



Always Thinking Beyond
ซีลิกคิด เพื่ออนาคต เพื่อคุณ

คำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ

ไตรมาสที่ 3/2561 สิ้นสุด ณ วันที่ 30 กันยายน 2561

14 พฤศจิกายน 2561

Investor Relation Email: investorrelation@seliccorp.com



บทสรุปผู้บริหาร

รายได้จากการขาย

รายได้จากการขายในไตรมาสที่ 3/2561 ลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 2/2561 (-1.5%) และไตรมาสที่ 2 ของปี 2560 (-1.6%) เมื่อพิจารณาจาก ผลการดำเนินงานใน 9 เดือนแรก รายได้เพิ่มขึ้นเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยเติบโตขึ้น 3.1% เมื่อเทียบกันระหว่าง 9 เดือนแรกของปี 2561 และปี 2560

Margin และ EBITDA

กำไรขั้นต้นลดลงเนื่องจากต้นทุนวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้นส่งผลต่อต้นทุนขายที่เพิ่มขึ้นในไตรมาสที่ 3/2561 นอกจากนี้ EBITDA และกำไรสุทธิ ยังได้รับผลกระทบโดยตรงจากการเข้าซื้อกิจการของกลุ่ม PMC โดยมีค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเข้าซื้อถูกรับรู้ในไตรมาสนี้

การเข้าซื้อกลุ่มกิจการ PMC

การเข้าครอบครองกลุ่มกิจการ PMC สอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ในระยะยาวของบริษัทผ่านการควบรวมกิจการ (M & A) ซึ่งบริษัทเป้าหมายถือเป็นบริษัทที่มีศักยภาพในเติบโต และยังสามารถขยายธุรกิจต่อไปได้ในอนาคต โครงการดังกล่าวได้มีการศึกษา การประเมิน และ ผ่านขั้นตอนการตรวจสอบต่างๆ ที่จำเป็น เพื่อให้มั่นใจว่าเป็นโครงการที่เหมาะสมแก่การลงทุน ตามรูปแบบและทิศทางการเติบโตของบริษัทฯ ที่วางไว้

การเข้าซื้อกิจการกลุ่ม PMC จะช่วยเพิ่มความสามารถในการขยายธุรกิจซึ่งจะเป็นประโยชน์โดยตรงต่อ SELIC ทั้งในด้านการขยายธุรกิจและการดำเนินงานในระยะยาว

กลุ่ม บริษัท PMC เป็นผู้ผลิตสติกเกอร์หรือฉลากให้กับ บริษัท สิ่งพิมพ์ที่ทำสติกเกอร์ติดฉลากสำหรับลูกค้าในอุตสาหกรรมต่างๆ อุตสาหกรรมหลักที่ใช้บริการผลิตภัณฑ์ของบริษัท PMC ได้แก่ อุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น กลุ่มอุตสาหกรรมผลิตเครื่องใช้ในครัวเรือน อาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงผลิตภัณฑ์พิเศษที่ต้องการความปลอดภัยสูง เป็นต้น

การเข้าซื้อในครั้งนี้ ทำให้เกิดประโยชน์ที่สำคัญ กับ บริษัท ในด้านต่างๆ ดัง ต่อไปนี้:

- สนับสนุนการขยายตลาด เพื่อครอบคลุมตลาดที่ใหญ่ขึ้น ผ่านอุตสาหกรรมการผลิตฉลาก
- เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสำหรับกลุ่มบริษัท PMC ในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์
- เพิ่มอัตราการกำลังการผลิตที่ใช้กาวน้ำและกาวหลอมร้อนซึ่งวัตถุดิบหลักในการผลิตฉลากสติกเกอร์ของกลุ่ม PMC
- เพื่อเป็นที่ตั้งเชิงกลยุทธ์ สำหรับ บริษัท ในการจัดตั้งศูนย์กลางในภูมิภาคเพื่อสนับสนุนการเจาะตลาดไปยังบริษัทในต่างประเทศ
- โอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ทั้งในกลุ่มผลิตภัณฑ์กาวและสติกเกอร์ เพื่อสร้างความร่วมมือในด้านองค์ความรู้และความชำนาญระหว่าง บริษัท กับ PMC และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดหาแหล่งวัตถุดิบ



สรุปภาพรวมผลการดำเนินงาน

หน่วย : ล้านบาท	Q3/2561	Q2/2561	Q3/2560	%QoQ	%YoY
รายได้จากการขาย-สุทธิ	150.78	153.10	153.29	(1.5%)	(1.6%)
รายได้อื่น	0.39	2.84	0.06	(86.1%)	560.1%
รวมรายได้	151.17	155.94	153.35	(3.1%)	(1.4%)
ต้นทุนขาย	116.19	117.26	114.40	(0.9%)	1.6%
กำไรขั้นต้น(ไม่รวมรายได้อื่น)	34.59	35.84	38.90	(3.5%)	(11.1%)
ค่าใช้จ่ายในการขาย	3.12	4.70	4.34	(33.7%)	(28.2%)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	31.62	29.64	30.78	6.7%	2.7%
EBITDA	5.98	10.08	9.86	(40.7%)	(39.3%)
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	5.73	5.75	6.02	(0.3%)	(4.9%)
กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	0.25	4.33	3.84	(94.2%)	(93.5%)
ต้นทุนทางการเงิน	0.04	0.05	0.06	(33.2%)	(37.3%)
กำไรก่อนภาษีเงินได้	0.21	4.28	3.78	(95.0%)	(94.4%)
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	0.18	(0.05)	0.82	(482.4%)	(78.6%)
กำไรสุทธิสำหรับปี	0.04	4.32	2.96	(99.1%)	(98.7%)
กำไรเบ็ดเสร็จอื่นสำหรับงวด	-	-	-	0.0%	0.0%
กำไรเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี	0.04	4.32	2.96	(99.1%)	(98.7%)

รายได้จากการขาย

สำหรับผลการดำเนินงาน 9 เดือนแรกบริษัทมีรายได้รวม 450.13 ล้านบาทเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.1 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม รายได้จากการขายในไตรมาสที่ 3/2561 เท่ากับ 150.78 ล้านบาท ลดลงจากไตรมาสที่ 2/2561 ที่ 153.10 ล้านบาท หรือ คิดเป็นร้อยละ 1.5

หน่วย : ล้านบาท	สำหรับงวด 9 เดือน			
	งวด 9 เดือน 2561	งวด 9 เดือน 2560	เปลี่ยนแปลง	(+/-)%
รายได้จากการขาย-สุทธิ	446.20	434.32	11.88	2.7%
รายได้อื่น	3.93	2.39	1.54	64.6%
รวมรายได้	450.13	436.71	13.42	3.1%

หน่วย : ล้านบาท	Q3/2561	Q2/2561	Q3/2560	%QoQ	%YoY
รายได้จากการขาย-สุทธิ	150.78	153.10	153.29	(1.5%)	(1.6%)
รายได้อื่น	0.39	2.84	0.06	(86.1%)	560.1%
รวมรายได้	151.17	155.94	153.35	(3.1%)	(1.4%)

รายได้จากการขายในประเทศลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา แต่ยังคงเติบโตเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีที่แล้ว โดยบริษัทมีรายได้จากการขายในประเทศในไตรมาสที่ 3/2561 และไตรมาสที่ 3/2560 เท่ากับ 88.06 ล้านบาท และ 85.16 ล้านบาทตามลำดับ ซึ่งลดลงเท่ากับ 1.8% เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา แต่เพิ่มขึ้น 3.4% เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีที่แล้ว

การชะลอตัวของรายได้จากการขายในไตรมาสนี้เป็นผลกระทบมาจากยอดขายทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งยอดขายในประเทศได้รับผลกระทบจากช่วงฤดูกาลที่ชะลอตัวของเครื่องดื่มโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเนื่องมาจากช่วงเข้าพรรษา ซึ่งยาวนานประมาณ 3 เดือน (28 กรกฎาคม - 24 ตุลาคม) และการชะลอตัวของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มอื่น ๆ เช่น เครื่องดื่มพร้อมดื่ม และเครื่องดื่มชูกำลัง ซึ่งได้รับผลกระทบจากแนวโน้มด้านสุขภาพและภาชนะน้ำตาล

รายได้แยกตามภูมิภาค	Q3/2561	Q2/2561	Q3/2560	%QoQ	%YoY
รายได้จากการขายในประเทศ	88.06	89.67	85.16	(1.8%)	3.4%
รายได้จากการขายต่างประเทศ	62.72	63.42	68.14	(1.1%)	(8.0%)



สำหรับยอดขายที่ลดลงของตลาดต่างประเทศ เกิดจากความไม่แน่นอนทางการเมืองในแอฟริกาและปากีสถาน ซึ่งทำให้ความเสี่ยงเรื่องความสามารถในการชำระหนี้เพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้ยอดขายในภูมิภาคดังกล่าวชะลอตัวลง แต่รายได้จากการขายในตลาดออสเตรเลียกลับแข็งแกร่งขึ้น

ยอดขายจำแนกตามกลุ่มของผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นในกลุ่มกาวหลอมร้อน และ กาวน้ำ ตามแผนการที่วางไว้ของบริษัท อีกทั้งผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 กลุ่มนี้มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ตรงข้ามกับผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม Solvent ที่มียอดขายลดลงอย่างต่อเนื่องตามการคาดการณ์ของบริษัท และ สอดคล้องกับสถานการณ์การชะลอตัวของกลุ่มผลิตภัณฑ์นี้ในกลุ่มอุตสาหกรรมกาวโลก อีกทั้งบริษัทยังได้รับผลกระทบจากการขายที่ลดลงใน 2 ภูมิภาค (แอฟริกาและปากีสถาน) ดังกล่าวข้างต้น

รายได้แยกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์	Q3/2561	Q2/2561	%QoQ	Q3/2017	%YoY
ผลิตภัณฑ์กาว Solvent	76.39	86.76	(12.0%)	87.17	(12.4%)
ผลิตภัณฑ์กาวหลอมร้อน (Hotmelt)	56.34	50.92	10.6%	52.75	6.8%
ผลิตภัณฑ์กาวน้ำ (Water Based)	14.24	12.28	16.0%	10.60	34.4%
สินค้าอื่นๆ	3.82	3.13	21.9%	2.79	37.1%

ต้นทุนขายและกำไรขั้นต้น

ในไตรมาสที่ 3/2561 บริษัท มีต้นทุนขายคิดเป็นร้อยละของยอดขาย (ไม่รวมรายได้อื่น) อยู่ที่ 77.06% เทียบกับไตรมาสที่ 2/2561 ที่ 76.59% เพิ่มขึ้น 0.9% เนื่องจากราคาน้ำมันและผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมีในตลาดโลกที่เพิ่มสูงขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ตระหนักถึงสถานการณ์ระดับราคาวัตถุดิบที่เพิ่มสูงขึ้น จึงได้มีการทำสัญญาเพื่อคงระดับราคาซื้อขายวัตถุดิบกับคู่ค้ารายใหญ่ เพื่อลดความเสี่ยงจากการที่ราคาวัตถุดิบเพิ่มสูงขึ้น

ต้นทุนขายที่มีการปรับสูงขึ้นนี้ส่งผลกระทบต่อกำไรขั้นต้นของบริษัทฯ โดยในไตรมาสนี้ อัตราร้อยละของกำไรขั้นต้น ลดลง 3.5%

หน่วย : ล้านบาท	Q3/2561	%	Q2/2561	%	%QoQ	Q3/2560	%	%YoY
ต้นทุนขาย	116.19	77.06%	117.26	76.59%	(0.9%)	114.40	74.63%	1.6%
กำไรขั้นต้น(ไม่รวมรายได้อื่น)	34.59	22.94%	35.84	23.41%	(3.5%)	38.90	25.37%	(11.1%)

ค่าใช้จ่ายในการขายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร

รายได้จากการขายที่ลดลงส่งผลให้ ค่าใช้จ่ายในการขายลดลง โดยในไตรมาสนี้ บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายเท่ากับ 3.12 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 33.7 จากไตรมาสที่แล้ว และลดลงร้อยละ 28.2 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีที่ผ่านมา

ค่าใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 6.7 เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา และ เท่ากับร้อยละ 2.7 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่แล้ว โดยบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายดังกล่าวเท่ากับ 31.62 ล้านบาทในไตรมาส 3/2561 ซึ่งค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นนั้น เกิดจากการเข้าซื้อกลุ่ม บริษัท PMC โดยเป็นค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมที่ไม่ใช่ค่าใช้จ่ายประจำ (เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียว) และมีความสำคัญต่อการตัดสินใจของบริษัทในการเข้าซื้อในครั้งนี้ ซึ่งค่าใช้จ่ายดังกล่าวที่เกิดขึ้นในไตรมาสนี้ประกอบไปด้วย ค่าที่ปรึกษากฎหมาย ค่าที่ปรึกษาทางการเงิน รวมถึงค่าใช้จ่ายในการทำ due diligence และค่าตรวจสอบภายใน เป็นต้น

หน่วย : ล้านบาท	Q3/2561	Q2/2561	Q3/2560	%QoQ	%YoY
ค่าใช้จ่ายในการขาย	3.12	4.70	4.34	(33.7%)	(28.2%)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	31.62	29.64	30.78	6.7%	2.7%



แนวโน้มและกลยุทธ์ในช่วงเวลาที่เหลือของปี

บริษัทฯ ตระหนักดีถึงต้นทุนขายที่เพิ่มสูงขึ้น และพยายามจัดการเพื่อรักษาต้นทุนให้อยู่ในระดับที่คงที่ตามที่ได้กล่าวมาข้างต้น โดยบริษัทฯ ได้มีการทำสัญญารักษาระดับราคาซื้อขายกับคู่ขายรายใหญ่ และในขณะนี้ บริษัทก็ อยู่ในช่วงการดำเนินโครงการเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว และเพื่อให้บริษัทฯ สามารถควบคุมต้นทุนที่เพิ่มขึ้นได้อย่างดียิ่งขึ้น

สำหรับปีนี้ บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นกลยุทธ์ทางการตลาดในการขยายตัวเข้าสู่ภูมิภาคและอุตสาหกรรมใหม่ ๆ เพื่อผลักดันการเติบโต บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และการพัฒนากระบวนการหลอมร้อนและกาวน้ำอย่างต่อเนื่อง เพื่อบรรลุกลยุทธ์การเติบโตนี้ อีกทั้ง การควบรวมและการเข้าซื้อกิจการยังเป็นส่วนหนึ่งของทิศทางการเติบโตของบริษัทฯ ในปีนี้

Synergies ระหว่าง Selic และ PMC คาดว่าจะเริ่มต้นในช่วงต้นเดือนมกราคม 2019 หลังจากธุรกรรมการซื้อขายเสร็จสิ้นลงแล้ว

ประโยชน์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการเข้าซื้อกิจการ กลุ่ม PMC

การได้มาซึ่งกิจการบริษัท PMC ทำให้เกิดประโยชน์ที่สำคัญหลายด้าน ดังต่อไปนี้

- สนับสนุนการขยายตลาดของ บริษัท ซึ่งนำไปสู่การเจาะตลาดที่ครอบคลุมได้กว้างขึ้น ผ่านอุตสาหกรรมฉลากและช่วยขยายช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่ม PMC ดังนั้นจึงสามารถสนับสนุน บริษัท ในการขยายตลาดจากเดิมที่เป็น "ฉลากที่ใช้กาว" เป็น "ฉลากสติ๊กเกอร์" ซึ่งหมายถึงการขยายตลาดและฐานลูกค้าทั้งในและต่างประเทศด้วย
- สร้างโอกาสในการเพิ่มอัตราการกำลัการผลิตกาวน้ำและกาวหลอมร้อน ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตสติ๊กเกอร์ของ บริษัท เป้าหมาย
- ในปัจจุบัน บริษัทขายผลิตภัณฑ์และบริการโดยตรงกับลูกค้า ซึ่งเป็นผู้ผลิตในอุตสาหกรรมต่างๆ ดังนั้น บริษัท จึงสามารถสนับสนุน PMC เพื่อขยายช่องทางการจัดจำหน่ายและเพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าโดยตรง รวมทั้งสร้างความสัมพันธ์และรับทราบความต้องการโดยตรงจากกลุ่มลูกค้าในอนาคต
- PMC มี สำนักงานในสิงคโปร์ซึ่งเป็นที่ตั้งของ บริษัท ข้ามชาติหลายแห่งจะเป็นประโยชน์ต่อการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายที่สามารถให้บริการแก่ บริษัท กลุ่มนี้ เพื่อขยายธุรกิจไปสู่ศูนย์กลางระดับภูมิภาคและของตลาดต่างประเทศ
- โอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ทั้งผลิตภัณฑ์กาวและสติ๊กเกอร์ ซึ่งจะสร้างความร่วมมือในด้านความรู้และการแบ่งปันความรู้ความชำนาญระหว่าง บริษัท และ PMC สิ่งนี้คาดว่าจะพัฒนากาวสำหรับสติ๊กเกอร์และฉลากชนิดใหม่ที่สามารถนำเสนอเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ารวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดหาวัตถุดิบ

ผลการดำเนินงานทางการเงินที่แข็งแกร่งของกลุ่ม PMC จะถูกรวมเข้ากับบริษัททันที หลังจากปิดธุรกรรมการได้มาซึ่งทรัพย์สิน จากงบการเงินปี 2560 กลุ่ม PMC มียอดขายได้รวมทั้งสิ้น 850.47 ล้านบาทโดยมีกำไรขั้นต้น 223.22 ล้านบาทและ EBITDA 138.24 ล้านบาท ดังนั้นบริษัทคาดว่าจะมีรายได้ประมาณการอยู่ที่ระดับ 1,400 ล้านบาท

นายเอก สุวัฒน์พิมพ์
(ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร)
บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน)