

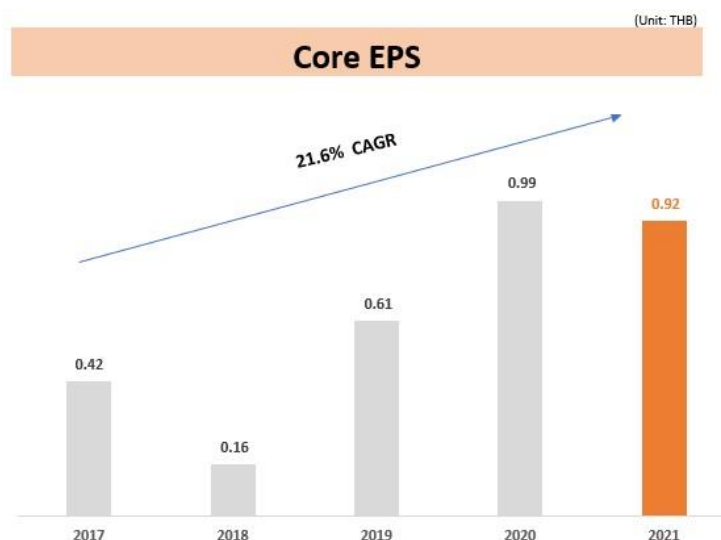
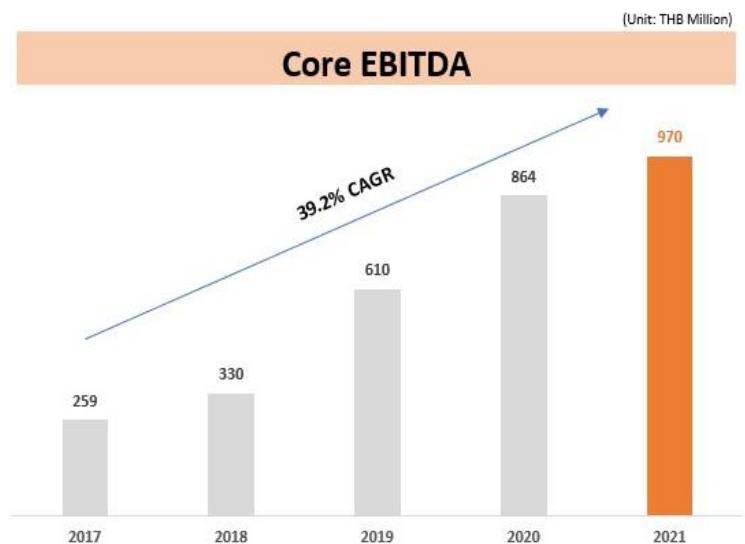
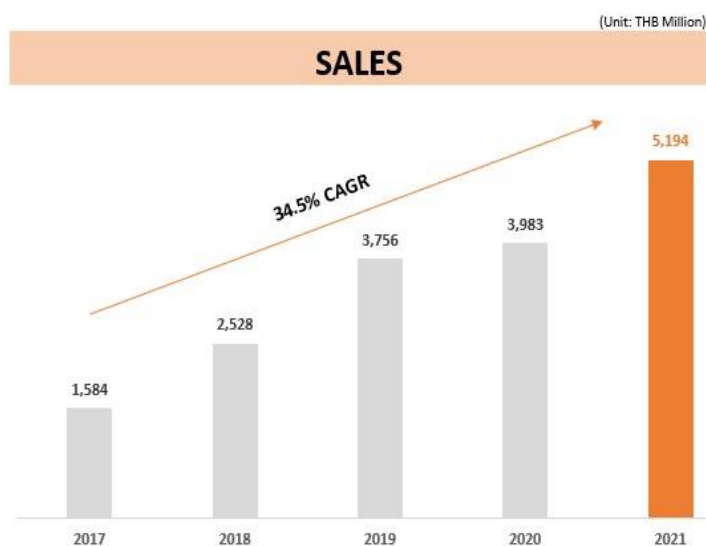
สารจากประธาน เจ้าหน้าที่บริหารกลุ่มบริษัท



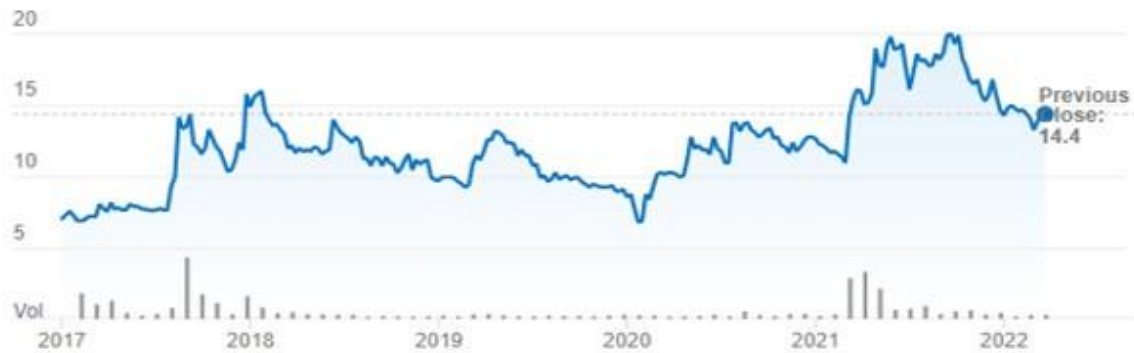
นาย เควิน कुमार ชาร์มา

ประธานกรรมการและ
ประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่มธุรกิจ

เรียน นักลงทุนทุกท่าน,



Stock Price



TPAC มี EBITDA 970 ล้านบาท ในปี 2564 ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 12 จากปีก่อนหน้า ในขณะที่กำไรต่อหุ้นจากการดำเนินงานปกติลดลงเล็กน้อย จาก 0.99 บาทต่อหุ้นในปี 2563 เป็น 0.92 บาทต่อหุ้น ในปี 2564

ปี 2564 เป็นปีแห่งการทดสอบ ภัยระบาดโควิดครั้งนี้ได้ทดสอบเราอีกครั้งในปี และรุนแรงยิ่งกว่าปีที่ผ่านมา ตอนนี้เราหวังว่าช่วงเวลาที่เราร้ายที่สุดในภัยโรคระบาดครั้งนี้ได้ผ่านไปแล้ว

ในบรรดาบทเรียนทั้งหลายที่ได้เรียนรู้ ภัยโควิดสอนให้ผมตระหนักได้ว่าอย่าได้ทำอะไรอย่างไม่รู้คุณค่า

ผมรู้สึกขอบคุณสำหรับอีกหนึ่งปีที่ผมรับเกียรติให้บริหารธุรกิจของเรา รวมถึงบทเรียนความเป็นผู้นำทั้งหลายที่ได้รับ

ปี 2564 ที่ผ่านมานับเป็นปีแห่งความผันผวน เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในตลาดต่าง ๆ

ทั้งตลาดลอจิสติกส์ พลังงาน และสินค้าโภคภัณฑ์เกิดความผันผวนครั้งใหญ่ในแง่พลวัตและราคา

ในปี 2020 เรายังได้เห็นน้ำมันราคาตกถึงศูนย์ดอลลาร์จริง ๆ ติดลบด้วยซ้ำ ผมจำได้ว่า ณ จุดนั้น มีบัณฑิตหลายคนพยากรณ์ว่าเราจะไม่มีทางได้เห็นน้ำมันราคา 100 ดอลลาร์ในอีกต่อไป

ขณะที่ผมเขียนบันทึกนี้ สัญญาณเตือนภัยทางอากาศก็ส่งเสียงดังไปทั่วยูเครน และเมืองยุคใหม่ต่าง ๆ ในที่แห่งนี้นักเสียหายยับเยินจนดูไม่ต่างจากฉากในหนังสงครามยุคปี 40

น้ำมันดิบราคาพุ่งแตะ 130 ดอลลาร์ต่อบาร์เรลเมื่อไม่กี่วันก่อน *(8 มีนาคม 2565)

สถานการณ์ที่เราไม่คิดว่าจะเกิดขึ้นได้เลยเมื่อวานนี้สามารถกลายเป็นความจริงได้อย่างง่ายดายในวันนี้ สองสามปีที่ผ่านมาและสองสามสัปดาห์ที่ผ่านมาเป็นเครื่องเตือนใจถึงสิ่งนี้อย่างชัดเจนสำหรับผม

ดังนั้น เมื่อผมเขียนจดหมายฉบับนี้และไตร่ตรองถึงจุดยืนของ TPAC ผมพบว่าตัวเองหมกมุ่นอยู่กับหัวข้อเรื่องความยืดหยุ่น

TPAC มีศักยภาพที่จะสร้างตัวเองเป็นบริษัทที่พร้อมสำหรับทุกฤดูกาล อาจพูดได้ว่าเป็นบริษัทที่มีความยืดหยุ่น

ในปัจจุบันธุรกิจของเรานั้นอยู่ในจุดที่น่าสนใจมาก พวกเรามีฐานที่มั่นคงสำหรับต่อยอดได้

ทุกวันนี้เรามีสาขากระจายหลากหลายอยู่ใน 4 ภูมิภาคที่อยู่แยกจากกันและน่าตื่นตาตื่นใจ ในแต่ละตลาดเหล่านี้ เราเป็นผู้นำตลาดในกลุ่มลูกค้าเฉพาะของเรา

เราเข้าสู่ตลาดมาเลเซียในปี 2564 ซึ่งเป็นตลาดใหม่ล่าสุดของเรา ผมยินดีอย่างมากที่เราไม่ปล่อยให้การแพร่ระบาดของโรคโควิดมาชะลอการเติบโตของเราลง เราปิดธุรกรรมนี้ระหว่างช่วงที่คลื่นโควิดสายพันธุ์เดลต้ากำลังแพร่กระจายสูงสุดในประเทศไทยและมาเลเซีย และผมภูมิใจที่ทีมของเราสามารถทำสิ่งนี้สำเร็จลงได้

‘Combi-Pack’ ธุรกิจในมาเลเซียของเรารองรับอุตสาหกรรมอาหาร 100% เราได้รับความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการตกแต่งระดับพรีเมียม จาก Combi-Pack เราเชื่อว่าเทคโนโลยีนี้จะเติบโตเร็วขึ้นเนื่องจากมีลักษณะเด่นด้านสุนทรียะและความยั่งยืน

ด้วยความร่วมมือจาก Combi-Pack ทำให้ TPAC มีสาขาอยู่ในประเทศอาเซียน 2 ประเทศ อาเซียนคือบ้านของเราและเราเชื่อมั่นในศักยภาพของภูมิภาคที่มีพลวัตนี้เป็นอย่างมาก

ในอินเดีย ธุรกิจของเราใกล้จะประสบความสำเร็จในการซื้อกิจการ Skypet Polymers ซึ่งจะช่วยให้การขยายตัวเข้าสู่ทางตอนใต้ของประเทศด้วยการผลิตที่เฉพาะทาง

ด้วยขั้นตอนนี้ TPAC จะมีสาขาในอินเดียทั้งในภาคเหนือ ภาคตะวันตก และตอนนี้อยู่ในภาคใต้ของประเทศที่กว้างใหญ่นี้ โดยมีโรงงานทั้งหมด 10 แห่ง ทั่วประเทศอินเดีย

ในสายตาของผม อินเดียยังคงเป็นตลาดผู้บริโภคที่น่าสนใจที่สุดในโลก

ร้อยละ 62 ของธุรกิจของเราในอินเดียทำเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอาหาร ในขณะที่อีกร้อยละ 27 ให้บริการในอุตสาหกรรมยาอินเดียที่เป็นชั้นนำของโลก และอีกร้อยละ 9 คือของใช้ในครัวเรือน และอุตสาหกรรม

การเข้าสู่อินเดียของเราเป็นการขยายธุรกิจระหว่างประเทศครั้งแรกของ TPAC ซึ่งเราดำเนินการแล้วเสร็จ

ในปี 2561 นับเป็นขั้นตอนที่สร้างแรงผลักดันให้กับ TPAC อย่างมาก และไม่ต้องสงสัยเลยว่าเป็นช่วงเวลาแห่งการเปลี่ยนแปลง เรากำลังก่อตั้งธุรกิจในอินเดีย ที่

ดำเนินธุรกิจโดยทีมผู้บริหารที่แข็งแกร่ง พร้อมศักยภาพในการสร้างธุรกิจขนาดใหญ่ในตลาดบรรจุภัณฑ์ที่ใหญ่และเติบโตเร็วของอินเดีย

ขณะนี้เรามีธุรกิจที่จัดตั้งขึ้นในอินเดีย ขณะนี้เรามีศักยภาพที่จะสร้างธุรกิจขนาดใหญ่ในตลาดบรรจุภัณฑ์ที่ใหญ่และเติบโตเร็วที่สุดในโลกของอินเดีย

นอกจากนี้ TPAC ยังมีอิทธิพลในภูมิภาคตะวันออกกลางจากสาขาของเราในสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

ครอบครัวของผมและผมได้ใช้เวลาสองสามเดือนอย่างมีความสุขในภูมิภาคนี้เมื่อปี 2564 เรามีโอกาสได้ใช้เวลาดี ๆ กับลูกค้าจำนวนมากในช่วงเวลาที่เรายู่ที่นั่น

ความมีพลวัตของพวกเขาที่น่าสนใจและสร้างแรงบันดาลใจ เรามีโอกาสอันดีที่จะเติบโตไปพร้อมกับพวกเขา ร่วมกันเป็นหุ้นส่วนในขณะที่พวกเขาขยายธุรกิจในตลาดต่าง ๆ เช่น ซาอุดีอาระเบีย อียิปต์ และแน่นอนว่าในแอฟริกา

ภายในบริษัท TPAC เราอ้างอิงถึงภูมิภาคตะวันออกกลางและแอฟริกาว่า “เครื่องยนต์ที่ 3” เราเรียกอินเดียว่า ‘เครื่องยนต์ที่ 2’ และเราเรียกอาเซียนว่า ‘เครื่องยนต์ที่ 1’

มีการปรากฏตัวขึ้นของชนชั้นผู้บริโภคที่กำลังเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งกำลังสำรวจซูเปอร์มาร์เก็ตในท้องถิ่นหรือบนคอมพิวเตอร์ มองหาสิ่งที่สะดุดตาพวกเขาทันทีทันใด เป็นเทรนด์ใหม่ ดีไซน์ของบรรจุภัณฑ์ในยุคที่ความสนใจของผู้บริโภคฉับไวนั้นส่งผลอย่างมากและแบรนด์ต่าง ๆ ก็ตระหนักดีถึงเรื่องนี้

ความยั่งยืน ความสะอาดสบาย ฟังก์ชันการทำงาน และการออกแบบบรรจุภัณฑ์สามารถตัดสินใจได้ในระหว่างการแข่งขันเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้

โอกาสสำหรับบริษัทที่มีความยืดหยุ่นอย่าง TPAC นี้จะขึ้นอยู่กับการทำงานร่วมกับลูกค้าอย่างใกล้ชิด ช่วยให้พวกเขาเข้าถึงหัวใจและความคิดของผู้บริโภคได้โดยวิธีการของเรา

ธุรกิจของเราในปัจจุบัน ร้อยละ 70 มุ่งเน้นไปที่บรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มน้ำที่มีผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจมากมาย ทั้งน้ำผลไม้ น้ำผึ้ง มัสตาร์ด เนย มาคาริน มายอนเนส ซอสมะเขือเทศ ผลิตภัณฑ์นม โยเกิร์ต นม น้ำมันเสียง เนยใส หมากฝรั่ง เกลีโอ อินทผลัม เกลีโอ พริกไทย สมุนไพร เครื่องเทศ มินต์ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป กาแฟ อาหารเสริมโปรตีน บิสกิต และแม้แต่สุราที่มีแอลกอฮอล์ เป็นต้น กลุ่มผลิตภัณฑ์เภสัชกรรมของเรา รองรับกลุ่มอาหารเสริมทั้งหมด เช่น วิตามินซี น้ำมันปลา วิตามินรวม และสูตรเพื่อสุขภาพที่เป็นของแข็ง และของเหลวอื่น ๆ อีกมากมาย ผมรู้สึกชื่นชมกลุ่มอาหารและยาที่สำคัญของเรามากยิ่งขึ้น พวกเขามีความยืดหยุ่นในการรับมือกับอุปสงค์ต่าง ๆ ตลอดช่วงโรคระบาดซึ่งทำให้ผมรู้สึกอุ่นใจ ไม่ว่าจะเกิดอะไรขึ้น พวกเราก็มีความจำเป็นต้องบริโภคและเข้าถึงยารักษาโรค

นอกจากนี้ ลูกค้ายาจากกลุ่มเหล่านี้ให้ความสำคัญกับโรงงานผลิตที่มีการควบคุมสุขอนามัยระดับโลก ซึ่งมีความต้องการที่เหมาะสมกับเราเป็นอย่างดี บรรจุภัณฑ์อาหารและยาจะยังคงเป็นส่วนที่เราให้ความสำคัญเป็นหลักในอนาคต

เมื่อพูดถึงเรื่องให้ความสำคัญแล้ว ผมเชื่อว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของเราทุกท่านตระหนักดีว่าบริษัท TPAC ยังคงมุ่งเน้นไปที่พลาสติกแข็งอย่างต่อเนื่อง เมื่อผมเข้ามาเป็น CEO ของ TPAC ในปี 2559 นั้น สิ่งแรกที่ผมทำคือ ดำเนินการทบทวนเชิงกลยุทธ์เกี่ยวกับพื้นที่พลาสติกที่เราอยู่

เราได้ตรวจสอบธุรกิจจากสถานะที่เป็นอยู่อย่างละเอียด ครั้งแล้วครั้งเล่าในทุกขั้นตอนที่สำคัญของวิธีการ ตอนนี้เราได้เข้าซื้อกิจการ 5* ครั้งตั้งแต่ผมมาอยู่ที่ TPAC ทั้ง 5 ยังคงอยู่ในรูปแบบพื้นที่พลาสติก

ซึ่งคุณอาจถามว่าเพราะอะไรหรือ คำตอบคือเพียงเพราะเราเชื่อในบทบาทสำคัญที่พลาสติกบางชนิดควรมีต่อไปในสังคมของเรา

พลาสติกแข็ง (ขวด ถ้วย เจอร์รี่แคน ฟลา ฯลฯ) จะจัดเก็บได้ง่ายกว่า เนื่องจากพลาสติกเหล่านี้มักจะรักษามวลไว้และไม่แตก สลาย หรือหายไป ตรงกันข้ามด้วยซ้ำ พวกมันเป็นจุดสังเกตและมองเห็นได้ง่าย ซึ่งช่วยให้สามารถจัดเก็บได้ง่ายขึ้น ทั่วโลกของเรานั้นตอนนี้มีอัตราการรวบรวมและรีไซเคิลพลาสติกที่กำลังดีขึ้น

มีการปรับปรุงกฎระเบียบต่าง ๆ ไปในทางที่ดีขึ้น ในยุโรป เรากำลังจะได้เห็นการเปิดตัวฟลายวูดแบบผูกติด ซึ่งเป็นฝาที่เชื่อมต่อกับตัวขวดอยู่ตลอดเวลา นี่เป็นก้าวที่ดีสำหรับการรวบรวมและการรีไซเคิลบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด

ในอินเดีย เราทราบมาว่าบรรจุภัณฑ์อาหารรีไซเคิลประเภท PET จะได้รับอนุญาตให้ใช้ในไม่ช้า

การลงทุนในโครงการเศรษฐกิจหมุนเวียนทั่วโลก เช่น การรีไซเคิลสารเคมีและเครื่องจักรกล กำลังมีมากขึ้น

ในการขับเคลื่อนบริษัทสู่การรับผิดชอบด้านความยั่งยืน ปี 2564 TPAC ได้เปิดตัวโครงการจำนวนมากซึ่งใช้ rPET ในส่วนการดูแลส่วนบุคคลของเรา นี่เป็นเพียงการเริ่มต้น เราคาดว่าจะมีโครงการที่ใช้เรซินรีไซเคิลต่าง ๆ ตามมาอีกมากมาย

ทีมออกแบบของเราจะได้เปลี่ยนบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่มีความยั่งยืนน้อยกว่า เช่น โพลีสไตรีน ให้เป็นผลิตภัณฑ์ PET แทน

การลดน้ำหนักบรรจุภัณฑ์ด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพการออกแบบเป็นอีกหนึ่งด้านที่ทีมออกแบบของเรายังคงผลักดันขีดจำกัดอย่างต่อเนื่อง สิ่งนี้เกิดขึ้นได้ด้วยเทคโนโลยีการประมวลผลที่มีความก้าวหน้าอย่างน่าทึ่ง

บรรจุภัณฑ์ที่ถูกออกแบบมาอย่างดี มีความทนทาน สามารถใช้งานซ้ำได้หลายครั้งก็เป็นอีกหนึ่งด้านที่มีความเป็นไปได้หลากหลาย ผมอ่านเจอมาว่าสตาร์บัคส์ได้เปิดตัวร้านทดลองเพื่อกำจัดถ้วยกาแฟแบบใช้แล้วทิ้งในร้านและแทนที่ด้วยถ้วยพลาสติกอัจฉริยะที่น่ากลับมาใช้ใหม่ได้ด้วยเทคโนโลยี RFID

การพัฒนาไบโอในพลาสติกเป็นอีกสาขาที่น่าสนใจที่เราจะจับตามองต่อไป

ดูเหมือนว่าไม่ว่าเราจะมองไปทางไหนในห่วงโซ่คุณค่า ก็มีแต่การดำเนินการในเชิงบวกมากมาย

เมื่อคำนึงถึงความท้าทายที่เราต้องเผชิญในภายหน้าเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เราจึงต้องการทางแก้ปัญหาที่ลดการปล่อยคาร์บอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเศรษฐกิจหมุนเวียนของพลาสติกก็เป็นส่วนที่จำเป็นในการแก้ไขปัญหาโดยรวม

ความเป็นไปได้ทั้งหมดนี้ทำให้บริษัทของเรามีจุดมุ่งหมาย กล่าวง่าย ๆ คือเราเชื่อมั่นในบทบาทของพลาสติกเพื่ออนาคตที่ดีของเรา และศักยภาพในการสร้างมูลค่ามหาศาลสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งรวมถึงคนรุ่นต่อไปของเราในอนาคตข้างหน้า

สุดท้ายนี้ ผมอยากจะกล่าวถึงการเดินทางของเราสู่การเป็นบริษัทผลิตภัณฑ์ระดับโลก ในคำจำกัดความของเรา บริษัทผลิตภัณฑ์คือบริษัทที่มุ่งมั่นจะนำเสนอผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง เราารู้สึกว่า TPAC อยู่ในตำแหน่งที่ดีในการเริ่มคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น เรามีศักยภาพที่จะยกระดับขีดความสามารถของธุรกิจของเรา

เราเชื่อว่าเราสามารถสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับส่วนฝาเปิดปิด ฝาหมุน และฝาแบบหัวปั๊ม ซึ่งมุ่งเน้นใช้กับส่วนอาหารและยาเหมือนอย่างเคย

เรามีศักยภาพที่จะใช้ประโยชน์จากความสามารถของกิจการที่มีอยู่ของเรา

ตัวอย่างเช่น เราให้บริการลูกค้าหลายร้อยรายในกลุ่มอาหารและยาทุกวัน

เรารู้สึกเป็นเกียรติอย่างยิ่งที่ได้ฟังปัญหาที่ต้องเผชิญจากพวกเขาโดยตรงเกี่ยวกับทางเลือกบรรจุภัณฑ์ที่มีอยู่และแรงบันดาลใจสำหรับแบรนด์ของพวกเขา

ดังนั้นเราจึงสามารถเข้าถึงฐานลูกค้าที่พร้อมสำหรับทางเลือกที่แปลกใหม่และได้รับการปรับปรุงให้ดีขึ้น

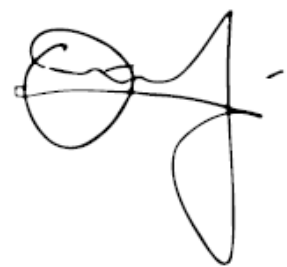
อีกด้านหนึ่งที่เราเชื่อว่าสามารถเปลี่ยนแปลงให้ดีขึ้นได้นั้นคือการคัดเลือกทีมพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมพร้อมด้วยกับนักออกแบบระดับโลกที่มีอิสระในการคิดและถือคติในการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ

เมื่อมองออกไปข้างหน้าในปี 2022 พวกเราวางตัวเองให้อยู่ในสถานะที่ตึงมาก มีโอกาสมากมายรอเราอยู่ข้างหน้า

อย่างไรก็ตาม เราต้องยืนหยัด เตรียมพร้อมรับมือเรื่องเลวร้ายต่าง ๆ ตลอดการเดินทางของ TPAC ไปสู่ความเป็นระดับโลก

ขอขอบคุณบุคลากรของเราและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดสำหรับอีกปีของการทุ่มเทในการทำงานและความเชื่อมั่นในบริษัทของเรา

โชคดีครับ



นายเควิน कुमार ชาร์มา

ประธานกรรมการ

และประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่มธุรกิจกิจการ