



ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 ภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) เกิดจากการควบรวมกิจการระหว่าง บริษัท ซีลิก เคมีคอล จำกัด กับ บริษัท อีวา เมนูแฟคเจอร์ จำกัด ซึ่งทั้ง 2 บริษัทมีประสบการณ์ในการผลิตกาอุดสาหกรรมและเคมีภัณฑ์ยาวนานกว่า 30 ปี

ปัจจุบันบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจำหน่าย รวมทั้งวิจัยและพัฒนาการอุดสาหกรรม (Specialty and High Performance Adhesive) เพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศกว่า 27 ประเทศทั่วโลก โดยมีฐานลูกค้าทั้งในอาเซียน เอเชียใต้ แอฟริกา ยุโรป อเมริกาใต้ รวมถึง ออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เป็นส่วนหนึ่งของสินค้าในหลากหลายอุตสาหกรรม เช่น อุดสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุดสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนัง อุดสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และงานไม้ทั่วไป อุดสาหกรรมสิ่งพิมพ์ และอุดสาหกรรมยานยนต์ เป็นต้น ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์หลักจากเทคโนโลยีของผลิตภัณฑ์ ดังต่อไปนี้

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์กาว Solvent (Solvent Based Adhesive)
2. กลุ่มผลิตภัณฑ์กาวน้ำ (Water Based Adhesive)
3. กลุ่มผลิตภัณฑ์กาวหลอมร้อน (Hot Melt Adhesive) หรือกาวร้อน
4. กลุ่มผลิตภัณฑ์อื่นๆ

อีกทั้ง บริษัทฯ ใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยในกระบวนการผลิตกาว เพื่อให้ได้กาวที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน นอกจากนี้ ยังมีศูนย์วิจัยที่มีทีมนักการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีการปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีการผลิตและพัฒนาความรู้ของทีมนักวิจัยอย่างต่อเนื่องเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องต่อความต้องการที่เปลี่ยนไปของตลาด ประกอบกับนโยบายของบริษัทฯ ในการให้คำปรึกษาและคำแนะนำแก่ลูกค้าเพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ จะสามารถตอบสนองต่อกระบวนการผลิตสินค้าของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ช่วยลดต้นทุนในการผลิตให้แก่ลูกค้า จึงทำให้ผลิตภัณฑ์และการบริการของบริษัทฯ มีความโดดเด่นและแตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่นๆ เป็นผลให้บริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้ามาโดยตลอด

1.2 วิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ ค่านิยมองค์กร และกลยุทธ์องค์กร

วิสัยทัศน์ มุ่งสู่การเป็นผู้นำใน Adhesive Technologies ครบวงจรระดับโลก ด้วยนวัตกรรมที่ล้ำสมัย

พันธกิจ นวัตกรรมที่สมบูรณ์แบบ เพื่อคุณภาพชีวิตอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้เป็นองค์กรที่มุ่งสร้างความเป็นเลิศทางด้านการวิจัยพัฒนา ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์กาวอุดสาหกรรมและเคมีภัณฑ์ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน
2. เพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความชำนาญและติดตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางการผลิตกาอุดสาหกรรมและเคมีภัณฑ์
3. เพื่อให้องค์กรเป็นธุรกิจสู่สากล

ค่านิยมองค์กร

<i>Innovation</i>	ร่วมสร้างนวัตกรรม
<i>Intregation</i>	สร้างพลังร่วมอันยิ่งใหญ่
<i>Positive Thinking</i>	ร่วมสร้างพลังบวก

กลยุทธ์องค์กร

- **Innovation:** บริษัทฯ จะให้ความสำคัญและสนับสนุนงานวิจัยอย่างต่อเนื่อง โดยผ่านกระบวนการพัฒนาตามแนวคิดนวัตกรรมที่เน้นการสร้างคุณค่ากับผลิตภัณฑ์ใหม่หรือการบริการที่สร้างมูลค่าเพิ่มและต่อยอดให้กับธุรกิจของบริษัทฯ ในปัจจุบัน
- **Heart of Customer:** บริษัทฯ จะมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า เพื่อสร้างประสบการณ์ที่เหนือกว่า และให้ลูกค้าใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทฯ อย่างเต็มที่และคุ้มค่า

1.3 ประวัติความเป็นมา การเปลี่ยนแปลง และพัฒนาการที่สำคัญ

1.3.1 ความเป็นมา

บริษัทฯ จัดทะเบียนก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2555 โดยกลุ่มครอบครัวสุวัฒน์พิมพ์ ด้วยทุนจดทะเบียนจำนวน 215,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญทั้งสิ้นจำนวน 2,150,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100.00 บาท เพื่อประกอบธุรกิจเป็นผู้ผลิต จำหน่าย รวมทั้งวิจัยและพัฒนาการอุตสาหกรรมและเคมีภัณฑ์ที่ใช้ในหลากหลายอุตสาหกรรม เพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ปัจจุบันบริษัทฯ มีสำนักงานใหญ่และโรงงาน ตั้งอยู่บนเนื้อที่ 11-2-99 ไร่ (4,699 ตารางวา) ซึ่งประกอบด้วยอาคารโรงงานผลิตรวม 5 อาคาร พื้นที่ใช้สอยในการผลิต คลังสินค้า ห้องทดลอง และอาคารสำนักงาน

1.3.2 พัฒนาการที่สำคัญของบริษัทฯ

ปี	เหตุการณ์สำคัญ
2524	■ นายณรงค์ สุวัฒน์พิมพ์ และครอบครัว ก่อตั้ง บริษัท ซีลิกเคมีคอล อินดัสตรี จำกัด (ปัจจุบันเลิกกิจการแล้ว) ด้วยทุนจดทะเบียน 5,000,000 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 50,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท ประกอบธุรกิจผลิตน้ำยาฟอกหนัง และเริ่มผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์กาว Solvent หรือกาวยางเป็นครั้งแรก
2532	■ ก่อตั้ง บริษัท อีวา เมนูแฟคเจอร์ จำกัด ประกอบธุรกิจผลิตน้ำยาขัดรถ เคลือบรถ ทำความสะอาดรถยนต์ ด้วยทุนจดทะเบียน 2,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 20,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท ■ บริษัท ซีลิกเคมีคอล อินดัสตรี จำกัด เริ่มผลิตกาว GRAFTED โดยใช้เทคโนโลยีจากประเทศญี่ปุ่น
2535	■ ก่อตั้ง บริษัท ชิค จำกัด ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายกาววิทยาศาสตร์ น้ำยาฟอกหนัง น้ำยาทำความสะอาดรถยนต์ ด้วยทุนจดทะเบียน 10,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 10,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1,000 บาท ■ เพิ่มทุนจดทะเบียน บริษัท อีวา เมนูแฟคเจอร์ จำกัด จาก 2,000,000 บาท เป็น 5,000,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 3,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้/ราคาเสนอขายหุ้นละ 100 บาท เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ
2540	■ เพิ่มทุนจดทะเบียน บริษัท ชิค จำกัด จาก 15,000,000 บาท เป็น 35,000,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุน 20,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้/ราคาเสนอขายหุ้นละ 1,000 บาท เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ
2541	■ เพิ่มทุนจดทะเบียน บริษัท อีวา เมนูแฟคเจอร์ จำกัด จาก 5,000,000 บาท เป็น 15,000,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุน 100,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ ■ บริษัท ซีลิกเคมีคอล อินดัสตรี จำกัด ได้ทำการจดทะเบียนเลิกบริษัท
2542	■ บริษัท ซีลิกเคมีคอล อินดัสตรี จำกัด ได้ทำการชำระบัญชีแล้วเสร็จ
2548	■ บริษัท ชิค จำกัด จัดทะเบียนแก้ไขชื่อเป็น บริษัท ซีลิก เคมีคอล จำกัด และสร้างห้องปฏิบัติการเพื่อทดสอบการผลิตกาวหลอมร้อน (Hot Melt)

ปี	เหตุการณ์สำคัญ
2553	เพิ่มทุนจดทะเบียน บริษัท ซีลิก เคมีคอล จำกัด จาก 35,000,000 บาท เป็น 200,000,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 165,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้/ราคาเสนอขายหุ้นละ 1,000 บาท ซึ่งการระดมทุนในครั้งนี้มีการเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วน เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ การลงทุนในอุปกรณ์ เครื่องจักร และไลน์การผลิต รวมถึงการขยายฐานการตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าต่างประเทศ
2555	- จดทะเบียนควบรวมกิจการระหว่าง บริษัท ซีลิก เคมีคอล จำกัด กับ บริษัท อีวา เมนูแฟคเจอร์ จำกัด เป็น บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 215,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 2,150,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท - ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 2/2555 มีมติพิเศษในการลดทุนจดทะเบียนของบริษัทฯ จาก 215,000,000 บาท เป็น 200,000,000 บาท โดยการลดจำนวนหุ้นสามัญ เนื่องจากปรับปรุงรายการลูกหนี้ค่านัน โดยแบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 2,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท - เริ่มผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์กาวประเภท Pressure Sensitive Adhesive (PSA)
2557	- ได้รับมาตรฐานระบบการบริหารงานคุณภาพ (Quality Management System) ตามมาตรฐาน ISO 9001:2008 จากสำนักงาน Bureau Veritas - ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2557 มีมติพิเศษในการลดทุนจดทะเบียนของบริษัทฯ จาก 200,000,000 บาท เหลือ 100,000,000 บาท โดยการลดมูลค่าที่ตราไว้ของหุ้นสามัญ เพื่อล้างขาดทุนสะสม โดยแบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 2,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 50 บาท
2558	- ได้รับมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management System) ตามมาตรฐาน ISO 14001:2004 จากสำนักงาน Bureau Veritas - ได้รับมาตรฐานระบบบริหารความปลอดภัยของอาหาร (Food Safety Management Systems – Requirements for Any Organization in the Supply Chain) ตามมาตรฐาน ISO 22000:2005 จากสำนักงาน Bureau Veritas - ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ 3 (การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ มีการติดตาม ประเมินผล และทบทวนเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน) จากกระทรวงอุตสาหกรรม - ได้รับรางวัลสถานประกอบการที่มีความมุ่งมั่น ดำเนินการโครงการสถานประกอบการปลอดภัย เฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี จากกระทรวงแรงงาน - จัดตั้งบริษัทย่อย คือ บริษัท อี.วี.เอ.อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 10,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท โดยบริษัทฯ ถือหุ้นจำนวน 9,997 หุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 99.97 ของทุนจดทะเบียน เพื่อเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ - บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตกาวประเภท Polyurethane Reactive Hot Melt (HMPUR) รายแรกและรายเดียวในประเทศไทย - บริษัทฯ ได้เป็นหนึ่งใน 10 ของบริษัทจากทั่วประเทศที่ได้รับรางวัลประกาศเกียรติคุณจรรยาบรรณดีเด่น จากหอการค้าไทย
2559	- ได้รับมาตรฐานระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย OHSAS 18001:2007 จากสำนักงาน Bureau Veritas - ดำเนินการแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน และดำเนินการจดทะเบียนเพิ่มทุนกับกระทรวงพาณิชย์ - ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น ประเภทบริหารอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม - บริษัทฯ เข้าจดทะเบียนและเริ่มซื้อขายหุ้นสามัญในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ โดยมีชื่อย่อหลักทรัพย์ "SELIC"
2560	ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น (Prime Minister Export's Award 2017) จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม 3 ประเภทด้วยกัน ได้แก่ ประเภทผู้ประกอบการกิจส่งออกยอดเยี่ยม ประเภทแบรนด์ไทยยอดเยี่ยม และประเภทบริหารอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม

1.4 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัทฯ และสัดส่วนการถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560



บริษัท อี.วี.เอ.อินเตอร์เนชันแนล จำกัด (“EVAI”) [E.V.A. INTERNATIONAL COMPANY LIMITED]

วันที่ก่อตั้ง:	25 กันยายน 2558
ที่ตั้งสำนักงาน:	145 ซอยสุขุมวิท 49 (กลาง) แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110
ลักษณะการประกอบธุรกิจ:	เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทในตลาดทั้งในและต่างประเทศ
ทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว:	1,000,000 บาท โดยมูลค่าที่ตราไว้ 100 บาทต่อหุ้น เป็นจำนวนหุ้นสามัญ 10,000 หุ้น
คณะกรรมการบริษัท:	1. นายเก่ง สุวัฒนพิมพ์ 2. นายเกียรติศักดิ์ สุวัฒนพิมพ์ และ 3. นางสุปราณี อัครชัยสุวิกรม
ความสัมพันธ์กับบริษัทฯ:	บริษัทฯ ถือหุ้นจำนวน 9,997 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.97 ของทุนจดทะเบียน มีกรรมการร่วมกัน ได้แก่ นายเกียรติศักดิ์ สุวัฒนพิมพ์

1.5 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

- ไม่มี -

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทสัญชาติไทยที่ประกอบธุรกิจด้านการอุตสาหกรรม ภายใต้วิสัยทัศน์ที่มุ่งสู่การเป็นผู้นำธุรกิจและเทคโนโลยีการ หรือ Adhesive Technologies ครบวงจรระดับโลกด้วยนวัตกรรมที่ทันสมัย โดยมีเป้าหมายทางธุรกิจที่เน้นการต่อยอดธุรกิจด้วยการส่งมอบประสบการณ์ที่เยี่ยมยอดแก่ลูกค้า ผ่านการวิจัยและพัฒนาด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัย

บริษัทฯ เป็นผู้ให้บริการ Adhesive Solutions เพื่อตอบโจทย์ทางธุรกิจของลูกค้า

โดยเป็นผู้ผลิตและจำหน่าย รวมทั้งวิจัยและพัฒนาการอุตสาหกรรม (Specialty and High Performance Adhesive) เพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ กว่า 27 ประเทศทั่วโลก โดยมีฐานลูกค้าทั้งในอาเซียน เอเชียใต้ แอฟริกา ยุโรป อเมริกาใต้ รวมถึง ออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์ โดยมี SELIC เป็นแบรนด์ขององค์กร (Corporate Brand) และมีตราสินค้าภายใต้กลุ่มเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์แต่ละกลุ่ม

โครงสร้างรายได้ตามงบการเงินรวม

โครงสร้างรายได้ตามงบการเงินรวมสำหรับปี 2558 – 2560 สามารถสรุปได้ดังนี้

	2558		2559		2560	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์กาว Solvent	312.24	53.00	341.81	61.45	341.82	57.74
ผลิตภัณฑ์กาวหลอมร้อน (Hot Melt)	143.95	24.44	154.37	27.75	193.89	32.75
ผลิตภัณฑ์กาวน้ำ (Water Base)	20.40	3.46	30.47	5.48	41.19	6.96
ผลิตภัณฑ์อื่นๆ	112.50	19.10	29.55	5.31	15.14	2.56
รวมรายได้จากการขายสุทธิ	589.09	100.00	556.20	100.00	592.04	100.00

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์

กลุ่มผลิตภัณฑ์หลัก ซึ่งแบ่งตามเทคโนโลยีของผลิตภัณฑ์ออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

1) กลุ่มผลิตภัณฑ์กาว Solvent (Solvent Based Adhesive)

เป็นกาวที่อยู่ในสถานะของเหลว ใช้ตัวทำละลายประเภท Solvent ในกลุ่มของน้ำมันหรือทินเนอร์ โดยสารละลายประเภท Solvent จะละลายส่วนผสมต่างๆ ในเนื้อกาวให้เข้ากัน และหลังจากที่ทาแล้วลงบนพื้นผิววัสดุแล้ว สารละลายประเภท Solvent จะระเหยออกไปหมดเหลือแต่เนื้อกาวที่ยึดติดชิ้นงาน

ผลิตภัณฑ์กาว Solvent ของบริษัทฯ มีหลายชนิดขึ้นอยู่กับเคมีที่ผสมเป็นพื้นฐาน (Base) กาวที่ทางบริษัทฯ จำหน่าย เช่น Polychloroprene, Polyurethane, Polystyrene เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานที่อยู่ในอุตสาหกรรมที่หลากหลาย ได้แก่ อุตสาหกรรมเครื่องหนัง รองเท้า ตกแต่งยานยนต์ ก่อสร้าง เฟอร์นิเจอร์ และงานไม้ทั่วไป เป็นต้น

ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์กาว Solvent เป็นกาวที่บริษัทฯ มีประสบการณ์ในการผลิตและจัดจำหน่ายมากกว่า 25 ปี ภายใต้ชื่อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่รู้จักในวงการอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า ได้แก่ กาวตราลูกโลก (World) ซึ่งตราสินค้าภายใต้กลุ่มผลิตภัณฑ์กาว Solvent ได้แก่ World, KOAT, Zicco

2) กลุ่มผลิตภัณฑ์กาวน้ำ (Water Base Adhesive)

บริษัทฯ ได้คิดค้นผลิตภัณฑ์ในกลุ่มผลิตภัณฑ์กาวน้ำ ซึ่งเป็นกาวสังเคราะห์และใช้น้ำเป็นตัวทำละลาย ทำให้กาวมีสภาพเป็นของเหลว ใช้งานง่าย และเหมาะกับชิ้นงานที่หลากหลาย เช่น กระดาษ แผ่นฟอยล์ แก้ว แผ่นพีวีซี พลาสติก และโลหะ เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์กาวน้ำเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัยต่อผู้ผลิต (Producer) และผู้ใช้สินค้า (End User) หลักการทำงานของผลิตภัณฑ์กาวน้ำ คือ ผู้ใช้งานจะทาการลงบนวัสดุที่ต้องการ และประกบชิ้นงานเข้าด้วยกัน โดยน้ำจะเป็นตัวนำเนื้อกาวที่ซึมลงไปในพื้นที่ผิววัสดุ หลังจากนั้นเมื่อส่วนที่เป็นน้ำระเหยออกหมด เนื้อกาวจะกลายสภาพเป็นฟิล์มแข็งและยึดติดชิ้นงานที่ประกบกัน

ผลิตภัณฑ์กาวน้ำสามารถใช้ในอุตสาหกรรมที่หลากหลาย เช่น อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ บรรจภัณฑ์ พรม งานไม้ ฉลากสินค้า และผลิตภัณฑ์ต่างๆ เป็นต้น ปัจจุบันผลิตภัณฑ์กาวน้ำของบริษัทฯ ที่ถือว่าโดดเด่น ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์หรือตราสินค้า Icetech TM ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากในกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม จากผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มขวดแก้วชั้นนำในประเทศ โดยใช้ในการติดฉลากเครื่องดื่มที่กำลังและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ยังสามารถใช้ได้กับงานอื่นๆ ได้แก่ งานผลิตภัณฑ์บรรจภัณฑ์ งานผลิตซองเอกสาร/ซองจดหมาย งานติดฉลากสินค้าอาหาร กระป๋อง งานอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์กระดาษชำระ งานวัตถุดิบในการผสมเพื่อผลิตวัสดุก่อสร้าง เป็นต้น

3) กลุ่มผลิตภัณฑ์กาวหลอมร้อน (Hot Melt Adhesive)

ผลิตภัณฑ์กาวหลอมร้อน หรือ “กาวร้อน” เป็นกาวที่มีคุณลักษณะเป็นของแข็ง โดยเมื่อต้องการใช้งานจะต้องนำกาวไปผ่านความร้อนด้วยเครื่องจักรเพื่อให้กาวละลายกลายเป็นของเหลว เมื่อเนื้อกาวเย็นตัวลงจะยึดติดวัสดุ 2 ชิ้นเข้าด้วยกัน

ผลิตภัณฑ์กาวหลอมร้อนเป็นผลิตภัณฑ์ที่ถูกใช้ในหลายอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอุตสาหกรรมที่มีระบบการติดฉลากสินค้าด้วยเครื่องจักร หรือระบบบรรจุสินค้าอัตโนมัติบนสายพานการผลิต อาทิ อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมอาหารแช่แข็ง อุตสาหกรรมอาหารกระป๋อง อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และงานไม้ทั่วไป อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ อุตสาหกรรมบรรจภัณฑ์ สิ่งพิมพ์ สินค้าอุปโภคบริโภค เช่น เทปกาว ผ้าอ้อม ผ้าอนามัย และแอสแซมบลี เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์กาวหลอมร้อน แบ่งออกเป็น 3 ประเภทย่อย ตามคุณสมบัติทางเคมีของกาว ดังนี้

3.1) ผลิตภัณฑ์กาว High Performance Hot Melt มีลักษณะเฉพาะตัว คือ สามารถคืนรูปเป็นของแข็งและหลอมเหลวใหม่ได้เมื่อกาวได้รับความร้อน ซึ่งลักษณะงานของลูกค้านี้ที่ใช้ผลิตภัณฑ์กาวประเภทนี้ เช่น งานติดฉลากบนกระป๋อง งานติดกล่องบรรจุสินค้า กล่องลูกฟูก งานติดหลอดบนกล่องนม กล่องน้ำผลไม้ งานติดฉลากหนังสือในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ เป็นต้น

3.2) ผลิตภัณฑ์กาว Pressure Sensitive Adhesive (PSA) Hot Melt มีลักษณะเฉพาะตัว คือ เนื้อกาวมีความยืดหยุ่นและมีความเหนียวตลอดเวลาเหมือนสติ๊กเกอร์ สามารถลอกและติดใหม่โดยการกดได้ ซึ่งลักษณะงานของลูกค้านี้ที่ใช้ผลิตภัณฑ์กาวประเภทนี้ ได้แก่ งานติดฉลาก Oriented Poly Propylene (OPP) บนบรรจุภัณฑ์พลาสติก (PET) กล่องบรรจุสินค้าที่เป็น PVC ใส กาวกันลื่นระหว่างกล่องลูกฟูก เทปกาว กระดาษโฟสต์-อิท สินค้าผ้าอ้อม ผ้าอนามัย เป็นต้น

3.3) ผลิตภัณฑ์กาว Polyurethane Reactive Hot Melt (HMPUR) มีลักษณะเฉพาะตัว คือ เป็นกาวประเภทคงรูป (Thermosetting) มีความแข็งแรงสูง หลังจากกาวมีการเซ็ทตัวแล้วจะไม่คืนรูปเป็นของเหลว ถึงแม้ว่าจะผ่านความร้อนอีกครั้ง ดังนั้น สินค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์กาวประเภทนี้สามารถนำไปวางไว้กลางแจ้งได้ สามารถทนต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศร้อนชื้น ทนต่อการใช้งานที่หนัก และทนต่อเคมีที่เป็นกรด-ด่างได้ เช่น งานชิ้นส่วนรถยนต์ งานในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์หรืองานไม้ทั่วไป งานติดฉลากหนังสือในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ เป็นต้น ทั้งนี้ ปัจจุบันบริษัทฯ เป็นผู้ผลิตเพียงรายเดียวที่สามารถผลิตกาว HMPUR ได้ในประเทศไทย

4) กลุ่มผลิตภัณฑ์อื่นๆ

บริษัทฯ ยังให้บริการจำหน่ายสินค้าประเภทเชื้อมาขายไปประเภทสารเคมีชนิดต่างๆ เช่น น้ำยาทำความสะอาดพื้นผิว วัสดุ เคมีเช็ดคราบกาวและสิ่งสกปรก และซีเมนต์เคลือบผิว เป็นต้น

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 การบริการด้านเทคนิค

บริษัทฯ เล็งเห็นถึงความสำคัญในการให้บริการแก่ลูกค้าทั้งก่อนและหลังการขายโดยทีมงานผู้เชี่ยวชาญในแต่ละอุตสาหกรรมและผลิตภัณฑ์ไม่ว่าจะเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเคมีหรือด้านเทคนิค โดยการให้บริการของบริษัทฯ เริ่มตั้งแต่ก่อนเริ่มการขายโดยทีมงานผู้เชี่ยวชาญจะทำหน้าที่ในการเก็บข้อมูลความต้องการของลูกค้า รวมทั้งข้อมูลด้านสายการผลิตและข้อมูลด้านการประกันคุณภาพของลูกค้า เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการมากที่สุดทั้งในด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และด้านการใช้งาน

อีกทั้ง ด้านการบริการหลังการขายจะช่วยสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้า เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตซึ่งความสามารถในการผลิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้ามีความจำเป็นและสำคัญอย่างยิ่งต่อธุรกิจ

2.2.2 ช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจุบันบริษัทฯ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศถึง 27 ประเทศ โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายหลัก 2 ช่องทาง คือ การจำหน่ายโดยตรงกับกลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรม และการจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย ร้านค้าส่งและค้าปลีก

2.2.3 กลุ่มลูกค้า

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มีความหลากหลายจึงสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างกว้างขวาง กลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ จึงมีหลากหลายอุตสาหกรรม ปัจจุบันฐานลูกค้าของบริษัทฯ ประกอบไปด้วย อุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนัง อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ หรือการบรรจุหีบห่อ อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ อุตสาหกรรมสินค้าอุปโภค ฯลฯ เป็นต้น

2.2.4 การรับรองมาตรฐาน

จุดเด่นอีกประการหนึ่งก็คือการมุ่งเน้นพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ได้รับการยอมรับจากลูกค้าและมีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้มีการพัฒนามาตรฐานและปรับปรุงการบริหารงานควบคู่ไปกับระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ระบบบริหารความปลอดภัยของอาหาร และระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย จนได้ใบรับรองมาตรฐาน ISO 9001:2015, ISO 14001:2004 และ OHSAS 18001:2007 บริษัทฯ ได้ใบรับรองจากกระทรวงอุตสาหกรรมให้เป็นอุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ 3 ระบบสีเขียว (Green System) และได้รับรางวัลสถานประกอบการต้นแบบด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน “ประเภทดีเด่น” ปี 2559 (ระดับจังหวัด) จากกระทรวงแรงงาน ได้รับเครื่องหมาย Thailand Trust Mark โดยสำนักส่งเสริมวัฒนธรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังได้รับรางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น ประจำปี 2560 (The Prime Minister's Export Award 2017) จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม 3 ประเภทด้วยกัน ได้แก่ ประเภทผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกยอดเยี่ยม ประเภทแบรนด์ไทยยอดเยี่ยม และประเภทบริหารอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม จากผลงานดังกล่าวส่งผลให้บริษัทฯ มีความน่าเชื่อถือ เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง สามารถรองรับการขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มประเทศยุโรป และส่งผลให้รายได้มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

2.2.5 ภาวะการแข่งขัน

ภาพรวมของอุตสาหกรรมผู้ผลิตและจำหน่ายกาวมีการแข่งขันจากคู่แข่งหลัก 7 ราย จากทั้งในและต่างประเทศ โดยบริษัทฯ มีฐานลูกค้าทั้งภายในประเทศและส่งออกกว่า 27 ประเทศทั่วโลก อาทิ บังกลาเทศ ปากีสถาน ชูแดน เอธิโอเปีย กาน่า กัวเตมาลา ซาอุดีอาระเบีย เซเนกัล ออสเตรเลีย พม่า กัมพูชา และเวียดนาม เป็นต้น ปัจจัยในการแข่งขันทางธุรกิจของแต่ละบริษัทมีหลากหลาย ได้แก่ ราคา คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ลักษณะการใช้งาน หรือคุณลักษณะเฉพาะ ความต่อเนื่องการจัดส่ง การบริการลูกค้า และความหลากหลายของสายผลิตภัณฑ์ ตัวขับเคลื่อนสำคัญในการกำหนดราคา คือ ต้นทุนวัตถุดิบที่

ปรับเปลี่ยนตามราคาน้ำมันดิบโลกและภาวะอุตสาหกรรมของกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ ทางบริษัทฯ มีจุดเด่นจากการบริการที่มีลักษณะทางเทคนิคและการปรับเปลี่ยนคุณสมบัติของสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าในแต่ละราย ทั้งนี้ สำหรับผู้ผลิต การจำหน่ายสินค้าเป็นไปตามข้อกำหนดมาตรฐาน มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยผู้ผลิตต้องมีความรู้และประสบการณ์ในการเรียนรู้และปรับปรุงเพื่อให้ได้สูตรการผลิตที่เหมาะสมกับคุณสมบัติของวัตถุดิบแต่ละรอบที่นำเข้ามาสู่กระบวนการผลิต เพื่อให้มีอัตราส่วนสูญเสียในระดับต่ำ ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อต้นทุนในการผลิต และความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งแต่ละรายในตลาด บริษัทฯ ได้กำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเพื่อรองรับการแข่งขันดังกล่าว โดยเน้นการรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เกิดความหลากหลายและครบวงจร รวมทั้งเน้นการให้บริการอย่างครบวงจรโดยทีมงานผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้เกิดความประทับใจ

บริษัทฯ มุ่งเน้นการผลิตสินค้าที่ได้คุณภาพระดับมาตรฐานสากล เป็นที่ยอมรับของลูกค้าและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้หลากหลายรูปแบบในราคาที่เหมาะสม การให้บริการที่รวดเร็วและประทับใจ รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ มุ่งเน้นการสร้างเชื่อมั่นในตราสินค้าของบริษัทฯ ด้วยการใช่วัตถุดิบที่มีคุณภาพ และใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย ด้วยผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มีหลากหลายของกลุ่มสินค้า จึงทำให้บริษัทฯ เป็นผู้ดำเนินการคิดค้นและวิจัยผลิตภัณฑ์ใหม่ Polyurethane Reactive Hot Melt (HMPUR) ที่สามารถทนความร้อนได้สูง จึงเป็นผลให้บริษัทฯ มีความแตกต่าง (Differentiation) จากคู่แข่งในตลาด ซึ่งกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทฯ มีดังนี้

● กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Market Back Strategy)

1) บริษัทฯ เน้นกลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะพิเศษแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง ซึ่งบริษัทฯ เห็นว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญมากที่สุด กลยุทธ์นี้จึงมีความเหมาะสมกับอุตสาหกรรมกาวที่มีความจำเป็นต้องมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาของลูกค้า ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถผลิตกาวอุตสาหกรรมที่มีคุณสมบัติเฉพาะและตรงต่อการใช้งานของลูกค้าแต่ละรายที่มีความหลากหลาย กระบวนการผลิตของบริษัทฯ มีการใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยและประยุกต์นวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามาพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพที่ดีขึ้น ได้มาตรฐาน และมีความเฉพาะเจาะจงต่อความต้องการของลูกค้าแต่ละราย นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีผู้เชี่ยวชาญด้านวิจัยและพัฒนาที่มีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมกาวมาอย่างยาวนาน และมีฝ่ายวิจัยและพัฒนาที่ทำหน้าที่วิจัยและพัฒนางานผลิตภัณฑ์ รวมถึงเป็นผู้ให้ความรู้และคอยให้คำแนะนำทางด้านการวิจัยและพัฒนาให้กับทีมงานของบริษัทฯ ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติที่ดีขึ้น และมีความพร้อมต่อการใช้งานที่หลากหลายของลูกค้าในวงกว้าง ซึ่งในปัจจุบันการอุตสาหกรรมนั้น ถือเป็นส่วนประกอบที่มีความสำคัญกับอุตสาหกรรมต่างๆ มากมาย

ในปัจจุบันบริษัทฯ เป็นผู้ผลิตเพียงรายเดียวในประเทศไทยที่สามารถผลิตกาวในกลุ่ม Polyurethane Reactive Hot Melt (HMPUR) ได้ ซึ่งผลิตภัณฑ์นี้เป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์กลุ่ม Specialty Adhesive กาวประเภทนี้เป็นที่นิยมในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมก่อสร้าง และอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ บริษัทฯ มีการวิจัยและพัฒนาการกลุ่มนี้อย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับการใช้งานในอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่หลากหลายยิ่งขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเป็นหนึ่งในผู้ผลิตไม่กาวในอาเซียนที่สามารถผลิตกาว Water Based Adhesive ที่เป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์กลุ่ม High Performance Adhesive ได้ เนื่องจากได้ มีการปรับปรุงคุณสมบัติของกาวให้มีความคงทน และสามารถยึดติดกับบรรจุภัณฑ์ของลูกค้าได้หลากหลาย

2) บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการสอบถาม และปรับปรุงคุณสมบัติของกาวให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า โดยฝ่ายขายของบริษัทฯ จะเข้าสำรวจความต้องการของลูกค้า และดำเนินการร่วมกับทีมวิจัยและพัฒนาและทีมช่างเทคนิค เพื่อปรับปรุงคุณภาพของกาวให้ตรงตามความต้องการของลูกค้ามากที่สุด (Market Back Strategy) ส่งผลให้ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อ

ผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทฯ ทำให้เกิดการสั่งซื้ออย่างต่อเนื่อง อีกทั้งฝ่ายขายของบริษัทฯ จะเข้ารับฟังความต้องการของลูกค้าเมื่อลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงวัสดุที่ต้องยึดติด เพื่อนำข้อมูลกลับมาปรับปรุงคุณสมบัติให้เหมาะสม

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ยังมีส่วนช่วยลดปริมาณการนำเข้ากาบ High Performance and Specialty Adhesive (Imported Product Replacement) จากต่างประเทศ เพราะผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มีคุณภาพ และกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน อีกทั้ง มีการทำวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยและเป็นระดับสากล ส่งผลให้ลูกค้าที่เป็นกลุ่มผู้ผลิตหันมาใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยคนไทยมากยิ่งขึ้น

● กลยุทธ์ด้านการเพิ่มมูลค่าสินค้าให้แก่ลูกค้า (Value Creation Strategy)

บริษัทฯ มีกลยุทธ์เพิ่มมูลค่าให้แก่ลูกค้าโดยผ่านโปรแกรม PakSol โดยนำความทันสมัยของเครื่องหลอมกาบอัตโนมัติตัวล่าสุดมารวมกับ High Performance Adhesive เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าให้ลูกค้าของบริษัทฯ โปรแกรมนี้สามารถช่วยลดต้นทุนการผลิตด้วยความสามารถพิเศษของเครื่องหลอมกาบและคุณสมบัติพิเศษของผลิตภัณฑ์ High Performance Adhesive ส่งผลให้ปริมาณการใช้กาบลดลง อีกทั้ง ยังลดความกังวลใจของลูกค้าที่อาจเกิดจากปัญหาของกาบและเครื่องหลอมกาบ ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและพึงพอใจโปรแกรม PakSol และหันมาใช้บริการดังกล่าวกับทางบริษัทฯ มากขึ้น

● กลยุทธ์ด้านการกำหนดราคาขาย (Dynamic Pricing Strategy)

บริษัทฯ มีกลยุทธ์ด้านการกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์ตามต้นทุนการผลิตสินค้าบวกด้วยอัตรากำไรที่เหมาะสม ซึ่งนโยบายการตั้งราคาสินค้าจะแบ่งตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ กลุ่มลูกค้า ภาวะอุปสงค์และอุปทานในตลาด โดยการอิงราคาผลิตภัณฑ์ตามราคาตลาดเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นในตลาดได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ไม่มีนโยบายในการแข่งขันด้านราคาด้วยการตัดราคาสินค้าแข่งกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ แต่จะให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับของลูกค้าในหลากหลายกลุ่มอุตสาหกรรม นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการให้ส่วนลดแก่ลูกค้า โดยพิจารณาประวัติของลูกค้าในการสั่งซื้อสินค้าและการชำระเงินของลูกค้า

บริษัทฯ อาจมีการเปลี่ยนแปลงราคาขายผลิตภัณฑ์ ในกรณีที่ราคาปิโตรเคมี ซึ่งเป็นวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มีความผันผวนตามราคาในตลาดโลกที่มีนัยสำคัญและเป็นไปตามภาวะตลาดในขณะนั้น โดยมีฝ่ายจัดซื้อของบริษัทฯ ติดตามราคาวัตถุดิบอย่างใกล้ชิด เพื่อใช้ในการวางแผนการสั่งซื้อวัตถุดิบให้สอดคล้องกับการผลิตของบริษัทฯ ซึ่งบริษัทฯ สามารถควบคุมต้นทุนและกำไรขั้นต้นได้อย่างเหมาะสม

สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ผลิตเป็นมาตรฐานนั้น บริษัทฯ มีการกำหนดราคาขายตามใบเสนอราคาขายผลิตภัณฑ์และมีการให้ส่วนลดแก่ลูกค้าตามนโยบายของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม จะมีการพิจารณาปรับราคาสินค้าให้สอดคล้องกับต้นทุนการผลิตตามความเหมาะสม ส่วนผลิตภัณฑ์บางกลุ่มที่บริษัทฯ ผลิตให้มีคุณสมบัติเฉพาะตามความต้องการของลูกค้า นั้น บริษัทฯ จะกำหนดราคาขายสินค้าจากปริมาณการสั่งซื้อ ความซับซ้อนของสูตรการผลิต และกระบวนการผลิต

● กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Strategy)

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มีบทบาทและความสำคัญในอุตสาหกรรมต่างๆ เช่น อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมรองเท้า อุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้าง อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ อุตสาหกรรมรถยนต์ อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ เป็นต้น บริษัทฯ มีการแบ่งทีมขายออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ทีมขายในประเทศและทีมขายต่างประเทศ โดยบริษัทฯ มีช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ การรับคำสั่งซื้อโดยตรงจากลูกค้า การส่งทีมงานขายเข้าไปติดต่อกับลูกค้าโดยตรง

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับกลุ่มลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงประเทศที่มีกำลังซื้อและศักยภาพในการเติบโตสูง โดยกลุ่มลูกค้าเหล่านี้จะเป็นกลุ่มที่ให้ความสนใจในคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นหลัก ปัจจุบันบริษัทฯ มีรายได้การจัดจำหน่ายสินค้าในประเทศต่อต่างประเทศ คิดเป็นสัดส่วนประมาณ 58 : 42 นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสนใจในการเจาะ

- กลยุทธ์ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ (Communication Strategy)

1) การออกบูธแสดงสินค้าตามงานแสดงสินค้า ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น งานการแปรรูปและบรรจุภัณฑ์แห่งเอเชีย PROPAK ASIA 2017, งานแสดงสินค้าด้านอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และกระบวนการแปรรูป INTERPACK 2017, และงานแสดงเทคโนโลยีด้านการบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์แห่งเอเชีย PACK PRINT INTERNATIONAL 2017

- กิจกรรมเหล่านี้เป็นการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของบริษัท ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในวงกว้าง โดยเฉพาะตราสินค้าของบริษัท ที่เป็นที่รู้จัก เช่น เครื่องหมายการค้า “WORLD” “INTENSITY” “ICETECH” และ “DELTABOND” เป็นต้น ซึ่งบริษัท ได้ใช้กลยุทธ์สื่อสารแต่ละเครื่องหมายการค้าให้เหมาะสมกับลูกค้าในแต่ละตลาด นอกจากนี้ ยังมีนโยบายให้พนักงานสร้างความสัมพันธ์และความคุ้นเคยกับลูกค้า เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของลูกค้าที่แท้จริง และนำข้อมูลกลับมายังฝ่ายวิจัยและพัฒนา เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณสมบัติตรงตามความต้องการและการใช้งานของลูกค้าอีกด้วย

2.2.6 ความได้เปรียบในการแข่งขัน

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

บริษัท มีห้องวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์กาวที่ทันสมัยและมีขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศ ซึ่งประกอบด้วยเครื่องมือวิเคราะห์โครงสร้างเคมีและคุณสมบัติทางกายภาพที่ทันสมัย ทำให้ทีมนักวิจัยและพัฒนาสามารถค้นคว้าและพัฒนานวัตกรรม

ใหม่ ๆ ให้กับบริษัทฯ ทีมวิจัยของบริษัทฯ เป็นทีมเดียวในประเทศที่สามารถวิจัยและพัฒนาสินค้าในกลุ่ม Polyurethane Reactive Hot Melt (HMPUR) บริษัทฯ ยังมีเครื่องทดสอบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เพื่อให้เป็นที่มั่นใจว่าสินค้าของบริษัทฯ มีคุณภาพและประสิทธิภาพที่ได้มาตรฐาน

- การมีทีมงานเฉพาะทางให้บริการดูแลลูกค้า (Strong Technical Sales)

บริษัทฯ มีการจัดส่งทีมงานเฉพาะทางเข้าไปดูแลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งทีมงานพร้อมให้ความช่วยเหลือลูกค้าได้ทันที หากลูกค้าประสบปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ จัดให้มีเจ้าหน้าที่จัดอบรมการใช้งาน เครื่องหลอมกาว และวิธีแก้ไข ปัญหาเบื้องต้น รวมทั้งวิธีการปรับปรุงเครื่องจักรให้เกิดความคุ้มค่าและลดต้นทุนการผลิต ซึ่งที่ผ่านมาเป็นที่ได้รับความพึงพอใจจากลูกค้าเป็นอย่างดีและถือเป็นบริการหลังการขายที่สำคัญของบริษัทฯ

- คู่แข่งชั้นใหม่เข้าสู่ตลาดได้ยาก (High Barrier to Entry)

เนื่องจากบริษัทฯ ประกอบธุรกิจในอุตสาหกรรมนี้มาเป็นเวลายาวนาน จึงมีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ มีประสบการณ์ และความสามารถในการแข่งขันกับบริษัทคู่แข่ง มีห้องปฏิบัติการในการวิจัยและพัฒนา มีเทคโนโลยีในการผลิตระดับสูง และใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยในการผลิต อีกทั้ง ยังมุ่งเน้นการให้บริการที่จะพัฒนาปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้ามากที่สุด และมีบริการหลังการขายที่จะส่งทีมงานเข้าตรวจสอบข้อขัดข้องในการใช้งานผลิตภัณฑ์ตามที่ลูกค้าแจ้ง จึงเป็นการยากสำหรับคู่แข่งรายใหม่ ๆ ที่จะเข้าสู่ตลาด

- เป็นที่ยอมรับและได้รับความเชื่อมั่นจากลูกค้า (Trust in Quality)

บริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐานจากระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ระบบบริหารความปลอดภัยของอาหาร และระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย จนได้ใบรับรองมาตรฐานตามระบบคุณภาพ ISO 9001:2015, ISO 14001:2004 และ OHSAS 18001:2007 เป็นผลให้บริษัทฯ ได้ใบรับรองจากกระทรวงอุตสาหกรรมให้เป็นอุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ 3 ระบบสีเขียว (Green System) จากผลงานดังกล่าวส่งผลให้บริษัทฯ มีความน่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้รับรางวัลสถานประกอบการปลอดภัยเฉลิมพระเกียรติ จากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ และประกาศเกียรติคุณองค์กรจรรยาบรรณดีเด่น จากหอการค้าไทย ในปี 2558 รางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น ประเภทบริหาร อุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม ประจำปี 2559 (The Prime Minister's Industry Award 2016) จากกรมส่งเสริม อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

2.3 ภาวะอุตสาหกรรมและแนวโน้มธุรกิจ

2.3.1 ภาวะเศรษฐกิจปี 2561

แนวโน้มเศรษฐกิจโลก

เศรษฐกิจโลกและปริมาณการค้าโลกในปี 2561 ขยายตัวร้อยละ 3.6 และร้อยละ 4.0 ต่อเนื่องจากร้อยละ 3.6 และร้อยละ 4.2 ในปี 2560 ตามลำดับ โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการขยายตัวเร่งขึ้นของเศรษฐกิจสหรัฐอเมริกาและประเทศกำลังพัฒนาที่สำคัญๆ โดยเฉพาะประเทศรัสเซีย อินเดีย บราซิล และกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง รวมทั้งการขยายตัวในเกณฑ์ดี ต่อเนื่องของเศรษฐกิจกลุ่มประเทศยูโรโซน ญี่ปุ่น และจีน แม้ว่าจะมีแนวโน้มชะลอตัวลงอย่างช้าๆ และส่งผลให้เศรษฐกิจใน ภาพรวมยังขยายตัวเท่ากับปีที่ผ่านมา ส่วนการขยายตัวเร่งขึ้นของเศรษฐกิจสหรัฐอเมริกาและประเทศกำลังพัฒนาที่สำคัญๆ รวมทั้งการขยายตัวในเกณฑ์ดีอย่างต่อเนื่องของประเทศเศรษฐกิจหลักอื่นๆ คาดว่าจะทำให้ราคาสินค้าในตลาดโลกปรับตัว เพิ่มขึ้น ในขณะที่อัตราเงินเฟ้อของประเทศสำคัญมีแนวโน้มที่จะกลับสู่เป้าหมายนโยบายการเงินอย่างชัดเจนมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้สหรัฐอเมริกาปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบายและลดขนาดงบดุลอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งทำให้ประเทศสำคัญอื่นๆ มี แนวโน้มที่จะส่งสัญญาณการปรับทิศทางนโยบายการเงินอย่างชัดเจนมากขึ้น แม้ว่าธนาคารกลางญี่ปุ่นจะยังคง รักษาการผ่อนคลายนโยบายการเงินไว้ที่ระดับเดิมอย่างต่อเนื่องก็ตาม

ตารางสมมติฐานการประมาณการเศรษฐกิจปี 2560 – 2561

	ข้อมูลจริง		ประมาณการ ณ พ.ย. 2560	
	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560	ปี 2561
อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจโลก (%)	3.4	3.2	3.6	3.6
ประเทศสหรัฐอเมริกา	2.9	1.5	2.2	2.3
สหภาพยุโรป	2.0	1.8	2.3	2.0
ประเทศญี่ปุ่น	1.1	1.0	1.5	1.2
ประเทศจีน	6.9	6.7	6.8	6.6
อัตราการขยายตัวปริมาณการค้าโลก (%)	2.8	2.6	4.2	4.0
อัตราแลกเปลี่ยน	34.29	35.29	34.00	34.0 - 35.0
ราคาน้ำมัน (ดอลลาร์สหรัฐ ต่อบาร์เรล)	50.9	41.4	52.5	50.0 - 60.0
ราคาส่งออก (%)	-4.1	-0.4	3.0	0.5 - 1.5
ราคานำเข้า (%)	-10.8	-2.7	5.0	1.0 - 2.0
รายรับจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ล้านล้านบาท)	1.54	1.76	1.98	2.21

(ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ณ วันที่ 20 พฤศจิกายน 2560)

แนวโน้มเศรษฐกิจไทยในปี 2560-2561

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) คาดว่าเศรษฐกิจไทยในปี 2560 จะขยายตัวร้อยละ 3.9 โดยมูลค่าการส่งออกสินค้าขยายตัวร้อยละ 8.6 การบริโภคภาคเอกชน และการลงทุนรวมขยายตัวร้อยละ 3.2 และร้อยละ 2.0 ตามลำดับ อัตราเงินเฟ้อทั่วไปเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 0.7 และบัญชีเดินสะพัดเกินดุลร้อยละ 10.4 ของ GDP

แนวโน้มเศรษฐกิจไทยปี 2561 คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 3.6 – 4.6 โดยมีปัจจัยสนับสนุนจาก (1) การขยายตัวในเกณฑ์ดีของเศรษฐกิจโลกยังเป็นปัจจัยสนับสนุนภาคส่งออกอย่างต่อเนื่อง (2) แรงขับเคลื่อนจากการลงทุนภาครัฐที่มีแนวโน้มเร่งตัวขึ้น (3) การปรับตัวดีขึ้นของการลงทุนภาคเอกชน (4) สาขาเศรษฐกิจสำคัญมีแนวโน้มขยายตัวดีขึ้นเนื่องจากปีก่อน และ (5) การปรับตัวดีขึ้นของการจ้างงานและฐานรายได้ของประชาชนในระบบเศรษฐกิจ ทั้งนี้ คาดว่ามูลค่าการส่งออกสินค้าจะขยายตัวร้อยละ 5.0 การบริโภคภาคเอกชนและการลงทุนรวมขยายตัวร้อยละ 3.1 และร้อยละ 5.5 ตามลำดับ อัตราเงินเฟ้อทั่วไปเฉลี่ยอยู่ในช่วงร้อยละ 0.9 – 1.9 และบัญชีเดินสะพัดเกินดุลร้อยละ 8.1 ของ GDP

ตารางแสดงแนวโน้มเศรษฐกิจ ปี 2560 – 2561

	ข้อมูลจริง		ประมาณการ		
	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560		ปี 2561
			ณ 21 ส.ค. 60	ณ 21 พ.ย. 60	ณ 21 พ.ย. 60
การขยายตัวของ GDP (%)	2.9	3.2	3.5 – 4.0	3.9	3.6 – 4.6
การบริโภคภาคเอกชน	2.2	3.1	3.2	3.2	3.1
การอุปโภคบริโภคภาคครัวเรือน	3.0	1.7	3.2	2.0	2.7
การลงทุนภาคเอกชน	-2.2	0.4	2.2	2.2	3.7
การลงทุนภาครัฐ	29.3	9.9	8.0	1.8	11.8
มูลค่าการส่งออก (รูปเงิน USD, %)	-5.6	0.1	5.7	8.6	5.0
เงินเฟ้อ (%)	-0.9	0.2	0.4 – 0.9	0.7	0.9 – 1.9
ดุลบัญชีเดินสะพัด (% GDP)	8.1	11.9	9.7	10.4	8.1

(ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ณ วันที่ 20 พฤศจิกายน 2560)

2.3.2 แนวโน้มตลาดการอุตสาหกรรม

สภาวะตลาดการโลกตามคาดการณ์มีการเติบโตที่สูงขึ้น แสดงถึงความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์การที่สูงขึ้น

จากการวิเคราะห์ข้อมูลขององค์กร Markets and Markets strategic analysis services คาดว่าสภาวะตลาดการโลก ในปี 2558 ถึงปี 2563 มูลค่าตลาดการโลก (Market Size) จะเติบโตขึ้นจาก 47,438 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เป็น 59,748 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นอัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยต่อปี (Compound Annual Growth Rate : CAGR) ร้อยละ 4.72 เนื่องจากมีการคิดค้นและประยุกต์ใช้การในหลากหลายอุตสาหกรรมมากขึ้น รวมทั้งตลาดที่เกิดขึ้นใหม่ในภูมิภาคเอเชีย แอฟริกา และอเมริกาใต้ ที่จะมีการใช้ผลิตภัณฑ์การมากขึ้น

ในด้านปริมาณความต้องการ จะเติบโตขึ้นจาก 16,039 พันตัน เป็น 20,546 พันตัน คิดเป็นอัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ร้อยละ 4.27

ทางด้านมูลค่าของตลาดการในแต่ละภูมิภาคจะแบ่งออกเป็น เอเชียแปซิฟิก อเมริกาเหนือ ยุโรปตะวันตก และภูมิภาคอื่นๆ โดยภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีมูลค่าตลาดการปี 2563 อยู่ที่ 27,342 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากปี 2558 คือ 20,277 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 6.16 ภูมิภาคอเมริกาเหนือมีมูลค่าตลาดการปี 2563 อยู่ที่ 13,660 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากปี 2558 คือ 11,419 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 3.88 ภูมิภาคยุโรปตะวันตกมีมูลค่าตลาดการปี 2563 อยู่ที่ 11,815 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากปี 2558 คือ 10,238 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 2.86 และภูมิภาคอื่นๆ มีมูลค่าตลาดการปี 2563 อยู่ที่ 5,502 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากปี 2558 คือ 6,929 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 5.04 โดยรวมมูลค่าตลาดการมีแนวโน้มจะปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.72 ซึ่งเป็นผลดีแก่ผู้ประกอบการธุรกิจการ

จากสัดส่วนตลาดการแบ่งตามภูมิภาคจะเห็นว่าภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีส่วนแบ่งตลาดการที่มากที่สุดโดยมีอัตราร้อยละ 48 เกือบครึ่งหนึ่งของตลาดโดยรวม ศักยภาพการเติบโตในภูมิภาคเอเชียยังคงมีความสำคัญต่อภาพรวมและถือได้ว่าเป็นภูมิภาคที่มีแนวโน้มความต้องการสูง

คาดการณ์ส่วนแบ่งตลาดการโลกปี 2563 คาดว่ากลุ่มเทคโนโลยีการน้ำจะมีส่วนแบ่งถึงเกือบครึ่งหนึ่ง โดยมีกลุ่มเทคโนโลยี Reactive & Others รองลงมา และที่เหลือเป็นส่วนแบ่งของกลุ่มเทคโนโลยีการหลอมร้อนและการ Solvent Based ตามลำดับ

(ที่มา: องค์กร Markets and Markets Strategic Analysis Services)

มูลค่าของตลาดการแบ่งตามอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรม	ปี 2558 (หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)	ปี 2563 (หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)	อัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR: ร้อยละ) ระหว่างปี 2558 ถึงปี 2563
บรรจุภัณฑ์	13,314.52	15,768.18	3.44
ก่อสร้าง	8,286.81	10,350.70	4.91
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องไม้อื่นๆ	3,355.17	3,903.42	3.07
ขนส่ง	5,861.73	7,731.79	5.69
สินค้าอุปโภคและบริโภค	1,793.06	2,261.21	4.75
รองเท้าและเครื่องหนัง	1,376.08	1,724.04	4.61
อื่นๆ	6,465.44	8,480.57	5.58
รวม	40,452.82	50,399.90	4.50

2.3.3 ภาพรวมอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์

ในปี 2560 ปริมาณการผลิตบรรจุภัณฑ์รวมในประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.45 เป็นปริมาณ 4,922,008 ตันจากปริมาณ 4,851,619 ตันในปี 2559 ซึ่งปริมาณการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกปรับตัวลงเล็กน้อยที่ร้อยละ 0.45 ในขณะที่ปริมาณการผลิตบรรจุภัณฑ์ชนิดอื่นปรับตัวเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณการผลิตในปี 2559

ตารางแสดงปริมาณการผลิตบรรจุภัณฑ์ในประเทศ

(หน่วย: ตัน)

	ปี 2560	ปี 2559	Growth
รวม	4,922,008	4,851,619	1.45%
พลาสติก	1,470,667	1,477,260	-0.45%
กระดาษ	2,156,719	2,130,130	1.25%
แก้ว	855,724	826,014	3.60%
โลหะ	438,897	418,213	4.95%

ปริมาณการผลิตและการจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ภาพรวมในไตรมาส 1/2561 คาดว่าจะมีแนวโน้มทรงตัวหรือชะลอตัวลงเมื่อเทียบไตรมาสที่ 4/2560 เนื่องจากปริมาณความต้องการสินค้าต่างๆ ที่ใช้บรรจุภัณฑ์อาจปรับตัวลดลงหลังเทศกาลปีใหม่ ทั้งจากการสั่งซื้อล่วงหน้าในไตรมาสนี้รวมทั้งภาวะการบริโภคภายในประเทศและการท่องเที่ยวที่อาจชะลอตัวลง แต่ปัจจัยบวกอาจมาจากการขยายตัวจากการส่งออกสินค้าบางหมวด เช่น สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งสินค้าเกษตรและอาหาร ที่อาจส่งผลต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกและบรรจุภัณฑ์กระดาษในช่วงไตรมาสแรกของปีหน้า ภาวะราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้นอาจส่งผลกระทบต่อค่าขนส่งบรรจุภัณฑ์พลาสติกอันเนื่องจากปัญหาด้านต้นทุน

(ที่มา: ศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจอุตสาหกรรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม วิเคราะห์โดย: ภาควิชาเทคโนโลยีการบรรจุและวัสดุ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์)

อุตสาหกรรมรองเท้าและผลิตภัณฑ์หนัง

ปี 2560 การฟอกและตกแต่งหนังฟอกมีการผลิตเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 22.70 เป็นผลจากการขยายตัวของความต้องการในภาคอุตสาหกรรมที่มีผู้ประกอบการรายใหญ่ขยายการลงทุนเพิ่มเครื่องจักรเพื่อขยายกำลังการผลิตโดยมีตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์รองเท้าและเครื่องหนังที่สำคัญ ได้แก่ ประเทศเวียดนาม จีน ฮองกง และอินโดนีเซีย

การผลิต

- การฟอกและตกแต่งหนังฟอก ปี 2560 มีดัชนีผลผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 22.70 เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน จากการขยายกำลังการผลิตเพื่อการส่งออกของผู้ประกอบการรายใหญ่
- กระเป๋าเดินทาง มีดัชนีผลผลิตลดลงร้อยละ 10.03 เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการที่ผู้ประกอบการลดกำลังการผลิตจากคำสั่งซื้อทั้งภายในและต่างประเทศที่ชะลอตัว
- รองเท้า มีดัชนีผลผลิตเมื่อเปรียบเทียบกับปี ก่อนเพิ่มขึ้นเล็กน้อยร้อยละ 0.38 จากความต่อเนื่องของคำสั่งซื้อจากต่างประเทศในช่วงครึ่งหลังของปี 2560

รองเท้าและผลิตภัณฑ์หนังการผลิตรองเท้าและเครื่องหนังปี 2561 คาดว่าการฟอกและตกแต่งหนังฟอกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก สำหรับการผลิผลิตภัณฑ์กลุ่มกระเป๋าเดินทางและรองเท้ามีแนวโน้มชะลอตัว อย่างไรก็ตาม ยังมีปัจจัยที่กระตุ้นการผลิต เช่น การขยายตัวเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน มาเลเซีย และเกาหลีใต้ การลงทุนจากภาครัฐ นโยบายกระตุ้นการใช้จ่ายของรัฐบาล บัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ซึ่งจะส่งผลให้ภาพรวมเศรษฐกิจทั้งประเทศดี

ขึ้น สำหรับการส่งออกคาดว่าทุกผลิตภัณฑ์ทั้งหนึ่งและผลิตภัณฑ์หนึ่งฟอกและหนึ่งอัดเครื่องใช้สำหรับเดินทาง และรองเท้า และชิ้นส่วน มีทิศทางขยายตัว โดยมีความต้องการของตลาด CLMV เป็นปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญ (ที่มา: รายงานภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมปี 2560 และแนวโน้มปี 2561 สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม)

อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

โดยภาพรวมอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มในปี 2560 มีแนวโน้มเติบโตดีขึ้น โดยได้รับอานิสงส์จากการฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องของภาวะเศรษฐกิจไทยและการบริโภคภาคเอกชน ซึ่งจะส่งผลให้การใช้จ่ายในส่วนของการอาหารและเครื่องดื่มปรับตัวสูงขึ้นตามไปด้วย ขณะเดียวกันนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศและมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ รวมไปถึงแนวโน้มการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในไทย ล้วนเป็นปัจจัยบวกที่มีส่วนช่วยสนับสนุนให้อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มของไทยในปีหน้าเติบโตได้อย่างแข็งแกร่งมากขึ้น

สินค้าอาหารที่ยังคงมีแนวโน้มเติบโตโดดเด่นกว่าสินค้าในกลุ่มอื่นๆ คือ อาหารแปรรูป โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์นม อาหารสำเร็จรูปแช่เย็นแช่แข็ง และอาหารพร้อมรับประทาน (Ready-to-eat) เนื่องจากเป็นสินค้าที่สามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคในเรื่องข้อจำกัดด้านเวลาและความสะดวกสบายในการใช้ชีวิตได้เป็นอย่างดี โดยคาดว่าจะขยายตัวของสินค้ากลุ่มนี้มีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นเฉลี่ยราวร้อยละ 6-7 ในช่วง 5 ปีข้างหน้า นอกจากนี้การเติบโตของสินค้ากลุ่มนี้ยังได้รับปัจจัยหนุนจากการขยายตัวอย่างรวดเร็วของร้านสะดวกซื้อและธุรกิจค้าปลีกในรูปแบบ Modern Trade ซึ่งช่วยให้ผู้บริโภคสามารถหาซื้อสินค้าได้ง่ายและสะดวกมากขึ้นอีกหนึ่งกลุ่มสินค้าที่น่าจับตามอง คือ เครื่องปรุงรสอาหาร เช่น ซุปก้อนสำเร็จรูป ซอสถั่วเหลือง ซอสปรุงรสสำเร็จรูป ผงปรุงรสต่างๆ เพราะนอกจากจะช่วยประหยัดเวลาแล้ว ยังเป็นตัวช่วยที่ดีสำหรับผู้บริโภคยุคใหม่ซึ่งส่วนใหญ่ทำอาหารเป็นน้อยลงได้อีกด้วย ขณะเดียวกัน ผลิตภัณฑ์นมและโยเกิร์ต ก็มีแนวโน้มเติบโตได้ดีต่อเนื่อง สอดรับกับกระแสสุขภาพของคนไทย โดยคาดว่าในปี 2560 มูลค่าตลาดของนมและโยเกิร์ตจะเติบโตสูงขึ้นราวร้อยละ 7 และ 10 ตามลำดับ ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างโดดเด่น คือ นมถั่วเหลือง นมวัวสดแบบพรีเมียม หรือแม้แต่โยเกิร์ตธรรมชาติแบบถ้วย ซึ่งพบว่าปัจจุบันเริ่มได้รับความนิยมจากผู้บริโภคในไทยมากขึ้น

สำหรับในกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มนั้น ผลิตภัณฑ์ที่ยังคงมีแนวโน้มเติบโตได้ค่อนข้างสดใสในไทย คือ เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ โดยได้รับปัจจัยหนุนจากการจำหน่ายเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ (Healthy Drinks) โดยเฉพาะน้ำผลไม้ 100% และ Functional Drinks ประเภทต่างๆ สอดคล้องกับเทรนด์รักสุขภาพของผู้บริโภคชาวไทย ซึ่งในระยะต่อไปคาดว่าจะการแข่งขันในตลาดนี้จะยิ่งทวีความรุนแรงมากขึ้นเป็นลำดับ โดยจะเน้นไปที่ความหลากหลายของสินค้าเพื่อตอบโจทย์ลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) รวมถึงการต่อยอดไปสู่สินค้าพรีเมียมมากขึ้น ในทางกลับกันยอดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในไทยกลับเริ่มมีแนวโน้มทรงตัว ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการที่เครื่องดื่มประเภทดังกล่าวมีการปรับขึ้นราคามาโดยตลอด รวมทั้งการที่ผู้บริโภคในปัจจุบันหันมาใส่ใจดูแลสุขภาพกันมากขึ้นและดื่มแอลกอฮอล์น้อยลง โดยเฉพาะในตลาดเบียร์และวิสกี้ซึ่งมีแนวโน้มเติบโตลดลงจากอดีต

การส่งออกเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ไปยังตลาดส่งออกหลักอย่างกลุ่มประเทศ CLMV ยังคงมีแนวโน้มเติบโตได้ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งเครื่องดื่มชูกำลังและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ซึ่งจะขยายตัวสูงถึงราวร้อยละ 13 และ 16 จากปีนี้ ตามลำดับ โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการเติบโตทางเศรษฐกิจและการเพิ่มขึ้นของกลุ่มชนชั้นกลาง ซึ่งจะมีผลให้กำลังซื้อของผู้บริโภคในประเทศเหล่านี้ปรับตัวสูงขึ้นตามไปด้วย

(ที่มา: จัปศอุตสาหกรรมไทย อีไอซี และสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย)

2.3.4 ความเคลื่อนไหวราคาน้ำมันดิบ

ราคาน้ำมันดิบปรับตัวเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน ในไตรมาสที่ 3/2560 ราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกเฉลี่ย 4 ตลาด (ดูไบ เบรินท์ โอमान และเวสต์เท็กซัส) อยู่ที่ 50.33 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อบาร์เรล เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.6 เมื่อเทียบกับช่วง

เดียวกันของปีก่อน ซึ่งอยู่ที่ 44.69 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อบาร์เรล และเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า ราคาน้ำมันดิบในไตรมาสที่ 3/2560 เพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 2/2560 ร้อยละ 1.4 การเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมันดิบในไตรมาสนี้ มีสาเหตุสำคัญมาจาก

(1) การปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องของเศรษฐกิจโลก ทำให้ความต้องการใช้น้ำมันของโลกเพิ่มขึ้น โดยในไตรมาสที่ 3/2560 ความต้องการใช้น้ำมันของโลกเฉลี่ยอยู่ที่ 98.68 ล้านบาร์เรลต่อวัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.2 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งเฉลี่ยอยู่ที่ 97.52 ล้านบาร์เรลต่อวัน โดยความต้องการใช้น้ำมันของยุโรปและจีน เฉลี่ยอยู่ที่ 14.60 และ 12.67 ล้านบาร์เรลต่อวัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.0 และร้อยละ 2.9 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งเฉลี่ยอยู่ที่ 14.45 และ 12.31 ล้านบาร์เรลต่อวัน ตามลำดับ ในขณะที่ความต้องการใช้น้ำมันของสหรัฐอเมริกา เฉลี่ยอยู่ที่ 19.93 ล้านบาร์เรลต่อวัน ลดลงเล็กน้อยร้อยละ 0.1 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งเฉลี่ยอยู่ที่ 19.94 ล้านบาร์เรลต่อวัน

(2) การปฏิบัติตามข้อตกลงการปรับลดกำลังการผลิตน้ำมันของกลุ่มผู้ผลิตน้ำมันทั้งกลุ่มโอเปกและนอกกลุ่มโอเปก ในการปรับลดกำลังการผลิตไปจนถึงเดือนมีนาคม 2561 และ

(3) ผลกระทบจากพายุเฮอริเคนฮาร์วีย์ (Harvey) และเฮอร์มา (Irma) ในช่วงปลายเดือนสิงหาคมถึงต้นเดือนกันยายน 2560 ซึ่งกระทบต่อการผลิตน้ำมันในสหรัฐอเมริกา

(ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ณ วันที่ 20 พฤศจิกายน 2560)

ตารางแสดงราคาน้ำมันดิบในตลาดโลก

ปี		ราคา (ดอลลาร์สหรัฐฯ / บาร์เรล)					อัตราการขยายตัว (% YOY)				
		OMAN	DUBAI	BRENT	WTI	เฉลี่ย	OMAN	DUBAI	BRENT	WTI	เฉลี่ย
2557	ทั้งปี	96.82	96.48	99.49	92.71	96.38	-8.2	-8.5	-8.6	-5.6	-7.7
2558	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
	Q2	43.30	43.03	46.96	45.61	44.73	-29.4	-29.6	-26.1	-21.3	-26.7
	Q3	43.66	43.10	46.99	45.01	44.69	-12.5	-13.3	-8.4	-3.4	-9.5
	Q4	48.68	48.19	51.12	49.32	49.33	19.6	18.7	14.6	17.0	17.4
	ทั้งปี	41.71	41.40	45.04	43.10	42.81	-18.5	-18.6	-16.0	-11.8	-16.3
	Q1	53.44	53.00	54.60	51.90	53.24	71.3	69.4	55.6	59.9	63.7
2560	Q2	49.80	49.55	50.92	48.31	49.65	15.0	15.1	8.4	5.9	11.0
	Q3	50.55	50.34	52.22	48.20	50.33	15.8	16.8	11.1	7.1	12.6
	ก.ค.	47.56	47.55	49.28	46.83	47.80	10.1	12.1	6.0	4.1	8.0
	ส.ค.	50.32	50.16	51.86	48.02	50.09	14.5	15.1	9.8	7.1	11.6
	ก.ย.	53.76	53.32	55.51	49.75	53.09	22.6	23.2	17.5	10.1	18.3
	9M	51.26	50.96	52.58	49.47	51.07	30.1	30.2	22.3	20.6	25.7
	ต.ค.	55.50	55.46	57.68	51.62	55.07	13.1	13.6	12.3	3.5	10.6

(ที่มา: บริษัท ไทยออยล์ จำกัด (มหาชน) และสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน)

2.4 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การจัดหาวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักที่บริษัทฯ ใช้ในการผลิตสินค้า ได้แก่ Solvent Resin Wax และ Synthetic Rubber ซึ่งสั่งซื้อวัตถุดิบจากคู่ค้าหลายรายทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีระยะเวลาในการสั่งซื้อวัตถุดิบจากคู่ค้าจนกระทั่งรับมอบวัตถุดิบประมาณ 30-45 วัน

บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับคุณภาพวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตสินค้า โดยก่อนที่จะทำการสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้จำหน่ายรายใด บริษัทฯ จะมีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้จำหน่ายที่ประเมินจากประวัติของคู่ค้าและผลงานที่เชื่อถือได้

มาตรฐานของผลิตภัณฑ์ ราคา รวมถึงระบบป้องกันมลพิษ ซึ่งหลักเกณฑ์ในการประเมินเหล่านี้จะต้องมีความสอดคล้องกับระบบจัดการสิ่งแวดล้อม เมื่อมีมาตรฐานตามเกณฑ์ที่กำหนดจึงจะดำเนินการสั่งซื้อเพื่อนำวัตถุดิบดังกล่าวมาเข้าสู่กระบวนการผลิตสินค้า ที่ผ่านมาได้มีการจัดซื้อวัตถุดิบจากผู้ผลิตหรือผู้จัดหาทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยจะมีการเปรียบเทียบและจัดทำทะเบียนผู้ขายที่ได้รับการอนุมัติ (Approved Supplier List) โดยการเปรียบเทียบราคา และเงื่อนไขต่างๆ เพื่อให้ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพและตรงตามระยะเวลาที่กำหนด

ในการดำเนินการจัดซื้อวัตถุดิบ แผนกจัดซื้อ แผนกวางแผน และ/หรือแผนกอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องร่วมกันพิจารณาใบประมาณการใช้วัตถุดิบประจำเดือนที่ได้รับจากแผนการผลิต และทำการคัดเลือกและประเมินผู้ขายวัตถุดิบ วัสดุบรรจุ และองค์ประกอบอื่นๆ ทั้งในส่วนของราคาคัดเลือกผู้ขาย/ผู้ให้บริการรายใหม่ หรือการประเมินผลผู้ขาย/ผู้ให้บริการรายปัจจุบัน ซึ่งจะพิจารณาจากองค์ประกอบหลายด้าน เช่น การใช้ระบบป้องกันมลพิษ ประวัติและผลงานที่น่าเชื่อถือของผู้ขาย มาตรฐานของวัตถุดิบ ระยะเวลาในการส่งมอบ และราคา เป็นต้น จากนั้นจึงจะดำเนินการออกไปสั่งซื้อวัตถุดิบ วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า รวมถึงสินค้าเพื่อขาย หลังจากที่เกิดกระบวนการสั่งซื้อเสร็จสิ้น แผนกคลังวัตถุดิบจะทำหน้าที่ตรวจสอบวัตถุดิบบรรจุภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ ที่ส่งมอบมายังบริษัทฯ โดยละเอียดเพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ ได้รับวัตถุดิบที่ถูกต้องเพื่อนำไปผลิตสินค้าให้กับลูกค้าต่อไป อย่างไรก็ตาม ในแต่ละปี ฝ่ายประกันคุณภาพจะเป็นผู้ดำเนินการนำทีมไปตรวจวัดประสิทธิภาพของผู้ขายสินค้า ซึ่งภายในทีมประกอบด้วยฝ่ายผลิต ฝ่ายประกันคุณภาพ แผนกจัดซื้อ และ/หรือหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง

กระบวนการผลิต

แผนกวางแผนการผลิตของบริษัทฯ มีทำหน้าที่ในการวางแผนในการผลิตตั้งแต่การกำหนดจำนวนวัตถุดิบที่ใช้ไปจนถึงจำนวนผลิตภัณฑ์ที่จะผลิตให้กับลูกค้า ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดสำหรับการผลิตที่มีคุณภาพ เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ประหยัดต้นทุนในการผลิต และรักษาระยะเวลาที่เหมาะสมในการเก็บรักษาสินค้าในสต็อกสินค้า รวมทั้ง คำนึงถึงประโยชน์สูงสุดในการดำเนินธุรกิจ ทั้งในด้านแรงงาน เครื่องจักร วัตถุดิบ กระบวนการผลิต เนื่องจากความต้องการของลูกค้าอาจเกิดจากการสั่งซื้อจริงที่เกิดขึ้น การแจ้งความต้องการ หรือสั่งซื้อล่วงหน้า การวางแผนจึงแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ การผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า (Made to Order) ภายใต้ตราสินค้าของบริษัทฯ และการผลิตเพื่อรักษาระดับสินค้าคงคลังขั้นต่ำ (Made to Stock)

การวางแผนการผลิตมีทั้งแผนระยะสั้นและระยะยาว ซึ่งแผนการผลิตในระยะยาวส่วนมากจะเป็นไปในลักษณะของการลงทุนเพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจในอนาคต เช่น การวางแผนในการซื้อเครื่องจักร การวางแผนด้านบุคลากร ทั้งนี้ แผนการผลิตในระยะยาวนี้จะมีระยะเวลาเกิน 1 ปีขึ้นไป ในส่วนของแผนการผลิตระยะสั้นนั้น จะเน้นไปที่การเพิ่มกำลังการผลิตและการขยายกิจการในทุกเดือน ซึ่งแผนกวางแผนการผลิตจะมีการประชุมร่วมกับแผนกขาย แผนกคลังสินค้า แผนกจัดซื้อ และแผนกธุรการขาย เพื่อจัดเตรียมแผน เช่น การพิจารณาปริมาณการสั่งผลิตสินค้าเปรียบเทียบกับยอดขายที่คาดการณ์และยอดขายจริง ทั้งนี้ เพื่อให้ลูกค้าได้รับประโยชน์สูงสุด และสร้างวิธีการปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม เพื่อใช้ปฏิบัติต่อไปในภายหน้า

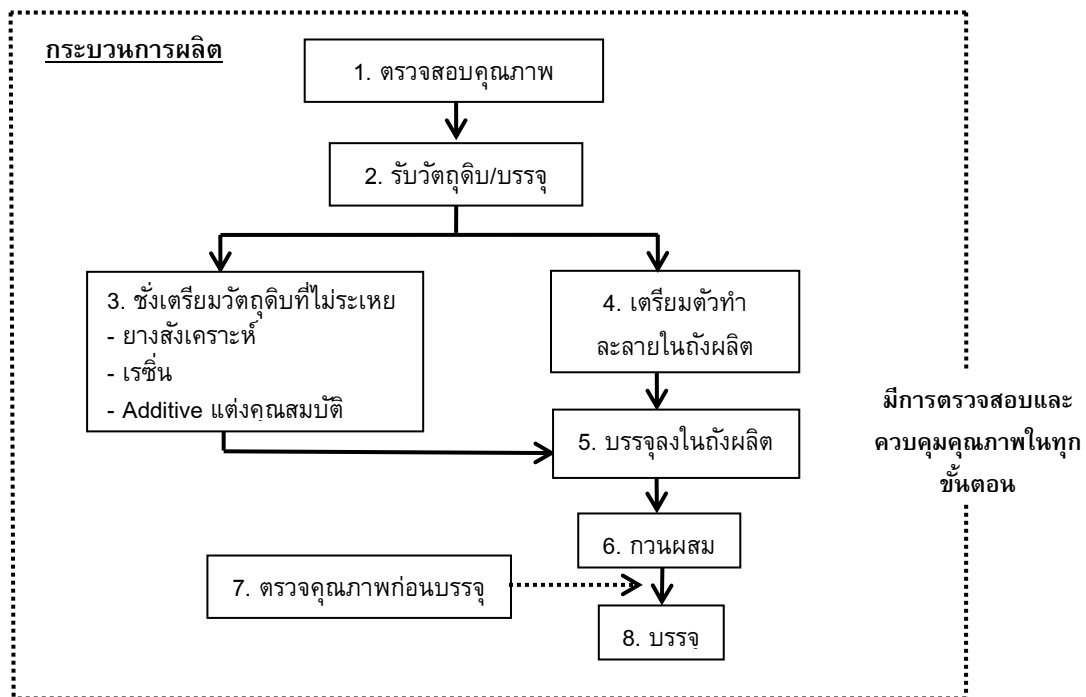
ภายในโรงงานจะแยกไลน์การผลิตตามประเภทของกาว ซึ่งในการผลิตกาวอุตสาหกรรมทุกประเภท แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ ขั้นตอนการผสมสารเคมี (Mixing) และขั้นตอนการเกิดปฏิกิริยาทางเคมีระหว่างกระบวนการผลิต (Reaction)

ทั้งนี้ เพื่อคุณภาพที่ดีของผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ มีการตรวจสอบและทดสอบคุณภาพวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต การตรวจสอบและทดสอบระหว่างกระบวนการผลิต รวมถึงการตรวจสอบสินค้าสำเร็จรูปทุกล็อต โดยมีการสุ่มตรวจและทดสอบคุณภาพตามแผนคุณภาพของบริษัทฯ ทำให้ลูกค้าสามารถมั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มีคุณภาพและตรงต่อความต้องการของลูกค้า สำหรับของเสียจากกระบวนการผลิต บริษัทฯ ได้มีการว่าจ้างบริษัทที่ได้รับอนุญาตจากกรมโรงงานอุตสาหกรรมเป็นผู้ดำเนินการกำจัดของเสียอุตสาหกรรมเหล่านี้ ซึ่งมีความถูกต้องและเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้

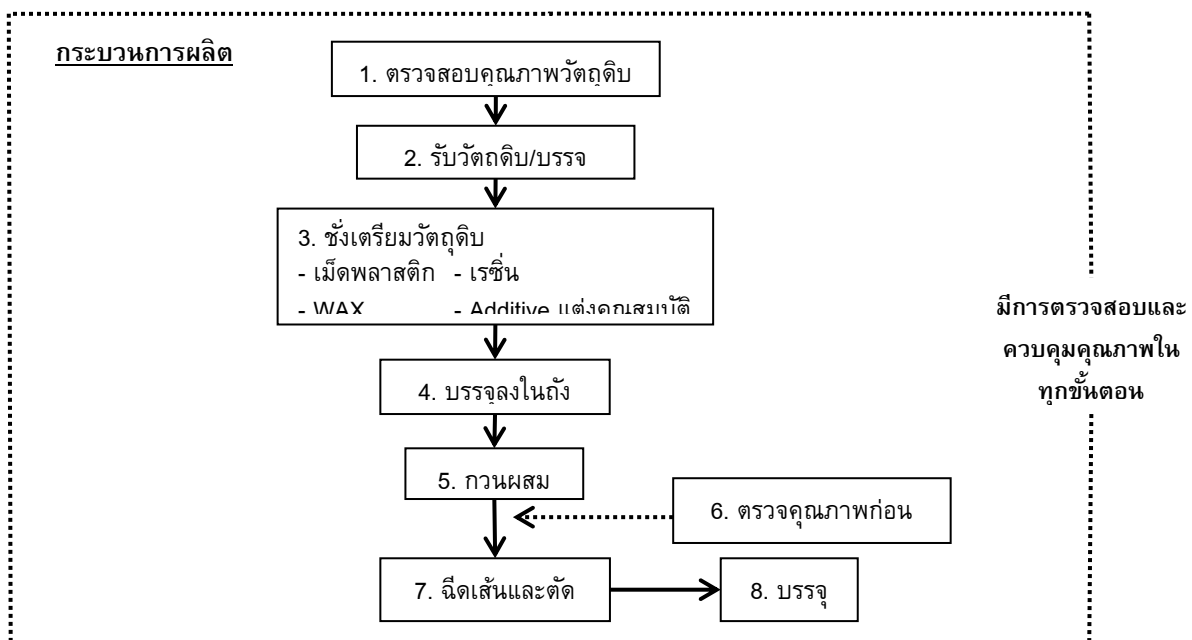
ขั้นตอนการผลิต

ในการผลิตผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท เมื่อฝ่ายขายรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าแล้วนั้น แผนกธุรการขายจะตรวจสอบความพร้อมของผลิตภัณฑ์ในระบบคลัง และหากกรณีที่ผลิตภัณฑ์ที่มีในคลังไม่เพียงพอกับคำสั่งซื้อหรือมีคุณสมบัติไม่ตรงกับคำสั่งซื้อของลูกค้า ฝ่ายธุรการขายจะประสานงานไปยังแผนกวางแผนการผลิตเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ตามที่ลูกค้าต้องการ โดยฝ่ายวางแผนจะส่งแผนการผลิตให้ฝ่ายผลิตดำเนินการเบิกวัตถุดิบตามปริมาณที่ต้องใช้ในการผลิต ประสานกับแผนกคลังวัตถุดิบและแผนกจัดซื้อ เพื่อตรวจสอบระดับวัตถุดิบ และทำการจัดซื้อวัตถุดิบในปริมาณที่เหมาะสม จากนั้นแผนกคลังวัตถุดิบจะจัดส่งวัตถุดิบมายังฝ่ายผลิตเพื่อผลิตสินค้าและนำส่งสินค้าสำเร็จรูปที่ผลิตเรียบร้อยแล้วไปเก็บที่ฝ่ายคลังสินค้า และเตรียมจัดส่งให้ลูกค้าต่อไป ขั้นตอนการผลิตผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท มีดังนี้

การ Solvent และผลิตภัณฑ์กาวน้ำ



ผลิตภัณฑ์กาวหลอมร้อน (Hot Melt)



กำลังการผลิตและการใช้กำลังการผลิต

ในปัจจุบันบริษัทฯ มีเครื่องจักรหลักที่ใช้ในการผลิตกาวยาอุตสาหกรรมทั้งสิ้น 35 เครื่อง ได้แก่ ถังผสมวัตถุดิบ (Mixer) เครื่องบดยาง (Grinder) เครื่องตัดกาวยา หม้อไอน้ำ (Boiler) หอทำน้ำเย็น (Water Cooling Tower) และเครื่องแลกเปลี่ยนความร้อน (Hot Oil Boiler) โดยมีกำลังการผลิตแยกตามประเภทผลิตภัณฑ์ ดังนี้

ตารางแสดงกำลังการผลิตแยกตามประเภทผลิตภัณฑ์

ประเภทผลิตภัณฑ์	หน่วย	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560
1. ผลิตภัณฑ์กาวยา Solvent				
- กำลังการผลิต (Capacity)	ตัน/ปี	6,600	6,600	6,600
- ปริมาณการผลิต (Utilization)	ตัน/ปี	4,641	4,745	4,702
- อัตราการใช้กำลังการผลิต	%	70.32	71.89	71.24
2. ผลิตภัณฑ์กาวยา น้ำ				
- กำลังการผลิต (Capacity)	ตัน/ปี	620	620	620
- ปริมาณการผลิต (Utilization)	ตัน/ปี	309	474 ¹	641
- อัตราการใช้กำลังการผลิต	%	49.84	76.45	103.39
3. ผลิตภัณฑ์กาวยา Hot Melt ^{1/1}				
- กำลังการผลิต (Capacity)	ตัน/ปี	1,400	1,900	1,900
- ปริมาณการผลิต (Utilization)	ตัน/ปี	1,268	1,387	1,841
- อัตราการใช้กำลังการผลิต	%	90.57	73.00	96.89
รวมกำลังการผลิตทุกผลิตภัณฑ์ (Capacity)	ตัน/ปี	8,620	9,120	9,120
รวมปริมาณการผลิตทุกผลิตภัณฑ์ (Utilization)	ตัน/ปี	6,218	6,606	7,184

หมายเหตุ : ^{1/1} อัตราการใช้กำลังการผลิตในปัจจุบันคำนวณจากชั่วโมงทำงานเฉลี่ย 8 ชั่วโมง ต่อ 1 วัน และ 6 วัน ต่อ 1 สัปดาห์ (มีเพียงชั่วโมงทำงานเฉลี่ยของกาวยา Hot Melt ที่มีความยืดหยุ่นตามยอดขายสั่งซื้อสินค้า ซึ่งอาจผลิตได้ถึง 24 ชั่วโมงต่อวัน)

- ในปี 2561 มีการเพิ่มกำลังการผลิตสินค้า ดังนี้

- กลุ่มกาวยา น้ำ (Water Base) จาก 620 ตัน/ปี เป็น 1,080 ตัน/ปี
- กลุ่มกาวยา หลอมร้อน (Hot Melt) จาก 1,900 ตัน/ปี เป็น 2,400 ตัน/ปี

ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการกำหนดปริมาณสินค้าคงคลังขั้นต่ำ โดยมีการนำมาประยุกต์ใช้และการกำหนดแผนการผลิตเป็นรายเดือนและรายสัปดาห์ให้เหมาะสมกับกำลังการผลิตของสินค้าแต่ละประเภท

2.5 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

กระบวนการผลิตของบริษัทฯ เป็นงานที่เกิดจากการผสมสารเคมีชนิดต่างๆ เข้าด้วยกัน ซึ่งในบางขั้นตอนอาจเกิดกากของเสียอุตสาหกรรม สารเคมีต่างๆ และภาชนะปนเปื้อนสารเคมี รวมถึงน้ำล้างกาวยาอุตสาหกรรมระหว่างกระบวนการผลิต เพื่อเป็นการป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ ได้มีการว่าจ้างบริษัทบำบัด/กำจัดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้วจากภายนอกในการกำจัดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุดังกล่าวอย่างถูกต้องและเป็นไปตามที่ข้อกำหนดกฎหมายกำหนดไว้ และให้ความสำคัญกับการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม มีการควบคุมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมให้เป็นไปตามมาตรฐานของกรมโรงงาน ได้รับการรับรองตามมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001:2004 อีกทั้ง จะเห็นได้จากที่บริษัทฯ ได้รับการรับรองจากกระทรวงอุตสาหกรรมให้เป็นอุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 3 ระบบสีเขียว (Green System) โดยตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทฯ ไม่เคยประสบปัญหาการร้องเรียนหรือมีข้อพิพาทใดๆ ที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมระหว่างชุมชนใกล้เคียงหรือจากหน่วยงานต่างๆ

3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทฯ ตระหนักและให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจในทุกๆ ด้าน รวมถึงการจัดการและบริหารความเสี่ยงองค์กร เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยทั้งภายในและนอกที่จะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ เตรียมความพร้อมเมื่อประสบกับเหตุการณ์ความเสี่ยง รวมทั้ง หาแนวทางในการจัดการและลดปัจจัยความเสี่ยงทุกรูปแบบที่จะเกิดขึ้นจนทำให้ความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจอยู่ในระดับที่สามารถควบคุมและยอมรับได้ โดยปัจจัยความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ สามารถแบ่งได้เป็น ความเสี่ยงเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติการ ความเสี่ยงทางด้านตลาด และความเสี่ยงทางการเงิน

3.1 ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน (Operation Risk)

- ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบุคลากรและทีมวิจัยที่มีความเชี่ยวชาญในการวิจัยและพัฒนาที่ใช้ในอุตสาหกรรม

บริษัทฯ มีการพึ่งพิงทีมวิจัยที่ประกอบด้วยนักวิทยาศาสตร์ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านการคิดค้นและวิจัยทางชีววิทยาศาสตร์ที่มีจำนวนแรงงานน้อยและอาจเกิดการขาดแคลนแรงงานได้ บริษัทฯ จึงตระหนักถึงแนวทางการมุ่งใจให้นักวิทยาศาสตร์ทำงานกับบริษัทฯ โดยให้ความสำคัญด้านสวัสดิการที่เหมาะสมและมุ่งใจให้กับพนักงาน รวมไปถึงการเจริญเติบโตของบริษัทฯ ทำให้พนักงานเห็นถึงความมั่นคงและเชื่อมั่นในบริษัทฯ เป็นผลให้อัตราการลาออกของพนักงานอยู่ในระดับต่ำ ส่วนในความเสี่ยงจากการพึ่งพิงทีมวิจัยนั้น บริษัทฯ ประเมินว่าความเสี่ยงดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำ และบริษัทฯ มีแผนที่จะพัฒนาระบบเทคโนโลยีด้านการวิจัยและพัฒนา รวมถึงการจัดทำคลังความรู้ที่นักวิทยาศาสตร์คิดค้นได้ไว้ เพื่อลดความเสี่ยงด้านการพึ่งพิงบุคลากรอีกทางหนึ่ง

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มั่นใจว่าการที่บริษัทฯ ผลักดันตัวเองขึ้นมาเป็นผู้นำระดับอาเซียนด้านการผลิตและจำหน่ายกาวยาอุตสาหกรรม ย่อมส่งผลให้ในอนาคตบริษัทฯ จะได้รับความสนใจเข้าร่วมงานจากนักวิทยาศาสตร์ที่มีความรู้และประสบการณ์

- ความเสี่ยงเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ ระเบียบ กฎเกณฑ์ ข้อบังคับ และกฎหมายประเทศต่างๆ ที่เป็นกลุ่มลูกค้าบริษัทฯ

บริษัทฯ จัดจำหน่ายสินค้าไปยังประเทศต่างๆ และผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้ถูกนำไปใช้ในหลากหลายอุตสาหกรรม ซึ่งเติบโตตามภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของแต่ละประเทศ ดังนั้น หากสภาวะเศรษฐกิจในประเทศต่างๆ ตกต่ำหรือถดถอย จะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการซื้อหรือความต้องการบริโภคของลูกค้า

อย่างไรก็ตาม การที่บริษัทฯ มีฐานลูกค้ากระจายอยู่มากกว่า 27 ประเทศ จึงทำให้สามารถลดความเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจในประเทศต่างๆ ที่เป็นลูกค้าของบริษัทฯ ได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการตรวจสอบและมีการกำหนดมาตรการเกี่ยวกับการกีดกันทางการค้าที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ข้อห้ามการนำเข้าสารเคมีในบางชนิดเข้าประเทศ เช่น ห้ามนำเข้าสารเคมีจำพวก Solvent เนื่องจากเป็นสารเคมีที่มีกลิ่นและอาจเป็นมลพิษ ซึ่งบริษัทฯ ได้มีมาตรการแก้ไขข้อจำกัดนี้โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทดแทนกาวยา Solvent ด้วยผลิตภัณฑ์กลุ่มกาวยาหอมร้อน หรือกาวน้ำ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการศึกษาวิจัยจนสามารถพัฒนาสูตรกาวยาที่ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สามารถจัดจำหน่ายสินค้าไปยังกลุ่มประเทศดังกล่าวได้

3.2 ความเสี่ยงทางด้านตลาด (Marketing Risk)

- ความเสี่ยงจากภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม

ผลิตภัณฑ์กาวยาที่ใช้ในอุตสาหกรรมเป็นส่วนประกอบสำคัญของผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า และอุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้าง อุตสาหกรรมเหล่านี้เป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ตามขนาดอุตสาหกรรม จึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะมีคู่แข่งทั้งรายใหญ่และรายย่อยอยู่ในตลาดนี้ คู่แข่งดังกล่าวมีทั้งผู้ผลิตกาวยาภายในประเทศและจากต่างประเทศ จำนวนคู่แข่งที่มีอยู่อาจนำมาซึ่งผลกระทบต่อความไม่แน่นอนของสัดส่วนทางการตลาดที่บริษัทฯ ครอบครองอยู่ อีกทั้ง ยังอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ในกรณีที่บริษัทฯ ถูกแย่งสัดส่วนทางการตลาดในการผลิตและจัดจำหน่ายกาวยาให้กับคู่แข่ง ทั้งหมดนี้จึงเป็นสาเหตุที่บริษัทฯ ต้องคำนึงถึงความเสี่ยงจากสภาวะการแข่งขันที่สูง

ในธุรกิจกาที่ใช้ในอุตสาหกรรม ปัจจุบันบริษัท มีอัตราส่วนการผลิตและจัดจำหน่ายภายในประเทศประมาณร้อยละ 58 ของรายได้จากการขาย และส่งออกต่างประเทศประมาณร้อยละ 42 ของรายได้จากการขาย ตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม จากประสบการณ์การทำงานในธุรกิจกาที่ใช้ในอุตสาหกรรมกว่า 30 ปี การที่บริษัท มีพันธมิตรทางการค้าที่ยาวนาน มีทีมวิจัยและพัฒนาที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการปรับปรุงคุณสมบัติของกาให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นได้จากผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ยอมรับทั้งในประเทศ ตลาดเอเชีย แอฟริกา ออสเตรเลีย อเมริกา และยุโรป นอกจากนี้ อาจกล่าวได้ว่าถึงแม้ตลาดกาจะมีคู่แข่งทั้งรายใหญ่และรายย่อยจำนวนหนึ่งก็ตาม แต่คู่แข่งที่มีศักยภาพเทียบเท่าบริษัท ในประเทศยังมีจำนวนน้อยราย ทำให้บริษัท ยังคงได้รับความไว้วางใจให้เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายกาที่ใช้ในอุตสาหกรรมให้แก่กลุ่มอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ในประเทศไทยและต่างประเทศ สำหรับการแข่งขันภายในประเทศ บริษัท มีความมั่นใจในการขยายฐานลูกค้าและกำลังการผลิตให้ตอบสนองการเติบโตของบริษัท ควบคู่ไปกับการพัฒนาคุณภาพ ส่วนการจำหน่ายไปยังต่างประเทศนั้น บริษัท มีเป้าหมายที่จะเพิ่มสัดส่วนการจำหน่ายสินค้าไปยังต่างประเทศให้มากขึ้น โดยการจัดตั้งบริษัทย่อย คือ บริษัท อี.วี.เอ.อินเตอร์เนชันแนล จำกัด เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ เช่น ประเทศฮ่องกง ประเทศกัวเตมาลา ประเทศบังกลาเทศ เป็นต้น ปัจจุบันบริษัท เป็นผู้ผลิตรายแรกและรายเดียวที่สามารถผลิตกา Polyurethane Reactive Hot Melt (HMPUR) ได้ในประเทศไทย ซึ่งผลิตภัณฑ์กา HMPUR เป็นกาประเภทคงรูป (Thermosetting) ที่มีความแข็งแรงสูง โดยบริษัท มีทีมวิจัยและพัฒนาที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการปรับปรุงคุณสมบัติของกาให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

● ความเสี่ยงจากการแข่งขันจากสินค้าทดแทน

ผลิตภัณฑ์หลักที่บริษัท ผลิตและจัดจำหน่าย คือ กาที่ใช้ในอุตสาหกรรมที่ใช้เป็นวัสดุยึดติดผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ ซึ่งผลิตภัณฑ์อื่นที่สามารถนำมาใช้งานเพื่อวัตถุประสงค์และคุณสมบัติเดียวกันในตลาดมีอยู่หลายประเภท เช่น เทปกา/เทปผ้าสำหรับการติดกล่องบรรจุภัณฑ์ หรือซิลิโคนที่สามารถประยุกต์ใช้ทดแทนกาในการเชื่อมกระเจก เป็นต้น ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกจากสินค้าทดแทนที่หลากหลาย หากผู้บริโภคเลือกใช้ผลิตภัณฑ์อื่นแทนผลิตภัณฑ์ของบริษัท อาจส่งผลต่อการดำเนินงานของบริษัท

อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะต้องลงทุนเปลี่ยนแปลงเครื่องจักร ซึ่งอาจส่งผลให้ผู้ผลิตอาจต้องหยุดการผลิตชั่วคราว ดังนั้น จึงเป็นไปได้ยากที่กลุ่มลูกค้าของบริษัท จะเปลี่ยนไปใช้สินค้าทดแทนอื่น นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ของบริษัท จะถูกวิจัย พัฒนา และปรับปรุงคุณลักษณะให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าที่ต้องการยึดติดวัสดุต่างๆ เนื่องด้วยวัสดุแต่ละชนิดมีลักษณะและการใช้งานแตกต่างกัน อีกทั้ง ผลิตภัณฑ์ของบริษัท ยังสามารถประยุกต์ใช้ได้หลายอุตสาหกรรมและมีความปลอดภัย จึงได้รับความนิยมและหาสินค้าทดแทนได้ยาก

3.3 ความเสี่ยงทางการเงิน (Financial Risk)

● ความเสี่ยงจากการผันผวนของราคาวัตถุดิบที่เปลี่ยนแปลงไปตามราคาตลาดโลก

บริษัท ประกอบธุรกิจผลิตกาที่ใช้ในอุตสาหกรรม ซึ่งต้องใช้วัตถุดิบ นั่นคือ ยางเรซิน และโพลีคลอโรพรีน เป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิต และวัตถุดิบดังกล่าวเป็นผลผลิตจากการกลั่นน้ำมันดิบ สำหรับการผลิตในปี 2560 คิดเป็นต้นทุนกว่าร้อยละ 60-70 ของต้นทุนวัตถุดิบรวม ซึ่งราคาวัตถุดิบดังกล่าวจะผันแปรไปตามอุปสงค์และอุปทานของราคาน้ำมันดิบโลก ซึ่งมีความผันผวนของราคาอย่างมีนัยสำคัญ ปัจจุบันแม้ว่าราคาจะมีความผันผวน แต่อัตราเฉลี่ยตามการคาดการณ์อยู่ที่ประมาณ 65-70 ดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรล จึงไม่ส่งผลกระทบต่อการบริหารจัดการต้นทุน และการดำรงรักษาอัตรากำไรขั้นต้นของบริษัท

น้ำมันดิบเป็นสินค้าอุปโภคพื้นฐานที่มีความจำเป็นในการขยายตัวของเศรษฐกิจ จากภาพรวมของราคาน้ำมันดิบโลก เมื่อ 5 ปีที่ผ่านมา ราคาน้ำมันดิบมีการผันผวนในช่วงปี 2555-2559 ซึ่งมีราคาสูงสุดในช่วงไตรมาสที่ 1 ของปี 2555 ที่ราคาประมาณ 120 ดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรล และมีการปรับตัวลงอย่างต่อเนื่องในช่วงไตรมาสที่ 2 ของปี 2557 จนถึงราคาที่ต่ำสุด

ในปี 2559 ที่ราคาโดยประมาณ 27 ดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรล ซึ่งเป็นผลดีต่อบริษัทฯ ในขณะนั้น ในปี 2561 มีปัจจัยที่น่าจับตามอง กล่าวคือ การลดกำลังการผลิตของผู้ผลิตน้ำมันกลุ่มโอเปคซึ่งลดลงถึงร้อยละ 137 ในเดือนมกราคม 2561 ซึ่งสูงกว่าปีก่อนหน้าที่ร้อยละ 99 นอกจากนี้ การผลิตน้ำมันของเวเนซุเอลาปรับลดลงมาแต่ระดับต่ำสุดในรอบ 30 ปีที่ 1.6 ล้านบาร์เรลต่อวัน จากผลกระทบของวิกฤตเศรษฐกิจและการคว่ำบาตรของสหรัฐอเมริกา การปรับลดปริมาณการผลิตน้ำมันของกลุ่มผู้ผลิตครั้งนี้ เพื่อตรึงราคาน้ำมันและป้องกันภาวะอุปทานล้นตลาด ในขณะเดียวกัน ปริมาณการผลิตน้ำมันในสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มปรับเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้นกว่าต้นทุนการผลิต ทั้งสองประเด็นนี้เป็นปัจจัยที่บริษัทฯ กำลังจับตามอง ซึ่งถ้าสหรัฐอเมริกาเพิ่มกำลังการผลิตจะทำให้การตรึงราคาของกลุ่มโอเปคอาจไม่เป็นผล ซึ่งจะส่งผลดีต่อการเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทฯ

การเปลี่ยนแปลงราคาน้ำมันดิบส่งผลกระทบต่อต้นทุนการดำเนินงานของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมามีบริษัทฯ มีการติดตามข้อมูลข่าวสารและแนวโน้มราคาของวัตถุดิบหลักอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้สามารถวางแผนบริหารจัดการการสั่งซื้อวัตถุดิบได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้มีการบริหารจัดการสต็อกวัตถุดิบคงเหลือให้สอดคล้องกับปริมาณความต้องการวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตได้อย่างเพียงพอและทันเวลาต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้สามารถควบคุมระดับสัดส่วนของต้นทุนขายไม่ให้ความผันผวนจนส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ซึ่งในอดีตที่ผ่านมาบริษัทฯ ไม่ได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินงานจากปัญหาความผันผวนของราคาวัตถุดิบแต่อย่างใด

● ความเสี่ยงจากการผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

นอกจากที่บริษัทฯ นำเข้าวัตถุดิบในการผลิตจากต่างประเทศ บริษัทฯ ยังได้ส่งออกสินค้าไปจำหน่ายยังต่างประเทศกว่า 27 ประเทศ ทำให้บริษัทฯ มีความเสี่ยงด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศทั้งจากการต้องชำระค่าวัตถุดิบและการรับชำระเงินจากลูกค้าเป็นสกุลเงินตราต่างประเทศ ได้แก่ เงินดอลลาร์สหรัฐ เงินยูโร เงินเยน เป็นต้น

ในปี 2558 - 2560 บริษัทฯ มียอดซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20.77, 43.98 และ 46.99 ของยอดซื้อวัตถุดิบรวมตามลำดับ ซึ่งหากเกิดเหตุการณ์ทางเศรษฐกิจที่ทำให้ค่าเงินบาทมีแนวโน้มอ่อนค่าลงเมื่อเทียบกับค่าเงินตราต่างประเทศที่กล่าวมาข้างต้น โดยเฉพาะเงินดอลลาร์สหรัฐ เงินยูโร ซึ่งเป็นเงินต่างประเทศสกุลหลักที่เป็นรายรับของบริษัทฯ และชำระค่าสินค้าให้แก่บริษัทผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ก็อาจส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของบริษัทฯ ได้ จากข้อมูลปี 2558-2560 บริษัทฯ มีกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนในปี 2558 จำนวน 0.16 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.03 ของรายได้รวม ในปี 2559 มีกำไร 1.28 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.23 ของรายได้รวม และในปี 2560 ขาดทุน 2.87 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.48 ของรายได้รวม

ทั้งนี้ บริษัทฯ มีนโยบายบริหารจัดการความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนด้วยการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) กับสถาบันการเงิน แต่ไม่ได้ป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนทั้งจำนวนจากการซื้อสินค้าทุกสกุลเงิน ซึ่งในการนำเข้าสินค้าส่วนใหญ่ บริษัทฯ ใช้สกุลเงินหลัก คือ ดอลลาร์สหรัฐ ยูโร และเยน หรือเงินตราต่างประเทศที่มีความผันผวนมาก บริษัทฯ ได้มีการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าในสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ กับธนาคารในวงเงิน 4.66 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนที่อาจเกิดขึ้นได้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า 0.47 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 15.34 ล้านบาท อีกทั้ง ยังมีบัญชีเงินตราต่างประเทศ เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนได้อย่างเหมาะสม รวมถึงให้ความสำคัญและติดตามสถานการณ์อัตราแลกเปลี่ยนอยู่เสมอ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้ากับสถาบันการเงิน ดังนี้

จำนวนเงินที่ใช้สัญญา (หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	จำนวนเงินบาทคงที่	มูลค่ายุติธรรม	ระยะเวลาครบกำหนด
	(หน่วย: ล้านบาท)		
0.36	11.82	11.78	มีนาคม 2561
0.11	3.57	3.55	มีนาคม 2561

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

เนื่องจากบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจในรูปแบบอุตสาหกรรม ทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการประกอบกิจการของบริษัทฯ ส่วนใหญ่จึงอยู่ในรูปแบบของทรัพย์สินถาวรที่ทางบริษัทฯ ถือกรรมสิทธิ์อยู่ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ มีมูลค่าสุทธิตามที่ปรากฏในงบแสดงฐานะทางการเงินของบริษัทฯ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ลักษณะทรัพย์สิน	ภาระผูกพัน	มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท)	ลักษณะกรรมสิทธิ์
1. อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร สำนักงาน โรงงาน และคลังสินค้า ตั้งอยู่เลขที่ 270 ถนนเลียบคลองภาษี เจริญฝั่งใต้ หนองแขม กรุงเทพฯ 10160	ใช้เป็นส่วนหนึ่งของ หลักประกันวงเงินสินเชื่อของ บริษัทฯ กับเจ้าหนี้สถาบัน การเงินสองแห่ง	13.98	บริษัทฯ เช่าที่ดิน 5 แปลง พร้อมสิ่ง ปลูกสร้างจาก นายณรงค์ สุวัฒน์พิมพ์ (กรรมการและผู้อยู่หุ้นใหญ่ของบริษัทฯ) เพื่อเป็นที่ตั้งสถานประกอบการ
2. เครื่องจักรและอุปกรณ์ ที่ใช้ในการ ผลิตสินค้า	- ไม่มี -	49.55	เครื่องจักรส่วนหนึ่งอยู่ภายใต้สัญญา เช่าทางการเงิน กับ บจก.กรุงเทพ โอปิเจ ลิสซิ่ง
3. เครื่องตกแต่ง ติดตั้ง และเครื่องใช้ สำนักงาน ที่ใช้ในสำนักงานของบริษัทฯ	- ไม่มี -	15.59	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ
4. ยานพาหนะ ที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ และขนส่งสินค้า	- ไม่มี -	4.23	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ
5. งานระหว่างก่อสร้างและเครื่องจักร ระหว่างติดตั้ง เครื่องจักรที่ใช้ในการ ดำเนินธุรกิจและส่วนปรับปรุงอาคาร สำนักงาน โรงงาน	- ไม่มี -	31.78	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ
รวม		115.12	

4.2 ทรัพย์สินไม่มีตัวตนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีรายการสินทรัพย์ไม่มีตัวตนสุทธิ คือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยราคาทุนของทรัพย์สินไม่มีตัวตนซึ่งคิดค่าใช้จ่ายตัดบัญชีหมดแล้ว แต่ยังคงใช้งานอยู่มีจำนวนประมาณ 4 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายตัดบัญชีเป็นส่วนหนึ่งของค่าใช้จ่ายในการบริหาร จำนวนเงินประมาณ 0.8 ล้านบาท

4.3 เครื่องหมายการค้า

บริษัทฯ ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้ากับกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ โดยการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้านี้ มีอายุ 10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และสามารถต่ออายุได้ทุก 10 ปี ทั้งนี้ เครื่องหมายการค้าทั้งหมดถือเป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัทฯ รายละเอียดดังนี้

ลำดับ	เครื่องหมายการค้า	ประเภทสินค้า	ลำดับ	เครื่องหมายการค้า	ประเภทสินค้า
1		กาวยาง	23	D-NA	- กาวที่ใช้ใน อุตสาหกรรม - สีสันรถยนต์

ลำดับ	เครื่องหมายการค้า	ประเภทสินค้า	ลำดับ	เครื่องหมายการค้า	ประเภทสินค้า
2		การใช้ในอุตสาหกรรม ทำรองเท้า	24		- กาวยาง - สีสันรถยนต์ สีโปว ทิน เนอร์ แลคเกอร์ สาร เคลือบสี น้ำยาขัดสี ครีมขัดเงา น้ำยาขัด เงา น้ำยาพ่นฉาบ
3		การใช้ในอุตสาหกรรม ทำรองเท้า	25		กาวยางที่เป็นสารยึด ติดที่ใช้ในอุตสาหกรรม
4		การใช้ในอุตสาหกรรม ทำรองเท้า	26	ICETECH	กาวยางที่เป็นสารยึด ติดที่ใช้ในอุตสาหกรรม
5		การใช้ในอุตสาหกรรม ทำรองเท้า	27	DELTABOND	กาวยางที่เป็นสารยึด ติดที่ใช้ในอุตสาหกรรม
6		การใช้ในอุตสาหกรรม ทำรองเท้า	28	Vegamelt	กาวที่ใช้ใน อุตสาหกรรม
7		การใช้ในอุตสาหกรรม ทำรองเท้า	29	INTENSITY	กาวที่ใช้ใน อุตสาหกรรม
8		กาวยาง	30	CELESTE	กาวยางที่ใช้ใน อุตสาหกรรม
9		- กาวอุตสาหกรรม - บริการจัดการธุรกิจ ด้านจำหน่ายสินค้า ประเภทกาว อุตสาหกรรม	31		กาวที่ใช้ใน อุตสาหกรรม

ลำดับ	เครื่องหมายการค้า	ประเภทสินค้า	ลำดับ	เครื่องหมายการค้า	ประเภทสินค้า
10		กาวยใช้ในอุตสาหกรรม ทำรองเท้า	32		กาวยใช้ใน อุตสาหกรรม
11		กาวยใช้ในอุตสาหกรรม ทำรองเท้า	33		กาวยใช้ใน อุตสาหกรรม
12		กาวยใช้ในอุตสาหกรรม ทำรองเท้า	34		กาวยาง
13		กาวยใช้ในอุตสาหกรรม ทำรองเท้า	35		บริการล้างทำความสะอาด เครื่องจักร บริการซ่อมบำรุง ดูแล รักษาเครื่องจักร
14		กาวยใช้ในอุตสาหกรรม ทำรองเท้า	36		สีทา ยูรีเทน ทินเนอร์ แล็คเกอร์
15		กาวยใช้ในอุตสาหกรรม ทำรองเท้า	37		สีโปว ทินเนอร์ แลค เกอร์ สีพ่นรถยนต์ สาร เคลือบสี ครีมนวดเงาสี น้ำยาขัดเงาสี
16		กาวยใช้ในอุตสาหกรรม ทำรองเท้า	38		สีผสมอาหาร
17		กาวยใช้ในอุตสาหกรรม ทำรองเท้า	39		สารปรุงแต่งรสและ กลิ่น ยกเว้น หัวน้ำมัน หอมระเหย
18		กาวยใช้ในอุตสาหกรรม ทำรองเท้า	40		บริการจัดการขายสี น้ำมันเคลือบเงา สารกันสนิม เรซิน น้ำยาปูนฉาบ กันซึม กาวยาง

ลำดับ	เครื่องหมายการค้า	ประเภทสินค้า	ลำดับ	เครื่องหมายการค้า	ประเภทสินค้า
19		การใช้ในอุตสาหกรรม ทำรองเท้า	41	Seliflex	กาวยาง
20		กาวยาง	42	Selibon	กาวยาง
21		กาวยาง			
22		กาวยางที่ใช้ใน อุตสาหกรรม			

4.4 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย

บริษัทฯ ดำเนินถึงผลตอบแทนจากการลงทุน ความเสี่ยง และสภาพคล่องทางการเงินของบริษัทฯ อย่างรอบคอบ โดยจะพิจารณาการลงทุนในบริษัทย่อยที่มีศักยภาพที่จะเกื้อหนุนและเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เป็นสำคัญ และโครงการการลงทุนแต่ละครั้งจะต้องผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการบริษัทตามขอบเขตอำนาจการอนุมัติที่กำหนดไว้ ซึ่งบริษัทฯ มีนโยบายในการส่งกรรมการ และ/หรือ ผู้บริหารของบริษัทฯ เข้าไปเป็นกรรมการไม่น้อยกว่าสัดส่วนการลงทุนในบริษัทย่อย เพื่อควบคุมการบริหารงานและนโยบายต่างๆ ที่สำคัญของบริษัทย่อยให้สอดคล้องกับนโยบายของบริษัทฯ

ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ มีมูลค่าเงินลงทุนในบริษัทย่อย โดยวิธีราคาทุนรวมทั้งสิ้น 1.00 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.20 ของสินทรัพย์รวมตามงบการเงินเฉพาะของบริษัทฯ โดยมีรายละเอียดดังนี้

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

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ และบริษัทย่อยไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่ยังไม่สิ้นสุด ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อทรัพย์สินของบริษัทฯ หรือบริษัทย่อย ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาทที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อยอย่างมีนัยสำคัญ

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ชื่อบริษัท:	บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน)
ชื่อย่อหลักทรัพย์:	SELIC
ประเภทธุรกิจ:	ผลิต วิจัยพัฒนา และจำหน่ายกาอุดสาหกรรม ประเภท Specialty และ High Performance Adhesive ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
ที่อยู่:	270 ถนนเลียบคลองภาษีเจริญฝั่งใต้ แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร 10160 โทรศัพท์: 02 807 3347-9 โทรสาร: 02 662 5245 เว็บไซต์: www.seliccorp.com อีเมลฝ่ายผู้ลงทุนสัมพันธ์: InvestorRelation@seliccorp.com
ทุนจดทะเบียน:	ทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระแล้ว 140,000,000 บาท (แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 280,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.5 บาท)
นายทะเบียน:	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์: 02 009 9000 โทรสาร: 02 009 9991 TSD Call Center 02 009 9999
ผู้สอบบัญชี:	บริษัท เอ็ม อาร์ แอนด์ แอสโซซิเอท จำกัด อาคารเจ้าพระยาทาวเวอร์ ห้อง 706 เลขที่ 89 ซอยวัดสวนพลู ถนนเจริญกรุง แขวงบางรัก เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร 10500 โทรศัพท์: 02 630 7500 โทรสาร: 02 630 7506
ที่ปรึกษาทางการเงิน:	บริษัท แอสเซท โปร แมเนจเม้นท์ จำกัด เลขที่ 999/9 ดิ ออฟฟิศเสส แอท เซ็นทรัล เวิลด์ ชั้น 10 ห้อง 1011-1012 ถนนพระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330 โทรศัพท์: 02 264 5678 โทรสาร: 02 264 5679
ที่ปรึกษากฎหมาย:	บริษัท ดิลลิกันต์กิบบินส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ศุภาลย์แกรนด์ทาวเวอร์ ชั้น 26 เลขที่ 1011 ถนนพระราม 3 แขวงช่องนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120 โทรศัพท์: 02 253 5555 โทรสาร: 02 653 5678