

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท สาลีอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 4 มกราคม 2536 ด้วยทุนจดทะเบียน 15 ล้านบาท โดยกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่และกลุ่มผู้บริหารของบริษัท วิไอวี อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ได้แก่ กลุ่มจิระพรทิพย์ กลุ่มอัสวภาณจน์ กลุ่มวงศ์ทวีพัฒน์ กลุ่มตวัตร กลุ่มนราธิปกร ซึ่งประกอบธุรกิจด้านการจำหน่ายเคมีภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในด้านคุณภาพจากลูกค้ามาเป็นเวลานานกว่า 40 ปี โดยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางด้านเคมีภัณฑ์ให้แก่ลูกค้า ทำให้กลุ่ม วิไอวี อินเตอร์เนชั่นแนล เล็งเห็นช่องว่างทางการค้าซึ่งในขณะนั้นวัตถุดิบหลายๆ ประเภทที่ลูกค้าใช้ในการผลิตยังคงมีการซื้อจากต่างประเทศ ดังนั้น กลุ่มผู้ถือหุ้นและผู้บริหารของบริษัท จึงทำการขยายขอบเขตการค้าเน้นธุรกิจไปยังธุรกิจอื่น ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดในแต่ละกลุ่มลูกค้า โดยได้จัดตั้งบริษัท สาลีอุตสาหกรรม จำกัด ขึ้นเพื่อประกอบธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติก และต่อมาในปี 2539 ได้จัดตั้งบริษัท สาลี พรินต์ติ้ง จำกัด เพื่อประกอบธุรกิจผลิตฉลากสินค้า

หลังจากนั้นในเดือนธันวาคม 2546 ได้มีการจัดโครงสร้างทางธุรกิจโดยบริษัท สาลีอุตสาหกรรม จำกัด เข้าถือหุ้นในบริษัท สาลี พรินต์ติ้ง จำกัด ในอัตราส่วนร้อยละ 99.99 และเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ในวันที่ 28 เมษายน 2548 ด้วยทุนจดทะเบียน 145,000,000 บาท โดยใช้ชื่อย่อในการซื้อขายหลักทรัพย์ว่า “SALEE”

บริษัท สาลีอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจรับจ้างผลิตชิ้นส่วนพลาสติก ประเภท อิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า ให้กับผู้ผลิตสินค้าต้นแบบ (Original Equipment Manufacturer : OEM) และ Subcontractors ของผู้ผลิตสินค้าต้นแบบ OEM ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผู้ผลิตสัญชาติญี่ปุ่น ที่มีฐานการผลิตในประเทศไทยและต่างประเทศ

ธุรกิจหลักของบริษัทแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติกแบบฉีด (Plastic Injection) และ ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติกแบบขึ้นรูป (Vacuum Pressure Forming) ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาปริมาณการผลิตและกลุ่มลูกค้าของงานทั้งสองประเภท (Plastic Injection และ Vacuum Pressure Forming) ของบริษัทมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปี 2556 บริษัทได้เพิ่มกำลังการผลิตด้านการฉีดพลาสติกโดยการสร้างโรงงานการผลิตเพิ่มเพื่อรองรับกำลังการผลิตที่เพิ่มขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

บริษัท สาลี พรินต์ติ้ง จำกัด (มหาชน) จัดตั้งขึ้นเมื่อปี 2539 เพื่อประกอบธุรกิจด้านการผลิตการพิมพ์ฉลาก โดยเฉพาะฉลากชนิดที่มีกาวในตัว (Self-adhesive Label) ต่อมาเมื่อปี 2552 บริษัท Pago Holding AG (PAGO) ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ได้เข้ามาร่วมถือหุ้นในบริษัท สาลี พรินต์ติ้ง จำกัด ร้อยละ 30 และได้เปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น “บริษัท พาโก้ สาลี พรินต์ติ้ง จำกัด” ต่อมาในปี 2556 บริษัทฯ ได้ซื้อหุ้นจำนวนร้อยละ 30 จากบริษัท Pago Holding AG (PAGO) และได้เปลี่ยนชื่อกลับมาเป็น “บริษัท สาลี พรินต์ติ้ง จำกัด” จึงทำให้บริษัทฯ ถือหุ้นในบริษัท สาลี พรินต์ติ้ง จำกัด ร้อยละ 100 โดยได้เปลี่ยนชื่อและจดทะเบียนเปลี่ยนโครงสร้างผู้ถือหุ้นเสร็จเรียบร้อยเมื่อวันที่ 18 กันยายน 2556 และต่อมาบริษัทได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด โดยเปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท สาลี พรินต์ติ้ง จำกัด (มหาชน) จดทะเบียนเสร็จเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2557 ที่ผ่านมา โดยอยู่ระหว่าง

ดำเนินการเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และจะใช้ชื่อย่อหลักทรัพย์ว่า “SLP” ซึ่งภายหลังเข้าจดทะเบียน บริษัทจะเหลือถือหุ้นอยู่ร้อยละ 65

เมื่อวันที่ 13 สิงหาคม 2546 บริษัทได้เข้าไปลงทุนในบริษัท สาลี คัลเลอร์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทผลิตและจำหน่ายเม็ดสีพลาสติกแบบเข้มข้น (Master batch) ให้กับผู้ผลิตสินค้าที่อยู่ในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนพลาสติกและอุตสาหกรรมยาง โดยผู้ผลิตเหล่านี้จะนำเม็ดสีพลาสติกแบบเข้มข้นไปผสมกับเม็ดพลาสติก ยาง และยางสังเคราะห์ ปัจจุบันบริษัท สาลี คัลเลอร์ จำกัด (มหาชน) ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ชื่อย่อหลักทรัพย์ “COLOR” เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2554 โดยบริษัทถือหุ้นอยู่ในบริษัท สาลี คัลเลอร์ จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 8.20 (ณ วันที่ 16 ธันวาคม 2557)

เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2556 บริษัทได้ร่วมลงทุนจัดตั้งบริษัท สาลี ซีเอฟที (ประเทศไทย) จำกัด กับบริษัท เซ็นทรัล ฟาइन พูล จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทสัญชาติญี่ปุ่น เพื่อทำธุรกิจจำหน่ายแม่พิมพ์ (Molds) เพื่อเป็นการช่วยขยายธุรกิจของบริษัทได้เป็นอย่างดี และเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจในระยะยาว โดยบริษัทถือหุ้นอยู่ในบริษัท สาลี ซีเอฟที (ประเทศไทย) จำกัด ในอัตราส่วนร้อยละ 51

1.1 นโยบาย วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมายหรือกลยุทธ์ในการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท

กลุ่มบริษัทมีนโยบายผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงและการให้บริการที่รวดเร็ว เพื่อมุ่งเน้นสำหรับลูกค้าที่ต้องการงานในลักษณะดังกล่าว โดยเฉพาะลูกค้าที่เป็นบริษัทข้ามชาติต่าง ๆ ซึ่งไม่ได้เน้นที่ราคาสินค้าเป็นสำคัญ

วิสัยทัศน์

“เป็นผู้นำด้านการผลิตอย่างครบวงจรสำหรับชิ้นส่วนพลาสติกและงานพิมพ์หลากหลายคุณภาพสูง”

วัตถุประสงค์

1. ผลิตชิ้นส่วนพลาสติกและงานพิมพ์หลากหลายที่มีคุณภาพสูงและเชื่อถือได้
2. ผลิตชิ้นส่วนพลาสติกและงานพิมพ์หลากหลายได้อย่างครบวงจรตามความต้องการของลูกค้า ตั้งแต่การออกแบบจนกระทั่งผลิตเป็นสินค้าตามที่ลูกค้าต้องการ
3. สนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายได้อย่างรวดเร็วและทันต่อความต้องการ

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

ด้านธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติก บริษัทมีเป้าหมายในการดำเนินงาน ดังนี้

1. เพิ่มสายผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายขึ้น โดยเฉพาะสายผลิตภัณฑ์ที่บริษัทเล็งเห็นว่าบริษัทมีความสามารถในการผลิต และมีศักยภาพในการเติบโตสูงในอุตสาหกรรม เช่น สายผลิตภัณฑ์ทางด้านบรรจุภัณฑ์เพื่อการบริโภค (Food Packaging) และชิ้นส่วนยานยนต์ ซึ่งทั้งสองอุตสาหกรรม บริษัทมีลูกค้าและคำสั่งซื้อแต่ไม่มาก จึงต้องการขยายฐานลูกค้าในอุตสาหกรรมดังกล่าว โดยเฉพาะอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์เพื่อการบริโภค ซึ่งบริษัทมีห้อง Clean Room ที่สะอาดและทันสมัยเพื่อรองรับลูกค้ากลุ่มนี้ และปัจจุบันบริษัทสามารถได้รับใบประกาศรับรองคุณภาพด้าน GMP รวมถึงการเข้าไปรับงานทางภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับชิ้นงานพลาสติกเพิ่มเติม
2. ปรับปรุงมาตรฐานการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ เพิ่มขึ้น เพื่อให้ลูกค้ามีความมั่นใจในการดำเนินธุรกิจของบริษัท
3. ขยายกำลังการผลิตด้านฉีดพลาสติก เพื่อสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้า โดยการเพิ่มเครื่องจักรใหม่เพิ่มเติมในโรงงานใหม่ที่เพิ่งก่อสร้างเสร็จเมื่อไตรมาสที่ 1 ปี 2557 ซึ่งสามารถ

รองรับการขยายงานการผลิตด้านฉีดยาพลาสติกได้อีกกว่า 40% โดยจะทยอยนำเข้าเครื่องจักรเข้ามาเมื่อมีความต้องการของลูกค้า

ด้านธุรกิจพิมพ์ฉลากสินค้า บริษัทมีเป้าหมายในการดำเนินงาน ดังนี้

1. เจาะกลุ่มลูกค้าบริษัทข้ามชาติที่เข้ามาตั้งฐานผลิตในประเทศไทย
2. พยายามเพิ่มประเภทหรือชนิดของสินค้าจากลูกค้าเดิมที่มีอยู่ เพื่อเพิ่มยอดขายจากกลุ่มลูกค้าเดิม เพราะปัจจุบันกลุ่มลูกค้าของบริษัทซึ่งเป็นบริษัทข้ามชาติรายใหญ่ด้านการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคนั้น ยังมีสินค้าอีกเป็นจำนวนมากที่บริษัทสามารถจะเข้าไปสนับสนุนด้านการผลิตให้ได้
3. จากการระดมทุนโดยเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ บริษัทมีแผนที่จะขยายกำลังการผลิต โดยการก่อสร้างโรงงานใหม่เพิ่มเติมอีกประมาณ 5,000 ตารางเมตร ซึ่งคาดว่าจะเริ่มก่อสร้างในไตรมาสที่ 4 ปี 2558 และจะแล้วเสร็จในไตรมาสที่ 4 ปี 2559 ทั้งนี้ จะสามารถเพิ่มกำลังการผลิตได้อีกประมาณ 60-70%

ด้านธุรกิจผลิตและจำหน่ายแม่พิมพ์ บริษัทมีเป้าหมายในการดำเนินงาน ดังนี้

1. เพิ่มความสามารถและศักยภาพในการผลิตแม่พิมพ์ของบริษัท
2. ขยายงานด้านแม่พิมพ์ที่มีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อช่วยให้การรับงานมีความต่อเนื่องหรือสม่ำเสมอมากขึ้น
3. ขยายธุรกิจไปในกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัทญี่ปุ่นมากขึ้น

กลยุทธ์

ด้านธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติก บริษัทมีกลยุทธ์ในการดำเนินงาน ดังนี้

1. บริษัทจะขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการเติบโตแต่บริษัทยังได้รับคำสั่งซื้อน้อย อาทิ บรรจุภัณฑ์เพื่อการบริโภค (Food Packaging) และกลุ่มอุตสาหกรรมรถยนต์ รวมถึงการขยายฐานลูกค้าไปในกลุ่มอุตสาหกรรมเดิมให้มากขึ้น เช่น กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงการเข้าไปรับงานทางภาครัฐที่เกี่ยวข้องชิ้นงานพลาสติกเพิ่มเติม
2. ผลิตสินค้าให้ทันตามนัดหมาย เนื่องจากสินค้าของบริษัทจะผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า ซึ่งจะมีลักษณะเฉพาะสำหรับลูกค้าแต่ละราย ดังนั้น จึงต้องมีการวางแผนการผลิตที่ดี เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าได้ทันตามความต้องการของลูกค้า รวมทั้งให้บริการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง
3. คำนึงถึงการรักษาคุณภาพสินค้าเป็นสำคัญ โดยจัดให้มีการตรวจสอบ และควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามข้อกำหนดของลูกค้า โดยมีการควบคุมคุณภาพสินค้าทั้งในระหว่างกระบวนการผลิต และก่อนจัดส่งสินค้าให้ลูกค้า
4. มุ่งสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าในระยะยาวโดยบริษัทได้จัดให้เจ้าหน้าที่การตลาดและขายของบริษัทดูแลและรับทราบข้อมูลของลูกค้าแต่ละรายที่เกี่ยวกับความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนพลาสติก เพื่อที่บริษัทจะได้ให้บริการที่ดีและเป็นที่น่าพอใจแก่ลูกค้าแต่ละรายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
5. มุ่งพัฒนาคุณภาพสินค้าอย่างต่อเนื่อง โดยการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต เทคนิคการผลิต และความชำนาญของบุคลากร เพื่อให้สินค้าที่ผลิตได้มีคุณภาพดีขึ้น อาทิ การปรับสภาพ

เครื่องจักรในการผลิตให้เหมาะสมกับแม่พิมพ์ที่ถูกกำหนดไว้ เช่น อุณหภูมิ ระยะการดึงออก เพื่อลดการสูญเสียในการผลิต เป็นต้น

6. เพิ่มเครื่องจักรที่มีขนาดใหญ่ขึ้น เพื่อให้สามารถรองรับการผลิตสินค้าที่มีขนาดใหญ่ขึ้นและสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าได้ในวงกว้างมากขึ้น

ด้านธุรกิจพิมพ์พลาสติกสินค้า บริษัทมีกลยุทธ์ในการดำเนินงาน ดังนี้

1. กลยุทธ์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์

บริษัทมุ่งเน้นนโยบายผลิตสินค้าที่มีคุณภาพโดยใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย ปัจจุบันเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตมีเทคโนโลยีที่ล้ำสมัย ทำให้ชิ้นงานที่ผลิตมีคุณภาพสูง มีความละเอียดและความสวยงาม และมีการตรวจสอบเช็คคุณภาพของฉลากพิมพ์หลังการผลิตเพื่อให้ลูกค้ามั่นใจว่าสินค้าที่จัดส่งมีความครบถ้วน และมีคุณภาพตรงตามที่ลูกค้ากำหนด รวมทั้งมีการนำเทคนิคทางสถิติและการวิเคราะห์เข้ามาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของระบบคุณภาพ

2. กลยุทธ์ด้านการให้บริการ

บริษัทมีการให้บริการแบบครบวงจร ตั้งแต่กระบวนการออกแบบฉลากสินค้า การจัดทำแม่พิมพ์จนถึงการผลิตสินค้าและจัดส่ง นอกจากนี้บริษัทยังมีนโยบาย In-House Confidential ในการรักษาความลับของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจว่า ฉลากพิมพ์ที่ผลิตจากบริษัทจะถูกเก็บรักษาเป็นความลับจนกว่าผลิตภัณฑ์ของลูกค้าจะวางจำหน่ายในท้องตลาด

3. กลยุทธ์การตลาด

- 3.1 ใช้การอ้างอิงถึงกลุ่มลูกค้าเดิมที่เป็นบริษัทข้ามชาติที่มีชื่อเสียง ให้เป็นประโยชน์ในการเข้าหากลุ่มลูกค้าข้ามชาติใหม่ ๆ
- 3.2 มุ่งเจาะลูกค้าข้ามชาติที่มีแนวโน้มการเติบโต โดยพิจารณาจากการที่มีการลงทุนขนาดใหญ่หรือมีแผนลงทุนขนาดใหญ่ในประเทศไทย
- 3.3 สร้างความสัมพันธ์และการให้บริการที่ดีกับกลุ่มลูกค้ารายใหญ่เดิม เพื่อขยายการขายและการให้บริการให้แก่ลูกค้าให้มีความครอบคลุมมากขึ้น
- 3.4 เพิ่มประเภทสินค้าใหม่ ๆ เพื่อให้สามารถขยายยอดขายเพิ่มขึ้นในกลุ่มลูกค้าที่บริษัทมีสัมพันธ์ที่ได้อยู่แล้วและกลุ่มลูกค้าใหม่ที่ต้องการสินค้าดังกล่าว

ด้านธุรกิจผลิตและจำหน่ายแม่พิมพ์ บริษัทมีกลยุทธ์ในการดำเนินงาน ดังนี้

1. บริษัทจะส่งเสริมและสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถและศักยภาพของพนักงานของบริษัท โดยการส่งไปอบรมเพิ่มพูนความรู้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการส่งไปฝึกงานกับบริษัทผู้ร่วมทุน คือ บริษัทเซ็นทรัล ฟาइन พูล จำกัด ที่ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งในปัจจุบันได้มีการส่งไปแล้วทั้งหมดจำนวน 4 คน
2. ขยายการรับงานแม่พิมพ์ไปยังกลุ่มสินค้าที่มีความหลากหลายมากขึ้น ซึ่งรวมถึงการรับงานซ่อมแม่พิมพ์ด้วย
3. บริษัทจะอาศัยจุดแข็งที่มีการร่วมทุนกับบริษัทเซ็นทรัล ฟาइन พูล จำกัด จากประเทศญี่ปุ่น รวมถึงการมีพนักงานชาวญี่ปุ่นในการเจาะกลุ่มลูกค้าบริษัทญี่ปุ่นในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ในช่วง 3 ปี ที่ผ่านมามีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ ดังนี้

ปี 2555

วันที่ 11 กรกฎาคม 2555 บริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนเพิ่มทุนชำระแล้วจากเดิม 259,327,039 บาท เป็น 261,848,119 บาท ซึ่งเป็นการใช้สิทธิของซื้อหุ้นตามใบสำคัญแสดงสิทธิที่จัดสรรให้กับกรรมการและ/หรือพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อย ครั้งที่ 1 (SALEE-WA) จำนวน 2,521,080 หุ้น

ปี 2556

วันที่ 19 เมษายน 2556 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2556 ได้มีมติให้ลดทุนจดทะเบียนจากเดิม 340,000,000 บาท เป็น 266,741,218 บาท โดยการตัดหุ้นจดทะเบียนที่ยังมิได้นำจำหน่ายจำนวน 73,258,782 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เนื่องจากใบสำคัญแสดงสิทธิที่จัดสรรให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม ครั้งที่ 1 (SALEE-W1) หมดอายุการใช้สิทธิไปเมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2555 และเพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 266,741,218 บาท เป็น 319,110,842 บาท เพื่อบริการจ่ายหุ้นปันผลจำนวน 52,369,624 หุ้น โดยดำเนินการจดทะเบียนที่กระทรวงพาณิชย์แล้วเสร็จเมื่อวันที่ 26 เมษายน 2556

วันที่ 15 พฤษภาคม 2556 บริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนเพิ่มทุนชำระแล้วจากเดิม 261,848,119 บาท เป็น 314,217,704 บาท โดยออกหุ้นสามัญเพื่อบริการจ่ายหุ้นปันผลให้กับผู้ถือหุ้นเดิมจำนวน 52,369,585 หุ้น ตามมติที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2556 เมื่อวันที่ 19 เมษายน 2556

เดือนมิถุนายน 2556 ได้ดำเนินการชำระบัญชีและเลิกกิจการบริษัทยูเนี่ยน ชันไรส์ จำกัด ซึ่งบริษัทถือหุ้นอยู่ร้อยละ 17.99 เนื่องจากบริษัทยูเนี่ยน ชันไรส์ จำกัด ไม่มีการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจมากกว่า 1 ปีแล้ว และยังไม่มีความจำเป็นสำหรับการดำเนินธุรกิจในอนาคต

วันที่ 15 กรกฎาคม 2556 บริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนเพิ่มทุนชำระแล้วจากเดิม 314,217,704 บาท เป็น 316,767,561 บาท ซึ่งเป็นการใช้สิทธิของซื้อหุ้นตามใบสำคัญแสดงสิทธิที่จัดสรรให้กับกรรมการและ/หรือพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อย ครั้งที่ 1 (SALEE-WA) จำนวน 2,549,857 หุ้น

วันที่ 18 กันยายน 2556 บริษัทฯ ได้ซื้อหุ้นจำนวนร้อยละ 30 ในบริษัท พาโก้ สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด จากบริษัท Pago Holding AG (PAGO) จึงทำให้บริษัทฯ ถือหุ้นในบริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด ทั้งหมดร้อยละ 100 และได้เปลี่ยนชื่อบริษัทกลับมาเป็น “บริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด”

ปี 2557

วันที่ 24 เมษายน 2557 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2557 ได้มีมติให้ลดทุนจดทะเบียนจากเดิม 319,110,842 บาท เป็น 316,767,561 บาท โดยการตัดหุ้นจดทะเบียนที่ยังมิได้นำจำหน่ายจำนวน 2,343,281 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท ซึ่งจำนวน 2,343,242 หุ้น เป็นหุ้นสามัญที่เหลือจากการจัดสรรไว้รองรับใบสำคัญแสดงสิทธิที่จัดสรรให้แก่กรรมการและ/หรือพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อย ครั้งที่ 1

(SALEE-WA) หอมดาอุการใช้สิทธิไปเมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2556 และจำนวน 39 หุ้น ซึ่งเป็นหุ้นสามัญที่เหลือจากการจัดสรรไว้รองรับการจ่ายหุ้นปันผล และเพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 316,767,561 บาท เป็น 380,121,074 บาท เพื่อรองรับการจ่ายหุ้นปันผลจำนวน 63,353,513 หุ้น โดยดำเนินการจดทะเบียนที่กระทรวงพาณิชย์ แล้วเสร็จเมื่อวันที่ 19 พฤษภาคม 2557

วันที่ 18 กรกฎาคม 2557

ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2557 ได้มีมติอนุมัติการนำบริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (Spin-off) โดยเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2557 ได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และเปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน) และอยู่ระหว่างดำเนินการเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยโดยจะใช้ชื่อย่อหลักทรัพย์ว่า “SLP”

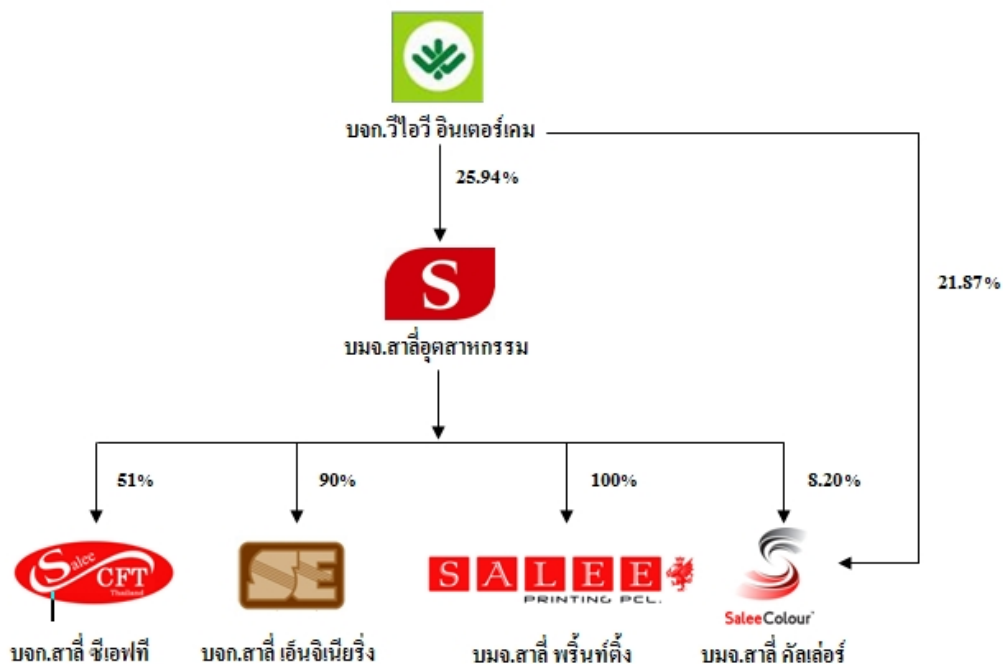
1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

1.3.1 นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม

บริษัทมีนโยบายแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่มเป็น 3 ธุรกิจหลัก ได้แก่

- 1.3.1.1 ธุรกิจผลิตแม่พิมพ์สำหรับงานพลาสติก : ดำเนินการโดยบริษัทย่อย คือ บริษัท สาลี เอ็นจิเนียริง จำกัด และบริษัท สาลี ซีเอฟที (ประเทศไทย) จำกัด
- 1.3.1.2 ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติก : ดำเนินการโดยบริษัทเอง คือ บริษัท สาลีอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน)
- 1.3.1.3 ธุรกิจพิมพ์ฉลากสินค้า : ดำเนินการโดยบริษัทย่อย คือ บริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน)

1.3.2 แผนภาพโครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



ข้อมูลของบริษัทย่อย บริษัทร่วมและบริษัทที่เกี่ยวข้อง**1. บริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน) บริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 100**

ประเภทกิจการ	:	ผลิตและจำหน่ายกระดาษพิมพ์
ที่ตั้งบริษัท	:	19 หมู่ 10 ตำบลคลองสี่ อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี 12120
	:	โทรศัพท์ (02) 529-6000 โทรสาร (02) 529-6010-11
เว็บไซต์	:	www.saleeprinting.com
ทุนจดทะเบียน	:	300 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท
ทุนที่เรียกชำระแล้ว	:	225 ล้านบาท
คณะกรรมการ	:	นายสุชาติ จิระพรทิพย์ ประธานกรรมการ นายสุชาติ บุญบรรเจิดศรี กรรมการอิสระและ ประธานกรรมการตรวจสอบ นายสุพจน์ แก้วมณี กรรมการอิสระและ กรรมการตรวจสอบ นางวรางคณา กัลยาณประดิษฐ์ กรรมการอิสระและ กรรมการตรวจสอบ นายเสวต นราธิปกร กรรมการผู้จัดการ นายสาทิส ตั้วธร กรรมการ นายประชา จิระพรทิพย์ กรรมการ นายทนต์ อัสวกาญจน์ กรรมการ นายประภุฑ์ จิระพรทิพย์ กรรมการ
รายชื่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่	:	บริษัท สาลีอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 100 (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557)

2. บริษัท สาลี เอ็นจิเนียริง จำกัด บริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 90

ประเภทกิจการ	:	ผลิตแม่พิมพ์ฉีดและขึ้นรูปพลาสติก
ที่ตั้งบริษัท	:	18 หมู่ 10 อาคาร 6 ตำบลคลองสี่ อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี 12120
	:	โทรศัพท์ (02) 529-5920-7 โทรสาร (02) 529-5928
เว็บไซต์	:	www.saleeind.com
ทุนจดทะเบียน	:	25 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท
ทุนที่เรียกชำระแล้ว	:	25 ล้านบาท
คณะกรรมการ	:	นายสุชาติ จิระพรทิพย์ ประธานกรรมการ นายสาทิส ตั้วธร กรรมการผู้จัดการ

นายเสวต นราธิปกร กรรมการ
นายไพบุลย์ ตั้งตรงศักดิ์ กรรมการ
นายชาญชัย อัสวกาญจน์ กรรมการ
รายชื่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่ : บริษัท สาลีอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 90
(ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557)

3. บริษัท สาลี ซีเอฟที (ประเทศไทย) จำกัด บริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 51
ประเภทกิจการ : จำหน่ายแม่พิมพ์ (Molds)
ที่ตั้งบริษัท : 18 หมู่ 10 ต.คลองสี่
อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี 12120
โทรศัพท์ (02) 5295968-99 โทรสาร (02) 5295959
เว็บไซต์ : www.salecind.com
ทุนจดทะเบียน : 10 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท
ทุนที่เรียกชำระแล้ว : 10 ล้านบาท
คณะกรรมการ : นายสุชาติ จิระพรทิพย์ ประธานกรรมการ
นายสาทิศ ตั้วธรร กรรมการผู้จัดการ
นายเสวต นราธิปกร กรรมการ
นายอานันต์ อัสวกาญจน์ กรรมการ
นายคาสีโกะ มียาเกะ กรรมการ
รายชื่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่ : บริษัท สาลีอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 51
(ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557) บริษัท เซ็นทรัล ฟาชั่น กรุ๊ป จำกัด ร้อยละ 49

4. บริษัท สาลี คัลเลอร์ จำกัด (มหาชน) บริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 8.20
ประเภทกิจการ : ผลิตและจำหน่ายเม็ดสีพลาสติก
ที่ตั้งบริษัท : 858 หมู่ที่ 2 ซอย 1C/1 นิคมอุตสาหกรรมบางปู ต.บางปูใหม่
อ.เมืองสมุทรปราการ จ.สมุทรปราการ 10280
โทรศัพท์ (02) 323-2601-8 โทรสาร (02) 3232227-8
เว็บไซต์ : www.saleecolour.com
ทุนจดทะเบียน : 652.34 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท
ทุนที่เรียกชำระแล้ว : 581.65 ล้านบาท
คณะกรรมการ : พลเอกสมศักดิ์ อุดตะนันท์ ประธานกรรมการตรวจสอบ/
กรรมการอิสระ
พล.ต.ท.ดร.ระพีพัฒน์ ปาละวงศ์ กรรมการตรวจสอบ/
กรรมการอิสระ
น.ส.สุวรรณี ลิ้มปวงศ์แสน กรรมการตรวจสอบ/
กรรมการอิสระ

	นายสุชาติ จิระพรทิพย์	ประธานกรรมการบริษัท
	นายขวัญชัย ณัฐเศรษฐ์	กรรมการผู้จัดการ
	นายธนศพล มงคลรัตน์	กรรมการ
	นายรัช ทองวานิช	ประธานกรรมการบริหาร
	นายราชัน ควหา	กรรมการ
	นายชาญชัย อัสวกาญจน์	กรรมการ
รายชื่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่ :	บริษัท วีไอวี อินเตอร์เคอม จำกัด	ร้อยละ 21.87
(ณ วันที่ 16 ธันวาคม 2557)	บริษัท สาลิอุตสาหกรรมการ จำกัด (มหาชน)	ร้อยละ 8.20
	นายศศิสม มนต์เสรีนุสรณ์	ร้อยละ 5.62

5. บริษัท วีไอวี อินเตอร์เคอม จำกัด ถือหุ้นในบริษัทฯ ร้อยละ 25.94

ประเภทกิจการ :	นำเข้าและจัดจำหน่ายเคมีภัณฑ์
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ :	22 ซ.สุขุมวิท 42 ถ.สุขุมวิท แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ (02) 712-1044-77 โทรสาร (02) 712-1040
เว็บไซต์ :	www.vivgroup.com
ทุนจดทะเบียน :	150 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท
ทุนที่เรียกชำระแล้ว :	150 ล้านบาท
คณะกรรมการ :	นายประคิด อัสวกาญจน์ ประธานคณะกรรมการผู้ถือหุ้น นายสุชาติ จิระพรทิพย์ ประธานคณะกรรมการบริหาร นายประชา จิระพรทิพย์ รองประธานคณะกรรมการบริหาร นายชาญชัย อัสวกาญจน์ กรรมการผู้จัดการ นางสาวธันธิดา จิระพรทิพย์ รองกรรมการผู้จัดการ นางวันเพ็ญ อัสวกาญจน์ กรรมการ นางพิมพ์พา จิระพรทิพย์ กรรมการ
รายชื่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่ :	บริษัท วีไอวี โฮลดิ้ง จำกัด* ร้อยละ 88.03
(ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557)	
*หมายเหตุ :	บริษัท วีไอวี โฮลดิ้ง จำกัด ถือหุ้นโดย กลุ่มตระกูลจิระพรทิพย์ ร้อยละ 50 และกลุ่มตระกูลอัสวกาญจน์ ร้อยละ 50

1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นรายใหญ่

บริษัท ไม่มีธุรกรรมทางธุรกิจกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ และผู้ถือหุ้นรายใหญ่ไม่มีความเกี่ยวเนื่องกันแต่อย่างใด

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัท

1. โครงสร้างรายได้ของบริษัทและบริษัทย่อย

โครงสร้างรายได้ของบริษัทและบริษัทย่อยสำหรับ ปี 2555 – 2557 ปรากฏดังนี้

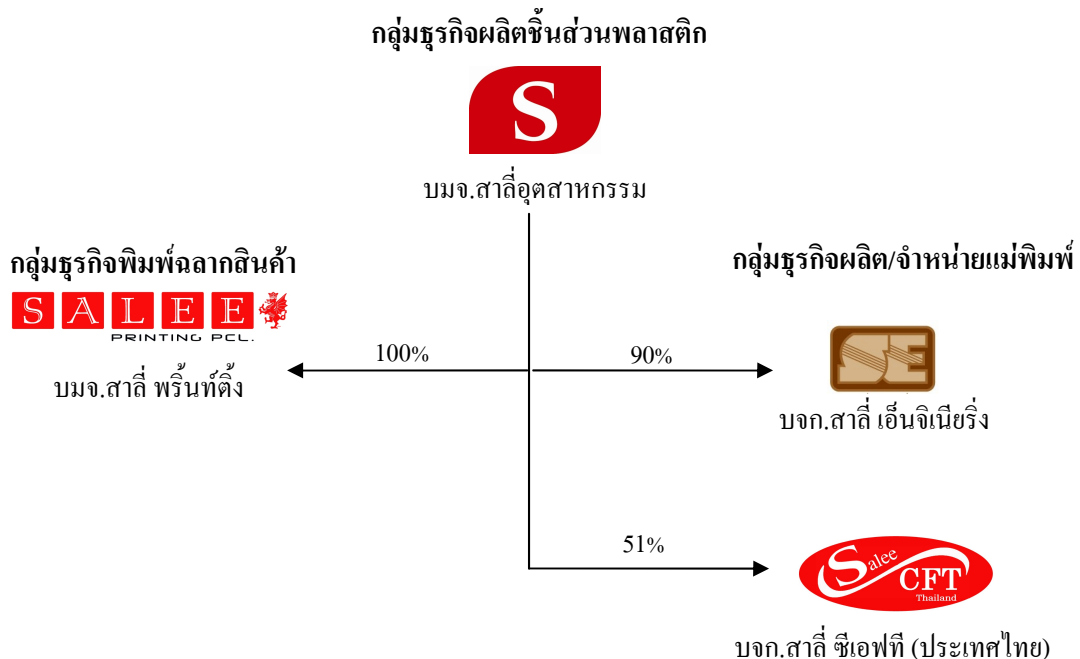
กลุ่มธุรกิจ	ดำเนินการโดย	% การถือหุ้น ของบริษัท	2557		2556		2555	
			ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
กลุ่มธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติก	บริษัท		395	36	374	33	480	44
กลุ่มธุรกิจพิมพ์ฉลากสินค้า	บมจ.สาเล่ พรินท์ติ้ง	100*	645	58	717	63	552	51
กลุ่มธุรกิจผลิตและ จำหน่ายแม่พิมพ์	- บ.สาเล่ เอ็นจิเนียริง	90	53	5	39	4	48	5
	- บ.สาเล่ ซีเอฟที	51	11	1	1	-	-	-
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	-	-
รวมรายได้			1,104	100	1,131	100	1,080	100

*เมื่อวันที่ 18 กันยายน 2556 บริษัทฯ ซื้อหุ้น บริษัท สาเล่ พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน) จำนวน 30% จากบริษัท Pago Holding AG (PAGO) ทำให้บริษัทฯ ถือหุ้นในบริษัท สาเล่ พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน) ทั้งหมด 100% จากเดิมที่ถืออยู่ 70 %

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท

โครงสร้างและลักษณะการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท สาเล่อุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน)

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 สามารถสรุปได้ดังนี้



กลุ่มธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติก ดำเนินการโดย บริษัท สาลี อุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน)

ดำเนินธุรกิจรับจ้างผลิตชิ้นส่วนพลาสติก ประเภทอิเล็กทรอนิกส์ เครื่องใช้ไฟฟ้า และยานยนต์ ให้กับผู้ผลิตสินค้าต้นแบบ (Original Equipment Manufacturer : OEM) และ Subcontractors ของผู้ผลิตสินค้าต้นแบบ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผู้ผลิตสัญชาติญี่ปุ่น ที่มีฐานการผลิตในประเทศไทยและต่างประเทศ ธุรกิจหลักของบริษัทแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติกแบบฉีด (Plastic Injection) และธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติกแบบขึ้นรูป (Vacuum Pressure Forming)

กลุ่มธุรกิจพิมพ์ฉลากสินค้า ดำเนินการโดย บริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน)

ดำเนินธุรกิจรับพิมพ์ฉลากสินค้าคุณภาพสูง (Self-adhesive Label) ด้วยเทคโนโลยีและเครื่องจักรอันทันสมัย บริษัทรับพิมพ์ฉลากสินค้าให้กับธุรกิจหลากหลายประเภท ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทจะเป็นกลุ่มผู้ผลิตสินค้าระดับพรีเมียมที่ให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์รวมถึงฉลากสินค้าที่มีคุณภาพ มีลักษณะคงทน สีสดใสสวยงามและโดดเด่น นอกจากนี้ บริษัทยังได้ขยายธุรกิจด้านการพิมพ์ offset สำหรับบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่องกระดาษด้วย ปัจจุบันฐานลูกค้าของบริษัทได้ขยายออกไปหลากหลายประเภท อาทิ กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ผลิตเครื่องสำอางค์ เครื่องอุปโภคบริโภค เครื่องดื่ม รวมถึงผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยง และด้วยคุณภาพสินค้าที่โดดเด่น จึงทำให้บริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในวงการผลิตฉลากสินค้าคุณภาพ เพราะนอกจากจะมีเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยแล้ว บริษัทยังมีระบบการบริหารจัดการและทีมงานมืออาชีพที่มีประสบการณ์ทางด้านการพิมพ์ฉลากสินค้านานกว่า 30 ปี ปัจจุบันบริษัทถือหุ้นบริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน) 100% ของทุนเรียกชำระแล้ว

กลุ่มธุรกิจผลิตและจำหน่ายแม่พิมพ์ ดำเนินการโดย บริษัท สาลี เอ็นจิเนียริง จำกัด และบริษัท สาลี ซีเอฟที (ประเทศไทย) จำกัด

บริษัท สาลี เอ็นจิเนียริง จำกัด

ดำเนินธุรกิจผลิตและออกแบบแม่พิมพ์ฉีดและแม่พิมพ์ขึ้นรูปพลาสติก รวมถึงรับซ่อมแซมแม่พิมพ์ ด้วยเครื่องจักรระบบควบคุมอัตโนมัติ โดยมีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งเพื่อเป็นการส่งเสริมความแข็งแกร่งให้แก่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มบริษัท และทำให้กลุ่มบริษัทสามารถให้บริการลูกค้าที่ครบวงจรมากขึ้น โดยบริษัทถือหุ้นบริษัท สาลี เอ็นจิเนียริง จำกัด ร้อยละ 90 ของทุนเรียกชำระแล้ว

บริษัท สาลี ซีเอฟที (ประเทศไทย) จำกัด

ดำเนินธุรกิจจำหน่ายแม่พิมพ์ โดยการร่วมทุนกับบริษัท เซ็นทรัล ฟาइन ฟู๊ด จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทสัญชาติญี่ปุ่นที่มีความชำนาญด้านการผลิตแม่พิมพ์มานานกว่า 30 ปี โดยเฉพาะอย่างยิ่งแม่พิมพ์ที่มีความละเอียดและซับซ้อน โดยบริษัทถือหุ้นบริษัท สาลี ซีเอฟที (ประเทศไทย) จำกัด ร้อยละ 51 ของทุนเรียกชำระแล้ว

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ**2.1.1 กลุ่มธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติก****ลักษณะของผลิตภัณฑ์**

สายผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทสามารถแยกได้อีกเป็น 2 ประเภท คือ

1. สายผลิตภัณฑ์ที่ได้รับจากกระบวนการฉีดพลาสติก (Injection Molding) แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม**ลูกค้า ดังนี้**

กลุ่มที่ 1 ชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์

ผลิตภัณฑ์ : ส่วนประกอบของภาชนะบรรจุอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ รวมถึง ถาดไอซี (IC Tray) ที่มีคุณสมบัติพิเศษในการเก็บประจุไฟฟ้า

กลุ่มที่ 2 ชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและเครื่องใช้สำนักงาน

ผลิตภัณฑ์ : ชิ้นส่วนประกอบของ สแกนเนอร์ พรินเตอร์ ไมโครเวฟ แฟกซ์ ปลั๊กไฟ สวิตช์ตัดไฟ และเครื่องมือวัดค่าไฟฟ้า

กลุ่มที่ 3 ชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับอุตสาหกรรมของใช้ในครัวเรือน

ผลิตภัณฑ์ : ชิ้นส่วนประกอบของ กระติกน้ำและกล่องอาหารระดับพรีเมียม

กลุ่มที่ 4 ชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับยานยนต์

ผลิตภัณฑ์ : ชิ้นส่วนประกอบต่าง ๆ ของรถยนต์ รถจักรยานยนต์

2. สายผลิตภัณฑ์ที่ได้จากกระบวนการขึ้นรูปพลาสติกด้วยระบบสูญญากาศ (Vacuum Pressure Forming) แบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มลูกค้า ดังนี้

กลุ่มที่ 1 บรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า

ผลิตภัณฑ์ : กล่องบรรจุมอเตอร์คอมพิวเตอร์และเครื่องใช้ไฟฟ้า และกล่องบรรจุชิ้นส่วน Hard Disk Drive ถาดใส่ชิ้นงานอลูมิเนียม (Aluminum) ถาดใส่ชิ้นงานแผงวงจรไฟฟ้า และถาดใส่ชิ้นงานอิเล็กทรอนิกส์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า อื่น ๆ

กลุ่มที่ 2 บรรจุภัณฑ์พลาสติกเพื่อการอุปโภคและบริโภค

ผลิตภัณฑ์ : ถาดใส่กุ้งแช่แข็งและอาหารทะเล บรรจุภัณฑ์ประเภทลามิเนต (Laminate)

ทั้งนี้ บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานการปฏิบัติงานในกระบวนการผลิตตามมาตรฐานหลาย

ประการ อาทิ ISO 9001:2008, ISO 14001:2004, TS 16949 และ GMP เป็นต้น

นอกจากนี้ บริษัทได้รับสิทธิและประโยชน์ตามมาตรา 36 (1) และมาตรา 36 (2) แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ.2520 เมื่อวันที่ 26 กรกฎาคม 2547 โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. มาตรา 36 (1) ให้ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบและวัสดุจำเป็นที่ต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศ เพื่อใช้ในการผลิตเพื่อการส่งออก ตั้งแต่วันที่ 5 กันยายน 2546 จนถึงวันที่ 4 กันยายน 2548 และสามารถขยายได้ปีต่อปี
2. มาตรา 36 (2) ให้ได้รับการยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับของที่ผู้ได้รับการส่งเสริมนำเข้ามาเพื่อส่งกลับออกไป ตั้งแต่วันที่ 5 กันยายน 2546 จนถึงวันที่ 4 กันยายน 2548 และสามารถขยายได้ปีต่อปี

2.1.2 การประกอบธุรกิจผลิตฉลากสินค้า

ลักษณะของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทย่อยได้แก่ ฉลากผลิตภัณฑ์หลายรูปแบบ ทั้งฉลากสินค้าที่พิมพ์ลงบนสติ๊กเกอร์พลาสติกและฉลากสินค้าที่พิมพ์ลงบนสติ๊กเกอร์กระดาษ โดยบริษัทย่อยถือได้ว่าเป็นหนึ่งในผู้ผลิตฉลากผลิตภัณฑ์ที่มีเทคโนโลยีการผลิตระดับสูงในบริษัทไทย และได้รับการรับรองมาตรฐานการปฏิบัติงานในกระบวนการผลิตตามมาตรฐาน ISO 9001:2008 และ ISO 14001:2004

โดยที่บริษัทมีการจัดซื้อวัตถุดิบจากผู้จัดทำรายหนึ่ง อยู่ประมาณร้อยละ 50 ของวัตถุดิบที่ต้องใช้ทั้งหมด เนื่องจากเป็นผู้จัดทำรายสำหรับวัตถุดิบที่มีคุณภาพ โดยเป็นวัตถุดิบประเภทสติ๊กเกอร์สำหรับ

พิมพ์ฉลากสินค้า ทั้งนี้ บริษัทไม่มีความสัมพันธ์อื่นใดกับผู้จัดจำหน่ายรายดังกล่าวนอกเหนือจากในฐานะผู้ซื้อวัตถุดิบ

2.1.3 การประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายแม่พิมพ์

ลักษณะของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทย่อยได้แก่ แม่พิมพ์สำหรับงานด้านฉีดพลาสติก และขึ้นรูปพลาสติก รวมถึงการนำเข้าแม่พิมพ์ที่มีความซับซ้อนจากตลาดต่างประเทศเพื่อมาประกอบและจำหน่ายต่อไป โดยบริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานการปฏิบัติงานในกระบวนการผลิตตามมาตรฐาน ISO 9001:2008 และนอกจากนี้ บริษัทยังได้รับการส่งเสริมการลงทุนในกิจการ ผลิตแม่พิมพ์ฉีดพลาสติกและซ่อมแซมแม่พิมพ์ประเภท 4.2 กิจการผลิตเครื่องจักรและอุปกรณ์ เมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2549 โดยได้รับสิทธิและประโยชน์ดังนี้

1. มาตรา 25 ให้ได้รับอนุญาตนำคนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือและผู้ชำนาญการ คู่สมรสและบุคคลซึ่งอยู่ในอุปการะของบุคคลทั้งสองประเภทเข้ามาในราชอาณาจักรได้ตามจำนวนและกำหนดระยะเวลาเท่าที่คณะกรรมการพิจารณาเห็นสมควร
2. มาตรา 26 ให้คนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการที่ได้รับอนุญาตให้อยู่ราชอาณาจักรตาม มาตรา 25 ได้รับอนุญาตทำงานเฉพาะตำแหน่งหน้าที่ที่คณะกรรมการให้ความเห็นชอบตลอดระยะเวลาเท่าที่ได้รับอนุญาตให้อยู่ในราชอาณาจักร
3. มาตรา 37 ให้ได้รับอนุญาตให้นำหรือส่งเงินออกนอกราชอาณาจักรเป็นเงินตราต่างประเทศได้

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติก

ก) การตลาดของผลิตภัณฑ์

นโยบายการตลาด

เนื่องจากบริษัทมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ามายาวนาน ดังนั้น บริษัทจึงมีนโยบายการตลาดที่มุ่งเน้นการสร้างความปลอดภัยในการให้บริการแก่ลูกค้าในระยะยาว (Long-Term Customer Satisfaction) โดยคำนึงถึงการรักษาคุณภาพของสินค้าในระยะยาวและการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าของบริษัทในปัจจุบันเป็น Subcontractors รายใหญ่ของผู้ผลิตสินค้าต้นแบบ (OEM) และผู้ผลิตสินค้าต้นแบบ OEM ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสัญชาติญี่ปุ่น โดย Subcontractors เหล่านี้ จะมีสัญญาการจ้างผลิตที่แน่นอนจากผู้ผลิต OEM และมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบริษัทมายาวนานตั้งแต่เริ่มก่อตั้งบริษัท ซึ่งบริษัทมีนโยบายจะขยายไปยังผู้ผลิตสินค้าต้นแบบที่อยู่ในประเทศไทย ส่วนกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในอนาคต คือ Subcontracts และผู้ผลิตสินค้าต้นแบบจากประเทศญี่ปุ่นซึ่งย้ายฐานการผลิตออกนอกประเทศญี่ปุ่นไปยังภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และประเทศจีน และตลอดเวลาที่ผ่านมามีสินค้าที่บริษัทผลิตมีคุณภาพและได้มาตรฐานจึงทำให้ลูกค้ามีความไว้วางใจและเพิ่มปริมาณธุรกิจให้กับบริษัทมาโดยตลอด และในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา บริษัทไม่มีการจำหน่ายสินค้าให้แก่ลูกค้ารายใดในสัดส่วนที่เกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้รวมของบริษัทในแต่ละปี ทั้งนี้ เนื่องจากบริษัทมีนโยบายที่จะไม่พึ่งพิงลูกค้ารายใดรายหนึ่งมากเกินไป

กลุ่มลูกค้าของบริษัทแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ตามลักษณะของสายผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1. สายผลิตภัณฑ์ที่ได้จากกระบวนการฉีดพลาสติก (Injection Molding)

กลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์

ลูกค้ากลุ่มนี้ได้แก่ บริษัท ทีมพีซีชั่น จำกัด บริษัท เอสวีไอ จำกัด (มหาชน)

กลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและเครื่องใช้สำนักงาน

ลูกค้ากลุ่มนี้ได้แก่ บริษัท แคนนอน โฮ-เทล (ประเทศไทย) จำกัด

กลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน

ลูกค้ากลุ่มนี้ได้แก่ บริษัท ยูเนี่ยนโซจิรุชิ จำกัด

กลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรมยานยนต์

ลูกค้ากลุ่มนี้ได้แก่ บริษัท ที เอส อินเตอร์ซิทีส จำกัด บริษัท ไทยสแตนเลย์การไฟฟ้า จำกัด (มหาชน)

2. สายผลิตภัณฑ์ที่ได้จากกระบวนการขึ้นรูปพลาสติก (Vacuum Pressure Forming)

2.1 กลุ่มลูกค้าบรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับใส่ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า

ลูกค้ากลุ่มนี้ได้แก่ บริษัท นิเคอีอิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท เม็กเท็ค

แมนูแฟคเจอร์ริง คอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท เพาเวอร์อิเล็กทรอนิกส์ออฟมินิแบ จำกัด

บริษัท มินิแบ อิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด

กลุ่มลูกค้าบรรจุภัณฑ์พลาสติกเพื่อการอุปโภคและบริโภค

ลูกค้ากลุ่มนี้ได้แก่ บริษัท นาฟูโกะ จำกัด

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

สินค้าของบริษัทจะถูกส่งโดยตรงให้กับลูกค้าของบริษัทที่เป็นผู้ผลิตสินค้าต้นแบบ OEM หรือผ่าน Subcontractors ของผู้ผลิตสินค้าต้นแบบซึ่งเป็นลูกค้าของบริษัท โดยสินค้าที่รับซื้อไปจากบริษัทจะถูกนำไปประกอบและส่งกลับไปยังประเทศญี่ปุ่น เพื่อกระจายขายไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทเป็นกลุ่มลูกค้าชาวญี่ปุ่น ดังนั้น บริษัทจึงได้มีการตั้งทีมการตลาดทั้งที่เป็นชาวไทยและชาวญี่ปุ่นขึ้นเพื่อความสะดวกในการดูแลลูกค้า โดยทีมการตลาดญี่ปุ่นจะเป็นผู้เจรจาและเปิดตลาดหาลูกค้าใหม่ที่เป็นชาวญี่ปุ่น ส่วนทีมไทยจะมีหน้าที่สนับสนุน หลังจากที่มีการตกลงในเบื้องต้น โดยจะเป็นผู้ประสานงานในเรื่องการผลิต การจัดส่งสินค้า เป็นต้น เพื่อให้การผลิตสินค้าราบรื่นเป็นไปตามที่ลูกค้ากำหนดและจัดส่งได้ตรงตามเวลา นอกจากนี้ ทีมตลาดไทยยังมีหน้าที่ในการขยายตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าชาวยุโรปที่มาลงทุนในประเทศไทยด้วยเช่นกัน เพื่อกระจายฐานลูกค้าให้มีความหลากหลายมากขึ้น ซึ่งทีมการตลาดของบริษัทมีกลยุทธ์ในการหาลูกค้าใหม่ ดังนี้

1. ลูกค้าเก่าและผู้จำหน่ายวัตถุดิบแนะนำ - ทั้งลูกค้าและผู้จำหน่ายวัตถุดิบที่มีความสัมพันธ์ในทางธุรกิจที่ดีกับบริษัทมาอย่างยาวนานได้แนะนำลูกค้ารายใหม่ให้กับบริษัท
2. เข้าพบลูกค้าใหม่โดยตรง - แนะนำประวัติให้ลูกค้าได้รู้จัก เพื่อเสนอขายสินค้าและบริการให้กับลูกค้า

สัดส่วนการจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศ

บริษัทจะมีการขายในประเทศเกือบทั้ง 100% โดยจะมีการขายไปต่างประเทศเพียงประมาณ 1% โดยส่งไปที่ประเทศจีนและกัมพูชาเป็นส่วนใหญ่ และบริษัทไม่มีการพึ่งพิงลูกค้ารายใดเกินกว่า 30%

ข) สภาพการแข่งขัน

สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม

สำหรับในปีที่ผ่านมา ภาวะการแข่งขันที่บริษัทประสบอยู่เป็นการแข่งขันของผู้ประกอบการผลิตชิ้นส่วนพลาสติกภายในประเทศ จึงไม่มีคู่แข่งต่างประเทศ เนื่องจากบริษัทผลิตสินค้าให้แก่ Subcontractors ของผู้ผลิตสินค้าต้นแบบ (OEM) และ Subcontractors ดังกล่าวจะประกอบ และส่งกลับญี่ปุ่นเพื่อกระจายไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก แต่จากภาวะเศรษฐกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศที่ชะลอตัว ทำให้การแข่งขันมีความรุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะในบางอุตสาหกรรมที่มีภาวะหดตัวค่อนข้างมาก เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ เป็นต้น

สำหรับการแข่งขันจากผู้ประกอบการในประเทศ เนื่องจากธุรกิจชิ้นส่วนพลาสติกของบริษัทแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ 1) ธุรกิจการผลิตชิ้นส่วนพลาสติกด้วยกระบวนการฉีด และ 2) ธุรกิจการผลิตชิ้นส่วนพลาสติกด้วยกระบวนการขึ้นรูป ทำให้ธุรกิจทั้งสองประเภทมีกลุ่มลูกค้าที่ไม่เหมือนกัน รวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้มีความแตกต่างกัน

โดยกลุ่มลูกค้าสำหรับงานด้านฉีดพลาสติกจะมีความหลากหลายกว่าและกระจายไปในหลายอุตสาหกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมของใช้ในครัวเรือน อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและเครื่องใช้สำนักงาน เป็นต้น ทำให้มีการกระจายความเสี่ยงในส่วนของกลุ่มลูกค้าที่มีความหลากหลาย ส่วนกลุ่มลูกค้าสำหรับงานด้านขึ้นรูปพลาสติก ส่วนใหญ่จะอยู่ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์เกือบทั้งหมด ทำให้มีความเสี่ยงสูงกว่า เนื่องด้วยอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์มีความผันผวนสูงและยังขึ้นอยู่กับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

สำหรับกลุ่มลูกค้าในกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์และยานยนต์ยังมีแนวโน้มทรงตัวจากปีที่ผ่านมา ส่วนลูกค้าในกลุ่มของใช้ในครัวเรือนหรือเครื่องใช้สำนักงานมีแนวโน้มดีขึ้น ทำให้โดยภาพรวมธุรกิจของบริษัทยังมีแนวโน้มเติบโตไปได้ โดยบริษัทต้องขยายธุรกิจไปยังกลุ่มลูกค้าที่ยังมีการเติบโตอยู่ เพื่อทดแทนลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มไม่ดีขึ้น รวมถึงการพยายามเข้าไปขายงานชิ้นส่วนพลาสติกในส่วนของการภาครัฐเพิ่มเติมด้วย

จำนวนคู่แข่งและขนาดของบริษัท

สำหรับจำนวนบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนพลาสติกด้วยกระบวนการฉีด (Plastic Injection) ในประเทศมีจำนวนมากเป็นจำนวนมาก แต่ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็ก ที่มีความชำนาญเฉพาะด้านในการผลิตแต่ละผลิตภัณฑ์ เช่น ผู้ผลิตชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับของใช้ในครัวเรือน สำหรับผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์และเครื่องใช้ไฟฟ้า โดยการแบ่งกลุ่มของผู้ประกอบการจะแบ่งตามคุณภาพของสินค้าที่ผลิต สำหรับขนาดธุรกิจของบริษัทถือว่าอยู่ในระดับกลางสำหรับธุรกิจนี้

สำหรับการผลิตชิ้นส่วนพลาสติกแบบขึ้นรูป (Vacuum Pressure Forming) จะมีจำนวนคู่แข่งน้อยกว่า โดยคู่แข่งที่อยู่ในระดับเดียวกันมีประมาณ 4-5 ราย หากนับเฉพาะคู่แข่งที่ผลิตชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า ซึ่งในจำนวนนี้มีประมาณ 2-3 ราย เป็นบริษัทรับจ้างขึ้นรูปอย่างเดียว ส่วนผู้ผลิตที่เหลือจะให้บริการออกแบบแม่พิมพ์ด้วยเช่นเดียวกับบริษัท สำหรับขนาดธุรกิจของบริษัทถือว่าอยู่ในระดับกลางสำหรับธุรกิจนี้

สถานภาพและศักยภาพในการแข่งขัน

ในส่วนของสินค้าที่บริษัทผลิตเป็นสินค้าในกลุ่มที่ต้องใช้ความชำนาญในการผลิต รวมทั้งการควบคุมคุณภาพและบริการ ซึ่งผู้ผลิตที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันส่วนมากเป็นบริษัทต่างชาติจากประเทศญี่ปุ่นและไต้หวัน ที่มาตั้งฐานการผลิตในเมืองไทย ซึ่งเป็นผู้ผลิตให้กับ Subcontractors หรือ ผู้ผลิตสินค้าต้นแบบ (OEM) ทั่วไปเหมือนกับบริษัท ดังนั้น การแข่งขันในธุรกิจจึงมีลักษณะค่อนข้างรุนแรง อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมามีสินค้าของบริษัทได้รับการยอมรับจากลูกค้ามาโดยตลอด สาเหตุหนึ่งเนื่องมาจากการที่บริษัทมีการลงทุนค่อนข้างสูงในเครื่องจักรที่ใช้ในกระบวนการผลิต เพื่อให้เครื่องจักรทั้งหมดของบริษัทเป็นเครื่องจักรที่ทันสมัย และมีช่างเทคนิคที่มีประสบการณ์ในการปรับสภาพเครื่องจักรสามารถรองรับการผลิตที่มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ รวมถึงจำนวนการผลิตในปริมาณมากได้นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญในด้านคุณภาพสินค้าโดยมีการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิตอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งพัฒนาบุคลากรในส่วนการผลิตอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานมีความชำนาญ และมีทักษะแรงงานเพิ่มขึ้น เช่น ส่งพนักงานไปอบรมเทคนิคการใช้เครื่องจักรในการผลิตจากผู้จำหน่ายเครื่องจักรในต่างประเทศ และที่ผ่านมามีบริษัทไม่เคยได้รับคำร้องเรียนจากลูกค้าในเรื่องของคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าที่บริษัทผลิต หรือรับคืนสินค้าจากลูกค้า ประกอบกับฐานลูกค้าของบริษัทส่วนใหญ่เป็นกลุ่มลูกค้าชาวญี่ปุ่นที่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจมายาวนาน และมีความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ดังนั้น แม้การแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้จะค่อนข้างรุนแรงขึ้นในปีที่ผ่านมาจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทำให้บริษัทประสบปัญหาบ้างในส่วนของยอดขายเนื่องจากตลาดที่หดตัวลง แต่บริษัทก็ยังพยายามรักษาคุณภาพของสินค้าและบริการของบริษัทเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้ผลิตสินค้าต้นแบบ OEM และ Subcontractors ของผู้ผลิตสินค้า OEM ในประเทศไทย เพื่อให้ยังสามารถเติบโตและแข่งขันได้ในระยะยาว

สำหรับข้อได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัทในส่วนของการผลิตแบบขึ้นรูป คือ บริษัทให้บริการออกแบบและผลิตแม่พิมพ์ที่ใช้ในการขึ้นรูปพลาสติก เพียงลูกค้านำผลิตภัณฑ์มาให้ บริษัทจะจัดทำงานออกแบบที่สามารถช่วยลูกค้าในการออกแบบ ซึ่งการให้บริการในลักษณะนี้ช่วยให้ลูกค้าได้รับความสะดวกและเป็นที่ยอมรับ โดยแบบงานและแม่พิมพ์ที่ผลิตโดยบริษัทจะถูกรักษาเป็นความลับทางด้านการผลิต ดังนั้น นอกจากความสำคัญของคุณภาพและการจัดส่งที่ตรงต่อเวลาแล้ว บริษัทยังให้ความสำคัญกับลูกค้าและพร้อมที่จะช่วยเหลือลูกค้าแก้ปัญหาเสมอ

ธุรกิจพิมพ์ฉลากสินค้า

ก) การตลาดของผลิตภัณฑ์

นโยบายการตลาด

เนื่องจากกลุ่มลูกค้าของบริษัทส่วนใหญ่เป็นกลุ่มลูกค้าบริษัทข้ามชาติในอุตสาหกรรมอุปโภคบริโภคที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพและความสวยงามของสินค้า เพราะฉลากสินค้ามีผลต่อภาพลักษณ์ของสินค้าเป็นอย่างมาก และต้องสนองตอบต่อความต้องการของผู้บริโภคซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วด้วย ดังนั้น บริษัทจึงมีนโยบายให้ความสำคัญเป็นอย่างมากกับคุณภาพของฉลากสินค้าที่ผลิตทั้งในด้านของเทคโนโลยีการผลิตและความสวยงาม รวมทั้งต้องมีความรวดเร็วในการให้บริการต่อลูกค้าเพื่อให้ทันต่อความต้องการของลูกค้า

ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าของบริษัทสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มลูกค้าผู้ขายสินค้านำระดับสูง

ฉลากสินค้าจะมีลักษณะสวยงาม สีสดใส โดดเด่นและมีความคงทนสูง ต้นทุนการผลิตฉลากสินค้าประเภทนี้จะสูง เนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีราคาค่อนข้างแพงและจำนวนที่ใช้ในการพิมพ์จะมีจำนวนสีมาก ดังนั้น กระบวนการผลิตจะมีความซับซ้อน โดยทั่วไปราคาสินค้าของลูกค้ากลุ่มนี้จะมีราคาค่อนข้างสูง ซึ่งปัจจุบันบริษัทผลิตฉลากสินค้าให้แก่ผู้ผลิตสินค้าชั้นนำหลายบริษัท เช่น กลุ่ม P&G กลุ่ม BEIERSDORF กลุ่ม JOHNSON & JOHNSON เป็นต้น

2. กลุ่มลูกค้าอุปโภคบริโภค

ฉลากสินค้าของลูกค้ากลุ่มนี้ โดยทั่วไปจะเป็นดวงเล็กๆ ไม่นับสีสันมากนัก ดังนั้นการผลิตจึงไม่ค่อยมีความซับซ้อนและต้นทุนการผลิตจะต่ำกว่าฉลากสินค้าของลูกค้าผู้ขายสินค้านำพรีเมียม ตัวอย่างลูกค้ากลุ่มนี้ ได้แก่ กลุ่มเจริญโภคภัณฑ์ ผู้ผลิตอาหารสด เบทาโก ผู้ผลิตสินค้าระดับกลางและเล็ก (SME)

โดยบริษัทพยายามกระจายกลุ่มลูกค้าไปในทั้ง 2 กลุ่ม เพื่อกระจายความเสี่ยงไม่ให้พึ่งพิงกลุ่มลูกค้าใดมากเกินไป

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ฉลากสินค้าของบริษัทส่วนใหญ่จะถูกส่งโดยตรงให้กับลูกค้าของบริษัทที่เป็นเจ้าของตราสินค้าโดยตรง แต่บางส่วนก็จะส่งผ่าน Subcontractors ของเจ้าของตราสินค้าซึ่งเป็นลูกค้าของบริษัทหรือส่งไปยังผู้รับบรรจุสินค้าอีกทีหนึ่ง โดยฉลากสินค้าของบริษัทจะถูกนำไปประกอบกับขวดบรรจุเพื่อใช้บรรจุสินค้าของลูกค้าต่อไป และกระจายขายไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทเป็นบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ ดังนั้นการดูแลและติดตามให้บริการลูกค้าให้ทันต่อความต้องการจึงมีความสำคัญมาก บริษัทจึงมีการแต่งตั้งพนักงานขายให้ดูแลลูกค้ารายใหญ่โดยเฉพาะในลักษณะเป็นราย ๆ เป็น Key Account

สัดส่วนการจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศ

บริษัทจะมีการขายในประเทศเกือบทั้ง 100% โดยจะมีการขายไปต่างประเทศเพียงประมาณไม่เกิน 3% โดยส่งไปที่ไปที่ประเทศพม่า ออสเตรเลีย เกาหลีใต้ สิงคโปร์ เป็นต้น และบริษัทไม่มีการพึ่งพิงลูกค้ารายใดเกินกว่า 30%

ข) สภาพการแข่งขัน**สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม**

เนื่องจากลักษณะการให้บริการของบริษัทจะเป็นรูปแบบการให้บริการผลิตลากสินค้าแบบครบวงจร และจะเน้นการผลิตลากสินค้าเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ส่วนคู่แข่งของบริษัทสามารถแบ่งออกเป็น

- 1) ผู้ผลิตลากสินค้าเพียงอย่างเดียว และ
- 2) ผู้ผลิตที่ผลิตสินค้าด้านอื่นด้วยนอกจากลากพิมพ์

ในส่วนของผู้ผลิตลากสินค้าเพียงอย่างเดียวส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กที่มีลักษณะเป็นโรงงานห้องแถว และใช้เงินลงทุนต่ำ ซึ่งมีเป็นจำนวนมาก และโดยมากจะมีความชำนาญเฉพาะด้านการพิมพ์ลากสินค้าแบบกระดาษเท่านั้น ดังนั้น คู่แข่งขันของบริษัทที่ผลิตลากสินค้าที่มีคุณภาพสินค้าระดับเดียวกันจะมีค่อนข้างน้อยรายเนื่องจากต้องใช้เงินลงทุนในการซื้อเครื่องจักรสูง เพราะต้องใช้เครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยและมีความเที่ยงตรงในการผลิตและตรวจเช็คความผิดพลาด อาทิ เครื่องยิงฟิล์ม เครื่อง Vision Inspection เพื่อใช้ตรวจเช็คคุณภาพของลากพิมพ์หลังการผลิต เพื่อให้ลากที่ได้มีแบบ สี และคุณภาพตามที่ต้องการ ซึ่งทำให้การเข้ามาของกลุ่มแข่งขันค่อนข้างลำบาก เพราะการจะเข้ามาแข่งขันธุรกิจนี้ต้องมีฐานลูกค้าที่แน่นชัดก่อน อย่างไรก็ตาม จากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวลงทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทำให้ส่งผลกระทบต่อยอดขายของบริษัทหดตัวลงด้วย

สำหรับผู้ผลิตที่ผลิตสินค้าชนิดอื่นด้วยนอกเหนือจากลากพิมพ์ เช่น ผู้ผลิตพวกบรรจุหีบห่อ อาทิ ขวดน้ำดื่ม หรือถ้วยโอสคริม แม้จะมีการใช้เงินลงทุนในเครื่องจักรสูง แต่ผู้ผลิตในกลุ่มนี้จะเน้นการผลิตสินค้าหลักของบริษัท จึงไม่ได้เน้นการผลิตลากพิมพ์เพื่อขาย แต่เป็นการผลิตเพื่อใช้กับสินค้าของบริษัทและบริษัทในกลุ่มเท่านั้น และคาดว่าผู้ผลิตดังกล่าวจะไม่เข้ามาเป็นคู่แข่งบริษัทในการผลิตลากพิมพ์เป็นสินค้าหลัก และขายให้กับบุคคลภายนอก ดังนั้น การแข่งขันโดยตรงกับบริษัทยังไม่รุนแรงนัก

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

จากการวิเคราะห์รายได้ที่ลดลงของบริษัทในปีที่ผ่านมา เกิดจากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวลงทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะสำหรับสินค้าอุปโภคและบริโภค ทำให้ส่งผลกระทบต่อยอดขายของบริษัทหดตัวลงด้วย ซึ่งในปีนี้ คาดว่าน่าจะปรับตัวดีขึ้นจากภาวะเศรษฐกิจที่เติบโตขึ้น โดยบริษัทพยายามขยายไปผลิตสินค้าประเภทใหม่ ๆ เพิ่มเติม เพื่อสร้างยอดขายเข้ามาทดแทนยอดขายของสินค้าเดิมที่ชะลอตัว

อย่างไรก็ตาม ในระยะยาวแล้ว แนวโน้มตลาดลากสินค้าคุณภาพสูงยังมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น สาเหตุสำคัญเนื่องจากกระแสความนิยมลากสินค้าคุณภาพสูงในต่างประเทศเริ่มเข้ามาในประเทศไทย

ประกอบกับผู้บริโภคให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามมากขึ้น ดังนั้น การทำฉลากสินค้าที่มีคุณภาพดี สีสดใส จะทำให้สินค้ามีความโดดเด่นและดึงดูดผู้บริโภคได้ง่าย นอกจากนี้ ยังช่วยลดต้นทุนการผลิตโดยผู้ผลิตสินค้าไม่จำเป็นต้องผลิตบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะเหมือนกันแต่มีลวดลายหรือสีที่แตกต่างกันเก็บไว้เป็นจำนวนมาก ดังนั้นตลาดสำหรับสินค้าฉลากสินค้าคุณภาพสูงยังมีการเติบโตได้เป็นอย่างดี และยังคงจะมีการแข่งขันที่ไม่รุนแรงนัก เนื่องจากยังมีคู่แข่งอยู่น้อยราย เพราะคุณภาพของสินค้ายังไม่ได้ตามคุณภาพที่ลูกค้าต้องการ บริษัทจึงมีแผนการขยายกำลังการผลิตโดยระดมทุนจากการเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เพื่อก่อสร้างโรงงานใหม่จำนวนพื้นที่ประมาณ 5,000 ตารางเมตร ซึ่งจะทำให้สามารถขยายกำลังการผลิตได้อีกประมาณ 60-70% โดยคาดว่าโรงงานใหม่จะแล้วเสร็จประมาณ ไตรมาสที่ 4 ปี 2559

กระนั้นก็ดี แนวโน้มการแข่งขันในตลาดนี้ก็จะมีสูงเพิ่มมากขึ้นในแต่ละปี เนื่องจากสินค้าสามารถตั้งราคาขายได้ค่อนข้างดี จึงเป็นตลาดที่ผู้ผลิตรายย่อยพยายามจะพัฒนาตนเองเข้ามาแข่งขันด้วย

จำนวนคู่แข่งและขนาดของบริษัท

สำหรับการพัฒนาสินค้าคุณภาพสูง จะมีจำนวนคู่แข่งน้อยราย โดยคู่แข่งที่อยู่ในระดับเดียวกันมีประมาณ 4-5 ราย ทำให้การแข่งขันด้านราคาไม่รุนแรงนัก แต่จะแข่งขันด้านคุณภาพของสินค้าและบริการ โดยเฉพาะการส่งสินค้าได้อย่างรวดเร็วทันเวลา อีกทั้งบริษัทต้องมีการพัฒนาการผลิตและคุณภาพของสินค้าอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ทันกับเทคโนโลยีและความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป สำหรับขนาดธุรกิจของบริษัทถือว่าอยู่ในระดับผู้นำหนึ่งในธุรกิจการพิมพ์ฉลากสำหรับตลาดฉลากสินค้าคุณภาพสูง

สถานภาพและศักยภาพในการแข่งขัน

ธุรกิจพิมพ์ฉลากคุณภาพสูงนี้ต้องใช้เงินลงทุนในเครื่องจักรที่ค่อนข้างสูง และการได้รับการยอมรับจากลูกค้าต้องใช้เวลาและเป็นไปไม่ได้ไม่ยากนัก แต่เนื่องจากบริษัทได้ก่อตั้งและผลิตฉลากสินค้าคุณภาพสูงนี้มานานแล้วเป็นเวลามากกว่า 15 ปี จึงเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม บริษัทยังมีคู่แข่งที่เป็นต่างชาติประมาณ 3-4 ราย และบางรายก็เพิ่งเข้ามาตั้งโรงงานในไทย อาทิเช่น มาเลเซีย เป็นต้น อย่างไรก็ตาม บริษัทยังมีโอกาสในการแข่งขันที่ดีกว่า เนื่องจากอยู่ในธุรกิจมานานและเข้าใจสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในประเทศไทยดีกว่า

บริษัทมีผู้บริหารและพนักงานที่มีประสบการณ์มายาวนานในธุรกิจนี้ โดยผู้บริหารบางท่านมีประสบการณ์มานานกว่า 30 ปีแล้วในอุตสาหกรรมนี้ ทำให้บริษัทมีข้อได้เปรียบจากประสบการณ์ดังกล่าว ทำให้สามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างครบวงจร และสามารถให้บริการแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าได้ นอกจากนี้ บริษัทยังมีนโยบายและศักยภาพเพียงพอที่จะลงทุนในเครื่องจักรที่ทันสมัยซึ่งมีราคาสูง เพื่อให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ธุรกิจผลิตและจำหน่ายแม่พิมพ์

ก) การตลาดของผลิตภัณฑ์

นโยบายการตลาด

บริษัทเน้นการเข้าหาลูกค้าที่ค่อนข้างใหญ่ที่มีความต้องการแม่พิมพ์คุณภาพสูงตลอดทั้งปี เพื่อให้มีงานแม่พิมพ์อย่างต่อเนื่อง และพยายามจะสนับสนุนให้ลูกค้ามาใช้บริการงานฉีดพลาสติกต่อเนื่อง หลังจากแม่พิมพ์เสร็จแล้วด้วย

ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าของบริษัทในปัจจุบันเป็น Subcontractors รายใหญ่ของผู้ผลิตสินค้าต้นแบบ (OEM) และผู้ผลิตสินค้าต้นแบบ OEM เช่นเดียวกันกับบริษัทแม่ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสัญชาติญี่ปุ่น ซึ่งธุรกิจของบริษัทและบริษัทแม่จะช่วยเสริมซึ่งกันและกันเพื่อให้ลูกค้ามีความมั่นใจในสินค้าและบริการ โดยบางส่วนของบริษัทก็ได้รับการแนะนำลูกค้ามาจากบริษัทแม่หรือซื้อแม่พิมพ์ผ่านบริษัทแม่มาเนื่องจากบริษัทแม่มีฐานลูกค้าอย่างยาวนานในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนพลาสติก และบริษัทพยายามใช้ข้อได้เปรียบจากการมีผู้ร่วมทุนจากญี่ปุ่นในการทำแม่พิมพ์และมีพนักงานขายเป็นชาวญี่ปุ่น ในการเจาะกลุ่มลูกค้าบริษัทญี่ปุ่นในประเทศไทยโดยเฉพาะ

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

สินค้าของบริษัทจะถูกส่งโดยตรงให้กับลูกค้าของบริษัทที่เป็นผู้ผลิตสินค้าต้นแบบ OEM หรือผ่าน Subcontractors ของผู้ผลิตสินค้าต้นแบบซึ่งเป็นลูกค้าของบริษัท โดยลูกค้าจะนำแม่พิมพ์ที่เสร็จแล้วไปดำเนินการฉีดพลาสติกหรือขึ้นรูปพลาสติกด้วยตนเองต่อไป หรือให้บริษัทแม่ คือ บริษัท สาลี อุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) ดำเนินการฉีดพลาสติกหรือขึ้นรูปพลาสติกให้ต่อไป เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทเป็นกลุ่มลูกค้าชาวญี่ปุ่น ดังนั้น บริษัทจึงได้มีการตั้งทีมการตลาดทั้งที่เป็นชาวไทยและชาวญี่ปุ่นขึ้นเพื่อความสะดวกในการดูแลลูกค้า โดยทีมการตลาดญี่ปุ่นจะเป็นผู้เจรจาและเปิดตลาดหาลูกค้าใหม่ที่เป็นชาวญี่ปุ่น ส่วนทีมไทยจะมีหน้าที่สนับสนุน หลังจากที่มีการตกลงในเบื้องต้นโดยจะเป็นผู้ประสานงานในเรื่องการผลิต การจัดส่งสินค้า เป็นต้น เพื่อให้การผลิตสินค้าราบรื่นเป็นไปตามที่ลูกค้ากำหนดและจัดส่งได้ตรงตามเวลา

สัดส่วนการจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศ

บริษัทจะมีการขายในประเทศทั้ง 100% โดยไม่ได้มีการขายไปต่างประเทศแต่อย่างใด และบริษัทไม่มีการพึ่งพิงลูกค้ารายใดเกินกว่า 30%

ข) สภาพการแข่งขัน

สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม

สำหรับในปีที่ผ่านมา การแข่งขันที่บริษัทประสบอยู่มีความรุนแรงขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวลงทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทำให้ส่งผลกระทบต่อยอดขายที่ถึงแม้จะเติบโตขึ้นแต่ยังต่ำกว่าเป้าหมายและกำลังการผลิตที่บริษัทได้วางไว้ ซึ่งในปีนี้ คาดว่าน่าจะปรับตัวดีขึ้นจากภาวะเศรษฐกิจที่เติบโตขึ้น และเนื่องด้วยประเทศไทยยังมีความต้องการสินค้าแม่พิมพ์อยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งมีจำนวนนำเข้าสูงมากในแต่ละปี ซึ่งก็อยู่ในนโยบายของภาครัฐในการส่งเสริมผู้ผลิตในประเทศเพื่อลดการนำเข้าลง ส่วนคู่แข่งของบริษัทจะเป็นผู้ประกอบการผลิตแม่พิมพ์จากทั้งในประเทศและ

ต่างประเทศ เช่น ประเทศจีน เนื่องจากแม่พิมพ์มีราคาถูกกว่า แต่บริษัทมีข้อได้เปรียบในเรื่องของการบริการหลังการขายและการบริการ เพราะงานแม่พิมพ์บางครั้งต้องมีการปรับปรุงหรือดูแลรักษา ซึ่งบริษัทจะได้เปรียบคู่แข่งต่างประเทศ ในการให้บริการปรับปรุงซ่อมแซมหรือบริการหลังการขายได้อย่างรวดเร็ว

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

สำหรับกลุ่มสินค้าแม่พิมพ์นี้ยังมีความต้องการจากลูกค้าอยู่สูง และผู้ผลิตในประเทศยังไม่สามารถสนับสนุนได้อย่างเพียงพอโดยเฉพาะแม่พิมพ์ที่มีความซับซ้อน ดังนั้น ตลาดสำหรับงานแม่พิมพ์ยังมีการเติบโตได้อีกมาก แม้จะได้รับผลกระทบบ้างจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลง แต่ยังคงถือว่าการแข่งขันไม่รุนแรงนัก เพราะลูกค้าต้องการงานที่มีคุณภาพและการส่งมอบที่ตรงเวลา ซึ่งเป็นสิ่งที่ลูกค้าให้ความสำคัญ สำหรับธุรกิจการผลิตแม่พิมพ์นี้ ยังต้องการบุคลากรที่มีประสบการณ์อีกจำนวนมาก ซึ่งในปัจจุบันยังมีไม่เพียงพอ เนื่องจากมีสถาบันการศึกษาที่สอนทางด้านนี้โดยตรงอยู่จำนวนน้อย พนักงานส่วนใหญ่ต้องอาศัยทักษะจากประสบการณ์การทำงานมาเป็นระยะเวลาพอสมควร จึงจะมีประสบการณ์เพียงพอ ทำให้อุตสาหกรรมนี้ยังขาดแคลนพนักงานที่มีความรู้หรือประสบการณ์โดยตรงอยู่พอสมควร

จำนวนคู่แข่งและขนาดของบริษัท

สำหรับจำนวนบริษัทผู้ผลิตแม่พิมพ์ในประเทศมีจำนวนมากพอสมควรหลายพันราย แต่ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็ก ซึ่งมีความสามารถในการผลิตแม่พิมพ์ที่มีความซับซ้อนไม่มากนัก ยังไม่มีขีดความสามารถในการผลิตแม่พิมพ์ที่มีความซับซ้อน เช่น แม่พิมพ์ในอุตสาหกรรมรถยนต์ เป็นต้น ซึ่งในตลาดสำหรับการผลิตแม่พิมพ์ที่มีความซับซ้อน ซึ่งบริษัทอยู่นั้น มีการแข่งขันไม่รุนแรงนัก โดยขนาดบริษัทถือว่าเป็นบริษัทขนาดกลางในอุตสาหกรรมนี้

สถานภาพและศักยภาพในการแข่งขัน

แม่พิมพ์ที่บริษัทผลิตเป็นสินค้าในกลุ่มที่ต้องใช้ความชำนาญในการผลิต รวมทั้งการควบคุมคุณภาพและบริการ ซึ่งที่ผ่านมาสินค้าของบริษัทได้รับการยอมรับจากลูกค้ามาโดยตลอด และบริษัทพยายามใช้ข้อได้เปรียบในการที่มีผู้ร่วมทุนเป็นผู้ผลิตแม่พิมพ์ในประเทศญี่ปุ่นมาสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของบริษัท ทั้งในด้านความสามารถการผลิต และการเจาะเข้าหาลูกค้าบริษัทญี่ปุ่นในประเทศไทย นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญในด้านการพัฒนาบุคลากรในส่วนการผลิตอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานมีความชำนาญ และมีทักษะแรงงานเพิ่มขึ้น เช่น ส่งพนักงานไปอบรมเทคนิคการใช้เครื่องจักรในการผลิตจากผู้จำหน่ายเครื่องจักรในต่างประเทศ และหน่วยงานฝึกอบรมต่าง ๆ รวมถึงแผนการส่งพนักงานของบริษัทไปฝึกงานกับผู้ร่วมทุนที่ประเทศญี่ปุ่น เพื่อเสริมสร้างความรู้และประสบการณ์ในการทำแม่พิมพ์ที่มีความซับซ้อนมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบัน บริษัทได้ส่งพนักงานไปฝึกงานที่ประเทศญี่ปุ่นแล้วจำนวน 4 คน

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติก

ก) ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

การผลิต

โรงงานของบริษัท ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 18 หมู่ 10 ต.คลองสี่ อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี ซึ่งเป็นที่ดินของตนเองจำนวน 69 ไร่ และมีการสร้างโรงงานบนพื้นที่ดินดังกล่าวบางส่วน โดยมีโรงผลิต 2 โรงงาน มีพื้นที่การผลิตรวมจำนวน 4,000 ตรม. โดยแบ่งเป็นโรงงานขึ้นรูปพลาสติก (Vacuum Pressure Forming) 2,000 ตรม. และโรงงานฉีดพลาสติก (Injection Molding) จำนวน 2 โรง พื้นที่รวม 5,000 ตรม. ส่วนอาคารสำนักงานมีพื้นที่ 1,500 ตรม. และคลังสินค้ามีพื้นที่ 2,000 ตรม. ซึ่งแต่ละโรงงานจะอยู่ในความดูแลของผู้จัดการทั่วไปฝ่ายผลิตและผู้จัดการแผนกแต่ละแผนก

สำหรับกำลังการผลิตรวมของบริษัท จะดูจากจำนวนวัตถุดิบที่ใช้ โดยในปี 2556 สามารถแบ่งเป็นกำลังการผลิตรวมสำหรับงานขึ้นรูปพลาสติก จำนวนประมาณ 1,200 ตันต่อปี ซึ่งบริษัทใช้กำลังการผลิตเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณร้อยละ 40 และกำลังการผลิตรวมสำหรับงานฉีดพลาสติก จำนวนประมาณ 3,000 ตันต่อปี ซึ่งบริษัทใช้กำลังการผลิตเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณร้อยละ 70 ส่วนโรงงานฉีดพลาสติกใหม่นั้นจะช่วยเสริมให้กำลังการผลิตสำหรับงานฉีดพลาสติกเพิ่มขึ้นได้อีกกว่าเท่าตัว โดยจะเป็นไปในลักษณะค่อย ๆ ทดลองเพิ่มกำลังการผลิตตามคำสั่งซื้อหรือความต้องการของลูกค้า

นโยบายการผลิตของบริษัทจะเป็นลักษณะตามคำสั่งซื้อหรือความต้องการของลูกค้า (Made to Order) โดยต้องเป็นไปตามข้อกำหนดของลูกค้า 100% โดยบริษัทจะเน้นการผลิตให้ใช้เวลาน้อยที่สุดแต่ยังคงคุณภาพของสินค้าได้ตามมาตรฐานของลูกค้า การส่งของให้แก่ลูกค้าได้ครบตามจำนวนและถูกต้องตรงต่อเวลา รวมทั้งลดของเสียที่เกิดจากการผลิตให้ต่ำที่สุด เพื่อควบคุมค่าใช้จ่ายให้แข่งขันได้ในธุรกิจ ทั้งนี้ บริษัทได้รับมาตรฐานคุณภาพในการผลิตและสิ่งแวดล้อม อันได้แก่ ISO 9001:2008, ISO 14001:2004, TS 16949 และ GMP เป็นต้น รวมถึงการจัดการด้านข้อมูลต่าง ๆ บริษัทได้มีการใช้โปรแกรม SAP เข้ามาช่วยในการบริหารจัดการข้อมูล เพื่อให้ข้อมูลต่าง ๆ มีความน่าเชื่อถือ

การจัดหาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

วัตถุดิบที่สำคัญที่ใช้การผลิตสินค้าของบริษัทแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

- เม็ดพลาสติกที่ใช้ในกระบวนการฉีดพลาสติก เป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตในสัดส่วนร้อยละ 40 ของต้นทุนการผลิต โดยส่วนที่เหลือจะเป็นค่าแรง และค่าโซลูชั่นการผลิต การได้มาของเม็ดพลาสติกจะมี 2 ลักษณะ คือลูกค้าเป็นผู้จัดหาเม็ดพลาสติกที่จะใช้ในการผลิตมาให้ หรือให้บริษัทเป็นผู้ดำเนินการจัดหาเม็ดพลาสติก โดยลูกค้าจะกำหนดประเภท มาตรฐาน คุณภาพ หรือผู้ขายเม็ดพลาสติกมาให้ ซึ่งฝ่ายจัดซื้อของบริษัทจะต้องจัดซื้อเม็ดพลาสติกตามคำสั่งซื้อของลูกค้า ปัจจุบันสัดส่วนวัตถุดิบที่ลูกค้าเป็นผู้จัดหาให้ต่อสัดส่วนวัตถุดิบที่บริษัทเป็นผู้จัดซื้อตามคำสั่งซื้อของลูกค้ามีประมาณ 30 : 70 ของจำนวนวัตถุดิบที่บริษัทใช้ในการผลิตทั้งหมด

ที่ผ่านมาบริษัทสั่งซื้อเม็ดพลาสติกตามมาตรฐาน คุณภาพ หรือผู้ขาย ตามที่ลูกค้ากำหนด จากแหล่งผลิตภายในประเทศร้อยละ 99 โดยจะซื้อจากผู้ขายเม็ดพลาสติกสัญชาติญี่ปุ่นที่มีโรงงานตั้งอยู่ในประเทศไทยและผู้ขายเม็ดพลาสติกชาวไทย ซึ่งมีอยู่จำนวนหลายราย และเม็ดพลาสติกที่ผลิตจาก

โรงงานดังกล่าวมีคุณภาพดี และเป็นที่ยอมรับของลูกค้า โดยบริษัทมีการสั่งซื้อจากผู้ขายเม็ดพลาสติก รายหนึ่ง จำนวนประมาณร้อยละ 39 ของยอดซื้อเม็ดพลาสติกทั้งหมด ทั้งนี้ บริษัทไม่มีความสัมพันธ์ใด ๆ กับผู้ขายเม็ดพลาสติกดังกล่าวนอกเหนือจากในฐานะผู้ซื้อเม็ดพลาสติกเท่านั้น

เม็ดพลาสติกที่บริษัทใช้ส่วนใหญ่ ได้แก่ เม็ดพลาสติกประเภท PP เม็ดพลาสติกประเภท High Impact Polystyrene (HIPS) ซึ่งจัดอยู่ในเม็ดพลาสติกประเภท PS รวมถึง เม็ดพลาสติกประเภทวิศวกรรม (Engineering Plastic) เช่น Acrylonitrile Butadiene Styrene (ABS)

- แผ่นฟิล์มพลาสติกที่ใช้ในกระบวนการขึ้นรูปพลาสติก เป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิตใน สัดส่วนร้อยละ 80 ของต้นทุนการผลิต โดยส่วนที่เหลือจะเป็นค่าแรง และค่าเสียการผลิต การได้มา ของแผ่นฟิล์มพลาสติกจะเป็นในลักษณะบริษัทเป็นผู้ดำเนินการจัดซื้อตามคุณสมบัติที่ลูกค้ากำหนด ทั้งหมด โดยลูกค้าจะกำหนดประเภท มาตรฐาน คุณภาพ หรือผู้ขาย แผ่นฟิล์มพลาสติกมาให้ ซึ่งผู้ผลิต แผ่นฟิล์มพลาสติกที่บริษัทสั่งซื้อจะเป็นผู้ผลิตที่มีโรงงานอยู่ในประเทศถึงร้อยละ 98 ซึ่งมีอยู่จำนวน 4-5 ราย โดยบริษัทมีการสั่งซื้อจากผู้ขายแผ่นฟิล์มพลาสติกอยู่ 2 ราย ในจำนวนใกล้เคียงกัน รวมกัน ประมาณร้อยละ 62 ของยอดซื้อแผ่นฟิล์มพลาสติกทั้งหมด ทั้งนี้ บริษัทไม่มีความสัมพันธ์ใด ๆ กับผู้ขาย แผ่นฟิล์มพลาสติกดังกล่าวนอกเหนือจากในฐานะผู้ซื้อแผ่นฟิล์มพลาสติกเท่านั้น

โดยแผ่นฟิล์มที่บริษัทใช้ประกอบด้วย แผ่นฟิล์มพลาสติกประเภท A-PET PS-HI Sheet และ PP Sheet โดยแผ่นฟิล์มพลาสติก A-PET และ PS-HI Sheet จะมีสัดส่วนการสั่งซื้อมากที่สุดประมาณ ร้อยละ 63 และ 22 ตามลำดับ ของมูลค่าการสั่งซื้อแผ่นฟิล์มพลาสติกโดยรวม ส่วนที่เหลือจะเป็น แผ่นฟิล์มพลาสติกประเภท PP Sheet และ PS Sheet

ข) ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิต หรือการจัดวัตถุดิบที่เหลือใช้

การดำเนินการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากวัตถุดิบของบริษัททั้งเม็ดพลาสติกหรือแผ่นฟิล์มพลาสติกถึงแม้จะเกิดของเสียในการ ผลิตก็สามารถนำกลับไปใช้ได้อีกในกระบวนการผลิต (Recycle) เช่น ในกรณีของชิ้นงานฉีดพลาสติก สามารถนำของเสียไปดัดเพื่อนำกลับไปใช้ในกระบวนการผลิตได้อีก ไม่ว่านำไปผสมเพื่อฉีดงานเดิม หรือนำไปใช้ฉีดสำหรับงานประเภทอื่น ส่วนวัตถุดิบประเภทแผ่นฟิล์มนั้น ถ้าหากมีของเสียหรือเศษที่ เหลือจากการผลิตก็สามารถขายให้กับบริษัทผู้ผลิตแผ่นฟิล์มนำเศษดังกล่าวไปผสมแล้วรีดเป็นแผ่น ขึ้นมาขายใหม่อีกครั้งหนึ่ง

สำหรับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิตนั้นมีไม่มากนัก จะมีเรื่องของ การปล่อยน้ำทิ้งจากกระบวนการผลิต ซึ่งก็มีจำนวนปริมาณน้ำไม่มากนัก เนื่องจากในกระบวนการผลิตของ บริษัทไม่ได้มีการใช้น้ำเป็นส่วนประกอบสำคัญ สำหรับการฉีดพลาสติก บริษัทมีการใช้ระบบ Septic Chamber ในการกรองน้ำก่อนปล่อยออกไป รวมทั้งบริษัทจัดให้มีการตรวจคุณภาพของน้ำทุกปีจากผู้ ประเมินคุณภาพน้ำภายนอก ปีละ 2 ครั้ง เพื่อให้มั่นใจได้ว่าน้ำที่บริษัทปล่อยออกไปนั้นมีคุณสมบัติตาม มาตรฐานที่กฎหมายกำหนด ส่วนการขึ้นรูปพลาสติกนั้น มีการใช้น้ำเฉพาะในส่วนของการล้างชิ้นงาน แต่บริษัทมีระบบการใช้น้ำมา Recycle อยู่ตลอดเวลา ด้วยระบบ DI Water ซึ่งเป็นการนำน้ำกลับมาใช้ อีกตลอดเวลาในกระบวนการผลิต ทำให้ไม่มีการปล่อยน้ำเสียออกไปหรือหากมีก็เป็นจำนวนน้อยและ มีการตรวจเช็คคุณภาพทุกครั้งก่อนปล่อยออกไป

ทั้งนี้ บริษัทได้ให้ความสำคัญกับเรื่องสิ่งแวดล้อมโดยปฏิบัติตามมาตรฐานเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ISO 14001:2004 ซึ่งที่ผ่านมา บริษัทได้ปฏิบัติตามที่กฎหมายกำหนดและไม่มีข้อพิพาทหรือการถูกฟ้องร้องเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

ธุรกิจพิมพ์ฉลากสินค้า

ก) ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

การผลิต

โรงงานของบริษัท ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 19 หมู่ 10 ต.คลองสี่ อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี ซึ่งเป็นโรงงานที่เช่าจากบริษัทแม่ โดยโรงงานผลิตมีพื้นที่การผลิตรวมจำนวน 3,000 ตรม. ส่วนอาคารสำนักงานและส่วนเตรียมการพิมพ์มีพื้นที่ 3,100 ตรม. และคลังสินค้ามีพื้นที่ 1,000 ตรม. ซึ่งโรงงานจะอยู่ในความดูแลของผู้จัดการทั่วไปฝ่ายผลิตและผู้จัดการแผนกแต่ละแผนก

สำหรับกำลังการผลิตรวมของบริษัท จะดูจากจำนวนพื้นที่ของสต็อกเกอร์ที่ใช้ โดยในปี 2557 มีกำลังการผลิตรวม จำนวนประมาณ 7.18 ล้านตารางเมตรต่อปี ซึ่งบริษัทใช้กำลังการผลิตเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณร้อยละ 86

นโยบายการผลิตของบริษัทจะเป็นลักษณะตามคำสั่งซื้อหรือความต้องการของลูกค้า (Made to Order) โดยบริษัทจะเน้นการวางแผนการผลิตให้สามารถผลิตได้อย่างต่อเนื่อง เพื่อลดผลกระทบของการต้องขึ้นผลิตใหม่ ซึ่งจะมีต้นทุนเพิ่มขึ้นในการเริ่มต้นผลิตแต่ละครั้ง ซึ่งสำหรับลูกค้าบางรายที่มีการสั่งซื้อมาอย่างสม่ำเสมออยู่แล้ว บริษัทก็อาจจะผลิตเพื่อเก็บ stock ไว้เลยแล้วค่อยทยอยส่งให้แก่ลูกค้าเพื่อลดต้นทุนในการผลิตลงจากการที่ผลิตเป็นจำนวนมาก ๆ ในครั้งเดียว และยังช่วยลดของเสียในการผลิตได้อีกด้วย ทั้งนี้ บริษัทได้รับมาตรฐานคุณภาพในการผลิตและสิ่งแวดล้อม อันได้แก่ ISO 9001 : 2008, ISO 14001:2004 เป็นต้น

การจัดหาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

สต็อกเกอร์ คือ วัตถุดิบหลักสำคัญที่ใช้ในการผลิตฉลากสินค้าของบริษัท ซึ่งสต็อกเกอร์ที่ใช้ในการผลิตมี 2 ประเภท คือ สต็อกเกอร์พลาสติก และสต็อกเกอร์กระดาษ โดยสต็อกเกอร์ทั้ง 2 ชนิด จะถูกสั่งซื้อจากผู้ขายภายในประเทศทั้งหมด ที่ผ่านมาราคาของวัตถุดิบแทบไม่มีการเปลี่ยนแปลงหรือมีการเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย ถึงแม้บางครั้งราคาน้ำมันดิบโลกจะมีความผันผวนก็ตาม

บริษัทมีการติดต่อกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบประมาณ 4-5 ราย โดยส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 95 ของยอดซื้อวัตถุดิบทั้งหมด เป็นการซื้อในประเทศ โดยบริษัทมีการสั่งซื้อจากผู้จำหน่ายสต็อกเกอร์อยู่รายหนึ่ง จำนวนประมาณร้อยละ 53 ของยอดสั่งซื้อวัตถุดิบทั้งหมด เนื่องจากบริษัทดังกล่าวเป็นผู้จำหน่ายรายใหญ่ที่มีวัตถุดิบหลากหลายประเภทที่มีคุณภาพและการบริการที่ดีกว่าผู้จำหน่ายรายอื่นโดยเฉพาะในเรื่องของคุณภาพของแผ่นสต็อกเกอร์ ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่สำคัญที่สุดในการผลิตฉลากสินค้า ที่ผ่านมาราคาวัตถุดิบที่ซื้อกับบริษัทนี้ไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนัก โดยราคาค่อนข้างจะคงเดิมและใกล้เคียงกับผู้จำหน่ายรายอื่น ทั้งนี้ บริษัทไม่มีความสัมพันธ์ใด ๆ กับผู้จำหน่ายสต็อกเกอร์ดังกล่าวนอกเหนือจากในฐานะผู้ซื้อสต็อกเกอร์เท่านั้น อย่างไรก็ตาม บริษัทมิได้มีนโยบายผูกขาดการซื้อกับผู้จำหน่ายรายใดรายหนึ่ง แต่จะคำนึงถึงคุณภาพและราคาของวัตถุดิบเป็นสำคัญ บริษัทคาดว่าในอนาคตราคาวัตถุดิบจะมีแนวโน้มลดลงเนื่องจากผู้ค้าวัตถุดิบมีจำนวนมากขึ้น

ข) ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิต หรือการจัดวัตถุดิบที่เหลือใช้

การดำเนินการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากวัตถุดิบของบริษัทที่เป็นสติกเกอร์นั้นเมื่อพิมพ์แล้วเกิดเป็นของเสียหรือไม่ต้องการใช้แล้ว จะไม่สามารถนำกลับไปใช้ได้ (Recycle) ต้องทำลายเพียงอย่างเดียวเท่านั้น เพราะตัววัตถุดิบเองนั้นมีสารเคมีที่เป็นกาวติดอยู่ บริษัทจึงได้มีการจ้างบริษัทภายนอกที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมายที่มารับเป็นผู้ทำลายสินค้าที่เป็นของเสียให้

สำหรับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิตนั้นมีไม่มากนัก และไม่ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมภายนอก จะมีเฉพาะในเรื่องของสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีกลิ่นค่อนข้างแรงในพื้นที่ผลิต เนื่องจากกลิ่นทินเนอร์ที่อยู่ในสีที่ใช้สำหรับการพิมพ์ ซึ่งบริษัทมีการแก้ไขโดยใช้ระบบดูดอากาศพิเศษสำหรับการพิมพ์โดยเฉพาะเพื่อบรรเทากลิ่นลง และมีการแจกหน้ากากปิดจมูกให้แก่พนักงานของบริษัทได้ใช้เพื่อลดความเสี่ยงจากการสูดดมกลิ่นดังกล่าว

ทั้งนี้ บริษัทได้ให้ความสำคัญกับเรื่องสิ่งแวดล้อมโดยปฏิบัติตามมาตรฐานเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ISO 14001:2004 ซึ่งที่ผ่านมา บริษัทได้ปฏิบัติตามที่กฎหมายกำหนดและไม่มีข้อพิพาทหรือการถูกฟ้องร้องเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

ธุรกิจผลิตและจำหน่ายแม่พิมพ์

ก) ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

การผลิต

โรงงานของบริษัท ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 18 หมู่ 10 ต.คลองสี่ อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี ซึ่งเป็นโรงงานที่เช่าจากบริษัทแม่ โดยโรงงานผลิตมีพื้นที่สำนักงานและการผลิตรวมจำนวน 1,000 ตรม. ซึ่งโรงงานจะอยู่ในความดูแลของผู้จัดการทั่วไปฝ่ายผลิตและผู้จัดการแผนกแต่ละแผนก

สำหรับกำลังการผลิตรวมของบริษัท จะดูจากจำนวนแม่พิมพ์ที่สามารถผลิตได้ โดยในปี 2557 มีกำลังการผลิตรวม จำนวนประมาณ 60 แม่พิมพ์ต่อปี ซึ่งบริษัทใช้กำลังการผลิตเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ ร้อยละ 60

นโยบายการผลิตของบริษัทจะเป็นลักษณะตามคำสั่งซื้อหรือความต้องการของลูกค้า (Made to Order) โดยบริษัทจะให้ความสำคัญกับการผลิตแม่พิมพ์ให้เสร็จทันตามที่ได้ตกลงไว้กับลูกค้า และพยายามที่จะผลิตแม่พิมพ์ให้สามารถผลิตชิ้นงานให้ได้ใกล้เคียงกับชิ้นงานที่ลูกค้าต้องการมากที่สุด เพื่อไม่ให้ต้องกลับมาแก้ไขในภายหลังซึ่งจะทำให้เกิดต้นทุนส่วนเกินเพิ่มขึ้น อีกทั้งบริษัทพยายามส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะและความสามารถเพิ่มขึ้นผ่านการฝึกอบรมต่าง ๆ รวมทั้งการฝึกที่หน้างาน เพื่อเน้นให้สามารถทำงานได้จริง ทั้งนี้ บริษัทได้รับมาตรฐานคุณภาพในการผลิตและสิ่งแวดล้อม อันได้แก่ ISO 9001:2008 เป็นต้น

การจัดหาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

วัตถุดิบที่บริษัทใช้ผลิตแม่พิมพ์มีทั้งที่เป็นเหล็กและอลูมิเนียม โดยสามารถหาซื้อได้จากในประเทศเกือบทั้งหมดผ่านผู้จัดจำหน่ายหลายราย ซึ่งไม่มีความยุ่งยากในการกระบวนการจัดหาวัตถุดิบ สำหรับราคาวัตถุดิบก็มีการเปลี่ยนแปลงตามราคาตลาดโลกของวัตถุดิบดังกล่าว ซึ่งบริษัทสามารถปรับราคาวัตถุดิบดังกล่าวในราคาชิ้นงานแม่พิมพ์ได้ เนื่องจากงานแม่พิมพ์ที่รับจากลูกค้าจะเป็นลักษณะงาน

ที่รับเป็นครั้ง ๆ นอกจากนี้ บริษัทต้องมีการจัดหา toolings ต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ในการทำแม่พิมพ์ ซึ่งก็สามารถหาซื้อได้ในประเทศจากผู้จัดจำหน่ายจำนวนมากเช่นเดียวกัน

บริษัทมีการติดต่อกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบหลักประมาณ 4-5 ราย และโดยส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 95 ของยอดซื้อวัตถุดิบทั้งหมด เป็นการซื้อในประเทศ โดยบริษัทไม่มีการสั่งซื้อจากผู้จัดจำหน่ายรายใดจำนวนมากอย่างเป็นนัยสำคัญ โดยบริษัทได้มีนโยบายผูกขาดการซื้อกับผู้จัดจำหน่ายรายใดรายหนึ่ง แต่จะคำนึงถึงคุณภาพและราคาของวัตถุดิบในขณะนั้นเป็นสำคัญ

ข) ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิต หรือการจัดวัตถุดิบที่เหลือใช้

การดำเนินการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากวัตถุดิบของบริษัทที่เป็นเหล็กและอลูมิเนียมเมื่อผลิตแล้วเกิดเป็นของเสียหรือในส่วนที่เป็นเศษที่เกิดจากการผลิต ก็สามารถนำไปขายได้ เนื่องจากผู้ซื้อสามารถนำไปหลอมและนำกลับมาใช้หรือขายได้อีก

สำหรับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิตนั้นมีไม่มากนัก และไม่ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมภายนอก จะมีเฉพาะในเรื่องของสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีฝุ่นและเสียงจากสำหรับเครื่องจักรบางประเภท เช่น เครื่องกลึงหรือตัดแต่งชิ้นงาน เป็นต้น ซึ่งบริษัทได้มีการส่งเสริมให้พนักงานใช้อุปกรณ์หน้ากากปิดจมูกและที่อุดหู เพื่อป้องกันฝุ่นและเสียงดังกล่าว

ทั้งนี้ บริษัทได้ให้ความสำคัญกับเรื่องสิ่งแวดล้อม โดยปฏิบัติตามที่กฎหมายกำหนด และไม่มีข้อพิพาทหรือการถูกฟ้องร้องเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

3. ปัจจัยความเสี่ยง

3.1 ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

3.1.1 ความเสี่ยงทางด้านราคาวัตถุดิบ

เนื่องจากเม็ดพลาสติก แผ่นฟิล์มพลาสติก และสตีกเกอร์ ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตชิ้นส่วนพลาสติก และพิมพ์ฉลากสินค้า เป็นผลพลอยได้จากการกลั่นน้ำมันดิบและก๊าซธรรมชาติ ดังนั้น ราคาโดยทั่วไปจะแปรผันตามราคาน้ำมันและราคาก๊าซในตลาดโลก ซึ่งหากราคาวัตถุดิบดังกล่าวมีการปรับตัวสูงขึ้นก็อาจจะส่งผลกระทบต่อกำไรของบริษัทและกลุ่มบริษัท

อย่างไรก็ตาม ส่วนใหญ่การผลิตของบริษัทและกลุ่มบริษัทนั้น ลูกค้านจะเป็นผู้กำหนดประเภท มาตรฐาน คุณภาพ และผู้ขายวัตถุดิบมาให้ ซึ่งราคาขายก็จะเป็นราคาเดียวกันทั่วโลก (Global Price) ซึ่งบริษัทและกลุ่มบริษัทก็สามารถขอปรับราคาขึ้นได้ นอกจากนี้ บริษัทและกลุ่มบริษัทยังมีมาตรการรองรับความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบ ดังนี้

- ประสานและเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและติดต่อกับผู้ค้าวัตถุดิบไว้หลาย ๆ ราย
- เปรียบเทียบราคาวัตถุดิบจากผู้ขายตั้งแต่ 2 รายขึ้นไป เพื่อให้ได้เงื่อนไขทางการค้าที่ดีที่สุด
- ติดตามแนวโน้มราคาเม็ดพลาสติก แผ่นฟิล์มพลาสติก และสตีกเกอร์ จากผู้ขายภายในประเทศและต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ เพื่อวางแผนการสั่งซื้อวัตถุดิบที่เหมาะสม หากราคามีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น บริษัทและกลุ่มบริษัทอาจจะสั่งซื้อล่วงหน้าในปริมาณที่เพียงพอต่อการใช้ในการผลิตระยะหนึ่ง
- ติดต่อกับและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างใกล้ชิด เพื่อสามารถชี้แจงและปรับราคาสินค้าตามต้นทุนที่เป็นจริงได้

3.1.2 ความเสี่ยงจากการพึ่งพาผู้ผลิตวัตถุดิบคุณภาพน้อยราย

ที่ผ่านมาบริษัทและกลุ่มบริษัทสั่งซื้อวัตถุดิบประเภทเม็ดพลาสติก แผ่นพลาสติก และสตีกเกอร์ เกือบทั้งหมดจากแหล่งผลิตภายในประเทศ ซึ่งบางครั้งมีผู้ผลิตน้อยรายที่มีคุณภาพ บริษัทและกลุ่มบริษัทจึงสั่งซื้อจากผู้ผลิตรายนั้นซึ่งมีคุณสมบัติดีมีปัญหากในการผลิตน้อยและตรงตามคุณสมบัติที่ลูกค้ากำหนดมากที่สุด และยังเกี่ยวเนื่องกับราคาวัตถุดิบที่ถูกลงจากการสั่งซื้อเป็นปริมาณมาก ๆ ดังนั้น บริษัทและกลุ่มบริษัทอาจมีความเสี่ยงในการพึ่งพาผู้ผลิตรายนั้นมากเกินไป โดยสำหรับธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติก บริษัทมีการสั่งซื้อจากผู้ขายเม็ดพลาสติกรายหนึ่ง จำนวนประมาณ 39% ของยอดซื้อเม็ดพลาสติกทั้งหมด และมีการสั่งซื้อจากผู้ขายแผ่นฟิล์มพลาสติกอยู่ 2 ราย ในจำนวนใกล้เคียงกัน รวมกันประมาณ 62% ของยอดซื้อแผ่นฟิล์มพลาสติกทั้งหมด สำหรับในส่วนของบริษัทพิมพ์ฉลากสินค้า บริษัทมีการสั่งซื้อจากผู้จัดจำหน่ายสตีกเกอร์อยู่รายหนึ่ง จำนวนประมาณร้อยละ 53 ของยอดสั่งซื้อวัตถุดิบทั้งหมด รายละเอียดตามหัวข้อลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัทและกลุ่มบริษัทในเรื่องการจัดหาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต อย่างไรก็ตาม มีบริษัทโรงงานผลิตวัตถุดิบดังกล่าวเกิดขึ้นใหม่เพิ่มขึ้น บริษัทและกลุ่มบริษัทจึงสามารถจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพใกล้เคียงกันได้หากมีความจำเป็น รวมทั้งบริษัทและกลุ่มบริษัทพยายามลดความเสี่ยงโดยติดต่อผู้ผลิตมากรายขึ้น

3.1.3 ความเสี่ยงเกี่ยวกับภาวะการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นในธุรกิจชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และชิ้นส่วนยานยนต์ และในธุรกิจพิมพ์ฉลากสินค้า

ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติก

เนื่องด้วยภาวะเศรษฐกิจโลกและภาวะเศรษฐกิจในประเทศที่ชะลอตัวลง ทำให้ธุรกิจการผลิตชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และชิ้นส่วนยานยนต์ ซึ่งคิดเป็นประมาณร้อยละ 60 ของรายได้ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติกทั้งหมดของบริษัท มีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ทั้งการแข่งขันจากผู้ผลิตในประเทศ ผู้ผลิตสัญชาติญี่ปุ่นที่มีฐานการผลิตอยู่ในประเทศไทย และบริษัทคู่แข่งในประเทศจีนที่มีต้นทุนแรงงานที่ต่ำกว่า แต่เนื่องจากชิ้นส่วนพลาสติกที่บริษัทผลิตเป็นสินค้าคุณภาพและต้องใช้ความชำนาญของช่างเทคนิค เช่น การปรับสภาพเครื่องจักรในการผลิตให้เหมาะสมกับแม่พิมพ์ที่ถูกกำหนดไว้ เพื่อให้ได้สินค้าตามที่ลูกค้าต้องการ และเป็นการลดของเสียจากขบวนการผลิต อีกทั้งบริษัทยังมีการกระจายสินค้าไปในอุตสาหกรรมอื่นอีกหลายอุตสาหกรรม เช่น ของใช้ในครัวเรือน เครื่องใช้สำนักงาน เป็นต้น จึงทำให้บริษัทไม่ได้รับผลกระทบที่รุนแรงนัก โดยจะเห็นได้จากรายได้ของบริษัทจากธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติก ยังเพิ่มขึ้นได้เล็กน้อย

และที่ผ่านมามีบริษัทไม่มีประวัติการร้องเรียนจากลูกค้าในเรื่องมาตรฐาน หรือคุณภาพของสินค้า ประกอบกับบริษัทมีฐานลูกค้าที่แข็งแกร่ง ทำให้เชื่อมั่นว่าบริษัทสามารถที่จะแข่งขันกับบริษัทชั้นนำในอุตสาหกรรมนี้ได้ ดังนั้น นโยบายการแข่งขันของบริษัทจะเน้นการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพให้กับกลุ่มลูกค้าที่ให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของสินค้ามากกว่าราคา

ธุรกิจพิมพ์ฉลากสินค้า

จากการวิเคราะห์รายได้ที่ลดลงของธุรกิจพิมพ์ฉลากสินค้าในปีที่ผ่านมา เกิดจากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวลงทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะสำหรับสินค้าอุปโภคและบริโภค ทำให้ส่งผลกระทบต่อยอดขายของบริษัทหดตัวลงด้วย ซึ่งในปีนี้ บริษัทคาดว่าจะปรับตัวดีขึ้นจากภาวะเศรษฐกิจที่เติบโตขึ้น นอกจากนั้น บริษัทยังได้พยายามขยายไปผลิตสินค้าประเภทใหม่ ๆ เพิ่มเติม เพื่อสร้างยอดขายเข้ามาทดแทนยอดขายของสินค้าเดิมที่ชะลอตัว

อย่างไรก็ตาม บริษัทเชื่อมั่นว่า ในระยะยาวแล้ว แนวโน้มตลาดฉลากสินค้าคุณภาพสูงยังมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น สาเหตุสำคัญเนื่องจากกระแสความนิยมฉลากสินค้าคุณภาพสูงในต่างประเทศเริ่มเข้ามาในประเทศไทย ประกอบกับผู้บริโภคให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามมากขึ้น ดังนั้น การทำฉลากสินค้าที่มีคุณภาพดี สีสันสดใส จะทำให้สินค้ามีความโดดเด่นและดึงดูดผู้บริโภคได้ง่าย นอกจากนี้ ยังช่วยลดต้นทุนการผลิตโดยผู้ผลิตสินค้าไม่จำเป็นต้องผลิตบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะเหมือนกันแต่มีลวดลายหรือสีที่แตกต่างกันเก็บไว้เป็นจำนวนมาก และยังคงจะมีการแข่งขันที่ไม่รุนแรงนัก เนื่องจากยังมีคู่แข่งอยู่น้อยราย เพราะคุณภาพของผู้ผลิตฉลากส่วนใหญ่ยังไม่ได้ตามคุณภาพที่ลูกค้าของบริษัทต้องการ

นอกจากนั้น ธุรกิจพิมพ์ฉลากคุณภาพสูงนี้ต้องใช้เงินลงทุนในเครื่องจักรที่ค่อนข้างสูง และการได้รับการยอมรับจากลูกค้าต้องใช้เวลาและเป็นไปไม่ได้ไม่ง่ายนัก แต่เนื่องจากบริษัทได้ก่อตั้งและผลิตฉลากสินค้าคุณภาพสูงนี้มานานแล้วเป็นเวลามากกว่า 16 ปี จึงเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี อีกทั้งบริษัทก็มีผู้บริหารและพนักงานที่มีประสบการณ์มายาวนานในธุรกิจนี้ โดยผู้บริหารบางท่านมีประสบการณ์มานานกว่า 30 ปีแล้วในอุตสาหกรรมนี้ ทำให้บริษัทมีข้อได้เปรียบจากประสบการณ์ดังกล่าว ทำให้สามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างครบวงจร และสามารถให้บริการแก้ไขปัญหาลูกค้าได้

3.1.4 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่

ในปี 2557 บริษัทและบริษัทย่อยมีรายได้จากลูกค้ารายใหญ่ 5 รายแรก รวมกันเป็นเงินจำนวนประมาณ

677 ล้านบาท จากทั้งธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติกและผลิตผลพลาสติก ซึ่งคิดเป็นประมาณร้อยละ 63 ของรายได้จากการขายของกลุ่มบริษัท อย่างไรก็ตาม ไม่มีลูกค้ารายใดรายหนึ่งมียอดขายเกินกว่าร้อยละ 30 ของยอดขายรวม ดังนั้น หากลูกค้ารายใหญ่กลุ่มดังกล่าวยกเลิกหรือลดปริมาณการสั่งผลิตลง และหากกลุ่มบริษัทไม่สามารถหาลูกค้ารายอื่นมาทดแทนได้ ก็จะมีผลกระทบต่อรายได้ของกลุ่มบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ หากกลุ่มบริษัทมีการลงทุนเพิ่มทั้งการขยายโรงงานและซื้อเครื่องจักรเพิ่มด้วยมูลค่าที่สูง ในขณะที่กลุ่มบริษัทมีรายได้ไม่เป็นไปตามประมาณการแล้ว อาจทำให้เกิดการค้อยค่าของสินทรัพย์ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทได้

อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมากลุ่มบริษัทได้ตระหนักถึงความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่และผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของกลุ่มบริษัท กลุ่มบริษัทจึงได้พยายามขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มขึ้น เพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าว รวมทั้งกระจายกลุ่มลูกค้าให้หลากหลายไปในธุรกิจต่าง ๆ รวมถึงการเพิ่มฐานลูกค้าในต่างประเทศให้มากขึ้น ทั้งนี้ ผลงานที่ผ่านมาของกลุ่มบริษัทได้รับการยอมรับจากลูกค้า เนื่องจากสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการและกำหนดเวลาของลูกค้า อีกทั้งสามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขต่าง ๆ ตามที่ลูกค้ากำหนด ตลอดจนมีการดูแลและให้บริการภายหลังการขาย เพื่อสร้างความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องกับลูกค้า ซึ่งที่ผ่านมา กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ดังกล่าวก็ยังคงสั่งซื้อสินค้าจากกลุ่มบริษัทอย่างต่อเนื่องยาวนาน

3.2 ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อสิทธิหรือการลงทุนของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์

ความเสี่ยงกรณีมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่มากกว่าร้อยละ 50

ปัจจุบันกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท คือ บริษัท วิโอวี อินเตอร์คอม จำกัด กลุ่มจิระพรทิพย์ และกลุ่มอัสวากาญจน์ และผู้บริหารของบริษัทอีก 3 ท่าน คือ นายสาทิส ศัตวธร นายเสวต นราธิกร และนายเลอพงศ์ วงศ์ทวีพัฒน์ โดยกลุ่มดังกล่าวถือหุ้นรวมกันคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 60 ของทุนชำระแล้วของบริษัท ซึ่งทำให้สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นเกือบทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทกำหนดต้องให้ได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงอาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นรายใหญ่เสนอได้

3.3 ความเสี่ยงเกี่ยวกับการผลิต

ความเสี่ยงกรณีเกิดภัยธรรมชาติ

ในปี 2554 ได้เกิดวิกฤตมหาอุทกภัยในหลายจังหวัด ทั้งกรุงเทพฯ และปริมณฑล ซึ่งรวมถึงจังหวัดปทุมธานี ที่บริษัทและกลุ่มบริษัทตั้งอยู่ ทำให้ได้รับผลกระทบทางด้านคมนาคม การเดินทางของพนักงาน และการขนส่งสินค้า บริษัทและกลุ่มบริษัทจึงได้หยุดการผลิตทั้งหมดประมาณ 15 วัน ส่งผลให้ยอดขายได้ในช่วงเวลาดังกล่าวลดลง และมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในการป้องกันน้ำท่วมครั้งนั้น อย่างไรก็ตาม จากการป้องกันอย่างเต็มที่ดังกล่าวทำให้ทรัพย์สินและเครื่องจักรภายในโรงงานของบริษัทและกลุ่มบริษัทไม่ได้รับความเสียหายแต่อย่างใด มีเพียงการเสียหายทางเดินภายนอกเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ซึ่งบริษัทและกลุ่มบริษัทได้ทำประกันภัยเอาไว้ อย่างไรก็ตาม ในปี 2555 - 2557 ที่ผ่านมา บริษัทและกลุ่มบริษัทได้เตรียมการป้องกันโดยการอุดช่องโหว่ต่าง ๆ และการตรวจสอบความแข็งแรงของรั้วบริษัทรอบโรงงาน และได้เตรียมเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ ในการป้องกัน

น้ำท่วม อาทิเช่น เครื่องปั้มน้ำขนาดใหญ่ เป็นต้น และบริษัทและกลุ่มบริษัทยังได้มีแผนปฏิบัติการในเรื่องดังกล่าวไว้พร้อมแล้วหากเกิดวิกฤตดังกล่าวขึ้นอีกในอนาคต

3.4 ความเสี่ยงด้านการเงิน

3.4.1 ความเสี่ยงในการผิดเงื่อนไขเงินกู้ยืมของธนาคาร

ตามที่บริษัทได้ทำการกู้ยืมเงินระยะยาวจากธนาคารโดยมีข้อตกลงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 จำนวน 33.62 ล้านบาท โดยธนาคารได้กำหนดเงื่อนไขเงินกู้ยืมดังกล่าว (Covenants) ที่สำคัญที่บริษัทต้องปฏิบัติ คือ การดำรงอัตราส่วนทางการเงิน โดยกำหนดให้มีอัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้ (DSCR : Debt Service Coverage Ratio) ไม่น้อยกว่า 1.50 เท่า และมีอัตราส่วนของหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E : Debt to Equity Ratio) ไม่เกิน 2.5 เท่า ซึ่งจากข้อมูลทางการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทมี DSCR อยู่ที่ 9.74 เท่า และมี D/E ratio อยู่ที่ 0.29 เท่า ซึ่งยังเป็นไปตามเงื่อนไขที่ธนาคารกำหนดไว้

และบริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน) ได้ทำการกู้ยืมเงินระยะยาวจากธนาคารโดยมีข้อตกลงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 จำนวน 76.25 ล้านบาท โดยธนาคารได้กำหนดเงื่อนไขเงินกู้ยืมดังกล่าว (Covenants) ที่สำคัญที่บริษัทต้องปฏิบัติ คือ การดำรงอัตราส่วนทางการเงิน โดยกำหนดให้มีอัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้ (DSCR : Debt Service Coverage Ratio) ไม่น้อยกว่า 1.50 เท่า และมีอัตราส่วนของหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E : Debt to Equity Ratio) ไม่เกิน 2 เท่า ซึ่งจากข้อมูลทางการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทมี DSCR อยู่ที่ 2.53 เท่า และมี D/E ratio อยู่ที่ 0.73 เท่า ซึ่งยังเป็นไปตามเงื่อนไขที่ธนาคารกำหนดไว้

ทั้งนี้ บริษัทและบริษัทย่อยได้ติดตามอัตราส่วนทางการเงินดังกล่าวอย่างใกล้ชิด เพื่อไม่ให้เกิดการผิดเงื่อนไขจากที่ได้ทำสัญญาเงินกู้ระยะยาวไว้ ซึ่งอาจกระทบต่อฐานะการเงินของกลุ่มบริษัทได้ โดยกลุ่มบริษัทคาดว่า ในอนาคตกลุ่มบริษัทก็จะยังคงสามารถดำรงอัตราส่วนทางการเงินไว้ให้เป็นไปตามเงื่อนไขที่ธนาคารได้กำหนด

3.4.2 ความเสี่ยงด้านภาวะผันผวนของอัตราดอกเบี้ย

ณ 31 ธันวาคม 2557 กลุ่มบริษัทมีเงินกู้ยืมระยะสั้นและเงินเบิกเกินบัญชี จำนวน 145 ล้านบาทที่มีอัตราดอกเบี้ยอยู่ที่ 3.80 – 4.50% และเงินกู้ระยะยาวทั้งที่ถึงกำหนดชำระใน 1 ปี และที่เกินกว่า 1 ปีรวมกันจำนวนประมาณ 114.29 ล้านบาท ซึ่งเงินกู้ยืมระยะยาวดังกล่าวมีอัตราดอกเบี้ยลอยตัว ตั้งแต่ MLR – 2% จนถึง MLR – 2.25% และ อัตรา BIBOR + 2.3% ต่อปี ซึ่งถ้าหากเกิดเหตุการณ์ที่อัตราดอกเบี้ยมีการปรับเพิ่มขึ้น ก็อาจจะกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทได้

บริษัทได้ตระหนักถึงความเสี่ยงในเรื่องอัตราดอกเบี้ยดังกล่าว โดยได้มีการติดตามอย่างใกล้ชิด และได้มีการสร้างความสัมพันธ์ไว้กับหลาย ๆ ธนาคาร เพื่อให้สามารถได้รับข้อเสนอที่ดีที่สุดในการที่จะนำมาจัดการกับความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยดังกล่าว โดยกลุ่มบริษัทได้รับวงเงินสินเชื่อที่หลากหลายจากหลายธนาคารที่สามารถนำมาเบิกใช้ได้ถ้าหากดอกเบี้ยลอยตัวของวงเงินกู้ระยะยาวนั้นมีการปรับขึ้นอย่างรุนแรง เพื่อลดผลกระทบที่เกิดขึ้น

3.4.3 ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

ณ 31 ธันวาคม 2557 กลุ่มบริษัทมีภาระหนี้สินที่เป็นเงินสกุลต่างประเทศ โดยเฉพาะเงินเยนอยู่จำนวนประมาณ 225.9 ล้านบาท ซึ่งยังไม่ได้มีการทำสัญญาป้องกันความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนไว้ ซึ่งถ้าหากอัตราแลกเปลี่ยนเงินเยนดังกล่าวมีการแข็งค่าขึ้น ก็อาจทำให้มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทได้

ภาระหนี้สินดังกล่าวเกิดจากการที่บริษัทตั้งเครื่องจักรจากประเทศญี่ปุ่น โดยได้รับเครดิตที่ดีเป็นเวลาถึง 1 ปี ซึ่งที่ผ่านมา บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องนี้ โดยได้มีการติดตามการขึ้นลงของอัตราแลกเปลี่ยนอย่างใกล้ชิด มีการปรึกษากับธนาคารถึงความเหมาะสมในการซื้อสัญญาป้องกันความเสี่ยงในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งส่วนใหญ่ธนาคารจะอนุญาตให้ซื้อสัญญาป้องกันความเสี่ยงอัตราแลกเปลี่ยนได้ไม่เกิน 6 เดือน อีกทั้งที่ผ่านมา ประเทศญี่ปุ่นได้ประกาศนโยบายที่จะทำให้ค่าเงินเยนของตนอ่อนค่าลง จึงเป็นผลดีต่อบริษัทในระดับหนึ่ง ซึ่งบริษัทจะได้ปรึกษาร่วมกับธนาคารอย่างใกล้ชิดในการป้องกันความเสี่ยงดังกล่าวในช่วงเวลาที่เหมาะสมต่อไป

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทและบริษัทย่อยมีทรัพย์สินถาวรที่สำคัญที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ดังนี้

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน		ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1	ที่ดิน เลขที่ 18 หมู่ 10 ตำบลคลองสี่ อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี เนื้อที่ 69 ไร่ - งาน 38 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	27.82	ติดจำนองกับสถาบันการเงิน มูลค่า 11.25 ล้านบาท
2	อาคาร	เป็นเจ้าของ	206.94	ติดจำนองกับสถาบันการเงิน มูลค่า 93.77 ล้านบาท
3	เครื่องมืออุปกรณ์และเครื่องจักร	เป็นเจ้าของ	522.73	ติดจำนองกับสถาบันการเงิน 14.57 ล้านบาท
4	ระบบสาธารณูปโภคและส่วนปรับปรุง	เป็นเจ้าของ	36.99	-
5	เครื่องใช้สำนักงาน	เป็นเจ้าของ	17.26	-
6	ยานพาหนะ	เป็นเจ้าของ	19.87	-
7	เครื่องจักรและอุปกรณ์ระหว่างติดตั้ง	เป็นเจ้าของ	0.69	-
รวมทรัพย์สิน			832.30	119.59 ล้านบาท

4.2 นโยบายการลงทุนและการบริหารงานในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อย 3 บริษัท คือ

1. บริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน) ซึ่งบริษัทถือหุ้นร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว โดยเหตุผลของการลงทุนเพื่อต้องการกระจายการลงทุนของบริษัท ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ และบริษัทพิจารณาแล้วเห็นว่าเป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มการเติบโตที่ดี โดยบริษัทมีนโยบายเข้าไปกำหนดแนวทางในการดำเนินงานหลัก ๆ ให้แก่บริษัทย่อย รวมถึงการส่งกรรมการของบริษัทไปเป็นกรรมการและผู้บริหารในบริษัทย่อย ทั้งนี้ บริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน) อยู่ระหว่างการยื่นขอเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งหลังเข้าจดทะเบียนแล้ว บริษัทจะเหลือถือหุ้นอยู่จำนวนร้อยละ 65

2. บริษัท สาลี เอ็นจิเนียริง จำกัด ซึ่งบริษัทถือหุ้นร้อยละ 90 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว โดยเหตุผลของการลงทุน เพื่อสนับสนุนให้บริษัทมีการบริการลูกค้าได้อย่างครบวงจร โดยบริษัทมีนโยบายเข้าไปกำหนดแนวทางในการดำเนินงานหลัก ๆ ให้แก่บริษัทย่อย รวมถึงการส่งกรรมการของบริษัทไปเป็นกรรมการและผู้บริหารในบริษัทย่อย

3. บริษัท สาลี ซีเอฟที (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งบริษัทถือหุ้นร้อยละ 51 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว โดยเหตุผลของการลงทุนเพื่อสนับสนุนให้บริษัทมีการให้บริการลูกค้าได้ครบวงจร และสามารถรับงานผลิตแม่พิมพ์ที่มีความซับซ้อนมากขึ้นหรือมีราคาสูงขึ้น โดยบริษัทมีนโยบายเข้าไปกำหนดแนวทางในการดำเนินงานหลัก ๆ ให้แก่บริษัทย่อย รวมถึงการส่งกรรมการของบริษัทไปเป็นกรรมการและผู้บริหารในบริษัทย่อย

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ปัจจุบันบริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่มีผลกระทบต่อสินทรัพย์หรือการดำเนินธุรกิจของบริษัท

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ชื่อบริษัท	:	บริษัท สาลีอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน)
ชื่อย่อหลักทรัพย์	:	SALEE
ประเภทธุรกิจ	:	ผลิตชิ้นส่วนพลาสติก โดยมีบริษัทย่อยทำธุรกิจผลิตและจำหน่ายแม่พิมพ์ และพิมพ์ฉลากสินค้าคุณภาพสูง
ที่ตั้งสำนักงาน	:	18 หมู่ 10 ตำบลคลองสี่ อำเภอกลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120 โทรศัพท์ (02) 529-5968-99 โทรสาร (02) 529-5958-9 (สำนักงาน), (02) 529-5957 (โรงงาน)
เลขทะเบียนบริษัท	:	บมจ.0107547000630
เว็บไซต์	:	www.saleeind.com
จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ	:	วันที่ 28 เมษายน 2548
ทุนจดทะเบียน (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557)	:	380,121,074 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 380,121,074 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท รวมทุนจดทะเบียน 380,121,074 บาท
ทุนชำระแล้ว (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557)	:	380,121,017 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 380,121,017 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท รวมทุนจดทะเบียน 380,121,017 บาท
การลงทุนในบริษัทอื่น	:	บริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน) ผลิตฉลากสินค้าคุณภาพสูง ทุนจดทะเบียน 300,000,000 บาท ทุนชำระแล้ว 225,000,000 บาท อัตราส่วนการถือหุ้นร้อยละ 100 ที่ตั้ง 19 หมู่ 10 ตำบลคลองสี่ อำเภอกลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120 โทรศัพท์ (02) 529-6000 โทรสาร (02) 529-6010-11

บริษัท สาลี เอ็นจิเนียริง จำกัด ผลิตแม่พิมพ์พลาสติก
ทุนจดทะเบียน 25 ล้านบาท อัตราส่วนการถือหุ้นร้อยละ 90
ที่ตั้ง 18 อาคาร 6 หมู่ 10 ตำบลคลองสี่ อำเภอกลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี 12120
โทรศัพท์ (02) 529-5920-7 โทรสาร (02) 529-5928

บริษัท สาลี ซีเอฟที (ประเทศไทย) จำกัด จำหน่ายแม่พิมพ์
ทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท อัตราส่วนการถือหุ้นร้อยละ 51
ที่ตั้ง 18 หมู่ 10 ตำบลคลองสี่ อำเภอกลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี 12120
โทรศัพท์ (02) 529-5968-99 โทรสาร (02) 529-5959

นายทะเบียนหลักทรัพย์ : **บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด**
ฝ่ายนายทะเบียนหลักทรัพย์
62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำกัด
ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย
กรุงเทพมหานคร 10110
โทรศัพท์ (02) 229-2800 โทรสาร (02) 654-5427

ผู้สอบบัญชี :

1. นางสาววิสสุตา จริยธนากร
ทะเบียนผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3853 และ/หรือ
2. นางสาวสุมาลี รีวรบัณฑิต
ทะเบียนผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3970 และ/หรือ
3. นางสาวทิพวัลย์ นานานุวัฒน์
ทะเบียนผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3459

บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด
193/136-137 อาคารเลอรัชดา ออฟฟิศ คอมเพล็กซ์ ชั้น 33
ถ.รัชดาภิเษกตัดใหม่ เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์ (02) 264-0777, (02) 661-9190 โทรสาร (02) 264-0789-90