

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท สาลีอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 4 มกราคม 2536 ด้วยทุนจดทะเบียน 15 ล้านบาท โดยกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่และกลุ่มผู้บริหารของบริษัท วิไอวี อินเตอร์เนค จำกัด ได้แก่ กลุ่มจิระพรทิพย์ กลุ่มอัสวกาญจน์ กลุ่มวงศ์ทวีพัฒนา กลุ่มตวัตร กลุ่มนราธิกร ซึ่งประกอบธุรกิจด้านการจำหน่ายเคมีภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในด้านคุณภาพจากลูกค้ามาเป็นเวลานานกว่า 40 ปี โดยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางด้านเคมีภัณฑ์ให้แก่ลูกค้า ทำให้กลุ่ม วิไอวี อินเตอร์เนค เล็งเห็นช่องว่างทางการค้าซึ่งในขณะนั้นวัตถุดิบหลาย ๆ ประเภทที่ถูกนำไปใช้ในการผลิตยังคงมีการซื้อจากต่างประเทศ ดังนั้น กลุ่มผู้ถือหุ้นและผู้บริหารของบริษัท จึงทำการขยายขอบเขตการค้าเน้นธุรกิจไปยังธุรกิจอื่น ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดในแต่ละกลุ่มลูกค้า โดยได้จัดตั้งบริษัท สาลีอุตสาหกรรม จำกัด ขึ้นเพื่อประกอบธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติก และต่อมาในปี 2539 ได้จัดตั้งบริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด เพื่อประกอบธุรกิจผลิตฉลากสินค้า

บริษัทฯ จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ในวันที่ 28 เมษายน 2548 ด้วยทุนจดทะเบียน 145,000,000 บาท โดยใช้ชื่อย่อในการซื้อขายหลักทรัพย์ว่า “SALEE”

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

ธุรกิจหลักของบริษัทแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติกแบบฉีด (Plastic Injection) และธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติกแบบขึ้นรูป (Vacuum Pressure Forming) ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาปริมาณการผลิตและกลุ่มลูกค้าของงานทั้งสองประเภท (Plastic Injection และ Vacuum Pressure Forming) ของบริษัทมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปี 2556 บริษัทได้เพิ่มกำลังการผลิตด้านการฉีดพลาสติกโดยการสร้างโรงงานการผลิตเพิ่ม เพื่อรองรับกำลังการผลิตที่เพิ่มขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

บริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด จัดตั้งขึ้นเมื่อปี 2539 เพื่อประกอบธุรกิจด้านการผลิตการพิมพ์ฉลาก โดยเฉพาะฉลากชนิดที่มีกาวในตัว (Self-adhesive Label) ต่อมาบริษัทได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด โดยเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน) จดทะเบียนเสร็จเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2557 และเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 7 พฤษภาคม 2558 โดยใช้ชื่อย่อหลักทรัพย์ว่า “SLP” ซึ่งภายหลังเข้าจดทะเบียนบริษัทฯ ถือหุ้นอยู่ในบริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 65

บริษัท สาลี เอ็นจิเนียริง จัดตั้งเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2548 เพื่อทำธุรกิจผลิตแม่พิมพ์ฉีดและขึ้นรูปพลาสติก เพื่อเป็นการเสริมความแข็งแกร่งให้แก่ธุรกิจของบริษัท และทำให้บริษัทมีบริการที่ครบวงจรมากขึ้น โดยบริษัทถือหุ้นอยู่ในบริษัท สาลี เอ็นจิเนียริง จำกัด ในอัตราส่วนร้อยละ 100

เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2559 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 2/2559 มีมติอนุมัติการร่วมลงทุนจัดตั้งบริษัทใหม่ คือ บริษัท เพชรสยาม (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้า

พลาสติกประเภทของใช้ในครัวเรือนผ่านทางโมเดิร์นเทรดต่าง ๆ เพื่อเสริมความแข็งแกร่งในธุรกิจฉีดพลาสติก ซึ่งบริษัท เพชรสยาม (ประเทศไทย) จำกัด เริ่มประกอบธุรกิจและดำเนินการผลิต เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2559 โดยบริษัทถือหุ้นในบริษัท เพชรสยาม (ประเทศไทย) ร้อยละ 75.50

ทั้งนี้ บริษัท เพชรสยาม (ประเทศไทย) จำกัด มีบริษัทย่อยอีกหนึ่งแห่ง คือ บริษัท บงกชแก้ว (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งดำเนินการผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางค์

1.1 นโยบาย วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมายหรือกลยุทธ์ในการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท

กลุ่มบริษัทมีนโยบายผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงและการให้บริการที่รวดเร็ว เพื่อมุ่งเน้นสำหรับลูกค้าที่ต้องการงานในลักษณะดังกล่าว โดยเฉพาะลูกค้าที่เป็นบริษัทข้ามชาติต่าง ๆ ซึ่งไม่ได้เน้นที่ราคาสินค้าเป็นสำคัญ

วิสัยทัศน์

“เป็นผู้นำด้านการผลิตอย่างครบวงจรสำหรับชิ้นส่วนพลาสติกและงานพิมพ์ฉลากคุณภาพสูง”

วัตถุประสงค์

1. ผลิตชิ้นส่วนพลาสติกและงานพิมพ์ฉลากที่มีคุณภาพสูงและเชื่อถือได้
2. ผลิตชิ้นส่วนพลาสติกและงานพิมพ์ฉลากได้อย่างครบวงจรตามความต้องการของลูกค้า ตั้งแต่การออกแบบจนกระทั่งผลิตเป็นสินค้าตามที่ลูกค้าต้องการ
3. สนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายได้อย่างรวดเร็วและทันต่อความต้องการ

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

ด้านธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติก บริษัทมีเป้าหมายในการดำเนินงาน ดังนี้

1. เพิ่มสายผลิตภัณฑ์ที่รับจ้างผลิตให้มีความหลากหลายขึ้น โดยเฉพาะสายผลิตภัณฑ์ที่บริษัทเล็งเห็นว่ามีความสามารถในการเติบโต เช่น สายผลิตภัณฑ์ทางด้านเครื่องมือแพทย์ เป็นต้น โดยปัจจุบันบริษัทได้ขยายฐานลูกค้าในอุตสาหกรรมดังกล่าว
2. ปรับปรุงมาตรฐานการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ เพิ่มขึ้น เพื่อให้ลูกค้ามีความมั่นใจในการดำเนินธุรกิจของบริษัท
3. ขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มลูกค้าใหม่ทางด้านโมเดิร์นเทรด ผ่านบริษัท เพชรสยาม (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย

ด้านธุรกิจพิมพ์ฉลากสินค้า บริษัทมีเป้าหมายในการดำเนินงาน ดังนี้

1. เจาะกลุ่มลูกค้าบริษัทข้ามชาติที่เข้ามาตั้งฐานผลิตในประเทศไทย
2. พยายามเพิ่มประเภทหรือชนิดของสินค้าจากลูกค้าเดิมที่มีอยู่ เพื่อเพิ่มยอดขายจากกลุ่มลูกค้าเดิม เพราะปัจจุบันกลุ่มลูกค้าของบริษัทซึ่งเป็นบริษัทข้ามชาติรายใหญ่ด้านการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคนั้น ยังมีสินค้าอีกเป็นจำนวนมากที่บริษัทสามารถจะเข้าไปสนับสนุนด้านการผลิตให้ได้
3. เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว บริษัทจึงได้ชะลอการนำเงินที่ได้จากการระดมทุนผ่านตลาดหลักทรัพย์ฯ เพื่อไปก่อสร้างโรงงานใหม่ออกไปก่อน โดยจะนำเงินบางส่วนไปลงทุนในเครื่องจักรที่ทันสมัยเพื่อทดแทนเครื่องจักรเก่า

ด้านธุรกิจผลิตและจำหน่ายแม่พิมพ์

เนื่องด้วยกลุ่มลูกค้าของธุรกิจผลิตและจำหน่ายแม่พิมพ์ซึ่งดำเนินการโดย บริษัท สาลีเอ็นจิ้นรี่ จำกัด เป็นกลุ่มลูกค้าเดียวกันกับบริษัท สาลี่อุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทแม่ กลุ่มบริษัทจึงมีนโยบายที่จะโอนย้ายธุรกิจและบุคลากรของบริษัท สาลีเอ็นจิ้นรี่ จำกัด ไปยังบริษัทแม่ เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินการต่าง ๆ ที่ซ้ำซ้อนกัน แต่ยังคงสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้เหมือนเดิม

กลยุทธ์

ด้านธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติก บริษัทมีกลยุทธ์ในการดำเนินงาน ดังนี้

1. บริษัทจะขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการเติบโตแต่บริษัทยังได้รับคำสั่งซื้อน้อย อาทิ บรรจุภัณฑ์เพื่อการบริโภค (Food Packaging) เป็นต้น และขยายฐานลูกค้าไปในกลุ่มอุตสาหกรรมเดิมให้มากขึ้น เช่น กลุ่มชิ้นส่วนยานยนต์ กลุ่มชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงการเข้าไปรับงานทางภาครัฐที่เกี่ยวกับชิ้นงานพลาสติกเพิ่มเติม
2. ผลิตสินค้าให้ทันตามนัดหมาย เนื่องจากสินค้าของบริษัทจะผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า ซึ่งจะมีลักษณะเฉพาะสำหรับลูกค้าแต่ละราย ดังนั้น จึงต้องมีการวางแผนการผลิตที่ดี เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าได้ทันตามความต้องการของลูกค้า รวมทั้งให้บริการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง
3. คำนึงถึงการรักษาคุณภาพสินค้าเป็นสำคัญ โดยจัดให้มีการตรวจสอบ และควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามข้อกำหนดของลูกค้า โดยมีการควบคุมคุณภาพสินค้าทั้งในระหว่างกระบวนการผลิต และก่อนจัดส่งสินค้าให้ลูกค้า
4. มุ่งสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าในระยะยาวโดยบริษัทได้จัดให้เจ้าหน้าที่การตลาดและขายของบริษัทดูแลและรับทราบข้อมูลของลูกค้าแต่ละรายที่เกี่ยวกับความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนพลาสติก เพื่อที่บริษัทจะได้ให้บริการที่ดีและเป็นที่ยอมรับของลูกค้าแต่ละรายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
5. มุ่งพัฒนาคุณภาพสินค้าอย่างต่อเนื่อง โดยการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต เทคนิคการผลิต และความชำนาญของบุคลากร เพื่อให้สินค้าที่ผลิตได้มีคุณภาพดีขึ้น อาทิ การปรับสภาพเครื่องจักรในการผลิตให้เหมาะสมกับแม่พิมพ์ที่ถูกกำหนดไว้ เช่น อุณหภูมิ ระยะการดึงออก เพื่อลดการสูญเสียในการผลิต เป็นต้น
6. เพิ่มเครื่องจักรที่มีขนาดใหญ่ขึ้น เพื่อให้สามารถรองรับการผลิตสินค้าที่มีขนาดใหญ่ขึ้นและสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าได้ในวงกว้างมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มสินค้าของใช้ในครัวเรือนสำหรับกลุ่มลูกค้าโมเดิร์นเทรดต่าง ๆ

ด้านธุรกิจพิมพ์พลาสติก บริษัทมีกลยุทธ์ในการดำเนินงาน ดังนี้

1. กลยุทธ์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์

บริษัทมุ่งเน้นนโยบายผลิตสินค้าที่มีคุณภาพโดยใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย ปัจจุบันเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตมีเทคโนโลยีที่ล้ำสมัย ทำให้ชิ้นงานที่ผลิตมีคุณภาพสูง มีความละเอียดและความสวยงาม และมีการตรวจสอบเช็คคุณภาพของฉลากพิมพ์หลังการผลิตเพื่อให้ลูกค้ามั่นใจว่า

สินค้าที่จัดส่งมีความครบถ้วน และมีคุณภาพตรงตามที่ลูกค้ากำหนด รวมทั้งมีการนำเทคนิคทางสถิติและการวิเคราะห์เข้ามาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของระบบคุณภาพ

2. กลยุทธ์ด้านการให้บริการ

บริษัทมีการให้บริการแบบครบวงจร ตั้งแต่กระบวนการออกแบบผลากสินค้า การจัดทำแม่พิมพ์ จนถึงการผลิตสินค้าและจัดส่ง นอกจากนี้บริษัทยังมีนโยบาย In-House Confidential ในการรักษาความลับของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจว่า ผลากพิมพ์ที่ผลิตจากบริษัทจะถูกเก็บรักษาเป็นความลับ จนกว่าผลิตภัณฑ์ของลูกค้าจะวางจำหน่ายในท้องตลาด

3. กลยุทธ์การตลาด

- 3.1 ใช้การอ้างอิงถึงกลุ่มลูกค้าเดิมที่เป็นบริษัทข้ามชาติที่มีชื่อเสียง ให้เป็นประโยชน์ในการเข้าหากลุ่มลูกค้าข้ามชาติใหม่ ๆ
- 3.2 มุ่งเจาะลูกค้าข้ามชาติที่มีแนวโน้มการเติบโต โดยพิจารณาจากการที่มีการลงทุนขนาดใหญ่หรือมีแผนลงทุนขนาดใหญ่ในประเทศไทย
- 3.3 สร้างความสัมพันธ์และการให้บริการที่ดีกับกลุ่มลูกค้ารายใหญ่เดิม เพื่อขยายการขายและการให้บริการให้แก่ลูกค้าให้มีความครอบคลุมมากขึ้น
- 3.4 เพิ่มประเภทสินค้าใหม่ ๆ เพื่อให้สามารถขยายยอดขายเพิ่มขึ้นในกลุ่มลูกค้าที่บริษัทมีสัมพันธ์ที่ดีอยู่แล้วและกลุ่มลูกค้าใหม่ที่ต้องการสินค้าดังกล่าว
- 3.5 ขยายตลาดในประเทศในการขายสินค้าพลาสติกประเภทของใช้ในครัวเรือนโดยตรงไปถึงมือผู้บริโภคผ่านช่องทางโมเดิร์นเทรดต่าง ๆ

ด้านธุรกิจผลิตและจำหน่ายแม่พิมพ์ บริษัทมีกลยุทธ์ในการดำเนินงานขยายการรับงานแม่พิมพ์ไปยังกลุ่มสินค้าที่มีความหลากหลายมากขึ้น ซึ่งรวมถึงการเข้าไปดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายแม่พิมพ์พลาสติกสำหรับสินค้าของใช้ในครัวเรือน ที่บริษัทย่อยผลิตและจำหน่ายผ่านโมเดิร์นเทรดต่าง ๆ นอกจากนี้ยังรับงานซ่อมแม่พิมพ์ด้วย

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนากิจการที่สำคัญ

ในช่วง 3 ปี ที่ผ่านมามีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนากิจการที่สำคัญ ดังนี้

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) หมดยุการใช้สิทธิไปเมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2556 และจำนวน 39 หุ้น ซึ่งเป็นหุ้นสามัญที่เหลือจากการจัดสรรไว้รองรับการจ่ายหุ้นปันผล และเพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 316,767,561 บาท เป็น 380,121,074 บาท เพื่อรองรับการจ่ายหุ้นปันผลจำนวน 63,353,513 หุ้น โดยดำเนินการจดทะเบียนที่กระทรวงพาณิชย์แล้วเสร็จเมื่อวันที่ 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”

ปี 2558

วันที่ 28 เมษายน 2558 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2558 ได้มีมติให้เปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้ของหุ้นสามัญ (Par Value) จากมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท (หนึ่งบาท) เป็นมูลค่าหุ้นที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท (ยี่สิบห้าสตางค์) จำนวนหุ้นสามัญจากเดิม 380,121,074 หุ้น เป็น 1,520,484,296 หุ้น โดยดำเนินการจดทะเบียนที่กระทรวงพาณิชย์แล้วเสร็จเมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม 2558

วันที่ 7 พฤษภาคม 2558 บริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน) ได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้ชื่อย่อหลักทรัพย์ว่า “SLP” ซึ่งหลังเข้าจดทะเบียนบริษัทฯ จะถือหุ้นอยู่ในบริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 65

วันที่ 11 สิงหาคม 2558 บริษัทได้ลงทุนเพิ่มเติมในบริษัทย่อย คือ บริษัท สาลี เอ็นจิเนียริง จำกัด โดยการซื้อหุ้นจากผู้ถือหุ้นเดิมจำนวนร้อยละ 10 ซึ่งภายหลังการซื้อหุ้นคืนดังกล่าว บริษัทฯ ถือหุ้นในบริษัท สาลี เอ็นจิเนียริง เป็นร้อยละ 100

วันที่ 8 ธันวาคม 2558 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทได้มีมติให้เลิกกิจการบริษัทย่อยคือ บริษัท สาลี ซีเอฟที (ประเทศไทย) จำกัด โดยคาดว่าจะดำเนินการเลิกกิจการดังกล่าวให้แล้วเสร็จประมาณต้นปี 2559

ปี 2559

วันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2559 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทได้มีมติอนุมัติการร่วมลงทุนจัดตั้งบริษัทใหม่ คือ บริษัท เพชรสยาม (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้าพลาสติก ประเภทของใช้ในครัวเรือน เพื่อเสริมความแข็งแกร่งในธุรกิจฉีดพลาสติก โดยบริษัทถือหุ้นในบริษัท เพชรสยาม (ประเทศไทย) ร้อยละ 75.50
ทั้งนี้ ได้เริ่มดำเนินการเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2559 ที่ผ่านมา

วันที่ 1 กรกฎาคม 2559 บริษัท เพชรสยาม (ประเทศไทย) จำกัด เริ่มการผลิตและจำหน่ายสินค้าพลาสติก ประเภทของใช้ในครัวเรือนผ่านโมเดิร์นเทรดต่าง ๆ

ปี 2560

มกราคม 2560 เริ่มโอนย้ายธุรกิจแม่พิมพ์ ทั้งทรัพย์สินและบุคลากร จากบริษัทย่อย คือ บริษัท สาลี เอ็นจิเนียริง จำกัด มาดำเนินงานภายใต้บริษัทฯ

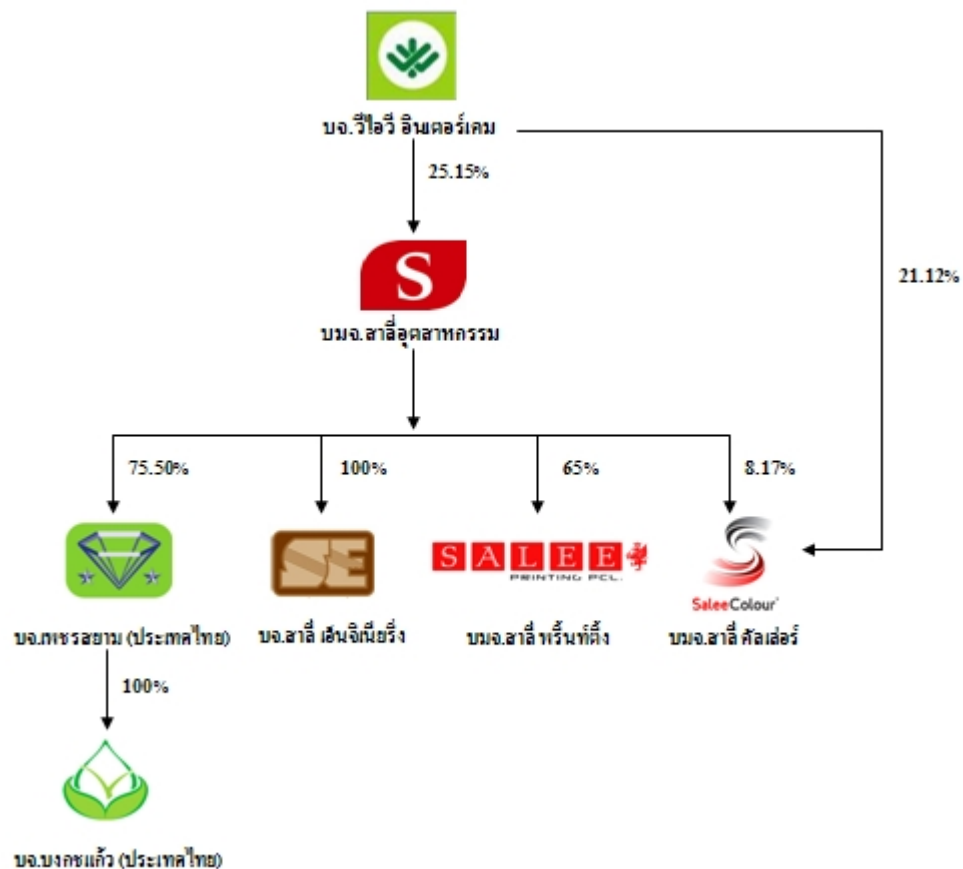
1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

1.3.1 นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม

บริษัทมีนโยบายแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่มเป็น 3 ธุรกิจหลัก ได้แก่

- ธุรกิจผลิตแม่พิมพ์สำหรับงานพลาสติก : ดำเนินการโดยบริษัทย่อย คือ บริษัท สาลี เอ็นจิเนียริง จำกัด (ทั้งนี้ ตั้งแต่ปี 2560 ธุรกิจดังกล่าวนี้จะถูกโอนย้ายมาดำเนินการภายใต้บริษัทฯ เอง)
- ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติก : ดำเนินการโดยบริษัทฯ และบริษัทย่อย คือ บริษัท เพชรสยาม (ประเทศไทย) จำกัด
- ธุรกิจพิมพ์ฉลากสินค้า : ดำเนินการโดยบริษัทย่อย คือ บริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน)

1.3.2 แผนภาพโครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



ข้อมูลของบริษัทย่อย บริษัทร่วมและบริษัทที่เกี่ยวข้อง

1. บริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน) บริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 65

ประเภทกิจการ	:	ผลิตผลากสินค้าคุณภาพสูง
ที่ตั้งบริษัท	:	19 หมู่ 10 ตำบลคลองสี่ อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120 โทรศัพท์ (02) 529-6000 โทรสาร (02) 529-6010-11
เว็บไซต์	:	www.saleeprinting.com
ทุนจดทะเบียน	:	300 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท
ทุนที่เรียกชำระแล้ว	:	300 ล้านบาท
คณะกรรมการ	:	พล.ต.ต.เทอดศักดิ์ รุ่งจิรวังศ์ ประธานกรรมการและกรรมการอิสระ นายสุชาติ บุญบรรเจิดศรี ประธานกรรมการตรวจสอบและ กรรมการอิสระ นางวรางคณา กัลยาณประดิษฐ์ กรรมการตรวจสอบและกรรมการอิสระ/ กรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน นายสุพจน์ แก้วมณี กรรมการตรวจสอบและกรรมการอิสระ / ประธานกรรมการสรรหาและพิจารณา คำตอบแทน นายสุชาติ จิระพรทิพย์ กรรมการ / ประธานกรรมการบริหาร / กรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน นายเสวต นราธิปกร กรรมการผู้จัดการ นายสาทิส ตั้ววร กรรมการ นายประชา จิระพรทิพย์ กรรมการ นายทณง อัสวกาญจน์ กรรมการ นายประภูคว์ จิระพรทิพย์ กรรมการ
รายชื่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่ (ณ วันที่ 22 ธันวาคม 2559)	:	บริษัท สาลีอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 65.00 บริษัท วี ไอ วี อินเตอร์คอม จำกัด ร้อยละ 2.96 นายรัฐวิทย์ ปรปักษ์ขาม ร้อยละ 1.88 นายสิทธิชัย ประวงษ์รัตน์ ร้อยละ 1.22 นายไพบุลย์ ตั้งตรงศักดิ์ ร้อยละ 1.21 นายประกิต อัสวกาญจน์ ร้อยละ 1.00 นายชัยวัฒน์ อนันควานิข ร้อยละ 0.99

2. บริษัท สาลี เอ็นจิเนียริง จำกัด บริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 100

ประเภทกิจการ	:	ผลิตแม่พิมพ์ฉีดและขึ้นรูปพลาสติก
ที่ตั้งบริษัท	:	18 อาคาร 6 หมู่ 10 ตำบลคลองสี่ อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120 โทรศัพท์ (02) 529-5920-7 โทรสาร (02) 529-5928
เว็บไซต์	:	www.saleeind.com
ทุนจดทะเบียน	:	25 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท
ทุนที่เรียกชำระแล้ว	:	25 ล้านบาท
คณะกรรมการ	:	นายสุชาติ จิระพรทิพย์ ประธานกรรมการ นายสาทิศ ตั้วธร กรรมการผู้จัดการ นายเสวต นราธิปกร กรรมการ นายไพบูลย์ ตั้งตรงศักดิ์ กรรมการ นายชาญชัย อัสวกาญจน์ กรรมการ
รายชื่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่	:	บริษัท สาลีอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 100 (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559)

ทั้งนี้ ในปี 2560 บริษัทฯ จะโอนย้ายธุรกิจการผลิตและจำหน่ายแม่พิมพ์มาดำเนินการภายใต้บริษัทฯ เอง

3. บริษัท เพชรสยาม (ประเทศไทย) จำกัด บริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 75.50

ประเภทกิจการ	:	ผลิตและจำหน่ายสินค้าพลาสติก ประเภทของใช้ในครัวเรือน
ที่ตั้งบริษัท	:	4 ซอยพระยามนธาตุฯ แยก 9 แขวงบางบอน เขตบางบอน กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ (02) 4161030 โทรสาร (02) 4158981
เว็บไซต์	:	www.petchsiamthai.com
ทุนจดทะเบียน	:	300 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท
ทุนที่เรียกชำระแล้ว	:	300 ล้านบาท
คณะกรรมการ	:	นายสาทิศ ตั้วธร กรรมการผู้จัดการ นายเสวต นราธิปกร กรรมการ นายสมศักดิ์ พุกกะวัน กรรมการ นายสุพจน์ สุนทรินกะ กรรมการ นางปริญดา ฉันทวานิช กรรมการ
รายชื่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่	:	บริษัท สาลีอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 75.50 (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559) นางปริญดา ฉันทวานิช ร้อยละ 21.43

4. บริษัท บงกชแก้ว (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท เพชรสยาม (ประเทศไทย) ถือหุ้นร้อยละ 100
- ประเภทกิจการ : ผลิตและจำหน่ายเครื่องสังฆทาน
- ที่ตั้งบริษัท : 4 ซอยพระยามนรานุช 9 แขวงบางบอน เขตบางบอน กรุงเทพมหานคร
- โทรศัพท์ (02) 4161030 โทรสาร (02) 4158981
- เว็บไซต์ : -
- ทุนจดทะเบียน : 10 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท
- ทุนที่เรียกชำระแล้ว : 10 ล้านบาท
- คณะกรรมการ : นายสาทิศ ตั้วธธร กรรมการผู้จัดการ
- นายเสวต นราธิปกร กรรมการ
- นายสมศักดิ์ พุกกะวัน กรรมการ
- นายสุพจน์ สุนทรินทะ กรรมการ
- นางปริญดา ฉันทวานิช กรรมการ
- รายชื่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่ : บริษัท เพชรสยาม (ประเทศไทย) จำกัด ร้อยละ 100
- (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559)
5. บริษัท สาลี คัลเลอร์ จำกัด (มหาชน) บริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 8.17
- 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 : 583.51 ล้านบาท
- คณะกรรมการ : พลเอก สมศักดิ์ อุดตะนันท์ ประธานกรรมการ /
- กรรมการตรวจสอบ / กรรมการอิสระ
- พล.ต.ท.ดร.ระพีพัฒน์ ปาละวงศ์ ประธานกรรมการตรวจสอบ /
- กรรมการอิสระ /
- ประธานกรรมการสรรหาและ
- กำหนดค่าตอบแทน
- น.ส.สุวรรณี ลิ้มปวงศ์แสน กรรมการตรวจสอบ / กรรมการอิสระ /
- กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน
- นายสุชาติ จิระพรทิพย์ รองประธานกรรมการ / กรรมการ
- สรรหาและกำหนดค่าตอบแทน
- นายรัช ทองวานิช ประธานกรรมการบริหาร / กรรมการ
- นายขวัญชัย ฅัญญ์เศรษฐ์ กรรมการผู้จัดการ/กรรมการ

	นายธนศพล มงคลรัตน์	กรรมการ
	นายราชนัน ควรวหา	กรรมการ
	นายชาญชัย อัสวกาญจน์	กรรมการ
รายชื่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่ :	บริษัท วิไอวี อินเตอร์เคอม จำกัด	ร้อยละ 21.12
(ณ วันที่ 17 พฤศจิกายน 2559)	บริษัท สาสีอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน)	ร้อยละ 8.17
	นายศศิศ มนต์เสรีนุสรณ์	ร้อยละ 5.68
	น.ส.กัญญ์วดี จิระพรทิพย์	ร้อยละ 5.29
	นายรัฐวิทย์ ปรปักษ์ขาม	ร้อยละ 3.09

6. บริษัท วิไอวี อินเตอร์เคอม จำกัด ถือหุ้นในบริษัท สาสีอุตสาหกรรม ร้อยละ 25.15

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 :	นายประกิต อัสวกาญจน์ ประธานคณะกรรมการผู้ถือหุ้น นายสุชาติ จิระพรทิพย์ ประธานคณะกรรมการบริหาร นายประชา จิระพรทิพย์ รองประธานคณะกรรมการบริหาร นายชาญชัย อัสวกาญจน์ กรรมการผู้จัดการ นางสาวธันธิดา จิระพรทิพย์ รองกรรมการผู้จัดการ นางวันเพ็ญ อัสวกาญจน์ กรรมการ นางพิมพ์พา จิระพรทิพย์ กรรมการ

รายชื่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่ (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559) : บริษัท วิไอวี โฮลดิ้ง จำกัด* ร้อยละ 89.23

*หมายเหตุ : บริษัท วิไอวี โฮลดิ้ง จำกัด ถือหุ้นโดย กลุ่มตระกูลจิระพรทิพย์ ร้อยละ 50

และกลุ่มตระกูลอัสวกาญจน์ ร้อยละ 50

1.3 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นรายใหญ่

บริษัทไม่มีธุรกรรมทางธุรกิจกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ และผู้ถือหุ้นรายใหญ่ไม่มีความเกี่ยวเนื่องกันแต่อย่างใด

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัท

1. โครงสร้างรายได้ของบริษัทและบริษัทย่อย

โครงสร้างรายได้ของบริษัทและบริษัทย่อยสำหรับ ปี 2557 – 2559 ปรากฏดังนี้

กลุ่มธุรกิจ	ดำเนินการโดย	% การถือหุ้น ของบริษัท	2559		2558		2557	
			ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
กลุ่มธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติก	- บมจ.สาลีอุตสาหกรรม	100	402	35	438	43	395	36
ผลิตและจำหน่ายพลาสติกประเภท ของใช้ในครัวเรือนผ่านโมเดิร์นเทรด	- บ.เพชรสยาม (ประเทศไทย)	75.5****	200	17	-	-	-	-
กลุ่มธุรกิจพิมพ์ฉลากสินค้า	- บมจ.สาลี พรินท์ติ้ง	65*	534	46	533	53	645	58
กลุ่มธุรกิจผลิตและ จำหน่ายแม่พิมพ์	- บ.สาลี เอ็นจิเนียริง	100**	29	2	35	3	53	5
	- บ.สาลี ซีเอฟที (ประเทศ ไทย)	51***	-	-	2	1	11	1
รวมรายได้			1,165	100	1,008	100	1,104	100

* เมื่อวันที่ 7 พฤษภาคม 2558 บริษัท สาลี พรินท์ติ้ง เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ ทำให้บริษัทฯ ถือหุ้นอยู่ 65% จากเดิมที่อยู่ 100%

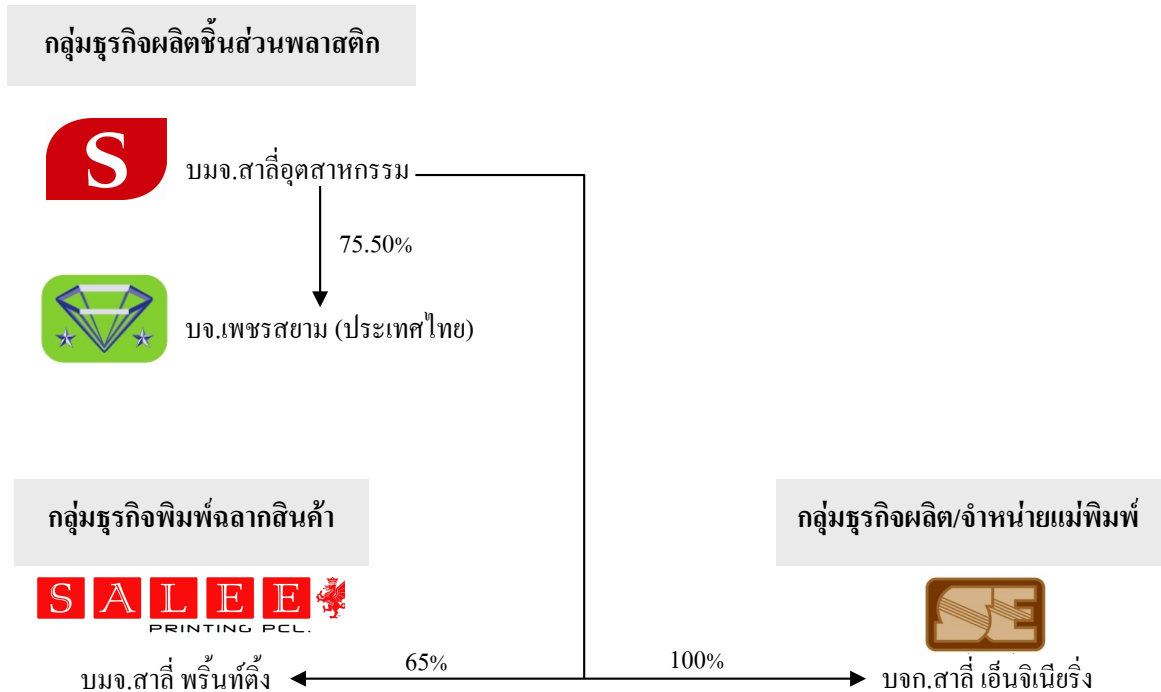
** เมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2558 บริษัทฯ ซื้อหุ้นบริษัท สาลี เอ็นจิเนียริง จำกัด จำนวน 10% จากบริษัท ยกศรี จำกัด ทำให้บริษัทฯ ถือหุ้นในบริษัท สาลี เอ็นจิเนียริง จำกัด ทั้งหมด 100%

***ที่ประชุมกรรมการเมื่อวันที่ 8 ธันวาคม 2558 มีมติให้เลิกกิจการบริษัทย่อย คือ บริษัท สาลี ซีเอฟที (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งปัจจุบันอยู่ระหว่างดำเนินการชำระบัญชี

****ที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 2/2559 (วันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2559) มีมติอนุมัติการร่วมลงทุนจัดตั้งบริษัท เพชรสยาม (ประเทศไทย) จำกัด โดยบริษัทฯ ถือหุ้นในบริษัท เพชรสยาม (ประเทศไทย) จำกัดทั้งหมด 75.50% โดยเริ่มประกอบธุรกิจและดำเนินการผลิตตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2559

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท

โครงสร้างและลักษณะการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท สาลีอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน)



กลุ่มธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติก ดำเนินการโดย

บริษัท สาลีอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจรับจ้างผลิตชิ้นส่วนพลาสติก ประเภท อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องใช้ไฟฟ้า และยานยนต์ ให้กับผู้ผลิตสินค้าต้นแบบ (Original Equipment Manufacturer : OEM) และ Subcontractors ของผู้ผลิตสินค้าต้นแบบ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผู้ผลิตสัญชาติญี่ปุ่น ที่มีฐานการผลิตในประเทศไทยและต่างประเทศ ธุรกิจหลักของบริษัทแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติกแบบฉีด (Plastic Injection) และธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติกแบบขึ้นรูป (Vacuum Pressure Forming)

บริษัท เพชรสยาม (ประเทศไทย) จำกัด (บริษัทย่อย) ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้าพลาสติก ประเภทของใช้ในครัวเรือนผ่านทางโมเดิร์นเทรดต่าง ๆ รวมถึงผลิตและจำหน่ายชุดสังฆทานโดยบริษัทย่อยของบริษัท

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 และด้วยคุณภาพสินค้าที่

โดดเด่น จึงทำให้บริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในวงการผลิตฉลากสินค้าคุณภาพ เพราะนอกจากจะมีเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยแล้ว บริษัทยังมีระบบการบริหารการจัดการและทีมงานมืออาชีพที่มีประสบการณ์ทางด้านการพิมพ์ฉลากสินค้านานกว่า 30 ปี ปัจจุบันบริษัทถือหุ้นบริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน) 65% ของทุนเรียกชำระแล้ว

กลุ่มธุรกิจผลิตและจำหน่ายแม่พิมพ์ ดำเนินการโดย บริษัท สาลี เอ็นจิเนียริง จำกัด

ดำเนินธุรกิจผลิตและออกแบบแม่พิมพ์ฉีดและแม่พิมพ์ขึ้นรูปพลาสติก รวมถึงรับซ่อมแซมแม่พิมพ์ ด้วยเครื่องจักรระบบควบคุมอัตโนมัติ โดยมีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งเพื่อเป็นการส่งเสริมความแข็งแกร่งให้แก่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มบริษัท และทำให้กลุ่มบริษัทสามารถให้บริการลูกค้าที่ครบวงจรมากขึ้น โดยบริษัทถือหุ้นบริษัท สาลี เอ็นจิเนียริง จำกัด ร้อยละ 100 ของทุนเรียกชำระแล้ว

ทั้งนี้ ในปี 2560 บริษัทฯ มีนโยบายจะโอนธุรกิจและบุคลากรทั้งหมดของบริษัท สาลี เอ็นจิเนียริง จำกัด มายังบริษัทฯ เพื่อลดค่าใช้จ่ายที่ซ้ำซ้อนกัน เนื่องจากธุรกิจเกือบทั้งหมดของบริษัท สาลี เอ็นจิเนียริง จำกัด ก็เพื่อสนับสนุนธุรกิจของบริษัทฯ

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.1.1 ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติก

ก) กลุ่มลูกค้าในลักษณะรับจ้างผลิต (Original Equipment Manufacturer หรือ OEM) ดำเนินการโดยบริษัทฯ

ลักษณะของผลิตภัณฑ์

สายผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทสามารถแยกได้อีกเป็น 2 ประเภท คือ

1. สายผลิตภัณฑ์ที่ได้รับจากกระบวนการฉีดพลาสติก (Injection Molding) แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มลูกค้า 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 เป็นต้น

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 บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานการปฏิบัติงานในกระบวนการผลิตตามมาตรฐานหลายประการ 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 และสามารถขยายได้ปีต่อไป
2. มาตรา 36 (2) ให้ได้รับการยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับของที่ผู้ได้รับการส่งเสริมนำเข้ามาเพื่อส่งกลับออกไป ตั้งแต่วันที่ 5 กันยายน 2546 จนถึงวันที่ 4 กันยายน 2548 และสามารถขยายได้ปีต่อไป

ข) กลุ่มลูกค้าไมเคิร์นเทรด ดำเนินการโดยบริษัทย่อย คือ บริษัท เพชรสยาม (ประเทศไทย) จำกัด ลักษณะของผลิตภัณฑ์

สายผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทสามารถแยกได้อีกเป็น 2 ประเภท คือ

1. สายผลิตภัณฑ์ที่ได้รับจากกระบวนการฉีดพลาสติก (Injection Molding)
สินค้าพลาสติกที่ได้จากกระบวนการฉีดพลาสติก สำหรับสินค้าพลาสติกประเภทของใช้ในครัวเรือน ได้แก่ ตะกร้า ชั้นใส่ของ ถังน้ำ ถังขยะ เป็นต้น
2. สายผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการนำมาประกอบหรือจัดหีบห่อขึ้นมาใหม่ (ดำเนินการโดย บริษัท บงกชแก้ว (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท เพชรสยาม (ประเทศไทย) จำกัด)
สินค้าที่ได้จากการนำมาประกอบหรือจัดหีบห่อขึ้นมาใหม่ในกลุ่มนี้จะได้แก่ ชุดสังฆทาน เครื่องสังฆภัณฑ์ ห่อรูป เป็นต้น

2.1.2 ธุรกิจผลิตฉลากสินค้า

ลักษณะของผลิตภัณฑ์

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

โดยที่บริษัทมีการจัดซื้อวัตถุดิบจากผู้จัดจำหน่ายรายหนึ่ง อยู่ประมาณร้อยละ 50 ของวัตถุดิบที่ต้องใช้ทั้งหมด เนื่องจากเป็นผู้จัดจำหน่ายสำหรับวัตถุดิบที่มีคุณภาพ โดยเป็นวัตถุดิบประเภทสติ๊กเกอร์สำหรับพิมพ์ฉลากสินค้า ทั้งนี้ บริษัทไม่มีความสัมพันธ์อื่นใดกับผู้จัดจำหน่ายรายดังกล่าวนอกเหนือจากในฐานะผู้ซื้อวัตถุดิบ

2.1.3 ธุรกิจผลิตและจำหน่ายแม่พิมพ์

ลักษณะของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทย่อยได้แก่ แม่พิมพ์สำหรับงานด้านฉีดพลาสติก และขึ้นรูปพลาสติก โดยบริษัท ได้รับการรับรองมาตรฐานการปฏิบัติงานในกระบวนการผลิตตามมาตรฐาน ISO 9001:2008 และนอกจากนี้ บริษัทยังได้รับการส่งเสริมการลงทุนในกิจการ ผลิตแม่พิมพ์ฉีดพลาสติกและซ่อมแซม แม่พิมพ์ประเภท 4.2 กิจการผลิตเครื่องจักรและอุปกรณ์ เมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2549 โดยได้รับสิทธิและ ประโยชน์ดังนี้

1. มาตรา 25 ให้ได้รับอนุญาตนำคนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือและผู้ชำนาญการ กลุ่มสมรสและบุคคลซึ่งอยู่ในอุปการะของบุคคลทั้งสองประเภทเข้ามาในราชอาณาจักรได้ตามจำนวนและกำหนดระยะเวลา เท่าที่คณะกรรมการพิจารณาเห็นสมควร
2. มาตรา 26 ให้คนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการที่ได้รับอนุญาตให้อยู่ราชอาณาจักรตาม มาตรา 25 ได้รับอนุญาตทำงานเฉพาะตำแหน่งหน้าที่ที่คณะกรรมการให้ความเห็นชอบตลอด ระยะเวลาเท่าที่ได้รับอนุญาตให้อยู่ในราชอาณาจักร
3. มาตรา 28 ให้ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรตามที่คณะกรรมการพิจารณาอนุมัติสำหรับ เครื่องจักรที่ผลิตตั้งแต่ปี พ.ศ.2538
4. มาตรา 31 วรรคหนึ่ง ให้ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิไม่เกินร้อยละ 100 ของ เงินลงทุน ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียนมีกำหนดเวลาแปดปี นับแต่วันที่เริ่มมีรายได้จากการ ประกอบการนั้น
วรรคสาม รายได้ที่ต้องนำมาคำนวณกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการตามวรรคหนึ่ง ให้ รวมถึงได้จากการจำหน่ายผลพลอยได้ ได้แก่ เศษหรือของเสียจากขบวนการผลิต
วรรคสี่ ในกรณีที่ประกอบกิจการขาดทุนในระหว่างเวลาได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลตาม วรรคหนึ่ง สามารถนำผลขาดทุนประจำปีที่เกิดขึ้นในระหว่างนั้นไปหักออกจากกำไรสุทธิที่เกิดขึ้น
5. มาตรา 34 ให้ได้รับยกเว้นไม่ต้องนำเงินปันผลจากกิจการซึ่งได้รับยกเว้นภาษีตามมาตรา 31 ไปรวม คำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ตลอดระยะเวลาที่ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลนั้น
6. มาตรา 36 (1) ให้ได้รับยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบและวัสดุจำเป็นที่ต้องนำเข้ามาจาก ต่างประเทศ เพื่อใช้ในการผลิตเพื่อการส่งออกเป็นระยะเวลาหนึ่งปี นับแต่วันนำเข้าครั้งแรก
7. มาตรา 36 (2) ให้ได้รับการยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับของที่ผู้ได้รับการส่งเสริมนำเข้ามาเพื่อส่งกลับ ออกไปเป็นระยะเวลาหนึ่งปี นับแต่วันที่นำเข้าครั้งแรก
8. มาตรา 37 ให้ได้รับอนุญาตให้นำหรือส่งเงินออกนอกราชอาณาจักรเป็นเงินตราต่างประเทศได้

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติก

ก) กลุ่มลูกค้าในลักษณะรับจ้างผลิต (OEM)

1. การตลาดของผลิตภัณฑ์

นโยบายการตลาด

เนื่องจากบริษัทมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ามาช้านาน ดังนั้น บริษัทจึงมีนโยบายการตลาดที่มุ่งเน้นการสร้างความพอใจในการให้บริการแก่ลูกค้าในระยะยาว (Long-Term Customer Satisfaction) โดยคำนึงถึงการรักษาคุณภาพของสินค้าในระยะยาวและการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

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

กลุ่มลูกค้าของบริษัทแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ตามลักษณะของสายผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1. สายผลิตภัณฑ์ที่ได้จากกระบวนการฉีดพลาสติก (Injection Molding)

กลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์

ลูกค้ากลุ่มนี้ได้แก่ บริษัท ทิมพริซัน จำกัด (มหาชน) บริษัท เอสวีไอ จำกัด (มหาชน)

กลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและเครื่องใช้สำนักงาน

ลูกค้ากลุ่มนี้ได้แก่ บริษัท แคนนอน โฮ-เทล (ประเทศไทย) จำกัด

กลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน

ลูกค้ากลุ่มนี้ได้แก่ บริษัท ชูเนี่ยนโซจิรุชิ จำกัด

กลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรมยานยนต์

ลูกค้ากลุ่มนี้ได้แก่ บริษัท ไทยสแตนเลย์คาร์ไฟฟ้า จำกัด (มหาชน)

2. สายผลิตภัณฑ์ที่ได้จากกระบวนการขึ้นรูปพลาสติก (Vacuum Pressure Forming)

กลุ่มลูกค้าบรรจุกัมพพลาสติกสำหรับใส่ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า

ลูกค้ากลุ่มนี้ได้แก่ บริษัท นิเคออิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท มินิแบ อิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด

กลุ่มลูกค้าบรรจุกัมพพลาสติกเพื่อการอุปโภคและบริโภค

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 - ทั้งลูกค้าและผู้จำหน่ายวัตถุดิบที่มีความสัมพันธ์ในทางธุรกิจที่ดีกับบริษัทมาอย่างยาวนานได้นำลูกค้ารายใหม่ให้กับบริษัท
2. เข้าพบลูกค้าใหม่โดยตรง - แนะนำประวัติให้ลูกค้าได้รู้จัก เพื่อเสนอขายสินค้าและบริการให้กับลูกค้า

สัดส่วนการจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศ

บริษัทจะมีการขายในประเทศเกือบทั้ง 100% โดยจะมีการขายไปต่างประเทศเพียงประมาณ 1% โดยส่งไปที่ไปประเทศจีนและกัมพูชาเป็นส่วนใหญ่ และบริษัทไม่มีการพึ่งพิงลูกค้ารายใดเกินกว่า 30%

2. สภาพการแข่งขัน

สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม

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

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

โดยกลุ่มลูกค้าสำหรับงานด้านฉีดพลาสติกจะมีความหลากหลายกว่าและกระจายไปในหลายอุตสาหกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมของใช้ในครัวเรือน อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและเครื่องใช้สำนักงาน เป็นต้น ทำให้มีการกระจายความเสี่ยงในส่วนของกลุ่มลูกค้าที่มีความหลากหลาย ส่วนกลุ่มลูกค้าสำหรับงานด้านขึ้นรูปพลาสติก ส่วนใหญ่จะอยู่

ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์เกือบทั้งหมด ทำให้มีความเสี่ยงสูงกว่า เนื่องด้วยอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์มีความผันผวนสูงและยังขึ้นอยู่กับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

สำหรับกลุ่มลูกค้าในกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์และยานยนต์ยังไม่มีแนวโน้มฟื้นตัวจากปีที่ผ่านมา ส่วนลูกค้าในกลุ่มของใช้ในครัวเรือนหรือเครื่องใช้สำนักงานมีแนวโน้มดีขึ้น ส่งผลให้โดยภาพรวมธุรกิจของบริษัทในปีที่ผ่านมามีการชะลอตัว โดยบริษัทได้พยายามขยายธุรกิจไปยังกลุ่มลูกค้าในอุตสาหกรรมอื่นที่ยังมีการเติบโตอยู่เพื่อทดแทนลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มไม่ดีขึ้น เช่น อุตสาหกรรมชิ้นส่วนเครื่องมือแพทย์ เป็นต้น รวมถึงการพยายามเข้าไปขายงานชิ้นส่วนพลาสติกในส่วนของภาครัฐเพิ่มเติมด้วย

จำนวนคู่แข่งและขนาดของบริษัท

สำหรับจำนวนบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนพลาสติกด้วยกระบวนการฉีด (Plastic Injection) ในประเทศมีจำนวนมากเป็นจำนวนพันราย 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 ที่ผ่านมามีลูกค้าของบริษัทได้รับการยอมรับจากลูกค้ามาโดยตลอด สาเหตุหนึ่งเนื่องมาจากการที่บริษัทมีการลงทุนค่อนข้างสูงในเครื่องจักรที่ใช้ในกระบวนการผลิต เพื่อให้เครื่องจักรทั้งหมดของบริษัทเป็นเครื่องจักรที่ทันสมัย และมีช่างเทคนิคที่มีประสบการณ์ในการปรับสภาพเครื่องจักรสามารถรองรับการผลิตที่มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ รวมถึงจำนวนการผลิตในปริมาณมากได้นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญในด้านคุณภาพสินค้าโดยมีการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิตอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งพัฒนาบุคลากรในส่วนการผลิตอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานมีความชำนาญ และมีทักษะแรงงานเพิ่มขึ้น เช่น ส่งพนักงานไปอบรมเทคนิคการใช้เครื่องจักรในการผลิตจากผู้จำหน่ายเครื่องจักรในต่างประเทศ และที่ผ่านมามีบริษัทไม่เคยได้รับคำร้องเรียนจากลูกค้าในเรื่องของคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าที่บริษัทผลิต หรือรับคืนสินค้าจากลูกค้า ประกอบกับฐานลูกค้าของบริษัทส่วนใหญ่เป็นกลุ่มลูกค้าชาวญี่ปุ่นที่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจมายาวนาน และมีความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ดังนั้น แม้การแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้จะค่อนข้างรุนแรงขึ้นในปีที่ผ่านมาจากภาวะ

เศรษฐกิจที่ชะลอตัวทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทำให้บริษัทประสบปัญหาบ้างในส่วนของยอดขาย เนื่องจากตลาดที่หดตัวลง แต่บริษัทก็ยังพยายามรักษาคุณภาพของสินค้าและการบริการของบริษัทเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้ผลิตสินค้าต้นแบบ OEM และ Subcontractors ของผู้ผลิตสินค้า OEM ในประเทศไทย เพื่อให้ยังสามารถเติบโตและแข่งขันได้ในระยะยาว

สำหรับข้อได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัทในส่วนของการผลิตแบบขึ้นรูป คือ บริษัทให้บริการออกแบบและผลิตแม่พิมพ์ที่ใช้ในการขึ้นรูปพลาสติก เพื่อดึงลูกค้ามาผลิตกันทำให้ บริษัทจะจัดทีมงานออกแบบที่สามารถช่วยลูกค้าในการออกแบบ ซึ่งการให้บริการในลักษณะนี้ช่วยให้ลูกค้าได้รับความสะดวกและเป็นที่น่าสนใจ โดยแบบงานและแม่พิมพ์ที่ผลิตโดยบริษัทจะถูกรักษาเป็นความลับทางด้านการผลิต ดังนั้น นอกจากความสำคัญของคุณภาพและการจัดส่งที่ตรงต่อเวลาแล้ว บริษัทยังให้ความสำคัญกับลูกค้าและพร้อมที่จะช่วยเหลือลูกค้าแก้ปัญหาเสมอ

ข) กลุ่มลูกค้าโมเดิร์นเทรด

1. การตลาดของผลิตภัณฑ์

นโยบายการตลาด

บริษัทมีนโยบายการตลาดที่มุ่งเน้นการสร้างความปลอดภัยในการให้บริการแก่ลูกค้าในระยะยาว (Long-Term Customer Satisfaction) โดยคำนึงถึงการรักษาคุณภาพของสินค้าในระยะยาวและการส่งของที่เป็นไปตามกำหนดและทันต่อเวลา เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าของบริษัทย่อย ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มลูกค้าโมเดิร์นเทรดต่าง ๆ ได้แก่ บิ๊กซี โลตัส แม็คโคร ไทวัสดุ เป็นต้น โดยบริษัทย่อยสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพในราคาที่สามารถแข่งขันได้กับคู่แข่ง เนื่องจากมีการควบคุมต้นทุนการผลิตที่ดี ทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความไว้วางใจและมีการซื้อขายสินค้ากันมานาน ซึ่งในปีที่ผ่านมา บริษัทย่อยมีการจำหน่ายให้แก่ลูกค้ารายหนึ่งในสัดส่วนที่เกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้ของบริษัทย่อย อย่างไรก็ตาม บริษัทย่อยก็มีนโยบายที่จะขยายตลาดไปยังตลาดใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น เพื่อลดการพึ่งพิงลูกค้ารายใดรายหนึ่งมากเกินไป

กลุ่มลูกค้าของบริษัทย่อยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ตามลักษณะของสายผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1. สายผลิตภัณฑ์ที่ได้รับจากกระบวนการฉีดพลาสติก (Injection Molding)

กลุ่มลูกค้าของบริษัทย่อยได้แก่ศูนย์การค้าโมเดิร์นเทรดต่าง ๆ เช่น บิ๊กซี โลตัส แม็คโคร ไทวัสดุ เป็นต้น

2. สายผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการนำมาประกอบหรือจัดหีบห่อขึ้นมาใหม่ (ดำเนินการโดยบริษัท บงกชแก้ว (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท เพชรสยาม (ประเทศไทย) จำกัด)

กลุ่มลูกค้าได้แก่ศูนย์การค้าโมเดิร์นเทรดต่าง ๆ เช่น บิ๊กซี โลตัส เป็นต้น

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

สินค้าพลาสติกประเภทของใช้ในครัวเรือนของบริษัทย่อยส่วนใหญ่จะถูกจัดจำหน่ายให้แก่ศูนย์การค้าโมเดิร์นเทรดต่าง ๆ เพื่อนำไปจำหน่ายต่อให้แก่ประชาชนทั่วไป ซึ่งสินค้าพลาสติกดังกล่าวเป็นสินค้าที่ประชาชนส่วนใหญ่นิยมใช้และมีใช้ในบ้านเกือบทุกครัวเรือน ซึ่งบริษัทได้พยายามจะนำไป

จำหน่ายในศูนย์การค้าโมเดิร์นเทรดให้มากยิ่งขึ้น เพื่อให้มีช่องทางในการจัดจำหน่ายที่กว้างขวางมากยิ่งขึ้น

สัดส่วนการจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศ

บริษัทย่อยจะมีการขายในประเทศเป็นส่วนใหญ่มากกว่า 95% โดยจะมีการขายไปต่างประเทศเพียงประมาณ 4% ของยอดขาย โดยส่งไปที่ไปที่ประเทศออสเตรเลียเป็นส่วนใหญ่ และบริษัทย่อยมีนโยบายที่จะขยายการส่งออกไปต่างประเทศให้มากขึ้น เป็นประมาณ 10-20% ของยอดขาย ใน 2-3 ปีข้างหน้า ทั้งนี้ ปัจจุบัน บริษัทย่อยยังมีการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่รายหนึ่งประมาณ 61% ของยอดขาย อย่างไรก็ตาม บริษัทย่อยได้มีนโยบายที่จะขยายตลาดไปยังลูกค้ารายอื่น ๆ หรือลูกค้ารายใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น เพื่อลดการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่อีกครั้ง

2. สภาพการแข่งขัน

สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม

สำหรับในปีที่ผ่านมา ภาวะการแข่งขันที่บริษัทย่อยประสบอยู่เป็นการแข่งขันของผู้ประกอบการภายในประเทศที่ผลิตชิ้นส่วนพลาสติกประเภทของใช้ในครัวเรือนเช่นเดียวกัน จึงไม่มีคู่แข่งต่างประเทศ โดยสินค้าส่วนใหญ่ของบริษัทย่อยจะแข่งขันกันด้านราคา เนื่องจากเป็นสินค้าที่ไม่มี ความซับซ้อนในการผลิตมากนัก ดังนั้น การควบคุมต้นทุนการผลิตจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ซึ่งที่ผ่านมา บริษัทย่อยสามารถควบคุมต้นทุนการผลิตได้เป็นอย่างดี ทำให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้ และถือเป็นผู้ผลิตรายใหญ่รายหนึ่งสำหรับสินค้าประเภทดังกล่าว

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

บริษัทย่อยเชื่อว่า การแข่งขันจะไม่รุนแรงขึ้นกว่าที่เป็นอยู่เนื่องจากมีผู้ผลิตที่สามารถรองรับความต้องการของลูกค้าศูนย์การค้าโมเดิร์นเทรดได้ไม่มากนัก เพราะต้องเป็นผู้ผลิตที่มีความหลากหลายของสินค้าที่ทำการผลิต ซึ่งในส่วนนี้ถือเป็นข้อได้เปรียบของบริษัทย่อยที่มีแม่พิมพ์จำนวนมากทำให้สามารถทำการผลิตสินค้าพลาสติกได้อย่างหลากหลายรูปแบบสินค้า ทำให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทได้พยายามที่จะขยายตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าที่กว้างขวางมากขึ้น เพื่อลดการพึ่งพิงลูกค้ารายใดรายหนึ่งมากเกินไป นอกจากนี้ ยังได้พยายามขยายตลาดในต่างประเทศเพิ่มขึ้นด้วย โดยเฉพาะในประเทศออสเตรเลีย ซึ่งสินค้าของบริษัทย่อยได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี และมีราคาที่สามารถแข่งขันได้กับผู้ผลิตจากประเทศอื่น

จำนวนคู่แข่งและขนาดของบริษัท

สำหรับจำนวนบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนพลาสติกด้วยกระบวนการฉีด (Plastic Injection) ในประเทศมีจำนวนมากเป็นจำนวนมากเป็นจำนวนมาก แต่ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็ก ที่ไม่มีแม่พิมพ์มากเพียงพอที่จะผลิตสินค้าให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในกลุ่มศูนย์การค้าโมเดิร์นเทรดได้ ซึ่งถือเป็นจุดแข็งของบริษัทย่อยในธุรกิจนี้ ซึ่งถือได้ว่าบริษัทย่อยนั้นเป็นผู้ผลิตรายใหญ่รายหนึ่งสำหรับสินค้าพลาสติกประเภทของใช้ในครัวเรือนในกลุ่มนี้

สถานภาพและศักยภาพในการแข่งขัน

ในปัจจุบันถือได้ว่าบริษัทย่อยมีความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจผลิตสินค้าประเภทของใช้ในครัวเรือนนี้ได้อย่างดี จากจุดแข็งในเรื่องจำนวนแม่พิมพ์ที่มีจำนวนมากและมีความหลากหลายในรูปแบบสินค้า อีกทั้งยังสามารถควบคุมต้นทุนในการผลิตได้ดี ทำให้สามารถแข่งขันได้ในตลาด ซึ่ง

ที่ผ่านมา สินค้าพลาสติกของบริษัทย่อยก็ได้รับการยอมรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี รวมถึงการให้บริษัท จัดส่งได้ตรงตามกำหนดเวลาและทันตามความต้องการของลูกค้า

2.2.2 ธุรกิจพิมพ์พลาสติก

1. การตลาดของผลิตภัณฑ์

นโยบายการตลาด

เนื่องจากกลุ่มลูกค้าของบริษัทส่วนใหญ่เป็นกลุ่มลูกค้าบริษัทข้ามชาติในอุตสาหกรรมอุปโภค บริโภคที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพและความสวยงามของสินค้า เพราะพลาสติกมีผลต่อภาพลักษณ์ ของสินค้าเป็นอย่างมาก และต้องสนองตอบต่อความต้องการของผู้บริโภคซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงได้อย่าง รวดเร็วด้วย ดังนั้น บริษัทจึงมีนโยบายให้ความสำคัญเป็นอย่างมากกับคุณภาพของพลาสติกที่ผลิตทั้ง ในด้านของเทคโนโลยีการผลิตและความสวยงาม รวมทั้งต้องมีความรวดเร็วในการให้บริการต่อลูกค้า เพื่อให้ทันต่อความต้องการของลูกค้า

ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าของบริษัทสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มลูกค้าผู้ขายสินค้าระดับสูง

พลาสติกจะมีลักษณะสวยงาม สีสดใส โดดเด่นและมีความคงทนสูง ต้นทุนการผลิต พลาสติกประเภทนี้จะสูง เนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีราคาค่อนข้างแพงและจำนวนสี ที่ใช้ในการพิมพ์จะมีจำนวนสีมาก ดังนั้น กระบวนการผลิตจะมีความซับซ้อน โดยทั่วไปราคา สินค้าของลูกค้ากลุ่มนี้จะมีราคาค่อนข้างสูง ซึ่งปัจจุบันบริษัทผลิตพลาสติกให้แก่ผู้ผลิต สินค้าชั้นนำหลายบริษัท เช่น กลุ่ม P&G กลุ่ม BEIERSDORF กลุ่ม JOHNSON & JOHNSON เป็นต้น

2. กลุ่มผู้ขายสินค้าอุปโภคบริโภค

พลาสติกของลูกค้ากลุ่มนี้ โดยทั่วไปจะเป็นดวงเล็กๆ ไม่นับสีสันมากนัก ดังนั้นการผลิตจึง ไม่ค่อยมีความซับซ้อนและต้นทุนการผลิตจะต่ำกว่าพลาสติกของลูกค้ากลุ่มผู้ขายสินค้าพรีเมียม ตัวอย่างลูกค้ากลุ่มนี้ ได้แก่ กลุ่มเจริญโภคภัณฑ์ ผู้ผลิตอาหารสด เบทาโก ผู้ผลิตสินค้า ระดับกลางและเล็ก (SME)

โดยบริษัทพยายามกระจายกลุ่มลูกค้าไปในทั้ง 2 กลุ่ม เพื่อกระจายความเสี่ยงไม่ให้พึ่งพิงกลุ่มลูกค้าใด มากเกินไป

การจัดจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

พลาสติกของบริษัทส่วนใหญ่จะถูกส่งโดยตรงให้กับลูกค้าของบริษัทที่เป็นเจ้าของตราสินค้า โดยตรง แต่บางส่วนก็จะส่งผ่าน Subcontractors ของเจ้าของตราสินค้าซึ่งเป็นลูกค้าของบริษัท หรือ ส่งไปยังผู้รับบรรจุสินค้าอีกทีหนึ่ง โดยพลาสติกของบริษัทจะถูกนำไปประกอบกับขวดบรรจุ เพื่อใช้ บรรจุสินค้าของลูกค้าต่อไป และกระจายขายไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ของ บริษัทเป็นบริษัทข้ามชาตินาขนาดใหญ่ ดังนั้นการดูแลและติดตามให้บริการลูกค้าให้ทันต่อความต้องการ จึงมีความสำคัญมาก บริษัทจึงมีการแต่งตั้งพนักงานขายให้ดูแลลูกค้ารายใหญ่โดยเฉพาะในลักษณะเป็น ราย ๆ เป็น Key Account

สัดส่วนการจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศ

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

2. สภาพการแข่งขัน

สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม

เนื่องจากลักษณะการให้บริการของบริษัทจะเป็นรูปแบบการให้บริการผลิตผลลากสินค้าแบบครบวงจร และจะเน้นการผลิตลากสินค้าเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ส่วนคู่แข่งของบริษัทสามารถแบ่งออกเป็น

- 1) ผู้ผลิตลากสินค้าเพียงอย่างเดียว และ
- 2) ผู้ผลิตที่ผลิตสินค้าด้านอื่นด้วยนอกจากลากพิมพ์

ในส่วนของผู้ผลิตลากสินค้าเพียงอย่างเดียวส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กที่มีลักษณะเป็นโรงงานห้องแถว และใช้เงินลงทุนต่ำ ซึ่งมีเป็นจำนวนมาก และโดยมากจะมีความชำนาญเฉพาะด้านการพิมพ์ลากสินค้าแบบกระดาษเท่านั้น ดังนั้น คู่แข่งขันของบริษัทที่ผลิตลากสินค้าที่มีคุณภาพสินค้าระดับเดียวกันจะมีค่อนข้างน้อยรายเนื่องจากต้องใช้เงินลงทุนในการซื้อเครื่องจักรสูง เพราะต้องใช้เครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยและมีความเที่ยงตรงในการผลิตและตรวจเช็คความผิดพลาด อาทิ เครื่องยิงฟิล์ม เครื่อง Vision Inspection เพื่อใช้ตรวจเช็คคุณภาพของผลลากพิมพ์หลังการผลิต เพื่อให้ผลลากที่ได้มีแบบ สี่ และคุณภาพตามที่ต้องการ ซึ่งทำให้การเข้ามาของกลุ่มคู่แข่งค่อนข้างลำบาก เพราะการจะเข้ามาแข่งขันธุรกิจนี้ต้องมีฐานลูกค้าที่แน่นชัดก่อน อย่างไรก็ตาม จากสถานะเศรษฐกิจชะลอตัวลงทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทำให้ส่งผลกระทบต่อยอดขายของบริษัทหดตัวลงด้วย

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

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

จากการวิเคราะห์รายได้ที่ทรงตัวของธุรกิจพิมพ์ลากสินค้าในปีที่ผ่านมาเกิดจากการแข่งขันด้านราคาที่รุนแรงขึ้น ทำให้ราคาขายสินค้าต่อหน่วยปริมาณการผลิตมีอัตราที่ลดลง แม้ว่าปริมาณหน่วยของสินค้าที่ขายได้จะมีจำนวนมากขึ้นจากภาวะเศรษฐกิจที่เติบโตขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัททยอยมีการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตและควบคุมต้นทุนการผลิตให้ดีขึ้นตลอดเวลา ทำให้มีผลกำไรสุทธิเติบโตขึ้น และในปีหน้ายังเชื่อว่าจะมียอดขายที่เติบโตอย่างต่อเนื่องจากการลงทุนที่เพิ่มขึ้นของภาครัฐ นอกจากนั้นบริษัทยังได้พยายามขยายไปผลิตสินค้าประเภทใหม่ ๆ เพิ่มเติม เพื่อสร้างยอดขายเข้ามาทดแทนยอดขายของสินค้าเดิมที่ชะลอตัว

อย่างไรก็ตาม ในระยะยาวแล้ว แนวโน้มตลาดลากสินค้าคุณภาพสูงยังมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นสาเหตุสำคัญเนื่องจากกระแสความนิยมลากสินค้าคุณภาพสูงในต่างประเทศเริ่มเข้ามาในประเทศไทย ประกอบกับผู้บริโภคให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามมากขึ้น ดังนั้น การทำลากสินค้าที่มีคุณภาพดี สีสดใส สดใส จะทำให้สินค้ามีความโดดเด่นและดึงดูดผู้บริโภคได้ง่าย นอกจากนี้ ยังช่วยลด

ต้นทุนการผลิตโดยผู้ผลิตสินค้าไม่จำเป็นต้องผลิตบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะเหมือนกันแต่มีลวดลายหรือสีที่แตกต่างกันเก็บไว้เป็นจำนวนมาก ดังนั้นตลาดสำหรับสินค้าหลากหลายคุณภาพสูงยังมีการเติบโตได้เป็นอย่างดี แต่อาจมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ดังนั้น บริษัทย่อยจึงมีแผนการเพิ่มเครื่องจักรที่ทันสมัยมากขึ้น เพื่อทดแทนเครื่องจักรเก่า เพื่อให้สามารถผลิตสติกเกอร์ที่มีคุณภาพมากขึ้นและในต้นทุนที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น สำหรับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นดังกล่าวทำให้บริษัทได้ชะลอแผนการสร้างโรงงานใหม่ไว้ก่อน โดยจะนำมาพิจารณาอีกครั้งเมื่อเห็นสมควร และหันไปลงทุนในเครื่องจักรที่ทันสมัยเพื่อทดแทนเครื่องจักรเก่าแทน

สำหรับ แนวโน้มการแข่งขันในตลาดนี้ก็จะสูงเพิ่มมากขึ้นในแต่ละปี ทำให้บริษัทต้องพยายามหลีกเลี่ยงคู่แข่งไปในสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น ซึ่งมีความยากในการผลิตเพิ่มขึ้น

จำนวนคู่แข่งและขนาดของบริษัท

สำหรับการพิมพ์หลากหลายคุณภาพสูง จะมีจำนวนคู่แข่งอยู่ปานกลาง โดยมีคู่แข่งที่อยู่ในระดับเดียวกันประมาณ 4-5 ราย แต่มีคู่แข่งระดับล่างที่มาแข่งขันด้านราคาเพิ่มมากขึ้น ทำให้บริษัทต้องต้องเน้นมากขึ้นในด้านคุณภาพของสินค้าและการบริการ โดยเฉพาะการส่งสินค้าได้อย่างรวดเร็วทันเวลา อีกทั้งบริษัทยังต้องมีการพัฒนาการผลิตและคุณภาพของสินค้าอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ทันกับเทคโนโลยีและความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป สำหรับขนาดธุรกิจของบริษัทย่อยถือว่าอยู่ในระดับผู้นำรายหนึ่งในธุรกิจการพิมพ์หลากหลายสำหรับตลาดหลากหลายคุณภาพสูง

สถานภาพและศักยภาพในการแข่งขัน

ธุรกิจพิมพ์หลากหลายคุณภาพสูงนี้ต้องใช้เงินลงทุนในเครื่องจักรที่ค่อนข้างสูง และการได้รับการยอมรับจากลูกค้าต้องใช้เวลาและเป็นไปได้ไม่มากนัก แต่เนื่องจากบริษัทได้ก่อตั้งและผลิตหลากหลายคุณภาพสูงนี้มานานแล้วเป็นเวลามากกว่า 20 ปี จึงเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม บริษัทยังมีคู่แข่งที่เป็นต่างชาติประมาณ 4-5 ราย อย่างไรก็ตาม บริษัทยังมีโอกาสในการแข่งขันที่ดีกว่า เนื่องจากอยู่ในธุรกิจมานานและเข้าใจสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในประเทศไทยดีกว่า

บริษัทมีผู้บริหารและพนักงานที่มีประสบการณ์มายาวนานในธุรกิจนี้ โดยผู้บริหารบางท่านมีประสบการณ์มานานกว่า 30 ปีแล้วในอุตสาหกรรมนี้ ทำให้บริษัทมีข้อได้เปรียบจากประสบการณ์ดังกล่าว ทำให้สามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างครบวงจร และสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ นอกจากนี้ บริษัทยังมีนโยบายและศักยภาพเพียงพอที่จะลงทุนในเครื่องจักรที่ทันสมัยซึ่งมีราคาสูง เพื่อให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

2.2.3 ธุรกิจผลิตและจำหน่ายแม่พิมพ์

1. การตลาดของผลิตภัณฑ์

นโยบายการตลาด

บริษัทย่อยเน้นการเข้าหาลูกค้าที่ค่อนข้างใหญ่ที่มีความต้องการแม่พิมพ์คุณภาพสูงตลอดทั้งปี เพื่อให้มีงานแม่พิมพ์อย่างต่อเนื่อง และพยายามจะสนับสนุนให้ลูกค้ามาใช้บริการงานฉีดพลาสติกต่อเนื่องหลังจากแม่พิมพ์เสร็จแล้วด้วย

ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าของบริษัทย่อยในปัจจุบันเป็น Subcontractors รายใหญ่ของผู้ผลิตสินค้าต้นแบบ

(OEM) และผู้ผลิตสินค้าต้นแบบ OEM เช่นเดียวกันกับบริษัทแม่ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสัญชาติญี่ปุ่น ซึ่งธุรกิจของบริษัทย่อยและบริษัทจะช่วยเสริมซึ่งกันและกันเพื่อให้ลูกค้ามีความมั่นใจในสินค้าและบริการ โดยบางส่วนบริษัทย่อยก็ได้รับการแนะนำลูกค้ามาจากบริษัทแม่หรือซื้อแม่พิมพ์ผ่านบริษัทแม่มา เนื่องจากบริษัทแม่มีฐานลูกค้าอย่างยาวนานในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนพลาสติก

การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

สินค้าของบริษัทย่อยจะถูกส่งโดยตรงให้กับลูกค้าของบริษัทที่เป็นผู้ผลิตสินค้าต้นแบบ OEM หรือผ่าน Subcontractors ของผู้ผลิตสินค้าต้นแบบซึ่งเป็นลูกค้าของบริษัท โดยลูกค้าจะนำแม่พิมพ์ที่เสร็จแล้วไปดำเนินการฉีดพลาสติกหรือขึ้นรูปพลาสติกด้วยตนเองต่อไป หรือให้บริษัทแม่ คือ บริษัท สาลี อุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) ดำเนินการฉีดพลาสติกหรือขึ้นรูปพลาสติกให้ต่อไป เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทย่อยเป็นกลุ่มลูกค้าชาวญี่ปุ่น ดังนั้น บริษัทย่อยจึงได้มีการตั้งทีมการตลาดทั้งที่เป็นชาวไทยและชาวญี่ปุ่นขึ้นเพื่อความสะดวกในการดูแลลูกค้า โดยทีมการตลาดญี่ปุ่นจะเป็นผู้เจรจาและเปิดตลาดหาลูกค้าใหม่ที่เป็นชาวญี่ปุ่น ส่วนทีมไทยจะมีหน้าที่สนับสนุน หลังจากที่มีการตกลงในเบื้องต้น โดยจะเป็นผู้ประสานงานในเรื่องการผลิต การจัดส่งสินค้า เป็นต้น เพื่อให้การผลิตสินค้าราบรื่นเป็นไปตามที่ลูกค้ากำหนดและจัดส่งได้ตรงตามเวลา

สัดส่วนการจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศ

บริษัทย่อยจะมีการขายในประเทศทั้ง 100% โดยไม่ได้มีการขายไปต่างประเทศแต่อย่างใด โดยบริษัทย่อยมีการพึ่งพิงลูกค้าเกินกว่า 30% ซึ่งเป็นบริษัทในกลุ่มที่เกี่ยวข้องกัน ได้แก่ บริษัท สาลี อุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) และบริษัท เพชรสยาม (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 31% และ 30% ตามลำดับ

2. สภาพการแข่งขัน

สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม

สำหรับในปีที่ผ่านมา ภาวะการแข่งขันที่บริษัทย่อยประสบอยู่มีความรุนแรงขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวลงทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทำให้ส่งผลกระทบต่อยอดขายที่ชะลอตัวลง ทำให้ยังไม่สามารถใช้กำลังการผลิตได้อย่างเต็มที่ ซึ่งในปีนี้ คาดว่าน่าจะปรับตัวดีขึ้นจากภาวะเศรษฐกิจที่คาดว่าจะเติบโตขึ้นจากการลงทุนที่เพิ่มขึ้นของภาครัฐ และเนื่องด้วยประเทศไทยยังมีความต้องการสินค้าแม่พิมพ์อยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งมีจำนวนนำเข้าสูงมากในแต่ละปี ซึ่งก็อยู่ในนโยบายของภาครัฐในการส่งเสริมผู้ผลิตในประเทศเพื่อลดการนำเข้าลง ส่วนคู่แข่งของบริษัทย่อยจะเป็นผู้ประกอบการผลิตแม่พิมพ์จากทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น ประเทศจีน เนื่องจากแม่พิมพ์มีราคาถูกกว่า แต่บริษัทย่อยมีข้อได้เปรียบในเรื่องของการบริการหลังการขายและการบริการ เพราะงานแม่พิมพ์บางครั้งต้องมีการปรับปรุงหรือดูแลรักษา ซึ่งบริษัทย่อยจะได้เปรียบคู่แข่งต่างประเทศ ในการให้บริการปรับปรุงซ่อมแซมหรือบริการหลังการขายได้อย่างรวดเร็ว

แต่เนื่องจากที่ผ่านมาลูกค้าส่วนใหญ่ก็เป็นกลุ่มลูกค้าเดียวกันกับบริษัทแม่ บมจ.สาลีอุตสาหกรรม กลุ่มบริษัทจึงมีนโยบายที่จะโอนธุรกิจและบุคลากรทั้งหมดของบริษัท สาลีเอ็นจิเนียริ่ง จำกัด มายังบริษัทฯ เพื่อลดค่าใช้จ่ายที่ซ้ำซ้อนกัน และทำให้การควบคุมต้นทุนมีประสิทธิภาพมากขึ้น

แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

สำหรับกลุ่มสินค้าแม่พิมพ์นี้ยังมีความต้องการจากลูกค้าอยู่สูง และผู้ผลิตในประเทศยังไม่สามารถสนับสนุนได้อย่างเพียงพอโดยเฉพาะแม่พิมพ์ที่มีความซับซ้อน ดังนั้น ตลาดสำหรับงานแม่พิมพ์ยังมีการเติบโตได้อีกมาก แม้จะได้รับผลกระทบระยะสั้นบ้างจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลง โดยส่วนใหญ่ลูกค้าต้องการงานที่มีคุณภาพและการส่งมอบที่ตรงเวลา ซึ่งเป็นสิ่งที่ลูกค้าให้ความสำคัญ สำหรับธุรกิจการผลิตแม่พิมพ์นี้ ยังต้องการบุคลากรที่มีประสบการณ์อีกจำนวนมาก ซึ่งในปัจจุบันยังมีไม่เพียงพอ เนื่องจากมีสถาบันการศึกษาที่สอนทางด้านนี้โดยตรงอยู่จำนวนน้อย พนักงานส่วนใหญ่ต้องอาศัยทักษะจากประสบการณ์การทำงานมาเป็นระยะเวลาพอสมควร จึงจะมีประสบการณ์เพียงพอ ทำให้อุตสาหกรรมนี้ยังขาดแคลนพนักงานที่มีความรู้หรือประสบการณ์โดยตรงอยู่พอสมควร

นอกจากนี้ จากการที่กลุ่มบริษัทได้มีการลงทุนจัดตั้งบริษัทย่อย คือ บริษัท เพชรสยาม (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตสินค้าพลาสติกประเภทของใช้ในครัวเรือน เพื่อจำหน่ายให้แก่ศูนย์การค้าโมเดิร์นเทรดต่าง ๆ ทำให้บริษัทย่อยมีโอกาสดำเนินงานผลิตแม่พิมพ์เพิ่มมากขึ้น สำหรับการสนับสนุนการผลิตสินค้าพลาสติกประเภทของใช้ในครัวเรือนดังกล่าว

จำนวนคู่แข่งและขนาดของบริษัท

สำหรับจำนวนบริษัทผู้ผลิตแม่พิมพ์ในประเทศมีจำนวนมากพอสมควรหลายพันราย แต่ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็ก ซึ่งมีความสามารถในการผลิตแม่พิมพ์ที่มีความซับซ้อนไม่มากนัก ยังไม่มีขีดความสามารถในการผลิตแม่พิมพ์ที่มีความซับซ้อน เช่น แม่พิมพ์ในอุตสาหกรรมรถยนต์ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม บริษัทย่อยต้องเผชิญการแข่งขันจากแม่พิมพ์ที่ผลิตจากประเทศจีนซึ่งมีราคาที่ถูกกว่า บริษัทย่อยจึงต้องเน้นไปที่ลูกค้าที่ต้องการได้รับการบริการหลังการขายที่ดีกว่า ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบของบริษัทย่อยเนื่องจากอยู่ใกล้กับลูกค้ามากกว่า ทำให้สามารถให้บริการหลังการขายได้ดีกว่า โดยขนาดบริษัทย่อยถือว่าเป็นบริษัทขนาดกลางในอุตสาหกรรมนี้

สถานภาพและศักยภาพในการแข่งขัน

แม่พิมพ์ที่บริษัทย่อยผลิตเป็นสินค้าในกลุ่มที่ต้องใช้ความชำนาญในการผลิต รวมทั้งการควบคุมคุณภาพและบริการ ซึ่งที่ผ่านมาสินค้าของบริษัทย่อยได้รับการยอมรับจากลูกค้ามาโดยตลอด และบริษัทย่อยยังให้ความสำคัญในด้านการพัฒนาบุคลากรในส่วนการผลิตอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานมีความชำนาญ และมีทักษะแรงงานเพิ่มขึ้น เช่น ส่งพนักงานไปอบรมเทคนิคการใช้เครื่องจักรในการผลิตจากผู้จำหน่ายเครื่องจักรในต่างประเทศ และหน่วยงานฝึกอบรมต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างความรู้และประสบการณ์ในการทำแม่พิมพ์ที่มีความซับซ้อนมากขึ้น

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.3.1 ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติก

ก) กลุ่มลูกค้าในลักษณะรับจ้างผลิต (OEM)

1. ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

การผลิต

โรงงานของบริษัท ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 18 หมู่ 10 ต.คลองสี่ อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี ซึ่งเป็นที่ดินของตนเองจำนวน 69 ไร่ และมีการสร้างโรงงานบนพื้นที่ดินดังกล่าวบางส่วน โดยมีโรงผลิต 2 โรงงาน มีพื้นที่การผลิตรวมจำนวน 7,000 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 2559 สามารถแบ่งเป็นกำลังการผลิตรวมสำหรับงานขึ้นรูปพลาสติก จำนวนประมาณ 1,800 ตันต่อปี ซึ่งบริษัทใช้กำลังการผลิตเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณร้อยละ 34% และกำลังการผลิตรวมสำหรับงานฉีดพลาสติก จำนวนประมาณ 3,000 ตันต่อปี ซึ่งบริษัทใช้กำลังการผลิตเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณร้อยละ 74

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 32 ของต้นทุนการผลิต โดยส่วนที่เหลือจะเป็นค่าแรง และค่าเสียห่วยการผลิต การได้มาของเม็ดพลาสติกจะมี 2 ลักษณะ คือลูกค้าเป็นผู้จัดหาเม็ดพลาสติกที่จะใช้ในการผลิตมาให้ หรือให้บริษัทเป็นผู้ดำเนินการจัดหาเม็ดพลาสติก โดยลูกค้าจะกำหนดประเภท มาตรฐาน คุณภาพ หรือผู้ขายเม็ดพลาสติกมาให้ ซึ่งฝ่ายจัดซื้อของบริษัทจะต้องจัดซื้อเม็ดพลาสติกตามคำสั่งซื้อของลูกค้า ปัจจุบันสัดส่วนวัตถุดิบที่ลูกค้าเป็นผู้จัดหามาให้ต่อสัดส่วนวัตถุดิบที่บริษัทเป็นผู้จัดซื้อตามคำสั่งซื้อของลูกค้ามีประมาณ 39 : 61 ของจำนวนวัตถุดิบที่บริษัทใช้ในการผลิตทั้งหมด

ที่ผ่านมามีบริษัทสั่งซื้อเม็ดพลาสติกตามมาตรฐาน คุณภาพ หรือผู้ขาย ตามที่ลูกค้ากำหนด จากแหล่งผลิตภายในประเทศร้อยละ 99 โดยจะซื้อจากผู้ขายเม็ดพลาสติกสัญชาติญี่ปุ่นที่มีโรงงานตั้งอยู่ในประเทศไทยและผู้ขายเม็ดพลาสติกชาวไทย ซึ่งมีอยู่จำนวนหลายราย และเม็ดพลาสติกที่ผลิตจากโรงงานดังกล่าวมีคุณภาพดี และเป็นที่ยอมรับของลูกค้า โดยบริษัทมีการสั่งซื้อจากผู้ขายเม็ดพลาสติก

รายใหญ่ 3 ราย รวมจำนวนประมาณร้อยละ 55 ของยอดซื้อเม็ดพลาสติกทั้งหมด ทั้งนี้ บริษัทไม่มีความสัมพันธ์ใด ๆ กับผู้ขายเม็ดพลาสติกดังกล่าวเนื่องจากในฐานะผู้ซื้อเม็ดพลาสติกเท่านั้น

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

- แผ่นฟิล์มพลาสติกที่ใช้ในกระบวนการขึ้นรูปพลาสติก เป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิตในสัดส่วนร้อยละ 75 ของต้นทุนการผลิต โดยส่วนที่เหลือจะเป็นค่าแรง และค่าเสียการผลิต การได้มาของแผ่นฟิล์มพลาสติกจะเป็นในลักษณะบริษัทเป็นผู้ดำเนินการจัดซื้อตามคุณสมบัติที่ลูกค้ากำหนดทั้งหมด โดยลูกค้าจะกำหนดประเภท มาตรฐาน คุณภาพ หรือผู้ขาย แผ่นฟิล์มพลาสติกมาให้ ซึ่งผู้ผลิตแผ่นฟิล์มพลาสติกที่บริษัทสั่งซื้อจะเป็นผู้ผลิตที่มีโรงงานอยู่ในประเทศถึงร้อยละ 98 ซึ่งมีอยู่จำนวน 4-5 ราย โดยบริษัทมีการสั่งซื้อจากผู้ขายแผ่นฟิล์มพลาสติกอยู่ 2 รายใหญ่ ๆ ในจำนวน 36% และ 22% ตามลำดับ ของยอดซื้อแผ่นฟิล์มพลาสติกทั้งหมด ทั้งนี้ บริษัทไม่มีความสัมพันธ์ใด ๆ กับผู้ขายแผ่นฟิล์มพลาสติกดังกล่าวเนื่องจากในฐานะผู้ซื้อแผ่นฟิล์มพลาสติกเท่านั้น

โดยแผ่นฟิล์มที่บริษัทใช้ประกอบด้วย แผ่นฟิล์มพลาสติกประเภท A-PET PS และ PP Sheet โดยจะมีสัดส่วนการสั่งซื้อร้อยละ 71 ร้อยละ 17 และร้อยละ 9 ตามลำดับ ของมูลค่าการสั่งซื้อแผ่นฟิล์มพลาสติกโดยรวม ส่วนที่เหลือจะเป็นแผ่นฟิล์มพลาสติกประเภท ABS Sheet

2. ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิต หรือการกำจัดวัตถุดิบที่เหลือให้

การดำเนินการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากวัตถุดิบของบริษัททั้งเม็ดพลาสติกหรือแผ่นฟิล์มพลาสติกถึงแม้จะเกิดของเสียในการผลิตก็สามารถนำกลับไปใช้ได้อีกในกระบวนการผลิต (Recycle) เช่น ในกรณีของชิ้นงานฉีดพลาสติกสามารถนำของเสียไปคั่วเพื่อนำกลับไปใช้ในกระบวนการผลิตได้อีก ไม่ว่าจะเป็นไปผสมเพื่อฉีดงานเดิมหรือนำไปใช้ฉีดสำหรับงานประเภทอื่น ส่วนวัตถุดิบประเภทแผ่นฟิล์มนั้น ถ้าหากมีของเสียหรือเศษที่เหลือจากการผลิตก็สามารถขายให้กับบริษัทผู้ผลิตแผ่นฟิล์มนำเศษดังกล่าวไปผสมแล้วรีดเป็นแผ่นขึ้นมาขายใหม่อีกครั้งหนึ่ง

สำหรับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิตนั้นมีไม่มากนัก จะมีเรื่องของการปล่อยน้ำทิ้งจากกระบวนการผลิต ซึ่งก็มีจำนวนปริมาณน้ำไม่มากนัก เนื่องจากในกระบวนการผลิตของบริษัทไม่ได้มีการใช้น้ำเป็นส่วนประกอบสำคัญ สำหรับการฉีดพลาสติก บริษัทมีการใช้ระบบ Septic Chamber ในการกรองน้ำก่อนปล่อยออกไป รวมทั้งบริษัทจัดให้มีการตรวจคุณภาพของน้ำทุกปีจากผู้ประเมินคุณภาพภายนอกปีละ 2 ครั้ง เพื่อให้มั่นใจได้ว่าน้ำที่บริษัทปล่อยออกไปนั้นมีคุณสมบัติตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด ส่วนการขึ้นรูปพลาสติกนั้น มีการใช้น้ำเฉพาะในส่วนของการล้างชิ้นงาน แต่บริษัทมีระบบการใช้น้ำมา Recycle อยู่ตลอดเวลา ด้วยระบบ DI Water ซึ่งเป็นการนำน้ำกลับมาใช้อีกตลอดเวลาในกระบวนการผลิต ทำให้ไม่มีการปล่อยน้ำเสียออกไปหรือหากมีก็เป็นจำนวนน้อยและมีการตรวจเช็คคุณภาพทุกครั้งก่อนปล่อยออกไป

ทั้งนี้ บริษัทได้ให้ความสำคัญกับเรื่องสิ่งแวดล้อมโดยปฏิบัติตามมาตรฐานเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ISO 14001:2004 ซึ่งที่ผ่านมา บริษัทได้ปฏิบัติตามที่กฎหมายกำหนดและไม่มีข้อพิพาทหรือการถูกฟ้องร้องเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

ข) กลุ่มลูกค้าโมเดิร์นเทรด

1. ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

การผลิต

โรงงานของบริษัท ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 4 ซอยพระยามนธาตุฯ แยก 9 แขวงบางบอน เขตบางบอน กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นที่ดินและโรงงานเช่า จำนวนพื้นที่ประมาณ 8,000 ตารางเมตรบนที่ดินประมาณ 7 ไร่ ซึ่งจะอยู่ในความดูแลของผู้จัดการทั่วไปฝ่ายผลิตและผู้จัดการแผนกแต่ละแผนก

สำหรับการผลิตรวมของบริษัท จะดูจากจำนวนวัตถุดิบที่ใช้ โดยในปี 2559 การผลิตรวมสำหรับงานฉีดพลาสติก จำนวนประมาณ 9,000 ตันต่อปี ซึ่งบริษัทใช้กำลังการผลิตเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณร้อยละ 40 (ทั้งนี้ อัตราใช้กำลังการผลิตคิดตั้งแต่ที่บริษัทเริ่มการผลิตในเดือนกรกฎาคม 2559)

นโยบายการผลิตของบริษัทจะเป็นลักษณะตามคำสั่งซื้อหรือความต้องการของลูกค้า (Made to Order) ซึ่งเป็นศูนย์การค้าโมเดิร์นเทรดต่าง ๆ รวมทั้งการนำเสนอสินค้าใหม่ ๆ ให้แก่ศูนย์การค้าโมเดิร์นเทรดดังกล่าวด้วย นอกจากนี้ ยังมีการผลิตตามความต้องการของลูกค้าต่างประเทศ ซึ่งเป็นศูนย์การค้าโมเดิร์นเทรดในต่างประเทศ เช่น ประเทศออสเตรเลีย เป็นต้น โดยสินค้าที่ผลิตต้องเป็นไปตามข้อกำหนดของลูกค้า 100% โดยบริษัทจะเน้นการผลิตให้ใช้เวลาน้อยที่สุดแต่ยังคงคุณภาพของสินค้าได้ตามมาตรฐานของลูกค้า การส่งของให้แก่ลูกค้าได้ครบตามจำนวนและถูกต้องตรงต่อเวลารวมทั้งลดของเสียที่เกิดจากการผลิตให้ต่ำที่สุด เพื่อควบคุมค่าใช้จ่ายให้แข่งขันได้ในธุรกิจ ทั้งนี้ บริษัทได้มีการบริหารจัดการด้านข้อมูลต่าง ๆ โดยการใช้โปรแกรม SAP BI เข้ามาช่วยในการบริหารจัดการข้อมูลเพื่อให้ข้อมูลต่าง ๆ มีความน่าเชื่อถือ

การจัดหาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

วัตถุดิบที่สำคัญที่ใช้การผลิตสินค้าของบริษัท คือ เม็ดพลาสติกที่ใช้ในกระบวนการฉีดพลาสติก เป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตในสัดส่วนประมาณร้อยละ 70 ของต้นทุนการผลิต โดยส่วนที่เหลือจะเป็นค่าแรง และค่าเสียหายการผลิต โดยเม็ดพลาสติกที่บริษัทเลือกใช้ เกือบทั้งหมดเป็นเม็ดพลาสติกชนิด PP โดยมีทั้งที่เป็นเม็ดพลาสติกใหม่และที่เป็นเม็ดพลาสติกจากการ recycle

ที่ผ่านมาบริษัทสั่งซื้อเม็ดพลาสติกทั้งเม็ดพลาสติกใหม่และเม็ดพลาสติก recycle ทั้งหมด จากแหล่งผลิตภายในประเทศโดยจะซื้อจากผู้ขายเม็ดพลาสติกชาวไทย ซึ่งมีอยู่จำนวนหลายราย โดยบริษัทมีการสั่งซื้อจากผู้ขายเม็ดพลาสติกรายใหญ่รายหนึ่ง จำนวนประมาณร้อยละ 40 ของยอดซื้อเม็ดพลาสติกทั้งหมด ทั้งนี้ บริษัทไม่มีความสัมพันธ์ใด ๆ กับผู้ขายเม็ดพลาสติกดังกล่าวเนื่องจากในฐานะผู้ซื้อเม็ดพลาสติกเท่านั้น

2. ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิต หรือการกำจัดวัตถุดิบที่เหลือให้

การดำเนินการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากวัตถุดิบของบริษัท คือ เม็ดพลาสติก ถึงแม้ว่าจะเกิดของเสียในการผลิตก็สามารถนำกลับไปใช้ได้อีกในกระบวนการผลิต (Recycle) ในกรณีของชิ้นงานฉีดพลาสติก สามารถนำของเสียไปบดเพื่อนำกลับไปใช้ในกระบวนการผลิตได้อีก ไม่ว่าจะเป็นไปผสมเพื่อฉีดงานเดิม หรือนำไปใช้ฉีดสำหรับงานประเภทอื่น

สำหรับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิตนั้นมีไม่มากนัก จะมีเรื่องของการปล่อยน้ำทิ้งจากกระบวนการผลิต ซึ่งก็มีจำนวนปริมาณน้ำไม่มากนัก เนื่องจากในกระบวนการผลิตของบริษัทไม่ได้มีการใช้น้ำเป็นส่วนประกอบสำคัญ

ทั้งนี้ บริษัทไม่มีข้อพิพาทหรือการถูกฟ้องร้องเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

2.3.2 ธุรกิจพิมพ์ฉลากสินค้า

1. 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 จะดูจากจำนวนพื้นที่ของสติ๊กเกอร์ที่ใช้ โดยในปี 2559 มีกำลังการผลิตรวม จำนวนประมาณ 8.57 ล้านตารางเมตรต่อปี ซึ่งบริษัทใช้กำลังการผลิตเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณร้อยละ 63

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

สติ๊กเกอร์ คือ วัตถุดิบหลักสำคัญที่ใช้ในการผลิตฉลากสินค้าของบริษัท ซึ่งสติ๊กเกอร์ที่ใช้ในการผลิตมี 2 ประเภท คือ สติ๊กเกอร์พลาสติก และสติ๊กเกอร์กระดาษ โดยสติ๊กเกอร์ทั้ง 2 ชนิด จะถูกสั่งซื้อจากผู้ขายภายในประเทศทั้งหมด ที่ผ่านมาราคาของวัตถุดิบแทบไม่มีการเปลี่ยนแปลงหรือมีการเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย ถึงแม้บางครั้งราคาน้ำมันดิบโลกจะมีความผันผวนก็ตาม

บริษัทมีการติดต่อกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบประมาณ 4-5 ราย โดยส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 95 ของยอดซื้อวัตถุดิบทั้งหมด เป็นการซื้อในประเทศ โดยบริษัทมีการสั่งซื้อจากผู้จำหน่ายสติ๊กเกอร์อยู่รายหนึ่ง จำนวนประมาณร้อยละ 60 ของยอดสั่งซื้อวัตถุดิบทั้งหมด เนื่องจากบริษัทดังกล่าวเป็นผู้จำหน่ายรายใหญ่ที่มีวัตถุดิบหลากหลายประเภทที่มีคุณภาพและการบริการที่ดีกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น โดยเฉพาะในเรื่องของคุณภาพของแผ่นสติ๊กเกอร์ ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่สำคัญที่สุดในการผลิตฉลากสินค้า ที่ผ่านมาราคาวัตถุดิบที่ซื้อกับบริษัทนี้ไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนัก โดยราคาก่อนข้างจะคงเดิมและใกล้เคียงกับผู้จำหน่ายรายอื่น ทั้งนี้ บริษัทไม่มีความสัมพันธ์ใด ๆ กับผู้จำหน่ายสติ๊กเกอร์ดังกล่าวนอกเหนือจากในฐานะผู้ซื้อสติ๊กเกอร์เท่านั้น อย่างไรก็ตาม บริษัทมิได้มีนโยบายผูกขาดการซื้อกับผู้จำหน่ายรายใดรายหนึ่ง แต่จะคำนึงถึงคุณภาพและราคาของวัตถุดิบเป็นสำคัญ บริษัทคาดว่าในอนาคตราคาวัตถุดิบจะมีแนวโน้มลดลงเนื่องจากผู้ค้าวัตถุดิบมีจำนวนมากขึ้น

2. ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิต หรือการกำจัดวัตถุดิบที่เหลือให้

การดำเนินการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากวัตถุดิบของบริษัทที่เป็นสติกเกอร์นั้นเมื่อพิมพ์แล้วเกิดเป็นของเสียหรือไม่ต้องการใช้แล้ว จะไม่สามารถนำกลับไปใช้ได้ (Recycle) ต้องทำลายเพียงอย่างเดียวเท่านั้น เพราะตัววัตถุดิบเองนั้นมี สารเคมีที่เป็นกาวยึดอยู่ บริษัทจึงได้มีการจ้างบริษัทภายนอกที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมายที่มารับเป็นผู้ ทำลายสินค้าที่เป็นของเสียให้

สำหรับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิตนั้นมีไม่มากนัก และไม่ส่งผลกระทบต่อ สภาพแวดล้อมภายนอก จะมีเฉพาะในเรื่องของสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีกลิ่นค่อนข้างแรงใน พื้นที่ผลิต เนื่องจากกลิ่นทินเนอร์ที่อยู่ในสีที่ใช้สำหรับการพิมพ์ ซึ่งบริษัทมีการแก้ไขโดยการ ใช้ระบบ ดูดอากาศพิเศษสำหรับการพิมพ์โดยเฉพาะเพื่อบรรเทากลิ่นลง และมีการแจกหน้ากากปิดจมูกให้แก่ พนักงานของบริษัทได้ใช้เพื่อลดความเสี่ยงจากการสูดดมกลิ่นดังกล่าว

ทั้งนี้ บริษัทได้ให้ความสำคัญกับเรื่องสิ่งแวดล้อมโดยปฏิบัติตามมาตรฐานเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ISO 14001:2004 ซึ่งที่ผ่านมา บริษัทได้ปฏิบัติตามที่กฎหมายกำหนดและไม่มีข้อพิพาทหรือการถูกฟ้องร้อง เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

2.3.3 ธุรกิจผลิตและจำหน่ายแม่พิมพ์

1. ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

การผลิต

โรงงานของบริษัท ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 18 หมู่ 10 ต.คลองสี่ อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี ซึ่งเป็นโรงงานที่ เช่าจากบริษัทแม่ โดยโรงงานผลิตมีพื้นที่สำนักงานและการผลิตรวมจำนวน 1,000 ตรม. ซึ่งโรงงานจะ อยู่ในความดูแลของผู้จัดการทั่วไปฝ่ายผลิตและผู้จัดการแผนกแต่ละแผนก

สำหรับกำลังการผลิตรวมของบริษัท จะดูจากจำนวนแม่พิมพ์ที่สามารถผลิตได้ โดยในปี 2559 มี กำลังการผลิตรวม จำนวนประมาณ 60 แม่พิมพ์ต่อปี ซึ่งบริษัทใช้กำลังการผลิตเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ ร้อยละ 35

นโยบายการผลิตของบริษัทจะเป็นลักษณะตามคำสั่งซื้อหรือความต้องการของลูกค้า (Made to Order) โดยบริษัทจะให้ความสำคัญกับการผลิตแม่พิมพ์ให้เสร็จทันตามที่ได้ตกลงไว้กับลูกค้า และ พยายามที่จะผลิตแม่พิมพ์ให้สามารถผลิตชิ้นงานให้ได้ใกล้เคียงกับชิ้นงานที่ลูกค้าต้องการมากที่สุด เพื่อ ไม่ให้ต้องกลับมากแก้ไขในภายหลังซึ่งจะทำให้เกิดต้นทุนส่วนเกินเพิ่มขึ้น อีกทั้งบริษัทพยายามส่งเสริม และพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะและความสามารถเพิ่มขึ้นผ่านการฝึกอบรมต่าง ๆ รวมทั้งการฝึกที่หน้า งาน เพื่อบรรลุให้สามารถทำงานได้จริง ทั้งนี้ บริษัทได้รับมาตรฐานคุณภาพในการผลิตและสิ่งแวดล้อม อันได้แก่ ISO 9001:2008 เป็นต้น

การจัดหาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

วัตถุดิบที่บริษัทใช้ผลิตแม่พิมพ์มีทั้งที่เป็นเหล็กและอะลูมิเนียม โดยสามารถหาซื้อได้จากใน ประเทศเกือบทั้งหมดผ่านผู้จัดจำหน่ายหลายราย ซึ่งไม่มีความยุ่งยากในการกระบวนการจัดหาวัตถุดิบ สำหรับราคาวัตถุดิบก็มีการเปลี่ยนแปลงตามราคาตลาดโลกของวัตถุดิบดังกล่าว ซึ่งบริษัทสามารถปรับ ราคาวัตถุดิบดังกล่าวในราคาชิ้นงานแม่พิมพ์ได้ เนื่องจากงานแม่พิมพ์ที่รับจากลูกค้าจะเป็นลักษณะงาน

ที่รับเป็นครั้ง ๆ นอกจากนี้ บริษัทต้องมีการจัดหา toolings ต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ในการทำแม่พิมพ์ ซึ่งก็สามารถหาซื้อได้ในประเทศจากผู้จัดจำหน่ายจำนวนมากเช่นเดียวกัน

ในปีที่ผ่านมา บริษัทมีการติดต่อกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบหลักประมาณ 4-5 ราย และโดยร้อยละ 32 ของยอดซื้อวัตถุดิบทั้งหมด เป็นการซื้อในประเทศ ส่วนอีกร้อยละ 68 เป็นการซื้อจากต่างประเทศ เนื่องจากในปีที่ผ่านมา บริษัทเริ่มมีการสั่งทำแม่พิมพ์บางส่วนในต่างประเทศแล้วนำมาประกอบให้เสร็จสมบูรณ์ที่บริษัทอีกทีหนึ่ง เพื่อเป็นการลดต้นทุนและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันเวลา โดยบริษัทไม่มีการสั่งซื้อจากผู้จัดจำหน่ายรายใดจำนวนมากอย่างเป็นนัยสำคัญ โดยบริษัทได้มีนโยบายผูกขาดการซื้อกับผู้จัดจำหน่ายรายใดรายหนึ่ง แต่จะคำนึงถึงคุณภาพและราคาของวัตถุดิบในขณะนั้นเป็นสำคัญ

2. ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิต หรือการกำจัดวัตถุดิบที่เหลือให้

การดำเนินการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากวัตถุดิบของบริษัทที่เป็นเหล็กและอลูมิเนียมนั้นเมื่อผลิตแล้วเกิดเป็นของเสียหรือในส่วนที่เป็นเศษที่เกิดจากการผลิต 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 และสติ๊กเกอร์ ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตชิ้นส่วนพลาสติก และพิมพ์ฉลากสินค้า เป็นผลพลอยได้จากการกลั่นน้ำมันดิบและก๊าซธรรมชาติ ดังนั้น ราคาโดยทั่วไปจะแปรผันตามราคาน้ำมันและราคาก๊าซในตลาดโลก ซึ่งหากราคาวัตถุดิบดังกล่าวมีการปรับตัวสูงขึ้นก็อาจจะส่งผลกระทบต่อกำไรของบริษัทและกลุ่มบริษัท

อย่างไรก็ตาม การผลิตของบริษัทและกลุ่มบริษัทส่วนใหญ่ ลูกค้าน่าจะเป็นผู้กำหนดประเภท มาตรฐาน คุณภาพ และผู้ขายวัตถุดิบมาให้ ซึ่งราคาขายก็จะเป็นราคาเดียวกันทั่วโลก (Global Price) ซึ่งบริษัทและกลุ่มบริษัทก็สามารถขอปรับราคาขึ้นได้ นอกจากนี้ บริษัทและกลุ่มบริษัทยังมีมาตรการรองรับความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบ ดังนี้

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

3.1.2 ความเสี่ยงจากการพึ่งพาผู้ผลิตวัตถุดิบคุณภาพน้อยราย

ที่ผ่านมาบริษัทและกลุ่มบริษัทสั่งซื้อวัตถุดิบประเภทเม็ดพลาสติก แผ่นพลาสติก และสติ๊กเกอร์ เกือบทั้งหมดจากแหล่งผลิตภายในประเทศ ซึ่งบางครั้งมีผู้ผลิตน้อยรายที่มีคุณภาพ บริษัทและกลุ่มบริษัทจึงสั่งซื้อจากผู้ผลิตรายนั้นซึ่งมีคุณสมบัติดีมีปัญหากในการผลิตน้อยและตรงตามคุณสมบัติที่ลูกค้ากำหนดมากที่สุด และยังเกี่ยวเนื่องกับราคาวัตถุดิบที่ถูกลงจากการสั่งซื้อเป็นปริมาณมาก ๆ ดังนั้น บริษัทและกลุ่มบริษัทอาจมีความเสี่ยงในการพึ่งพิงผู้ผลิตรายนั้นมากเกินไป โดยสำหรับธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติก ในลักษณะรับจ้างผลิต (OEM) ที่ดำเนินการโดยบริษัทนั้น บริษัทมีการสั่งซื้อจากผู้ขายเม็ดพลาสติก 3 ราย รวมจำนวนประมาณ 55% ของยอดซื้อเม็ดพลาสติกทั้งหมด และมีการสั่งซื้อจากผู้ขายแผ่นฟิล์มพลาสติกอยู่ 2 รายใหญ่ ๆ ในจำนวน 36% และ 22% ตามลำดับ ของยอดซื้อแผ่นฟิล์มพลาสติกทั้งหมด

สำหรับในส่วนของธุรกิจผลิตสินค้าพลาสติกประเภทของใช้ในครัวเรือนที่จำหน่ายผ่านโมเดิร์นเทรดต่าง ๆ ที่ดำเนินการโดยบริษัทย่อย คือ บริษัท เพชรสยาม (ประเทศไทย) นั้น บริษัทย่อยมีการสั่งซื้อจากผู้ขายเม็ดพลาสติกรายใหญ่รายหนึ่ง จำนวนประมาณ 40% ของยอดซื้อเม็ดพลาสติกทั้งหมด

สำหรับในส่วนของธุรกิจพิมพ์ฉลากสินค้า บริษัทมีการสั่งซื้อจากผู้จัดจำหน่ายสติ๊กเกอร์อยู่รายหนึ่งจำนวนประมาณร้อยละ 60 ของยอดสั่งซื้อวัตถุดิบทั้งหมด รายละเอียดตามหัวข้อลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัทและกลุ่มบริษัทในเรื่องการจัดหาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต อย่างไรก็ตาม มีบริษัทโรงงานผลิตวัตถุดิบ

ดังกล่าวเกิดขึ้นใหม่เพิ่มขึ้น บริษัทและกลุ่มบริษัทจึงสามารถจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพใกล้เคียงกันได้หากมีความจำเป็น รวมทั้งบริษัทและกลุ่มบริษัทพยายามลดความเสี่ยงโดยติดต่อผู้ผลิตมากรายขึ้น

3.1.3 ความเสี่ยงเกี่ยวกับภาวะการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นในธุรกิจชิ้นส่วนพลาสติก และในธุรกิจพิมพ์ฉลากสินค้า

ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติก

เนื่องด้วยภาวะเศรษฐกิจโลกและภาวะเศรษฐกิจในประเทศที่ยังคงชะลอตัวอยู่ ทำให้ธุรกิจการผลิตชิ้นส่วนพลาสติก ในลักษณะรับจ้างผลิต (OEM) สำหรับอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และชิ้นส่วนยานยนต์ ซึ่งคิดเป็นประมาณร้อยละ 57 ของรายได้ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติกทั้งหมดของบริษัท มีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ทั้งการแข่งขันจากผู้ผลิตในประเทศ ผู้ผลิตสัญชาติญี่ปุ่นที่มีฐานการผลิตอยู่ในประเทศไทย และบริษัทคู่แข่งในประเทศจีนที่มีต้นทุนแรงงานที่ต่ำกว่า แต่เนื่องจากชิ้นส่วนพลาสติกที่บริษัทผลิตเป็นสินค้าคุณภาพและต้องใช้เวลาความชำนาญของช่างเทคนิค เช่น การปรับสภาพเครื่องจักรในการผลิตให้เหมาะสมกับแม่พิมพ์ที่ถูกกำหนดไว้ เพื่อให้ได้สินค้าตามที่ถูกกำหนดและเป็นการลดของเสียจากขบวนการผลิต อีกทั้งบริษัทยังมีการกระจายสินค้าไปในอุตสาหกรรมอื่นอีกหลายอุตสาหกรรม เช่น ของใช้ในครัวเรือน เครื่องใช้สำนักงาน เป็นต้น จึงทำให้บริษัทไม่ได้รับผลกระทบที่รุนแรงนัก โดยจะเห็นได้จากรายได้ของบริษัทจากธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติก ยังเพิ่มขึ้นได้เล็กน้อย

และที่ผ่านมาบริษัทไม่มีประวัติการร้องเรียนจากลูกค้าในเรื่องมาตรฐาน หรือคุณภาพของสินค้า ประกอบกับบริษัทมีฐานลูกค้าที่แข็งแกร่ง ทำให้เชื่อมั่นว่าบริษัทสามารถที่จะแข่งขันกับบริษัทชั้นนำในอุตสาหกรรมนี้ได้ ดังนั้น นโยบายการแข่งขันของบริษัทจะเน้นการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพให้กับกลุ่มลูกค้าที่ให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของสินค้ามากกว่าราคา

สำหรับธุรกิจผลิตสินค้าพลาสติกประเภทของใช้ในครัวเรือน ที่จำหน่ายผ่านโมเดิร์นเทรดต่าง ๆ ที่ดำเนินการโดยบริษัทย่อยนั้นมีการแข่งขันไม่รุนแรงนัก เนื่องจากบริษัทย่อยดังกล่าวสามารถควบคุมต้นทุนการผลิตได้ดี ทำให้ราคาสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ รวมทั้ง ยังมีความสัมพันธ์ที่ดีมายาวนานกับกลุ่มลูกค้าโมเดิร์นเทรดต่าง ๆ

ธุรกิจพิมพ์ฉลากสินค้า

จากการวิเคราะห์รายได้ที่ตรงตัวของธุรกิจพิมพ์ฉลากสินค้าในปีที่ผ่านมาเกิดจากการแข่งขันด้านราคาที่รุนแรงขึ้น ทำให้ราคาขายสินค้าต่อหน่วยปริมาณการผลิตมีอัตราที่ลดลง แม้ว่าปริมาณหน่วยของสินค้าที่ขายได้จะมีจำนวนมากขึ้นจากภาวะเศรษฐกิจที่เติบโตขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทย่อยมีการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตและควบคุมต้นทุนการผลิตให้ดีขึ้นตลอดเวลา ทำให้มีผลกำไรสุทธิเติบโตขึ้น และในปีหน้ายังเชื่อว่าจะมียอดขายที่เติบโตอย่างต่อเนื่องจากการลงทุนที่เพิ่มขึ้นของภาครัฐ นอกจากนั้นบริษัทย่อยยังได้พยายามขยายไปผลิตสินค้าประเภทใหม่ ๆ เพิ่มเติม เพื่อสร้างยอดขายเข้ามาทดแทนยอดขายของสินค้าเดิมที่จะลดตัว

บริษัทย่อยเชื่อมั่นว่า ในระยะยาวแล้ว แนวโน้มตลาดฉลากสินค้าคุณภาพสูงยังมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น สาเหตุสำคัญเนื่องจากกระแสความนิยมฉลากสินค้าคุณภาพสูงในต่างประเทศเริ่มเข้ามาในประเทศไทย ประกอบกับผู้บริโภคให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามมากขึ้น ดังนั้น การทำฉลากสินค้าที่มีคุณภาพดี สีสันสดใส จะทำให้สินค้ามีความโดดเด่นและดึงดูดผู้บริโภคได้ง่าย นอกจากนี้ ยังช่วยลดต้นทุนการผลิตโดยผู้ผลิตสินค้าไม่จำเป็นต้องผลิตบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะเหมือนกันแต่มีฉลากหรือสีที่แตกต่างกันเก็บไว้เป็นจำนวนมาก

และยังคาดว่าจะมีการแข่งขันที่ไม่รุนแรงนัก เนื่องจากยังมีคู่แข่งอยู่น้อยราย เพราะคุณภาพของผู้ผลิตลากส่วนใหญ่ยังไม่ได้ตามคุณภาพที่ลูกค้าต้องการ

นอกจากนั้น ธุรกิจพิมพ์ฉลากคุณภาพสูงนี้ต้องใช้เงินลงทุนในเครื่องจักรที่ค่อนข้างสูง และการได้รับการยอมรับจากลูกค้าต้องใช้เวลาและเป็นไปได้ไม่ไวนัก แต่เนื่องจากบริษัทย่อยได้ก่อตั้งและผลิตฉลากสินค้าคุณภาพสูงนี้มานานแล้วเป็นเวลามากกว่า 20 ปี จึงเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี อีกทั้งบริษัทก็มีผู้บริหารและพนักงานที่มีประสบการณ์มายาวนานในธุรกิจนี้ โดยผู้บริหารบางท่านมีประสบการณ์มานานกว่า 30 ปีแล้วในอุตสาหกรรมนี้ ทำให้บริษัทมีข้อได้เปรียบจากประสบการณ์ดังกล่าว ทำให้สามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างครบวงจร และสามารถใช้ประสบการณ์แก้ไขปัญหาลูกค้าได้

3.1.4 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่

ในปี 2559 บริษัทและบริษัทย่อยมีรายได้จากลูกค้ารายใหญ่ 5 รายแรก รวมกันเป็นเงินจำนวนประมาณ 784 ล้านบาท จากทั้งธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติกและผลิตฉลากสินค้า ซึ่งคิดเป็นประมาณร้อยละ 68 ของรายได้จากการขายของกลุ่มบริษัท อย่างไรก็ตาม ไม่มีลูกค้ารายใดรายหนึ่งมียอดขายเกินกว่าร้อยละ 30 ของยอดขายรวม ดังนั้น หากลูกค้ารายใหญ่กลุ่มดังกล่าวยกเลิกหรือลดปริมาณการสั่งผลิตลง และหากกลุ่มบริษัทไม่สามารถหาลูกค้ารายอื่นมาทดแทนได้ ก็จะมีผลกระทบต่อรายได้ของกลุ่มบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ หากกลุ่มบริษัทมีการลงทุนเพิ่มทั้งการขยายโรงงานและซื้อเครื่องจักรเพิ่มด้วยมูลค่าที่สูงในขณะที่กลุ่มบริษัทมีรายได้ไม่เป็นไปตามประมาณการแล้ว อาจทำให้เกิดการด้อยค่าของสินทรัพย์ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทได้

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

3.2 ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อสิทธิหรือการลงทุนของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์

ความเสี่ยงกรณีมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่มากกว่าร้อยละ 50

ปัจจุบันกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท คือ บริษัท วิไอวี อินเตอร์คอม จำกัด กลุ่มจิระพรทิพย์ และกลุ่มอัสกาญจน์ และผู้บริหารของบริษัทอีก 3 ท่าน คือ นายสาทิศ ตัฒธรร นายเสวต นราธิกร และนายเลอพงศ์ วงศ์ทวีพัฒน์ โดยกลุ่มดังกล่าวถือหุ้นรวมกันคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 60 ของทุนชำระแล้วของบริษัท ซึ่งทำให้สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นเกือบทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอคืนในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น 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 - 2559 ที่ผ่านมา บริษัทและกลุ่มบริษัทได้เตรียมการป้องกันโดยการอุดช่องโหว่ต่าง ๆ และการตรวจสอบความแข็งแรงของรั้วบริษัทรอบโรงงาน และได้เตรียมเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ ในการป้องกันน้ำท่วม อาทิเช่น เครื่องปั้มน้ำขนาดใหญ่ เป็นต้น และบริษัทและกลุ่มบริษัทยังได้มีแผนปฏิบัติการในเรื่องดังกล่าวไว้พร้อมแล้วหากเกิดวิกฤตดังกล่าวขึ้นอีกในอนาคต

3.4 ความเสี่ยงด้านการเงิน

3.4.1 ความเสี่ยงในการผิดเงื่อนไขเงินกู้ยืมของธนาคาร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 กลุ่มบริษัทมีเงินสดและเงินลงทุนชั่วคราวจำนวนมากประมาณ 602 ล้านบาท ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ภายใต้ทรัพย์สินของบริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน) เนื่องจากในปี 2558 กลุ่มบริษัทได้รับเงินทุนจากการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนให้แก่ประชาชนของบริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน) และจากการขายหุ้นเดิมบางส่วนในบริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน) ของบริษัทฯ ในขณะเดียวกัน บริษัทก็มีการกู้ยืมเงินระยะยาวเพื่อใช้ในการลงทุนจัดตั้งบริษัทย่อยใหม่ คือ บริษัท เพชรสยาม (ประเทศไทย) จำกัด ทำให้ปัจจุบันบริษัทมีเงินกู้ยืมระยะยาวจากธนาคารคงเหลืออยู่จำนวนประมาณ 203 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม ณ 31 ธันวาคม 2559 อัตราหนี้สินต่อทุน (D/E ratio) ของกลุ่มบริษัทยังอยู่ในอัตราที่ต่ำ คือ ประมาณ 0.26 เท่า กลุ่มบริษัทจึงไม่มีความเสี่ยงในการผิดเงื่อนไขเงินกู้ยืมของธนาคารแต่อย่างใด

3.4.2 ความเสี่ยงด้านภาวะผันผวนของอัตราดอกเบี้ย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 กลุ่มบริษัทมีเงินกู้ยืมระยะยาวจากธนาคาร เหลืออยู่ประมาณ 203 ล้านบาท ที่อัตราดอกเบี้ย MLR - 2.5% และอัตรา BIBOR + 2.55% ซึ่ง ณ ปัจจุบันคิดแล้วอยู่ที่ประมาณ 3.75% ดังนั้นผลกระทบจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยที่อาจสูงขึ้น ก็อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทได้ อย่างไรก็ตาม จากจำนวนเงินกู้ระยะยาวที่คงเหลือไม่มากนัก เมื่อเทียบกับฐานะการเงินของกลุ่มบริษัท กลุ่มบริษัทจึงเชื่อว่า ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นนั้นจะมีอยู่อย่างจำกัด และไม่ส่งผลกระทบต่อฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทแต่อย่างใด

3.4.3 ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 กลุ่มบริษัทมีภาระหนี้สินที่เป็นเงินสกุลต่างประเทศ โดยเฉพาะเงินเยนอยู่จำนวนประมาณ 37.93 ล้านบาท ซึ่งยังไม่ได้มีการทำสัญญาป้องกันความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนไว้ ซึ่งถ้าหากอัตราแลกเปลี่ยนเงินเยนดังกล่าวมีการแข็งค่าขึ้น ก็อาจทำให้มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทได้

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

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 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	-
2	อาคาร	เป็นเจ้าของ	208.38	-
3	เครื่องมืออุปกรณ์และเครื่องจักร	เป็นเจ้าของ	660	-
4	ระบบสาธารณูปโภคและส่วนปรับปรุง	เป็นเจ้าของ	30.87	-
5	เครื่องใช้สำนักงาน	เป็นเจ้าของ	13.46	-
6	ยานพาหนะ	เป็นเจ้าของ	9.08	-
7	เครื่องจักรและอุปกรณ์ระหว่างติดตั้ง	เป็นเจ้าของ	2.48	-
รวมทรัพย์สิน			952.09	-

4.2 นโยบายการลงทุนและการบริหารงานในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อย 3 บริษัท คือ

1. บริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน) ซึ่งดำเนินธุรกิจผลิตฉลากสินค้า โดยบริษัทถือหุ้นร้อยละ 65 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว โดยเหตุผลของการลงทุนเพื่อต้องการกระจายการลงทุนของบริษัท ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ และบริษัทพิจารณาแล้วเห็นว่าเป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มการเติบโตที่ดี โดยบริษัทมีนโยบายเข้าไปกำหนดแนวทางในการดำเนินงานหลัก ๆ ให้แก่บริษัทย่อย รวมถึงการส่งกรรมการของบริษัทไปเป็นกรรมการและผู้บริหารในบริษัทย่อย

2. บริษัท สาลี เอ็นจิเนียริง จำกัด ซึ่งดำเนินธุรกิจผลิตแม่พิมพ์ฉีดพลาสติก โดยบริษัทถือหุ้นร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว แต่เนื่องด้วยกลุ่มลูกค้าของธุรกิจผลิตและจำหน่ายแม่พิมพ์ เป็นกลุ่มลูกค้าเดียวกันกับบริษัทฯ กลุ่มบริษัทจึงมีนโยบายที่จะโอนย้ายธุรกิจ ทั้งทรัพย์สินและบุคลากรของบริษัท สาลี เอ็นจิเนียริง จำกัด ไปยังบริษัทฯ เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินการต่าง ๆ ที่ซ้ำซ้อนกัน แต่ยังคงสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้เหมือนเดิม โดยจะดำเนินการโอนย้ายธุรกิจในปี 2560 นี้

3. บริษัท เพชรสยาม (ประเทศไทย) จำกัด ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้าพลาสติก ประเภทของใช้ในครัวเรือน ผ่านทางโมเดิร์นเทรดต่าง ๆ โดยบริษัทถือหุ้นร้อยละ 75.50 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว โดยเหตุผลของการลงทุนเพื่อต้องการขยายกลุ่มลูกค้าสำหรับธุรกิจชิ้นส่วนพลาสติกไปยังกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่ คือ ห้างโมเดิร์นเทรดต่าง ๆ รวมทั้งทำให้กลุ่มบริษัทมีตราสินค้าของตนเอง คือ โลโก้ตราเพชร สำหรับสินค้าพลาสติกประเภทของใช้ในครัวเรือน ซึ่งเป็นที่รู้จักของผู้บริโภค และยังช่วยลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ โดยบริษัทพิจารณาแล้วเห็นว่าเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีแนวโน้มการเติบโตที่ดี 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 2559)	:	380,121,074 บาท
ทุนชำระแล้ว (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559)	:	380,121,017 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 1,520,484,068 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท
การลงทุนในบริษัทอื่น	:	บริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน) ผลิตฉลากสินค้าคุณภาพสูง ทุนจดทะเบียน 300,000,000 บาท ทุนชำระแล้ว 300,000,000 บาท อัตราส่วนการถือหุ้นร้อยละ 65 ที่ตั้ง 19 หมู่ 10 ตำบลคลองสี่ อำเภอกลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120 โทรศัพท์ (02) 529-6000 โทรสาร (02) 529-6010-11 www.saleeprinting.com

บริษัท สาลี เอ็นจิเนียริง จำกัด ผลิตแม่พิมพ์พลาสติก
ทุนจดทะเบียน 25 ล้านบาท อัตราส่วนการถือหุ้นร้อยละ 100
ที่ตั้ง 18 อาคาร 6 หมู่ 10 ตำบลคลองสี่ อำเภอลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี 12120
โทรศัพท์ (02) 529-5920-7 โทรสาร (02) 529-5928
www.salecind.com

บริษัท เพชรสยาม (ประเทศไทย) จำกัด ผลิตและจำหน่ายสินค้าพลาสติก
ประเภทของใช้ในครัวเรือน
ทุนจดทะเบียน 300 ล้านบาท อัตราส่วนการถือหุ้นร้อยละ 75.50
ที่ตั้ง 4 ซอยพระยามนธาตุฯ แยก 9 แขวงบางบอน เขตบางบอน
กรุงเทพมหานคร
โทรศัพท์ (02) 416-1030 โทรสาร (02) 415-8981
www.petchsiamthai.com

นายทะเบียนหลักทรัพย์ : **บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด**
ฝ่ายนายทะเบียนหลักทรัพย์
เลขที่ 93 ชั้น 14 ถนนรัชดาภิเษก
แขวงดินแดง เขตดินแดง
กรุงเทพมหานคร 10400
โทรศัพท์ (02) 009-9000 โทรสาร (02) 009-9992

ผู้สอบบัญชี : 1. นางสาวสุมาลี รีวรบัณฑิต
ทะเบียนผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3970 และ/หรือ
2. นายกฤษดา เลิศวนา
ทะเบียนผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4958 และ/หรือ
3. นางพูนนารถ เผ่าเจริญ
ทะเบียนผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 5238
บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด
193/136-137 อาคารเลครัชดา ออฟฟิศ คอมเพล็กซ์ ชั้น 33
ถ.รัชดาภิเษกตัดใหม่ เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์ (02) 264-0777, (02) 661-9190 โทรสาร (02) 264-0789-90