

การบริหารจัดการความเสี่ยง

นโยบายและแผนการบริหารความเสี่ยง

บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญและความจำเป็นที่ต้องนำระบบการบริหารความเสี่ยงตามมาตรฐานสากลมาใช้ในการบริหารองค์กร โดยมุ่งหวังให้บริษัทฯ เป็นองค์กรสำคัญที่สร้างคุณค่าและความน่าเชื่อถือแก่ลูกค้า/คู่ค้าของบริษัท และพัฒนาการดำเนินงานของบริษัทฯ ให้เป็นไปในแนวทางเดียวกันทั่วองค์กร จึงมีการกำหนดนโยบายและแผนบริหารความเสี่ยง ดังนี้

1) ดำเนินการให้การบริหารความเสี่ยงเป็นความรับผิดชอบของพนักงาน ในทุกระดับชั้นที่ต้องตระหนักถึงความเสี่ยงที่มีในการปฏิบัติงานใหม่ในหน่วยงานของตนและในองค์กร และต้องให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงต่างๆ ได้รับการบริหารจัดการภายใต้การควบคุมภายในอย่างมีระบบให้อยู่ในระดับที่เพียงพอและเหมาะสม

2) ส่งเสริมและสนับสนุนให้ใช้การบริหารความเสี่ยงเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการบริหารจัดการสำคัญของบริษัท ที่บุคลากรทุกระดับชั้นต้องมีความเข้าใจ มีความร่วมมือ มีความร่วมใจ และร่วมกันใช้การบริหารความเสี่ยงสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เสริมสร้างการกำกับดูแลกิจการที่ดี การบริหารจัดการที่เป็นเลิศ และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ถือหุ้น/ผู้มีส่วนได้เสีย

3) กำหนดให้มีกระบวนการบริหารความเสี่ยงเป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งบริษัท

4) ส่งเสริมและพัฒนาการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาใช้ในกระบวนการบริหารความเสี่ยงของบริษัท และสนับสนุนให้บุคลากรทุกระดับสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารการบริหารความเสี่ยงอย่างทั่วถึง

ปัจจัยความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

บริษัทมีความตระหนักและให้ความสำคัญในการบริหารความเสี่ยงซึ่งเป็นเครื่องมือที่บริษัท ต้องนำมาใช้ในการบริหารจัดการองค์กรภายใต้กรอบการ

บริหารความเสี่ยง โดยความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญ ที่ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจ โดยบริษัทได้มอบหมายให้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และคณะทำงานบริหารความเสี่ยงซึ่งเป็นผู้บริหารระดับสูงที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อทำหน้าที่วิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงต่างๆ และประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น เพื่อหาวิธีการป้องกันหรือบริหารความเสี่ยงอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงจะรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อทราบและพิจารณาอย่างน้อยทุก 6 เดือน ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อบริษัท สรุปได้ดังนี้

1. ความเสี่ยงจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

ในปี 2564 ประเทศไทยยังคงได้รับผลกระทบจากโรคโควิด-19 จากโครงสร้างเศรษฐกิจที่เชื่อมโยงกับภาคการท่องเที่ยว ทั้งนี้ มีการประเมินว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลต่อรายได้ของคนไทย, ความมั่งคั่ง เช่น การลดลงราคาสินทรัพย์กระทบต่อบุคลากรธุรกิจโดยความสามารถในการทำกำไรอาจลดลง รวมถึงส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมที่เปลี่ยนไป เช่น เมื่อมีโรคระบาดควรเลี่ยงกิจกรรมที่ต้องพบคนจำนวนมาก อาจยกเลิกการท่องเที่ยว การซื้อของ และอื่นๆ ซึ่งการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ยังส่งผลกระทบต่ออุปสงค์และอุปทานของเศรษฐกิจไทย นอกเหนือจากภาคธุรกิจและการภาคบริการที่ต่อเนื่องจากผลกระทบของมาตรการต่างๆของรัฐบาลเพื่อสกัดกั้นการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด -19 โดยภาคธุรกิจหลักที่ได้รับผลกระทบหนัก 5 อันดับแรกจะอยู่ในภาคบริการที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ โรงแรมที่พัก การค้าปลีก ภัตตาคาร การขนส่งทางบก และการขนส่งทางอากาศ ผลกระทบจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกอันเนื่องมาจากการแพร่ระบาดในวงกว้างในหลาย ๆ ประเทศที่มีกิจกรรมทางเศรษฐกิจขนาดใหญ่ ทำให้ความต้องการซื้อสินค้าและบริการ รวมถึงการลงทุนลดลง กลายเป็นปัจจัยลบต่อภาคการส่งออกไทยที่ผูกโยงกับเศรษฐกิจโลกสูง สินค้าที่เสี่ยงได้รับผลกระทบอย่างหนักจากการลดลงของการอุปโภคบริโภค คือ สินค้าเกษตรและประมง

เฟอร์นิเจอร์ไม้ และสินค้าที่ทำจากไม้และกระดาษ ซึ่งจะทำให้เกิดความเสียหายที่เศรษฐกิจไทยจะเข้าสู่ภาวะถดถอยเต็มรูปแบบในปีนี้

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด -19 ก่อให้เกิดความเสี่ยงทั้งในด้านของรายได้ที่อาจจะลดลงตามที่กล่าวมาข้างต้น และการหยุดชะงักของการผลิตจากการแพร่ระบาดภายในสถานประกอบการ บริษัทได้ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว ในส่วนของความเสี่ยงที่อาจเกิดจากรายได้ที่อาจจะลดลง บริษัทบริหารความเสี่ยงโดยการพิจารณาสำรองกระแสเงินสดเพื่อให้มีสภาพคล่องเพื่อให้สามารถดำเนินกิจการอย่างต่อเนื่องได้ วิเคราะห์และติดตามแผนคำสั่งซื้อของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อปรับแผนการผลิตล่วงหน้าได้ทันเวลา ในส่วนของความเสี่ยงที่อาจเกิดจากการหยุดชะงักของการผลิตจากการแพร่ระบาดภายในสถานประกอบการ บริษัทบริหารความเสี่ยงโดยการจัดตั้งศูนย์อำนวยการสถานการณ์โควิดของบริษัทเพื่อกำหนดมาตรการและระเบียบปฏิบัติโดยยึดหลักตามแนวทางของกระทรวงสาธารณสุข อำนวยความสะดวกให้พนักงานได้รับการฉีดวัคซีนอย่างครบถ้วน รวมทั้งจัดให้มีการสุ่มตรวจการติดเชื้ออย่างสม่ำเสมอ

2. ความเสี่ยงของความผันผวนของราคาวัตถุดิบ

อุตสาหกรรมพลาสติกนับเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากราคาน้ำมัน เนื่องจากอุตสาหกรรมพลาสติกมีความเชื่อมโยงโดยตรงกับอุตสาหกรรมปิโตรเลียม และอุตสาหกรรมปิโตรเคมี ซึ่งหากราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกมีการปรับราคาสูงขึ้นหรือลดลง จะส่งผลทำให้ราคาวัตถุดิบเพิ่มสูงขึ้นหรือลดลงเช่นเดียวกัน ประกอบกับราคาเม็ดพลาสติกในประเทศจะอ้างอิงกับราคาซื้อขายในตลาดโลก ที่มีการซื้อขายกันด้วยเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐ ดังนั้นอัตราแลกเปลี่ยนของค่าเงินบาทกับเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกาก็มีอิทธิพลต่อราคาเม็ดพลาสติกในประเทศด้วย

ในปี 2564 ราคาเม็ดพลาสติกเกรด HDPE ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักของบรรจุภัณฑ์พลาสติกโดยเฉลี่ย

สูงกว่าปี 2563 ก่อนข้างมาก เป็นการปรับตัวตามสถานการณ์ราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกมีทิศทางปรับตัวสูงขึ้น ตามความต้องการใช้น้ำมันในภาคการผลิตภายหลังการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เริ่มกลับเข้าสู่ภาวะปกติ อีกทั้งหลายประเทศเริ่มสำรองน้ำมันไว้ใช้ ขณะที่สมาชิกกลุ่มโอเปกพลัสยังคงเพิ่มกำลังการผลิตอย่างต่อเนื่องไป ย่อมผลักดันให้ราคาน้ำมันในตลาดโลกมีระดับสูงขึ้น จึงเป็นเหตุให้ราคาน้ำมันดิบปรับตัวสูงขึ้น หากแต่ราคาขายสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกจะสามารถปรับราคาลงตามราคาวัตถุดิบได้ แต่การปรับราคานั้นก็ไม่สามารถกระทำได้ทันที จะต้องใช้ระยะเวลาหนึ่งตามเงื่อนไขการปรับราคาจากการเปลี่ยนแปลงราคาวัตถุดิบของแต่ละลูกค้า

บริษัทมีนโยบายรองรับความผันผวนของราคาเม็ดพลาสติก โดยมีการประเมินความเคลื่อนไหวของราคาเม็ดพลาสติกในประเทศ และต่างประเทศอย่างใกล้ชิด มีการวิเคราะห์แนวโน้มทิศทางของราคาและนำมาวางแผนเพื่อประกอบการสั่งซื้อ รวมถึงการประเมินความต้องการใช้วัตถุดิบของบริษัทในแต่ละช่วงเวลาตลอดจนการพิจารณานำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ เพื่อให้บริษัทสามารถบริหารจัดการจัดซื้อวัตถุดิบให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

3. ความเสี่ยงของการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่หรือราย

บริษัทให้ความสำคัญ และตระหนักถึงความเสี่ยงในการขยายธุรกิจกลุ่มบรรจุภัณฑ์พลาสติก และขึ้นส่วนยานยนต์ โดยเฉพาะรายได้กลุ่มบรรจุภัณฑ์พลาสติกมีสัดส่วนเป็นรายได้หลักของบริษัท ซึ่งมีการจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการรายใหญ่ของประเทศในอุตสาหกรรมน้ำมันหล่อลื่น นม และอุตสาหกรรมยานยนต์ และทำสัญญาซื้อขายสินค้ากับลูกค้าดังกล่าวด้วยปริมาณการสั่งซื้อที่ค่อนข้างสูง และการมีผู้ผลิตในอุตสาหกรรมหลายราย ทำให้ลูกค้ามีอำนาจการต่อรอง และมีโอกาสที่ลูกค้าอาจไม่ต่อสัญญากับบริษัท หรือเพิ่มการสั่งซื้อสินค้าบางส่วนจากคู่แข่ง หากบริษัทสูญเสียลูกค้าดังกล่าวไปโดยไม่สามารถหาลูกค้ามา

ทดแทนได้ทันที ก็อาจจะส่งผลกระทบต่อความ
สม่ำเสมอ และต่อเนื่องของรายได้ หรือส่งผลให้รายได้
ของบริษัทลดลงในช่วงระยะเวลาหนึ่งในอนาคต

แต่อย่างไรก็ตาม ด้วยประสบการณ์ของ
บริษัทที่มีมาอย่างยาวนาน ควบคู่กับการพัฒนา
คุณภาพสินค้าและผลิตภัณฑ์ของบริษัท ทำให้ความ
เสี่ยงที่คู่แข่งรายใหม่จะเข้ามาตีตลาดนั้นมีความเป็นไปได้ยาก เพราะลูกค้าส่วนใหญ่คำนึงถึงคุณภาพของ
สินค้าและความน่าเชื่อถือมากกว่าที่จะพิจารณาถึง
ปัจจัยด้านราคาเพียงอย่างเดียว โดยที่ผ่านมามีบริษัทได้
มีการทำวิจัยและพัฒนาสินค้า รวมถึงแสวงหา
เทคโนโลยีใหม่ๆ โดยขอความร่วมมือจากภาครัฐ และ
เอกชนเพื่อนำมาปรับปรุงในส่วนของการผลิต
ก่อให้เกิดสินค้าที่มีคุณภาพที่ดียิ่งขึ้น รวมถึงช่วยลด
ต้นทุนการผลิต เพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าที่มีคุณภาพสูง
สุดในราคาที่เหมาะสม

4. ความเสี่ยงจากการเข้ามาแข่งขันของผู้ผลิต รายใหม่

เนื่องจากธุรกิจผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกและ
ชิ้นส่วนยานยนต์เป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนไม่สูงมาก
โครงสร้างการดำเนินธุรกิจไม่มีความซับซ้อน จึงมี
ความเสี่ยงที่ผู้ประกอบการรายใหม่จะเข้ามาแข่งขันใน
อุตสาหกรรมนี้ หรือแม้กระทั่งบริษัทลูกค้า หากมี
ความคิดที่จะตั้งโรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกเอง ก็
สามารถทำได้ อีกทั้งการเปิดประชาคมเศรษฐกิจ
อาเซียนหรือ AEC ก็ทำให้ตลาดมีความเป็นเสรีมากขึ้น
อาจมีการย้ายฐานการผลิตเข้ามาในประเทศ ส่งผลให้มี
ผู้แข่งขันในอุตสาหกรรมมากขึ้น การแข่งขันด้านราคา
จะมีความรุนแรงมากกว่าเดิม

อย่างไรก็ตาม ด้วยศักยภาพด้านการผลิต
สินค้าของบริษัท ควบคู่กับการพัฒนาคุณภาพสินค้า
และผลิตภัณฑ์ตามความต้องการ สร้างความพึงพอใจ
ของลูกค้าและเพิ่มความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้า การ
บริหารประสิทธิภาพการผลิต และการจัดส่งสินค้า
พร้อมการบริการด้วยความรวดเร็วทันต่อความ
ต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย ตลอดจนความมั่นคง
ทางการเงิน ทำให้สามารถเพิ่มกำลังการผลิต ปรับปรุง
กระบวนการผลิตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการผลิต

ตลอดจนการวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความ
แตกต่าง และเพื่อรองรับการเติบโตของลูกค้า ทำให้
ลูกค้าคงความไว้วางใจ และเป็นลูกค้าต่อเนื่องมา
ยาวนานนับสิบปี

5. ความเสี่ยงจากการไม่มีสัญญาระยะยาว

โดยส่วนใหญ่บริษัทและลูกค้าในกลุ่มบรรจุ
ภัณฑ์พลาสติกจะมีการทำสัญญาซื้อขายสินค้าระยะสั้น
อายุประมาณ 1-2 ปี หรืออาจจะไม่มีการทำสัญญา
ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับนโยบายในการทำสัญญาของลูกค้าแต่ละ
ราย ซึ่งถือเป็นหลักปฏิบัติโดยทั่วไปของอุตสาหกรรม
นี้ นอกจากนี้ลูกค้าที่บริษัทได้รับงานจากการประมูล
แข่งขันกับผู้ผลิตรายอื่นนั้น เมื่อครบอายุสัญญา ลูกค้า
ก็อาจจะต่อสัญญาหรือจัดให้มีการคัดเลือกผู้ผลิตราย
ใหม่ จึงอาจมีความเสี่ยงที่จะสูญเสียลูกค้าได้ อย่างไรก็ตาม
ในอดีตที่ผ่านมาบริษัทมีความเสี่ยงจากการไม่ได้
รับการต่อสัญญาอยู่ในระดับที่ต่ำมาก เนื่องจากลูกค้ามี
ความเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าที่ได้มาตรฐาน การ
ส่งมอบสินค้าตรงต่อเวลา และความสามารถที่จะ
ขยายกำลังการผลิตเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ
ของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

ส่วนลูกค้าในกลุ่มชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับ
ยานยนต์นั้นความเสี่ยงจากการยกเลิกสัญญาในการ
ผลิตจะอยู่ในระดับต่ำมากเช่นกัน เนื่องจากโดยปกติ
ผู้ประกอบการมักจะไม่เปลี่ยนแปลงผู้ผลิตชิ้นส่วนราย
ใดจนกว่าจะหมดรุ่นของผลิตภัณฑ์นั้นๆ หรือมีปัญหา
ในเรื่องคุณภาพ ซึ่งอายุของผลิตภัณฑ์โดยเฉลี่ยอยู่ที่
ประมาณ 3-5 ปี ตามแต่รูปแบบและลักษณะของ
ผลิตภัณฑ์ในแต่ละอุตสาหกรรม อย่างไรก็ตาม บริษัทมี
ลูกค้าที่หลากหลายในอุตสาหกรรม และไม่มียอดลูกค้า
รายใดที่มียอดขายเกินกว่าร้อยละ 30 ของยอดขาย
รวมเพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยงของรายได้ที่ไม่มี
สัญญาระยะยาว

6. ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

ในปี 2564 ที่ผ่านม้อัตราแลกเปลี่ยนเงิน
บาทต่อดอลลาร์สหรัฐมีความผันผวนเป็นอย่างมาก
โดยแข็งค่าในช่วงต้นปี และกลับอ่อนค่าลงอย่างมาก
ในช่วงครึ่งปีหลังโดยทำสถิติอ่อนค่าสุดในรอบกว่า 4 ปี
เนื่องจากประเทศไทยได้รับผลกระทบจากการแพร่

ระบาดของโควิด-19 หากแต่เงินดอลลาร์สหรัฐยังได้รับแรงหนุนจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจสหรัฐต่อเนื่อง หลังสถานการณ์โควิด-19 ในประเทศสหรัฐคลี่คลายลง

แนวโน้มอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐในปี 2565 คาดว่ายังคงผันผวน โดยแนวโน้มคาดว่าจะปรับตัวอ่อนค่าขึ้นกว่าช่วงปลายปี 2564 เนื่องจากแรงกดดันของการปรับอัตราดอกเบี้ยนโยบายของประเทศไทย ซึ่งการปรับขึ้นของอัตราดอกเบี้ยนโยบายสหรัฐ ปี 2565 อาจไม่สอดคล้องกับทิศทางอัตราดอกเบี้ยนโยบายของไทย ที่มีความจำเป็นต้องคงอยู่ในระดับต่ำ เพื่อสนับสนุนการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทย ความแตกต่างของอัตราผลตอบแทนดอกเบี้ยอาจส่งผลให้เม็ดเงินจากภูมิภาคเอเชีย ไหลกลับเข้าสู่สหรัฐ เพิ่มมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้ปี 2565 สกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ มีแนวโน้มแข็งค่าเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง และส่งผลให้สกุลเงินบาทและสกุลเงินเอเชียอื่น ๆ อ่อนค่าลง

บริษัทไม่ได้รับผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนในฐานะผู้ส่งออก เนื่องจากรายได้หลักเป็นรายได้จากการขายในประเทศ แต่ได้รับผลกระทบฐานะผู้นำเข้าเครื่องจักรหรือวัตถุดิบบางชนิด ที่ต้องมีการนำเข้าจากต่างประเทศ ความผันผวนของค่าเงินบาทส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตของบริษัท ดังนั้นบริษัทจึงได้มีการศึกษาถึงวิธีการป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน โดยมีการติดตามข่าวสารความเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศอย่างใกล้ชิด รวมถึงได้มีศึกษาบทวิเคราะห์แนวโน้มความเคลื่อนไหวของเงินตราต่างประเทศ และได้มีการเลือกใช้ธุรกรรม Forward หรือการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า ในสถานการณ์หรือสภาวะที่เห็นว่าควรกระทำตามความเหมาะสม เพื่อควบคุมต้นทุนและป้องกันหรือลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของค่าเงิน

7. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงจากกระแสและพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภค

จากกระแสการรณรงค์ให้มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทำให้ผู้บริโภคและผู้ประกอบการต่างๆ

เริ่มมีการตระหนักถึงสิ่งที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ซึ่งอาจทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคของคนเปลี่ยนไป โดยหันมาใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแทน อย่างเช่น การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มาจากพลาสติกชีวภาพแทนผลิตภัณฑ์ที่เป็นพลาสติก 100% การรณรงค์ยกเลิกใช้เคมีภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของสารพาราควอต กรณีรถยนต์ขับเคลื่อนด้วยพลังงานไฟฟ้า (Electric Vehicle :EV) ที่สามารถประหยัดต้นทุนพลังงานต่างๆ และลดการปล่อยมลภาวะสู่สิ่งแวดล้อมในส่วนของ แบตเตอรี่มอเตอร์ และระบบควบคุมการจ่ายไฟฟ้า

กระแสรถยนต์ขับเคลื่อนด้วยพลังงานไฟฟ้า (EV)

ประเทศไทยกำลังก้าวสู่การเป็นฐานการผลิตยานยนต์ไฟฟ้าและชิ้นส่วนที่สำคัญของโลก โดยคณะกรรมการนโยบายยานยนต์ไฟฟ้าแห่งชาติ ได้ออกแนวทางการส่งเสริมยานยนต์ไฟฟ้า (EV) ตามนโยบาย 30@30 คือ การตั้งเป้าหมายการผลิต ZEV (Zero Emission Vehicle) หรือรถยนต์ที่ปล่อยมลพิษเป็นศูนย์ ให้ได้อย่างน้อย 30% ของการผลิตยานยนต์ทั้งหมดในปี พ.ศ. 2573 ถือเป็นอีกหนึ่งกลไกที่จะนำพาประเทศไทยเข้าสู่การเป็นสังคมคาร์บอนต่ำ (Low-carbon Society) ในอนาคตจากการประชุมคณะกรรมการนโยบายยานยนต์ไฟฟ้าแห่งชาติ ครั้งที่ 2/2564 ในวันที่ 12 พฤษภาคม 2564 ที่ผ่านมา ได้กำหนดเป้าหมายการผลิตและการใช้ ZEV ซึ่งถือเป็นจุดเริ่มต้นของการร่วมมือกันระหว่างทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในปี พ.ศ. 2573 โดยมีรายละเอียดดังนี้

- เป้าหมายการผลิตยานยนต์ไฟฟ้า ประเภทรถยนต์นั่งและรถกระบะ 725,000 คัน รถจักรยานยนต์ 675,000 คัน รถบัสและรถบรรทุก 34,000 คัน นอกจากนี้ ยังมีการส่งเสริมการผลิตรถสามล้อ เรือโดยสาร และรถไฟระบบรางอีกด้วย

- เป้าหมายการส่งเสริมการใช้ยานยนต์ไฟฟ้า ประเภทรถยนต์นั่งและรถกระบะ 440,000 คัน รถจักรยานยนต์ 650,000 คัน รถบัสและรถบรรทุก 33,000 คัน รวมถึงการกำหนดเป้าหมายการส่งเสริมสถานีอัดประจุยานยนต์ไฟฟ้าสาธารณะแบบ Fast

charge จำนวน 12,000 หัวจ่าย และสถานีสับเปลี่ยน แบตเตอรี่สำหรับรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าจำนวน 1,450 สถานี และมีมาตรการส่งเสริม ZEV ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตยานยนต์ไฟฟ้าและชิ้นส่วน เพื่อให้ไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์ไฟฟ้าและชิ้นส่วน โดยได้มีการกำหนดมาตรฐานให้ครอบคลุมยานยนต์และชิ้นส่วนสำคัญ แผนส่งเสริมผู้ประกอบการรองรับการเปลี่ยนผ่านสู่ยานยนต์ไฟฟ้า และแผนการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลากรและกำลังคน การส่งเสริมการใช้ยานยนต์ไฟฟ้า ทั้งมาตรการทางภาษีและที่ไม่ใช่ภาษี โดยมีมาตรการ Quick win เป็นการส่งเสริมการใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าของธุรกิจขนส่งเชิงพาณิชย์และหน่วยงานรัฐ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานรองรับยานยนต์ไฟฟ้า ทั้งการส่งเสริมสถานีอัดประจุไฟฟ้า การพัฒนากฎหมาย และระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการอัดประจุ และการส่งเสริมเทคโนโลยีสมาร์ตกริด รวมถึงการส่งเสริมให้เกิดอุตสาหกรรมการผลิตแบตเตอรี่ยานยนต์ไฟฟ้าและการใช้แบตเตอรี่ที่ผลิตในประเทศ การจัดการแบตเตอรี่ใช้แล้วและการพัฒนากำลังคน

กระแสบรรจุก๊าซจากพลาสติกชีวภาพ

ปัจจุบันราคาต้นทุนของพลาสติกชีวภาพยังสูงกว่าพลาสติกทั่วไปอยู่มาก เนื่องจากผลิตจากวัตถุดิบทางการเกษตร จึงมีต้นทุนจากการเพาะปลูก นอกจากนี้คุณสมบัติของพลาสติกชีวภาพมีข้อจำกัดที่ไม่สามารถทดแทนกันได้อย่างสมบูรณ์ ยังคงต้องใช้เวลาในการพัฒนาคุณสมบัติบางประการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้การใช้พลาสติกชีวภาพยังเป็นเพียงทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภค และมีการเติบโตในตลาดเฉพาะเจาะจงเท่านั้น (Niche Market) อย่างไรก็ตาม ระเบียบการผลิตของบริษัทที่ทำกระบวนการฉีด และเป่าขึ้นรูปบรรจุก๊าซสามารถรองรับการใช้เม็ดพลาสติกชีวภาพได้ดี โดยใช้เงินลงทุนเพื่อปรับปรุงเครื่องจักรและอุปกรณ์ไม่มาก นอกจากนี้ ปัจจุบันบริษัทมีการใช้เม็ดพลาสติกที่ใช้ในกระบวนการเป่าขึ้นรูปในการผลิตบรรจุก๊าซพลาสติกเป็นชนิดที่สามารถนำมาใช้รีไซเคิลในกระบวนการเป่าขึ้นรูปใหม่ได้ร้อยละ 100 จึงทำให้ลดปริมาณขยะพลาสติกจากการมีข้อจำกัดการใช้เม็ดรีไซเคิล อย่างไรก็ตาม

บริษัทได้มีการศึกษาและพิจารณาความเสี่ยงในเรื่องดังกล่าวอย่างสม่ำเสมอ เพื่อพิจารณาถึงความเหมาะสม ปรับแผนกลยุทธ์ และกำหนดทิศทางการขยายการลงทุนเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงจากกระแสและพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคดังกล่าว

8. ความเสี่ยงจากการมีกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ถือหุ้นในบริษัทมากกว่าร้อยละ 50

บริษัทมีกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ คือ กลุ่มเหมมณฑารพ ถือหุ้นในบริษัทรวมกันในสัดส่วนร้อยละ 56.02 ณ วันที่ 8 มีนาคม 2565 ทำให้กลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ดังกล่าวมีอำนาจในการควบคุมบริษัท และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของบริษัทในทุกเรื่องที่ต้องได้รับอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้น เรื่อง ที่กฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทกำหนดให้ต้องได้รับเสียงส่วน 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นของบริษัทจึงมีความเสี่ยงจากการที่ไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียง เพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องของผู้ถือหุ้นรายใหญ่เสนอให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณา

อย่างไรก็ตาม บริษัทมีการกำหนดโครงสร้างการจัดการเพื่อให้เกิดการถ่วงดุลและสอบทานการบริหารงานอย่างเหมาะสม โดยประกอบด้วย คณะกรรมการชุดย่อย ได้แก่ คณะกรรมการตรวจสอบและกำกับดูแล คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน และคณะกรรมการบริหาร ซึ่งมีการกำหนดขอบเขต อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการชุดต่างๆ อย่างชัดเจน

บริษัทได้แต่งตั้งกรรมการที่ไม่เป็นตัวแทนของผู้ถือหุ้นรายใหญ่จำนวน 4 ท่าน จากกรรมการทั้งหมด 9 ท่าน โดยเป็นกรรมการอิสระ/กรรมการตรวจสอบจำนวน 3 ท่าน และกรรมการอิสระที่ไม่ได้เป็นกรรมการตรวจสอบอีก 1 ท่านเป็นประธานกรรมการบริษัท หรือคิดเป็นร้อยละ 44.44 เพื่อทำหน้าที่ถ่วงดุลอำนาจในการบริหาร กลั่นกรองวาระที่จะเสนอให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณา รวมทั้งตรวจสอบการทำงานของกรรมการและผู้บริหารที่เป็นตัวแทนของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ด้วย นอกจากนี้ ในกรณีเข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกับกรรมการ ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ และ

ผู้มีอำนาจควบคุม รวมถึงบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง
บุคคลดังกล่าวจะไม่มีสิทธิออกเสียงในการอนุมัติ
รายการดังกล่าว

9. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ

บริษัทมีนโยบายการจัดหาวัตถุดิบหลักจากผู้
จัดจำหน่ายรายใหญ่ที่มีความน่าเชื่อถือในระดับสูง
และจัดซื้อตรงจากผู้ผลิตอีกด้วย นอกจากนี้ทางบริษัท
มีการสั่งซื้อวัตถุดิบจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ
หากผู้จัดจำหน่ายไม่สามารถจัดหาวัตถุดิบได้เพียงพอ
ต่อความต้องการ หรือไม่สามารถส่งมอบวัตถุดิบให้แก่
บริษัทได้ทันตามความต้องการ บริษัทได้มีมาตรการใน
การป้องกันและแก้ไขโดยการจัดให้มีผู้จัดจำหน่ายราย
อื่นทั้งจากในและต่างประเทศไว้สำรองในยามฉุกเฉิน
ซึ่งสามารถทำการเปรียบเทียบราคาเพื่อจัดหาวัตถุดิบ
ในราคาที่แข่งขันได้มากขึ้น ณ ในปัจจุบัน ผู้จัด
จำหน่ายวัตถุดิบหลักยังสามารถจัดหาวัตถุดิบได้
ตามคุณภาพและมาตรฐานตรงตามความต้องการของ
บริษัท และสามารถส่งมอบสินค้าได้รวดเร็วและทันต่อ
ความต้องการใช้งานของบริษัท อย่างไรก็ตาม บริษัทมี
นโยบายลดการพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบและกระจาย
ความเสี่ยง โดยการสั่งซื้อวัตถุดิบที่สำคัญแต่ละ
ประเภทจากผู้ผลิต สองรายขึ้นไป และมีนโยบาย
กระจายการสั่งซื้อซึ่งคิดเป็นมูลค่าการสั่งซื้อวัตถุดิบ
จากผู้จัดจำหน่ายแต่ละรายนั้นไม่เกินร้อยละ 30 ของ
ยอดซื้อวัตถุดิบรวมของบริษัท รวมถึงบริษัทมีการ
ประเมินผู้จัดจำหน่ายรายอื่นรวมถึงการทำนโยบาย
สินค้าและวัตถุดิบคงคลังในระดับที่ปลอดภัย (Safety
Stock) เพื่อป้องกันการจัดหาวัตถุดิบไม่ทันหรือขาด
แคลนในบางช่วงเวลา