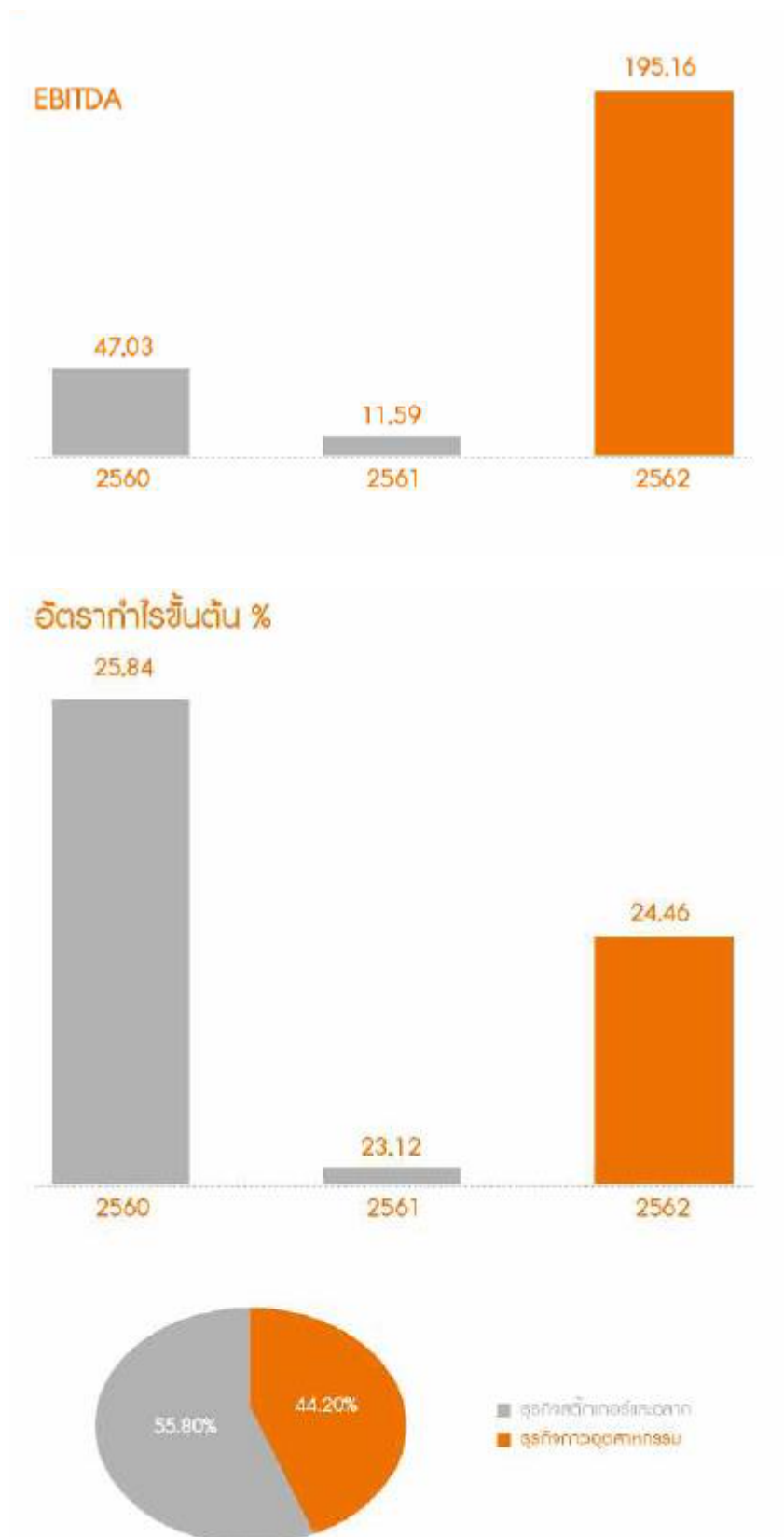


## ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

ข้อมูลทางการเงินที่สำคัญ







เหตุการณ์และพัฒนาการที่สำคัญ

ปี	เหตุการณ์สำคัญ
พ.ศ. 2524	▪ 22 กันยายน 2524 นายณรงค์ สุวัฒน์พิมพ์ และครอบครัว ก่อตั้ง บริษัท ซีลิก เคมีคอล อินดัสตรี จำกัด ปัจจุบันเลิกกิจการแล้ว ด้วยทุนจดทะเบียน 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 ซีลิก เคมีคอล อินดัสตรี จำกัด เริ่มผลิตกาว GRAFTED โดยใช้เทคโนโลยีจากประเทศญี่ปุ่น
พ.ศ. 2535	▪ 14 มกราคม 2535 ก่อตั้ง บริษัท ชิค จำกัด ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายกาววิทยาศาสตร์ น้ำยาฟอกหนัง น้ำยาทำความสะอาดรถยนต์ ด้วยทุนจดทะเบียน 10,000,000 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 10,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1,000.00 บาท ▪ 13 เมษายน 2535 เพิ่มทุนจดทะเบียน บริษัท อีวาเมนูแฟคเจอร์ จำกัด จาก 2,000,000 บาท เป็น 5,000,000 บาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 3,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100.00 บาท ในราคาเสนอขายหุ้นละ 100.00 บาท โดยเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมเพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ
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 โดยเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมเพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ
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 โดยเสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมเพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ ▪ 27 พฤศจิกายน 2541 บริษัท ซีลิกเคมีคอล อินดัสตรี จำกัด ได้ทำการจดทะเบียนเลิกบริษัท
พ.ศ. 2542	▪ 28 ตุลาคม 2542 บริษัท ซีลิกเคมีคอล อินดัสตรี จำกัด ได้ทำการชำระบัญชีแล้วเสร็จ
พ.ศ. 2548	▪ 22 กุมภาพันธ์ 2548 บริษัท ชิค จำกัด จดทะเบียนแก้ไขชื่อบริษัทเป็น บริษัท ซีลิก เคมีคอล จำกัด และสร้างห้องปฏิบัติการเพื่อทดสอบการผลิตกาวหลอมร้อน (Hot Melt)
พ.ศ. 2553	▪ 9 กุมภาพันธ์ 2553 เพิ่มทุนจดทะเบียน บริษัท ซีลิก 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 รวมถึงการขยายฐานการตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าต่างประเทศ

ปี	เหตุการณ์สำคัญ
พ.ศ. 2555	<ul style="list-style-type: none"> <li>29 มิถุนายน 2555 จัดทะเบียนควบรวมกิจการระหว่าง บริษัท ซีลิก เคมีคอล จำกัด กับ บริษัท อีวา เมนูแฟคเจอร์ส จำกัด เป็น บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 215,000,000 บาท โดยแบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 2,150,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100.00 บาท เนื่องจากต้องการลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่างๆ ลง จึงดำเนินการควบรวมกิจการทั้ง 2 บริษัทที่มีลักษณะการดำเนินธุรกิจคล้ายคลึงกันเข้าด้วยกัน</li> <li>24 กรกฎาคม 2555 ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 2/2555 มีมติพิเศษในการลดทุนจดทะเบียนของบริษัทฯ จาก 215,000,000 บาท เป็น 200,000,000 บาท โดยการลดจำนวนหุ้นสามัญ เนื่องจากปรับปรุงรายการลูกหนี้ค่าหุ้น โดยแบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 2,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100.00 บาท</li> <li>เริ่มผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์กาวยาประเภท Pressure Sensitive Adhesive (PSA)</li> </ul>
พ.ศ. 2557	<ul style="list-style-type: none"> <li>30 มิถุนายน 2557 ได้รับมาตรฐานระบบการบริหารงานคุณภาพ(Quality Management System) ตามมาตรฐาน ISO 9001:2008 จากสำนักงาน Bureau Veritas</li> <li>20 ตุลาคม 2557 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2557 มีมติพิเศษในการลดทุนจดทะเบียนของบริษัทฯ จาก 200,000,000 บาท เหลือ 100,000,000 บาท โดยการลดมูลค่าที่ตราไว้ของหุ้นสามัญ เพื่อสร้างขาดทุนสะสม โดยแบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ 2,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 50.00 บาท</li> </ul>
พ.ศ. 2558	<ul style="list-style-type: none"> <li>5 มกราคม 2558 ได้รับมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental Management System) ตามมาตรฐาน ISO 14001:2004 จากสำนักงาน Bureau Veritas</li> <li>19 มกราคม 2558 ได้รับมาตรฐานระบบบริหารความปลอดภัยของอาหาร (Food Safety Management Systems – Requirements for Any Organization in the Supply Chain) ตามมาตรฐาน ISO 22000:2005 จากสำนักงาน Bureau Veritas</li> <li>17 มีนาคม 2558 ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมสีเขียว ระดับที่ 3 (การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ มีการติดตาม ประเมินผล และทบทวนเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน)จากกระทรวงอุตสาหกรรม</li> <li>3 สิงหาคม 2558 ได้รับรางวัลสถานประกอบการที่มีความมุ่งมั่น ดำเนินการโครงการสถานประกอบการปลอดภัย เฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี จากกระทรวงแรงงาน</li> <li>25 กันยายน 2558 จัดตั้งบริษัทย่อย คือ บริษัท อี.วี.เอ.อินเตอร์เนชั่นแนล 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</li> <li>บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตกาวยาประเภท Polyurethane Reactive Hot Melt (HMPUR) รายแรกและรายเดียวในประเทศไทย</li> <li>บริษัทฯ ได้เป็นหนึ่งใน 10 ของบริษัทจากทั้งประเทศที่ได้รับรางวัลประกาศเกียรติคุณ จรรยาบรรณดีเด่น จากหอการค้าไทย</li> </ul>
พ.ศ. 2559	<ul style="list-style-type: none"> <li>8 มิถุนายน 2559 ได้รับมาตรฐานระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย OHSAS 18001:2007 จากสำนักงาน Bureau Veritas</li> <li>21 มิถุนายน 2559 ดำเนินการแปรรูปจากบริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด เป็น บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด(มหาชน) และดำเนินการจดทะเบียนเพิ่มทุนกับกระทรวงพาณิชย์</li> <li>26 กรกฎาคม 2559 ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น ประเภทบริหารอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม ประจำปี 2559 จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม</li> <li>18 ตุลาคม 2559 บริษัทฯ (SELIC) เข้าจดทะเบียนและเริ่มซื้อขายหุ้นสามัญในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ</li> </ul>
พ.ศ. 2560	<ul style="list-style-type: none"> <li>ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น ประจำปี 2560 (Prime Minister Export's Award 2017) จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม 3 ประเภทด้วยกัน ได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> <li>ประเภทผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกยอดเยี่ยม</li> <li>ประเภทแบรนด์ไทยยอดเยี่ยม</li> <li>ประเภทบริหารอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม</li> </ul> </li> </ul>



## แบบ 56-1 ประจำปี 2562

ปี	เหตุการณ์สำคัญ
พ.ศ.2561	<ul style="list-style-type: none"> <li>ได้รับรางวัลผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกดีเด่น ประจำปี 2561 (Prime Minister's Export Award 2018) เป็นปีที่ 2 ติดต่อกัน โดยได้รับรางวัลใน สาขานวัตกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมยอดเยี่ยม (Best Green Innovation)</li> <li>ได้รับประกาศนียบัตร Certificate of Membership Thailand's Private Sector Collective Action Coalition Against Corruption (CAC) สะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการประกอบธุรกิจที่โปร่งใส</li> <li>ประชาสัมพันธ์ การเข้าทำการซื้อกิจการกลุ่ม พีเอ็มซี เลเบิล แมททีเรียลส์ จำกัด 100% ซึ่งการเข้าทำรายการจะเสร็จสิ้นสมบูรณ์ในเดือนมกราคม ปี 2562 เพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าและต่อยอดผลิตภัณฑ์ใหม่ ในกลุ่ม ผลิตภัณฑ์ทอ-สติ๊กเกอร์</li> </ul>
พ.ศ. 2562	<ul style="list-style-type: none"> <li>วันที่ 4 มกราคม 2562 บริษัทฯ ได้ทำการเข้าซื้อกิจการ กลุ่ม PMC เสร็จสมบูรณ์อย่างเป็นทางการ โดยบริษัทฯ ได้เข้าไปถือหุ้นสามัญทั้งหมดใน บริษัท พีเอ็มซี เลเบิล แมททีเรียลส์ จำกัด (PMCT) ซึ่งจดทะเบียนในประเทศไทย และถือหุ้นสามัญทั้งหมดใน บริษัท พีเอ็มซี เลเบิล แมททีเรียลส์ พีทีอี ลิมิตเต็ด (PMCS) ซึ่งจดทะเบียนในประเทศสิงคโปร์</li> <li>รางวัล Board of the Year Awards 2018 ประเภท Rising Star Awards จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)</li> <li>รางวัลสถานประกอบการต้นแบบดีเด่นด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ประจำปี 2562 ระดับประเทศ (ระดับทอง)</li> </ul>

### ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อยไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่ยังไม่สิ้นสุด ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อทรัพย์สินของบริษัทฯ หรือบริษัทย่อย ที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาทที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อยอย่างมีนัยสำคัญ

### โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท

โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัทฯ และสัดส่วนการถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562





**บริษัท อี.วี.เอ. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (“EVA”) (E.V.A. INTERNATIONAL COMPANY LIMITED)**

วันที่ก่อตั้ง: 25 กันยายน 2558

ที่ตั้งสำนักงาน: 145 ซอยสุขุมวิท 49 (กลาง) แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110

ลักษณะการประกอบธุรกิจ: เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทในตลาดทั้งในและต่างประเทศ

ทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว: 10,000,000 บาท โดยมูลค่าที่ตราไว้ 100 บาทต่อหุ้น เป็นจำนวนหุ้นสามัญ 100,000 หุ้น

กรรมการบริษัท: 1.นายเก่ง สุวัฒนพิมพ์ 2.นายเกียรติศักดิ์ สุวัฒนพิมพ์ และ 3.นางสุปราณี อัครชัยสุภิกรม  
ความสัมพันธ์กับบริษัทฯ: บริษัทฯ ถือหุ้นจำนวน 99,970 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ของทุนจดทะเบียน 99.97

**บริษัท พีเอ็มซี เลเบิล แมททีเรียลส์ จำกัด (PMCT)**

วันที่ก่อตั้ง: 20 เมษายน 2547

วันที่เข้าซื้อกิจการและได้มาซึ่งอำนาจควบคุม: 4 มกราคม 2562

ที่ตั้งสำนักงาน: เลขที่ 30/28 หมู่ที่ 2 ต.โคกขาม อ.เมือง จ.สมุทรสาคร 74000

ลักษณะการประกอบธุรกิจ: เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสติ๊กเกอร์ให้กับโรงพิมพ์

ทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว: 100,000,000 บาท โดยมูลค่าที่ตราไว้ 100 บาทต่อหุ้น เป็นจำนวนหุ้นสามัญ 1,000,000 หุ้น

กรรมการบริษัท: 1. นายอัมพต ธิ์บุญบุรณะ 2. นายเอก สุวัฒนพิมพ์ 3. นางสาวยุวดี เอี่ยมสนธิ์ทรัพย์  
4. นางเศรษฐกร สุนทรวาท และ 5. นายต้น เลง ตง ดาริกค์

ความสัมพันธ์กับบริษัทฯ: บริษัทฯ ถือหุ้นจำนวน 999,998 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.99 ของทุนจดทะเบียน

**บริษัท พีเอ็มซี เลเบิล แมททีเรียลส์ พีทีอี ลิมิเตด (PMCS)**

วันที่ก่อตั้ง: 1 มีนาคม 2557

วันที่เข้าซื้อกิจการและได้มาซึ่งอำนาจควบคุม: 4 มกราคม 2562

ที่ตั้งสำนักงาน: 30 LOYANG WAY #02-20 ประเทศสิงคโปร์

ลักษณะการประกอบธุรกิจ: เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสติ๊กเกอร์ให้กับโรงพิมพ์

ทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว: 2 ดอลลาร์สิงคโปร์ แบ่งออกเป็นจำนวนหุ้นสามัญ 2 หุ้น

กรรมการบริษัท: 1. นายเอก สุวัฒนพิมพ์ 2. นาย ต้น ยง เฮง 3. นางสาวยุวดี เอี่ยมสนธิ์ทรัพย์ 4. นางเศรษฐกร สุนทรวาท และ 5. นายต้น เลง ตง ดาริกค์

ความสัมพันธ์กับบริษัทฯ: บริษัทฯ ถือหุ้นจำนวน 2 หุ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 100 ของทุนจดทะเบียน

**ลักษณะการประกอบธุรกิจ**

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) Selic Corp Public Company Limited (“บริษัท” หรือ “Selic”) ก่อตั้งขึ้นในปี 2522 จากการเป็นผู้ผลิตกาวยางด้วยเทคโนโลยีจากญี่ปุ่นเพื่อสนองต่อความต้องการของลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนังในประเทศ ด้วยการที่เป็น บริษัทสัญชาติไทยที่ประกอบธุรกิจด้านการอุตสาหกรรม ภายใต้วิสัยทัศน์ที่มุ่งสู่การเป็นผู้นำธุรกิจและเทคโนโลยีกาวยาง หรือ Adhesive Technologies ครบวงจรระดับโลกด้วยนวัตกรรมที่ทันสมัย โดยมีเป้าหมายทางธุรกิจที่เน้นการต่อยอดธุรกิจด้วยการส่งมอบประสบการณ์ที่เยี่ยมยอดแก่ลูกค้า ผ่านการวิจัยและพัฒนาด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้ทุกวันนี้ ผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นส่วนหนึ่งของสินค้าในหลากหลายอุตสาหกรรม เช่น อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมเครื่องดื่มชูกำลัง เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ อุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนัง อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ และงานไม้ทั่วไป อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ และอุตสาหกรรมยานยนต์ เป็นต้น

ปัจจุบัน บริษัทเป็นผู้ให้บริการ Adhesive Solutions เพื่อตอบโจทย์ทางธุรกิจของลูกค้า โดยเป็นผู้ผลิตและจำหน่าย รวมทั้งวิจัยและพัฒนาการอุตสาหกรรม (Specialty and High Performance Adhesive) เพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ กว่า 27 ประเทศทั่วโลก โดยมีฐานลูกค้าทั้งใน เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แอฟริกา ยุโรป



ทั้งนี้ เมื่อวันที่ 4 มกราคม ปี 2562 บริษัทฯ ดำเนินการตามกลยุทธ์และแนวทางการเติบโตผ่านการควบรวมและเข้าซื้อกิจการ โดยทำการเข้าซื้อกิจการและได้มาซึ่งอำนาจควบคุมในบริษัท พีเอ็มซี เลเบล แมททีเรียลส์ จำกัด ในประเทศไทย และ บริษัท พีเอ็มซี เลเบล แมททีเรียลส์ ฟิฟตี ลิมิเตด ในประเทศสิงคโปร์ ซึ่งเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสติ๊กเกอร์และผลิตภัณฑ์ฉลากรายใหญ่ ทำให้บริษัทสามารถต่อยอดผลิตภัณฑ์และการให้บริการของบริษัทฯ ทำให้สามารถเข้าถึงอุตสาหกรรมต่างๆ ได้หลากหลายมากขึ้น

#### ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

กลุ่มบริษัท ซิลิค คอร์พ จำกัด (มหาชน) ภายหลังการเข้าซื้อและการได้มาซึ่งอำนาจควบคุมทั้งหมดในบริษัทพีเอ็มซี เลเบล แมททีเรียลส์ จำกัด ทำให้สามารถแบ่งการประกอบธุรกิจออกเป็น 2 สายดำเนินงาน กล่าวคือ

1. ธุรกิจกาวยาอุตสาหกรรม (Adhesive Business)
2. ธุรกิจสติ๊กเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว (Self-Adhesive Business)

#### 1. ธุรกิจกาวยาอุตสาหกรรม (Adhesive Business)

กลุ่มผลิตภัณฑ์หลักแบ่งตามเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์ ดังนี้

##### กลุ่มผลิตภัณฑ์กาว Solvent (Solvent Based Adhesive)

เป็นการที่อยู่ในสถานะของเหลว ใช้ตัวทำละลายประเภท Solvent ในกลุ่มของน้ำมันหรือทินเนอร์ เป็นส่วนผสม โดยสารละลายประเภท Solvent จะละลายส่วนผสมต่างๆ ในเนื้อกาวยาให้เข้ากันและหลังจากที่ทาการลงบนพื้นผิววัสดุแล้ว สารละลายประเภท Solvent จะระเหยออกไปหมดเหลือแต่เนื้อกาวยาที่ยึดติดชิ้นงาน ผลิตภัณฑ์กาว Solvent ของบริษัท มีหลายชนิดขึ้นอยู่กับเคมีที่ผสมเป็นพื้นฐาน (Base) กาวยาที่ทางบริษัทจำหน่าย เช่น Polychloro-prene, Polyurethane, Polystyrene เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานที่อยู่ในอุตสาหกรรมที่หลากหลายได้แก่ อุตสาหกรรมเครื่องหนัง รองเท้า ตกแต่งยานยนต์ ก่อสร้าง เฟอร์นิเจอร์ และงานไม้ทั่วไป เป็นต้น

ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์กาว Solvent เป็นกาวยาที่บริษัท มีประสบการณ์ในการผลิตและจัดจำหน่ายมากกว่า 25 ปี ภายใต้ชื่อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่รู้จักในวงการอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า ได้แก่ กาวยาตราโลก (World)

##### กลุ่มผลิตภัณฑ์กาวน้ำ (Water Based Adhesive)

เป็นการสังเคราะห์ และใช้น้ำเป็นตัวทำละลาย ทำให้กาวยาอยู่ในสภาพของเหลว ซิลิค ได้คิดค้นผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้อย่างต่อเนื่อง กาวยาชนิดนี้สามารถใช้งานได้ง่ายและเหมาะกับชิ้นงานที่หลากหลาย เช่น กระดาษ แผ่นฟอยล์ แก้ว แผ่น PVC พลาสติก และโลหะ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์กาวน้ำเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัยต่อผู้ผลิต (Producer) และผู้ใช้สินค้า (End User) หลักการทำงานของผลิตภัณฑ์กาวน้ำ คือ ผู้ใช้งานจะทาการลงบนวัสดุที่ต้องการ และประกบชิ้นงานเข้าด้วยกัน โดยน้ำจะเป็นตัวนำเนื้อกาวยาให้ซึมลงไปในพื้นที่ผิววัสดุ หลังจากนั้นเมื่อส่วนที่เป็นน้ำระเหยออกหมด เนื้อกาวยาจะกลายเป็นฟิล์มแข็งและยึดติดชิ้นงานที่ประกบกัน

ผลิตภัณฑ์กาวน้ำสามารถใช้ในอุตสาหกรรมที่หลากหลาย เช่น อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ บรรจุภัณฑ์ งานไม้ ฉลากสินค้า และ ผลิตภัณฑ์ต่างๆ เป็นต้น ปัจจุบันผลิตภัณฑ์กาวน้ำของซิลิค ที่ถือว่าโดดเด่นได้แก่ ผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ หรือตราสินค้า Icetech™ ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากในกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องดื่มจากผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มขวดแก้วชั้นนำในประเทศ โดยใช้ในการติดฉลากเครื่องดื่มชูกำลัง เครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกเหนือจากนี้ ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ยังสามารถใช้งานอื่น ๆ ดังต่อไปนี้



- งานผลิตซองเอกสาร/ซองจดหมาย
- งานติดปลายฉลากสินค้าอาหารกระป๋อง
- งานอุตสาหกรรมผลิตกระดาษชำระ
- งานวัตถุดิบในการผสมเพื่อผลิต
- วัสดุก่อสร้าง เป็นต้น

### กลุ่มผลิตภัณฑ์กาวหลอมร้อน (Hot Melt Adhesive)

ผลิตภัณฑ์กาวหลอมร้อน หรือ “กาวร้อน” เป็นกาวที่มีคุณลักษณะเป็นของแข็ง โดยเมื่อต้องการใช้งาน จะต้องนำกาวไปผ่านความร้อนด้วยเครื่องจักรเพื่อให้กาวละลายกลายเป็นของเหลว เมื่อเนื้อกาวเย็นตัวลงจะยึดติดวัสดุ 2 ชิ้นเข้าด้วยกัน

ผลิตภัณฑ์กาวหลอมร้อนเป็นผลิตภัณฑ์ที่ถูกใช้ในหลายอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอุตสาหกรรมที่มีระบบการติดฉลากสินค้าด้วยเครื่องจักร หรือระบบบรรจุสินค้าอัตโนมัติบนสายพานการผลิต อาทิ อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมอาหารแช่แข็ง อุตสาหกรรมอาหารกระป๋อง อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ และงานไม้ทั่วไป อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ สิ่งพิมพ์ สินค้าอุปโภคบริโภค เช่น เทปกา ฝ้ายอ้อม ฝ้ายอนามัย และแอสแซมบลี เป็นต้น ทรานส์เคาท์ไต์กลุ่มผลิตภัณฑ์กาวหลอมร้อน ได้แก่ Vegamelt™ Intensity™ Minerva™

ผลิตภัณฑ์กาวหลอมร้อน แบ่งออกเป็น 3 ประเภทย่อย ตามคุณสมบัติทางเคมีของกาว ดังนี้

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

**ผลิตภัณฑ์กาว Pressure Sensitive Adhesive (PSA) Hot Melt** มีลักษณะเฉพาะตัวคือ เนื้อกาวมีความยืดหยุ่นและมีความเหนียวตลอดเวลาเหมือนสติ๊กเกอร์ สามารถลอกและติดใหม่โดยการกดได้ ซึ่งลักษณะงานของลูกค้าที่ใช้กาวประเภทนี้ ได้แก่ งานติดฉลาก Oriented Poly Propylene (OPP) บนบรรจุภัณฑ์พลาสติก (PET) กล่องบรรจุภัณฑ์ที่เป็น PVC ใส กาวกันลื่นระหว่างกล่องลูกฟูก เทปกากระดาษโพสท์-อิท สินค้าฝ้ายอ้อม ฝ้ายอนามัย เป็นต้น

**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 ปัจจุบันบริษัทเป็นผู้ผลิตเพียงรายเดียวที่สามารถผลิตกาว HMPUR ได้ในประเทศไทย

### กลุ่มผลิตภัณฑ์อื่นๆ

ผลิตภัณฑ์เข้ามาขายไป เช่น สารเคมีต่างๆ เช่น น้ำยาทำความสะอาดพื้นผิววัสดุ เคมีเช็ดคราบกาวและสิ่งสกปรก และซีเมนต์เคลือบผิว เป็นต้น

## 2. ธุรกิจสติ๊กเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว (Self-Adhesive Business)

กลุ่มผลิตภัณฑ์สติ๊กเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว สามารถแบ่งเป็น

### 1. กลุ่มผลิตภัณฑ์สติ๊กเกอร์กระดาษธรรมดา (Common Paper & Graphics Art Product)

กลุ่มผลิตภัณฑ์สติ๊กเกอร์ที่ทำจากกระดาษนั้นมีความหลากหลายและสามารถสร้างฉลากต่างๆ ได้มากกว่า 3,000 ชนิด ตามความต้องการของลูกค้า และสามารถตอบสนองได้หลายกลุ่มอุตสาหกรรม ตามการใช้งานต่างๆ ซึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มกระดาษนี้ ยังสามารถแบ่งออกได้เป็น





- Coated Papers
- Uncoated Papers

## 2. กลุ่มผลิตภัณฑ์สติ๊กเกอร์ (Variable Imprintable Product (VIP))

เป็นผลิตภัณฑ์ฉลากที่สามารถพิมพ์ได้ด้วยคอมพิวเตอร์ ผลิตภัณฑ์ชนิดนี้ รวมถึง ผลิตภัณฑ์ฉลากที่พิมพ์ด้วยความร้อน แบ่งออกเป็น

- Direct Thermal (Coated Paper) ใช้สำหรับพิมพ์ Barcode ด้วยความร้อน โดยทำเป็น Blank Die Cut แล้วนำไปพิมพ์โดยใช้ความร้อน ภาพ (image) จะปรากฏขึ้นมา
- Thermal Transfer (Coated Paper) ใช้สำหรับพิมพ์ Barcode กับ Ribbon

## 3. กลุ่มผลิตภัณฑ์สติ๊กเกอร์ (Prime Label Film)

ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้มีความทนทานสูงกว่าฉลากที่ทำจากกระดาษ ใช้สำหรับทำฉลากติดบรรจุภัณฑ์ ที่ต้องการให้ทนความชื้นและสารเคมีได้ ผลิตภัณฑ์ชนิดนี้สามารถสร้างฉลากที่หลากหลายเช่นเดียวกับ ผลิตภัณฑ์กระดาษ และมีการนำไปใช้ในหลากหลายอุตสาหกรรม เช่น เครื่องสำอาง เครื่องมือเครื่องใช้ ฉลากที่ทำจาก ฟิล์ม สามารถแบ่งออกได้เป็น

- PE non top-coated
- PE top-coated
- PP non top-coated
- PP top-coated
- Other film-based materials

## 4. กลุ่มผลิตภัณฑ์สติ๊กเกอร์ (Industrial Label Film)

เป็นชนิดของสติ๊กเกอร์ที่นิยมใช้ในงานอุตสาหกรรมทั่วไป

## 5. กลุ่มผลิตภัณฑ์สติ๊กเกอร์พิเศษอื่นๆ (Specialty Products)

ฉลากที่มีกาวยึดหรือสติ๊กเกอร์ยังสามารถทำจากวัสดุอื่นๆได้หลากหลาย เช่น Aluminium foil และยัง สามารถใช้งานในอุตสาหกรรม อื่นๆที่หลากหลายเช่น ฉลาก Security หรือ Hologram หรือ ใช้ใน อุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น Luggage Tags เป็นต้น

### ลูกค้าสติ๊กเกอร์ในอุตสาหกรรมต่างๆ ได้แก่

- อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม
- Product ID
- โฆษณาและคำปลีก
- ผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนตัว
- การเดินทางและขนส่ง
- อุตสาหกรรมหนัก

### การจัดจำหน่ายและฐานลูกค้า

ได้มีการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศไทย และต่างประเทศ รวมกว่า 12 ประเทศทั่วโลก มีฐานลูกค้าทั้งในอาเซียน เอเชีย เอเซียใต้ ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์



### โครงสร้างรายได้ตามงบการเงินรวม

โครงสร้างรายได้ตามงบการเงินรวมสำหรับปี 2562 สามารถสรุปได้ดังนี้

	2562	
	ล้านบาท	ร้อยละ
ธุรกิจกาอุตสาหกรรม	617.66	44.19
ธุรกิจสติกเกอร์หรือฉลากที่มีกาในตัว	780.13	55.81
รวมรายได้	1,397.79	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 นอกจากนี้บริษัทได้รับการรับรองความสามารถห้องปฏิบัติการทดสอบและสอบเทียบ ตามมาตรฐานเลขที่มอก. 17025-2548(ISO/IEC 17025:2005) โดยสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม และยังได้รับการรับรองจากกระทรวงอุตสาหกรรมให้เป็นอุตสาหกรรมสีเขียว ระดับ 3 รวมถึงเครื่องหมาย Thailand Trust Mark โดยสำนักส่งเสริมวิศวกรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งมาตรฐานเหล่านี้สามารถรองรับการขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มประเทศยุโรป และส่งผลให้รายได้ของบริษัทมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง



## ภาพรวมธุรกิจและแนวโน้ม

### ภาพรวมการดำเนินงาน

ในปี 2562 เป็นปีที่เกิดเหตุการณ์สำคัญที่ส่งผลต่อภาพรวมการดำเนินงานของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ โดยซีลิกได้ทำการเข้าซื้อกิจการและได้มาซึ่งอำนาจควบคุมในบริษัท พีเอ็มซี เลเบิล แมททีเรียลส์ จำกัดในประเทศไทย และ บริษัท พีเอ็มซี เลเบิล แมททีเรียลส์ ฟิทีอี ลิมิเต็ด ในประเทศสิงคโปร์ โดยการควบรวมเรียบร้อยในเดือนมกราคม 2562 ซึ่งในการเข้าซื้อกิจการครั้งนี้ถือเป็นความสำเร็จของซีลิก ในการดำเนินตามกลยุทธ์ที่วางไว้คือกลยุทธ์ด้าน การควบรวม และการเข้าซื้อกิจการ หรือการร่วมลงทุน (M&A and JV Strategy) ความสำเร็จในครั้งนี้ส่งผลให้ผลประกอบการของบริษัทเติบโตอย่างมีนัยสำคัญไม่ว่าจะเป็นในด้านรายได้และกำไรของบริษัทที่มีการเติบโตขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

ไม่เพียงแต่การเติบโตด้านผลประกอบการของบริษัทฯ ที่เกิดขึ้น การเข้าซื้อกิจการครั้งนี้ยังก่อให้เกิดประโยชน์และโอกาสด้านอื่น ๆ ที่จะเป็นแรงผลักดัน และสนับสนุนให้แก่การดำเนินงานของบริษัทในด้านอื่น ๆ เช่น

- การเกิด synergy กันด้านเทคโนโลยี หรือการทำ technology transfer ระหว่างกันเนื่องจากความเป็นส่วนประกอบหลักในการผลิตสติ๊กเกอร์ และตามนโยบายด้านนวัตกรรมที่ซีลิกยึดมั่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดการเกื้อกูลกันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มสติ๊กเกอร์ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น
- เกิดโอกาสในการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายของทั้งสองธุรกิจผ่านทีมขายของแต่ละธุรกิจสำหรับตลาดส่งออก และการที่มีบริษัทในประเทศสิงคโปร์ทำให้เป็นการยกระดับการดำเนินการของบริษัทฯ เป็นระดับภูมิภาคและพร้อมที่จะขยายเข้าสู่การเป็นบริษัทข้ามชาติได้รวดเร็วยิ่งขึ้น
- การเกิด synergy ในด้านการสเกลอัพ (scale up) ในด้านการจัดการภายในและการบริหารต้นทุนและการจัดการค่าใช้จ่าย

นอกเหนือจากการเข้าซื้อกิจการแล้ว ในปี 2562 ซีลิกให้ความสำคัญกับการปรับปรุงกระบวนการทำงานภายใน (Business Process Improvement) ให้เกิดการรัดกุมรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ซึ่งสะท้อนในผลประกอบการด้านการบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นกว่าเดิม นอกเหนือจากการสะท้อนด้านผลประกอบการแล้ว ยังก่อให้เกิดวัฒนธรรมการทำงานร่วมกันจากต่างหน่วยงานที่มีประสิทธิภาพโดยมีการช่วยเหลือซึ่งกันและกันโดยมีเป้าหมายหลักของบริษัทเป็นที่ตั้ง

### ภาพรวมด้านวิจัยและพัฒนา

ซีลิกให้ความสำคัญและความสำคัญกับการสร้างนวัตกรรมผ่านงานวิจัยและพัฒนา บริษัทฯ มีห้องปฏิบัติการวิจัยและพัฒนาตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ และมีห้องปฏิบัติการด้านการวิเคราะห์ และการทดสอบการใช้งานของผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะ เนื่องจากบริษัทฯ เล็งเห็นความสำคัญในการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ไม่ว่าจะเป็น การปรับปรุงประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Development) หรือในด้านการคิดค้นผลิตภัณฑ์เพื่อให้ตอบโจทย์เฉพาะทางของลูกค้าอีกด้วย ในปี 2562 บริษัทได้รับใบส่งเสริมจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน หรือบีโอไอ (BOI) ด้านงานวิจัยและพัฒนา ปัจจุบันบริษัทมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2 โครงการที่อุทยานวิทยาศาสตร์ ซึ่งทั้งสองโครงการยังอยู่ในขั้นตอนของการวิจัยและพัฒนา และเป็นโครงการที่ตอบโจทย์ของผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในอนาคต



## ภาพรวมด้านการตลาด

ด้านการขยายตลาดบริษัทฯ ได้วางนโยบายสำหรับกลุ่มบริษัทในการเจาะตลาดแบบ synergy ระหว่างกลุ่มกาาอุตสาหกรรมและกลุ่มสตาร์ทอัพ โดยเริ่มต้นการทำตลาดจากทีมขายต่างประเทศก่อน โดยใช้เครือข่ายต่างประเทศของกลุ่มกาาอุตสาหกรรมที่มีมากกว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการทำ synergy ด้านการขยายตลาดของกลุ่มกาาอุตสาหกรรมในปี 2562 มีการเติบโตของส่วนแบ่งการตลาดโดยสามารถเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดในตลาดภูมิภาคกลยุทธ์ที่สำคัญ เช่น ทวีปออสเตรเลีย (ประเทศออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์) ประเทศเวียดนาม และ ทวีปอเมริกาใต้ สำหรับกลุ่มธุรกิจสตาร์ทอัพสามารถรักษาลูกค้าหลักที่สำคัญได้ เนื่องจากเพิ่งเกิดการควมรวมจึงจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์รักษาลูกค้า

ซีลิกมีความมุ่งมั่นในการนำเสนอโซลูชันการบริการที่ตอบโจทย์ลูกค้าเป็นหลักและบริษัทฯ มีศักยภาพในการดำเนินงานตามหลักการนี้ได้และมองเห็นความสำคัญของการเติบโตของธุรกิจของลูกค้าเป็นหลักในการนำเสนอและบริการทีมงานประกอบไปด้วยทีมขายที่มีความเข้าใจในธุรกิจของลูกค้า ทีมวิจัยและพัฒนาที่มีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ และทีมงานบริการด้านเทคนิคที่มีความเชี่ยวชาญในการแนะนำการใช้งาน ทำให้บริษัทฯ สามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและทันเวลา

## ภาพรวมด้านการเงิน

ผลประกอบการด้านการเงินของบริษัทในปี 2562 ถือเป็นปีที่ซีลิกดำเนินการได้อย่างยอดเยี่ยม โดยมีผลการดำเนินการที่สูงสุดในประวัติการณ์ของบริษัท รายได้รวมอยู่ที่ 1,397.79 ล้านบาทเพิ่มขึ้น 133.1% เมื่อเทียบกับปีก่อน EBITDA อยู่ที่ 195.16 ล้านบาทเพิ่มขึ้น 1,583.6% และกำไรสุทธิอยู่ที่ 85.81 ล้านบาทเพิ่มขึ้นจากปีก่อนซึ่งเป็นการกลับตัวที่มีนัยสำคัญและการเติบโตสูงที่สุด

ความสามารถในการทำกำไรของบริษัทที่เกิดขึ้น นอกเหนือจากการควมรวมงบการเงินของกลุ่มบริษัทพีเอ็มซี เลเบิลแมททีเรียลส์แล้วยังสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการดำเนินการด้านการบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่าย ทั้งในส่วนที่เกิดจากการเกื้อหนุนกันและกัน synergy และการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นอีกด้วย

## ผลประกอบการเปรียบเทียบปี 2562

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ	งบการเงินรวม					
	2562	%	2561	%	2560	%
รายได้จากการขาย-สุทธิ	1,388.9	99.36	595.15	99.23%	592.03	99.50%
รายได้อื่น	8.89	0.64%	4.62	0.77%	2.96	0.50%
รวมรายได้	1,397.79	100%	599.77	100%	595.00	100%
ต้นทุนขาย	1,049.14	75.06%	457.54	76.88%	439.03	74.16%
กำไรขั้นต้น (ไม่รวมรายได้)	348.65	24.94%	137.61	23.12%	153.01	25.84%
ค่าใช้จ่ายในการขาย	35.34	2.53%	14.17	2.36%	15.73	2.64%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	167.85	12.01%	139.45	23.25%	116.47	19.58%
PROFIT BEFORE INCOME TAX EXPENSE	145.46	10.41%	(11.39)	(1.90%)	23.77	4.00%
ต้นทุนทางการเงิน	41.48	2.97%	0.27	0.05%	0.39	0.07%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	18.17	1.30%	(0.74)	(0.12%)	4.54	0.76%
กำไรสุทธิสำหรับปี	85.81	6.14%	(10.93)	(1.82%)	18.846	3.17%

**แนวโน้มธุรกิจ**

จากการศึกษาความต้องการของตลาดโลก ตลาดการอุตสาหกรรมมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี 4.6% และตลาดสติกเกอร์หรือฉลากที่มีแนวโน้มอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี 5.5% ทั้งสองผลิตภัณฑ์มีการเติบโตเฉลี่ยสูงสุดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก จากข้อมูลนี้จะเห็นว่าแนวโน้มการเติบโตของทั้งสองธุรกิจยังมีการเติบโตที่ค่อนข้างดี และการเติบโตที่สูงในภูมิภาคเอเชียเป็นปัจจัยที่เกื้อกูลต่อซัพพลายเชนสำหรับการทำตลาดและการขยายตลาดโดยเฉพาะในแถบเอเชียซึ่งบริษัทมีฐานผลิต และมีเครือข่ายอยู่

แนวโน้มที่น่าจับตาและซัพพลายเชนการศึกษาในปัจจุบันคือแนวโน้มด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจจะเกิดการเปลี่ยนแปลงในวงการอุตสาหกรรม Environmental Disruption บริษัทมีการติดตามและศึกษาอุตสาหกรรมใกล้เคียงอื่น ๆ ที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานเพื่อที่จะเตรียมการให้เกิดผลกระทบด้านลบให้มากที่สุด

**ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขันในปี 2562 และแนวโน้มในปี 2563**
**ภาวะเศรษฐกิจปี 2562**
**ภาวะเศรษฐกิจโลก**

เศรษฐกิจโลกในปี 2562 อยู่ในภาวะอ่อนแอที่สุดนับตั้งแต่ เกิดเหตุการณ์ Financial Crisis หรือวิกฤตการณ์ทางการเงินโลก ในปี 2550-2552 จากการรายงานของ กองทุนการเงินระหว่างประเทศ หรือ ไอเอ็มเอฟ (IMF) โดย IMF ได้มีการประกาศปรับลดอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจโลกมาที่ 3.0%ในเดือนตุลาคมที่ผ่านมาจากมุมมองเดิมที่ 3.3% ในเดือนเมษายนปี 2562 ทิศทางการอ่อนแอและชะลอตัวทางเศรษฐกิจส่งผลอย่างชัดเจนในภาคอุตสาหกรรมการผลิตและการค้าโลกจากความไม่แน่นอน ของสงครามการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกา กับสาธารณรัฐประชาชนจีนที่ทวีความรุนแรงขึ้น นอกจากนี้การชะลอตัวลงอย่างชัดเจนในเขตเศรษฐกิจหลักอย่างยูโรโซนโดยเฉพาะ เยอรมันที่มีตัวเลขบ่งชี้ทางการผลิตที่ลดลงอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะในกลุ่มยานยนต์ สาเหตุส่วนหนึ่งน่าจะมาจากสถานการณ์ Brexit ซึ่งส่งผลกระทบต่อประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรปอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ในช่วงปลายปี 2562 และแนวโน้มเศรษฐกิจโลกในปี 2563 ยังคงมีทิศทางการชะลอตัวลงอย่างต่อเนื่องจากผลกระทบของสงครามการค้าที่ยังไม่มีทีท่าจะยุติ จะเห็นได้ว่าการผ่อนคลายนโยบายทางการเงินและการคลังในหลายประเทศเพื่อกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ สถานการณ์เศรษฐกิจโลกยังได้รับผลกระทบจากปัจจัยเสี่ยงอื่นๆที่ประทุขึ้นและกระจายตัวในหลายภูมิภาคทั่วโลก เช่น สถานการณ์การประท้วงในฮ่องกง สถานการณ์ความขัดแย้งทางการค้าระหว่างญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ หรือแม้กระทั่งความไม่เสถียรภาพของรัฐบาลในละตินอเมริกา รวมถึงความขัดแย้งในตะวันออกกลาง ปัจจัยใหม่ต่างๆเหล่านี้ ส่งผลในด้านลบต่อทิศทางเศรษฐกิจโลกในระยะยาว (ที่มา: EIC (Economic Intelligence Center) ธนาคารไทยพาณิชย์)

Country	GDP Growth (%YoY)				Export Growth (%YoY)		
	2562 Q2		2562 Q3	ต่ำสุดในรอบ (ไตรมาส)	2562 Q2		2562 Q3
สหรัฐฯ	2.3	↓	2.0	12Q (Q4/59)	-3.2	↑	1.8-
ยูโรโซน	1.2	↔	1.2		-3.6	↑	1.6-
ญี่ปุ่น	0.9	↓	1.3		-6.2	↑	1.3-
จีน	6.2	↓	6.0	111QfromQ1/35	-1.0	↑	0.4-
ฮ่องกง	0.4	↓	-2.9	41QfromQ3/52	-4.6	↓	6.3-
อินเดีย	5.0		-	25QfromQ2/56	-1.2	↓	3.8-
อินโดนีเซีย	5.1	↓	5.0	9QfromQ3/60	-8.9	↑	6.9-
เกาหลีใต้	2.0	↔	2.0		-8.6	↓	12.2-
มาเลเซีย	4.9	↓	4.4	4QfromQ4/61	-5.2	↑	3.6-
ฟิลิปปินส์	5.5	↑	6.2		1.8	↓	0.6
สิงคโปร์	0.1	↔	0.1	41QfromQ3/52	6.5-	↓	7.8-
ไต้หวัน	2.4	↑	2.9		-2.7	↑	0.8-
ไทย	2.3	↑	2.4		4.2-	↑	0.0
เวียดนาม	6.7	↑	7.3		9.0	↑	10.7

ที่มา: CEIC รวบรวมโดย สศช. ณ วันที่ 18 พฤศจิกายน 2562

## แนวโน้มเศรษฐกิจไทย

แนวโน้มเศรษฐกิจไทยจากการประเมินของ ธนาคารแห่งประเทศไทย ในภาพรวมมีแนวโน้มขยายตัวต่ำกว่า คาดและต่ำกว่าระดับที่ประเมินไว้เดิม โดยคาดว่าจะขยายตัวในอัตราร้อยละ 2.8 ในปี 2563 ปริมาณการส่งออกและการบริโภคภาคเอกชนมีแนวโน้มชะลอตัวลงตามภาวะการณเศรษฐกิจโลกและจากภาวะสงครามการค้า ภาวะการส่งออกของไทยคาดว่าจะมีทิศทางการขยายตัวระหว่างร้อยละ -2.0 ถึง 0 ซึ่งเป็นเหตุผลให้ภาครัฐและเอกชน คาดการณ์ว่า เศรษฐกิจไทยจะขยายตัวในระดับต่ำกว่าร้อยละ 3.0 ในส่วนของการลงทุนภาคเอกชน คาดว่าจะขยายตัวลดลงจากปี 2562 ตามภาคการส่งออกที่ยังไม่ฟื้นตัว ประกอบกับการก่อสร้างภาคอสังหาริมทรัพย์ที่ได้รับผลกระทบจากมาตรการ LTV นอกจากนี้ การบริโภคภาคเอกชนมีทิศทางชะลอตัวจากหลายๆปัจจัยกดดัน ได้แก่ ทิศทางการปล่อยสินเชื่อที่เข้มงวดมากขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจ การลดลงของยอดซื้อรถยนต์ และหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง

ด้านนโยบายทางการเงินจากการคาดการณ์ของหน่วยไอไอซี ธนาคารไทยพาณิชย์ คาดว่า กนง. จะยังคงรักษาระดับอัตราดอกเบี้ยนโยบายไว้ที่ระดับ 1.25% ซึ่งเป็นระดับที่ต่ำที่สุดในประวัติศาสตร์ เนื่องจากการลดดอกเบี้ยเพิ่มเติมจะทำให้มาตรการการกระตุ้นเศรษฐกิจมีประสิทธิภาพจำกัดในช่วยที่ภาวะเศรษฐกิจยังซบเซา ส่วน KResearch โดย ธนาคารกสิกรไทยมองว่า ยังมีความเป็นไปได้ที่อัตราดอกเบี้ยนโยบายของไทยจะลดลงต่ำกว่า 1.25% ทางด้านค่าเงินบาทยังมีทิศทางทรงตัวในระดับแข็งค่าต่อเนื่องตามดุลบัญชีเดินสะพัดที่ยังอยู่ในระดับที่เกินดุลอยู่มากเมื่อเทียบกับประเทศอื่นในภูมิภาค ขณะที่อัตราเงินเฟ้อ ธนาคารไทยพาณิชย์คาดว่าจะอยู่ที่ระดับ 0.8% จากทิศทางราคาน้ำมันดิบโลกที่มีแนวโน้มลดลงตามภาวะเศรษฐกิจโลกที่ยังซบเซา อย่างไรก็ตาม ปัจจัยที่น่าจับตามองตอนนี้คือสงครามระหว่าง สหรัฐฯกับอิหร่านซึ่งถ้าหาปะทุขึ้น อาจทำให้ราคาน้ำมันปรับตัวสูงขึ้นถึงร้อยละ 20 ซึ่งจะกดดันภาวะเศรษฐกิจของไทยต่อไป นอกจากนี้ ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวยังอาจได้รับผลกระทบจาก SARS สายพันธุ์ใหม่ อย่างไรก็ตาม นักวิเคราะห์จากหลายสถาบันคาดว่า ปัจจัยต่างๆเหล่านี้ยังไม่ส่งผลกระทบทถึงระดับ Asian Crisis ในปี 2540

ประมาณการเศรษฐกิจปี 2562 -2563

เครื่องชี้ที่สำคัญ (%YoY ยกเว้นระบุเป็นอย่างอื่น)	2561	2562F		2563F	
		ณ 1ต.ค.62	ณ 9ธ.ค.62	กรณีฐาน	กรอบ ประมาณการ
อัตราการขยายตัวของ GDP	4.1	2.8	2.5	2.7	2.5-3.0
การบริโภคภาคเอกชน	4.6	4.2	4.5	3.9	3.5-4.2
การบริโภคภาครัฐบาล	1.8	2.3	2.2	2.3	2.0-2.5
การลงทุน	3.8	2.8	2.3	3.7	3.0-4.4
- เอกชน	3.9	3.2	2.9	3.0	2.7-3.7
- ภาครัฐ	3.3	1.5	0.9	6.9	5.0-7.5
การส่งออก(ฐานมูลค่าการกรในรูปดอลลาร์ฯ)	6.9	-1.0	-2.5	-1.0	-2.0 ถึง 1.0
การนำเข้า(ฐานมูลค่าการกรในรูปแบบดอลลาร์ฯ)	12.1	3.0-	5.0-	0.0	2.0-1.0-
อัตราเงินเฟ้อทั่วไป	1.1	0.8	0.7	0.7	0.9-0.4
ราคาน้ำมันดิบดูไบเฉลี่ย (USD/Barrel)	69.1	68.0	63.0	60	62.0-57.0

ที่มา: สศช. กระทรวงการคลัง กระทรวงพาณิชย์ ประมาณการโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย ณ วันที่ 9 ธันวาคม 2562

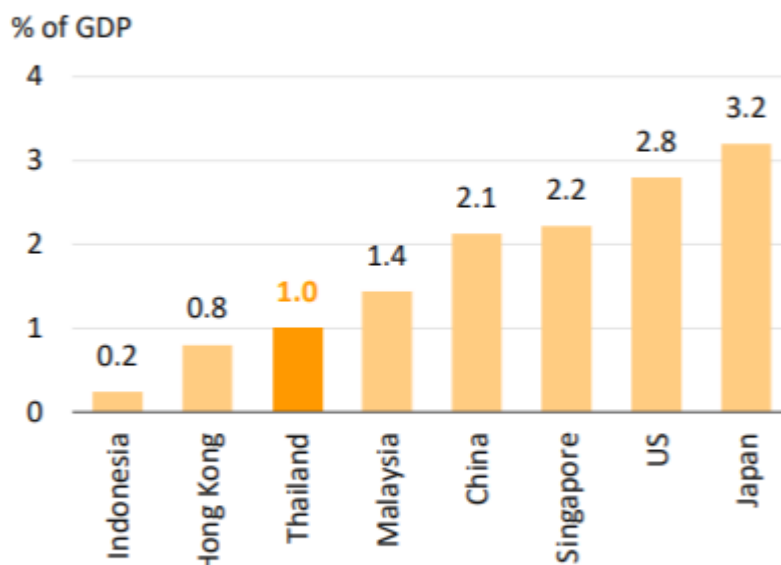
กล่าวโดยสรุปคือ เศรษฐกิจไทยใน ปี 2563 ยังต้องอาศัยมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจเพิ่มเติมจาก ภาครัฐบาลเพื่อให้สามารถรักษาระดับการเติบโตที่ท้าทายนี้ได้ ทั้งยังต้องเร่งรัดการเบิกจ่ายงบประมาณปี 2563 โดยเร็ว ท่ามกลางปัจจัยท้าทายของสงครามการค้าที่มีท่าทีไม่จบสิ้น และเศรษฐกิจหลักของโลกเข้าสู่ภาวะชะลอตัวลง ค่าเงินบาทยังมีปัจจัยหนุนให้แข็งค่าต่อ ค่าแรงงานขึ้นต่ำที่เพิ่มขึ้นในขณะที่การจ้างงานเข้าสู่ภาวะถดถอย และปัญหาภัยแล้งที่ท้าทายจะทวีความรุนแรงขึ้น

## ภาพรวมอุตสาหกรรม

ปัญหาเชิงโครงสร้างของไทยกดดันความสามารถในการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรมโดยรวมของไทย โดยดัชนีชี้วัดความสามารถด้านการแข่งขันปี 2562 (The Global Competitiveness Index (GCI) 2019, WEF)

พบว่าไทยมีคะแนนรวมดีขึ้นเป็น 68.1 จาก 67.5 ในปี 2561 แต่ปรับลดอันดับลงมาอยู่ที่อันดับ 40 จากอันดับที่ 38 ในปีก่อนหน้า ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าไทยมีพัฒนาการที่ดีขึ้น แต่ไม่เร็วพอที่จะก้าวทันการเปลี่ยนแปลงของโลกเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ทั้งนี้ ปัจจัยเด่นของไทยจากการวิเคราะห์ของหน่วยวิจัยเศรษฐกิจ ธนาคารกรุงศรีฯ พบว่าไทยมีปัจจัยเด่นที่สนับสนุนพัฒนาการของภาคอุตสาหกรรมไทย คือ ภาวะเศรษฐกิจมหภาคที่มีเสถียรภาพ ภาคการเงินมีความเข้มแข็ง และกฎระเบียบเอื้อต่อผู้ประกอบการ โดยด้านที่มีพัฒนาการชัดเจน คือ เทคโนโลยี โทรมคมนาคมสารสนเทศ (ICT adoption) และความโปร่งใสของงบประมาณ (Budget Transparency) ที่เป็นองค์ประกอบภาคสถาบัน หน่วยวิจัยเศรษฐกิจ ธนาคารกรุงศรีฯ เห็นว่า ไทยควรต้องเร่งพัฒนา ความสามารถด้านนวัตกรรม ซึ่งไทยได้คะแนนอยู่ที่ 43.9 จากคะแนนเต็ม 100 คะแนน ซึ่งน้อยกว่าหลายประเทศเช่น มาเลเซียได้อยู่ที่ 55 อินเดีย 50.9 และจีนที่ 64.8 สาเหตุสำคัญน่าจะมาจาก ค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนาของไทยที่อยู่ระดับเพียง 1% ของ GDP แม้ว่า รัฐบาลจะออกมาตรการสนับสนุนในหลายๆด้านเพื่อให้เกิการลงทุนในส่วนนี้ในปีที่ผ่านมา แต่เนื่องจากไทยมีปัญหาเชิงโครงสร้างที่สะสมมายาวนาน และสินค้าส่งออกของไทยส่วนใหญ่พึ่งพิงสินค้าที่ไม่มีเทคโนโลยีซับซ้อน ทำให้ภาคส่งออกไม่แข็งแรงเมื่อเทียบกับประเทศอื่น และเป็นข้อจำกัดด้านการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรมไทย นอกจากนี้ การเข้าสู่สังคมสูงวัยอาจส่งผลกระทบต่อโครงสร้างการผลิตบางภาคอุตสาหกรรมของประเทศไทยในระยะข้างหน้า

**Figure 11: R & D Expenditure**



Source: The Global Competitiveness Report 2018, WEF, Krungsri Research  
Note: R & D expenditure in 2017

## อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า การส่งออกอาหารและเครื่องดื่มของไทยทั้งปี 2562 จะเติบโตที่ร้อยละ 3.5(YoY) หรือคิดเป็นมูลค่าราว 26,600 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในขณะที่ ปี 2563 ยังมีความท้าทายและน่าจะเติบโตในกรอบที่จำกัด จากปัจจัยที่ท้าทายภาวะเศรษฐกิจไทยและภาวะเศรษฐกิจโลก สิ่งที่จะเป็นตัวกำหนดอนาคตของอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มน่าจะเป็น สินค้าที่สอดคล้องกับ แนวโน้มการบริโภคในอนาคตของผู้บริโภค เช่น อาหารสุขภาพ โปรตีนทางเลือก อาหารทางการแพทย์ หรือ แม้กระทั่งอาหารพร้อมทาน เป็นต้น ซึ่งจะเป็นสินค้าที่มีศักยภาพสูงในการเติบโตและตอบสนองอย่างมากต่อความต้องการของผู้บริโภคในตลาดปลายทาง ซึ่งปัจจุบันเติบโต



สูงกว่าค่าเฉลี่ย แม้มูลค่าจะไม่สูงมากแต่มีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่อง ในระยะที่ผ่านมา ไทยยังส่งออกสินค้าในกลุ่มดังกล่าวในรูปแบบของอาหารสดหรือแปรรูปขั้นต้น-กลาง อาทิ ผักผลไม้-เครื่องปรุงรส-ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปและเครื่องดื่มออร์แกนิก เป็นต้น ซึ่งคู่แข่งก็เริ่มหันมาเจาะตลาดเหล่านี้มากขึ้นเช่นกัน เพราะเป็นสินค้าที่เกาะไปกับเทรนด์การบริโภคที่ทั่วโลกสนใจ ส่วนการผลิตและพัฒนาไปถึงการแปรรูปผลิตภัณฑ์ขั้นสูงเพื่อส่งออก เช่น โปรตีนทางเลือกจากพืชและแมลง อาหารทางการแพทย์ สารสกัดจากสมุนไพร อาหารเสริมและกลุ่ม Superfood ฯลฯ ยังมีเพียงส่วนน้อยและอยู่ในระยะเริ่มต้น ดังนั้น การจะก้าวไปถึงจุดนั้นได้จำเป็นต้องอาศัยการลงทุน ร่วมกับการวิจัยและพัฒนาและการได้รับการรองรับมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ซึ่งหากทำได้น่าจะเป็นสิ่งหนึ่งที่จะทำให้สินค้าที่ถูกผลิตและพัฒนามีโอกาสทางการธุรกิจเพิ่มขึ้น

### อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษ

อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์เป็นหนึ่งในฟันเฟืองทางเศรษฐกิจที่สำคัญของภาคการผลิต โดยจะเติบโตควบคู่ไปกับอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจและภาคการผลิต ซึ่งในปี 2561 อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์โลกมีมูลค่าราว 8.76 แสนล้านดอลลาร์ และคาดว่าจะเติบโตต่อเนื่องทะลุ 1 ล้านล้านดอลลาร์ ในปี 2566 ทำให้ตลาดเครื่องจักรบรรจุภัณฑ์มีการเติบโตเพิ่มขึ้นตามไปด้วยในอัตราเฉลี่ยปีละ 5.15% ซึ่งตลาดเครื่องจักรบรรจุภัณฑ์ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกครองส่วนแบ่งมากที่สุดที่ 36% เนื่องจากภูมิภาคนี้เป็นฐานการผลิตสินค้าสำคัญของโลกมีทั้งผู้ผลิตอาหาร เครื่องดื่ม และผลิตภัณฑ์ต่างๆ

สำหรับภาคการผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษในเดือนสิงหาคม 2562 ปริมาณการผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษรวมประมาณ 190,720 ตันโดยเมื่อเทียบกับเดือนก่อนปริมาณการผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษเพิ่มขึ้น 3,676 ตัน คิดเป็นร้อยละ 1.97 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน (ที่มา: Packaging Industrial Intelligence Unit) ปริมาณการผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์กระดาษในภาพรวมปรับตัวเพิ่มขึ้น จากการเพิ่มปริมาณการผลิตกล่องกระดาษลูกฟูก โดยเฉพาะเพื่อการขนส่งสินค้าอุปโภคบริโภคในประเทศ และสินค้ากลุ่ม Ecommerce ที่ยังคงมีศักยภาพที่ดี ในขณะที่การส่งออกสินค้าหมวดต่างๆ ยังคงชะลอตัว รวมทั้งสินค้ากลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้กระดาษลูกฟูกที่ยังหดตัวต่อเนื่อง

### อุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า

ภาพรวมการค้าระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า ณ เดือน พฤศจิกายน 2562 จากการรายงานของศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ พบว่า การส่งออกเครื่องหนังและรองเท้า มีมูลค่าสะสม 11 เดือนรวมทั้งสิ้น 1,730.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.08 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้าแบ่งเป็น (1) การส่งออกกลุ่มเครื่องหนัง มีมูลค่า 1,151.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.88 และ (2) การส่งออกกลุ่มรองเท้า มีมูลค่า 579.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.54 ขณะที่ภาพรวมการนำเข้าสะสมของอุตสาหกรรมดังกล่าว มีมูลค่า 1,974.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.60 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน แบ่งเป็น (1) การนำเข้ากลุ่มเครื่องหนัง มีมูลค่า 1,368.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.90 และ (2) การนำเข้ากลุ่มรองเท้า มีมูลค่า 606.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 24.10 และส่งผลให้ภาพรวมดุลการค้าขาดดุล คิดเป็นมูลค่า 243.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

สำหรับตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องหนังและรองเท้า (จำแนกตามรายผลิตภัณฑ์) รายประเทศ 5 อันดับแรกพบว่า ผลิตภัณฑ์หนังและผลิตภัณฑ์หนังฟอกและหนังอัด เวียดนามเป็นตลาดหลักในสินค้ากลุ่มนี้ โดยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.55 หรือคิดเป็นมูลค่า 232.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ รองลงมาได้แก่ จีน ฮองกง อินโดนีเซีย และอินเดีย ซึ่งมีมูลค่าส่งออก (สะสม) อยู่ที่ 97.0, 74.5, 56.6 และ 44.2

### ความเคลื่อนไหวราคาน้ำมันดิบ

ในเดือนมกราคม ปี 2563 ราคาน้ำมันดิบปรับเพิ่มขึ้นแตะระดับสูงสุดในรอบ 3 เดือน ซึ่งสูงถึง 65 USD/BBL (WTI) และของทางฝั่ง Brent อยู่ที่ 70 USD/BBL ตั้งแต่ช่วงปลายเดือนธันวาคม เนื่องมาจากความร่วมมือระหว่างผู้ผลิตกลุ่ม OPEC ที่เดินทางร่วมมือกันปรับลดกำลังการผลิตลง ประมาณ 2.1 ล้าน บาร์เรล/วัน

ในช่วง Q1 ปี 2563 นี้ นอกจากปัจจัยที่ยังคงเป็นความกังวลทั้งผู้ซื้อและผู้ขายคือ ความเสี่ยงที่จะเกิดสงครามโลกครั้งที่ 3 หลังสหรัฐฯ ส่งการให้สังหารผู้นำคนสำคัญของอิหร่าน และอิหร่านก็ประกาศชัดเจนว่าจะทำการตอบโต้สหรัฐให้เต็มกำลัง โดยจะไม่ปฏิบัติตามข้อตกลงนิวเคลียร์ปี 2558 อีกต่อไป ทำให้ราคาน้ำมันดิบซึ่งเป็นปัจจัยหลักของราคาจะสามารถผันผวนได้ตามสถานการณ์ทันที หากอิหร่านตอบโต้โดยการปิดอ่าว霍尔มุสซึ่งเป็นช่องทางการขนส่งน้ำมันที่สำคัญที่สุด ที่เอเชียต้องอาศัยการขนส่งน้ำมันเส้นทางนี้มาจากทางตะวันออกกลาง หากการตอบโต้เกิดขึ้นจริง ปริมาณอุปทานน้ำมันที่จะสามารถนำมาใช้ในกระบวนการผลิตจะได้รับผลกระทบอย่างแน่นอน

## การจัดการผลิตภัณฑ์หรือบริการ

### การจัดหาวัตถุดิบ

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

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับคุณภาพวัตถุดิบที่จะนำมาใช้ในการผลิตสินค้าเป็นอย่างมาก โดยก่อนที่จะทำการสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้จำหน่ายรายใด บริษัทฯ จะมีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้จำหน่ายที่ประเมินจากประวัติของคู่ค้าและผลงานที่เชื่อถือได้ มาตรฐานของผลิตภัณฑ์ ราคา รวมถึงระบบป้องกันมลพิษ ซึ่งหลักเกณฑ์ในการประเมินเหล่านี้จะต้องมีความสอดคล้องกับระบบจัดการสิ่งแวดล้อม เมื่อมีมาตรฐานตามเกณฑ์ที่กำหนดจึงจะดำเนินการสั่งซื้อเพื่อนำวัตถุดิบดังกล่าวมาเข้าสู่กระบวนการผลิตสินค้า ที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้มีการจัดซื้อวัตถุดิบจากผู้ผลิตหรือผู้จัดหาทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ 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 มีหน้าที่ในการวางแผนในการผลิตทั้งหมดของบริษัทฯ เริ่มตั้งแต่การกำหนดปริมาณวัตถุดิบที่จะใช้ไปจนถึงจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการผลิตให้กับลูกค้า ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดสำหรับการผลิตที่มีคุณภาพ และเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ประหยัดต้นทุนในการผลิต และรักษาระยะเวลาที่เหมาะสมในการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ในสต็อกสินค้า รวมทั้ง คำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดในการดำเนินธุรกิจ ทั้งในด้านแรงงาน เครื่องจักร วัตถุดิบ กระบวนการผลิต เนื่องจากความต้องการของลูกค้านั้นอาจเกิดจากการสั่งซื้อจริงที่เกิดขึ้น การแจ้งความต้องการ หรือสั่งซื้อล่วงหน้า การวางแผนจึงแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ การผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า (Made to Order) ภายใต้ตราสินค้าของบริษัทฯ และการผลิตเพื่อรักษาปริมาณสินค้าคงคลังขั้นต่ำ (Made to Stock) เพื่อดำรงปริมาณขั้นต่ำของสินค้าคงคลัง และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่มีการสั่งสินค้าทำทางบริษัทฯ ต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

การวางแผนการผลิตมีทั้งแผนระยะสั้นและระยะยาว ซึ่งแผนการผลิตในระยะยาวส่วนมากจะเป็นไปในลักษณะของการลงทุนเพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจในอนาคต เช่น การวางแผนในการซื้อเครื่องจักร การวางแผนด้านบุคลากร ทั้งนี้ แผนการผลิตในระยะยาวนี้จะมีระยะเวลาเกิน 1 ปีขึ้นไป ในส่วนของแผนการผลิตระยะสั้นนั้น จะเน้นไปที่การเพิ่มกำลังการผลิตและการขยายกิจการในทุกเดือน ซึ่งแผนวางแผนการผลิตจะมีการประชุมร่วมกับแผนกขาย แผนกคลังสินค้า แผนกจัดซื้อ และแผนกธุรการขาย เพื่อจัดเตรียมแผน เช่น การพิจารณาปริมาณการส่งผลิตสินค้าเปรียบเทียบกับยอดขายที่คาดการณ์และยอดขายจริง 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 ได้มีการจ้างบริษัทที่ได้รับอนุญาตจากกรมโรงงานอุตสาหกรรมเป็นผู้ดำเนินการกำจัดของเสียอุตสาหกรรมเหล่านี้ ซึ่งมีความถูกต้องและเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้

## ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทตระหนักและให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจในทุกๆ ด้าน รวมถึงการจัดการและบริหารความเสี่ยงขององค์กร เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของบริษัทฯ ดังนั้น การเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น รวมถึง การหาแนวทางในการจัดการและลดปัจจัยความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ทุกรูปแบบที่จะทำให้ความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อยู่ในระดับที่สามารถควบคุมและยอมรับได้ โดยปัจจัยความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของ บริษัทฯ สามารถแบ่งได้เป็น

- ความเสี่ยงเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติการ (Operations Risk)
- ความเสี่ยงทางด้านตลาด (Marketing Risk)
- ความเสี่ยงทางการเงิน (Financial Risk)
- ความเสี่ยงจากกฎระเบียบข้อบังคับต่างๆ (Compliance Risk)
- ความเสี่ยงด้านสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ (Climate Change)

### 1. ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน (Operations Risk)

ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบุคลากรและทีมวิจัยที่มีความเชี่ยวชาญในการวิจัยและพัฒนาแก้วที่ใช้ในอุตสาหกรรม

บริษัทมีการพึ่งพิงทีมวิจัยและพัฒนาที่ประกอบด้วยนักวิทยาศาสตร์ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านการคิดค้นสูตรการผลิตและวิจัยแก้ว ซึ่งเป็นสาขาวิชาชีพที่มีจำนวนน้อยและอาจเกิดการขาดแคลนได้ บริษัทฯ จึงตระหนักถึงการสร้างแรงจูงใจให้นักวิทยาศาสตร์ให้ทำงานกับบริษัทฯ โดย บริษัทฯ ให้ความสำคัญทั้งด้านสวัสดิการที่เหมาะสมและสามารถสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานได้ รวมไปถึงการสร้างแนวทางการเจริญเติบโตที่ยั่งยืนของบริษัทฯ เพื่อให้พนักงานเห็นถึงความมั่นคงและเชื่อมั่นในบริษัทอันเป็นผลให้อัตราการลาออกของพนักงานอยู่ในระดับต่ำ ส่วนในความเสี่ยงจากการพึ่งพิงทีมวิจัยและพัฒนานั้น บริษัทฯ ประเมินว่าความเสี่ยงดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำและบริษัทมีแผนที่จะพัฒนาระบบเทคโนโลยีด้านการวิจัยและพัฒนา รวมถึงการจัดทำคลังความรู้ที่นักวิทยาศาสตร์คิดค้นได้ไว้เพื่อลดความเสี่ยงด้านการพึ่งพิงบุคลากรอีกทางหนึ่ง

อย่างไรก็ตาม บริษัทมั่นใจว่าจากการที่บริษัทฯ ผลักดันตัวเองให้ขึ้นมาเป็นผู้นำในระดับอาเซียนด้านการผลิตและจำหน่ายกาวยาที่ใช้ในอุตสาหกรรมซ่อมส่งผลให้บริษัทฯ ได้รับความสนใจจากนักวิทยาศาสตร์ที่มีความรู้และมีประสบการณ์สูง และสามารถจับใจบุคลากรเหล่านี้มาร่วมงานกับบริษัทฯ ได้ในอนาคต

## 2. ความเสี่ยงทางด้านการตลาด (Marketing Risk)

### ความเสี่ยงจากภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม

ผลิตภัณฑ์กาวยาที่ใช้ในอุตสาหกรรมเป็นส่วนประกอบสำคัญของผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมเครื่องหนังและรองเท้า และอุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้าง อุตสาหกรรมเหล่านี้เป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ตามขนาดอุตสาหกรรม จึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะมีคู่แข่งทั้งรายใหญ่และรายย่อยในตลาดนี้ คู่แข่งดังกล่าวมีทั้งผู้ผลิตกาวยาภายในประเทศและจากต่างประเทศ จำนวนคู่แข่งที่มีอยู่อาจนำมาซึ่งผลกระทบต่อความไม่แน่นอนของสัดส่วนทางการตลาดที่บริษัทฯ ครอบครองอยู่ อีกทั้ง ยังอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ในกรณีที่บริษัทฯ ถูกแย่งสัดส่วนทางการตลาดในการผลิตและจัดจำหน่ายกาวยาให้กับคู่แข่งไป ทั้งหมดนี้จึงเป็นสาเหตุที่บริษัทฯ ต้องคำนึงถึงความเสี่ยงจากสภาวะการแข่งขันที่สูงในธุรกิจกาวยาที่ใช้ในอุตสาหกรรม ปัจจุบันบริษัทฯ มีอัตราส่วนการผลิตและจัดจำหน่ายของกลุ่มธุรกิจกาวยาอุตสาหกรรม คือ อัตราส่วนการผลิตและจำหน่ายภายในประเทศประมาณร้อยละ 60 ของรายได้จากการขาย และส่งออกต่างประเทศประมาณร้อยละ 40 ของรายได้จากการขาย ตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม จากประสบการณ์การดำเนินงานในธุรกิจกาวยาที่ใช้ในอุตสาหกรรมกว่า 30 ปี การที่บริษัทฯ มีพันธมิตรทางการค้าที่ยาวนาน มีทีมวิจัยและพัฒนาที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการปรับปรุงคุณสมบัติของกาวยาให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นได้จากผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ยอมรับทั้งในประเทศ ตลาดเอเชีย แอฟริกา ออสเตรเลีย อเมริกาและยุโรป นอกจากนี้ อาจกล่าวได้ว่าถึงแม้ตลาดกาวยาจะมีคู่แข่งทั้งรายใหญ่และรายย่อยจำนวนมากก็ตาม แต่คู่แข่งที่มีศักยภาพเทียบเท่าบริษัทฯ ในประเทศยังมีจำนวนน้อยราย ทำให้บริษัทฯ ยังคงได้รับความไว้วางใจให้เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายกาวยาที่ใช้ในอุตสาหกรรมให้แก่กลุ่มอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ในประเทศไทยและต่างประเทศ สำหรับการแข่งขันภายในประเทศ บริษัทฯ มีความมั่นใจในการขยายฐานลูกค้าและกำลังการผลิตให้ตอบสนองการเติบโตของบริษัทฯ ควบคู่ไปกับการพัฒนาคุณภาพ ส่วนการจำหน่ายไปยังต่างประเทศนั้น บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะเพิ่มสัดส่วนการจำหน่ายสินค้าไปยังต่างประเทศให้มากขึ้น ปัจจุบันบริษัทฯ เป็นผู้ผลิตรายแรกและรายเดียวที่สามารถผลิตกาวยา Polyurethane Reactive Hot Melt (HMPUR) ได้ในประเทศไทย ซึ่งผลิตภัณฑ์กาวยา HMPUR เป็นกาวยาประเภทคงรูป (Thermosetting) ที่มีความแข็งแรงสูง โดยบริษัทฯ มีทีมวิจัยและพัฒนาที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการปรับปรุงคุณสมบัติของกาวยาให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

นอกจากนี้ การที่บริษัทฯ ได้มาซึ่งอำนาจควบคุมในบริษัทพีเอ็มซี เลเบิล แมททีเรียลส์ จำกัด ในประเทศไทย และ บริษัท พีเอ็มซี เลเบิล แมททีเรียลส์ พีทีอี ลิมิเต็ด ใน ประเทศสิงคโปร์ ทำให้บริษัทฯ ฐานการจำหน่ายในต่างประเทศที่มั่นคงอย่างประเทศสิงคโปร์ ซึ่งจะสามารถช่วยให้บริษัทฯ สามารถขยายฐานการจำหน่ายสินค้าเข้าสู่ประเทศอื่นๆต่อไป

### ความเสี่ยงจากการแข่งขันจากสินค้าทดแทน

ผลิตภัณฑ์หลักที่บริษัทฯ ผลิตและจัดจำหน่าย แบ่งออกเป็น 2 สายดำเนินงาน คือ 1. กาวยาที่ใช้ในอุตสาหกรรม ที่ใช้เป็นวัสดุยึดติดผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ และ 2. ฉลากที่มีกาวยาในตัวหรือสติ๊กเกอร์ ซึ่งผลิตภัณฑ์อื่นที่สามารถนำมาใช้งานเพื่อวัตถุประสงค์และคุณสมบัติเดียวกันในตลาดมีอยู่หลายประเภท เช่น เทปกาวยา/เทปผ้า สำหรับการติดกล่องบรรจุภัณฑ์ หรือซิลิโคนที่สามารถประยุกต์ใช้ทดแทนกาวยาในการเชื่อมกระจก เป็นต้น ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกจากสินค้าทดแทนที่หลากหลาย หากผู้บริโภคเลือกใช้ผลิตภัณฑ์อื่นแทนผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ อาจส่งผลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ หรือกาวยาเป็นสินค้าทดแทนในธุรกิจกลุ่มสติ๊กเกอร์ได้ รวมถึงการใช้ฉลากที่มีการพิมพ์ลงไปในกล่องหรือบรรจุภัณฑ์ต่างๆ ทำให้ไม่ต้องใช้กาวยาหรือสติ๊กเกอร์ ก็เป็นสิ่งที่สามารถทดแทนการใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯได้

อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะต้องลงทุนเปลี่ยนแปลงเครื่องจักร ซึ่งอาจส่งผลให้ผู้ผลิตอาจต้องหยุดการผลิตชั่วคราว ดังนั้น จึงเป็นไปได้ยากที่กลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ จะเปลี่ยนไปใช้สินค้าทดแทนอื่น นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ จะถูกวิจัย พัฒนา และปรับปรุงคุณสมบัติให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าที่ต้องการยึดติดวัสดุต่างๆ เนื่องจากวัสดุแต่ละชนิดมีลักษณะและการใช้งานแตกต่างกัน อีกทั้ง ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ยังสามารถประยุกต์ใช้ได้หลายอุตสาหกรรมและมีความปลอดภัย จึงได้รับความนิยมและหาสินค้าทดแทนได้ยาก

### 3. ความเสี่ยงทางการเงิน (Financial Risk)

#### ความเสี่ยงต้นทุนที่ผันผวนจากราคาวัตถุดิบที่แปรผันตามตลาดโลก

บริษัท ประกอบธุรกิจผลิตกาวยาที่ใช้ในอุตสาหกรรม ซึ่งต้องใช้วัตถุดิบ นั่นคือ ยางเรซิน และโพลีคลอโรพรีน (Polychloroprene) เป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิต และวัตถุดิบดังกล่าวเป็นผลผลิตจากการกลั่นน้ำมันดิบ รวมถึงบริษัทยังใช้ Solvent Chemical ที่ผลิตจากการกลั่นน้ำมันดิบเป็นตัวทำละลายในกาวยา Solvent อีกด้วย ซึ่งต้นทุนของวัตถุดิบกลุ่มนี้คิดเป็นต้นทุนร้อยละ 60-70 ของวัตถุดิบโดยรวม ทำให้ต้นทุนของบริษัทอาจเกิดการผันผวนจากอุปสงค์และอุปทานน้ำมันดิบโลก รวมถึงสถานการณ์น้ำมันในตลาดโลกซึ่งมีความไม่แน่นอน บริษัทฯตระหนักถึงความสำคัญด้านนี้ และได้มีการทำสัญญาตรึงปริมาณการใช้และราคาของวัตถุดิบสำคัญ ทำให้สามารถบริหารปริมาณการใช้วัตถุดิบกลุ่มนี้ และยังสามารถตรึงราคาวัตถุดิบกลุ่มนี้ไม่ให้สูงจนเกินไป เพื่อป้องกันความผันผวน นอกจากนี้ บริษัทยังได้มีการทบทวนปริมาณการใช้และระดับราคาของกลุ่มวัตถุดิบสำคัญเหล่านี้ทุกๆปี เพื่อให้มั่นใจว่า บริษัทจะไม่ขาดแคลนวัตถุดิบสำคัญเหล่านี้ และ ยังสามารถรักษาระดับต้นทุนไม่ให้สูงหรือผันผวนจนเกินไปอีกด้วย นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญกับการไม่ผูกขาดทางการค้ากับคู่ค้าเพียงรายเดียว ทำให้สามารถบริหารและจัดการสรรหาวัตถุดิบได้ รวมถึงการมีวัตถุดิบทดแทน ซึ่งทีมวิจัยและพัฒนาของบริษัทได้ตระหนักถึงความเสี่ยงนี้และมีการสร้างสูตรการผลิตที่สามารถหาวัตถุดิบทดแทนได้อย่างต่อเนื่องในกรณีที่วัตถุดิบชนิดใดชนิดหนึ่งมีราคาสูงจนเกินไป บริษัทฯก็สามารถปรับสูตรการผลิตเพื่อใช้วัตถุดิบอื่นที่ราคายังไม่สูงทดแทนได้ บริษัทฯจึงประเมินว่า บริษัทฯสามารถบริหารและจัดการความเสี่ยงในข้อนี้ได้ให้มีผลกระทบต่อการดำเนินงานน้อยที่สุด

ที่ผ่านมาบริษัทฯ มีการติดตามข้อมูลข่าวสารและแนวโน้มราคาของวัตถุดิบหลักอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้สามารถวางแผนบริหารจัดการการสั่งซื้อวัตถุดิบได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้มีการบริหารจัดการสต็อกวัตถุดิบคงเหลือให้สอดคล้องกับปริมาณความต้องการวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตได้อย่างเพียงพอและทันเวลาต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้สามารถควบคุมระดับสัดส่วนของต้นทุนขายไม่ให้มีความผันผวนจนส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของบริษัทฯ

#### ความเสี่ยงจากการผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

นอกจากที่บริษัทฯ นำเข้าวัตถุดิบในการผลิตจากต่างประเทศ บริษัทฯ ยังได้ส่งออกสินค้าไปจำหน่ายยังต่างประเทศ กว่า 27 ประเทศสำหรับธุรกิจกาวยาอุตสาหกรรม และ กว่า 12 ประเทศทั่วโลกสำหรับธุรกิจสติกเกอร์ ทำให้บริษัทฯ มีความเสี่ยงด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศทั้งจากการต้องชำระค่าวัตถุดิบและการรับชำระเงินจากลูกค้าเป็นสกุลเงินตราต่างประเทศ ได้แก่ เงินดอลลาร์สหรัฐฯ เงินยูโร เงินเยน หรือแม้กระทั่งสิงคโปร์ดอลลาร์ เป็นต้น

ในปี 2560 – 2562 บริษัทฯ มียอดซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46.99, 42.92 และ 60.62 ของยอดซื้อวัตถุดิบรวมตามลำดับ ซึ่งหากเกิดเหตุการณ์ทางเศรษฐกิจที่ทำให้ค่าเงินบาทมีแนวโน้มอ่อนค่าลงเมื่อเทียบกับค่าเงินตราต่างประเทศที่กล่าวมาข้างต้น โดยเฉพาะเงินดอลลาร์สหรัฐฯซึ่งเป็นเงินต่างประเทศสกุลหลักที่เป็นรายรับของบริษัทฯ และชำระค่าสินค้าให้แก่บริษัทผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ก็อาจส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของบริษัทฯ ได้

ทั้งนี้ บริษัทฯ มีนโยบายบริหารจัดการความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศด้วยการทำ Natural Hedge กล่าวคือ บริษัทฯพยายามนำรายได้จากสกุลเงินต่างประเทศไปใช้กับการชำระเงินในสกุลเงินเดียวกันเพื่อลดค่าไรหรือขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ และการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) กับสถาบันการเงิน แต่ไม่ได้ป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนทั้งจำนวนจากการซื้อสินค้าทุกสกุลเงิน และบริษัทฯยังได้กำหนดนโยบายและกฎเกณฑ์ภายในที่ครอบคลุมการทำธุรกรรมดังกล่าวในระดับที่เหมาะสมอีกด้วย นอกจากนี้ในการนำเข้าสินค้าส่วนใหญ่ บริษัทฯ ใช้สกุลเงินหลัก คือ ดอลลาร์สหรัฐฯ และ มีการขายเป็น ดอลลาร์สหรัฐฯเช่นกัน ดังนั้น บริษัทฯจึงใช้นโยบายการทำ Natural Hedge เพื่อลดความรุนแรงของการผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนในขั้นแรก และ ทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าเพื่อรักษาระดับกำไรตามงบประมาณ โดยในปี 2562 บริษัทฯ ได้มีการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าในสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐฯ กับธนาคารในวงเงิน 5.28 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนที่อาจเกิดขึ้นได้ และจากข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562





บริษัทฯ มีสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า 1.61 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 48.65 ล้านบาท อีกทั้ง ยังมีบัญชีเงินตราต่างประเทศ เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนได้อย่างเหมาะสม รวมถึงให้ความสำคัญและติดตามสถานการณ์อัตราแลกเปลี่ยนอยู่เสมอ

#### ความเสี่ยงจากการความสามารถในการชำระหนี้

ในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้ทำการเข้าซื้อกิจการและได้มาซึ่งอำนาจควบคุมในบริษัทพีเอ็มซี เลเบิล แมททีเรียลส์ จำกัด ในประเทศไทย และ บริษัท พีเอ็มซี เลเบิล แมททีเรียลส์ ฟิธีโอ ลิมิเตด ในประเทศสิงคโปร์ ซึ่งเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสติ๊กเกอร์และผลิตภัณฑ์ฉลากในเดือนมกราคม 2562 ส่งผลให้บริษัทฯ มีภาระเงินกู้ ที่ต้องชำระจำนวน 200 ล้านบาทที่บริษัทซีล็ค คอร์ป จำกัด (มหาชน) และภาระเงินกู้จำนวน 500 ล้านบาทที่ บริษัท พีเอ็มซี เลเบิล แมททีเรียลส์ จำกัด ในประเทศไทย ซึ่งภาระหนี้ทั้งสองส่วนนี้ได้มีการเริ่มชำระแล้วตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2562 ที่ผ่านมา ซึ่งหากเกิดเหตุการณ์ที่ทำให้บริษัทไม่ได้รับชำระเงินจากลูกค้า อาจส่งผลกระทบต่อกระแสเงินสดของบริษัทและกระทบต่อความสามารถในการชำระหนี้ในที่สุด

เพื่อจำกัดผลกระทบในด้านนี้ บริษัทฯ ได้ทำการตรวจสอบผลการชำระหนี้ในแต่ละวันของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และรอบคอบ รวมทั้งตรวจสอบเช็ค ความสามารถในการชำระหนี้ของบริษัท และรักษา Covenant ต่างๆ ให้อยู่ภายในระดับที่ไม่ผิดสัญญาเงินกู้ เช่นการรักษา ระดับ D/E Ratio (Debt to Equity Ratio) ซึ่ง ณ Q4 2562 บริษัทมี D/E Ratio รวมอยู่ที่ระดับ 1.57 เท่า นอกจากนี้ก่อนที่จะเริ่มทำธุรกรรมกับลูกค้าหรือผู้จัดหาสินค้ารายใหม่ บริษัทฯ จะทำการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของลูกค้ารายใหม่นี้อย่างระมัดระวัง รวมถึงการตรวจสอบเช็คอายุหนี้ ก่อนการส่งสินค้า เพื่อให้มั่นใจว่า ไม่มีหนี้ค้างชำระเกินกำหนดและมีการควบคุมเครดิตและวงเงินของลูกค้าให้อยู่ภายในวงเงินที่บริษัทอนุมัติ อีกทั้งยังมีการทำประกันภัย Trade Credit เพื่อเป็นการป้องกันความไม่สามารถในการชำระหนี้ของลูกค้าอีกด้วย บริษัทฯ มีการทบทวนความสามารถในการชำระหนี้ของคู่ค้าสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสถาบันการเงินทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ เพื่อให้ได้มาซึ่งช่องทางเงินทุนทั้งในระยะสั้นและในระยะยาว เพื่อความมั่นคง หรือเพื่อการขยายกิจการ, การปรับโครงสร้างธุรกิจ, และการกระจายการดำเนินงานที่เป็นไปได้ในอนาคต

#### 4. ความเสี่ยงจากกฎระเบียบข้อบังคับต่างๆ (Compliance Risk)

ความเสี่ยงเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ ระเบียบ กฎเกณฑ์ ข้อบังคับ และกฎหมายประเทศต่างๆ ที่เป็นกลุ่มลูกค้าบริษัทฯ

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 ด้วยผลิตภัณฑ์กลุ่มกาหลอมร้อน หรือกาวน้ำ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการศึกษาวิจัยจนสามารถพัฒนาสูตรกาวที่ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สามารถจัดจำหน่ายสินค้าไปยังกลุ่มประเทศดังกล่าวได้

#### 5. ความเสี่ยงด้านสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ (Climate Change)

ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยตรง ทำให้ภาคอุตสาหกรรมต้องมีการปรับตัวเพื่อควบคุมและลดการปล่อยของเสียในกระบวนการผลิต ซึ่งผู้ผลิตวัตถุดิบต้นน้ำของบริษัทฯ ได้มีการพัฒนากระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อลดผลกระทบที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสภาพอากาศ ส่งผลกระทบต่อวัตถุดิบบางประเภทที่เกิดจากผลพลอยได้ (by-product) ในกระบวนการผลิต



## แบบ 56-1 ประจำปี 2562

---

ของผู้ผลิตต้นน้ำ มีปริมาณออกสู่ตลาดลดน้อยลง ส่งผลกระทบให้วัตถุดิบดังกล่าวขาดตลาด ซึ่งมีแนวโน้มจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ในระยะยาว บริษัทฯ เล็งเห็นความสำคัญของความเสี่ยงดังกล่าว ที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ และการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) จึงได้จัดหาวัตถุดิบทดแทน และยังสรรหาวัตถุดิบจากธรรมชาติ เพื่อใช้ในการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้นในอนาคต