

ภาพรวมธุรกิจ

บริษัทเอสซี แพคเกจจิ้ง จำกัด (มหาชน) หรือ SCGP

SCGP เป็นผู้นำด้านบรรจุภัณฑ์แบบครบวงจรในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ครอบคลุมทั้งบรรจุภัณฑ์จากเยื่อและกระดาษ (Fiber-Based Packaging) บรรจุภัณฑ์จากวัสดุสมรรถนะสูงและพอลิเมอร์ (Performance and Polymer Packaging หรือ “PPP”) ภาชนะบรรจุอาหาร (Food Service Products) พร้อมให้บริการออกแบบ การพิมพ์และโซลูชันที่หลากหลายตามความต้องการของลูกค้า

SCGP เป็นผู้ผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก (Corrugated Containers) รายใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้⁽¹⁾ โดยในระหว่างปี 2562 มีการลงทุนขยายกำลังผลิต พัฒนาจุดแข็งเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ รวมถึงขยายธุรกิจโดยการควบรวมกิจการในภูมิภาค ด้วยเงินลงทุนรวมกว่า 25,000 ล้านบาท นอกจากนี้ SCGP ได้นำเสนอโซลูชันด้านบรรจุภัณฑ์ (Packaging Solutions) และบริการอื่น ๆ ที่ตอบโจทย์ความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า ได้แก่ โซลูชันสำหรับเศรษฐกิจหมุนเวียน โซลูชันสำหรับงานย่อย โซลูชันอำนวยความสะดวก โซลูชันบรรจุภัณฑ์อัจฉริยะ โซลูชันสำหรับธุรกิจอีคอมเมิร์ซ และโซลูชันด้านกิจกรรมการตลาด

ทั้งนี้ SCGP ยังสร้างประสบการณ์ใหม่แก่ผู้บริโภคผ่านการออกแบบและสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์โดยมีนวัตกรรมในการออกแบบพัฒนาสินค้าและบริการที่หลากหลาย ครอบคลุมความต้องการของลูกค้าทั้งห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) รองรับการเติบโตของผู้บริโภคในภูมิภาค (Consumer Growth) ภายใต้กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)

(1) ข้อมูลจาก ฟรอสต์ แอนด์ ซัลลิวัน ในปี 2562



ลักษณะการดำเนินธุรกิจ

1) สายธุรกิจบรรจุภัณฑ์แบบครบวงจร (Integrated Packaging Chain)

SCGP มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายในสายธุรกิจบรรจุภัณฑ์แบบครบวงจรกว่า 120,000 รายการ (SKUs) ประกอบด้วย บรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก (Corrugated Containers) บรรจุภัณฑ์กล่องพิมพ์สีเพื่อการแสดงสินค้า (Retail Display Packaging) บรรจุภัณฑ์แบบอ่อนตัว (Flexible Packaging) และบรรจุภัณฑ์แบบคงรูป (Rigid Packaging) เพื่อนำเสนอและปกป้องสินค้ารวมถึงกระดาษบรรจุภัณฑ์ (Packaging Paper) ฤกษ์กระดาษรีไซเคิลสำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค และถุงอุตสาหกรรม เพื่อรองรับผู้บริโภคที่มีความต้องการที่หลากหลายและเติบโตเร็ว เช่น ธุรกิจกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภคที่หมุนเวียนอย่างรวดเร็ว (Fast-Moving Consumer Goods หรือ “FMCG”) ธุรกิจค้าปลีกและธุรกิจอีคอมเมิร์ซ (E-Commerce)



บรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก



บรรจุภัณฑ์กล่องพิมพ์สีเพื่อการแสดงสินค้า



บรรจุภัณฑ์แบบอ่อนตัว



บรรจุภัณฑ์แบบคงรูป



กระดาษบรรจุภัณฑ์

2) สายธุรกิจเยื่อกระดาษ (Fibrous Chain)

ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ภาชนะบรรจุอาหารที่มีความปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ภายใต้แบรนด์ “เฟสท์” (Fest®) ที่มีรูปแบบดีไซน์สวยงามและฟังก์ชันที่เหมาะสมกับการใช้งานของผู้บริโภค รวมถึงมีผลิตภัณฑ์จากเยื่อประเภทต่าง ๆ และกระดาษพิมพ์เขียน



ผลิตภัณฑ์ภาชนะบรรจุอาหารปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



ผลิตภัณฑ์เยื่อและกระดาษ

ข้อได้เปรียบในการแข่งขัน

- 1) เป็นผู้นำด้านบรรจุภัณฑ์แบบครบวงจรในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
ซึ่งสามารถรับประโยชน์จากแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจที่สำคัญ (Megatrends) ได้อย่างเต็มที่ โดยแนวโน้มดังกล่าวได้รับการสนับสนุนจากปัจจัยการเติบโตทางเศรษฐกิจและอัตราการเติบโตของประชากรวัยหนุ่มสาวที่มีรายได้ระดับปานกลางในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
- 2) เป็นส่วนสำคัญของห่วงโซ่อุปทานในธุรกิจกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค ธุรกิจค้าปลีก และธุรกิจ E-Commerce
ซึ่งมีโอกาสเติบโตสูงจากการใช้จ่ายที่เพิ่มมากขึ้นของผู้บริโภคในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ตลอดจนจากการเปลี่ยนแปลงด้านประชากรศาสตร์และการขยายตัวอย่างรวดเร็วของธุรกิจอีคอมเมิร์ซ
- 3) เป็นผู้เข้าควมรวมกิจการที่ได้รับการยอมรับ (Consolidator-of-Choice) ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
เห็นได้จากการเข้าซื้อกิจการและบูรณาการธุรกิจเข้ากับ SCGP จนประสบความสำเร็จตามแผนกลยุทธ์ สามารถขยายห่วงโซ่คุณค่าของบรรจุภัณฑ์และการประกอบธุรกิจในหลายประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
- 4) เป็นพันธมิตรที่มีความสัมพันธ์ยาวนานและได้รับการยอมรับจากลูกค้าที่เป็นบริษัทข้ามชาติหลายแห่งและบริษัทชั้นนำในภูมิภาค
ส่งผลให้ SCGP เข้าใจความต้องการของลูกค้าและตอบสนองความต้องการได้อย่างดี
- 5) มีการวิจัยและพัฒนาที่แข็งแกร่ง จึงสามารถนำเสนอโซลูชันบรรจุภัณฑ์หลากหลายประเภทและรูปแบบ
รวมถึงสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า
- 6) เป็นผู้ให้บริการด้านบรรจุภัณฑ์แบบครบวงจรขนาดใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่มีรูปแบบธุรกิจแบบบูรณาการในแนวตั้ง
จึงสามารถพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงาน ส่งเสริมความสามารถการแข่งขันด้านต้นทุน เพิ่มความมั่นคงการจัดหาวัตถุดิบและจัดส่งสินค้า ตลอดจนบริหารทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด
- 7) เป็นผู้นำด้านการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน
โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างวงจรการใช้งานบรรจุภัณฑ์ (Life Cycle) ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ภายใต้หลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และนำไปใช้ดำเนินงานทุกด้าน
- 8) มีผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์และประสบการณ์ พร้อมด้วยการสนับสนุนจากพันธมิตรทางธุรกิจระดับโลก
นอกจากนี้ยังได้รับการปลูกฝังจาก บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) (“SCC”) ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของ SCGP ให้ยึดถืออุดมการณ์และหลักกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance)

**WHAT YOU DESIRE,
WHAT WE DESIGN**



PACKAGING'S IN EVERYDAY OF LIFE, WE'RE ENABLING CONSUMERS' SOLUTIONS

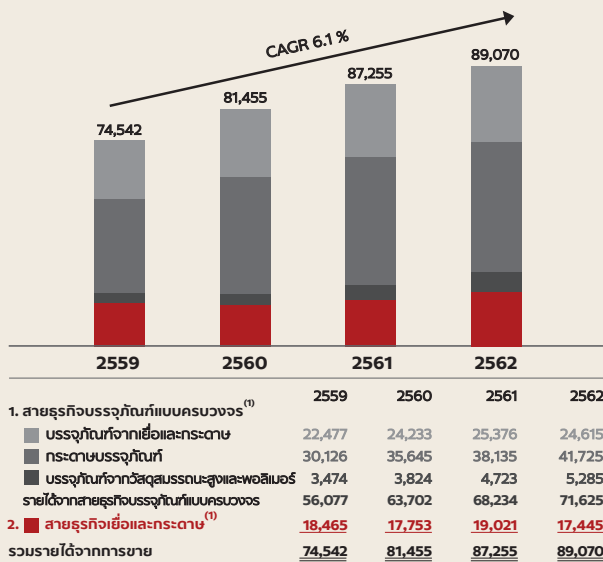
กลยุทธ์การเติบโต

- 1) เพิ่มสัดส่วนการขายบรรจุภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าในกลุ่มธุรกิจที่มีอัตราการเติบโตสูง ซึ่งรวมถึงกลุ่มธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค ธุรกิจการบริการด้านอาหาร และธุรกิจอีคอมเมิร์ซ (E-commerce)
- 2) นำรูปแบบธุรกิจที่ประสบความสำเร็จของ SCGP ในประเทศไทยไปขยายในต่างประเทศ โดยใช้กระบวนการบูรณาการทั้งในแนวตั้งและแนวนอนเพื่อสร้างความใกล้ชิดระหว่าง SCGP กับลูกค้า และมีส่วนร่วมกับลูกค้าในด้านต่าง ๆ ให้มากยิ่งขึ้น
- 3) ดำเนินการตามกลยุทธ์การควบรวมกิจการและร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อเร่งการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และสร้างประโยชน์จากการผนึกกำลัง (Synergy) ระหว่างธุรกิจภายใน SCGP
- 4) ลงทุนและพัฒนานวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์แบบครบวงจรอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง รวมถึงขยายฐานลูกค้าในตลาดที่มีการเติบโตสูง
- 5) เพิ่มประสิทธิภาพของการดำเนินงานและห่วงโซ่อุปทาน โดยใช้เครื่องจักรกลอัตโนมัติ และเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง
- 6) เป็นต้นแบบ (Role Model) ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน และดำเนินธุรกิจตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ในภูมิภาคและสนับสนุนแนวทางดังกล่าวให้แก่ผู้ประกอบการรายอื่น

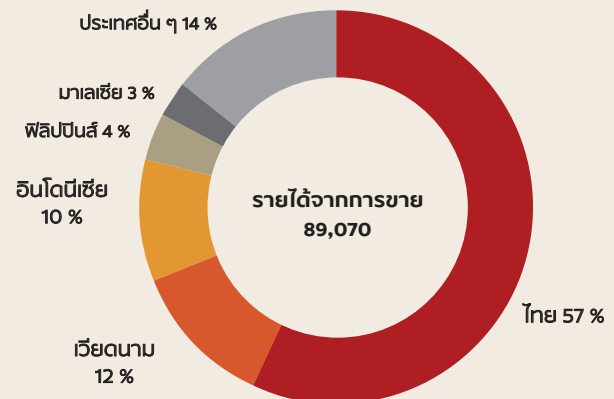
YOUR CONVENIENCE, OUR PRIORITY

งบการเงินรวม สำหรับปี 2559 - 2562 (หน่วย : ล้านบาท)

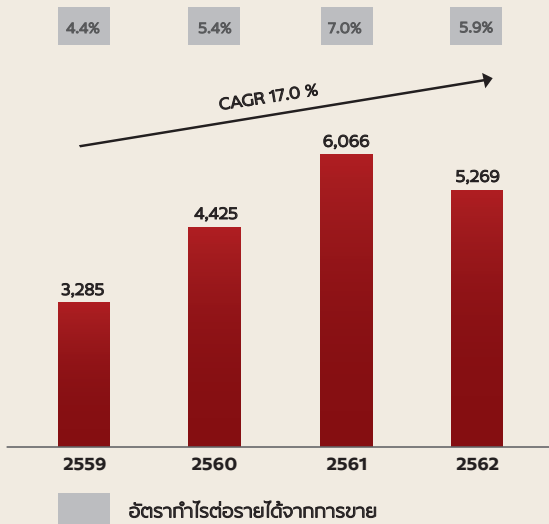
รายได้จากการขาย



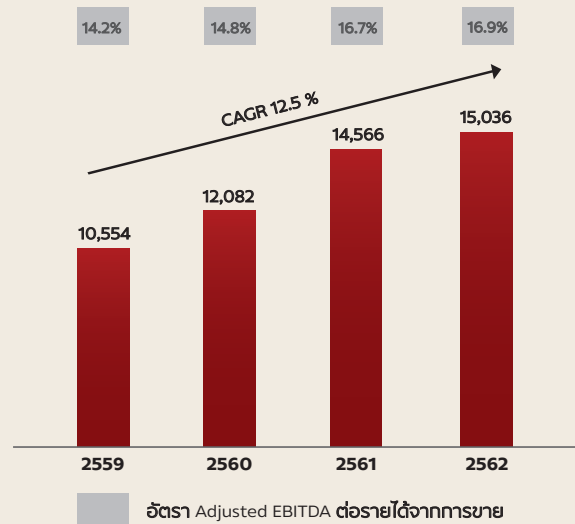
สัดส่วนรายได้จากการขายแบ่งตามประเทศลูกค้า สำหรับสิ้นปีสิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562



กำไรสำหรับงวด



Adjusted EBITDA⁽²⁾



หมายเหตุ

(1) สุทธิจากการตัดรายการระหว่างสายธุรกิจ

(2) กำไรก่อนต้นทุนทางการเงิน ภาษีเงินได้ หักค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย (Adjusted EBITDA) หมายถึง กำไรก่อนต้นทุนทางการเงิน ภาษีเงินได้ หักค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายที่ปรับปรุงให้รวมเงินปันผลรับจากบริษัทร่วม และลบด้วยส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากบริษัทร่วม ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายผลประโยชน์พนักงานจากการปรับปรุง ค่าชดเชยตามกฎหมายแรงงาน รวมทั้งการปรับปรุงอื่น ๆ ทั้งนี้ Adjusted EBITDA เป็นหลักการวัดผลที่มีได้เป็นไปตาม TFRS

"เอกสารฉบับนี้ไม่ได้ถูกจัดทำเพื่อการเผยแพร่ การตีพิมพ์ หรือการแจกจ่าย ไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม ในหรือไปยังสหรัฐอเมริกา หลักทรัพย์ที่กล่าวถึงในเอกสารฉบับนี้ยังไม่ได้นำไปจดทะเบียนภายใต้กฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์ของสหรัฐอเมริกา ค.ศ.1933 รวมทั้งที่ได้มีการแก้ไขเพิ่มเติม ("กฎหมายหลักทรัพย์ของสหรัฐอเมริกา") หรือกฎหมายของรัฐใด ๆ ในสหรัฐอเมริกา และจะไม่มีการเสนอขายหรือการขายหลักทรัพย์ดังกล่าวในสหรัฐอเมริกา เว้นแต่จะได้รับการจดทะเบียนหรือได้รับยกเว้นการจดทะเบียนภายใต้กฎหมายหลักทรัพย์ของสหรัฐอเมริกา และกฎหมายของรัฐที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ไม่มีความประสงค์ที่จะจดทะเบียนไม่ว่าส่วนหนึ่งส่วนใดหรือว่าทั้งหมดของการเสนอขายหรือหลักทรัพย์ใด ๆ ที่กล่าวถึงในเอกสารฉบับนี้ในสหรัฐอเมริกา หรือดำเนินการเสนอขายหลักทรัพย์ต่อประชาชนในสหรัฐอเมริกา"