วันที่ 10 พฤศจิกายน 2569

เรื่อง คำอธิบายและการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานและงบฐานะการเงินสำหรับงบการเงินไตรมาสที่ 3 ปี 2569 สิ้นสุด ณ วันที่ 30 กันยายน 2569

เรียน กรรมการผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท สาลี่ พริ้นท์ติ้ง จำกัด (มหาชน) ใคร่ขอเรียนชี้แจงผลการดำเนินงานตามงบการเงินของบริษัทไตรมาสที่ 3 ปี 2569 สิ้นสุด ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ลำดับ	หัวข้อที่สำคัญ	รายละเอียด
1	ภาพรวมของธุรกิจ	☐ **ข้อมูลหลักทรัพย์ ณ วันที่ 10 พฤศจิกายน 2569** จำนวนหุ้นจดทะเบียน : 1,200 ล้านหุ้น (หนึ่งพันสองร้อยล้านหุ้น) ราคาหุ้น (10/11/2569) : 0.41 บาท ราคาพาร์ : 0.25 บาท มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด (Market Capitalization) : 492 ล้านบาท ☐ **หมวดธุรกิจ** : บรรจุภัณฑ์ ☐ **ภาพรวมของธุรกิจ** บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจรับผลิตฉลากสินค้า งานพิมพ์ คุณภาพสูงในหลากหลายประเภท โดยใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีการพิมพ์ที่ทันสมัย ประกอบกับมีระบบการตรวจสอบคุณภาพงานพิมพ์และการจัดการ Packing เพื่อให้ลูกค้าสามารถนำไปสู่ขบวนการผลิตต่อเนื่องของลูกค้าสอดคล้องกับคุณภาพที่ลูกค้ากำหนด บริษัทสามารถให้คำแนะนำและให้บริการแก่ลูกค้าได้ครบวงจร ตั้งแต่การร่วมพัฒนาแบบ การจัดทำแม่พิมพ์ กระบวนการผลิตในขั้นตอนต่างๆ รวมไปถึงกระบวนการจัดส่งสินค้า ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ของบริษัท สามารถแบ่งออกตามคุณลักษณะและการใช้งานออกเป็น 5 ประเภทหลัก ดังนี้ **1) ฉลากสินค้าที่มีกาวในตัว (Self-Adhesive Label)** **2) ฉลากสินค้าแบบผนึกในแม่พิมพ์บรรจุภัณฑ์ (In-Mold Labels)** **3) ฉลากพิเศษแบบมีแผ่นพับ (Extended Text Labels, or Booklet Labels)** **4) ฉลากแบบหดรัด (Shrink Sleeve)** **5) ฉลากแบบทากาว (Wet Glue)** นอกจากนั้นบริษัทก็มีความตระหนักในเรื่องการใช้บรรจุภัณฑ์ที่รักษาสิ่งแวดล้อม จึงมีการจัดหาวัตถุดิบและปรับปรุงกระบวนการผลิตภายในเพื่อให้มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในด้านต่าง ๆ น้อยลง

2	สรุปเหตุการณ์และพัฒนาการที่สำคัญ	☐ **การชดเชยผลขาดทุนสะสม** ตามที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2569 เมื่อวันที่ 23 เมษายน พ.ศ.2569 ได้มีมติอนุมัติให้โอนทุนสำรองตามกฎหมาย และส่วนเกินมูลค่าหุ้น เพื่อชดเชยผลขาดทุนสะสมของบริษัท ทั้งนี้ ตามกฎหมายบริษัทมหาชน มาตรา 119 และข้อบังคับบริษัทข้อ 49 และตามที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 2/2569 เมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม พ.ศ.2569 คณะกรรมการได้อาศัยอำนาจตามมติที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2569 เพื่อให้เป็นไปตามกฎหมายและข้อบังคับบริษัท มีมติให้บริษัทดำเนินการโอนทุนสำรองตามกฎหมาย และส่วนเกินมูลค่าหุ้น เพื่อชดเชยผลขาดทุนสะสมของบริษัทในจำนวนไม่เกินผลขาดทุนสะสมของบริษัทที่มีอยู่ ณ วันโอน ซึ่งบริษัทได้โอนทุนสำรองตามกฎหมายและส่วนเกินมูลค่าหุ้นเพื่อชดเชยผลขาดทุนสะสมของบริษัทแล้วในระหว่างรอบระยะเวลาสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2569
3	สรุปผลการดำเนินงาน	☐ **<u>ผลการดำเนินงานและความสามารถในการทำกำไร</u>** **<u>รายได้จากการขายสินค้า</u>** ***สำหรับไตรมาสที่ 3 ปี 2569*** บริษัทมีรายได้จากการขายสินค้าเท่ากับ 157.06 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 14.17 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันจากปีก่อน โดยภาพรวมถือว่าบริษัทยังคงรักษาฐานรายได้และยอดขายได้ดีขึ้นกว่าปีก่อน **<u>รายได้อื่น</u>** ***สำหรับไตรมาสที่ 3 ปี 2569*** บริษัทมีรายได้อื่นเท่ากับ 1.10 ล้านบาท ลดลง 2.59 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 70 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันจากปีก่อน ทั้งนี้รายได้ส่วนใหญ่เกิดมาจากดอกเบี้ยของเงินฝากประจำและตราสารหนี้ประเภทหุ้นกู้ เป็นต้น **<u>ต้นทุนขาย</u>** ***สำหรับไตรมาสที่ 3 ปี 2569*** บริษัทมีต้นทุนขายสินค้าเท่ากับ 114.56 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 4.15 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 4 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันจากปีก่อน เนื่องจากต้นทุนขายมีการผันแปรตามยอดขายที่เพิ่มขึ้น **<u>กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น</u>** ***สำหรับไตรมาสที่ 3 ปี 2569*** บริษัทมีกำไรขั้นต้นเท่ากับ 42.49 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 27 จากยอดขาย เพิ่มขึ้นจำนวน 10.02 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ31 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันจากปีก่อน เนื่องจากบริษัทสามารถรักษาฐานรายได้และสามารถควบคุมต้นทุนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ **<u>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร</u>** ***สำหรับไตรมาสที่ 3 ปี 2569*** บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารจำนวน 28.39 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 18 จากยอดขาย เพิ่มขึ้น 0.82 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ7 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาส

เดียวกันจากปีก่อน โดยค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร เช่น ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้า ค่าใช้จ่ายในการบริหารด้านงานขายและค่าใช้จ่ายด้านบริหาร ด้านบุคคลากร เป็นต้น

<u>กำไรสุทธิสำหรับรอบระยะเวลา</u>

สำหรับไตรมาสที่ 3 ปี 2569 บริษัทมีกำไรก่อนภาษีเงินได้จำนวน 14.51 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 7.70 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ113 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันจากปีก่อน ทั้งนี้ บริษัทมีการบันทึกค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้รอตัดบัญชี (Deferred Tax) จำนวน 1.21 ล้านบาท

จึงส่งผลให้บริษัทมีกำไรสุทธิสำหรับไตรมาสที่ 3 ปี 2569 จำนวน 13.31 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 8 จากยอดขาย เพิ่มขึ้นจำนวน 7.85 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 144 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันจากปีก่อน

☐ **<u>บทวิเคราะห์งบการเงิน</u>**

☐ **<u>งบกำไรขาดทุน สำหรับไตรมาสที่ 3 ปี 2569</u>**

หน่วย : ล้านบาท	ไตรมาสที่ 3/2569	%	ไตรมาสที่ 3/2568	%	QoQ
รายได้จากการขาย	157.06		142.89		
ต้นทุนขาย	114.56		110.42		
กำไรขั้นต้น	**42.49**	**27.05%**	**32.47**	**22.73%**	**10.02**
รายได้อื่น	1.10		3.69		
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	28.39		28.51		
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้และดอกเบี้ยจ่าย	**15.20**	**9.68%**	**7.65**	**5.35%**	**7.56**
ต้นทุนทางการเงิน	0.69		0.83		
กำไรก่อนภาษีเงินได้	**14.51**	**9.24%**	**6.81**	**4.77%**	**7.70**
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	1.21		1.36		
กำไรสุทธิ	**13.31**	**8.47%**	**5.45**	**3.82%**	**7.85**
กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน (บาท)	**0.0111**		**0.0045**		

4 **สรุปฐานะการเงิน**

☐ **<u>งบฐานะการเงิน</u>**

สินทรัพย์รวม

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทมีสินทรัพย์รวมเท่ากับ 1,071 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 44.35 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 เมื่อเปรียบเทียบกับวันสิ้นงวดบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 สาเหตุหลักมาจากบริษัทมีสินทรัพย์หมุนเวียนเพิ่มขึ้น เช่น เงินทุนระยะสั้นที่เป็นเงินฝากประจำธนาคาร สินทรัพย์ทางการเงินอื่นที่วัดมูลค่าด้วยราคาทุนตัดจำหน่าย ลูกหนี้การค้า สินค้าคงเหลือ เป็นต้น

<table>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>
หนี้สินรวม
ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทมีหนี้สินรวมเท่ากับ 142.59 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 4.98 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ4 เมื่อเปรียบเทียบกับวันสิ้นงวดบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยสาเหตุหลักมาจากบริษัทมีเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น
ส่วนของเจ้าของ
ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทมีส่วนของเจ้าของรวม 928.55 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 39.36 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 เมื่อเปรียบเทียบกับวันสิ้นงวดบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยสาเหตุหลักมาจากบริษัทมีผลกำไรจากการดำเนินงาน ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 จำนวน 39.36 ล้านบาท จึงส่งผลทำให้ส่วนของเจ้าของเพิ่มขึ้น
กระแสเงินสดและอัตราหนี้สินสุทธิต่อทุน
ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทมีกระแสเงินสดก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินจากการดำเนินงาน เป็นบวกอยู่ที่ 94.80 ล้านบาท โดยสาเหตุหลักมาจากบริษัทมีกำไรก่อนภาษีเงินได้จำนวน 46.94 ล้านบาท มีค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายของสินทรัพย์จำนวน 47.35 ล้านบาท

โดยอัตราส่วนหนี้สินสุทธิต่อทุนของบริษัท ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 อยู่ที่ระดับ 0.15 เท่า

☐ <u>อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ</u>

<table>
<tr><th>อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ</th><th>Q3/2569</th><th>Q2/2569</th><th>Q1/2569</th></tr>
<tr><td>อัตราส่วนกำไรขั้นต้น (%)</td><td>27.05</td><td>28.46</td><td>27.33</td></tr>
<tr><td>อัตราส่วนกำไรสุทธิ (%)</td><td>8.41</td><td>9.02</td><td>7.44</td></tr>
<tr><td>อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (เท่า) D/E</td><td>0.15</td><td>0.15</td><td>0.14</td></tr>
<tr><td>อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)</td><td>7.51</td><td>7.86</td><td>8.30</td></tr>
<tr><td>อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ ROA (%)</td><td>1.24</td><td>1.38</td><td>1.12</td></tr>
<tr><td>อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ROE (%)</td><td>1.43</td><td>1.58</td><td>1.28</td></tr>
</table>
</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>ปัจจัยที่อาจมีผลต่อการดำเนินงานหรือการเติบโตในอนาคต</td>
<td>
1. ความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลก สงคราม ความผันผวนของต้นทุนวัตถุดิบและพลังงาน
- ผลกระทบจากสถานการณ์ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ (เช่น ระหว่างอิหร่านและสหรัฐอเมริกา) ความไม่แน่นอนในด้านนโยบายการเมืองของประเทศมหาอำนาจ ส่งผลให้ราคาน้ำมันวัตถุดิบตั้งต้นและค่าขนส่งทั้งในและต่างประเทศมีความผันผวนและปรับตัวสูงขึ้นและลดลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งกระทบต่อการควบคุมต้นทุนวัตถุดิบ และการผลิตของบริษัทโดยตรง
- แนวโน้มราคาวัตถุดิบที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดความต้องการสำรองวัตถุดิบในวงกว้าง (Stockpiling) ซึ่งกระทบต่อปริมาณวัตถุดิบในตลาดและเป็นปัจจัยเร่งให้ราคาปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง
</td>
</tr>
</table>

		- การชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกและกำลังซื้อภายในประเทศ ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ในกลุ่มสินค้าหลักของบริษัท ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มสุขภาพและความงาม รวมถึงกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม - อย่างไรก็ตาม นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจและการใช้จ่ายของภาครัฐ เป็นปัจจัยสนับสนุนที่ช่วยพยุงให้ปริมาณคำสั่งซื้อยังคงรักษาระดับไว้ได้บางส่วนแต่สามารถกระตุ้นการใช้จ่ายของผู้บริโภคได้เท่าที่ตั้งเป้าหมายไว้ - การส่งสินค้าไปยังประเทศข้างเคียงเช่น ประเทศพม่า มีเงื่อนไขเพิ่มเติมและมีความยุ่งยากซับซ้อนมากขึ้น ทำให้ต้องบริหารจัดการอย่างระมัดระวัง และเตรียมแผนการผลิตและการจัดส่งที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น **2.การแข่งขันด้านราคา คุณภาพและการบริการ** - การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ที่ใช้เครื่องจักรที่มีต้นทุนต่ำแต่มีประสิทธิภาพสูง โดยเฉพาะผู้ประกอบการจากประเทศจีนและอินเดีย - การแข่งขันด้านราคาที่รุนแรงขึ้น จากการที่คู่แข่งบางรายเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพแต่ต้นทุนต่ำจากการนำเข้าเองโดยตรง การผลิตที่มีประสิทธิภาพ มีของเสียในกระบวนการน้อย ซึ่งส่งผลราคาสินค้าต่ำ - ความคาดหวังของลูกค้าที่ต้องการให้บริษัทพัฒนากระบวนการผลิต เพื่อให้สามารถส่งมอบสินค้าได้อย่างรวดเร็วและทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด สามารถสั่งซื้อในปริมาณน้อย - การแข่งขันด้านการให้บริการเสริมโดยไม่มีค่าใช้จ่าย (Value-added services) เช่น การจัดทำตัวอย่างสินค้า การทดสอบ การปรับเปลี่ยน Artwork ได้หลายครั้งตามความต้องการ และการรับประกัน ซึ่งอาจเป็นความท้าทายต่อการบริหารจัดการต้นทุน - การเกิดขึ้นของช่องทางการจัดจำหน่ายรูปแบบใหม่ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ที่ลูกค้า B2B ขนาดเล็กและขนาดกลางเข้าถึงได้ง่ายและสะดวก - ระบบโลจิสติกส์และการขนส่งระหว่างประเทศที่สะดวกรวดเร็วและมีต้นทุนต่ำลง ส่งผลให้การแข่งขันจากสินค้านำเข้าเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะสินค้าจากประเทศจีน - เพื่อรับมือกับคู่แข่งและลูกค้าที่หันไปใช้เครื่องพิมพ์ขนาดเล็ก บริษัทมุ่งเน้นการผลิตงานฉลากที่มีความซับซ้อนและมูลค่าสูง (Premium Finishes) เช่น ฉลากหดรัดรูป (Shrink Sleeves) เทคนิคปั๊มฟอยล์ หรือฉลากป้องกันการปลอมแปลง (Security Labels) สำหรับกลุ่มสินค้าพรีเมียมสุขภาพและความงาม ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่เครื่องพิมพ์ทั่วไปไม่สามารถทดแทนได้ **3. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคและแรงกดดันจากคู่ค้า** - ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ความยั่งยืน และความโปร่งใสในการดำเนินงานด้าน ESG ขององค์กรมากขึ้น - แนวโน้มการดูแลสุขภาพ (Longevity) ส่งผลให้ความต้องการสินค้าประเภท Organic และ Plant-based เพิ่มสูงขึ้น ประกอบกับการเข้าสู่สังคมสูงวัย (Aging Society) และอัตราการเกิดที่ลดลง ทำให้โครงสร้างความต้องการผลิตภัณฑ์ตามช่วงวัยเปลี่ยนแปลงไป

		- ความต้องการสินค้าที่ตอบโจทย์ความสะดวกสบาย (Ready to Eat) หรือสินค้าขนาดพกพาที่เพิ่มมากขึ้น รวมถึงต้องการทางเลือกที่หลากหลาย - ความภักดีต่อแบรนด์ (Brand Loyalty) ที่ลดลง เนื่องจากผู้บริโภคสามารถเปรียบเทียบราคาผ่านช่องทางออนไลน์ได้ง่าย ส่งผลให้การตัดสินใจซื้อและเปิดรับสินค้าใหม่ทำได้รวดเร็วขึ้น - พฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่ที่ขับเคลื่อนการเติบโตของ E-commerce และ Omni-channel (เช่น Shopee, Lazada, Quick Commerce และ Social Commerce) การตลาดแนวใหม่ที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้า การใช้ Influencer มาเป็น Presenter หรือ Live สดขายสินค้าให้วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) และระยะเวลาในการสั่งซื้อ (Lead time) สั้นลง บริษัทจึงต้องปรับตัวเพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการผลิตสินค้าให้ทันต่อความต้องการ - ลูกค้าขนาดกลางสามารถซื้อเครื่องพิมพ์ต้นทุนต่ำ มาใช้ในการผลิตใช้เองในบริษัท เพื่อลดต้นทุนและ Lead Time **4. ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม** - การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีและเครื่องจักรการพิมพ์ ทำให้เกิดการแข่งขันสูง และบริษัทอาจมีความจำเป็นต้องลงทุนเพิ่มเติมเพื่อรักษาขีดความสามารถในการแข่งขัน - การนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาประยุกต์ใช้ในธุรกิจ ทั้งด้านการตลาด การผลิต และการจัดการข้อมูล ซึ่งหากปรับตัวไม่ทันอาจทำให้เกิดช่องว่างและเสียเปรียบในการแข่งขัน **5. ความเสี่ยงด้านแรงงานที่มีทักษะ** - การจัดหาและรักษาแรงงานที่มีทักษะความเชี่ยวชาญมีความท้าทายมากขึ้น เนื่องจากการแข่งขันด้านค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้น ประกอบกับบุคลากรที่สำเร็จการศึกษาเฉพาะทางด้านการพิมพ์มีจำนวนจำกัด
6	**พัฒนาการด้านความยั่งยืน**	☐ **แผนพัฒนาความยั่งยืน** ในปี 2569 บริษัทฯ มุ่งมั่นยกระดับการดำเนินธุรกิจสู่ความยั่งยืน (Sustainability) โดยถือเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้มีส่วนได้เสียและการเติบโตอย่างมั่นคง โดยได้กำหนดทิศทางการดำเนินงานครอบคลุม 3 มิติหลัก (ESG) ดังนี้ **1.ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental: Low Carbon & Resource Efficiency)** -เป้าหมาย: มุ่งสู่การเป็นองค์กรคาร์บอนต่ำและการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ -แผนงานหลัก: การทวนสอบคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร (CFO), การเปลี่ยนผ่านสู่ระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (Digital Transformation) และการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานในกระบวนการผลิต **2.ด้านสังคม (Social: Safety & Human Capital Development)** -เป้าหมาย: สร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยและพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้เติบโตไปพร้อมกับองค์กร

		-แผนงานหลัก: ยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยสู่ ISO 45001:2018, การส่งเสริมสุขภาวะพนักงานผ่านโครงการ "ก้าวไปด้วยกัน" และการจัดตั้ง SLP Academy เพื่อเสริมสร้างทักษะ (Upskill/Reskill) อย่างเป็นระบบ **3.ด้านบรรษัทภิบาล (Governance: Ethics & Compliance)** -เป้าหมาย: ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสและเป็นธรรมตามหลักจรรยาบรรณสากล **-แผนงานหลัก: ปรับปรุงจรรยาบรรณธุรกิจ (Code of Conduct) เวอร์ชัน 2026** ให้สอดคล้องกับมาตรฐานความยั่งยืนยุคใหม่, ทวนสอบมาตรฐานการปฏิบัติงานด้วย SMETA Audit จาก Sedex และประเมินการดำเนินการด้านความยั่งยืนโดย EcoVadis ☐ **สรุปความคืบหน้าในการดำเนินงาน (ไตรมาสที่ 3/2569)** บริษัทฯ ได้ขับเคลื่อนแผนงานให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมอย่างต่อเนื่อง โดยมีไฮไลท์สำคัญในไตรมาสที่ 3 ดังนี้ **- Carbon Footprint for Organization (CFO):** หลังจากได้รับการรับรองการทวนสอบคาร์บอนฟุตพริ้นต์จาก อบก. เป็นที่เรียบร้อยเมื่อวันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2569 ทางบริษัทได้นำค่าปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวม 2,460 tCO2e มาเป็นฐานข้อมูล (Baseline) ในการกำหนดเป้าหมายลดก๊าซเรือนกระจกที่บริษัทสามารถบริหารจัดการได้โดยตรง ได้แก่ การตั้งเป้าหมายลดปริมาณการใช้ไฟฟ้าแบบ ออนกริด (On-Grid) จากการไฟฟ้าฯลง 5% ด้วยการปรับเปลี่ยนอุปกรณ์เครื่องจักรในโรงงานเป็นชนิดที่ประหยัดพลังงานมากขึ้น และเพิ่มปริมาณการผลิตไฟฟ้าของโซลาร์เซลล์ขึ้น 5% ด้วยการเพิ่มความถี่ในการล้างแผงโซลาร์เซลล์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตไฟฟ้า ผลการดำเนินการ 3 ไตรมาสที่ผ่านมา บริษัทสามารถลดหน่วยการใช้ไฟฟ้าแบบออน กริด (On-Grid) ลงได้ 3.2% ส่วนปริมาณการผลิตไฟฟ้าของโซลาร์เซลล์ลดลง 2.0% จากสภาพอากาศและแสงแดดที่ต่างไปจากปีที่ผ่านมา **- Digital Documents:** โครงการลดการใช้กระดาษ (Paperless) ในแผนกนำร่อง ทำได้ตามเป้าหมาย โดยปัจจุบันสามารถเปลี่ยนมาใช้เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ได้แล้ว 60% และเริ่มมีการขยายผลไปยังแผนกอื่น **- Occupational Health & Safety:** หลังจากมีการฝึกอบรมข้อกำหนด (Requirement) และผู้ตรวจประเมินภายใน (Internal Auditor) ระบบ ISO 45001:2028 ให้แก่คณะทำงานแล้ว ได้ดำเนินการจัดทำกิจกรรมต่างๆตามข้อกำหนดและมีการทำ Pre-audit ไปในวันที่ 16 กรกฎาคม 2569 รวมถึงตรวจประเมินความพร้อมในการจัดทำระบบในวันที่ 20-21 สิงหาคม 2569 โดย TUV NORD (Thailand) Ltd. ซึ่งผลการตรวจประเมินพบว่าบริษัทมีความพร้อมในการขอรับรองระบบ ซึ่งจะมีการตรวจเพื่อให้การรับรองในวันที่ 3-4 พฤศจิกายน 2569 นอกจากนี้ยังได้จัดกิจกรรม "Safety Town Hall" เพื่อตอกย้ำวินัยด้านความปลอดภัยให้แก่พนักงานทุกคนทุกๆ 3 เดือน ในวันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2569, 19 พฤษภาคม 2569 และ 18 สิงหาคม 2569 **- Human Capital Development:** ดำเนินการโครงการ SLP Academy ผ่านหลักสูตรพื้นฐานผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ หลักสูตรทฤษฎีสี และอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับระบบการพิมพ์ เพื่อทบทวนและเพิ่มความรู้แก่พนักงาน และดำเนินการพัฒนาระบบพี่เลี้ยง (Mentorship Program) อย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมการทำงานที่มีประสิทธิภาพ เพิ่มทักษะการสอนงานและทำสื่อการสอนด้วย AI นอกจากนี้ยังมี

		การจัดทำโครงการ “ก้าวไปด้วยกัน” เพื่อส่งเสริมการออกกำลังกายให้พนักงาน ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและศักยภาพของพนักงาน ทำให้มีสุขภาวะทางกายและใจที่ดี มีภาวะการเจ็บป่วย (Sick Leave) ลดลง มีพลังในการทำงาน (Productivity) สูงขึ้น ลดอัตราการเกิดภาวะ Burnout ในการทำงาน และยังช่วยสร้างสร้างวินัยและพฤติกรรมการดูแลสุขภาพในระยะยาว **- Corporate Ethics:** หลังจากฝ่ายบริหารได้ดำเนินการทบทวนและทดสอบความเข้าใจใน Code of Conduct ฉบับปรับปรุงใหม่ เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนประกาศใช้ทั่วทั้งองค์กรอย่างเป็นทางการแล้ว ได้มีการประกาศใช้ใน วันที่ 3 สิงหาคม 2569 ส่วนในด้านการประเมินความสอดคล้อง บริษัทได้มีการตรวจประเมิน SMETA จาก BUREAU VERITAS CPS - ASIA ไปในวันที่ 23-24 กรกฎาคม 2569 เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทยังคงมีการดำเนินการสอดคล้องกับข้อกำหนดด้านแรงงาน ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย สิ่งแวดล้อม และจริยธรรมทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง รวมถึงได้มีการเข้าโปรแกรม EcoVadis เพื่อตรวจประเมินด้านความยั่งยืนตามมาตรฐานสากลในเดือนตุลาคมที่ผ่านมา ซึ่งคาดว่าจะทราบผลการประเมินในเดือนธันวาคมนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

บมจ. สาลี่ พริ้นท์ติ้ง
Salee Printing Public Company Limited

(นายประภูตว์ จิวะพรทิพย์)
กรรมการผู้จัดการ
บริษัท สาลี่ พริ้นท์ติ้ง จำกัด (มหาชน)