



ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) Selic Corp Public Company Limited ("บริษัท หรือ " "Selic ") ก่อตั้งขึ้นในปี 2522 จากการเป็นผู้ผลิตกาวยางด้วยเทคโนโลยีจากญี่ปุ่นเพื่อสนองต่อความต้องการของลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนังในประเทศไทย และ เมื่อวันที่ บริษัท 2555 มิถุนายน 29 ได้ทำการควบรวมกิจการระหว่าง บริษัท ซีลิก เคมีคอล จำกัด กับ บริษัท อีวา เมนูแฟคเจอร์ จำกัด ซึ่งทั้ง บริษัท 2 เป็นบริษัทที่ถูกก่อตั้งขึ้นโดยกลุ่มครอบครัวสุวณัฒน์พิมพ์ ซึ่งมีประสบการณ์ในการผลิตกาวยอุตสาหกรรมและเคมีภัณฑ์ ปี 30 ยาวนานกว่า

Selic เป็นบริษัทสัญชาติไทยที่ประกอบธุรกิจด้านกาวยอุตสาหกรรม ภายใต้วิสัยทัศน์ที่มุ่งสู่การเป็นผู้นำธุรกิจ ในเทคโนโลยีกาวย หรือ Adhesive Technologies ครบวงจรระดับโลกด้วยนวัตกรรมที่ทันสมัย โดยมีเป้าหมายทางธุรกิจที่เน้นการต่อยอดธุรกิจด้วยการส่งมอบประสบการณ์ที่เยี่ยมยอดแก่ลูกค้า ผ่านการวิจัยและพัฒนาด้วยนวัตกรรม และเทคโนโลยีที่ทันสมัย ผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นส่วนหนึ่งของสินค้าในหลากหลายอุตสาหกรรม เช่น อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมเครื่องดื่มชูกำลัง เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ อุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนัง อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และงานไม้ทั่วไป อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ และอุตสาหกรรมยานยนต์ เป็นต้น

ในปี 2561 บริษัทยังคงมุ่งให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพื่อให้ลูกค้า ได้รับสินค้าและบริการที่ตรงกับความ ต้องการ และลงทุนอย่างต่อเนื่องในด้าน การวิจัยและพัฒนา ด้านการผลิต รวมไปถึงด้านการพัฒนาองค์กร ทั้งในด้านบุคลากร และการปรับปรุงพัฒนาระบบการทำงานให้มีประสิทธิภาพ และรวดเร็วขึ้น ในขณะเดียวกัน บริษัทได้ดำเนินการด้านการสร้างการรับรู้แบรนด์ หรือตราสินค้าซีลิกในการสร้างภาพลักษณ์ที่เป็นแบรนด์ชั้นนำในกลุ่มอุตสาหกรรมกาวย โดยการออกงานแสดงสินค้า และการลงสื่อโฆษณา รวมไปถึงสื่อด้านดิจิทัลอีกด้วยเพื่อเป็นการสร้างการรับรู้แบรนด์ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น

ด้านการบริหารความสัมพันธ์และประสบการณ์ลูกค้า

บริษัทเล็งเห็นถึงความสำคัญของลูกค้า และมุ่งส่งมอบประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้าของบริษัทเสมอมาเพื่อสามารถรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ดังนั้น บริษัทจึงเน้นการเข้าใจความต้องการการใช้งานกาวยอุตสาหกรรมของลูกค้า รวมไปถึงขั้นตอนและสภาพแวดล้อมการใช้งานของลูกค้าเป็นหลัก หลังจากนั้น บริษัทจะทำการเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความ ต้องการของลูกค้า โดยการทดสอบคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ทั้งในห้องแล็บ และการทดสอบการใช้งานจริง นอกเหนือจากนี้ยังมีการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าได้ตรงตามกำหนดการเพื่อให้ลูกค้ามีการใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง บริษัทมีทีมงานบริการหลังการขายด้านเทคนิคที่คอยช่วยเหลือ และแนะนำรวมถึงการอบรมการใช้งาน ผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

ด้านการวิจัยและพัฒนา

บริษัทมีทีมวิจัยและพัฒนาเป็นของตนเอง โดยมีห้องปฏิบัติการแบ่งตามกลุ่มเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์ 4 ห้อง ได้แก่ห้องปฏิบัติการกลุ่มเทคโนโลยี solvent based, ห้องปฏิบัติการกลุ่มเทคโนโลยี water based, ห้องปฏิบัติการกลุ่มเทคโนโลยี hot melt และห้องปฏิบัติการกลุ่มเทคโนโลยี hot melt PUR พร้อมทีมนักวิจัยและพัฒนาประจำของบริษัทกว่า 23 คน ซึ่งประกอบไปด้วยนักวิจัยที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาเอก 4 คน ระดับปริญญาโท 12 คน และระดับอื่น ๆ อีกจำนวน 7 คน การลงทุนด้านนี้อย่างต่อเนื่องเป็นการผลักดันการสร้างนวัตกรรม และต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบโดยบริษัทสัญชาติไทยให้เทียบเท่ากับสากล หรือระดับโลก การส่งเสริมและลงทุนด้านวิจัยพัฒนา เป็นการส่งเสริมด้านอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัยในการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความ ต้องการของตลาด และสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพที่สอดคล้องกับการใช้งานของลูกค้า โดยบริษัทมีการลงทุนเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ และใช้ในการทดสอบเชิง application ในปีที่ผ่านมา พร้อมทั้งดูแลรักษาให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ นอกเหนือจากนี้การผลักดันด้านวิจัยและพัฒนา ยังเป็นการสร้างและพัฒนาบุคลากรด้านกระบวนการคิดแบบนวัตกรรมอีกด้วย

**ด้านการผลิต**

การพัฒนาด้านการผลิตเป็นอีกปัจจัยที่สำคัญในการดำเนินการ เนื่องจากมีผลต่อคุณภาพและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ปี 2561 บริษัทมีการยกระดับการผลิตต่อเนื่องจากปีก่อนหน้า โดยมีการเครื่องจักรนำเครื่องจักรที่เหมาะสมต่อการผลิตกาวที่มีคุณสมบัติ และคุณภาพที่สูงขึ้นซึ่งได้ติดตั้งแล้วเสร็จในปี 2560 มาเริ่มใช้งานเพื่อผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ นอกจากนี้ บริษัทยังมีการติดตั้งระบบท่อ ระบบไฟฟ้า และฉนวนต่าง ๆ และมีการทำการทดลองโรงงานด้วยเครื่องจักรใหม่ในราวไตรมาสแรกของปีด้วย

ด้านการพัฒนาองค์กร

บริษัทมองเห็นความสำคัญของการทำงานร่วมกันเป็นทีม เพื่อให้เกิดการสร้างองค์ความรู้โดยรวม และการพัฒนาบุคลากร โดยมีจุดมุ่งหมายที่นอกเหนือจากการบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจแล้วยังเป็นการพัฒนาบุคลากรอีกด้วย ในปีที่ผ่านมาบริษัทยังคงสนับสนุนให้มีการส่งเสริมการทำงานร่วมกันระหว่างแผนก หรือการทำงานแบบ cross functional team อย่างต่อเนื่อง โดยมีการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานระหว่างแผนกและการตัดสินใจร่วมกันเพื่อส่งเสริมให้เกิดการทำงานร่วมกันเป็นทีมมากยิ่งขึ้น และเพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางและนโยบายของบริษัท บริษัทยังคงเน้นย้ำค่านิยมองค์กรเดิม เพื่อเป็นแนวทางในการประพฤติปฏิบัติของพนักงานในองค์กร อันจะสะท้อนในบุคลิกภาพขององค์กรสู่สังคม ลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสียอย่างชัดเจน โดยค่านิยมองค์กรของบริษัทคือ "ร่วมสร้างนวัตกรรม" "สร้างพลังร่วมอันยิ่งใหญ่" และ "ร่วมสร้างพลังบวก" โดยบริษัทได้มีการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ และสื่อสารแก่พนักงานทุกคน เพื่อให้ได้รับการสนับสนุนและปฏิบัติตามจากพนักงานทั้งองค์กร และส่งผลต่อพฤติกรรมของทุกคนในองค์กร นอกเหนือจากนี้บริษัทมีนโยบายส่งเสริมการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ และเปิดโอกาสให้พนักงานทั้งทีมวิจัย และทีมอื่น ๆ เสนอความคิดเพื่อให้ฝึกการคิดต่อยอด หรือคิดนอกกรอบใหม่ ๆ ที่มีประโยชน์ต่อองค์กร เช่น การจัดการโครงการ Selic Innovation ชีลิกยุคใหม่ร่วมพัฒนาสร้างสรรค์ ทำให้เกิดการเรียนรู้การทำงานร่วมกันในเชิงนวัตกรรมขององค์กร

ด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์

ตลอดทั้งปี 2561 ที่ผ่านมามีบริษัทยังคงมีการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข่าวและข้อมูลอย่างสม่ำเสมอตลอดทั้งปี นอกเหนือจากด้านประชาสัมพันธ์ ในด้านการสร้างการรับรู้แบรนด์ก็มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องเช่นกัน โดยการเข้าร่วมออกงานแสดงสินค้าชั้นนำระดับโลก ระดับภูมิภาค เช่น งานแสดงสินค้าอุตสาหกรรมและเทคโนโลยีด้านกระบวนการผลิต การแปรรูปและบรรจุภัณฑ์ แห่งภูมิภาคเอเชีย ครั้งที่ 26 (PROPAK ASIA 2018) งานแสดงสินค้า Top Thai Brands 2018 กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ งานแสดงเทคโนโลยีเครื่องจักรสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร เครื่องดื่ม และบรรจุภัณฑ์ นานาชาติ ครั้งที่9 (Food Pack Asia 9th) ร่วมกับสมาคมบรรจุภัณฑ์ไทย งานแสดงสินค้า Style เดือนตุลาคม 2561 ที่กรุงเทพฯ และงานสัมมนา Manufacturing Review จังหวัดปราจีนบุรี การร่วมออกบูธในงานแสดงสินค้าระดับโลก และระดับภูมิภาคดังกล่าวช่วยส่งเสริมการสร้างการรับรู้แบรนด์ของบริษัทให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางมากขึ้น ทั้งยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทในด้านการเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านกาอุตสาหกรรมและด้านการวิจัยและพัฒนา นอกเหนือจากนั้นยังเป็นการเชื่อมโยงในการเชื่อมสัมพันธ์กับลูกค้า และการรับรู้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาธุรกิจและพัฒนาผลิตภัณฑ์อีกด้วย นอกเหนือจากการสร้างแบรนด์ผ่านช่องทางดังกล่าวบริษัทยังมีการสร้างแบรนด์ผ่านทางสื่อดิจิทัล โดยการโฆษณาใน Alibaba รวมไปถึงการมี Facebook fan page ของบริษัท นอกเหนือจากเว็บไซต์ของบริษัทอีกด้วย

1.2 พัฒนาการและเหตุการณ์ที่สำคัญ

ปี	เหตุการณ์สำคัญ
พ.ศ.2524	22 กันยายน 2524 นายณรงค์ สุวัฒน์พิมพ์ และครอบครัว ก่อตั้ง บริษัท ชีลิกเคมีคอล อินดัสตรี จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน (ปัจจุบันเลิกกิจการแล้ว) 5,000,000 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 50,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100.00 บาท ประกอบธุรกิจผลิตน้ำยาฟอกหนัง และเริ่มผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์กาว Solvent หรือกาวยางเป็นครั้งแรก
พ.ศ.2532	21 พฤศจิกายน 2532 ก่อตั้ง บริษัท อีวาเมนูแฟคเจอร์ จำกัด ประกอบธุรกิจผลิตน้ำยาขัดรถ เคลือบรถ น้ำยาทำความสะอาดรถยนต์ ด้วยทุนจดทะเบียน 2,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 20,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100.00 บาท - บริษัท ชีลิกเคมีคอล อินดัสตรี จำกัด เริ่มผลิตกาว GRAFTED โดยใช้เทคโนโลยีจากประเทศญี่ปุ่น

ปี	เหตุการณ์สำคัญ
พ.ศ.2535	14 มกราคม 2535 ก่อตั้ง บริษัท ชิค จำกัด ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายกาวยาวิทยาศาสตร์ น้ำยาฟอกหนัง น้ำยาทำความสะอาดรถยนต์ ด้วยทุนจดทะเบียน 10,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 10,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1,000.00 บาท 13 เมษายน 2535 เพิ่มทุนจดทะเบียน บริษัท อีวา เมนูแฟคเจอร์ จำกัด จาก 2,000,000 บาท เป็น 5,000,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 3,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100.00 บาท ในราคาเสนอขายหุ้นละ 100.00 บาท โดยเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ
พ.ศ.2540	12 ธันวาคม 2540 เพิ่มทุนจดทะเบียน บริษัท ชิค จำกัด จาก 15,000,000 บาท เป็น 35,000,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 20,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1,000.00 บาท ในราคาเสนอขายหุ้นละ 1,000.00 บาท โดยเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ
พ.ศ.2541	29 กันยายน 2541 เพิ่มทุนจดทะเบียน บริษัท อีวา เมนูแฟคเจอร์ จำกัด จาก 5,000,000 บาท เป็น 15,000,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 100,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100.00 บาท ในราคาเสนอขายหุ้นละ 100.00 บาท โดยเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ 27 พฤศจิกายน 2541 บริษัท ซิลิคเคมีคอล อินเตอร์สตรัค จำกัด ได้ทำการจดทะเบียนเลิกบริษัท
พ.ศ.2542	28 ตุลาคม 2542 บริษัท ซิลิคเคมีคอล อินเตอร์สตรัค จำกัด ได้ทำการชำระบัญชีแล้วเสร็จ
พ.ศ.2548	22 กุมภาพันธ์ 2548 บริษัท ชิค จำกัด จดทะเบียนแก้ไขชื่อบริษัทเป็น บริษัท ซิลิค เคมีคอล จำกัด และสร้างห้องปฏิบัติการเพื่อทดสอบการผลิตกาวยาหลอมร้อน)Hot Melt(
พ.ศ.2553	9 กุมภาพันธ์ 2553 เพิ่มทุนจดทะเบียน บริษัท ซิลิค เคมีคอล จำกัด จาก 35,000,000 บาท เป็น 200,000,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 165,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1,000.00 บาท ในราคาเสนอขายหุ้นละ 1,000.00 บาท ซึ่งการระดมทุนในครั้งนี้มีการเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วน เนื่องจากกลุ่มผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทฯ มีเงินทุนไม่เพียงพอในการเพิ่มทุน ทั้งนี้ การเพิ่มทุนครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ การลงทุนในอุปกรณ์ เครื่องจักร และไลน์การผลิต รวมถึงการขายฐานการตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าต่างประเทศ
พ.ศ.2555	29 มิถุนายน 2555 จดทะเบียนควบรวมกิจการระหว่าง บริษัท ซิลิค เคมีคอล จำกัด กับ บริษัท อีวา เมนูแฟคเจอร์ จำกัด เป็น บริษัท ซิลิค คอร์ป จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 215,000,000 บาท โดยแบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 2,150,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100.00 บาท เนื่องจากต้องการลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่างๆ ลง จึงดำเนินการควบรวมกิจการทั้ง 2 บริษัทที่มีลักษณะการดำเนินธุรกิจคล้ายคลึงกันเข้าด้วยกัน 24 กรกฎาคม 2555 ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 2/2555 มีมติพิเศษในการลดทุนจดทะเบียนของบริษัทฯ จาก 215,000,000 บาท เป็น 200,000,000 บาท โดยการลดจำนวนหุ้นสามัญเนื่องจากปรับปรุงรายการลูกหนี้ค่าหุ้น โดยแบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 2,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100.00 บาท - เริ่มผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์กาวยาประเภท Pressure Sensitive Adhesive (PSA)
พ.ศ.2557	30 มิถุนายน 2557 ได้รับมาตรฐานระบบการบริหารงานคุณภาพ)Quality Management System) ตามมาตรฐาน ISO 9001:2008 จากสำนักงาน Bureau Veritas 20 ตุลาคม 2557 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2557 มีมติพิเศษในการลดทุนจดทะเบียนของบริษัทฯ จาก 200,000,000 บาท เหลือ 100,000,000 บาท โดยการลดมูลค่าที่ตราไว้ของหุ้นสามัญ เพื่อล้างขาดทุนสะสม โดยแบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 2,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 50.00 บาท
พ.ศ.2558	5 มกราคม 2558 ได้รับมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม)Environmental Management System) ตามมาตรฐาน ISO 14001:2004 จากสำนักงาน Bureau Veritas 19 มกราคม 2558 ได้รับมาตรฐานระบบบริหารความปลอดภัยของอาหาร)Food Safety Management Systems – Requirements for Any Organization in the Supply Chain) ตามมาตรฐาน ISO 22000:2005 จากสำนักงาน Bureau Veritas 17 มีนาคม 2558 ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ 3 (การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ มีการติดตาม ประเมินผล และทบทวนเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนจากกระทรวง (



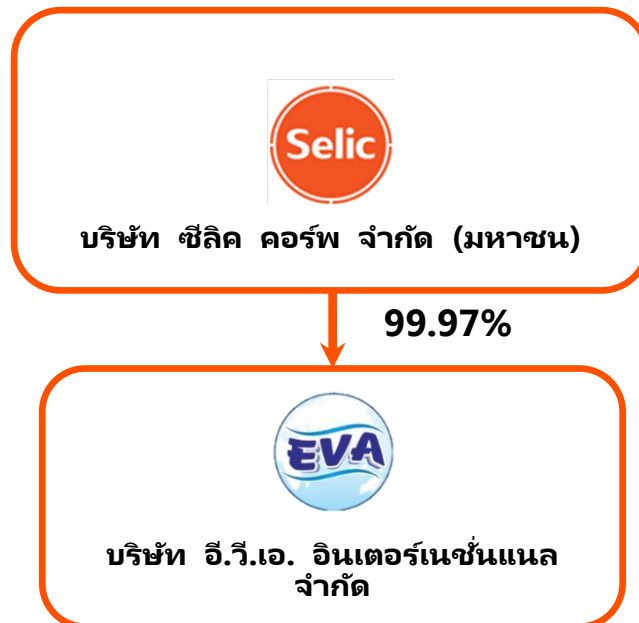
แบบ 56-1 ประจำปี 2561

ปี	เหตุการณ์สำคัญ
	อุตสาหกรรม ▪ 3 สิงหาคม 2558 ได้รับรางวัลสถานประกอบการที่มีความมุ่งมั่น ดำเนินการโครงการสถานประกอบการปลอดภัย เณลิมพระเกียรติสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี จากกระทรวงแรงงาน ▪ 25 กันยายน 2558 จัดตั้งบริษัทย่อย คือ บริษัท อีอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญจำนวน 10,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100.00 บาท โดยบริษัทฯ ถือหุ้นจำนวน 9,997 หุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 99.97 ของทุนจดทะเบียน เพื่อเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ▪ บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตกาวประเภท Polyurethane Reactive Hot Melt (HMPUR) รายแรกและรายเดียวในประเทศไทย ▪ บริษัทฯ ได้เป็นหนึ่งใน 10 ของบริษัทจากทั้งประเทศที่ได้รับรางวัลประกาศเกียรติคุณจรรยาบรรณดีเด่น จากหอการค้าไทย
พ.ศ.2559	▪ 8 มิถุนายน 2559 ได้รับมาตรฐานระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย OHSAS 18001:2007 จากสำนักงาน Bureau Veritas ▪ 21 มิถุนายน 2559 ดำเนินการแปรสภาพจากบริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด เป็น บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด และดำเนินการจดทะเบียนเพิ่มทุนกับกระทรวงพาณิชย์ (มหาชน) ▪ 26 กรกฎาคม 2559 ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น ประเภทบริหารอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม ประจำปี 2559 จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ▪ 18 ตุลาคม 2559 บริษัทฯ (SELIC) เข้าจดทะเบียนและเริ่มซื้อขายหุ้นสามัญในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ
พ.ศ.2560	▪ ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น ประจำปี 2560 (Prime Minister Export's Award 2017) จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม 3 ประเภทด้วยกัน ได้แก่ ○ ประเภทผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกยอดเยี่ยม ○ ประเภทแบรนด์ไทยยอดเยี่ยม ○ ประเภทบริหารอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม
พ.ศ.2561	▪ ได้รับรางวัลผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกดีเด่น ประจำปี 2561 (Prime Minister's Export Award 2018) เป็นปีที่ 2 ติดต่อกัน โดยได้รับรางวัลใน สาขานวัตกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมยอดเยี่ยม (Best Green Innovation) ▪ ได้รับประกาศนียบัตร Certificate of Membership Thailand's Private Sector Collective Action Coalition Against Corruption (CAC) สะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการประกอบธุรกิจที่โปร่งใส ▪ ประชาสัมพันธ์ การเข้าทำการซื้อกิจการกลุ่ม พีเอ็มซี เลเบล แมททีเรียลส์ จำกัด 100% ซึ่งการเข้าทำรายการจะเสร็จสิ้นสมบูรณ์ในเดือนมกราคม ปี 2562 เพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าและต่อยอดผลิตภัณฑ์ใหม่ ในกลุ่ม ผลิตภัณฑ์กาว-สติ๊กเกอร์



แบบ 56-1 ประจำปี 2561

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัทฯ และสัดส่วนการถือหุ้น ณ. วันที่ 31 ธันวาคม 2561



บริษัท อี.วี.เอ. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ("EVAI") [E.V.A. INTERNATIONAL COMPANY LIMITED]

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



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทสัญชาติไทยที่ประกอบธุรกิจด้านกาาอุตสาหกรรม ภายใต้วิสัยทัศน์ที่มุ่งสู่การเป็นผู้นำธุรกิจและเทคโนโลยีกาา หรือ Adhesive Technologies ครบวงจรระดับโลกด้วยนวัตกรรมที่ทันสมัย โดยมีเป้าหมายทางธุรกิจที่เน้นการต่อยอดธุรกิจด้วยการส่งมอบประสบการณ์ที่เยี่ยมยอดแก่ลูกค้า ผ่านการวิจัยและพัฒนาด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัย

บริษัทเป็นผู้ให้บริการ Adhesive Solutions เพื่อตอบโจทยทางธุรกิจของลูกค้า โดยเป็นผู้ผลิตและจำหน่าย รวมทั้งวิจัยและพัฒนาการอุตสาหกรรม (Specialty and High Performance Adhesive) เพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ กว่า 27 ประเทศทั่วโลก โดยมีฐานลูกค้าทั้งในอาเซียน เอเชียใต้ แอฟริกา ยุโรป อเมริกาใต้ รวมถึงออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์

บริษัทมีแบรนด์ Selic เป็น corporate brand และมีตราสินค้าภายใต้กลุ่มเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์แต่ละกลุ่ม



ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

กลุ่มผลิตภัณฑ์หลักแบ่งตามเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์กาา solvent (solvent based adhesive)

เป็นกาาที่อยู่ในสถานะของเหลว ใช้ตัวทำละลายประเภท Solvent ในกลุ่มของน้ำมันหรือทินเนอร์ โดยสารละลายประเภท Solvent จะละลายส่วนผสมต่างๆ ในเนื้อกาาให้เข้ากัน และหลังจากที่ทากาาลงบนพื้นผิววัสดุแล้ว สารละลายประเภท Solvent จะระเหยออกไปหมดเหลือแต่เนื้อกาาที่ยึดติดชิ้นงาน

ผลิตภัณฑ์กาา Solvent ของบริษัท มีหลายชนิดขึ้นอยู่กับเคมีที่ผสมเป็นพื้นฐาน (Base) กาาที่ทางบริษัทจำหน่าย เช่น Polychloro-prene, Polyurethane, Polystyrene เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานที่อยู่ในอุตสาหกรรมที่หลากหลาย ได้แก่ อุตสาหกรรมเครื่องหนัง รองเท้า ตกแต่งยานยนต์ ก่อสร้าง เฟอร์นิเจอร์ และงานไม้ทั่วไป เป็นต้น

ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์กาา Solvent เป็นกาาที่บริษัท มีประสบการณ์ในการผลิตและจัดจำหน่ายมากกว่า 25 ปี ภายใต้ชื่อเสียงหรือผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่รู้จักในวงการอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า ได้แก่ กาาตราลูกโลก (World)

2. กลุ่มผลิตภัณฑ์กาาน้ำ (water based adhesive)

ซีลิก ได้คิดค้นผลิตภัณฑ์ในกลุ่มผลิตภัณฑ์กาาน้ำ ซึ่งเป็นการสังเคราะห์และใช้น้ำเป็นตัวทำละลาย ทำให้กาามีสภาพเป็นของเหลว ทำให้กาามีสภาพเป็นของเหลว ใช้งานง่าย และเหมาะกับชิ้นงานที่หลากหลาย เช่น กระดาษ แผ่นฟอยล์ แก้ว แผ่น PVC พลาสติก และโลหะ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์กาาน้ำเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัยต่อผู้ผลิต (Producer) และผู้ใช้สินค้า (End User) หลักการทำงานของผลิตภัณฑ์กาาน้ำ คือ ผู้ใช้งานจะทากาาลงบนวัสดุที่ต้องการ และประกบชิ้นงานเข้าด้วยกัน โดยจะเป็นตัวนำเนื้อกาาซึมลงไปในพื้นที่ผิววัสดุ หลังจากนั้นเมื่อส่วนที่เป็นน้ำระเหยออกหมด เนื้อกาาจะกลายเป็นฟิล์มแข็งและยึดติดชิ้นงานที่ประกบกัน

ผลิตภัณฑ์กาาน้ำสามารถใช้ในอุตสาหกรรมที่หลากหลาย เช่น อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ บรรจุภัณฑ์ พรหม งานไม้ ฉลากสินค้า และ ผลิตภัณฑ์ต่างๆ เป็นต้น ปัจจุบันผลิตภัณฑ์กาาน้ำของซีลิกที่ถือว่าโดดเด่นได้แก่ผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ หรือตราสินค้า **Iceotech™** ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากในกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม จากผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มขวดแก้วชั้นนำในประเทศ โดยใช้ในงานติดฉลากเครื่องดื่มชูกำลัง เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

นอกเหนือจากนี้ ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ยังสามารถใช้งานอื่น ๆ ดังต่อไปนี้

- งานผลิตกล่องบรรจุภัณฑ์
- งานผลิตซองเอกสาร/ซองจดหมาย
- งานติดปลายฉลากสินค้าอาหารกระป๋อง
- งานอุตสาหกรรมผลิตกระดาษชำระ
- งานวัตถุดิบในการผสมเพื่อผลิตวัสดุก่อสร้าง เป็นต้น

ตัวอย่าง ตราสินค้าภายใต้กลุ่มผลิตภัณฑ์กาวน้ำได้แก่ **Icetek™, Deltabond™**

3. กลุ่มผลิตภัณฑ์กาวหลอมร้อน (hot melt adhesive)

ผลิตภัณฑ์กาวหลอมร้อน หรือ “กาวร้อน” เป็นกาวที่มีคุณลักษณะเป็นของแข็ง โดยเมื่อต้องการใช้งานจะต้องนำกาวไปผ่านความร้อนด้วยเครื่องจักรเพื่อให้กาวละลายกลายเป็นของเหลว เมื่อเนื้อกาวเย็นตัวลงจะยึดติดวัสดุ 2 ชิ้นเข้าด้วยกัน

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

ตราสินค้าภายใต้กลุ่มผลิตภัณฑ์กาวหลอมร้อน ได้แก่ Vegamelt™ Intensity™ Minerva™

ผลิตภัณฑ์กาวหลอมร้อน แบ่งออกเป็น 3 ประเภทย่อย ตามคุณสมบัติทางเคมีของกาว ดังนี้

3.1 ผลิตภัณฑ์กาว **High Performance Hot Melt** มีลักษณะเฉพาะตัวคือ สามารถคืนรูปเป็นของแข็งและหลอมเหลวใหม่ได้เมื่อกาวได้รับความร้อน ซึ่งลักษณะงานของลูกค้าที่ใช้กาวประเภทนี้ เช่น งานติดฉลากบนกระป๋อง งานติดกล่องบรรจุสินค้า กล่องลูกฟูก งานติดหลอดบนกล่องนม กล่องน้ำผลไม้ งานติดสันหนังสือในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ เป็นต้น

3.2 ผลิตภัณฑ์กาว **Pressure Sensitive Adhesive (PSA) Hot Melt** มีลักษณะเฉพาะตัวคือ เนื้อกาวมีความยืดหยุ่นและมีความเหนียวตลอดเวลาเหมือนสติ๊กเกอร์ สามารถลอกและติดใหม่โดยการกดได้ ซึ่งลักษณะงานของลูกค้าที่ใช้กาวประเภทนี้ ได้แก่ งานติดฉลาก Oriented Poly Propylene (OPP) บนบรรจุภัณฑ์พลาสติก (PET) กล่องบรรจุสินค้าที่เป็น PVC ใส กาวกั้นเส้นระหว่างกล่องลูกฟูก เทปกาวกระดาษโฟสต์-อิท สินค้าผ้าอ้อม ผ้าอนามัย เป็นต้น

3.3 ผลิตภัณฑ์กาว **Polyurethane Reactive Hot Melt (HMPUR)** มีลักษณะเฉพาะตัว คือ เป็นกาวประเภทคงรูป (Thermosetting) มีความแข็งแรงสูง หลังจากกาวมีการเซ็ทตัวแล้วจะไม่คืนรูปเป็นของเหลว ถึงแม้ว่าจะผ่านความร้อนอีกครั้ง ดังนั้น สินค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์กาวประเภทนี้สามารถนำไปวางไว้กลางแจ้งได้ สามารถทนต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศร้อน/เย็น ทนต่อการใช้งานที่หนัก และทนต่อเคมีที่เป็นกรด-ด่างได้ เช่น งานชิ้นส่วนรถยนต์ งานในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์หรืองานไม้ทั่วไป งานติดสันหนังสือในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ เป็นต้น ทั้งนี้ ปัจจุบัน บริษัทเป็นผู้ผลิตเพียงรายเดียวที่สามารถผลิตกาว HMPUR ได้ในประเทศไทย

4. กลุ่มผลิตภัณฑ์อื่น ๆ

ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เช่น สารเคมีต่าง ๆ เช่น น้ำยาทำความสะอาดพื้นผิววัสดุ เคมีเช็ดคราบกาวและสิ่งสกปรก และซีฟิ่งเคลือบผิว เป็นต้น



โครงสร้างรายได้ตามงบการเงินรวม

โครงสร้างรายได้ตามงบการเงินรวมสำหรับปี 2559 – 2561 สามารถสรุปได้ดังนี้

	2559		2560		2561	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์กาว Solvent	341.81	61.45	341.82	57.74	313.16	52.62
ผลิตภัณฑ์กาวหลอมร้อน (Hot Melt)	154.37	27.75	193.89	32.75	217.20	36.50
ผลิตภัณฑ์กาวน้ำ (Water Base)	30.47	5.48	41.19	6.96	50.26	8.45
ผลิตภัณฑ์อื่นๆ	29.55	5.31	15.14	2.56	14.52	2.44
รวมรายได้จากการขายสุทธิ	556.20	100.00	592.04	100.00	595.15	100.00

การบริการด้านเทคนิค

บริษัทเล็งเห็นถึงความสำคัญในการให้บริการแก่ลูกค้าทั้งก่อนและหลังการขายโดยทีมงานผู้เชี่ยวชาญในแต่ละอุตสาหกรรมและ ผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเคมี หรือด้านเทคนิค ดังนั้น การเข้าบริการของบริษัทเริ่มตั้งแต่ก่อนเริ่มการซื้อขายโดยทีมงานผู้เชี่ยวชาญจะทำหน้าที่ในการเก็บข้อมูลความต้องการของลูกค้ารวมทั้งข้อมูลด้านสายการผลิต และข้อมูลด้านการประกันคุณภาพของลูกค้าเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการมากที่สุดทั้งในด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ และด้านการใช้งาน

ด้านการบริการหลังการขายจะช่วยสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้าเนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตซึ่งความสามารถในการผลิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้ามีความจำเป็นและมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อธุรกิจ

ช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจุบันบริษัทจำหน่ายทั้งในประเทศ และ ต่างประเทศถึง 27 ประเทศ โดยบริษัทมีช่องทางการจัดจำหน่ายหลัก 2 ช่องทางคือ

1. จำหน่ายโดยตรงกับกลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรม
2. จำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย เช่น ร้านค้าส่ง และ ร้านค้าปลีก

กลุ่มลูกค้า

กลุ่มลูกค้าของบริษัทมีหลากหลายอุตสาหกรรมเนื่องจากผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีความหลากหลายจึงสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้กว้าง ปัจจุบันฐานลูกค้าประกอบไปด้วย อุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนัง อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ หรือการบรรจุหีบห่อ อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ อุตสาหกรรมสินค้าอุปโภค และอื่น ๆ เป็นต้น

การรับรองมาตรฐาน

บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001:2015, ISO14001:2015 เนื่องจากการพัฒนามาตรฐานและปรับปรุงการบริหารงานควบคู่ไปกับระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม และมาตรฐานระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย OHSAS 18001:2007 และในเดือนกันยายน 2561 บริษัทได้รับการรับรองความสามารถห้องปฏิบัติการทดสอบและสอบเทียบ ตามมาตรฐานเลขที่มอก. 17025-2548(ISO/IEC 17025:2005) โดยสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม นอกจากนี้ยังได้รับการรับรองจากกระทรวงอุตสาหกรรมให้เป็นอุตสาหกรรมสีเขียว ระดับ 3 รวมถึงเครื่องหมาย Thailand Trust Mark โดยสำนักส่งเสริมนวัตกรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งมาตรฐานเหล่านี้สามารถรองรับการขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มประเทศยุโรป และส่งผลให้รายได้ของบริษัทมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง



ภาวะการแข่งขัน

ภาพรวมของอุตสาหกรรมผู้ผลิตและจำหน่ายกาวมีการแข่งขันจากคู่แข่งหลัก 7 ราย จากทั้งในและต่างประเทศ โดยบริษัทฯ มีฐานลูกค้าทั้งภายในประเทศและส่งออกกว่า 27 ประเทศทั่วโลก อาทิ บังกลาเทศ ปากีสถาน ชูแดน เอธิโอเปีย กานา กัวเตมาลา ซาอุดีอาระเบีย เซเนกัล ออสเตรเลีย พม่า กัมพูชา และเวียดนาม เป็นต้น ปัจจุบัน ในการแข่งขันทางธุรกิจของแต่ละบริษัทมีหลากหลาย ได้แก่ ราคา คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ลักษณะการใช้งาน หรือ คุณสมบัติเฉพาะ ความต่อเนื่องการจัดส่ง การบริการลูกค้า และความหลากหลายของสายผลิตภัณฑ์ ตัวขับเคลื่อนสำคัญในการกำหนดราคา คือ ต้นทุนวัตถุดิบที่ปรับเปลี่ยนตามราคาน้ำมันดิบโลกและภาวะอุตสาหกรรมของกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ ทางบริษัทฯ มีจุดเด่นจากการบริการที่มีลักษณะทางเทคนิคและการปรับเปลี่ยนคุณสมบัติของสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าในแต่ละราย ทั้งนี้ สำหรับผู้ผลิตกาว การจำหน่ายสินค้าเป็นไปตามข้อกำหนดมาตรฐาน มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยผู้ผลิตต้องมีความรู้และประสบการณ์ในการเรียนรู้และปรับปรุง เพื่อให้ได้สูตรการผลิตที่เหมาะสมกับคุณสมบัติของวัตถุดิบแต่ละรอบที่นำเข้ามาสู่กระบวนการผลิต เพื่อให้มีอัตราส่วนสูญเสียในระดับต่ำ ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อต้นทุนในการผลิต และความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งแต่ละรายในตลาด บริษัทฯ ได้กำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเพื่อรองรับการแข่งขันดังกล่าว โดยเน้นการรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เกิดความหลากหลายและครบวงจร รวมทั้งเน้นการให้บริการอย่างครบวงจรโดยทีมงานผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้เกิดความประทับใจ

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

• กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Market Back Strategy)

1. บริษัทฯ เน้นกลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะพิเศษแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง ซึ่งบริษัทฯ เห็นว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุด กลยุทธ์นี้จึงมีความเหมาะสมกับอุตสาหกรรมกาวที่มีความจำเป็นต้องมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาของลูกค้า ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถผลิตกาวอุตสาหกรรมที่มีคุณสมบัติเฉพาะและตรงต่อการใช้งานของลูกค้าแต่ละรายที่มีความหลากหลาย กระบวนการผลิตของบริษัทฯ มีการใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยและประยุกต์นวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามาพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพที่ดีขึ้น ได้มาตรฐาน และมีความเฉพาะเจาะจงต่อความต้องการของลูกค้าแต่ละราย นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีผู้เชี่ยวชาญด้านวิจัยและพัฒนาที่มีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมกาวมาอย่างยาวนาน และมีฝ่ายวิจัยและพัฒนาที่ทำหน้าที่วิจัยและพัฒนางานผลิตภัณฑ์ รวมถึงเป็นผู้ให้ความรู้และคอยให้คำแนะนำทางด้านการวิจัยและพัฒนาให้กับทีมงานของบริษัทฯ ทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติที่ดีขึ้นและมีความพร้อมต่อการใช้งานที่หลากหลายของลูกค้าในวงกว้าง ซึ่งในปัจจุบันกาวอุตสาหกรรมนั้น ถือเป็นส่วนประกอบที่มีความสำคัญกับอุตสาหกรรมต่างๆ มากมาย ในปัจจุบันบริษัทฯ เป็นผู้ผลิตเพียงรายเดียวในประเทศไทยที่สามารถผลิตกาวในกลุ่ม **Polyurethane Reactive Hot Melt (HMPUR)** ได้ ซึ่งผลิตภัณฑ์นี้เป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์กลุ่ม **Specialty**

Adhesive กาวประเภทนี้เป็นที่นิยมในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมก่อสร้าง และอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ บริษัทฯ มีการวิจัยและพัฒนาการกลุ่มนี้อย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับการใช้งานในอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่หลากหลายยิ่งขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเป็นหนึ่งในผู้ผลิตไม่กี่รายในอาเซียนที่สามารถผลิตกาว **Water Based Adhesive** ที่เป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์กลุ่ม **High Performance Adhesive** ได้ เนื่องจากได้ มีการปรับปรุงคุณสมบัติของกาวให้มีความคงทน และสามารถยึดติดกับบรรจุภัณฑ์ของลูกค้าได้หลากหลาย

2. บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการสอบถาม และปรับปรุงคุณสมบัติของกาวให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า โดยฝ่ายขายของบริษัทฯ จะเข้าสำรวจความต้องการของลูกค้า และดำเนินการร่วมกับทีมวิจัยและพัฒนาและทีมช่างเทคนิค เพื่อปรับปรุงคุณภาพของกาวให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด (**Market Back Strategy**) ส่งผลให้ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทฯ ทำให้เกิดการสั่งซื้ออย่างต่อเนื่อง อีกทั้งฝ่ายขายของบริษัทฯ จะเข้ารับฟังความต้องการของลูกค้าเมื่อลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงวัสดุที่ต้องยึดติด เพื่อนำข้อมูลกลับมาปรับปรุงคุณสมบัติกาวให้เหมาะสม

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ยังมีส่วนช่วยลดปริมาณการนำเข้ากาว **High Performance and Specialty Adhesive (Imported Product Replacement)** จากต่างประเทศ เพราะผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มีคุณภาพ และกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน อีกทั้งมีการทำวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยและเป็นระดับสากล ส่งผลให้ลูกค้าที่เป็นกลุ่มผู้ผลิตหันมาใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยคนไทยมากยิ่งขึ้น

- **กลยุทธ์ด้านการเพิ่มมูลค่าสินค้าให้แก่ลูกค้า (Value Creation Strategy)**

บริษัทฯ มีกลยุทธ์เพิ่มมูลค่าให้แก่ลูกค้าโดยผ่านโปรแกรม **PakSol** โดยนำความทันสมัยของเครื่องหลอมกาวอัตโนมัติตัวล่าสุดมารวมกับ **High Performance Adhesive** เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าให้ลูกค้าของบริษัทฯ โปรแกรมนี้สามารถช่วยลดต้นทุนการผลิตด้วยความสามารถพิเศษของเครื่องหลอมกาวและคุณสมบัติพิเศษของผลิตภัณฑ์ **High Performance Adhesive** ส่งผลให้ปริมาณการใช้กาวลดลง อีกทั้ง ยังลดความกังวลใจของคู่ค้าที่อาจเกิดจากปัญหาของกาวและเครื่องหลอมกาว ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและพึงพอใจโปรแกรม **PakSol** และหันมาใช้บริการดังกล่าวกับทางบริษัทฯ มากขึ้น

- **กลยุทธ์ด้านการกำหนดราคาขาย (Dynamic Pricing Strategy)**

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

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับกลุ่มลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงประเทศที่มีกำลังซื้อและศักยภาพในการเติบโตสูง โดยกลุ่มลูกค้าเหล่านี้จะเป็นกลุ่มที่ให้ความสนใจในคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นหลัก ปัจจุบันบริษัทฯ มีรายได้การจำหน่ายสินค้าในประเทศต่อต่างประเทศ คิดเป็นสัดส่วนประมาณ **56 : 44** นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสนใจในการเจาะกลุ่มตลาดไปยังต่างประเทศมากขึ้นในอนาคต อีกทั้ง ได้จัดตั้งบริษัทย่อย คือ บริษัท อี.วี. เอ.อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งจะช่วยให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในอุตสาหกรรม

- **กลยุทธ์ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ (Communication Strategy)**

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยตรง ส่งเสริมให้ลูกค้ารู้จักถึงผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ในเชิงคุณภาพที่โดดเด่นเหนือคู่แข่งและมีมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วกัน ปัจจุบัน ได้มีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคได้รู้จักสินค้าและบริการของบริษัทฯ ภายใต้ตราสินค้าที่เป็นตัวแทนและภาพลักษณ์ของบริษัทฯ โดยมีกลยุทธ์ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ดังนี้

1. การออกบูธแสดงสินค้าตามงานแสดงสินค้า ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น งานการแปรรูปและบรรจุภัณฑ์แห่งเอเชีย **PROPAK ASIA 2018**, งานแสดงสินค้า **Top Thai Brands 2018**

- กรุงยงกั ประเทศพม่า, งานแสดงเทคโนโลยีเครื่องจักรสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร เครื่องดื่ม และบรรจุภัณฑ์ นานาชาติ **Food Pack Asia 9th**, งานแสดงสินค้า Style
2. การให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารผ่านสื่อและสิ่งพิมพ์ต่างๆ
 3. การโฆษณาผ่านเว็บไซต์ของบริษัทฯ ที่ www.seliccorp.com และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) ที่เว็บไซต์ <https://th-th.facebook.com/selic.thailand/> ซึ่งลูกค้าสามารถเข้าไปเยี่ยมชมผลิตภัณฑ์ คุณลักษณะ ตราสินค้า การใช้งานต่างๆ ของทางบริษัทฯ ได้
 4. การใช้สื่อมัลติมีเดียต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าใจการประกอบธุรกิจและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้มากยิ่งขึ้น เช่น แอนิเมชันของ High Performance Adhesive และ โปรแกรม PackSol

กิจกรรมเหล่านี้เป็นการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในวงกว้าง โดยเฉพาะตราสินค้าของบริษัทฯ ที่เป็นที่รู้จัก เช่น เครื่องหมายการค้า **"WORLD"** **"INTENSITY"** **"ICETECH"** และ **"DELTABOND"** เป็นต้น ซึ่งบริษัทฯ ได้ใช้กลยุทธ์สื่อสารแต่ละเครื่องหมายการค้าให้เหมาะสมกับลูกค้าในแต่ละตลาด นอกจากนี้ ยังมีนโยบายให้พนักงานสร้างความสัมพันธ์และความคุ้นเคยกับลูกค้า เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของลูกค้าที่แท้จริง และนำข้อมูลกลับมาวิจัยและพัฒนา เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณสมบัติตรงตามความต้องการและการใช้งานของลูกค้าอีกด้วย

ความได้เปรียบในการแข่งขัน

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

เนื่องจากบริษัทคู่แข่งในประเทศส่วนมากไม่มีทีมวิจัยและพัฒนาเป็นของตนเอง ซึ่งตามลักษณะของกาจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงตามเทคโนโลยีและวัสดุผลิตภัณฑ์ของลูกค้าที่ต้องการรูปทรงที่มีความทันสมัย สวยงาม และมีต้นทุนต่ำ หากไม่มีทีมวิจัยและพัฒนาเป็นของตนเองจะทำให้ไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ทันเวลา และอาจส่งผลให้เสียส่วนแบ่งการตลาดให้กับคู่แข่ง บริษัทฯ มีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านวิจัยและพัฒนา (สัญชาติอเมริกัน-ไต้หวัน) ที่มีประสบการณ์ด้านพัฒนา Specialty Adhesive และ High Performance Adhesive โดยตรงมากกว่า 20 ปี ซึ่งมีความเข้าใจในอุตสาหกรรมกาและทราบถึงความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี และมีทีมงานนักวิจัยและพัฒนาประจำของบริษัทฯ กว่า 22 คน (ซึ่งประกอบไปด้วยนักวิจัยที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาเอก 2 คน ระดับปริญญาโท 11 คนและอื่นๆ อีก 9 คน โดยหัวหน้าทีมวิจัยและพัฒนา มีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านการผลิต Specialty Adhesive และ High Performance Adhesive) มีหน้าที่วิจัยและพัฒนาใหม่ๆ รวมถึงเป็นผู้ให้ความรู้และคำแนะนำทางด้านการวิจัยและพัฒนา กับทีมงานของบริษัทฯ

บริษัทฯ มีห้องวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์กาที่ทันสมัยและมีขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศ ซึ่งประกอบด้วยเครื่องมือวิเคราะห์โครงสร้างเคมีและคุณสมบัติทางกายภาพที่ทันสมัย ทำให้ทีมนักวิจัยและพัฒนาสามารถค้นคว้าและพัฒนาวัตกรรมใหม่ๆ ให้กับบริษัทฯ ทีมวิจัยของบริษัทฯ เป็นทีมเดียวในประเทศที่สามารถวิจัยและพัฒนาสินค้าในกลุ่ม Polyurethane Reactive Hot Melt (HMPUR) บริษัทฯ ยังมีเครื่องทดสอบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เพื่อให้เป็นที่แน่ใจว่าสินค้าของบริษัทฯ มีคุณภาพและประสิทธิภาพที่ได้มาตรฐาน

- **การมีทีมงานเฉพาะทางให้บริการดูแลลูกค้า (Strong Technical Sales)**

บริษัทฯ มีการจัดส่งทีมงานเฉพาะทางเข้าไปดูแลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งทีมงานพร้อมให้ความช่วยเหลือลูกค้าได้ทันทีหากลูกค้าประสบปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ จัดให้มีเจ้าหน้าที่จัดอบรมการใช้กา เครื่องหลอมกา และวิธีแก้ไขปัญหาเบื้องต้น รวมทั้งวิธีการปรับปรุงเครื่องจักรให้เกิดความคุ้มค่าและลดต้นทุนการผลิต ซึ่งที่ผ่านมาเป็นที่ได้รับความพึงพอใจจากลูกค้าเป็นอย่างดีและถือเป็นบริการหลังการขายที่สำคัญของบริษัทฯ



- **คู่แข่งใหม่เข้าสู่ตลาดได้ยาก (High Barrier to Entry)**

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

- **เป็นที่ยอมรับและได้รับความเชื่อมั่นจากลูกค้า (Trust in Quality)**

บริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐานจากระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม และระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย จนได้ใบรับรองมาตรฐานตามระบบคุณภาพ **ISO 9001:2015, ISO 14001:2015 และ OHSAS 18001:2007** และ **ISO/IEC 17025:2005** และการรับรองจากกระทรวงอุตสาหกรรมให้เป็นอุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ **3 ระบบสีเขียว (Green System)** จากผลงานดังกล่าวส่งผลให้บริษัทฯ มีความน่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้รับรางวัลสถานประกอบกิจการต้นแบบดีเด่นด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ประจำปี 2561 รางวัลผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกดีเด่นประจำปี 2561 สาขารางวัลสินค้านวัตกรรมที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมยอดเยี่ยม และประกาศนียบัตร Thailand's Trusted Quality Mark ปี 2561

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในปี 2561 และแนวโน้มในปี 2562

ภาวะเศรษฐกิจปี 2562

แนวโน้มเศรษฐกิจโลก

เศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มชะลอตัวลงในปี 2562 สอดคล้องกับวัฏจักรเศรษฐกิจสหรัฐฯ จีน ยุโรป และ ญี่ปุ่น การเพิ่มขึ้นของนโยบายกีดกันทางการค้า ส่งผลให้เศรษฐกิจประเทศกำลังพัฒนาที่สำคัญและปริมาณการค้าโลกชะลอตัวลง รวมทั้งผลกระทบบางส่วนของการประกาศเก็บภาษีสินค้าที่สหรัฐฯ จากจีนมูลค่า 2 แสนล้านดอลลาร์ สหรัฐรวมถึงภาวะการเงินที่ตึงตัวขึ้นในหลายประเทศ ปัจจัยเสี่ยงที่ต้องติดตาม ได้แก่ นโยบายกีดกันทางการค้าของสหรัฐฯ ที่อาจเข้มข้นขึ้นและก่อให้เกิดการตอบโต้จากหลายประเทศ นอกจากนี้ ยังต้องติดตามความเสี่ยงด้านภูมิรัฐศาสตร์ (geopolitical risks) ที่มีความไม่แน่นอนและอาจรุนแรงขึ้นจนส่งผลกระทบต่อตลาดการเงิน ตลาดสินค้าโภคภัณฑ์ ตลอดจนภาคเศรษฐกิจจริงได้ รวมทั้งปัญหาเสถียรภาพเศรษฐกิจการเงินของจีนที่แม้การกำกับดูแลของการเงินจะมีพัฒนาการในทางที่ดีขึ้นแต่ยังเป็นประเด็นที่ต้องติดตาม

ธนาคารกลางส่วนใหญ่ยังคงดำเนินนโยบายการเงินแบบผ่อนคลาย ขณะที่ธนาคารกลางในภูมิภาคบางแห่งปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ย โดยคาดว่าธนาคารกลางญี่ปุ่นจะยังคงเป่าอัตราดอกเบี้ยระยะสั้นและระยะยาวต่อไปอีกระยะหนึ่ง หลังปรับการสื่อสารทิศทางนโยบายการเงิน (forward guidance) พร้อมทั้งขยายกรอบการเคลื่อนไหวของอัตราผลตอบแทนพันธบัตรรัฐบาลระยะ 10 ปีให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้น และธนาคารกลางยุโรปจะคงอัตราดอกเบี้ยไปจนถึงครึ่งหลังของปี 2562 ขณะเดียวกันคาดว่าธนาคารกลางสหรัฐฯ จะปรับทิศทางนโยบายการเงินให้เข้าสู่ภาวะปกติ (normalization) อย่างต่อเนื่อง สำหรับธนาคารกลางฟิลิปปินส์ปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยเพื่อดูแลอัตราเงินเฟ้อ ขณะที่ธนาคารกลางอินโดนีเซียปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยเพื่อดูแลความผันผวนในตลาดการเงิน นอกจากนี้เศรษฐกิจภูมิภาคที่ขยายตัวต่อเนื่องและอัตราเงินเฟ้อที่มีแนวโน้มเข้าใกล้ระดับเป้าหมาย จะเอื้อต่อการปรับทิศทางนโยบายการเงินของประเทศอื่นในภูมิภาคให้เข้าสู่ภาวะปกติในระยะต่อไป (ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย กันยายน 2561)



ข้อสมมติอัตราการขยายตัวเศรษฐกิจคู่ค้า (ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย กันยายน 2561)

ร้อยละต่อปี (%YoY)	น้ำหนัก (%)	2560*	2561	2562
สหรัฐฯ	14.9	2.2	2.8 (2.7)	2.3 (2.3)
กลุ่มประเทศยูโร	10	2.5	2.1 (2.2)	1.8 (2.0)
ญี่ปุ่น	13.6	1.7	1.2 (1.2)	1.0 (1.0)
จีน	15.7	6.9	6.6 (6.6)	6.2 (6.3)
เอเชีย (ไม่รวมญี่ปุ่นและจีน)**	37.4	4.6	4.3 (4.4)	4.1 (4.2)
รวม ***	100	3.9	3.8 (3.8)	3.5 (3.6)

หมายเหตุ: * ข้อมูลจริง

** ถ่วงน้ำหนักด้วยสัดส่วนมูลค่าการส่งออกจากไทยไป 7 ประเทศคู่ค้าในปี 2557: สิงคโปร์ (6.5%) ฮองกง (7.9%) มาเลเซีย (8.0%) ไต้หวัน (2.5%) อินโดนีเซีย (5.9%) เกาหลีใต้ (2.8%) และฟิลิปปินส์ (3.7%)

*** ถ่วงน้ำหนักด้วยสัดส่วนมูลค่าการส่งออกจากไทยไป 13 ประเทศคู่ค้าในปี 2557 (รวม อังกฤษและออสเตรเลีย) รายงานนโยบายการเงิน มิถุนายน 2561

แนวโน้มเศรษฐกิจไทย

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แลงตัวเลขผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ในไตรมาสที่สามของปี 2561 และแนวโน้มปี 2561 - 2562 กล่าวคือ เศรษฐกิจไทยในไตรมาสที่สามของปี 2561ขยายตัวร้อยละ 3.3 ชะลอลงจากการขยายตัวร้อยละ 4.6 ในไตรมาสก่อนหน้า ตามการชะลอตัวของอุปสงค์ภาคต่างประเทศ ในขณะที่อุปสงค์ในประเทศปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่อง และเมื่อปรับผลของฤดูกาลออกแล้ว เศรษฐกิจไทยในไตรมาสที่สามของปี 2561 ทรงตัวเมื่อเทียบกับ

ไตรมาสที่สองของปี 2561 รวม 9 เดือนแรกของปี 2561 เศรษฐกิจไทยขยายตัวร้อยละ 4.3

การขยายตัวของมูลค่าการส่งออกและเศรษฐกิจของประเทศสำคัญ

ประเทศ	การส่งออก (%YoY)									GDP (%YoY)								
	2560 ทั้งปี	2560				2561				2560 ทั้งปี	2560				2561			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4		Q1	Q2	Q3	Q4				
สหรัฐฯ		6.6	7.6	5.8	5.2	7.9	8.0	11.2	8.0	2.2	1.9	2.1	2.3	2.5	2.6	2.9	3.0	
ยูโรโซน		9.4	7.6	2.6	11.6	16.0	17.6	12.8	3.5	2.5	2.1	2.5	2.8	2.7	2.4	2.2	1.7	
ญี่ปุ่น		8.3	10.0	7.3	6.2	9.6	10.1	9.4	2.4	1.7	1.4	1.5	2.0	1.9	1.1	1.4	0.3	
จีน		7.9	7.2	8.2	6.4	9.6	13.7	11.4	11.9	6.9	6.9	6.9	6.8	6.8	6.8	6.7	6.5	
ฮ่องกง		7.6	10.5	7.0	7.2	6.1	8.8	8.1	8.7	3.8	4.4	3.9	3.6	3.4	4.6	3.5	2.9	
อินเดีย		13.1	17.6	8.5	12.3	14.1	5.5	14.5	10.2	6.2	6.1	5.6	6.3	7.0	7.7	8.2	-	
อินโดนีเซีย		16.2	20.7	7.8	24.0	13.4	8.8	11.3	8.5	5.1	5.0	5.0	5.1	5.2	5.1	5.3	5.2	
เกาหลีใต้		15.8	14.6	16.7	24.0	8.4	9.8	3.1	1.7	3.1	2.9	2.8	3.8	2.8	2.8	2.8	2.0	
มาเลเซีย		14.7	14.6	11.4	15.8	16.6	19.6	18.8	9.5	5.9	5.6	5.8	6.2	5.9	5.4	4.5	4.4	
ฟิลิปปินส์		19.7	25.5	23.5	17.2	13.4	-5.5	-1.3	0.4	6.7	6.5	6.6	7.2	6.5	6.6	6.2	6.1	
สิงคโปร์		10.4	15.9	5.6	9.5	11.2	9.7	14.1	12.1	3.6	2.5	2.8	5.5	3.6	4.6	4.1	2.6	
ไต้หวัน		13.2	15.0	10.2	17.4	10.4	10.6	11.2	3.0	2.9	2.6	2.3	3.2	3.4	3.1	3.3	2.3	
ไทย		9.8	6.8	7.9	12.8	11.6	9.9	12.3	2.6	3.9	3.4	3.9	4.3	4.0	4.9	4.6	3.3	
เวียดนาม		21.8	15.7	22.7	22.7	25.1	24.0	9.1	14.3	6.8	5.2	6.3	7.5	7.7	7.5	6.7	6.9	

ที่มา: CEIC รวบรวมโดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

เศรษฐกิจไทยในปี 2562 มีความท้าทายจากความเสี่ยงด้านความผันผวนของระบบเศรษฐกิจและการเงินโลกมากขึ้น แต่คาดว่าจะยังขยายตัวในเกณฑ์ดีตามแรงขับเคลื่อนและการปรับตัวดีขึ้นของอุปสงค์ในประเทศทั้งในด้านการใช้จ่ายภาคครัวเรือน การลงทุนภาคเอกชน และการลงทุนภาครัฐ รวมทั้งการปรับตัวดีขึ้นของภาคการท่องเที่ยวและการเปลี่ยนแปลงในทิศทางการค้า ซึ่งจะช่วยชดเชยผลกระทบจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกและการเพิ่มขึ้นของมาตรการกีดกันทางการค้าที่ทำให้การส่งออกและขยายตัวของเศรษฐกิจไทย ชะลอตัวลงอย่างช้า ๆ ในปี 2562 อย่างไรก็ตาม ความผันผวนในระบบเศรษฐกิจการเงินโลกยังเป็นปัจจัยที่ต้องติดตามและประเมินสถานการณ์อย่างใกล้ชิด

ปัจจัยสนับสนุน

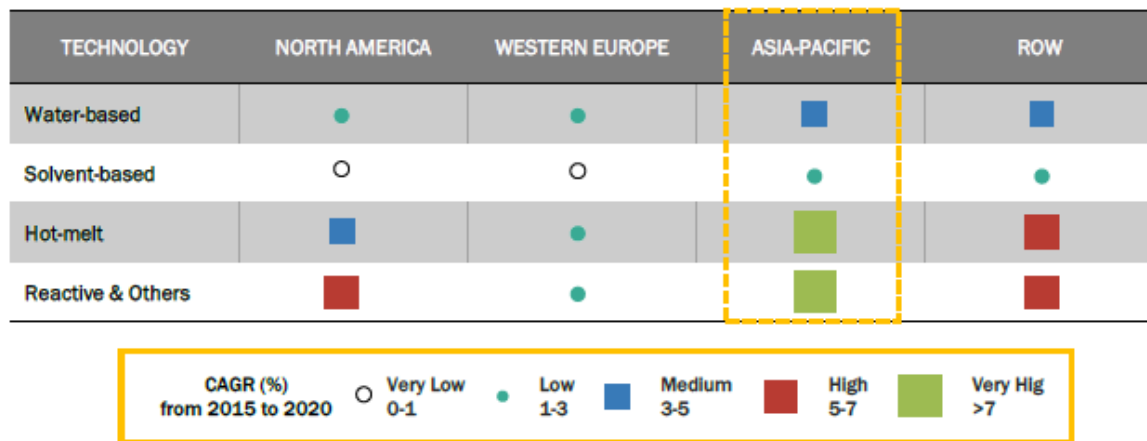
- 1) การใช้จ่ายภาคครัวเรือนยังมีแนวโน้มขยายตัวในเกณฑ์ดี** สนับสนุนการขยายตัวของเศรษฐกิจได้อย่างต่อเนื่อง ในปี 2561 การใช้จ่ายภาคครัวเรือนขยายตัวในเกณฑ์สูง จาก ร้อยละ 3.7 ในไตรมาสแรก เป็นร้อยละ 4.5 และร้อยละ 5.0 ในไตรมาสที่สองและไตรมาสที่สาม ตามลำดับ โดยเฉพาะภายใต้อัตราดอกเบี้ยและอัตราเงินเฟ้อที่ยังอยู่ในระดับต่ำ
- 2) การปรับตัวดีขึ้นของการลงทุน ตามแนวโน้มการเร่งตัวขึ้นของการลงทุนภาครัฐ** ที่มีปัจจัยสนับสนุนจากความคืบหน้าของการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ ๆ ที่เข้าสู่ขั้นตอนของการก่อสร้างมากขึ้น เช่นเดียวกับการขยายตัวในเกณฑ์ดีของการลงทุนภาคเอกชนที่มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นอย่างช้า ๆ และต่อเนื่องตาม (1) การเพิ่มขึ้นของอัตราการใช้จ่ายการลงทุนในปี 2561 ซึ่งในช่วง 9 เดือนแรกเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 68.5 ทั้งยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในปี 2562 ตามแนวโน้มการขยายตัวของการผลิตภาคอุตสาหกรรม โดยเฉพาะในกลุ่มอุตสาหกรรมที่การส่งออกได้รับประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงทิศทางการค้าที่เกิดจากมาตรการกีดกันทางการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน (2) ความคืบหน้าของการลงทุนภาครัฐ ที่เริ่มมีบทบาทในการสนับสนุนการขยายตัวของการลงทุน ภาคเอกชนมากขึ้นซึ่งจะเห็นได้จากการลงทุนของภาคเอกชนในด้านการก่อสร้างในไตรมาสที่สามของปี 2561 ซึ่งเริ่มกลับมาขยายตัวอย่างชัดเจนมากขึ้น และ (3) การย้ายฐานการผลิตและการลงทุนของบริษัทต่างชาติที่มีปัจจัยสนับสนุนมาจากการเพิ่มขึ้นของมาตรการกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศเศรษฐกิจหลัก
- 3) การเพิ่มขึ้นของแรงขับเคลื่อนจากภาคการท่องเที่ยว** ในช่วงครึ่งหลังและทั้งปี 2561 จำนวนและรายรับจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอยู่ในเกณฑ์ต่ำกว่าปกติ โดยมีสาเหตุสำคัญมาจาก (1) การแข่งขันฟุตบอลโลกในเดือนมิถุนายนถึงกรกฎาคม 2561 ที่ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวรัสเซียเดินทางออกนอกประเทศน้อยลงและนักท่องเที่ยวจากประเทศยุโรปอื่น ๆ เปลี่ยนทิศทางการท่องเที่ยวไปยังประเทศรัสเซียมากขึ้น และส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากรัสเซียและยุโรปเดินทางมายังประเทศไทยต่ำกว่าเกณฑ์ (2) การลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวจีน (สัดส่วนร้อยละ 27.7) ในไตรมาสที่สามร้อยละ 9.5 เทียบกับอัตราการขยายตัวเฉลี่ยไตรมาสที่สามย้อนหลัง 2 ปีร้อยละ 13.2 ซึ่งส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวจีนทั้งปี 2561 อยู่ในระดับต่ำกว่าปกติอย่างไรก็ตาม รัฐบาลได้แก้ไขปัญหาดังกล่าวที่เกิดขึ้นทั้งในด้านการเพิ่มความเข้มงวดด้านมาตรฐานความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว และการดำเนินมาตรการเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเพิ่มเติมทั้งในตลาดจีนและตลาดหลักอื่น ๆ คาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวในภาพรวมจะกลับเข้าสู่ภาวะปกติในช่วงปลายไตรมาสแรกของปี 2562 และกลับมาสนับสนุนการขยายตัวของเศรษฐกิจในปี 2562 ได้อย่างมีนัยสำคัญ
- 4) การส่งออกยังมีแนวโน้มขยายตัวในเกณฑ์ที่น่าพอใจและสนับสนุนการขยายตัวทางเศรษฐกิจได้อย่างต่อเนื่อง** ซึ่ง คาดว่าในปี 2562 เศรษฐกิจโลกและปริมาณการค้าโลกจะขยายตัวร้อยละ 3.8 ซึ่งเป็นระดับการขยายตัวของเศรษฐกิจและปริมาณการค้าโลกที่ยังสามารถสนับสนุนการขยายตัวของการส่งออกของไทยได้อย่างต่อเนื่อง
- 5) การเปลี่ยนแปลงทิศทางการค้า การผลิต และการลงทุนระหว่างประเทศ** มาตรการกีดกันทางการค้าและการตอบโต้ของประเทศเศรษฐกิจหลัก ทำให้ปริมาณการค้าโลกชะลอตัวลง และส่งผลต่อประเทศกำลังพัฒนาที่พึ่งพิงการส่งออก ซึ่งถ้าหากยังไม่มียุโรปเปลี่ยนแปลงคาดว่า ระบบการค้าและสายพานการผลิตจะสามารถปรับตัวและส่งผลด้านบวกต่อเศรษฐกิจไทยมากขึ้น



แนวโน้มตลาดกาาอุตสาหกรรม

ตลาดหรืออุตสาหกรรมกาาแบ่งออกเป็น 4 ตลาดหรือภูมิภาคที่สำคัญ ได้แก่ อเมริกาเหนือ(North America), ยุโรปตะวันตก (Western Europe), เอเชียแปซิฟิก (Asia-Pacific), และ ตลาดอื่นๆ (the ROW or Rest of the World) โดยในปี 2560 สภาวะตลาดกาาทั่วโลกมีมูลค่า 52.55 พันล้านเหรียญสหรัฐ และในปี 2561 ถึง 2568 คาดว่าอัตราการเติบโตจะเพิ่มขึ้นอีก 5.6% โดยประมาณ ในส่วนเชิงปริมาณเอเชียแปซิฟิกกินส่วนแบ่งตลาดที่ใหญ่ที่สุดอยู่ที่ 44.49% ตามด้วยอเมริกาเหนือ 23.39% โดยประเทศที่มีการเติบโตสูงสุดคือ จีนและอินเดีย

เทคโนโลยีของอุตสาหกรรมกาาในเอเชียแปซิฟิก



ที่มา: Secondary Literature, Expert Interviews, and MarketsandMarkets Analysis

ท่ามกลางการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก อุตสาหกรรมกาาและยานวกลบมีการเติบโตในระดับปานกลาง ซึ่งปัจจัยสำคัญที่มีบทบาทต่ออุตสาหกรรมกาา ได้แก่ ความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจ, ราคาวัตถุดิบที่เพิ่มสูงขึ้น, ความผันผวนของค่าเงินดอลลาร์สหรัฐ, การชะลอตัวของเศรษฐกิจ, การชะลอตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์, การขาดแคลนวัตถุดิบ, และการลดลงของสินค้าอุปโภคบริโภค จากที่กล่าวมาข้างต้น แม้ว่าเศรษฐกิจโลกจะประสบภาวะการณ้ชะลอตัว ตลาดกาาในเอเชียแปซิฟิกกลับเติบโตอย่างต่อเนื่อง กาาได้มีบทบาทและแฝงตัวอยู่ในอุตสาหกรรมต่างๆ มากมายที่เป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในประเทศต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ตลาดหรืออุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์หีบห่อ (Packaging Industry) นอกจากนี้ ปัจจัยทางด้าน สิ่งแวดล้อม สุขอนามัย และความปลอดภัย ยังเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนปริมาณการใช้กาาทั้งในอุตสาหกรรม รองเท้า, อุตสาหกรรมหีบห่อ, อุตสาหกรรมก่อสร้าง, อุตสาหกรรมผลิตยานยนต์ และ อุตสาหกรรมอื่นๆ โดยที่กาาชนิด Solvent จะถูกแทนที่ด้วยกาาน้ำและกาาหลอมร้อน

แนวโน้มตลาดกาาอุตสาหกรรมในเอเชียแปซิฟิก คาดว่าจะมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยมี อัตราการเติบโต(CAGR) สูงที่สุดอยู่ที่ 5.57% & 7.82% ระหว่างปี 2561 ถึงปี 2566 โดยประเทศที่จะมีการเติบโตสูงที่สุดในตลาดคือ ประเทศจีนซึ่งมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งด้านประชากร, เศรษฐกิจ, และ ด้านอุตสาหกรรมต่างๆ

มูลค่าของตลาดกาาโลกแบ่งตามชนิด จากปี 2556 – 2563 (หน่วย: ล้านบาท)

ชนิด	2556	2557	2558	2563	CAGR% (2558-2563)
กาา	37,256.50	38,767.92	40,452.82	50,399.90	4.50
ยานว	6,207.43	6,595.95	6,985.76	9,348.23	6.00
รวม	43,463.9	45,363.9	47,438.6	59,748.10	4.72



ขนาดหรือปริมาณของตลาดการโลกแบ่งตามชนิด จากปี 2556 – 2563 (หน่วย: '000ตัน)

ชนิด	2556	2557	2558	2563	CAGR% (2558-2563)
กาา	13,661.09	14,173.29	14,710.68	17,995.72	4.11
ยาแนว	1,789.27	1,865.3	1,961.79	2,549.97	5.38
รวม	15,450.36	16,038.58	16,672.47	20,545.70	4.25

มูลค่าของตลาดการโลกแบ่งตามภูมิภาค จากปี 2556 – 2563 (หน่วย: ล้านบาท)

ชนิด	2556	2557	2558	2563	CAGR% (2558-2563)
เอเชียแปซิฟิก	18,069.51	19,135.98	20,277.96	27,342.75	6.16
อเมริกาเหนือ	10,641.64	11,013.17	11,419.75	13,660.61	3.88
ยุโรปตะวันตก	9,746.50	9,967.70	10,238.22	11,815.75	2.86
อื่นๆ	5,006.27	5,247.03	5,502.63	6,929.01	5.04
รวม	43,463.93	45,363.87	47,438.57	59,748.13	4.72

ขนาดหรือปริมาณของตลาดการโลกแบ่งตามภูมิภาค จากปี 2556 – 2563 (หน่วย: '000ตัน)

ชนิด	2556	2557	2558	2563	CAGR% (2558-2563)
เอเชียแปซิฟิก	6,784.92	7,134.92	7,516.60	9,807.02	5.46
อเมริกาเหนือ	3,650.79	3,751.53	3,858.71	4,500.15	3.11
ยุโรปตะวันตก	3,209.43	3,273.93	3,341.88	3,827.43	2.69
อื่นๆ	1,805.23	1,878.21	1,955.27	2,411.10	4.32
รวม	15,450.36	16,038.58	16,672.47	20,545.70	4.27

ภาพรวมอุตสาหกรรม

ภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมในปี 2561 เมื่อพิจารณาจากดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (MPI) ขยายตัวในช่วงร้อยละ 2.0-3.0 จากปี 2560 ที่ MPI ขยายตัวร้อยละ 2.5 โดยมีปัจจัยบวกจากความชัดเจนของการเลือกตั้ง ซึ่งจะสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุนค่อนข้างมาก แรงขับเคลื่อนจากการลงทุนภาครัฐจากความคืบหน้าของโครงการลงทุนที่สำคัญ รวมถึงการดำเนินงานภายใต้แผนงานพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) ที่โครงการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานสำคัญภายใต้แผนงานพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกมีความคืบหน้ามากขึ้นตามลำดับ โดยอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวดี ในปี 2561 อาทิ เช่น รถยนต์และเครื่องยนต์ เป็นการขยายตัวของตลาดในประเทศ เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจภายในประเทศขยายตัวดี อุตสาหกรรมน้ำตาล ด้วยสภาพอากาศที่เอื้ออำนวยทำให้มีวัตถุดิบอ้อยเข้าหีบมากกว่า ปี 2560ค่อนข้างมาก อีกทั้งโรงงานส่วนใหญ่ได้ปรับเปลี่ยนประสิทธิภาพ การหีบอ้อยที่สามารถรองรับผลผลิตได้สูงขึ้น การกลั่นบีโตรเลียม ตามความต้องการใช้ที่เพิ่มขึ้นจากปริมาณการขนส่งและการเดินทางที่ขยายตัว

อุตสาหกรรมกระดาษและผลิตภัณฑ์กระดาษ

ปี 2562 คาดว่าอุตสาหกรรมกระดาษและผลิตภัณฑ์กระดาษจะเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 2.72 (%yoy) จากปี 2561 ที่ภาพรวมอัตราการเติบโตคาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 2.55 (%yoy) จากกระดาษคราฟท์ กล่องกระดาษลูกฟูก เยื่อกระดาษ และกระดาษแข็ง ที่ขยายตัวเพื่อรองรับความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์กระดาษของอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง



ภายในประเทศ เช่น อาหาร เครื่องดื่ม และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงได้รับอานิสงส์จากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ

และส่งเสริมการลงทุนของภาครัฐซึ่งมีส่วนช่วยกระตุ้น การบริโภคสินค้าภายในประเทศ ส่งผลให้บรรจุก๊าซ กระจกเติบโต ทั้งนี้สำหรับปี 2562 อุตสาหกรรมกระจกและผลิตภัณฑ์กระจก คาดว่ายังคงเติบโตเล็กน้อย จากปัจจัยภายในประเทศเป็นหลัก ทั้งจากอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องภายในประเทศ (ได้แก่ อาหาร เครื่องดื่ม เครื่องสำอาง ยา และเวชภัณฑ์ เป็นต้น) และแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจ E-Commerce จากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกรวดเร็ว จึงหันมานิยมเลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ทำให้ความต้องการใช้บรรจุก๊าซกระจกสำหรับบรรจุหรือขนส่งสินค้าอุปโภคบริโภคมีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้น ประกอบกับได้รับปัจจัยบวกจากความต้องการผลิตภัณฑ์กระจกของไทย (ได้แก่ บรรจุก๊าซกระจก และกระจกแข็ง) จากคู่ค้าต่างประเทศ (ได้แก่ เวียดนาม และเกาหลีใต้) ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ความต้องการผลิตภัณฑ์กระจกของจีน อาจเติบโตได้เพียงเล็กน้อย ซึ่งมีปัจจัยเสี่ยงจากความยืดหยุ่นของสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีน (ปัจจุบันไทย ส่งออกผลิตภัณฑ์กระจกไปจีนคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.20 ของการส่งออกผลิตภัณฑ์กระจกทั้งหมด)

อุตสาหกรรมกระจกและผลิตภัณฑ์กระจกของไทยมีมูลค่าประมาณ 421,018 ล้านบาท มีกำไรประมาณ 20,955 ล้านบาท และมีผู้ประกอบการกว่า 1,800 ราย ทั้งนี้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมกระจกและผลิตภัณฑ์กระจกปี 2562 คาดว่าจะสามารถเติบโตได้มากกว่าปีก่อน โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดใหญ่มีแนวโน้มเติบโตได้ดีจากการผลิตและจำหน่ายบรรจุก๊าซกระจก (เช่น กล่องกระจกออฟเซต/ และกล่องกระจกลูกฟูก เป็นต้น) และกระจกกราฟท์(ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตบรรจุก๊าซกระจก) ที่มีความต้องการเพิ่มขึ้นจากอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องภายในประเทศและในกลุ่มประเทศอาเซียน

อุตสาหกรรมรองเท้าและผลิตภัณฑ์หนัง

สำหรับการผลิต ปี 2561 จาก รายงานภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมปี 2561 และแนวโน้มปี 2562 กระทรวงอุตสาหกรรม การฟอกและตกแต่งหนังฟอก มีการผลิตเพิ่มขึ้น ร้อยละ 9.70 จากการผลิตเพื่อการส่งออกและการขยายตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์ สำหรับการผลิตกระเป๋าเดินทาง และรองเท้า มีการผลิตลดลง ร้อยละ 5.65 และ 2.49 ตามลำดับ ส่วนหนึ่งเป็นผลจากความต้องการบริโภคสินค้าแบรนด์เนมขยายตัว ส่งผลให้มีสัดส่วนการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศเพิ่มขึ้น และผู้ประกอบการที่มีแบรนด์ของตัวเองได้เปลี่ยนวิธีการผลิต โดยจ้างประเทศเพื่อนบ้านผลิตแทนการผลิตในประเทศ เช่น เมียนมา กัมพูชา และเวียดนาม

การส่งออกปี 2561 มีมูลค่ารวม 1,764.64 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.57 เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน ซึ่งเป็นผลจากมูลค่าการส่งออกหนังและผลิตภัณฑ์หนังฟอกและหนังอัด และเครื่องใช้สำหรับเดินทางเพิ่มขึ้น ร้อยละ 16.38 และ 21.86 ตามลำดับ จากการขยายตัวของเศรษฐกิจโลก ส่วนการนำเข้าปี 2561 มีมูลค่ารวม 1,963.64 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนเพิ่มขึ้น ร้อยละ 9.05 14.82 และ 30.51 ตามลำดับ โดยมีตลาดนำเข้าสำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา จีน เวียดนาม และอิตาลี

แนวโน้มอุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนังปี 2562 คาดว่า การฟอกและการตกแต่งหนังฟอกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากการผลิตเพื่อการส่งออก ซึ่งชาวต่างชาติมีความนิยมในผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทย และผลิตภัณฑ์หนัง Exotic เช่น หนังงูหนังปลาคะเบน และหนังจระเข้ส่วนการผลิตผลิตภัณฑ์กลุ่มรองเท้า มีแนวโน้มชะลอตัว จากผู้ประกอบการที่มีแบรนด์ของตัวเองได้เปลี่ยนวิธีการผลิต โดยการจ้างประเทศเพื่อนบ้านผลิตแทนการผลิตเอง เนื่องจากมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าประเทศไทย อย่างไรก็ตาม ยังมีปัจจัยที่กระตุ้นการผลิต เช่น มาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวทั้งในตลาดจีนและตลาดหลักอื่น ๆ นโยบายกระตุ้นการใช้จ่ายของรัฐบาล และบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการขยายตัวของเศรษฐกิจในปี 2562 ได้

อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

การผลิตอาหาร ปี 2561 มีปริมาณ 40,212,383.241 ตัน ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2560 ร้อยละ 14.21 (% YoY) เพื่อรองรับผลผลิตทางการเกษตรที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการผลิตน้ำตาลทรายดิบ น้ำตาลทรายขาว

และน้ำตาลทรายบริสุทธิ์ด้วยผลผลิตอ้อยที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 40-45 จากปีก่อน การผลิตน้ำมันปาล์มดิบ และน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ที่ผลผลิตมากกว่าปีก่อนมาก รวมทั้งการผลิตไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง ไก่แปรรูป ทุ่นากระป๋อง ชาร์ดิน กระป๋องเพื่อรองรับความต้องการบริโภคทั้งในและต่างประเทศที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

การจำหน่ายอาหารในประเทศ ปี 2561 มีปริมาณ 21,546,159.471 ตัน ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2560 ร้อยละ 4.37 (%YoY) จากการจำหน่ายในกลุ่มน้ำตาล น้ำมันพืช ปศุสัตว์นม และบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ตามภาพรวมเศรษฐกิจที่กำลังซบเซาในประเทศแข็งแรงแรงขึ้นต่อเนื่อง ส่งผลให้การจับจ่ายใช้สอยและการบริโภคเริ่มปรับตัวดีขึ้น

อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มปี 2562 จากรายงานของ **ส่วนเศรษฐกิจรายสาขา ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจฐานราก ธนาคารออมสิน** ซึ่งรายงาน คาดว่า อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มในปี 2562 จะมีอัตราการเติบโตชะลอตัวอยู่ที่ร้อยละ 3.14 (%yoy) จากปี 2561 ที่ภาพรวมอัตราการเติบโตคาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 4.43 (%yoy) ตามการขยายตัวของเศรษฐกิจภายในประเทศและการขยายตัวของภาคการท่องเที่ยวและบริการทำให้ความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพิ่มขึ้นในกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภคแปรรูป ประมงแปรรูป ผักผลไม้แปรรูปและน้ำมันพืช รวมถึงประเทศคู่ค้าหลักที่มีความต้องการสินค้าอาหารของไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะสินค้าไก่สดแช่เย็นแช่แข็งและไก่แปรรูป ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังแปรรูป ทูเรียนสดและทูเรียนแช่แข็ง ข้าวหอมมะลิ ข้าวขาว และปลาหมึก นากะป๋องทั้งนี้สำหรับอุตสาหกรรมเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ในปี 2562 คาดว่ามีอัตราการเติบโตชะลอตัวอยู่ที่ร้อยละ 0.88 (%yoy) จากปี 2561 ที่ภาพรวมอัตราการเติบโตคาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 0.95 (%yoy) ตามการเติบโตของเศรษฐกิจภายในประเทศ การท่องเที่ยวและบริการ และการค้าชายแดน ทำให้ความต้องการบริโภคเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้น รวมถึงการขยายตัวของการส่งออกเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ไปยังกลุ่มประเทศ CLMV ซึ่งเป็นคู่ค้าหลักของไทย (ได้แก่ เครื่องดื่มชูกำลังน้ำเกลือแร่ ชาพร้อมดื่ม เป็นต้น)

ความเคลื่อนไหวราคาน้ำมันดิบ

ราคาน้ำมันดิบปี 2561 สำหรับในปี 2561 ราคาน้ำมันดิบยังมีทิศทางค่อนข้างผันผวน โดยในไตรมาสที่ 4 ช่วงต้นเดือนตุลาคม 2561 ราคาน้ำมันดิบมีการปรับตัวสูงขึ้น เป็นผลมาจากมาตรการคว่ำบาตรของสหรัฐอเมริกาต่อประเทศอิหร่าน ทำให้มีการคาดการณ์ว่าอุปทานน้ำมันจากอิหร่านจะลดลงมาก แต่ในช่วงปลายเดือนพฤศจิกายน ราคาน้ำมันดิบกลับมีแนวโน้มลดลง หลังสหรัฐอเมริกาประกาศผ่อนผันมาตรการคว่ำบาตรอิหร่านให้แก่ 8 ประเทศ ได้แก่ จีน อินเดีย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น อิตาลี กรีซ ใต้หวัน และตุรกีให้สามารถนำเข้าน้ำมันดิบจากอิหร่านได้เป็นระยะเวลา 180 วัน ซึ่งเป็นการผ่อนคลายความกังวลเรื่องอุปทานของอิหร่านไปได้ในระยะสั้น สำหรับในปี 2561 U.S. Energy Information Administration (EIA) ได้คาดการณ์ราคาน้ำมันดิบเบรนท์ และราคาน้ำมันดิบเวสต์เท็กซัสจะอยู่ที่ 73.12 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อบาร์เรล และ 66.79 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อบาร์เรล ตามลำดับ สำหรับราคาน้ำมันดิบดูไบ International Monetary Fund (IMF) ได้คาดการณ์ว่าอยู่ที่ 69.87 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อบาร์เรล

ราคาน้ำมันดิบปี 2562 สำหรับราคาน้ำมันดิบในปี 2562 นั้น หน่วยงานทั้ง EIA และ IMF คาดการณ์ว่าราคาน้ำมันดิบจะต่ำกว่าในปี 2561 เล็กน้อย เนื่องจากสหรัฐอเมริกาได้เพิ่มแท่นขุดเจาะน้ำมันอย่างต่อเนื่องในขณะที่ซาอุดีอาระเบียได้ให้คำมั่นในการเพิ่มกำลังการผลิตทดแทนการผลิตในอิหร่านจากมาตรการคว่ำบาตรของสหรัฐฯ ประกอบกับความเสี่ยงจากสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลกและเป็นผลให้ความต้องการน้ำมันลดลง จากสถานการณ์ดังกล่าว EIA จึงคาดการณ์ว่า ราคาน้ำมันดิบเบรนท์ และราคาน้ำมันดิบ เวสต์เท็กซัส ในปี 2562 จะอยู่ที่ 71.92 และ 64.85 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อบาร์เรล ตามลำดับและสำหรับราคาน้ำมันดิบดูไบ IMF คาดการณ์ว่าจะอยู่ที่ 69.81 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อบาร์เรล



การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การจัดหาวัตถุดิบ

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

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับคุณภาพวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตสินค้า โดยก่อนที่จะทำการสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้จำหน่ายรายใด บริษัทฯ จะมีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้จำหน่ายที่ประเมินจากประวัติของคู่ค้าและผลงานที่เชื่อถือได้ มาตรฐานของผลิตภัณฑ์ ราคา รวมถึงระบบป้องกันมลพิษ ซึ่งหลักเกณฑ์ในการประเมินเหล่านี้จะต้องมีความสอดคล้องกับระบบจัดการสิ่งแวดล้อม เมื่อมีมาตรฐานตามเกณฑ์ที่กำหนดจึงจะดำเนินการสั่งซื้อเพื่อนำวัตถุดิบดังกล่าวมาเข้าสู่กระบวนการผลิตสินค้า ที่ผ่านมามีการจัดซื้อวัตถุดิบจากผู้ผลิตหรือผู้จัดหาทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยจะมีการเปรียบเทียบและจัดทำทะเบียนผู้ขายที่ได้รับการอนุมัติ (Approved Supplier List) โดยการเปรียบเทียบราคา และเงื่อนไขต่างๆ เพื่อให้ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพและตรงตามระยะเวลาที่กำหนด

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

กระบวนการผลิต

แผนกวางแผนการผลิตของบริษัทฯ มีหน้าที่ในการวางแผนในการผลิตตั้งแต่การกำหนดจำนวนวัตถุดิบที่ใช้ไปจนถึงจำนวนผลิตภัณฑ์ที่จะผลิตให้กับลูกค้า ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดสำหรับการผลิตที่มีคุณภาพเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ประหยัดต้นทุนในการผลิต และรักษาระยะเวลาที่เหมาะสมในการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ในสต็อกสินค้า รวมทั้ง คำนึงถึงประโยชน์สูงสุดในการดำเนินธุรกิจ ทั้งในด้านแรงงาน เครื่องจักร วัตถุดิบ กระบวนการผลิต เนื่องจากความต้องการของลูกค้านั้นอาจเกิดจากการสั่งซื้อจริงที่เกิดขึ้น การแจ้งความต้องการ หรือสั่งซื้อล่วงหน้า การวางแผนจึงแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ การผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า (Made to Order) ภายใต้ตราสินค้าของบริษัทฯ และการผลิตเพื่อรักษาปริมาณสินค้าคงคลังขั้นต่ำ (Made to Stock)

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

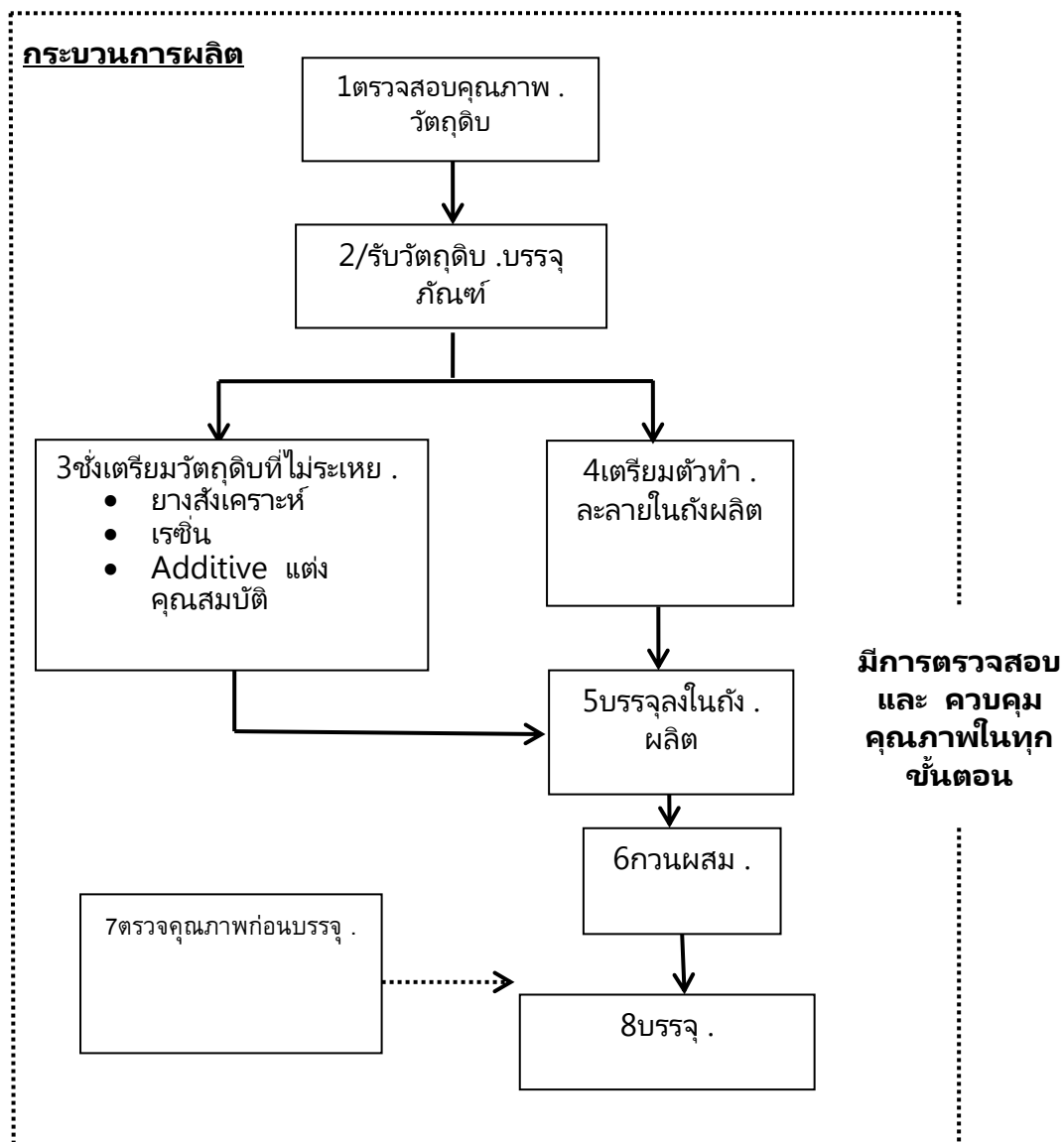
ภายในโรงงานจะแยกไลน์การผลิตตามประเภทของแก้ว ซึ่งในการผลิตแก้วอุตสาหกรรมทุกประเภท แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ ขั้นตอนการผสมสารเคมี (Mixing) และขั้นตอนการเกิดปฏิกิริยาทางเคมีระหว่างกระบวนการผลิต (Reaction) ทั้งนี้ เพื่อคุณภาพที่ดีของผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ มีการตรวจสอบและทดสอบคุณภาพวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต การตรวจสอบและทดสอบระหว่างกระบวนการผลิต รวมถึงการตรวจสอบสินค้าสำเร็จรูปทุกล็อต โดยมีการสุ่มตรวจและทดสอบคุณภาพตามแผนคุณภาพของบริษัทฯ ทำให้ลูกค้าสามารถมั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มีคุณภาพและตรงต่อความต้องการของลูกค้า สำหรับของเสียจากกระบวนการผลิต บริษัทฯ ได้มีการกำจัด

บริษัทที่ได้รับอนุญาตจากกรมโรงงานอุตสาหกรรมเป็นผู้ดำเนินการกำจัดของเสียอุตสาหกรรมเหล่านี้ ซึ่งมีความถูกต้องและเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้

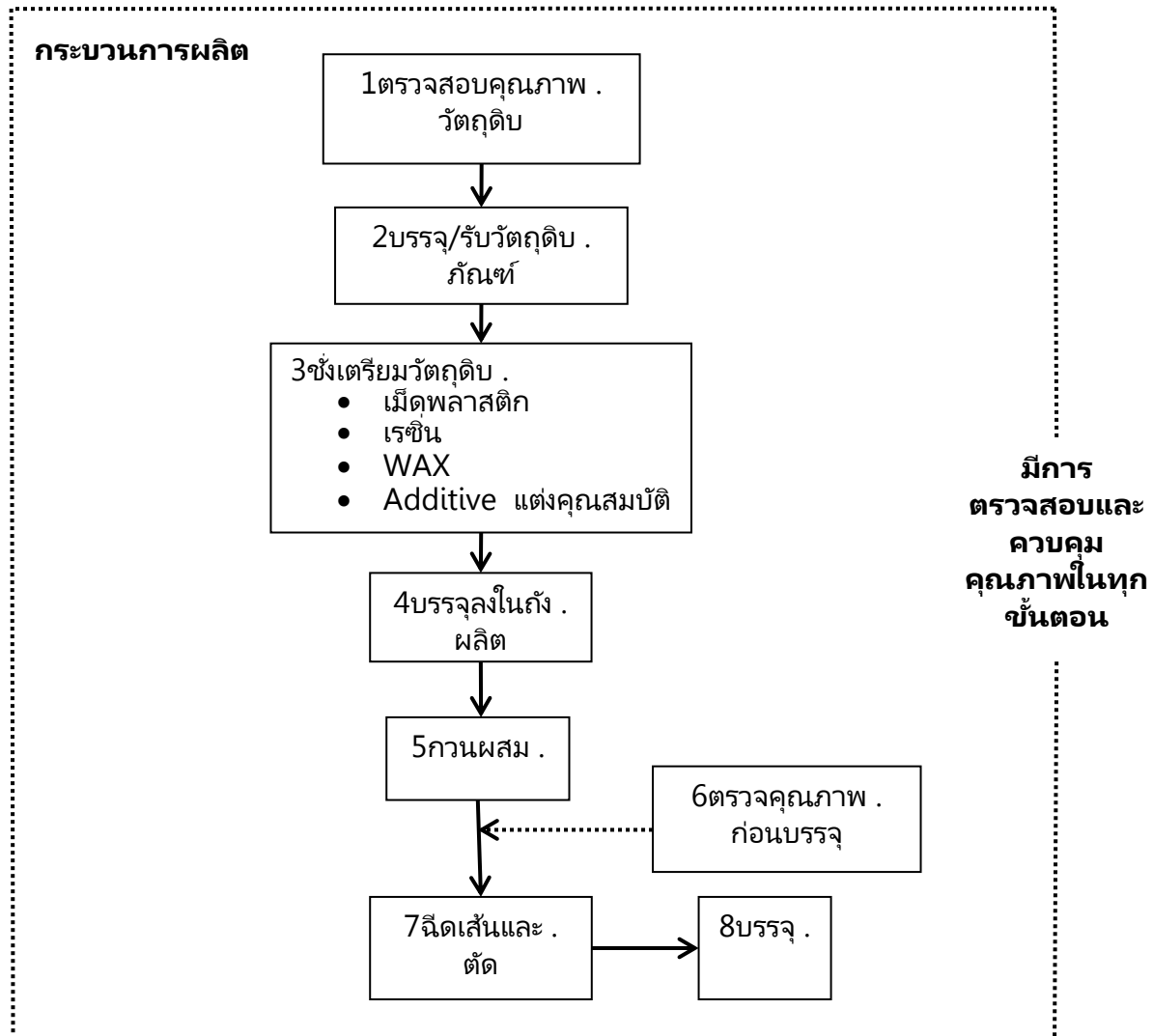
ขั้นตอนการผลิต

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

กา Solvent และผลิตภัณฑ์กาวน้ำ



ผลิตภัณฑ์กาวหลอมร้อน (Hot Melt)



กำลังการผลิตและการใช้กำลังการผลิต

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



ตารางแสดงกำลังการผลิตแยกตามประเภทผลิตภัณฑ์

ประเภทผลิตภัณฑ์	หน่วย	ปี 2559	ปี 2560	ปี 2561
1.ผลิตภัณฑ์กาว Solvent - กำลังการผลิต (Capacity) ปริมาณการผลิต - (Utilization) อัตราการใช้กำลังการผลิต -	ตันปี/ ตันปี/ %	6,600 4,745 71.89	6,600 4,702 71.24	6,600 4,268 64.67
2.ผลิตภัณฑ์กาวน้ำ - กำลังการผลิต (Capacity) ปริมาณการผลิต - (Utilization) อัตราการใช้กำลังการผลิต -	ตันปี/ ตันปี/ %	620 474 ¹ 76.45	620 641 103.39	1,080 726 67.22
3.ผลิตภัณฑ์กาว Hot Melt ^{1//} - กำลังการผลิต (Capacity) ปริมาณการผลิต - (Utilization) อัตราการใช้กำลังการผลิต -	ตันปี/ ตันปี/ %	1,900 1,387 73.00	1,900 1,841 96.89	2,400 1,973 82.21
รวมกำลังการผลิตทุกผลิตภัณฑ์ (Capacity)	ตันปี/	8,620	9,120	10,080
รวมปริมาณการผลิตทุกผลิตภัณฑ์ (Utilization)	ตันปี/	6,218	7,184	6,967

หมายเหตุ : ¹ อัตราการใช้กำลังการผลิตในปัจจุบันคำนวณจากชั่วโมงทำงานเฉลี่ย 8 ชั่วโมง ต่อ 1 วัน และ 6 วัน ต่อ 1 สัปดาห์ (มีเพียงชั่วโมงทำงานเฉลี่ยของกาวกลุ่ม Hot Melt ที่มีความยืดหยุ่นตามยอดสั่งซื้อสินค้า ซึ่งอาจผลิตได้ถึง 24 ชั่วโมงต่อวัน) ในปี 2561 มีการเพิ่มกำลังการผลิตสินค้า ดังนี้

- กลุ่มกาวน้ำ (Water Base) จาก 620 ตัน/ปี เป็น 1,080 ตัน/ปี
- กลุ่มกาวหลอมร้อน (Hot Melt) จาก 1,900 ตัน/ปี เป็น 2,400 ตัน/ปี

ทั้งนี้ บริษัทฯ มีการกำหนดปริมาณสินค้าคงคลังขั้นต่ำ โดยมีการนำมาประยุกต์ใช้และการกำหนดแผนการผลิตเป็นรายเดือนและรายสัปดาห์ให้เหมาะสมกับกำลังการผลิตของสินค้าแต่ละประเภท

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

กระบวนการผลิตของบริษัทฯ เป็นงานที่เกิดจากการผสมสารเคมีชนิดต่างๆ เข้าด้วยกัน ซึ่งในบางขั้นตอนอาจเกิดกากของเสียอุตสาหกรรม สารเคมีต่างๆ และภาชนะปนเปื้อนสารเคมี รวมถึงน้ำล้างการอุตสาหกรรมระหว่างกระบวนการผลิต เพื่อเป็นการป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ ได้มีการรณรงค์จ้างบริษัทบำบัด/กำจัดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้วจากภายนอกในการกำจัดสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุดังกล่าวอย่างถูกต้องและเป็นไปตามที่ข้อกำหนดไว้ และให้ความสำคัญกับการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม มีการควบคุมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมให้เป็นไปตามมาตรฐานของกรมโรงงาน ได้รับการรับรองตามมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001:2015 อีกทั้งยังเห็นได้จากที่บริษัทฯ ได้รับการรับรองจากกระทรวงอุตสาหกรรมให้เป็นอุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 3 ระบบสีเขียว (Green System)

3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทตระหนักและให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจในทุกๆ ด้าน รวมถึงการจัดการและบริหารความเสี่ยงองค์กร เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยทั้งภายในและนอกที่จะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ เตรียมความพร้อมเมื่อประสบกับเหตุการณ์เสี่ยง รวมทั้ง หาแนวทางในการจัดการและลดปัจจัยความเสี่ยงทุกรูปแบบที่จะเกิดขึ้นจนทำให้ความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจอยู่ในระดับที่สามารถควบคุมและยอมรับได้ โดยปัจจัยความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทสามารถแบ่งได้เป็น ความเสี่ยงเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติการ (Operations Risk) ความเสี่ยงทางด้านตลาด (Marketing Risk) ความเสี่ยงทางการเงิน (Financial Risk) และ ความเสี่ยงจากกฎระเบียบข้อบังคับต่างๆ (Compliance Risk).

3.1 ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน (Operations Risk)

ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบุคลากรและทีมวิจัยที่มีความเชี่ยวชาญในการวิจัยและพัฒนาการใช้ในอุตสาหกรรม

บริษัทมีการพึ่งพิงทีมวิจัยที่ประกอบด้วยนักวิทยาศาสตร์ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านการคิดค้นและวิจัยกาา ซึ่งเป็นสาขาวิชาชีพที่มีจำนวนแรงงานน้อยและอาจเกิดการขาดแคลนแรงงานได้ บริษัทจึงตระหนักถึงแนวทางการจูงใจให้นักวิทยาศาสตร์ทำงานกับบริษัท โดยให้ความสำคัญด้านสวัสดิการที่เหมาะสมและจูงใจให้กับพนักงาน รวมไปถึงการเจริญเติบโตของบริษัท ทำให้พนักงานเห็นถึงความมั่นคงและเชื่อมั่นในบริษัทเป็นผลให้อัตราการลาออกของพนักงานอยู่ในระดับต่ำ ส่วนในความเสี่ยงจากการพึ่งพิงทีมวิจัยนั้น บริษัทประเมินว่าความเสี่ยงดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำและบริษัทมีแผนที่จะพัฒนาระบบเทคโนโลยีด้านการวิจัยและพัฒนา รวมถึงการจัดทำคลังความรู้ที่นักวิทยาศาสตร์คิดค้นได้ไว้เพื่อลดความเสี่ยงด้านการพึ่งพิงบุคลากรอีกทางหนึ่ง

อย่างไรก็ตาม บริษัทมั่นใจว่าจากการที่บริษัท ผลักดันตัวเองให้ขึ้นมาเป็นผู้นำในระดับอาเซียนด้านการผลิตและจำหน่ายกาาที่ใช้ในอุตสาหกรรมย่อมส่งผลให้บริษัทได้รับความสนใจจากนักวิทยาศาสตร์ที่มีความรู้และมีประสบการณ์สูง มาร่วมงานกับบริษัทในอนาคต

3.2 ความเสี่ยงทางด้านการตลาด (Marketing Risk)

ความเสี่ยงจากภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม

ผลิตภัณฑ์กาาที่ใช้ในอุตสาหกรรมเป็นส่วนประกอบสำคัญของผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า และอุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้าง อุตสาหกรรมเหล่านี้เป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ตามขนาดอุตสาหกรรม จึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะมีคู่แข่งทั้งรายใหญ่และรายย่อยอยู่ในตลาดนี้ คู่แข่งดังกล่าวมีทั้งผู้ผลิตกาาภายในประเทศและจากต่างประเทศ จำนวนคู่แข่งที่มีอยู่อาจมาซึ่งผลกระทบต่อความไม่แน่นอนของสัดส่วนทางการตลาดที่บริษัท ครอบครองอยู่ อีกทั้ง ยังอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัท ในกรณีที่บริษัท ถูกแย่งสัดส่วนทางการตลาดในการผลิตและจัดจำหน่ายกาาให้กับคู่แข่ง ทั้งหมดนี้จึงเป็นสาเหตุที่บริษัท ต้องคำนึงถึงความเสี่ยงจากสภาวะการแข่งขันที่สูงในธุรกิจกาาที่ใช้ในอุตสาหกรรม ปัจจุบันบริษัท มีอัตราส่วนการผลิตและจัดจำหน่ายภายในประเทศประมาณร้อยละ 56 ของรายได้จากการขาย และส่งออกต่างประเทศประมาณร้อยละ 44 ของรายได้จากการขาย ตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม จากประสบการณ์การทำงานในธุรกิจกาาที่ใช้ในอุตสาหกรรมกว่า 30 ปี การที่บริษัทฯ มีพันธมิตรทางการค้าที่ยาวนาน มีทีมวิจัยและพัฒนาที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการปรับปรุงคุณสมบัติของกาาให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นได้จากผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ยอมรับทั้งในประเทศ ตลาดเอเชีย แอฟริกา ออสเตรเลีย อเมริกาและยุโรป นอกจากนี้ อาจกล่าวได้ว่าถึงแม้ตลาดกาาจะมีคู่แข่งทั้งรายใหญ่และรายย่อยจำนวนหนึ่งก็ตาม แต่คู่แข่งที่มีศักยภาพเทียบเท่าบริษัทฯ ในประเทศยังมีจำนวนน้อยราย ทำให้บริษัทฯ ยังคงได้รับความไว้วางใจให้เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายกาาที่ใช้ในอุตสาหกรรมให้แก่กลุ่มอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ในประเทศ ไทยและต่างประเทศ สำหรับการแข่งขันภายในประเทศ บริษัทฯ มีความมั่นใจในการขยายฐานลูกค้าและกำลังการผลิตให้ตอบสนองการเติบโตของบริษัทฯ ควบคู่ไปกับการพัฒนาคุณภาพ ส่วนการจัดจำหน่ายไปยังต่างประเทศนั้น บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะเพิ่มสัดส่วนการจำหน่ายสินค้าไปยังต่างประเทศให้มากขึ้น โดยการจัดตั้งบริษัทย่อย คือ บริษัท อี.วี.เอ.อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ เช่น ประเทศฮ่องกง ประเทศกัวเตมาลา ประเทศบังกลาเทศ เป็นต้น ปัจจุบันบริษัทฯ เป็นผู้ผลิตรายแรกและรายเดียวที่สามารถผลิตกาา Polyurethane Reactive Hot Melt (HMPUR) ได้ในประเทศไทย ซึ่งผลิตภัณฑ์กาา HMPUR เป็นกาาประเภทคงรูป (Thermosetting) ที่มีความแข็งแรงสูง โดยบริษัทฯ มีทีมวิจัยและพัฒนาที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการปรับปรุงคุณสมบัติของกาาให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

ความเสี่ยงจากการแข่งขันจากสินค้าทดแทน

ผลิตภัณฑ์หลักที่บริษัทฯ ผลิตและจัดจำหน่าย คือ กาาที่ใช้ในอุตสาหกรรมที่ใช้เป็นวัสดุยึดติดผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ ซึ่งผลิตภัณฑ์อื่นที่สามารถนำมาใช้งานเพื่อวัตถุประสงค์และคุณสมบัติเดียวกันในตลาดมีอยู่หลายประเภท เช่น เทปกาา/เทปผ้าสำหรับการติดกล่องบรรจุภัณฑ์ หรือซิลิโคนที่สามารถประยุกต์ใช้ทดแทนกาาในการเชื่อมกระจก



เป็นต้น ทำให้ผู้บริโภคมองทางเลือกจากสินค้าทดแทนที่หลากหลาย หากผู้บริโภคเลือกใช้ผลิตภัณฑ์อื่นแทนผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ อาจส่งผลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะต้องลงทุนเปลี่ยนแปลงเครื่องจักร ซึ่งอาจส่งผลให้ผู้ผลิตอาจต้องหยุดการผลิตชั่วคราว ดังนั้น จึงเป็นไปได้ยากที่กลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ จะเปลี่ยนไปใช้สินค้าทดแทนอื่น นอกจากนี้ ผลกระทบของ

บริษัทฯ จะถูกวิจัย พัฒนา และปรับปรุงคุณลักษณะให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าที่ต้องการยืดหยุ่นตัวสูงๆ เนื่องจากวัสดุแต่ละชนิดมีลักษณะและการใช้งานแตกต่างกัน อีกทั้ง ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ยังสามารถประยุกต์ใช้ได้หลายอุตสาหกรรมและมีความปลอดภัย จึงได้รับความนิยมและหาสินค้าทดแทนได้ยาก

3.3 ความเสี่ยงทางการเงิน (Financial Risk)

ความเสี่ยงจากการผันผวนของราคาวัตถุดิบที่เปลี่ยนแปลงไปตามราคาตลาดโลก

บริษัท ประกอบธุรกิจผลิตกาที่ใช้ในอุตสาหกรรม ซึ่งต้องใช้วัตถุดิบ นั่นคือ ยางเรซิน และโพลีคลอโรพรีน (Polychloroprene) เป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิต และวัตถุดิบดังกล่าวเป็นผลผลิตจากการกลั่นน้ำมันดิบ สำหรับการในปี 2561 คิดเป็นต้นทุนกว่าร้อยละ 60-70 ของต้นทุนวัตถุดิบรวม ซึ่งราคาวัตถุดิบดังกล่าวจะผันแปรไปตามอุปสงค์และอุปทานของราคาน้ำมันดิบโลก ซึ่งมีความผันผวนของราคาอย่างมีนัยสำคัญ สำหรับปัจจุบันแม้ว่าราคาจะมีความผันผวน แต่อัตราเฉลี่ยตามการคาดการณ์อยู่ที่ประมาณ 50-60 ดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรล จึงไม่ส่งผลกระทบต่อการบริหารจัดการต้นทุน และการรักษาอัตรากำไรขั้นต้นของบริษัท

น้ำมันดิบเป็นสินค้าอุปโภคพื้นฐานที่มีความจำเป็นในการขยายตัวของเศรษฐกิจ จากภาพรวมของราคาน้ำมันดิบโลก ในอดีตที่ผ่านมา ราคาน้ำมันดิบมีการผันผวนในช่วงปี 2555-2560 ซึ่งมีราคาสูงสุดในช่วงไตรมาสที่ 1 ของปี 2555 ที่ราคาประมาณ 120 ดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรล และมีการปรับตัวลงอย่างต่อเนื่องในช่วงไตรมาสที่ 2 ของปี 2557 จนถึงราคาที่ต่ำสุดในปี 2559 ที่ราคาโดยประมาณ 27 ดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรล ซึ่งเป็นผลดีต่อบริษัทฯ ในขณะนั้น ส่วนในปี 2562 จากการประมาณการสถานการณ์พลังงานโลก โดย **U.S. Energy Information Administration (EIA)** ซึ่งคาดการณ์ว่าราคาน้ำมันดิบเบรนท์จะมีค่าเฉลี่ยระดับราคาอยู่ที่ 61 ดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรล และ 65 ดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรล ในปี 2563 ส่วนราคาน้ำมันดิบเวสต์เท็กซัส EIA คาดว่าจะมีราคาเฉลี่ยต่ำกว่าน้ำมันดิบเบรนท์ ที่ 8 ดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรล ใน ไตรมาสที่ 1 ของปี 2562 และจะปรับขึ้นประมาณ 4 ดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรลในไตรมาสสุดท้ายของปี 2562 และตลอดปี 2563

การเปลี่ยนแปลงราคาน้ำมันดิบส่งผลกระทบต่อต้นทุนการดำเนินงานของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมามีบริษัทฯ มีการติดตามข้อมูลข่าวสารและแนวโน้มราคาของวัตถุดิบหลักอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้สามารถวางแผนบริหารจัดการการสั่งซื้อวัตถุดิบได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้มีการบริหารจัดการสต็อกวัตถุดิบคงเหลือให้สอดคล้องกับปริมาณความต้องการวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตได้อย่างเพียงพอและทันเวลาต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้สามารถควบคุมระดับสัดส่วนของต้นทุนขายไม่ให้เกิดความผันผวนจนส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ซึ่งในอดีตที่ผ่านมาบริษัทฯ บริษัทได้พยายามทำสัญญาซื้อขายน้ำมันเพื่อรักษาระดับราคาน้ำมันและสรรหาแหล่งวัตถุดิบใหม่อยู่เสมอเพื่อป้องกันการผันผวนของราคาวัตถุดิบที่เพิ่มสูงขึ้น

ความเสี่ยงจากการผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

นอกจากนี้บริษัทฯ นำเข้าวัตถุดิบในการผลิตจากต่างประเทศ บริษัทฯ ยังได้ส่งออกสินค้าไปจำหน่ายยังต่างประเทศกว่า 27 ประเทศ ทำให้บริษัทฯ มีความเสี่ยงด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศทั้งจากการต้องชำระค่าวัตถุดิบและการรับชำระหนี้จากลูกค้าเป็นสกุลเงินตราต่างประเทศ ได้แก่ เงินดอลลาร์สหรัฐ เงินยูโร เงินเยน เป็นต้น

ในปี 2558 - 2561 บริษัทฯ มียอดซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20.77, 43.98, 46.99 และ 42.92 ของยอดซื้อวัตถุดิบรวมตามลำดับ ซึ่งหากเกิดเหตุการณ์ทางเศรษฐกิจที่ทำให้ค่าเงินบาทมีแนวโน้มอ่อนค่าลงเมื่อเทียบกับค่าเงินตราต่างประเทศที่กล่าวมาข้างต้น โดยเฉพาะเงินดอลลาร์สหรัฐ เงินยูโร ซึ่งเป็นเงินต่างประเทศสกุลหลักที่เป็นรายรับของบริษัทฯ และชำระค่าสินค้าให้แก่บริษัทผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ก็อาจส่งผลกระทบต่อผล



ประกอบการของบริษัทฯ ได้ จากข้อมูลปี 2558–2561 บริษัทฯ มีกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนในปี 2558 จำนวน 0.16 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.03 ของรายได้รวม ในปี 2559 มีกำไร 1.28 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.23 ของรายได้รวม ในปี 2560 ขาดทุน 2.87 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.48 ของรายได้รวม และ ในปี 2561 กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน 1.41 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.23 ของรายได้รวม

ทั้งนี้ บริษัทฯ มีนโยบายบริหารจัดการความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนด้วยการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) กับสถาบันการเงิน แต่ไม่ได้ป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนทั้งจำนวนจากการซื้อสินค้าทุกสกุลเงิน ซึ่งในการนำเข้าสินค้าส่วนใหญ่ บริษัทฯ ใช้สกุลเงินหลัก คือ ดอลลาร์สหรัฐ ยูโร และเยน หรือเงินตราต่างประเทศที่มีความผันผวนมาก บริษัทฯ ได้มีการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าในสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ กับธนาคารในวงเงิน 5.28 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนที่อาจจะเกิดขึ้นได้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ มีสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า 0.60 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 19.58 ล้านบาท อีกทั้ง ยังมีบัญชีเงินตราต่างประเทศ เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนได้อย่างเหมาะสม รวมถึงให้ความสำคัญและติดตามสถานการณ์อัตราแลกเปลี่ยนอยู่เสมอ

จำนวนเงินที่ใช้สัญญา ซื้อขาย เงินตราต่างประเทศ (หน่วย: ล้านดอลลาร์ สหรัฐ)	จำนวนเงินบาทคงที่ (หน่วย: ล้านบาท)	มูลค่ายุติธรรม (หน่วย: ล้านบาท)	ระยะเวลาครบกำหนด
0.05	1.77	1.75	5 เมษายน 2562
0.25	8.06	8.00	19 มิถุนายน 2562
0.20	6.52	6.45	24 มิถุนายน 2562
0.10	3.23	3.23	26 มิถุนายน 2562

3.4 ความเสี่ยงจากกฎระเบียบข้อบังคับต่างๆ (Compliance Risk)

ความเสี่ยงเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ ระเบียบ กฎเกณฑ์ ข้อบังคับ และกฎหมายประเทศต่างๆที่เป็นกลุ่มลูกค้าบริษัทฯ

บริษัทฯ จัดจำหน่ายสินค้าไปยังประเทศต่างๆ และผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ได้ถูกนำไปใช้ในหลากหลายอุตสาหกรรม ซึ่งเติบโตตามภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของแต่ละประเทศ ดังนั้น หากสภาวะเศรษฐกิจในประเทศต่างๆ ตกต่ำหรือถดถอย จะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการซื้อหรือความต้องการบริโภคของลูกค้า อย่างไรก็ตาม การที่บริษัทฯ มีฐานลูกค้ากระจายอยู่มากกว่า 27 ประเทศ จึงทำให้สามารถลดความเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจในประเทศต่างๆ ที่เป็นลูกค้าของบริษัทฯ ได้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการตรวจสอบและมีการกำหนดมาตรการเกี่ยวกับการกีดกันทางการค้าที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ข้อห้ามการนำเข้าสารเคมีในบางชนิดเข้าประเทศ เช่น ห้ามนำเข้าสารเคมีจำพวก Solvent เนื่องจากเป็นสารเคมีที่มีกลิ่นและอาจเป็นมลพิษ ซึ่งบริษัทฯ ได้มีมาตรการแก้ไขข้อจำกัดนี้โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทดแทนสาร Solvent ด้วยผลิตภัณฑ์กลุ่มกาวหอมร้อน หรือกาวน้ำ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการศึกษาวิจัยจนสามารถพัฒนาสูตรกาวที่ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สามารถจัดจำหน่ายสินค้าไปยังกลุ่มประเทศดังกล่าวได้

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

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

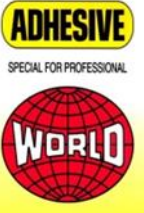
ลักษณะทรัพย์สิน	ภาระผูกพัน	มูลค่าสุทธิ (ล้านบาท)	ลักษณะกรรมสิทธิ์
1. อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร สำนักงาน โรงงาน และคลังสินค้า ตั้งอยู่เลขที่ 270 ถนนเลียบคลองภาษีเจริญฝั่งใต้ หนองแขม กรุงเทพฯ 10160	ใช้เป็นส่วนหนึ่งของหลักประกันวงเงินสินเชื่อของบริษัทฯ กับเจ้าหนี้สถาบันการเงินสองแห่ง	14.44	บริษัทฯ เช่าที่ดิน 5 แปลง พร้อมสิ่งปลูกสร้างจาก นาย ณรงค์ สุวัฒนพิมพ์ กรรมการ) เพื่อ (และผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัทฯ เป็นที่ตั้งสถานประกอบการ)
2. <u>เครื่องจักรและอุปกรณ์</u> ที่ใช้ในการผลิตสินค้า	- ไม่มี -	47.74	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ
3. <u>เครื่องตกแต่ง ติดตั้ง และ</u> <u>เครื่องใช้สำนักงาน</u> ที่ใช้ในสำนักงานของบริษัทฯ	- ไม่มี -	11.86	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ
4. <u>ยานพาหนะ</u> ที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจและขนส่งสินค้า	- ไม่มี -	2.96	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ
5. <u>งานระหว่างก่อสร้างและ</u> <u>เครื่องจักรระหว่างติดตั้ง</u> <u>เครื่องจักรที่ใช้ในการดำเนิน</u> <u>ธุรกิจและส่วนปรับปรุงอาคาร</u> <u>สำนักงาน โรงงาน</u>	- ไม่มี -	25.07	บริษัทฯ เป็นเจ้าของ
รวม		102.06	

4.2 ทรัพย์สินไม่มีตัวตนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ มีรายการสินทรัพย์ไม่มีตัวตนสุทธิ คือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยราคาทุนของทรัพย์สินไม่มีตัวตนซึ่งคิดค่าใช้จ่ายตัดบัญชีหมดแล้ว แต่ยังคงใช้งานอยู่มีจำนวนประมาณ 4 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายตัดบัญชีเป็นส่วนหนึ่งของค่าใช้จ่ายในการบริหาร จำนวนเงินประมาณ 1.41 ล้านบาท

4.3 เครื่องหมายการค้า

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

ลำดับ	เครื่องหมายการค้า	ประเภทสินค้า	ลำดับ	เครื่องหมายการค้า	ประเภทสินค้า
1		กาวยาง	22		กาวยางที่ใช้ในอุตสาหกรรม
2		กาวใช้ในอุตสาหกรรมทำรองเท้า	23		กาวที่ใช้ในอุตสาหกรรมสีพื้นรถยนต์

ลำดับ	เครื่องหมายการค้า	ประเภทสินค้า	ลำดับ	เครื่องหมายการค้า	ประเภทสินค้า
3		การใช้ใน อุตสาหกรรมทำ รองเท้า	24		กาวยาง สีฟันทรงยนต์ สีโป้ว ทิน เนอร์ แลค เกอร์ สาร เคลือบสี น้ำยาขัดสี ครีมขัดเงา น้ำยาขัดเงา น้ำยาปูนฉาบ
4		การใช้ใน อุตสาหกรรมทำ รองเท้า	25		กาวยางที่เป็นสาร ยึดติดที่ใช้ใน อุตสาหกรรม
5		การใช้ใน อุตสาหกรรมทำ รองเท้า	26	ICETECH	กาวยางที่เป็นสาร ยึดติดที่ใช้ใน อุตสาหกรรม
6		การใช้ใน อุตสาหกรรมทำ รองเท้า	27	DELTABOND	กาวยางที่เป็นสาร ยึดติดที่ใช้ใน อุตสาหกรรม
7		การใช้ใน อุตสาหกรรมทำ รองเท้า	28	Vegamelt	กาวที่ใช้ใน อุตสาหกรรม
8		กาวยาง	29	INTENSITY	กาวที่ใช้ใน อุตสาหกรรม
9		- กาวอุตสาหกรรม - บริการจัดการ ธุรกิจด้านจำหน่าย สินค้าประเภทกาว อุตสาหกรรม	30	CELESTE	กาวยางที่ใช้ใน อุตสาหกรรม



แบบ 56-1 ประจำปี 2561

ลำดับ	เครื่องหมายการค้า	ประเภทสินค้า	ลำดับ	เครื่องหมายการค้า	ประเภทสินค้า
10		การใช้ใน อุตสาหกรรมทำ รองเท้า	31		การใช้ใน อุตสาหกรรม
11		การใช้ใน อุตสาหกรรมทำ รองเท้า	32		การใช้ใน อุตสาหกรรม
12		การใช้ใน อุตสาหกรรมทำ รองเท้า	33		การใช้ใน อุตสาหกรรม
13		การใช้ใน อุตสาหกรรมทำ รองเท้า	34		กาวยาง
14		การใช้ใน อุตสาหกรรมทำ รองเท้า	35		บริการล้างทำ ความสะอาด เครื่องจักร บริการ ซ่อมบำรุง ดูแล รักษาเครื่องจักร
15		การใช้ใน อุตสาหกรรมทำ รองเท้า	36		สีทา ยูรีเทน ทิน เนอร์ แล็คเกอร์
16		การใช้ใน อุตสาหกรรมทำ รองเท้า	37		สีโป้ว ทินเนอร์ แล็คเกอร์ สีพ่น รถยนต์ สาร เคลือบสี ครีมหัด เงาสี น้ำยาขัดเงา สี
17		การใช้ใน อุตสาหกรรมทำ รองเท้า	38		สีผสมอาหาร



แบบ 56-1 ประจำปี 2561

ลำดับ	เครื่องหมายการค้า	ประเภทสินค้า	ลำดับ	เครื่องหมายการค้า	ประเภทสินค้า
18		การใช้ในอุตสาหกรรมทำรองเท้า	39		สารปรุงแต่งรสและกลิ่น ยกเว้น หัวน้ำมันหอมระเหย
19		การใช้ในอุตสาหกรรมทำรองเท้า	40		บริการจัดการขายสี น้ำมันเคลือบเงา สารกันสนิม เรซิน น้ำยาปูนฉาบกันซึม กาวยาง
20		กาวยาง	41	Seliflex	กาวยาง
21		กาวยาง	42	Selibon	กาวยาง

5. เงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทที่เกี่ยวข้อง

นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย

บริษัทฯ คำนึงถึงผลตอบแทนจากการลงทุน ความเสี่ยง และสภาพคล่องทางการเงินของบริษัทฯ อย่างรอบคอบ โดยจะพิจารณาการลงทุนในบริษัทย่อยที่มีศักยภาพที่จะก่อหนี้และเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เป็นสำคัญ และโครงการการลงทุนแต่ละครั้งจะต้องผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการบริษัทตามขอบเขตอำนาจการอนุมัติที่กำหนดไว้ ซึ่งบริษัทฯ มีนโยบายในการส่งกรรมการ และ/หรือ ผู้บริหารของบริษัทฯ เข้าไปเป็นกรรมการไม่น้อยกว่าสัดส่วนการลงทุนในบริษัทย่อย เพื่อควบคุมการบริหารงานและนโยบายต่างๆ ที่สำคัญของบริษัทย่อยให้สอดคล้องกับนโยบายของบริษัทฯ

ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ มีมูลค่าเงินลงทุนในบริษัทย่อย โดยวิธีราคาทุนรวมทั้งสิ้น 10.00 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.20 ของสินทรัพย์รวมตามงบการเงินเฉพาะของบริษัทฯ โดยมีรายละเอียดดังนี้

บริษัท	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	ทุนชำระแล้ว (ล้านบาท)	สัดส่วนการลงทุน (%)	มูลค่าเงินลงทุน (ล้านบาท)
บริษัท อีอินเตอร์เนชั่นแนล .เอ.วี. จำกัด	10.00	10.00	99.97%	10.00



6. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ และบริษัทย่อยไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่ยังไม่สิ้นสุด ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อทรัพย์สินของบริษัทฯ หรือบริษัทย่อย ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาทที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อยอย่างมีนัยสำคัญ

7. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ด้วยที่ประชุมคณะกรรมการของบริษัทซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) ("SELIC" หรือ "บริษัทฯ") ครั้งที่ 8/2561 ซึ่งประชุมเมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2561 ได้พิจารณาอนุมัติให้นำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาอนุมัติการเข้าซื้อหุ้นสามัญทั้งหมดของ บริษัท พีเอ็มซี เลเบิล แมททีเรียลส์ จำกัด ("PMCT") ซึ่งจดทะเบียนในประเทศไทยจำนวน 1,000,000 หุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนหุ้นสามัญทั้งหมดของ PMCT จากนาย ตัน ยง เฮง และผู้ถือหุ้นเดิมอีกสองราย ("กลุ่มผู้ขายหุ้น PMCT") เป็นจำนวนเงินไม่เกิน 945,000,000 บาท และหุ้นสามัญทั้งหมดของบริษัท พีเอ็มซี เลเบิล แมททีเรียลส์ พีทีอี ลิมิเตด ("PMCS") ซึ่งจดทะเบียนในประเศสิงคโปร์จำนวน 2 หุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนหุ้นสามัญทั้งหมดของ PMCS จากนาย ตัน ยง เฮง และนาง ตัน ซู ลิ่ง ("กลุ่มผู้ขายหุ้น PMCS") เป็นจำนวนเงินไม่เกิน 105,000,000 บาท รวมคิดเป็นมูลค่าทั้งสิ้นไม่เกิน 1,050,000,000 บาท ("การซื้อหุ้นกลุ่ม PMC") โดยบริษัทฯ จะเข้าทำการซื้อหุ้นกลุ่ม PMC ดังกล่าวได้ก็ต่อเมื่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ได้มีมติอนุมัติการซื้อหุ้นกลุ่ม PMC และเมื่อเงื่อนไขบังคับก่อนตามที่ระบุในสัญญาซื้อขายหุ้นสำเร็จครบถ้วน หรือได้รับการผ่อนผันเป็นลายลักษณ์อักษรจากบริษัทฯ

1. สารสนเทศตามบัญชี 1

1.1. วัน เดือน ปี ที่เกิดรายการ

บริษัทฯ เข้าทำรายการภายหลังจากการได้รับอนุมัติจากที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นซึ่งกำหนดประชุมในวันที่ 14 ธันวาคม 2561 และเมื่อเงื่อนไขบังคับก่อนทั้งหมดตามที่ระบุไว้ในสัญญาซื้อขายหุ้นสำเร็จครบถ้วน หรือได้รับการผ่อนผันเป็นลายลักษณ์อักษรจากบริษัทฯ โดยเงื่อนไขบังคับก่อนที่สำคัญ สามารถสรุปข้อสำคัญได้ดังต่อไปนี้

- การได้รับอนุมัติ ให้ความยินยอม หรือผ่อนผันจาก เจ้าหนี้ คู่ค้า และผู้ที่เกี่ยวข้องอื่น ของกลุ่มกิจการสำหรับการเข้าทำรายการ
- การได้รับอนุมัติจากผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ในการเข้าทำรายการในครั้งนี้
- การลงนามในสัญญาจ้างงานระหว่าง PMCT และ PMCS กับนาย ตัน ยง เฮง และนาย ตัน เลง หง แดริค ซึ่งเป็นผู้บริหารของกลุ่มกิจการในปัจจุบัน
- ทางบริษัทฯ ได้รับผลการสอบทานรายการบัญชี สินทรัพย์ และสินค้าคงเหลือ และได้พิจารณาถึงผลการสอบทานรายการดังกล่าว

ซึ่งเงื่อนไขบังคับก่อนดังกล่าวส่วนใหญ่แล้วเสร็จภายในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2561

ในการนี้ ตลอดระยะเวลานับแต่วันที่ลงนามในสัญญาซื้อขายหุ้นจนถึงวันที่ทำการเข้าทำรายการเสร็จสิ้นสมบูรณ์

- PMCT และ PMCS ไม่มีการประกาศจ่ายและไม่จ่ายปันผลหรือผลตอบแทนในรูปแบบอื่นใด
- PMCT และ PMCS ไม่มีการก่อหนี้ ก่อภาระผูกพัน หรือขายทรัพย์สินที่สำคัญนอกเหนือไปจากการดำเนินธุรกิจตามปกติวิสัยของ PMCT และ PMCS
- กลุ่มผู้ขายไม่มีการดำเนินการใดๆ ที่ขัดต่อข้อความตามสัญญาซื้อขายหุ้น
- กลุ่มผู้ขายไม่มีการเปลี่ยนแปลง และ/หรือ ถอนถอนกรรมการ กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม และผู้บริหารระดับสูงของ PMCT และ PMCS ใดๆ รวมถึงผู้ถือหุ้น เว้นแต่ได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากบริษัทฯ

สำหรับเงื่อนไขอื่นที่สำคัญกล่าวคือ

- กลุ่มผู้ขายตกลงที่จะไม่ทำธุรกิจที่เป็นการแข่งขันกับธุรกิจของกลุ่มกิจการไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อม เป็นระยะเวลา 8 ปีนับจากวันที่ทำการเข้าทำรายการเสร็จสิ้นสมบูรณ์ เว้นแต่ได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากทางบริษัทฯ

ทั้งนี้ การเข้าทำรายการดังกล่าวจะเสร็จสิ้นสมบูรณ์ภายในเดือนมกราคม ปี 2562

1.2 คู่กรณีที่เกี่ยวข้องและความสัมพันธ์กับบริษัท

ผู้ซื้อ: บริษัทฯ

ผู้ขาย: ผู้ถือหุ้นทั้งหมดของของ PMCT และ PMCS โดยนาย ตัน ยง เอง จะดำเนินการจัดให้ผู้ถือหุ้นรายอื่นของ PMCT เข้าโอนหุ้นให้แก่บริษัทฯตามที่ระบุในสัญญาซื้อขายหุ้น โดยบริษัทฯได้ทำการตกลงกับ นาย ตัน ยง เอง ถึงการโอนหุ้นจากกลุ่มผู้ขายหุ้น PMCT เรียบร้อยแล้ว และจะไม่ส่งผลกระทบใดๆต่อการเข้าทำรายการ

ความสัมพันธ์กับบริษัท: ผู้ขายและบริษัทฯไม่เข้าข่ายเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกันและไม่เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน ภายใต้ประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนที่ หจ. 21/2551 เรื่องหลักเกณฑ์ในการเข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน และประกาศคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เรื่อง การเปิดเผยข้อมูลและการปฏิบัติการของบริษัทจดทะเบียนในรายการที่เกี่ยวข้องกัน พ.ศ. 2546

1.3 ลักษณะโดยทั่วไป ประเภท และขนาดของรายการ

1.3.1 ลักษณะโดยทั่วไปของรายการ

1.3.1.1. บริษัทฯ จะเข้าซื้อหุ้นสามัญของ PMCT จำนวน 1,000,000 หุ้นหรือคิดเป็นร้อยละ 100 ของหุ้นสามัญทั้งหมด จากผู้ถือหุ้นทั้งหมดของ PMCT โดยคิดเป็นมูลค่ารวมไม่เกิน 945,000,000 บาท

1.3.1.2. บริษัทฯ จะเข้าซื้อหุ้นสามัญของ PMCS จำนวน 2 หุ้นหรือคิดเป็นร้อยละ 100 ของหุ้นสามัญทั้งหมดจากผู้ถือหุ้นทั้งหมดของ PMCS โดยคิดเป็นมูลค่ารวมไม่เกิน 105,000,000 บาท

การเข้าทำรายการทั้งสองดังกล่าวข้างต้น คิดเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้นไม่เกิน 1,050,000,000 บาท ทั้งนี้ภายหลังการเข้าทำรายการจะทำให้ PMCT และ PMCS มีสถานะเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ จากการถือหุ้นในแต่ละบริษัทในสัดส่วนร้อยละ 100

1.3.2 ขนาดรายการและการคำนวณรายการได้มาซึ่งสินทรัพย์

การคำนวณขนาดรายการตามเกณฑ์การคำนวณ 4 เกณฑ์ภายใต้ประกาศเรื่องการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งทรัพย์สินที่มีนัยสำคัญ โดยอ้างอิงจากงบการเงินรวมของบริษัทฯ ฉบับสอบทาน ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2561 งบการเงินของ PMCT ฉบับตรวจสอบ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 และงบการเงินของ PMCS ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 มีรายละเอียดดังนี้

เกณฑ์ที่ใช้ในการคำนวณ	วิธีการคำนวณ	ขนาดของรายการ)ร้อยละ(		
		การเข้าซื้อหุ้นสามัญของ PMCT	การเข้าซื้อหุ้นสามัญของ PMCS	รวม
เกณฑ์มูลค่าสินทรัพย์ที่มีตัวตนสุทธิ	<u>มูลค่าสินทรัพย์ที่มีตัวตนสุทธิของกลุ่มกิจการ ตามสัดส่วนที่จะได้มา</u> มูลค่าสินทรัพย์ที่มีตัวตนสุทธิของบริษัทฯ	99.32	9.32	108.64
เกณฑ์กำไรสุทธิ	<u>กำไรสุทธิของกลุ่มกิจการ ตามสัดส่วนที่จะได้มา</u> กำไรสุทธิของบริษัทฯ	799.96	86.59	886.55
เกณฑ์มูลค่ารวมของสิ่งตอบแทน	<u>มูลค่ารายการที่จ่าย</u> สินทรัพย์รวมของบริษัทฯ	196.69	21.85	218.54
เกณฑ์มูลค่าหุ้นทุนที่ออกเพื่อชำระค่าสินทรัพย์	ไม่เข้าเกณฑ์เนื่องจากไม่มีการออกหุ้นทุนเพื่อชำระราคา			

จากการคำนวณขนาดรายการตามเกณฑ์ต่างๆข้างต้นพบว่า ขนาดรายการได้มาซึ่งสินทรัพย์มีมูลค่าสูงสุดคิดเป็นร้อยละ 886.55 ของกำไรสุทธิของบริษัทฯ ตามเกณฑ์กำไรสุทธิ เข้าข่ายเป็นรายการได้มาซึ่ง

สินทรัพย์ประเภทที่ 4 ตามประกาศเรื่องการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งทรัพย์สินที่มีนัยสำคัญ ส่งผลให้บริษัทฯ มีหน้าที่ต้องจัดทำรายงานและเปิดเผยการได้มาซึ่งสินทรัพย์ต่อตลาดหลักทรัพย์ทันที พร้อมด้วยขออนุมัติการเข้าทำรายการต่อตลาดหลักทรัพย์โดยยื่นคำขอให้พิจารณารับหลักทรัพย์ใหม่กับตลาดหลักทรัพย์ตามข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ และดำเนินการจัดให้มีการประชุมผู้ถือหุ้นเพื่ออนุมัติการเข้าทำรายการดังกล่าว

อย่างไรก็ดี การเข้าทำรายการในครั้งนี้เข้าหลักเกณฑ์ทั้ง 4 ข้อตามประกาศคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เรื่อง การเปิดเผยข้อมูลและการปฏิบัติการของบริษัทจดทะเบียนในการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ พ.ศ. 2547 ข้อที่ 24 ข้อยกเว้นการยื่นคำขอให้รับหลักทรัพย์ใหม่ ด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้

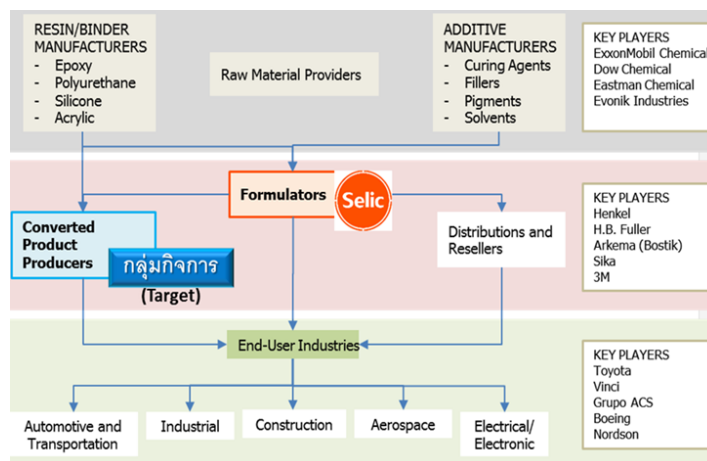
1) ธุรกิจที่ได้มามีลักษณะคล้ายคลึงกันหรือเสริมกันและกันกับธุรกิจของบริษัทฯ

ใน Value Chain ของอุตสาหกรรมกาว บริษัทฯ จะทำหน้าที่ในการจัดหารวัตถุดิบ คิดค้นและพัฒนาสูตรกาวเฉพาะที่เหมาะสมแก่การใช้งานในแต่ละประเภทให้กับลูกค้าในแต่ละอุตสาหกรรม โดยจะครอบคลุมไปถึงลูกค้าในอุตสาหกรรมเคลือบผิว เช่น ธุรกิจผลิตสติ๊กเกอร์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในตลาดฉลากบรรจุภัณฑ์

โดยปัจจุบันบริษัทฯ ผลิตและจำหน่ายกาวสำหรับฉลากที่ต้องทากาวในขั้นตอนการปิดฉลาก (Glue applied label) ให้แก่ผู้ผลิตหลายรายในตลาด ในขณะที่กลุ่มกิจการผลิตและจำหน่ายสติ๊กเกอร์ให้กับโรงพิมพ์ต่าง ๆ ที่นำไปจัดทำเป็นฉลากบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบสติ๊กเกอร์ที่มีกาวติดมาในฉลาก (Self-adhesive labelling) อยู่หลายรายอุตสาหกรรม โดยมีกาวเป็นหนึ่งในวัตถุดิบหลัก ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าธุรกิจของกลุ่มกิจการถือได้ว่ามีความเสริมกันและกันกับธุรกิจของบริษัทฯ อันจะทำให้เกิดประโยชน์แก่บริษัทฯ กล่าวคือ

- ช่วยเพิ่มการใช้กำลังการผลิต (Utilization rate) ของบริษัทฯ สำหรับผลิตภัณฑ์กาวน้ำ (Water-based adhesive) และผลิตภัณฑ์กาวหลอมร้อน (Hot Melt Adhesive) เนื่องจากกาวเป็นวัตถุดิบหลักสำหรับการผลิตสติ๊กเกอร์ของกลุ่มกิจการ ปัจจุบันบริษัทฯ มีกำลังการผลิตกาวน้ำและกาวหลอมร้อนคงเหลือที่จะสามารถรองรับการผลิตที่เพิ่มขึ้นได้ในอนาคต เช่น ความต้องการกาวน้ำและกาวหลอมร้อนที่เพิ่มขึ้นจากผลิตภัณฑ์สติ๊กเกอร์
- ช่วยให้บริษัทฯ สามารถขยายการไปยังกลุ่มอุตสาหกรรมต่าง ๆ ได้กว้างขึ้นผ่านการผลิตฉลาก และเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าให้กับผลิตภัณฑ์สติ๊กเกอร์ปัจจุบันลูกค้าหลักของบริษัทฯ ประกอบด้วยลูกค้าในอุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนัง และอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม โดยใช้กาวเป็นวัตถุดิบในงานบรรจุภัณฑ์ของอุตสาหกรรมนี้ ซึ่งประกอบไปด้วยกาวที่ใช้ในการติดกล่องแสดงหรือนำเสนอสินค้า กาวที่ติดกล่องลูกฟูกสำหรับการขนส่ง รวมไปถึงกาวที่ใช้ในการติดฉลากสำหรับฉลากประเภท Glue-applied labelling

ดังนั้น การเข้าทำรายการจะทำให้บริษัทฯ สามารถเข้าถึงตลาดฉลากประเภทที่มีกาวในตัว (Self-adhesive labelling หรือฉลากแบบสติ๊กเกอร์) และขยายฐานลูกค้าไปยังอุตสาหกรรมที่ใช้ฉลากประเภทที่มีกาวในตัวนี้ ดังแผนภาพด้านล่าง ได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ



ที่มา: MarketsandMarkets: Adhesives & Sealants Market – Global Forecast to 2020



ซึ่งตลาดประเภทสติ๊กเกอร์คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 70 ของตลาดฉลากรวม อันจะทำให้บริษัทฯ สามารถเข้าถึงความต้องการของผู้ผลิตกลุ่มใหม่ และมีโอกาสสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการขายสินค้าทั้งประเภทกาวและสติ๊กเกอร์

การที่ปัจจุบันบริษัทฯ มีความสามารถในการเข้าถึงความต้องการของผู้ผลิตโดยตรง บริษัทฯ จะสามารถเข้าถึงและช่วยให้กลุ่มกิจการสามารถเข้าถึงผู้ใช้สินค้าได้โดยตรงและสามารถสร้างความสัมพันธ์กับผู้ผลิตหรือผู้ใช้ได้โดยการรับความต้องการตรง อันเป็นการเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าได้โดยตรงไปยังกลุ่มผู้ผลิตสินค้า

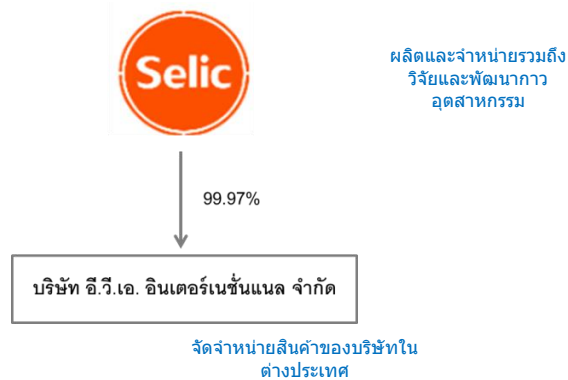
นอกจากนี้จากการมีสำนักงานในประเทศสิงคโปร์ซึ่งเป็นที่ตั้งสำนักงานของบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่หลายแห่ง จะช่วยเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าในอีกทางหนึ่งรวมถึงอำนวยความสะดวกให้แก่บริษัทข้ามชาติต่างๆ ได้ อันจะทำให้บริษัทฯ สามารถขยายฐานลูกค้าไปยังต่างประเทศได้ง่ายขึ้นด้วย

- ช่วยให้เกิดการต่อยอดพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ทั้งในกลุ่มผลิตภัณฑ์กาวและผลิตภัณฑ์สติ๊กเกอร์

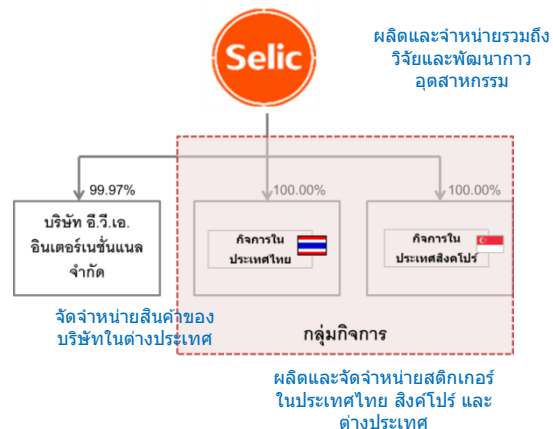
บุคลากรของบริษัทฯ ถือได้ว่ามีความเชี่ยวชาญ มีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมในเรื่องการวิจัยและพัฒนาเป็นอย่างมาก การเข้าทำรายการจะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ต่างๆ ระหว่างบุคลากรของแต่ละฝ่ายที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องต่างกัน อันจะทำให้เกิดการคิดค้นการสำหรับทำสติ๊กเกอร์ชนิดใหม่ เทคโนโลยีฉลากใหม่ และนำมาต่อยอดพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าในหลายอุตสาหกรรมได้ รวมถึงนำไปสู่การจัดหาวัตถุดิบที่มีประสิทธิภาพด้วย

โดยโครงสร้างของบริษัทฯ ก่อนเข้าทำรายการและภายหลังการเข้าทำรายการเป็นไปตามแผนภาพที่ระบุไว้ด้านล่าง

โครงสร้างของบริษัทฯ ก่อนเข้าทำรายการ



โครงสร้างของบริษัทฯ ภายหลังการเข้าทำรายการ



- 2) บริษัทฯ ไม่มีนโยบายจะเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในธุรกิจหลักของบริษัทฯ ภายหลังการเข้าทำรายการ บริษัทฯ ไม่มีนโยบายที่จะเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในการประกอบธุรกิจ โดยยังคงประกอบธุรกิจหลักในการผลิตและจัดจำหน่ายกาวอุตสาหกรรมทั้งในประเทศและต่างประเทศต่อไป การเข้าทำรายการจะทำให้บริษัทฯ สามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้นรวมถึงสามารถเสนอการให้บริการที่ครอบคลุมความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น
- 3) กลุ่มบริษัทอันเป็นผลจากการได้มาซึ่งสินทรัพย์มีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์



หลักเกณฑ์	บริษัทฯ (ภายหลังจากการเข้าทำรายการ)
1. มูลค่าที่ตราไว้ของหุ้นสามัญหรือหุ้นบุริมสิทธิไม่น้อยกว่าหุ้นละ 0.50 บาท	ปัจจุบันมูลค่าที่ตราไว้ของหุ้นสามัญเท่ากับ 0.50 บาท ทั้งนี้ บริษัทฯ ไม่มีแผนที่จะเปลี่ยนแปลงหรือลดมูลค่าที่ตราไว้ของหุ้นสามัญของบริษัทฯอันเนื่องมาจากการเข้าทำรายการในครั้งนี้
2. กรรมการ ผู้บริหาร และผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทจดทะเบียนจะต้อง ก. มีคุณสมบัติตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์หรือตามเกณฑ์ที่คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์กำหนด และ ข. ไม่เป็นบุคคลที่ฝ่าฝืนข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ที่อาจส่งผลกระทบต่อสิทธิประโยชน์หรือการตัดสินใจของผู้ถือหุ้นและผู้ลงทุนหรือการเปลี่ยนแปลงในราคาหลักทรัพย์	กรรมการ ผู้บริหาร และผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทฯ มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนด โดยบริษัทฯ ไม่มีแผนที่จะเปลี่ยนแปลงกรรมการ ผู้บริหารของบริษัทฯอันเนื่องมาจากการเข้าทำรายการในครั้งนี้
3. มีผู้รับผิดชอบสูงสุดสายงานบัญชีและการเงินและผู้ควบคุมดูแลการทำบัญชีที่มีคุณสมบัติตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน	ปัจจุบันบริษัทฯ มีผู้รับผิดชอบสูงสุดสายงานบัญชีและการเงินและผู้ควบคุมดูแลการทำบัญชี ซึ่งมีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนด โดยบริษัทฯ ไม่มีแผนที่จะเปลี่ยนแปลงผู้รับผิดชอบสูงสุดสายงานบัญชีและการเงินและผู้ควบคุมดูแลการทำบัญชีอันเนื่องมาจากการเข้าทำรายการในครั้งนี้
4. กรรมการจำนวนหนึ่งในสามของคณะกรรมการบริษัทจดทะเบียนจะต้องเป็นกรรมการอิสระ และบริษัทจดทะเบียนจะต้องมีกรรมการอิสระ 1 ใน 3 ของจำนวนกรรมการทั้งหมด แต่ไม่น้อยกว่า 3 ท่าน และกรรมการตรวจสอบทั้งหมดอย่างน้อย 3 ท่าน	ปัจจุบัน ณ วันที่ 19 ตุลาคม 2561 คณะกรรมการบริษัท ประกอบด้วยกรรมการทั้งหมด 9 ท่าน ซึ่งเป็นกรรมการอิสระ 5 ท่านและกรรมการตรวจสอบ 3 ท่าน ครบถ้วนตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด ทั้งนี้บริษัทฯ ไม่มีแผนที่จะเปลี่ยนแปลงกรรมการอันเนื่องมาจากการเข้าทำรายการในครั้งนี้
5. ผู้สอบบัญชีของบริษัทจดทะเบียนจะต้องได้รับความเห็นชอบจากสำนักงาน ก.ล.ต	สำหรับ กลุ่มกิจการ ปัจจุบันมีบริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด เป็นผู้สอบบัญชี ทั้งนี้ภายหลังการเข้าทำรายการ บริษัทฯ จะให้บริษัท เอ็ม อาร์ แอนด์ แอสโซซิเอท จำกัด ซึ่งเป็นผู้สอบบัญชีที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงาน ก.ล.ต เป็นผู้สอบบัญชีของทั้งบริษัทฯ และกลุ่มกิจการ
6. ระบบการควบคุมภายในของบริษัทจดทะเบียนจะต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน	บริษัทฯ มีระบบควบคุมภายในที่เป็นไปตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน และจากผลการประเมินความเพียงพอของระบบควบคุมภายในของ PMCT ที่ผ่านมา โดยภาพรวม PMCT มีกระบวนการปฏิบัติงานซึ่งมีระบบการควบคุมที่เพียงพอและมีส่วนที่ควรปรับปรุงแก้ไขบางประการ ในการนี้บริษัทฯ ได้พิจารณาแล้ว และมีความเห็นว่าไม่มีผลกระทบอย่างเป็นสาระสำคัญกับการดำเนินงานของ PMCT โดยบริษัท ตรวจสอบภายในธรรมาภิบาล จำกัด จะได้มีการเข้าติดตามการปรับปรุงแก้ไขในประเด็นทั้งหมดดังกล่าวครั้งต่อไปช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนธันวาคม 2561 พร้อมรายงานผลให้แก่บริษัทฯ ทราบตามลำดับ สำหรับ PMCS เนื่องด้วยสัดส่วนรายได้ต่อรายได้รวมของกลุ่มกิจการและบริษัทฯ น้อยกว่าร้อยละ 10 ของรายได้รวมดังกล่าว รวมถึงไม่ได้มีการประกอบธุรกิจที่มีนัยสำคัญ จึงไม่ได้มีการดำเนินการประเมินผลความเพียงพอของระบบควบคุมภายใน



แบบ 56-1 ประจำปี 2561

หลักเกณฑ์	บริษัทฯ (ภายหลังจากการเข้าทำรายการ)
	ในช่วงที่ผ่านมา อย่างไรก็ดี ภายหลังการเข้าทำรายการเรียบร้อยแล้ว บริษัทฯ ได้มีการนำนโยบายการกำกับดูแลที่ใช้อยู่ในปัจจุบันของบริษัทฯ รวมถึงนโยบายการควบคุมภายในกระบวนการต่างๆของบริษัทฯ กับ กลุ่มกิจการ ดังนั้นจึงมั่นใจได้ว่า ระบบการควบคุมภายในของกลุ่มกิจการจะมี เพียงพอและมีประสิทธิภาพตรงตามมาตรฐานของบริษัทฯภายหลัง เข้าทำรายการเรียบร้อยแล้ว
7. บริษัทจดทะเบียนและบริษัทย่อยต้องไม่มี ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ซึ่งรวมถึง ความขัดแย้งทางประโยชน์กับการ ผู้บริหาร หรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ตามที่ กำหนดในประกาศคณะกรรมการกำกับ ตลาดทุน	จะไม่มี ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ระหว่างบริษัทฯ หรือ บริษัท ย่อย กับ กรรมการ ผู้บริหาร หรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่ แต่อย่างใด โดยภายหลังการเข้าทำรายการ รายการระหว่างกันดังกล่าวของ บริษัทฯ กับ กลุ่มกิจการในฐานะบริษัทย่อย และบุคคล หรือ/ หรือนิติบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ดังเช่น รายการขายสินค้าระหว่างบริษัทฯกับกลุ่มกิจการในฐานะบริษัท ย่อย บริษัทฯ จะจัดให้มีการกำหนดเงื่อนไขต่างๆให้เป็นไปตาม ลักษณะการค้าในการค้าปกติและเป็นราคาที่มีความ สมเหตุสมผล ซึ่งสามารถอ้างอิงเปรียบเทียบได้กับเงื่อนไขหรือ ราคาที่เกิดขึ้นกับธุรกิจประเภทเดียวกัน พร้อมจัดให้มี คณะกรรมการตรวจสอบเป็นผู้ให้ความเห็นเกี่ยวกับราคา อัตรา ค่าตอบแทน รวมทั้งความจำเป็นและความเหมาะสมของรายการ ระหว่างกันดังกล่าว เพื่อให้เป็นไปตามกฎเกณฑ์ของสำนักงาน กตลาดหลักทรัพย์ฯ.ต.ล. และหรือกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง/
8. บริษัทจดทะเบียนจะต้องมีคุณสมบัติในการ กระจายการถือหุ้น โดยต้องมีผู้ถือหุ้นราย ย่อยไม่น้อยกว่า 150 รายและผู้ถือหุ้น ดังกล่าวต้องถือหุ้นรวมกันไม่น้อยกว่าร้อยละ 15 ของทุนชำระแล้วของบริษัทจดทะเบียน	ข้อมูลล่าสุด ณ วันที่ 14 มีนาคม 2561 บริษัทฯ มีผู้ถือหุ้น รายย่อยจำนวน 1,385รายหรือคิดเป็นร้อยละ 23.58 ของทุน ชำระแล้วทั้งหมดของบริษัทฯ ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์การดำรง สถานะของบริษัทจดทะเบียน และเนื่องด้วยการเข้าทำรายการจะ ไม่มีการออกหุ้นเพิ่มทุนให้แก่ผู้ขาย จึงทำให้สัดส่วนของผู้ถือหุ้น รายย่อยของบริษัทฯยังคงเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด
9. บริษัทจดทะเบียนจะต้องมีกองทุนสำรอง เลี้ยงชีพตามกฎหมายว่าด้วยกองทุนสำรอง เลี้ยงชีพ	ปัจจุบันบริษัทฯ ได้จัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพให้แก่พนักงาน ตามพระราชบัญญัติกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ พ.ศ.2530รวมทั้ง (ที่แก้ไขเพิ่มเติม

- 4) ไม่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญในคณะกรรมการของบริษัทฯและในอำนาจการควบคุมบริษัทหรือ
ผู้ถือหุ้นที่มีอำนาจควบคุมของบริษัทฯ
ภายหลังการเข้าทำรายการ บริษัทฯ ไม่มีแผนในการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญในคณะกรรมการ
หรือผู้บริหารของบริษัทฯ โดยกรรมการและผู้บริหารของบริษัทฯ จะยังคงเป็นบุคคลเดิม อีกทั้งจะไม่
มีการเปลี่ยนแปลงผู้ถือหุ้นที่มีอำนาจควบคุมเดิมอันได้แก่ กลุ่มสวพัฒนฟิมพ์ เนื่องด้วยไม่มีการออกหุ้น
เพิ่มทุนใหม่

1.4. รายละเอียดของสินทรัพย์ที่จะได้มา

สินทรัพย์ที่จะได้มา	- หุ้นสามัญของ PMCT จำนวน1,000,000หุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 100 ของ จำนวนหุ้นทั้งหมดใน PMCT และ - หุ้นสามัญของ PMCS จำนวน 2 หุ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนหุ้น ทั้งหมดใน PMCS
---------------------	--



แบบ 56-1 ประจำปี 2561

1.4.1. รายละเอียดของกลุ่มกิจการ
ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มกิจการ

ชื่อกิจการ	บริษัท พีเอ็มซี เลเบล แมททีเรียลส์ จำกัด	บริษัท พีเอ็มซี เลเบล แมททีเรียลส์ พีทีอี ลิมิเตด
วันจดทะเบียน	20 เมษายน 2547	1 มีนาคม 2557
ที่ตั้ง	30/28 หมู่ที่ 2 ตำบลโคกขาม อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร	30 LOYANG WAY #02-20 ประเทศสิงคโปร์
ทุนจดทะเบียน	100,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 1,000,000หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100บาท	2 ดอลลาร์สิงคโปร์ แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 2หุ้น
ทุนชำระแล้ว	100,000,000 บาท	2 ดอลลาร์สิงคโปร์

ภาพรวมการประกอบธุรกิจของกลุ่มกิจการ

	PMCT	PMCS
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	ผลิตและจัดจำหน่ายสติ๊กเกอร์ในประเทศไทยและต่างประเทศ โดยใช้กาวยกระดาษ และฟิล์ม เป็นวัตถุดิบหลัก	ผลิตและจัดจำหน่ายสติ๊กเกอร์ในประเทศในสิงคโปร์และต่างประเทศ โดยจะทำการสั่งซื้อสติ๊กเกอร์สำเร็จรูปหรือกึ่งสำเร็จรูปจาก PMCT และนำไปผลิตต่อตามคำสั่งซื้อของลูกค้า
ที่ตั้ง	30/28 หมู่ที่ 2 ตำบลโคกขาม อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร (โรงงานและสำนักงาน)	30 LOYANG WAY #02-20 ประเทศสิงคโปร์ (สำนักงาน)
ผลิตภัณฑ์	สติ๊กเกอร์ อันประกอบด้วย • สติ๊กเกอร์แบบกระดาษ • สติ๊กเกอร์แบบฟิล์ม • สติ๊กเกอร์แบบพิเศษ เช่น สติ๊กเกอร์ที่มีการพิมพ์หุ่น แสตมป์) 7-11แสดง) สติ๊กเกอร์โฮโลแกรม (ภาพเป็น3 มิติ)	สติ๊กเกอร์ อันประกอบด้วย • สติ๊กเกอร์แบบกระดาษ • สติ๊กเกอร์แบบฟิล์ม • สติ๊กเกอร์แบบพิเศษ
กลุ่มลูกค้าหลักตลาด/	โรงพิมพ์ซึ่งรับคำสั่งซื้อฉลากประเภทสติ๊กเกอร์จากผู้ผลิตสินค้าในอุตสาหกรรมต่างๆโดยเฉพาะกลุ่มอุปโภคบริโภคเพื่อใช้กับบรรจุภัณฑ์ต่างๆ	โรงพิมพ์ในประเทศสิงคโปร์



แบบ 56-1 ประจำปี 2561

สรุปฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของ PMCT และ PMCS
งบกำไรขาดทุน

	PMCT			PMCS					
	ล้านบาท			ล้านดอลลาร์สิงคโปร์			ล้านบาท		
	2559	2560	ไตรมาส ที่ 1 ปี 2561	2559	2560	ไตรมาส ที่ 1 ปี 2561	2559	2560	ไตรมาส ที่ 1 ปี 2561
รายได้รวม	724.50	778.79	197.03	3.53	2.98	0.80	87.43	72.47	19.01
ต้นทุน ขาย	550.85	579.89	151.43	2.39	1.98	0.54	59.19	48.15	12.83
กำไร ขั้นต้น	173.65	198.9	45.60	1.14	1.00	0.26	28.23	24.32	6.18
ค่าใช้จ่าย ในการ ขาย	12.57	13.99	6.71	0.20	0.18	0.05	4.95	4.38	1.19
ค่าใช้จ่าย ในการ บริหาร	67.89	65.12	12.39	0.48	0.40	0.10	11.89	9.73	2.38
กำไรก่อน ค่าใช้จ่าย ทางการ เงินและ ภาษีเงินได้	93.19	119.79	26.50	0.46	0.42	0.11	11.39	10.21	2.61
EBITDA	100.07	127.30	29.23	0.50	0.45	0.12	12.38	10.94	2.85
ค่าใช้จ่าย ทาง การเงิน	7.38	6.38	0.75	-	-	-	-	-	-
ภาษีเงินได้	18.31	23.81	5.15	0.02	0.02	-	0.49	0.48	-
กำไร สำหรับปี	67.50	89.60	20.60	0.44	0.40	0.11	10.90	9.73	2.61

ที่มา: งบกำไรขาดทุนของPMCS แปลงเป็นสกุลเงินบาทโดยใช้อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันสิ้นงวดบัญชี



แบบ 56-1 ประจำปี 2561

งบแสดงฐานะการเงิน

	PMCT			PMCS					
	ล้านบาท			ล้านดอลลาร์สิงคโปร์			ล้านบาท		
	2559	2560	ไตรมาสที่ 1 ปี 2561	2559	2560	ไตรมาสที่ 1 ปี 2561	2559	2560	ไตรมาสที่ 1 ปี 2561
เงินสด	67.73	32.64	40.89	0.35	0.48	0.50	8.67	11.67	11.88
ลูกหนี้การค้า	145.43	153.94	169.34	0.77	0.76	0.83	19.07	18.48	19.73
สินค้าคงเหลือ	183.69	168.77	144.54	0.48	0.42	0.35	11.89	10.21	8.32
อาคารที่ดินและอุปกรณ์	142.34	132.08	128.56	0.16	0.13	0.12	3.96	3.16	2.85
สินทรัพย์รวม	548.66	492.96	486.34	1.76	1.79	1.80	43.59	43.53	42.78
เงินกู้ระยะสั้น	49.30	48.62	45.67	-	-	-	-	-	-
เจ้าหนี้การค้า	47.34	40.79	52.13	0.75	0.39	0.29	18.58	9.48	6.89
เงินกู้ระยะยาว	50.40	20.20	7.60	-	-	-	-	-	-
หนี้สินรวม	192.88	137.59	161.10	0.82	0.44	0.34	20.31	10.70	8.08
ทุนจดทะเบียน	100.00	100.00	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
กำไรสะสม	255.78	255.37	225.24	0.94	1.35	1.46	23.28	32.83	34.70
ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม	355.78	355.37	325.24	0.94	1.35	1.46	23.28	32.83	34.70

หมายเหตุ: ภาวะผูกพันนอกงบดุลค้างสิ้นปี 2560 ได้แก่ 1) สัญญาเช่าดำเนินงานมูลค่า 15.81 ล้านบาท 2) Long-term service commitment มูลค่า 17 ล้านบาท และ 3) Bank guarantees มูลค่า 2 ล้านบาท โดยในข้อ 1) และ 2) เป็นผลจากการดำเนินงานปกติของบริษัทซึ่งไม่มีผลกระทบอย่างมีสาระสำคัญต่อการเงิน ส่วนในข้อ 3) ทางกลุ่มผู้ขายจะดำเนินการยกเลิกก่อนการเข้าทำรายการแล้วเสร็จ

ที่มา: งบดุลของ PMCS แปลงเป็นสกุลเงินบาทโดยใช้อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันสิ้นงวดบัญชี

ผู้ถือหุ้นของ PMCT และ PMCS

ก่อนการเข้าทำรายการ

ลำดับ	ชื่อ	PMCT		PMCS	
		จำนวนหุ้น	ร้อยละ	จำนวนหุ้น	ร้อยละ
1	นาย ตัน ยง เฮง	999,998	99.9998	1	50.00
2	นางตัน ชู ลัง	-	-	1	50.00
3	ผู้ถือหุ้นรายอื่น	2	0.000002	-	-
รวม		1,000,000	100.00	2	100.00



แบบ 56-1 ประจำปี 2561

ภายหลังการเข้าทำรายการ

ลำดับ	ชื่อ	PMCT		PMCS	
		จำนวนหุ้น	ร้อยละ	จำนวนหุ้น	ร้อยละ
1	บริษัทฯ	1,000,000	100.00	2	100.00

รายชื่อกรรมการของ PMCT และ PMCS

ก่อนเข้าทำรายการ

ลำดับ	ชื่อ	ตำแหน่งใน PMCT	ตำแหน่งใน PMCS
1	นาย ตัน ยง เฮง	กรรมการ	กรรมการ
2	นายสุพล หิรัญจินดา	กรรมการ	-
3	นาง ตัน ชู ลัง	-	กรรมการ

ภายหลังการเข้าทำรายการ

บริษัทฯ ได้แต่งตั้งบุคคลเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการใน PMCT และ PMCS ในลำดับต่อไปแทนกรรมการเดิมจำนวน 2 ท่าน ใดๆก็ดี นาย ตัน ยง เฮง ซึ่งเป็นผู้บริหารปัจจุบันของกลุ่มกิจการจะยังคงดำรงตำแหน่งเป็นผู้บริหารของ PMCT และ PMCS ต่อไปอีกเป็นระยะเวลา 2 ปีนับจากวันเข้าทำรายการเสร็จสิ้นสมบูรณ์ตามข้อตกลงในสัญญาซื้อขายหุ้น

ทั้งนี้ เพื่อให้การบริหารงานในกลุ่มกิจการสามารถดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่องและเพื่อเป็นการรักษาสถานะลูกค้า ภายหลังการเข้าทำรายการ ทั้งนาย ตัน ยง เฮง และนาย ตัน เลง หง แดริก ซึ่งเป็นผู้บริหารปัจจุบันของกลุ่มกิจการจะเข้าทำสัญญาจ้างงานกับ PMCT และ PMCS โดยดำรงตำแหน่งเป็นผู้บริหารตามเงื่อนไขบังคับก่อนที่ระบุในสัญญาซื้อขายหุ้นด้วย

1.5. มูลค่ารวมของสิ่งตอบแทน

1.5.1. มูลค่าสิ่งตอบแทน

มูลค่าสิ่งตอบแทนสำหรับรายการได้มาซึ่งหุ้นสามัญทั้งหมดของ PMCT และ PMCS เป็นจำนวนเงินไม่เกิน 945,000,000 บาท และ 105,000,000 บาทตามลำดับ รวมคิดเป็นมูลค่าทั้งสิ้นไม่เกิน 1,050,000,000 บาท ทั้งนี้ มูลค่าดังกล่าวจะไม่มีการเปลี่ยนแปลงอีกนับจากวันที่เข้าลงนามสัญญาซื้อขายหุ้น

1.5.2. วิธีการชำระเงิน

บริษัทฯ จะชำระมูลค่าสิ่งตอบแทนด้วยเงินสดแก่ผู้ขาย โดยแบ่งชำระเป็นงวดตามข้อตกลงและเงื่อนไขในสัญญาซื้อขายหุ้น ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

งวดที่ 1 ชำระจำนวนไม่เกิน 840,000,000 บาท หรือคิดเป็นร้อยละ 80 ของมูลค่าสิ่งตอบแทนรวม ให้แก่ผู้ขาย ณ วันที่การเข้าทำรายการเสร็จสิ้นสมบูรณ์

งวดที่ 2 ชำระจำนวนไม่เกิน 105,000,000 บาท หรือคิดเป็นร้อยละ 10 ของมูลค่าสิ่งตอบแทนรวม หลังจากปีที่ 1 นับจากวันที่เข้าทำรายการเสร็จสิ้นสมบูรณ์และเมื่อได้รับงบการเงินที่ตรวจสอบแล้ว

งวดที่ 3 ชำระจำนวนไม่เกิน 105,000,000 บาท หรือคิดเป็นร้อยละ 10 ของมูลค่าสิ่งตอบแทนรวม หลังจากปีที่ 2 นับจากวันที่เข้าทำรายการเสร็จสิ้นสมบูรณ์และเมื่อได้รับงบการเงินที่ตรวจสอบแล้ว



อย่างไรก็ดี ในการชำระเงินงวดที่ 2 และ งวดที่ 3 มีเงื่อนไขในการจ่ายชำระค่าคือผลรวม EBITDA ตามงบการเงินที่ตรวจสอบแล้วของ PMCT และ PMCS ในปีที่ใช้อ้างอิงกล่าวคือปี 2562 และปี 2563 ตามลำดับ จะต้องไม่ต่ำกว่า 165 ล้านบาท ตามที่ได้มีการตกลงไว้ในสัญญาซื้อขายหุ้น

ในกรณีที่ผลรวม EBITDA ต่ำกว่า 165 ล้านบาท การชำระเงินในงวดหลังนั้นจะถูกเลื่อนออกไป และบริษัทจะชำระก็ต่อเมื่อผลรวม ของ EBITDA ในปีถัดไปนั้นไม่ต่ำกว่า 165 ล้านบาท ซึ่งผลของเงื่อนไขการชำระเงินดังกล่าวจะไม่มีผลกระทบต่อการได้มาซึ่งสินทรัพย์ของบริษัทฯ

1.6. มูลค่าของสินทรัพย์ที่จะได้มา

1.6.1 หุ้นสามัญทั้งหมดของ PMCT จำนวน 1,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท ซึ่งมีมูลค่าตามบัญชีส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 เป็นจำนวน 355.37 ล้านบาท

1.6.2 หุ้นสามัญทั้งหมดของ PMCS จำนวน 2 หุ้น ซึ่งมีมูลค่าตามบัญชีส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 เป็นจำนวน 1.35 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์หรือคิดเป็น 32.83 ล้านบาท

1.7. เกณฑ์ที่ใช้ในการกำหนดมูลค่าสิ่งตอบแทน

การเจรจาต่อรองระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย โดยอ้างอิงจากวิธี EV/EBITDA ของบริษัทจดทะเบียนที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มกิจการในหมวดธุรกิจบรรจภัณฑ์ โดยค่าเฉลี่ยของ EV/EBITDA ในหมวดธุรกิจบรรจภัณฑ์อยู่ที่ 10.03 - 11.53 เท่า และค่าเฉลี่ย EV/EBITDA ของบริษัทจดทะเบียนที่ทำธุรกิจที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มกิจการซึ่งอยู่ในหมวดธุรกิจบรรจภัณฑ์และหมวดธุรกิจสื่อและสิ่งพิมพ์รวม 2 บริษัท อยู่ที่ 14.70-16.74 เท่า ซึ่งเป็นวิธีที่นิยมใช้กันโดยทั่วไป รวมถึงสรุปผลการตรวจสอบสถานะทางการเงินของกลุ่มกิจการที่ผ่านมา รวมถึงพิจารณาถึงศักยภาพในการดำเนินธุรกิจในอนาคตของบริษัทเป้าหมายในอนาคตตามแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ โดยอัตราส่วน EV/EBITDA สำหรับการเข้าทำรายการในครั้งนี้อยู่ที่ 6.27 เท่า ซึ่งต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของหมวดธุรกิจอ้างอิง ซึ่งบริษัทจะแต่งตั้งที่ปรึกษาทางการเงินอิสระเพื่อให้ความเห็นเกี่ยวกับมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์ต่อไป

1.8. ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะเกิดกับบริษัทฯ

บริษัทฯ เล็งเห็นว่า การเข้าทำรายการในครั้งนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่บริษัทฯ และผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ดังนี้

- บริษัทมียอดขายและกำไรที่เพิ่มขึ้นจากธุรกิจของกลุ่มกิจการ
- เพิ่มฐานลูกค้าไปยังกลุ่มอุตสาหกรรมต่างๆ เช่น อุตสาหกรรมผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค โดยเฉพาะกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนัง อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ อุตสาหกรรมรถยนต์ เป็นต้นได้กว้างขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- เพิ่มโอกาสในการต่อยอดพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ทั้งในกลุ่มผลิตภัณฑ์กาวและผลิตภัณฑ์สติ๊กเกอร์ เช่น กาวชนิด UV-curable กาวประเภท PU based laminating สติ๊กเกอร์ทนความร้อน สติ๊กเกอร์ประเภท removable เป็นต้น อันจะยังให้เป็นการเพิ่มความสามารถในการผลิตและความสามารถในการแข่งขันของบริษัทฯ ด้วย
- เพิ่มโอกาสในการนำเสนอผลิตภัณฑ์รวมถึงการให้บริการที่ครอบคลุมความต้องการลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

1.9. แหล่งเงินทุนที่ใช้

บริษัทฯ จะใช้กระแสเงินสดจากการดำเนินงานไม่ต่ำกว่า 150 ล้านบาท และเงินกู้ยืมระยะยาวที่จากสถาบันการเงินแห่งหนึ่งเป็นจำนวนเงินไม่เกิน 900 ล้านบาท ตามที่ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ได้

มีมติอนุมัติสำหรับการเข้าทำรายการในครั้งนี้ ซึ่งบริษัทฯ จะได้นำสินทรัพย์ของบริษัทฯ หรือบริษัทย่อยไปเป็นหลักประกัน โดยสถาบันการเงินดังกล่าวได้อนุมัติวงเงินกู้ระยะยาวดังกล่าวแล้ว

1.10. ความเห็นของคณะกรรมการบริษัทฯ เกี่ยวกับการตกลงเข้าทำรายการ

ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 8/2561 ซึ่งประชุมเมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2561 ประกอบไปด้วย คณะกรรมการบริษัทฯ ที่เข้าร่วมประชุม จำนวน 8 ท่าน จากคณะกรรมการบริษัทฯ ทั้งหมด 9 ท่าน ประกอบไปด้วย คณะกรรมการ 5 ท่าน และ คณะกรรมการตรวจสอบ 3 ท่าน ซึ่งคณะกรรมการบริษัทฯ ที่เข้าประชุมทั้งหมด 8 ท่าน ได้พิจารณาแล้วมีความเห็นว่าการเข้าทำรายการดังกล่าวมีความเหมาะสมผลและก่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดต่อบริษัทฯ ในด้านความสามารถในการเพิ่มรายได้ในอนาคต รวมถึงการขยายฐานลูกค้าในกลุ่มผลิตภัณฑ์กาวและผลิตภัณฑ์สติ๊กเกอร์ และผู้ถือหุ้นในระยะยาว โดยคณะกรรมการบริษัทฯ ได้พิจารณาจากรายงานการประเมินมูลค่าของที่ปรึกษาทางการเงินแล้ว เห็นว่า ราคาซื้อขายมีความเหมาะสม โดยใช้วิธีการคำนวณจาก EV/EBITDA Ratio เนื่องจากการหามูลค่าจากอัตราส่วนดังกล่าว เป็นการคิดมูลค่าของบริษัทโดยไม่ได้นำถึงโครงสร้างทางการเงินของบริษัท ซึ่งจะทำให้การหามูลค่ามีความแม่นยำมากขึ้นมากกว่าการใช้อัตราส่วน P/E Ratio หรือ การคิดคำนวณอัตราคิดลดในวิธีคิดลดกระแสเงินสด โดยใช้วิธีคำนวณจาก EV/EBITDA ของบริษัทจดทะเบียนที่มีความคล้ายคลึงกันกับกลุ่มกิจการในหมวดธุรกิจบรรจุภัณฑ์ซึ่งอยู่ที่ 10.03-11.53 เท่า และค่าเฉลี่ย EV/EBITDA ของบริษัทจดทะเบียนที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มกิจการซึ่งอยู่ในหมวดธุรกิจบรรจุภัณฑ์และหมวดธุรกิจสื่อและสิ่งพิมพ์รวม 2 บริษัทอยู่ที่ 14.70-16.74 เท่า ในขณะที่ อัตราส่วน EV/EBITDA สำหรับการเข้าทำรายการในครั้งนี้ อยู่ที่ 6.27 เท่า ซึ่งมีมูลค่าต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของหมวดธุรกิจอ้างอิง รวมถึง การเข้าทำรายการในครั้งนี้ ได้ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการความเสี่ยงถึงความเสี่ยงทั้ง 4 ด้าน กล่าวคือ ความเสี่ยงทางด้านกลยุทธ์ ซึ่งทางบริษัทได้มีการปิดความเสี่ยงโดยการเพิ่มข้อห้ามแข่งขันไว้ในสัญญาซื้อขาย ความเสี่ยงด้านการเงิน ซึ่ง ที่ปรึกษาด้านการเงินได้นำเสนอรูปแบบทางการเงินต่างๆ ที่อาจเป็นไปได้ในอนาคตพบว่า บริษัทฯ มีความสามารถในการชำระหนี้พอเพียง และ ยังมีการจำกัดความเสี่ยงด้วยการเลื่อนการจ่ายเงินออกไปอีก สองงวด โดยมีเงื่อนไขการจ่ายเงิน ตามความสามารถในการทำกำไรของกลุ่มกิจการที่เข้าซื้อด้วย ส่วนความเสี่ยงด้านกฎหมาย ก็ได้มีการระบุไว้ในเงื่อนไขที่ต้องทำก่อนการทำรายการ รวมถึงการจำกัดความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงานโดยมีการทำสัญญาจ้างงานกับเจ้าของเดิมออกไปอีกเป็นเวลายาวน้อย 2 ปี จากเหตุผลดังกล่าวนี้ คณะกรรมการบริษัทฯ จึงมีความเห็นว่าการเข้าทำรายการดังกล่าวมีความเหมาะสม

1.11. ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ และ/หรือ กรรมการของบริษัทฯ ที่แตกต่างจากความเห็นของคณะกรรมการบริษัทฯ ตามข้อ 10

คณะกรรมการตรวจสอบและกรรมการของบริษัทฯ ไม่มีความเห็นที่แตกต่างจากความเห็นของที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ในข้อ 10

สรุปประโยชน์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการเข้าซื้อกิจการ กลุ่ม PMC

การได้มาซึ่งกิจการบริษัท PMC ทำให้เกิดประโยชน์ที่สำคัญหลายด้าน ดังต่อไปนี้

- สนับสนุนการขยายตลาดของ บริษัท ซึ่งนำไปสู่การเจาะตลาดที่ครอบคลุมได้กว้างขึ้น ผ่านอุตสาหกรรมฉลากและช่วยขยายช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่ม PMC ดังนั้นจึงสามารถสนับสนุน บริษัท ในการขยายตลาดจากเดิมที่เป็น "ฉลากที่ใช้กาว" เป็น "ฉลากสติ๊กเกอร์" ซึ่งหมายรวมถึงการขยายตลาดและฐานลูกค้าทั้งในและต่างประเทศด้วย
- สร้างโอกาสในการเพิ่มอัตราการกำลังการผลิตกาวน้ำและกาวหลอมร้อน 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 สิ่งนี้คาดว่าจะพัฒนาการสำหรับสติ๊กเกอร์และฉลากชนิดใหม่ที่สามารถนำเสนอเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดหาวัตถุดิบ

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