

## Q&A Opportunity Day Q3/2565

วันที่ 9 ธันวาคม 2565

### 1. แนวโน้มผลการดำเนินงานในช่วงไตรมาสที่ 4/2565 เป็นอย่างไรบ้าง

**ตอบ** แนวโน้มผลการดำเนินงานในช่วงไตรมาสที่ 4 สามารถดูได้จากผลการดำเนินงานจากไตรมาสที่ 3/2565 ซึ่งมีแนวโน้มเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

### 2. ปัจจัยบวกในช่วงปี 2565 และปี 2566 มีอะไรบ้าง

**ตอบ** ปัจจัยบวก คือ การฟื้นตัวหลังจากโควิด19 อย่างไรก็ดีตามสภาพเศรษฐกิจเอเชียและภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกยังคงดีอยู่ จะเห็นได้จากอัตราการส่งออกของบริษัทฯ อยู่ที่ 20% ซึ่งเป็นตัวส่งเสริมอัตราการเติบโต เป็นปัจจัยบวก เพราะฉะนั้นในภาพรวมเศรษฐกิจในประเทศไทยฟื้นตัว การบริโภคอาหารและเครื่องดื่มก็จะสูงขึ้น ประกอบกับประเทศเพื่อนบ้านของเราก็มีการเติบโตไปด้วย จึงเป็นปัจจัยบวกของปีนี้และปีหน้า

### 3. ผลงานไตรมาสที่ 4/2565 จะดีที่สุดของปีเลยหรือไม่อย่างไร

**ตอบ** คาดว่าในไตรมาสที่ 4 ยังจะดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่จะดีที่สุดเลยหรือไม่ ยังไม่สามารถบอกได้ ต้องรอดูจากผลประกอบการสิ้นปี

### 4. ภาพรวมของปี 2565 บริษัทฯ คาดว่ารายได้จากการขายจะจบที่เท่าไร มาจากส่วนไหนบ้าง

**ตอบ** ตามที่เรียนแจ้งไตรมาสที่ 4 ยังไม่จบ ขอตอบในแง่ของ 3 ไตรมาสเมื่อเทียบกับ 3 ไตรมาสนี้ และ 3 ไตรมาสในปี 2564 บริษัทฯ มีอัตราการเติบโตในการขายเพิ่มขึ้น 10% ในด้านของตัวเงิน มีอัตราการเติบโตอยู่ที่ประมาณ 29% บริษัทฯ เติบโตในส่วนที่เป็นฝาโลหะและฝาพลาสติก ในขณะที่เดียวกันก็เป็นการเติบโตจากการขยายตลาดมากขึ้น และในฐานะลูกค้าเดิมมีการแนะนำและการขายสินค้าใหม่

### 5. ในปี 2566 บริษัทฯ วางเป้าหมายแผนงานและกลยุทธ์ไว้อย่างไรบ้าง

**ตอบ** ในภาพรวมเศรษฐกิจเติบโตขึ้น บริษัทฯ จึงเตรียมกำลังการผลิตให้พร้อม มีการลงทุนด้านกระบวนการผลิตให้สามารถรองรับต่อความต้องการที่เพิ่มสูงขึ้น นอกจากนั้นยังมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งเป็นสิ่งที่บริษัทฯ ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ในเรื่องของการเพิ่มความเข้มแข็ง บริษัทฯ จะบริหารการจัดการต้นทุนให้ดี เช่น วัตถุดิบที่มีราคาสูงขึ้น คาดว่าแผนกลยุทธ์ที่วางไว้สำหรับปีหน้าจะสามารถลดผลกระทบต่าง ๆ เหล่านี้ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต และสามารถรองรับการเติบโตทางเศรษฐกิจและตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นได้

### 6. รบกวอนอธิบายวิเคราะห์ Five Force ของบริษัทฯ ให้นักลงทุนได้เข้าใจถึงการแข่งขันขั้นในปัจุบัน

**ตอบ** หากวิเคราะห์แล้ว Material ก็เป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่ง ที่ต้องบริหารจัดการ ซึ่งถ้ามถึงผลกระทบของวัตถุดิบทุกธุรกิจเจอสถานการณ์เดียวกัน เพราะฉะนั้นบริษัทฯ เชื่อมมันในการบริหารจัดการว่าสามารถทำได้ ส่วนเรื่องของ Barriers to entry บริษัทฯ มีประสบการณ์มา 50 กว่าปี บริษัทฯ มีบริษัทแม่คือ บริษัท นิปปอนโคลสเซอร์วิส จำกัด และบริษัท ไทโยไซกัน จำกัด ซึ่งเป็นผู้ให้ Technical assistant และ License ดังนั้นเรื่องการพัฒนาเทคโนโลยียังเดินหน้าและพัฒนาต่อเนื่อง โดยเป็น 2 ปัจจัยหลักที่ทำให้สามารถเติบโตต่อไปได้

7. ในปี 2566 บริษัทฯ ตั้งเป้าการเติบโตไว้กี่เปอร์เซ็นต์ และเติบโตจากอะไร

**ตอบ** สำหรับยอดขายในปีหน้า มีการตั้งเป้าไว้ประมาณ 20% หลัก ๆ คือเติบโตแบบ Organic growth ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าโหลหะ และจะมีการขยายออกไปตลาดต่างประเทศมากขึ้น ซึ่งคาดว่าจะมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องตามแผนที่บริษัทฯ ตั้งเอาไว้

8. กลยุทธ์หลักในการขับเคลื่อนธุรกิจในช่วงไตรมาสที่ 4/2565 มีอะไรบ้าง

**ตอบ** ในไตรมาส 4 บริษัทฯ จะยังดำเนินตามกลยุทธ์เหมือนในไตรมาสที่ 1-3 โดยที่อันดับ 1 เน้นเรื่องของการเพิ่ม Customer satisfaction ของลูกค้าในปัจจุบัน โดยเริ่มที่การทำ Total solution เพิ่มในเรื่องของ Service ในการ Consultation ให้ลูกค้า ในขณะที่เดียวกันก็เน้นในเรื่องของการพัฒนาสินค้าใหม่ โดยที่จะมีการศึกษาตลาดอย่างต่อเนื่องว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นอย่างไรบ้าง พร้อมกับวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกว่าตลาดมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรบ้าง และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เน้นตอบสนองให้ประโยชน์กับผู้บริโภคและสังคม เนื่องจากตอนนี้ทางบริษัทฯ เน้นการพัฒนาสินค้าที่เป็นประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งมีการขยายตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยขยายกลุ่มลูกค้าที่เป็นเครื่องดื่มไปยังลูกค้ากลุ่มอื่น ๆ อีกด้วย

9. บริษัทฯ มีแผนการลงทุนในอนาคตอย่างไรบ้างนอกเหนือจากการลงทุนในเครื่องจักร

**ตอบ** สำหรับการลงทุนในอนาคตที่ยังขาดไม่ได้คือการลงทุนในการเพิ่มกำลังการผลิตในเครื่องจักร ซึ่งจะเป็นเครื่องจักรสำหรับการผลิตสินค้าตัวใหม่ ที่เป็นไปตามความต้องการของตลาดโลก ทางบริษัทฯ เน้นการลงทุนในผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ และอีกประเด็นคือการลงทุนเพื่อที่จะขยายปรับปรุง Capacity ให้เพียงพอต่อกำลังการผลิตและยอดขายที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นในปีถัด ๆ ไป

10. บริษัทฯ มีการพัฒนาหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ในปีนีหรือในอนาคตหรือไม่

**ตอบ** ในปีนี้ยังไม่มีผลิตภัณฑ์ใหม่แต่กำลังอยู่ในขั้นตอนของการพัฒนา และในปี 2566 ทางบริษัทฯ จะมีสินค้าใหม่ที่ตอบสนองในตลาดใหม่ ในขณะที่เดียวกันยังมีผลิตภัณฑ์ที่กำลังพัฒนาและจะออกสู่ตลาดในปี 2567-2568 นอกจากพัฒนาผลิตภัณฑ์ Packaging หมวดยของผ้าในธุรกิจเครื่องดื่มแล้ว บริษัทฯ จะมีการขยายไปยังกลุ่มธุรกิจอาหาร กลุ่มธุรกิจ Personal care กลุ่มธุรกิจ Home care และกลุ่มธุรกิจ Dried food ที่จะได้เห็นกันในปีหน้าและปีต่อ ๆ ไป

11. กลุ่มลูกค้าเดิมของบริษัทฯ ปัจจุบันยังเป็นลูกค้าอยู่หรือไม่ และบริษัทฯ มีฐานกลุ่มลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นหรือไม่

**ตอบ** บริษัทฯ ให้ความสำคัญอย่างยิ่งในการรักษฐานลูกค้าเดิมไว้ ในขณะที่เดียวกันการขยายยอดขายสามารถทำได้ทั้งในผลิตภัณฑ์ปัจจุบันและผลิตภัณฑ์ใหม่ เพราะการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่บางชนิด ทางบริษัทฯ ได้พัฒนาร่วมกับลูกค้าปัจจุบัน อย่างไรก็ตามสิ่งหนึ่งที่เป็นความแข็งแกร่งของบริษัทฯ คือ การให้บริการเทคนิคซึ่งจะทำให้ทางบริษัทฯ สามารถรักษฐานลูกค้าเดิมและขยายฐานลูกค้าใหม่ได้ โดยในทุกปีบริษัทฯ จะมีการขยายฐานลูกค้าใหม่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงในปีหน้าก็เช่นกัน

12. สัดส่วนการใช้ผ้า ระหว่างผ้าพลาสติกและผ้าอะลูมิเนียมในตลาดเป็นอย่างไร และในระยะยาวบริษัทฯ คิดว่าสัดส่วนยอดขายระหว่างผ้าพลาสติกกับผ้าอะลูมิเนียมของบริษัทฯ จะเป็นอย่างไร

**ตอบ** ในปัจจุบันสัดส่วนส่วนของผ้าโลหะไม่ว่าจะเป็นกลุ่มผ้าจีบ ผ้าเกลียว ผ้าแม็กซี เป็นสัดส่วนประมาณ 80% สัดส่วนของพลาสติกอยู่ที่ 10% สัดส่วนแนวโน้มของการเติบโตจะเติบโตในทั้งส่วนของผ้าโลหะและผ้าพลาสติก แต่ในส่วนของผ้าพลาสติกคาดว่าจะการเติบโตจะเน้นพัฒนาวัสดุให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น และจะมีการ Diversified ไปในตลาดอื่นด้วย

13. อัตรากำลังการผลิตในปัจจุบันของบริษัทฯ เป็นเท่าไร และคาดว่าจะพอใช้ไปอีกกี่ปี

**ตอบ** อัตรากำลังการผลิตในปัจจุบันอยู่ที่ประมาณ 70% - 80% ซึ่งมีการศึกษาการลงทุนอยู่ตลอดเวลา เพราะฉะนั้นขอให้มั่นใจได้ว่าการขยายกำลังการผลิตของบริษัทฯ ยังสามารถรองรับได้อีกหลายปี

14. ช่วง 2 ปีที่ผ่านมาบริษัทฯ มีอัตราการจ่ายปันผลที่สูงขึ้น คาดว่าอัตราการจ่ายปันผลจะยังสูงแบบนี้ หรือจะต้องกันเงินบางส่วนไว้เพื่อลงทุนในอนาคต

**ตอบ** แนวโน้มการจ่ายเงินปันผลในอนาคตยังคงอยู่ในช่วงประมาณเดิม คือ ประมาณสัดส่วน 50% ของกำไรสุทธิ ซึ่งเป็นไปตามนโยบายของบริษัทฯ ที่อัตราการจ่ายเงินปันผลจะไม่เกิน 70% โดยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาบริษัทฯ จ่ายเงินปันผลอยู่ในช่วง 50% - 60% และในปีถัดไปก็ยังคงประมาณนี้ ซึ่งถือว่าเป็น High quality ที่ดีที่จะสามารถรองรับในการขยายเงินลงทุนได้ เพราะฉะนั้นในเรื่องที่จะต้องกันเงินเอาไว้เพื่อนำไปลงทุนในอนาคตจึงไม่ได้มีความจำเป็น และไม่ส่งผลกระทบต่อให้นักลงทุนได้เงินปันผลน้อยลง

15. อยากให้บริษัทฯ เข้าร่วมงาน Opportunity day อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง หรือจะเป็นช่วงหลังผลประกอบการไตรมาส 3 แบบปีนี้ได้

**ตอบ** บริษัทฯ ขอขอบคุณที่ให้คำแนะนำ อย่างไรก็ตามบริษัทฯ จะจัด Opportunity day อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ตามที่นักลงทุนให้คำแนะนำ และในปีหน้าบริษัทฯ คาดว่าจะเข้าร่วม Opportunity day ในช่วงเดือนมีนาคม 2566

16. อัตรากำไรของบริษัทฯ ในปีหน้า คาดว่าจะดีขึ้นหรือแย่ลงจากปีนี้ เพราะปัจจัยใด และแนวโน้มต้นทุนวัตถุดิบหลักๆ เป็นอย่างไร แนวโน้ม GPM จะ Improve ขึ้นได้หรือไม่

**ตอบ** ตามที่บริษัทฯ ประมาณการอัตรากำไรของปีหน้าคาดว่าจะใกล้เคียงกับปีนี้ เนื่องจากแนวโน้มราคาวัตถุดิบดีขึ้น ดังนั้นต้นทุนของบริษัทฯ จึงมีปัจจัยลบน้อยลง แต่อย่างไรก็ตามพลังงานจะเป็นตัวที่ทำให้ยังคงมีต้นทุนเพิ่มขึ้น เพราะฉะนั้นบริษัทฯ ยังต้องมีการบริหารจัดการต้นทุนให้ดี ประมาณการอัตรากำไรจึงจะใกล้เคียงกับปีนี้

17. ปี 2566 วางแผนลงทุนไว้เท่าไร

**ตอบ** ปี 2566 มีแผนลงทุน 243 ล้านบาท เป็นการลงทุนในสินทรัพย์ทั่วไปประจำปี 148 ล้านบาท การลงทุนเพื่อเพิ่มกำลังการผลิตสินค้า 53 ล้านบาท การลงทุนในสินค้าใหม่ 7 ล้านบาท และการลงทุนเพื่อปรับปรุงกระบวนการผลิต 35 ล้านบาท

18. ปีหน้าตั้งเป้าการเติบโตของรายได้ได้อย่างไร

**ตอบ** ตั้งเป้ายอดขายผ้า (ปริมาณ) เติบโตประมาณ 13%

19. จะเป็นไปได้หรือไม่ถ้าบริษัทฯ จะแจ้งปริมาณการขายในคำอธิบายงบฯ, ในลักษณะใกล้เคียงกับการแจ้งอัตราการใช้กำลังการผลิตในรายงานประจำปี

ตอบ ปกติคำอธิบายในงบการเงินจะอธิบายผลจากการเข้าทำรายการค้าซึ่งแสดงออกมาเป็นตัวเงิน มักจะไม่รายงานเป็นจำนวนขึ้นหรือจำนวนปริมาณที่ขายได้ แต่จำนวนขึ้นหรือปริมาณขายจะพิจารณาเปิดเผยในรายงานประจำปีแบบ 56-1 One report

20. งบลงทุนวางไว้เท่าไรต่อปี

ตอบ โดยเฉลี่ยประมาณ 200 ล้านบาทต่อปี

21. เราสามารถกำหนดราคาสินค้าหรือขึ้นราคาสินค้ากับลูกค้าได้ทันทีหรือไม่ ลูกค้าต้องออก PO ล่วงหน้ากี่เดือน วัตถุดิบ Leadtime กี่เดือน

ตอบ เราไม่สามารถปรับได้ทันที เนื่องจากราคา Raw Material มีความผันผวน โดยบริษัทฯ มีการเจรจาเพื่อปรับราคากับลูกค้าเป็นรายไตรมาส ลูกค้าจะให้ Forecast ล่วงหน้าประมาณ 1-3 เดือนแล้วแต่ลูกค้าแต่ละราย ส่วน Lead time วัตถุดิบแต่ละตัวไม่เท่ากัน แต่ Lead time ของวัตถุดิบหลัก เช่น แผ่นอลูมิเนียม Lead time ประมาณ 4 เดือน เป็นต้น

22. บริษัทฯ มีแผนจะซื้อคืนหุ้นบุริมสิทธิหรือไม่

ตอบ ตามที่บริษัทฯ ได้จัดให้มีการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2550 เมื่อวันที่ 23 เมษายน 2550 โดยที่ประชุมฯ ได้มีมติอนุมัติให้บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทฯ โดยการออกหุ้นบุริมสิทธิ จำนวน 800,000 หุ้น ในราคาหุ้นละ 76 บาท เมื่อวันที่ 18 - 24 พฤษภาคม 2550 โดยผู้ถือหุ้นสามารถแปลงหุ้นบุริมสิทธิเป็นหุ้นสามัญได้ในอัตราการใช้สิทธิ หุ้นบุริมสิทธิ 1 หุ้น มีสิทธิแปลงเป็นหุ้นสามัญ 1 หุ้น โดยไม่มีข้อจำกัดในการโอนหุ้นบุริมสิทธิ ซึ่งผู้ถือหุ้นบุริมสิทธิสามารถนำสิทธิแปลงเป็นหุ้นสามัญได้ในวันทำการสุดท้ายของทุก ๆ เดือน หากตรงกับวันหยุดทำการของบริษัทฯ ให้เลื่อนเป็นวันทำการถัดไปนั้น โดยไม่มีค่าใช้จ่ายในการแปลงสภาพหุ้น