

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) (Selic Corp Public Company Limited) (“บริษัท” หรือ “Selic”) จัดทะเบียนก่อตั้งบริษัทเมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2555 โดยบริษัทเกิดจากการควบรวมกิจการระหว่าง บริษัท ซีลิก เคมีคอล จำกัด กับ บริษัท อีวา เมนูแฟคเจอร์ส จำกัด ซึ่งทั้ง 2 บริษัท เป็นบริษัทที่ถูกก่อตั้งขึ้นโดยกลุ่มครอบครัวสุวณพิมพ์ ซึ่งมีประสบการณ์ในการผลิตกาวยาอุตสาหกรรมและเคมีภัณฑ์ยาวนานกว่า 30 ปี

ปัจจุบันบริษัทดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจำหน่าย รวมทั้งวิจัยและพัฒนาการอุตสาหกรรม (Adhesive, Specialty and High Performance Adhesive) เพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้าทั้งในและต่างประเทศกว่า 27 ประเทศทั่วโลก โดยมีฐานลูกค้าทั้งในอาเซียน เอเชียใต้ แอฟริกา ยุโรป อเมริกาใต้ รวมถึง ออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นส่วนหนึ่งของสินค้าในหลากหลายอุตสาหกรรม เช่น อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมเครื่องดื่มชูกำลัง เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ อุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนัง อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และงานไม้ทั่วไป อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ และอุตสาหกรรมยานยนต์ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ของบริษัทสามารถแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มหลัก จากคุณสมบัติและการใช้งาน ดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์กาวยา Solvent (Solvent Based Adhesive) เป็นกาวยาที่มีตัวทำละลายเป็นน้ำมันหรือสารระเหยอื่นๆ ใช้ในอุตสาหกรรมเครื่องหนัง รองเท้า ตกแต่งยานยนต์ ก่อสร้าง เฟอร์นิเจอร์และงานไม้ทั่วไป

2. ผลิตภัณฑ์กาวยา น้ำ (Water Based Adhesive) เป็นกาวยาที่มีตัวทำละลายเป็นน้ำ ใช้ในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์บรรจุภัณฑ์ พรม งานไม้ ฉลากสินค้า และ ผลิตภัณฑ์ต่างๆ เป็นต้น

3. ผลิตภัณฑ์กาวยา Hot Melt (Hot Melt Adhesive) หรือกาวยร้อน เป็นกาวยาเทอร์โมพลาสติก โดยแบ่งออกเป็น 1) ผลิตภัณฑ์กาวยา High Performance Hot Melt ใช้ในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ฉลาก บรรจุภัณฑ์ ชิ้นส่วนยานยนต์ แอสเซมบลี เฟอร์นิเจอร์และงานไม้ทั่วไป 2) ผลิตภัณฑ์กาวยา Pressure Sensitive Adhesive (PSA) ใช้ในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค เทปกาวยา ผ้าอ้อม ผ้าอนามัย และ ฉลาก 3) ผลิตภัณฑ์กาวยา Polyurethane Reactive Hot Melt (HMPUR) ใช้ในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และงานไม้ทั่วไป อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมรถยนต์ อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ อุตสาหกรรมสิ่งทอ อุตสาหกรรมก่อสร้าง และแอสเซมบลี

4. ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ได้แก่ สินค้าซื้อมาเพื่อจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสารเคมีชนิดต่างๆ เช่น น้ำยารองพื้น น้ำยาทำความสะอาด เคมีอาหาร น้ำยาเช็ดล้าง และ ซีเมนต์เคลือบผิว เป็นต้น

บริษัท ใช้เครื่องจักรที่ทันสมัย มีกระบวนการผลิตที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน นอกจากนี้ยังมีศูนย์วิจัยที่มีทีมนักวิชาการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีการปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีการผลิตและพัฒนาความรู้ของทีมวิจัยอย่างต่อเนื่องเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องต่อความต้องการที่เปลี่ยนไปของตลาด ประกอบกับนโยบายของบริษัทในการให้คำปรึกษา และคำแนะนำแก่ลูกค้าเพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทจะสามารถตอบสนองต่อกระบวนการผลิตสินค้าของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ช่วยลดต้นทุนในการผลิตให้แก่ลูกค้า จึงทำให้ผลิตภัณฑ์และการบริการของบริษัทมีความโดดเด่นและแตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่นๆ เป็นผลให้บริษัทได้รับความไว้วางใจจากลูกค้ามาโดยตลอด ภายใต้ตราสินค้า WORLD,

VEGAMELT, INTENSITY, MINERVA, TORA, ICETECH, DELTABOND, ZICCO, RHINO, TUFF KIT จุดเด่นอีกประเภทหนึ่งก็คือการมุ่งเน้นพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ได้รับการยอมรับจากลูกค้าและมีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ บริษัทปรับปรุงการบริหารงานควบคู่ไปกับระบบ การจัดการสิ่งแวดล้อม และระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย จนได้ใบรับรองมาตรฐาน ISO 9001:2008, ISO 14001:2004, ISO 22000:2005 และ OHSAS 18001:2007 บริษัทได้ใบรับรองจากกระทรวงอุตสาหกรรมให้เป็นอุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ 3 ระบบสีเขียว (Green System) และได้รับรางวัลสถานประกอบการปลอดภัยเฉลิมพระเกียรติ จากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ ได้รับประกาศเกียรติคุณองค์กรจรรยาบรรณดีเด่น จากหอการค้าไทย ในปี 2558 ทั้งนี้บริษัทยังได้รับรางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น ประเภทบริหารอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม ประจำปี 2559 (The Prime Minister's Industry Award 2016) จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม จากผลงานดังกล่าวส่งผลให้บริษัทมีความน่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง

1.1 เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

บริษัทได้กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม วัตถุประสงค์ และแผนดำเนินงานในการประกอบธุรกิจ ดังนี้

วิสัยทัศน์ (Vision) : มุ่งสู่การเป็นผู้นำธุรกิจใน Adhesive Technologies ครบวงจรระดับโลก ด้วยนวัตกรรมที่ล้ำสมัย

พันธกิจ (Mission) : นวัตกรรมที่สมบูรณ์แบบเพื่อทุกคุณภาพชีวิตอย่างยั่งยืน

ค่านิยม (Values) : SELIC

S = Sustainable Growth and Development (พัฒนาอย่างยั่งยืน โดยยึดมั่นในหลักการบริหารขององค์กร)

E = Excellence (เป็นเลิศด้วยคุณภาพสินค้าและบริการ บนฐานการเงินที่มั่นคง)

L = Loyalty (มีอุดมการณ์ในการทำงานที่ซื่อสัตย์ โปร่งใสและสุจริต)

I = Innovation (มุ่งสร้างนวัตกรรมให้ชาวไทยล้ำหน้าสู่ระดับโลก)

C = Care (ใส่ใจห่วงใยบุคลากร เพิ่มทุกความสุขเพื่อคุณ เพื่อสังคม เพื่อโลก)

วัตถุประสงค์ (Goal) :

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

1. เพื่อให้เป็นองค์กรที่มุ่งสร้างความเป็นเลิศทางด้านการวิจัย พัฒนา ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์กาวอุตสาหกรรม และเคมีภัณฑ์ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน
2. เพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความชำนาญและติดตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางการผลิตกาวอุตสาหกรรมและเคมีภัณฑ์
3. เพื่อให้องค์กรเป็นธุรกิจสู่สากล

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) ได้จดทะเบียนก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2555 โดยกลุ่มครอบครัว สุวัฒน์พิมพ์ ซึ่งเกิดจากการควบรวมกิจการระหว่าง บริษัท ซีลิก เคมีคอล จำกัด กับ บริษัท อีวา เมนูแฟคเจอร์ จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียนจำนวน 215,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญทั้งสิ้นจำนวน 2,150,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100.00 บาท เพื่อประกอบธุรกิจเป็นผู้ผลิต จำหน่าย รวมทั้งวิจัยและพัฒนาการอุตสาหกรรมและเคมีภัณฑ์ที่ใช้ในหลากหลายอุตสาหกรรม เพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ

ปัจจุบันบริษัทมีสำนักงานใหญ่และโรงงาน ตั้งอยู่เลขที่ 270 ถนนเลียบคลองภาษีเจริญฝั่งใต้ แขวงหนองแขม เขต หนองแขม กรุงเทพมหานคร 10160 บนเนื้อที่ 11-2-99 ไร่ (4,699 ตารางวา) ซึ่งประกอบด้วยอาคารโรงงานผลิตรวม 5 อาคาร พื้นที่ ใช้สอยในการผลิต คลังสินค้า ห้องทดลอง และอาคารสำนักงาน

นับตั้งแต่ก่อตั้งบริษัท ในปี 2524 เป็นต้นมา บริษัทมีความเป็นมาและพัฒนาการที่สำคัญ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ปี	เหตุการณ์สำคัญ
ปี 2524	<ul style="list-style-type: none"> วันที่ 22 กันยายน 2524 นายณรงค์ สุวัฒน์พิมพ์ และครอบครัว ก่อตั้งบริษัท ซีลิกเคมีคอล อินดัสตรี จำกัด (ปัจจุบันเลิกกิจการแล้ว ตั้งแต่วันที่ 27 พฤศจิกายน 2541 และชำระบัญชี ในวันที่ 28 ตุลาคม 2542) ด้วยทุนจดทะเบียน 5,000,000 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ จำนวน 50,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100.00 บาท ประกอบธุรกิจ ผลิต น้ำยาฟอกหนัง และเริ่มผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ กาว Solvent หรือกาวยางเป็นครั้งแรก
ปี 2532	<ul style="list-style-type: none"> วันที่ 21 พฤศจิกายน 2532 ก่อตั้งบริษัท อีวาเมนูแฟคเจอร์ จำกัด ประกอบธุรกิจผลิตน้ำยาขัดรถ เคลือบรถ น้ำยาทำความสะอาดรถยนต์ ด้วยทุนจดทะเบียน 2,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ จำนวน 20,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100.00 บาท บริษัท ซีลิกเคมีคอล อินดัสตรี จำกัด เริ่มผลิตกาว GRAFTED โดยใช้เทคโนโลยีจากประเทศญี่ปุ่น
ปี 2535	<ul style="list-style-type: none"> วันที่ 14 มกราคม 2535 ก่อตั้งบริษัท ชิค จำกัด ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายกาววิทยาศาสตร์ น้ำยาฟอกหนัง น้ำยาทำความสะอาดรถยนต์ ด้วยทุนจดทะเบียน 10,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ จำนวน 10,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1,000.00 บาท วันที่ 13 เมษายน 2535 เพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัท อีวาเมนูแฟคเจอร์ จำกัด จาก 2,000,000 บาท เป็น 5,000,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 3,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100.00 บาท ในราคาเสนอขายหุ้นละ 100.00 บาท โดยเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ
ปี 2539	<ul style="list-style-type: none"> วันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2539 เพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัท ชิค จำกัด จาก 10,000,000 บาท เป็น 15,000,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 5,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1,000.00 บาท ในราคาเสนอขายหุ้นละ 1,000.00 บาท โดยเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ
ปี 2540	<ul style="list-style-type: none"> วันที่ 12 ธันวาคม 2540 เพิ่มทุนจดทะเบียนของ บริษัท ชิค จำกัด จาก 15,000,000 บาท เป็น

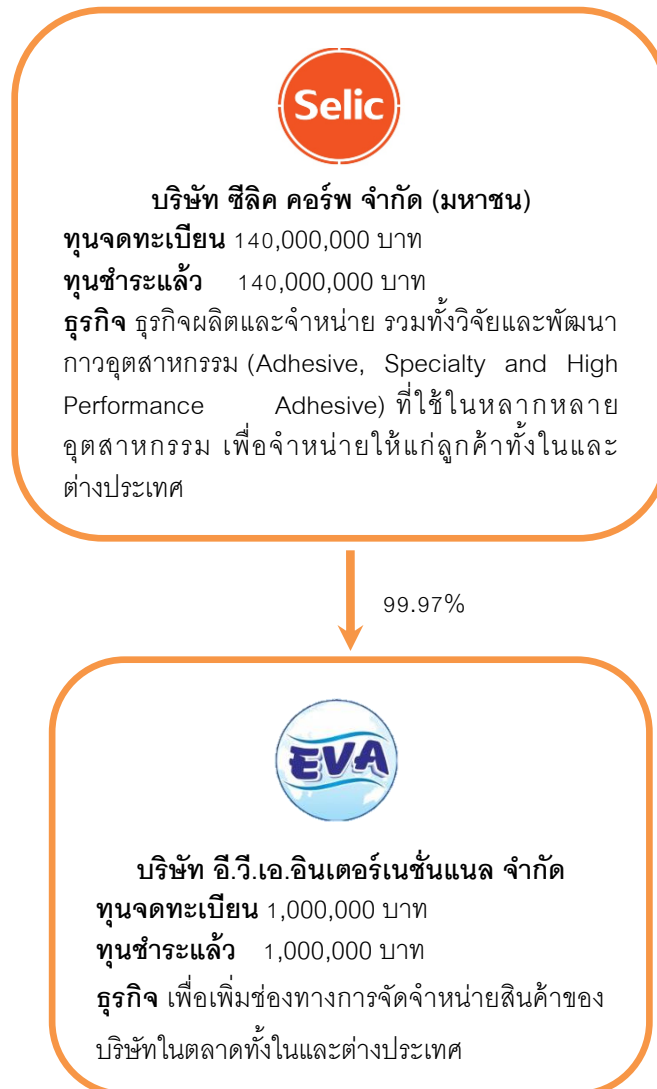
ปี	เหตุการณ์สำคัญ
	35,000,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 20,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1,000.00 บาท ในราคาเสนอขายหุ้นละ 1,000.00 บาท โดยเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ
ปี 2541	<ul style="list-style-type: none"> วันที่ 29 กันยายน 2541 เพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัท อีวา เมนูแฟคเจอร์ จำกัด จาก 5,000,000 บาท เป็น 15,000,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 100,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 100.00 บาท ในราคาเสนอขายหุ้นละ 100.00 บาท โดยเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ วันที่ 27 พฤศจิกายน 2541 บริษัท ซีลิกเคมีคอล อินดัสตรี จำกัด ได้ทำการจดทะเบียนเลิกบริษัท
ปี 2542	<ul style="list-style-type: none"> วันที่ 28 ตุลาคม 2542 บริษัท ซีลิกเคมีคอล อินดัสตรี จำกัด ได้ทำการชำระบัญชีแล้วเสร็จ
ปี 2548	<ul style="list-style-type: none"> วันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2548 บริษัท ชิค จำกัด จดทะเบียนแก้ไขชื่อบริษัทเป็น บริษัท ซีลิก เคมีคอล จำกัด และสร้างห้องปฏิบัติการเพื่อทดสอบการผลิตกาว Hot Melt
ปี 2553	<ul style="list-style-type: none"> วันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2553 เพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัท ซีลิก เคมีคอล จำกัด จาก 35,000,000 บาท เป็น 200,000,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 165,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1,000.00 บาท ในราคาเสนอขายหุ้นละ 1,000.00 บาท ซึ่งการระดมทุนในครั้งนี้มีการเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วน (ทั้งนี้ กลุ่มผู้ถือหุ้นเดิมบางส่วนได้จำหน่ายหุ้นให้แก่ผู้ถือหุ้นใหม่ 5 ราย โดยการเพิ่มทุนครั้งนี้กลุ่มผู้ถือหุ้นเดิมใช้สิทธิเพิ่มทุนเพียงบางส่วน และให้สิทธิส่วนที่เหลือจากการใช้สิทธิของผู้ถือหุ้นเดิมให้แก่กลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหม่ จำนวน 5 ราย) เนื่องจากกลุ่มผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทมีเงินทุนไม่เพียงพอในการเพิ่มทุน ทั้งนี้การเพิ่มทุนครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ ลงทุนในอุปกรณ์ เครื่องจักรและไลน์การผลิต รวมถึงการขยายฐานการตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าต่างประเทศ
ปี 2555	<ul style="list-style-type: none"> วันที่ 29 มิถุนายน 2555 จดทะเบียนควบรวมกิจการระหว่าง บริษัท ซีลิก เคมีคอล จำกัด กับ บริษัท อีวา เมนูแฟคเจอร์ จำกัด เป็น บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 215,000,000 บาท โดยแบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 2,150,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100.00 บาท เนื่องจากต้องการลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ลง จึงดำเนินการควบรวมกิจการทั้ง 2 บริษัทที่มีลักษณะการดำเนินธุรกิจคล้ายคลึงกันเข้าด้วยกัน วันที่ 24 กรกฎาคม 2555 ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 2/2555 มีมติพิเศษในการลดทุนจดทะเบียนของบริษัทจาก 215,000,000 บาท เป็น 200,000,000 บาท โดยการลดจำนวนหุ้นสามัญ เนื่องจากปรับปรุงรายการลูกหนี้ค่าหุ้น โดยแบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 2,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100.00 บาท เริ่มผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์กาวประเภท Pressure Sensitive Adhesive (PSA)
ปี 2557	<ul style="list-style-type: none"> วันที่ 30 มิถุนายน 2557 ได้รับมาตรฐานระบบการบริหารงานคุณภาพ (Quality Management System) ตามมาตรฐาน ISO 9001:2008 จากสำนักงาน Bureau Veritas

ปี	เหตุการณ์สำคัญ
	<ul style="list-style-type: none"> วันที่ 20 ตุลาคม 2557 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2557 มีมติพิเศษในการลดทุนจดทะเบียนของบริษัทจาก 200,000,000 บาท เหลือ 100,000,000 บาท โดยการลดมูลค่าที่ตราไว้ของหุ้นสามัญ เพื่อล้างขาดทุนสะสม โดยแบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 2,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 50.00 บาท
ปี 2558	<ul style="list-style-type: none"> วันที่ 5 มกราคม 2558 ได้รับมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management System) ตามมาตรฐาน ISO 14001:2004 จากสำนักงาน Bureau Veritas วันที่ 19 มกราคม 2558 ได้รับมาตรฐานระบบบริหารความปลอดภัยของอาหาร (Food Safety Management Systems – Requirements for Any Organization in the Supply Chain) ตามมาตรฐาน ISO 22000:2005 จากสำนักงาน Bureau Veritas วันที่ 17 มีนาคม 2558 ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 3 (การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ มีการติดตามประเมินผลและทบทวนเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน) จากกระทรวงอุตสาหกรรม วันที่ 3 สิงหาคม 2558 ได้รับรางวัลสถานประกอบการที่มีความมุ่งมั่น ดำเนินการโครงการสถานประกอบการปลอดภัย เฉลิมพระเกียรติ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี จากกระทรวงแรงงาน วันที่ 25 กันยายน 2558 จัดตั้งบริษัทย่อย คือ บริษัท อี.วี.เอ.อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 10,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100.00 บาท โดยบริษัทถือหุ้นจำนวน 9,997 หุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 99.97 ของทุนจดทะเบียนและมีกรรมการบริษัทร่วมกันคือ คุณเกียรติศักดิ์ สุวัฒน์พิมพ์ และคุณสวริศา สหัสมหาเจริญสุข เพื่อเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของบริษัททั้งในประเทศและต่างประเทศ บริษัทเป็นผู้ผลิตกาวประเภท Polyurethane Reactive Hot Melt (HMPUR) รายแรกและรายเดียวในประเทศไทย บริษัทได้เป็นหนึ่งใน 10 ของบริษัทจากทั่วประเทศที่ได้รับรางวัลประกาศเกียรติคุณจรรยาบรรณดีเด่น จากหอการค้าไทย
ปี 2559	<ul style="list-style-type: none"> วันที่ 8 มิถุนายน 2559 ได้รับมาตรฐานระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย OHSAS 18001:2007 จากสำนักงาน Bureau Veritas วันที่ 9 มิถุนายน 2559 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 2/2559 มีมติอนุมัติเรื่องต่างๆ ดังนี้ <ol style="list-style-type: none"> อนุมัติการเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้และแก้ไขจำนวนหุ้นสามัญของบริษัท โดยอนุมัติการเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้จากเดิม มูลค่าหุ้นละ 50.00 บาท เป็นมูลค่าหุ้นละ 0.50 บาท ซึ่งบริษัทมีทุนชำระแล้วทั้งสิ้น 100,000,000 บาท โดยภายหลังจากการเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นดังกล่าวแล้ว บริษัทมีหุ้นสามัญทั้งสิ้น 200,000,000 หุ้น อนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทเพื่อเป็นการระดมทุนและเสนอขายหุ้นของบริษัทให้กับ

ปี	เหตุการณ์สำคัญ
	<p>ประชาชนเป็นครั้งแรก (Initial Public Offering: IPO) จำนวน 40,000,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญจำนวน 80,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท จากเดิมที่มีทุนจดทะเบียนจำนวน 100,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 200,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท เป็น ทุนจดทะเบียนจำนวน 140,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 280,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท</p> <p>3) อนุมัติการจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทจำนวน 80,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท คิดเป็นมูลค่าหุ้น 40,000,000 บาท เพื่อเสนอขายให้แก่ประชาชนเป็นครั้งแรก (Initial Public Offering: IPO)</p> <p>4) อนุมัติการแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัดและเปลี่ยนชื่อเป็น “บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน)”</p> <ul style="list-style-type: none"> ● วันที่ 21 มิถุนายน 2559 ดำเนินการแปรสภาพจากบริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด เป็น บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) และดำเนินการจดทะเบียนเพิ่มทุนกับกระทรวงพาณิชย์ ● วันที่ 26 กรกฎาคม 2559 ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น ประเภทบริหารอุตสาหกรรมขนาดกลาง และขนาดย่อม ประจำปี 2559 (The Prime Minister's Industry Award 2016) จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ● วันที่ 18 ตุลาคม 2559 หุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัท (SELIC) เข้าจดทะเบียนและเริ่มซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ



1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



บริษัทย่อย

บริษัท อี.วี.เอ.อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ("EVA") [E.V.A. INTERNATIONAL COMPANY LIMITED]

วันที่ก่อตั้ง : 25 กันยายน 2558

ที่ตั้งสำนักงาน : เลขที่ 145 ซอยสุขุมวิท 49 (กลาง) แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110

ลักษณะการประกอบธุรกิจ : เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทในตลาดทั้งในและต่างประเทศ

ทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว : 1,000,000 บาท

จำนวนหุ้นสามัญ : 10,000 หุ้น

มูลค่าที่ตราไว้ต่อหุ้น : 100 บาทต่อหุ้น

กรรมการบริษัท : นายเก่ง สุวัฒนพิมพ์ นายเกียรติศักดิ์ สุวัฒนพิมพ์ และนางสุปราณี อัครชัยสุภิกรม

ความสัมพันธ์กับบริษัท	โดยกรรมการผู้มีอำนาจลงนามได้แก่ นายเก่ง สุวัฒนพิมพ์ หรือ นายเกียรติศักดิ์ สุวัฒนพิมพ์ หรือ นางสาวปภาณี อัครชัยสุวิกรม สองในสามลงลายมือชื่อและประทับตราสำคัญของบริษัท		
	: บริษัท อี.วี.เอ.อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เป็นบริษัทย่อยของบริษัท โดยบริษัทถือหุ้นจำนวน 9,997 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.97 ของทุนจดทะเบียน EVA และมีกรรมการร่วมกันกับบริษัท ได้แก่		
โครงสร้างผู้ถือหุ้น	(1) นายเกียรติศักดิ์ สุวัฒนพิมพ์ และ (2) นางสาวปภาณี อัครชัยสุวิกรม		
	: บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) ถือหุ้นจำนวน 9,997 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.97%		
	นายเก่ง สุวัฒนพิมพ์	ถือหุ้นจำนวน 1 หุ้น	คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.01%
	นายเกียรติศักดิ์ สุวัฒนพิมพ์	ถือหุ้นจำนวน 1 หุ้น	คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.01%
	นางสาวปภาณี อัครชัยสุวิกรม	ถือหุ้นจำนวน 1 หุ้น	คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.01%

หมายเหตุ โครงสร้างดังกล่าวเปลี่ยนแปลงเมื่อวันที่ 6 มกราคม 2560



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) (Selic Corp Public Company Limited) (“บริษัท” หรือ “Selic”) ดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจำหน่าย รวมทั้งวิจัยและพัฒนาการอุตสาหกรรม (Adhesive, Specialty and High Performance Adhesive) เพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ กว่า 27 ประเทศทั่วโลก โดยมีฐานลูกค้าทั้งในอาเซียน เอเชียใต้ แอฟริกา ยุโรป อเมริกาใต้ รวมถึง ออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์ ภายใต้ตราสินค้าต่างๆ เช่น VEGAMELT, INTENSITY, MINERVA, TORA, ICETECH, DELTABOND, WORLD, ZICCO, RHINO, TUFF KIT เป็นต้น ซึ่งเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายในอุตสาหกรรมกาวทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยบริษัทมีสัดส่วนรายได้การจำหน่ายสินค้าในประเทศต่อต่างประเทศ คิดเป็นสัดส่วนประมาณ 70 : 30 ของรายได้จากการขาย

โครงสร้างรายได้ของบริษัท

สำหรับโครงสร้างรายได้ของบริษัทฯ 3 ปี สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 ถึง 31 ธันวาคม 2559 บริษัทฯ มีโครงสร้างรายได้ ดังนี้

	ปี 2557		ปี 2558		ปี 2559	
	ลบ.	%	ลบ.	%	ลบ.	%
1. ผลิตภัณฑ์กาว Solvent	420.63	59.92	312.24	52.63	341.81	60.95
2. ผลิตภัณฑ์กาวน้ำ	20.34	2.90	20.40	3.44	30.47	5.43
3. ผลิตภัณฑ์กาวหลอมร้อน (Hot Melt)	124.35	17.72	143.95	24.26	154.37	27.53
4. ผลิตภัณฑ์อื่นๆ	130.82	18.64	112.50	18.96	29.55	5.27
5. รายได้จากการขายอื่นๆ ^{1/}	5.79	0.82	4.19	0.71	4.59	0.82
รวมรายได้จากการขายสุทธิ	701.93	100.00	593.28	100.00	560.79	100

หมายเหตุ ^{1/} รายได้จากการขายอื่นๆ ได้แก่ รายได้จากการจำหน่ายทรัพย์สินที่ไม่ได้ใช้ในการดำเนินงานของบริษัท รายได้จากการจำหน่ายเศษซาก เป็นต้น

กลุ่มผลิตภัณฑ์จำหน่าย

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์กาว Solvent (Solvent Based Adhesive) เป็นกาวที่อยู่ในสถานะของเหลว ใช้ตัวทำละลายประเภท Solvent ในกลุ่มของน้ำมัน หรือทินเนอร์ เป็นตัวทำละลาย สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้ทั่วไปในอุตสาหกรรมที่หลากหลาย ได้แก่ อุตสาหกรรมเครื่องหนัง รองเท้า ตกแต่งยานยนต์ ก่อสร้าง เฟอร์นิเจอร์ และงานไม้ทั่วไป เป็นต้น
2. ผลิตภัณฑ์กาวน้ำ (Water Based Adhesive) เป็นผลิตภัณฑ์กาวสังเคราะห์และใช้น้ำเป็นตัวทำละลาย ทำให้กาวมีสภาพเป็นของเหลว ใช้งานง่าย และเหมาะกับชิ้นงานที่หลากหลาย เช่น กระดาษ, แผ่นฟอยล์, แก้ว, แผ่น PVC และโลหะ ผลิตภัณฑ์กาวน้ำสามารถนำไปใช้ในอุตสาหกรรมที่หลากหลาย เช่น อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ บรรจุกัมพูชา พรม งานไม้ ฉลากสินค้า และ ผลิตภัณฑ์ต่างๆ เป็นต้น
3. ผลิตภัณฑ์กาว Hot Melt (Hot Melt Adhesive) หรือ “กาวร้อน” เป็นกาวที่มีคุณลักษณะเป็นของแข็ง โดยเมื่อต้องการใช้งานจะต้องนำกาว Hot Melt ไปผ่านความร้อนด้วยเครื่องจักรเพื่อให้กาวละลายกลายเป็น ของเหลว เมื่อเนื้อกาวเย็นตัวลง จะยึดติดวัสดุ 2 ชิ้นเข้าด้วยกัน ผลิตภัณฑ์กาว Hot Melt เป็นผลิตภัณฑ์ที่ถูกใช้ในหลายอุตสาหกรรม เช่น อุตสาหกรรมที่มีระบบการติดฉลากสินค้าด้วยเครื่องจักร หรือระบบบรรจุสินค้าอัตโนมัติ บนสายพานการผลิต เช่น อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และงานไม้ทั่วไป อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมรถยนต์ อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ สิ่งพิมพ์ สินค้าอุปโภคบริโภค เทปกาว ผ้าอ้อม ผ้าอนามัย และแอสแซมบลี เป็นต้น ผลิตภัณฑ์กาว Hot Melt แบ่งประเภทออกเป็น 3 ประเภทย่อย ตามคุณสมบัติทางเคมีของกาว และการใช้งานของลูกค้า ได้ดังนี้
 - 3.1 ผลิตภัณฑ์กาว High Performance Hot Melt มีลักษณะเฉพาะตัวคือ สามารถคืนรูปเป็นของแข็ง และหลอมเหลวใหม่ได้เมื่อกาวได้รับความร้อน
 - 3.2 ผลิตภัณฑ์กาว Pressure Sensitive Adhesive (PSA) มีลักษณะเฉพาะตัวคือ เนื้อกาวมีความยืดหยุ่น และมีความเหนียวตลอดเวลาเหมือนสติ๊กเกอร์ สามารถลอก และติดใหม่ได้
 - 3.3 ผลิตภัณฑ์กาว Polyurethane Reactive Hot Melt (HMPUR) มีลักษณะเฉพาะตัวคือ มีความแข็งแรงสูง หลังจากที่มีการเชื่อมตัวแล้วจะไม่คืนรูปเป็นของเหลวถึงแม้ว่าจะผ่านความร้อนอีกครั้ง
4. ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ได้แก่ สินค้าซื้อขายไป และการจำหน่ายสารเคมีชนิดต่างๆ เช่น น้ำยารองพื้น น้ำยาทำความสะอาด กระจก เคมีอาหาร น้ำยาขัดล้าง น้ำยาทำความสะอาดพื้นผิววัสดุ เคมีเช็ดคราบกาวและสิ่งสกปรก และซีฟู้ดเคลือบผิว เป็นต้น

บริษัทได้การรับรองมาตรฐาน ISO 9001:2008, ISO 14001:2004 และ ISO 22000:2005เนื่องจากการพัฒนา มาตรฐานและปรับปรุงการบริหารงานควบคู่ไปกับระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ระบบบริหารความปลอดภัยของอาหาร และ ระบบบริหารความปลอดภัยของอาหาร และมาตรฐานระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย OHSAS 18001:2007 รวมถึงได้รับรองจากกระทรวงอุตสาหกรรมให้เป็นอุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ 3 และรางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น ประเภทบริหารอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม ประจำปี 2559 (The Prime Minister's Industry Award 2016) ซึ่ง มาตรฐานเหล่านี้สามารถรองรับการขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มประเทศยุโรป และส่งผลให้รายได้ของบริษัทมีการเติบโตอย่าง ต่อเนื่อง

ลักษณะผลิตภัณฑ์

บริษัทดำเนินกิจการผู้ผลิตและจำหน่าย รวมทั้งวิจัยและพัฒนาการอุตสาหกรรม (Adhesive, Specialty and High Performance Adhesive) เพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ โดยผลิตภัณฑ์ของทางบริษัทสามารถแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม แยกตามคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และลักษณะการใช้งาน ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์กาว Solvent (Solvent Based Adhesive)

ผลิตภัณฑ์กาว Solvent อยู่ในสถานะเป็นของเหลวที่มีส่วนผสมของตัวทำละลายประเภท Solvent ในกลุ่มของ น้ำมัน หรือทินเนอร์ โดยสารละลายประเภท Solvent จะละลายส่วนผสมต่าง ๆ ในเนื้อกาวให้เข้ากัน และหลังจากที่ทา กาวลงบนพื้นผิววัสดุแล้ว สารละลายประเภท Solvent จะระเหยออกไปหมดเหลือแต่เนื้อกาวที่ยึดติดชิ้นงาน

ผลิตภัณฑ์กาว Solvent ของบริษัทมีหลายชนิดขึ้นอยู่กับเคมีที่ผสมเป็น Base กาวที่ทางบริษัท จำหน่าย เช่น Polychloroprene, Polyurethane, Polystyrene เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานที่อยู่ในอุตสาหกรรมที่หลากหลาย ได้แก่ อุตสาหกรรมเครื่องหนัง รองเท้า ตกแต่งยานยนต์ ก่อสร้าง เฟอร์นิเจอร์ และงานไม้ทั่วไป เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์กาว Solvent เป็นกาวที่บริษัทมีประสบการณ์ในการผลิต และจัดจำหน่ายมากกว่า 25 ปี ชื่อสินค้าหรือ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่รู้จักในวงการอุตสาหกรรมเครื่องหนัง และรองเท้า ได้แก่ กาวตราลูกโลก (World)



2. ผลิตภัณฑ์กาวน้ำ (Water Based Adhesive)

โดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์กาว Solvent มีส่วนผสมของตัวทำละลายที่มีอันตราย เช่น ทินเนอร์ สารละลายในกลุ่มของน้ำมัน จึงไม่เหมาะที่จะนำไปใช้กับอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ทางบริษัทจึงคิดค้นผลิตภัณฑ์กาวน้ำ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์กาวสังเคราะห์และใช้น้ำเป็นตัวทำละลาย ทำให้กาวมีสภาพเป็นของเหลว ใช้งานง่าย และเหมาะกับชิ้นงานที่หลากหลาย เช่น กระดาษ แผ่นฟอยล์ แก้ว แผ่น PVC พลาสติกและโลหะ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์กาวน้ำสามารถใช้ในอุตสาหกรรมที่หลากหลาย เช่น อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ บรรจุภัณฑ์ พรม งานไม้ ฉลากสินค้า และ ผลิตภัณฑ์ต่างๆ เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์กาวน้ำ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัยต่อผู้ผลิต (Producer) และผู้ใช้สินค้า (End User) หลักการทำงานของผลิตภัณฑ์กาวน้ำ คือ ผู้ใช้งานจะทาการลงบนวัสดุที่ต้องการ และประกบชิ้นงานเข้าด้วยกัน โดยน้ำจะเป็นตัวนำเนื้อกาวซึมลงไปในพื้นผิววัสดุ หลังจากนั้นเมื่อส่วนที่เป็นน้ำระเหยออกหมด เนื้อกาวจะกลายเป็นฟิล์มแข็ง และยึดติดชิ้นงานที่ประกบกัน

ลักษณะของงานที่นิยมใช้กาวน้ำ ได้แก่

งานติดฉลากขวดแก้ว/ขวดพลาสติก งานผลิตกล่องบรรจุภัณฑ์ งานผลิตซองเอกสาร ซองจดหมาย งานติดปลายฉลากสินค้าอาหารกระป๋อง งานอุตสาหกรรมผลิตกระดาษชำระ งานวัตถุดิบในการผสมเพื่อผลิตวัสดุก่อสร้าง งานติดฉลากเครื่องดื่มชูกำลัง เครื่องดื่มแอลกอฮอล์



3. ผลิตภัณฑ์กาว Hot Melt (Hot Melt Adhesive)

ผลิตภัณฑ์กาว Hot Melt หรือที่เรียกกันว่า “กาวร้อน” เป็นกาวที่มีคุณลักษณะเป็นของแข็ง (ที่อุณหภูมิห้อง) และเมื่อต้องการใช้งานจะต้องนำกาว Hot Melt ไปผ่านความร้อนด้วยเครื่องจักร เพื่อให้กาวละลายกลายเป็นของเหลว และฉีดกาวที่มีสภาพเป็นของเหลวนั้น ไปยังจุดที่ต้องการยึดติด และทำการประกบวัสดุดังกล่าวเข้าด้วยกัน และเมื่อกาวเย็นตัวลง กาวจะกลายเป็นของแข็งอีกครั้ง และยึดติดวัสดุ 2 ชิ้นเข้าด้วยกัน

ผลิตภัณฑ์กาว Hot Melt เป็นผลิตภัณฑ์ที่ถูกใช้ในหลาย ๆ อุตสาหกรรม โดยเฉพาะอุตสาหกรรมที่มีระบบการติดฉลากสินค้าด้วยเครื่องจักร หรือระบบบรรจุสินค้าอัตโนมัติบนสายพานการผลิต เช่น อุตสาหกรรมเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมอาหารแช่แข็ง อุตสาหกรรมอาหารกระป๋อง และกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภคต่างๆ เช่น เทปกาว ผ้าอ้อม ผ้าอนามัย และ ฉลาก เป็นต้น นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์กาว Hot Melt ยังถูกใช้ในอุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่น อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ อุตสาหกรรมก่อสร้าง อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และงานไม้ทั่วไป อุตสาหกรรมยาสูบ อีกด้วย

ผลิตภัณฑ์กาว Hot Melt ถูกแบ่งประเภทออกเป็น 3 ประเภท ตามคุณสมบัติทางเคมีของกาวได้ ดังนี้

3.1 ผลิตภัณฑ์กาว High Performance Hot Melt – เป็นกาว Hot Melt ประเภทคีนรูป (Thermoplastic) ที่มีลักษณะเฉพาะตัวคือ สามารถคีนรูปเป็นของแข็ง และหลอมเหลวใหม่ได้เมื่อกาวได้รับความร้อน โดยลักษณะงานของลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์กาวประเภทนี้ เช่น

งานติดฉลากบนกระป๋อง งานติดกล่องบรรจุสินค้า กล่องลูกฟูก งานติดหลอดบนกล่องนม กล่องน้ำผลไม้ งานติดส้นหนังสือในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

3.2 ผลิตภัณฑ์กาว Pressure Sensitive Adhesive (PSA) – เป็นกาว Hot Melt อีกชนิดหนึ่งที่เรียกกัน

โดยย่อว่ากาว PSA มีลักษณะเฉพาะตัวคือ เนื้อกาวมีความยืดหยุ่น และมีความเหนียวตลอดเวลาเหมือนสติ๊กเกอร์ สามารถลอก และติดใหม่โดยการกดได้ ซึ่งลักษณะงานของลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์กาวประเภทนี้ ได้แก่

งานติดฉลาก Oriented Poly Propylene (OPP) บนบรรจุภัณฑ์พลาสติก กล่องบรรจุสินค้าที่เป็น PVC ใส กาวกันลื่นระหว่างกล่องลูกฟูก เทปกาว กระดาษโพสท์-อิท สินค้าผ้าอ้อม ผ้าอนามัย

3.3 ผลิตภัณฑ์กาว Polyurethane Reactive Hot Melt (HMPUR) – ปัจจุบันบริษัทเป็นผู้ผลิตเพียงรายเดียวที่สามารถผลิตกาว HMPUR ได้ในประเทศไทย ผลิตภัณฑ์กาว HMPUR เป็นกาวประเภทคงรูป (Thermosetting) ที่มีความแข็งแรงสูง หลังจากที่ถูกกาวมีการเซ็ทตัวแล้วจะไม่คีนรูปเป็นของเหลวถึงแม้ว่าจะผ่านความร้อนอีกครั้ง ดังนั้นสินค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์กาวประเภทนี้สามารถนำไปวางไว้กลางแจ้งได้ สามารถทนต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศร้อน-ชื้น สามารถทนต่อการใช้งานที่หนัก และสามารถทนต่อเคมีที่เป็นกรด-ด่างได้ เช่น

งานชิ้นส่วนรถยนต์ งานในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์หรืองานไม้ทั่วไป งานติดส้นหนังสือในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์



3. การตลาดและการแข่งขัน

กลุ่มลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ภาคอุตสาหกรรมเป็นส่วนประกอบที่มีความสำคัญอย่างหนึ่งในอุตสาหกรรม ซึ่งกลุ่มลูกค้าของบริษัทจะกระจายอยู่ในภาคอุตสาหกรรมต่างๆ เช่น อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมรองเท้าและผลิตภัณฑ์หนัง อุตสาหกรรมก่อสร้าง เป็นต้น ดังนั้น กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทได้แก่ภาคอุตสาหกรรมทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดเล็ก เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของบริษัทสามารถตอบสนองการใช้งานของลูกค้าได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ บริษัทยังมีทีมงานฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์คอยปรับปรุงและพัฒนาคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ให้มีความเฉพาะเจาะจงและเหมาะสมต่อการใช้งานของลูกค้าแต่ละราย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีฐานลูกค้าทั้งหมดประมาณ 800 ราย ซึ่งประกอบด้วยบริษัทชั้นนำขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียงของแต่ละอุตสาหกรรมทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ทั้งนี้ บริษัทไม่มีการพึ่งพิงลูกค้ารายใดรายหนึ่ง หรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีกลุ่มลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศที่ซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นประจำ

ภาวะการแข่งขัน

ภาพรวมของอุตสาหกรรมผู้ผลิตและจำหน่ายการมีการแข่งขันจากคู่แข่งหลัก 7 ราย จากทั้งในและต่างประเทศ โดยบริษัทมีฐานลูกค้าในประเทศกว่า 800 ราย และ ส่งออกกว่า 27 ประเทศทั่วโลก อาทิ บังกลาเทศ ปากีสถาน ชูแดน เอธิโอเปีย กาน่า กัวเตมาลา ซาอุดีอาระเบีย เซเนกัล ออสเตรเลีย พม่า กัมพูชาและเวียดนาม เป็นต้น ทั้งนี้ปัจจัยในการแข่งขันทางธุรกิจของแต่ละบริษัทมีหลากหลาย ได้แก่ ราคา คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ลักษณะการใช้งาน หรือคุณลักษณะเฉพาะ ความต่อเนื่องการจัดส่ง การบริการลูกค้าและความหลากหลายของสายผลิตภัณฑ์ ตัวขับเคลื่อนสำคัญในการกำหนดราคา คือ ต้นทุนวัตถุดิบที่ปรับเปลี่ยนตามราคาน้ำมันดิบโลกและภาวะอุตสาหกรรมของกลุ่มลูกค้าของบริษัท ทางบริษัทมีจุดเด่นจากการบริการที่มีลักษณะทางเทคนิคและการปรับเปลี่ยนคุณสมบัติของสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าในแต่ละราย ทั้งนี้สำหรับผู้ผลิต การจำหน่ายสินค้าเป็นไปตามข้อกำหนดมาตรฐาน มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยผู้ผลิตต้องมีความรู้และประสบการณ์ในการเรียนรู้และปรับปรุงเพื่อให้ได้สูตรการผลิตที่เหมาะสมกับคุณสมบัติของวัตถุดิบแต่ละรอบที่นำเข้ามาสู่กระบวนการผลิต เพื่อให้มีอัตราส่วนสูญเสียในระดับต่ำ ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อต้นทุนในการผลิต และความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งแต่ละรายในตลาด ทั้งนี้บริษัทกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเพื่อรองรับการแข่งขันดังกล่าว โดยเน้นการรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เกิดความหลากหลายและครบวงจร รวมทั้งเน้นการให้บริการอย่างครบวงจรโดยทีมงานผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้เกิดความประทับใจ

บริษัทมุ่งเน้นการผลิตสินค้าที่ได้คุณภาพระดับมาตรฐานสากล เป็นที่ยอมรับของลูกค้าและ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้หลากหลายรูปแบบในราคาที่เหมาะสม การให้บริการที่รวดเร็วและประทับใจ รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมุ่งเน้นการสร้างเชื่อมั่นในตราสินค้าของบริษัท ด้วยการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ และใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย ด้วยผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีหลากหลายของกลุ่มสินค้า ได้แก่

ผลิตภัณฑ์กาว Solvent (Solvent Based Adhesive), ผลิตภัณฑ์กาวน้ำ (Water Based Adhesive) และ ผลิตภัณฑ์กาว Hot Melt (Hot Melt Adhesive) การที่บริษัทมีแผนวิจัยและพัฒนา จึงทำให้บริษัทเป็นผู้นำในการคิดค้นและวิจัยผลิตภัณฑ์ใหม่ Polyurethane Reactive Hot Melt (HMPUR) ที่สามารถทนความร้อนได้สูง จึงเป็นผลให้บริษัทมีความแตกต่าง (Differentiation) จากคู่แข่งในตลาด โดยมีกลยุทธ์ทางการตลาด ดังนี้

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Market Back Strategy)

- 1) บริษัทเน้นกลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะพิเศษแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง ซึ่งบริษัทเห็นว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุด กลยุทธ์นี้จึงมีความเหมาะสมกับอุตสาหกรรมกาวที่มีความจำเป็นต้องมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาของลูกค้า ส่งผลให้บริษัทสามารถผลิตกาวอุตสาหกรรมที่มีคุณสมบัติเฉพาะและตรงต่อการใช้งานของลูกค้าแต่ละรายที่มีความหลากหลาย กระบวนการผลิตของบริษัทมีการใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยและประยุกต์นวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามาพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพที่ดีขึ้น ได้มาตรฐานและมีความเฉพาะเจาะจงต่อความต้องการของลูกค้าแต่ละราย นอกจากนี้ บริษัทยังมีผู้เชี่ยวชาญด้านวิจัยและพัฒนาที่มีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมกาวมาอย่างยาวนานและมีฝ่ายวิจัยและพัฒนาของบริษัทที่ทำหน้าที่ วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงเป็นผู้ให้ความรู้และคอยให้คำแนะนำทางด้านการวิจัยและพัฒนา กับทีมงานของบริษัท ทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติที่ดีขึ้นและมีความพร้อมต่อการใช้งานที่หลากหลายของลูกค้าในวงกว้าง ซึ่งในปัจจุบันกาวอุตสาหกรรมนั้น ถือเป็นส่วนประกอบที่มีความสำคัญกับอุตสาหกรรมต่างๆ มากมาย

ในปัจจุบันบริษัทเป็นผู้ผลิตเพียงรายเดียวในประเทศไทยที่สามารถผลิตกาวในกลุ่ม Polyurethane Reactive Hot Melt (HMPUR) ได้ ซึ่งผลิตภัณฑ์นี้เป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์กลุ่ม Specialty Adhesive กาวประเภทนี้เป็นที่นิยมในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมก่อสร้าง และอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ บริษัทมีการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับการใช้งานในอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่หลากหลายยิ่งขึ้น นอกจากนี้บริษัทยังเป็นหนึ่งในผู้ผลิตไม่กี่รายในอาเซียนที่สามารถผลิตกาว Water Based Adhesive ที่เป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์กลุ่ม High Performance Adhesive ได้ เนื่องจากบริษัทมีการปรับปรุงคุณสมบัติของกาวให้มีความคงทน และสามารถยึดติดกับบรรจุภัณฑ์ของลูกค้าได้หลากหลาย

นอกจากนี้บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานระบบการบริหารงานคุณภาพ ตามมาตรฐาน ISO 9001:2008 มาตรฐานระบบบริหารความปลอดภัยของอาหาร ตามมาตรฐาน ISO 22000:2005 มาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ตามมาตรฐาน ISO 14001:2004 และ มาตรฐาน การจัดการอาชีวอนามัยและความ

ปลอดภัย OHSAS 18001:2007 จากสำนักงาน Bureau Veritas ซึ่งเป็นสิ่งยืนยันถึงคุณภาพผลิตภัณฑ์ การบริหารงานที่มีคุณภาพ และมีมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับทั้งในระดับประเทศและระดับสากลอีกด้วย

- 2) บริษัทให้ความสำคัญในการสอบถาม และปรับปรุงคุณสมบัติของกาวยาให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า โดยฝ่ายขายของบริษัทจะเข้าสำรวจความต้องการของลูกค้า และดำเนินการร่วมกับทีมวิจัยและพัฒนา และทีมช่างเทคนิค เพื่อปรับปรุงคุณภาพของกาวยาให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด (Market Back Strategy) ส่งผลให้ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ทำให้เกิดการสั่งซื้อซ้ำอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งฝ่ายขายของบริษัทจะเข้ารับฟังความต้องการของลูกค้าเมื่อลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลง วัสดุที่ต้องยึดติด เพื่อนำข้อมูลกลับมาปรับปรุงคุณสมบัติกาวยาให้เหมาะสม

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทยังมีส่วนช่วยลดปริมาณการนำเข้ากาวยา High Performance and Specialty Adhesive (Imported Product Replacement) จากต่างประเทศ เพราะ ผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีคุณภาพ และกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน อีกทั้งมีการทำวิจัยและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยและเป็นระดับสากล ส่งผลให้ลูกค้าที่เป็นกลุ่มผู้ผลิตหันมาใช้ผลิตภัณฑ์ ที่ผลิตโดยคนไทยมากยิ่งขึ้น

2. กลยุทธ์ด้านการเพิ่มมูลค่าให้แก่ลูกค้า (Value Creation Strategy)

บริษัทมีกลยุทธ์เพิ่มมูลค่าให้แก่ลูกค้าโดยผ่านโปรแกรม Pak Sol บริษัทนำความทันสมัยของเครื่องหลอมกาวยาอัตโนมัติตัวล่าสุดมารวมกับ High Performance Adhesive ของบริษัท เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ลูกค้าของบริษัท โปรแกรมนี้สามารถ ช่วยลดต้นทุนการผลิตด้วยความสามารถพิเศษของเครื่องหลอมกาวยาและคุณสมบัติพิเศษของผลิตภัณฑ์ High Performance Adhesive ส่งผลให้ปริมาณการใช้กาวยาลดลง อีกทั้งยังลดความกังวลใจของลูกค้าที่อาจเกิดจากปัญหาของกาวยาและเครื่อง หลอมกาวยา ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและพึงพอใจโปรแกรม Pak Sol และหันมาใช้บริการดังกล่าวกับทางบริษัทมากขึ้น

3. กลยุทธ์ด้านการกำหนดราคาขาย (Dynamic Pricing Strategy)

บริษัทมีกลยุทธ์ด้านการกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์ตามต้นทุนการผลิตสินค้าบวกด้วยอัตรากำไรที่เหมาะสม ซึ่งนโยบายการตั้งราคาสินค้าจะแบ่งตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ กลุ่มลูกค้า ภาวะอุปสงค์และอุปทานในตลาด โดยการอิงราคา ผลิตภัณฑ์ตามราคาตลาดเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นในตลาดได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทไม่มีนโยบาย ในการแข่งขันด้านราคาด้วยการตัดราคาสินค้าแข่งกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ แต่จะให้ความสำคัญกับคุณภาพของ ผลิตภัณฑ์ ที่ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับของลูกค้าในหลากหลายกลุ่มอุตสาหกรรม นอกจากนี้บริษัทยังมีการให้ส่วนลด แก่ลูกค้า โดยพิจารณาประวัติของลูกค้าในการสั่งซื้อสินค้าและการชำระเงินของลูกค้า เป็นต้น

บริษัทอาจมีการเปลี่ยนแปลงราคาขายผลิตภัณฑ์ ในกรณีที่ราคาปิโตรเคมี ซึ่งเป็นวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีความผันผวนตามราคาในตลาดโลกที่มีนัยสำคัญและเป็นไปตามภาวะตลาดในขณะนั้น โดยมีฝ่ายจัดซื้อของบริษัทติดตามราคาวัตถุดิบอย่างใกล้ชิด เพื่อให้ในการวางแผนการสั่งซื้อวัตถุดิบให้สอดคล้องกับการผลิตผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซึ่งบริษัทสามารถควบคุมต้นทุนและกำไรขั้นต้นได้อย่างเหมาะสม

สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ผลิตเป็นมาตรฐานนั้น บริษัทมีการกำหนดราคาขายตามใบเสนอราคาขายผลิตภัณฑ์และมีการให้ส่วนลดแก่ลูกค้าตามนโยบายของบริษัท อย่างไรก็ตามบริษัทจะมีการพิจารณาปรับราคาขายสินค้าให้สอดคล้องกับต้นทุนการผลิตตามความเหมาะสม ส่วนผลิตภัณฑ์บางกลุ่มที่บริษัทผลิตให้มีคุณสมบัติเฉพาะตามความต้องการของลูกค้านั้น บริษัทจะกำหนดราคาขายสินค้าจากปริมาณการสั่งซื้อ ความซับซ้อนของสูตรการผลิตและกระบวนการผลิต

4. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Strategy)

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีบทบาทและความสำคัญในอุตสาหกรรมต่างๆ เช่น อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมรองเท้า อุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้าง อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ อุตสาหกรรมรถยนต์ อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ เป็นต้น บริษัทมีการแบ่งทีมขายออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ทีมขายในประเทศและทีมขายต่างประเทศ โดยบริษัทมีช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ การรับคำสั่งซื้อโดยตรงจากลูกค้า การส่งทีมงานขายเข้าไปติดต่อกับลูกค้าโดยตรง

บริษัทให้ความสำคัญกับกลุ่มลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงประเทศที่มีกำลังซื้อและศักยภาพในการเติบโตสูง โดยกลุ่มลูกค้าเหล่านี้จะเป็นกลุ่มที่ให้ความสนใจในคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นหลัก ปัจจุบันบริษัทมีสัดส่วนรายได้การจำหน่ายสินค้าในประเทศต่อต่างประเทศ คิดเป็นสัดส่วนประมาณ 70 : 30 นอกจากนี้บริษัทยังให้ความสนใจในการเจาะกลุ่มตลาดไปยังต่างประเทศมากขึ้นในอนาคต อีกทั้งบริษัทได้จัดตั้งบริษัทย่อย คือ บริษัท อี.วี.เอ.อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ขึ้น เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งจะช่วยให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในอุตสาหกรรม

5. กลยุทธ์ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ (Communication Strategy)

บริษัทให้ความสำคัญกับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยตรง ส่งเสริมให้ลูกค้ารู้จักถึงผลิตภัณฑ์ของบริษัท ในเชิงคุณภาพที่โดดเด่นเหนือคู่แข่งและมีมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วกัน ปัจจุบันบริษัทมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคได้รู้จักสินค้าและบริการของบริษัทภายใต้ตราสินค้าที่เป็นตัวแทนและภาพลักษณ์ของบริษัท โดยบริษัทมีกลยุทธ์ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ดังนี้



ตราสินค้า "ซีลิก"

- 1) การออกบูธแสดงสินค้าตามงานแสดงสินค้า ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น งานแสดงสินค้าอุตสาหกรรม เทคโนโลยีกระบวนการผลิตและการบรรจุ PROPAK ASIA INTERPACK GERMANY 2014, PACKEXPO LAS VEGAS 2015, IPACK IMA 2015, TOKYOPACK 2016, งานแสดงสินค้าเครื่องหนังและรองเท้า ASIA PACIFIC LEATHER FAIR 2016, GUANGZHOU SHOES AND LEATHER FAIR 2016
- 2) การให้สัมภาษณ์ของผู้บริหาร ผ่านสื่อและสิ่งพิมพ์ต่างๆ
- 3) การโฆษณาผ่านเว็บไซต์ของบริษัทที่ <http://seliccorp.com> และสื่อสังคม (Social Network) ที่เว็บไซต์ <https://th-th.facebook.com/selic.thailand/> ซึ่งลูกค้าสามารถเข้าไปเยี่ยมชมผลิตภัณฑ์ คุณลักษณะ ตราสินค้า การใช้งานต่างๆ ของทางบริษัทได้
- 4) การใช้สื่อมัลติมีเดียต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าใจการประกอบธุรกิจและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้มากยิ่งขึ้น เช่น แอนิเมชันของ High Performance Adhesive และ โปรแกรม PackSol

กิจกรรมเหล่านี้เป็นการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้เป็นที่รู้จักของลูกค้าอย่างแพร่หลายในวงกว้าง โดยเฉพาะตราสินค้าของบริษัทที่เป็นที่รู้จัก เช่น เครื่องหมายการค้า "WORLD" "INTENSITY" "ICETECH" และ "DELTABOND" เป็นต้น ซึ่งบริษัทใช้กลยุทธ์สื่อสารแต่ละเครื่องหมายการค้าให้เหมาะสมกับลูกค้าในแต่ละตลาด นอกจากนี้ บริษัทยังมีนโยบายให้พนักงานสร้างความสัมพันธ์และความคุ้นเคยกับลูกค้า เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของลูกค้าที่แท้จริง และนำข้อมูลกลับมาวิจัยและพัฒนา เพื่อผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณสมบัติตรงตามความต้องการและการใช้งานของลูกค้าอีกด้วย

การโฆษณาประชาสัมพันธ์จะช่วยลดปัญหาการปลอมแปลงตราสินค้า เนื่องจากผู้บริโภคตระหนักได้ถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทที่มีความโดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่น

บัตรเชิญงาน ProPak Asia 2016



ความได้เปรียบในการแข่งขัน

1. มีทีมวิจัยและพัฒนาเป็นของตนเอง (Internal World-Class R&D Capabilities)

เนื่องจากบริษัทคู่แข่งในประเทศส่วนมาก ไม่มีทีมวิจัยและพัฒนาเป็นของตนเอง ซึ่งตามลักษณะของภาวะจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงตามเทคโนโลยีและวัสดุผลิตภัณฑ์ของลูกค้าที่ต้องการรูปทรงที่มีความทันสมัยสวยงามและมีต้นทุนต่ำ หากไม่มีทีมวิจัยและพัฒนาเป็นของตนเองจะทำให้ไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ทันเวลาและอาจส่งผลให้เสียส่วนแบ่งการตลาดให้กับคู่แข่ง บริษัทมีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านวิจัยและพัฒนา (สัญชาติอเมริกัน-ไต้หวัน) ที่มีประสบการณ์ด้านพัฒนา Specialty Adhesive และ High Performance Adhesive โดยตรงมากกว่า 20 ปี ซึ่งมีความเข้าใจในอุตสาหกรรมกาวและทราบถึงความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี และมีทีมงานนักวิจัยและพัฒนาประจำของบริษัท กว่า 23 คน (ซึ่งประกอบไปด้วยนักวิจัยที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาเอก 4 คน ระดับปริญญาโท 12 คนและอื่นๆอีกจำนวน 7 คน โดยหัวหน้าทีมวิจัยและพัฒนา มีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านการผลิต Specialty Adhesive และ High Performance Adhesive) มีหน้าที่วิจัยและพัฒนางานใหม่ๆ รวมถึงเป็นผู้ให้ความรู้และคำแนะนำทางด้านการวิจัยและพัฒนา กับทีมงานของบริษัท

บริษัทมีห้องวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์กาวที่ทันสมัยและมีขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศ ซึ่งประกอบด้วยเครื่องมือวิเคราะห์โครงสร้างเคมีและคุณสมบัติทางกายภาพที่ทันสมัย ทำให้ทีมนักวิจัยและพัฒนาสามารถค้นคว้าและพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ ให้กับบริษัท ทีมวิจัยของบริษัทเป็นทีมเดียวในประเทศที่สามารถวิจัยและพัฒนาสินค้าในกลุ่ม Polyurethane Reactive Hot Melt (HMPUR) บริษัทยังมีเครื่องทดสอบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เพื่อให้เป็นที่แน่ใจว่าสินค้าของบริษัทมีคุณภาพและประสิทธิภาพที่ได้มาตรฐาน

2. การมีทีมงานเฉพาะทางให้บริการดูแลลูกค้า (Strong Technical Sales)

บริษัทมีการจัดส่งทีมงานเฉพาะทางเข้าไปดูแลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ (จำนวน 5 คน) ซึ่งทีมงานพร้อมให้ความช่วยเหลือลูกค้าได้ทันทีหากลูกค้าประสบปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์ บริษัทจัดให้มีเจ้าหน้าที่ จัดอบรมการใช้กาว เครื่องหลอมกาว และวิธีแก้ไขปัญหาเบื้องต้น รวมทั้งวิธีการปรับปรุงเครื่องจักรให้เกิดความคุ้มค่าและลดต้นทุนการผลิต ซึ่งที่ผ่านมาเป็นที่ได้รับความพึงพอใจจากลูกค้าเป็นอย่างดีและถือเป็นบริการหลังการขายที่สำคัญของบริษัท

3. คู่แข่งขันใหม่เข้าสู่ตลาดได้ยาก (High Barrier to Entry)

เนื่องจากบริษัทประกอบธุรกิจในอุตสาหกรรมนี้มาเป็นเวลายาวนาน บริษัทจึงมีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ที่มีความสามารถในการแข่งขันกับบริษัทคู่แข่ง มีห้องปฏิบัติการในการวิจัยและพัฒนา มีเทคโนโลยีในการผลิตระดับสูงและใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยในการผลิต อีกทั้งบริษัทยังมุ่งเน้นการให้บริการที่จะพัฒนา ปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์

ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้ามากที่สุด และมีบริการหลังการขายที่จะส่งทีมงานเข้าตรวจสอบข้อขัดข้องในการใช้งานผลิตภัณฑ์ตามที่ถูกคำแจ้ง จึงเป็นการยากสำหรับคู่แข่งรายใหม่ๆที่จะเข้าสู่ตลาด

4. เป็นที่ยอมรับและได้รับความเชื่อมั่นจากลูกค้า (Trust in Quality)

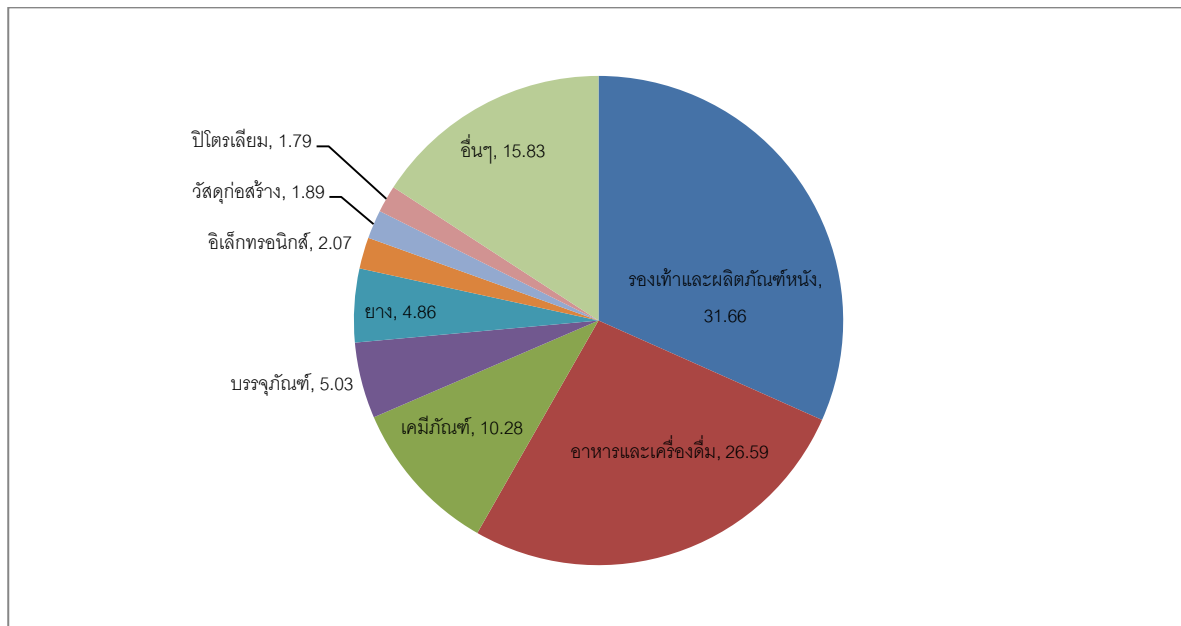
บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานจาก ระบบ การจัดการสิ่งแวดล้อม ระบบบริหารความปลอดภัยของอาหาร และระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย จนได้ใบรับรองมาตรฐานจนได้ใบรับรองมาตรฐานตามระบบคุณภาพ ISO 9001:2008, ISO 14001:2004 , ISO 22000:2005 และ OHSAS 18001:2007 เป็นผลให้บริษัทได้ใบรับรองจากกระทรวงอุตสาหกรรมให้เป็นอุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ 3 ระบบสีเขียว(Green System) จากผลงานดังกล่าวส่งผลให้บริษัทมีความน่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง

นอกจากนี้บริษัทยังได้รับรางวัลสถานประกอบการปลอดภัยเฉลิมพระเกียรติ จากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ และประกาศเกียรติคุณองค์กรจรรยาบรรณดีเด่น จากหอการค้าไทย ในปี 2558 รางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น ประเภทบริหารอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม ประจำปี 2559 (The Prime Minister's Industry Award 2016) จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

ภาวะอุตสาหกรรม

ภาวะอุตสาหกรรมของบริษัท สามารถอ้างอิงได้จาก กลุ่มลูกค้าของบริษัทที่อยู่ในหลากหลายอุตสาหกรรม เช่น อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้าง และ อุตสาหกรรมเครื่องหนัง เป็นต้น ทางบริษัทจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปยังกลุ่มลูกค้าของบริษัทกว่า 27 ประเทศ ทางบริษัท จึงต้องคำนึงถึงภาวะเศรษฐกิจของกลุ่มลูกค้าในแต่ละภูมิภาค ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อยอดขายของบริษัท

กลุ่มอุตสาหกรรมของลูกค้าในประเทศ ปี 2559



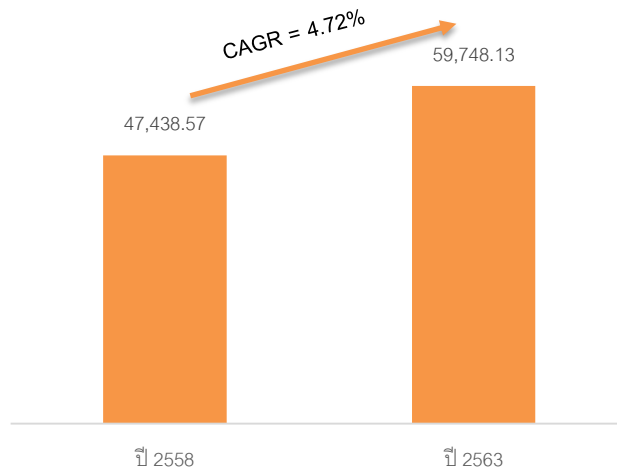
หมายเหตุ: สัดส่วนยอดขายดังกล่าวคิดจากยอดขายรวมภายในประเทศ

นอกจากนี้อีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการผลิต คือ ภาพรวมของตลาดวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิต เช่น เรซิน (Resin) หรือ โพลีคลอโรพรีน (Polychloroprene) เป็นต้น การที่ราคาน้ำมันดิบในปัจจุบันอยู่ในราคาต่ำเฉลี่ยไม่เกิน 50 ดอลลาร์สหรัฐ ต่อบาร์เรล จะส่งผลดีต่อราคาวัตถุดิบหลัก ซึ่งเป็นต้นทุนสำคัญของการผลิต เนื่องจากวัตถุดิบดังกล่าวเป็นผลผลิตจากการกลั่นน้ำมันดิบ ราคาวัตถุดิบหลักจึงมีความสัมพันธ์กับราคาน้ำมันในตลาดโลก

ตลาดการโลก

จากการวิเคราะห์ข้อมูลขององค์กร Markets and Markets strategic analysis services คาดว่าสภาวะตลาดการโลกในปี 2558 ถึงปี 2563 มูลค่าตลาดการโลก (Market Size) จะเติบโตขึ้นจาก 47,438 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เป็น 59,748 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นอัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยต่อปี (Compound Annual Growth Rate : CAGR) ร้อยละ 4.72 เนื่องจากการคิดค้นและประยุกต์ใช้การในหลากหลายอุตสาหกรรมมากขึ้น รวมทั้งตลาดที่เกิดขึ้นใหม่ในภูมิภาคเอเชีย แอฟริกาและอเมริกาใต้ ที่จะมีการใช้ผลิตภัณฑ์การมากขึ้น

มูลค่าของตลาดกาาโลก (หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐ)



ที่มา: องค์กร Markets and Markets strategic analysis services (เดือนเมษายน ปี 2558)

	ปี 2557	ปี 2563
มูลค่าตลาดกาาโลก (ดอลลาร์สหรัฐ)	45,364	59,748
มูลค่าตลาดกาาโลก (พันตัน)	16,039	20,546
ส่วนแบ่งของตลาดกาาตามภูมิภาค (ร้อยละ)	อเมริกาเหนือ: ร้อยละ 23.39 ยุโรปตะวันตก: ร้อยละ 20.41 เอเชีย-แปซิฟิก: ร้อยละ 44.49 อื่นๆ: ร้อยละ 11.71	อเมริกาเหนือ: ร้อยละ 21.90 ยุโรปตะวันตก: ร้อยละ 18.63 เอเชีย-แปซิฟิก: ร้อยละ 47.73 อื่นๆ: ร้อยละ 11.74
ส่วนแบ่งของตลาดกาาตามชนิด (ร้อยละ)	Water-based: ร้อยละ 49.23 Solvent-based: ร้อยละ 14.74 Hot-Melt: ร้อยละ 14.81 Reactive & Others: ร้อยละ 21.22	Water-based: ร้อยละ 47.20 Solvent-based: ร้อยละ 12.79 Hot-Melt: ร้อยละ 15.96 Reactive & Others: ร้อยละ 24.05
อัตราส่วนการเติบโตเฉลี่ย (ปี 2558 - ปี 2563)	มูลค่าตลาดกาา (ดอลลาร์สหรัฐ): ร้อยละ 4.72 มูลค่าตลาดกาา (ตัน): ร้อยละ 4.27	

ที่มา: องค์กร Markets and Markets strategic analysis services (เดือนเมษายน ปี 2558)

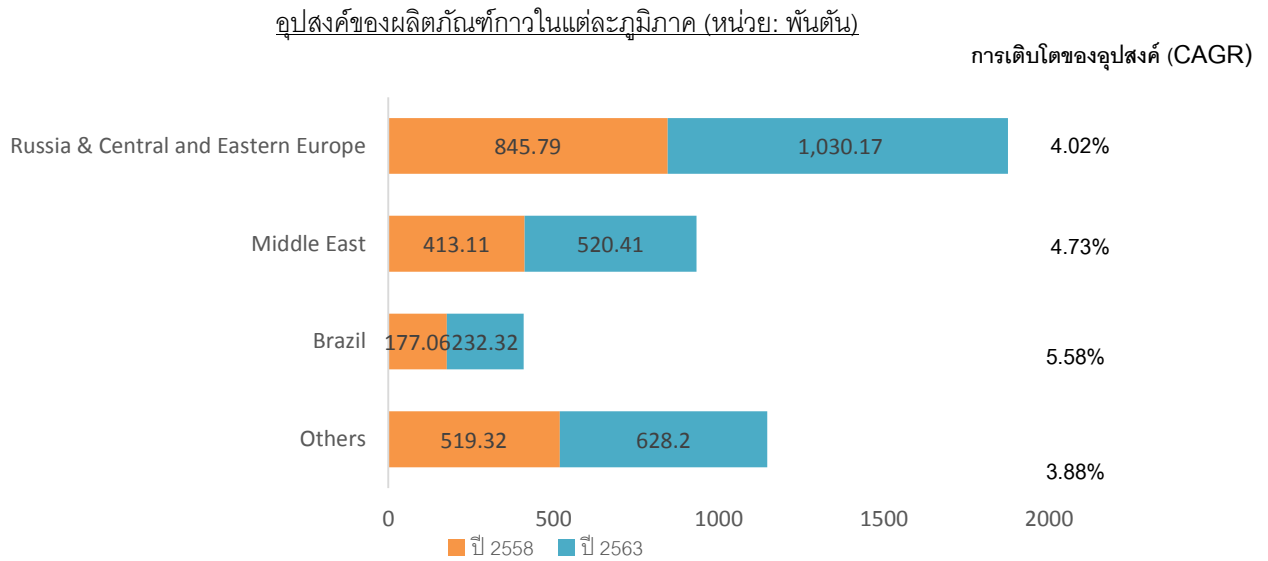
ทางด้านมูลค่าของตลาดดาวในแต่ละภูมิภาคจะแบ่งออกเป็น เอเชีย-แปซิฟิก, อเมริกาเหนือ, ยุโรปตะวันตกและภูมิภาคอื่นๆ โดยภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกมีมูลค่าตลาดดาวปี 2563 อยู่ที่ 27,342 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปี 2558 คือ 20,277 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 6.16 ภูมิภาคอเมริกาเหนือมีมูลค่าตลาดดาวปี 2563 อยู่ที่ 13,660 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปี 2558 คือ 11,419 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 3.88 ภูมิภาคยุโรปตะวันตกมีมูลค่าตลาดดาวปี 2563 อยู่ที่ 11,815 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปี 2558 คือ 10,238 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 2.86 และภูมิภาคอื่นๆ มีมูลค่าตลาดดาวปี 2563 อยู่ที่ 5,502 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปี 2558 คือ 6,929 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 5.04 โดยรวมมูลค่าตลาดดาวมีแนวโน้มจะปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.72 ซึ่งเป็นผลดีแก่ผู้ประกอบการธุรกิจดาว

มูลค่าของตลาดดาวในแต่ละภูมิภาค

ภูมิภาค	ปี 2558 (หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	ปี 2563 (หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	อัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR: ร้อยละ) ระหว่างปี 2558 ถึงปี 2563
เอเชีย-แปซิฟิก	20,277	27,342	6.16
อเมริกาเหนือ	11,419	13,660	3.88
ยุโรปตะวันตก	10,238	11,815	2.86
อื่นๆ	5,502	6,929	5.04
รวม	47,436	59,746	4.72

ที่มา: องค์กร Markets and Markets strategic analysis services (เดือนเมษายน ปี 2558)

ในด้านของการเติบโตของอุปสงค์ผลิตภัณฑ์ดาวในแต่ละภูมิภาค ตลาดเกิดใหม่ทางอเมริกาใต้ อาทิเช่น บราซิล เป็นต้น มีอัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยสูงที่สุดในระหว่างปี 2558 ถึง ปี 2563 คิดเป็นร้อยละ 5.58 อันดับที่สองคือภูมิภาคตะวันออกกลางที่มีมูลค่าอุปสงค์เพิ่มขึ้นจาก 413.11 พันตัน เป็น 520.41 พันตัน คิดเป็นอัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยร้อยละ 4.73 ทางด้านภูมิภาคแถบรัสเซียและภูมิภาคยุโรปกลางและตะวันออกมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยรวมกันร้อยละ 4.02 เพิ่มขึ้นจาก 845.79 พันตัน เป็น 1,030.17 พันตัน และเป็นภูมิภาคที่มีมูลค่าอุปสงค์ผลิตภัณฑ์ดาวสูงเป็นอันดับหนึ่ง ภูมิภาคอื่นๆ อาทิเช่น แอฟริกาและอเมริกาใต้ (ยกเว้นประเทศบราซิล) มีมูลค่าอุปสงค์ผลิตภัณฑ์ดาวเพิ่มขึ้นจาก 519.32 เป็น 628.20 พันตัน คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 3.88



ที่มา: องค์การ Markets and Markets strategic analysis services (เดือนเมษายน ปี 2558)

ในส่วนของแนวโน้มมูลค่าของตลาดการในปี 2563 แบ่งตามอุตสาหกรรมของการใช้งาน อุตสาหกรรมขนส่ง มีแนวโน้มที่มีการเติบโตสูงที่สุดที่ร้อยละ 5.69 เพิ่มขึ้นจาก 5,861 ล้านดอลลาร์สหรัฐเป็น 7,731 ล้านดอลลาร์สหรัฐ อุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคที่ร้อยละ 4.52 อุตสาหกรรมก่อสร้างที่ร้อยละ 4.52 ตามด้วยอุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนังที่ร้อยละ 4.46 อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ที่ร้อยละ 3.24 และอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และเครื่องไม้เนื้อแข็งที่ร้อยละ 2.98 หนึ่งในสาเหตุของการใช้ผลิตภัณฑ์การมากขึ้นระหว่างปี 2558 ถึง ปี 2563 คือ การเติบโตของประชากรโลกที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้มีการใช้จ่ายและความต้องการเพิ่มขึ้นในสินค้าอุปโภคและบริโภค รวมถึงการก่อสร้างอาคารและบ้านเรือน จึงทำให้การใช้ผลิตภัณฑ์การของอุตสาหกรรมข้างต้นปรับตัวสูงขึ้น

มูลค่าของตลาดกาแบ่งตามอุตสาหกรรม

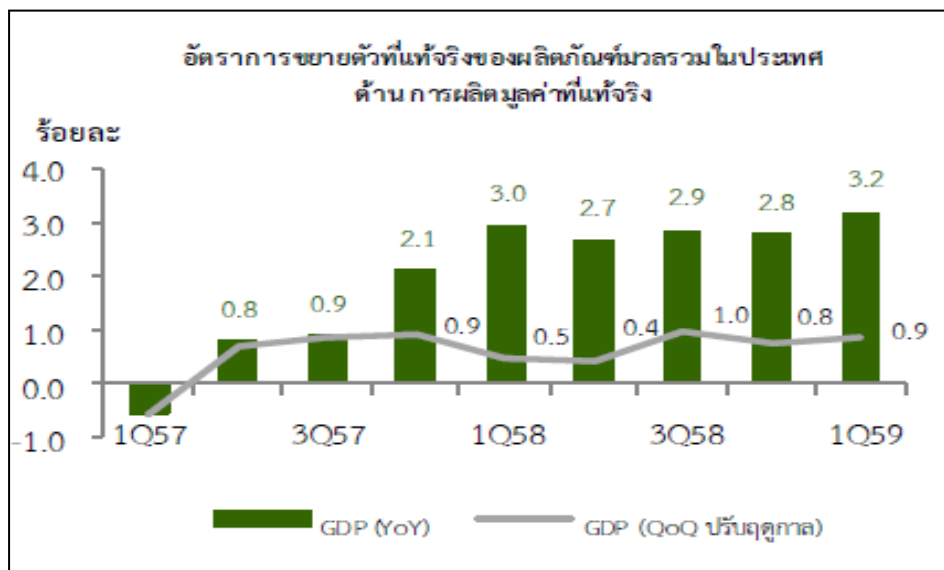
อุตสาหกรรม	ปี 2558 (หน่วย: ล้านดอลลาร์ สหรัฐ)	ปี 2563 (หน่วย: ล้านดอลลาร์ สหรัฐ)	อัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR: ร้อยละ) ระหว่างปี 2558 ถึงปี 2563
บรรจุภัณฑ์	13,314	15,768	3.44
ก่อสร้าง	8,286	10,530	4.91
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้ภายใน	3,355	3,903	3.07
ขนส่ง	5,861	7,731	5.69
สินค้าอุปโภคและบริโภค	1,793	2,261	4.75
รองเท้าและเครื่องหนัง	1,376	1,724	4.61
อื่นๆ	6,465	8,480	5.58
รวม	40,450	50,397	4.50

ที่มา: องค์การ Markets and Markets strategic analysis services (เดือนเมษายน ปี 2558)

ภาพรวมเศรษฐกิจไตรมาสที่ 1 ของปี 2559 และแนวโน้มปี 2559

เนื่องจากกลุ่มลูกค้าของบริษัทส่วนมากเป็นอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้าง และ อุตสาหกรรมเครื่องหนัง รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรมเหล่านี้ สามารถอ้างอิงได้จากภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งหนึ่งในตัวแปรที่สามารถวัดภาวะเศรษฐกิจของประเทศ คือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ และ กิจกรรมของภาครัฐและเอกชน

เศรษฐกิจไทยในไตรมาสที่ 1 ของปี 2559 ขยายตัวร้อยละ 3.2 เทียบกับการขยายตัวร้อยละ 2.8 ในไตรมาสถัดก่อนหน้า ในด้านการใช้จ่าย มีปัจจัยสนับสนุนจากการปรับตัวดีขึ้นของอุปสงค์ภายในประเทศ โดยเฉพาะการขยายตัวแรงขึ้นของการอุปโภคของภาครัฐที่ขยายตัวร้อยละ 8.0 การใช้จ่ายภาคครัวเรือนและภาครัฐ และการปรับตัวดีขึ้นของการลงทุนภาคเอกชน ที่ขยายตัวร้อยละ 2.3 ในขณะที่การส่งออกสินค้าปรับตัวสูงขึ้น เนื่องจากปริมาณการส่งออกสินค้าและบริการขยายตัวได้ถึงร้อยละ 5.1 ในด้านการผลิตนอกภาคเกษตรขยายตัวร้อยละ 3.7 โดยที่ภาคบริการขยายตัวสูงตามรายได้จากนักท่องเที่ยว



ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (ณ 16 พฤษภาคม 2559)

อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

จากข้อมูลสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ในปี 2557 ภาวะการผลิตอุตสาหกรรมอาหารในภาพรวมลดลงจากปี 2556 ร้อยละ 3.07 โดยสาเหตุมาจากการผลิตน้ำตาลที่ลดลง เนื่องจากได้รับผลกระทบภัยแล้งทำให้อ้อยเข้าหีบมีคุณภาพลดลงจากปีก่อน ด้านการจำหน่ายมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.83 ส่วนหนึ่งเป็นผลจากผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อเศรษฐกิจดีขึ้น เมื่อปัจจัยการเมืองที่การชุมนุมทางการเมืองคลี่คลายลง ส่วนการส่งออกปรับตัวดีขึ้นร้อยละ 5.84 ในปี 2557 จากค่าเงินบาทอ่อนค่าลง ซึ่งเกิดจากการยกเลิกการกระตุ้นเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกา ที่ส่งผลต่อมูลค่าเงินดอลลาร์สหรัฐสูงขึ้น และบางส่วนจากภาวะเศรษฐกิจของประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรปที่เป็นตลาดหลักเริ่มปรับตัวดีขึ้น

ทางด้านอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม ศูนย์วิจัยกสิกรไทยสรุปภาพรวมตลาดเครื่องดื่ม ในปี 2557 มีมูลค่าโดยประมาณ 4.3 ถึง 4.4 แสนล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปี 2556 ทั้งนี้แม้ว่าตลาดเครื่องดื่มในปี 2557 จะได้รับผลกระทบจากปัจจัยทางด้านกำลังซื้อและปัจจัยด้านการเมืองแต่ผลจากการเติบโตของตลาดเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์หลายๆ ประเภท เช่น ชาพร้อมดื่ม น้ำดื่ม และเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ที่ผู้ประกอบการรายใหม่ๆ เพิ่มงบการตลาดส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับการปรับขึ้นภาษีสรรพสามิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เฉลี่ยร้อยละ 7 ถึง 8 ในช่วงเดือนกันยายน 2556 ส่งผลให้ผู้ประกอบการปรับราคาจำหน่ายเพิ่มขึ้น จึงทำให้ตลาดเครื่องดื่มในปี 2557 ยังคงมีการเติบโตทางด้านมูลค่าเพิ่มขึ้นเล็กน้อย

ในปี 2558 มีปริมาณการผลิตเพิ่มขึ้น จากปี 2557 ร้อยละ 2.42 เนื่องจากการผลิตน้ำตาล และปศุสัตว์ที่เพิ่มขึ้น ส่วนการส่งออกปรับตัวลดลงร้อยละ 5.66 จากสินค้ากลุ่มประมง กลุ่มข้าวและธัญพืช เนื่องจากคำสั่งซื้อและความต้องการของประเทศผู้นำเข้าลดลง การยกเลิกการให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไปที่ทำให้ระดับราคาสินค้าของไทยเพิ่มขึ้น ทางด้านเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ซึ่งเน้นแข่งขันด้านราคาจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น สำหรับตลาดเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ หลายกลุ่มยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากปี 2557

ในไตรมาสแรกของปี 2559 สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติสรุปภาพรวมของอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ได้แก่ หมวดอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ และหมวดเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ และยาสูบ ทางด้านด้านหมวดอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ ขยายตัวร้อยละ 2.9 ซึ่งปรับตัวดีขึ้นจากไตรมาสก่อนหน้า โดยการบริโภคสินค้าหมวดอาหารขยายตัวร้อยละ 3.1 ปรับตัวดีขึ้นจากที่ขยายตัวร้อยละ 2.8 ในไตรมาสก่อนหน้า โดยเฉพาะการบริโภคปลา เนื้อสัตว์ ผัก ขนมปังและธัญพืช และน้ำตาลและผลิตภัณฑ์ขนมหวานที่ปรับตัวดีขึ้น ส่วนการบริโภคนม เนยและไข่ น้ำมันและไขมัน ผลไม้ และผลิตภัณฑ์อาหารอื่น ๆ ชะลอตัวลง สำหรับการบริโภคเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ ขยายตัวร้อยละ 1.5 จากที่ลดลงร้อยละ 3.3 ในไตรมาสก่อนหน้า ในส่วนของหมวดเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์และยาสูบ ขยายตัวร้อยละ 0.4 จากร้อยละ 0.3 ในไตรมาสก่อนหน้า เป็นผลมาจากยาสูบหดตัวต่อเนื่องร้อยละ 2.5 จากที่ลดลงร้อยละ 0.4 ในไตรมาสก่อนหน้า ส่วนการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ขยายตัวร้อยละ 1.8 เป็นผลมาจากการบริโภคไวน์และเบียร์เพิ่มขึ้น ขณะที่การบริโภคสุราลดลง

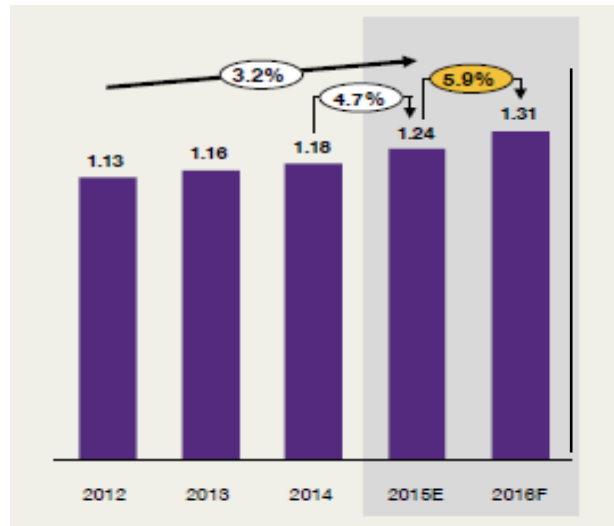
หมวด	ไตรมาสแรกปี 2558	ไตรมาสแรกปี 2559	ภาพรวมไตรมาสแรก 2559
อาหาร	+2.8%	+3.1%	+2.9%
เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์	+3.3%	+1.5%	
เครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์	N/A	+1.8%	+0.4%
ยาสูบ	-0.4%	-2.5%	

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (ณ วันที่ 16 พฤษภาคม 2559)

นอกจากนี้สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยและฝ่าย Economic Intelligence Center ธนาคารไทยพาณิชย์ ได้สรุปภาพรวมอุตสาหกรรมอาหารในปี 2559 มีแนวโน้มเติบโตดีขึ้นร้อยละ 5.9 เมื่อเทียบกับปี 2558 สอดคล้องกับการฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องของภาวะเศรษฐกิจไทย การฟื้นตัวของภาวะเศรษฐกิจส่งผลให้ผู้บริโภคในประเทศมีกำลังซื้อสินค้าอาหารและเครื่องดื่มเพิ่มขึ้นตามไปด้วย นอกจากนี้ แนวโน้มการบริโภคที่ดีขึ้นยังได้รับแรงสนับสนุนจากสถานการณ์ทางการเมืองภายในประเทศที่คลี่คลายและมีเสถียรภาพมากขึ้นเป็นลำดับ รวมทั้งแนวโน้มการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่คาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2559 จะมีประมาณ 30 ล้านคน ค่าใช้จ่ายสำหรับอาหารและเครื่องดื่มของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้โดยประมาณคิดเป็นร้อยละ 20 ของการใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มทั้งหมดในไทย ซึ่งปัจจัยบวกเหล่านี้ล้วนมีส่วนช่วยให้อุตสาหกรรมอาหารในประเทศเติบโตดีขึ้น

มูลค่าการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มในประเทศ

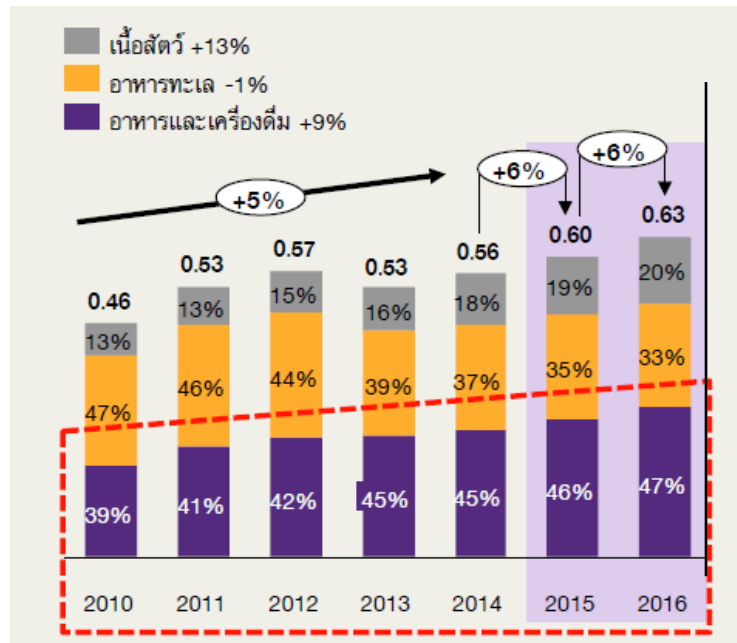
(หน่วย: ล้านล้านบาท)



ที่มา : Economic Intelligence Center, ธนาคารไทยพาณิชย์ (เดือนมกราคม ปี 2559)

สำหรับตลาดต่างประเทศ การส่งออกอาหารของไทยมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับทิศทางการฟื้นตัวของภาวะเศรษฐกิจโลกโดยรวมและการรวมกลุ่มเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asean Economic Community : AEC) ทั้งนี้ คาดว่าเศรษฐกิจโลกในปี 2559 จะเติบโตสูงขึ้นประมาณร้อยละ 3 ขณะที่การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจในแต่ละภูมิภาคเริ่มมีความชัดเจนมากขึ้นเป็นลำดับ โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่ซึ่งมีแนวโน้มเติบโตเร็วกว่ากลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว และเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงในแง่ของความต้องการบริโภคและนำเข้าอาหาร สถานการณ์เศรษฐกิจโลกที่ฟื้นตัวขึ้นดังกล่าวจะเป็นปัจจัยสนับสนุนสำคัญต่อแนวโน้มการเติบโตของการบริโภคภาคเอกชน และส่งผลให้ผู้บริโภคในตลาดโลกมีกำลังซื้อในส่วนของการใช้จ่ายด้านอาหารเพิ่มขึ้นตาม

มูลค่าการส่งออกอาหารและเครื่องดื่มในประเทศ (หน่วย: ล้านล้านบาท)



ที่มา : Economic Intelligence Center, ธนาคารไทยพาณิชย์ (เดือนมกราคม ปี 2559)

สำหรับการรวมกลุ่มเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อาจส่งผลในทางบวกกับธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในประเทศ ทั้งในด้านการผลิตอาหารเพื่อส่งออกและการลงทุนในกลุ่มประเทศอาเซียน หากพิจารณาโดยรวมแล้ว นับได้ว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความพร้อมและความได้เปรียบในลำดับต้นๆ ของกลุ่มอาเซียน ทั้งความพร้อมในด้านของวัตถุดิบที่หลากหลายและพื้นฐานการเกษตรที่ดี ทักษะฝีมือแรงงานที่มีคุณภาพและเหมาะสมกับต้นทุนค่าจ้าง เทคโนโลยีการผลิตที่มีความทันสมัยมาตรฐานสินค้าที่ได้รับการยอมรับในตลาดโลก และทำเลที่ตั้งซึ่งอยู่ตรงกลางของกลุ่มประเทศอาเซียน นับเป็นจุดแข็งสำคัญที่ช่วยให้การการค้ากับประเทศต่าง ๆ ได้สะดวก ยิ่งไปกว่านั้น ประเทศไทยสามารถสร้างเครือข่ายพันธมิตรและขยายความร่วมมือกับประเทศสมาชิกอาเซียน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กัมพูชา ลาว เมียนมา และเวียดนาม หรือที่เรียกว่ากลุ่มประเทศ CLMV เพื่อเพิ่มโอกาสในการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารไปยังผู้บริโภคกลุ่มนี้ซึ่งจะมีความต้องการบริโภคเพิ่มขึ้นตามการขยายตัวของเศรษฐกิจและรายได้ต่อหัวประชากร แต่ขณะเดียวกัน ก็เป็นการเปิดโอกาสให้สินค้าจากกลุ่มประเทศอาเซียนสามารถใช้ช่องทางดังกล่าว เข้าสู่ตลาดเครื่องดื่มของไทย และส่งผลให้อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มมีสูงขึ้นในระยะข้างหน้า

อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์

ข้อมูลจากฐานข้อมูลอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ได้สรุปภาพรวมของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ในปี 2556 ถึงไตรมาสแรกของปี 2559 และแนวโน้มของ ปี 2559 โดยแยกบรรจุภัณฑ์ออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

บรรจุภัณฑ์พลาสติก

ในปี 2556 - 2558 มีปริมาณการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกรวมประมาณ 1,519,995 ตันต่อปี 1,562,436 ตันต่อปี และ 1,725,175 ตันต่อปี ตามลำดับ และมีปริมาณการจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกรวมประมาณ 1,131,017 ตันต่อปี 1,142,576 ตันต่อปี และ 1,271,119 ตันต่อปี ตามลำดับ โดยอัตราการขยายตัวสำหรับปริมาณการผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกในปี 2556 ถึง 2558 เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 13.49 และ 12.39 ตามลำดับ ซึ่งอัตราการขยายตัวระหว่างปี 2557 และ 2558 ปรับตัวสูงกว่าปีก่อนเพียงเล็กน้อย สืบเนื่องจากภาวะทางเศรษฐกิจในภาพรวมที่ยังไม่ฟื้นตัวและยังมีความเสี่ยงที่อัตราการขยายตัวภาคการผลิตจะต่ำกว่าที่คาดการณ์ สำหรับไตรมาสแรกของปี 2559 บรรจุภัณฑ์พลาสติกมีปริมาณการผลิต ปริมาณการจำหน่ายมูลค่าการส่งออกปรับตัวเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาสที่สี่ของปี 2558 และเมื่อเทียบกับไตรมาสแรกของปี 2558

บรรจุภัณฑ์กระดาษ

ในปี 2556 - 2558 บรรจุภัณฑ์กระดาษมีการขยายตัวเล็กน้อย โดยมีปริมาณการผลิตรวมทั้งปี ประมาณ 2,065,521 ตันต่อปี 2,134,556 ตันต่อปี และ 2,108,726 ตันต่อปี ตามลำดับ และปริมาณการจำหน่ายรวมประมาณ 2,065,450 ตันต่อปี 2,134,943 ตันต่อปี และ 2,112,371 ตันต่อปี ตามลำดับ ทั้งนี้เมื่อเทียบ ปี 2557 และ ปี 2558 ปริมาณการผลิตและจำหน่ายลดลง คิดเป็นร้อยละ 1.21 และ 1.06 ตามลำดับ สำหรับไตรมาสแรกของปี 2559 บรรจุภัณฑ์กระดาษมีปริมาณการผลิตและจำหน่ายปรับตัวเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาสที่สี่ของปี 2558 ซึ่งคาดการณ์จากการใช้งานภายในประเทศที่เพิ่มขึ้นจากการบริโภคสินค้าต่างๆ ในประเทศในช่วงต้นปี และการส่งออกผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปบางชนิดที่มีแนวโน้มดีขึ้น อย่างไรก็ตาม มูลค่าการส่งออกลดลงค่อนข้างมากเทียบกับไตรมาสที่สี่ของปี 2558 และเมื่อเทียบกับไตรมาสแรกของปี 2559

บรรจุภัณฑ์ขวดแก้ว

สำหรับบรรจุภัณฑ์ขวดแก้วในปี 2556 - 2558 ปริมาณการผลิตรวมเท่ากับ 1,259,969 ตันต่อปี 1,018,060 ตันต่อปี และ 823,648 ตันต่อปี ตามลำดับ และปริมาณการจำหน่ายรวมเท่ากับ 1,220,018 ตันต่อปี 1,044,952 ตันต่อปี และ 828,687 ตันต่อปี ตามลำดับ โดยปริมาณการผลิตและจำหน่ายลดลงเมื่อเทียบระหว่าง ปี 2557 และ ปี 2558 ที่ประมาณร้อยละ 19.10 และ 20.70 ตามลำดับ และมูลค่าการส่งออกลดลงร้อยละ 5.13 สำหรับไตรมาสแรกของปี 2559 บรรจุภัณฑ์ขวดแก้วมีปริมาณการผลิต จำหน่าย และมูลค่าการส่งออกปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาสที่สี่ของปี 2558 และเมื่อเทียบกับไตรมาสแรกของปี 2558

บรรจุภัณฑ์โลหะ

ในปี 2556 - 2558 บรรจุภัณฑ์โลหะมีการผลิตรวมเท่ากับ 526,549 ตันต่อปี 465,772 ตันต่อปี 438,999 ตันต่อปี ตามลำดับ และบรรจุภัณฑ์โลหะมีการจำหน่ายรวมประมาณ 457,255 ตันต่อปี 418,167 ตันต่อปี และ 374,144 ตันต่อปี ตามลำดับ โดยปี 2558 จะมีปริมาณการผลิตและจำหน่ายลดลงจากปี 2556 ที่ผ่านมามีประมาณร้อยละ 16.63 และ 18.18 ตามลำดับ สาเหตุหลักมาจากการลดลงของการส่งออกอาหารบรรจุกระป๋อง การขาดแคลนวัตถุดิบ ปัญหาแรงงาน ความ

อ่อนแอของเศรษฐกิจสหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกาและจีน สำหรับไตรมาสแรกของปี 2559 บรรจุก๊าซโลหะมีปริมาณการผลิตปรับตัวลดลงเล็กน้อย ในขณะที่ปริมาณการจำหน่ายปรับตัวเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาสที่สี่ของปี 2558 และมูลค่าการส่งออกมีปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาสที่สี่ปี 2558

ปริมาณการผลิตบรรจุก๊าซในประเทศแยกตามประเภทของบรรจุก๊าซ

หน่วย : ตัน

ประเภท	2556	2557	2558	2558				2559
				Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
บรรจุก๊าซ พลาสมิก	1,519,995	1,562,436	1,725,175	409,990	437,753	451,497	425,935	458,218
YoY (%)	7.66	2.79	10.42	11.03	14.64	12.22	4.14	11.76
QoQ (%)	-	-	-	0.24	6.77	3.14	-5.66	7.58
บรรจุก๊าซ กระดาษ	2,065,521	2,134,556	2,108,726	538,696	521,416	524,549	524,065	553,625
YoY (%)	4.40	3.34	-1.21	-0.22	-2.07	-1.97	-0.58	2.77
QoQ (%)	-	-	-	2.19	-3.21	0.60	-0.09	5.64
บรรจุก๊าซ แก้ว	1,259,969	1,018,060	823,648	205,248	199,757	211,449	207,194	193,544
YoY (%)	-8.72	-19.20	-19.10	-23.93	-27.35	-21.40	1.44	-5.70
QoQ (%)	-	-	-	0.48	-2.68	5.85	-2.01	-6.59
บรรจุก๊าซ โลหะ	526,549	465,722	438,999	120,763	116,239	85,199	116,798	114,913
YoY (%)	-5.87	-11.55	-5.74	-1.42	-9.27	-11.93	-1.33	-4.84
QoQ (%)	-	-	-	2.02	-3.75	-26.70	37.09	-1.61
รวม	5,372,033	5,180,773	5,096,549	1,274,697	1,275,165	1,272,694	1,273,992	1,320,299
YoY (%)	0.79	-3.56	-1.63	-2.06	-3.21	-2.34	1.21	3.58
QoQ (%)	-	-	-	1.27	0.04	-0.19	0.10	3.63

ที่มา: ฐานข้อมูลอุตสาหกรรมบรรจุก๊าซ สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (เดือนเมษายน ปี 2559)

ปริมาณการจำหน่ายบรรจุก๊าซในประเทศแยกตามประเภทของบรรจุก๊าซ

หน่วย : ตัน

ประเภท	2556	2557	2558	2558				2559
				Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
บรรจุก๊าซ พลาสมิก	1,131,017	1,142,576	1,271,119	301,663	325,444	326,787	317,225	334,042
YoY (%)	7.57	1.02	11.25	11.20	16.78	11.52	5.89	10.73
QoQ (%)	-	-	-	0.70	7.88	0.41	-2.93	5.30
บรรจุก๊าซ กระดาษ	2,065,450	2,134,943	2,112,371	536,958	519,088	526,510	529,815	552,252
YoY (%)	1.02	3.36	-1.06	-0.47	-2.49	-1.68	0.41	2.85
QoQ (%)	-	-	-	1.77	-3.33	1.43	0.63	4.23
บรรจุก๊าซ แก้ว	1,220,018	1,044,952	828,687	210,483	196,636	212,837	208,731	191,398
YoY (%)	-9.98	-14.35	-20.70	-23.68	-27.50	-18.42	-11.96	-9.07
QoQ (%)	-	-	-	-11.22	-6.58	8.24	-1.93	-8.30
บรรจุก๊าซ โลหะ	457,255	418,167	374,144	95,344	97,691	83,243	97,866	98,434
YoY (%)	-3.86	-8.55	-10.53	-11.71	-11.25	-15.39	-3.80	3.24
QoQ (%)	-	-	-	-6.27	2.46	-14.79	17.57	0.58
รวม	4,873,740	4,740,638	4,586,321	1,144,448	1,138,859	1,149,377	1,153,637	1,176,126
YoY (%)	-1.08	-2.73	-3.26	-4.19	-4.48	-3.24	-1.06	2.77
QoQ (%)	-	-	-	-1.85	-0.49	0.92	0.37	1.95

ที่มา: ฐานข้อมูลอุตสาหกรรมบรรจุก๊าซ สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (เดือนเมษายน ปี 2559)

หน่วย : ล้านบาท

มูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์ในประเทศแยกตามประเภทของบรรจุภัณฑ์

ประเภท	2556	2557	2558	2558				2559
				Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
บรรจุภัณฑ์พลาสติก	32,175	35,943	35,950	8,683	8,416	9,448	9,403	9,415
YoY (%)	4.43	11.71	0.02	-2.10	-5.28	3.90	3.38	8.44
QoQ (%)	-	-	-	-4.54	-3.07	12.26	-0.48	0.13
บรรจุภัณฑ์กระดาษ	5,642	5,957	7,104	1,991	1,629	1,606	1,878	1,696
YoY (%)	-0.60	5.58	19.25	58.41	15.03	2.50	9.40	-14.83
QoQ (%)	-	-	-	15.98	-18.18	-1.41	16.94	-9.71
บรรจุภัณฑ์แก้ว	1,524	1,626	1,543	404	270	365	504	333
YoY (%)	42.94	6.67	-5.13	-15.93	-33.52	26.45	11.72	-17.47
QoQ (%)	-	-	-	-10.54	-33.10	35.19	38.08	-33.91
บรรจุภัณฑ์โลหะ	9,081	9,672	15,831	3,427	3,606	3,912	4,886	4,382
YoY (%)	-4.70	6.51	63.67	65.94	65.52	69.73	56.42	27.86
QoQ (%)	-	-	-	9.72	5.22	8.49	24.90	-10.32
รวม	48,423	53,198	60,427	14,504	13,921	15,331	16,671	15,826
YoY (%)	2.85	9.86	13.59	14.47	8.03	15.68	15.87	9.11
QoQ (%)	-	-	-	0.82	-4.02	10.13	8.74	-5.07

ที่มา: ฐานข้อมูลอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (เดือนเมษายน ปี 2559)

แนวโน้มในปี 2559 ปริมาณการผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์โดยเฉพาะกลุ่มกระดาษและพลาสติกคาดว่าจะขยายตัวได้ในอัตราร้อยละ 4-5 สำหรับบรรจุภัณฑ์โลหะและแก้วคาดว่าจะมีแนวโน้มทรงตัว ทั้งนี้กรณีบรรจุภัณฑ์โลหะ คาดว่าจะมีปริมาณการผลิตและจำหน่ายมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากการส่งออกกลุ่มอาหารกระป๋องที่นำจะมีแนวโน้มดีขึ้นจากภาวะเศรษฐกิจฟื้นตัวตามเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าหลัก เช่น สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น ซึ่งจะช่วยให้การส่งออกสินค้าปรับตัวเพิ่มขึ้น ประกอบกับการกระตุ้นการใช้จ่ายภาครัฐจะส่งผลดีต่อรายได้ของภาคครัวเรือนและสร้างความมั่นใจให้ภาคเอกชนมีการใช้จ่ายและบริโภคสินค้าต่างๆ มากขึ้น ซึ่งจะส่งผลดีต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์

ด้านการส่งออกบรรจุภัณฑ์ของปี 2559 ในกลุ่มกระดาษและกลุ่มบรรจุภัณฑ์โลหะมีแนวโน้มขยายตัวมากกว่าบรรจุภัณฑ์อีก 2 ชนิดและคาดว่าในปี 2559 จะมีมูลค่าการส่งออกใกล้เคียงกับปี 2558 สำหรับบรรจุภัณฑ์แก้วและพลาสติก การส่งออกมีแนวโน้มชะลอตัวโดยเฉพาะในกลุ่มบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่มีการแข่งขันสูง และประเทศไทยค่อนข้างเสียเปรียบในด้านต้นทุนวัตถุดิบ ค่าแรง และต้นทุนพลังงานเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอาเซียนหรือประเทศอื่นๆ ในเอเชีย แต่ประเทศไทยยังคงเป็นที่ยอมรับในด้านความน่าเชื่อถือด้านคุณภาพและนวัตกรรมซึ่งจะเป็นปัจจัยสนับสนุนอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกในประเทศ

อุตสาหกรรมรองเท้าและผลิตภัณฑ์หนัง

อุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนังเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมแฟชั่นที่มีความสำคัญในระบบเศรษฐกิจ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ต่อยอดมาจากอุตสาหกรรมปศุสัตว์และอุตสาหกรรมฟอกหนัง สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับหนังสัตว์ได้เป็นอย่างมาก โดยการนำหนังสัตว์มาผลิตเป็นสินค้าต่าง ๆ ได้อย่างหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นรองเท้า กระเป๋า เข็มขัด ถุงมือ

เครื่องใช้สำนักงาน รวมถึงของเล่นสัตว์เลี้ยง ซึ่งความสร้างสรรค์ในออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างมูลค่าให้กับหนังสือ

จากข้อมูลสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ภาพรวมของอุตสาหกรรมรองเท้าและผลิตภัณฑ์หนัง การผลิตในปี 2558 เริ่มฟื้นตัวในทิศทางที่ดีขึ้นต่อเนื่องจาก ปี 2557 และ ปี 2556 เนื่องจากการส่งออกไปตลาดหลัก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป เริ่มฟื้นตัวจากปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจ แต่อาจจะมีปัจจัยจากการที่ผู้ประกอบการรายใหญ่มีการย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านต้นทุนที่มีศักยภาพมากกว่าไทย ซึ่งจะส่งผลต่อโครงสร้างการผลิต และมูลค่าการส่งออกของอุตสาหกรรมในระยะต่อไป อย่างไรก็ตาม ในปี 2557 การส่งออกไปตลาดเอเชียและอาเซียน โดยเฉพาะการส่งออกไปประเทศจีนและเวียดนาม ที่นำเข้าชิ้นส่วนรองเท้าไปผลิตเพื่อส่งออกไปตลาดอื่น รวมทั้งตลาดเมียนมาร์ที่มีความต้องการรองเท้าจากไทยมากขึ้นเป็นโอกาสในการส่งออกของไทยเพิ่มขึ้น โดยในปี 2557 มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ หนังและผลิตภัณฑ์หนังฟอกและหนังอัด เครื่องใช้สำหรับเดินทางรองเท้าและชิ้นส่วน เมื่อเทียบกับปี 2556 แต่ภาพรวมการผลิต ปี 2558 มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อย แต่หากพิจารณาเฉพาะส่วนของการผลิตรองเท้าในปี 2558 พบว่าปรับตัวลดลง เมื่อเทียบกับปี 2557 โดยปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการส่งออกเกิดจากภาพรวมเศรษฐกิจโลกและตลาดคู่ค้าหลักของไทย เช่น สหภาพยุโรป สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ยังคงชะลอตัว ทำให้กำลังซื้อลดลงและส่งผลกระทบต่อ การส่งออกของไทย

อุตสาหกรรมหนังและผลิตภัณฑ์หนังในปี 2559 คาดว่าจะเติบโตได้ต่อเนื่องจากความต้องการหนังดิบ และหนังฟอก โดยเฉพาะการส่งออกไปยังประเทศเวียดนาม ซึ่งในส่วนของผลิตภัณฑ์รองเท้าคาดว่าจะมีแนวโน้มที่ทรงตัวและขยายตัวเพียงเล็กน้อย เนื่องจากการตัดสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรหรือจีเอสพี จากสหรัฐอเมริกา ด้านสินค้ากระเป๋าเดินทาง คาดว่า จะขยายตัวดีขึ้นเล็กน้อยจากปี 2558 เนื่องจากผู้ผลิตมีการปรับกลยุทธ์โดยให้ความสำคัญกับงานฝีมือและการออกแบบมากยิ่งขึ้น

อีกทั้ง การเข้าสู่กลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) จะทำให้ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตต้นน้ำ จึงส่งผลให้อุปสงค์วัตถุดิบของประเทศไทยขยายตัวขึ้น ไม่ว่าจะเป็น ชิ้นส่วนประกอบ หนังฟอก หนังอัดสำเร็จรูป ส่วนตลาดในประเทศ จะขยายตัวได้จากการเติบโตของอุตสาหกรรมต่อเนื่องอย่าง ยานยนต์ เฟอร์นิเจอร์ รวมทั้ง จำนวนนักท่องเที่ยวที่ขยายตัวต่อเนื่องน่าจะส่งผลให้เครื่องหนังประเภทกระเป๋าและรองเท้ามียอดขายเพิ่มขึ้น

การผลิตในอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้ายังคงปรับลดลงในไตรมาสแรกของปี 2559 โดยการผลิตหนังฟอกและตกแต่งหนังมีดัชนีผลผลิตลดลงร้อยละ 14.46 และดัชนีผลผลิตของการผลิตรองเท้าทุกประเภทลดลงร้อยละ 13.57 มีเพียงการผลิตกระเป๋าและกระเป๋าเดินทางที่มีดัชนีการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.61 เมื่อเทียบกับไตรมาส 1/2558 และ ไตรมาส 1/2559 การเพิ่มขึ้นของการผลิตกระเป๋าและกระเป๋าเดินทางเป็นการตอบสนองต่อการคาดการณ์การเพิ่มขึ้นของอุปสงค์การเดินทางจากมาตรการสนับสนุนการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจหลายมาตรการ รวมทั้งการเพิ่มขึ้นของปริมาณนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย สถานการณ์การผลิตหนังฟอกและการตกแต่งหนัง

สะท้อนให้เห็นว่าอุปสงค์ทั้งในตลาดภายในประเทศและในตลาดต่างประเทศยังมีทิศทางการขยายตัวอย่างจำกัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้หนังฟอกเป็นส่วนประกอบในกระบวนการผลิต เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ ฯลฯ

ทางด้านการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องหนังและรองเท้าในไตรมาสแรกของปี 2559 ลดลงร้อยละ 13.55 แนวโน้มการลดลงดังกล่าวเป็นไปตามสภาวะอุปสงค์ภายในประเทศและในตลาดโลกที่มีการขยายตัวน้อยกว่าที่คาดการณ์ไว้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาภาวะเศรษฐกิจของจีน สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น และอาเซียน ทำให้ผลิตภัณฑ์เครื่องหนังและรองเท้ามีอัตราการขยายตัวติดลบในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ คือ ผลิตภัณฑ์หนังลดลงร้อยละ 14.71 ผลิตภัณฑ์กระเป๋าลดลงร้อยละ 14.51 ผลิตภัณฑ์รองเท้าลดลงร้อยละ 8.10 และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่ทำจากหนังลดลงร้อยละ 26.19 การปรับลดลงของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องหนังแสดงให้เห็นว่าตลาดยังมีการแข่งขันทางด้านราคาที่รุนแรง ภายใต้สถานการณ์ที่กำลังซบเซาอยู่อย่างจำกัด ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูงกว่า ซึ่งสามารถทดแทนได้ด้วยผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นที่มีราคาถูกกว่าต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรง และการลดลงของอุปสงค์ในตลาด เป็นเหตุให้การส่งออกลดลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ไตรมาสที่ 2 ของปี 2558

ดัชนีเปรียบเทียบผลผลิตอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้าระหว่างไตรมาสที่ 1 ปี 2558 และ 2559

ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม	ไตรมาสที่ 1 (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)		%YOY
	2558	2559	
การผลิตหนังฟอกและตกแต่งหนัง	83.59	71.50	-14.46
การผลิตกระเป๋าและกระเป๋าเดินทาง	88.17	91.35	3.61
การผลิตรองเท้าทุกประเภท	96.83	83.69	-13.57

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (เดือนธันวาคม ปี 2558)

การส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องหนังและรองเท้าในประเทศไทย ไตรมาสที่ 1 ปี 2559

ผลิตภัณฑ์		มูลค่า : ล้านบาท		อัตราการขยายตัว (%)		สัดส่วน (%)
		Q1/2558	Q1/2559	Q1/2558	Q1/2559	
1.หนัง	หนังดิบ	5.91	5.30	67.08	-10.34	1.4%
	หนังฟอก	158.45	134.89	15.71	-14.87	35.7%
	รวม	164.37	140.20	17.01	-14.71	37.1%
2.กระเป๋า	ด้านนอกเป็นพลาสติกหรือวัตถุทอ	23.15	20.12	-6.39	-13.07	5.3%
	ด้านนอกเป็นหนังฟอกหรือหนังอัด	25.24	19.43	-1.13	-23.00	5.1%
	อื่น ๆ	11.65	11.77	4.05	1.04	3.1%
	รวม	60.03	51.32	-2.30	-14.51	13.6%
3.รองเท้า	ยางหรือพลาสติก	47.50	45.80	-5.84	-3.57	12.1%
	รองเท้าอื่น ๆ	9.29	8.90	62.52	-4.24	2.4%
	สิ่งทอ	37.60	30.96	6.05	-17.65	8.2%
	หนังฟอก/หนังอัด	67.43	63.05	-15.27	-6.50	16.7%
	รวม	161.81	148.71	-5.48	-8.10	39.4%
4. ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่ทำจากหนัง	ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่ทำจากหนังอื่น ๆ	0.00	0.04	-74.28	2,665.05	0.0%
	หนังฟอก/หนังอัด	49.73	36.65	14.62	-26.31	9.7%
	หนังเฟอร์	0.64	0.50	123.50	-22.95	0.1%
	รวม	50.37	37.18	15.32	-26.19	9.9%
Total		436.59	377.41	4.75	-13.55	100.0%

ที่มา: สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ (เดือนพฤษภาคม ปี 2559)

การคาดการณ์ปี 2559 การผลิตและการส่งออกผลิตภัณฑ์รองเท้าและเครื่องหนัง คาดว่าจะขยายตัวได้ หากปัจจัยภาวะเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น และจากการเติบโตทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศ CLMV (กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม) นอกจากนี้การขับเคลื่อนของนโยบายภาครัฐ และการท่องเที่ยวยังมีแนวโน้มสดใสต่อเนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งการบริโภคโดยรวมมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น แม้ยังอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าปกติตามการฟื้นตัวอย่างช้า ๆ ของเศรษฐกิจคู่ค้าหลักก็ตาม

ภาพรวมเศรษฐกิจโลก

เศรษฐกิจโลกในไตรมาสแรกของปี 2559 ชะลอตัวลงจากไตรมาสก่อนหน้าตามการคาดการณ์เศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกา จากการชะลอตัวอย่างต่อเนื่องของเศรษฐกิจจีนท่ามกลางความผันผวนของเสถียรภาพทางเศรษฐกิจในช่วงต้นไตรมาส รวมทั้งความล่าช้าในการฟื้นตัวของเศรษฐกิจยุโรปและญี่ปุ่น การชะลอตัวของเศรษฐกิจหลักดังกล่าวทำให้เศรษฐกิจประเทศกำลังพัฒนาอื่น ๆ และเศรษฐกิจโลกในภาพรวมขยายตัวต่ำกว่าไตรมาสสุดท้ายของปีที่ผ่านมา เมื่อรวมกับความวิตกกังวลต่อปัญหาเสถียรภาพเศรษฐกิจจีนในช่วงต้นไตรมาส สภาวะดังกล่าวส่งผลให้ราคาน้ำมันและราคาสินค้าในตลาดโลกปรับตัวลดลงและสร้างแรงกดดันต่อการลดลงของเงินเฟ้อในประเทศต่าง ๆ

บริษัทมีการส่งออกสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้าที่กระจายอยู่ใน 27 ประเทศ อาทิ บังกลาเทศ ปากีสถาน ชูแดน เอธิโอเปีย กาน่า กัวเตมาลา ซาอุดีอาระเบีย เซเนกัล ออสเตรเลีย พม่า กัมพูชาและเวียดนาม เป็นต้น กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จะกระจายอยู่ใน 2 ภูมิภาค คือ ทวีปเอเชียร้อยละ 67.00 และ ทวีปแอฟริการ้อยละ 29.82 ของรายได้จากการขายต่างประเทศปี 2558 ดังนั้นภาวะเศรษฐกิจในแต่ละภูมิภาคของโลก จึงมีผลกระทบต่อการจำหน่ายสินค้าของบริษัท

ภูมิภาคเอเชียตะวันออกและแปซิฟิก

ข้อมูลจาก World Bank Group (ณ วันที่ 6 มกราคม 2559) คาดว่าการเติบโตทางเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชียตะวันออกและแปซิฟิกจะยังคงชะลอตัวอยู่ที่ร้อยละ 6.3 ในปี 2559 ต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้ที่ร้อยละ 6.4 เมื่อปี 2558 คาดว่าปี 2559 เศรษฐกิจของจีนจะเติบโตที่ร้อยละ 6.7 ลดลงจากปี 2558 ที่ร้อยละ 6.9 ทั้งนี้ หากไม่นับรวมจีนแล้ว ในปี 2558 เศรษฐกิจของภูมิภาคเอเชียตะวันออกและแปซิฟิกจะเติบโตที่ร้อยละ 4.6 ซึ่งไม่แตกต่างจากปี 2557 เท่าใดนัก เนื่องจากเศรษฐกิจของประเทศที่ส่งออกสินค้าโภคภัณฑ์ได้แก่ อินโดนีเซีย และมาเลเซียลดตัวลง แต่การเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วของเวียดนามและเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวอย่างช้า ๆ ของไทยช่วยให้เศรษฐกิจในภูมิภาคยังคงเติบโตได้ ความเสี่ยงสำหรับปี 2559 ประกอบไปด้วย เศรษฐกิจจีนชะลอตัวเร็วกว่าที่คาดการณ์ไว้ ความเป็นไปได้ในการเกิดความปั่นป่วนในตลาดเงิน และตลาดการเงินเกิดสภาวะตึงตัวอย่างกะทันหัน

ยุโรปและเอเชียกลาง

การเติบโตทางเศรษฐกิจของภูมิภาคยุโรปและเอเชียกลาง คาดว่าจะอยู่ที่ร้อยละ 3 ในปี 2559 เพิ่มขึ้นจากเดิมที่ร้อยละ 2.1 ในปีที่ผ่านมา เนื่องจากราคาน้ำมันปรับตัวลดลงเล็กน้อย หรือคงที่ การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของสหพันธรัฐรัสเซีย

และยูเครน ประมาณการว่ากิจกรรมทางเศรษฐกิจในรัสเซียจะหดตัวลงอีกร้อยละ 0.7 ในปี 2559 หลังจากที่ได้หดตัวไปร้อยละ 3.8 ในปีที่ผ่านมา เศรษฐกิจของประเทศในฝั่งตะวันออกของภูมิภาคได้แก่ ยุโรปตะวันออก คอเคซัสตอนใต้ และเอเชียกลาง จะกลับมาเติบโตระดับปานกลาง หากราคาสินค้าโภคภัณฑ์กลับมามีเสถียรภาพอีกครั้ง ในขณะที่ทางฝั่งตะวันตกของภูมิภาค ได้แก่ บัลแกเรีย โรมาเนีย ตุรกี และบอลข่านตะวันตกควรจะมีการเติบโตทางเศรษฐกิจระดับ ปานกลางในปี 2559 โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของยุโรป

อัตราเงินเฟ้อยังอยู่ในระดับต่ำที่น้อยกว่าร้อยละ 0.1 ทำให้ความเสี่ยงต่อภาวะเงินฝืดเพิ่มขึ้นและส่งผลให้นาการกลางยุโรปผ่อนคลายนโยบายการเงินเพิ่มเติมในการประชุมนโยบายการเงินของธนาคารกลางยุโรป (ECB) เมื่อวันที่ 10 มีนาคม 2559 มีการปรับลดอัตราดอกเบี้ยข้ามคืน การปรับลดอัตราดอกเบี้ยเงินฝากของสถาบันการเงินที่ฝากไว้กับธนาคารกลางยุโรป (ECB) การเพิ่มวงเงินการเข้าซื้อสินทรัพย์ การขยายขอบเขตสินทรัพย์ที่จะเข้าซื้อครอบคลุมหุ้นกู้ภาคเอกชนที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน และการให้สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ แก่ธนาคารพาณิชย์รอบใหม่ ซึ่งเสริมสภาพคล่องให้กับระบบสถาบันการเงิน

เอเชียใต้

คาดการณ์ว่าเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่และประเทศกำลังพัฒนามีแนวโน้มดีขึ้น โดยจะมีอัตราการเติบโตที่ร้อยละ 7.3 ในปี 2559 จากเดิมร้อยละ 7 ในปีที่ผ่านมา ภูมิภาคนี้เป็นผู้นำเข้าน้ำมันสุทธิซึ่งจะได้ประโยชน์จากการที่ราคาพลังงานโลกปรับตัวลดลง และการที่ภูมิภาคนี้มีการเชื่อมโยงในระดับโลกน้อยกว่าภูมิภาคอื่น ๆ ทำให้ปลอดภัยจากความผันผวนทางเศรษฐกิจของประเทศอื่น ๆ และคาดการณ์ว่าในปีพ.ศ. 2559-2560 อินเดียจะเป็นประเทศผู้นำทางเศรษฐกิจของภูมิภาคนี้โดยคาดว่าเศรษฐกิจของอินเดียจะเติบโตที่ร้อยละ 7.8 นอกจากนี้ยังคาดว่าจะการเติบโตทางเศรษฐกิจของปากีสถาน จะเติบโตขึ้นเป็นร้อยละ 4.5

แอฟริกาใต้

คาดว่าจะเศรษฐกิจของภูมิภาคแอฟริกาใต้จะเติบโตขึ้นถึงร้อยละ 4.2 ในปี 2559 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 3.4 เมื่อปี 2558 เนื่องจากราคาสินค้าโภคภัณฑ์มีเสถียรภาพ กิจกรรมทางเศรษฐกิจมีความหลากหลายทั่วทั้งภูมิภาค ประเทศผู้นำเข้าน้ำมันมีอัตราเงินเฟ้อต่ำลง ซึ่งส่งผลดีต่อการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคในประเทศ คาดการณ์ว่าไนจีเรียจะมีการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ร้อยละ 4.6 หลังจากเติบโตที่ร้อยละ 3.3 เมื่อปี 2558 ในขณะที่เศรษฐกิจของสาธารณรัฐแอฟริกาใต้คาดว่าจะเติบโตเพียงร้อยละ 1.4 เทียบกับร้อยละ 1.3 เมื่อปี 2558

ตะวันออกกลางและแอฟริกาเหนือ

การเติบโตทางเศรษฐกิจของภูมิภาคนี้คาดว่าจะอยู่ที่ร้อยละ 5.1 ในปี 2559 เพิ่มขึ้นจากเดิมที่ร้อยละ 2.5 ในปีที่ผ่านมา เนื่องจากคาดการณ์ว่าจะมีการยกเลิกการคว่ำบาตรทางเศรษฐกิจต่อสาธารณรัฐอิสลามอิหร่าน ซึ่งจะทำให้อิหร่านมีบทบาทมากขึ้นในตลาดพลังงานโลก นอกจากนี้ คาดการณ์ว่าการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศผู้ส่งออกน้ำมันอื่น ๆ จะดีขึ้นด้วย โดยมีสมมติฐานว่าราคาน้ำมันจะมีเสถียรภาพ ภูมิภาคนี้มีความเสี่ยงอย่างรุนแรงจากการยกระดับความขัดแย้ง

ราคาน้ำมันตกต่ำลง ความล้มเหลวในการปรับปรุงสภาพความเป็นอยู่ของประชาชน ซึ่งประเด็นเหล่านี้สามารถนำไปสู่ความไม่สงบในสังคมได้

สำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนเศรษฐกิจมหภาค (สศม.) สำนักนายกรัฐมนตรี คาดการณ์ภาวะเศรษฐกิจโลกในปี 2559 มีแนวโน้มขยายตัวประมาณร้อยละ 3.2 ปรับตัวดีขึ้น และศูนย์วิจัยธนาคารกรุงศรีอยุธยาคาดการณ์ภาวะเศรษฐกิจโลกในปี 2559 มีแนวโน้มขยายตัวประมาณร้อยละ 3.5 ปรับตัวดีขึ้น เนื่องจากเศรษฐกิจโลกในไตรมาสแรกยังชะลอตัวและขยายตัวต่ำกว่าไตรมาสสุดท้ายของปี 2558 ส่งผลให้การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกล่าช้าออกไป นอกจากนี้ การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกในช่วงที่เหลือของปียังมีข้อจำกัดและปัจจัยเสี่ยงจาก เศรษฐกิจจีนที่ยังมีแนวโน้มชะลอตัวอย่างต่อเนื่อง ผลกระทบต่อเนื่องการเป็นสมาชิกสหภาพยุโรปของสหราชอาณาจักร การปรับตัวลดลงอย่างรุนแรงและต่อเนื่องของราคาน้ำมัน ส่งผลกระทบต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจที่ ข้อจำกัดในการดำเนินมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในประเทศสำคัญๆ

ราคาน้ำมันดิบ

สำนักงานยุทธศาสตร์และการวางแผนเศรษฐกิจมหภาคสรุปภาพรวมราคาน้ำมันดิบในตลาดโลก ซึ่งลดลงต่อเนื่องเป็นไตรมาสที่ 7 ในไตรมาสแรกของปี 2559 ราคาน้ำมันดิบ Brent ในตลาดโลกเฉลี่ย อยู่ที่ 32.51 ดอลลาร์สหรัฐ ต่อบาร์เรล ลดลงจาก 52.95 ดอลลาร์สหรัฐ ต่อบาร์เรลในไตรมาสเดียวกันของปี 2558 และเมื่อเทียบกับไตรมาสสุดท้ายของปี 2558 ราคาน้ำมันดิบในไตรมาสแรกของปี 2559 ลดลงร้อยละ 22.6

การปรับตัวลดลงของราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกในไตรมาสแรกของปี 2559 มีสาเหตุสำคัญมาจาก การเพิ่มกำลังการผลิตน้ำมันดิบของกลุ่ม Organization of the Petroleum Exporting Countries (OPEC) มาอยู่ที่เฉลี่ย 38.30 ล้านบาร์เรลต่อวัน ซึ่งสูงกว่ากำลังการผลิตน้ำมันดิบของกลุ่ม OPEC ในช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งอยู่ที่เฉลี่ย 37.46 ล้านบาร์เรลต่อวัน ส่งผลให้ปริมาณการผลิตน้ำมันดิบของโลกในไตรมาสนี้เพิ่มขึ้นมาอยู่ที่เฉลี่ย 95.47 ล้านบาร์เรลต่อวัน ซึ่งสูงกว่าปริมาณการผลิตน้ำมันดิบในช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งอยู่ที่เฉลี่ย 94.60 ล้านบาร์เรลต่อวัน นอกจากนี้ปริมาณน้ำมันดิบคงคลังของกลุ่ม The Mission of the Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) (อาทิ สหรัฐอเมริกา และแคนาดา) เพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ 3,128 ล้านบาร์เรล ซึ่งสูงกว่าปริมาณน้ำมันดิบ คงคลังของกลุ่ม OECD ในช่วงเดียวกันของปี 2558 ซึ่งอยู่ที่ 2,797 ล้านบาร์เรล

ราคาน้ำมันดิบในตลาดโลก

ปี		ราคา (ดอลลาร์ สรอ. /บาร์เรล)					อัตราการขยายตัว (%YOY)				
		OMAN	DUBAI	BRENT	WTI	เฉลี่ย	OMAN	DUBAI	BRENT	WTI	เฉลี่ย
2557	Q1	104.39	104.26	107.90	98.47	103.76	-3.5	-3.6	-4.7	4.3	-2.1
	Q2	106.22	106.10	109.74	103.04	106.27	5.4	5.4	6.0	9.3	6.5
	Q3	101.59	101.28	103.38	96.28	100.63	-4.3	-4.5	-5.7	-8.9	-5.9
	Q4	75.14	74.30	77.02	73.00	74.86	-29.7	-30.4	-29.6	-25.2	-28.8
	ทั้งปี	96.82	96.48	99.49	92.71	96.38	-8.2	-8.5	-8.6	-5.6	-7.7
2558	Q1	52.82	52.03	54.99	48.64	52.59	-49.4	-50.1	-49.0	-50.6	-49.3
	Q2	61.30	61.12	63.54	57.97	60.98	-42.3	-42.4	-42.1	-43.7	-42.6
	Q3	49.87	49.71	51.28	46.61	49.37	-50.9	-50.9	-50.4	-51.6	-50.9
	Q4	40.71	40.61	44.62	42.14	42.02	-45.8	-45.3	-42.1	-42.3	-43.9
	ทั้งปี	51.17	50.87	53.61	48.84	51.12	-47.1	-47.3	-46.1	-47.3	-47.0
2559	Q1	31.20	31.30	35.09	32.46	32.51	-40.9	-39.8	-36.2	-33.3	-37.6
	ม.ค.	27.44	26.67	31.91	31.73	29.44	-40.9	-41.6	-35.9	-33.0	-37.8
	ก.พ.	30.03	29.19	33.55	30.61	30.84	-47.5	-47.9	-42.6	-39.8	-44.5
	มี.ค.	36.14	38.03	39.80	35.05	37.26	-34.1	-30.1	-29.9	-26.5	-30.3
	เม.ย.	39.17	38.75	43.21	40.98	40.53	-33.0	-33.6	-29.5	-25.1	-30.4
	4M	31.20	31.30	35.09	32.46	32.51	-38.8	-38.2	-34.4	-31.0	-35.7

ที่มา: บริษัท ไทยออยล์ จำกัด (มหาชน) และสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (เดือนพฤษภาคม ปี 2559)

กระทรวงพลังงานของสหรัฐอเมริกา (U.S. Department of Energy) คาดการณ์ราคาน้ำมันดิบ Brent ในปี 2559 เฉลี่ย 40.52 ดอลลาร์สหรัฐ ต่อบาร์เรล และสูงขึ้นในปี 2560 เฉลี่ยที่ 50.65 ดอลลาร์สหรัฐ ต่อบาร์เรล ในขณะที่บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) กล่าวว่าทางโกลด์แมน แซคส์ ของสหรัฐอเมริกา คาดการณ์ราคาน้ำมันดิบ Brent โดยเฉลี่ย ในปี 2558 จะอยู่ที่ 45 ดอลลาร์สหรัฐ ต่อบาร์เรล เพิ่มขึ้นจากที่คาดการณ์ไว้เดิมที่ 39 ดอลลาร์สหรัฐ ต่อบาร์เรล และคาดการณ์ราคาเฉลี่ย ในปี 2560 จะอยู่ที่ 55 ดอลลาร์สหรัฐ ต่อบาร์เรล ลดลงจากที่คาดการณ์ไว้เดิมที่ 60 ดอลลาร์สหรัฐ ต่อบาร์เรล

หนังสือพิมพ์กรุงเทพรุจิกได้ชี้แจงปัจจัยของการลดลงของราคาน้ำมันดิบ ในปี 2559 เป็นผลมาจากการผลิตน้ำมันดิบในอิรักในปี 2558 สูงกว่า 4.13 ล้านบาร์เรลต่อวัน จึงทำให้อุปทานในตลาดสูงกว่าอุปสงค์ และรัฐมนตรีกระทรวงน้ำมันของอิรักได้เปิดเผยว่าในปี 2559 จะสามารถผลิตน้ำมันดิบเพิ่มขึ้นอีก 400,000 บาร์เรลต่อวัน โดยเป็นระดับการผลิตสูงสุดในประวัติศาสตร์ของประเทศอิรัก นอกจากนี้นักวิเคราะห์ได้คาดการณ์ระดับปริมาณน้ำมันดิบคงคลังสำรองของสหรัฐอเมริกา จะปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 3.50 ล้านบาร์เรล ในช่วงต้นปี 2559

สำหรับอุปสงค์การใช้น้ำมันของโลกในปี 2559 ยังมีแนวโน้มจะขยายตัวอย่างต่อเนื่องโดยได้รับแรงหนุนจากราคาน้ำมันสำเร็จรูปที่ยังคงอยู่ในระดับต่ำ และการขยายตัวของเศรษฐกิจโลกในระดับปานกลางจากการรายงานของ International Monetary Fund (IMF) โดยเฉพาะความต้องการใช้ของประเทศกำลังพัฒนา ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามการเติบโตของเศรษฐกิจของประเทศ เช่น อินเดีย เป็นต้น นอกจากนี้เศรษฐกิจของประเทศพัฒนาแล้ว อาทิ สหรัฐอเมริกา และกลุ่มประเทศยุโรปที่ฟื้นตัวได้ดีขึ้นอาจสนับสนุนให้อุปสงค์การใช้น้ำมันเพิ่มขึ้นเช่นกัน รวมถึงความต้องการใช้น้ำมันของประเทศจีน ซึ่งเป็นผู้บริโภคน้ำมันรายใหญ่เป็นอันดับสองของโลก

Prices				
	2014	2015	2016	2017
WTI Crude Oil ^a (dollars per barrel)	93.17	48.67	40.32	50.65
Brent Crude Oil^a (dollars per barrel)	98.89	52.32	40.52	50.65
Gasoline ^b (dollars per gallon)	3.36	2.43	2.08	2.24
Diesel ^c (dollars per gallon)	3.83	2.71	2.27	2.64
Heating Oil ^d (dollars per gallon)	3.71	2.65	2.12	2.55
Natural Gas ^d (dollars per thousand cubic feet)	10.94	10.36	9.79	10.45
Electricity ^d (cents per kilowatthour)	12.52	12.67	12.59	12.89
Coal ^e (dollars per million Btu)	2.36	2.23	2.18	2.21

^a West Texas Intermediate.
^b Average regular pump price.
^c On-highway retail.
^d U.S. Residential average.
^e Electric power generation fuel cost.

ที่มา: กระทรวงพลังงานของประเทศไทยสหรัฐอเมริกา (U.S. Department of Energy) (เดือนพฤษภาคม ปี 2559)

2.4 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การจัดหาวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักที่บริษัทใช้ในการผลิตสินค้า ได้แก่ Solvent Resin Wax และ Synthetic Rubber เป็นต้น ในปัจจุบัน บริษัทสั่งซื้อวัตถุดิบจากลูกค้าหลายรายทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีระยะเวลาในการสั่งซื้อวัตถุดิบจากลูกค้าจนกระทั่งรับมอบวัตถุดิบประมาณ 30-45 วัน

บริษัทให้ความสำคัญกับคุณภาพวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตสินค้า ก่อนที่บริษัทจะสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้จำหน่ายรายใด บริษัทจะมีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้จำหน่ายที่ประเมินจาก ประวัติของคู่ค้าและผลงานที่เชื่อถือได้ มาตรฐานของผลิตภัณฑ์ ราคา รวมถึงระบบป้องกันมลพิษ เป็นต้น หลักเกณฑ์ในการประเมินเหล่านี้จะต้องมีความสอดคล้องกับระบบจัดการสิ่งแวดล้อม เมื่อมีมาตรฐานตามที่กำหนด จึงจะดำเนินการสั่งซื้อ เพื่อนำวัตถุดิบดังกล่าวมาเข้าสู่กระบวนการผลิตสินค้า ที่ผ่านมามีบริษัทมีการจัดซื้อวัตถุดิบจากผู้ผลิตหรือผู้จัดหาทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยบริษัทจะมีการเปรียบเทียบและจัดทำทะเบียนผู้ขายที่ได้รับการอนุมัติ (Approved Supplier List) ตามที่ได้มีการคัดเลือกและประเมินผู้ขายไว้ ที่ผ่านการเปรียบเทียบราคา และเงื่อนไขต่างๆ เพื่อให้ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพและตรงตามระยะเวลาที่กำหนด

วิธีปฏิบัติในการจัดซื้อวัตถุดิบ

1. ผู้จัดการแผนกจัดซื้อพิจารณาร่วมกับผู้จัดการแผนกวางแผนหรือผู้จัดการแผนกที่เกี่ยวข้อง พิจารณา ใบประมาณการใช้วัตถุดิบประจำเดือนที่ได้รับจากแผนการผลิต
2. แผนกจัดซื้อ คัดเลือก ประเมินผู้ขายวัตถุดิบ วัสดุบรรจุ และอื่นๆ โดย แบ่งออกเป็น 1) การคัดเลือกผู้ขาย ผู้ให้บริการรายใหม่ 2) การประเมินผลผู้ขาย ผู้ให้บริการรายปัจจุบัน ซึ่งบริษัทจะพิจารณาตามหลักเกณฑ์ต่างๆ เช่น ระบบป้องกันมลพิษ ประวัติและผลงานที่น่าเชื่อถือของผู้ขาย มาตรฐานของวัตถุดิบ ระยะเวลาในการส่งมอบ ราคา เป็นต้น
3. แผนกจัดซื้อออกใบสั่งซื้อ เพื่อจัดซื้อวัตถุดิบ วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า รวมถึงสินค้าเพื่อขาย
4. แผนกคลังวัตถุดิบ ตรวจสอบวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ ที่ส่งมอบมายังบริษัท
5. ฝ่ายประกันคุณภาพ ฝ่ายผลิต ร่วมกับแผนกจัดซื้อ คัดเลือกผู้ขายที่เห็นควรได้รับการตรวจวัดประสิทธิภาพ ในแต่ละปี โดยผู้จัดการฝ่ายประกันคุณภาพ เป็นผู้ดำเนินการนำทีมไปตรวจวัดประสิทธิภาพของผู้ขายสินค้า ซึ่งภายในทีมประกอบด้วยฝ่ายผลิต ฝ่ายประกันคุณภาพ และแผนกจัดซื้อ หรืออาจมีหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง

กระบวนการผลิต

บริษัทมีแผนกวางแผนการผลิต เพื่อให้เกิดการประหยัดในด้านต้นทุนการผลิต และการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ในสต็อกสินค้า รวมถึงการสั่งซื้อในจุดที่ได้ประโยชน์สูงสุด ทั้งในด้านของ แรงงาน เครื่องจักร วัตถุดิบ กระบวนการผลิต เพื่อให้ผลการผลิตบรรลุตามเป้าหมายทีู่กกำหนดไว้ สามารถตอบสนองลูกค้าได้ตรงตามความต้องการ ซึ่งความต้องการของลูกค้าอาจเกิดจากการสั่งซื้อจริงที่เกิดขึ้น และแจ้งความต้องการล่วงหน้า มีการวางแผนแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ 1) ผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า (Made to order) ภายใต้ตราสินค้าของบริษัท 2) ผลิตเพื่อรักษาปริมาณสินค้าคงคลังขั้นต่ำ (Made to stock)

การวางแผนการผลิตมีทั้งแผนการผลิตระยะสั้น และแผนการผลิตระยะยาว แผนการผลิตในระยะยาวส่วนมากจะเป็นไปในลักษณะของการลงทุนเพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจในอนาคต เช่น การวางแผน การซื้อเครื่องจักร, การวางแผนด้านบุคลากร แผนการผลิตในระยะยาวนี้ส่วนมากจะมีระยะเวลาเกิน 1 ปีขึ้นไป โดยจะเน้นไปที่การเพิ่มกำลังการผลิตและการขยายกิจการ ในทุกๆ เดือน แผนกวางแผนการผลิตจะมีการประชุมร่วมกับแผนกขาย แผนกคลังสินค้า แผนกจัดซื้อ แผนกธุรการขาย เพื่อจัดเตรียมแผนในระยะสั้นในแต่ละเดือน เช่น การพิจารณาปริมาณการสั่งผลิตสินค้าเปรียบเทียบกับยอดขายที่คาดการณ์และยอดขายจริง ทั้งนี้ เพื่อให้ลูกค้าได้รับประโยชน์สูงสุด และสร้างวิธีการปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม เพื่อใช้ปฏิบัติต่อไปในภายหน้า

ภายในโรงงานแยกไลน์การผลิตสินค้าตามประเภทของภาว ซึ่งขั้นตอนหลักๆในการผลิตภาวอุตสาหกรรมทุกประเภทนั้น แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ 1) ขั้นตอนการผสมสารเคมี (Mixing) 2) ขั้นตอนการเกิดปฏิกิริยาทางเคมีระหว่างกระบวนการผลิต (Reaction)

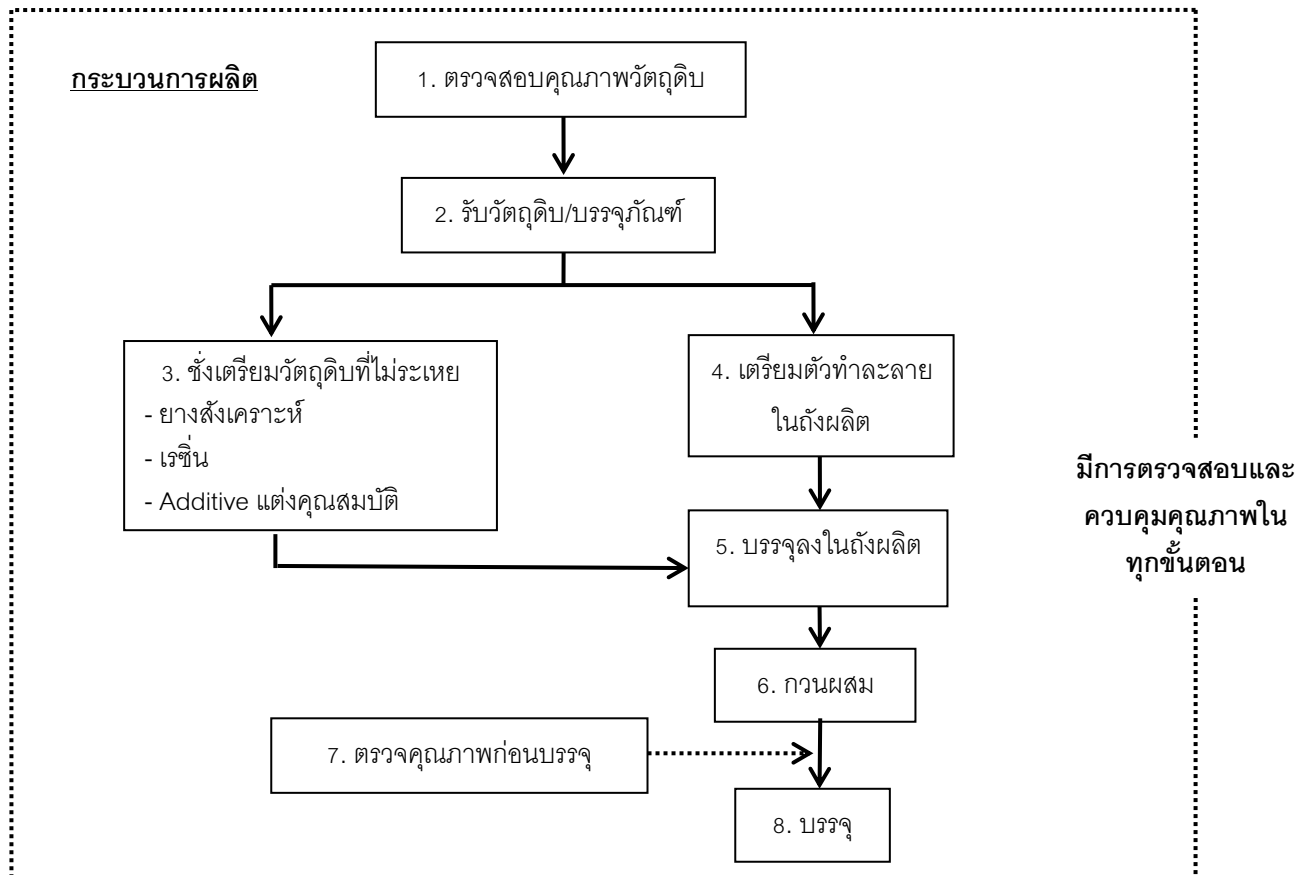
ทั้งนี้ เพื่อคุณภาพที่ดีของผลิตภัณฑ์ บริษัทมีการตรวจสอบและทดสอบคุณภาพวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต การตรวจสอบและทดสอบระหว่างกระบวนการผลิต รวมถึงการตรวจสอบสินค้าสำเร็จรูปทุกล็อต โดยมีการสุ่มตรวจสอบและ

ทดสอบคุณภาพตามแผนคุณภาพของบริษัท ทำให้ลูกค้าสามารถมั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัท มีคุณภาพและตรงต่อความต้องการของลูกค้า ของเสียจากกระบวนการผลิต ทางบริษัทได้มีการว่าจ้างบริษัทที่ได้รับอนุญาตจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม เป็นผู้ดำเนินการกำจัดของเสียอุตสาหกรรมเหล่านี้ ซึ่งมีความถูกต้องและเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้

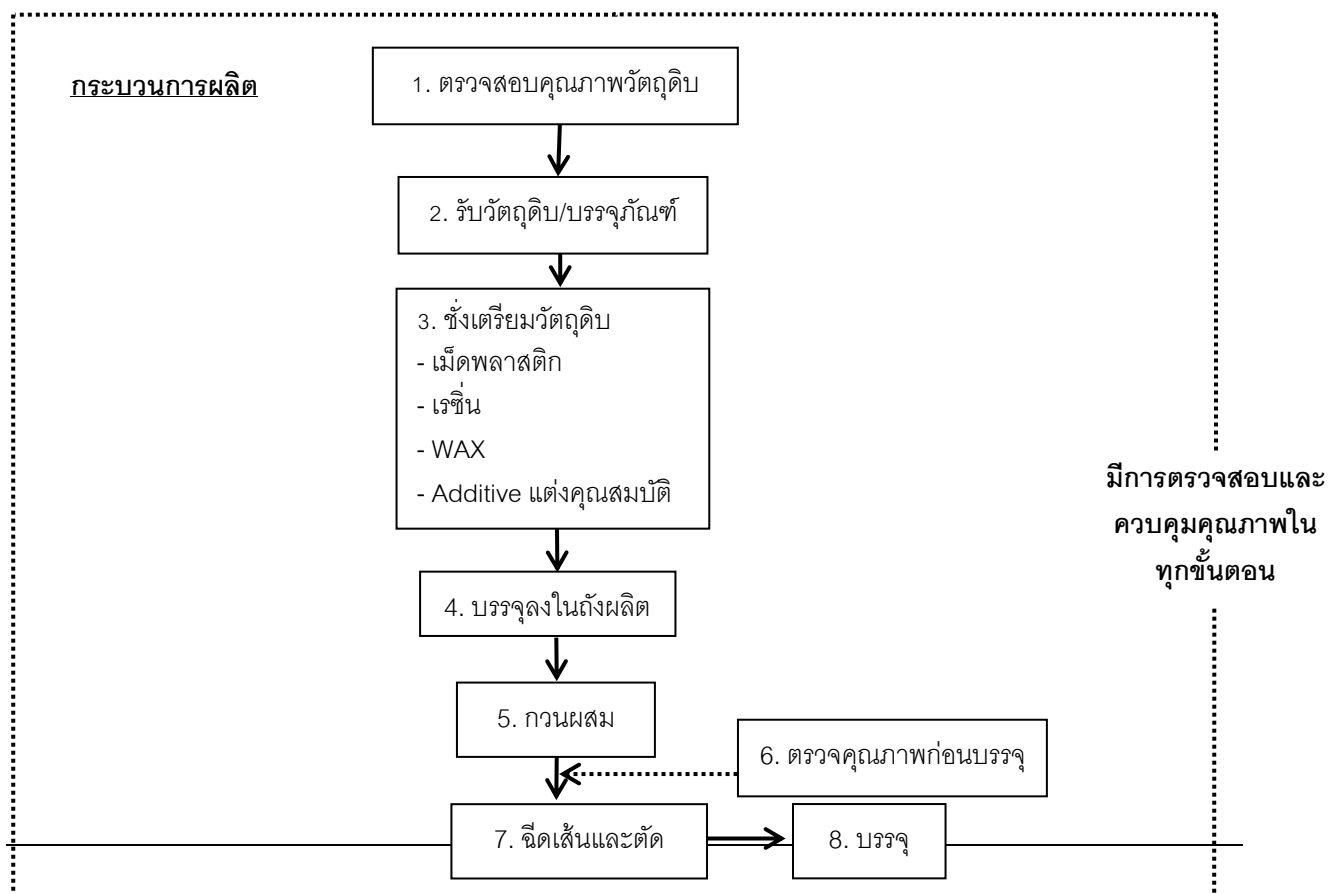
ขั้นตอนการผลิตผลิตภัณฑ์

ในการผลิตผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท เมื่อฝ่ายขายรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า แผนกธุรการขายจะตรวจสอบความพร้อมของผลิตภัณฑ์ในระบบคงคลัง ในกรณีที่ผลิตภัณฑ์ที่มีในคลังไม่เพียงพอกับคำสั่งซื้อ หรือมีคุณสมบัติไม่ตรงกับคำสั่งซื้อของลูกค้า ฝ่ายธุรการขายจะประสานงานไปยังแผนกวางแผนการผลิตเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ตามที่ต้องการ ฝ่ายวางแผนจะส่งแผนการผลิตให้ฝ่ายผลิตดำเนินการเบิกวัตถุดิบตามปริมาณที่ต้องใช้ในการผลิต โดยประสานกับแผนกคลังวัตถุดิบและแผนกจัดซื้อ เพื่อตรวจสอบระดับวัตถุดิบ และจัดซื้อวัตถุดิบในปริมาณที่เหมาะสม จากนั้นแผนกคลังวัตถุดิบจะจัดส่งวัตถุดิบมายังฝ่ายผลิตเพื่อผลิตสินค้าและนำส่งสินค้าสำเร็จรูปที่ผลิตเรียบร้อยแล้ว ไปเก็บที่ฝ่ายคลังสินค้าและเตรียมจัดส่งให้ลูกค้าต่อไป โดยมีขั้นตอนการผลิตผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท ดังนี้

ผลิตภัณฑ์กาว Solvent และผลิตภัณฑ์กาวน้ำ



ผลิตภัณฑ์กาว Hot Melt



กำลังการผลิตและการใช้กำลังการผลิต

ในปัจจุบันบริษัทมีเครื่องจักรหลักที่ใช้ในการผลิตกาวยาสูบทั้งหมดทั้งสิ้นจำนวน 35 เครื่อง เช่น ถังผสมวัตถุดิบ (Mixer) เครื่องบดยาง (Grinder) เครื่องตัดกาบ หม้อไอน้ำ (Boiler) หอทำน้ำเย็น (Water Cooling Tower) และเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (Hot Oil Boiler) เป็นต้น โดยมีกำลังการผลิตแยกตามประเภทผลิตภัณฑ์ ดังนี้

ตารางแสดงกำลังการผลิตแยกตามประเภทผลิตภัณฑ์

ประเภทผลิตภัณฑ์	หน่วย	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559
1. ผลิตภัณฑ์กาบ Solvent				
- กำลังการผลิต (Capacity)	ตัน/ปี	6,600	6,600	6,600
- ปริมาณการผลิต (Utilization)	ตัน/ปี	5,479	4,641	4,745
- อัตราการใช้กำลังการผลิต	%	83.02	70.32	71.89
2. ผลิตภัณฑ์กาบน้ำ				
- กำลังการผลิต (Capacity)	ตัน/ปี	620	620	620
- ปริมาณการผลิต (Utilization)	ตัน/ปี	304	309	474'
- อัตราการใช้กำลังการผลิต	%	49.03	49.84	76.45
3. ผลิตภัณฑ์กาบ Hot Melt ¹				
- กำลังการผลิต (Capacity)	ตัน/ปี	1,400	1,400	1,900
- ปริมาณการผลิต (Utilization)	ตัน/ปี	1,141	1,268	1,387
- อัตราการใช้กำลังการผลิต	%	81.50	90.57	73.00
รวมกำลังการผลิตทุกผลิตภัณฑ์ (Capacity)	ตัน/ปี	8,620	8,620	9,120
รวมปริมาณการผลิตทุกผลิตภัณฑ์ (Utilization)	ตัน/ปี	6,924	6,218	6,606

หมายเหตุ : ¹ อัตราการใช้กำลังการผลิตในปัจจุบันคำนวณจากชั่วโมงทำงานเฉลี่ย 8 ชั่วโมง ต่อ 1 วัน และ 6 วัน ต่อ 1 สัปดาห์ (มีเพียงชั่วโมงทำงานเฉลี่ยของกาบกลุ่ม Hot Melt ที่มีความยืดหยุ่นตามยอดสั่งซื้อสินค้า ซึ่งอาจผลิตได้ถึง 24 ชั่วโมงต่อวัน)

- ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2559 มีการเพิ่มกำลังการผลิตสินค้าในกลุ่มกาบ Hot Melt จาก 1,400 ตัน/ปี เป็น 1,900 ตัน/ปี
- สินค้าในหมวดที่ 4 เป็นสินค้าซื้อขายไป จึงไม่มีกำลังการผลิต

ทั้งนี้บริษัทมีการกำหนดปริมาณสินค้าคงคลังขั้นต่ำ โดยมีการนำมาประยุกต์ใช้และการกำหนดแผนการผลิตเป็นรายเดือนและรายสัปดาห์ให้เหมาะสมกับกำลังการผลิตของสินค้าแต่ละประเภท

มาตรฐานระบบคุณภาพ ที่บริษัทได้รับ มีดังนี้

ISO	ภาพประกอบ
1. มาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management System) [ISO 14001:2004]	
2. มาตรฐานระบบบริหารความปลอดภัยของอาหาร (Food Safety Management Systems – Requirements for Any Organization in the Supply Chain) [ISO 22000:2005]	
3. มาตรฐานระบบการบริหารงานคุณภาพ (Quality Management System) [ISO 9001:2008]	
4. มาตรฐานระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย (Occupational Health and Safety Assessment Series) [OHSAS 18001:2007]	
5. ใบรับรองจากกระทรวงอุตสาหกรรมให้เป็นอุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 3 ระบบสีเขียว (Green System)	
6. รางวัลสถานประกอบการปลอดภัยเฉลิมพระเกียรติ	
7. ประกาศเกียรติคุณองค์กรจรรยาบรรณดีเด่น จากหอการค้าไทย ในปี 2558	

ISO	ภาพประกอบ
8. รางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น ประเภทบริหารอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม ประจำปี 2559 (The Prime Ministers Industry Award 2016)	

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

กระบวนการผลิตของบริษัทเป็นงานที่เกิดจากการผสมสารเคมีชนิดต่างๆเข้าด้วยกัน ซึ่งในบางขั้นตอนอาจเกิดกากของเสียอุตสาหกรรม สารเคมีต่างๆและ ภาชนะปนเปื้อนสารเคมี รวมถึงน้ำล้างภาชนะอุตสาหกรรมระหว่างกระบวนการผลิต เพื่อเป็นการป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม บริษัทได้มีการว่าจ้างบริษัทบำบัด/กำจัดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้วจากภายนอกในการกำจัดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุดังกล่าว อย่างถูกต้องและเป็นไปตามที่ข้อกำหนดกำหนดไว้ และให้ความสำคัญกับการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม มีการควบคุมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมให้เป็นไปตามมาตรฐานของกรมโรงงาน ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทไม่เคยประสบปัญหาการร้องเรียนหรือมีข้อพิพาทใดๆ ที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมระหว่างชุมชน ใกล้เคียงหรือจากหน่วยงานต่างๆ

3. ปัจจัยความเสี่ยง

3.1 ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจและการดำเนินงานของบริษัท

3.1.1 ความเสี่ยงจากภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม

ผลิตภัณฑ์กาวที่ใช้ในอุตสาหกรรมเป็นส่วนประกอบสำคัญของผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องใช้ อุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า และอุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้าง อุตสาหกรรมเหล่านี้เป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ตามขนาด อุตสาหกรรม จึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะมีคู่แข่งทั้งรายใหญ่และรายย่อยอยู่ในตลาดนี้ คู่แข่งดังกล่าวมีทั้งผู้ผลิตกาว ภายในประเทศและจากต่างประเทศ จำนวนคู่แข่งที่มีอยู่อาจนำมาซึ่งผลกระทบต่อความไม่แน่นอนของสัดส่วนตลาดที่บริษัท ครอบครองอยู่ อีกทั้งยังอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทในกรณีที่บริษัทถูกแย่งสัดส่วนตลาดในการผลิตและ จัดจำหน่ายกาวให้กับคู่แข่ง ทั้งหมดนี้จึงเป็นสาเหตุที่บริษัทต้องคำนึงถึงความเสี่ยงจากสภาวะการแข่งขันที่สูงในธุรกิจกาวที่ ใช้ในอุตสาหกรรม ปัจจุบันบริษัทมีอัตราส่วนการผลิตและจัดจำหน่ายภายในประเทศประมาณร้อยละ 70.00 ของรายได้จาก การขาย และส่งออกต่างประเทศประมาณร้อยละ 30.00 ของรายได้จากการขาย ตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม จากประสบการณ์การทำงานในธุรกิจกาวที่ใช้ในอุตสาหกรรมกว่า 30 ปี ของบริษัท การที่บริษัทมี พันธมิตรทางการค้าที่ยาวนาน มีทีมวิจัยและพัฒนาที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการปรับปรุงคุณสมบัติของกาวให้ตรงตาม ความต้องการของลูกค้า สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นได้จากผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ยอมรับทั้งในประเทศ ภายในตลาดเอเชีย แอฟริกา ออสเตรเลีย อเมริกาและยุโรป นอกจากนี้ อาจกล่าวได้ว่า ถึงแม้ตลาดกาวจะมีคู่แข่งทั้งรายใหญ่และรายย่อยจำนวนหนึ่งก็ ตาม แต่คู่แข่งที่มีศักยภาพเทียบเท่าบริษัทในประเทศยังมีจำนวนน้อยราย ทำให้บริษัทยังคงได้รับความไว้วางใจให้เป็นผู้ผลิต และจัดจำหน่ายกาวที่ใช้ในอุตสาหกรรมให้แก่กลุ่มอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ในประเทศไทยและต่างประเทศ สำหรับการ แข่งขันภายในประเทศ บริษัทมีความมั่นใจในการขยายฐานลูกค้าและกำลังการผลิตให้ตอบสนองการเติบโตของบริษัทควบคู่ ไปกับคุณภาพ ส่วนการจำหน่ายไปยังต่างประเทศบริษัทมีเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนการจำหน่ายสินค้าไปยังต่างประเทศให้มาก ขึ้น โดยการจัดตั้งบริษัทย่อย คือ บริษัท อี.วี.เอ.อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ เช่น ฮองกง กัวเตมาลา บังกลาเทศ เป็นต้น นอกจากนี้ปัจจุบันบริษัทเป็นผู้ผลิตรายแรกและรายเดียวที่สามารถผลิตกาว Polyurethane Reactive Hot Melt (HMPUR) ได้ในประเทศไทย ซึ่งผลิตภัณฑ์กาว Polyurethane Reactive Hot Melt (HMPUR) เป็นกาวประเภทคงรูป (Thermosetting) ที่มีความแข็งแรงสูง อีกทั้งบริษัทมีทีมวิจัยและพัฒนาที่มีความรู้ความ เชี่ยวชาญในการปรับปรุงคุณสมบัติของกาวให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

3.1.2 ความเสี่ยงจากการผันผวนของราคาวัตถุดิบที่เปลี่ยนแปลงไปตามราคาตลาดโลก

บริษัทประกอบธุรกิจผลิตกาวยาที่ใช้ในอุตสาหกรรม ซึ่งต้องใช้วัตถุดิบ Resin และ Polychloroprene เป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิตวัตถุดิบดังกล่าวเป็นผลผลิตจากการกลั่นน้ำมันดิบสำหรับการผลิต ในปี 2558 คิดเป็นต้นทุนกว่าร้อยละ 60 ถึง ร้อยละ 70 ของต้นทุนวัตถุดิบรวม ซึ่งราคาวัตถุดิบดังกล่าวจะผันแปรไปตามอุปสงค์และอุปทานของราคาน้ำมันดิบโลก ซึ่งมีความผันผวนของราคาอย่างมีนัยสำคัญ สำหรับปัจจุบันแม้ว่าราคาจะมีความผันผวน แต่อัตราเฉลี่ยตามการคาดการณ์ที่ 50 ดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรล จึงไม่ส่งผลกระทบต่อการบริหารจัดการต้นทุน และการดำรงรักษาอัตรากำไรขั้นต้นของบริษัท

น้ำมันดิบเป็นสินค้าอุปโภคพื้นฐานที่มีความจำเป็นในการขยายตัวของเศรษฐกิจ จากภาพรวมของราคาน้ำมันดิบโลกเมื่อ 5 ปีที่ผ่านมา ราคาน้ำมันดิบมีการผันผวนในช่วงปี 2554-2557 ซึ่งมีราคาสูงสุดในช่วงไตรมาสที่ 1 ของปี 2555 ที่ราคาโดยประมาณ 120 ดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรล และมีการปรับตัวลงอย่างต่อเนื่องในช่วงไตรมาสที่ 2 ของปี 2557 จนถึงราคาที่ต่ำสุดในปี 2559 ที่ราคาโดยประมาณ 27 ดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรล ซึ่งเป็นผลดีต่อบริษัทที่ใช้วัตถุดิบจากผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมในการผลิต ซึ่งจะส่งผลให้ต้นทุนวัตถุดิบลดลง และส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้น

ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงราคาน้ำมันดิบ ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการดำเนินงานของบริษัท อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมามีบริษัทที่ติดตามข้อมูลข่าวสารและแนวโน้มราคาของวัตถุดิบหลักอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้สามารถวางแผนบริหารจัดการการสั่งซื้อวัตถุดิบได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ บริษัทได้มีการบริหารจัดการสต็อกวัตถุดิบคงเหลือให้สอดคล้องกับปริมาณความต้องการวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตได้อย่างเพียงพอและทันเวลาต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้สามารถควบคุมระดับสัดส่วนของต้นทุนขายไม่ให้ความผันผวนจนส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงานของบริษัท ซึ่งในอดีตที่ผ่านมา บริษัทไม่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินงานจากปัญหาความผันผวนของราคาวัตถุดิบแต่อย่างใด

3.1.3 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบุคลากรและทีมวิจัยที่มีความเชี่ยวชาญในการวิจัยและพัฒนาที่ใช้ในอุตสาหกรรม

บริษัทมีการพึ่งพิงทีมวิจัยที่ประกอบด้วยนักวิทยาศาสตร์ ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านการคิดค้นและวิจัยกาวยา ซึ่งเป็นสาขาวิชาชีพที่มีจำนวนแรงงานน้อยและอาจเกิดการขาดแคลนแรงงานได้ บริษัทจึงตระหนักถึงแนวทางการจูงใจให้นักวิทยาศาสตร์ทำงานกับบริษัท โดยให้ความสำคัญด้านสวัสดิการที่เหมาะสมและจูงใจให้กับพนักงาน รวมไปถึงการเจริญเติบโตของบริษัททำให้พนักงานเห็นถึงความมั่นคง และเชื่อมั่นในบริษัท เป็นผลให้อัตราการลาออกของพนักงานของบริษัทอยู่ในระดับต่ำ ส่วนในความเสี่ยงจากการพึ่งพิงทีมวิจัยนั้น บริษัทประเมินว่าความเสี่ยงดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำ และบริษัทมีแผนที่จะพัฒนาระบบเทคโนโลยีด้านการวิจัยและพัฒนา รวมถึงการจัดทำคลังความรู้ที่นักวิทยาศาสตร์คิดค้นได้ไว้เพื่อลดความเสี่ยงด้านการพึ่งพิงบุคลากรอีกทางหนึ่ง

อย่างไรก็ตาม บริษัทมั่นใจว่าจากการที่บริษัทผลักดันตัวเองให้ขึ้นมาเป็นผู้นำในระดับอาเซียนด้านผู้ผลิตและจำหน่ายกาที่ใช้ในอุตสาหกรรม ย่อมส่งผลให้บริษัทได้รับความสนใจจากนักวิทยาศาสตร์ที่มีความรู้และมีประสบการณ์สูง มาร่วมงานกับบริษัทในอนาคต

3.1.4 ความเสี่ยงเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ ระเบียบ กฎเกณฑ์ ข้อบังคับและกฎหมาย ในประเทศต่างๆ ที่เป็นลูกค้าของบริษัท

บริษัทจัดจำหน่ายสินค้าไปยังประเทศต่างๆ ผลิตภัณฑ์ของบริษัทถูกนำไปใช้ในหลากหลายอุตสาหกรรม ซึ่งเติบโตตามภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของแต่ละประเทศ ดังนั้นหากสภาวะเศรษฐกิจในประเทศต่างๆ ตกต่ำหรือถดถอย จะกระทบต่อความสามารถในการซื้อหรือความต้องการบริโภค อย่างไรก็ตามการที่บริษัทมีฐานลูกค้ากระจายอยู่มากกว่า 27 ประเทศ ลูกค้ารวมกว่า 100 ราย จึงทำให้บริษัทสามารถลดความเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจในประเทศต่างๆ ที่เป็นลูกค้าของบริษัทได้ นอกจากนี้ บริษัทยังมีการตรวจสอบและมีการกำหนดมาตรการเกี่ยวกับการกีดกันทางการค้าที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ข้อห้ามการนำเข้าสารเคมีในบางชนิดเข้าประเทศ เช่น ห้ามนำเข้าสารเคมีจำพวก Solvent เนื่องจากเป็นสารเคมีที่มีกลิ่นและอาจเป็นมลพิษ อย่างไรก็ตามบริษัทได้มีมาตรการแก้ไขข้อจำกัดนี้โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทดแทน Solvent ด้วยผลิตภัณฑ์กลุ่ม Hot Melt หรือ Water Based นอกจากนี้ บริษัทยังมีการศึกษา วิจัย จนสามารถพัฒนาสูตรกาที่ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สามารถจัดจำหน่ายสินค้าไปยังกลุ่มประเทศดังกล่าวได้

3.1.5 ความเสี่ยงจากการแข่งขันจากสินค้าทดแทน

ผลิตภัณฑ์หลักที่บริษัทผลิตและจัดจำหน่ายคือกาที่ใช้ในอุตสาหกรรมที่ใช้เป็นวัสดุยึดติดผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ ซึ่งผลิตภัณฑ์อื่นที่สามารถนำมาใช้งานเพื่อวัตถุประสงค์และคุณสมบัติเดียวกันในตลาดมีอยู่หลายประเภท เช่น เทปกาว เทปผ้า สำหรับการติดกล่องบรรจุภัณฑ์ หรือ ซีลิกอนที่สามารถประยุกต์ใช้ทดแทนกาในการเชื่อมกระฉก เป็นต้น ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกจากสินค้าทดแทนที่หลากหลาย หากผู้บริโภคเลือกใช้ผลิตภัณฑ์อื่นแทนผลิตภัณฑ์ของบริษัท อาจส่งผลต่อการดำเนินงานของบริษัท อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะต้องลงทุนเปลี่ยนแปลงเครื่องจักร ซึ่งอาจส่งผลให้ผู้ผลิตอาจต้องหยุดการผลิตชั่วคราว ดังนั้นจึงเป็นไปได้ยากที่กลุ่มลูกค้าของบริษัทจะเปลี่ยนไปใช้สินค้าทดแทนอื่น นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ของบริษัทจะถูกวิจัย พัฒนา และปรับปรุงคุณลักษณะให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าที่ต้องการยึดติดวัสดุต่างๆ เนื่องด้วยวัสดุแต่ละชนิดมีลักษณะและการใช้งานแตกต่างกัน อีกทั้งผลิตภัณฑ์ของบริษัทยังสามารถประยุกต์ใช้ได้หลายอุตสาหกรรมและมีความปลอดภัย ผลิตภัณฑ์ของบริษัทจึงได้รับความนิยมและหาสินค้าทดแทนได้ยาก

3.2 ความเสี่ยงด้านการเงิน

3.2.1 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

เนื่องจากบริษัทมีการใช้วัตถุดิบซึ่งเป็นส่วนประกอบที่ใช้ในการผลิตประมาณร้อยละ 60 ถึง 70 ของต้นทุนการผลิต วัตถุดิบบางส่วนนำเข้าจากต่างประเทศ ที่ใช้ในการผลิตจากต่างประเทศ และส่งออกสินค้าไปจำหน่ายยังต่างประเทศ กว่า 27 ประเทศ ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศจากการต้องชำระค่าวัตถุดิบเป็นสกุลเงินตราต่างประเทศ ได้แก่ เงินดอลลาร์สหรัฐ เงินยูโร เงินเยน เป็นต้น ในปี 2557 ปี 2558 และปี 2559 บริษัทมียอดซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.55 ร้อยละ 20.77 และ ร้อยละ 43.98 ของยอดซื้อวัตถุดิบรวมของบริษัท ตามลำดับ ซึ่งหากเกิดเหตุการณ์ทางเศรษฐกิจที่ทำให้ค่าเงินบาทมีแนวโน้มอ่อนค่าลงเมื่อเทียบกับค่าเงินตราต่างประเทศที่กล่าวมาข้างต้น โดยเฉพาะเงินดอลลาร์สหรัฐ เงินยูโร ซึ่งเป็นเงินต่างประเทศสกุลหลักที่เป็นรายรับของบริษัทและใช้ชำระค่าสินค้าให้แก่บริษัทผู้จำหน่ายวัตถุดิบให้แก่บริษัท ก็อาจส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของบริษัทได้ จากข้อมูลปี 2557 – ปี 2559 บริษัทมีกำไร (ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยน ในปี 2557 กำไรเป็นจำนวน 1.68 ล้านบาท หรือคิดเป็นกำไรสัดส่วนร้อยละ 0.24 ของรายได้รวม ในปี 2558 กำไรเป็นจำนวน 0.16 ล้านบาท หรือคิดเป็นกำไรสัดส่วนร้อยละ 0.03 ของรายได้รวม ในปี 2559 กำไรเป็นจำนวน 1.28 ล้านบาท หรือคิดเป็นกำไรสัดส่วนร้อยละ 0.06 ของรายได้รวม

บริษัทมีนโยบายการบริหารจัดการความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนด้วยการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) กับสถาบันการเงิน แต่ไม่ได้ป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนทั้งจำนวนจากการซื้อสินค้าทุกสกุลเงิน อย่างไรก็ตาม ในการนำเข้าสินค้าส่วนใหญ่ที่ใช้เงินตราต่างประเทศสกุลหลัก คือ ดอลลาร์สหรัฐ ยูโร และเยน หรือเงินตราต่างประเทศที่มีความผันผวนมาก บริษัทได้มีการป้องกันความเสี่ยงของอัตราแลกเปลี่ยนโดยการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) ในสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ กับธนาคาร วงเงินมูลค่า 4,660,600 เหรียญดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนที่อาจเกิดขึ้นได้ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้ากับสถาบันการเงินคิดเป็น 0.64 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือคิดเป็นจำนวนเงินประมาณ 22.78 ล้านบาท นอกจากนี้ บริษัทยังมีบัญชีเงินตราต่างประเทศ เพื่อให้สามารถหาแนวทางในการบริหารความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนได้อย่างเหมาะสมรวมถึงให้ความสำคัญและติดตามสถานการณ์อัตราแลกเปลี่ยน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) กับสถาบันการเงิน ดังนี้

จำนวนเงินที่ใช้สัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศ (หน่วย : ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ)	จำนวนเงินบาทคงที่ (หน่วย:ล้านบาท)	มูลค่ายุติธรรม (หน่วย:ล้านบาท)	ระยะเวลาครบกำหนด
0.29	10.28	10.34	พฤษภาคม 2560
0.35	12.50	12.46	มิถุนายน 2560

3.2.2 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงสินทรัพย์ส่วนตัวของกรรมการเป็นหลักประกันเงินกู้ยืมสถาบันการเงินของบริษัท

บริษัทมีการพึ่งพิงการค้ำประกันวงเงินกู้ยืมระยะสั้นกับสถาบันการเงินภายในประเทศแห่งหนึ่ง ซึ่งมีผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัท คือ คุณณรงค์ สุวัฒน์พิมพ์ และ คุณเอก สุวัฒน์พิมพ์ (ถือหุ้นในบริษัทร้อยละ 32.32 และร้อยละ 25.89 ณ วันที่ 25 สิงหาคม 2559 ตามลำดับ) เป็นผู้ค้ำประกันวงเงินกู้ยืมสถาบันการเงินเต็มจำนวนโดยมีวงเงินค้ำประกันรวม 514.82 ล้านบาท ในนามส่วนตัว รวมถึงใช้โฉนดที่ดินส่วนบุคคลของนายณรงค์ สุวัฒน์พิมพ์เป็นหลักประกันกับสถาบันการเงินจำนวน 18 แปลง โดยไม่มีการคิดค่าตอบแทนหรือค่าธรรมเนียมในการค้ำประกันแต่อย่างใด ทั้งนี้ จากงบการเงินของบริษัท ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2559 บริษัทมีวงเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินจำนวน 348.80 ล้านบาท โดยมีภาระหนี้คงค้างจำนวน 5.14 ล้านบาท และ วงเงิน Forward Contract 4.66 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

3.3 ความเสี่ยงด้านการบริหาร การจัดการ

3.3.1 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบุคลากรหลักในการบริหารงาน

การดำเนินงานของบริษัทขึ้นอยู่กับการบริหารงานของผู้บริหารหลัก ซึ่งรวมถึงนายเอก สุวัฒน์พิมพ์ ซึ่งถือหุ้นในบริษัทในสัดส่วนร้อยละ 25.89 ของทุนจดทะเบียนบริษัทและเป็นประธานเจ้าหน้าที่บริหารของบริษัท ความสำเร็จของบริษัทส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับความสามารถและการตัดสินใจของนายเอก สุวัฒน์พิมพ์ ดังนั้น หากผู้บริหารหลักโดยเฉพาะอย่างยิ่ง นายเอก สุวัฒน์พิมพ์ ไม่สามารถบริหารงานให้กับบริษัทต่อไปได้ ธุรกิจของบริษัทอาจได้รับผลกระทบในทางลบต่อธุรกิจ

นอกจากนี้ บริษัทยังต้องแสวงหาบุคลากรที่มีความสามารถโดดเด่นและมีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมที่บริษัทดำเนินธุรกิจอยู่ และต้องรักษาผู้บริหารที่มีประสพการณ์ เนื่องจากธุรกิจของบริษัทเติบโตอย่างรวดเร็ว และบริษัทได้พึ่งพาความเชี่ยวชาญของบุคคลดังกล่าวในการรวมธุรกิจใหม่ ๆ หากบริษัทไม่สามารถรักษามูลค่าดังกล่าวได้ บริษัทอาจไม่สามารถหาบุคลากรมาทดแทนและหล่อหลอมบุคลากรดังกล่าวได้ ซึ่งอาจบั่นทอนความสามารถของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญในการพัฒนาและดำเนินการตามกลยุทธ์ทางธุรกิจ การที่บริษัทไม่สามารถว่าจ้างและรักษาจำนวนผู้บริหารที่เพียงพอและบุคลากรที่มีความสามารถในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านการเงิน การตลาด การขายและการปฏิบัติการ อาจส่งผลกระทบในทางลบต่อธุรกิจ ฐานะทางการเงิน ผลการดำเนินงาน และโอกาสทางธุรกิจของบริษัท

บริษัทมีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหาร (Executive Committee) คณะกรรมการชุดย่อยต่างๆ อาทิเช่น คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง เป็นต้น และผู้บริหารในสายงานหลักในการดำเนินธุรกิจ ที่กลั่นกรองการบริหารงานและลดความเสี่ยงด้านการดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้ยังมีการจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่ง (Succession plan) ในระดับผู้บริหารทุกตำแหน่ง เพื่อช่วยให้บริษัทสามารถดำเนินกิจการได้อย่างต่อเนื่อง โดยธุรกิจไม่หยุดชะงัก



4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ตารางแสดงทรัพย์สินของบริษัทที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ณ 31 ธันวาคม 2559

หน่วย : ล้านบาท

ลักษณะทรัพย์สิน	ภาระผูกพัน	มูลค่าสุทธิ ณ 31 ธ.ค. 59	ลักษณะกรรมสิทธิ์
1. อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร อาคารสำนักงาน โรงงานและคลังสินค้า ตั้งอยู่เลขที่ 270 ถนนเลียบคลองภาษีเจริญฝั่งใต้ แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กรุงเทพฯ 10160	ใช้เป็นส่วนหนึ่งของหลักประกันวงเงินสินเชื่อของบริษัท กับเจ้าหนี้สถาบันการเงินแห่งหนึ่ง โดยวงเงินจำนองต่อ สถาบันการ金融ดังกล่าวรวม 229.40 ล้านบาท	15.22	บริษัท
2. เครื่องจักรและอุปกรณ์ เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตสินค้า	-ไม่มี-	55.44	บริษัท
		4.35	อยู่ภายใต้สัญญาเช่าทางการเงิน กับ บจก.กรุงเทพ โอบีเจ ลิสซิ่ง
3. เครื่องตกแต่ง ติดตั้ง และเครื่องใช้สำนักงาน เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงานที่ใช้ใน อาคารสำนักงานของบริษัท	-ไม่มี-	7.70	บริษัท



หน่วย : ล้านบาท

ลักษณะทรัพย์สิน	ภาระผูกพัน	มูลค่าสุทธิ ณ 31 ธ.ค. 59	ลักษณะกรรมสิทธิ์
4. คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์เชื่อมต่อ คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์เชื่อมต่อที่ใช้ใน สำนักงานและการดำเนินธุรกิจของบริษัท	-ไม่มี -	1.11	บริษัท
5. ยานพาหนะ ยานพาหนะที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจและขนส่ง สินค้า	-ไม่มี -	4.57	บริษัท
6. งานระหว่างก่อสร้างและเครื่องจักรระหว่าง ติดตั้ง เครื่องจักรที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจและส่วน ปรับปรุงอาคารสำนักงาน โรงงาน	-ไม่มี -	2.60	บริษัท
รวม		90.99	

หมายเหตุ : บริษัทเช่าที่ดินจำนวน 5 แปลง พร้อมสิ่งปลูกสร้าง จากคุณณรงค์ สุวัฒน์พิมพ์ (กรรมการและผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัท) สำหรับเป็นที่ตั้งโรงงานและสำนักงาน ตั้งอยู่ที่เลขที่ 270 ถนนเลียบคลองภาษีเจริญฝั่งใต้ แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กรุงเทพฯ (โฉนดเลขที่ 17160, 21970, 21971, 28867 และ 34571 เนื้อที่รวม 11ไร่ 2งาน 99 ตารางวา) ซึ่งมีรายละเอียดสัญญาเช่า ตามข้อ 5.3.1

4.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีรายการสินทรัพย์ไม่มีตัวตนสุทธิ คือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยมีมูลค่าสุทธิเท่ากับ 0.75 ล้านบาท (ราคาทุน เท่ากับ 5.16 ล้านบาท และค่าตัดจำหน่ายสะสม เท่ากับ 4.41 ล้านบาท)

4.3 สัญญาสำคัญที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ

4.3.1 สัญญาเช่าที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง

บริษัทได้ทำสัญญาเช่าที่ดินและสิ่งปลูกสร้างกับ คุณณรงค์ สุวัฒน์พิมพ์ (กรรมการ กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม และผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัท) โดยมีรายละเอียดสัญญาที่สำคัญ ดังนี้

รายละเอียดสำคัญของสัญญาเช่า	
คู่สัญญา	คุณณรงค์ สุวัฒน์พิมพ์ เป็น กรรมการ กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม และผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัท ซีลิก คอร์พ จำกัด (มหาชน) ในฐานะผู้ให้เช่า , บริษัทเป็นผู้เช่า
รายละเอียดสัญญา	- ผู้เช่าตกลงเช่าที่ดิน 5 แปลง โฉนดเลขที่ 17160, 21970, 21971, 28867 และ 34571 มีเนื้อที่โดยรวมประมาณ 11 – 2 – 99 ไร่ หรือคิดเป็น 4,699 ตารางวา พร้อมสิ่งปลูกสร้าง ซึ่งตั้งอยู่ที่ 270 ถนนเลียบคลองภาษีเจริญฝั่งใต้ แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กรุงเทพฯ 10160
อายุสัญญาเช่า	15 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 21 มิถุนายน 2559 ถึง วันที่ 20 มิถุนายน 2574
อัตราค่าเช่า	อัตราค่าเช่าจำนวน 241,000 บาทต่อเดือน โดยจะปรับค่าเช่าขึ้นร้อยละ 5 ทุก 5 ปี
การชำระค่าเช่า	ชำระค่าเช่าเป็นรายเดือน ภายในวันสุดท้ายของทุกเดือน ในกรณีวันสุดท้ายของเดือนเป็นวันหยุดทำการของธนาคาร ให้เลื่อนวันชำระค่าเช่า เป็นวันทำการสุดท้ายก่อนหน้าวันสุดท้ายของเดือนดังกล่าว
เงื่อนไขอื่นๆ	- เมื่อสัญญาเช่าสิ้นสุดตามกำหนดในสัญญานี้ ผู้ให้เช่ายินยอมให้ผู้เช่าครอบครองโรงงานต่อไปได้ไม่น้อยกว่า 12 เดือน และชำระค่าเช่าตามปกติแห่งสัญญานี้เพื่อดำเนินการโยกย้ายทรัพย์สินของผู้เช่าออกไปจากโรงงานและยุติการผลิตนับแต่วันที่สัญญานี้สิ้นสุดลง - กรณีผู้ให้เช่าจะทำการขายที่ดินและสิ่งปลูกสร้างภายใต้สัญญาเช่าฉบับนี้ ผู้ให้เช่าจะเสนอขายผู้เช่าเป็นรายแรกตามราคาตลาด โดยจะแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 6 เดือน ก่อนครบกำหนดตามสัญญาเช่าฉบับนี้ กรณีไม่สามารถตกลงซื้อขายกันได้ ผู้ให้เช่ามีสิทธิเสนอผู้ซื้อรายอื่นเพื่อพิจารณาต่อไป แต่เงื่อนไขและราคาที่เสนอต่อผู้ซื้อรายอื่นจะต้องไม่เป็นเงื่อนไขและราคาที่ดีกว่าเงื่อนไขและราคาที่เสนอให้ผู้เช่า และเมื่อมีการตกลงซื้อขายกับผู้ซื้อรายอื่นเรียบร้อยแล้ว ผู้ให้เช่าต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าอย่างน้อย 12 เดือน เพื่อให้เวลาผู้เช่าในการจัดหาสถานที่และวางแผนการดำเนินงาน

4.3.2 สัญญาประกันภัยของสำนักงานและโรงงานของบริษัท

- 1) บริษัทได้ทำประกันภัยทรัพย์สินของบริษัทสำนักงาน และโรงงานของบริษัท กับ บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) โดยมีรายละเอียดสัญญาที่สำคัญ ดังนี้

รายละเอียดสำคัญของสัญญา – กรมธรรม์ประกันภัยความเสียหายทรัพย์สิน	
คู่สัญญา	บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) ซึ่งไม่ได้เป็นบริษัท/บุคคลที่เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้น กรรมการ และผู้บริหารบริษัท
ประเภทประกันภัย	การประกันอัคคีภัยความเสียหายทรัพย์สินของตัวอาคารของบริษัท บนที่ดิน 270 ถนน เลียบคลองภาษีเจริญฝั่งใต้ แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร 10160
ระยะเวลาประกันภัย	1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 25 มิถุนายน 2559 ถึงวันที่ 25 มิถุนายน 2560 เวลา 16.00น.
วงเงินเอาประกันภัย	7,000,000 บาท ประกอบด้วย - สิ่งปลูกสร้างตัวอาคาร (ไม่รวมรากฐาน) พื้นที่ 1,152 ตร.ม. วงเงิน 6,000,000 บาท - สิ่งปลูกสร้างตัวอาคาร (ไม่รวมรากฐาน) พื้นที่ 200 ตร.ม. วงเงิน 1,000,000 บาท หมายเหตุ: กรมธรรม์ประกันภัยนี้ได้ขยายความคุ้มครองถึง ภัยเพิ่มเติมจากความเสียหายของทรัพย์สินที่ได้เอาประกันภัยไว้จากสาเหตุการระเบิด ซึ่งรวมถึงการระเบิดสืบเนื่องมาจากการรวมตัวของแก๊สที่ตกค้างจากการเผาไหม้ภายในถังเชื้อเพลิง หรือในท้องเผาไหม้เชื้อเพลิง ของอุปกรณ์ใดๆ ที่ใช้ไฟเผาเชื้อเพลิงหรือจากการระเบิดในท่อแก๊ส หรือท่ออื่นๆ ที่ใช้เป็นท่อส่งเชื้อเพลิง เข้าเตาเชื้อเพลิง โดยประกันภัยระเบิดดังกล่าว ไม่คุ้มครองความเสียหายใดๆ ของตัวหม้อน้ำ เครื่องประหยัดเชื้อเพลิง ห้องเผาไหม้เชื้อเพลิง หรือเครื่องจักรอุปกรณ์ที่เป็นส่วนประกอบของหม้อน้ำ รวมถึงถึงบรรจุความดัน อันเกิดจากการระเบิดของตัวเอง
ผู้รับผลประโยชน์	ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ตามภาระผูกพัน

รายละเอียดสำคัญของสัญญา – กรมธรรม์ประกันภัยความเสียหายทรัพย์สิน	
คู่สัญญา	บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) ซึ่งไม่ได้เป็นบริษัท/บุคคลที่เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้น กรรมการ และผู้บริหารบริษัท
ประเภทประกันภัย	การประกันความเสียหายต่อทรัพย์สินของบริษัท บนที่ดิน 270 ถนนเลียบคลองภาษีเจริญฝั่งใต้ แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร 10160
ระยะเวลาประกันภัย	1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2560 ถึงวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2561 เวลา 16.30 น.

วงเงินเอาประกันภัย	<p>43,000,000 บาท ประกอบด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> - สิ่งปลูกสร้างตัวอาคาร (ไม่รวมรากฐาน) เฟอริไนเจอร์ เครื่องตกแต่งติดตั้งติดตั้งเครื่อง - เครื่องใช้ อุปกรณ์ไฟฟ้าต่างๆ เครื่องจักร และอุปกรณ์ส่วนควบที่ใช้ในการประกอบกิจการ รวมถึง Boiler และระบบไฟฟ้า <p>หมายเหตุ: กรมธรรม์นี้ ให้ความคุ้มครองความสูญเสีย หรือเสียหายของทรัพย์สินที่เอาประกันภัย และได้ขยายความคุ้มครองถึง</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความสูญเสีย หรือความเสียหายต่อกระจกที่ติดตั้งถาวร วงเงินไม่เกิน 10,000,000 บาทต่ออุบัติเหตุแต่ละครั้ง และตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย - ความรับผิดชอบ ภัยที่เกิดจากความสูญเสีย หรือความเสียหายต่อทรัพย์สินที่เอาประกันภัย อันเนื่องมาจากการลักทรัพย์ที่ปรากฏร่องรอยการโจรกรรมจากตัวอาคารโดยการเข้าไป หรือออกจากตัวอาคาร วงเงินไม่เกิน 10,000,000 บาทต่ออุบัติเหตุแต่ละครั้ง และตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย - ความสูญเสีย หรือความเสียหายต่อเครื่องใช้ไฟฟ้า วงเงินไม่เกิน 10,000,000 บาทต่ออุบัติเหตุแต่ละครั้ง และตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย - ความสูญเสีย หรือความเสียหายต่อเครื่องจักร วงเงินไม่เกิน 10,000,000 บาทต่ออุบัติเหตุแต่ละครั้ง และตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย
ผู้รับผลประโยชน์	ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ตามภาวะผูกพัน

รายละเอียดสำคัญของสัญญา – กรมธรรม์ประกัน Boiler and Pressure Vessel	
คู่สัญญา	บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) ซึ่งไม่ได้เป็นบริษัท/บุคคลที่เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้น กรรมการ และผู้บริหารบริษัท
ประเภทประกันภัย	การประกันความเสียหายต่อ Boiler and Pressure Vessel บนที่ตั้ง 270 ถนน เลียบคลองภาษีเจริญฝั่งใต้ แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร 10160
ระยะเวลาประกันภัย	365 วัน เริ่มตั้งแต่วันที่ 24 สิงหาคม 2559 ถึงวันที่ 25 สิงหาคม 2560
วงเงินเอาประกันภัย	<p>1,070,000 บาท ประกอบด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> - หม้อน้ำแบบท่อไฟ สร้างโดยบจก.สหไทยบอยเลอร์ วงเงินไม่เกิน 200,000 บาท - หม้อน้ำแบบท่อไฟ ยี่ห้อ Maxitherm วงเงินไม่เกิน 500,000 บาท - หม้อต้ม ผลิตโดย LK Boiler Industry วงเงินไม่เกิน 370,000 บาท

รายละเอียดสำคัญของสัญญา – กรมธรรม์ประกันภัยความเสี่ยงภัยทรัพย์สิน	
คู่สัญญา	บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) ซึ่งไม่ได้เป็นบริษัท/บุคคลที่เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้น กรรมการ และผู้บริหารบริษัท
ประเภทประกันภัย	การประกันความเสียหายต่อทรัพย์สินของบริษัท บนที่ตั้ง 270 ถนน เลียบคลองภาษีเจริญฝั่งใต้ แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร 10160
ระยะเวลาประกันภัย	1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2560 ถึงวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2561 เวลา 16.30น.
วงเงินเอาประกันภัย	<p>346,500,000 บาท ประกอบด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> - สิ่งปลูกสร้างตัวอาคาร (ไม่รวมรากฐาน) เฟอร์นิเจอร์ เครื่องตกแต่งติดตั้งเครื่องใช้และอุปกรณ์ไฟฟ้าต่างๆ สต็อกวัตถุดิบ สินค้าระหว่างผลิต สินค้าสำเร็จรูปและวัสดุหีบห่อ เครื่องจักรและอุปกรณ์ส่วนควบที่ใช้ในการประกอบกรร รวมถึง Boiler และระบบไฟฟ้า วงเงินไม่เกิน 266,500,000 บาท - การประกันภัยธุรกิจหยุดชะงัก (ระยะเวลาชดใช้ 12 เดือน) วงเงินไม่เกิน 80,000,000 บาท <p>หมายเหตุ: กรมธรรม์ฉบับนี้ได้ขยายความคุ้มครองถึง</p> <ul style="list-style-type: none"> - การแตกหักโดยอุบัติเหตุของกระจกที่ติดตั้งเครื่องใช้ ณ สถานที่เอาประกันภัย วงเงินไม่เกิน 20,000,000 บาทต่ออุบัติเหตุแต่ละครั้ง และตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย - ภัยโจรกรรมซึ่งปรากฏร่องรอยโจรกรรม ชิงทรัพย์ ปล้นทรัพย์ วงเงินไม่เกิน 20,000,000 บาทต่ออุบัติเหตุแต่ละครั้ง และตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย - ภัยต่อเครื่องใช้ไฟฟ้า วงเงินไม่เกิน 20,000,000 บาทต่ออุบัติเหตุแต่ละครั้ง และตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย - ภัยต่อเครื่องจักร วงเงินไม่เกิน 10,000,000 บาทต่ออุบัติเหตุแต่ละครั้ง และตลอดระยะเวลาเอาประกันภัย (โดยยกเว้นความเสียหายของการประกันธุรกิจหยุดชะงัก อันเนื่องมาจากความเสียหายจากเครื่องจักร MLOP) โดยมีค่าเสียหายส่วนแรกให้ผู้เอาประกันภัยต้องรับผิดชอบ 10,000.- บาทในแต่ละครั้งและทุกครั้ง

- 2) บริษัทได้ทำประกันภัยอื่นๆ สำหรับประกอบการดำเนินงาน เพื่อรองรับความรับผิดชอบตามกฎหมายและลดความเสี่ยงด้านการเงินของบริษัท กับ บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) โดยมีรายละเอียดสัญญาที่สำคัญ ดังนี้

รายละเอียดสำคัญของสัญญา – กรมธรรม์ประกันภัยความรับผิดชอบตามกฎหมาย	
คู่สัญญา	บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) ซึ่งไม่ได้เป็นบริษัท/บุคคลที่เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้น กรรมการ และผู้บริหารบริษัท
ประเภทประกันภัย	การประกันความรับผิดชอบตามกฎหมายต่อบุคคลภายนอก ซึ่งเกิดจากการประกอบธุรกิจ และเกิดขึ้นภายในหรือมีสาเหตุจากการใช้สถานที่ประกอบการ บนที่ตั้ง 270 ถนนเลียบคลองภาษีเจริญฝั่งใต้ แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร 10160
ระยะเวลาประกันภัย	1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2559 ถึงวันที่ 1 กันยายน 2560 เวลา 16.30น.

วงเงินเอาประกันภัย	10,000,000 บาท ต่ออุบัติเหตุแต่ละครั้งและตลอดระยะเวลาประกันภัย ประกอบด้วย - สำหรับความบาดเจ็บทางร่างกายและความเสียหายต่อทรัพย์สิน - เครื่องจักรกลที่ได้รับความคุ้มครอง ได้แก่ แชนลัพท์และโพลีคลิฟท์ หมายเหตุ: กรมธรรม์ประกันภัยนี้ไม่คุ้มครองความรับผิดชอบตามกฎหมายอันเกิดจากผู้เอาประกันภัยหรือลูกจ้างของผู้เอาประกันภัยซึ่งทำงานประจำ ณ สถานที่ประกอบการที่เอาประกันภัย ในขณะที่ออกไปปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของผู้เอาประกันภัยภายนอกสถานที่ประกอบการเอาประกันภัย
--------------------	--

รายละเอียดสำคัญของสัญญา – กรมธรรม์ประกันภัยความรับผิดชอบตามกฎหมาย	
คู่สัญญา	บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) ซึ่งไม่ได้เป็นบริษัท/บุคคลที่เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้น กรรมการ และผู้บริหารบริษัท
ประเภทประกันภัย	การประกันภัยความรับผิดชอบตามกฎหมายอันเกิดจากการประกอบกิจการควบคุมประเภทที่ 3 ตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิง ส่วนที่เกี่ยวกับการประกอบกิจการควบคุมก๊าซปิโตรเลียมเหลว บนที่ตั้ง 270 ถนน เลียบคลองภาษีเจริญฝั่งใต้ แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร 10160
ระยะเวลาประกันภัย	1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 3 มิถุนายน 2559 ถึงวันที่ 3 มิถุนายน 2560 เวลา 16.30น.
วงเงินเอาประกันภัย	1,500,000 บาทต่อครั้ง คุ้มครองเฉพาะบริเวณแนวเขตที่ดินขอรับใบอนุญาตประกอบกิจการควบคุมประเภทที่ 3 ส่วนที่เกี่ยวกับการประกอบกิจการควบคุมก๊าซปิโตรเลียมเหลว ประกอบด้วย - การเสียชีวิต หรือทุพพลภาพถาวรสิ้นเชิง ชดใช้ 200,000 บาทต่อคน - ค่ารักษาพยาบาลที่ได้ชดใช้ตามความเสียหายที่แท้จริง แต่ไม่เกินคนละ 200,000 บาทต่อคน (ทั้งนี้ ทั้งสองกรณีข้างต้นรวมกันไม่เกิน 200,000 บาทต่อคน) - ความเสียหายต่อทรัพย์สินของผู้ได้รับความเสียหาย โดยชดใช้ตามความเสียหาย ที่เกิดขึ้นจริง ไม่เกินจำนวนเงินเอาประกันภัยตามประเภทกิจการควบคุมประเภทที่ 3

รายละเอียดสำคัญของสัญญา – กรมธรรม์ประกันของสูญหายระหว่างการขนส่งและการชำระเงินปลายทาง (Comprehensive Credit Insurance)	
คู่สัญญา	บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) ซึ่งไม่ได้เป็นบริษัท/บุคคลที่เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้น กรรมการ และผู้บริหารบริษัท
ประเภทประกันภัย	การประกันของสูญหายระหว่างการขนส่ง และหากลูกค้าไม่ชำระเงินปลายทาง บนที่ตั้ง 270 ถนนเลียบคลองภาษีเจริญฝั่งใต้ แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร 10160
ระยะเวลาประกันภัย	365 วัน เริ่มตั้งแต่วันที่ 21 พฤศจิกายน 2559 ถึงวันที่ 21 พฤศจิกายน 2560 เวลา 24.01น.

วงเงินเอาประกันภัย	<p>50,000,000 บาท โดยมีเงื่อนไขดังนี้</p> <p>วงเงินไม่เกิน 50,000,000 บาท โดยคิดจาก 90% ของมูลค่าสูญหาย หรือ 50,000,000 บาท ขึ้นอยู่กับมูลค่าใดจะน้อยกว่า สำหรับประเทศ ดังนี้ :</p> <p>ไทย สิงคโปร์ โปแลนด์ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ สหราชอาณาจักร ซาอุดีอาระเบีย แอฟริกาใต้ ศรีลังกา บราซิล มอริเชียส อินเดีย สหรัฐอเมริกา และ อินโดนีเซีย</p> <p>วงเงินไม่เกิน 5,000,000 บาท โดยคิดจาก 90% ของมูลค่าสูญหาย หรือ 5,000,000 บาท ขึ้นอยู่กับมูลค่าใดจะน้อยกว่า สำหรับประเทศ ดังนี้ :</p> <p>บังกลาเทศ เซเนกัล เวียดนาม เปรู กัวเตมาลา กัมพูชา</p> <p>วงเงินไม่เกิน 5,000,000 บาท โดยคิดจาก 50% ของมูลค่าสูญหาย หรือ 5,000,000 บาท ขึ้นอยู่กับมูลค่าใดจะน้อยกว่า สำหรับประเทศกาน่า</p> <p>โดยในปี 2558 บริษัทมีวงเงินที่ครอบคลุมยอดขาย 384.87 ล้านบาท (ยอดลูกหนี้การค้า 135.56 ล้านบาท) และมีระยะเวลาการชำระ 30-150 วัน</p>
เงื่อนไข / การดำเนินการเรียกชำระหนี้	<p>- จดหมายทวงถาม</p> <ul style="list-style-type: none"> เมื่อลูกค้าค้างชำระ 61-90 วัน แผนกการเงินบริษัทจะติดตามทวงถามทางโทรศัพท์ เมื่อลูกค้าค้างชำระ 91-120 วันขึ้นไป แผนกการเงินบริษัทจะส่งจดหมายทวงถามครั้งที่ 1 หากไม่มีการชำระ แผนกการเงินบริษัทจะส่งจดหมายทวงถามครั้งที่ 2 หากไม่มีการชำระ แผนกการเงินบริษัทจะส่งจดหมายทวงถามครั้งที่ 3 <p>- ทางบริษัทจะแจ้งบริษัทประกันภัยตั้งแต่จดหมายทวงถามครั้งที่ 1, 2 และ 3</p> <p>- บริษัทต้องทำเอกสารเป็นลายลักษณ์อักษรของมูลค่าที่สูญเสีย และภายใน 180 วัน บริษัทประกันจะทำการชำระเงินคืนให้บริษัท และจะเป็นผู้รับผิดชอบในการติดตามลูกหนี้</p>

รายละเอียดสำคัญของสัญญา – กรมธรรม์ประกันภัยสำหรับเงิน	
คู่สัญญา	บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) ซึ่งไม่ได้เป็นบริษัท/บุคคลที่เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้น กรรมการ และผู้บริหารบริษัท
ประเภทประกันภัย	การประกันความสูญเสียของเงิน บนที่ตั้ง 270 ถนนเลียบคลองภาษีเจริญฝั่งใต้ แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร 10160
ระยะเวลาประกันภัย	1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2559 ถึงวันที่ 1 กันยายน 2560 เวลา 12.00น.
วงเงินเอาประกันภัย	<p>1,350,000 บาท ประกอบด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความสูญเสียของเงินเพื่อจ่ายค่าจ้างและ/หรือเงินเดือน และความสูญเสียของเงินภายนอกสถานที่เอาประกันภัยขณะที่ขนส่งตามเส้นทางที่ระบุไว้ วงเงินไม่เกิน 800,000 บาท - ความสูญเสียของเงินภายในสถานที่เอาประกันภัย และความสูญเสียของเงินภายในตู้নিরภัย หรือห้องนิรภัย วงเงินไม่เกิน 500,000 บาท - ความเสียหายต่อตู้নিরภัยหรือห้องนิรภัย ตัวอาคารของสถานที่เอาประกันภัยและทรัพย์สินอื่นๆ วงเงินไม่เกิน 50,000 บาท

รายละเอียดสำคัญของสัญญา – กรมธรรม์ประกันความรับผิดสำหรับกรรมการและเจ้าหน้าที่	
คู่สัญญา	บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน) ซึ่งไม่ได้เป็นบริษัท/บุคคลที่เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้น กรรมการ และผู้บริหารบริษัท
ประเภทประกันภัย	
ระยะเวลาประกันภัย	365 วัน เริ่มตั้งแต่วันที่ 12 ตุลาคม 2559 ถึงวันที่ 12 ตุลาคม 2560 เวลา 24.01น.
วงเงินเอาประกันภัย	90,000,000 บาท โดยมีเงื่อนไขดังนี้ <u>ส่วนที่ 1</u> ความรับผิดสำหรับกรรมการและเจ้าหน้าที่ ความสูญเสียต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับกรรมการ หรือเจ้าหน้าที่แทนกรรมการหรือเจ้าหน้าที่ <u>ส่วนที่ 2</u> การชดเชยคืนให้แก่บริษัท ความสูญเสียต่างๆ ที่บริษัทต้องรับผิดชอบแทนกรรมการหรือเจ้าหน้าที่ตามกฎหมาย <u>ส่วนที่ 3</u> ความคุ้มครองต่อตัวองค์กร ค่าเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับบริษัท ความรับผิดชอบตามกฎหมายในการว่าจ้างงาน

รายละเอียดสำคัญของสัญญา – หนังสือยินยอมระหว่างผู้ใช้และผู้ให้บริการบำบัด/กำจัดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว เพื่อประกันความรับผิด	
คู่สัญญา	บริษัท เบตเตอร์ เวิลด์ กรีน จำกัด (มหาชน)
ประเภทสัญญา	การตกลงที่จะกำจัดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว บนที่ตั้ง 270 ถนนเลียบคลองภาษีเจริญฝั่งใต้ แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กรุงเทพฯ 10160
ระยะเวลาสัญญา	เริ่มตั้งแต่วันที่ 16 มิถุนายน 2559 ถึงวันที่ 12 มิถุนายน 2560
รายละเอียดสัญญา	รายละเอียดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว <u>ลำดับที่ 1</u> Hot melt ปริมาณ 40 ตัน/ปี กำจัดโดยทำเชื้อเพลิงผสม <u>ลำดับที่ 2</u> ภาชนะปนเปื้อน ปริมาณ 12 ตัน/ปี กำจัดโดยปรับเสถียรและฝังกลบแบบปลอดภัย <u>ลำดับที่ 3</u> หลอดไฟ ปริมาณ 0.11 ตัน/ปี กำจัดโดยทำเชื้อเพลิงผสม <u>ลำดับที่ 4</u> วัสดุปนเปื้อน ปริมาณ 30 ตัน/ปี กำจัดโดยทำเชื้อเพลิงผสม

รายละเอียดสำคัญของสัญญา – หนังสือยินยอมระหว่างผู้ใช้และผู้ให้บริการบำบัด/กำจัดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว เพื่อประกันความรับผิด	
คู่สัญญา	ห้างหุ้นส่วนจำกัด โอ.ที.วา. อินดัสทรีส์ตรัม
ประเภทสัญญา	การตกลงที่จะกำจัดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว บนที่ตั้ง 270 ถนนเลียบคลองภาษีเจริญฝั่งใต้ แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กรุงเทพฯ 10160
ระยะเวลาสัญญา	เริ่มตั้งแต่วันที่ 16 มิถุนายน 2559 ถึงวันที่ 12 มิถุนายน 2560
รายละเอียดสัญญา	รายละเอียดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว คือ ภาชนะปนเปื้อน ปริมาณ 30 ตัน/ปี นำกลับมาใช้ประโยชน์อีก ด้วยวิธีอื่นๆ

4.4 เครื่องหมายการค้า

บริษัทได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้ากับกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ โดยการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้านี้ มีอายุ 10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และสามารถต่ออายุได้ทุก ๆ 10 ปี รายละเอียดดังนี้

ลำดับ	เครื่องหมายการค้า	กรรมสิทธิ์	ประเภทสินค้า
1		บริษัท	กาวยาง
2		บริษัท	กาวใช้ในอุตสาหกรรมทำรองเท้า
3		บริษัท	กาวใช้ในอุตสาหกรรมทำรองเท้า
4		บริษัท	กาวใช้ในอุตสาหกรรมทำรองเท้า
5		บริษัท	กาวใช้ในอุตสาหกรรมทำรองเท้า
6		บริษัท	กาวใช้ในอุตสาหกรรมทำรองเท้า
7		บริษัท	กาวใช้ในอุตสาหกรรมทำรองเท้า

ลำดับ	เครื่องหมายการค้า	กรรมสิทธิ์	ประเภทสินค้า
8		บริษัท	กาวยาง
9		บริษัท	กาวอุตสาหกรรม
10		บริษัท	บริการจัดการธุรกิจด้านจำหน่าย สินค้าประเภทกาวอุตสาหกรรม
11		บริษัท	กาวใช้ในอุตสาหกรรมทำรองเท้า
12		บริษัท	กาวใช้ในอุตสาหกรรมทำรองเท้า
13		บริษัท	กาวใช้ในอุตสาหกรรมทำรองเท้า
14		บริษัท	กาวใช้ในอุตสาหกรรมทำรองเท้า
15		บริษัท	กาวใช้ในอุตสาหกรรมทำรองเท้า

ลำดับ	เครื่องหมายการค้า	กรรมสิทธิ์	ประเภทสินค้า
16		บริษัท	กาวที่ใช้ในอุตสาหกรรมทำรองเท้า
17		บริษัท	กาวที่ใช้ในอุตสาหกรรมทำรองเท้า
18		บริษัท	กาวที่ใช้ในอุตสาหกรรมทำรองเท้า
19		บริษัท	กาวที่ใช้ในอุตสาหกรรมทำรองเท้า
20		บริษัท	กาวที่ใช้ในอุตสาหกรรมทำรองเท้า
21		บริษัท	กาวยาง
22		บริษัท	กาวยาง
23		บริษัท	กาวยางที่ใช้ในอุตสาหกรรม

ลำดับ	เครื่องหมายการค้า	กรรมสิทธิ์	ประเภทสินค้า
24	D-NA	บริษัท	กาวที่ใช้ในอุตสาหกรรม
25		บริษัท	กาวยาง
26		บริษัท	กาวยางที่เป็นสารยึดติดที่ใช้ในอุตสาหกรรม
27	ICETECH	บริษัท	กาวยางที่เป็นสารยึดติดที่ใช้ในอุตสาหกรรม
28	DELTABOND	บริษัท	กาวยางที่เป็นสารยึดติดที่ใช้ในอุตสาหกรรม
29	Vegamelt	บริษัท	กาวที่ใช้ในอุตสาหกรรม
30	INTENSITY	บริษัท	กาวที่ใช้ในอุตสาหกรรม
31	CELESTE	บริษัท	กาวยางที่ใช้ในอุตสาหกรรม
32		บริษัท	กาวที่ใช้ในอุตสาหกรรม
33		บริษัท	กาวที่ใช้ในอุตสาหกรรม
34		บริษัท	กาวที่ใช้ในอุตสาหกรรม
35	Selistick	บริษัท	กาวยาง

ลำดับ	เครื่องหมายการค้า	กรรมสิทธิ์	ประเภทสินค้า
36		บริษัท	บริการล้างทำความสะอาดเครื่องจักร บริการซ่อมบำรุง ดูแล รักษา เครื่องจักร
37	D-NA	บริษัท	สีฟันรถยนต์
38		บริษัท	สีฟันรถยนต์ สีโปว ทินเนอร์ แลค เกอร์ สารเคลือบสี น้ำยาขัดสี ครีมขัด เงา น้ำยาขัดเงา น้ำยาปูนฉาบ
39		บริษัท	สีทา ยูรีเทน ทินเนอร์ แลคเกอร์
40		บริษัท	สีโปว ทินเนอร์ แลคเกอร์ สีฟัน รถยนต์ สารเคลือบสี ครีมขัดเงาสี น้ำยาขัดเงาสี
41		บริษัท	สีผสมอาหาร
42		บริษัท	สารปรุงแต่งรสและกลิ่น ยกเว้น หัว น้ำมันหอมระเหย
43		บริษัท	บริการจัดการขายสี น้ำมันเคลือบเงา สารกันสนิม เรซิน น้ำยาปูนฉาบ กัน ซึม กาวยาง
44	Seliflex	บริษัท	กาวยาง
45	Selibon	บริษัท	กาวยาง

5. เงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทที่เกี่ยวข้อง

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีมูลค่าเงินลงทุนในบริษัทย่อย โดยวิธีราคาทุนรวมทั้งสิ้น 1.00 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.20 ของสินทรัพย์รวมตามงบการเงินเฉพาะของบริษัท โดยมีรายละเอียดดังนี้

บริษัท	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	ทุนชำระแล้ว (ล้านบาท)	สัดส่วนการลงทุน (%)	มูลค่าเงินลงทุน (ล้านบาท)
บริษัท อี.วี.เอ. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	1.00	1.00	99.97%	1.00

นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย

สำหรับนโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย บริษัทจะคำนึงถึงผลตอบแทนจากการลงทุน ความเสี่ยง และสภาพคล่องทางการเงินของบริษัทอย่างรอบคอบ โดยจะพิจารณาลงทุนในบริษัทย่อยที่มีศักยภาพที่จะเกื้อหนุนและเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทเป็นสำคัญ และโครงการลงทุนแต่ละครั้งจะต้องผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการบริษัท ตามขอบเขตอำนาจการอนุมัติที่กำหนดไว้ ซึ่งบริษัทมีนโยบายส่งกรรมการ และ/หรือผู้บริหารของบริษัทเข้าไปเป็นกรรมการไม่น้อยกว่าสัดส่วนการลงทุนในบริษัทย่อย เพื่อควบคุมการบริหาร และนโยบายการที่สำคัญของบริษัทย่อยให้สอดคล้องกับนโยบายของบริษัท

6. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมาย ดังต่อไปนี้

- (1) คดีที่อาจมีผลด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น
- (2) คดีที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ แต่ไม่สามารถประเมินเป็นตัวเลขได้
- (3) คดีที่มีได้เกิดจากการประกอบธุรกิจโดยปกติของบริษัท

7. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

7.1 ข้อมูลทั่วไป

ประเภทธุรกิจ	: ธุรกิจผลิตและจำหน่าย รวมทั้งวิจัยและพัฒนาวัสดุอุตสาหกรรม (Adhesive, Specialty and High Performance Adhesive) ที่ใช้ในหลากหลายอุตสาหกรรม เพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ
ที่ตั้งบริษัท	: เลขที่ 270 ถนนเลียบคลองภาษีเจริญฝั่งใต้ แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กทม. โทรศัพท์ (66)2 807 3347-9 โทรสาร (66)2 807 9453
เว็บไซต์ (URL)	: http://seliccorp.com/
เลขทะเบียนบริษัท	: 0107559000311
ทุนจดทะเบียน	: มูลค่า 140.00 ล้านบาท โดยเป็นทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว จำนวน 140.00 ล้าน บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 280.00 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท

7.2 ข้อมูลของบุคคลอ้างอิงอื่นๆ

นายทะเบียนหลักทรัพย์หุ้นสามัญ	: บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด (TSD) อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ชั้น 1 Tower B (ข้างสถานีทูตจีน) เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์ (66)2 009 9000 โทรสาร (66)2 009 9991 TSD Call Center (66)2 009 9999
ผู้สอบบัญชี	: บริษัท เอ็ม อาร์ แอนด์ แอสโซซิเอท จำกัด นายเมธี รัตนศรีเมธา ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3425 อาคารเจ้าพระยาท้าวเวรย์ ห้อง 706 เลขที่ 89 ซอยวัดสวนพลู ถนนเจริญกรุง แขวงบางรัก เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500 โทรศัพท์ (66)2 630 7500 โทรสาร (66)2 630 7506 โทรสาร (66)2 653 5678



ที่ปรึกษาทางการเงิน

: บริษัท แอสเซท โปร แมเนจเม้นท์ จำกัด

เลขที่ 999/9 ดี ออฟฟิศเสส แอท เซ็นทรัล เวิลด์ ชั้น 10

ห้อง 1011-1012 ถนนพระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน

กรุงเทพมหานคร 10330

โทรศัพท์ (66)2 264 5678

โทรสาร (66)2 264 5679