

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์และเป้าหมายการดำเนินธุรกิจของบริษัท

บริษัทประกอบธุรกิจผลิตพลาสติกและงานพิมพ์คุณภาพสูง โดยบริษัทได้กำหนดวิสัยทัศน์ และเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจไว้ดังต่อไปนี้

วิสัยทัศน์

บริษัทได้ตั้งวิสัยทัศน์ไว้ โดยมุ่งสู่การเป็นผู้ผลิตพลาสติกชั้นนำในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ด้วยคุณภาพ เทคโนโลยี และเครือข่ายบริการ

บริษัทเชื่อว่าการที่บริษัทจะประสบความสำเร็จได้จะต้องอาศัยรากฐานที่มั่นคง โดยได้ตระหนักถึงความสำคัญของบุคลากร, คุณภาพและศักยภาพในการผลิต ซึ่งล้วนแล้วเป็นปัจจัยพื้นฐานของการประกอบธุรกิจ บริษัทจึงได้ส่งเสริมให้พนักงานมีทักษะความรู้โดยจัดส่งพนักงานไปอบรมยังสถานที่ต่างๆอยู่เสมอและมีการจัดหาเทคโนโลยีเครื่องจักรที่ทันสมัย เพื่ออำนวยความสะดวก, ปรับปรุงและเพิ่มศักยภาพในการผลิต ทำให้งานที่ออกมาได้มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับของกลุ่มลูกค้าและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัทต่อไป

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

บริษัทกำหนดเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจไว้ โดยมุ่งเป็นผู้ผลิตพลาสติกที่มีคุณภาพสูงเพื่อเพิ่มภาพลักษณ์ และคุณค่าให้ผลิตภัณฑ์ของลูกค้า โดยมุ่งหวังที่จะสนับสนุนการเจริญเติบโตของลูกค้าโดยการขยายขีดความสามารถและกำลังผลิตอย่างต่อเนื่อง

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

การเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาที่สำคัญในช่วง 3 ปีล่าสุด

ปี 2558

- ที่ประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี 2558 ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 6 มีนาคม 2558 ได้มีมติอนุมัติการจ่ายเงินปันผลจากผลดำเนินงานของปี 2557 (สำหรับผลดำเนินงานเดือนเมษายน ถึงเดือนธันวาคม 2557) และกำไรสะสมของบริษัทให้แก่ผู้ถือหุ้น จำนวน 900,000,000 หุ้นในอัตราหุ้นละ 0.0556 บาท รวมเป็นจำนวนเงิน 50,004,000 บาท
- บริษัทฯ เสนอขายหุ้นสามัญ เพิ่มทุนจำนวน 420,000,000 หุ้น ในราคาหุ้นละ 2.16 บาท (หุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 300,000,000 หุ้น และหุ้นสามัญเดิมจำนวน 120,000,000 หุ้น) ให้แก่ผู้ถือหุ้นของบริษัท สาละอุตสาหกรรม จำกัด เมื่อวันที่ 20 - 23 เมษายน 2558 ตามสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัท สาละอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) (Pre-emptive right) จำนวน 126,707,006 หุ้น (คิดเป็น 30.17 % ของ IPO) และวันที่ 23 -27 เมษายน 2558 เสนอขายแก่ประชาชนทั่วไปในส่วนที่เหลือ
- วันที่ 28 เมษายน 2558 บริษัทฯ ได้รับชำระเงินค่าหุ้นเพิ่มทุนดังกล่าวแล้วทั้งจำนวน ค่าใช้จ่ายทางตรงที่เกี่ยวข้องกับการเสนอขายหุ้นจำนวนเงิน 11.0 ล้านบาท ได้แสดงหักจากส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญ บริษัทฯ ได้จดทะเบียนการเพิ่มทุนชำระแล้วดังกล่าวกับกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2558 จำนวน 1,200,000,000 หุ้น

- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้รับหุ้นสามัญของบริษัทฯ เป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเริ่มซื้อขายเมื่อวันที่ 7 พฤษภาคม 2558

ปี/2557

- ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2557 ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2557 ได้มีมติอนุมัติการจ่ายเงินปันผลจากผลดำเนินงานงวด 3 เดือนหลังของปี 2556 (เดือนตุลาคม ถึง เดือนธันวาคม 2556) ในอัตราหุ้นละ 2 บาท สำหรับหุ้นจำนวน 9,992,353 หุ้น รวมเป็นเงิน 19,764,706 บาท ทั้งนี้เมื่อนำมารวมกับผลดำเนินงานงวด 9 เดือนแรกของปี 2556 ซึ่งบริษัทได้จ่ายเงินปันผลไปแล้วจากมติที่ประชุมกรรมการบริษัท ณ วันที่ 14 ตุลาคม 2556 และ 18 ธันวาคม 2556 จำนวน 50,000,000 บาท จึงรวมเป็นเงินปันผลประจำปี 2556 ที่อนุมัติจ่ายแก่ผู้ถือหุ้นทั้งสิ้นรวม 69,764,706 บาท หรือคิดเป็นอัตราหุ้นละ 7.06 บาท
- ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 2/2557 ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม 2557 ได้มีมติอนุมัติการจ่ายเงินปันผลจากกำไรสะสม ณ วันที่ 31 มีนาคม 2557 ในอัตราหุ้นละ 30 บาท สำหรับหุ้นสามัญจำนวน 9,882,353 หุ้น รวมเป็นเงินจำนวน 296,470,590 บาทและอนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทจากเดิม 98,823,530 บาท เป็น 225,000,000 บาท โดยจัดสรรหุ้นเพิ่มทุนให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วน
- เมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม 2557 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 3/2557 ได้มีมติดังนี้ 1) อนุมัติให้บริษัทแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด ภายใต้ชื่อ “บริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน)” 2) อนุมัติเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จาก 10 บาทต่อหุ้นเป็น 0.25 บาทต่อหุ้น และ 3) ได้มีการอนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนอีกครั้งหนึ่งจากเดิม 225,000,000 บาท เป็น 300,000,000 บาท โดยออกหุ้นสามัญใหม่จำนวน 300,000,000 หุ้น เพื่อเสนอขายต่อประชาชนและเตรียมนำบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ปี/2556

- กลุ่มบริษัท Fuji Seal Group จากประเทศญี่ปุ่นได้เข้าซื้อกิจการของบริษัท Pago Holding AG ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ และได้มีการเปลี่ยนแปลงนโยบายการลงทุนของบริษัท Pago Holding AG จึงมีผลให้ความร่วมมือทางธุรกิจระหว่าง บริษัท พาโก้ สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด และบริษัท Pago Holding AG สิ้นสุดลง SALEE จึงได้ซื้อหุ้นของบริษัทที่ Pago Holding AG ถืออยู่คืนทั้งหมดและได้จดทะเบียนเปลี่ยนชื่อกลับเป็น บริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด ตามเดิม
- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ณ วันที่ 14 ตุลาคม 2556 และ 18 ธันวาคม 2556 ได้มีมติอนุมัติ การจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลสำหรับปี 2556 ในอัตราหุ้นละ 2.02 บาท และ 3.04 บาท สำหรับหุ้นสามัญจำนวน 9,882,353 หุ้น รวมเป็นเงินจำนวน 20,000,000 บาท และ 30,000,000 บาท ตาม ลำดับ

การเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาอันหลังในอดีต

ปี/ 2555

- บริษัทได้สั่งซื้อเครื่องพิมพ์ระบบผสมผสาน (Combination On Press) เพิ่มจำนวน 1 เครื่อง ซึ่งเครื่องชนิดนี้เป็นเครื่องที่สามารถติดตั้งระบบการพิมพ์หลายระบบเข้าด้วยกันได้ ทำให้สามารถพิมพ์งานที่มีความซับซ้อนมากขึ้นได้
- บริษัทยังลงทุนซื้อเครื่องพิมพ์ระบบดิจิทัล (Digital Press) มารองรับการสั่งซื้อที่มีปริมาณไม่มาก และในส่วนของการผลิตแม่พิมพ์ บริษัทได้ลงทุนซื้อเครื่องทำเพลทแม่พิมพ์ดิจิทัล (Computer to Plate) ซึ่งเป็นเครื่องที่สามารถแปลงจากไฟล์งานออกมาเป็นเพลทแม่พิมพ์ที่มีภาพพร้อมใช้พิมพ์ได้โดยไม่ต้องทำเป็นฟิล์มก่อนทำเพลท ทำให้การผลิตสามารถทำได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น
- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ณ วันที่ 20 เมษายน 2555 ได้มีมติอนุมัติ การจ่ายเงินปันผลจากผลการดำเนินงานของปี 2554 ในอัตราหุ้นละ 4.05 บาท สำหรับหุ้นสามัญจำนวน 9,882,353 หุ้น รวมเป็นเงินจำนวน 40,000,000 บาท

ปี/ 2554

- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ณ วันที่ 19 เมษายน 2554 ได้มีมติอนุมัติ การจ่ายเงินปันผลจากผลการดำเนินงานของปี 2553 ในอัตราหุ้นละ 7.08 บาท สำหรับหุ้นสามัญจำนวน 9,882,353 หุ้น รวมเป็นเงินจำนวน 70,000,000 บาท
- เนื่องจากบริษัทเริ่มมีรายการสั่งซื้อมากขึ้นทำให้บริษัทประสบปัญหาลำบากในการผลิตเต็ม ดังนั้น บริษัทจึงได้ซื้อเครื่องพิมพ์ระบบระบบเฟลกโซกราฟี (Flexography) เพิ่มจำนวน 2 เครื่อง เพื่อเพิ่มกำลังผลิตให้สามารถรองรับกับจำนวนยอดสั่งซื้อที่เพิ่มขึ้น

ปี/ 2553

- บริษัทได้ซื้อเครื่องพิมพ์ระบบออฟเซตแบบไร้น้ำ (Offset Waterless) จำนวน 1 เครื่อง และ เครื่องพิมพ์ระบบเฟลกโซกราฟี (Flexography) เพิ่มอีก 1 เครื่อง เป็นผลสืบเนื่องทำให้บริษัทได้งานจากลูกค้า Bierdorf ซึ่งเป็นงานฉลากของผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกาย (Deodorant)
- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ณ วันที่ 8 มิถุนายน 2553 ได้มีมติอนุมัติ การจ่ายเงินปันผลจากผลดำเนินงานของปี 2552 ในอัตราหุ้นละ 2.02 บาท สำหรับหุ้นสามัญจำนวน 98,823,530 หุ้น รวมเป็นเงินจำนวน 20,000,000 บาท

ปี/ 2552

- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ณ วันที่ 9 มิถุนายน 2552 ได้มีมติอนุมัติ การจ่ายเงินปันผลจากผลดำเนินงานของปี 2550 และ 2551 ในอัตราหุ้นละ 3.51 บาท สำหรับหุ้นสามัญจำนวน 8,400,000 หุ้น รวมเป็นเงินจำนวน 29,484,000 บาท
- ผู้บริหารของบริษัทได้ตั้งเป้าหมายของการนำบริษัทเข้าจดทะเบียนหลักทรัพย์ และมุ่งขยายบริษัทให้มีเครือข่ายอยู่ทั่วโลก (Global Network) ดังนั้นวันที่ 14 สิงหาคม 2552 บริษัทได้มีการเพิ่มทุนจดทะเบียนจำนวน 14,823,530 บาท โดยเพิ่มจากเดิม 84,000,000 บาท เป็น 98,823,530 บาท เพื่อเสนอขายให้แก่บริษัท Pago Holding AG ซึ่งเข้าร่วมลงทุนกับบริษัท โดยบริษัท Pago Holding AG เป็นบริษัทชั้นนำในการพิมพ์ฉลากสินค้าจากประเทศสวิตเซอร์แลนด์ และธุรกิจอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับฉลากบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากทาง Pago Holding AG เองต้องการมีเครือข่ายการผลิตอยู่ในเอเชียเพื่อที่จะสามารถป้อนฉลากสินค้าให้กับบริษัทที่มีฐานการผลิตสินค้าอยู่ในภาคพื้นเอเชีย และทางบริษัทเองก็ต้องการที่จะมีเครือข่ายอยู่ทั่วโลกของ Pago Holding AG ซึ่ง Pago Holding AG ก็เป็นที่รู้จักและได้ดำเนินธุรกิจมายาวนานกว่า 100 ปีแล้ว โดย

Pago Holding AG เข้าซื้อหุ้นจำนวน 2,964,7006 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 10 บาท(ประกอบด้วยการซื้อหุ้นสามัญเดิมจำนวน 1,482,353 หุ้นจาก SALEE และ หุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 1,482,353 หุ้น จากบริษัท)หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30 ของทุนจดทะเบียนและเรียกชำระแล้ว จากนั้นบริษัทจึงได้จดทะเบียนเปลี่ยนชื่อจากเดิม บริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด เป็น บริษัท พาโก้ สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด

- บริษัทยังได้ผ่านการรับรองคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001:2008 และ ISO 14001:2004

ปี 2549 ถึงปี 2551

บริษัทได้ลงทุนซื้อเครื่องจักรเพิ่มอีก 8 เครื่อง โดยแบ่งเป็น

- ปี 2549 ซื้อเครื่องพิมพ์ระบบเลตเตอร์เพรส(Letter Press), เครื่องพิมพ์ระบบเฟล็กโซกราฟี (Flexography) และเครื่องพิมพ์ระบบออฟเซต (Offset Printing) ซึ่งเป็นระบบการพิมพ์พื้นราบ โดยแต่ละเครื่องจะจัดซื้อไว้ 2 เครื่อง รวมทั้งสิ้นเป็น 6 เครื่อง เนื่องจากทางผู้บริหารต้องการให้มีการสำรองเครื่องจักรไว้ใช้เผื่อกรณีเครื่องจักรอีกเครื่องเกิดปัญหา,
- ปี 2550 ซื้อเครื่องพิมพ์ระบบออฟเซต (Offset) แบบป้อนม้วน (Sheet Feed) โดยพิมพ์ได้ 4 สี มีหน้ากว้างในการพิมพ์มากกว่าเดิม จำนวน 1 เครื่อง, และ
- ปี 2551 ซื้อเครื่องตรวจสอบในสายการผลิต (In Line Application Unit) มาติดตั้งในสายการผลิตสำหรับตรวจสอบคุณภาพ จำนวน 1 เครื่อง

ปี 2548

- วันที่ 6 ธันวาคม 2548 บริษัทได้มีการเพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 54,000,000 บาท เป็น 84,000,00 บาท เพื่อเพิ่มเงินทุนหมุนเวียนและขยายธุรกิจ โดยบริษัทได้ย้ายโรงงานมา ณ ที่ตั้งในปัจจุบัน ซึ่งตั้งอยู่เลขที่ 19 หมู่ที่ 10 ตำบลคลองสี่ อำเภอกลองหลวง จังหวัดปทุมธานี
- บริษัทได้มีการลงทุนซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ในการทำฟิล์มแม่พิมพ์เองแทนการจ้างบริษัทอื่นผลิตให้ เนื่องจากทางผู้บริหารเล็งเห็นว่า ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้งานออกมามีคุณภาพจะอยู่ที่แม่พิมพ์ จึงต้องการจะทำแม่พิมพ์เองเพื่อให้สามารถควบคุมคุณภาพได้อย่างเต็มที่

ปี 2547

- บริษัทจึงได้ลงทุนซื้อเครื่องตรวจสอบชิ้นงาน (Visual Inspection) เพิ่มอีก 1 เครื่อง เพื่อให้ตรงตามความต้องการของทางบริษัท Procter & Gamble โดยทางบริษัท Procter & Gamble ได้กำหนดมาว่าต้องการให้ชิ้นงานผ่านการเครื่องตรวจสอบชิ้นงาน (Visual Inspection) 100% โดยในช่วงระยะแรกของการดำเนินธุรกิจนั้น ทางบริษัทไม่ได้ผลิตเพลทฟิล์มเอง แต่จ้างบริษัทอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกันเป็นผู้ผลิตเพลทฟิล์มแล้วจึงนำมาเข้าสายการผลิตที่โรงงานของบริษัท

ปี 2546

- วันที่ 24 ธันวาคม 2546 บริษัทได้มีการเพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 15,000,000 บาท เป็น 54,000,000 บาท เป็นเงินทุนหมุนเวียนของบริษัทและเพื่อให้สอดคล้องกับการเจริญเติบโตของบริษัท
- โดยบริษัทได้นำเงินส่วนหนึ่งไปใช้ในการลงทุนซื้อเครื่องพิมพ์ระบบเฟล็กโซกราฟี (Flexography) ซึ่งเป็นระบบการพิมพ์พื้นราบที่ใช้แม่พิมพ์ทำจากแผ่นยางหรือแผ่นพอลิเมอร์ที่พัฒนามาจากระบบการพิมพ์เลตเตอร์เพรส (Letter Press) มาเพิ่มอีกจำนวน 2 เครื่อง ทำให้บริษัทสามารถได้งานจากทางบริษัท Procter & Gamble ภายใต้อาณัติตราสินค้า Olay

ปี 2544 - ปี 2545

- บริษัทได้ผ่านการรับรองคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001 : 2000
- บริษัทได้มีการลงทุนซื้อเครื่องจักรเพิ่มอีก 2 เครื่อง คือเครื่องพิมพ์ระบบเลตเตอร์เพรส(Letter Press) เพิ่มอีก 1 เครื่อง เพื่อเพิ่มกำลังในการผลิต และลงทุนซื้อและพัฒนาระบบงานก่อนพิมพ์แบบดิจิทัล (Digitized Prepress System) ซึ่งเป็นการนำเครื่องคอมพิวเตอร์มาใช้ในการออกแบบและตรวจสอบรูปแบบการพิมพ์ ก่อนทำแม่พิมพ์จริง

ปี 2541

- บริษัทได้ลงทุนซื้อเครื่องจักรเข้ามาเพิ่มเป็นเครื่องที่ 2 เป็นเครื่องพิมพ์ระบบเลตเตอร์เพรส(Letter Press) ที่สามารถพิมพ์หน้าพิมพ์ได้กว้างและใช้สีได้มากขึ้น

ปี 2540

- บริษัทได้ซื้อเครื่องพิมพ์ระบบเลตเตอร์เพรส(Letter Press) มือสองจากต่างประเทศเป็นเครื่องแรก ซึ่งเป็นเครื่องพิมพ์ระบบกึ่งอัตโนมัติ (Semi-Automatic Machine) โดยการพิมพ์ระบบเลตเตอร์เพรส(Letter Press) เป็นระบบการพิมพ์พื้นฐานที่ถูกพัฒนาขึ้นมาเป็นระบบแรกเข้ามาโดยใช้แม่พิมพ์ทำจากโลหะผสมหรือพอลิเมอร์อย่างหนา
- บริษัทได้มีการส่งพนักงานไปอบรมความรู้ในการผลิตที่ประเทศออสเตรเลียโดยอาศัยความสัมพันธ์ ระหว่าง คุณสุตร นราธิปกร โดยในปีนี้เอง บริษัทได้รับงานพิมพ์งานแรกเป็นงานผลิตภัณฑ์ของตราสินค้า Clean & Clear ของบริษัท Johnson & Johnson

ปี 2539

- ธุรกิจการพิมพ์ฉลากผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนักในประเทศไทยเนื่องจากในขณะนั้นฉลากสินค้าที่ผลิตได้ภายในประเทศมีเพียง ฉลากฟิล์มหดรัด (Shrink Label) และ การพิมพ์ฉลากลงบนบรรจุภัณฑ์โดยตรงเท่านั้น สำหรับฉลากผลิตภัณฑ์ในรูปแบบอื่นๆจำเป็นต้องนำเข้าจากต่างประเทศ
- วันที่ 5 สิงหาคม 2539 ผู้บริหารจึงได้เขียนแผนงานขึ้นและนำเสนอกลุ่มผู้บริหารของ VIV Group ทำให้บริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด จึงได้ก่อตั้งขึ้น โดยเป็นบริษัทในเครือของ VIV Group มีทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 15,000,000 บาท มีวัตถุประสงค์เพื่อผลิตฉลากสินค้าคุณภาพสูงให้แก่บริษัทในเครือของ VIV Group และแก่ลูกค้าทั่วไป โดยเช่าโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมรังสิตพรอสเพอร์เอสเตท จังหวัดปทุมธานี เนื้อที่ประมาณ 1,200 ตารางเมตร เพื่อผลิตฉลากสินค้าคุณภาพสูง
- ในช่วงแรกของการประกอบธุรกิจ บริษัทได้รับการช่วยเหลือจากคุณสุตร นราธิปกร (ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง รองกรรมการผู้จัดการ) ผู้ซึ่งมีประสบการณ์ในธุรกิจการพิมพ์ฉลากผลิตภัณฑ์มากกว่าสิบปีจากการทำงานที่ประเทศออสเตรเลีย โดยคุณสุตร นราธิปกร ได้เข้ามาช่วยพัฒนางานตั้งแต่ช่วงเริ่มแรกของการก่อตั้งบริษัท

โครงสร้างการถือหุ้น

ณ วันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2559 บริษัทมีโครงสร้างการถือหุ้นดังนี้



1.3 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

โดยสภาพการประกอบธุรกิจของบริษัท ไม่มีการดำเนินการที่ต้องสัมพันธ์ ฟังฟัง หรือ เป็นประเภทใดๆที่อาจแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญกับธุรกิจอื่นในกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่ได้

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ของบริษัทแยกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ ในระยะเวลา 3 ปี สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 – 2558 มีดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

สายผลิตภัณฑ์	ปี 2556		ปี 2557		ปี 2558	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
ฉลากสินค้าที่มีกาวในตัว	690.70	96.30	622.20	96.48	514.03	96.50
ฉลากสินค้าแบบผนึกในแม่พิมพ์บรรจุภัณฑ์	2.84	0.40	3.96	0.61	2.66	0.50
งานพิมพ์ผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีกาว	20.19	2.81	17.14	2.66	6.98	1.31
รวมรายได้แยกตามผลิตภัณฑ์	713.73	99.51	643.30	99.75	523.67	98.31
รายได้อื่น*	3.54	0.49	1.61	0.25	8.98	1.69
รวมรายได้ทั้งหมด	717.27	100.00	644.91	100.00	532.65	100.00

หมายเหตุ: *รายได้อื่น ประกอบด้วย รายได้จากดอกเบี้ยรับ, กำไร(ขาดทุน)จากการจำหน่ายทรัพย์สิน, กำไร(ขาดทุน)จากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและ รายได้จากการขายเศษวัสดุเหลือใช้จากการผลิต เป็นต้น

รายได้จากการผลิตฉลากสินค้าที่มีกาวในตัวเป็นรายได้หลักของบริษัทโดยในปี 2556 – 2558 บริษัทมีรายได้จากการผลิตฉลากสินค้าที่มีกาวในตัว จำนวน 690.70 ล้านบาท, 622.20 ล้านบาท และ 514.03 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 96.30, ร้อยละ 96.48 และร้อยละ 96.50 ของรายได้รวมทั้งหมด ตามลำดับ

2.2 ลักษณะผลิตภัณฑ์

บริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด(มหาชน) ดำเนินธุรกิจรับผลิตฉลากสินค้าและงานพิมพ์คุณภาพสูง โดยใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีการพิมพ์ที่ทันสมัย ส่งผลให้ฉลากที่ผลิตออกมามีคุณภาพสูง มีความละเอียดและสวยงาม ประกอบกับมีระบบการตรวจสอบคุณภาพงานพิมพ์และตรวจนับและจำนวนของชิ้นงานหลังการผลิต ทำให้บริษัทสามารถส่งมอบสินค้าได้ครบถ้วนตามจำนวนและตรงกับคุณภาพที่ลูกค้ากำหนด

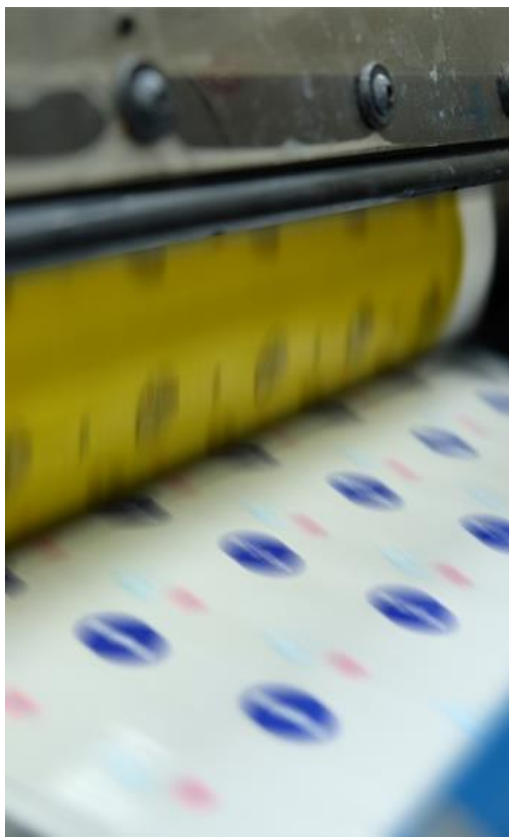
บริษัทมีระบบการบริหารการจัดการ โดยทีมงานที่มีคุณภาพ มีความรู้ความชำนาญและประสบการณ์ทางด้านธุรกิจการพิมพ์สูง ส่งผลให้บริษัทสามารถให้คำแนะนำและให้บริการแก่ลูกค้าได้ครบวงจร ตั้งแต่การร่วมพัฒนาแบบ การจัดทำแม่พิมพ์ กระบวนการพิมพ์ รวมไปถึงกระบวนการจัดส่งสินค้า ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทสามารถแบ่งออกตามคุณลักษณะและการใช้งานออกเป็น 3 ประเภทหลัก คือ

- 1) ฉลากสินค้าที่มีกาวในตัว(Self Adhesive Label)
- 2) ฉลากสินค้าแบบผนึกในแม่พิมพ์บรรจุภัณฑ์ (In-Mould Label)
- 3) งานพิมพ์ผลิตภัณฑ์กระดาษที่ไม่มีกาว (Offset Printing)

ซึ่งผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

2.2.1 ประเภทของผลิตภัณฑ์

1) ฉลากสินค้าที่มีกาวในตัว (Self Adhesive Label)



บริษัทผลิตฉลากสินค้าที่มีกาวในตัว (Self Adhesive Label) สำหรับนำไปติดลงบนบรรจุภัณฑ์ด้วยเครื่องติดฉลากอัตโนมัติ โดย บริษัทสามารถพิมพ์ลงบนฉลากกาวได้ทั้งวัสดุประเภทกระดาษและฟิล์มพลาสติก ทั้งแบบแผ่นและแบบม้วน โดยฉลากสินค้าสามารถผลิตและตัดออกมาเป็นรูปทรงและขนาดได้ตามความต้องการและความสะดวกในการนำไปใช้ของลูกค้าแต่ละราย

ฉลากสินค้าที่มีกาวในตัวสามารถถูกออกแบบมาให้ความหลากหลายตามความต้องการของลูกค้า อาทิเช่น

- ฉลากสินค้ามีกาวเต็มแผ่น (Full-page Label) สำหรับนำไปใช้ติดลงบนตำแหน่งเฉพาะจุดของบรรจุภัณฑ์ (Spot Label) หรือติดรอบบรรจุภัณฑ์ (Wrap-around label) เพื่อบอกข้อมูลของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในซึ่งจะรวมไปถึงฉลากบาร์โค้ดด้วย

- ฉลากสินค้ามีกาวไม่เต็มแผ่น (Killed Adhesive Label) เป็นฉลากผลิตภัณฑ์แบบที่มีกาวในตัว (Self Adhesive Label) แต่มีอุปกรณ์ของเครื่องพิมพ์ที่เรียกว่า หน่วยลบกาว (Glue Killer) สำหรับลบกาวออกในพื้นที่ส่วนที่ไม่ต้องการ ทำให้พื้นที่ในส่วนที่ไม่มีกาวมีรูปลักษณะที่โดดเด่นขึ้นมาจากตัวผลิตภัณฑ์ เหมาะสำหรับการนำไปใช้ติดลงบนตำแหน่งเฉพาะจุดของบรรจุภัณฑ์ (Spot Label) เพื่อใช้เป็นป้ายออฟ สำหรับการโฆษณาสินค้าและส่งเสริมการขาย และ
- ฉลากผลิตภัณฑ์แบบพิมพ์หลายชั้น (Multiple Label Pages) เป็นฉลากที่มีการพิมพ์ลงบนสติ๊กเกอร์กาวตั้งแต่ 2 ชั้นขึ้นไป ฉลากประเภทนี้เหมาะสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ต้องแสดงข้อมูลมาก หรือ ต้องแสดงข้อมูลที่มีการแปลหลายภาษาแต่พื้นที่สำหรับติดฉลากมีจำกัด การพิมพ์ฉลากหลายชั้นจะทำให้สามารถแสดงข้อมูลของผลิตภัณฑ์ได้อย่างครบถ้วน เป็นต้น

2) ฉลากสินค้าแบบฉีกในแม่พิมพ์บรรจุภัณฑ์ (In-Mould Label)



เป็นฉลากที่ผลิตขึ้นเพื่อนำไปผนึกให้เป็นเนื้อเดียวกับเนื้อของบรรจุภัณฑ์ ฉลากประเภทนี้จะถูกติดไปพร้อมกับขั้นตอนในการขึ้นรูปบรรจุภัณฑ์ โดยอาศัยกรรมวิธีการให้ความร้อนทำให้ฉลากติดลงเป็นเนื้อเดียวกับบรรจุภัณฑ์ เช่นการขึ้นรูปบรรจุภัณฑ์ด้วยความร้อน การเป่าหรือการฉีดพลาสติก เป็นต้น ทำให้ฉลากสามารถถูกติดเรียบเนียนสวยงามเนื้อเดียวกับพื้นผิวของบรรจุภัณฑ์ ข้อดีของฉลากสินค้าประเภทนี้ คือ ฉลากที่ได้จะมีคุณภาพดี ทนทานต่อรอยขีดข่วน ทนทานต่อความร้อน ความชื้นและรังสีจากแสงแดด สะอาดและถูกสุขลักษณะเนื่องจากถูกผนึกในกระบวนการเดียวตอนขึ้นรูปบรรจุภัณฑ์ นอกจากนั้นยังปราศจากการปนเปื้อนหมึกพิมพ์

3) งานพิมพ์ผลิตภัณฑ์กระดาษที่ไม่มีกาว (Offset Printing)





นอกเหนือจากประเภทผลิตภัณฑ์ทั้งสองประเภทข้างต้น บริษัทยังรับผลิตงานพิมพ์กระดาษที่ไม่มีกาวในรูปแบบต่างๆ ได้แก่

- ฉลากสินค้าที่ไม่มีกาว (Non Adhesive Label) ซึ่งเป็นฉลากสินค้าสำหรับห้อยแขวน (Tag Label) หรือเป็นฉลากแทรกในหีบห่อของบรรจุภัณฑ์ (Insert Label) เพื่อบอกข้อมูลรายละเอียดของสินค้า
- ป้ายตราสินค้า
- แผ่นพับ โบรชัวร์ เอกสารประชาสัมพันธ์ต่างๆ
- งานพิมพ์บรรจุภัณฑ์กระดาษ เป็นต้น

2.3 การตลาดและการแข่งขัน

1) นโยบายและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจมีดังนี้

1.1) ด้านการตลาด

บริษัทเน้นให้ความสำคัญกับการขยายฐานลูกค้าใหม่และการรักษาฐานลูกค้าเดิมที่มีความสัมพันธ์การซื้อขายกันมาเป็นเวลานาน สำหรับการรักษาฐานลูกค้าเดิม บริษัทมีการพัฒนาและรักษามาตรฐานของคุณภาพสินค้ารวมถึงการบริการให้เป็นที่พอใจและสร้างความเชื่อมั่นในตัวบริษัท ทำให้ลูกค้ามีความจงรักภักดีต่อตัวบริษัทสูง (Customer Loyalty) รวมไปถึงการรักษาความสัมพันธ์ในฐานะคู่ค้ารายสำคัญกับกลุ่มลูกค้ารายใหญ่ โดยบริษัทมีการตรวจสอบผลการประเมินความพึงพอใจและคำแนะนำต่อชมหลังการขายจากลูกค้าเพื่อให้แน่ใจว่า สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้

สำหรับการขยายฐานลูกค้าใหม่ บริษัทมีฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Service Division) ทำการศึกษาและวิเคราะห์ตลาดและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อยู่เสมอ เพื่อให้เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าสำหรับเป็นข้อมูลให้ฝ่ายขายเพื่อการจัดหาลูกค้ารายใหม่ รวมไปถึงการหาข้อมูลของลักษณะวัฒนธรรมองค์กรของลูกค้า ความต้องการของลูกค้า เพื่อวางแผนการนำเสนอกับฝ่ายขายให้เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละราย และการที่บริษัทมีฐานลูกค้าเป็นบริษัทข้ามชาติที่มีชื่อเสียง ทำให้เป็นประโยชน์แก่บริษัทในการเข้าหาลูกค้ารายใหม่ นอกจากนี้บริษัทยังมีทีมขายที่ประกอบด้วยบุคลากรที่มีประสบการณ์และความชำนาญ มีกลยุทธ์ในการเข้าถึงลูกค้าโดยการเข้าพบเพื่อเจรจากับลูกค้าโดยตรง (Direct Approach) ทำให้สามารถให้คำแนะนำแก่ลูกค้าในการพัฒนาและทดสอบคุณภาพของฉลากสินค้าและงานพิมพ์ได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้ตรงจุด

1.2) ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์

บริษัทมีนโยบายการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพได้รับการรับรองมาตรฐานอุตสาหกรรม ISO 9001 : 2008 ซึ่งเป็นมาตรฐานสำหรับระบบบริหารคุณภาพ (Quality Management System, QMS) มีการใช้

เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย มีการควบคุมวัตถุดิบโดยการบริหารจัดการจัดเก็บคลังสินค้าด้วยระบบเข้าก่อน-ออกก่อน (FIFO) เพื่อป้องกันการเสื่อมคุณภาพของวัตถุดิบจากการจัดเก็บไว้เป็นระยะเวลานาน และมีหน่วยงานพัฒนาระบบคุณภาพและความปลอดภัยและประกันคุณภาพ ทำหน้าที่ควบคุมและตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ สินค้าระหว่างการผลิต และ สินค้าสำเร็จรูป มีการใช้ระบบตรวจสอบและควบคุมคุณภาพที่ออกแบบมาเพื่อควบคุมให้สินค้าสำเร็จรูปที่ผลิตได้เป็นไปตามระดับคุณภาพ AQL (Acceptable Quality Limit) ที่ได้ตกลงกับลูกค้า

การตรวจสอบคุณภาพของสินค้ามี 3 ด้านหลักๆ คือ การตรวจสอบความถูกต้องของการพิมพ์ การตรวจสอบการติดแน่นของสีพิมพ์ และการตรวจสอบความสะอาดของสินค้าที่ต้องปราศจากเศษฝุ่นละอองปนเปื้อน

ทั้งนี้ นอกจากจะใช้พนักงานในการตรวจสอบแล้ว บริษัทยังมีการใช้เครื่องจักรที่มีความแม่นยำสูงในการตรวจสอบด้านจำนวนและคุณภาพงานพิมพ์ (Vision Inspection) เพื่อให้มั่นใจได้ว่าสินค้าทุกชิ้นของบริษัทผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้วก่อนส่งมอบให้ลูกค้า

สินค้าสำเร็จรูปที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้วจะถูกนำไปเก็บในคลังสินค้าที่มีการควบคุมอุณหภูมิให้อยู่ที่ระดับ 22-27 องศาเซลเซียส โดยมีเจ้าหน้าที่แผนกคลังสินค้าบันทึกอุณหภูมิในแต่ละวัน และดำเนินการปรับเปลี่ยนหรือควบคุมระบบปรับอากาศเพื่อป้องกันมิให้สินค้าที่มีกาวเกิดการเสื่อมคุณภาพก่อนส่งถึงมือลูกค้า

1.3) ด้านนโยบายราคา

บริษัทมีนโยบายกำหนดราคาเพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในธุรกิจได้ โดยจะพิจารณาราคาสินค้าจากต้นทุนสินค้าบวกอัตรากำไร (Cost plus margin) ทั้งนี้ การกำหนดราคาจะขึ้นอยู่กับ ขนาดของตลาด, ชนิดของวัตถุดิบ, ปริมาณที่ลูกค้าต้องการสั่งซื้อ, จำนวนสีที่พิมพ์และเทคนิคการพิมพ์ในสินค้าในแต่ละประเภท

บริษัทมุ่งเน้นการบริหารต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ มีการควบคุมและลดต้นทุนการผลิต ทำให้บริษัทมีศักยภาพในการแข่งขันในธุรกิจนี้เพิ่มขึ้น โดยที่คุณภาพของสินค้ายังคงอยู่ภายใต้การยอมรับของลูกค้า การบริหาร การควบคุมและลดต้นทุนการผลิตมีดังนี้

การวางแผนให้การผลิต เพื่อให้มีประสิทธิภาพและลดของเสียจากการผลิตให้มากที่สุด

- ฝ่ายขายมีการอัปเดตข้อมูลและวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อปริมาณการสั่งซื้อของลูกค้าอยู่เสมอ และคอยวางแผนและประสานงานกับหน่วยงานทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อการวางแผนการผลิตที่มีประสิทธิภาพสูงสุด
- มีการออกแบบและบริหารจัดการในขั้นตอนกระบวนการก่อนพิมพ์อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากกระบวนการก่อนพิมพ์ เป็นกระบวนการที่สำคัญที่สุดที่จะช่วยลดปริมาณของเสียจากการผลิตและช่วยลดระยะเวลาการตั้งเครื่อง เช่นการจัดวางหน้าสิ่งพิมพ์สำหรับทำแม่พิมพ์ (Imposition) เนื่องจากแม่พิมพ์ที่ใช้พิมพ์มักมีขนาดใหญ่กว่าชิ้นงาน ดังนั้นแม่พิมพ์หนึ่งชุดสามารถวางงานพิมพ์ได้หลายชิ้น จึงต้องมีการออกแบบจัดวางหน้าสำหรับทำแม่พิมพ์แต่ละชุด เพื่อใช้พื้นที่ในการพิมพ์ในแต่ละม้วนฉดให้คุ้มค่าที่สุด รวมไปถึงการจัดทำแม่พิมพ์ให้ได้คุณภาพคมชัด แม่นยำขึ้น
- ในขั้นตอนการตั้งเครื่องพิมพ์ (Set-up) จะใช้ม้วนกระดาษไม่มีกาวคุณภาพไม่สูง (Face Stock) ที่มีต้นทุนต่ำกว่าในการทดลองเดินเครื่อง ก่อนการผลิตจริง
- มีการทบทวนปริมาณการสั่งซื้อขั้นต่ำ (MOQ) ต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการผลิต รวมไปถึงทบทวนแผนการผลิตในแต่ละปี

- มีการตรวจเช็คและเตรียมความพร้อมของอุปกรณ์การพิมพ์ รวมไปถึงมีการจัดทำแผนการบำรุงรักษาเครื่องจักร (Preventive Maintenance) เพื่อลดการหยุดการผลิตที่เกิดจากเครื่องจักรเสีย (Machine break down)
- มีการจัดแบ่งระดับของมาตรฐานสินค้าของลูกค้าแต่ละราย ทบทวนมาตรฐานการผลิตและปรับปรุงกระบวนการผลิตอยู่เสมอ
- งานเสียที่เกิดจากในกระบวนการผลิต ทางหน่วยงานพัฒนาระบบคุณภาพและความปลอดภัย และประกันคุณภาพ จะเข้ามาวิเคราะห์ร่วมกับฝ่ายการผลิตเพื่อหาสาเหตุของงานเสียหรืองานที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด และหาวิธีการแก้ไขและป้องกัน

1.4) ด้านการให้บริการ

บริษัทให้บริการแบบครบวงจรตั้งแต่ ร่วมพัฒนาแบบ การจัดทำแม่พิมพ์ จนถึงการผลิตและการจัดส่งสินค้า โดยได้ให้ความสำคัญกับการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า นอกจากนี้ที่กล่าวมาบริษัทยังมีการให้คำแนะนำและให้ความรู้ในการเลือกใช้หลากหลายสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ การออกแบบหลากหลายสินค้า รวมไปถึงมีการให้บริการที่รวดเร็วทันต่อความต้องการของลูกค้า

นอกจากนี้ บริษัทยังมีนโยบายในการรักษาความลับของลูกค้า(In-House Confidential) เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่า หลากสินค้าที่พิมพ์จากบริษัทจะถูกเก็บรักษาไว้เป็นความลับจนกว่าสินค้านั้นจะวางจำหน่ายในท้องตลาด โดยภายในบริเวณที่เป็นสถานที่ผลิตจะมีการป้องกันการเข้า-ออกของบุคคลภายนอกด้วยระบบสแกนนิ้วมือ สแกนบัตรผ่าน และมีกล้องวงจรปิด (CCTV) รับภาพทุกจุด ทำให้สามารถตรวจสอบย้อนหลังและป้องกันการบอกรหัสและยืมบัตรผ่านได้

2.4 ลักษณะของกลุ่มลูกค้าและลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าของบริษัทสามารถแยกตามประเภทผลิตภัณฑ์ของลูกค้ามี 5 กลุ่ม คือ

- 1) กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม (Health and Body Care & Cosmetics)
- 2) กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ในบ้านทั่วไป (Household Product)
- 3) กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronics)
- 4) กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม (Food & Beverages)
- 5) กลุ่มผลิตภัณฑ์ยารักษาโรค (Pharmaceuticals)
- 6) อื่นๆ เช่น กลุ่มผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์ (Automobile)

บริษัทมีการผลิตและจำหน่ายสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้าในอุตสาหกรรมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น ทั้งนี้ บริษัทมีลูกค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามเป็นหลัก โดยมีสัดส่วนการขายมากกว่าร้อยละ 89 ของยอดจำหน่ายทั้งหมดในช่วง 4 ปีย้อนหลังที่ผ่านมา

หน่วย : ล้านบาท

สายผลิตภัณฑ์	ปี 2556		ปี 2557		ปี 2558	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม (Health and Body Care & Cosmetics)	669.53	93.81%	579.69	90.11%	473.71	90.46%
กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ในบ้านทั่วไป (Household Product)	21.69	3.04%	23.59	3.67%	19.74	3.77%
กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronics)	8.82	1.23%	7.07	1.10%	8.85	1.69%
กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม (Food & Beverages)	4.97	0.70%	14.66	2.28%	12.57	2.40%
กลุ่มผลิตภัณฑ์ยารักษาโรค (Pharmaceuticals)	1.84	0.26%	3.11	0.48%	0.58	0.11%
อื่นๆ (Other)	6.88	0.96%	15.18	2.36%	8.22	1.51%
รายได้จากการขาย	713.73	100.00%	643.30	100.00%	523.67	100.00%

ในปี 2556 – 2558 ลูกค้า 10 รายแรกของบริษัท มียอดการสั่งซื้อรวมกันทั้งสิ้น 625.43 ล้านบาท 521.66 ล้านบาท และ 412.69 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นร้อยละ 87.63 ร้อยละ 81.09 และร้อยละ 78.81 ของยอดขายทั้งหมดตามลำดับ ลูกค้าทั้ง 10 รายแรกนี้เป็นลูกค้าที่มีการติดต่อซื้อขายกันมาเป็นระยะเวลานานและต่อเนื่องเป็นประจำ ซึ่งบริษัทจะมีการประเมินศักยภาพของลูกค้าในทุกๆปีจากประวัติการชำระหนี้ย้อนหลัง โดยบริษัทจะเน้นการขายสินค้าให้กับลูกค้าที่มีสภาพคล่องเพียงพอและมีประวัติการชำระหนี้ที่ดี เพื่อลดความเสี่ยงในการชำระหนี้ของลูกค้า รวมทั้งมีการสอบถามข้อมูลของลูกค้าใหม่จากศูนย์การให้บริการข้อมูลนิติบุคคลผ่านเว็บไซต์ BOL (Business Online) เพื่อพิจารณาก่อนทำการซื้อขายด้วย

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาลูกค้าใน 4 อันดับแรกในปี 2556 - 2558 ซึ่งมียอดการสั่งซื้อรวมกันทั้งสิ้น 489.78 ล้านบาท, 401.91 ล้านบาท และ 334.29 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 68.62, ร้อยละ 62.48 และร้อยละ 63.81 ของยอดจำหน่ายทั้งหมด ตามลำดับ

ลูกค้าใน 4 อันดับแรกนี้เป็นลูกค้าบริษัทในอุตสาหกรรมอุปโภคบริโภคที่มีชื่อเสียง ในปี 2556 ลูกค้า 4 อันดับแรกเป็นลูกค้าบริษัทข้ามชาติ 3 รายและบริษัทในประเทศไทย 1 ราย ส่วนในปี 2557 - 2558 ลูกค้า 4 รายแรกเป็นบริษัทข้ามชาติทั้งหมด โดยลูกค้ามีการสั่งซื้อหลากหลายของสินค้าที่มีตราสินค้าเป็นที่รู้จักอย่างดีของผู้บริโภคและมีการเน้นภาพลักษณ์ของตราสินค้า ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้มักจะไม่เปลี่ยนผู้ผลิตหลากหลายสินค้า เพราะต้องการรักษารูปแบบการพิมพ์ให้เป็นความลับ เพื่อป้องกันการปลอมแปลงหลากหลายสินค้าสำหรับการนำไปใช้กับสินค้าปลอม ดังนั้นลูกค้าจึงเลือกผู้ผลิตที่มีคุณภาพ มีความน่าเชื่อถือ โดยจะทำการซื้อขายกับผู้ผลิตหลากหลายที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานและได้รับการขึ้นทะเบียนผู้ขายที่ผ่านการตรวจสอบและให้ความเห็นชอบแล้ว (approved vendor list) แล้วเท่านั้น ซึ่งบริษัทเองก็มีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าเหล่านี้มาโดยตลอดเพราะหากมีความผิดพลาดในการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าเหล่านี้ อาจส่งผลให้ลูกค้ารายใหญ่ลดปริมาณการสั่งซื้อได้ บริษัทจึงมีการจัดตั้งทีมขายสำหรับดูแลลูกค้ารายใหญ่โดยเฉพาะในลักษณะเป็นรายๆไปสำหรับดูแลและติดตามให้บริการลูกค้าให้ทันต่อความต้องการ นอกจากนี้บริษัทยังมีการขยายฐานตลาดกับลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้น โดยมีการเพิ่มเทคโนโลยีการพิมพ์รูปแบบใหม่ๆเพื่อเพิ่มสินค้าให้หลากหลายชนิดให้ลูกค้าได้คัดสรรมากยิ่งขึ้น

2.4.1 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทติดต่อจำหน่ายสินค้าโดยตรงกับลูกค้าทั้งหมด โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับลูกค้าที่เป็นเจ้าของตราสินค้าซึ่งมีโรงงานผลิตเองโดยตรง, บริษัทผู้รับจ้างผลิตสินค้า(OEM) และ บริษัทผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ เพื่อนำไปประกอบกับบรรจุภัณฑ์ สำหรับใช้บรรจุสินค้าของลูกค้าที่เป็นเจ้าของตราสินค้าต่อไป ทั้งนี้ลูกค้าที่เป็นเจ้าของตราสินค้าซึ่งเป็นผู้ออกสินค้าใหม่ๆสู่ตลาดจะเป็นผู้ออกแบบและกำหนดรูปแบบการพิมพ์รวมถึงตรวจสอบรูปแบบและคุณภาพของงานพิมพ์จริงก่อนดำเนินการผลิต(Print Proof) ด้วย

2.4.2 สัดส่วนการจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศ

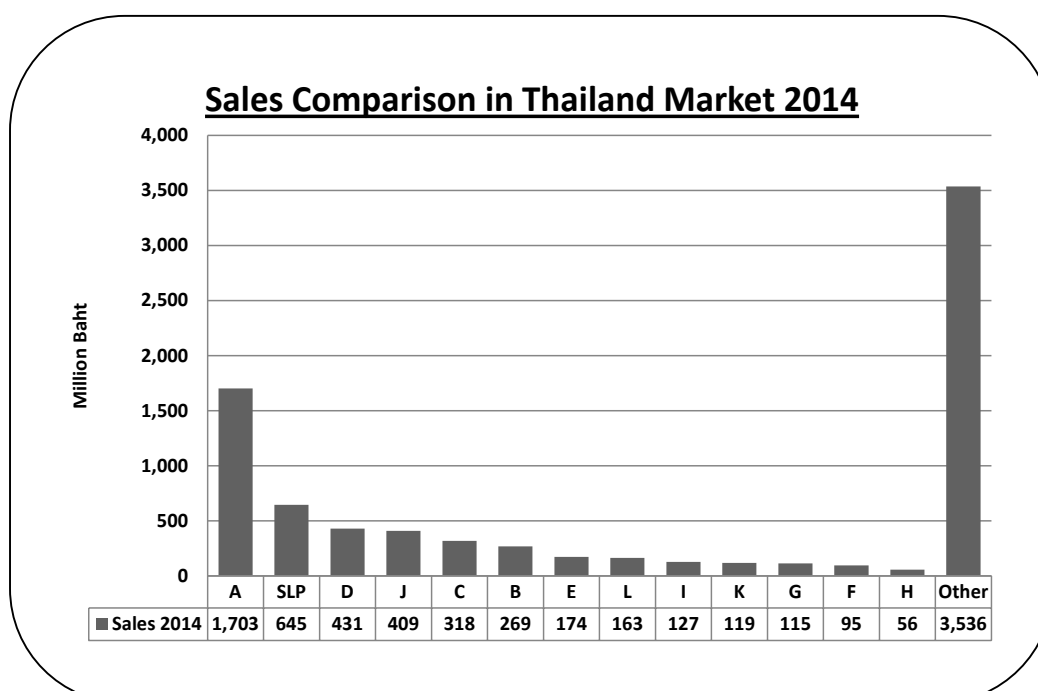
สัดส่วนการจำหน่าย	2556		2557		2558	
	มูลค่า (ลบ.)	%	มูลค่า (ลบ.)	%	มูลค่า (ลบ.)	%
ภายในประเทศ	708.92	99.33	626.06	97.32	510.21	97.43
ต่างประเทศ	4.81	0.67	17.24	2.68	13.46	2.57
รายได้จากการขาย	713.73	100.00	643.30	100.00	523.67	100.00

ในปี 2556 – 2558 บริษัทจัดจำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้าในประเทศคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.33, ร้อยละ 97.32 และร้อยละ 97.43 ตามลำดับ และมีการขายในต่างประเทศในสัดส่วนร้อยละ 0.67, ร้อยละ 2.68 และร้อยละ 2.57 ตามลำดับ ซึ่งจะขายสินค้าไปยังประเทศ เช่น สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์, สาธารณรัฐเกาหลี สาธารณรัฐประชาชนจีน, ประเทศคูเวต, สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และประเทศมาเลเซีย เป็นต้น ทั้งนี้บริษัทไม่มีการพึงพิงลูกค้ารายใดเกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้จากการขายทั้งหมด ทั้งนี้สินค้าของบริษัทบางส่วนเป็นสินค้าสำหรับวางขายในต่างประเทศ โดยจะนำไปผ่านกระบวนการบรรจุได้ออกมาเป็นสินค้าสำเร็จรูปที่โรงงานผลิตในประเทศไทย ก่อนกระจายสินค้าไปตามภูมิภาคต่างๆทั่วโลก

2.4.3 ภาวะการแข่งขัน

1) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

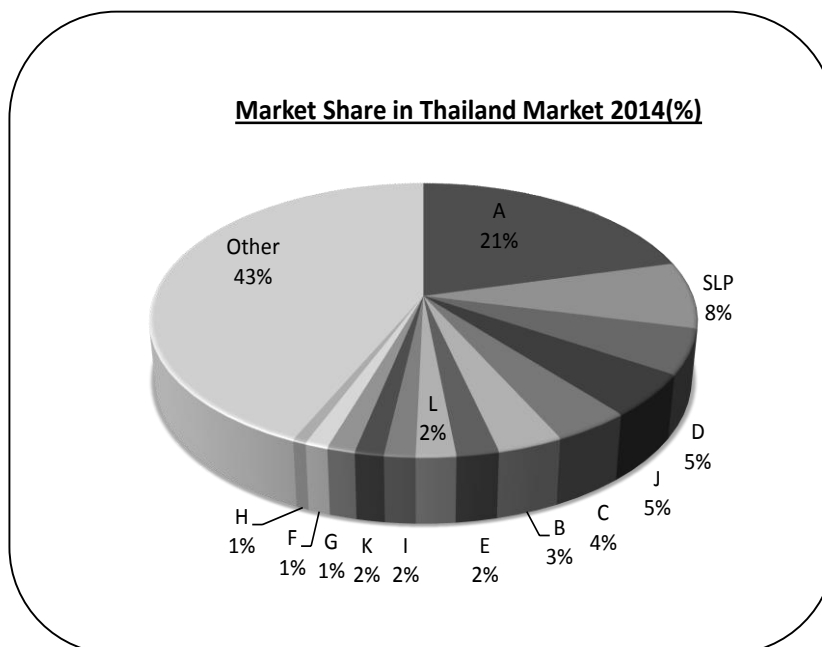
จากการประเมินภาวะการแข่งขันของธุรกิจตลาดสินค้าและงานพิมพ์คุณภาพสูงโดยผู้บริหารของบริษัท ปัจจุบันมูลค่าตลาดของธุรกิจนี้ในประเทศไทยมีมูลค่าประมาณ 8,160 ล้านบาท โดยผู้ประกอบการในประเทศมีทั้งที่เป็นผู้ประกอบการขนาดเล็ก และผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ดังนี้



แผนภูมิแท่งแสดงส่วนแบ่งตลาด ของบริษัทในกลุ่มธุรกิจฉลากสินค้าและงานพิมพ์คุณภาพสูงในปี 2557 จัดทำโดยบริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน)

* บริษัท A, SLP, B, C, D, E, F, G, H, I, J, K และ L คือ ผู้ประกอบการธุรกิจในกลุ่มธุรกิจฉลากสินค้าและงานพิมพ์คุณภาพสูงในประเทศขนาดใหญ่ โดย SLP คือ บริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน)

** Others คือ กลุ่มของผู้ประกอบการธุรกิจฉลากสินค้าและงานพิมพ์คุณภาพสูงขนาดเล็กในประเทศไทย ซึ่งมาจากการประมาณการของบริษัทสาลี พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน)



(ต่อ) แผนภูมิภาพแสดงส่วนแบ่งตลาด ของบริษัทในกลุ่มธุรกิจฉลากสินค้าและงานพิมพ์คุณภาพสูงในปี 2557 จัดทำโดยบริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน)

* บริษัท A, SLP, B, C, D, E, F, G, H, I, J, K และ L คือ ผู้ประกอบการธุรกิจในกลุ่มธุรกิจฉลากสินค้าและงานพิมพ์คุณภาพสูงในประเทศขนาดใหญ่ โดย SLP คือ บริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน)

** Others คือ กลุ่มของผู้ประกอบการธุรกิจในกลุ่มธุรกิจฉลากสินค้าและงานพิมพ์คุณภาพสูง ในประเทศขนาดเล็ก ไทย ซึ่งมาจากการประมาณการของบริษัทสาลี พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน)

ในปัจจุบันมีผู้ประกอบการขนาดใหญ่จำนวน 13 รายคิดเป็นส่วนแบ่งตลาดประมาณ 57% ส่วนมากจะเป็นบริษัทข้ามชาติที่มั่งคั่งโรงงานผลิตในประเทศไทย ซึ่งถือว่าเป็นคู่แข่งที่มีศักยภาพสูง มีความรู้ทางเทคนิคในการผลิตและการควบคุมคุณภาพเป็นอย่างดีสามารถแข่งขันเสนอสินค้ากับลูกค้าข้ามชาติรายใหญ่ได้ นอกจากนี้ปัจจัยในเรื่องของเงินลงทุนและความรู้ความเชี่ยวชาญในการผลิตตามที่กล่าวมาผู้แข่งขันรายใหม่จะยังมีอุปสรรคสูงในการจะเข้ามาประกอบธุรกิจในตลาดนี้ ไม่ว่าจะเป็น ความเข้าใจในการประกอบธุรกิจในประเทศไทย รวมไปถึงการสร้างความสัมพันธ์และการยอมรับคุณภาพสินค้าจากกลุ่มลูกค้าและการสร้างความสัมพันธ์กับผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ ดังนั้นการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่จึงทำได้ค่อนข้างยากลำบาก เพราะการเข้ามาแข่งขันในตลาดนี้ควรมีฐานลูกค้าที่แน่นชัดเจน

นอกจากนี้ คู่แข่งขันที่เป็นผู้ประกอบการรายใหญ่บางรายยังผลิตสินค้าหลักอื่นที่นอกเหนือไปจากฉลากสินค้าและสิ่งพิมพ์ ได้แก่ ผู้ประกอบการที่ผลิตบรรจุภัณฑ์ต่างๆ เช่น บรรจุภัณฑ์อ่อนตัว (Flexible Packaging) อาทิเช่น ซองพลาสติกสำหรับบรรจุขนมขบเคี้ยว บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป อาหารแช่แข็ง เป็นต้น ซึ่งบริษัทเหล่านี้จะให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้าหลักมากกว่า ทำให้อาจมีข้อจำกัดในเรื่องของการเพิ่มกำลังการผลิตของสินค้าประเภทฉลากและงานพิมพ์ให้เพียงพอและสามารถรองรับปริมาณความต้องการของลูกค้าได้

ส่วนผู้ประกอบการรายเล็กจะมีจำนวนมกรายคิดเป็นส่วนแบ่งตลาดประมาณ 43% เพราะใช้เงินลงทุนต่ำ ทำให้มีเทคโนโลยีการผลิตที่จำกัด ส่งผลให้คู่แข่งของบริษัทที่สามารถผลิตสินค้าได้มีคุณภาพระดับเดียวกันมีน้อยราย เนื่องจากต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมากกับเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย เพื่อให้ได้สินค้าที่มีรูปแบบการพิมพ์ สี และคุณภาพตามลูกค้าที่กำหนด

ทั้งนี้การแข่งขันในตลาดตลาดสินค้าและงานพิมพ์คุณภาพสูง สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ 1.การแข่งขันด้านราคา 2.การแข่งขันด้านคุณภาพ และ 3.การแข่งขันด้านการให้บริการ ทำให้บริษัทต้องมีวิธีการบริหารควบคุมต้นทุนการผลิตให้มีประสิทธิภาพ สามารถผลิตสินค้าได้ตามมาตรฐานที่ลูกค้ากำหนดและมีการจัดส่งสินค้าได้อย่างรวดเร็วทันเวลา ทั้งนี้การได้รับการยอมรับจากลูกค้าและสร้างความเชื่อมั่นในตัวบริษัทต้องใช้ระยะเวลาและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

2) สถานภาพและศักยภาพในการแข่งขันของบริษัท

บริษัทมีลักษณะการดำเนินธุรกิจรับผลิตตลาดสินค้าและงานพิมพ์คุณภาพสูง จากการประมาณการยอดขายและส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจในปี 2557 ของผู้บริหารของบริษัท บริษัทจัดอยู่ในผู้ประกอบการที่มียอดขายเป็นอันดับสองของประเทศ คิดเป็นส่วนแบ่งตลาดประมาณ 8% โดยผู้บริหารและบุคลากรที่มีประสบการณ์และมีความรู้ความสามารถในอุตสาหกรรมนี้มายาวนาน เมื่อพิจารณาขนาดธุรกิจและรายได้ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ถือว่าบริษัทอยู่ในระดับผู้นำรายหนึ่งของธุรกิจการผลิตตลาดสินค้าและงานพิมพ์คุณภาพสูง โดยบริษัทได้ดำเนินธุรกิจมาเป็นเวลากว่า 20 ปี จึงมีข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน เนื่องจากประกอบธุรกิจมานาน เข้าใจองค์ประกอบของการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างดี มีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้ารายสำคัญ มีการพัฒนาการผลิตและคุณภาพสินค้าตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาเพื่อให้ทันกับเทคโนโลยีและความต้องการของตลาดจนเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ ประกอบกับบริษัทมีการศึกษาและลงทุนเครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อพัฒนานวัตกรรมด้านการผลิตและการพิมพ์ตามความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นตลอดเวลา ทำให้บริษัทจึงมีความสามารถในการแข่งขันและการบริหารต้นทุนให้มีประสิทธิภาพ โดยบริษัทได้มีการลงทุนในระบบการพิมพ์ดิจิทัล เพื่อให้ก้าวทันกับเทคโนโลยีการพิมพ์และรองรับปริมาณความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนไป ทั้งในเรื่องคุณภาพของงานพิมพ์ ความเร็ว และต้นทุนต่อหน่วยที่ถูกลง โดยทีมงานพิมพ์ของระบบดิจิทัลสามารถพิมพ์ให้มีความละเอียดสูง สวยงามทัดเทียมกับงานพิมพ์ระบบอื่นๆ นั้นทำให้ตลาดของธุรกิจสิ่งพิมพ์ และบรรจุภัณฑ์เปิดกว้างขึ้นมาก โดยเฉพาะงานพิมพ์ในปริมาณไม่มาก หรือแบบ On Demand ที่ระบบการพิมพ์ดิจิทัลสามารถตอบโจทย์ และทดแทนการพิมพ์ระบบออฟเซตได้ในอนาคต

3) แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในอนาคต

ตลาดสินค้าและงานพิมพ์คุณภาพสูงมีการนำไปใช้กับบรรจุภัณฑ์ของสินค้าอุปโภคบริโภคต่างๆ เพื่อแสดงรายละเอียดข้อมูลของสินค้าและสร้างความน่าสนใจ ดังนั้นตลาดตลาดสินค้าและงานพิมพ์คุณภาพสูงจึงมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตามภาวะของตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคและภาวะอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ โดยปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อภาวะของตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคและภาวะอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ คือ ปัจจัยทางเศรษฐกิจดังนี้

ปัจจัยทางเศรษฐกิจระดับมหภาค

ในปี 2558 มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 2.8 การขยายตัวสูงกว่า 2557 โดยในปี 2559 มีการประมาณการการขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 3.5 ดังนั้นแนวโน้มเศรษฐกิจไทย จึงคาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 4.0 ในปี 2558

ร้อยละต่อปี	2557*	2558	2559
อัตราการขยายตัวทางศ.ก.	0.9	2.8	3.5
อัตราเงินเฟ้อพื้นฐาน	1.6	1.1	0.9
อัตราเงินเฟ้อทั่วไป	1.9	(0.9)	0.8

* ข้อมูลจริง (ที่มา: รายงานนโยบายการเงิน ธันวาคม 2558 โดยธนาคารแห่งประเทศไทย)

นอกจากนี้ เศรษฐกิจไทยในปี 2557 และปี 2558 มีอัตราเงินเฟ้อทั่วไปอยู่ที่ร้อยละ 1.9 และ (0.9) ตามลำดับ และมีการประมาณการอยู่ที่ร้อยละ 0.8 ในปี 2559 ซึ่งวิเคราะห์ได้ว่า

- เศรษฐกิจไทยในปี 2558 มีการขยายตัว ร้อยละ 2.8 ซึ่งสูงกว่าที่ประเมินไว้เล็กน้อยเนื่องจากการลงทุนภาครัฐและการบริโภคภาคเอกชนมีแนวโน้มขยายตัวสูงกว่าที่คาดจึงช่วยชดเชยการส่งออกสินค้าและการลงทุนภาคเอกชนในไตรมาสที่ 3 ปี 2558 ที่อ่อนแรง กว่าที่คาดการณ์
- การใช้จ่ายภาครัฐและการบริโภคภาคเอกชนยังมีแนวโน้มขยายตัวได้ดีต่อเนื่อง
- ภาวะการเงินโดยรวมยังอยู่ในระดับผ่อนคลายที่เพียงพอต่อการสนับสนุนการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ สะท้อนจากปริมาณการระดมทุนของภาครัฐที่ปรับเพิ่มขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบายที่แท้จริงที่ทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ และอัตราแลกเปลี่ยนที่ยังเอื้อต่อการปรับตัวของภาคส่งออก
- การใช้จ่ายในประเทศของครัวเรือนที่ขยายตัวดีกว่าที่เคยประเมินไว้ เอื้อให้ผู้ประกอบการสามารถปรับขึ้นราคาสินค้าและบริการได้บ้างประกอบกับจะมีการปรับขึ้นอัตราภาษีสรรพสามิตรถยนต์ในช่วงต้นปี 2559 ส่งผลให้อัตราเงินเฟ้อพื้นฐานในปี 2558 และปี 2559 สูงกว่าประมาณการเดิม โดยอยู่ที่ร้อยละ 1.1 และ 0.9
- ความผันผวนของค่าเงินจะมีความเสี่ยงสูงมากขึ้น ซึ่งทำให้ต้นทุนทางการเงินของผู้ผลิตที่เป็นผู้ส่งออกหรือนำเข้าวัตถุดิบเพิ่มสูงขึ้น

ในส่วนภาวะเศรษฐกิจโลก มีแนวโน้มขยายตัวในอัตราที่ชะลอลง ตามเศรษฐกิจจีนและเอเชียที่คาดว่าจะชะลอลง ขณะที่เศรษฐกิจของกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วโดยรวมยังขยายตัวได้

ทั้งนี้ เศรษฐกิจคู่ค้าหลักของไทยมีแนวโน้มฟื้นตัวในอัตราที่ชะลอลงและมีความแตกต่างกันเพิ่มขึ้นระหว่างเศรษฐกิจประเทศหลักและเศรษฐกิจกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่ในเอเชีย โดยความเสี่ยงต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าเพิ่มขึ้น (ที่มา : รายงานนโยบายการเงิน ธันวาคม 2558 โดยธนาคารแห่งประเทศไทย)

สรุปภาพรวมของเศรษฐกิจไทยในปี 2558 มีความอ่อนแอมากกว่าที่คาด สะท้อนจากผลประกอบการของภาคเอกชนรวมทั้งตัวเลขการเก็บภาษีของรัฐบาลที่ต่ำกว่าเป้าหมาย ถึงแม้ว่าการขยายตัวทางเศรษฐกิจจะขยายตัวได้ประมาณร้อยละ 2.9 – 3.0 (ไตรมาส 1 ขยายตัวร้อยละ 3.0, ไตรมาส 2 ขยายตัวร้อยละ 2.8, ไตรมาส 3 ขยายตัวร้อยละ 2.9) แต่เป็นการเทียบจากฐานปี 2557 ที่การเติบโตอยู่ในอัตราต่ำร้อยละ 0.7 เศรษฐกิจไทยที่ยังซบเซาเป็นผลมาจากการส่งออกซึ่งคาดว่าจะปี 2558 จะมีมูลค่า 228,290 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวถดถอยประมาณร้อยละ -5.0 ถึง -5.2 ซึ่งเป็นการติดลบต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 ขณะเดียวกันด้านการนำเข้าซึ่งมีมูลค่าประมาณ 204,300 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ถดถอยติดลบร้อยละ -11 ถึง -11.5 ติดลบเป็นปีที่ 2 ส่งผลต่อกำลังการผลิตอุตสาหกรรมเฉลี่ยอยู่ที่ระดับร้อยละ 57- 58 แสดงให้เห็นอุตสาหกรรมยังมีกำลังการผลิตเหลือ สอดคล้องกับดัชนีการผลิตภาคอุตสาหกรรมที่ติดลบร้อยละ -8.0 พบว่าการส่งออกปี 2558 มีอุตสาหกรรมมากกว่า 40 คลัสเตอร์การส่งออกติดลบ เป็นการถดถอยติดลบทั้งโครงสร้าง กล่าวคือในช่วง 10 เดือนแรกภาคอุตสาหกรรมส่งออกติดลบร้อยละ -3.42 อุตสาหกรรม

การเกษตรคิดลบร้อยละ -2.82 และเกษตรเพื่อการส่งออกคิดลบร้อยละ -9.45 การที่ภาคส่งออกซึ่งมีส่วนอยู่ในจีดีพีถึงร้อยละ 60 เมื่อมีการถดถอยจึงส่งผลกระทบเป็นลูกโซ่ต่อการจ้างงานที่ไม่เพิ่มขึ้น และมีแนวโน้มที่จะลดลง โดยการว่างงานเดือนตุลาคมอยู่ที่ร้อยละ 0.9 ขณะที่ภาคเกษตรอยู่ในสภาวะอ่อนแอจากราคาข้าวและยางที่ตกต่ำอย่างรุนแรงต่อเนื่องเป็นเวลา 2-3 ปี กระทบต่อภาคการบริโภคที่ขยายตัวอยู่ในอัตราต่ำประมาณร้อยละ 1.5 - 2.0 และเงินเฟ้อทั่วไปถึงขั้นคิดลบร้อยละ -0.9 ถึง -1.25 สันเขื่อนภาคธุรกิจมีการขยายตัวที่ชะลอตัวโดยเฉลี่ยขยายตัวได้ร้อยละ 4.0 – 5.0

ที่มา : บทวิเคราะห์ของ ดร.ธนิต โสรัตน์ สภาองค์การนายจ้างผู้ประกอบการค้าและอุตสาหกรรมไทย

ภาวะอุตสาหกรรมฉลากสินค้าพร้อมพิมพ์

ฉลากสินค้าพร้อมพิมพ์ (Preprinted Label) คือ ฉลากสินค้าที่พิมพ์ลงบนวัสดุพิมพ์แล้วและตัดเป็นรูปร่างตามการออกแบบพร้อมที่จะนำไปติดลงบนบรรจุภัณฑ์ สามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภทตามวิธีการติด ดังนี้

1. ฉลากติดเฉพาะตำแหน่ง (Spot Label) มีหลายประเภท อาทิเช่น

- ฉลากที่มีกาวในตัว (Self-Adhesive Label) คือ ฉลากที่มีการทา กาวไว้ก่อนด้านหลัง เมื่อยังไม่ใช้งานจะมีกระดาษปิดด้านที่ทา กาวไว้ก่อน ซึ่งกระดาษชนิดนี้จะมีลักษณะมัน ไม่ติดกับกาว เมื่อต้องการใช้ฉลากก็จะลอกกระดาษออก และนำไปติดลงบนบรรจุภัณฑ์ ฉลากประเภทนี้มีแนวโน้มและสัดส่วนการใช้งานที่เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากได้ถูกคิดค้นและพัฒนาขึ้นมาเพื่อตอบสนองจุดประสงค์และความต้องการทางด้านเทคนิคสำหรับบรรจุภัณฑ์ของลูกค้านำ โดยสามารถพัฒนาขึ้นมาทดแทนการพิมพ์ฉลากบนวัสดุบรรจุภัณฑ์โดยตรง หากลูกค้ามีการออกแบบโดยต้องการไม่เห็นขอบของฉลาก และคิดเนบไปกับบรรจุภัณฑ์ เสมือนไม่มีฉลาก หรือ Non Label Look ก็สามารถเลือกฉลากกาวชนิดนี้ที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อไม่ให้เห็นคราบกาวเกาะอยู่ได้ฉลาก
- ฉลากกระดาษที่ต้องทา กาวก่อนนำไปติดลงบนบรรจุภัณฑ์ (Glue Applied Label) คือ ฉลากกระดาษที่มีการพิมพ์และตัดขนาดมาเรียบร้อยแล้ว เมื่อต้องการใช้งานก็จะนำกาวมาทาที่ฉลากหรือบรรจุภัณฑ์ เป็นฉลากที่มีราคาถูก แต่มีข้อจำกัดในการพิมพ์และตกแต่ง คุณภาพงานพิมพ์ต่ำ ไม่ทนทานต่อน้ำและความชื้น เหมาะกับสินค้าที่มีมูลค่าไม่สูง เช่น อาหารกระป๋อง ขวดน้ำปลา ขวดซอสปรุงรส หรือ ฉลากที่ติดลงบนขวดแก้วที่ต้องการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycling bottles) โดยผ่านกระบวนการแช่ในสารละลายเคมีเพื่อให้ฉลากหลุดร่อนออกจากขวดโดยไม่ทิ้งคราบกาวซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้ในปัจจุบันการนำไปใช้งานมีน้อยลงมาก โดยการพัฒนาฉลาก Self-Adhesive Labels ที่มีคุณสมบัติดีกว่ามาใช้ทดแทนเพื่อให้เหมาะการใช้เป็นฉลากบนขวดที่ต้องการนำกลับมาใช้ใหม่หรือขวด Recycle มากยิ่งขึ้น ฉลากสามารถร่อนออกจากขวดได้ง่ายเมื่อผ่านการต้มล้างซึ่งจะไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- ฉลากแบบผนึกในแม่พิมพ์บรรจุภัณฑ์ (In-Mould Label) คือ ฉลากที่ติดกับบรรจุภัณฑ์ขณะขึ้นรูปบรรจุภัณฑ์นั้นในแม่พิมพ์ ฉลากประเภทนี้จะสามารถติดแนบสนิทเป็นเนื้อเดียวกับบรรจุภัณฑ์ ในปัจจุบันผลิตภัณฑ์หลายชนิดหันมาใช้ฉลากแบบผนึกในแม่พิมพ์บรรจุภัณฑ์ (In-Mould Label) มากขึ้น ซึ่งฉลากประเภทนี้สามารถเพิ่มพื้นที่ในการพิมพ์ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ทำให้ฉลากมีความสวยงามเรียบเนียนเป็นเนื้อเดียวกับตัวบรรจุภัณฑ์ ป้องกันสินค้าลอกเลียนแบบได้ โดยฉลากชนิดนี้สามารถเลือกใช้วัสดุที่เป็นพลาสติกชนิดเดียวกับพลาสติกที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์เพื่อให้สามารถง่ายต่อการรีไซเคิลได้ นอกจากนี้ฉลากยังมีความทนทานสูง ทนทานต่อการขีดข่วนและไม่หลุดลอก จากเหตุผลที่กล่าวมาทำให้การใช้ฉลากแบบผนึกในแม่พิมพ์บรรจุภัณฑ์ (In-Mould Label) มีแนวโน้มการใช้งานเพิ่มสูงขึ้นและครอบคลุมในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคหลายประเภท โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร เช่น อาหารแช่แข็ง, สินค้าประเภทสารเคมีที่ใช้ในบ้านเช่น น้ำยาล้างห้องน้ำ น้ำยาฟอกผ้าขาว เป็นต้น แต่ฉลากประเภทนี้จะมีข้อจำกัด

ในเรื่องของเทคโนโลยีการผลิตที่มีราคาค่อนข้างสูง โดยแม่พิมพ์ฉีดพลาสติกที่ใช้ขึ้นรูปบรรจุภัณฑ์ต้องถูกออกแบบมาเฉพาะสำหรับฉลากประเภทนี้ และต้องอาศัยอุปกรณ์เสริมที่ทำงานแบบอัตโนมัติเพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ทำให้ไม่คุ้มกับการลงทุนสำหรับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก ราคาสินค้ามีราคาสูงจึงไม่เหมาะกับสินค้าที่ผลิตในปริมาณน้อย แต่ถ้าผลิตจำนวนมากจะทำให้ราคาต่อหน่วยที่ถูกลง

2. ฉลากไม่มีกาวแบบห้อยหรือแขวน (Tag Label) เป็นฉลากสินค้าที่ไม่มีกาว (Non Adhesive Label) สำหรับห้อยแขวน (Tag Label) หรือเป็นฉลากแทรกในหีบห่อของบรรจุภัณฑ์ (Insert Label) เพื่อบอกข้อมูลรายละเอียดของสินค้าและวิธีการใช้เพิ่มเติม ทั้งนี้ฉลากแบบห้อยแขวนพบมากในผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม โดยเฉพาะถูกนำมาใช้กับผลิตภัณฑ์ชุดของขวัญ (Gift Set) เพื่อบอกข้อมูลในชุดของขวัญว่าประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ใดบ้าง ดังนั้นฉลากแบบห้อยแขวนนี้จึงได้รับการออกแบบและพิมพ์ออกมาอย่างสวยงามเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ แต่เนื่องจากผลิตภัณฑ์ชุดของขวัญไม่ได้เป็นสินค้าที่มีการผลิตครั้งละมากๆ แต่จะผลิตสำหรับเป็นของขวัญเนื่องในเทศกาลต่างๆ ดังนั้นปริมาณการใช้ฉลากประเภทนี้จึงไม่สูงมากนักและมีแนวโน้มการใช้ที่ค่อนข้างคงตัวในอนาคต

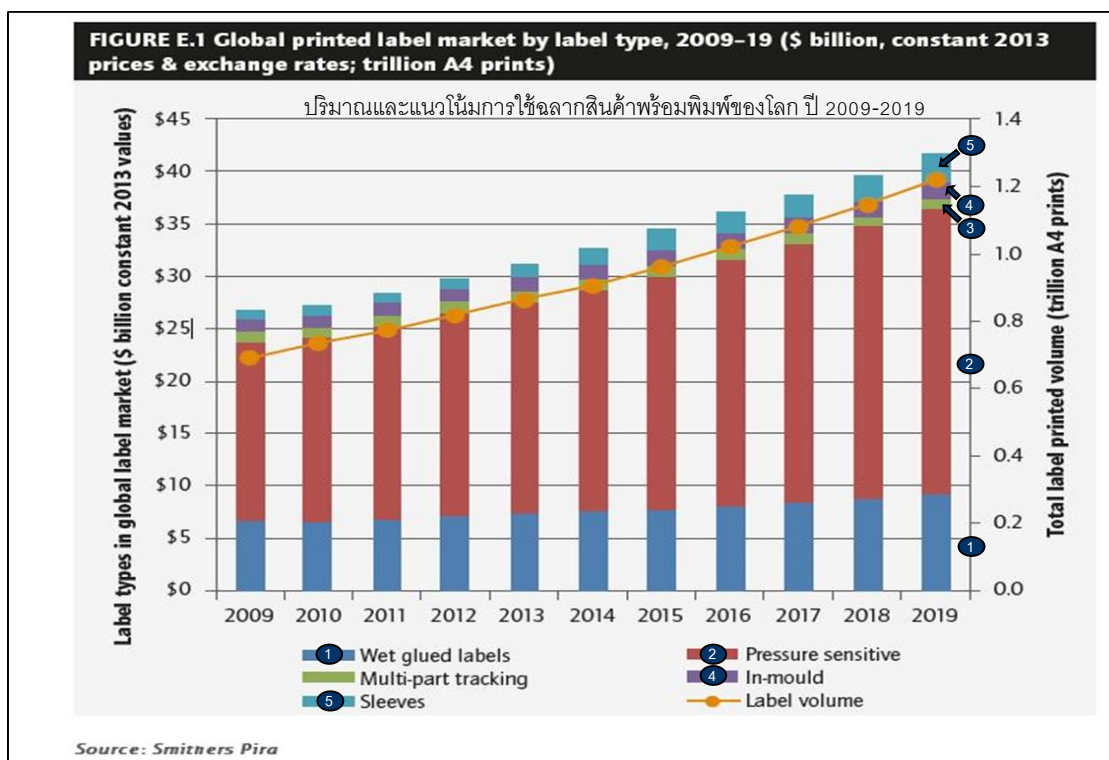
3. ฉลากติดแบบพันรอบ (Wrap around Label) คือ ฉลากที่นำมาพันรอบตัวบรรจุภัณฑ์ ปลายทั้งสองด้านของฉลากเชื่อมติดกันด้วยกาว ฉลากประเภทนี้มีข้อจำกัด คือ สามารถใช้ได้กับบรรจุภัณฑ์รูปทรงกระบอกเท่านั้น เนื่องจากบรรจุภัณฑ์รูปทรงกระบอกนี้สามารถใช้ได้กับเครื่องติดฉลากโดยพันรอบแนบไปกับบรรจุภัณฑ์ได้พอดีอย่างสวยงาม ไม่หลวมหลุดออก จากข้อจำกัดเรื่องรูปร่างของบรรจุภัณฑ์ทำให้ฉลากประเภทนี้ไม่เป็นที่นิยมกับสินค้าที่ต้องมีการออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีรูปร่างแปลกใหม่ จึงพบมากในสินค้าที่มีการผลิตเป็นจำนวนมากมีรูปร่างบรรจุภัณฑ์ที่ไม่หลากหลาย เช่น ขวดเครื่องดื่มต่างๆ เป็นต้น ทำให้ปริมาณการใช้ฉลากประเภทนี้มีแนวโน้มที่คงตัว

4. ฉลากฟิล์มหด (Shrink Sleeve Label) คือ ฉลากพลาสติกที่เมื่อโดนความร้อนแล้วจะหดแนบไปกับผิวของบรรจุภัณฑ์ วัสดุที่ทำฉลากต้องเป็นฟิล์มพลาสติกที่หดตัวเมื่อได้รับความร้อน เป็นที่น่าสังเกตว่า บรรจุภัณฑ์ประเภทขวดที่ใช้บรรจุอาหารเหลวเช่น เครื่องดื่มชาเขียว ซอสปรุงรส ฯลฯ ผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภคเช่น สบู่เหลว แชมพู โลชั่นทาผิว ฯลฯ และของใช้ในครัวเรือน เช่น น้ำยาล้างจาน น้ำยาปรับผ้านุ่ม ฯลฯ นิยมใช้ฉลากอยู่ 2 ประเภทหลัก คือ ฉลากที่มีกาวในตัว และ ฉลากฟิล์มหด ทั้งนี้ฉลากฟิล์มหดสามารถห่อหุ้มได้รอบบรรจุภัณฑ์ ทำให้มีพื้นที่ในการพิมพ์มากกว่า แต่บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ฉลากฟิล์มหดหุ้มจะมีสีที่เงางามน้อยกว่า เนื่องจากการพิมพ์บนพื้นของฟิล์มหดและฉลากฟิล์มหดไม่สามารถตกแต่งด้วยการปั๊มฟอยล์ (Foil Stamping) เฉพาะตำแหน่งให้เกิดความมั่นใจได้

นอกจากนี้ ค่าใช้จ่ายในการประกอบฉลากฟิล์มหดเข้ากับบรรจุภัณฑ์หรือค่าใช้จ่ายในการสวมและหดขวดจะสูงกว่าค่าติดฉลากกาวในตัว เนื่องจากเครื่องจักรอัตโนมัติที่สวมและให้ความร้อนแก่ฉลากมีราคาเครื่องที่แพงกว่าเครื่องติดฉลากกาว ประกอบกับ ฉลากฟิล์มหดนิยมพิมพ์ด้วยระบบกราฟิกรีดซึ่งต้องพิมพ์ครั้งละมากๆ หากสั่งซื้อฉลากในปริมาณน้อยจะทำให้ราคาต่อหน่วยสูงขึ้นอย่างชัดเจน

จากเหตุผลที่กล่าวมา สินค้าที่วางขายในระดับพรีเมียม เช่น กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามจึงเลือกใช้ฉลากที่มีกาวในตัว แต่สินค้าหลายชนิดที่วางขายในระดับปานกลางจะเลือกใช้ฉลากฟิล์มหดและใช้กับผลิตภัณฑ์บรรจุในขวดรูปทรงเฉพาะเพื่อสร้างจุดเด่นและความแตกต่างเมื่ออยู่บนชั้นวางขาย จึงทำให้ปริมาณการใช้ฉลากฟิล์มหดยังคงมีแนวโน้มขยายตัวในอนาคต

จากการศึกษาข้อมูลพบว่า แนวโน้มของตลาดฉลากสินค้าพร้อมพิมพ์ทั่วโลกเมื่อแบ่งตามประเภทของฉลากสินค้าพบว่า ในปี 2556-2558 ฉลากสินค้าที่มีกาวในตัวมีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุดที่ร้อยละ 63.49, ร้อยละ 63.72, และร้อยละ 64.08 ตามมาด้วยฉลากสินค้าที่ต้องทาากก่อนนำไปติดบนบรรจุภัณฑ์ในสัดส่วนร้อยละ 23.81, ร้อยละ 23.17, และร้อยละ 22.13 และฉลากประเภทอื่นๆ เช่นฉลากฟิล์มหด และฉลากแบบผนึกในแม่พิมพ์บรรจุภัณฑ์ (In-Mould Label) ร้อยละ 12.69, ร้อยละ 13.11 และร้อยละ 13.79 ตามลำดับ ดังแสดงได้จากแผนภูมิแท่งดังนี้



(ที่มา : Smithers Pira December 2014)

จากแผนภาพข้างต้นแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มปริมาณการใช้ฉลากสินค้าที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และยังมีสัดส่วนการใช้งานมากที่สุด เนื่องจากฉลากประเภทนี้ได้มีการพัฒนาจนมีคุณสมบัติและคุณภาพที่ทัดเทียมจนสามารถนำไปใช้ทดแทนฉลากประเภทอื่นๆ ได้

ทั้งนี้จากการสอบถามทางผู้บริหารบริษัท บริษัทได้ทำการเก็บรวบรวมและศึกษาข้อมูลทั้งจากของบริษัทเองและกลุ่มเก็บตัวอย่างจากบริษัทที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมฉลากสินค้า พบว่าภาวะอุตสาหกรรมฉลากสินค้าพร้อมพิมพ์ในประเทศไทย ในปี 2556-2558 มีมูลค่าประมาณ 7,938 ล้านบาท 8,002 ล้านบาท และ 8,322.56 ล้านบาท ตามลำดับ บริษัทได้ประมาณการส่วนแบ่งตลาดของฉลากสินค้าที่มีแนวโน้มอยู่ในสัดส่วนประมาณร้อยละ 75 ของมูลค่าตลาดฉลากสินค้าพร้อมพิมพ์ของประเทศไทยในปี 2556 – 2558 ตามลำดับ โดยฉลากที่มีแนวโน้มมีมูลค่าประมาณ 5,954 ล้านบาท 6,001 ล้านบาท และ 6,241 ล้านบาท ตามลำดับ ซึ่งการคาดการณ์ดังกล่าวอ้างอิงจากประมาณการผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศและอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยซึ่งประมาณการโดยธนาคารแห่งประเทศไทยเมื่อเดือนธันวาคม 2557

จากการวิเคราะห์รายได้ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของบริษัทในกลุ่มผู้ผลิตฉลากสินค้าพร้อมพิมพ์ในประเทศไทย จะเห็นว่าแนวโน้มตลาดฉลากสินค้าคุณภาพสูงมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น สาเหตุสำคัญเนื่องจากกระแสความนิยมฉลากสินค้าคุณภาพสูงในต่างประเทศเริ่มเข้ามาในประเทศไทย ประกอบกับผู้บริโภคให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามมากขึ้น ดังนั้น การทำฉลากสินค้าที่มีคุณภาพดี สีสันสดใส จะทำให้สินค้ามีความโดดเด่นและดึงดูดผู้บริโภคได้ง่าย นอกจากนี้ ยังช่วยลดต้นทุนการผลิตโดยผู้ผลิตสินค้าไม่จำเป็นต้องผลิตบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะเหมือนกันแต่มีหลายหลายหรือสีที่แตกต่างกันเกินไปเป็นจำนวนมาก

สินค้าของบริษัทเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับสินค้าประเภทบรรจุภัณฑ์โดยบริษัทมีรายได้หลักมาจากกลุ่มลูกค้าในธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม โดยมีสัดส่วนการขายมากกว่าร้อยละ 89 ของยอดขายรายทั้งหมดในช่วง 3 ปีย้อนหลังที่ผ่านมา ซึ่งลูกค้าที่เป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้และการออกแบบฉลากสินค้าให้สวยงามสะดุดตาผู้บริโภค ดังนั้นอัตราการเติบโตของธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามจะมีผลต่อปริมาณการใช้ฉลากสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งฉลากสินค้าประเภทที่มีแนวโน้มในตัว ซึ่งเป็นฉลากที่สามารถตอบโจทย์การใช้งานของธุรกิจประเภทนี้

ภาวะอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์

ในปัจจุบันพบว่า ลูกค้านิยมเลือกใช้ฉลากสินค้าพร้อมพิมพ์ เนื่องจากมีความคมชัดและคุณภาพในการพิมพ์สูง, สามารถออกแบบและตกแต่งให้สวยงามตามที่ต้องการ, หากพบความผิดพลาดของฉลากหลังกระบวนการพิมพ์ สามารถลอกฉลากออกจากบรรจุภัณฑ์และติดฉลากใหม่ได้, และสามารถลดต้นทุนสินค้าคงคลังของบรรจุภัณฑ์โดยสินค้าที่อยู่ในสายผลิตภัณฑ์เดียวกันสามารถใช้บรรจุภัณฑ์เดียวกันแต่แบ่งบอกความแตกต่างของแต่ละ SKU (Stock Keeping Unit) ผ่านการติดฉลากสินค้าพร้อมพิมพ์ที่ได้รับการออกแบบมาให้แตกต่างกัน

นอกจากนี้ฉลากสินค้าพร้อมพิมพ์ยังได้ถูกคิดค้นและปรับปรุงคุณภาพในตัววัตถุดิบของวัสดุพิมพ์จนสามารถปิดสนิทแนบไปกับพื้นผิวของบรรจุภัณฑ์ได้อย่างสวยงามเสมือนพิมพ์ลงบนบรรจุภัณฑ์โดยตรง

การพิมพ์ฉลากบนวัสดุบรรจุภัณฑ์โดยตรง (Direct printed label) เป็นกระบวนการพิมพ์โดยผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ โดยผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์มีส่วนร่วมในออกแบบและเลือกการพิมพ์ที่เหมาะสมกับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์และความต้องการจากลูกค้า เพื่อให้ได้ออกมาเป็นบรรจุภัณฑ์สำเร็จรูปสำหรับเข้าสู่กระบวนการบรรจุต่อไป ดังนั้นการพิมพ์ฉลากบนวัสดุบรรจุภัณฑ์โดยตรงจึงจัดเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์

การพิมพ์ฉลากบนวัสดุบรรจุภัณฑ์โดยตรง สามารถประหยัดต้นทุนเนื่องจากมีค่าใช้จ่ายถูกกว่าฉลากสินค้าพร้อมพิมพ์ และลดระยะเวลาในการติดฉลากในกระบวนการผลิตของลูกค้า แต่มีข้อจำกัดในการออกแบบและการพิมพ์ฉลาก สามารถพิมพ์จำนวนได้น้อยลง คุณภาพการพิมพ์ต่ำ ส่งผลให้ภาพลักษณ์ของสินค้าอาจดูด้อยค่าลง มีพื้นที่ในการพิมพ์จำกัด(Printing Area) นอกจากนี้ยังมีความยืดหยุ่นต่อการใช้งานและต่อการบริหารคลังสินค้าต่ำ ลูกค้าต้องแบกรับต้นทุนสินค้าคงคลังของบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากบรรจุภัณฑ์แต่ละ SKU ไม่สามารถใช้ร่วมกันได้

รายงานสถิติปริมาณการผลิต การจำหน่าย มูลค่าการนำเข้าและส่งออกบรรจุภัณฑ์

		2555	2556	2557	2558
บรรจุภัณฑ์พลาสติก	ปริมาณการผลิต (ตัน)	1,411,832	1,519,995	1,562,436	1,617,121
	YoY (%)	-2.16	7.66	2.79	3.50
	ปริมาณการจำหน่าย (ตัน)	1,051,460	1,131,017	1,142,576	1,182,566
	YoY (%)	-2.59	7.57	1.02	3.50
	มูลค่าการนำเข้า (ลบ)	16,663	15,377	17,166	17,011
	YoY (%)	9.76	-7.72	11.63	-0.90
บรรจุภัณฑ์กระดาษ	มูลค่าการส่งออก (ลบ)	30,812	32,175	35,943	34,613
	YoY (%)	8.74	4.43	11.71	-3.70
บรรจุภัณฑ์แก้ว	ปริมาณการผลิต (ตัน)	1,978,438	2,065,521	2,134,556	2,187,920
	YoY (%)	-1.96	4.40	3.34	2.50
	ปริมาณการจำหน่าย (ตัน)	2,044,691	2,065,450	2,134,943	2,181,912
	YoY (%)	0.75	1.02	3.36	2.20
	มูลค่าการนำเข้า (ลบ)	3,888	4,212	5,192	5,052
	YoY (%)	-21.72	8.33	23.27	-2.70
บรรจุภัณฑ์โลหะ	มูลค่าการส่งออก (ลบ)	5,676	5,642	5,957	6,851
	YoY (%)	24.91	-0.60	5.58	15.00
บรรจุภัณฑ์กระดาษ	ปริมาณการผลิต (ตัน)	1,380,291	1,259,969	1,018,060	967,157
	YoY (%)	7.31	-8.72	-19.20	-5.00
	ปริมาณการจำหน่าย (ตัน)	1,355,255	1,220,018	1,044,952	992,705
	YoY (%)	6.75	-9.98	-14.35	-5.00
	มูลค่าการนำเข้า (ลบ)	3,951	1,939	1,423	1,353
	YoY (%)	247.89	-50.93	-26.60	-4.90
บรรจุภัณฑ์พลาสติก	มูลค่าการส่งออก (ลบ)	1,066	1,524	1,626	1,224
	YoY (%)	-19.39	42.94	6.67	-24.70
บรรจุภัณฑ์กระดาษ	ปริมาณการผลิต (ตัน)	559,372	526,549	465,722	437,778
	YoY (%)	-0.38	-5.87	-11.55	-6.00
	ปริมาณการจำหน่าย (ตัน)	475,628	457,255	418,167	393,077
	YoY (%)	-0.71	-3.86	-8.55	-6.00
	มูลค่าการนำเข้า (ลบ)	9,504	5,765	5,311	5,252
	YoY (%)	132.03	-39.35	-7.86	-1.11
บรรจุภัณฑ์โลหะ	มูลค่าการส่งออก (ลบ)	9,529	9,081	9,672	14,025
	YoY (%)	17.66	-4.70	6.51	45.00

ที่มา: รายงานสภาวะอุตสาหกรรม บรรจุภัณฑ์รายปี ประจำปี 2558 ข้อมูลจากสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมกรมศุลกากรและกระทรวงพาณิชย์

บรรจุภัณฑ์พลาสติก

ปี 2558 คาดว่าปริมาณการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกรวมประมาณ 1,617,121 ตัน และจะมีปริมาณการจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกรวมประมาณ 1,182,566 ตัน โดยอัตราการขยายตัวสำหรับปริมาณการผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกในปี 2558 เทียบกับปีก่อนจะเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 3.5 ซึ่งอัตราการขยายตัวสูงกว่าปีก่อนเพียงเล็กน้อยสืบเนื่องจากภาวะทางเศรษฐกิจในภาพรวมที่ยังไม่ฟื้นตัวและยังมีความเสี่ยงที่อัตราการขยายตัวภาคการผลิตจะต่ำกว่าที่คาดแต่ก็ยังมิผลบวกจากแนวโน้มความต้องการสินค้าในหมวดต่างๆ ที่คาดว่าจะสูงขึ้นในช่วงปลายปี ทั้งนี้การใช้งาน

บรรจุภัณฑ์พลาสติกทั้งกลุ่มบรรจุภัณฑ์พลาสติกอ่อนตัวและพลาสติกคงรูป เช่น กลุ่มขวดพลาสติกสำหรับเครื่องดื่มและสินค้าอุปโภคบริโภคอื่นๆ ขึ้นกับการบริโภคภายในประเทศและการส่งออกสินค้า เช่น กลุ่มอาหารแช่แข็งและอาหารแปรรูปต่างๆ ซึ่งยังคงทรงตัวในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2558 แต่ยังคงมีแนวโน้มขยายตัวได้จากความต้องการสินค้าในหมวดอาหารและเครื่องดื่มที่น่าจะขยายเพิ่มขึ้น ได้เล็กน้อยในช่วงไตรมาสที่ 4 ของปี 2558 ประเมินการอัตราการขยายตัวของการผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกในปี 2558 คาดว่าจะใกล้เคียงกับค่าประมาณการอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจประเทศไทยโดยธนาคารแห่งประเทศไทยที่ได้รายงานว่า “อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของปี 2558 ลดลงมาอยู่ที่ร้อยละ 3.0 ขณะที่ประมาณการของปี 2559 อยู่ที่ร้อยละ 4.1” ทั้งนี้ความผันผวนของต้นทุนวัตถุดิบทำให้ยากต่อการแข่งขันกับคู่ค้าในตลาดต่างประเทศ

บรรจุภัณฑ์กระดาษ

ปี 2558 บรรจุภัณฑ์กระดาษมีแนวโน้มขยายตัวเล็กน้อย โดยมีปริมาณการผลิตรวมทั้งปี ประมาณ 2,187,920 ตัน

และปริมาณการจำหน่ายรวมประมาณ 2,181,912 ตัน ทั้งนี้เมื่อเทียบกับปีก่อนปริมาณการผลิตและจำหน่ายเพิ่มขึ้นประมาณ 53,364 ตัน และ 46,969 ตัน คิดเป็นร้อยละ 2.5 และ 2.2 ตามลำดับ การใช้งานบรรจุภัณฑ์กระดาษหลักๆ คือ บรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษลูกฟูกเพื่อการขนส่งและบรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษแข็งเพื่อการขายปลีกตามลำดับ เนื่องจากภาชนะบรรจุกล่องกระดาษลูกฟูกนั้นมีสัดส่วนการใช้งานรวมประมาณ 70% ของปริมาณการผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษทั้งหมด อีกทั้งบรรจุภัณฑ์ กล่องกระดาษลูกฟูกมักจะใช้เพื่อการขนส่งจึงได้รับผลกระทบค่อนข้างมากจากการลดลงของการส่งออกสินค้าต่างๆ ในปี 2558 ทำให้ปริมาณการผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์กระดาษในภาพรวมไม่สูงอย่างที่คาดการณ์ สำหรับบรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษแข็ง สามารถใช้งานในการบรรจุผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายเพื่อการขายปลีกทั้งกลุ่มอาหารแปรรูป ยาและเวชภัณฑ์ สินค้าอุปโภคบริโภคต่างๆ หรือกลุ่มสินค้าของเล่นเด็กและสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ยังคงมีความต้องการใช้งานโดยรวมค่อนข้างมากและได้รับผลกระทบน้อยกว่า

บรรจุภัณฑ์ขวดแก้ว

ปี 2558 ปริมาณการผลิตและจำหน่ายรวมเท่ากับ 967,157 ตันและ 992,705 ตันตามลำดับ และคาดว่าปริมาณการผลิตและจำหน่ายจะลดลงเล็กน้อยที่ประมาณร้อยละ 5 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มของขวดแก้วขนาดเล็กที่ใช้บรรจุสินค้า เช่น เครื่องสำอาง หรือสารเคมี ในขณะที่ขวดแก้วสำหรับบรรจุสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น ซอสปรุงรส หรือ เครื่องดื่ม ยังคงมีปริมาณการใช้งานที่ ส่วนมูลค่าการนำเข้าและส่งออกนั้นพบว่า มูลค่าการส่งออกจะลดลงถึงร้อยละ 24.7 เมื่อเทียบกับปีก่อน ส่วนมูลค่าการนำเข้าลดลงประมาณร้อยละ 4.9 การนำเข้าส่งออก บรรจุภัณฑ์ขวดแก้วนั้นมีมูลค่าค่อนข้างน้อยจากข้อจำกัดในการขนส่งที่มีน้ำหนักมากและเปลืองพื้นที่จึงมักเป็นการจำหน่ายบริเวณชายแดนและนำเข้าในกลุ่มขวดแก้ว สำหรับยาและสารเคมีคุณภาพสูง

บรรจุภัณฑ์โลหะ

ปี 2558 บรรจุภัณฑ์โลหะคาดว่าจะมีการผลิตและจำหน่ายโดยรวมประมาณ 437,778 ตัน และ 393,077 ตันตามลำดับ โดยจะมีปริมาณการผลิตและจำหน่ายลดลงจากปีที่ผ่านมาประมาณร้อยละ 6 สาเหตุหลัก คือ การลดลงของการส่งออกอาหารบรรจุกระป๋อง การขาดแคลนวัตถุดิบ ปัญหาแรงงาน ความอ่อนแอของเศรษฐกิจในยุโรป สหรัฐอเมริกาและจีน ทั้งนี้บรรจุภัณฑ์กระป๋องโลหะที่มีการใช้งานเป็นหลักคือกระป๋องเหล็กเคลือบดินบุกและกระป๋องอะลูมิเนียม สำหรับกลุ่มอาหาร บรรจุกระป๋องจะใช้กระป๋องเหล็กเคลือบดินบุกเป็นหลัก ซึ่งในปี 2558 อุตสาหกรรม บรรจุภัณฑ์กระป๋องมียอดการผลิตและจำหน่ายที่ลดลง เนื่องจากได้รับผลกระทบหลักจากการผลิตอาหารบรรจุกระป๋องที่ลดลง นอกจากนี้ การเปลี่ยนจากบรรจุภัณฑ์ กระป๋องเป็นบรรจุภัณฑ์ retort pouch สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารบางประเภทก็ยังคงเป็นปัจจัยเสริม อย่างไรก็ตามในส่วนของกระป๋องอะลูมิเนียมมีการใช้งานที่เพิ่มขึ้นในปีนี้ โดยการใช้งานมักบรรจุเครื่องดื่ม เช่น น้ำอัดลม เบียร์ หรือกาแฟพร้อมดื่ม อย่างไรก็ตามกระป๋อง

อะลูมิเนียมมีส่วนการใช้งานค่อนข้างน้อยในหมวดเครื่องดื่มน้ำ กอปรกับมีน้ำหนักรุนแรงจึงมีผลน้อยต่อการเพิ่มขึ้นของปริมาณการผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์กระป๋อง

ที่มา: รายงานสภาวะอุตสาหกรรม บรรจุภัณฑ์รายปี ประจำปี 2558 ข้อมูลจากสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมกรมอุตสาหกรรมและกระทรวงพาณิชย์

2.5 การจัดหาผลิตภัณฑ์

2.5.1 การผลิตและกำลังการผลิต

ปัจจุบัน บริษัทมีโรงงานผลิตฉลากสินค้าและงานพิมพ์ 1 แห่ง อยู่เลขที่ 19 หมู่ที่ 10 ตำบลคลองสี่ อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี โดยมีรายละเอียดของอัตราการใช้กำลังการผลิตของโรงงานดังนี้

กำลังการผลิต	2556	2557	2558
กำลังการผลิตเต็มที่ ¹⁾ (หน่วย : พัน ตร.ม.) (เวลาทำงาน 16 และ 24 ชม.ต่อวัน, 6 วันต่อสัปดาห์รวม 312 วัน/ปี)	6,750	7,182	7,594
ปริมาณการผลิตจริง (พัน ตร.ม.)	5,543	6,182	5,502
อัตราการใช้กำลังการผลิต(%)	82.12%	86.07%	72.45%
ปริมาณการผลิตปีนี้เทียบกับปีก่อน(+,-%)	+5.84%	+11.53%	-11.00%

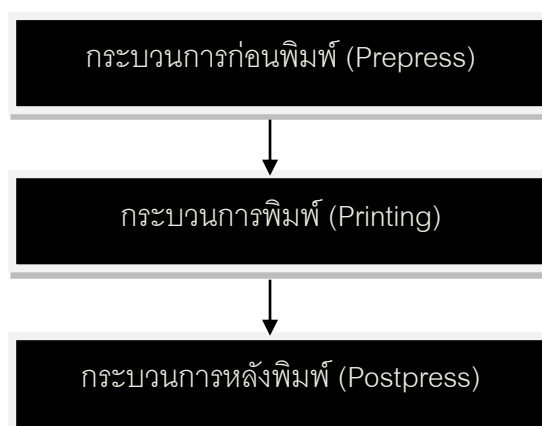
หมายเหตุ :

- 1) คำนวณกำลังการผลิตจากระยะเวลาการทำงาน 16 ชม.ต่อวันและ 24 ชม.ต่อวันตามแผนการจัดกำลังการผลิตประจำปีในแต่ละปี (1 กะ มี 8 ชั่วโมง)

2.5.2 กระบวนการผลิตเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

บริษัทมีการบริหารจัดการและควบคุมกระบวนการผลิตโดยบุคลากรที่เชี่ยวชาญในทุกขั้นตอน เพื่อสายการผลิตที่มีประสิทธิภาพให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ลดปริมาณของเสียจากกระบวนการผลิตให้น้อยที่สุด โดยบริษัทมีกระบวนการผลิตดังนี้

กระบวนการผลิตเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์



1) กระบวนการก่อนพิมพ์ (Prepress)

เป็นกระบวนการเตรียมงานก่อนกระบวนการพิมพ์ เริ่มจากการติดต่อประสานงาน รับแบบมาจากลูกค้า จัดแบบ ตกแต่งภาพ พิสูจน์อักษร การแยกสีเพื่อจัดเตรียมหมึกพิมพ์ การทำแม่พิมพ์ รวมถึงการตรวจสอบรูปแบบและสีพิมพ์ (Proof) โดยเมื่อบริษัทได้รับไฟล์งานที่ออกแบบจากลูกค้า บริษัทจะจัดทำตัวอย่างงานพิมพ์จากไฟล์งานที่ได้รับ มาให้ลูกค้าตรวจสอบก่อนการทำแม่พิมพ์จริง เพื่อป้องกันไม่ให้แม่พิมพ์ที่ทำออกมามีความผิดพลาดไม่เป็นไปตามต้องการของลูกค้า และให้ลูกค้าตรวจสอบรูปแบบและสีของงานพิมพ์จริงก่อนดำเนินการผลิต(Print Proof) ซึ่งลูกค้าจะต้องมีการลงนามยอมรับ เพื่อป้องกันในประเด็นเรื่องสินค้าที่ผลิตออกมาไม่เป็นไปตามข้อกำหนด เป็นการลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ให้กับทั้งบริษัทและลูกค้า

ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้งานพิมพ์ออกมามีคุณภาพ คือ คุณภาพของแม่พิมพ์ โดยบริษัทมีระบบการผลิตแม่พิมพ์แบบ CTP (Computer to Plate) คือ การทำแม่พิมพ์เพลทโดยตรงจากการป้อนไฟล์ข้อมูลเข้าสู่คอมพิวเตอร์ ซึ่งระบบการผลิตแม่พิมพ์แบบ CTP นี้ช่วยลดขั้นตอนและปัญหาต่างๆของการทำเพลทด้วยระบบเดิม เป็นการทำงานด้วยระบบดิจิทัลทั้งระบบ ตัดขั้นตอนการทำฟิล์มทั้งหมด แม่พิมพ์ที่ได้จะมีคุณภาพสูงและคงที่สม่ำเสมอ

2) กระบวนการพิมพ์ (Printing)

เป็นขั้นตอนของการพิมพ์ บริษัทมีเทคโนโลยีการพิมพ์และเทคโนโลยีตกแต่งพื้นผิวของงานพิมพ์ที่ทันสมัย มีเครื่องจักรทั้งระบบป้อนแผ่น(Sheet) และป้อนม้วน(Roll) ที่ครบวงจรสามารถผสมผสานระบบการพิมพ์และการตกแต่งพื้นผิวหลายระบบได้ในเครื่องเดียว (All-in-One) พร้อมทั้งมีหน่วยลบขาว(Glue Killer) ภายในเครื่องเพื่อลบขาวในพื้นที่ส่วนที่ไม่ต้องการออก ส่งผลให้สินค้าที่ผลิตออกมามีคุณภาพ มีความละเอียดและความสวยงาม ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบถ้วน

เทคโนโลยีการพิมพ์ของบริษัท

1. ระบบการพิมพ์เลตเตอร์เพรส (Letter Press) เป็นระบบการพิมพ์พื้นนูน คือ แม่พิมพ์ส่วนที่เป็นภาพหรือข้อความจะนูนสูงขึ้นมาจากพื้นส่วนอื่นๆของแม่พิมพ์คล้ายตราประทับ ส่วนที่นูนสูงขึ้นมานี้เมื่อได้รับหมึกแล้วก็จะสามารถพิมพ์ลงบนวัสดุพิมพ์ได้โดยตรงทันที เทคโนโลยีการพิมพ์นี้เป็นเทคโนโลยีระบบแรกของบริษัทได้ลงทุนติดตั้งเครื่องจักรสำหรับการพิมพ์ฉลากสติ๊กเกอร์และยังคงมีการใช้ระบบนี้ในการผลิตมาจนถึงปัจจุบัน
2. ระบบการพิมพ์เฟล็กโซกราฟี (Flexography) เป็นระบบการพิมพ์พื้นนูนที่พัฒนามาจากระบบการพิมพ์เลตเตอร์เพรส สามารถพิมพ์ลงบนวัสดุได้หลากหลาย สามารถเลือกสีพิมพ์พิเศษได้ตามความต้องการ เช่น สีเฉดต่างๆ ตามแพนโทน (Pantone) หรือสีเมทาลิก เป็นต้น
3. ระบบการพิมพ์กราเวียร์ (Gravure) เป็นระบบการพิมพ์แบบพื้นลึก คือ แม่พิมพ์ในส่วนที่เป็นภาพจะเป็นร่องลึกลงไปจากพื้นผิวของแม่พิมพ์ ทั้งนี้แม่พิมพ์ระบบดังกล่าวจะมีราคาสูงมากกว่าระบบอื่นแต่ให้งานพิมพ์ที่มีคุณภาพสูง
4. ระบบการพิมพ์ออฟเซต (Offset) เป็นระบบการพิมพ์พื้นราบ แม่พิมพ์เป็นแบบผิวระนาบ โดยแม่พิมพ์จะรับหมึก แล้วถ่ายทอดภาพไปยังตัวกลาง คือ ผ้ายาง แล้วจึงถ่ายหมึกลงไปยังวัสดุพิมพ์อีกที โดยมีลูกกลิ้งยางอีกหนึ่งลูกคอยกดทำให้เกิดภาพ ทำให้สามารถพิมพ์ได้เรียบเนียนและติดสีได้แน่น เหมาะสำหรับงานพิมพ์ที่มีความละเอียดสูงมาก หากมีการควบคุมคุณภาพที่ดี จะได้งานพิมพ์ที่เหมือนจริงมาก
5. ระบบการพิมพ์ซิลค์ สกรีน (Silk screen) เป็นการพิมพ์โดยใช้แม่พิมพ์พื้นลึกลง เหมาะสำหรับภาพหรือตัวอักษรที่ต้องการเน้นให้เด่นชัดขึ้นมาได้อย่างมีมิติ

6. ระบบการพิมพ์ดิจิทัล (Digital printing) เป็นเทคโนโลยีการพิมพ์ที่ไม่ต้องใช้แม่พิมพ์ โดยเครื่องพิมพ์จะรับไฟล์งานจากคอมพิวเตอร์มาพิมพ์ได้เลยโดยตรง ทำให้สามารถลดต้นทุนจากการทำแม่พิมพ์ เป็นผลให้บริษัทสามารถเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในด้านราคาสำหรับลูกค้าที่มีปริมาณการสั่งซื้อไม่มากนัก

3) กระบวนการหลังการพิมพ์ (Post Press)

งานพิมพ์ที่พิมพ์เสร็จสิ้นแล้ว โดยทั่วไปยังไม่สมบูรณ์เป็นชิ้นงานตามที่ต้องการ จึงต้องผ่านกระบวนการหลังการพิมพ์ตกแต่งเพื่อให้มีพื้นผิวสวยงามตามที่ต้องการ เมื่อได้ผลิตภัณฑ์สำเร็จตามที่ต้องการ จะทำการตรวจสอบคุณภาพ แล้วแบ่งบรรจุหีบห่อพร้อมส่งไปยังจุดหมายปลายทางต่อไป

เทคโนโลยีงานตกแต่งพื้นผิวของงานพิมพ์

1. งานเคลือบผิว (Coating) เป็นการเคลือบเพื่อให้พื้นผิวของแผ่นพิมพ์มีความมันเงา สามารถเคลือบได้ทั้งแผ่นโดยเคลือบผิวกระดาษด้วยฟิล์มพลาสติกใสที่มีความมันวาวหรือมีผิวด้าน (Laminating) หรือเคลือบเฉพาะบริเวณที่ต้องการ โดยน้ำยาเคมี เช่น เคลือบเงาตัวอักษรที่สำคัญหรือภาพที่ต้องการเน้นซึ่งจะช่วยให้งานพิมพ์นั้นดูโดดเด่น มีสีสันอยู่ตลอดเวลาและป้องกันละอองน้ำและรอยที่เกิดจากการขีดข่วน
2. การรีด/ปั๊มแผ่นฟอยล์ (Hot/Cold Stamping) เป็นการปั๊มแผ่นฟอยล์ไปติดลงบนชิ้นงานตามรูปแบบที่ปั๊ม มีทั้งการปั๊มฟอยล์เงิน/ทอง, ฟอยล์สีต่าง ๆ, ฟอยล์ลวดลายต่าง ๆ และฟอยล์ฮาโลแกรม เป็นต้น ทั้งนี้บริษัทมีเทคโนโลยีในการตกแต่งแบบการรีด/ปั๊มแผ่นฟอยล์ทั้งแบบ Hot Stamping และ Cold Stamping เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดย Hot Stamping จะต้องให้ความร้อนแก่แม่พิมพ์โลหะเพื่อกดทับและปั๊มแผ่นฟอยล์เงิน/ทองลงให้ติดผิววัสดุพิมพ์เช่น กระดาษ เพื่อเกิดภาพตามแม่พิมพ์ ฟอยล์ที่ใช้จึงต้องมีคุณสมบัติที่สามารถติดยึดบนวัสดุพิมพ์ได้โดยความร้อนสูง ส่วน Cold Stamping ไม่ต้องอาศัยความร้อนและไม่ต้องใช้แม่พิมพ์โลหะ แต่จะใช้ระบบพิมพ์ลายภาพที่ต้องการด้วยหมึกสีที่แห้งตัวด้วยยูวีซึ่งจะทำหน้าที่เป็นกาวยึดติดกับฟอยล์ จากนั้นจึงผ่านกระบวนการกดทับฟอยล์ เพื่อให้ฟอยล์ยึดเกาะพื้นผิวของกระดาษได้ตามลายภาพที่พิมพ์ด้วยหมึกยูวีสี ซึ่ง Cold Stamping จะให้ภาพที่มีคุณภาพความคมชัดดีกว่า Hot Stamping แต่ Cold Stamping มีราคาที่ถูกกว่า และสามารถตกแต่งลงบนวัสดุได้หลากหลายกว่า เนื่องจาก Cold Stamping ไม่ใช้ความร้อนจึงไม่มีปัญหาเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากพลาสติกซึ่งไวต่อความร้อน
3. การปั๊มนูน/ปั๊มลึก (Embossing/Debossing) เป็นการปั๊มให้ชิ้นงานบริเวณที่ต้องการนูนขึ้นหรือลึกลงจากผิวเป็นรูปร่างตามแบบปั๊ม เช่นการปั๊มนูนตัวอักษร สัญลักษณ์ เป็นต้น

2.5.3 มาตรฐานและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ

บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานอุตสาหกรรม ISO 9001 : 2008 มาตรฐานสำหรับระบบบริหารคุณภาพ (Quality Management System, QMS) และ ISO 14001 : 2004 มาตรฐานสำหรับระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม โดยได้รับการรับรองจาก Bureau Veritas Certification (Thailand) Limited ส่งผลให้ลูกค้าเชื่อมั่นได้ว่าบริษัทจะผลิตสินค้าที่มีคุณภาพเป็นไปตามระบบบริหารคุณภาพและมีระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานสากลที่เป็นที่ยอมรับ

นอกจากนี้บริษัทยังผลิตสินค้าที่สอดคล้องและได้รับการรับรองตามมาตรฐานข้อกำหนดต่างๆตามที่ลูกค้ากำหนดยกตัวอย่าง เช่น

- RoHs (Restriction on Hazardous Substances) คือ ข้อกำหนดการจำกัดการใช้สารอันตรายของสหภาพยุโรป (EU) ซึ่งบังคับใช้กับสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิดที่ซื้อขายกันในสหภาพยุโรป (EU)

- REACH Regulation (Registration, Evaluation, Authorization and Restriction of Chemicals) คือกฎหมายที่ใช้ควบคุมการใช้สารเคมีในสหภาพยุโรป โดยผู้ประกอบการ ได้แก่ ผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้จำหน่าย และผู้ใช้ปลายทาง ต้องรับผิดชอบเกี่ยวกับความปลอดภัยในการใช้สารเคมีที่มีการผลิต จำหน่าย หรือนำไปใช้ในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ผลิตและจำหน่ายในสหภาพยุโรป โดยจะต้องมีการศึกษาประเมินคุณสมบัติของสารเคมีที่มีผลกระทบต่อสุขภาพและ สิ่งแวดล้อม รวมทั้งต้องมีการสื่อสารข้อมูลและคำแนะนำการใช้สารเคมีอย่างปลอดภัย (Chemical Safety Data) ให้กับผู้ใช้

ดังนั้นผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่ถูกนำไปวางจำหน่ายในตลาดสหภาพยุโรป ต้องอยู่ภายใต้ข้อกำหนดนี้ด้วย บริษัทจึงมีการเลือกใช้หมึกพิมพ์และวัสดุที่ผ่านมาตรฐาน RoHS และรวมทั้งมีการแจ้งข้อมูลของสารเคมีที่ใช้ เพื่อให้ผ่านเกณฑ์การนำเข้าและวางจำหน่ายในตลาดสหภาพยุโรป

2.5.4 การจัดหาวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตสินค้า คือ ฉลากกาว กระดาษไม่มีกาวและ หมึกพิมพ์ โดยสามารถแสดงจำนวนผู้จำหน่ายวัตถุดิบหลักและสัดส่วนการสั่งซื้อวัตถุดิบในประเทศและต่างประเทศได้ดังนี้

- จำนวนผู้จำหน่ายวัตถุดิบหลัก

วัตถุดิบ	จำนวนราย		
	2556	2557	2558
ฉลากกาว กระดาษไม่มีกาว หมึกพิมพ์	30	27	31

- สัดส่วนร้อยละการสั่งซื้อวัตถุดิบในประเทศและต่างประเทศ

วัตถุดิบ	สัดส่วนร้อยละการสั่งซื้อวัตถุดิบในประเทศและต่างประเทศ		
	2556	2557	2558
ฉลากกาว กระดาษไม่มีกาว หมึกพิมพ์	99.64 : 0.36	99.45 : 0.55	99.55 : 0.45

ในปี 2556 - 2558 บริษัทมียอดการสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้จำหน่ายหรือผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ 10 รายแรก ร้อยละ 89.36 ร้อยละ 91.45 และร้อยละ 92.73 ของมูลค่าการสั่งซื้อทั้งหมด ตามลำดับ โดยเป็นผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ที่มีสัดส่วนการจำหน่ายให้แก่บริษัทเกินร้อยละ 30 ของมูลค่าการสั่งซื้อทั้งหมดจำนวน 1 ราย โดยบริษัทได้สั่งซื้อวัตถุดิบประเภทฉลากกาวและกระดาษกาวจากผู้จัดจำหน่ายเจ้าหนึ่งเกินกว่าร้อยละ 30 ของยอดซื้อทั้งหมด ผู้จัดจำหน่ายรายดังกล่าวเป็นผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบเพื่อการผลิตฉลากและบรรจุภัณฑ์รายใหญ่ที่มีสาขาทั่วโลก จึงสามารถจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพและราคาได้ทันต่อความต้องการของบริษัท

บริษัทมีนโยบายในการคัดเลือกผู้จัดจำหน่ายที่มีสภาพการดำเนินธุรกิจที่ดีและมั่นคง มีความสามารถในการจัดหาวัตถุดิบในคุณภาพกับราคาที่เหมาะสม ส่งมอบได้อย่างสม่ำเสมอและตรงต่อเวลา รวมไปถึงสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงธุรกิจตามอุปสงค์และอุปทานของตลาดในปัจจุบันได้อย่างยืดหยุ่น โดยบริษัทจะมีการเปรียบเทียบราคาวัตถุดิบที่มีระดับคุณภาพ มาตรฐานใกล้เคียงกัน หรือเท่าเทียมกันจากผู้จัดจำหน่ายไม่น้อยกว่า 2 ราย และวัตถุดิบจะต้องผ่านการทดสอบสินค้าตัวอย่างจากแผนก ก่อนทำการสั่งซื้อทุกครั้ง เพื่อที่บริษัทจะสามารถตรวจสอบ เปรียบเทียบราคาและลดความเสี่ยงในการพึ่งพิงผู้ขายเพียงรายเดียว ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทสามารถรักษาความสัมพันธ์อันดีกับผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบได้ และบริษัทมีแหล่งวัตถุดิบที่เพียงพอสำหรับใช้ในกระบวนการผลิตมาโดยตลอดและยังไม่เคยประสบปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบแต่อย่างใดในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา

2.6 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทใช้วัตถุดิบประเภทพลาสติกและหมึกพิมพ์ที่สำเร็จรูปพร้อมใช้งานได้ ไม่ได้เป็นผู้ผลิตวัตถุดิบเองโดยตรง แต่เป็นผู้นำวัตถุดิบนั้นมาเข้าสู่กระบวนการพิมพ์ ดังนั้นจึงส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าโรงงานผู้ผลิตวัตถุดิบ ทั้งนี้ในทุกๆปีที่ผ่านมามีการจ้างบริษัทภายนอก คือ บริษัท เฮอร์ แอนด์ เอ็นไวเทค จำกัด ซึ่งเป็นห้องปฏิบัติการวิเคราะห์เอกชน เลขทะเบียน ว – 152 อนุญาตโดยกรมโรงงาน อุตสาหกรรม เข้ามาตรวจสอบคุณภาพสิ่งแวดล้อมซึ่งมีการตรวจสอบคุณภาพอากาศ เสียง แสงสว่าง ค่าวันค่าและระดับความดังของเสียงจากท่อไอเสียรถยนต์ รวมไปถึงมีการตรวจวัดปริมาณความเข้มข้นของสารเคมีอันตรายในบรรยากาศที่ทำงานและสถานที่เก็บสารเคมีอันตราย พบว่าผลการตรวจวัดในทุกประเด็นมีค่าอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด

นอกจากนี้บริษัทยังได้ผ่านการรับรองมาตรฐานสำหรับระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 : 2004 จาก Bureau Veritas Certification (Thailand) Limited และได้เข้าร่วมโครงการพัฒนาโรงงานอุตสาหกรรมให้เป็นโรงงานสีเขียวประจำปี 2556 ส่งผลให้ลูกค้าทั้งในและต่างประเทศเชื่อมั่นได้ว่าบริษัทมีระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานสากล

ผลของการปฏิบัติงานในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

สำหรับสิ่งปฏิกูลและวัสดุที่ไม่ใช้แล้วที่เป็นอันตรายและไม่เป็นอันตราย ตามที่กำหนดไว้ในประกาศกระทรวงอุตสาหกรรมที่ออกตามความในพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ.2535 บริษัทได้มีการทำสัญญาว่าจ้างบริษัทผู้ให้บริการบำบัดและกำจัดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว เป็นผู้ดำเนินการให้ดังต่อไปนี้

1. เนื่องจากหนึ่งในวัตถุดิบหลักในกระบวนการผลิต คือ พลาสติก ซึ่งมีสารเคมีที่เป็นกาวยึดอยู่ เมื่อวัตถุดิบในส่วนนี้เกิดเป็นของเสียจึงไม่สามารถนำกลับไปใช้ใหม่ได้ ต้องนำของเสียไปทำลายเท่านั้น

บริษัทจึงได้จ้าง บริษัท พีเอสที เอนไวรอนเม้นทอล เทคโนโลยี จำกัด ซึ่งได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการให้เป็นตัวแทนในการจัดหารวบรวม ขนส่งวัสดุที่ไม่ใช้แล้วจากอุตสาหกรรม ไปกำจัดที่ บริษัท เบตเตอร์ เวิลด์ กรีน จำกัด(มหาชน) ผู้ซึ่งได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการรับฝังกลบวัสดุที่ไม่ใช้แล้วที่ไม่เป็นอันตรายและอันตราย พร้อมปรับปรุงสภาพวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว โดยสัญญาว่าจ้างมีระยะเวลาระหว่าง 7 มีนาคม 2558 ถึง 6 มีนาคม 2559

2. บริษัท ชานเหอริโซคลิ่ง จำกัด ได้เป็นผู้ให้บริการแก่บริษัท ในการคัดแยกสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้วเพื่อจำหน่ายต่อสำหรับการรีไซเคิลได้แก่ เศษกระดาษและกล่องกระดาษที่ไม่มีกาว เป็นต้น

ข้อพิพาทหรือการถูกฟ้องร้องเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม และแนวทางการแก้ไขข้อพิพาทดังกล่าว

-ไม่มี-

3. ปัจจัยความเสี่ยง**ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ****3.1 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่**

ปัจจุบันบริษัทดำเนินธุรกิจรับผลิตฉลากสินค้าและงานพิมพ์คุณภาพสูงซึ่งรายได้หลักของบริษัทคือ รายได้จากการขายฉลากสินค้าและงานพิมพ์คุณภาพสูง หากพิจารณารายได้จากการขายของบริษัทพบว่าลูกค้าหลักของบริษัทคือ ลูกค้ารายใหญ่ 4 รายแรก โดยในปี 2558 ลูกค้ารายใหญ่ 4 รายแรกแต่ละรายมีมูลค่าการสั่งซื้อคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 24.03, ร้อยละ 13.83, ร้อยละ 12.91 และร้อยละ 10.69 ของรายได้จากการขาย ตามลำดับ และหากพิจารณารายได้จากการขายในปี 2556 - 2558 พบว่า รายได้จากการขายจากลูกค้ารายใหญ่ 4 รายแรกรวมคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 68.62, ร้อยละ 62.48 และร้อยละ 61.45 ของรายได้จากการขาย ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ในปี 2556 - 2558 บริษัทไม่มีสัดส่วนรายได้จากลูกค้ารายใดรายหนึ่งเกินกว่าร้อยละ 30 ของรายได้จากการขาย ทั้งนี้ลักษณะงานของลูกค้ารายใหญ่ส่วนมากไม่มีสัญญาจ้างผลิตเป็นลายลักษณ์อักษร แต่จะเป็นงานที่มีการตกลงว่าจ้างให้ผลิตตามแผนการผลิตที่ได้ตกลงร่วมกันล่วงหน้าเป็นระยะเวลาเฉลี่ยประมาณ 12 เดือน และเมื่อแผนการผลิตเดิมใกล้สิ้นสุดลงบริษัทจะร่วมหารือกับลูกค้าเพื่อกำหนดแผนการผลิตใหม่สำหรับปีถัดไป อย่างไรก็ตาม ในปี 2558 รายได้จากการขายให้แก่ลูกค้า 4 รายแรกมีมูลค่าลดลงร้อยละ 19.93 จากปี 2557 ที่ผ่านมา ดังนั้น หากลูกค้ารายใหญ่กลุ่มดังกล่าวยกเลิกแผนการผลิตในปีต่อไปหรือลดปริมาณการสั่งผลิตลงอีก และหากบริษัทไม่สามารถหาลูกค้ารายอื่นมาทดแทนได้จะมีผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ หากบริษัทมีการลงทุนเพิ่มทั้งการขยายโรงงานและซื้อเครื่องจักรเพิ่มด้วยมูลค่าที่สูงในขณะที่บริษัทมีรายได้ไม่เพียงพอไปตามประมาณการแล้วอาจทำให้เกิดการด้อยค่าของสินทรัพย์ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัทได้

อย่างไรก็ตามที่ผ่านมา บริษัทได้ตระหนักถึงความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่และผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของบริษัท บริษัทจึงได้พยายามขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มขึ้นเพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าวรวมทั้งกระจายกลุ่มลูกค้าให้หลากหลายไปในธุรกิจต่างๆ รวมถึงการเพิ่มฐานลูกค้าในต่างประเทศให้มากขึ้น ทั้งนี้ผลงานที่ผ่านมาของบริษัทได้รับการยอมรับจากลูกค้าเนื่องจากสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการและกำหนดเวลาของลูกค้า อีกทั้งสามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขต่างๆ ตามที่ลูกค้ากำหนดประกอบกับบริษัทมีเทคโนโลยีในการผลิตที่สามารถผลิตได้หลากหลายซึ่งทำให้บริษัทสามารถเสนอบริการในลักษณะของคุณภาพ มาตรฐานและราคาที่เหมาะสมกับงบประมาณของลูกค้า ตลอดจนมีการดูแลและให้บริการภายหลังการขายเพื่อสร้างสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องกับลูกค้า โดยปกติจากการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมาลูกค้ารายใหญ่ของบริษัทจะมีโครงการผลิตอย่างต่อเนื่องและบริษัทก็จะได้รับการคัดเลือกให้ทำการผลิตมาโดยตลอด

3.2 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ (Supplier) น้อยราย

ในปัจจุบันการจัดหาวัตถุดิบในการผลิตของบริษัทจะทำการสั่งซื้อจากผู้จัดจำหน่ายในประเทศ ผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ที่บริษัทสั่งซื้อ 4 รายแรกรวม ในปี 2556 - 2558 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 79.70 ร้อยละ 80.60 และร้อยละ 81.66 ของมูลค่าการสั่งซื้อวัตถุดิบรวม ตามลำดับ ซึ่งในปี 2556 - 2558 บริษัทมีการสั่งซื้อสินค้าจาก บริษัท เอเวอร์เนนิสสัน (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นผู้จำหน่าย 1 ใน 4 รายแรก ในสัดส่วนร้อยละ 53.55 ร้อยละ 52.64 และร้อยละ 57.98 ของมูลค่าการสั่งซื้อวัตถุดิบรวม ตามลำดับ ดังนั้น บริษัทจึงมีความเสี่ยงในการพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายรายนี้ในการจัดหาวัตถุดิบเพื่อผลิตให้ทันตามคำสั่งลูกค้า หากมีเหตุให้ผู้จัดจำหน่ายรายดังกล่าวนี้ไม่สามารถจัดหาวัตถุดิบได้ทันตามกำหนดเวลาและทำให้บริษัทต้องสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้จัดจำหน่ายรายอื่นแทนนั้น อาจมีผลกระทบต่อแผนการผลิต ต้นทุนการผลิตและการส่งมอบสินค้าของบริษัทได้

อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมาเหตุการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นน้อยมากเนื่องจากผู้จำหน่ายรายดังกล่าวให้บริการที่รวดเร็วทันต่อความต้องการใช้งานของบริษัทและวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ประกอบกับมีความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัทฯ เป็นระยะเวลานาน หรือในบางกรณีลูกค้ารายใหญ่ของบริษัทจะกำหนดให้ซื้อวัตถุดิบจากผู้จำหน่ายรายที่กำหนดมาอยู่แล้ว นอกจากผู้จำหน่ายรายที่บริษัทใช้อยู่ บริษัทสามารถหาผู้จำหน่ายรายอื่นที่สามารถจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพและราคาใกล้เคียงกันกับที่ใช้อยู่ในปัจจุบันมาใช้ทดแทนกันได้และสามารถจัดส่งได้ทันต่อความต้องการใช้งานของบริษัทได้ ซึ่งสามารถที่จะลดผลกระทบต่อแผนการผลิต ต้นทุนการผลิตและการส่งมอบสินค้าของบริษัทได้

3.3 ความเสี่ยงจากการไม่มีที่ดินที่ตั้งโรงงานเป็นของบริษัทเอง

ปัจจุบันที่ตั้งบริษัทและโรงงานของบริษัทตั้งอยู่เลขที่ 19 หมู่ที่ 10 ตำบลคลองสี่ อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ตั้งอยู่บนที่ดินของบริษัท สาลีอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) ผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัท ซึ่งบริษัทได้เช่าที่ดินดังกล่าวจากผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัท เพื่อใช้เป็นสำนักงานบริษัทและเพื่อใช้เป็นโรงงานผลิตสินค้าของบริษัทบนพื้นที่ใช้สอยประมาณ 7,200 ตารางเมตร มีอัตราค่าเช่าเป็นอัตราตลาดซึ่งกำหนดโดยการอ้างอิงจากราคาประเมินของผู้ประเมินราคาทรัพย์สินอิสระ โดยสัญญาเช่าดังกล่าวมีอายุ 10 ปี (1 ก.ค. 2557 – 30 มิ.ย. 2567) ทั้งนี้ บริษัทมีภาระต้องจ่ายค่าเช่าตามสัญญาดังกล่าว รวมเป็นค่าเช่าและค่าบริการเดือนละ 1,600,000 บาท โดยจะมีการปรับราคาค่าเช่าทุก 3 ปี ในอัตราประมาณ 10% หากในอนาคตเมื่อครบอายุของสัญญาเช่า บริษัทไม่สามารถดำเนินการต่อสัญญาเช่าดังกล่าวได้ ในขณะที่บริษัทมีโครงการขยายกำลังการผลิตโดยการเช่าที่ดินซึ่งอยู่ติดกับอาคารโรงงานของบริษัทในปัจจุบันเป็นระยะเวลา 30 ปีจากบริษัท สาลีอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) เพื่อก่อสร้างโรงงานใหม่ซึ่งอาจจะมีผลกระทบต่อแผนการผลิตและการดำเนินงานของบริษัทเนื่องจากบริษัทจะต้องจัดหาที่ตั้งโรงงานแห่งใหม่ที่แยกออกจากโครงการขยายการผลิตดังกล่าวข้างต้น ซึ่งอาจทำให้ต้องหยุดการผลิตหรือทำให้กระบวนการผลิตหรือการดำเนินงานขาดความต่อเนื่องซึ่งจะส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมาบริษัทมีกระแสเงินสดเพียงพอต่อการชำระค่าเช่าดังกล่าวได้ รวมทั้งการปฏิบัติตามเงื่อนไขอื่นๆ ของสัญญาเช่า เช่น การดูแล บำรุงรักษาซ่อมแซม อาคาร โรงงาน ให้อยู่ในสภาพใช้งานได้ดีตลอดไป การชำระค่าภาษีอันเกี่ยวข้องกับทรัพย์สินที่เช่า เป็นต้น ซึ่งเป็นสิ่งที่บริษัทปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดอยู่แล้ว และตามสัญญาเช่านี้หากคู่สัญญาได้ผิดสัญญาระหว่างกันและประสงค์จะบอกเลิกสัญญาก่อนสัญญาเช่าจะสิ้นสุดลงนั้นมิสามารถกระทำได้เว้นแต่คู่สัญญาจะยินยอมด้วยกันทั้งสองฝ่าย จากเงื่อนไขต่างๆ ในสัญญาเช่า บริษัทเชื่อว่าจะสามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขของสัญญาได้ทุกประการและไม่มีเหตุให้บริษัทต้องถูกยกเลิกสัญญาก่อนกำหนดเวลา ประกอบกับผู้ให้เช่าเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัท (ปัจจุบันถือหุ้นในบริษัทในสัดส่วนร้อยละ 99.99 ก่อนการเสนอขายหุ้นให้แก่ประชาชนในครั้งนี้อาจลดลงเหลือร้อยละ 64.99 ภายหลังการเสนอขายหุ้นให้แก่ประชาชนในครั้งนี้อาจเพิ่มขึ้น) จึงเชื่อมั่นได้ว่าการทำสัญญาเช่าที่ดินในครั้งนี้จะไม่ส่งผลกระทบต่อแผนการผลิตและการดำเนินงานของบริษัทในอนาคต (โปรดดูรายละเอียดเพิ่มเติมในส่วนที่ 3.2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ)

อย่างไรก็ตาม ตามแผนการก่อสร้างอาคารโรงงานใหม่ซึ่งจะเช่าที่ดินเป็นระยะเวลา 30 ปีนั้น สามารถก่อสร้างอาคารเพิ่มเติมเพื่อขยายพื้นที่ใช้สอยได้จาก 5,000 ตารางเมตร เป็น 10,000 ตารางเมตร ดังนั้นหากบริษัทไม่สามารถต่อสัญญาเช่าข้างต้นซึ่งเป็นสายการผลิตในปัจจุบันได้บริษัทมีแผนที่จะย้ายส่วนงานทั้งหมดในปัจจุบันไปรวมกับส่วนต่อขยายดังกล่าวข้างต้น เนื่องจากเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตสามารถเคลื่อนย้ายและนำไปติดตั้งใหม่ได้ไม่ยากนัก ซึ่งจะสามารถลดผลกระทบจากการยกเลิกสัญญาเช่าดังกล่าวที่มีผลกระทบต่อแผนการดำเนินงานของบริษัท

3.4 ความเสี่ยงจากการผิดนัดชำระหนี้ของลูกค้า

ณ สิ้นปี 2556 – 2558 บริษัทมีลูกหนี้การค้าจำนวน 167.99 ล้านบาท, 141.03 ล้านบาท และ 130.30 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 24.79 ร้อยละ 23.00 และร้อยละ 12.39 ของสินทรัพย์รวมของบริษัท ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัทมีนโยบายการให้เครดิตเทอมในการจ่ายเงินแก่ลูกค้าทั้งในและต่างประเทศในช่วง 30 – 90 วัน อย่างไรก็ตาม

ตามปี 2556 ถึง ปี 2558 บริษัทมีลูกหนี้การค้าที่เกินกำหนดชำระจำนวน 23.84 ล้านบาท 27.90 ล้านบาท และ 30.91 หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.12 ร้อยละ 19.64 และร้อยละ 24.36 ของลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น (ก่อนหักค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ) ตามลำดับ ซึ่งลูกหนี้ที่เกินกำหนดชำระส่วนใหญ่เกินกำหนดชำระน้อยกว่าหรือเท่ากับ 3 เดือน ดังนั้น หากบริษัทไม่ติดตามลูกหนี้ที่เกินกำหนดชำระดังกล่าวอย่างใกล้ชิด อาจทำให้คุณภาพของลูกหนี้ด้วยคุณภาพลงจน บริษัทต้องรับภาระหนี้สูญหรือหนี้สงสัยจะสูญเป็นจำนวนที่มีนัยสำคัญอันอาจส่งผลกระทบต่อสภาพคล่องทางการเงิน และผลการดำเนินงานของบริษัท ประกอบกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตจากการให้เครดิตแก่ลูกค้าหาก บริษัทไม่มีกระบวนการควบคุมตรวจสอบและติดตามการให้เครดิตแก่ลูกค้าเป็นอย่างดี บริษัทอาจมีความเสี่ยงจากการผิดชำระหนี้จากลูกค้า หากบริษัทไม่มีระบบการให้เครดิตแก่ลูกค้าที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งจะกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทในอนาคต

อย่างไรก็ตาม การให้เครดิตต่อลูกค้าเป็นการดำเนินงานปกติทั่วไป บริษัทได้มีนโยบายเน้นการควบคุมคุณภาพของลูกหนี้การค้าที่เป็นลูกค้ารายใหม่ (ยกเว้นลูกค้ารายใหญ่ที่เป็นนิติบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับทั่วไป) ซึ่งจะต้องมีการสั่งซื้อเป็นเงินสดก่อนที่จะมีการพิจารณาให้เครดิตในการสั่งซื้อครั้งถัดไป นอกจากนี้บริษัทยังมีนโยบายการให้เครดิตต่อลูกค้าที่ติดกุมกับลูกค้าโดยมีการพิจารณาทบทวนเครดิตลูกค้าอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง และติดตามการชำระหนี้จากลูกหนี้อย่างใกล้ชิดทุกราย นอกจากนี้ บริษัทได้ให้ฝ่ายบัญชีจัดตั้งทีมงานสำหรับการติดตามการชำระหนี้จากลูกค้าในกรณีที่ลูกหนี้มีการค้างชำระ ซึ่งในการทำงานส่วนนี้ฝ่ายบัญชีจะมีการประสานงานกับฝ่ายขายและการตลาด โดยเริ่มทำการเฝ้าระวังและติดตามลูกหนี้ที่เริ่มค้างชำระทันทีที่พ้นนัดชำระ ซึ่งฝ่ายบัญชีของบริษัทจะมีการตรวจสอบเป็นประจำทุกวัน พร้อมทั้งจัดทำรายงานอายุลูกหนี้การค้าทุกเดือนเพื่อให้ผู้บริหารพิจารณา

ในส่วนนโยบายการตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญของบริษัทนั้น ในปี 2554 – 2556 ที่ผ่านมา บริษัทใช้นโยบายการตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญในอัตราร้อยละ 100 หากลูกหนี้เกินกำหนดชำระ 1 ปี ต่อมาผู้บริหารของบริษัทได้เล็งเห็นถึงการเพิ่มมาตรฐานในการบริหารความเสี่ยงและเสริมสร้างการดูแลและเก็บชำระหนี้ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ในปี 2557 จึงได้มีการเสนอปรับนโยบายการตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญจากเดิมที่ใช้ในปี 2556 เป็นลูกหนี้มีอายุการค้างชำระหนี้เกินกว่า 180 วัน บริษัทจะตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญในอัตราร้อยละ 50 จากยอดหนี้คงค้างทั้งหมด และกรณีที่ลูกหนี้มีอายุการค้างชำระหนี้เกินกว่า 365 วัน บริษัทจะตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญในอัตราร้อยละ 100 จากยอดหนี้คงค้างทั้งหมด อย่างไรก็ตามในช่วงระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมาบริษัทไม่เคยประสบปัญหาหนี้สูญจากลูกหนี้การค้า หากเป็นเพียงแต่การรับชำระหนี้ล่าช้ากว่าวันครบกำหนดชำระหนี้ เนื่องจากเงื่อนไขการวางบิลและการชำระเงินของลูกค้านั้นนานขึ้นและจากการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้ารายใหญ่บางรายที่มีการสั่งซื้อสินค้าหลายรายการ (Split Order) โดยใช้ใบสั่งซื้อสินค้า (Purchase Order) ใบเดียวกันแต่กำหนดระยะเวลาการส่งสินค้าแต่ละรายการในเวลาที่แตกต่างกันโดยกำหนดจ่ายชำระหนี้ทั้งหมด เมื่อบริษัทส่งสินค้าครบทุกรายการแล้ว

3.5 ความเสี่ยงจากการมีปริมาณสินค้าคงเหลือในระดับสูง

ณ สิ้นปี 2556 - 2558 บริษัทมีมูลค่าสินค้าคงเหลือเทียบกับสินทรัพย์รวมของบริษัทคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.88 ร้อยละ 12.53 และร้อยละ 6.14 ตามลำดับและมีระยะเวลาการขายสินค้าเฉลี่ยเท่ากับ 92 วัน, 92 วัน และ 84 วัน ตามลำดับ ซึ่งลดลงมาโดยตลอดอันเป็นผลมาจากการจัดให้มีสินค้าคงเหลือไว้เพื่อดำเนินธุรกิจในปริมาณที่ลดลงโดยสาเหตุหลักมาจากการปรับปรุงเรื่องสินค้าคงคลัง โดยให้ฝ่ายวางแผนการผลิตและฝ่ายขายสั่งผลิตสินค้าเพื่อรอขายให้มีปริมาณที่เหมาะสมตามคำสั่งซื้อของลูกค้า

ทั้งนี้ ในการบริหารสินค้าคงคลัง บริษัทมีการจัดทำรายงานวิเคราะห์อายุของสินค้าคงเหลือ (Aging stock report) และรายงานการเคลื่อนไหวสินค้า (Last moving stock report) ทุกๆ สิ้นเดือน โดยทั้ง 2 รายงานนี้จะถูกส่งต่อไปยังฝ่ายขาย ฝ่ายผลิตแผนกคลังสินค้าและฝ่ายบริหารเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลโดยจะเน้นสินค้าที่มีการค้างนานเพื่อวางแผนและ

ดำเนินการจัดจำหน่ายสินค้าคงเหลือเหล่านั้นไม่ให้มี การค้างนานเพื่อป้องกันการเสื่อมสภาพสินค้าและความล้าสมัยของสินค้าคงเหลือ นอกจากนี้ บริษัทยังใช้วิธีเข้าก่อนออกก่อน (FIFO) ในการเบิกใช้วัตถุดิบและการคำนวณราคาสินค้าคงเหลืออีกด้วย

สำหรับนโยบายการพิจารณา ตั้งค่าเพื่อการลดมูลค่าของสินค้าคงเหลือที่ผ่านมานั้น บริษัทพิจารณาการตั้งค่าเพื่อมูลค่าของสินค้าลดลง (NRV) จากราคาที่คาดว่าจะขายได้ตามปกติของธุรกิจหักด้วยราคาทุน นอกจากนี้บริษัทมีการตั้งค่าเพื่อการเสื่อมสภาพของสินค้าและวัตถุดิบ โดยตั้งค่าเพื่อการเสื่อมสภาพตามอายุของวัตถุดิบ สำหรับวัตถุดิบที่อายุเกิน 1 ปี ตั้งสำรองในอัตราร้อยละ 50 ส่วนสินค้าสำเร็จรูปที่มีอายุสินค้าเกิน 1 ปี ตั้งสำรองในอัตราร้อยละ 100

สำหรับการจัดซื้อวัตถุดิบของบริษัท ฝ่ายวางแผนการผลิตและฝ่ายคลังสินค้าจะร่วมกันพิจารณาการสั่งซื้อ โดยจะพิจารณาจากวัตถุดิบที่มีอยู่ในคลังสินค้าประกอบกับความต้องการใช้วัตถุดิบในงานตามแต่ละคำสั่งผลิตจากลูกค้าก่อน หากปริมาณวัตถุดิบคงคลังเหลือน้อยกว่าขั้นต่ำที่บริษัทกำหนดไว้จึงจะทำการสั่งซื้อเพื่อรักษาปริมาณสินค้าคงเหลือขั้นต่ำดังกล่าว เว้นแต่กรณีที่ลูกค้ากำหนดให้ใช้วัตถุดิบที่มีคุณลักษณะเฉพาะตามที่ลูกค้าต้องการ บริษัทจะทำการสั่งซื้อวัตถุดิบดังกล่าวเป็นการเฉพาะเป็นคราวๆ ไป ทั้งนี้ เพื่อให้บริษัทมีการเก็บสินค้าคงเหลือให้สอดคล้องกับปริมาณการใช้งานจริงและเพื่อไม่ให้มีการเก็บสินค้าคงเหลือเกินความจำเป็น นอกจากนี้บริษัทได้มีการทำกรรมสิทธิ์ประกันอสังหาริมทรัพย์และอื่นๆ สำหรับสินค้าคงคลังในวงเงินทุนประกันรวม 80 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 120 ของสินค้าคงเหลือสุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 เพื่อป้องกันผลเสียหายที่อาจเกิดขึ้นในกรณีเกิดอุบัติเหตุจากอัคคีภัยและภัยอื่นๆ ได้ ทั้งนี้การประกันภัยดังกล่าว ไม่ได้ครอบคลุมถึงผลเสียหายที่เกิดขึ้นจากอุทกภัย

3.6 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารระดับสูงและบุคลากรที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน

จากประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจของฝ่ายบริหารระดับสูงของบริษัทซึ่งได้แก่ คุณเสวต นราธิปกร ปัจจุบันดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการและรักษาการผู้จัดการฝ่ายขาย และคุณสุตร นราธิปกร ปัจจุบันดำรงตำแหน่งรองกรรมการผู้จัดการและรักษาการผู้จัดการฝ่ายผลิต ที่อยู่ในธุรกิจนี้มายาวนานเกือบ 20 ปี ทำให้มีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจเป็นอย่างดี และจากการที่บริษัทผลิตผลผลิตสินค้าให้บริการตั้งแต่ก่อนการผลิตไปจนกระทั่งการตรวจสอบคุณภาพของสินค้า รวมถึงการให้คำแนะนำเทคโนโลยีในการพิมพ์ที่เหมาะสมแก่ลูกค้าแต่ละราย บริษัทต้องอาศัยความรู้ที่เกิดจากทักษะและประสบการณ์อันยาวนานของบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการพิมพ์งานเพื่อให้งานได้คุณภาพตามที่ลูกค้าต้องการและสามารถส่งมอบงานได้ตามกำหนดเวลา ดังนั้น หากบริษัทสูญเสียบุคลากรในส่วนงานดังกล่าวไป อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการรับงานของบริษัทอันจะส่งผลให้การดำเนินงานไม่เป็นไปตามเป้าหมายได้

อย่างไรก็ตาม บริษัทได้เล็งเห็นถึงความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารทั้ง 2 รายดังกล่าวและบุคลากรที่มีความชำนาญเฉพาะด้านของบริษัท บริษัทจึงให้ความสำคัญเกี่ยวกับการสร้างและการรักษาบุคลากรของบริษัทเพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นดังกล่าว โดยบริษัทได้กำหนดแนวทางเพื่อพัฒนาคุณภาพพนักงานบริษัทด้วยการส่งเข้าอบรมในหลักสูตรต่างๆ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ความสามารถให้แก่พนักงานและลดการพึ่งพิงพนักงานบุคคลใดบุคคลหนึ่งโดยเฉพาะควบคู่ไปกับส่งเสริมให้พนักงานรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของบริษัทด้วยการดูแลและจัดสวัสดิการที่เหมาะสมให้แก่พนักงานแต่ละระดับเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน นอกจากนี้ บริษัทยังได้จัดทำแผนและกระบวนการสรรหา ผู้สืบทอดตำแหน่งที่สำคัญ (Succession Plan) เพื่อกำหนดแนวทางการสรรหาผู้สืบทอดตำแหน่ง (Successor) โดย กำหนดตำแหน่งที่สำคัญภายในบริษัทที่จะทำให้บริษัทสามารถดำเนินและขยายธุรกิจไปได้อย่างยั่งยืน พร้อมทั้งกำหนดคุณลักษณะและความสามารถที่จำเป็นของตำแหน่งสำคัญนั้นเช่น ผู้จัดการฝ่ายขาย ผู้จัดการฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน เป็นต้น โดยใช้กลยุทธ์การสรรหาจากพนักงานภายในของบริษัทก่อนเพื่อสร้างความจงรักภักดีและขวัญกำลังใจแก่พนักงาน ซึ่งฝ่ายบุคคลจะกำหนดแนวทางปฏิบัติในการสร้างผู้สืบทอด

ตำแหน่ง (Successor) ให้เป็นไปตามแนวทางที่บริษัทกำหนดไว้และจะมีการประเมินผลในแต่ละตำแหน่งทุก 6 เดือน นอกจากนี้บริษัทยังเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีภายในบริษัทอย่างต่อเนื่องทุกปี อาทิ การจัดกิจกรรมสัมพันธ์ร่วมกัน การจัดสัมมนาภายในบริษัท ซึ่งจากแนวทางที่บริษัทดำเนินการอย่างต่อเนื่องดังกล่าว ทำให้ที่ผ่านมามีบริษัทไม่เคยประสบปัญหาการขาดแคลนบุคลากร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทมีพนักงานจำนวนรวม 140 คน

3.7 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีในการผลิต

เทคโนโลยีในการผลิตของบริษัทถือเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญในการผลิต หากบริษัทไม่สามารถปรับตัวได้ทันต่อสภาวะการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีในการผลิตดังกล่าวเพื่อเสนอบริการให้แก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพทันตามการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมและความต้องการของลูกค้า อาจส่งผลให้ลูกค้าหันไปใช้บริการกับผู้ประกอบการรายอื่นซึ่งอาจมีผลกระทบต่อจำนวนลูกค้าและรายได้รวมของบริษัทได้

อย่างไรก็ดี ในบางครั้งลูกค้าสั่งผลิตสินค้าบริษัทจะได้รับทราบเทคโนโลยีใหม่ๆ จากลูกค้า ทำให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง ในขณะเดียวกันบริษัทมีการป้องกันความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีดังกล่าว โดยการติดตามข้อมูลข่าวสารและความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมอย่างใกล้ชิด และปรับตัวให้ทันตามการเปลี่ยนแปลงรวมทั้งเสนอสินค้าและบริการให้อยู่ในความต้องการของลูกค้าเพื่อไม่ให้เสียโอกาสทางธุรกิจหรือเสียเปรียบคู่แข่ง โดยในระยะสั้นบริษัทมีการเพิ่มอุปกรณ์เสริมที่ใช้กับระบบการผลิตอย่างต่อเนื่องทุกช่วง 5 - 10 ปี เพื่อให้งานพิมพ์มีคุณภาพและประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้บริษัทมีนโยบายให้บุคลากรในสายงานการผลิต เจ้าหน้าที่การตลาดและการขาย ติดตาม ศึกษา พัฒนาความรู้และเข้ารับการฝึกอบรมสัมมนาเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อให้สามารถรองรับกับการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา อย่างไรก็ตาม ระบบการพิมพ์ที่ผ่านมามีการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีอย่างมีนัยสำคัญนอกจากการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตเพื่อรองรับการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นความสวยงามและมีความน่าสนใจมากขึ้น ทั้งนี้ ตามงบการเงินของบริษัทสิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทมีมูลค่าเครื่องจักรและอุปกรณ์รวมทั้งสิ้น 268.57 บาท หรือคิดเป็นร้อยละ 25.54 ของสินทรัพย์รวมทั้งหมดของบริษัท

ความเสี่ยงด้านการบริหารและการจัดการ

3.8 ความเสี่ยงจากการลดลงของส่วนแบ่งกำไรหรือสิทธิในการออกเสียงของผู้ถือหุ้นสามัญของบริษัท สาส์อุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) (“SALEE”) จากการนำบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การนำบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (Spin-Off) โดยการเสนอขายหุ้นสามัญต่อประชาชนรวม 420,000,000 หุ้น ประกอบด้วยหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 300,000,000 หุ้น และหุ้นสามัญเดิมของบริษัทที่ถือโดย SALEE จำนวน 120,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท จะส่งผลให้ SALEE มีส่วนแบ่งกำไรหรือสิทธิในการออกเสียงของผู้ถือหุ้นเดิมลดลงร้อยละ 35.00 จากการถือหุ้นร้อยละ 99.99 เหลือร้อยละ 64.99 ของทุนชำระแล้วทั้งหมดของบริษัทภายหลังการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนแก่ประชาชนเป็นครั้งแรก ซึ่งเปรียบเสมือนผู้ถือหุ้นสามัญรายย่อยของ SALEE มีความเสี่ยงต่อการลดลงของส่วนแบ่งกำไรหรือสิทธิในการออกเสียงในบริษัทคิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 35.00 เช่นกัน อย่างไรก็ตาม การ Spin-Off ดังกล่าว ไม่มีผลกระทบต่อสถานะในการเป็นบริษัทจดทะเบียนของ SALEE เนื่องจาก SALEE ยังคงดำเนินธุรกิจรับจ้างผลิตชิ้นส่วนพลาสติก ดังนั้น เพื่อเป็นการชดเชยการลดลงของส่วนแบ่งกำไรและสิทธิในการออกเสียงในบริษัทของ SALEE ดังกล่าวในระดับหนึ่ง ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัทและ SALEE ได้มีมติอนุมัติให้บริษัทจัดสรรหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวนรวมไม่เกิน 126,707,006 หุ้นหรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30.17 ของจำนวนหุ้นสามัญเพิ่มทุนที่จะเสนอขายแก่ประชาชน 420,000,000 หุ้น ให้แก่ผู้ถือหุ้นทุกรายของ SALEE ตามสัดส่วนการถือหุ้น (Pre-emptive Rights) เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นของ SALEE ในการใช้สิทธิในการจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนดังกล่าวเพื่อรักษาสัดส่วนในส่วนแบ่งกำไรหรือสิทธิในการออกเสียงของผู้ถือหุ้นเดิม

ในระดับหนึ่ง ทั้งนี้ ราคาที่จะทำการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทให้กับผู้ถือหุ้นของ SALEE ตามสัดส่วนการถือหุ้นจะเป็นราคาเดียวกับราคาเสนอขายหุ้นแก่ประชาชน โดยคณะกรรมการของ SALEE ได้กำหนดรายชื่อผู้ถือหุ้นที่มีสิทธิในการจองซื้อหุ้นสามัญเพิ่มทุนของบริษัทในวันที่ 24 มีนาคม 2558 และรวบรวมรายชื่อตามมาตรา 225 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์โดยวิธีปิดสมุดทะเบียนเสร็จสิ้นแล้วในวันที่ 25 มีนาคม 2558 ที่ผ่านมา

3.9 ความเสี่ยงจากการที่บริษัทมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ถือหุ้นรวมกันมากกว่าร้อยละ 50

ก่อนการกระจายหุ้นเพิ่มทุน บริษัท สาลีอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) (SALEE) ถือหุ้นในบริษัทร้อยละ 99.99 ของทุนชำระแล้วของบริษัท และภายหลังการเพิ่มทุนและการเสนอขายหุ้นต่อประชาชนในครั้งนี้ SALEE ยังคงถือหุ้นทางตรงในสัดส่วนร้อยละ 65.00 ของทุนชำระแล้วทั้งหมดของบริษัท โดยสัดส่วนดังกล่าวมากกว่าร้อยละ 50.00 ทำให้ SALEE สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด ยกเว้นเรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทกำหนดให้ต้องได้รับเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ทำให้ผู้ถือหุ้นรายอื่นของบริษัทมีความเสี่ยงในการรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อถ่วงดุลเรื่องของผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณา

อย่างไรก็ดี บริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญของการถ่วงดุลอำนาจจึงได้กำหนดขอบเขตการดำเนินงานการมอบอำนาจให้แก่กรรมการและผู้บริหารอย่างชัดเจน มีการแต่งตั้งบุคคลภายนอกที่เป็นอิสระเข้าร่วมในคณะกรรมการบริษัทและมีกรรมการตรวจสอบ 3 ท่าน ซึ่งเท่ากับหนึ่งในสามของจำนวนกรรมการทั้งหมด 9 ท่าน เพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบ ถ่วงดุลการตัดสินใจ และพิจารณาอนุมัติรายการต่างๆ ก่อนนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้น รวมทั้งบริษัทได้กำหนดมาตรการการทำการรายการกับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ โดยจำกัดการออกเสียงของผู้ที่เกี่ยวข้องและการตัดสินใจในการทำการรายการระหว่างกันที่ไม่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจปกติทั่วไปของบริษัทจะต้องผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการบริษัท ซึ่งมีกรรมการอิสระและกรรมการตรวจสอบ 3 คน เข้าร่วมพิจารณาด้วย โดยการทำรายการระหว่างกันพิจารณาถึงประโยชน์ของบริษัทเป็นสำคัญ นอกจากนี้บริษัทยังจัดให้มีหน่วยงานตรวจสอบภายใน โดยการว่าจ้างบริษัทผู้ชำนาญการจากภายนอกที่ปฏิบัติงานเป็นอิสระและขึ้นตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ โดยมีหน้าที่หลักในการดูแลระบบการควบคุมภายในเพื่อให้เป็นไปตามระบบที่ได้กำหนดไว้ ทั้งนี้ เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ถือหุ้นถึงความโปร่งใสและถ่วงดุลอำนาจในการบริหารงานของบริษัท

ข้อ 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ
4.1 ทรัพย์สินถาวรหลักที่บริษัทใช้ในการประกอบธุรกิจ

รายละเอียดทรัพย์สินถาวรของบริษัทที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ สรุปได้ดังนี้

(หน่วย : พันบาท)

ประเภท/ลักษณะทรัพย์สิน	มูลค่าตามบัญชีสุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558	เจ้าของ กรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
1. ส่วนปรับปรุงอาคาร	5,476	บริษัท	ไม่มี
2. ระบบสาธารณูปโภค(รวมระหว่างติดตั้ง)	4,595	บริษัท	ไม่มี
3. เครื่องจักรและอุปกรณ์	268,574	บริษัท	ไม่มี
4. เครื่องใช้สำนักงาน	5,908	บริษัท	ไม่มี
5. ยานพาหนะ	4,774	บริษัท	ไม่มี
6. เครื่องจักรระหว่างติดตั้ง	76	บริษัท	ไม่มี
รวม	289,403		

4.2 ทรัพย์สินไม่มีตัวตนที่บริษัทใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทมีทรัพย์สินไม่มีตัวตนที่บริษัทใช้ในการประกอบธุรกิจ ได้แก่ ลิขสิทธิ์โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่างๆ อาทิเช่น Windows, Microsoft Office, File Maker Pro (โปรแกรมที่ใช้ในการผลิต), WinAcc (โปรแกรมทางบัญชี), Adobe Creative Suite 5 Design Premium และ โปรแกรมที่ใช้ในการแต่งภาพอื่นๆ เป็นต้น ซึ่งรวมมูลค่าทางบัญชีเท่ากับ 1.67 ล้านบาท

รวมทรัพย์สินถาวรหลักและทรัพย์สินไม่มีตัวตนที่บริษัทใช้ในการประกอบธุรกิจ มีมูลค่าทางบัญชีรวมกันเท่ากับ 291.07 ล้านบาท

4.3 ใบอนุญาตและสัญญาที่สำคัญในการประกอบธุรกิจ
4.3.1 ใบอนุญาตที่เกี่ยวข้องในการประกอบธุรกิจ

ชื่อ	ผู้ออกใบอนุญาต	สิ้นอายุใบอนุญาต	สาระสำคัญของใบอนุญาต
ใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน (ร.ง. 4)	กระทรวงอุตสาหกรรม	31 ธันวาคม 2558	ทะเบียนโรงงานเลขที่ จ3-41(1)-28/48ปท อนุญาตให้ บริษัท พาโก้ สาลี พรินต์ จำกัด ประเภทโรงงานลำดับที่ 41(1) ประกอบกิจการ พิมพ์สติกเกอร์ กำลังเครื่องจักร 493.94 แรงม้า จำนวนคนงาน 42 คน ประกอบกิจการได้ โดยให้ เริ่มประกอบกิจการโรงงานได้ภายในกำหนด 180 วัน นับแต่วันที่ 25 สิงหาคม 2548 วันที่ออก ใบอนุญาตนี้

4.3.2 สัญญาที่เกี่ยวข้องในการประกอบธุรกิจ

- สัญญาเช่าอาคาร และสัญญาให้บริการและจัดเก็บค่าบริการ (รวม 8 ฉบับ)

ผู้ให้เช่า	:	บริษัท สาลี่อุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน)
ผู้เช่า	:	บริษัท สาลี่พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน)
วัตถุประสงค์ของสัญญา	:	<ol style="list-style-type: none"> 1. สัญญาเช่าอาคารเลขที่ SLI001/57(NP) ให้ผู้เช่าเช่าอาคารหมายเลข 8 ตั้งอยู่ ณ เลขที่ 19 หมู่ 10 ตำบลคลองสี่ อำเภอกลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120 ขนาดพื้นที่รวม 3,100 ตารางเมตร 2. สัญญาเช่าอาคารเลขที่ SLI003/57(NP) ให้ผู้เช่าเช่าอาคารหมายเลข 9 ตั้งอยู่ ณ เลขที่ 19 หมู่ 10 ตำบลคลองสี่ อำเภอกลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120 ขนาดพื้นที่รวม 3,000 ตารางเมตร 3. สัญญาเช่าอาคารเลขที่ SLI005/57(NP) ให้ผู้เช่าเช่าอาคารหมายเลข 2 ตั้งอยู่ ณ เลขที่ 18 หมู่ 10 ตำบลคลองสี่ อำเภอกลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120 ขนาดพื้นที่รวม 1,000 ตารางเมตร 4. สัญญาเช่าอาคารเลขที่ SLI007/57(NP) ให้ผู้เช่าเช่าอาคารที่ตั้งอยู่ด้านหลังอาคารหมายเลข 7 ตั้งอยู่ ณ เลขที่ 18 หมู่ 10 ตำบลคลองสี่ อำเภอกลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120 ขนาดพื้นที่รวม 100 ตารางเมตร 5. สัญญาให้บริการและจัดเก็บค่าบริการเลขที่ SLI002/57(NP), SLI004/57(NP), SLI006/57(NP) และ SLI008/57(NP) จากที่ผู้รับบริการได้เช่าอาคารจากผู้ให้บริการตามสัญญาเลขที่ SLI001/57(NP), SLI003/57(NP), SLI005/57(NP) และ SLI007/57(NP) ตามลำดับ โดยผู้ให้บริการตกลงจัดบริการและบำรุงรักษาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้แก่ผู้รับบริการ อันได้แก่ ติดตั้งไฟส่องสว่าง, ระบบจัดส่งน้ำประปา, การรักษาความปลอดภัย, ประกันอัคคีภัย, โรงอาหาร, ห้องสุขา, ทำความสะอาดและทิ้งขยะมูลฝอย และ จัดหาและดูแลพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับมาปลูกบริเวณภายนอกสถานที่เช่า เป็นต้น
อัตราค่าเช่า	:	<ol style="list-style-type: none"> 1. สัญญาเช่าอาคารเลขที่ SLI001/57(NP) คิดอัตราค่าเช่าเดือนละ 190,000 บาท (เพิ่มอัตราค่าเช่าร้อยละ 10 ทุก 3 ปี) 2. สัญญาให้บริการและจัดเก็บค่าบริการ SLI002/57(NP) คิดอัตราค่าบริการเดือนละ 554,000 บาท (เพิ่มอัตราค่าเช่าร้อยละ 10 ทุก 3 ปี) 3. สัญญาเช่าอาคารเลขที่ SLI003/57(NP) คิดอัตราค่าเช่าเดือนละ 168,000 บาท (เพิ่มอัตราค่าเช่าร้อยละ 10 ทุก 3 ปี) 4. สัญญาให้บริการและจัดเก็บค่าบริการ SLI004/57(NP) คิดอัตราค่าบริการเดือนละ 4492,000 บาท (เพิ่มอัตราค่าเช่าร้อยละ 10 ทุก 3 ปี) 5. สัญญาเช่าอาคารเลขที่ SLI005/57(NP) คิดอัตราค่าเช่าเดือนละ 46,000 บาท (เพิ่มอัตราค่าเช่าร้อยละ 10 ทุก 3 ปี) 6. สัญญาให้บริการและจัดเก็บค่าบริการ SLI006/57(NP) คิดอัตราค่าบริการเดือนละ 134,000 บาท (เพิ่มอัตราค่าเช่าร้อยละ 10 ทุก 3 ปี) 7. สัญญาเช่าอาคารเลขที่ SLI007/57(NP) คิดอัตราค่าเช่าเดือนละ 4,000 บาท (เพิ่มอัตราค่าเช่าร้อยละ 10 ทุก 3 ปี) 8. สัญญาให้บริการและจัดเก็บค่าบริการ SLI008/57(NP) คิดอัตราค่าบริการเดือนละ 12,000 บาท (เพิ่มอัตราค่าเช่าร้อยละ 10 ทุก 3 ปี)
วิธีการกำหนดอัตราค่าเช่า	:	อ้างอิงจากการประเมินของผู้ประเมินราคาอิสระซึ่งใช้วิธีการเปรียบเทียบราคาตลาดโดยมีอัตราค่าเช่าซึ่งรวมค่าบริการไว้แล้วเริ่มต้นในปีแรกเท่ากับราคาประเมินและปรับเพิ่มในอัตราร้อยละ 10 ทุก 3 ปี
ราคาประเมิน*	:	<ol style="list-style-type: none"> 1. อาคารหมายเลข 8 พื้นที่รวม 3,100 ตารางเมตร ประเมินอัตราค่าเช่า 240 บาทต่อตารางเมตรต่อเดือน อัตราเพิ่มค่าเช่าร้อยละ 10 ทุก 3 ปี คิดเป็นมูลค่าปัจจุบันของค่าเช่า 10 ปี เป็นเงิน 55,200,000 บาท 2. อาคารหมายเลข 9 พื้นที่รวม 3,000 ตารางเมตร ประเมินอัตราค่าเช่า 220 บาทต่อตารางเมตรต่อเดือน อัตราเพิ่มค่าเช่าร้อยละ 10 ทุก 3 ปี คิดเป็นมูลค่าปัจจุบันของค่าเช่า 10 ปี เป็นเงิน 48,970,000 บาท

		<p>3. อาคารหมายเลข 2 พื้นทั้งหมด 1,000 ตารางเมตร ประเมินอัตราค่าเช่า 180 บาทต่อตารางเมตรต่อเดือน อัตราเพิ่มค่าเช่าร้อยละ 10 ทุก 3 ปี คิดเป็นมูลค่าปัจจุบันของค่าเช่า 10 ปี เป็นเงิน 13,360,000 บาท</p> <p>4. อาคารหมายเลข 7 ขนาดพื้นที่รวม 100 ตารางเมตร ประเมินอัตราค่าเช่า 160 บาทต่อตารางเมตรต่อเดือน อัตราเพิ่มค่าเช่าร้อยละ 10 ทุก 3 ปี คิดเป็นมูลค่าปัจจุบันของค่าเช่า 10 ปี เป็นเงิน 1,190,000 บาท</p> <p>หมายเหตุ: ราคาประเมินค่าเช่านี้ ผู้ประเมินได้รวมค่าเช่าอาคาร และค่าบริการไว้ด้วยกันแล้ว</p>
ชื่อผู้ประเมินราคาอิสระ	:	บริษัท ไทยประเมินราคา ลิ้น ฟิลลิปส์ จำกัด
วันที่ประเมิน	:	4 สิงหาคม 2557
ระยะเวลาของสัญญา	:	10 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2557 ถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2567
เงื่อนไขของสัญญา	:	<p><u>สัญญาเช่าอาคาร</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - หากคู่สัญญาที่มีความประสงค์จะเปลี่ยนแปลงสาระสำคัญของสัญญานับนี้ จะต้องแจ้งให้คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งทราบล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรไม่น้อยกว่า 30 วัน เพื่อที่จะได้นัดเจรจากลถึงสาระสำคัญแห่งข้อสัญญาและได้จัดทำข้อตกลงต่อไป - ผู้ให้เช่าและผู้เช่าตกลงว่า ก่อนครบกำหนดสัญญาเช่า ถ้าผู้เช่าประสงค์จะขอเช่าอาคารต่อ ให้ผู้เช่าแจ้งความประสงค์ดังกล่าวเป็นลายลักษณ์อักษรต่อผู้ให้เช่าและผู้สัญญาทั้งสองฝ่ายตกลงเจรจาเพื่อพิจารณาในรายละเอียดต่าง ๆ อาทิ เช่น อัตราค่าเช่าและเงื่อนไขอื่น ๆ ของสัญญา ให้แล้วเสร็จภายใน 30 วัน นับจากวันที่ครบระยะเวลาการเช่าสิ้นปีที่ 9 หรือ ภายในวันที่ 30 กรกฎาคม 2566 ทั้งนี้หากผู้ให้เช่าตกลงให้มีการเช่าอาคารต่อ ผู้ให้เช่าตกลงที่จะให้ผู้เช่าเช่าอาคารต่อไปอีกเป็นระยะเวลา 10 ปี โดยการคิดอัตราค่าเช่าระหว่างกันนั้นให้เป็นไปตามราคาประเมินของผู้ประเมินอิสระที่ได้รับการเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งอัตราค่าเช่าและเงื่อนไขของสัญญาจะต้องมีความชัดเจนและเป็นธรรมและเป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และข้อบังคับ ประกาศ คำสั่งหรือข้อกำหนดของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมถึงข้อกำหนดเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลการทำรายการที่เกี่ยวข้องกันและการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ <p><u>สัญญาให้บริการและจัดเก็บค่าบริการ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - สัญญาให้บริการและจัดเก็บค่าบริการนี้ คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายต่างถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของสัญญาเช่าอาคารฉบับลงวันที่ 1 กรกฎาคม 2557 ถ้าในกรณีที่ไม่มีข้อความที่ได้กำหนดไว้โดยชัดแจ้งเป็นประการอื่น ให้นำเอาบรรดาข้อความ และ/หรือ เงื่อนไข ในสัญญาเช่าอาคาร ฉบับลงวันที่ 1 กรกฎาคม 2557 มาใช้บังคับโดยอนุโลม ถ้าผู้รับบริการผิดสัญญาเช่าอาคาร ให้ถือว่าผิดสัญญานับนี้ด้วย และถ้าผู้รับบริการ ผิดสัญญานับนี้ ก็ให้ถือว่าผู้รับบริการผิดสัญญาเช่าอาคารด้วย และให้สัญญานับนี้ป็นอันเลิกไปพร้อมกับสัญญาเช่าอาคารด้วยโดยทันที โดยที่ผู้ให้บริการ ไม่ต้องบอกกล่าวล่วงหน้า - หากคู่สัญญาที่มีความประสงค์จะเปลี่ยนแปลงสาระสำคัญของสัญญานับนี้ จะต้องแจ้งให้คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งทราบล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรไม่น้อยกว่า 30 วัน เพื่อที่จะได้นัดเจรจากลถึงสาระสำคัญแห่งข้อสัญญาและได้จัดทำข้อตกลงต่อไป
การสิ้นสุดของสัญญา	:	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้ให้เช่ามีสิทธิในการบอกเลิกสัญญาเช่าอาคารฉบับนี้ หากปรากฏว่า ผู้เช่ามิได้ชำระค่าเช่าตามกำหนดแห่งสัญญานับนี้ติดต่อกันเป็นเวลา 2 งวดติดกัน และ/หรือ ผู้เช่าได้กระทำความผิดสัญญาข้อหนึ่งข้อใด และ/หรือ ไม่ปฏิบัติตามสัญญาอันเกี่ยวกับสิทธิและหน้าที่ตามสัญญานี้ - เมื่อสัญญาเช่าอาคารสิ้นสุดลงตามกำหนดเวลาในสัญญานี้ และ/หรือ สัญญาเช่าอาคารฉบับนี้สิ้นสุดลงด้วยประการใดก็ตาม ผู้เช่ายินยอมส่งมอบอาคารที่เช่าคืนให้แก่ผู้ให้เช่าเข้าครอบครองโดยทันทีและจะต้องขนย้ายบริวารและทรัพย์สินของผู้เช่าออกจากอาคารด้วย และถ้าปรากฏว่ายังมีทรัพย์สินที่ซารุคเสียหายอยู่ ผู้เช่าจะต้องรีบดำเนินการซ่อมแซมแก้ไขให้คืนดีเดิมและใช้งานได้ตามปกติ ภายใน 15 วัน นับแต่สัญญาเช่าอาคารฉบับนี้สิ้นสุดลงด้วยประการใดก็ตาม ด้วยค่าใช้จ่ายของผู้เช่าเอง - การสิ้นสุดของสัญญาให้บริการและจัดเก็บค่าบริการให้เป็นไปตามเหตุบอกเลิกสัญญาของสัญญาเช่าอาคาร

- สัญญาเช่า/เช่าซื้อเครื่องจักร (จำนวน 4 เครื่อง ตามสัญญา 4 ฉบับ จากสถาบันการเงิน 2 แห่ง)

ผู้เช่าซื้อ	:	บริษัท สาลี่พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน)
ผู้ให้เช่าซื้อ	:	สถาบันการเงินแห่งที่ 1
รวมมูลค่าการเช่าซื้อ	:	53.94 ล้านบาท(จำนวนรวม 2 เครื่อง)
ระยะเวลาของสัญญา	:	60 เดือน
วัตถุประสงค์ของสัญญา	:	ผู้ให้เช่าซื้อได้ตกลงซื้อทรัพย์สินจากผู้เช่าซื้อตามคำร้องขอของผู้เช่าซื้อ เพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ผู้เช่าซื้อได้ทำการเช่าซื้อทรัพย์สินดังกล่าว โดยทรัพย์สินให้หมายรวมถึงส่วนควบ อุปกรณ์ และอะไหล่
เงื่อนไขของสัญญา	:	<p>- หากผู้เช่าซื้อได้กระทำการตามสัญญาฉบับนี้ทุกประการ รวมไปถึงการชำระค่าใช้จ่ายทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นค่าเช่าหรือค่าใช้จ่ายอื่นๆตามที่ได้ระบุไว้ในสัญญา ผู้เช่าซื้อจะมีสิทธิในการซื้อทรัพย์สินเช่าซื้อในราคาที่กำหนดไว้ในสัญญา โดยผู้เช่าซื้อจะต้องบอกกล่าวผู้ให้เช่าซื้อเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อนวันที่ครบอายุสัญญา คำบอกกล่าวนี้ให้ถือว่าผูกพันผู้เช่าซื้อ</p> <p>- เมื่อครบอายุสัญญาผู้เช่าซื้ออาจขยายอายุสัญญาต่อไปอีกได้ ในระยะเวลาที่ผู้เช่าซื้อและผู้ให้เช่าซื้อตกลงกัน โดยให้ผู้เช่าซื้อกำหนดและเงื่อนไขเดียวกันกับในสัญญานี้ โดยต้องแจ้งผู้ให้เช่าเป็นลายลักษณ์อักษรไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อนครบกำหนดอายุสัญญาเช่า</p> <p>- ผู้เช่าซื้อต้องเอาประกันภัยทรัพย์สินที่เช่าซื้อไว้กับบริษัทประกันภัยที่ผู้ให้เช่าซื้อเลือกหรือเห็นชอบ โดยต้องระบุผู้ให้เช่าซื้อเป็นผู้รับผลประโยชน์</p> <p>- ผู้เช่าซื้อต้องชำระเงินประกันตามที่ระบุไว้ในสัญญา โดยผู้ให้เช่าซื้อยอมมีสิทธิใช้เงินประกันดังกล่าวสำหรับการชำระหนี้ใดๆของผู้เช่าซื้อ และหากมีการใช้เงินประกันไป ผู้เช่าซื้อจะต้องชำระเงินคืนให้แก่ผู้ให้เช่าซื้อในจำนวนเท่ากับเงินที่ถูกใช้ไป เพิ่มเติมเต็มวงเงินประกันให้คงเดิม</p> <p>- หากผู้เช่าซื้อผิดนัด ผู้ให้เช่าซื้อสามารถยกเลิกสัญญาฉบับนี้ โดยให้คำบอกกล่าวแก่ผู้เช่าซื้อ และการยกเลิกสัญญานั้นให้มีผลดังต่อไปนี้ 1. ผู้เช่าซื้อต้องคืนทรัพย์สินให้ผู้เช่าซื้อทั้งหมดแก่ผู้ให้เช่าซื้อ 2. ให้ถือว่าบรรดาค่าเช่าบางส่วนหรือทั้งหมดที่ต้องชำระตามสัญญาเช่าซื้อ ตลอดจนค่าใช้จ่ายอื่นใดทั้งหมดถึงกำหนดชำระและผู้เช่าซื้อต้องชำระโดยพลัน 3. ผู้ให้เช่าซื้อสามารถขาย หรือ ให้บุคคลภายนอกเข้าครอบครองทรัพย์สินให้ผู้เช่าซื้อ โดยบอกกล่าวหรือไม่บอกกล่าวผู้เช่าซื้อก็ได้ 4. ผู้เช่าซื้อจะเป็นผู้รับผิดชอบในค่าเสียหายหรือค่าใช้จ่ายใดๆที่เกิดขึ้นจากการที่ผู้ให้เช่าซื้อใช้สิทธิตามสัญญาในกรณีที่ผู้เช่าซื้อผิดนัด</p>
ผู้เช่าซื้อ	:	บริษัท สาลี่พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน)
ผู้ให้เช่าซื้อ	:	สถาบันการเงินแห่งที่ 2
รวมมูลค่าการเช่าซื้อ	:	88.82 ล้านบาท(จำนวนรวม 2 เครื่อง)
ระยะเวลาของสัญญา	:	60 เดือน
วัตถุประสงค์ของสัญญา	:	ผู้ให้เช่าได้ตกลงซื้อทรัพย์สินจากผู้เช่าตามคำร้องขอของผู้เช่า เพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ผู้เช่าได้ทำการเช่าทรัพย์สินดังกล่าว โดยทรัพย์สินให้หมายรวมถึงส่วนควบ อุปกรณ์ และอะไหล่

เงื่อนไขของสัญญา	:	<p>- ผู้เช่าสัญญากับผู้ให้เช่าว่าเมื่อครบกำหนดสัญญาเช่าแล้ว ผู้ให้เช่าจะสามารถขายทรัพย์สินที่ให้เช่าได้ในราคาที่กำหนดตามสัญญา โดยหากทรัพย์สินที่ให้เช่าขายได้ในราคาน้อยกว่าที่กำหนดให้ผู้เช่าจ่ายเงินทดแทนให้แก่ผู้ให้เช่า</p> <p>- ในกรณีที่ผู้เช่าประสงค์จะต่ออายุการเช่าออกไปอีก ต้องแจ้งผู้ให้เช่าเป็นลายลักษณ์อักษรไม่น้อยกว่า 3 เดือนก่อนครบกำหนดอายุสัญญาเช่า โดยให้ใช้ข้อกำหนดและเงื่อนไขเดียวกันกับในสัญญา</p> <p>- ผู้เช่าต้องเอาประกันภัยทรัพย์สินที่เช่าไว้กับบริษัทประกันภัยที่ผู้ให้เช่าเห็นชอบในนามของผู้ให้เช่า โดยต้องระบุผู้ให้เช่าเป็นผู้รับผลประโยชน์</p> <p>- ผู้เช่าต้องชำระเงินประกันตามที่ระบุไว้ในสัญญา และหากผู้เช่าผิดนัดหรือประพฤติผิดเงื่อนไขข้อกำหนดใดๆตามสัญญา ผู้ให้เช่าย่อมมีสิทธิใช้เงินประกันดังกล่าวสำหรับการชำระหนี้ ค่าเสียหาย ค่าเช่าค้างชำระ และ/หรือ มูลค่าสูญหายที่กำหนดไว้ ตามที่ผู้ให้เช่าเห็นสมควร</p> <p>- หากผู้เช่าผิดนัดไม่ชำระค่าเช่า ผู้ให้เช่าสามารถกระทำการดังต่อไปนี้โดยไม่ต้องทวงถามหรือบอกกล่าวแก่ผู้เช่าล่วงหน้า 1. ถือว่าบรรดาค่าเช่าบางส่วนหรือทั้งหมดที่ต้องชำระตามสัญญาเช่า ตลอดจนค่าใช้จ่ายอื่นใดทั้งหมดถึงกำหนดชำระและผู้เช่าต้องชำระโดยพลัน 2. เข้าครอบครองทรัพย์สินเช่า หรือเรียกร้องให้คืนทรัพย์สินให้เช่า 3. เลิกสัญญาฉบับนี้แล้วเรียกให้ผู้เช่าจ่ายค่าสินไหมทดแทนจากค่าเสียหายใดๆ ซึ่งเป็นผลโดยตรง และต่อเนื่องทั้งหมด รวมทั้งการขาดผลกำไรด้วย</p>
------------------	---	--

- สัญญาเช่าซื้อรถยนต์ (รถยนต์จำนวน 7 คันตามสัญญาเช่าซื้อ 5 ฉบับจากสถาบันการเงิน 2 แห่ง)

ผู้เช่าซื้อ	:	บริษัท สาลีพรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน)
ผู้ให้เช่าซื้อ	:	สถาบันการเงินแห่งที่ 1
รวมมูลค่าการเช่าซื้อ	:	3.61 ล้านบาท (รวมจำนวน 2 คัน)
ระยะเวลาของสัญญา	:	60 เดือน
วัตถุประสงค์ของสัญญา	:	ผู้ให้เช่าซื้อได้ตกลงซื้อทรัพย์สินจากผู้ผลิต/ผู้ขาย ตามคำร้องขอของผู้เช่าซื้อ เพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ผู้เช่าซื้อได้ทำการเช่าซื้อทรัพย์สินดังกล่าว
เงื่อนไขของสัญญา	:	<p>- หากผู้เช่าซื้อได้กระทำการตามสัญญาฉบับนี้ทุกประการ รวมไปถึงการชำระค่าใช้จ่ายทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นค่าเช่าหรือค่าใช้จ่ายอื่นๆตามที่ระบุไว้ในสัญญา ผู้เช่าซื้อจะมีสิทธิในการซื้อทรัพย์สินเช่าซื้อในราคาที่กำหนดไว้ในสัญญา โดยผู้เช่าซื้อจะต้องบอกกล่าวผู้ให้เช่าซื้อเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 60 วัน ก่อนวันที่ครบอายุสัญญา คำบอกกล่าวนี้ให้ถือว่าผูกพันผู้เช่าซื้อ</p> <p>- เมื่อครบอายุสัญญาผู้เช่าซื้ออาจขายอายุสัญญาต่อไปอีกได้ ในระยะเวลาที่ผู้เช่าซื้อและผู้ให้เช่าซื้อตกลงกัน โดยให้ใช้ข้อกำหนดและเงื่อนไขเดียวกันกับในสัญญา โดยต้องแจ้งผู้ให้เช่าซื้อเป็นลายลักษณ์อักษรไม่น้อยกว่า 60 วันก่อนครบกำหนดอายุสัญญาเช่า</p> <p>- ผู้เช่าซื้อต้องเอาประกันภัยทรัพย์สินที่เช่าซื้อไว้กับบริษัทประกันภัยที่ผู้ให้เช่าซื้อเลือกหรือเห็นชอบ โดยต้องระบุผู้ให้เช่าซื้อเป็นผู้รับผลประโยชน์</p> <p>- ผู้เช่าซื้อต้องชำระเงินประกันตามที่ระบุไว้ในสัญญา โดยผู้ให้เช่าซื้อจะมีสิทธิใช้เงินประกันดังกล่าวสำหรับการชำระหนี้ใดๆของผู้เช่าซื้อ และหากมีการใช้เงินประกันไป ผู้เช่าซื้อจะต้องชำระเงินคืนให้แก่ผู้ให้เช่าซื้อในจำนวนเท่ากับเงินที่ถูกใช้ไป เพิ่มเติมเต็มวงเงินประกันให้คงเดิม</p>

		- หากผู้เช่าซื้อผิดนัด ผู้ให้เช่าซื้อสามารถยกเลิกสัญญาฉบับนี้โดยให้คำบอกกล่าวแก่ผู้เช่าซื้อ และการยกเลิกสัญญานั้นให้มีผลดังต่อไปนี้ 1. ผู้เช่าซื้อต้องคืนทรัพย์สินให้ผู้ให้เช่าซื้อทั้งหมดแก่ผู้ให้เช่าซื้อ 2. ให้ถือว่าบรรดาค่าเช่าบางส่วนหรือทั้งหมดที่ต้องชำระตามสัญญาเช่าซื้อ ตลอดจนค่าใช้จ่ายอื่นใดทั้งหมดถึงกำหนดชำระและผู้เช่าซื้อต้องชำระโดยพลัน 3. ผู้ให้เช่าซื้อสามารถขาย หรือ ให้นำบุคคลภายนอกเข้าครอบครองทรัพย์สินให้ผู้เช่าซื้อ โดยบอกกล่าวหรือไม่บอกกล่าวผู้เช่าซื้อก็ได้ 4. ผู้เช่าซื้อจะเป็นผู้รับผิดชอบในค่าเสียหายหรือค่าใช้จ่ายใดๆที่เกิดขึ้นจากการที่ผู้ให้เช่าซื้อใช้สิทธิตามสัญญาในกรณีที่ผู้เช่าซื้อผิดนัด
ผู้เช่าซื้อ	:	บริษัท สาลีพรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน)
ผู้ให้เช่าซื้อ	:	สถาบันการเงินแห่งที่ 2
รวมมูลค่าการเช่าซื้อ	:	7.09 ล้านบาท (จำนวนรวม 5 คัน)
ระยะเวลาของสัญญา	:	60 เดือน
วัตถุประสงค์ของสัญญา	:	ผู้ให้เช่าซื้อได้ตกลงซื้อทรัพย์สินจากผู้ผลิต/ผู้ขาย ตามคำร้องขอของผู้เช่าซื้อ เพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ผู้เช่าซื้อได้ทำการเช่าซื้อทรัพย์สินดังกล่าว
เงื่อนไขของสัญญา	:	<p>- หากผู้เช่าซื้อมิได้กระทำการใดๆที่เป็นการผิดนัดตามสัญญาฉบับนี้ ผู้เช่าซื้อจะมีสิทธิในการซื้อทรัพย์สินเช่าซื้อในราคาที่กำหนดไว้ในสัญญา โดยผู้เช่าซื้อจะต้องบอกกล่าวผู้ให้เช่าซื้อเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วัน ก่อนวันที่ครบอายุสัญญา หรือหากผู้เช่าซื้อไม่ประสงค์ที่จะซื้อหรือต่อสัญญาเช่าซื้อ ผู้ให้เช่าซื้อสามารถนำทรัพย์สินเช่าซื้อออกขายได้ โดยหากขายได้ต่ำกว่าราคาที่กำหนดไว้ในสัญญา ผู้เช่าซื้อมีหน้าที่ชำระค่าส่วนต่างนั้นให้แก่ผู้ให้เช่าซื้อ</p> <p>- เมื่อครบอายุสัญญาผู้เช่าซื้ออาจขยายอายุสัญญาต่อไปอีกได้ โดยจะเป็นทรัพย์สินเดิมหรือแต่เพียงบางส่วนก็ได้ และจะใช้ข้อกำหนดและเงื่อนไขเดียวกันกับในสัญญานี้หรือจะแก้ไขใหม่ก็ได้ แล้วแต่ผู้เช่าซื้อและผู้ให้เช่าซื้อจะตกลงกัน โดยต้องแจ้งผู้ให้เช่าซื้อเป็นลายลักษณ์อักษรไม่น้อยกว่า 60 วันก่อนครบกำหนดอายุสัญญาเช่าซื้อ</p> <p>- ผู้เช่าซื้อต้องเอาประกันภัยทรัพย์สินที่เช่าซื้อไว้กับบริษัทประกันภัยที่ผู้ให้เช่าซื้อเห็นชอบ โดยต้องระบุผู้เช่าซื้อเป็นผู้รับผลประโยชน์</p> <p>- ผู้เช่าต้องชำระเงินประกันตามที่ระบุไว้ในสัญญา โดยผู้ให้เช่ายอมมีสิทธิใช้เงินประกันดังกล่าวสำหรับการชำระหนี้ใดๆของผู้เช่าซื้อ แต่ไม่ถือเป็นการชำระค่าเช่า และหากมีการใช้เงินประกันไป ผู้เช่าซื้อจะต้องชำระเงินคืนให้แก่ผู้ให้เช่าซื้อในจำนวนเท่ากับเงินที่ถูกใช้ไป เพิ่มเติมเต็มวงเงินประกันให้คงเดิม อนึ่ง เมื่อครบระยะเวลาตามสัญญาแล้วผู้ให้เช่าซื้อต้องคืนเงินประกันให้แก่ผู้เช่าซื้อ</p> <p>- หากผู้เช่าซื้อผิดนัด ผู้ให้เช่าซื้อสามารถกระทำการดังต่อไปนี้ได้ 1. ยกเลิกสัญญาฉบับนี้โดยไม่ต้องบอกกล่าวผู้เช่าซื้อล่วงหน้า และเข้าครอบครองทรัพย์สินที่เช่าซื้อโดยผู้เช่าซื้อต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายทั้งหมด 2. บอกกล่าวผู้เช่าซื้อเป็นลายลักษณ์อักษรถึงการเลิกสัญญา และให้ส่งมอบทรัพย์สินคืน 3. ให้ผู้เช่าซื้อชำระค่าเช่าทั้งหมด 4. ผู้เช่าซื้อจะต้องจ่ายค่าสินไหมทดแทนแก่ผู้ให้เช่าซื้อเพราะเหตุเลิกสัญญา</p>

- สัญญาเช่าซื้อเครื่อง SERVER (จำนวน 1 เครื่อง)

ผู้เช่าซื้อ	:	บริษัท สาลีพรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน)
ผู้ให้เช่าซื้อ	:	บริษัทผู้ให้เช่าซื้อ 1 แห่ง
รวมมูลค่าการเช่าซื้อ	:	4.92 ล้านบาท

ระยะเวลาของสัญญา	:	60 เดือน
วัตถุประสงค์ของสัญญา	:	ผู้ให้เช่าซื้อได้ตกลงซื้อทรัพย์สินจากผู้ผลิต/ผู้ขาย ตามคำร้องขอของผู้เช่าซื้อ เพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ผู้เช่าซื้อได้ทำการเช่าซื้อทรัพย์สินดังกล่าว
เงื่อนไขของสัญญา	:	<p>- หากผู้เช่าซื้อมิได้กระทำการใดๆ ที่เป็นการผิดนัดตามสัญญาฉบับนี้ ผู้เช่าซื้อจะมีสิทธิในการซื้อทรัพย์สินเช่าซื้อในราคาที่กำหนดไว้ในสัญญา โดยผู้เช่าซื้อจะต้องบอกกล่าวผู้ให้เช่าซื้อเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วัน ก่อนวันที่ครบอายุสัญญา หรือหากผู้เช่าซื้อไม่ประสงค์ที่จะซื้อหรือต่อสัญญาเช่าซื้อ ผู้ให้เช่าซื้อสามารถนำทรัพย์สินเช่าซื้อออกขายได้ โดยหากขายได้ต่ำกว่าราคาที่กำหนดไว้ในสัญญา ผู้เช่าซื้อมีหน้าที่ชำระค่าส่วนต่างนั้นให้แก่ผู้ให้เช่าซื้อ</p> <p>- เมื่อครบอายุสัญญาผู้เช่าซื้ออาจขายอายุสัญญาต่อไปอีกได้ โดยจะเป็นทรัพย์สินเดิมหรือแต่เพียงบางส่วนก็ได้ และจะใช้ข้อกำหนดและเงื่อนไขเดียวกันกับในสัญญานี้หรือจะแก้ไขใหม่ก็ได้ แล้วแต่ผู้เช่าซื้อและผู้ให้เช่าซื้อจะตกลงกัน โดยต้องแจ้งผู้ให้เช่าเป็นลายลักษณ์อักษร ไม่น้อยกว่า 60 วันก่อนครบกำหนดอายุสัญญาเช่าซื้อ</p> <p>- ผู้เช่าซื้อต้องเอาประกันภัยทรัพย์สินที่เช่าซื้อไว้กับบริษัทประกันภัยที่ผู้ให้เช่าซื้อเห็นชอบ โดยต้องระบุผู้ให้เช่าซื้อเป็นผู้รับผลประโยชน์</p> <p>- ผู้เช่าซื้อต้องชำระเงินประกันตามที่ระบุไว้ในสัญญา โดยผู้ให้เช่าข้อมีสิทธิใช้เงินประกันดังกล่าวสำหรับการชำระหนี้ใดๆ ของผู้เช่าซื้อ แต่ไม่ถือเป็นการชำระค่าเช่า และหากมีการใช้เงินประกันไป ผู้เช่าซื้อจะต้องชำระเงินคืนให้แก่ผู้ให้เช่าซื้อในจำนวนเท่ากับเงินที่ถูกใช้ไป เพิ่มเติมเต็มวงเงินประกันให้คงเดิม อนึ่ง เมื่อครบระยะเวลาตามสัญญาแล้วผู้ให้เช่าซื้อต้องคืนเงินประกันให้แก่ผู้เช่าซื้อ</p> <p>- หากผู้เช่าซื้อผิดนัด ผู้ให้เช่าซื้อสามารถกระทำการดังต่อไปนี้ได้ 1. ยกเลิกสัญญาฉบับนี้โดยไม่ต้องบอกกล่าวผู้เช่าซื้อล่วงหน้า และเข้าครอบครองทรัพย์สินเช่าซื้อโดยผู้เช่าซื้อต้องเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายทั้งหมด 2. บอกกล่าวผู้เช่าซื้อเป็นลายลักษณ์อักษรถึงการเลิกสัญญา และให้ส่งมอบทรัพย์สินคืน 3. ให้ผู้เช่าซื้อชำระค่าเช่าทั้งหมด 4. ผู้เช่าซื้อจะต้องจ่ายค่าสินไหมทดแทนแก่ผู้ให้เช่าซื้อเพราะเหตุเลิกสัญญา</p>

- ประกันภัยรวมความเสี่ยง

คู่สัญญา	:	บริษัท กรุงเทพประกันภัย จำกัด (มหาชน)
กรมธรรม์เลขที่	:	551 - 10551 - 10053
ประเภทของการประกันภัย	:	ประกันรวมความเสี่ยงในความเสี่ยงทางตรงหรือความเสียหายจากปัจจัยภายนอกใดๆ ที่เกิดขึ้นกับทรัพย์สินเอาประกันซึ่งอยู่นอกเหนือจากความคุ้มครองตามประกันอุบัติเหตุ
ระยะเวลาของสัญญา	:	อายุสัญญา 1 ปี ตั้งแต่วันที่ 27 กรกฎาคม 2558 เวลา 16.00น. ถึงวันที่ 27 กรกฎาคม 2559 เวลา 16.00น.
วงเงินเอาประกันภัย	:	<p>รวมวงเงินที่เอาประกันภัยตามกรมธรรม์ประกันภัยฉบับนี้ - 738,350,000 บาท โดยสามารถแยกได้เป็นรายการดังต่อไปนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เครื่องจักร - 643,210,000 บาท 2. สินค้าคงคลัง - 80,000,000 บาท 3. เครื่องใช้สำนักงาน - 15,140,000 บาท
ผู้รับผลประโยชน์ตามกรมธรรม์	:	<p>- สถาบันการเงินตามภาระผูกพันการค้ำประกันวงเงินกู้และสัญญาเช่าระยะยาวของบริษัท (จำนวนวงเงินไม่เกิน 112,560,000 บาท)</p> <p>- บริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน)</p>

- สัญญาการบำรุงรักษาโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อบริหารงานบัญชี (WinAcc)

ผู้ว่าจ้าง	:	บริษัท สาลีพรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน)
ผู้รับจ้าง	:	บริษัท วิ ไอ วิ อินเทอร์เน็ต จำกัด
วัตถุประสงค์ของสัญญา	:	ผู้รับจ้างตกลงรับจ้างบำรุงรักษาโปรแกรม WinAcc ซึ่งเป็น โปรแกรมเกี่ยวกับระบบการบริหารงานบัญชี ที่ผู้ว่าจ้างได้สั่งซื้อจากผู้รับจ้าง โดยผู้รับจ้างจะต้องรับทราบและแก้ไขปัญหาตามที่ได้รับรายงานจากผู้ว่าจ้าง
อัตราค่าจ้าง	:	อัตราค่าบำรุงรักษาโปรแกรม คิดเป็นจำนวน 138881 บาท ต่อปี โดยผู้ว่าจ้างจะต้องชำระเต็มจำนวนภายในวันที่ 31 มกราคม 2558
ระยะเวลาของสัญญา	:	1 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2558 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2558
เงื่อนไขของสัญญา	:	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้ว่าจ้างจะต้องจัดให้มีระบบความปลอดภัยเพียงพอสำหรับเจ้าหน้าที่ของผู้รับจ้าง ในการที่จะเข้าไปดำเนินการในสถานที่ทำงานของผู้ว่าจ้าง - ผู้ว่าจ้างจะต้องเตรียมวัสดุสิ้นเปลือง เช่น กระดาษ หมึก ฯลฯ ในกรณีที่จำเป็นต้องใช้ให้เพียงพอสำหรับการดำเนินการให้บริการต่างๆ - ผู้ว่าจ้างมีสิทธิ์ได้รับบริการผ่านโทรศัพท์หรือ Modem ในกรณีเร่งด่วน หรือต้องแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า - ผู้รับจ้างขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาและสรุปการแก้ไขปัญหาตามที่ผู้รับจ้างเห็นสมควร - ผู้รับจ้างจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายที่เกิดขึ้นจากโปรแกรมอื่นๆที่ไม่ใช่โปรแกรม WinAcc หรือไม่ได้จัดหาโดยผู้รับจ้าง - ผู้ว่าจ้างจะได้รับสิทธิในการ Update Software WinAcc ที่มีการพัฒนาเพิ่มเติมโดยผู้รับจ้างในช่วงระยะเวลาของสัญญานี้ โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ยกเว้นค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม และดำเนินการต่างๆ จนสามารถใช้งานได้จริง - สัญญานี้ไม่รวมถึงการปรับเปลี่ยน หรือ Modify Software เพิ่มเติมตามความต้องการของผู้ว่าจ้าง ซึ่งในกรณีนี้จะมีการคิดค่าใช้จ่ายจากผู้ว่าจ้าง ตามใบเสนอราคาที่มีการตกลงกันเป็นครั้งไป - ผู้รับจ้างจะไม่รับผิดชอบในค่าใช้จ่ายใดๆที่เกิดขึ้น ในกรณีที่ต้องมีการ Recover โปรแกรม หรือ ข้อมูลที่กำลังเสียหายหรือได้เสียหายไปแล้ว ในกรณีที่ปัญหาเกิดขึ้น อันเนื่องมาจากการใช้งานผิดวิธี หรือโดยผู้ไม่มีสิทธิ์ใช้ หรือ จากภัยธรรมชาติ ผู้รับจ้างขอสงวนสิทธิ์ที่จะคิดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานแก้ไขปัญหาดังกล่าว
การสิ้นสุดของสัญญา	:	สัญญานี้ฉบับนี้อาจสิ้นสุดเมื่อคู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งแสดงเจตนาบอกเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษร

- สัญญาจ้างผู้เชี่ยวชาญดูแลโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อการผลิต (FileMaker Pro)

ผู้ว่าจ้าง	:	บริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน)
ที่ปรึกษา	:	นายสมเกียรติ นราธิกร
วัตถุประสงค์ของสัญญา	:	ที่ปรึกษาดูแลรับจ้างดูแล โปรแกรม FileMaker Pro ของผู้ว่าจ้างให้อยู่ในสภาพที่สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้ว่าจ้างสามารถติดต่อที่ปรึกษาได้ทันทีหากมีเหตุฉุกเฉิน ตลอดระยะเวลาของสัญญานี้

การชำระค่าตอบแทน	:	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้ว่าจ้างตกลงจะชำระค่าตอบแทนหลังจากส่งมอบงานในแต่ละครั้ง - ผู้ว่าจ้างตกลงจะจ่ายค่าเบี้ยเลี้ยงรายวันที่มาปฏิบัติงานเป็นเงิน 150 AUS Dollar ต่อวันให้แก่ที่ปรึกษา - ผู้ว่าจ้างตกลงจ่ายค่าเดินทางไปกลับออสเตรเลียและค่าใช้จ่ายอื่นๆตามสมควรให้แก่ที่ปรึกษาในกรณีที่ที่ปรึกษาคือต้องเดินทางมาประเทศไทยเพื่อปฏิบัติหน้าที่ตามสัญญา - ผู้ว่าจ้างตกลงเป็นผู้รับผิดชอบค่าภาษีหัก ณ ที่จ่ายแทนที่ปรึกษา
ระยะเวลาของสัญญา	:	3 ปี นับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2557 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2559
เงื่อนไขของสัญญา	:	การแก้ไขเปลี่ยนแปลงสัญญาฉบับนี้ไม่ว่าข้อใดข้อหนึ่ง ต้องกระทำร่วมกันเป็นลายลักษณ์อักษรลงนามและประทับตรา (ถ้ามี) ของคู่สัญญาแต่ละฝ่าย
การสิ้นสุดของสัญญา	:	สัญญาฉบับนี้อาจสิ้นสุดเมื่อคู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งแสดงเจตนาบอกเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษร ไม่น้อยกว่า 30 วัน

4.4 ใบรับรองมาตรฐานที่สำคัญในการประกอบธุรกิจ

ชื่อ	ผู้ออก	เลขที่	ระยะเวลา
ISO 9001:2008	Bureau Veritas Certification	TH004217	4 ธันวาคม 2555 – 4 ธันวาคม 2558
ISO 14001:2004	Bureau Veritas Certification	TH004218	4 ธันวาคม 2555 – 4 ธันวาคม 2558

4.5 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมในอนาคต

ปัจจุบันบริษัทไม่มีการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม อย่างไรก็ตามก็ดีสำหรับการลงทุนในอนาคต บริษัทมีนโยบายที่จะลงทุนในธุรกิจหลากหลายสินค้าและงานพิมพ์ หรือธุรกิจที่มีความเชื่อมโยงและเอื้อประโยชน์กับธุรกิจหลักดังกล่าวของบริษัท และสามารถสร้างผลกำไรให้แก่บริษัทได้ในระยะยาว โดยหากเป็นการลงทุนในบริษัทย่อย บริษัทจะควบคุมหรือกำหนดนโยบายการบริหาร ตลอดจนการส่งตัวแทนเข้าร่วมเป็นกรรมการตามสัดส่วนการถือหุ้น และเข้าร่วมประชุมในฐานะผู้ถือหุ้น โดยผู้แทนของบริษัทมีหน้าที่ออกเสียงในที่ประชุมตามแนวทางหรือทิศทางที่คณะกรรมการบริษัทได้พิจารณาไว้ สำหรับการลงทุนในบริษัทร่วม บริษัทไม่มีนโยบายเข้าไปควบคุมมากนัก ทั้งนี้การจะส่งตัวแทนเข้าร่วมเป็นกรรมการของบริษัทจะพิจารณาตามความเหมาะสม และขึ้นกับข้อตกลงร่วมกัน

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมาย ซึ่งอาจก่อให้เกิดผลเสียหายต่อบริษัทสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายอื่นใดที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท

ชื่อบริษัท	บริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน)
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	เลขที่ 19 หมู่ที่ 10 ตำบลคลองสี่ อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี
โทรศัพท์	02-529-6000
โทรสาร	02-529-6010-11
ลักษณะประกอบธุรกิจ	ผลิตนลากสินค้าและงานพิมพ์คุณภาพสูง
เลขทะเบียนบริษัท	0107557000284
เว็บไซต์	www.saleeprinting.com
ชื่อย่อหลักทรัพย์	SLP
จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์	วันที่ 07 พฤษภาคม 2558
ทุนชำระแล้ว	จำนวน 300,000,000 บาท แบ่งออกเป็น 1,200,000,000 หุ้น (ณ 31 ธันวาคม 2558)

นายทะเบียนหลักทรัพย์ : บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ฝ่ายนายทะเบียนหลักทรัพย์
62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำกัด
ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย
กรุงเทพมหานคร 10110
โทรศัพท์ (662) 229-2800 โทรสาร (662) 654-5427

ผู้สอบบัญชี : 1. นางสาวสุมาลี ธีรวิวัฒน์จิต ทะเบียนผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3970 และ/หรือ
2. นายกฤษดา เลิศวนา ทะเบียนผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4958 และ/หรือ
3. นางพูนนารถ เผ่าเจริญ ทะเบียนผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 5238

บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด

193/136 -137 อาคารเลครัชดา ออฟฟิศ คอมเพล็กซ์
ชั้น 33 ถ.รัชดาภิเษกตัดใหม่
เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทร. (02) 264-0777, (02) 661-9190
Fax. (02) 264-0789-90

6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

รายงานการใช้เงินลงทุนของบริษัท

บริษัท สาลี พรินท์ติ้ง จำกัด (มหาชน) ได้จัดสรรหุ้นสามัญให้แก่ประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) เมื่อเดือนเมษายน 2558 ซึ่งบริษัทฯ ได้รับเงินจากการเพิ่มทุน จำนวน 648 ล้านบาท หลังหักค่าธรรมเนียมการจัดจำหน่ายและรับประกันการจำหน่าย และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเสนอขายหุ้น มีเงินทุนคงเหลือจำนวน 630 ล้านบาท

(หน่วย:ล้านบาท)

วัตถุประสงค์การใช้เงิน	จำนวนเงิน โดยประมาณ	เงินใช้ไป สิ้นสุด ณ 31 ธันวาคม 2558	เงินคงเหลือ ณ 31 ธันวาคม 2558
1. ก่อสร้างอาคารโรงงานและคลังสินค้า	250.00	-	250.00
2. ชำระคืนหนี้สถาบันการเงิน	131.00	137.00	(6.00)
3. ใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน	249.00	-	249.00
รวม	630.00	137.00	493.00

การใช้เงินจากการเพิ่มทุนดังกล่าวว่า ยังคงถูกสำรองเพื่อใช้ตามวัตถุประสงค์ที่ได้แจ้งไว้ต่อผู้ถือหุ้น แต่เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจโดยรวมชะลอตัวและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจากเมื่อปลายปี 2557 ทำให้บริษัทฯ พิจารณาเลื่อนโครงการก่อสร้างอาคารโรงงานและคลังสินค้าใหม่จากเดิมที่ระบุไว้ว่า จะเริ่มก่อสร้างในไตรมาสที่ 4 ของปี 2558 เพื่อรอดูสถานการณ์ให้ชัดเจนกว่าในปัจจุบัน และบริษัทฯ จะนำโครงการดังกล่าวไปพิจารณาอีกครั้งประมาณกลางปี 2559

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้นำเงินเพิ่มทุนคงเหลือจำนวน 493 ล้านบาท ไปลงทุนระยะสั้นในรูปแบบเงินฝากประจำกับสถาบันการเงิน เพื่อรับดอกเบี้ยทั้งจำนวน