

ปัจจัยเสี่ยง

- 1) ความเสี่ยงจากการแข่งขันทางธุรกิจ
- 2) ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีรถยนต์ไฟฟ้า
- 3) ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผลิตภัณฑ์อะไหล่ของ ISUZU
- 4) ความเสี่ยงในการบริหารสินค้าคงคลัง
- 5) ความเสี่ยงจากการลดลงของผลการดำเนินงานเนื่องจากการหยุดจำหน่ายสินค้าบางรายการให้กับลูกค้ารายหนึ่ง
- 6) ความเสี่ยงของสินค้าปลอมแปลงและสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์

- **คาดการณ์กำไร 66 หดตัว 45%YoY ก่อนปี 2567 จะพลิกเติบโตดี 76%YoY:** เราคาดการณ์รายได้ช่วงปี 66-67 ราว 1,472 ลบ. +9% YoY และ 1,619 ลบ. +10% YoY ตามลำดับ เติบโตเฉลี่ย (CAGR) 9.4% ต่อปี จากสถานการณ์โควิด-19 ที่คลี่คลายลงและกลับเข้าสู่ภาวะปกติ ทำให้มีปริมาณใช้รถยนต์เพิ่มขึ้น ประกอบกับร้านค้าอะไหล่ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหลักกลับมาเปิดให้บริการตามปกติ ประกอบกับปี 67 คาดจะได้คำสั่งจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล อาทิ โครงการเงินดิจิทัล 10,000 บาท/คน มาช่วยสนับสนุนการใช้จ่าย ส่วนในระยะยาวมีแนวโน้มเติบโตไปตามจำนวนรถยนต์สะสมที่มีอายุการใช้งานมากกว่า 5 ปี ที่คาดเติบโต 5-6% ต่อปี เนื่องจากอะไหล่ที่อาจชำรุดหรือเสื่อมสภาพตามอายุและระยะเวลาการใช้งาน เราใช้สมมติฐาน %GPM ในปี 66-67 ที่ระดับ 10.7% และ 11.0% ตามลำดับ ลดลงจากปี 64-65 เฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 11.4% ขณะที่ สมมติฐาน %SG&A/Sales ที่ระดับ 8.0% และ 7.3% ตามลำดับ ปรับเพิ่มขึ้นจากปี 65 เล็กน้อยซึ่งอยู่ที่ระดับ 7.9% เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายในการนำหุ้นเข้าตลาดฯ อย่างไรก็ตาม คาดบริษัทจะมีค่าใช้จ่ายทางการเงินเพิ่มขึ้นสู่ราว 15 ลบ. จากปี 65 อยู่ที่ 10 ลบ. จากหนี้สถาบันการเงินที่เพิ่มขึ้นตั้งแต่ช่วงกลาง-ปลายปีก่อน ส่งผลให้เราคาดการณ์กำไรสุทธิในช่วงปี 66-67 ราว 22 ลบ. -45%YoY และ 39 ลบ. +76%YoY ตามลำดับ
- **ประเมินราคาเหมาะสมในปี 67 ของ SCL ราว 2.30 บาทต่อหุ้น:** เราประเมินราคาเหมาะสม SCL ด้วยวิธี Prospective PE Ratio เทียบกับบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมยานยนต์ทั้งในส่วนที่เป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่อยู่ในประเทศไทย และผู้จำหน่ายชิ้นส่วนยานยนต์ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในต่างประเทศ เพื่อสะท้อนถึงความเสี่ยงและลักษณะการประกอบธุรกิจที่ใกล้เคียงกับบริษัทฯ โดยเราใช้ Prospective PER ที่ระดับ 15.0x ซึ่งเป็นระดับที่ใกล้เคียงกับ Forward PE ปี 67 ของกลุ่มผู้จำหน่ายชิ้นส่วนยานยนต์ ประกอบกับคาดการณ์กำไรต่อหุ้นปี 67 ราว 0.15 บาทต่อหุ้น คำนวณเป็นราคาเหมาะสมปี 67 ราว 2.30 บาทต่อหุ้น

SCL ผู้ประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายอะไหล่รถยนต์แบบครบวงจรมานานเกือบ 60 ปี

บริษัท เอส.ซี.แอล.มอเตอร์ พาร์ท จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) เดิมคือห้างหุ้นส่วนจำกัด แซงเซียจิ่ง จดทะเบียนจัดตั้งเมื่อวันที่ 2 ธันวาคม 2507 เพื่อประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ ซึ่งได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ของอิซูซุ (ISUZU) อย่างเป็นทางการตั้งแต่ปี 2512 ต่อมาในภายหลังได้จดทะเบียนจัดตั้งเป็นบริษัทเมื่อวันที่ 2 เมษายน 2524 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 5 ล้านบาท และได้ขยายการดำเนินธุรกิจและเพิ่มชนิดของผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันบริษัทฯ เป็นผู้จัดจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ครบวงจรครอบคลุมผลิตภัณฑ์อะไหล่มากกว่า 167,000 รายการ ทั้งผลิตภัณฑ์อะไหล่รถยนต์ภายใต้ตราสินค้าของค่ายรถยนต์ต่างๆ เช่น ISUZU, MITSUBISHI, TOYOTA, HONDA, FUSO, FORD, NISSAN และ CHEVROLET นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเป็นผู้จัดจำหน่ายอะไหล่ทดแทนที่ได้มาตรฐานของผู้ผลิตชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ที่ได้รับการยอมรับ เช่น AISIN, KAYABA, EXEDY, DENSO และ TOKICO

ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท สามารถแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1) ผลิตภัณฑ์อะไหล่รถยนต์ภายใต้ตราสินค้าของค่ายรถยนต์ (Genuine Parts)

ผลิตภัณฑ์อะไหล่รถยนต์ภายใต้ตราสินค้าของค่ายรถยนต์ หรือ อะไหล่แท้ เป็นอะไหล่รถยนต์ที่มีคุณสมบัติและประสิทธิภาพตามมาตรฐานที่ค่ายรถยนต์กำหนด โดยผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจัดจำหน่ายภายใต้ตราสินค้าของค่ายรถยนต์

Disclaimer : ความคิดเห็นที่ปรากฏในรายงานนี้เป็นเพียงการนำเสนอในมุมมองของบริษัทและเป็นความคิดเห็น ณ วันที่ปรากฏในรายงานเท่านั้น ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ภายใต้บริบทต่างๆ โดยบริษัทไม่จำเป็นต้องรับผิดชอบหากข้อมูลหรือความคิดเห็นใดๆ ปรากฏในรายงานนี้ผิดพลาดหรือใช้ข้อมูลในการตัดสินใจทางธุรกิจโดยไม่ผ่านการลงทุน นอกจากนี้ บริษัทฯ หรือ บริษัทในเครือของบริษัทฯ ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับหรือผลประโยชน์ใดๆ ในการซื้อขายหลักทรัพย์ (MAI) เปิดตลาดสาธารณะและเป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับหลักทรัพย์ (IPO) ในเรื่องการกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance) เป็นการดำเนินงานของหน่วยงานและกรรมการกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ โดยเป็นการสำรวจและประเมินข้อมูลที่มีอยู่ของบริษัทฯ ไปตามบริบทของ (MAI) เปิดตลาดสาธารณะและเป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับหลักทรัพย์ (IPO) ในเรื่องการกำกับดูแลกิจการ (Anti-Corruption Progress Indicators) ของบริษัทฯ และเป็นดัชนีชี้วัดด้านความโปร่งใสและเป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Anti-Corruption Progress Indicators) ของบริษัทฯ และเป็นดัชนีชี้วัดด้านความโปร่งใสและเป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Anti-Corruption Progress Indicators) ของบริษัทฯ และเป็นดัชนีชี้วัดด้านความโปร่งใสและเป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Anti-Corruption Progress Indicators) ของบริษัทฯ

และได้รับการรับประกันการใช้งานจากค่ายรถยนต์

2) ผลิตภัณฑ์อะไหล่รถยนต์ทดแทน (Replacement Parts)

ผลิตภัณฑ์อะไหล่รถยนต์ทดแทน เป็นชิ้นส่วนอะไหล่ทางเลือกของรถยนต์โดยสินค้ามีความหลากหลายแตกต่างกันทั้งในด้านราคาและคุณภาพ บริษัทได้คัดสรรผลิตภัณฑ์อะไหล่รถยนต์ทดแทนที่ได้มาตรฐานจากผู้ผลิตชั้นนำซึ่งเป็นที่ยอมรับและได้รับความนิยมนจากผู้บริโภค

ลักษณะลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย

1) ผู้จัดจำหน่ายอะไหล่รถยนต์

ลูกค้าในกลุ่มนี้เป็นกลุ่มผู้ค้าชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อนำไปจำหน่ายทั้งขายปลีกและขายส่ง และ/หรือให้บริการกับผู้บริโภคในตลาดอะไหล่รถยนต์ทดแทน อาทิ ร้านค้าอะไหล่รถยนต์ อู่ซ่อมรถยนต์ หรือบุคคลธรรมดาที่ซื้ออะไหล่ไปเปลี่ยนเอง

2) ศูนย์บริการรถยนต์ทั่วไปประเภทเร่งด่วน (Fast Fit)

ศูนย์บริการซ่อมแซมและบำรุงรักษาบำรุงรถยนต์ทุกยี่ห้อ ซึ่งให้บริการครอบคลุมตั้งแต่จัดจำหน่าย ซ่อมแซม หรือเปลี่ยนอะไหล่รถยนต์ให้กับลูกค้า โดยส่วนใหญ่ลูกค้าในกลุ่มนี้จะให้บริการภายใต้แฟรนไชส์ต่างๆ เช่น ศูนย์ให้บริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องภายในสถานีน้ำมันเชื้อเพลิงเชลล์ หรือ ศูนย์ให้บริการตรวจสภาพรถยนต์และเช็คระยะรถยนต์ เป็นต้น

3) บริษัทประกันภัย

บริษัทฯ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อะไหล่รถยนต์ให้แก่บริษัทประกันภัย เพื่อสำหรับใช้ในการซ่อมแซม หรือเปลี่ยนอะไหล่รถยนต์ให้แก่ผู้เอาประกันภัยที่ได้ทำการเคลมและซ่อมแซมกับรถยนต์ในเครือของบริษัทประกันภัยทั่วประเทศ

4) ลูกค้าออนไลน์ (E-Commerce)

บริษัทฯ มีการจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ให้กับลูกค้าออนไลน์ซึ่งเป็นการขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ เช่น Lazada , Shopee, Big Thailand และ Egg Mall

การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทฯ จัดจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ในลักษณะขายส่งให้แก่ลูกค้าที่เป็นผู้จัดจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ทั่วไป ศูนย์บริการรถยนต์ และบริษัทประกันภัย โดยเป็นการติดต่อเพื่อขายสินค้าโดยตรงระหว่างเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายของบริษัทฯ กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งบริษัทฯ ได้จำแนกเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายตามลักษณะของลูกค้าที่ครอบคลุมกลุ่มร้านค้าอะไหล่ทั่วประเทศ รวมทั้งลูกค้ากลุ่มบริษัทประกันภัยและกลุ่มศูนย์บริการรถยนต์ โดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายจะทำหน้าที่ในการติดต่อหาลูกค้ารายใหม่ และรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าปัจจุบัน โดยจะมีการตรวจเยี่ยมลูกค้าอยู่เป็นประจำ เพื่อให้ข้อมูลสินค้าและนำเสนอกิจกรรมส่งเสริมการขายของสินค้าแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์ในแต่ละช่วงเวลา

นอกเหนือจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านทีมงานขายแล้ว บริษัทฯ ยังมีการขายในลักษณะค้าปลีกให้กับผู้ใช้งานอะไหล่รถยนต์ทั่วไปด้วยช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ เช่น Lazada, Shopee, Big Thailand และ Egg Mall

Disclaimer : ความคืบหน้าภายในงานนี้เป็นเพียงการนำเสนอในมุมมองของบริษัทและเป็นความคิดเห็น ณ วันที่ประกาศในรายงานเท่านั้น ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ภายหลังวันดังกล่าว โดยบริษัทฯ ไม่รับประกันต่อผลกำไรหรือขาดทุน ความสำเร็จขึ้นต่อสมรรถนะของสินค้าและผู้ประกอบการเท่านั้น บริษัทฯ ไม่รับผิดชอบต่อการนำข้อมูลหรือความคิดเห็นใดๆ ไปใช้ในทางอื่น ดังนั้นนักลงทุนจึงควรพิจารณาข้อมูลทางการเงินของบริษัทฯ อย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจลงทุน การเปิดเผยข้อมูลทางการเงินของบริษัทฯ (Corporate Governance) เป็นการดำเนินการตามนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ในการสำรวจและประเมินข้อมูลของบริษัทฯ และประเมินความเสี่ยงของบริษัทฯ (MAI) เป็นข้อมูลสาธารณะและเป็นข้อมูลพื้นฐานที่นักลงทุนสามารถเข้าถึงได้ ดังนั้น การที่บริษัทฯ ได้เปิดเผยข้อมูลทางการเงินของบริษัทฯ (Anti-Corruption Progress Indicators) ของบริษัทฯ จะเป็นส่วนที่ช่วยให้นักลงทุนสามารถประเมินความเสี่ยงของบริษัทฯ ได้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้ บริษัทฯ ขอสงวนสิทธิ์ในข้อมูลทางการเงินของบริษัทฯ ที่เปิดเผยต่อสาธารณะได้แก่ : www.cgthailand.org

Figure1: รูปภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์

1. ผลิตภัณฑ์อะไหล่รถยนต์ภายใต้ตราสินค้าของค่ายรถยนต์ (Genuine Parts)



1.1 เครื่องยนต์และระบบส่งกำลัง



ปั๊มเชื้อเพลิง

เกียร์

1.2 แชสชีสและระบบช่วงล่าง



ผ้าดิสเบรคหน้า

โช้คอัพ

1.3 ชิ้นส่วนตัวถังและผลิตภัณฑ์บำรุงรักษาเครื่องยนต์



ฝากระโปรงรถ

น้ำมันเครื่องและ
น้ำมันเกียร์

1.4 อุปกรณ์ไฟฟ้าและอุปกรณ์ภายใน



ไฟหน้าและไฟท้าย

คอนโซลกลาง

2. ผลิตภัณฑ์อะไหล่รถยนต์ทดแทน (Replacement Parts)



อะไหล่เครื่องยนต์และเคมีภัณฑ์ AISIN



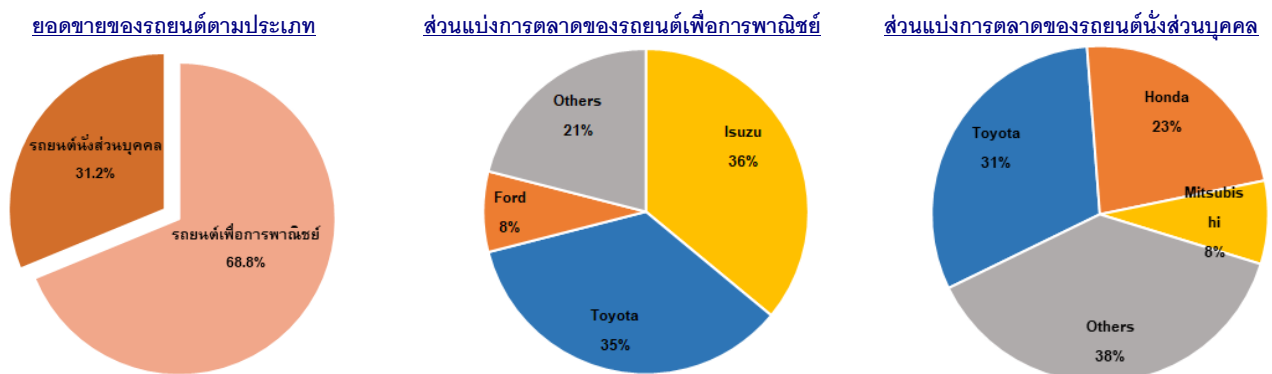
อะไหล่เครื่องยนต์และระบบปรับอากาศ DENSO

Disclaimer : ความคิดเห็นที่ปรากฏในรายงานนี้เป็นเพียงการนำเสนอข้อมูลของ บริษัทและเป็นความคิดเห็น ณ วันที่ปรากฏในรายงานเท่านั้น ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ภายหลังวันดังกล่าว โดยบริษัทไม่จำเป็นต้องแจ้งให้ทราบ รายงานนี้จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ข้อมูลให้แก่กลุ่มเท่านั้น บริษัทไม่รับผิดชอบต่อการนำข้อมูลหรือความคิดเห็นใดๆไปใช้ในทางอื่น ดังนั้นนักลงทุนควรใช้ข้อมูลนี้ในการพิจารณาตัดสินใจลงทุนอย่างรอบคอบ นอกเหนือจากนี้ บริษัทในเครือของ บริษัทอาจมีส่วนเกี่ยวข้องกับหรือเคยได้ประโยชน์จากบริษัทใดก็ตามที่เกี่ยวข้องกับ บริษัท (MAI) เป็นผลิตภัณฑ์และ/หรือเป็นผลิตภัณฑ์ที่ประกาศใช้และผลิตภัณฑ์ของ (MAI) เป็นผลิตภัณฑ์และ/หรือเป็นผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายไปยังสาธารณะซึ่งมีได้ ดังนั้น การขายที่เสนอขายไม่ได้เป็นการรับรองผลการปฏิบัติงานและไม่ได้เป็นการให้คำแนะนำในการลงทุน ผู้ใช้ข้อมูลข่าวสารไว้ทางกฎหมายในการวิเคราะห์และตัดสินใจลงทุน ทั้งนี้ บริษัทหลักทรัพย์ โกลบอล ดี จำกัด มีนโยบายหรือบริษัทย่อยมีผลงานร่วมกับและลูกค้าของธนาคารดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง การเปิดเผยผลการประเมินครั้งหรือครั้งถัดมาซึ่งมีความสัมพันธ์กับการซื้อและการขายหลักทรัพย์ (Anti-Corruption Progress Indicators) ของ บริษัทจะประเมินที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นเพียงการนำเสนอผลการประเมินโดยไม่ได้เป็นการประเมินการปฏิบัติงานของบริษัทและไม่มีไว้เพื่อข้อมูลภายในหรือการประเมิน เนื่องจากผลการประเมินดังกล่าวเป็นเพียงผลการประเมิน ณ วันที่ปรากฏในผลการประเมินเท่านั้น ดังนั้น ผลการประเมินจึงอาจเปลี่ยนแปลงได้ภายหลังวันดังกล่าวหรือเมื่อข้อมูลที่เกี่ยวข้องมีการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ บริษัทหลักทรัพย์ โกลบอล ดี จำกัด มีนโยบาย รายงาน หรือหรือรายงานลูกค้าหรือหน่วยงานของผลการประเมินดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง ที่มา : www.cgthailand.org

อุตสาหกรรมชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ทดแทนมีแนวโน้มเติบโตในระยะยาว 5-6% ต่อปี

หลังจากที่อุตสาหกรรมยานยนต์ในไทยเผชิญกับสภาวะความเสี่ยงและไม่แน่นอนทั้งด้านอุปสงค์และอุปทาน ตั้งแต่ช่วงต้นปี 2563 จากผลกระทบของการระบาดของโรคโควิด-19 และในปี 2564 ที่ประเทศไทยประสบกับสถานการณ์การแพร่ระบาดอย่างหนัก ในขณะที่อัตราการผลิตของประเทศไทยยังอยู่ในระดับต่ำในปีนั้น ต่อมาในปี 2565 หลายประเทศทยอยเปิดเมือง และมีการผ่อนคลายนโยบายการควบคุมโควิด-19 ส่งผลให้เศรษฐกิจขยายตัวทั่วโลกรวมถึงประเทศไทย ส่งผลให้ในปี 2565 ประเทศไทยสามารถผลิตรถยนต์ได้ทั้งหมด 1,883,515 คัน เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 12 แม้ว่าในช่วงปลายปี 2565 ปริมาณการจำหน่ายรถยนต์ในประเทศชะลอตัวลง เนื่องจากการขาดแคลนชิ้นส่วนเซมิคอนดักเตอร์สำหรับรถยนต์บางรุ่น วิกฤตปัญหาน้ำท่วมในบางพื้นที่และนโยบายการปล่อยสินเชื่อที่เป็นไปอย่างระมัดระวัง

Figure2: ยอดขายของรถยนต์ตามประเภทในปี 2565



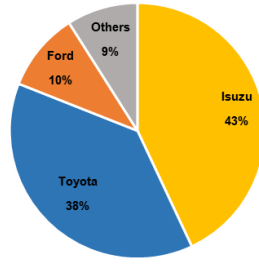
(ที่มา: Toyota Motors Thailand, Filing)

ในปี 2565 ประเทศไทยมียอดขายรถยนต์รวมทั้งสิ้น 849,388 คัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 12 โดยเป็นรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ 584,319 คัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.2 และเป็นรถยนต์นั่งส่วนบุคคล 256,069 คัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.3 จากข้อมูลจะเห็นว่ารถยนต์เพื่อการพาณิชย์ยังเป็นตลาดรถยนต์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย โดยมีสัดส่วนถึงร้อยละ 68.8 ของจำนวนรถยนต์ที่จำหน่ายทั้งหมดในปี 2565 โดยมี ISUZU เป็นผู้นำตลาดด้วยสัดส่วนการขายร้อยละ 36 และ TOYOTA ซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 35 ในขณะที่นั่งส่วนบุคคลมีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 31.2 ของยอดขายของรถยนต์ในประเทศ โดยมีรถยนต์ TOYOTA เป็นผู้นำในตลาดรถยนต์นั่งส่วนบุคคลซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 31 และรถยนต์ HONDA ที่ร้อยละ 23

ทั้งนี้ หากนับเพียงยอดขายรถกระบะที่มีขนาดไม่เกิน 1 คันที่จำหน่ายทั้งหมด ในปี 2565 มีการจำหน่ายรถกระบะทั้งส่วนบุคคลและการพาณิชย์ไปทั้งสิ้นจำนวน 454,875 คัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.6 จากปีก่อนและคิดเป็นสัดส่วนมากถึงร้อยละ 54 ของจำนวนรถยนต์ที่จำหน่ายทั้งหมดในประเทศไทย โดยมีส่วนแบ่งการตลาดจากรถกระบะค่าย ISUZU ซึ่งเป็นผู้นำตลาดที่ส่วนแบ่งร้อยละ 43 และรถกระบะ TOYOTA ที่ร้อยละ 38

Disclaimer : ความคิดเห็นที่ปรากฏในรายงานนี้เป็นเพียงการนำเสนอข้อมูลของ บริษัทและเป็นความคิดเห็น ณ วันที่ปรากฏในรายงานเท่านั้น ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ภายหลังวันดังกล่าว โดยบริษัทไม่รับประกันต่อผลเชิงบริหาร รายงานนี้จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ข้อมูลให้แก่ผู้ลงทุนเท่านั้น บริษัทไม่รับผิดชอบต่อการนำข้อมูลหรือความคิดเห็นใดๆไปใช้ในธุรกรรมอื่น ซึ่งผู้ลงทุนควรใช้ดุลยพินิจในการพิจารณาตัดสินใจลงทุน นอกจากนี้ บริษัทและผู้บริหารของบริษัทขอสงวนสิทธิ์ในข้อมูลและข้อมูลของบริษัทที่ปรากฏในรายงานนี้ไว้ การเปิดเผยข้อมูลของบริษัทจะดำเนินการภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ โดยเป็นการสำเนาและประเมินข้อมูลที่มีลักษณะเป็นเอกสารที่ปรากฏและเอกสารที่จัดทำโดย (MAI) เมื่อตรวจสอบและประเมินข้อมูลแล้วจะดำเนินการส่งข้อมูลไปยังนายช่างศิลป์ได้ ดังนั้น ผลสำรวจที่เผยแพร่จึงไม่ได้เป็นการรับรองผลการปฏิบัติงานและไม่ได้เป็นการให้คำแนะนำในการลงทุน ผู้ที่ซื้อหรือขายหลักทรัพย์ภายใต้การกำกับดูแลของตลาดหลักทรัพย์ฯ หรือมีสิทธิในหลักทรัพย์ใดก็ตามแล้ว มีหน้าที่ในการตรวจสอบและประเมินผลของเอกสารดังกล่าวอย่างรอบคอบ การเปิดเผยข้อมูลของบริษัทจะเป็นการเปิดเผยข้อมูลของบริษัทและมีไว้เพื่อวัตถุประสงค์ในการป้องกันความเสี่ยงต่อการทุจริต (Anti-Corruption Progress Indicators) ของบริษัทจะเปิดเผยที่จัดทำโดยสถาบันที่เชื่อถือได้ เป็นที่ปรึกษาในการประเมินการปฏิบัติงานของบริษัทและมีไว้เพื่อวัตถุประสงค์ในการเปิดเผยข้อมูลของบริษัทที่เชื่อถือได้เท่านั้น ผลการประเมินจึงอาจเปลี่ยนแปลงได้ภายหลังวันดังกล่าวหรือเมื่อมีข้อมูลที่เกี่ยวข้องมีการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ บริษัทหลักทรัพย์ ไทยพาณิชย์ จำกัด มีใบอนุญาต หรือรับทราบจากคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ที่จัดทำโดย (MAI) : www.cgthailand.org

Figure3: ส่วนแบ่งตามยอดขายของรถกระบะไม่เกิน 1 ตันในปี 2566



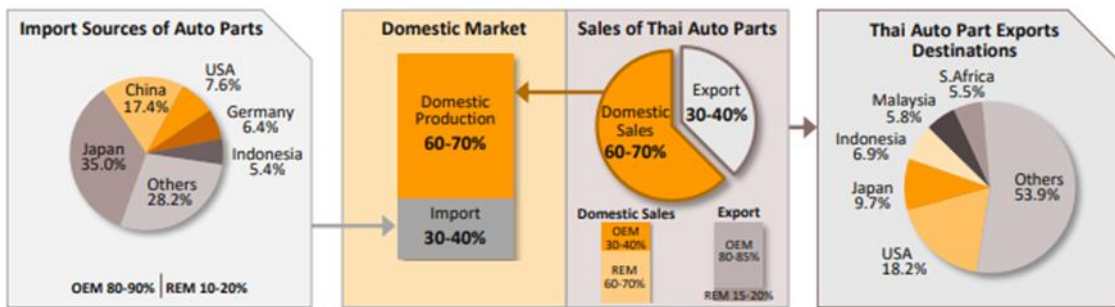
ที่มา: SCB Economic Intelligence Center, Filing

SCB Economic Intelligence Center คาดการณ์ว่าในปี 2566 อุตสาหกรรมรถยนต์จะมีการฟื้นฟูลูกภาวะเศรษฐกิจปกติอย่างค่อยเป็นค่อยไปพร้อมกับการฟื้นตัวของภาคเศรษฐกิจโดยรวมจากทิศทางที่ดีในการลดระดับโรคโควิด-19 สู่วิถีชีวิตปกติ เฝ้าระวังของกระทรวงสาธารณสุข ส่งผลให้การดำเนินชีวิตผู้คนเริ่มกลับสู่สภาวะปกติ พร้อมกับการเปิดประเทศส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีส่วนช่วยเพิ่มอุปสงค์ภายในประเทศ ในขณะที่ปัญหาการขาดแคลนชิ้นส่วนการผลิตที่มีแนวโน้มทยอยคลี่คลายลงเช่นกัน โดยคาดการณ์ว่ายอดขายรถยนต์ในปี 2566 จะอยู่ที่ 900,000 คัน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.0 เมื่อเทียบกับปี 2565 โดยแบ่งเป็นรถยนต์นั่ง 301,500 คัน เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.7 และรถเพื่อการพาณิชย์ 598,500 คัน เติบโตร้อยละ 2.4

ภาวะอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์

1. ตลาดชิ้นส่วนเพื่อการประกอบยานยนต์ (Original Equipment Manufacturer: OEM) มีมูลค่าตลาดคิดเป็นร้อยละ 30-40 ของตลาดชิ้นส่วนรวมในประเทศ ขยายตัวตามปริมาณการผลิตรถยนต์โดยมากกว่าร้อยละ 80 เป็นการนำเข้าชิ้นส่วนที่ผลิตในประเทศ ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 20 เป็นชิ้นส่วนที่ต้องใช้เทคนิคการผลิตขั้นสูงจากบริษัทแม่จากต่างประเทศ
2. ตลาดชิ้นส่วนเพื่อการทดแทนหรืออะไหล่ยานยนต์ (Replacement Equipment Manufacturer: REM) มีมูลค่าตลาดคิดเป็นร้อยละ 60-70 ของตลาดชิ้นส่วนรวมในประเทศ เป็นตลาดที่ผลิตหรือจำหน่ายชิ้นส่วนอะไหล่เพื่อทดแทน ชิ้นส่วนยานยนต์ที่สึกหรอ หรือเสื่อมสภาพ โดยที่มูลค่าของตลาดชิ้นส่วนในกลุ่มนี้เติบโตในทิศทางเดียวกับจำนวนยานยนต์สะสม จากการที่ผู้บริโภคมีความต้องการเปลี่ยนชิ้นส่วนฯ ตามอายุการใช้งาน และ/หรือ ระยะทาง โดยมีช่องทางจำหน่ายหลากหลาย เช่น ศูนย์บริการอะไหล่รถยนต์ของผู้จำหน่าย ดีลเลอร์ยานยนต์ ร้านจำหน่ายอะไหล่ค้าส่ง-ค้าปลีก และคู่มือรถทั่วไป

Figure4: โครงสร้างอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์ในประเทศไทย



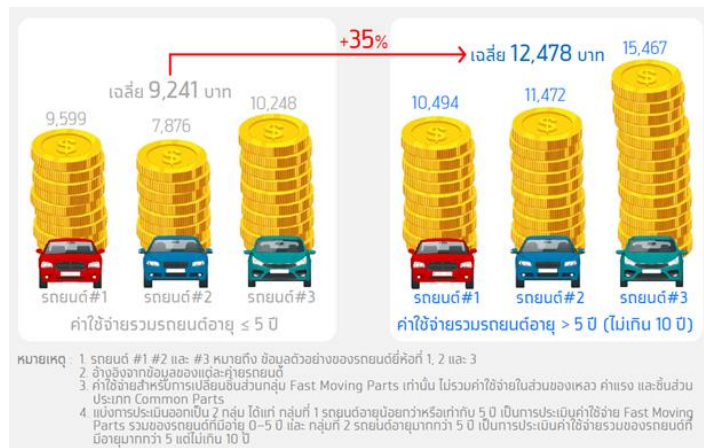
ที่มา : ศูนย์วิจัยกรุงศรี, Filing

Disclaimer : ความคืบหน้าปรากฏในรายงานนี้เป็นเพียงการนำเสนอในมุมมองของ บริษัทและเป็นความคิดเห็น ณ วันที่ปรากฏในรายงานเท่านั้น ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ภายหลังการตีพิมพ์ โดยบริษัทไม่จำเป็นต้องแจ้งให้ทราบ รายงานนี้จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ข้อมูลให้แก่กลุ่มลูกค้าเท่านั้น บริษัทไม่รับผิดชอบต่อการนำข้อมูลหรือความคิดเห็นใดๆ ไปใช้ในทางที่ไม่ถูกต้องหรือใช้ในการตัดสินใจทางธุรกิจ การตัดสินใจลงทุน หรือการดำเนินการใดๆ บริษัทในลักษณะของ บริษัทหลักทรัพย์ และนักลงทุนควรพิจารณาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงของหลักทรัพย์ที่เสนอขายหรือเสนอซื้อ (IPO) ในเรื่องการกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance) เป็นอันดับแรกตามนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ โดยเป็นการสำรวจและประเมินข้อมูลที่มีลักษณะเป็นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์อื่น (MAI) เป็นตลาดสาธารณะและเป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงที่เสนอขายหรือเสนอซื้อ (IPO) ส่วนที่เสนอขายซึ่งไม่ได้ผ่านการรับรองผลการปฏิบัติงานและไม่ได้ผ่านการให้คะแนนในการลงทุน ผู้ที่ซื้อข้อมูลควรพิจารณาความน่าเชื่อถือและระดับความเสี่ยง ทั้งนี้ บริษัทหลักทรัพย์ โกลบอล จำกัด มีได้อินเทอร์เน็ตหรือบริการอื่นที่เกี่ยวข้องของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย การเปิดเผยข้อมูลของบริษัทจะเป็นกรณีที่มีการเปิดเผยข้อมูลในสื่อสาธารณะแล้ว และจากผลการประเมินความเสี่ยงที่ระบุไว้ในรายงานการป้องกันความเสี่ยงต่อการทุจริต (Anti-Corruption Progress Indicators) ของบริษัทจะเป็นที่ปรึกษาของ บริษัทหลักทรัพย์ โกลบอล จำกัด มีได้อินเทอร์เน็ต หรือบริการอื่นที่เกี่ยวข้องของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มา : www.cgthailand.org

จากข้อมูลของ Krungthai Compass หนึ่งในปัจจัยสำคัญในการเติบโตของธุรกิจชิ้นส่วนเพื่อการทดแทนหรืออะไหล่ยานยนต์ (REM) ในประเทศคือจำนวนรถยนต์สะสมที่มีอายุมากกว่า 5 ปีขึ้นไป เนื่องจากการเปลี่ยนอะไหล่และชิ้นส่วนฯ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามอายุการใช้งานของรถยนต์ โดยคาดการณ์ว่ารถยนต์ที่มีอายุมากกว่า 5 ปีขึ้นไป มีแนวโน้มที่ต้องเปลี่ยนอะไหล่และชิ้นส่วนฯ ทดแทนของเดิม โดยเฉพาะอย่างยิ่งชิ้นส่วนฯ ในกลุ่ม Fast Moving Parts อาทิ ได้กรองน้ำมัน ได้กรองอากาศ ซึ่งจากการประเมินค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนชิ้นส่วนฯ กลุ่ม Fast Moving Parts พบว่า รถยนต์ที่มีอายุการใช้งานมากกว่า 5 ปีแต่ไม่เกิน 10 ปีจะมีค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนอะไหล่และชิ้นส่วนฯ เฉลี่ย 12,478 บาทต่อปี ซึ่งสูงกว่ารถยนต์ที่มีอายุการใช้งานน้อยกว่า 5 ปีถึงร้อยละ 35

ทั้งนี้ นอกจากชิ้นส่วนกลุ่ม Fast Moving Parts แล้ว ยังมีชิ้นส่วนอะไหล่ในกลุ่ม Common Parts อาทิ หม้อน้ำ กลุ่มชิ้นส่วนไฟส่องสว่าง ยางล้อรถยนต์ แบตเตอรี่ ที่ปัดน้ำฝน ผ้าเบรก ที่รัดเข็มขัดนิรภัย ชิ้นส่วนระบบช่วงล่าง ที่ต้องเปลี่ยนเมื่อชำรุดหรือเสื่อมสภาพตามอายุและระยะเวลาใช้งาน ทำให้รถยนต์ที่มีอายุการใช้งานมากกว่า 5 ปี เป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญของตลาดชิ้นส่วนฯ REM

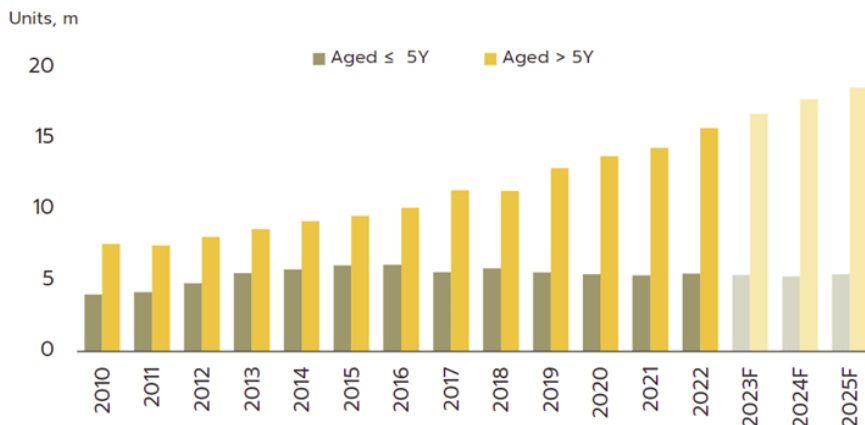
Figure5: ค่าใช้จ่ายรวมในการเปลี่ยนอะไหล่และชิ้นส่วนของรถยนต์ตามอายุการใช้งาน



ที่มา : Krungthai COMPASS, Filing

ทั้งนี้ จากข้อมูลของศูนย์วิจัยกรุงศรี คาดว่าจำนวนรถยนต์และรถจักรยานยนต์สะสมที่มีอายุมากกว่า 5 ปีมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 5-6 ต่อปี และร้อยละ 9-10 ต่อปี ตามลำดับ ทำให้ผู้บริโภคมีความจำเป็นต้องเปลี่ยนชิ้นส่วนอะไหล่เพิ่มขึ้นตามอายุและระยะทางการใช้งาน

Figure6: จำนวนรถยนต์จดทะเบียนสะสมในประเทศ



ที่มา : กรมการขนส่งทางบก และศูนย์วิจัยกรุงศรี, Filing

Disclaimer : ความคิดเห็นที่ปรากฏในรายงานนี้เป็นเพียงการนำเสนอ ในมุมมองของ บริษัทและเป็นความคิดเห็น ณ วันที่ที่ปรากฏในรายงานเท่านั้น ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ภายหลังวันดังกล่าว โดยบริษัทไม่รับประกันต่อผลถึงไ้ทราบ รายงานนี้จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ข้อมูลให้แก่กลุ่มลูกค้าเท่านั้น บริษัทไม่รับผิดชอบต่อการนำข้อมูลหรือความคิดเห็นใดไปใช้ในทางอื่นใด ผู้ใช้ข้อมูลควรพิจารณาความเสี่ยงในการพิจารณาตัดสินใจก่อนการลงทุน นอกจากนี้ บริษัท และหรือ บริษัทในกลุ่มของ บริษัทอาจมีส่วนเกี่ยวข้องกับหรือจะประโยชน์กับบริษัทผู้จัดทำในบางกรณีได้ การเปิดเผยข้อมูลสาธารณะของ บริษัทอาจส่งผลต่อมูลค่าของบริษัทได้ ดังนั้น บริษัทขอสงวนสิทธิ์ในการเปิดเผยข้อมูลสาธารณะเกี่ยวกับความเสี่ยงในการชื้อหรือถือหุ้นของบริษัท (Anti-Corruption Progress Indicators) ของ บริษัทจะเปิดเผยที่จัดทำโดยบริษัทผู้จัดทำข้อมูล เป็นเพียงการนำเสนอผลการประเมินโดยไม่ได้เป็นการประเมินการปฏิบัติงานของบริษัทและไม่ได้ใช้ข้อมูลภายนอกในการประเมิน เนื่องจากผลการประเมินดังกล่าวเป็นเพียงผลการประเมิน ณ วันที่ปรากฏในผลการประเมินเท่านั้น ดังนั้น ผลการประเมินจึงอาจเปลี่ยนแปลงได้ภายหลังวันดังกล่าวหรือเมื่อข้อมูลที่เกี่ยวข้องมีการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ บริษัทผู้จัดทำข้อมูล มีไดอิน อิน ซารส ของ หรือรับรายงานจากผู้จัดหาข้อมูลการประเมินดังกล่าวต่อไปนี้ : www.cgthailand.org

อุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้า

อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์มีความสัมพันธ์โดยตรงกับอุตสาหกรรมรถยนต์โดยตรง โดยในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาหลายประเทศทั่วโลกผลักดันนโยบายส่งเสริมการใช้ยานยนต์ไฟฟ้าเพื่อลดมลพิษทางอากาศ โดยข้อมูลจาก EV Volume พบว่า ในปี 2564 ยอดขายรถยนต์ไฟฟ้าทั่วโลกเพิ่มขึ้นร้อยละ 108

ในปี 2565 กระแสตอบรับของรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด หลังจากที่คณะกรรมการนโยบายยานยนต์ไฟฟ้าแห่งชาติมีมติเห็นชอบมาตรการสนับสนุนทางภาษีสำหรับการใช้รถยนต์ไฟฟ้า (EV Tax Incentive Program) รวมถึงมาตรการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีและไม่ใช่ภาษี เพื่อเร่งผลักดันการผลิตและจำหน่ายรถยนต์ไฟฟ้าทุกประเภทในไทย เพื่อให้เข้ากับเทรนด์การลดปัจจัยวิกฤตภาวะโลกร้อน มลพิษทางอากาศและราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้น ทำให้ในปี 2565 มีปริมาณรถยนต์และรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าจดทะเบียนใหม่จำนวนทั้งสิ้น 83,780 คัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 93 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2564 จากการส่งเสริมการใช้รถยนต์ไฟฟ้าโดยคณะกรรมการนโยบายยานยนต์ไฟฟ้าแห่งชาติที่ได้ออกนโยบาย 30@30 โดยการตั้งเป้าการผลิตยานพาหนะ ZEV (Zero Emission Value) ให้ได้อย่างน้อยร้อยละ 30 ภายในปี 2573 และร้อยละ 50 ภายในปี 2578 ทำให้สัดส่วนการผลิตและการใช้งานรถยนต์สันดาป (ICE) เริ่มทยอยปรับลดลง

การเปลี่ยนผ่านทางด้านเทคโนโลยีของรถยนต์ไฟฟ้าที่หลีกเลี่ยงไม่ได้จะส่งผลกระทบต่อผู้ผลิต รถยนต์ระบบเครื่องยนต์สันดาป แต่อย่างไรก็ตามบริษัทซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายอะไหล่รถยนต์เพื่อการทดแทน (REM) จึงไม่ได้รับผลกระทบโดยตรงเพราะแนวโน้มตลาดชิ้นส่วนเพื่อการทดแทนมีแนวโน้มที่จะเติบโตตามปริมาณรถยนต์สันดาปที่สะสมมาอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับความพร้อมในสถานียังมีไม่มากพอ และการที่ผู้บริโภคต้องปรับตัว เพื่อที่จะรองรับการพัฒนาด้านรถยนต์ EV ที่คาดว่าจะส่งผลที่เป็นรูปธรรมมากขึ้นในช่วงปี 2568-2573 ซึ่งผู้คนส่วนใหญ่ยังคงต้องพึ่งพาการเดินทางด้วยรถยนต์สันดาปเชื้อเพลิงแบบดั้งเดิม โดยเฉพาะกลุ่มรถกระบะที่ยังไม่มีการทำตลาดเครื่องยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย ซึ่งเป็นฐานลูกค้าหลักของบริษัท ดังนั้นสืบเนื่องจากอุปสงค์ที่แข็งแกร่งและจำนวนรถยนต์สันดาปสะสมที่ยังมีแนวโน้มจะเติบโตขึ้น ทำให้ในระยะสั้นและระยะกลางตลาดชิ้นส่วนเพื่อการทดแทนหรืออะไหล่ยานยนต์ (REM) ยังคงเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนผ่านในเทคโนโลยีรถยนต์ไฟฟ้ามากนัก

รายได้จากการดำเนินงานช่วงปี 2563-65 และงวด 6M66

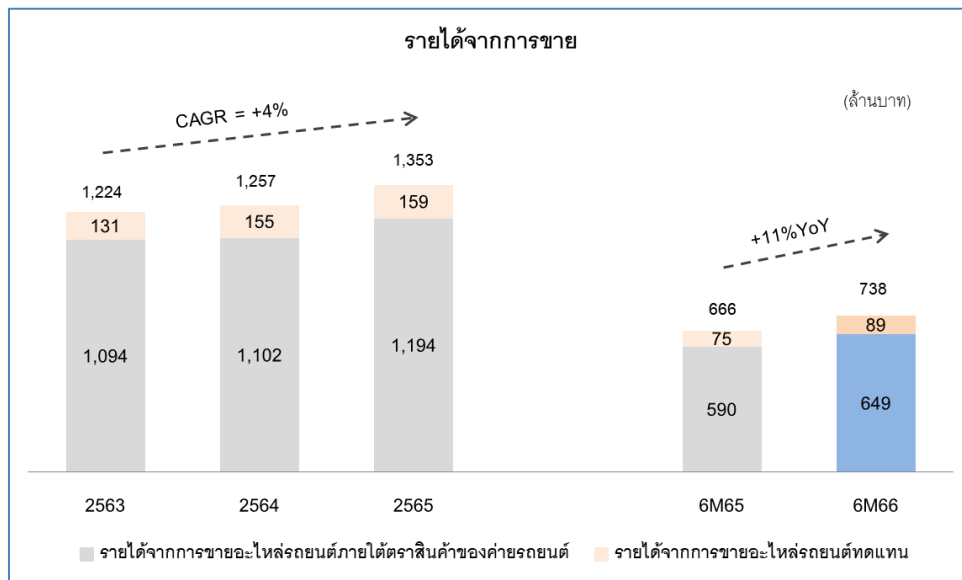
Table7: โครงสร้างรายได้แยกประเภทการขายผลิตภัณฑ์

ประเภทรายได้	ปี 2563		ปี 2564		ปี 2565		6M65		6M66	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
รายได้จากการขาย										
1. รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อะไหล่รถยนต์ภายใต้ตราสินค้าของค่ายรถยนต์	1,093.59	89.33	1,101.85	87.67	1,193.82	88.26	590.44	88.72	648.75	87.89
2. รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อะไหล่รถยนต์ทดแทน	130.68	10.67	155.00	12.33	158.79	11.74	75.08	11.28	89.37	12.11
รวมรายได้จากการจำหน่ายอะไหล่	1,224.27	99.89	1,256.85	99.67	1,352.61	99.24	665.52	99.24	738.12	99.81
รายได้อื่นๆ ¹	1.37	0.11	4.15	0.33	10.31	0.76	5.11	0.76	1.40	0.19
รายได้รวม	1,225.64	100.00	1,260.99	100.00	1,362.92	100.00	670.63	100.00	739.52	100.00

¹รายได้อื่นประกอบด้วย รายได้ดอกเบี้ยรับ เป็นต้น

Source: Filing

Figure8: รายได้จากการขาย



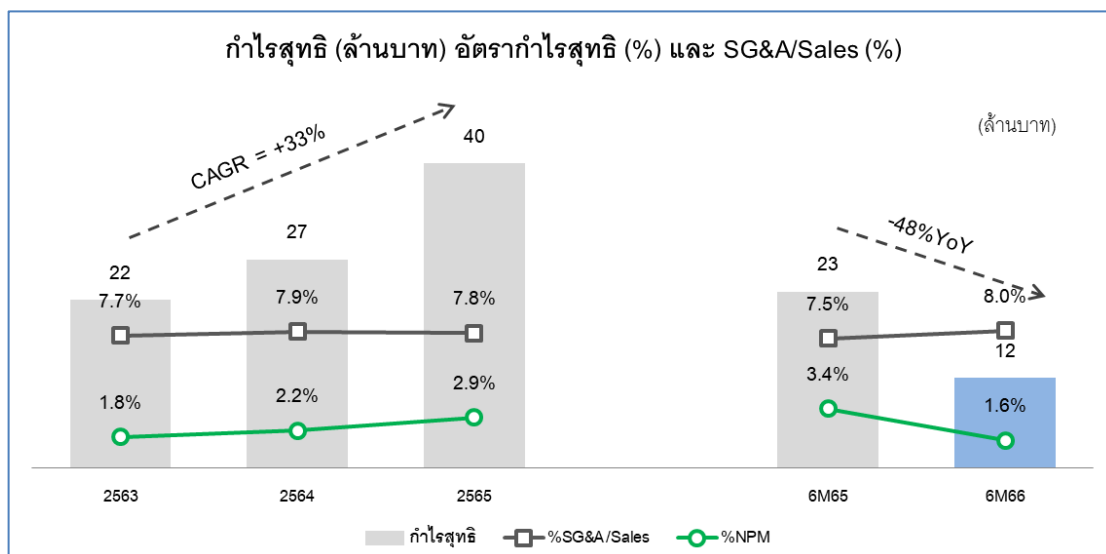
รายได้จากการขาย แบ่งได้เป็น 2 ประเภท (1) รายได้จากการขายอะไหล่รถยนต์ภายใต้ตราสินค้าของค่ายรถยนต์ และ (2) รายได้จากการขายอะไหล่รถยนต์ทดแทน โดยรายละเอียดดังนี้

ในปี 2563 บริษัทมีรายได้จากการขาย เท่ากับ 1,224.3 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วน 99.9% ของรายได้รวม

ในปี 2564 บริษัทมีรายได้จากการขาย เท่ากับ 1,256.9 ล้านบาท โดยคิดเป็นสัดส่วน 99.8% ของรายได้รวม โดยเพิ่มขึ้น 2.6%YoY สาเหตุมาจากการแพร่ระบาดโควิด-19 และมาตรการล็อกดาวน์ส่งผลให้ร้านอะไหล่ของกลุ่มลูกค้าหลักหยุดการดำเนินธุรกิจ

Disclaimer : ความเสี่ยงที่ปรากฏในรายงานนี้เป็นเพียงการนำเสนอในมุมมองของบริษัทและเป็นความคิดเห็น ณ วันที่ปรากฏในรายงานเท่านั้น ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ภายหลังวันดังกล่าว โดยบริษัทไม่จำเป็นต้องแจ้งให้ทราบ รายงานนี้จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ข้อมูลไปยังนักลงทุนเท่านั้น บริษัทไม่รับผิดชอบต่อการนำข้อมูลหรือความคิดเห็นใดๆ ไปใช้ในทางอื่น ดังนั้นนักลงทุนจึงควรใช้ข้อมูลนี้ในการพิจารณาตัดสินใจลงทุนอย่างระมัดระวัง นอกจากนี้ บริษัทในเครือของบริษัทยังมีส่วนเกี่ยวข้องกับหลายประเทศในเครือบริษัทที่มีโครงสร้างการดำเนินงานที่ซับซ้อน (MAI) เป็นองค์ประกอบสำคัญของระบบและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบริษัทไปจนถึงข้อมูลเชิงลึก (Corporate Governance) เป็นองค์ประกอบตามนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ โดยเป็นการสำรวจและประเมินข้อมูลที่มีลักษณะเป็นโอกาสหรือความเสี่ยงที่บริษัทอาจเผชิญได้ ดังนั้น ผลลัพธ์ที่แสดงไว้ไม่ได้เป็นการรับรองผลการปฏิบัติงานและไม่ได้เป็นการให้คำแนะนำในการลงทุน ผู้ใช้ข้อมูลข่าวสารในภาวะที่ระมัดระวังและตัดสินใจลงทุน ทั้งนี้ บริษัทหลักทรัพย์ โกลบอล แอสเซต มีเดีย จำกัด มีเดียอินฟราเรด จำกัด และกลุ่มบริษัทที่เกี่ยวข้องของ บริษัทจะเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบริษัทอย่างต่อเนื่องไป การเปิดเผยการประเมินครั้งต่อไปจะมีความทันสมัยการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานที่อาจมีผลกระทบต่อราคาหุ้นของบริษัทจะเปิดเผยเป็นระยะ และมีการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบริษัทอย่างต่อเนื่องไป การเปิดเผยการประเมินครั้งต่อไปจะมีความทันสมัยการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานที่อาจมีผลกระทบต่อราคาหุ้นของบริษัทจะเปิดเผยเป็นระยะ ทั้งนี้ บริษัทหลักทรัพย์ โกลบอล แอสเซต มีเดียอินฟราเรด จำกัด หรือหน่วยงานผู้จัดหาระดับของผลการประเมินดังกล่าวต่อไปนี้ : www.cgthailand.org

Figure10: กำไรสุทธิ อัตราการทำกำไรสุทธิ และค่าใช้จ่ายในการขายและบริการต่อรายได้รวม



ปี 2563-65 และงวด 6M66 บริษัทมีอัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริการต่อรายได้รวม (%SG&A/Sales) เท่ากับ 7.7%, 7.9%, 7.8% และ 8.0% ตามลำดับ โดยมีแนวโน้มปรับเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2564 เนื่องจากบริษัทมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง และค่าใช้จ่ายทางการตลาด โดยต้นทุนเพื่อรองรับการเติบโตของยอดขายในขนาด

กลุ่มบริษัทมีกำไรสุทธิในช่วงปี 2563-65 และ 6M66 เท่ากับ 22.0 ล้านบาท 27.3 ล้านบาท 39.9 ล้านบาท และ 11.8 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิ 1.8%, 2.2%, 2.9% และ 1.6% ของรายได้รวม โดยในปี 2565 บริษัทมีกำไรสุทธิเพิ่มสูงขึ้น เป็นผลมาจากการผ่อนคลายมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลให้ยอดขายอะไหล่ฟื้นตัว ประกอบกับบริษัทได้รับส่วนลดจากบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์หนุนอัตรากำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจาก 2.2% ในปี 2564 เป็น 2.9% ในปี 2565 สำหรับ 6M66 กลุ่มบริษัทมีกำไรสุทธิลดลง และยังคงมีอัตรากำไรสุทธิลดลงเทียบ YoY เนื่องจากเป็นผลจากการที่บริษัท มีอัตรากำไรขั้นต้นที่ลดลง ประกอบกับมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งในส่วนของค่าใช้จ่ายในการขาย ค่าใช้จ่ายในการบริหารและต้นทุนทางการเงินที่เพิ่มสูงขึ้น

Disclaimer : ความคิดเห็นที่ปรากฏในรายงานนี้เป็นเพียงการนำเสนอในมุมมองของนักวิเคราะห์และเป็นความคิดเห็น ณ วันที่ปรากฏในรายงานเท่านั้น ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ภายหลังวันดังกล่าว โดยบริษัทไม่จำเป็นต้องสนใจทราบ รายงานนี้จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ข้อมูลให้แก่กลุ่มเท่านั้น บริษัทไม่รับผิดชอบต่อการนำข้อมูลหรือความคิดเห็นใดๆ ไปใช้ในทางอื่น ซึ่งนั่นอาจส่งผลให้เกิดข้อผิดพลาดในการพิจารณาตัดสินใจลงทุน นอกจากนี้ บริษัท และ/หรือ บริษัทในกลุ่มของ บริษัทอาจมีส่วนเกี่ยวข้องกับหรือเคยปะทะผลประโยชน์กับบริษัทคู่ค้าที่เกี่ยวข้องในบางกรณีได้ การเปิดเผยข้อมูลของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ในเรื่องการกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance) เป็นการดำเนินการตามนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ โดยเป็นการสำรวจและประเมินข้อมูลที่มีอยู่และเป็นกลางของข้อมูลของบริษัทที่ประกอบและตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (MAI) เป็นข้อมูลสาธารณะและเป็นข้อมูลพื้นฐานทั่วไปตามหลักสากล ดังนั้น ผลสำรวจที่เผยแพร่จึงไม่ได้เป็นการรับรองผลการปฏิบัติงานและไม่ได้เป็นการให้คำแนะนำในการลงทุน ผู้ใช้ข้อมูลควรพิจารณาข้อมูลเพิ่มเติมและตัดสินใจลงทุน ทั้งนี้ บริษัทหลักทรัพย์ ใกล้เคียง จำกัด มีได้อินเทอร์เน็ตหรือมีสาขาครบถ้วนและถูกต้องของผลสำรวจดังกล่าวต่อไปได้ การเปิดเผยผลการประเมินดัชนีชี้วัดความมั่นคงทางการเงินและการป้องกันการทุจริตของบริษัท (Anti-Corruption Progress Indicators) ของบริษัทจะเผยแพร่ที่สำนักงานบัญชีหรือสำนักงานบัญชีของบริษัทและเปิดเผยต่อสาธารณะได้ ข้อมูลเกี่ยวกับผลการประเมินดัชนีชี้วัดความมั่นคงทางการเงินของบริษัทจะเปิดเผยต่อสาธารณะ ณ วันที่ปรากฏในผลการประเมินเท่านั้น ดังนั้น ผลการประเมินจึงอาจเปลี่ยนแปลงได้ภายหลังวันดังกล่าวหรือเมื่อข้อมูลที่เกี่ยวข้องมีการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ บริษัทหลักทรัพย์ ใกล้เคียง จำกัด มีได้อินเทอร์เน็ต หรือมีสาขาครบถ้วนและถูกต้องของผลสำรวจประเมินดังกล่าวต่อไปได้ ที่มา : www.ctgthailand.org

ร้อยละ 37.80 ของสินทรัพย์รวม ดังนั้น หากบริษัทฯ บริหารสินค้าคงคลังไม่เหมาะสม อาจทำให้มีปริมาณสินค้าคงคลังมากเกินไปจนทำให้สินค้าล้าสมัยและต้องตั้งค่าเผื่อสินค้าล้าสมัยในทางตรงข้าม หากสินค้าคงคลังน้อยเกินไป จะทำให้บริษัทฯ มีสินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า และส่งผลให้บริษัทฯ เสียโอกาสในการจำหน่ายสินค้า ซึ่งทั้งสองกรณีดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ในที่สุด

5) **ความเสี่ยงจากการลดลงของผลการดำเนินงานเนื่องจากการหยุดจำหน่ายสินค้าบางรายการให้กับลูกค้ารายหนึ่ง**

ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2566 บริษัทฯ ได้หยุดการจำหน่ายสินค้าบางผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้ารายใหญ่รายหนึ่ง เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจจะมีการผิดเงื่อนไขในสัญญาเกี่ยวกับค่าบางรายการ จากการที่ลูกค้าดังกล่าวอาจมีการดำเนินการที่ไม่เป็นไปตามเงื่อนไขการค้าของบริษัทฯ โดยในปี 2564 - 2565 และงวด 6 เดือนแรก ปี 2566 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ในกลุ่มดังกล่าวจำนวน 126.91 ล้านบาท จำนวน 108.04 ล้านบาท และจำนวน 45.53 ล้านบาท ตามลำดับ หรือ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.10 ร้อยละ 7.99 และร้อยละ 6.17 ของรายได้จากการขาย ตามลำดับ รายได้ที่ลดลงดังกล่าวของบริษัทฯ จะส่งผลให้ประมาณการกำไรขั้นต้นของบริษัทฯ ลดลงจากจำนวน 139.20 ล้านบาท เหลือประมาณ 127.31 ล้านบาท ในปี 2564 จากจำนวน 157.74 ล้านบาท เหลือประมาณ 144.34 ล้านบาท ในปี 2565 และจากจำนวน 40.55 ล้านบาท เหลือประมาณ 38.58 ล้านบาท ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2566 และประมาณการกำไรสุทธิของบริษัทฯ ลดลงจากจำนวน 27.32 ล้านบาท เหลือประมาณ 17.87 ล้านบาท ในปี 2564 จากจำนวน 39.91 ล้านบาท เหลือประมาณ 29.25 ล้านบาท ในปี 2565 และจากจำนวน 11.78 ล้านบาท เหลือประมาณ 8.29 ล้านบาท ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2566

6) **ความเสี่ยงของสินค้าปลอมแปลงและสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์**

เนื่องจากผลิตภัณฑ์อะไหล่ที่บริษัทฯ จัดจำหน่ายทั้งที่เป็นชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ภายใต้ตราสินค้าของค่ายรถยนต์ (Genuine Parts) และชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ทดแทน (Replacement Parts) ล้วนแล้วแต่เป็นผลิตภัณฑ์อะไหล่คุณภาพที่ได้รับการยอมรับจากกลุ่มผู้ใช้งาน จึงอาจมีผู้ผลิตบางกลุ่มซึ่งผลิตสินค้าที่ลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ดังกล่าวและใช้วิธีการตั้งราคาสินค้าให้ต่ำกว่าปกติเพื่อดึงดูดกลุ่มผู้ใช้งาน ซึ่งอาจส่งผลให้การแข่งขันในตลาดมีความรุนแรงมากขึ้น นอกจากนี้ จากการที่บริษัทฯ มีนโยบายในการรับประกันสินค้าภายใน 7 วัน สำหรับกรณีที่มีสินค้าที่ลูกค้าได้รับนั้นไม่ถูกต้องตามความต้องการของลูกค้า ดังนั้น ในกระบวนการรับประกันของบริษัทฯ อาจมีสินค้าที่ลอกเลียนแบบปลอมปนกลับมา ซึ่งในกรณีที่บริษัทฯ นำสินค้าดังกล่าวไปจำหน่ายต่ออาจส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของบริษัทฯ ได้

นโยบายการจ่ายเงินปันผลไม่น้อยกว่า 40% ของกำไรสุทธิตามงบการเงินเฉพาะกิจการ

บริษัทฯ มีนโยบายจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นในอัตราไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 ของกำไรสุทธิจากงบเฉพาะกิจการภายหลังหักภาษีเงินได้นิติบุคคลและเงินสำรองต่างๆ ทุกประเภทตามที่กฎหมายกำหนด อย่างไรก็ตาม อัตราการจ่ายเงินปันผลดังกล่าว อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจ กระแสเงินสดของบริษัทและแผนการลงทุนของบริษัทฯ ตามความจำเป็นและความเหมาะสม

Disclaimer : ความคิดเห็นที่ปรากฏในรายงานนี้เป็นเพียงการนำเสนอในมุมมองของ บริษัทและเป็นความคิดเห็น ณ วันที่ปรากฏในรายงานเท่านั้น ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ภายหลังวันดังกล่าว โดยบริษัทฯ ไม่จำเป็นต้องลงชื่อหรือทำเครื่องหมายใดๆ บริษัทฯ ไม่รับผิดชอบต่อการนำข้อมูลหรือความคิดเห็นใดๆ ไปใช้ในทางอื่น ดังนั้นนักลงทุนควรใช้ข้อมูลนี้ในการพิจารณาตัดสินใจลงทุน โดยคำนึงถึงความเสี่ยงและโอกาสต่างๆ โดยบริษัทฯ และบริษัทในกลุ่มของบริษัทฯ มีส่วนเกี่ยวข้องกับหรือเคยปะทะกับธุรกิจที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน (MAI) เปิดต่อสาธารณะและเป็นข้อมูลสำหรับผู้ลงทุนทั่วไปตามรหัส E1 ได้ ดังนั้น ผู้ที่ซื้อหรือเช่าซื้อหลักทรัพย์ของบริษัทฯ ควรพิจารณาความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการทุจริตคอร์รัปชัน (Anti-Corruption Progress Indicators) ของบริษัทฯ และบริษัทในกลุ่มของบริษัทฯ เป็นเพียงการนำเสนอผลการประเมินโดยมิได้เป็นการประเมินการปฏิบัติตามกฎหมายของบริษัทฯ และมีค่าใช้จ่ายในการประเมิน เนื่องจากผลการประเมินดังกล่าวเป็นเพียงการประเมิน ณ วันที่ปรากฏในรายงานเท่านั้น ดังนั้น ผลการประเมินจึงอาจเปลี่ยนแปลงได้ภายหลังวันดังกล่าวหรือเมื่อข้อมูลที่เกี่ยวข้องมีการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ บริษัทหลักทรัพย์ โกลบอล ดีเวลอปเมนท์ จำกัด (มหาชน) หรือหน่วยงานผู้จัดสรรเงินของผลการประเมินดังกล่าวต่อไป ที่มา : www.cgthailand.org

