทศ เช่น ไต้หวัน อิตาลี จีน เป็นต้น และใช้ระบบการพิมพ์แบบโรโตกราเวียร์ (Rotogravure) พิมพ์ได้สูงสุด 10 สี ทำให้บรรจุภัณฑ์ที่ผลิตได้มีความสวยงาม โดยกลุ่มลูกค้าของบริษัท เป็นผู้ผลิตสินค้าอุปโภคและสินค้าบริโภค รายใหญ่ของประเทศ จึงให้ความสำคัญกับการคัดเลือกผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์อย่างมาก เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ถือเป็นส่วนสำคัญอีกปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยสร้างความแตกต่างและโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ของลูกค้า ยิ่งไปกว่านั้น บริษัท ยังมุ่งเน้นการให้บริการ

ทั้งก่อนและหลังการขายอย่างใกล้ชิดและรวดเร็ว เพื่อเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัท กับผู้ผลิตรายอื่นๆ ทั้งนี้ คู่แข่งที่สำคัญ ที่อยู่ในตลาดเดียวกันกับบริษัท ได้แก่ กลุ่มบริษัทแอมคอร์ บริษัท ฮูทามากิ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท พูจิ เอช จำกัด บริษัท ไดอิชิแพคเคจิ้ง จำกัด บริษัท ฟรีแพค ประเทศไทย จำกัด บริษัท ฟิล์มมาสเตอร์ จำกัด และบริษัท พรินท์ มาสเตอร์ จำกัด

**ตารางแสดงรายได้จากการขายและบริการของผู้ประกอบการในกลุ่มอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติก
ชนิดอ่อน (Flexible Packaging)**

(หน่วย: ล้านบาท)

ชื่อบริษัท	ปี 2559	ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562
1. กลุ่มบริษัทแอมคอร์ ^{(1), (2)}	5,534.21	5,585.08	5,524.47	6,094.09
2. บริษัท ฮูทามากิ (ประเทศไทย) จำกัด	4,148.09	4,487.79	4,499.55	4,625.47
3. บริษัท พูจิ เอช จำกัด ⁽³⁾	4,187.64	4,394.27	4,567.68	4,077.44
4. บริษัท ไดอิชิแพคเคจิ้ง จำกัด	1,859.29	2,025.39	2,030.13	2,203.59
5. บริษัท ฟรีแพค ประเทศไทย จำกัด	1,703.90	1,951.01	1,981.67	2,108.90
6. บริษัท ฟิล์มมาสเตอร์ จำกัด	1,461.47	1,514.85	1,422.81	1,512.59
7. บริษัท สตาร์ฟлекс จำกัด (มหาชน)	1,170.40	1,337.87	1,361.18	1,255.64
8. บริษัท พรินท์ มาสเตอร์ จำกัด	1,313.20	1,203.81	1,432.59	1,233.61
บริษัทอื่นที่ประกอบธุรกิจบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนจำนวน 13 ราย	7,257.80	7,252.97	7,351.66	7,993.27
รวมรายได้จากการขายและบริการของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อน	28,636.01	29,753.05	24,647.28	31,104.60

ที่มา : ข้อมูลผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนได้มาจากบริษัท ในขณะที่ข้อมูลรายได้จากการขายและบริการเป็นข้อมูลจากปัสซิเนสออนไลน์

- หมายเหตุ : 1) กลุ่มบริษัทแอมคอร์ ประกอบด้วย บริษัท แอมคอร์ เฟลิกซ์เบิ้ล กรุงเทพ จำกัด (มหาชน), บริษัท แอมคอร์ เฟลิกซ์เบิ้ล ชลบุรี จำกัด, บริษัท แอมคอร์ เฟลิกซ์เบิ้ล เพชรบุรี จำกัด และบริษัท แอมคอร์ เฟลิกซ์เบิ้ล ระยอง จำกัด
- 2) รอบระยะเวลาบัญชีเริ่มต้นวันที่ 1 กรกฎาคม และสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน
- 3) รอบระยะเวลาบัญชีเริ่มต้นวันที่ 1 เมษายน และสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม

การจัดหาผลิตภัณฑ์

การผลิต

ปัจจุบันโรงงานของบริษัทฯ ตั้งอยู่ที่เลขที่ 189/48-49 หมู่ที่ 3 ตำบลบางเพรียง อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ บนเนื้อที่รวม 18 ไร่ 3 งาน 86 ตารางวา บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนที่ผลิตทั้งหมดเป็นการผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตเป็นเครื่องที่นำเข้าจากต่างประเทศ เช่น ไต้หวัน อิตาลี จีน เป็นต้น โดยบริษัทฯ ใช้ระบบการพิมพ์แบบโรโตกราเวียร์ (Rotogravure) พิมพ์ได้สูงสุด 10 สี ซึ่งเป็นกรรมวิธีการพิมพ์แบบแม่พิมพ์ร่องลึก ส่วนที่เป็นภาพหรือลายเส้นที่พิมพ์จะถูกกัดเจาะเป็นหลุมเล็กๆ ซึ่งเป็นส่วนที่เก็บหมึกสำหรับที่จะพิมพ์ลงบนฟิล์ม ส่วนบริเวณที่ไม่ใช่ภาพจะเป็น

ผิวเรียบ การพิมพ์ระบบกราเวียร์เป็นระบบที่สามารถเก็บรายละเอียดของภาพพิมพ์ได้อย่างดีเยี่ยมทำให้ภาพพิมพ์ดูสวยงามเป็นธรรมชาติ การทำงานควบคุมระบบการจับตำแหน่งมาร์คของภาพด้วยคอมพิวเตอร์ ทำให้สามารถพิมพ์งานได้รวดเร็วและมีความแม่นยำสูง โดยคอมพิวเตอร์จะจับตำแหน่งของภาพแบบอัตโนมัติ และมีกล้องตรวจจับของเสียในระหว่างกระบวนการพิมพ์ ระบบดังกล่าวจะช่วยลดความสูญเสียจากกระบวนการผลิตและควบคุมคุณภาพได้ดีและมีประสิทธิภาพมากขึ้นนอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ขยายกำลังการผลิตเพื่อรองรับการเติบโตในอนาคต โดยได้เช่าพื้นที่อาคารโรงงานและสำนักงาน ซึ่งตั้งอยู่เลขที่ 470/3-4 หมู่ 5 ตำบลแพรกษาใหม่ อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ พื้นที่ใช้สอยรวม 5,300 ตารางเมตร จากบริษัท เอ็น.เอส.พี.เค จำกัด และซื้อเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนรวมถึงอุปกรณ์ต่างๆ จากบริษัท โฮลี่ พลาส จำกัด ประกอบด้วย เครื่องพิมพ์ เครื่องเคลือบ Dry Lamination เครื่องผ่าม้วน และเครื่องกรอ

กำลังการผลิตและปริมาณการผลิต

		ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563
กำลังการผลิตเต็มที่	(ล้านเมตร)	131.82	184.44	207.81	207.81
ปริมาณการผลิตจริง	(ล้านเมตร)	120.23	137.38	144.78	155.93
อัตราการใช้กำลังการผลิต	(ร้อยละ)	91.21	74.48	69.67	74.95

กำลังการผลิตเต็มที่ คำนวณจากประสิทธิผลโดยรวมของเครื่องจักร (Overall Equipment Efficiency : OEE) ของเครื่องพิมพ์ ซึ่งพิจารณาจากค่าเฉลี่ยสูงสุด (Maximum Average) ของ 3 ปัจจัยหลัก ประกอบด้วย อัตราเดินเครื่อง (Availability) ประสิทธิภาพเดินเครื่อง (Performance Efficiency) และอัตราคุณภาพ (Quality Rate) โดยจำนวนชั่วโมงทำงานอยู่ที่วันละ 22 ชั่วโมง และจำนวนวันทำงานเฉลี่ยอยู่ที่ 26 วันต่อเดือน บริษัทฯ ได้ลงทุนซื้อเครื่องพิมพ์เพิ่มจำนวน 1 เครื่อง โดยติดตั้งแล้วเสร็จในเดือนธันวาคม 2563 ซึ่งคาดว่าจะทำให้กำลังการผลิตเต็มที่เพิ่มขึ้นในปี 2564 เป็นจำนวน 267.81 ล้านเมตรต่อปี

การจัดหาวัตถุดิบ

ในการจัดหาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้าของบริษัท นั้น จะพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. คุณภาพของวัตถุดิบ

จากการที่บริษัท ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ จึงมุ่งเน้นการสั่งซื้อวัตถุดิบที่มีคุณภาพจากผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายที่มีศักยภาพและความสามารถที่จะจัดส่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพตามที่กำหนดได้อย่างครบถ้วนและตรงตามกำหนดเวลาที่ต้องการ โดยบริษัท มีการจัดทำรายชื่อผู้ผลิตและ/หรือผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (Approved Vendor List) เพื่อใช้ในการกลั่นกรองผู้ผลิตและผู้จำหน่ายที่มีคุณภาพ ทั้งนี้ บริษัทฯ จะมีกระบวนการในการตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบรวมทั้งเยี่ยมชมและตรวจสอบโรงงานของผู้ผลิตรายใหม่ก่อนที่จะอนุมัติให้เป็นผู้ผลิตและ/หรือผู้จำหน่ายของบริษัท ซึ่งบริษัทจะทำการทบทวนผลการประเมินทุก 6 เดือน โดยพิจารณาจากคุณภาพและประวัติการส่งมอบวัตถุดิบเป็นหลัก

นอกจากนี้ แผนกตรวจสอบคุณภาพ (QA) จะทำการสุ่มตรวจสอบวัตถุดิบทุกครั้งจากผู้ผลิตและ/หรือผู้จัดจำหน่ายนำวัตถุดิบมาส่ง เพื่อให้มั่นใจในคุณภาพของวัตถุดิบที่จะนำมาใช้ในการกระบวนการผลิตสินค้าของบริษัท

2. ระยะเวลาในการส่งมอบวัตถุดิบ

การซื้อวัตถุดิบในประเทศจะมีระยะเวลาในการส่งมอบวัตถุดิบประมาณ 20-30 วัน ขึ้นอยู่กับประเภทวัตถุดิบ ในขณะที่การสั่งซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศมีระยะเวลาในการส่งมอบวัตถุดิบประมาณ 45-90 วัน เนื่องจากต้องเผื่อระยะเวลาขนส่งซึ่งขึ้นอยู่กับประเทศที่สั่งซื้อ

3. ราคาและแนวโน้มของราคาวัตถุดิบ

โดยเฉพาะอย่างยิ่งฟิล์มซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ของบริษัท ซึ่งราคาจะเปลี่ยนแปลงตามราคาน้ำมันในตลาดโลก ดังนั้น ในการสั่งซื้อวัตถุดิบแต่ละครั้ง บริษัท จะต้องพิจารณาปริมาณวัตถุดิบที่จะสั่งซื้อ ประกอบกับระยะเวลาที่จะสั่งซื้อให้เป็นไปอย่างเหมาะสม โดยบริษัท จะมีการติดตามความเคลื่อนไหวและแนวโน้มราคาวัตถุดิบอย่างใกล้ชิด เพื่อที่จะสามารถบริหารต้นทุนวัตถุดิบได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. การไม่พึ่งพิงผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายรายใดรายหนึ่งหรือน้อยราย

บริษัทมีนโยบายการจัดหาวัตถุดิบหลักได้แก่ ฟิล์ม หมึก กาว จากผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบอย่างน้อยจำนวน 2 ราย เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้ผลิตและ/หรือผู้จัดจำหน่ายรายใดรายหนึ่ง อีกทั้งยังช่วยเพิ่มอำนาจต่อรองกับผู้ผลิตและ/หรือผู้จัดจำหน่ายในด้านของราคาและระยะเวลาการส่งมอบวัตถุดิบ

ตารางแสดงสัดส่วนการซื้อวัตถุดิบจากในประเทศและต่างประเทศ

การซื้อวัตถุดิบ	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563
ซื้อวัตถุดิบในประเทศ	74.95	79.64	64.69
ซื้อวัตถุดิบต่างประเทศ	25.05	20.36	35.31
รวมซื้อวัตถุดิบ	100.00	100.00	100.00

รายละเอียดหลักของวัตถุดิบที่สำคัญของบริษัทฯ มีดังนี้

1. ฟิล์ม (Film)

ฟิล์มถือเป็นวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตทั้งในกระบวนการพิมพ์ (Printing) และเคลือบ (Lamination) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 76.94 ร้อยละ 68.17 และร้อยละ 61.54 ของมูลค่าการซื้อวัตถุดิบรวมในปี 2561-2563 ตามลำดับ บริษัทฯ สั่งซื้อฟิล์มจากผู้ผลิต/ผู้จัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ ขึ้นอยู่กับประเภทของฟิล์มที่จะนำมาใช้ในการผลิตซึ่งจะแตกต่างกันตามคุณสมบัติ (Specification) และวัตถุประสงค์ในการใช้งาน โดยบริษัทฯ ได้ร่วมกับผู้ผลิตแต่ละรายในการพัฒนาสูตร

ฟิล์มขึ้นมากกว่า 40 สูตร เพื่อตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้าแต่ละราย ปัจจุบัน ฟิล์มที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนของบริษัท สามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มตามคุณสมบัติของฟิล์มได้ 3 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

- 1.1 ฟิล์มที่รองรับการพิมพ์ (Printability) เนื้อฟิล์มประเภทนี้จะสามารถซึมซับสีได้ดี ให้สีสันทึบสวยงาม เมื่อมีการพิมพ์แล้วหมึกพิมพ์จะไม่เลอะออกจากแบบแม่พิมพ์ ฟิล์มประเภทนี้ ได้แก่ OPA, PET และ OPP
- 1.2 ฟิล์มที่มีคุณสมบัติปกป้องบรรจุภัณฑ์ภายในจากปัจจัยต่างๆ (Barrier) เนื้อฟิล์มประเภทนี้จะมีคุณสมบัติเด่นในการป้องกันแสงแดด ความชื้น และอากาศเข้าสู่บรรจุภัณฑ์ ซึ่งจะช่วยในการถนอมและรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในบรรจุภัณฑ์ ฟิล์มประเภทนี้ ได้แก่ MPET และอลูมิเนียมฟอยล์
- 1.3 ฟิล์มที่ใช้ปิดผนึกขึ้นรูป (Sealant) ซึ่งเป็นฟิล์มประเภทที่บริษัท มีการใช้มากที่สุด โดยลักษณะของเนื้อฟิล์มประเภทนี้จะมีคุณสมบัติเด่นที่มีจุดหลอมเหลวต่ำ เมื่อเนื้อฟิล์มถูกความร้อนที่ระดับ 100-200 องศาเซลเซียส จะสามารถละลายติดกันได้ง่ายและปิดผนึกขึ้นรูปได้ดี โดยเนื้อฟิล์มที่มีคุณสมบัติดังกล่าวมักจะถูกใช้เป็นฟิล์มชั้นในสุดที่จะสัมผัสกับผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในบรรจุภัณฑ์จึงต้องเป็นฟิล์มประเภท Food Grade หรือฟิล์มที่สามารถสัมผัสกับอาหารได้โดยตรง ได้แก่ LLDPE, WLLDPE, CPP, MCPPE และ MOPP

2. หมึกพิมพ์ (Ink)

บริษัทฯ สั่งซื้อหมึกพิมพ์ทั้งหมดจากผู้ผลิตและจัดจำหน่ายหลักในประเทศจำนวน 6-8 ราย ทั้งนี้ คุณสมบัติ ของหมึกพิมพ์ของผู้ผลิตแต่ละรายจะแตกต่างกัน เช่น ความหนืด, ความละเอียดของเม็ดสี, การเกาะติด เป็นต้น ดังนั้น ในการพิจารณาเลือกซื้อหมึกพิมพ์จากผู้ผลิตใดๆ บริษัทฯ จะคำนึงถึงระดับความหนืดที่เหมาะสมกับฟิล์มที่จะใช้ผลิตและคุณสมบัติที่ต้องการในชิ้นงานนั้นๆ เพื่อให้สินค้าที่ผลิตได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

3. กาว (Adhesive)

กาวเป็นวัตถุดิบที่ใช้ในการประสานระหว่างชั้นฟิล์มในกระบวนการเคลือบ (Laminate) บริษัทฯ สั่งซื้อกาวจากผู้ผลิตและจัดจำหน่ายในประเทศจำนวน 7-10 ราย โดยผู้ผลิตแต่ละรายสามารถจัดหา กาวที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกัน และอยู่ในระดับมาตรฐานที่บริษัทฯ ยอมรับได้

4. ตัวทำละลาย (Solvent)

ตัวทำละลาย (Solvent) เป็นสารเคมีที่นำมาผสมกับหมึกพิมพ์เพื่อให้หมึกพิมพ์มีระดับความหนืดตามที่ต้องการ ตัวทำละลายที่บริษัทฯ ใช้ เช่น Ethyl Acetate, Toluene, IPA เป็นต้น ปัจจุบัน บริษัทฯ สั่งซื้อตัวทำละลายจากผู้ผลิตและจัดจำหน่ายหลักในประเทศจำนวน 6-7 ราย นอกเหนือจากวัตถุดิบหลักตามที่กล่าวข้างต้น แม่พิมพ์ (Cylinder) ถือเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตที่มีผลต่อคุณภาพงานพิมพ์อย่างมาก โดยแผนกพัฒนาภาพพิมพ์ (Image) จะนำไฟล์แบบพิมพ์ที่ได้รับจากลูกค้ามาทำการจัดกลุ่มสีและแยกกลุ่มสีออกเป็นชั้นๆ ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เมื่อนำแต่ละชั้นมาประกอบกันจะทำให้ได้ภาพ

พิมพ์บนบรรจุภัณฑ์ตามแบบที่ลูกค้ากำหนด โดยแบบพิมพ์ที่ได้จากการจัดขึ้นสีดังกล่าวจะถูกนำไปเป็นแบบในการผลิตแม่พิมพ์ ซึ่งบริษัท จะจ้างผู้ผลิตแม่พิมพ์จากภายนอกในการผลิตแม่พิมพ์ให้แก่บริษัท ปัจจุบัน บริษัทสั่งผลิตแม่พิมพ์จากผู้ผลิตจำนวน 7 ราย โดยจะพิจารณาจากระยะเวลาในการจัดส่งและราคาเป็นหลัก

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

กระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนของบริษัทฯ จะมีขยะปนเปื้อนสารเคมี ได้แก่ หมึกพิมพ์ กาว และตัวทำละลาย ที่เกิดจากการใช้ตัวทำละลายในการล้างทำความสะอาดหมึกพิมพ์และกาวออกจากวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ โดยจะนำของเสียดังกล่าวไปผ่านกระบวนการกลั่น ซึ่งจะทำให้ได้สารละลายที่อยู่ในรูปของเหลวและกาก โดยสารละลายที่อยู่ในรูปของเหลว บริษัทฯ จะนำกลับไปใช้ในการทำความสะอาดเครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ และสารละลายที่อยู่ในรูปกาก ปัจจุบัน บริษัทฯ ว่าจ้างบริษัท เบตเตอร์ เวิลด์ กรีน จำกัด (มหาชน) เพื่อนำกากดังกล่าวไปทำลายด้วยกระบวนการที่ต้องตามที่กฎหมายกำหนด

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังจัดให้มีการตรวจสอบสุขศาสตร์อุตสาหกรรมทุกปี โดยว่าจ้างบริษัท ซี.อี.เอ็ม เทคโนโลยี (ไทยแลนด์) จำกัด เข้ามาตรวจสอบคุณภาพสิ่งแวดล้อมในด้านต่างๆ ได้แก่ การตรวจวัดคุณภาพอากาศ การตรวจวัดปริมาณสารเจือปนในอากาศที่ระบายออกจากปล่อง การตรวจวัดความเข้มข้นของแสง การตรวจสอบความดังของเสียง รวมถึงการตรวจสอบระดับความร้อนในสถานประกอบการ พบว่าผลการตรวจวัดในทุกประเด็นมีค่าอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด

ปัจจัยความเสี่ยงและการจัดการ

1. ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 (Covid-19)

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา หรือโควิด-19 ตั้งแต่ปลายปี 2562 จนถึงปัจจุบัน บริษัทเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ รวมถึงเพิ่มความเข้มข้นในการดำเนินการตามมาตรการของบริษัท เช่น การบริหารสภาพคล่อง มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของพนักงานและจากบุคคลภายนอก รวมถึงดำเนินการซ่อมเหตุการณ์จำลองตามแผนบริหารความต่อเนื่องจากธุรกิจ (Business Continuity Plan) ซึ่งได้จำลองทั้งเหตุการณ์ปกติไปจนถึงเหตุการณ์ที่เลวร้ายที่สุด โดยได้สื่อสารไปยังคู่ค้าของบริษัท และได้จัดทำแผนการบริหารวิกฤติ แผนการจัดหาซัพพลายเออร์ที่รองรับการผลิตในกรณีฉุกเฉิน รวมถึงปรับปรุงแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจขององค์กร (Business Continuity Plan) ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อให้สามารถรับมือกับภาวะวิกฤติทั้งในระยะสั้นและระยะยาวให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

2. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่

บริษัทขยายตลาดให้ครอบคลุมฐานลูกค้าที่กว้างขึ้น ทั้งในส่วนบรรจุกภัณฑ์สำหรับสินค้าอุปโภคและบริโภค ด้วยการเจาะตลาดสำหรับสินค้าใหม่ๆ เช่น อุปกรณ์ทางการแพทย์ เป็นต้น รวมถึงการขยายตลาดไปยังกลุ่มบรรจุกภัณฑ์สำหรับสินค้าบริโภคเพิ่มขึ้น โดยบริษัทมีการเพิ่มทีมการตลาดใหม่ เพื่อรับผิดชอบลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการในกลุ่มสินค้าบริโภคเป็นหลัก เพื่อที่จะสามารถติดตามดูแลและให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญในการพัฒนาบรรจุกภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการใช้งานของลูกค้าได้อย่างหลากหลายไม่ว่าจะเป็น Shrink Film, Retort Pouch, Spout Pouch เป็นต้น ซึ่งจะช่วยให้บริษัท สามารถขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ได้เพิ่มขึ้นอีกด้วย

3. ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบหลัก

ในปี 2563 ระดับราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกมีความผันผวนสูง ซึ่งระดับราคาของน้ำมันดิบมีความผันผวนปรับขึ้นลงตามกำลังการผลิต จากความผันผวนของระดับราคาน้ำมันดิบและเม็ดพลาสติก ส่งผลให้ฟิล์มมีราคาค่อนข้างผันผวนตามไปด้วย ดังนั้นบริษัทจึงมีนโยบายในการซื้อวัตถุดิบโดยตรงจากผู้ผลิต ทำให้มีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ผลิต มีอำนาจในการต่อรองราคาและสามารถติดตามสถานการณ์แนวโน้มราคาได้เป็นอย่างดี ซึ่งปัจจุบันบริษัทสามารถสำรองวัตถุดิบที่สำคัญเพียงพอต่อการผลิต ซึ่งถือเป็นการบริหารต้นทุนในการสั่งซื้อวัตถุดิบได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ความเสี่ยงจากการมีปริมาณสินค้าคงคลังในระดับสูง

บริษัทมีนโยบายควบคุมดูแลการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือทั้งในส่วนของวัตถุดิบ งานระหว่างทำ และสินค้าสำเร็จรูปให้สอดคล้องกับแผนการขายประจำปี โดยมีการจัดทำรายงานวิเคราะห์อายุสินค้าคงเหลือและรายงานการเคลื่อนไหวของสินค้าสำเร็จรูปทุกสิ้นเดือน เพื่อรายงานให้ผู้บริหารที่เกี่ยวข้อง เพื่อวิเคราะห์และวางแผนในการดำเนินการ

จัดจำหน่ายสินค้าได้อย่างเหมาะสม เพื่อป้องกันการเสื่อมสภาพและความล้าสมัยของสินค้า นอกจากนี้ยังมีการจัดทำระบบ Dashboard เพื่อเป็นเครื่องมือให้ผู้บริหารสามารถดูข้อมูลปริมาณสินค้าคงคลังแบบ Real time ซึ่งช่วยให้ผู้บริหารสามารถวิเคราะห์ข้อมูลรวมถึงตัดสินใจและวางแผนการดำเนินการต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว สำหรับการสั่งซื้อวัตถุดิบนั้น แผนกวางแผนและแผนกคลังสินค้าจะพิจารณาจากวัตถุดิบที่มีอยู่ในคลังสินค้าประกอบกับความต้องการใช้งานตามคำสั่งซื้อของลูกค้า หากปริมาณวัตถุดิบคงเหลือน้อยกว่าขั้นต่ำที่บริษัทกำหนดไว้ จึงจะสั่งซื้อเพื่อรักษาปริมาณวัตถุดิบให้เพียงพอต่อการผลิต จากการดำเนินการดังกล่าวของบริษัทส่งผลให้บริษัท สามารถควบคุมปริมาณสินค้าคงเหลือได้อย่างเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

5. ความเสี่ยงจากการพึ่งพาผู้บริหารตำแหน่งที่สำคัญ

บริษัทได้แต่งตั้งคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนขึ้น เพื่อดำเนินการสรรหา พิจารณา ค่าตอบแทน และคัดกรองบุคคลที่จะเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการ รวมถึงผู้บริหารระดับสูง เพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และมั่นใจได้ว่าบุคคลที่จะเข้ามาเป็นกรรมการ และผู้บริหารระดับสูงเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ และมีประสบการณ์ที่เหมาะสม นอกจากนี้มีการจัดให้มีกระบวนการด้านการบริหารงานบุคคลสำหรับตำแหน่งงานสำคัญของบริษัท ตามนโยบายส่งเสริมพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพ มีทักษะ ความชำนาญ เพื่อให้พนักงานมีทักษะที่หลากหลาย เหมาะสมต่อการสืบทอดตำแหน่งที่สำคัญของบริษัท นอกจากนี้บริษัทมีระบบการประเมินผลงาน และค่าตอบแทน รวมถึงการพิจารณาสวัสดิการที่เหมาะสมเพื่อสร้างแรงจูงใจให้พนักงานทำงานกับบริษัทอย่างต่อเนื่องในระยะยาว

6. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงแรงงานที่มีฝีมือ

การผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนต้องอาศัยแรงงานที่มีทักษะและความชำนาญในการผลิตสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการวิเคราะห์และจัดลำดับชั้นสีของแม่สี การผสมสีให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า รวมถึงการควบคุมเครื่องจักรในกระบวนการพิมพ์ฟิล์ม ซึ่งเป็นขั้นตอนการผลิตที่จะส่งผลต่อความสวยงามของภาพพิมพ์บนฟิล์ม หากบริษัทขาดแรงงานที่มีฝีมือในการผลิต การพัฒนาทักษะและความชำนาญดังกล่าวต้องใช้เวลาในการฝึกฝน และส่วนใหญ่จะเป็นการฝึกฝนจากการปฏิบัติงานจริง (On the Job Training)

บริษัทจัดให้มีแผนพัฒนา Supervision/ IDP/ Succession Plan ซึ่งเป็นแผนการพัฒนาด้านบุคคล เพื่ออบรม และฝึกฝนพนักงานอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมให้พนักงานมีทักษะและความสามารถในระดับสูง และมีความเจริญก้าวหน้าและสามารถเติบโตไปองค์กรได้อย่างต่อเนื่อง ประกอบกับบริษัทยังมีการจัดระบบสวัสดิการที่ดี โดยมีเป้าหมายที่ชัดเจนเพื่อจูงใจให้พนักงานทำงานกับบริษัทอย่างต่อเนื่องในระยะยาว นอกจากนี้บริษัทมีการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน และมีนโยบายที่จะใช้เครื่องจักรเข้ามามีส่วนช่วยในการรักษามาตรฐานของผลิตภัณฑ์มากขึ้น ได้แก่ เครื่องผสมสี (Ink Dispensing) ทำให้ขั้นตอนการผลิตได้สีที่ชัดเจน รวดเร็ว แม่นยำตามสีที่ลูกค้าต้องการ และลดการพึ่งพิงทักษะและฝีมือของบุคลากรลงได้ในระดับหนึ่ง

7. ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

บริษัทมีนโยบายในการกำหนดราคาสินค้าโดยคำนึงถึงความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งจะ
ทำให้บริษัทสามารถกำหนดราคาขายสินค้าได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับต้นทุนของสินค้าได้ในระดับหนึ่ง นอกจากนี้
บริษัทจะมีการติดตามข่าวสารและความเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศอย่างใกล้ชิดและจะพิจารณา
ป้องกันความเสี่ยงด้วยการซื้อเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) ตามสถานการณ์และความ

8. ความเสี่ยงจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อน

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพของสินค้าและผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่เพื่อตอบสนองความ
ต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่องและทันต่อเหตุการณ์เปลี่ยนแปลงต่างๆที่เกิดขึ้น โดยจะทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน
ต่างๆ ได้แก่ ฝ่ายขายและการตลาด ฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ฝ่ายผลิต ฝ่ายจัดซื้อ และฝ่ายประกันคุณภาพ รวมถึงคู่
ค้าที่เป็นผู้ผลิตวัตถุดิบหลัก โดยฝ่ายขายและการตลาดจะรับโจทย์ความต้องการของลูกค้ารวมถึงติดตามแนวโน้มของ
ตลาดอย่างใกล้ชิด เพื่อให้ฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องเตรียมพร้อมในการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้ตามความต้องการของ
ลูกค้าหรือตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป นอกจากนี้ บริษัทยังมุ่งเน้นการให้บริการที่รวดเร็วและใกล้ชิดกับลูกค้า โดยมีการติดตาม
ความพึงพอใจของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และมีการจัดประชุมเพื่อร่วมวางแผนกับลูกค้าเจ้าหลักเป็นประจำ ทั้งนี้ เพื่อแก้ไข
ปัญหาที่อาจเกิดขึ้น และเตรียมพร้อมวางแผนการผลิต รวมทั้งปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจให้สอดคล้องกับภาวะการแข่งขันใน
ตลาดที่อาจเปลี่ยนแปลงไปได้อย่างทันการณ์

9. ความเสี่ยงจากมาตรการจากภาครัฐเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

จากการตระหนักและให้ความสำคัญในเรื่องปัญหาสิ่งแวดล้อม และรองรับพฤติกรรมของทั้งผู้ผลิตสินค้าและ
ผู้บริโภคสินค้าที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัทกำลังพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆที่เป็นมิตรกับ
สิ่งแวดล้อม ทั้งประเภทที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ และที่เป็นวัตถุดิบประเภทเดียวกันซึ่งสามารถนำไปรีไซเคิลได้
และได้เตรียมพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว โดยการร่วมมือให้ทุนกับคณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
เพื่อสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สามารถย่อยสลายได้ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความพร้อมในการพัฒนาบรรจุ
ภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสอดคล้องกับนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของภาครัฐอย่าง
ต่อเนื่อง

การวิจัยและพัฒนา

บริษัทเล็งเห็นถึงความสำคัญของการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างหลากหลายโดยสามารถบริหารต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญที่จะสร้างความแตกต่างและเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของบริษัท ทั้งนี้การวิจัยและพัฒนาของบริษัท ประกอบการการวิจัยและพัฒนาที่ดำเนินการโดยฝ่ายนวัตกรรมและวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัท และวิจัยร่วมกับหน่วยงานภายนอก ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

การวิจัยและพัฒนาโดยฝ่ายนวัตกรรมและวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์

บริษัทมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่โดยมุ่งเน้นให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัท สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างหลากหลาย ซึ่งจะเป็นการพัฒนาพร้อมกับลูกค้า โดยลูกค้าจะกำหนดคุณสมบัติ (Specification) ของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ และบริษัทจะพัฒนาสูตรและโครงสร้างวัตถุดิบรวมถึงจัดหาวัตถุดิบจากผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบให้รองรับกับความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ บริษัทยังได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง เช่น บรรจุภัณฑ์ที่สามารถผ่านการฆ่าเชื้อด้วยหม้อต้มแรงดันสูง (Retort Pouch) ของพาสเจอร์ไรส์ (Spout Pouch) เป็นต้น

2. การพัฒนาวัตถุดิบ

นอกเหนือจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่แล้ว บริษัทยังมีการพัฒนาสูตรวัตถุดิบใหม่ๆ เพื่อเพิ่มทางเลือกในการเลือกใช้วัตถุดิบ อีกทั้งช่วยลดต้นทุนการผลิตได้อีกทางหนึ่งด้วย ยิ่งไปกว่านั้น ฝ่ายวิจัยและพัฒนายังเตรียมความพร้อมสำหรับการพัฒนาวัตถุดิบให้สามารถรองรับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกให้สอดคล้องกับกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น การพัฒนาฟิล์มประเภท Organics Biodegradable ซึ่งจะย่อยสลายโดยจุลินทรีย์ในสิ่งแวดล้อมเมื่ออยู่ในสภาวะที่เหมาะสม การพัฒนาสูตรฟิล์มให้สามารถนำกลับมารีไซเคิลได้ง่าย โดยการจัดเรียงโมเลกุลของฟิล์มแบบ MDO (Machine Direction Orientation) และแบบ Biaxial Orientation การพัฒนาสูตรเม็ดพลาสติกและเรซินจากการรีไซเคิลให้สามารถนำมาผสมกับเม็ดพลาสติกและเรซินบริสุทธิ์ได้ โดยเป็นสูตรที่เหมาะสมกับโครงสร้างผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

การวิจัยและพัฒนาร่วมกับหน่วยงานนอก

นอกจากการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฝ่ายนวัตกรรมและวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์แล้ว บริษัทยังร่วมให้ทุนกับสำนักงานนโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เพื่อสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา เรื่อง การพัฒนาเทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิตผลิตภัณฑ์นวัตกรรมชีวภาพจากชีวมวลทางการเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรด้วยกระบวนการไบโอรีไฟเนอรี โดยคณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรและอุตสาหกรรม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตทางการเกษตร โดยเฉพาะวัสดุเหลือใช้จากการเกษตรและอุตสาหกรรม

การเกษตร และเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สามารถย่อยสลายได้ (Composable packaging) ทั้งนี้โครงการใช้ระยะเวลาในวิจัยและพัฒนา 3 ปี

สำหรับค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาของบริษัทในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา สรุปได้ดังนี้

ปี	ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา
2561	3.59 ล้านบาท
2562	6.46 ล้านบาท
2563	7.91 ล้านบาท

5. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

5.1 รายละเอียดของทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจดังต่อไปนี้

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ (ล้านบาท)
ที่ดิน - โรงงานของบริษัทฯ โฉนดเลขที่ 35455 35456 35457 35460 35461 อำเภอบางบ่อ จังหวัด สมุทรปราการ รวมพื้นที่ 18 ไร่ 3 งาน 86 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	-	98.62
ที่ดินเปล่า (ข้างโรงงาน) โฉนดเลขที่ 35458 35459 35462 35463 อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ รวมพื้นที่ 13 ไร่ 28 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	-	54.20
อาคาร	เป็นเจ้าของ	-	74.25
ส่วนปรับปรุงอาคาร	เป็นเจ้าของ	-	36.42
เครื่องจักรและอุปกรณ์	เป็นเจ้าของ	-	140.11
	เช่าซื้อ	สัญญาเช่าทางการเงิน	39.04
เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงาน	เป็นเจ้าของ	-	6.09
คอมพิวเตอร์	เป็นเจ้าของ	-	3.00
	เช่าซื้อ	สัญญาเช่าทางการเงิน	1.32
ยานพาหนะ	เป็นเจ้าของ	-	3.12
	เช่าซื้อ	สัญญาเช่าทางการเงิน	3.46
สินทรัพย์ระหว่างติดตั้ง	เป็นเจ้าของ	-	59.39
รวม			519.02

5.2 สรุปสัญญาที่สำคัญในการประกอบธุรกิจ

5.2.1 สัญญาเช่าห้องชุดเพื่อใช้เป็นสำนักงาน

คู่สัญญา	นายสมชาย มีเปรมวัฒนา ในฐานะ “ผู้ให้เช่า” บริษัท สตาร์ฟлекс จำกัด (มหาชน) ในฐานะ “ผู้เช่า”
วันที่ในสัญญา	: วันที่ 1 มีนาคม 2563
ความสัมพันธ์กับบริษัทฯ	: ไม่มี
ทรัพย์สินที่ให้เช่า	: ห้องชุดตามเอกสารราชการโฉนดที่ดินเลขที่ 243044 ห้องชุดเลขที่ 1093/147 (เลขที่ใหม่เป็น 589/147) ชั้น 27 (ปุมกดโนลิฟต์และเลขบอกชั้นเป็นชั้นที่ 26) อาคารเซ็นทรัล ซิตี้ ทาวเวอร์ ทะเบียนอาคารชุดเลขที่ 24/2537 แขวงบางนา เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร รวมเนื้อที่ประมาณ 355.34 ตารางเมตร
วัตถุประสงค์	: ใช้เป็นสำนักงานของบริษัทฯ
อายุของสัญญา	: 3 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2563 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2566
เงื่อนไขการบอกเลิกสัญญา	: หากผู้เช่าผิดนัดไม่ชำระค่าเช่า หรือประพฤติผิดสัญญาข้อหนึ่งข้อใด หรือไม่ปฏิบัติตามหน้าที่ของผู้เช่าตามกฎหมาย หรือผู้เช่าถูกยึดหรือถูกอายัดทรัพย์สินในสถานที่เช่าตามคำสั่งศาล หรือผู้เช่าถูกฟ้องในคดีล้มละลาย ผู้ให้เช่ามีสิทธิบอกเลิกสัญญาเช่าได้ทันที

5.2.2 สัญญาเช่าคลังสินค้า

คู่สัญญา	บริษัท เคอาร์ซี ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ในฐานะ “ผู้ให้เช่า” บริษัท สตาร์ฟлекс จำกัด (มหาชน) ในฐานะ “ผู้เช่า”
วันที่ในสัญญา	: วันที่ 1 พฤษภาคม 2563
ความสัมพันธ์กับบริษัทฯ	: ไม่มี
ทรัพย์สินที่ให้เช่า	: อาคารเลขที่ 188/1 หมู่ที่ 3 ซอยโครงการบางเพ็ญพัฒนา ถนนเคหะ-ลาดหวาย ตำบลบางเพ็ญ อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ พื้นที่ใช้สอย 4,750 ตารางเมตร
วัตถุประสงค์	: ใช้เป็นคลังสินค้าของบริษัทฯ
อายุของสัญญา	: 1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2563 ถึงวันที่ 30 เมษายน 2564
เงื่อนไขการบอกเลิกสัญญา	: หากผู้เช่ามีความประสงค์จะเลิกเช่าอาคาร ก่อนครบกำหนดระยะเวลาเช่าตามที่ระบุในสัญญาฉบับนี้ ผู้เช่าจะต้องแจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าอย่างน้อย 60 วันก่อนสัญญาเช่าสิ้นสุดลง

5.2.3 สัญญาเช่าอาคารโรงงานและสำนักงาน

คู่สัญญา	บริษัท เอ็น.เอส.พี.เค จำกัด ในฐานะ “ผู้ให้เช่า” บริษัท สตาร์ฟлекс จำกัด (มหาชน) ในฐานะ “ผู้เช่า”
วันที่ในสัญญา	: วันที่ 1 เมษายน 2562
ความสัมพันธ์กับบริษัทฯ	: ไม่มี
ทรัพย์สินที่ให้เช่า	: อาคารโรงงาน สำนักงาน และส่วนปรับปรุงอาคาร เลขที่ 470/3-4 หมู่ที่ 5 ตำบลแพรงษาใหม่ อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ 10280 รวมเนื้อที่ 5,300 ตารางเมตร
วัตถุประสงค์	: ใช้เป็นสถานที่สำหรับประกอบการผลิตสินค้าของบริษัทฯ
อายุของสัญญา	: 3 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2562 ถึงวันที่ 31 มีนาคม 2565
เงื่อนไขการต่อสัญญา	: ผู้เช่ามีสิทธิต่อสัญญาได้อีกคราวละสามปี โดยมีหนังสือแจ้งความประสงค์ต่อสัญญาให้กับผู้ให้เช่าล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วัน ก่อนครบกำหนดสัญญาเดิม และผู้ให้เช่าตกลงจะต่อสัญญาให้กับผู้เช่าตามเงื่อนไขเดิมทุกประการ ยกเว้นในส่วนของการเช่าซึ่งคู่สัญญาจะได้ตกลงราคาลดลงตามสภาพเศรษฐกิจ ณ เวลาดังกล่าว
เงื่อนไขการเลิกการเช่าก่อนกำหนด	: ผู้เช่ามีสิทธิเลิกการเช่าก่อนครบกำหนดระยะเวลาตามที่ระบุไว้ในสัญญา โดยแจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าอย่างน้อย 90 วัน
เงื่อนไขการบอกเลิกสัญญา	: กรณีผู้เช่าไม่ชำระหรือค้างชำระค่าเช่าอาคารดังกล่าวเป็นระยะเวลา 3 เดือนติดต่อกัน ผู้ให้เช่ามีสิทธิยกเลิกสัญญาเช่าได้ทันที หรือกรณีคู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งประพฤติผิดนอกเหนือจากที่ระบุไว้เป็นอย่างอื่น คู่สัญญาอีกฝ่ายมีสิทธิแจ้งให้แก้ไขให้ถูกต้องโดยกำหนดระยะเวลาให้พอสมควรแล้วแต่ละกรณี หากไม่สามารถแก้ไขได้ตามกำหนดให้คู่สัญญาฝ่ายที่ไม่ผิดสัญญามีสิทธิบอกเลิกสัญญาได้ทันที

5.2.4 สัญญาเช่าสาธารณูปโภค

คู่สัญญา	บริษัท เอ็น.เอส.พี.เค จำกัด ในฐานะ “ผู้ให้เช่า” บริษัท สตาร์ฟлекс จำกัด (มหาชน) ในฐานะ “ผู้เช่า”
วันที่ในสัญญา	: วันที่ 1 เมษายน 2562
ความสัมพันธ์กับบริษัทฯ	: ไม่มี
ทรัพย์สินที่ให้เช่า	: ระบบสาธารณูปโภค ซึ่งตั้งอยู่ ณ อาคารโรงงาน เลขที่ 470/3-4 หมู่ที่ 5 ตำบล แพรเทศาใหม่ อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ 10280
วัตถุประสงค์	: ใช้เป็นสถานที่ประกอบการผลิตสินค้าของบริษัทฯ
อายุของสัญญา	: 3 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2562 ถึงวันที่ 31 มีนาคม 2565
เงื่อนไขการต่อสัญญา	: ผู้เช่ามีสิทธิต่อสัญญาได้อีกคราวละสามปี โดยมีหนังสือแจ้งความประสงค์ต่อ สัญญาให้กับผู้ให้เช่าล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วัน ก่อนครบกำหนดสัญญาเดิม และผู้ให้เช่าตกลงจะต่อสัญญาให้กับผู้เช่าตามเงื่อนไขเดิมทุกประการ ยกเว้น ในส่วนของค่าเช่าซึ่งคู่สัญญาจะได้ตกลงราคาขึ้นลงตามสภาพเศรษฐกิจ ณ เวลาดังกล่าว
เงื่อนไขการเลิกการเช่าก่อน กำหนด	: ผู้เช่ามีสิทธิเลิกการเช่าก่อนครบกำหนดระยะเวลาตามที่ระบุไว้ในสัญญา โดย แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าอย่างน้อย 90 วัน
เงื่อนไขการบอกเลิกสัญญา	: กรณีผู้เช่าไม่ชำระหรือค้างชำระค่าเช่าอาคารดังกล่าวเป็นระยะเวลา 3 เดือน ติดต่อกัน ผู้ให้เช่ามีสิทธิยกเลิกสัญญาเช่าได้ทันที หรือกรณีคู่สัญญาฝ่ายใด ฝ่ายหนึ่งประพฤติผิดนอกเหนือจากที่ระบุไว้เป็นอย่างอื่น คู่สัญญาอีกฝ่ายมีสิทธิ แจ้งให้แก้ไขให้ถูกต้องโดยกำหนดระยะเวลาให้พอสมควรแล้วแต่แต่ละกรณี หาก ไม่สามารถแก้ไขได้ตามกำหนดให้คู่สัญญาฝ่ายที่ไม่ผิดสัญญามีสิทธิบอกเลิก สัญญาได้ทันที

5.2.5 สัญญาประกันภัย

5.2.5.1 กรณธรรมประกันภัยความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน

โรงงานสตาร์ฟлекс และโกดังเก็บสินค้า

บริษัทประกัน	: บริษัท คุ่มภัยโตเกียวมารีนประกันภัย จำกัด (มหาชน) และบริษัทประกันภัยร่วม
ผู้เอาประกัน	: บริษัท สตาร์ฟлекс จำกัด (มหาชน)
ประเภทกรณธรรม	: กรณธรรมประกันภัยความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน
ที่ตั้งทรัพย์สิน	: (1) โรงงานสตาร์ฟлекс (2) โกดังบางเพรียง (โกดังสินค้า)
ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย	: 1. สิ่งปลูกสร้าง (รวมรากฐาน) รวมทั้งส่วนปรับปรุงต่อเติมอาคาร รั้ว กำแพง ประตูรั้ว บัอมยาม โรงจอดรถ ศาลพระภูมิ เฟอร์นิเจอร์ เครื่องตกแต่งติดตั้งเครื่องใช้ และอุปกรณ์ไฟฟ้าต่างๆ เครื่องมือเครื่องใช้ภายในสำนักงาน เครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ส่วนควบหม้อแปลงไฟฟ้า เครื่องกำเนิดไฟฟ้า ระบบสาธารณูปโภคต่างๆ เช่น ระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบโทรศัพท์ ระบบปรับอากาศ ระบบดับเพลิง และทรัพย์สินอื่นๆ ที่อยู่ภายในความดูแลของบริษัทฯ ในฐานะผู้รักษาทรัพย์สิน 2. เครื่องจักรต่างๆ ที่ใช้ในการผลิต รวมถึงอะไหล่และอุปกรณ์ส่วนควบต่างๆ 3. สต็อกสินค้าต่างๆ รวมถึงสินค้าที่อยู่ในระหว่างการผลิต สินค้าสำเร็จรูป วัตถุดิบต่างๆ วัสดุบรรจุหีบห่อต่างๆ รวมถึงสินค้าเพื่อส่งเสริมการขาย สินค้าตัวอย่างและสินค้าที่มีไว้เพื่อจำหน่ายทุกชนิด
ทุนประกันภัย	: 900,450,000.00 บาท
ระยะเวลาเอาประกัน	: 31 มกราคม 2563 ถึงวันที่ 31 มกราคม 2564
ความคุ้มครอง	: ความสูญเสียหรือเสียหายทางกายภาพต่อทรัพย์สินที่เอาประกันภัยจากภัยต่างๆ เช่น อัคคีภัย ไฟผ่า ภัยระเบิด การถูกชนโดยยานพาหนะ ลูกเห็บ ภัยเนื่องจากน้ำ ภัยลมพายุ ภัยแผ่นดินไหว อากาศยาน ครวินไฟฟ้า ภัยจากจราจลและนัดหยุดงาน ภัยเนื่องจากการกระทำป่าเถื่อนและเจตนาร้าย และความเสียหายโดยอุบัติเหตุจากสาเหตุภายนอกอื่นๆ ซึ่งไม่ได้อยู่ในข้อยกเว้นภายใต้กรณธรรมประกันภัยทรัพย์สิน

5.2.5.2 กรมธรรม์ประกันภัยธุรกิจหยุดชะงัก

โรงงานสตาร์ฟлекс และโกดังเก็บสินค้า

บริษัทประกัน	: บริษัท คุ่มภัยโตเกียวมารีนประกันภัย จำกัด (มหาชน) และบริษัทประกันภัยร่วม
ผู้เอาประกัน	: บริษัท สตาร์ฟлекс จำกัด (มหาชน)
ประเภทกรมธรรม์	: กรมธรรม์ประกันภัยธุรกิจหยุดชะงัก
ที่ตั้งทรัพย์สิน	: (1) โรงงานสตาร์ฟлекс (2) โกดังบางเพ็ญ (โกดังสินค้า)
ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย	: กำไรขั้นต้น
ระยะเวลาในการชดเชย	: 12 เดือน
ทุนประกันภัย	: 40,000,000.00 บาท
ระยะเวลาเอาประกัน	: 31 มกราคม 2563 ถึงวันที่ 31 มกราคม 2564
ความคุ้มครอง	: ความสูญเสียหรือเสียหายของกำไรขั้นต้น และ/หรือ ค่าใช้จ่ายในการทำงานที่เพิ่มขึ้นอันเนื่องมาจากธุรกิจหยุดชะงัก ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องโดยตรงจากความเสียหายที่เกิดขึ้นแก่ทรัพย์สินที่ผู้เอาประกันภัยใช้เพื่อประกอบธุรกิจ

5.2.5.3 การประกันภัยความรับผิดตามกฎหมายต่อบุคคลภายนอก

โรงงานสตาร์ฟлекс และโกดังเก็บสินค้า	
บริษัทประกัน	: บริษัท คัมภีร์โตเกียวมารีนประกันภัย จำกัด (มหาชน) และบริษัทประกันภัยร่วม
ผู้เอาประกัน	: บริษัท สตาร์ฟлекс จำกัด (มหาชน)
ประเภทกรมธรรม์	: การประกันภัยความรับผิดตามกฎหมายต่อบุคคลภายนอก
ที่ตั้งทรัพย์สิน	: (1) โรงงานสตาร์ฟлекс (2) โกดังบางเพ็ญ (โกดังสินค้า)
ความคุ้มครอง	: คุ้มครองความรับผิดตามกฎหมายของผู้เอาประกัน ต่อการเสียชีวิต หรือความบาดเจ็บต่อร่างกาย หรือความเจ็บป่วย หรือความเสียหายต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก ความรับผิดตามกฎหมายดังกล่าวข้างต้นต้องเกิดขึ้นโดยอุบัติเหตุอันเกี่ยวกับกิจการหรือธุรกิจของผู้เอาประกัน ภายใต้ขอบเขตการเสี่ยงภัยที่เอาประกันไว้ และเกิดขึ้นในระหว่างระยะเวลาประกันภัย ณ อาณาเขตคุ้มครองซึ่งระบุไว้ในตารางกรมธรรม์ประกันภัย ตามเงื่อนไขกรมธรรม์ประกันภัยความรับผิดต่อบุคคลภายนอก
ทุนประกันภัย	: 20,000,000.00 บาท
ระยะเวลาเอาประกัน	: 31 มกราคม 2563 ถึงวันที่ 31 มกราคม 2564
ความคุ้มครอง	: คุ้มครองความรับผิดตามกฎหมายของผู้เอาประกันภัย ต่อการเสียชีวิต หรือความบาดเจ็บต่อร่างกาย หรือความเจ็บป่วย หรือความเสียหายต่อทรัพย์สินของบุคคลภายนอก ความรับผิดตามกฎหมายดังกล่าวข้างต้นต้องเกิดขึ้นโดยอุบัติเหตุอันเกี่ยวกับกิจการหรือธุรกิจของผู้เอาประกันภัย ภายใต้ขอบเขตการเสี่ยงภัยที่เอาประกันภัยไว้ และเกิดขึ้นในระหว่างระยะเวลาประกันภัย ณ อาณาเขตการคุ้มครองซึ่งระบุไว้ในตารางกรมธรรม์ประกันภัย ตามเงื่อนไขกรมธรรม์ประกันภัยความรับผิดต่อบุคคลภายนอก

5.2.5.4 กรมธรรม์ประกันภัยความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน

โรงงาน 2 (แพรรษาใหม่)

บริษัทประกัน	: บริษัท อลิอันซ์ อยุธยา ประกันภัย จำกัด (มหาชน)
ผู้เอาประกัน	: บริษัท สตาร์ฟлекс จำกัด (มหาชน)
ประเภทกรมธรรม์	: กรมธรรม์ประกันภัยความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน
ทรัพย์สินที่เอาประกันภัย	: เครื่องจักร Blown film ยี่ห้อ Alpine
ทุนประกันภัย	: 35,200,000.00 บาท
ระยะเวลาเอาประกัน	: 13 กรกฎาคม 2563 – 31 มกราคม 2564
ความคุ้มครอง	: ความสูญเสียหรือความเสียหายของทรัพย์สินที่เอาประกันภัย อันมีสาเหตุเนื่องมาจากอัคคีภัย ไฟฟ้า ภัยระเบิด ภัยน้ำท่วม ภัยอากาศยาน ภัยจากยวดยานพาหนะ ภัยจากควัน ภัยลูกเห็บ ภัยไฟฟ้า ภัยจากการประท้วง การนัดหยุดงาน การจลาจลหรือ การกระทำอันมีเจตนาร้าย (ยกเว้น การกระทำเพื่อผลทางการเมือง ศาสนา หรือลัทธินิยม) การลักทรัพย์ที่ปรากฏร่องรอยการโจรกรรมจากตัวอาคารโดยการเข้าไปหรือ ออกจากตัวอาคาร การชิงทรัพย์ การปล้นทรัพย์และรวมถึงอุบัติเหตุที่มีสาเหตุมาจากปัจจัยภายนอกทุกชนิดที่ไม่ได้ระบุไว้เป็นข้อยกเว้นในกรมธรรม์ประกันความเสี่ยงภัยทรัพย์สินฉบับมาตรฐาน

หมายเหตุ : สำหรับอาคารสำนักงานและโรงงานที่ใช้เป็นสถานประกอบการของโรงงาน 2 นั้น บริษัท เอ็น.เอส.พี.เค จำกัด ในฐานะผู้ให้เช่า เป็นผู้จัดทำประกันภัยดังกล่าวเอง ซึ่งเป็นไปตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในสัญญาเช่า

6. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ ไม่เป็นคู่ความหรือคู่กรณี ในคดีดังต่อไปนี้

1. คดีที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทฯ ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563
2. คดีที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ แต่ไม่สามารถประเมินผลกระทบเป็นตัวเลขได้
3. คดีที่มีได้เกิดจากการประกอบธุรกิจโดยปกติของบริษัทฯ

7. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ชื่อบริษัทภาษาไทย	บริษัท สตาร์ฟлекс จำกัด (มหาชน)
ชื่อบริษัทภาษาอังกฤษ	STARFLEX PUBLIC COMPANY LIMITED
ชื่อย่อหลักทรัพย์	SFLEX
ประเภทธุรกิจ	ผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อน (Flexible Packaging) ตามคำสั่งซื้อของลูกค้า (Made to Order)
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	189/48-49 หมู่ที่ 3 ตำบลบางเพรียง อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ 10560
เลขทะเบียนบริษัท	0107562000092
โทรศัพท์	0-2708-2555
เว็บไซต์	www.starflex.co.th
ทุนจดทะเบียน	410,000,000 บาท
ทุนชำระแล้ว	410,000,000 บาท
นายทะเบียนหลักทรัพย์	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์ 0-2900-9000 เว็บไซต์ www.set.or.th/tsd
ผู้สอบบัญชี	บริษัท สำนักงาน อี วาย จำกัด อาคารเลครัชดา ชั้น 33 เลขที่ 193/136-137 ถนนรัชดาภิเษก คลองเตย กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์ 0-2264-0777 เว็บไซต์ www.ey.com/th
ผู้ตรวจสอบภายใน	บริษัท พีแอนด์แอล อินเทอร์เน็ต ออดิท จำกัด 281/157 เดอะฟิฟท์ อเวนิว อาคารบี ชั้น 2 ถนนกรุงเทพ-นนทบุรี ตำบลบางเขน อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000 โทรศัพท์ 0-2526-0777 เว็บไซต์ www.plcorporation.com