

## ส่วนที่ 1

### การประกอบธุรกิจ

#### 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

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

เมื่อวันที่ 9 กรกฎาคม 2547 บริษัทฯ ได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนโดยจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ และซื้อขายวันแรกเมื่อวันที่ 28 เมษายน 2548 ใช้ชื่อย่อในการซื้อขายหลักทรัพย์ว่า “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

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

บริษัท สาลี เอ็นจิเนียริง จัดตั้งเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2548 เพื่อทำธุรกิจผลิตแม่พิมพ์ฉีดและขึ้นรูปพลาสติก เพื่อเป็นการเสริมความแข็งแกร่งให้แก่ธุรกิจของบริษัท และทำให้บริษัทมีการบริการที่ครบวงจรมากขึ้น โดยบริษัทถือหุ้นอยู่ในบริษัท สาลี เอ็นจิเนียริง จำกัด ในอัตราส่วนร้อยละ 100 ที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 5/2559 เมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน 2559 ได้มีมติให้ควบรวมบริษัท สาลี เอ็นจิเนียริง จำกัด เป็นอีกแผนกหนึ่งของบริษัทฯ เนื่องจากบริษัท สาลี เอ็นจิเนียริง จำกัด ประสบกับผลขาดทุนมาโดยตลอดและเพื่อเป็นการลดค่าใช้จ่ายที่ซ้ำซ้อน ตั้งแต่เดือนมกราคม 2560 เป็นต้นไป ทั้งนี้ ได้ดำเนินการจดทะเบียนเลิกบริษัทเมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2563 และขณะนี้อยู่ระหว่างดำเนินการจดทะเบียนชำระบัญชี

บริษัท เพชรสยาม (ประเทศไทย) จำกัด จัดตั้งขึ้นเมื่อปี 2559 เพื่อประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้าพลาสติกประเภทของใช้ในครัวเรือนผ่านทางโมเดิร์นเทรดต่าง ๆ เพื่อเสริมความแข็งแกร่งในธุรกิจผลิตพลาสติก 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 ซึ่งดำเนินการผลิตและจำหน่ายเครื่องสังฆภัณฑ์ โดยบริษัท เพชรสยาม (ประเทศไทย) จำกัด ถือหุ้นในบริษัทดังกล่าวร้อยละ 100

### 1.1 นโยบาย วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมายหรือกลยุทธ์ในการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท

กลุ่มบริษัทมีนโยบายผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงและการให้บริการที่รวดเร็ว เพื่อมุ่งเน้นสำหรับลูกค้าที่ต้องการงานในลักษณะดังกล่าว โดยเฉพาะลูกค้าที่เป็นบริษัทข้ามชาติต่าง ๆ ซึ่งไม่ได้เน้นที่ราคาสินค้าเป็นสำคัญ

#### วิสัยทัศน์

“เป็นผู้นำด้านการผลิตอย่างครบวงจรสำหรับชิ้นส่วนพลาสติกและงานพิมพ์ฉลากคุณภาพสูง”

#### วัตถุประสงค์

1. ผลิตชิ้นส่วนพลาสติกและงานพิมพ์ฉลากที่มีคุณภาพสูงและเชื่อถือได้
2. ผลิตชิ้นส่วนพลาสติกและงานพิมพ์ฉลากได้อย่างครบวงจรตามความต้องการของลูกค้าตั้งแต่การออกแบบจนกระทั่งผลิตเป็นสินค้าตามที่ลูกค้าต้องการ
3. สนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายได้อย่างรวดเร็วและทันต่อความต้องการ

#### เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

ด้านธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติก บริษัทมีเป้าหมายในการดำเนินงาน ดังนี้

1. เพิ่มสายผลิตภัณฑ์ที่รับจ้างผลิตให้มีความหลากหลายขึ้น โดยเฉพาะสายผลิตภัณฑ์ที่บริษัทเล็งเห็นว่ามีความศักยภาพในการเติบโต เช่น สายผลิตภัณฑ์ทางด้านเครื่องมือแพทย์ หรือผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการทำความสะอาด เป็นต้น โดยปัจจุบันบริษัทได้ขยายฐานลูกค้าในอุตสาหกรรมดังกล่าวแล้วบางส่วน
2. เน้นการขยายฐานลูกค้าไปยังพื้นที่ที่มีการส่งเสริมการลงทุนและมีการลงทุนขนาดใหญ่ เช่น โซนภาคตะวันออก (EEC)
3. ปรับปรุงมาตรฐานการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ เพิ่มขึ้น เพื่อให้ลูกค้ามีความมั่นใจในการดำเนินธุรกิจของบริษัท
4. ขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มลูกค้าใหม่จากประเทศจีน ซึ่งมีการขยายการลงทุนจำนวนมากมายังประเทศไทย และส่วนใหญ่มีปริมาณการสั่งซื้อสูง
5. ขยายฐานลูกค้าในประเทศสำหรับสินค้าพลาสติกไปยังกลุ่มลูกค้ารายย่อยในต่างจังหวัดเพิ่มมากขึ้น

ด้านธุรกิจพิมพ์ฉลากสินค้า บริษัทมีเป้าหมายในการดำเนินงาน ดังนี้

1. เจาะกลุ่มลูกค้าบริษัทข้ามชาติที่เข้ามาตั้งฐานผลิตในประเทศไทย
2. พยายามเพิ่มประเภทหรือชนิดของสินค้าจากลูกค้าเดิมที่มีอยู่ เพื่อเพิ่มยอดขายจากกลุ่มลูกค้าเดิม เพราะปัจจุบันกลุ่มลูกค้าของบริษัทซึ่งเป็นบริษัทข้ามชาติรายใหญ่ด้านการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคนั้น ยังมีสินค้าอีกเป็นจำนวนมากที่บริษัทสามารถจะเข้าไปสนับสนุนด้านการผลิตให้ได้
3. เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว บริษัทจึงได้ชะลอการนำเงินที่ได้จากการระดมทุนผ่านตลาด

หลักทรัพย์ฯ เพื่อไปก่อสร้างโรงงานใหม่ออกไปก่อน โดยได้นำเงินบางส่วนไปลงทุนในเครื่องจักรที่ทันสมัยเพื่อทดแทนเครื่องจักรเก่า รวมถึงการปรับปรุงสถานที่ให้กระบวนการผลิตต่าง ๆ เป็นไปอย่างคล่องตัวมากขึ้น

4. ขยายการส่งออกผลผลิตสินค้าไปยังประเทศเพื่อนบ้านในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เพิ่มมากขึ้น เช่น การส่งออกไปยังประเทศเมียนมาร์ เป็นต้น

#### **กลยุทธ์**

**ด้านธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติก บริษัทมีกลยุทธ์ในการดำเนินงาน ดังนี้**

1. บริษัทฯ จะขยายฐานลูกค้าไปยังพื้นที่ที่มีการส่งเสริมการลงทุนจากภาครัฐและมีการลงทุนของกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่จำนวนมาก อาทิเช่น โซนภาพตะวันออก (EEC) และขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มลูกค้าจากประเทศจีน ซึ่งมีการขยายเข้ามาลงทุนในประเทศไทยจำนวนมาก และ มีปริมาณการสั่งซื้อสูง
2. ผลิตสินค้าให้ทันตามนัดหมาย เนื่องจากสินค้าของบริษัทจะผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า ซึ่งจะมีลักษณะเฉพาะสำหรับลูกค้าแต่ละราย ดังนั้น จึงต้องมีการวางแผนการผลิตที่ดี เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าได้ทันตามความต้องการของลูกค้า รวมทั้งให้บริการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง
3. ดำเนินการรักษาคุณภาพสินค้าเป็นสำคัญ โดยจัดให้มีการตรวจสอบ และควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามข้อกำหนดของลูกค้า โดยมีการควบคุมคุณภาพสินค้าทั้งในระหว่างกระบวนการผลิต และก่อนจัดส่งสินค้าให้ลูกค้า
4. มุ่งสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าในระยะยาว โดยบริษัทได้จัดให้เจ้าหน้าที่การตลาดและขายของบริษัทดูแลและรับทราบข้อมูลของลูกค้าแต่ละรายที่เกี่ยวกับความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนพลาสติก เพื่อที่บริษัทจะได้ให้บริการที่ดีและเป็นที่พอใจแก่ลูกค้าแต่ละรายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
5. มุ่งพัฒนาคุณภาพสินค้าอย่างต่อเนื่อง โดยการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต เทคนิคการผลิต และความชำนาญของบุคลากร เพื่อให้สินค้าที่ผลิตได้มีคุณภาพดีขึ้น อาทิ การปรับปรุงสภาพเครื่องจักรในการผลิตให้เหมาะสมกับแม่พิมพ์ที่ถูกกำหนดไว้ เช่น อุณหภูมิ ระยะการดึงออก เพื่อลดการสูญเสียในการผลิต เป็นต้น
6. เพิ่มเครื่องจักรที่มีขนาดใหญ่ขึ้น เพื่อให้สามารถรองรับการผลิตสินค้าที่มีขนาดใหญ่ขึ้นและสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าได้ในวงกว้างมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มสินค้าของใช้ในครัวเรือนสำหรับกลุ่มลูกค้าโมเดิร์นเทรดต่าง ๆ
7. พยายามลดต้นทุนในการผลิตจากการที่ควบคุม % ของเสียจากการผลิตให้ลดลง และลดการใช้จ่ายค่าพลังงานโดยการควบคุมหรือลดการใช้พลังงานที่ไม่จำเป็น

**ด้านธุรกิจพิมพ์ผลึกพลาสติก บริษัทมีกลยุทธ์ในการดำเนินงาน ดังนี้**

1. **กลยุทธ์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์**

บริษัทฯ มุ่งเน้นนโยบายผลิตสินค้าที่มีคุณภาพโดยใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย และกระบวนการผลิตที่มีความคล่องตัวสูง ปัจจุบันเครื่องจักรของบริษัทที่ใช้ในการผลิตมีเทคโนโลยีที่ล้ำสมัย ทำให้ชิ้นงานที่ผลิตมีคุณภาพสูง มีความละเอียดและความสวยงาม และมีการตรวจเช็ค

คุณภาพของฉลากพิมพ์หลังการผลิตเพื่อให้ลูกค้ามั่นใจว่าสินค้าที่จัดส่งมีความครบถ้วน และมีคุณภาพตรงตามที่ลูกค้ากำหนด รวมทั้งมีการนำเทคนิคทางสถิติและการวิเคราะห์เข้ามาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของระบบคุณภาพ

## 2. กลยุทธ์ด้านการให้บริการ

บริษัทฯ มีการให้บริการแบบครบวงจร ตั้งแต่กระบวนการออกแบบฉลากสินค้า การจัดทำแม่พิมพ์ จนถึงการผลิตสินค้าและจัดส่ง นอกจากนี้บริษัทยังมีนโยบาย In-House Confidential ในการรักษาความลับของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจว่า ฉลากพิมพ์ที่ผลิตจากบริษัทจะถูกเก็บรักษาเป็นความลับ จนกว่าผลิตภัณฑ์ของลูกค้าจะวางจำหน่ายในท้องตลาด

## 3. กลยุทธ์การตลาด

- 3.1 ใช้การอ้างอิงถึงกลุ่มลูกค้าเดิมที่เป็นบริษัทข้ามชาติที่มีชื่อเสียง ให้เป็นประโยชน์ในการเข้าหากลุ่มลูกค้าข้ามชาติใหม่ ๆ
- 3.2 มุ่งเจาะลูกค้าข้ามชาติที่มีแนวโน้มการเติบโต โดยพิจารณาจากการที่มีการลงทุนขนาดใหญ่หรือมีแผนลงทุนขนาดใหญ่ในประเทศไทย
- 3.3 สร้างความสัมพันธ์และการให้บริการที่ดีกับกลุ่มลูกค้ารายใหญ่เดิม เพื่อขยายการขายและการให้บริการให้แก่ลูกค้าให้มีความครอบคลุมมากขึ้น
- 3.4 เพิ่มประเภทสินค้าใหม่ ๆ เพื่อให้สามารถขยายยอดขายเพิ่มขึ้นในกลุ่มลูกค้าที่บริษัทมีสัมพันธ์ที่ดีอยู่แล้วและกลุ่มลูกค้าใหม่ที่ต้องการสินค้าดังกล่าว
- 3.5 ขยายฐานกลุ่มลูกค้าขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศที่มีศักยภาพในการเติบโตและมีความต้องการฉลากสินค้าที่มีคุณภาพ
- 3.6 ขยายฐานลูกค้าในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เพิ่มมากขึ้น เช่น การส่งออกไปยังประเทศเมียนมาร์ เป็นต้น

## 1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนากิจการที่สำคัญ

ในช่วง 3 ปี ที่ผ่านมามีบริษัทฯ มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนากิจการที่สำคัญ ดังนี้

### ปี 2561

- วันที่ 7 พฤษภาคม 2561 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 2/2561 มีมติแต่งตั้งให้ นายสาทิศ ตัณฑธร ประธานกรรมการบริหาร ดำรงตำแหน่งเป็นรองประธานกรรมการบริษัท อีกตำแหน่งหนึ่ง ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ 7 พฤษภาคม 2561 เป็นต้นไป
- วันที่ 14 พฤศจิกายน 2561 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 5/2561 รับทราบการขอลาออกของนายเสวต นราธิปกร กรรมการและกรรมการบริหาร และมีมติแต่งตั้งนายสุพจน์ สุนทรินกะ ผู้จัดการฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์และสารสนเทศ และเลขานุการบริษัท ดำรงตำแหน่ง กรรมการและกรรมการบริหารอีกตำแหน่งหนึ่ง แทนกรรมการที่ลาออกตามวาระที่เหลืออยู่ ทั้งนี้ ให้มีผลตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2561 เป็นต้นไป

### ปี 2562

- วันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2562 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 1/2562 มีมติอนุมัติให้เปลี่ยนแปลงกรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัท โดยมีรายละเอียดดังนี้

### จากเดิม

“นายสุชาติ จิระพรทิพย์ นายสาทิส ตั้วธร นายเลอพงศ์ วงศ์ทวีพัฒน์ กรรมการ  
สองในสามคนนี้ลงลายมือชื่อร่วมกันและประทับตราสำคัญของบริษัท”

### เปลี่ยนเป็น

“นายสุชาติ จิระพรทิพย์ นายสาทิส ตั้วธร นายเลอพงศ์ วงศ์ทวีพัฒน์ นายสุพจน์  
สุนทรินกะ กรรมการสองในสี่ลงลายมือชื่อร่วมกันและประทับตราสำคัญของ  
บริษัท”

วันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2562 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 1/2562 มีมติอนุมัติแต่งตั้งคณะกรรมการ  
บริหาร ดังนี้

- |                        |                     |
|------------------------|---------------------|
| 1. นายสาทิส ตั้วธร     | ประธานกรรมการบริหาร |
| 2. นายทากาชิ โอทานิ    | กรรมการบริหาร       |
| 3. นายมนัส บุญสนอง     | กรรมการบริหาร       |
| 4. นายสุพจน์ สุนทรินกะ | กรรมการบริหาร       |

ทั้งนี้ มีผลตั้งแต่วันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2562 เป็นต้นไป

วันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2562 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 1/2562 มีมติอนุมัติเปลี่ยนแปลงชื่อของโลโก้  
บริษัท ดังนี้

### โลโก้เดิม



### โลโก้ใหม่



วันที่ 28 สิงหาคม 2562 เปลี่ยนแปลงตำแหน่งผู้บริหารของบริษัทย่อยและบริษัทที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

### บริษัท เพชรสยาม (ประเทศไทย) จำกัด

	เดิม	ใหม่
นายสาทิส ตั้วธร	กรรมการและกรรมการผู้จัดการ	กรรมการ
นายสุพจน์ สุนทรินกะ	กรรมการ	กรรมการและกรรมการผู้จัดการ

### บริษัท บงกชแก้ว (ประเทศไทย) จำกัด

	เดิม	ใหม่
นายสาทิส ตั้วธร	กรรมการและกรรมการผู้จัดการ	กรรมการ
นายสุพจน์ สุนทรินกะ	กรรมการ	กรรมการและกรรมการผู้จัดการ

ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2562 เป็นต้นไป

ปี/2563

วันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2563 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 1/2563 มีมติอนุมัติกำหนดการประชุมสามัญ  
ผู้ถือหุ้นประจำปี 2563 ในวันที่ 23 เมษายน 2563 เวลา 13.30 น. ณ ห้องประชุมใหญ่  
บริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน)

วันที่ 10 เมษายน 2563 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 2/2563 มีมติอนุมัติยกเลิกวันประชุมสามัญผู้  
ถือหุ้นประจำปี 2563 และวันกำหนดรายชื่อผู้ถือหุ้นที่มีสิทธิเข้าร่วมประชุมสามัญผู้  
ถือหุ้น

	หุ้นประจำปี 2563 (Record Date) เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19)
วันที่ 8 มิถุนายน 2563	ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 4/2563 มีมติอนุมัติกำหนดวันประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2563 ในวันที่ 29 กรกฎาคม 2563 เวลา 13.30 ณ ห้องประชุมใหญ่ บริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน) เลขที่ 19 หมู่ 10 ตำบลคลองสี่ อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120
วันที่ 25 ธันวาคม 2563	บริษัท สาลี เอ็นจิเนียริง จำกัด ได้จดทะเบียนเลิกบริษัทเรียบร้อยแล้ว ทั้งนี้ อยู่ระหว่างดำเนินการจดทะเบียนชำระบัญชี

### 1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

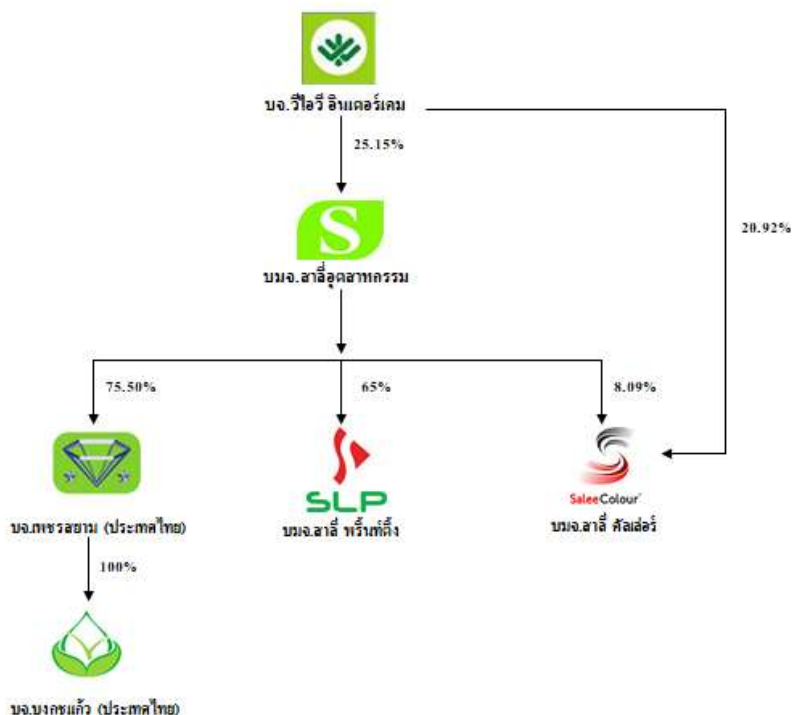
#### 1.3.1 นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม

บริษัทมีนโยบายแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่มเป็น 2 ธุรกิจหลัก ได้แก่

- ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติก : ดำเนินการโดยบริษัทฯ และบริษัทย่อย คือ บริษัท เพชรสยาม (ประเทศไทย) จำกัด
- ธุรกิจพิมพ์ฉลากสินค้า : ดำเนินการโดยบริษัทย่อย คือ บริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน)

กลุ่มบริษัทมีนโยบายในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงและการให้บริการที่รวดเร็ว เพื่อมุ่งเน้นสำหรับลูกค้าที่ต้องการงานในลักษณะดังกล่าว โดยเฉพาะลูกค้าที่เป็นบริษัทข้ามชาติต่าง ๆ ซึ่งไม่ได้เน้นที่ราคาสินค้าเป็นสำคัญ รวมทั้งขยายฐานอุตสาหกรรมที่หลากหลายขึ้น

#### 1.3.2 แผนภาพโครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



## ข้อมูลของบริษัทย่อย บริษัทร่วมและบริษัทที่เกี่ยวข้อง

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

ประเภทกิจการ	:	ผลิตพลาสติกสินค้าคุณภาพสูง
ที่ตั้งบริษัท	:	19 หมู่ 10 ตำบลคลองสี่ อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120 โทรศัพท์ (02) 529-6000 โทรสาร (02) 529-6010-11
เว็บไซต์	:	<a href="http://www.saleeprinting.com">www.saleeprinting.com</a>
ทุนจดทะเบียน	:	300 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท
ทุนที่เรียกชำระแล้ว	:	300 ล้านบาท
คณะกรรมการ	:	พล.ต.ต.เทอดศักดิ์ รุจิรวงศ์ ประธานกรรมการ/กรรมการตรวจสอบ / กรรมการอิสระ นายสุชาติ บุญบรรเจิดศรี ประธานกรรมการตรวจสอบและ กรรมการอิสระ นางวรางคณา กัลยาณประดิษฐ์ กรรมการตรวจสอบและกรรมการอิสระ/ กรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน นายสุพจน์ แก้วมณี กรรมการตรวจสอบและกรรมการอิสระ / ประธานกรรมการสรรหาและพิจารณา คำตอบแทน นายสุชาติ จิระพรทิพย์ กรรมการ / รองประธานกรรมการบริหาร / กรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน นายประชา จิระพรทิพย์ กรรมการ / ประธานกรรมการบริหาร นายธนัชชัย สันติชัยกุล กรรมการ / กรรมการผู้จัดการ นายสาทิส ตั้วธร กรรมการ นายทณง อัสวากาญจน์ กรรมการ นายประภูตวิ จิระพรทิพย์ กรรมการ
รายชื่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่ (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563)	:	บริษัท สาลีอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 65.00 บริษัท วี ไอ วี อินเตอร์คอม จำกัด ร้อยละ 2.96 นายรัฐวิทย์ ประปักษ์ขาม ร้อยละ 2.01 นายชัยวัฒน์ อนันต์วานิช ร้อยละ 1.78 นายประกิต อัสวากาญจน์ ร้อยละ 1.38 นายสิทธิชัย ประวงษ์รัตน์ ร้อยละ 0.97 นายไพบุลย์ ตั้งตรงศักดิ์ ร้อยละ 0.94 นายพิชัย จิราธิวัฒน์ ร้อยละ 0.79 น.ส.มินา นราธิปกร ร้อยละ 0.77 บริษัท วีไอวี โฮลดิ้ง จำกัด ร้อยละ 0.72

- 2. บริษัท เพชรสยาม (ประเทศไทย) จำกัด** บริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 75.50
- ประเภทกิจการ : ผลิตและจำหน่ายสินค้าพลาสติก ประเภทของใช้ในครัวเรือน
- ที่ตั้งบริษัท : 4 ซอยพระยามนธาตุฯ แยก 9 แขวงคลองบางบอน เขตบางบอน กรุงเทพมหานคร
- โทรศัพท์ (02) 4161030 โทรสาร (02) 4158981
- เว็บไซต์ : [www.petchsiamthai.com](http://www.petchsiamthai.com)
- ทุนจดทะเบียน : 300 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท
- ทุนที่เรียกชำระแล้ว : 300 ล้านบาท
- คณะกรรมการ : นางปริญดา ฉันทวานิช ประธานกรรมการ  
นายสาทิส ตั้วธร กรรมการ  
นายสุพจน์ สุนทรินกะ กรรมการผู้จัดการ  
นายสิริภัทร ตั้วธร กรรมการ
- รายชื่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่ : บริษัท สาลีอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 75.50  
(ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563) นางปริญดา ฉันทวานิช ร้อยละ 21.43
- 3. บริษัท บงกชแก้ว (ประเทศไทย) จำกัด** บริษัท เพชรสยาม (ประเทศไทย) ถือหุ้นอยู่ร้อยละ 100
- ประเภทกิจการ : ผลิตและจำหน่ายเครื่องสังฆทาน
- ที่ตั้งบริษัท : 4 ซอยพระยามนธาตุฯ แยก 9 แขวงคลองบางบอน เขตบางบอน กรุงเทพมหานคร
- โทรศัพท์ (02) 4161030 โทรสาร (02) 4158981
- เว็บไซต์ : [www.petchsiamthai.com](http://www.petchsiamthai.com)
- ทุนจดทะเบียน : 30 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท
- ทุนที่เรียกชำระแล้ว : 30 ล้านบาท
- คณะกรรมการ : นางปริญดา ฉันทวานิช ประธานกรรมการ  
นายสาทิส ตั้วธร กรรมการ  
นายสุพจน์ สุนทรินกะ กรรมการผู้จัดการ  
นายสิริภัทร ตั้วธร กรรมการ
- รายชื่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่ : บริษัท เพชรสยาม (ประเทศไทย) จำกัด ร้อยละ 100  
(ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563)
- 4. บริษัท สาลี คัลเลอร์ จำกัด (มหาชน)** บริษัทฯ ถือหุ้นร้อยละ 8.09
- ประเภทกิจการ : ผลิตและจำหน่ายเม็ดสีพลาสติก
- ที่ตั้งบริษัท : 858 หมู่ที่ 2 ซอย 1C/1 นิคมอุตสาหกรรมบางปู ต.บางปูใหม่ อ.เมืองสมุทรปราการ จ.สมุทรปราการ 10280
- โทรศัพท์ (02) 323-2601-8 โทรสาร (02) 323-2227-8
- เว็บไซต์ : [www.saleecolour.com](http://www.saleecolour.com)
- ทุนจดทะเบียน : 652.34 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท

ทุนที่เรียกชำระแล้ว	:	588.96 ล้านบาท	
คณะกรรมการ	:	พลเอก สมศักดิ์ อุตตะนันท์ ประธานกรรมการ /	
		กรรมการตรวจสอบ / กรรมการอิสระ	
		พล.ต.ท.ดร.ระพีพัฒน์ ปาละวงศ์ ประธานกรรมการตรวจสอบ /	
		กรรมการอิสระ / ประธานกรรมการสรรหา	
		และกำหนดค่าตอบแทน	
		ประธานกรรมการบริหารความเสี่ยง	
		และกำกับดูแลกิจการ	
		น.ส.สุวรรณี ลิ้มปวงศ์แสน กรรมการตรวจสอบ / กรรมการอิสระ /	
		กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน /	
		กรรมการบริหารความเสี่ยงและ	
		กำกับดูแลกิจการ	
		นายสุชาติ จิระพรทิพย์ รองประธานกรรมการ / กรรมการ	
		สรรหาและกำหนดค่าตอบแทน /	
		กรรมการบริหารความเสี่ยงและกำกับดูแล	
		กิจการ	
		นายรัช ทองวานิช ประธานกรรมการบริหาร / กรรมการ	
		นายพีระพันธ์ จิระพรทิพย์ กรรมการผู้จัดการ / กรรมการ	
		นายธนศพล มงคลรัตน์ กรรมการ	
		นายราชัน ควรวหา กรรมการ	
		นายชาญชัย อัสวกาญจน์ กรรมการ	
รายชื่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่	:	บริษัท วิไอวี อินเตอร์เคอม จำกัด	ร้อยละ 20.92
( ณ วันที่ 18 พฤศจิกายน 2563 )	:	บริษัท สาลีอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน)	ร้อยละ 8.09
	:	นายศศิ มนต์เสรีสุสรณ์	ร้อยละ 6.80
	:	น.ส.กันยวดี จิระพรทิพย์	ร้อยละ 5.24
	:	นายชัยวัฒน์ อนันควานิช	ร้อยละ 3.61
	:	นายไพฑูรย์ ตั้งตรงศักดิ์	ร้อยละ 3.39
	:	นายรัฐวิทย์ ปรปักษ์ขาม	ร้อยละ 3.36
	:	นายสุสิทธิ์ทักษ์ อัจฉริยะสมบัติ	ร้อยละ 3.30
	:	นางกัลยา ตั้งตรงศักดิ์	ร้อยละ 3.23
	:	นายชูศักดิ์ เตชะสันติสุข	ร้อยละ 3.06

5. บริษัท วิไอวี อินเตอร์เคอม จำกัด ถือหุ้นในบริษัท สาลีอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) 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	:	<a href="http://www.vivgroup.com">www.vivgroup.com</a>
ทุนจดทะเบียน	:	150 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท
ทุนที่เรียกชำระแล้ว	:	150 ล้านบาท
คณะกรรมการ	:	นายประคิด อัสวกาญจน์ ประธานคณะกรรมการผู้ถือหุ้น นายสุชาติ จิระพรทิพย์ ประธานคณะกรรมการบริษัท นายประชา จิระพรทิพย์ รองประธานคณะกรรมการบริษัท นายชาญชัย อัสวกาญจน์ กรรมการผู้จัดการ นางสาวธันธิดา จิระพรทิพย์ รองกรรมการผู้จัดการ นางวันเพ็ญ อัสวกาญจน์ กรรมการ นางพิมพ์พา จิระพรทิพย์ กรรมการ

รายชื่อผู้ถือหุ้นรายใหญ่

(ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563) :	บริษัท วิไอวี โฮลดิ้ง จำกัด	ร้อยละ 91.23
	อื่น ๆ	ร้อยละ 8.77

(ทั้งนี้บริษัท วิไอวี โฮลดิ้ง จำกัด ถือหุ้นโดยกลุ่มตระกูลจิระพรทิพย์ ร้อยละ 50 และกลุ่มตระกูลอัสวกาญจน์ ร้อยละ 50)

#### 1.4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นรายใหญ่

บริษัทฯ ไม่มีธุรกรรมทางธุรกิจที่ต้องพึงพิงหรือแข่งขันกับธุรกิจอื่นในกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ และผู้ถือหุ้นรายใหญ่ไม่มีความเกี่ยวเนื่องกันแต่อย่างใด

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัท

- โครงสร้างรายได้ของบริษัทและบริษัทย่อย

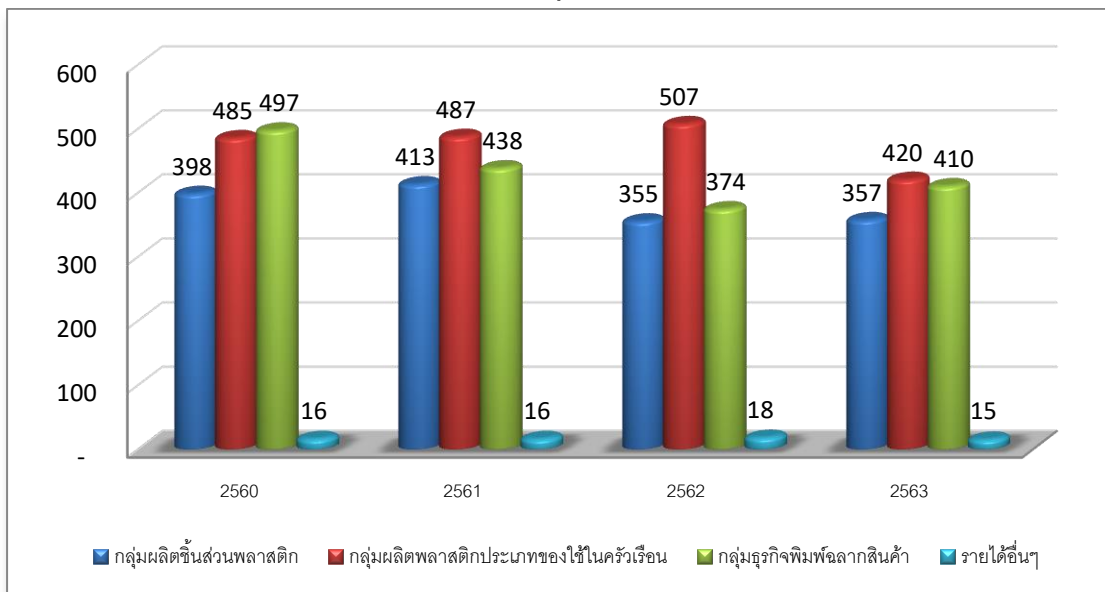
โครงสร้างรายได้ของบริษัทและบริษัทย่อยสำหรับ ปี 2561 – 2563 ปรากฏดังนี้

กลุ่มธุรกิจ	ดำเนินการโดย	% การถือหุ้นของ บริษัท	2563		2562		2561	
			ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
รายได้ (รายได้จากการขายและบริการ)								
1. กลุ่มธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติก	บมจ.สาลี่อุตสาหกรรม		357	30	355	28	413	31
2. ผลิตและจำหน่ายพลาสติกประเภท ของใช้ในครัวเรือนผ่านโมเดิร์นเทรด	บ.เพชรสยาม (ประเทศไทย)	75.50	420	35	507	41	487*	36
3. กลุ่มธุรกิจพิมพ์ฉลากสินค้า	บมจ.สาลี่ พรินท์ติ้ง	65	410	34	374	30	438	32
รายได้อื่น			15	1	18	1	16	1
รวมรายได้			1,202	100	1,254	100	1,354	100

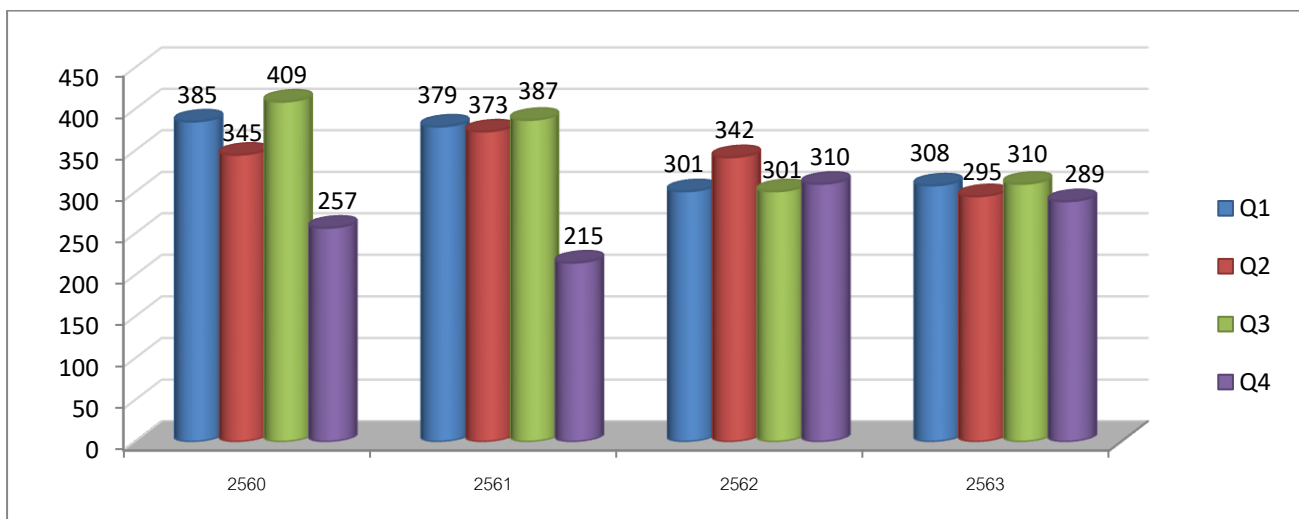
\*เนื่องจากกลุ่มบริษัทฯ ได้นำมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 15 มาถือปฏิบัติในระหว่างปีปัจจุบัน โดยกิจการได้เลือกปรับย้อนหลังงบการเงินของปีก่อน สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 โดยไม่มีผลกระทบต่อกำไรหรือส่วนของผู้ถือหุ้นตามที่เคยรายงานไว้ในงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ ของบริษัท เพชรสยาม (ประเทศไทย) จำกัด คือ

- รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า ลดลง (58,532,380)
- ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย ลดลง (58,532,380)

รายได้รวมแต่ละธุรกิจ (ล้านบาท)



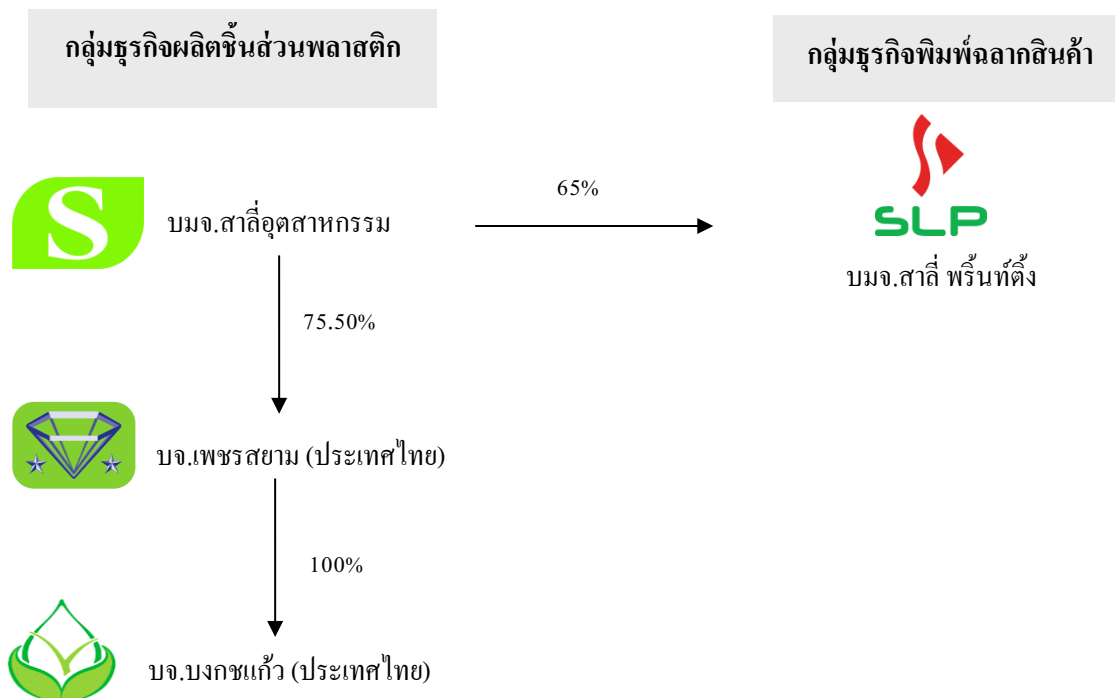
รายได้รวมแต่ละไตรมาส (ล้านบาท)



ปี	Q1	Q2	Q3	Q4	รายได้รวม (ล้านบาท)
2560	385	345	409	257	1,396
2561	379	373	387	215	1,354
2562	301	342	301	310	1,254
2563	308	295	310	289	1,202

● ลักษณะการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท

โครงสร้างและลักษณะการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท สาลีอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน)



**กลุ่มธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติก** ดำเนินการโดย

บริษัท สาลีอุตสาหกรรม 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)

บริษัท เพชรสยาม (ประเทศไทย) จำกัด (บริษัทย่อย) ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้าพลาสติกประเภทของใช้ในครัวเรือนผ่านทางโมเดิร์นเทรดต่าง ๆ รวมถึงผลิตและจำหน่ายชุดสังฆทานโดยบริษัทย่อยของบริษัท

ในเดือนมกราคมปี 2560 บริษัทฯ ได้โอนย้ายธุรกิจผลิตและจำหน่ายแม่พิมพ์ของบริษัท สาลี เอ็นจิเนียริง จำกัด เข้ามาเป็นอีกแผนกหนึ่งของบริษัทฯ คือ แผนกแม่พิมพ์ เพื่อสนับสนุนธุรกิจของบริษัทฯ ในการให้บริการลูกค้าเกี่ยวกับการออกแบบและผลิตแม่พิมพ์ รวมทั้งงานซ่อมแซมแม่พิมพ์ โดยได้ดำเนินการจดทะเบียนเลิกบริษัท เมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2563 และปัจจุบันอยู่ระหว่างดำเนินการจดทะเบียนชำระบัญชี

**กลุ่มธุรกิจพิมพ์ฉลากสินค้า** ดำเนินการโดย บริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน)

ดำเนินธุรกิจรับพิมพ์ฉลากสินค้าคุณภาพสูง (Self-adhesive Label) ด้วยเทคโนโลยีและเครื่องจักรอันทันสมัย บริษัทรับพิมพ์ฉลากสินค้าให้กับธุรกิจหลากหลายประเภท ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทจะเป็นกลุ่มผู้ผลิตสินค้าระดับพรีเมียมที่ให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์รวมถึงฉลากสินค้าที่มีคุณภาพ มีลักษณะคงทน สีสดใสสวยงามและโดดเด่น ปัจจุบันฐานลูกค้าของบริษัทได้ขยายออกไปหลากหลายประเภท อาทิ กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ผลิต

เครื่องสำอางค์ เครื่องอุปโภคบริโภค เครื่องดื่ม รวมถึงผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยง และด้วยคุณภาพสินค้าที่โดดเด่น จึงทำให้บริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในวงการผลิตพลาสติกคุณภาพ เพราะนอกจากจะมีเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยแล้ว บริษัทยังมีระบบการบริหารจัดการและทีมงานมืออาชีพที่มีประสบการณ์ทางด้านการพิมพ์พลาสติกมานาน ปัจจุบันบริษัทถือหุ้นในบริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน) 65% ของทุนเรียกชำระแล้ว

## 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 ตู้เย็น สแกนเนอร์ พรินเตอร์ ไมโครเวฟ แฟกซ์ ปลั๊กไฟ สวิตช์ตัดไฟ และเครื่องมือวัดค่าไฟฟ้า

**กลุ่มที่ 3** ชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับอุตสาหกรรมของใช้ในครัวเรือน

**ผลิตภัณฑ์ :** ชิ้นส่วนประกอบของ กระดิกน้ำและกล่องอาหารระดับพรีเมียม เป็นต้น

**กลุ่มที่ 4** ชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับยานยนต์

**ผลิตภัณฑ์ :** ชิ้นส่วนประกอบต่าง ๆ ของรถยนต์ รถจักรยานยนต์

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

**กลุ่มที่ 1** บรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า

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

**กลุ่มที่ 2** บรรจุภัณฑ์พลาสติกเพื่อการอุปโภคและบริโภค

**ผลิตภัณฑ์ :** ถาดใส่อาหารแช่แข็ง บรรจุภัณฑ์ประเภทลามิเนต (Laminate)

ทั้งนี้ บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานการปฏิบัติงานในกระบวนการผลิตตามมาตรฐานหลาย

ประการ อาทิ ISO 9001:2015, ISO 14001:2015, IATF16949 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 ซึ่งได้ขยายระยะเวลาการส่งเสริมอยู่ในปัจจุบัน
2. มาตรา 36 (2) ให้ได้รับการยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับของที่ผู้ได้รับการส่งเสริมนำเข้ามาเพื่อส่งกลับออกไป ตั้งแต่วันที่ 5 กันยายน 2546 จนถึงวันที่ 4 กันยายน 2548 และสามารถขยายได้ปีต่อไป ซึ่งได้ขยายระยะเวลาการส่งเสริมอยู่ในปัจจุบัน

ข) กลุ่มลูกค้าโมเดิร์นเทรด ดำเนินการ โดยบริษัทย่อย คือ บริษัท เพชรสยาม (ประเทศไทย) จำกัด ลักษณะของผลิตภัณฑ์

สายผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทสามารถแยกได้อีกเป็น 2 ประเภท คือ

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

## 2.1.2 ธุรกิจผลิตฉลากสินค้า

ลักษณะของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทย่อยได้แก่ ฉลากผลิตภัณฑ์หลากหลายรูปแบบ ทั้งฉลากสินค้าที่พิมพ์ลงบนสติ๊กเกอร์พลาสติกและฉลากสินค้าที่พิมพ์ลงบนสติ๊กเกอร์กระดาษ โดยบริษัทย่อยถือได้ว่าเป็นหนึ่งในผู้ผลิตฉลากผลิตภัณฑ์ที่มีเทคโนโลยีการผลิตระดับสูงในบริษัทไทย และได้รับการรับรองมาตรฐานการปฏิบัติงานในกระบวนการผลิตตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 และ ISO 14001:2015 โดยที่บริษัทมีการจัดซื้อวัตถุดิบจากผู้จัดจำหน่ายรายหนึ่ง อยู่ประมาณร้อยละ 53 ของวัตถุดิบที่ต้องใช้ทั้งหมด เนื่องจากเป็นผู้จัดจำหน่ายสำหรับวัตถุดิบที่มีคุณภาพ โดยเป็นวัตถุดิบประเภทสติ๊กเกอร์สำหรับพิมพ์ฉลากสินค้า ทั้งนี้ บริษัทไม่มีความสัมพันธ์อื่นใดกับผู้จัดจำหน่ายรายดังกล่าวนอกเหนือจากในฐานะผู้ซื้อวัตถุดิบ

## 2.2 การตลาดและการแข่งขัน

### 2.2.1 ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติก

ก) กลุ่มลูกค้าในลักษณะรับจ้างผลิต (OEM)

#### 1. การตลาดของผลิตภัณฑ์

##### นโยบายการตลาด

เนื่องจากบริษัทฯ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ามาช้านาน ดังนั้น บริษัทจึงมีนโยบายการตลาดที่มุ่งเน้นการสร้างความพอใจในการให้บริการแก่ลูกค้าในระยะยาว (Long-Term Customer Satisfaction) โดยคำนึงถึงการรักษาคูณภาพของสินค้าในระยะยาวและการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

### ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

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

กลุ่มลูกค้าของบริษัทแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ตามลักษณะของสายผลิตภัณฑ์ ดังนี้

#### 1. สายผลิตภัณฑ์ที่ได้จากกระบวนการฉีดพลาสติก (Injection Molding)

*กลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์*

ลูกค้ากลุ่มนี้ ได้แก่ บริษัท เอสวีไอ จำกัด (มหาชน) บริษัท ทิมพีริซัน จำกัด (มหาชน)

*กลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและเครื่องใช้สำนักงาน*

ลูกค้ากลุ่มนี้ ได้แก่ บริษัท โตชิบาคอนซูมเมอร์ โปรดักส์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท

แคนนอน ไฮ-เทล (ประเทศไทย) จำกัด

*กลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน*

ลูกค้ากลุ่มนี้ ได้แก่ บริษัท ยูเนี่ยน โซจิรุชิ จำกัด บริษัทคอสโมกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

*กลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรมยานยนต์*

ลูกค้ากลุ่มนี้ ได้แก่ บริษัท ไทยสแตนเลย์การไฟฟ้า จำกัด (มหาชน)

#### 2. สายผลิตภัณฑ์ที่ได้จากกระบวนการขึ้นรูปพลาสติก (Vacuum Pressure Forming)

*กลุ่มลูกค้าบรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับใส่ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า*

ลูกค้ากลุ่มนี้ ได้แก่ บริษัท นิเค็คออิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท เอ็นเอ็มบี-มินิแบไทย จำกัด

### การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

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

ยังกลุ่มลูกค้าชาวจีนที่เข้ามาลงทุนในประเทศไทยและมีแนวโน้มในการเติบโตด้วยเช่นกัน เพื่อกระจายฐานลูกค้าให้มีความหลากหลายมากขึ้น ซึ่งทีมการตลาดของบริษัทมีกลยุทธ์ในการหาลูกค้าใหม่ ดังนี้

1. ลูกค้าเก่าและผู้จำหน่ายวัตถุดิบแนะนำ - ทั้งลูกค้าและผู้จำหน่ายวัตถุดิบที่มีความสัมพันธ์ในทางธุรกิจที่ดีกับบริษัทมาอย่างยาวนาน ได้นำลูกค้ารายใหม่ให้กับบริษัท
2. เข้าพบลูกค้าใหม่โดยตรง - แนะนำประวัติให้ลูกค้าได้รู้จัก เพื่อเสนอขายสินค้าและบริการให้กับลูกค้า

#### สัดส่วนการจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศ

บริษัทจะมีการขายในประเทศเกือบทั้ง 100% โดยจะมีการขายไปต่างประเทศเพียงประมาณ 1% โดยส่งไปที่ไปที่ประเทศจีนและกัมพูชาเป็นส่วนใหญ่ และบริษัทไม่มีการพึ่งพิงลูกค้ารายใดเกินกว่า 30%

#### 2. สภาพการแข่งขัน

##### สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม

สำหรับในปีที่ผ่านมา ภาวะการแข่งขันที่บริษัทประสบอยู่เป็นการแข่งขันของผู้ประกอบการผลิตชิ้นส่วนพลาสติกภายในประเทศ จึงไม่มีคู่แข่งต่างประเทศ เนื่องจากบริษัทผลิตสินค้าให้แก่ Subcontractors ของผู้ผลิตสินค้าต้นแบบ (OEM) และ Subcontractors ดังกล่าวจะประกอบและส่งกลับญี่ปุ่นเพื่อกระจายไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก แต่จากภาวะเศรษฐกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ Covid-19 ในทั่วโลก ทำให้กำลังซื้อลดลงเป็นอย่างมากและมีการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น ถึงแม้ว่าในบางอุตสาหกรรมจะเริ่มฟื้นตัวก็ตาม เช่น อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และอุตสาหกรรมยานยนต์ เป็นต้น แต่ก็ยังมีการแข่งขันด้านราคาที่รุนแรง จากอุปทานส่วนเกินที่มีอยู่เพราะความต้องการสินค้าที่ลดลงจากสถานการณ์ Covid-19

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

เนื่องจากผลกระทบจากสถานการณ์ Covid-19 ทำให้ความต้องการสินค้าชะลอตัวลง ทั้งในกลุ่มลูกค้าด้านอิเล็กทรอนิกส์และยานยนต์ และกลุ่มลูกค้าของใช้ในครัวเรือนหรือเครื่องใช้สำนักงาน ส่งผลให้โดยภาพรวมธุรกิจของบริษัทในปีที่ผ่านมาอยู่ในภาวะทรงตัว โดยบริษัทได้พยายามขยายธุรกิจไปยังกลุ่มลูกค้าที่ยังมีการขยายตัวได้ เช่น กลุ่มลูกค้าในอุตสาหกรรมด้านเครื่องมือแพทย์ และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการทำความสะอาด เป็นต้น รวมถึงการเข้าไปทำตลาดมากขึ้นในพื้นที่ที่มีการลงทุนเพิ่มและ

ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐในการลงทุน ได้แก่ พื้นที่ด้านตะวันออก (Eastern Economic Corridor หรือ EEC) และ/หรือกลุ่มลูกค้าจากประเทศจีน ที่มีการย้ายฐานการผลิตมายังประเทศไทยมากขึ้น เพื่อหลีกเลี่ยงมาตรการกีดกันทางการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกาและจีน เพื่อทดแทนลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มไม่ดีขึ้น เช่น อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และอุตสาหกรรมยานยนต์ เป็นต้น ซึ่งก็สามารถขยายไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายดังกล่าวได้ค่อนข้างดี ทำให้บริษัทสามารถลดผลกระทบจากสถานการณ์ Covid-19 ได้ค่อนข้างดี 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 ส่วนผู้ผลิตที่เหลือนั้นจะให้บริการออกแบบแม่พิมพ์ด้วยเช่นเดียวกับบริษัท สำหรับขนาดธุรกิจของบริษัทถือว่าอยู่ในระดับกลางสำหรับธุรกิจนี้

#### สถานภาพและศักยภาพในการแข่งขัน

ในส่วนของสินค้าที่บริษัทผลิตเป็นสินค้าในกลุ่มที่ต้องใช้ความชำนาญในการผลิต รวมทั้งการควบคุมคุณภาพและบริการ ซึ่งผู้ผลิตที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันส่วนมากเป็นบริษัทต่างชาติจากประเทศญี่ปุ่น และไต้หวัน ที่มาตั้งฐานการผลิตในเมืองไทย ซึ่งเป็นผู้ผลิตให้กับ Subcontractors หรือ ผู้ผลิตสินค้าต้นแบบ (OEM) ทั่วไปเหมือนกับบริษัท ดังนั้น การแข่งขันในธุรกิจจึงมีลักษณะค่อนข้างรุนแรง

อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมามีสินค้าของบริษัทได้รับการยอมรับจากลูกค้ามาโดยตลอด สาเหตุหนึ่งเนื่องมาจากการที่บริษัทมีการลงทุนค่อนข้างสูงในเครื่องจักรที่ใช้ในกระบวนการผลิต เพื่อให้เครื่องจักรทั้งหมดของบริษัทเป็นเครื่องจักรที่ทันสมัย และมีช่างเทคนิคที่มีประสบการณ์ในการปรับสภาพเครื่องจักรสามารถรองรับการผลิตที่มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ รวมถึงจำนวนการผลิตในปริมาณมากได้ นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญในด้านคุณภาพสินค้าโดยมีการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิตอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งพัฒนานวัตกรรมในส่วนการผลิตอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานมีความชำนาญ และมีทักษะแรงงานเพิ่มขึ้น เช่น ส่งพนักงานไปอบรมเทคนิคการใช้เครื่องจักรในการผลิตจากผู้จำหน่ายเครื่องจักรในต่างประเทศ และที่ผ่านมามีบริษัทไม่เคยได้รับคำร้องเรียนจากลูกค้าในเรื่องของคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าที่บริษัทผลิต ประกอบกับฐานลูกค้าของบริษัทส่วนใหญ่เป็นกลุ่มลูกค้าชาวญี่ปุ่นที่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจยาวนาน และมีความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ดังนั้น แม้การแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้จะค่อนข้างรุนแรงในปีที่ผ่านมาจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวทั้งในประเทศและต่างประเทศจากสถานการณ์ Covid-19 ทำให้บริษัทประสบปัญหาบ้างในส่วนของการเติบโตของยอดขาย เนื่องจากตลาดโดยรวมที่หดตัวจากกำลังซื้อที่ลดลงจากสถานการณ์

Covid-19 โดยเฉพาะตลาดส่งออกสินค้าจากประเทศไทยที่หดตัวลง แต่บริษัทก็ยังพยายามรักษาคุณภาพของสินค้าและการบริการของบริษัทให้เป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้ผลิตสินค้าต้นแบบ OEM และ Subcontractors ของผู้ผลิตสินค้า OEM ในประเทศไทย เพื่อให้ยังสามารถเติบโตและแข่งขันได้ในระยะยาว

สำหรับข้อได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัทในส่วนของการผลิตแบบขึ้นรูป คือ บริษัทให้บริการออกแบบและผลิตแม่พิมพ์ที่ใช้ในการขึ้นรูปพลาสติก เพื่อบริการลูกค้าให้บริษัทจะจัดทีมงานออกแบบที่สามารถช่วยลูกค้าในการออกแบบ ซึ่งการให้บริการในลักษณะนี้ช่วยให้ลูกค้าได้รับความสะดวกและเป็นที่ยอมรับ 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 ทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความไว้วางใจและมีการซื้อซ้ำสินค้ากันมานาน ซึ่งในปีที่ผ่านมา บริษัทย่อยมีการจำหน่ายให้แก่ลูกค้ารายหนึ่งในสัดส่วนที่เกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้ของบริษัทย่อย อย่างไรก็ตาม บริษัทย่อยก็มีนโยบายที่จะขยายตลาดไปยังตลาดใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น เพื่อลดการพึ่งพิงลูกค้ารายใดรายหนึ่งมากเกินไป โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ตลาดด้านการส่งออก ซึ่งในปีที่ผ่านมาได้มีการเติบโตได้ค่อนข้างดี

กลุ่มลูกค้าของบริษัทย่อยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ตามลักษณะของสายผลิตภัณฑ์ ดังนี้

##### 1. สายผลิตภัณฑ์ที่ได้รับจากกระบวนการฉีดพลาสติก (Injection Molding)

กลุ่มลูกค้าของบริษัทย่อย ได้แก่ ศูนย์การค้าโมเดิร์นเทรดต่าง ๆ เช่น บิ๊กซี โลตัส แม็คโคร ไทวัสดุ เป็นต้น

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

กลุ่มลูกค้าได้แก่ ศูนย์การค้าโมเดิร์นเทรดต่าง ๆ เช่น บิ๊กซี โลตัส เป็นต้น

###### การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

สินค้าพลาสติกประเภทของใช้ในครัวเรือนของบริษัทย่อยส่วนใหญ่จะถูกจัดจำหน่ายให้แก่ศูนย์การค้าโมเดิร์นเทรดต่าง ๆ เพื่อนำไปจำหน่ายต่อให้แก่ประชาชนทั่วไป ซึ่งสินค้าพลาสติกดังกล่าวเป็นสินค้าที่ประชาชนส่วนใหญ่นิยมใช้และมีใช้ในบ้านเกือบทุกครัวเรือน ซึ่งบริษัทได้พยายามจะนำไป

จำหน่ายในศูนย์การค้าโมเดิร์นเทรดให้มากขึ้น เพื่อให้มีช่องทางในการจัดจำหน่ายที่กว้างขวางมากยิ่งขึ้น

#### สัดส่วนการจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศ

บริษัทย่อยจะมีการขายในประเทศเป็นส่วนใหญ่มากกว่า 80% โดยจะมีการขายไปต่างประเทศจำนวนประมาณ 16% ของยอดขาย โดยส่งไปที่ไปที่ประเทศออสเตรเลียและอังกฤษเป็นส่วนใหญ่ และบริษัทย่อยมีนโยบายที่จะขยายการส่งออกไปต่างประเทศให้มากขึ้น เป็นประมาณ 20-25% ของยอดขาย ใน 2-3 ปีข้างหน้า ทั้งนี้ ปัจจุบัน บริษัทย่อยยังมีการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่รายหนึ่งประมาณ 58% ของยอดขาย อย่างไรก็ตาม บริษัทย่อยได้มีนโยบายที่จะขยายตลาดไปยังลูกค้ารายอื่น ๆ หรือลูกค้ารายใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นรวมถึงการส่งออกไปยังลูกค้าต่างประเทศมากขึ้น เพื่อลดการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่อีกต่อไป

## 2. สภาพการแข่งขัน

### สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม

สำหรับในปีที่ผ่านมา ภาวะการแข่งขันที่บริษัทย่อยประสบอยู่เป็นการแข่งขันของผู้ประกอบการภายในประเทศที่ผลิตชิ้นส่วนพลาสติกประเภทของใช้ในครัวเรือนเช่นเดียวกัน จึงไม่มีคู่แข่งต่างประเทศ โดยสินค้าส่วนใหญ่ของบริษัทย่อยจะแข่งขันกันด้านราคา เนื่องจากเป็นสินค้าที่ไม่มี ความซับซ้อนในการผลิตมากนัก ดังนั้น การควบคุมต้นทุนการผลิตจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ซึ่งในปีที่ผ่านมา บริษัทย่อยสามารถควบคุมต้นทุนการผลิตได้เป็นดีขึ้นรวมทั้งราคาวัตถุดิบที่ลดลง ทำให้ อัตรากำไรขั้นต้นสูงขึ้นและสามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้ โดยบริษัทย่อยถือเป็นผู้ผลิตรายใหญ่รายหนึ่งสำหรับสินค้าประเภทดังกล่าว

### แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

จากสถานการณ์ Covid-19 ที่เกิดขึ้น ได้ส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อในประเทศเป็นอย่างมาก รวมทั้งในช่วงเวลาที่มีการปิดศูนย์การค้าโมเดิร์นเทรดในหลายจังหวัด ทำให้การจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางดังกล่าวชะลอตัวลง อย่างไรก็ตาม บริษัทย่อยเชื่อว่า หลังจากสถานการณ์ Covid-19 ดีขึ้น การแข่งขันจะไม่รุนแรงมากนัก เนื่องจากมีผู้ผลิตที่สามารถรองรับความต้องการของลูกค้าศูนย์การค้าโมเดิร์นเทรดได้ไม่มากนัก เพราะต้องเป็นผู้ผลิตที่มีความหลากหลายของสินค้าที่ทำการผลิต ซึ่งในส่วนนี้ถือเป็นข้อได้เปรียบของบริษัทย่อยที่มีแม่พิมพ์จำนวนมากทำให้สามารถทำการผลิตสินค้าพลาสติกได้อย่างหลากหลายรูปแบบสินค้า ทำให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทได้พยายามที่จะขยายตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าที่กว้างขวางมากขึ้น เพื่อลดการพึ่งพิงลูกค้ารายใดรายหนึ่งมากเกินไป

นอกจากนี้ ยังได้พยายามขยายตลาดในต่างประเทศเพิ่มขึ้นด้วย โดยเฉพาะในประเทศออสเตรเลีย และ อังกฤษ ซึ่งสินค้าของบริษัทย่อยได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี โดยจะเห็นได้จากยอดขายไปยังต่างประเทศที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องเพราะสินค้ามีราคาที่สามารถแข่งขันได้กับผู้ผลิตจากประเทศอื่น

### จำนวนคู่แข่งและขนาดของบริษัท

สำหรับจำนวนบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนพลาสติกด้วยกระบวนการฉีด (Plastic Injection) ในประเทศมีจำนวนมากเป็นจำนวนมากเป็นจำนวนมาก แต่ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็ก ที่ไม่มีแม่พิมพ์มากเพียงพอที่จะผลิตสินค้าให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในกลุ่มศูนย์การค้าโมเดิร์นเทรดได้

ซึ่งถือเป็นจุดแข็งของบริษัทย่อยในธุรกิจนี้ โดยถือได้ว่าบริษัทย่อยนั้นเป็นผู้ผลิตรายใหญ่รายหนึ่งสำหรับสินค้าพลาสติกประเภทของใช้ในครัวเรือนในกลุ่มนี้

#### สถานภาพและศักยภาพในการแข่งขัน

ในปัจจุบันถือได้ว่าบริษัทย่อยมีความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจผลิตสินค้าประเภทของใช้ในครัวเรือนนี้ได้เป็นอย่างดี จากจุดแข็งในเรื่องจำนวนแม่พิมพ์ที่มีจำนวนมากและมีความหลากหลายในรูปแบบสินค้า อีกทั้งยังสามารถควบคุมต้นทุนในการผลิตได้ดี ทำให้สามารถแข่งขันได้ในตลาด ซึ่งที่ผ่านมา สินค้าพลาสติกของบริษัทย่อยก็ได้รับการยอมรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี รวมถึงการที่บริษัทสามารถจัดส่งสินค้าได้ตรงตามกำหนดเวลาและทันตามความต้องการของลูกค้า

### 2.2.2 ธุรกิจพิมพ์พลาสติก

#### 1. การตลาดของผลิตภัณฑ์

##### นโยบายการตลาด

เนื่องจากกลุ่มลูกค้าของบริษัทส่วนใหญ่เป็นกลุ่มลูกค้าบริษัทข้ามชาติในอุตสาหกรรมอุปโภคบริโภคที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพและความสวยงามของสินค้า เพราะพลาสติกสินค้ามีผลต่อภาพลักษณ์ของสินค้าเป็นอย่างมาก และต้องสนองตอบต่อความต้องการของผู้บริโภคซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วด้วย ดังนั้น บริษัทจึงมีนโยบายให้ความสำคัญเป็นอย่างมากกับคุณภาพของพลาสติกสินค้าที่ผลิตทั้งในด้านของเทคโนโลยีการผลิตและความสวยงาม รวมทั้งต้องมีความรวดเร็วในการให้บริการต่อลูกค้า เพื่อให้ทันต่อความต้องการของลูกค้า

##### ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าของบริษัทสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

#### 1. กลุ่มลูกค้าผู้ขายสินค้าระดับสูง

พลาสติกสินค้าจะมีลักษณะสวยงาม สีสดใส โดดเด่นและมีความคงทนสูง ต้นทุนการผลิตพลาสติกสินค้าประเภทนี้จะสูง เนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีราคาค่อนข้างแพงและจำนวนสีที่ใช้ในการพิมพ์จะมีจำนวนสีมาก ดังนั้น กระบวนการผลิตจะมีความซับซ้อน โดยทั่วไปราคาสินค้าของลูกค้ากลุ่มนี้จะมีราคาค่อนข้างสูง ซึ่งปัจจุบันบริษัทผลิตพลาสติกสินค้าให้แก่ผู้ผลิตสินค้าชั้นนำหลายบริษัท เช่น กลุ่ม BEIERSDORF กลุ่ม JOHNSON & JOHNSON กลุ่ม P&G เป็นต้น

#### 2. กลุ่มผู้ขายสินค้าอุปโภคบริโภค

พลาสติกสินค้าของลูกค้ากลุ่มนี้ โดยทั่วไปจะเป็นดวงเล็กๆ ไม่เน้นสีสดใสมากนัก ดังนั้นการผลิตจึงไม่ค่อยมีความซับซ้อนและต้นทุนการผลิตจะต่ำกว่าพลาสติกสินค้าของกลุ่มผู้ขายสินค้าพรีเมียม ตัวอย่างลูกค้ากลุ่มนี้ได้แก่ กลุ่มเจริญโภคภัณฑ์ ผู้ผลิตอาหารสด เบทาโก ผู้ผลิตสินค้าระดับกลางและเล็ก (SME)

โดยบริษัทพยายามกระจายกลุ่มลูกค้าไปในทั้ง 2 กลุ่ม เพื่อกระจายความเสี่ยงไม่ให้พึ่งพิงกลุ่มลูกค้าใดมากเกินไป

##### การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

พลาสติกสินค้าของบริษัทส่วนใหญ่จะถูกส่งโดยตรงให้กับลูกค้าของบริษัทที่เป็นเจ้าของตราสินค้า

โดยตรง แต่บางส่วนก็จะส่งผ่าน Subcontractors ของเจ้าของตราสินค้าซึ่งเป็นลูกค้าของบริษัท หรือส่งไปยังผู้รับบรรจุสินค้าอีกทีหนึ่ง โดยฉลากสินค้าของบริษัทจะถูกนำไปประกอบกับขวดบรรจุ เพื่อใช้บรรจุสินค้าของลูกค้าต่อไป และกระจายขายไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทเป็นบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ ดังนั้นการดูแลและติดตามให้บริการลูกค้าให้ทันต่อความต้องการจึงมีความสำคัญมาก บริษัทจึงมีการแต่งตั้งพนักงานขายให้ดูแลลูกค้ารายใหญ่โดยเฉพาะในลักษณะเป็นราย ๆ เป็น Key Account

#### สัดส่วนการจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศ

บริษัทจะมีการขายในประเทศมากกว่า 90% โดยจะมีการขายไปต่างประเทศเพียงประมาณ 4% โดยส่งไปที่ประเทศพม่า ออสเตรเลีย เกาหลีใต้ สิงคโปร์ เป็นต้น และบริษัทไม่มีการพึ่งพิงลูกค้ารายใดเกินกว่า 30%

## 2. สภาพการแข่งขัน

### สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม

เนื่องจากลักษณะการให้บริการของบริษัทจะเป็นรูปแบบการให้บริการผลิตฉลากสินค้าแบบครบวงจร และจะเน้นการผลิตฉลากสินค้าเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ส่วนคู่แข่งของบริษัทสามารถแบ่งออกเป็น

- 1) ผู้ผลิตฉลากสินค้าเพียงอย่างเดียว และ
- 2) ผู้ผลิตที่ผลิตสินค้าด้านอื่นด้วยนอกจากฉลากพิมพ์

ในส่วนของผู้ผลิตฉลากสินค้าเพียงอย่างเดียวส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กที่มีลักษณะเป็นโรงงานห้องแถว และใช้เงินลงทุนต่ำ ซึ่งมีเป็นจำนวนมาก และโดยมากจะมีความชำนาญเฉพาะด้านการพิมพ์ฉลากสินค้าแบบกระดาษเท่านั้น ดังนั้น คู่แข่งขันของบริษัทที่ผลิตฉลากสินค้าที่มีคุณภาพสินค้าระดับเดียวกันจะมีค่อนข้างน้อยรายเนื่องจากต้องใช้เงินลงทุนในการซื้อเครื่องจักรสูง เพราะต้องใช้เครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยและมีความเที่ยงตรงในการผลิตและตรวจเช็คความผิดพลาด อาทิ เครื่องยิงฟิล์ม เครื่อง Vision Inspection เพื่อใช้ตรวจเช็คคุณภาพของฉลากพิมพ์หลังการผลิต เพื่อให้ฉลากที่ได้มีแบบ สี และคุณภาพตามที่ต้องการ ซึ่งทำให้การเข้ามาของคู่แข่งจากในประเทศมีน้อยส่วนใหญ่จะเป็นคู่แข่งที่มาจากต่างประเทศ เช่น จากประเทศอินเดีย เป็นต้น เพราะการจะเข้ามาแข่งขันธุรกิจนี้ต้องมีฐานลูกค้าที่แน่นชัดก่อน ทั้งนี้ แม้ว่าสถานะเศรษฐกิจโดยรวมจะชะลอตัวลงทั้งในประเทศและต่างประเทศจากสถานการณ์ Covid-19 บริษัทก็ยังยังสามารถรักษายอดขายให้เติบโตได้ เนื่องจากกลุ่มลูกค้าบางกลุ่มที่ได้ประโยชน์จากสถานการณ์ Covid-19 ดังกล่าว เช่น กลุ่มสินค้าทำความสะอาด เป็นต้น รวมทั้งการขยายฐานลูกค้าของบริษัทยังให้กว้างขึ้นด้วย อย่างไรก็ตาม การแข่งขันด้านราคายังคงอยู่ในระดับสูงเนื่องจากการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ๆ จากต่างประเทศและความต้องการโดยรวมของตลาดที่ลดลงจากสถานการณ์ Covid-19

สำหรับผู้ผลิตที่ผลิตสินค้าชนิดอื่นด้วยนอกเหนือจากฉลากพิมพ์ เช่น ผู้ผลิตพวกบรรจุหีบห่อ อาหารขวดน้ำดื่ม หรือถ้วยไอศกรีม แม้จะมีการใช้เงินลงทุนในเครื่องจักรสูง แต่ผู้ผลิตในกลุ่มนี้จะเน้นการผลิตสินค้าหลักของบริษัท จึงไม่ได้เน้นการผลิตฉลากพิมพ์เพื่อขาย แต่เป็นการผลิตเพื่อใช้กับสินค้าของบริษัทและบริษัทในกลุ่มเท่านั้น และคาดว่าผู้ผลิตดังกล่าวจะไม่เข้ามาเป็นคู่แข่งบริษัทในการผลิตฉลากพิมพ์เป็นสินค้าหลัก และขายให้กับบุคคลภายนอก ดังนั้น การแข่งขันโดยตรงกับบริษัทยังไม่รุนแรงนัก

### แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

จากการวิเคราะห์รายได้ที่เพิ่มขึ้นของธุรกิจพิมพ์ผลากสินค้าในปีที่ผ่านมาเกิดจากการขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้นและมีสินค้าใหม่ๆ ที่หลากหลายขึ้น ทำให้ยอดขายในปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นแม้ว่าจะมีสถานการณ์ Covid-19 อย่างไรก็ตาม การแข่งขันด้านราคายังคงอยู่ในระดับสูง ทำให้บริษัทต้องยังคงมีผลขาดทุนสุทธิ แม้ว่าจะสามารถปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต และควบคุมต้นทุนการผลิตให้ดีขึ้นจนทำให้มีผลขาดทุนสุทธิลดลงแล้วก็ตาม และในปีหน้ายังเชื่อว่าการแข่งขันในธุรกิจยังคงสูงอยู่ ซึ่งบริษัทต้องได้พยายามขยายตลาดไปผลิตสินค้าประเภทใหม่ ๆ เพิ่มเติม เพื่อสร้างยอดขายเข้ามาทดแทนยอดขายของสินค้าเดิมที่ชะลอตัวและมีการแข่งขันสูง รวมถึงการขยายตลาดไปยังลูกค้าในประเทศขนาดใหญ่มากขึ้น เพื่อผลักดันยอดขายให้สูงขึ้น

ในระยะยาวแล้ว แนวโน้มตลาดผลากสินค้าคุณภาพสูงยังมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น สาเหตุสำคัญเนื่องจากกระแสความนิยมผลากสินค้าคุณภาพสูงในต่างประเทศเริ่มเข้ามาในประเทศไทย ประกอบกับผู้บริโภคให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามมากขึ้น ดังนั้น การทำผลากสินค้าที่มีคุณภาพดี สีสันสดใส จะทำให้สินค้ามีความโดดเด่นและดึงดูดผู้บริโภคได้ง่าย นอกจากนี้ ยังช่วยลดต้นทุนการผลิตโดยผู้ผลิตสินค้าไม่จำเป็นต้องผลิตบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะเหมือนกันแต่มีลวดลายหรือสีที่แตกต่างกันเก็บไว้เป็นจำนวนมาก ดังนั้นตลาดสำหรับสินค้าผลากสินค้าคุณภาพสูงยังมีการเติบโตได้เป็นอย่างดี แต่อาจมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นจากคู่แข่งที่เข้ามาจากต่างประเทศ ดังนั้น บริษัทต้องจึงได้มีการเพิ่มเครื่องจักรที่ทันสมัยมากขึ้น เพื่อทดแทนเครื่องจักรเก่า เพื่อให้สามารถผลิตสต็อกเกอร์ที่มีคุณภาพมากขึ้น และในต้นทุนที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น สำหรับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นดังกล่าวทำให้บริษัทได้ชะลอแผนการสร้างโรงงานใหม่ไว้ก่อน โดยจะนำมาพิจารณาอีกครั้งเมื่อเห็นสมควร และหันไปลงทุนในเครื่องจักรที่ทันสมัยเพื่อทดแทนเครื่องจักรเก่าแทน รวมถึงเครื่องจักรในธุรกิจการพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกัน เพื่อเพิ่มตลาดลูกค้าในกลุ่มใหม่ ๆ

สำหรับแนวโน้มการแข่งขันในตลาดนี้ก็จะยิ่งสูงเพิ่มมากขึ้นในแต่ละปี ทำให้บริษัทต้องพยายามหลีกเลี่ยงคู่แข่งไปในสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น ซึ่งมีความยากในการผลิตเพิ่มขึ้น

### จำนวนคู่แข่งและขนาดของบริษัท

สำหรับการพิมพ์ผลากสินค้าคุณภาพสูง จะมีจำนวนคู่แข่งอยู่ปานกลาง โดยมีคู่แข่งที่อยู่ในระดับเดียวกันประมาณ 4-5 ราย แต่มีคู่แข่งระดับล่างที่เข้ามาแข่งขันด้านราคาเพิ่มมากขึ้น ทำให้บริษัทต้องต้องเน้นมากขึ้นในด้านคุณภาพของสินค้าและบริการ โดยเฉพาะการส่งสินค้าได้อย่างรวดเร็วทันเวลา อีกทั้งบริษัทยังต้องมีการพัฒนาการผลิตและคุณภาพของสินค้าอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ทันกับเทคโนโลยีและความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงการใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยเพื่อควบคุมต้นทุนการผลิตให้สามารถแข่งขันได้ สำหรับขนาดธุรกิจของบริษัทอยู่ถือว่าอยู่ในระดับผู้นำรายหนึ่งในธุรกิจการพิมพ์ผลากสำหรับตลาดผลากสินค้าคุณภาพสูง

### สถานภาพและศักยภาพในการแข่งขัน

ธุรกิจพิมพ์ผลากคุณภาพสูงนี้ต้องใช้เงินลงทุนในเครื่องจักรที่ค่อนข้างสูง และการได้รับการยอมรับจากลูกค้าต้องใช้เวลาและเป็นไปไม่ได้ไม่ยากนัก แต่เนื่องจากบริษัทได้ก่อตั้งและผลิตผลากสินค้าคุณภาพสูงนี้มานานแล้วเป็นเวลามากกว่า 20 ปี จึงเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี

แม้ว่าบริษัทจะมีคู่แข่งที่เป็นต่างชาติประมาณ 4-5 ราย อย่างไรก็ตาม บริษัทยังมีโอกาสในการแข่งขันที่ดี เนื่องจากอยู่ในธุรกิจมานานและเข้าใจสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในประเทศไทยเป็นอย่างดี

บริษัทมีผู้บริหารและพนักงานที่มีประสบการณ์ยาวนานในธุรกิจนี้ ทำให้บริษัทมีข้อได้เปรียบจากประสบการณ์ดังกล่าว ทำให้สามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างครบวงจร และสามารถแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าได้ นอกจากนี้ บริษัทยังมีนโยบายและศักยภาพเพียงพอที่จะลงทุนในเครื่องจักรที่ทันสมัยซึ่งมีราคาสูง เพื่อให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

## 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 76 ไร่ และมีการสร้างโรงงานบนพื้นที่ดินดังกล่าวบางส่วน โดยมีโรงผลิต 4 โรงงาน มีพื้นที่การผลิตรวมจำนวน 7,000 ตรม. โดยแบ่งเป็นโรงงานขึ้นรูปพลาสติก (Vacuum Pressure Forming) 2,000 ตรม. โรงงานฉีดพลาสติก (Injection Molding) จำนวน 2 โรง พื้นที่รวม 5,000 ตรม. ส่วนอาคารสำนักงานมีพื้นที่ 1,500 ตรม. และคลังสินค้ามี 2 อาคาร พื้นที่รวม 5,000 ตรม. ซึ่งแต่ละโรงงานจะอยู่ในความดูแลของผู้จัดการฝ่ายผลิตและผู้จัดการแผนกแต่ละแผนก

สำหรับกำลังการผลิตรวมของบริษัท จะดูจากจำนวนวัตถุดิบที่ใช้ โดยในปี 2563 สามารถแบ่งเป็นกำลังการผลิตรวมสำหรับงานขึ้นรูปพลาสติก จำนวนประมาณ 2,200 ตันต่อปี ซึ่งบริษัทใช้กำลังการผลิตเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณร้อยละ 31% และกำลังการผลิตรวมสำหรับงานฉีดพลาสติก จำนวนประมาณ 3,000 ตันต่อปี ซึ่งบริษัทใช้กำลังการผลิตเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณร้อยละ 72

นโยบายการผลิตของบริษัทจะเป็นลักษณะตามคำสั่งซื้อหรือความต้องการของลูกค้า (Made to Order) โดยต้องเป็นไปตามข้อกำหนดของลูกค้า 100% โดยบริษัทจะเน้นการผลิตให้ใช้เวลาน้อยที่สุดแต่ยังคงคุณภาพของสินค้าได้ตามมาตรฐานของลูกค้า การส่งของให้แก่ลูกค้าได้ครบตามจำนวนและถูกต้องตรงต่อเวลา รวมทั้งลดของเสียที่เกิดจากการผลิตให้ต่ำที่สุด เพื่อควบคุมค่าใช้จ่ายให้แข่งขันได้ในธุรกิจ ทั้งนี้ บริษัทได้รับมาตรฐานคุณภาพในการผลิตและสิ่งแวดล้อม อันได้แก่ ISO 9001:2015, ISO 14001:2015, IATF16949 และ GMP เป็นต้น รวมถึงการจัดการด้านข้อมูลต่าง ๆ บริษัทได้มีการใช้โปรแกรม SAP เข้ามาช่วยในการบริหารจัดการข้อมูล เพื่อให้ข้อมูลต่าง ๆ มีความน่าเชื่อถือ

##### การจัดหาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

วัตถุดิบที่สำคัญที่ใช้การผลิตสินค้าของบริษัทแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

- เม็ดพลาสติกที่ใช้ในกระบวนการฉีดพลาสติก เป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตในสัดส่วนร้อยละ 35 ของต้นทุนการผลิต โดยส่วนที่เหลือจะเป็นค่าแรง และค่าเสียหยาบการผลิต การได้มาของเม็ดพลาสติกจะมี 2 ลักษณะ คือลูกค้าเป็นผู้จัดหาเม็ดพลาสติกที่จะใช้ในการผลิตมาให้ หรือให้บริษัทเป็นผู้ดำเนินการจัดหาเม็ดพลาสติก โดยลูกค้าจะกำหนดประเภท มาตรฐาน คุณภาพ หรือผู้ขายเม็ดพลาสติกมาให้ ซึ่งฝ่ายจัดซื้อของบริษัทจะต้องจัดซื้อเม็ดพลาสติกตามคำสั่งซื้อของลูกค้า ปัจจุบันสัดส่วนวัตถุดิบ

ที่ลูกค้าเป็นผู้จัดหามาให้ต่อสัดส่วนวัตถุดิบที่บริษัทเป็นผู้จัดซื้อตามคำสั่งซื้อของลูกค้ามีประมาณ 51 : 49 ของจำนวนวัตถุดิบที่บริษัทใช้ในการผลิตทั้งหมด

ที่ผ่านมามีบริษัทสั่งซื้อเม็ดพลาสติกตามมาตรฐาน คุณภาพ หรือผู้ขาย ตามที่ลูกค้ากำหนด จากแหล่งผลิตภายในประเทศทั้งหมด โดยจะซื้อจากผู้ขายเม็ดพลาสติกสัญชาติญี่ปุ่นที่มีโรงงานตั้งอยู่ในประเทศไทยและผู้ขายเม็ดพลาสติกชาวไทย ซึ่งมีอยู่จำนวนหลายราย และเม็ดพลาสติกที่ผลิตจากโรงงานดังกล่าวมีคุณภาพดี และเป็นที่ยอมรับของลูกค้า โดยบริษัทมีการสั่งซื้อจากผู้ขายเม็ดพลาสติกรายใหญ่ 5 ราย รวมจำนวนประมาณร้อยละ 51 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 เป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิตในสัดส่วนร้อยละ 58 ของต้นทุนการผลิต โดยส่วนที่เหลือจะเป็นค่าแรง และค่าเสียการผลิต การได้มาของแผ่นฟิล์มพลาสติกจะเป็นในลักษณะบริษัทเป็นผู้ดำเนินการจัดซื้อตามคุณสมบัติที่ลูกค้ากำหนดทั้งหมด โดยลูกค้าจะกำหนดประเภท มาตรฐาน คุณภาพ หรือผู้ขาย แผ่นฟิล์มพลาสติกมาให้ ซึ่งผู้ผลิตแผ่นฟิล์มพลาสติกที่บริษัทสั่งซื้อจะเป็นผู้ผลิตที่มีโรงงานอยู่ในประเทศถึงร้อยละ 99 ซึ่งมีอยู่จำนวน 4-5 ราย โดยบริษัทมีการสั่งซื้อจากผู้ขายแผ่นฟิล์มพลาสติกอยู่ 5 รายใหญ่ จำนวนรวมประมาณ 86% ของยอดซื้อแผ่นฟิล์มพลาสติกทั้งหมด ทั้งนี้ บริษัทไม่มีความสัมพันธ์ใด ๆ กับผู้ขายแผ่นฟิล์มพลาสติกดังกล่าวนอกเหนือจากในฐานะผู้ซื้อแผ่นฟิล์มพลาสติกเท่านั้น

โดยแผ่นฟิล์มที่บริษัทใช้ประกอบด้วย แผ่นฟิล์มพลาสติกประเภท A-PET PS PP และ ABS Sheet โดยจะมีสัดส่วนการสั่งซื้อร้อยละ 63 ร้อยละ 14 ร้อยละ 12 และร้อยละ 5 ตามลำดับ ของมูลค่าการสั่งซื้อแผ่นฟิล์มพลาสติกโดยรวม ส่วนที่เหลือจะเป็นแผ่นฟิล์มพลาสติกประเภทอื่นๆ

## 2. ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิต หรือการกำจัดวัตถุดิบที่เหลือใช้

### การดำเนินการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากวัตถุดิบของบริษัททั้งเม็ดพลาสติกหรือแผ่นฟิล์มพลาสติกถึงแม้จะเกิดของเสียในการผลิตก็สามารถนำกลับไปได้ในกระบวนการผลิต (Recycle) เช่น ในกรณีของชิ้นงานฉีดพลาสติกสามารถนำของเสียไปบดเพื่อนำกลับไปในกระบวนการผลิตได้อีก ไม่ว่าจะเป็นไปผสมเพื่อฉีดงานเดิมหรือนำไปใช้ฉีดสำหรับงานประเภทอื่น ส่วนวัตถุดิบประเภทแผ่นฟิล์มนั้น ถ้าหากมีของเสียหรือเศษที่เหลือจากการผลิตก็สามารถขายให้กับบริษัทผู้ผลิตแผ่นฟิล์มนำเศษดังกล่าวไปผสมแล้วรีดเป็นแผ่นขึ้นมาขายใหม่อีกครั้งหนึ่ง

สำหรับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิตนั้นมีไม่มากนัก จะมีเรื่องของ การปล่อยน้ำทิ้งจากกระบวนการผลิต ซึ่งมีปริมาณน้ำไม่มากนัก เนื่องจากในกระบวนการผลิตของบริษัทไม่ได้มีการใช้น้ำเป็นส่วนประกอบสำคัญ สำหรับการฉีดพลาสติก บริษัทมีการใช้ระบบ Septic Chamber ในการกรองน้ำก่อนปล่อยออกไป รวมทั้งบริษัทจัดให้มีการตรวจคุณภาพของน้ำทุกปีจากผู้ประเมินคุณภาพน้ำภายนอกปีละ 2 ครั้ง เพื่อให้มั่นใจได้ว่าน้ำที่บริษัทปล่อยออกไปนั้นมีคุณสมบัติตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด ส่วนการขึ้นรูปพลาสติกนั้น มีการใช้น้ำเฉพาะในส่วนของการล้างชิ้นงาน

แต่บริษัทมีระบบการใช้น้ำมา Recycle อยู่ตลอดเวลา ด้วยระบบ DI Water ซึ่งเป็นการนำน้ำกลับมาใช้อีกตลอดเวลาในกระบวนการผลิต ทำให้ไม่มีการปล่อยน้ำเสียออกไปหรือหากมีก็เป็นจำนวนน้อยและมีการตรวจเช็คคุณภาพทุกครั้งก่อนปล่อยออกไป

ทั้งนี้ บริษัทได้ให้ความสำคัญกับเรื่องสิ่งแวดล้อมโดยปฏิบัติตามมาตรฐานเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ISO 14001:2015 ซึ่งที่ผ่านมา บริษัทได้ปฏิบัติตามที่กฎหมายกำหนดและไม่มีข้อพิพาทหรือการถูกฟ้องร้องเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

ข) กลุ่มลูกค้าโมเดิร์นเทรด

1. ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

การผลิต

โรงงานของบริษัท ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 4 ซอยพระยามนราราชฯ แขวงคลองบางบอน เขตบางบอน กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นที่ดินและโรงงานเช่า จำนวนพื้นที่ประมาณ 8,000 ตารางเมตรบนที่ดินประมาณ 7 ไร่ ซึ่งจะอยู่ในความดูแลของผู้จัดการฝ่ายผลิตและผู้จัดการแผนกแต่ละแผนก

สำหรับกำลังการผลิตรวมของบริษัท จะดูจากจำนวนวัตถุดิบที่ใช้ โดยในปี 2563 กำลังการผลิตรวมสำหรับงานฉีดพลาสติก จำนวนประมาณ 11,000 ตันต่อปี ซึ่งบริษัทใช้กำลังการผลิตเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณร้อยละ 66

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 B1 เข้ามาช่วยในการบริหารจัดการข้อมูล เพื่อให้ข้อมูลต่าง ๆ มีความน่าเชื่อถือ

การจัดหาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

วัตถุดิบที่สำคัญที่ใช้การผลิตสินค้าของบริษัท คือ เม็ดพลาสติกที่ใช้ในกระบวนการฉีดพลาสติก เป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตในสัดส่วนประมาณร้อยละ 64 ของต้นทุนการผลิต โดยส่วนที่เหลือจะเป็นค่าแรง และค่าโสหุ้ยการผลิต โดยเม็ดพลาสติกที่บริษัทเลือกใช้ เกือบทั้งหมดเป็นเม็ดพลาสติกชนิด PP โดยมีทั้งที่เป็นเม็ดพลาสติกใหม่และที่เป็นเม็ดพลาสติกจากการ recycle

ที่ผ่านมาบริษัทสั่งซื้อเม็ดพลาสติกทั้งเม็ดพลาสติกใหม่และเม็ดพลาสติก recycle ทั้งหมด จากแหล่งผลิตภายในประเทศโดยจะซื้อจากผู้ขายเม็ดพลาสติกชาวไทย ซึ่งมีอยู่จำนวนหลายราย โดยบริษัทมีการสั่งซื้อจากผู้ขายเม็ดพลาสติกรายใหญ่ 5 รายแรก รวมจำนวนประมาณร้อยละ 71 ของยอดซื้อเม็ดพลาสติกทั้งหมด ทั้งนี้ บริษัทไม่มีความสัมพันธ์ใด ๆ กับผู้ขายเม็ดพลาสติกดังกล่าวเนื่องจากในฐานะผู้ซื้อเม็ดพลาสติกเท่านั้น

## 2. ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิต หรือการกำจัดวัตถุดิบที่เหลือใช้

### การดำเนินการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากวัตถุดิบของบริษัท คือ เม็ดพลาสติก ถึงแม้จะเกิดของเสียในการผลิตก็สามารถนำกลับไปใช้ได้อีกในกระบวนการผลิต (Recycle) ในกรณีของชิ้นงานฉีดพลาสติก สามารถนำของเสียไปบดเพื่อนำกลับไปใช้ในกระบวนการผลิตได้อีก ไม่ว่าจะนำไปผสมเพื่อฉีดงานเดิม หรือนำไปใช้ฉีดสำหรับงานประเภทอื่น

สำหรับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิตนั้นมีไม่มากนัก จะมีเรื่องของการปล่อยน้ำทิ้งจากกระบวนการผลิต ซึ่งก็มีจำนวนปริมาณน้ำไม่มากนัก เนื่องจากในกระบวนการผลิตของบริษัทไม่ได้มีการใช้น้ำเป็นส่วนประกอบสำคัญ

ทั้งนี้ บริษัทไม่มีข้อพิพาทหรือการถูกฟ้องร้องเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

### 2.3.2 ธุรกิจพิมพ์พลาสติก

#### 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 จะดูจากจำนวนพื้นที่ของสติกเกอร์ที่ใช้ โดยในปี 2563 มีกำลังการผลิตรวม จำนวนประมาณ 8.79 ล้านตารางเมตรต่อปี ซึ่งบริษัทใช้กำลังการผลิตเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณร้อยละ 68

นโยบายการผลิตของบริษัทจะเป็นลักษณะตามคำสั่งซื้อหรือความต้องการของลูกค้า (Made to Order) โดยบริษัทจะเน้นการวางแผนการผลิตให้สามารถผลิตได้อย่างต่อเนื่อง เพื่อลดผลกระทบของการต้องขึ้นผลิตใหม่ ซึ่งจะมีต้นทุนเพิ่มขึ้นในการเริ่มต้นผลิตแต่ละครั้ง ซึ่งสำหรับลูกค้าบางรายที่มีการสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมออยู่แล้ว บริษัทก็อาจจะผลิตเพื่อเก็บ stock ไว้เลยแล้วค่อยทยอยส่งให้แก่ลูกค้าเพื่อลดต้นทุนในการผลิตลงจากการที่ผลิตเป็นจำนวนมาก ๆ ในครั้งเดียว และยังช่วยลดของเสียในการผลิตได้อีกด้วย ทั้งนี้ บริษัทได้รับมาตรฐานคุณภาพในการผลิตและสิ่งแวดล้อม อันได้แก่ ISO 9001 : 2015, ISO 14001:2015 เป็นต้น

##### การจัดหาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

สติกเกอร์ คือ วัตถุดิบหลักสำคัญที่ใช้ในการผลิตพลาสติกของบริษัท ซึ่งสติกเกอร์ที่ใช้ในการผลิตมี 2 ประเภท คือ สติกเกอร์พลาสติก และสติกเกอร์กระดาษ โดยสติกเกอร์ทั้ง 2 ชนิด จะถูกสั่งซื้อจากผู้ขายภายในประเทศทั้งหมด ที่ผ่านมาราคาของวัตถุดิบแทบไม่มีการเปลี่ยนแปลงหรือมีการเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย ถึงแม้บางครั้งราคาน้ำมันดิบโลกจะมีความผันผวนก็ตาม

บริษัทมีการติดต่อกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบประมาณ 4-5 ราย โดยมากกว่าร้อยละ 90 ของยอดซื้อวัตถุดิบทั้งหมด เป็นการซื้อในประเทศ โดยบริษัทมีการสั่งซื้อจากผู้จัดจำหน่ายสติกเกอร์อยู่รายหนึ่ง จำนวนประมาณร้อยละ 53 ของยอดสั่งซื้อวัตถุดิบทั้งหมด เนื่องจากบริษัทดังกล่าวเป็นผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ที่มีวัตถุดิบหลากหลายประเภทที่มีคุณภาพและการบริการที่ดีกว่าผู้จัดจำหน่ายรายอื่น โดยเฉพาะในเรื่องของ

คุณภาพของแผ่นสติกเกอร์ ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่สำคัญที่สุดในการผลิตฉลากสินค้า ที่ผ่านมาราคาวัตถุดิบที่ซื้อ กับบริษัทนี้ไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนัก โดยราคาค่อนข้างจะคงเดิมและใกล้เคียงกับผู้จัดจำหน่ายรายอื่น ทั้งนี้ บริษัทไม่มีความสัมพันธ์ใด ๆ กับผู้จัดจำหน่ายสติกเกอร์ดังกล่าว นอกเหนือจากในฐานะผู้ซื้อสติกเกอร์ เท่านั้น อย่างไรก็ตาม บริษัทมิได้มีนโยบายผูกขาดการซื้อกับผู้จัดจำหน่ายรายใดรายหนึ่ง แต่จะคำนึงถึง คุณภาพและราคาของวัตถุดิบเป็นสำคัญ บริษัทคาดว่าในอนาคตราคาวัตถุดิบจะมีแนวโน้มลดลงเนื่องจาก ผู้ค้าวัตถุดิบมีจำนวนมากขึ้น

## 2. ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิต หรือการกำจัดวัตถุดิบที่เหลือใช้

### การดำเนินการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากวัตถุดิบของบริษัทที่เป็นสติกเกอร์นั้นเมื่อพิมพ์แล้วเกิดเป็นของเสียหรือไม่ต้องการใช้แล้ว จะไม่สามารถนำกลับไปใช้ได้ (Recycle) ต้องทำลายเพียงอย่างเดียวเท่านั้น เพราะตัววัตถุดิบเองนั้นมี สารเคมีที่เป็นกาวยึดอยู่ บริษัทจึงได้มีการจ้างบริษัทภายนอกที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมายที่มารับเป็นผู้ ทำลายสินค้าที่เป็นของเสียให้

สำหรับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิตนั้นมีไม่มากนัก และไม่ส่งผลกระทบต่อ สภาพแวดล้อมภายนอก จะมีเฉพาะในเรื่องของสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีกลิ่นค่อนข้างแรงใน พื้นที่ผลิต เนื่องจากกลิ่นทินเนอร์ที่อยู่ในสีที่ใช้สำหรับการพิมพ์ ซึ่งบริษัทมีการแก้ไขโดยใช้ระบบ ดูดอากาศพิเศษสำหรับการพิมพ์โดยเฉพาะเพื่อบรรเทากลิ่นลง และมีการแจกหน้ากากปิดจมูกให้แก่ พนักงานของบริษัทได้ใช้เพื่อลดความเสี่ยงจากการสูดดมกลิ่นดังกล่าว

ทั้งนี้ บริษัทได้ให้ความสำคัญกับเรื่องสิ่งแวดล้อมโดยปฏิบัติตามมาตรฐานเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ISO 14001:2015 ซึ่งที่ผ่านมา บริษัทได้ปฏิบัติตามที่กฎหมายกำหนดและไม่มีข้อพิพาทหรือการถูกฟ้องร้อง เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

## 2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

- ไม่มี -

### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

#### 3.1 ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

##### 3.1.1 ความเสี่ยงทางด้านราคาวัตถุดิบ

เนื่องจากเม็ดพลาสติก แผ่นฟิล์มพลาสติก และสติกเกอร์ ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตชิ้นส่วนพลาสติก และพิมพ์ฉลากสินค้า เป็นผลพลอยได้จากกระบวนการกลั่นน้ำมันดิบและก๊าซธรรมชาติ ดังนั้น ราคาโดยทั่วไปจะแปรผันตามราคาน้ำมันและราคาก๊าซในตลาดโลก ซึ่งหากราคาวัตถุดิบดังกล่าวมีการปรับตัวสูงขึ้นก็อาจจะส่งผลกระทบต่อโดยตรงต่อกำไรของบริษัทและกลุ่มบริษัท

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

- ประสานและเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและติดต่อกับผู้ค้าวัตถุดิบไว้หลาย ๆ ราย
- เปรียบเทียบราคาวัตถุดิบจากผู้ขายตั้งแต่ 2 รายขึ้นไป เพื่อให้ได้เงื่อนไขทางการค้าที่ดีที่สุด
- ติดตามแนวโน้มราคาเม็ดพลาสติก แผ่นฟิล์มพลาสติก และสติกเกอร์ จากผู้ขายภายในประเทศและต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ เพื่อวางแผนการสั่งซื้อวัตถุดิบที่เหมาะสม หากราคามีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น บริษัทและกลุ่มบริษัทอาจจะสั่งซื้อล่วงหน้าในปริมาณที่เพียงพอต่อการใช้ในการผลิตระยะหนึ่ง
- ติดต่อและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างใกล้ชิด เพื่อสามารถชี้แจงและปรับราคาสินค้าตามต้นทุนที่เป็นจริงได้

##### 3.1.2 ความเสี่ยงจากการพึ่งพาผู้ผลิตวัตถุดิบคุณภาพน้อยราย

ที่ผ่านมาบริษัทและกลุ่มบริษัทสั่งซื้อวัตถุดิบประเภทเม็ดพลาสติก แผ่นพลาสติก และสติกเกอร์ เกือบทั้งหมดจากแหล่งผลิตภายในประเทศ ซึ่งบางครั้งมีผู้ผลิตน้อยรายที่มีคุณภาพ บริษัทและกลุ่มบริษัทจึงสั่งซื้อจากผู้ผลิตรายนั้นซึ่งมีคุณสมบัติมีปัญหาในการผลิตน้อยและตรงตามคุณสมบัติที่ลูกค้ากำหนดมากที่สุด และยังเกี่ยวเนื่องกับราคาวัตถุดิบที่ถูกลงจากการสั่งซื้อเป็นปริมาณมาก ๆ ดังนั้น บริษัทและกลุ่มบริษัทอาจมีความเสี่ยงในการพึ่งพาผู้ผลิตรายนั้นมากเกินไป โดยสำหรับธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติก ในลักษณะรับจ้างผลิต (OEM) ที่ดำเนินการโดยบริษัทนั้น ในปี 2563 บริษัทมีการสั่งซื้อจากผู้ขายเม็ดพลาสติกจำนวน 5 ราย รวมจำนวนประมาณ 51% ของยอดซื้อเม็ดพลาสติกทั้งหมด และมีการสั่งซื้อจากผู้ขายแผ่นฟิล์มพลาสติกอยู่ 5 รายใหญ่ รวมจำนวนประมาณ 86% ของยอดซื้อแผ่นฟิล์มพลาสติกทั้งหมด

สำหรับในส่วนของธุรกิจผลิตสินค้าพลาสติกประเภทของใช้ในครัวเรือนที่จำหน่ายผ่านโมเดิร์นเทรดต่าง ๆ ที่ดำเนินการโดยบริษัทย่อย คือ บริษัท เพชรสยาม (ประเทศไทย) นั้น ในปี 2563 บริษัทย่อยมีการสั่งซื้อจากผู้ขายเม็ดพลาสติกรายใหญ่จำนวน 5 ราย รวมจำนวนประมาณ 71% ของยอดซื้อเม็ดพลาสติกทั้งหมด โดยผู้ขายรายใหญ่สุดประมาณ 35% ของยอดซื้อเม็ดพลาสติกทั้งหมด

สำหรับในส่วนของธุรกิจพิมพ์ฉลากสินค้า บริษัทมีการสั่งซื้อจากผู้จัดจำหน่ายสติกเกอร์อยู่รายหนึ่งจำนวนประมาณร้อยละ 53 ของยอดสั่งซื้อวัตถุดิบทั้งหมด รายละเอียดตามหัวข้อลักษณะการประกอบธุรกิจของ

บริษัทและกลุ่มบริษัทในเรื่องการจัดหาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต อย่างไรก็ตาม มีบริษัทโรงงานผลิตวัตถุดิบดังกล่าวเกิดขึ้นใหม่เพิ่มขึ้น บริษัทและกลุ่มบริษัทจึงสามารถจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพใกล้เคียงกันได้หากมีความจำเป็น รวมทั้งบริษัทและกลุ่มบริษัทพยายามลดความเสี่ยงโดยติดต่อผู้ผลิตมากรายขึ้น

### 3.1.3 ความเสี่ยงเกี่ยวกับภาวะการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นในธุรกิจชิ้นส่วนพลาสติก และในธุรกิจพิมพ์ฉลากสินค้า

#### ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติก

เนื่องด้วยการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ทำให้อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ทั้งความนิยมที่มากขึ้นของการใช้รถยนต์ไฟฟ้าที่เพิ่มขึ้น เป็นต้น ทำให้สัดส่วนรายได้จากธุรกิจการผลิตชิ้นส่วนพลาสติก ในลักษณะรับจ้างผลิต (OEM) สำหรับอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ เหลือเพียงประมาณร้อยละ 13 ของรายได้ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติกทั้งหมดของบริษัท โดยบริษัทได้หันไปเพิ่มสัดส่วนในสินค้าพลาสติกสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและของใช้ในครัวเรือนที่ยังมีการเติบโตที่ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเข้ามาลงทุนเพิ่มขึ้นในกลุ่มสินค้าดังกล่าวจากผู้ประกอบการจากประเทศจีน รวมทั้งสินค้าพลาสติกสำหรับอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ที่เริ่มฟื้นตัว โดยสัดส่วนรายได้จากอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและของใช้ในครัวเรือนจะอยู่ที่ประมาณร้อยละ 42 ของรายได้ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติกทั้งหมด ขณะที่สัดส่วนรายได้จากอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ จะอยู่ที่ประมาณร้อยละ 14 ของรายได้รวม และยังมีในส่วนของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์อีกประมาณร้อยละ 19 ของรายได้รวม สำหรับการแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้ มีทั้งการแข่งขันจากผู้ผลิตในประเทศ ผู้ผลิตสัญชาติญี่ปุ่นที่มีฐานการผลิตอยู่ในประเทศไทย และบริษัทคู่แข่งในประเทศจีนที่มีข้อได้เปรียบในแง่จำนวนการผลิตครั้งละมากๆ แต่เนื่องจากชิ้นส่วนพลาสติกที่บริษัทผลิตเป็นสินค้าคุณภาพและต้องใช้ความชำนาญของช่างเทคนิค เช่น การปรับสภาพเครื่องจักรในการผลิตให้เหมาะสมกับแม่พิมพ์ที่ถูกกำหนดไว้ เพื่อให้ได้สินค้าตามที่ลูกค้าต้องการและเป็นการลดของเสียจากขบวนการผลิต อีกทั้งบริษัทยังมีการกระจายสินค้าไปในอุตสาหกรรมอื่นอีกหลายอุตสาหกรรม เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้าและของใช้ในครัวเรือน เครื่องใช้สำนักงาน เป็นต้น อย่างไรก็ตาม รายได้ของอุตสาหกรรมนี้ส่วนใหญ่จะเติบโตตามลูกค้าในแต่ละอุตสาหกรรม ดังนั้น หากว่าอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่เป็นกลุ่มลูกค้าของบริษัทมีการเติบโตไม่ดึ้น ก็จะทำให้กระทบต่อการเติบโตของบริษัทด้วย โดยจะเห็นได้จากรายได้ของบริษัทจากธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติกที่ลดลงเล็กน้อย เนื่องจากภาวะอุตสาหกรรมต่าง ๆ โดยรวมที่ชะลอตัว

และที่ผ่านมามีบริษัทไม่มีประวัติการร้องเรียนจากลูกค้าในเรื่องมาตรฐาน หรือคุณภาพของสินค้า ประกอบกับบริษัทมีฐานลูกค้าที่แข็งแกร่ง ทำให้เชื่อมั่นว่าบริษัทสามารถที่จะแข่งขันกับบริษัทชั้นนำในอุตสาหกรรมนี้ได้ ดังนั้น นโยบายการแข่งขันของบริษัทจะเน้นการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพให้กับกลุ่มลูกค้าที่มีความสำคัญในเรื่องคุณภาพของสินค้ามากกว่าราคา

สำหรับธุรกิจผลิตสินค้าพลาสติกประเภทของใช้ในครัวเรือน ที่จำหน่ายผ่านโมเดิร์นเทรดต่าง ๆ ที่ดำเนินการโดยบริษัทย่อยนั้น มีการแข่งขันไม่รุนแรงนัก เนื่องจากบริษัทย่อยดังกล่าวสามารถควบคุมต้นทุนการผลิตได้ดี ทำให้ราคาสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ รวมทั้ง ยังมีความสัมพันธ์ที่ดีมายาวนานกับกลุ่มลูกค้าโมเดิร์นเทรดต่าง ๆ อย่างไรก็ตามธุรกิจจัดจำหน่ายผ่านโมเดิร์นเทรดต่าง ๆ นั้น ถือได้ว่ามีค่าใช้จ่ายในการขายที่ค่อนข้างสูง

### ธุรกิจพิมพ์ฉลากสินค้า

จากการวิเคราะห์รายได้ที่เพิ่มขึ้นของธุรกิจพิมพ์ฉลากสินค้าในปีที่ผ่านมาเกิดจากการขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้นและมีสินค้าใหม่ๆ ที่หลากหลายขึ้น ทำให้ยอดขายในปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นแม้ว่าจะมีสถานการณ์ Covid-19 อย่างไรก็ตาม การแข่งขันด้านราคายังคงอยู่ในระดับสูง ทำให้บริษัทต้องยังคงมีผลขาดทุนสุทธิ แม้ว่าจะสามารถปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต และควบคุมต้นทุนการผลิตให้ดีขึ้นจนทำให้มีผลขาดทุนสุทธิลดลงแล้วก็ตาม และในปีหน้ายังเชื่อว่าการแข่งขันในธุรกิจยังคงสูงอยู่ ซึ่งบริษัทต้องได้พยายามขยายตลาดไปผลิตสินค้าประเภทใหม่ ๆ เพิ่มเติม เพื่อสร้างยอดขายเข้ามาทดแทนยอดขายของสินค้าเดิมที่จะลดตัวและมีการแข่งขันสูง รวมถึงการขยายตลาดไปยังลูกค้าในประเทศขนาดใหญ่มากขึ้น เพื่อผลักดันยอดขายให้สูงขึ้น

โดยบริษัทยังเชื่อมั่นว่า ในระยะยาวแล้ว แนวโน้มตลาดฉลากสินค้าคุณภาพสูงยังมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น สาเหตุสำคัญเนื่องจากกระแสความนิยมฉลากสินค้าคุณภาพสูงในต่างประเทศเริ่มเข้ามาในประเทศไทย ประกอบกับผู้บริโภคให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามมากขึ้น ดังนั้น การทำฉลากสินค้าที่มีคุณภาพดี สีสดใส สวย จะทำให้สินค้ามีความโดดเด่นและดึงดูดผู้บริโภคได้ง่าย นอกจากนี้ ยังช่วยลดต้นทุนการผลิตโดยผู้ผลิตสินค้าไม่จำเป็นต้องผลิตบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะเหมือนกันแต่มีหลายหลายหรือสีที่แตกต่างกันเก็บไว้เป็นจำนวนมาก แต่อาจมีการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้นจากคู่แข่งที่เพิ่มขึ้น

ธุรกิจพิมพ์ฉลากคุณภาพสูงนี้ต้องใช้เงินลงทุนในเครื่องจักรที่ค่อนข้างสูง และการได้รับการยอมรับจากลูกค้าต้องใช้เวลาและเป็นไปไม่ได้ไม่ยากนัก แต่เนื่องจากบริษัทยังได้ก่อตั้งและผลิตฉลากสินค้าคุณภาพสูงนี้มานานแล้วเป็นเวลามากกว่า 20 ปี จึงเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี อีกทั้งบริษัทที่มีผู้บริหารและพนักงานที่มีประสบการณ์มายาวนานในธุรกิจนี้ ทำให้สามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างครบวงจร และสามารถให้บริการแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าได้

#### **3.1.4 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่**

ในปี 2563 บริษัทและบริษัทย่อยมีรายได้จากลูกค้ารายใหญ่ 5 รายแรก รวมกันเป็นเงินจำนวนประมาณ 543 ล้านบาท จากทั้งธุรกิจผลิตชิ้นส่วนพลาสติกและผลิตฉลากสินค้า ซึ่งคิดเป็นประมาณร้อยละ 46 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 กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ดังกล่าวก็ยังสั่งซื้อสินค้าจากกลุ่มบริษัทอย่างต่อเนื่องยาวนาน

### 3.1.5 ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

ในปี พ.ศ.2563 ได้เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งเหตุการณ์ดังกล่าวไม่ได้ส่งผลกระทบทางลบอย่างเป็นสาระสำคัญต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 เนื่องจากกลุ่มบริษัทผลิตสินค้าที่มีความต้องการอย่างต่อเนื่องและไม่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากสถานการณ์ดังกล่าว อาจจะมีบ้างสำหรับผลกระทบโดยอ้อมต่อภาวะเศรษฐกิจและกำลังซื้อโดยรวมของทั้งโลกและประเทศไทยเอง

ทั้งนี้ คณะกรรมการและผู้บริหารของกลุ่มบริษัทได้ติดตามสถานการณ์การแพร่ระบาดอย่างใกล้ชิดและมีมาตรการป้องกันที่เข้มงวดมาโดยตลอด เพื่อไม่ให้มีผลกระทบให้การผลิตและการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทต้องหยุดชะงักหรือชะลอตัวลง โดยได้มีการประเมินผลกระทบต่อการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ รวมทั้งวางแผนและติดตามความคืบหน้าของสถานการณ์เพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับเหตุการณ์ดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง

### 3.2 ความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อสิทธิหรือการลงทุนของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์

ความเสี่ยงกรณีมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่มากกว่าร้อยละ 50

ปัจจุบันกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท คือ บริษัท วิโอวี อินเทอร์เน็ต จำกัด กลุ่มจีแอสพีพี และกลุ่มอัสกาญจน์ และผู้บริหารของบริษัทอีก 2 ท่าน คือ นายสาทิส ศัตถธร และนายเลอพงศ์ วงศ์ทวีพัฒน์ โดยกลุ่มดังกล่าวถือหุ้นรวมกันคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 48.00 ของทุนชำระแล้วของบริษัท ทำให้ไม่สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้ทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นเรื่องการแต่งตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงสามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นรายใหญ่เสนอได้

### 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 - 2563 ที่ผ่านมา บริษัทและกลุ่มบริษัทได้เตรียมการป้องกันโดยการอุดช่องโหว่ต่าง ๆ และการตรวจสอบความแข็งแรงของรั้วบริษัทรอบโรงงาน และได้เตรียมเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ ในการป้องกันน้ำท่วม อาทิเช่น เครื่องปั้มน้ำขนาดใหญ่ เป็นต้น และบริษัทและกลุ่มบริษัทยังได้มีแผนปฏิบัติการในเรื่องดังกล่าวไว้พร้อมแล้วหากเกิดวิกฤตดังกล่าวขึ้นอีกในอนาคต

### 3.4 ความเสี่ยงด้านการเงิน

#### 3.4.1 ความเสี่ยงในการผิดเงื่อนไขเงินกู้ยืมของธนาคาร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 กลุ่มบริษัทมีเงินสดและเงินลงทุนชั่วคราวจำนวนมากประมาณ 345 ล้านบาท รวมทั้งเงินลงทุนระยะยาวอื่นอีกประมาณ 180 ล้านบาท ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ภายใต้ทรัพย์สินของบริษัท สาลี พรินท์ติ้ง

จำกัด (มหาชน) เนื่องจากในปี 2558 กลุ่มบริษัทได้รับเงินทุนจากการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนให้แก่ประชาชนของบริษัท สาตี พรินต์ติ้ง จำกัด (มหาชน) และจากการขายหุ้นเดิมบางส่วนในบริษัท สาตี พรินต์ติ้ง จำกัด (มหาชน) ของบริษัทฯ ในขณะเดียวกัน บริษัทก็มีการกู้ยืมเงินระยะยาวเพื่อใช้ในการลงทุนจัดตั้งบริษัทย่อยใหม่ คือ บริษัท เพชรสยาม (ประเทศไทย) จำกัด ทำให้ปัจจุบันบริษัทมีเงินกู้ยืมระยะสั้นและเงินกู้ยืมระยะยาวจากธนาคารคงเหลืออยู่จำนวนประมาณ 149 ล้านบาท โดย ณ 31 ธันวาคม 2563 อัตราหนี้สินต่อทุน (D/E ratio) ของกลุ่มบริษัทยังอยู่ในอัตราที่ต่ำ คือ ประมาณ 0.24 เท่า

ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มียอดเงินกู้ยืมระยะยาวจากธนาคารคงค้างจำนวนเงิน 103 ล้านบาท ซึ่งบริษัทฯสามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดทางการเงินตามที่ระบุในสัญญาเงินกู้

#### 3.4.2 ความเสี่ยงด้านภาวะผันผวนของอัตราดอกเบี้ย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 กลุ่มบริษัทมีเงินกู้ยืมระยะสั้นเหลืออยู่ประมาณ 47 ล้านบาท ที่อัตราดอกเบี้ยประมาณ 2.62 – 4.00% และมีเงินกู้ยืมระยะยาวจากธนาคาร เหลืออยู่ประมาณ 127 ล้านบาท ที่อัตราดอกเบี้ยเฉลี่ยประมาณ 3.83% ดังนั้น ผลกระทบจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ยที่อาจสูงขึ้น ก็อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทได้ อย่างไรก็ตาม จากจำนวนเงินกู้ระยะสั้นและระยะยาวที่คงเหลือไม่มากนัก เมื่อเทียบกับฐานะการเงินของกลุ่มบริษัท กลุ่มบริษัทจึงเชื่อว่า ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นนั้นจะมีอยู่อย่างจำกัด และไม่ส่งผลกระทบต่อฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทแต่อย่างใด

#### 3.4.3 ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 กลุ่มบริษัทมีภาระหนี้สินที่เป็นเงินสกุลต่างประเทศ โดยเฉพาะเงินเหรียญสหรัฐอยู่จำนวนประมาณ 383,000 เหรียญสหรัฐ ซึ่งยังไม่ได้มีการทำสัญญาป้องกันความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนไว้ โดยกลุ่มบริษัทก็มีสินทรัพย์ที่เป็นเงินสกุลเหรียญสหรัฐด้วยเช่นกันจำนวน 893,000 เหรียญสหรัฐ ทำให้มีความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนดังกล่าวค่อนข้างน้อยเนื่องจาก มีทั้งหนี้สินและทรัพย์สินที่เป็นเงินเหรียญสหรัฐ โดยภาระหนี้สินที่เป็นเงินสกุลเหรียญสหรัฐดังกล่าวนี้ทั้งหมดเป็นหนี้สินที่เกิดจากการซื้อเครื่องจักรของบริษัทย่อยซึ่งได้รับเครดิตที่ดีเป็นเวลาถึง 1 ปี โดยจะครบกำหนดชำระในช่วงไตรมาสแรกของปี 2564 และโดยที่บริษัทย่อยดังกล่าวมีการขายสินค้าไปยังต่างประเทศและคาดว่าจะมีรายได้เป็นเงินเหรียญสหรัฐประมาณเดือนละมากกว่า 150,000 เหรียญสหรัฐ จึงมีนโยบายที่จะเก็บรายได้ดังกล่าวไว้ในบัญชีเงินสกุลเหรียญสหรัฐ เพื่อไว้จ่ายชำระค่าเครื่องจักรดังกล่าวเมื่อครบกำหนดชำระ รวมทั้งเครื่องจักรที่จะซื้อใหม่เพิ่มเติมในอนาคต เพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนดังกล่าวโดยธรรมชาติ

นอกจากนี้ บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องนี้ โดยได้มีการติดตามการขึ้นลงของอัตราแลกเปลี่ยนอย่างใกล้ชิด มีการปรึกษากับธนาคารถึงความเหมาะสมในการซื้อสัญญาป้องกันความเสี่ยงในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งส่วนใหญ่ธนาคารจะอนุญาตให้ซื้อสัญญาป้องกันความเสี่ยงอัตราแลกเปลี่ยนได้ไม่เกิน 6 เดือน ทั้งนี้ บริษัทจะ ได้ปรึกษาร่วมกับธนาคารอย่างใกล้ชิดในการป้องกันความเสี่ยงดังกล่าวในช่วงเวลาที่เหมาะสมต่อไป

## 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

### 4.1 ทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทและบริษัทย่อยมีทรัพย์สินถาวรที่สำคัญที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ดังนี้

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน		ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1	ที่ดิน เลขที่ 18 หมู่ 10 ตำบลคลองสี่ อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี เนื้อที่ 71 ไร่ - งาน 38 ตารางวา	เป็นเจ้าของ	47.27	-
2	อาคาร	เป็นเจ้าของ	242.51	-
3	เครื่องจักร	เป็นเจ้าของ	401.42	-
5	เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์สำนักงาน	เป็นเจ้าของ	114.22	-
6	ยานพาหนะ	เป็นเจ้าของ	9.03	-
7	เครื่องจักรและอุปกรณ์ระหว่างติดตั้ง	เป็นเจ้าของ	25.40	-
รวมทรัพย์สิน			839.85	-

### 4.2 นโยบายการลงทุนและการบริหารงานในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีเงินลงทุนในบริษัทย่อย 2 บริษัท คือ

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

2. 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

### 4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับทรัพย์สินที่มีการประเมินราคา

- ไม่มี -

## 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ปัจจุบันบริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่มีผลกระทบต่อสินทรัพย์หรือการดำเนินธุรกิจของบริษัท

## 6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

### 6.1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท	:	บริษัท สาลีอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน)
ชื่อย่อหลักทรัพย์	:	SALEE
ประเภทธุรกิจ	:	ผลิตชิ้นส่วนพลาสติก โดยมีบริษัทย่อยทำธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้าพลาสติกประเภทของใช้ในครัวเรือน 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	:	<a href="http://www.saleeind.com">www.saleeind.com</a>
วันที่เข้าซื้อขายวันแรกในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ	:	วันที่ 28 เมษายน 2548
ทุนจดทะเบียน (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563)	:	380,121,074 บาท
ทุนชำระแล้ว (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563)	:	380,121,017 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 1,520,484,068 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท

### การลงทุนในบริษัทอื่น

1. บริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน) ผลิตฉลากสินค้าคุณภาพสูง
 

ทุนจดทะเบียน (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563)	:	300,000,000 บาท
ทุนชำระแล้ว (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563)	:	300,000,000 บาท
อัตราส่วนการถือหุ้น	:	ร้อยละ 65
ที่ตั้ง	:	19 หมู่ 10 ตำบลคลองสี่ อำเภอกลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120 โทรศัพท์ (02) 529-6000 โทรสาร (02) 529-6010-11 <a href="http://www.saleeprinting.com">www.saleeprinting.com</a>
2. บริษัท เพชรสยาม (ประเทศไทย) จำกัด ผลิตและจำหน่ายสินค้าพลาสติกประเภทของใช้ในครัวเรือน
 

ทุนจดทะเบียน (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563)	:	300 ล้านบาท
อัตราส่วนการถือหุ้น	:	ร้อยละ 75.50
ที่ตั้ง	:	4 ซอยพระยามนธาตุฯ แขวงคลองบางบอน เขตบางบอน กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ (02) 416-1030 โทรสาร (02) 415-8981 <a href="http://www.petchsiamthai.com">www.petchsiamthai.com</a>

**นายทะเบียนหลักทรัพย์**

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

ฝ่ายนายทะเบียนหลักทรัพย์

เลขที่ 93 ชั้น 14 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง

เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400

โทรศัพท์ (02) 009-9000 โทรสาร (02) 009-9992

**ผู้สอบบัญชี**

บริษัท ไพร์ชวอเตอร์เฮาส์ คูเปอร์ส เอปียเอส จำกัด

อาคาร บางกอกซิติ์ ทาวเวอร์ ชั้น 15

179/74-80 ถ.สาทรใต้

กรุงเทพมหานคร 10120

โทรศัพท์ (02) 8441000

1. นายบุญเรือง เลิศวิเศษวิทย์

ทะเบียนผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 6552 และ/หรือ

2. นายสง่า โชคนิธิสวัสดิ์

ทะเบียนผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 11251 และ/หรือ

3. นางสาวจนาถ ปัญญานานาสาสตร์

ทะเบียนผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 8435

**6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น**

- ไม่มี -