



Always Thinking Beyond
ซี้ลคคิด เพื่อกอนาคต เพื่อกคุณ

**คำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ
ไตรมาสที่ 4/2561 สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561
27 กุมภาพันธ์ 2562**

Investor Relation Email: investorrelation@seliccorp.com



บทสรุปผู้บริหาร

ภาพรวมเศรษฐกิจไทยในปี 2561 ขยายตัวเล็กน้อยจากปี 2560 เนื่องจากความตึงเครียดของสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯและจีน ซึ่งอยู่ระหว่างพักและอาจทวีความรุนแรงขึ้นอีกครั้งในต้นเดือนมีนาคมตามบทความแนวโน้มเศรษฐกิจของประเทศไทย 22 มกราคม 2562 ของเว็บไซต์ Focus On Economics นอกจากนี้ประเทศไทยมีกำหนดการเลือกตั้งในวันที่ 24 มีนาคม 2562 หลังจากที่มีการเลื่อนมาแล้วหลายครั้ง ทำให้ความเสี่ยงทางการเมืองภายในประเทศสูงขึ้น สร้างแรงกดดันต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและธุรกิจตลอดจนกิจกรรมการลงทุน

ในแง่มุมมองทางเศรษฐกิจและการตลาดปีงบประมาณ 2561 เป็นปีที่มีระดับปานกลางสำหรับอุตสาหกรรมกาวและยานวจากโรงงานใหม่ของ Research and Market และสืบเนื่องจากภาคอุตสาหกรรมและตลาดค้าปลีกมีการเติบโตในระดับปานกลางส่งผลต่อความต้องการสินค้ากาวและการเติบโตของรายได้จากยอดขายของบริษัทฯ ขยายตัวเล็กน้อย ประกอบกับค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นทำให้ผู้บริหารของบริษัทฯ กำลังเผชิญกับความท้าทายอีกประการหนึ่ง เป็นผลให้ บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) มียอดขายเติบโตเพียง 0.5% จากปีก่อน

ในปีที่ผ่านมา บริษัทฯมีความพยายามที่จะเติบโตอย่างยั่งยืนและเพิ่มผลกำไร โดย การลดต้นทุน, รักษาฐานลูกค้า, ขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ, และขยายการเติบโตทางธุรกิจผ่านการควบรวมกิจการ โดยในปีพ. ศ. 2561 บริษัทฯได้ประสบความสำเร็จในการเข้าซื้อ "บริษัท พีเอ็มซี เลเบิล แมททีเรียลส์ จำกัด (PMC)" ทั้งในประเทศไทยและสิงคโปร์ซึ่งเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่สำคัญมากที่จะทำให้กลุ่มบริษัทฯ สามารถเพิ่มยอดขายและกำไรในอนาคต บริษัทฯได้บรรลุข้อตกลงดังกล่าวในวันที่ 4 มกราคม 2562 และรายได้ของ PMC จะเริ่มรวมเข้าในงบการเงินรวมของ บริษัท ในไตรมาสที่ 1 ปี 2562 เป็นต้นไป

ในแง่มุมมองทางการเงิน บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) มีรายได้รวมในปี 2561 เป็นจำนวน 599.77 ล้านบาทเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากปีก่อน โดยมีผลขาดทุนสุทธิ 10.93 บาท เนื่องจากต้นทุนจากการควบรวมกิจการ หรือ ต้นทุนจากการเข้าซื้อกิจการ PMC ทั้งในประเทศไทยและสิงคโปร์ ค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมเหล่านี้หมายถึงรวมถึงค่าใช้จ่ายด้านที่ปรึกษาทางกฎหมาย ค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบสถานะทางการเงิน รวมถึงค่าตรวจสอบการควบคุมภายใน ซึ่งจำนวนของค่าใช้จ่ายโดยประมาณอยู่ที่ 20.5ล้านบาท

แม้ว่าในทางการเงินแล้ว ผลประกอบการในปี 2561 ยังอาจจะดูน่าผิดหวังแต่บริษัทฯมั่นใจว่าผลประกอบการปีหน้าหลังการควบรวมกิจการแล้วจะดีขึ้นอย่างแน่นอน

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ	งบการเงินรวม					
	2561	%	2560	%	2559	%
รายได้จากการขาย-สุทธิ	595.15	99.23%	592.03	99.50%	556.20	99.18%
รายได้อื่น	4.62	0.77%	2.96	0.50%	4.59	0.82%
รวมรายได้	599.77	100.00%	595.00	100.00%	560.79	100.00%
ต้นทุนขาย	457.54	76.88%	439.03	74.16%	391.21	70.34%
กำไรขั้นต้น(ไม่รวมรายได้อื่น)	137.61	23.12%	153.01	25.84%	164.99	29.66%
ค่าใช้จ่ายในการขาย	14.17	2.36%	15.73	2.64%	14.27	2.54%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	139.45	23.25%	116.47	19.58%	106.24	18.94%
Profit before Income Tax Expense	(11.39)	-1.90%	23.77	4.00%	49.07	8.75%
ต้นทุนทางการเงิน	0.27	0.05%	0.39	0.07%	3.93	0.70%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(0.74)	-0.12%	4.54	0.76%	6.10	1.09%
กำไรสุทธิสำหรับปี	(10.93)	-1.82%	18.846	3.17%	39.04	6.96%



สรุปภาพรวมผลการดำเนินงาน

ภาพรวมไตรมาส 4

ท่ามกลางความตึงเครียดของสงครามการค้าในไตรมาสที่ 4 ปี 2561 บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) มีรายได้จากการขายจำนวน 148.95 ล้านบาทลดลงจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนจำนวน 5.6% และไตรมาส 3/2561 จำนวน 1.2% บริษัทฯ ปิดไตรมาสด้วยรายได้จากต่างประเทศ ลดลงจากไตรมาส 4/2560 ร้อยละ 19.34 และลดลงจากไตรมาส 3/2561 ร้อยละ 4.13 รายได้จากการขายในประเทศเติบโตเพียง 0.85% เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา และเติบโตขึ้น 6.8% เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ซึ่งส่วนหนึ่งมาจากความพยายามของบริษัทฯ ที่พยายามจะชดเชยรายได้ระหว่างประเทศที่ลดลงในช่วงสงครามการค้า และความตึงเครียดจากค่าเงินบาท

หน่วย : ล้านบาท	2561	2560	YoY	Q4/2561	Q4/2560	YoY
รายได้จากการขาย-สุทธิ	595.15	592.03	0.5%	148.95	157.71	(5.6%)
รายได้อื่น	4.62	2.96	55.8%	0.69	0.58	19.8%
รวมรายได้	599.77	595.00	0.8%	149.64	158.29	(5.5%)
ต้นทุนขาย	457.54	439.03	4.2%	117.17	120.93	(3.1%)
กำไรขั้นต้น(ไม่รวมรายได้อื่น)	137.61	153.01	(10.1%)	31.77	36.78	(13.6%)
ค่าใช้จ่ายในการขาย	14.17	15.73	(9.9%)	3.53	3.32	6.4%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	139.45	116.47	19.7%	45.56	29.33	55.3%
EBITDA	11.59	47.03	(75.4%)	(10.98)	10.83	(201.4%)
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	22.98	23.26	(1.2%)	5.65	6.12	(7.6%)
กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	(11.39)	23.77	(147.9%)	(16.63)	4.71	(453.2%)
ต้นทุนทางการเงิน	0.27	0.39	(29.5%)	0.13	0.06	112.3%
กำไรก่อนภาษีเงินได้	(11.66)	23.38	(149.9%)	(16.76)	4.65	(460.7%)
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(0.74)	4.54	(116.2%)	(1.04)	1.17	(188.6%)
กำไรสุทธิสำหรับปี	(10.93)	18.85	(158.0%)	(15.72)	3.48	(552.3%)
กำไรเบ็ดเสร็จอื่นสำหรับงวด	2.45	(0.13)	(2018.9%)	2.45	-	0.0%
กำไรเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี	(8.48)	18.72	(145.3%)	(13.28)	3.48	(481.9%)

รายได้แยกตามภูมิภาค	งบการเงินรวม				
	Q4/2561	Q3/2561	Q2/2561	Q1/2561	Q4/2560
รายได้จากการขายในประเทศ	88.81	88.06	89.67	89.31	83.16
รายได้จากการขายต่างประเทศ	60.13	62.72	63.42	53.02	74.56
รวมรายได้จากการขาย	148.95	150.78	153.10	142.32	157.71

รายได้แยกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์	2561	%	2560	%	2559	%
ผลิตภัณฑ์กาว Solvent	313.16	52.62%	341.82	57.74%	341.81	61.45%
ผลิตภัณฑ์กาวหลอมร้อน (Hotmelt)	217.20	36.50%	193.89	32.75%	154.37	27.75%
ผลิตภัณฑ์กาวน้ำ (Water Based)	50.26	8.45%	41.19	6.96%	30.47	5.48%
สินค้าอื่นๆ	14.52	2.44%	15.14	2.56%	29.55	5.31%
รวมรายได้จากการขาย	595.15	100.00%	592.03	100.00%	556.20	100.00%

ต้นทุนการขาย เท่ากับ 117.17 ล้านบาทลดลง 3.1% เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากการลดลงของรายได้จากการขายในไตรมาสนี้ บริษัทฯ ปิดไตรมาส 4 ด้วยผลขาดทุนสุทธิจากการดำเนินงาน 10.93 ล้านบาทลดลง 158% จากปีก่อน ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียวจากการควบรวมกิจการที่บันทึกในไตรมาส 4/2561 เป็นจำนวน 14.7 ล้านบาท

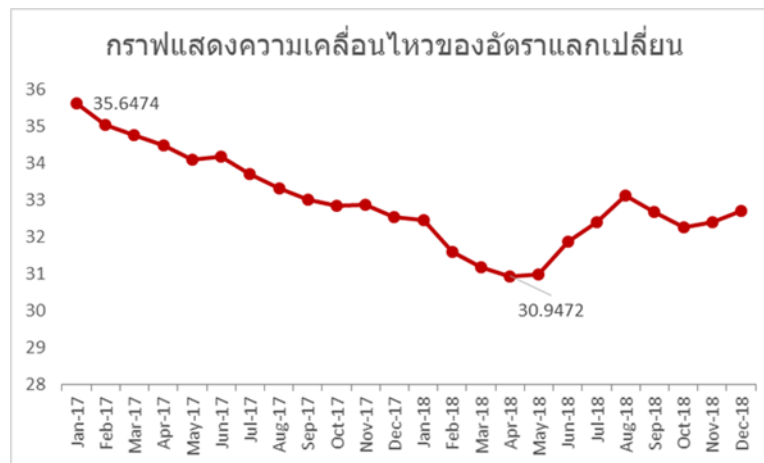


ปี 2561

ในปี 2561 บริษัทฯและบริษัทย่อยมีรายได้จากการขายรวม 595.15 ล้านบาท ประกอบด้วยรายได้จากกาว Solvent based กาวWaterbased กาว Hotmelt และรายได้อื่น บริษัทฯและบริษัทย่อยมุ่งเน้นที่จะขยายธุรกิจไปสู่กาวHot Melt และ กาวWaterbased อย่างต่อเนื่อง โดยจากรายได้จากการขายกาว Hotmelt เพิ่มขึ้น 12.02% เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่แล้ว และรายได้จากกาว Waterbased เพิ่มขึ้น 22.03% จากรายได้ในปีที่ผ่านมา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการขายในประเทศให้ดียิ่งขึ้น บริษัทฯได้ปรับโครงสร้างของทีมงาน และใช้เป็นกลยุทธ์หนึ่งของบริษัทฯในการเพิ่มยอดขายภายในประเทศ ในปีที่ผ่านมาบริษัทฯได้พยายามอย่างต่อเนื่องในการเจาะธุรกิจใหม่ทั้งในและต่างประเทศ และเห็นผลได้ จากรายได้ในประเทศที่เพิ่มมากขึ้น โดยในปีที่ผ่านมาบริษัทฯสามารถเพิ่มยอดขายในประเทศได้ 24.4 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้น 6.8% เมื่อเทียบกับปีก่อน

รายได้แยกตามภูมิภาค	งบการเงินรวม					
	2561	%	2560	%	2559	%
รายได้จากการขายในประเทศ	355.86	59.79%	331.46	55.99%	326.62	58.72%
รายได้จากการขายต่างประเทศ	239.29	40.21%	260.57	44.01%	229.58	41.28%
รวมรายได้จากการขาย	595.15	100.00%	592.03	100.00%	556.20	100.00%

รายได้แยกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์	2561	2560	2559	2558
ผลิตภัณฑ์กาว Solvent	313.16	341.82	341.81	355.79
ผลิตภัณฑ์กาวหลอมร้อน (Hotmelt)	217.20	193.89	154.37	141.58
ผลิตภัณฑ์กาวน้ำ (Water Based)	50.26	41.19	30.47	20.06
สินค้าอื่นๆ	14.52	15.14	29.55	71.67
รวมรายได้จากการขาย	595.15	592.03	556.20	589.09



ต้นทุนขาย

ต้นทุนขายเพิ่มขึ้น 4.2% จาก 439.03 ล้านบาทเป็น 457.54 ล้านบาทในปี 2561 ซึ่งโดยส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบจากการสาเหตุต่างๆดังต่อไปนี้

- การเพิ่มขึ้นของราคาวัตถุดิบโดยเฉพาะราคาน้ำมันและผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี บริษัทฯกำลังหาแหล่งวัตถุดิบเพิ่มขึ้น และ เจาะต่อรองราคาลดลงกับคู่ค้าหลัก รวมถึงได้ทำสัญญาราคาคงที่ในการซื้อวัตถุดิบในระยะยาว อีกทั้งการที่บริษัทฯ ทีม วิจัยและพัฒนาที่แข็งแกร่งที่ กำลังปรับสูตรกาว และ คิดค้นสูตรผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อลดต้นทุนการผลิต
- ราคาน้ำมันผันผวน เนื่องจากปี 2561 ถือเป็นอีกปีหนึ่งที่ราคาน้ำมันมีความผันผวนอย่างมาก ราคาน้ำมันเบนซินปรับตัวสูงขึ้นเกือบตลอดปีในปี 2561 ก่อนที่จะลดลงในปลายเดือน



พฤศจิกายนเนื่องจากความเกรงกลัวภาวะล้นตลาดและการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก บริษัทได้ทำการต่อรองกับคู่ค้าปัจจุบันเพื่อต่อสัญญาราคาคงที่

- คู่ค้ารายใหญ่ของบริษัทฯในประเทศญี่ปุ่นก็ได้ปิดโรงงานปีโตรเคมีลงเพื่อปรับปรุง เนื่องจากความต้องการน้ำมันเบนซินของญี่ปุ่นลดลงส่งผลให้ปริมาณวัตถุดิบลดลงในระหว่างปี บริษัทฯจึงได้พยายามค้นหาคู่ค้ารายใหม่ และอยู่ในขั้นตอนการทดสอบแหล่งวัตถุดิบเหล่านี้

ต้นทุนขายของบริษัทฯได้รับอิทธิพลหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของราคาวัตถุดิบเหล่านี้ และเป็นผลให้ค่าใช้จ่ายต้นทุนสูงตลอดทั้งปี แม้ว่าบริษัทฯจะได้ทำสัญญาคงที่ในการจัดหาวัตถุดิบหลักกับคู่ค้า เช่น น้ำมัน และ ผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี แต่วัตถุดิบหลักอื่น ๆ เช่นยางสังเคราะห์ ก็มีการปรับตัวสูงขึ้นของราคาต้นทุนอย่าง ต่อเนื่องตลอดทั้งปี ซึ่งเป็นผลจากสถานการณ์ราคาน้ำมันที่สูงขึ้น

ค่าใช้จ่ายในการขายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายประกอบด้วยค่าขนส่ง ค่าคอมมิชชั่น และค่าส่งเสริมการขายและการตลาด ในปี 2561 บริษัทฯและ บริษัทย่อยมีค่าใช้จ่ายในการขาย 14.17 ล้านบาทลดลง 9.9% จากปี 2560 เนื่องจากรายได้จากต่างประเทศลดลงต่อเนื่องและมีการชะลอตัว ทำให้ ค่าใช้จ่ายด้านการขนส่งและการตลาดลดลงด้วย

ค่าใช้จ่ายในการบริหารในปี 2561 เป็นจำนวน 139.45 ล้านบาทเพิ่มขึ้น 19.7% จากปีก่อน ซึ่งค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่มาจากค่าใช้จ่ายในการเข้าซื้อกิจการ PMC ประเทศไทยและสิงคโปร์ ค่าใช้จ่ายเหล่านี้ไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของราคาซื้อขาย แต่เป็นค่าใช้จ่ายก่อนการซื้อและการควบรวมกิจการ ซึ่งได้แก่ ค่าที่ปรึกษาต่างๆในการวิจัยตลาดและการลงทุน รวมถึงค่าที่ปรึกษาทางด้านกฎหมาย ค่าธรรมเนียมการตรวจสอบภายใน เพื่อลดความเสี่ยงในด้านการควบคุมภายใน ค่าธรรมเนียมการตรวจสอบสถานะทางการเงินเพื่อวิเคราะห์และตรวจสอบข้อมูลทางบัญชี ค่าที่ปรึกษาทางการเงินและค่าประเมินมูลค่าสินทรัพย์ ค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่กล่าวมานี้ที่จ่ายในปี 2561 รวมทั้งสิ้นเป็นจำนวนประมาณ 20.5 ล้านบาท

ตารางด้านล่างแสดงถึงค่าใช้จ่าย ในการขายและการบริหารที่เกิดขึ้นประจำ แยกออกจากค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียวจากการควบรวมกิจการ ซึ่งค่าใช้จ่ายนี้ที่เกิดขึ้นเป็นปกติในปี 2561 นี้ คิดเป็นจำนวน 133.11 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 0.7% จากปีที่ผ่านมา เมื่อรวมกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียวจากการควบรวมกิจการ จำนวน 20.51 ล้านบาท ทำให้ค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ เพิ่มขึ้นทั้งสิ้น 16.2%

หน่วย (ล้านบาท)	ปี 2561	ปี 2560	เปอร์เซ็นต์
ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร	133.11	132.20	0.7%
ค่าใช้จ่ายในการควบรวมกิจการ (เกิดครั้งเดียว)	20.51	-	0.0%
Total	153.62	132.20	16.2%

หน่วย : ล้านบาท	2561	2560	YoY	Q4/2561	Q4/2560	YoY	Q4/2561	Q3/2561	QoQ
ค่าใช้จ่ายในการขาย	14.17	15.73	(9.9%)	3.53	3.32	6.4%	3.53	3.12	13.4%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	139.45	116.47	19.7%	45.56	29.33	55.3%	45.56	31.62	44.1%
รวม	153.62	132.20	16.2%	49.10	32.65	50.4%	49.10	34.73	41.4%

แนวโน้มและกลยุทธ์ปี 2562

ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกถือเป็นภูมิภาคที่มีการบริโภคกาวยุทธสาหรรมและสติกเกอร์ติดฉลาก มากที่สุดในโลก และเป็นผู้นำตลาดในอุตสาหกรรมนี้ อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ก็ช่วยกระตุ้นความต้องการของตลาดกาวยุทธสาหรรมและสติกเกอร์ฉลากในภูมิภาคนี้เช่นเดียวกัน ซึ่งบริษัทฯและบริษัทย่อยมีความแข็งแกร่งในตลาดดังกล่าวอยู่แล้ว ไม่เพียงแต่อุตสาหกรรมเหล่านี้ บริษัทฯ



ยังคงพยายามขยายธุรกิจไปยังตลาดอื่น ๆ เช่นตลาดเฟอร์นิเจอร์ อุปกรณ์ติดตั้งต่างๆ งานก่อสร้าง และ ยานยนต์ สำหรับกลยุทธ์ในปี 2562 บริษัท มีความตั้งใจที่จะมุ่งเน้นใน กลยุทธ์ดังต่อไปนี้ คือ

1. ขยายตลาดในประเทศ โดยเฉพาะกาวน้ำและกาวหลอมร้อน
2. บุกตลาดอาหารและเครื่องดื่มอย่างต่อเนื่อง และขยายตลาดสู่ตลาดเฟอร์นิเจอร์, ตลาด ชิ้นส่วนยานยนต์, รวมถึงตลาดฉลากและบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากการควบรวมกิจการของบริษัท กับบริษัท PMC บริษัทคาดว่าจะสามารถเพิ่มยอดขายกาวน้ำได้อย่างมาก
3. สำหรับตลาดต่างประเทศ บริษัทจะพยายามอย่างหนักขึ้นในการบุกตลาดอาเซียน โดยมี แผนที่จะบุกอย่างหนักโดยเฉพาะ ตลาดเวียดนาม และบริษัทยังมีแผนที่จะเพิ่มส่วนแบ่ง ตลาดในเวียดนาม จากอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์

โดยรวมแล้วบริษัทฯ จะเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับนักลงทุนและผู้ถือหุ้น ของบริษัทฯ

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