

## บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 1/2566

### ภาพรวมโดยสรุป

ในไตรมาส 1/2566 ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพประสบความสำเร็จในการเริ่มผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้า นีโอพลาสท์ และ นีโอบัน ที่ทางซีลิกได้เข้าไปลงทุนเมื่อปลายปี 2565 ได้ก่อนตารางเวลาที่กำหนดไว้ และธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพสามารถทำผลการดำเนินงานในเชิงอัตรากำไรขั้นต้น และ อัตรากำไรสุทธิ ได้ในระดับดี ประกอบกับจำนวนนักท่องเที่ยวในประเทศที่เพิ่มมากขึ้น จึงส่งผลดีต่อยอดขายของธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพด้วยเช่นกัน

ซีลิกยังคงมีความท้าทาย ของการส่งออกสินค้าของธุรกิจการดูแลสุขภาพและสติกเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว ซึ่งเป็นผลมาจากอุปสงค์ของตลาดต่างประเทศที่กำลังเริ่มเผชิญภาวะเศรษฐกิจถดถอย ตามนโยบายทางการเงินของหลายประเทศในการดึงอัตราเงินเฟ้อให้ลดลง อย่างไรก็ตาม อุปสงค์ของตลาดในประเทศยังคงอยู่ในระดับดี ทำให้สัดส่วนการขายของ ซีลิก มีแนวโน้มแบ่งมาทางตลาดในประเทศเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นการปรับรูปแบบธุรกิจตามสถานการณ์ที่เหมาะสม

การที่ซีลิกมีกลุ่มธุรกิจที่หลากหลายและครอบคลุมทั้งแบบ B2B และ B2C รวมถึงสัดส่วนของกลุ่มลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศในสัดส่วนที่พอเหมาะ ทำให้สามารถปรับตัวในการดำเนินธุรกิจภายใต้สภาวะที่เศรษฐกิจมีความไม่แน่นอนได้อย่างเหมาะสม

### สามารถสร้างยอดขายที่เติบโตขึ้นผ่านผลการดำเนินงานของธุรกิจกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

ซีลิกมียอดขายของธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้นแบบมีนัยสำคัญ เนื่องจากสามารถเริ่มผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้า นีโอพลาสท์ และ นีโอบัน โดยคาดว่าจะเพิ่มขึ้นต่อในไตรมาส 2/2566 จากการเพิ่มอัตราการผลิต ในขณะที่ธุรกิจการดูแลสุขภาพ และ ธุรกิจสติกเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว สามารถรักษายอดขายอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ถึงแม้จะเจอภาวะกดดันของอุปสงค์จากตลาดต่างประเทศ เนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจที่เริ่มถดถอย

### เพิ่มระดับกำไรขั้นต้นได้ก้าวกระโดด จากรูปแบบการกระจายของกลุ่มธุรกิจที่ส่งเสริมความยั่งยืน

ซีลิกสามารถเพิ่มกำไรขั้นต้นให้เติบโตแบบก้าวกระโดดได้ใน ไตรมาส 1/2566 จากธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นในระดับสูง และธุรกิจการดูแลสุขภาพสามารถทำอัตรากำไรขั้นต้นได้ในระดับเหมาะสมเช่นกัน

### EBITDA และกำไรสุทธิ

EBITDA ในไตรมาส 1/2566 เพิ่มขึ้น 31.3% จากไตรมาสก่อน และ 27.6% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว ในขณะที่ กำไรสุทธิ เพิ่มขึ้น 156.6% จากไตรมาสก่อน แต่ลดลง 16.9% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

### สรุปผลประกอบการไตรมาส 1/2566

- รายได้รวมอยู่ที่ 454.71 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.3% จากไตรมาสก่อน และ 16.7% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยมีการรับรู้รายได้ที่เพิ่มขึ้นจากธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ เนื่องจากเริ่มดำเนินการผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัท ดีวีเค เฮลท์แคร์ จำกัด
- กำไรขั้นต้นอยู่ที่ 102.46 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 12.1% จากไตรมาสก่อน และ 25.8% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยมีอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นเป็น 22.7% เป็นผลมาจากสัดส่วนรายได้ที่เพิ่มขึ้นของธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพซึ่งให้ผลอัตรากำไรขั้นต้นในระดับสูง
- EBITDA 42.96 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 31.3% จากไตรมาสก่อน และ 27.6% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว
- กำไรสุทธิเท่ากับ 9.74 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 156.6% จากไตรมาสก่อน แต่ลดลง 16.9% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว



## งบกำไรขาดทุนรวมไตรมาส 1/2566

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					3 เดือน		
งบกำไรขาดทุนรวม	Q1/2023	Q4/2022	Q1/2022	% QoQ	% YoY	3M 2023	3M 2022	% YoY
รายได้จากการขายและบริการสุทธิ	451.69	437.26	386.64	3.3%	16.8%	451.69	386.64	16.8%
กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนสุทธิ	0.00	0.00	1.48	--	(100.0%)	0.00	1.48	(100.0%)
รายได้อื่น	3.02	3.03	1.59	(0.3%)	89.7%	3.02	1.59	89.7%
<b>รวมรายได้</b>	<b>454.71</b>	<b>440.30</b>	<b>389.71</b>	<b>3.3%</b>	<b>16.7%</b>	<b>454.71</b>	<b>389.71</b>	<b>16.7%</b>
ต้นทุนขาย	349.23	345.85	305.21	1.0%	14.4%	349.23	305.21	14.4%
<b>กำไรขั้นต้น (ไม่รวมรายได้อื่น)</b>	<b>102.46</b>	<b>91.41</b>	<b>81.43</b>	<b>12.1%</b>	<b>25.8%</b>	<b>102.46</b>	<b>81.43</b>	<b>25.8%</b>
ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนสุทธิ	0.36	1.93	0.00	(811%)	--	0.36	0.00	--
ค่าใช้จ่ายในการขาย	27.00	25.83	22.90	4.5%	17.9%	27.00	22.90	17.9%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	54.62	52.72	41.48	3.6%	31.7%	54.62	41.48	31.7%
ส่วนแบ่งกำไร/ (ขาดทุน) จากการร่วมค้า	(0.02)	(0.01)	0.00	3001%	--	(0.02)	0.00	--
<b>กำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้</b>	<b>42.96</b>	<b>32.73</b>	<b>33.65</b>	<b>31.3%</b>	<b>27.6%</b>	<b>42.96</b>	<b>33.65</b>	<b>27.6%</b>
ค่าเสื่อมราคา	19.48	18.77	13.52	3.8%	44.1%	19.48	13.52	44.1%
<b>กำไรก่อนต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้</b>	<b>23.48</b>	<b>13.96</b>	<b>20.13</b>	<b>68.2%</b>	<b>16.6%</b>	<b>23.48</b>	<b>20.13</b>	<b>16.6%</b>
ต้นทุนทางการเงิน	10.91	9.13	4.75	19.5%	129.9%	10.91	4.75	129.9%
<b>กำไรก่อนภาษีเงินได้</b>	<b>12.57</b>	<b>4.83</b>	<b>15.39</b>	<b>160.4%</b>	<b>(18.3%)</b>	<b>12.57</b>	<b>15.39</b>	<b>(18.3%)</b>
ภาษีเงินได้	2.83	1.03	3.67	174.5%	(22.9%)	2.83	3.67	(22.9%)
<b>กำไร (ขาดทุน) สุทธิ</b>	<b>9.74</b>	<b>3.79</b>	<b>11.72</b>	<b>156.6%</b>	<b>(16.9%)</b>	<b>9.74</b>	<b>11.72</b>	<b>(16.9%)</b>

หมายเหตุ: จัดประเภทรายการในระหว่างค่าใช้จ่ายในการขายและค่าใช้จ่ายในการบริหารเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานทางบัญชีและนิยามของกรมสรรพากร

### ผลประกอบการด้านการเงิน

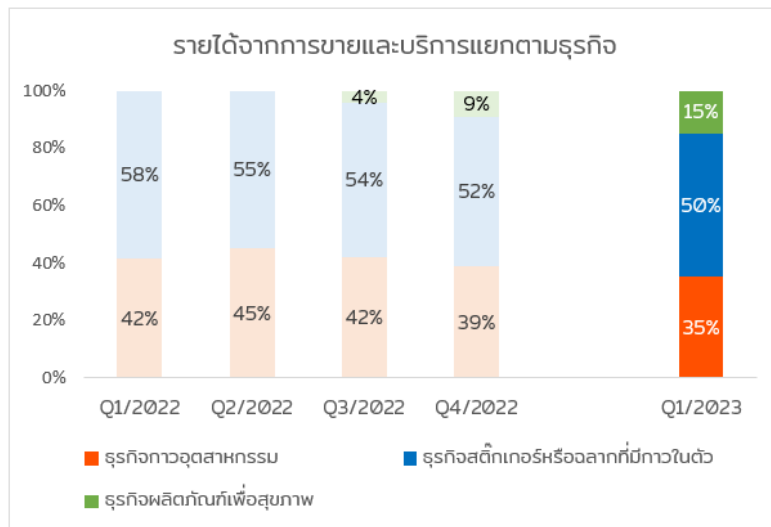
#### รายได้

รายได้จากการขายและบริการ 451.69 ล้านบาท เติบโต 3.3% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ 16.8% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยมีการรับรู้รายได้ที่เพิ่มขึ้นจากธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ เนื่องจากเริ่มดำเนินการผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัท ดีวีเค เฮลท์แคร์ จำกัด

#### โครงสร้างรายได้จากการขายและบริการ

ซีลิกมีรายได้จากการขายและบริการจากการดำเนินงานธุรกิจสามประเภทคือ ธุรกิจกาวอุตสาหกรรม ธุรกิจสติ๊กเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว และธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ซึ่งจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ

สัดส่วนการขายและบริการของธุรกิจกาวอุตสาหกรรมอยู่ที่ 35% ธุรกิจสติ๊กเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัวอยู่ที่ 50% และธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอยู่ที่ 15% ณ ไตรมาส 1/2566 โดยคาดว่า สัดส่วนของธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจะเพิ่มมากขึ้น ในไตรมาส 2/2566 จากการเพิ่มอัตราการผลิตสินค้าของ บริษัท ดีวีเค เฮลท์แคร์ จำกัด



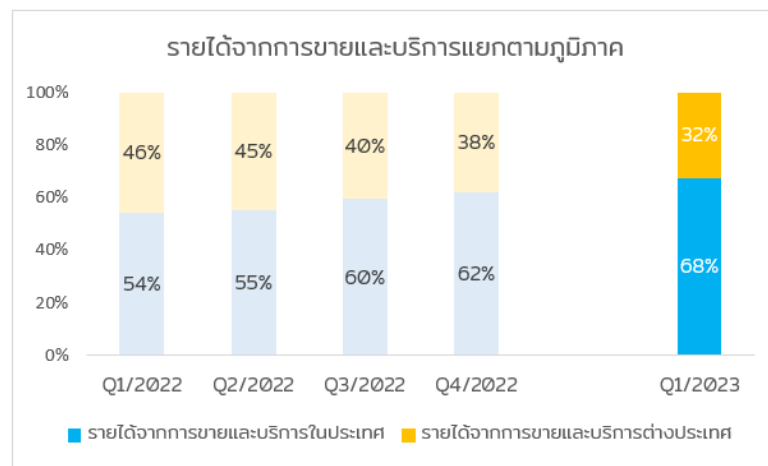
หมายเหตุ: ดัดรายการระหว่างกันของบริษัท

## บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 1/2566

โครงสร้างการขายและบริการแยกตามภูมิภาค มีสัดส่วนการขายและบริการตลาดในประเทศ 68% และตลาดต่างประเทศ 32% จากยอดขายและบริการรวม ณ ไตรมาส 1/2566 โดยคาดว่า สัดส่วนของการขายและบริการในประเทศจะเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับสัดส่วนรายได้ของธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่เพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพมีสัดส่วนการขายในประเทศเป็นหลัก

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					3 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค	Q1/2023	Q4/2022	Q1/2022	% QoQ	% YoY	3M 2023	3M 2022	% YoY
รายได้จากการขายและบริการในประเทศ	304.94	272.02	210.55	12.1%	44.8%	304.94	210.55	44.8%
รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศ	146.75	165.25	176.08	(11.2%)	(16.7%)	146.75	176.08	(16.7%)
<b>รายได้จากการขายและบริการ</b>	<b>451.69</b>	<b>437.26</b>	<b>386.64</b>	<b>3.3%</b>	<b>16.8%</b>	<b>451.69</b>	<b>386.64</b>	<b>16.8%</b>

หมายเหตุ: ดัดรายการระหว่างกันของบริษัท



หมายเหตุ: ดัดรายการระหว่างกันของบริษัท

### ต้นทุนขายและกำไรขั้นต้น

ต้นทุนขายในไตรมาส 1/2566 เท่ากับ 349.23 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1.0% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ 14.4% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว ในขณะที่ กำไรขั้นต้น เท่ากับ 102.46 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 12.1% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ 25.8% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว เป็นผลมาจากธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ทำอัตรากำไรขั้นต้นในระดับสูง และธุรกิจการอุตสาหกรรมทำอัตรากำไรขั้นต้นได้ในระดับเหมาะสม ทำให้กำไรขั้นต้นรวมของกลุ่มธุรกิจเติบโตได้ดี

### ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการในไตรมาส 1/2566 อยู่ที่ 81.62 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.9% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ 26.8% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยแบ่งเป็นค่าใช้จ่ายในการขาย 27.00 ล้านบาท และค่าใช้จ่ายในการบริหาร 54.62 ล้านบาท อัตราค่าใช้จ่ายในการดำเนินการต่อรายได้จากการขายอยู่ในระดับเดียวกับไตรมาส 4/2565 แต่สูงขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว เป็นผลจากการรวมผลการดำเนินงานของธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

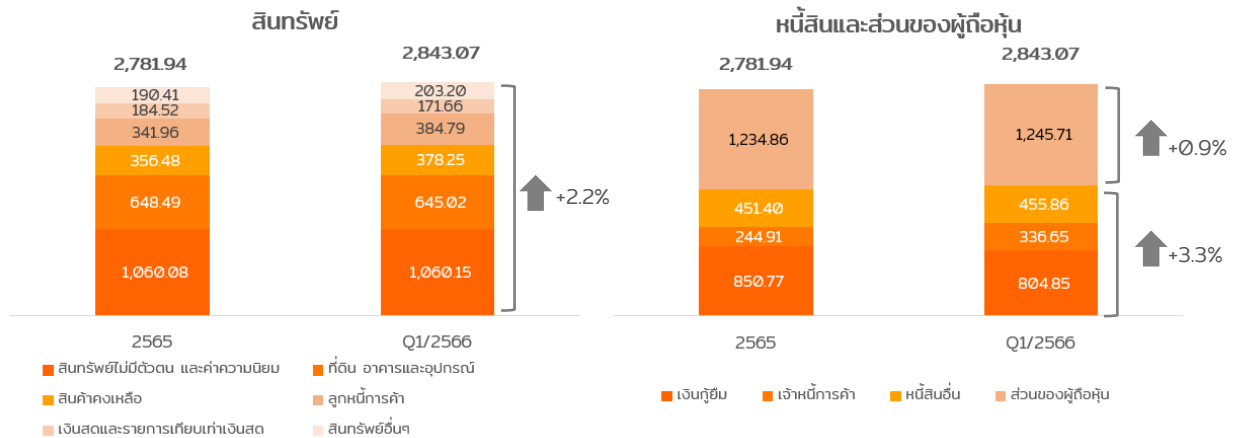
### EBITDA และกำไรสุทธิ

EBITDA 42.96 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 31.3% จากไตรมาสก่อน และ 27.6% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว ในขณะที่ กำไรสุทธิ เท่ากับ 9.74 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 156.6% จากไตรมาสก่อน แต่ลดลง 16.9% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน)  
คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 1/2566

## ฐานะการเงินรวมไตรมาส 1/2566

หน่วย: ล้านบาท



### สินทรัพย์รวม

สินทรัพย์รวม ณ ไตรมาส 1/2566 เท่ากับ 2,843.07 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2.2% จาก ปี 2565 ส่วนใหญ่มาจากการเพิ่มขึ้นของ ลูกหนี้การค้าและสินค้าคงเหลือ ของธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่กำลังขยายตัว

### หนี้สินรวม

หนี้สินรวม ณ ไตรมาส 1/2566 เท่ากับ 1,597.36 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.3% จาก ปี 2565 ส่วนใหญ่มาจากการเพิ่มขึ้นของ เจ้าหนี้การค้า ในขณะที่เงินกู้ยืมลดลง

### ส่วนของผู้ถือหุ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้น ณ ไตรมาส 1/2566 เท่ากับ 1,245.71 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 0.9% จาก ปี 2565 จากการเพิ่มขึ้นของ กำไรสะสม

## ผลการดำเนินการแยกตามกลุ่มธุรกิจ (Segment Reporting)

### ธุรกิจกาวยาอุตสาหกรรม

ธุรกิจกาวยาอุตสาหกรรมมียอดขายและบริการรวมใน ไตรมาส 1/2566 เท่ากับ 159.76 ล้านบาท ลดลง 6.4% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ ลดลง 19.8% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยความต้องการของตลาดต่างประเทศยังคงชะลอตัว ตามการคาดการณ์ของภาวะเศรษฐกิจถดถอยในหลายประเทศ

### ธุรกิจกาวยาอุตสาหกรรม: รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					3 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า	Q1/2023	Q4/2022	Q1/2022	% QoQ	% YoY	3M 2023	3M 2022	% YoY
ผลิตภัณฑ์กาวยา Solvent	78.67	84.00	69.26	(6.3%)	13.6%	78.67	69.26	13.6%
ผลิตภัณฑ์กาวยา Hot Melt	57.79	69.57	69.57	(16.9%)	(16.9%)	57.79	69.57	(16.9%)
ผลิตภัณฑ์กาวยา Water Based	19.49	12.79	56.81	52.4%	(65.7%)	19.49	56.81	(65.7%)
สินค้าและบริการอื่นๆ	3.81	4.32	3.55	(11.8%)	7.3%	3.81	3.55	7.3%
รายได้จากการขายและบริการ	159.76	170.69	199.20	(6.4%)	(19.8%)	159.76	199.20	(19.8%)

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน)  
คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 1/2566

**ผลิตภัณฑ์ทากาว Solvent:** ยอดขาย เท่ากับ 78.67 ล้านบาท ลดลง 6.3% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน แต่เพิ่มขึ้น 13.6% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

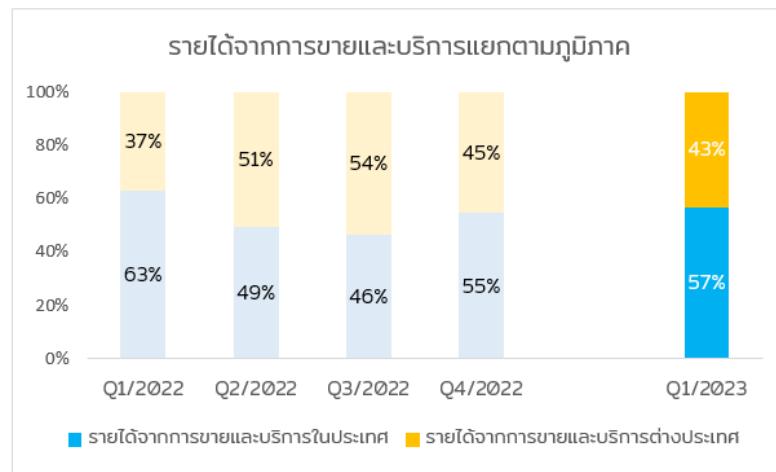
**ผลิตภัณฑ์ทากาว Hot Melt:** ยอดขาย เท่ากับ 57.79 ล้านบาท ลดลง 16.9% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

**ผลิตภัณฑ์ทากาว Water Based:** ยอดขาย เท่ากับ 19.49 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 52.4% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน แต่ลดลง 65.7% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว เนื่องจากการเปลี่ยนนโยบายการขายกาาแก่บริษัทในเครือ

**ธุรกิจกาาอุตสาหกรรม: รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค**

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					3 เดือน		
	Q1/2023	Q4/2022	Q1/2022	% QoQ	% YoY	3M 2023	3M 2022	% YoY
รายได้จากการขายและบริการในประเทศ	90.91	93.51	125.37	(2.8%)	(27.5%)	90.91	125.37	(27.5%)
รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศ	68.85	77.17	73.83	(10.8%)	(6.7%)	68.85	73.83	(6.7%)
รายได้จากการขายและบริการ	159.76	170.69	199.20	(6.4%)	(19.8%)	159.76	199.20	(19.8%)

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท



หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

**รายได้จากการขายในประเทศ:** 90.91 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อย 2.8% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และลดลง 27.5% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว เนื่องจากการเปลี่ยนนโยบายการขายกาาแก่บริษัทในเครือ

**รายได้จากการขายต่างประเทศ:** 68.85 ล้านบาท ลดลง 10.8% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และลดลง 6.7% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยยอดขายที่ลดลงของกลุ่มผลิตภัณฑ์ทากาว Hot Melt

สัดส่วนการขายระหว่างในประเทศและต่างประเทศ ณ ไตรมาส 1/2566 มีสัดส่วนขายในประเทศ 57% และสัดส่วนการขายต่างประเทศ 43%

ธุรกิจกาาอุตสาหกรรมมีกำไรขั้นต้นในไตรมาส 1/2566 เท่ากับ 38.23 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อย 3.0% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และลดลง 8.7% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว ทั้งนี้อัตรากำไรขั้นต้นต่อรายได้จากการขายและบริการปรับตัวเพิ่มขึ้น เป็น 23.9% ทำไร่ก่อนค่าเสื่อมราคา ต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้ เท่ากับ 14.28 ล้านบาท และกำไรสุทธิ เท่ากับ 6.17 ล้านบาท

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					3 เดือน		
	Q1/2023	Q4/2022	Q1/2022	% QoQ	% YoY	3M 2023	3M 2022	% YoY
รายได้จากการขายและบริการสุทธิ	159.76	170.69	199.20	(6.4%)	(19.8%)	159.76	199.20	(19.8%)
ต้นทุนขาย	121.53	131.27	157.32	(7.4%)	(22.7%)	121.53	157.32	(22.7%)
กำไรขั้นต้น (ไม่รวมรายได้อื่น)	38.23	39.41	41.88	(3.0%)	(8.7%)	38.23	41.88	(8.7%)
อัตรากำไรขั้นต้นต่อรายได้จากการขายและบริการ	23.9%	23.1%	21.0%	3.6%	13.8%	23.9%	21.0%	13.8%
กำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้	14.28	17.22	17.02	(17.1%)	(16.1%)	14.28	17.02	(16.1%)
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	6.17	8.78	6.75	(29.8%)	(8.7%)	6.17	6.75	(8.7%)

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน)  
คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 1/2566

### ธุรกิจสต็อกเกอร์หรือรถลากที่มีกาวในตัว

ธุรกิจสต็อกเกอร์หรือรถลากที่มีกาวในตัวมียอดขายและบริการ อยู่ที่ 225.41 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1.0% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ 0.3% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยทำได้ดีในตลาดในประเทศ ในขณะที่ความต้องการในตลาดต่างประเทศยังคงชะลอตัว

ธุรกิจสต็อกเกอร์หรือรถลากที่มีกาวในตัว: รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					3 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า	Q1/2023	Q4/2022	Q1/2022	% QoQ	% YoY	3M 2023	3M 2022	% YoY
ผลิตภัณฑ์กระดาษ	155.21	156.67	151.30	(0.9%)	2.6%	155.21	151.30	2.6%
ผลิตภัณฑ์ฟิล์ม	69.36	65.29	70.27	6.2%	(1.3%)	69.36	70.27	(1.3%)
ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ	0.84	1.12	3.20	(25.1%)	(73.9%)	0.84	3.20	(73.9%)
รายได้จากการขายและบริการ	225.41	223.08	224.78	1.0%	0.3%	225.41	224.78	0.3%

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

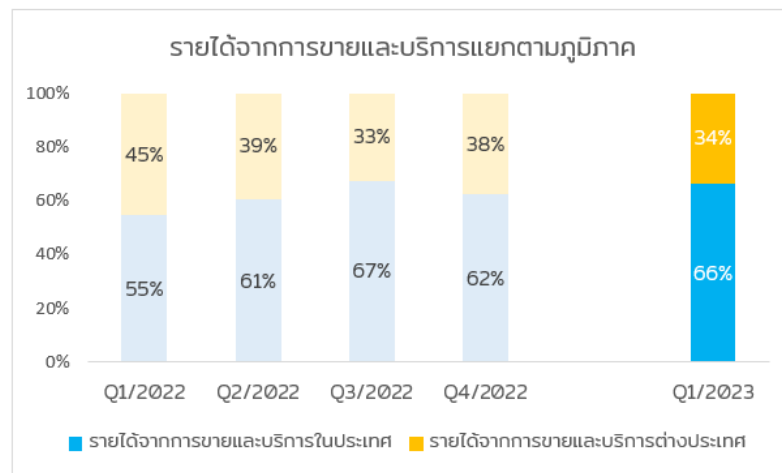
**ผลิตภัณฑ์กระดาษ:** ยอดขาย เท่ากับ 155.21 ล้านบาท อยู่ในระดับเดียวกับไตรมาสก่อน และ เพิ่มขึ้น 2.6% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว เติบโตได้ดีจากตลาดในประเทศ ในขณะที่ความต้องการจากตลาดต่างประเทศลดลงเล็กน้อย

**ผลิตภัณฑ์ฟิล์ม:** ยอดขาย เท่ากับ 69.36 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 6.2% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน จากตลาดในประเทศ แต่ลดลงเล็กน้อยที่ 1.3% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

ธุรกิจสต็อกเกอร์หรือรถลากที่มีกาวในตัว: รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					3 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค	Q1/2023	Q4/2022	Q1/2022	% QoQ	% YoY	3M 2023	3M 2022	% YoY
รายได้จากการขายและบริการในประเทศ	149.87	139.06	122.83	7.8%	22.0%	149.87	122.83	22.0%
รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศ	75.54	84.03	101.95	(10.1%)	(25.9%)	75.54	101.95	(25.9%)
รายได้จากการขายและบริการ	225.41	223.08	224.78	1.0%	0.3%	225.41	224.78	0.3%

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท



หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

**รายได้จากการขายในประเทศ:** 149.87 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 7.8% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ 22.0% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยเติบโตจากทั้งผลิตภัณฑ์กระดาษ และผลิตภัณฑ์ฟิล์ม

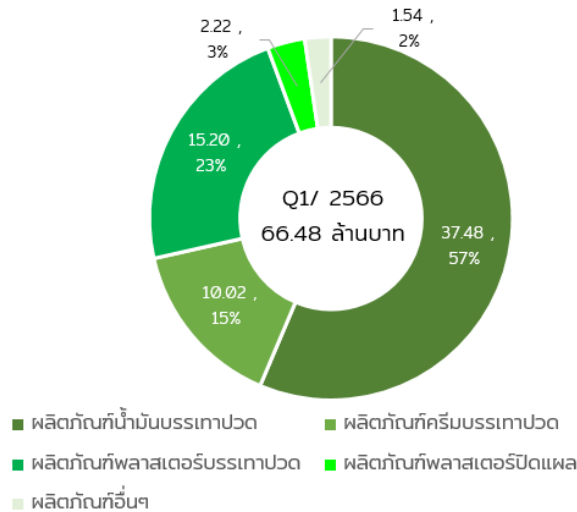
**รายได้จากการขายต่างประเทศ:** 75.54 ล้านบาท ลดลง 10.1% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และลดลง 25.9% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

สัดส่วนการขายระหว่างในประเทศและต่างประเทศในไตรมาส 1/2566 มีสัดส่วนขายในประเทศ 66% และสัดส่วนการขายต่างประเทศ 34%

## บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 1/2566

### ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

รายได้จากการขายใน ไตรมาส 1/2566 เท่ากับ 66.48 ล้านบาท โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์หลัก คือกลุ่มผลิตภัณฑ์น้ำมันบรรเทาปวด กลุ่มผลิตภัณฑ์ครีมบรรเทาปวด กลุ่มผลิตภัณฑ์พลาสเตอร์บรรเทาปวด และกลุ่มผลิตภัณฑ์พลาสเตอร์ปิดแผล โดยสัดส่วนการขาย อยู่ที่ 57%, 15%, 23%, และ 3% ตามลำดับ



สัดส่วนการขายระหว่างในประเทศและต่างประเทศใน ไตรมาส 1/2566 มีสัดส่วนขายในประเทศ 97% และสัดส่วนการขายต่างประเทศ 3%

### มุมมองผู้บริหารต่อแนวโน้มธุรกิจปี 2566

จากการคาดการณ์แนวโน้มเศรษฐกิจไทยในปี 2566 ของกระทรวงการคลังจะมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.8 จะเป็นปัจจัยที่จะส่งผลกระทบต่อบริษัทสำหรับการเติบโตยอดขายในประเทศ หากแต่มีการคาดการณ์ว่าอุปสงค์ของตลาดต่างประเทศส่วนใหญ่จะยังคงชะลอตัวในระดับเดียวกับ ปี 2565 จากปัจจัยหลักเช่น ภาวะเงินเฟ้อในหลาย ๆ ประเทศ และ อัตราแลกเปลี่ยนที่มีความผันผวนและกระทบต่อเงินบาท บริษัทได้กำหนดกลยุทธ์การเติบโตโดยคำนึงถึงปัจจัยและแนวโน้มเศรษฐกิจดังกล่าว และจะสร้างการเติบโตของธุรกิจหลักทั้งทางอุตสาหกรรม และฉลากที่มีแนวโน้มในตัว โดยกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจะเห็นการเติบโตจากการผลักดันให้ผลิตภัณฑ์ตราสินค้ามีโอพลาสก์ และมีไอบนสามารถดำเนินธุรกิจและสร้างยอดขายเพื่อสอดคล้องกับกลยุทธ์การเติบโตของบริษัท

### รายได้จากการขายเติบโตต่อเนื่อง

ซีลิกยังคงมุ่งเน้นสร้างการเติบโตของรายได้ จากทั้งธุรกิจทางอุตสาหกรรม ธุรกิจสติกเกอร์ และธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ตามกลยุทธ์ที่วางไว้ โดยผลลัพธ์จากโครงการลงทุนในธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ จะเป็นส่วนสำคัญของการเติบโตของรายได้ อย่างชัดเจนในปี 2566 รวมถึงขยายฐานลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้น และขยายไปยังตลาดต่างประเทศที่เศรษฐกิจอยู่ในเกณฑ์ดีและมีกำลังซื้อสูง

### การบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายเพื่อทำไรซ์ขึ้นต้นและทำไรซ์สุทธิในระดับที่ดีขึ้น

ซีลิกมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาการบริหารจัดการต้นทุนภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพดีขึ้นตามลำดับ ผ่านกระบวนการทาง supply chain บริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเหมาะสม เพื่อที่จะสามารถรับมือกับสถานการณ์ผันผวนของปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ ไม่ว่าจะเป็นราคาน้ำมัน หรือ อัตราแลกเปลี่ยน



## บริษัท ซีล็ค คอร์ป จำกัด (มหาชน)

บริษัทยังคงมองหาโอกาสในการขยายการลงทุนด้วยการร่วมทุน หรือการซื้อกิจการ เพื่อที่จะเป็นการผลักดันการเติบโตอย่างก้าวกระโดด ทั้งนี้ก่อนการลงทุนในแต่ละโครงการจะผ่านการพิจารณาอย่างรอบคอบ และเป็นไปตามหลักการและขั้นตอนของนโยบายการลงทุน เพื่อพิจารณาให้ผลตอบแทนถึงผลประโยชน์สูงสุดที่บริษัทและผู้ถือหุ้นพึงได้รับ โดยเน้นที่ธุรกิจที่ต่อยอดจากธุรกิจหลักทั้งสองของบริษัท และธุรกิจด้านการแพทย์ หรือด้านเทคโนโลยีเป็นต้น

ปี 2566 ได้มีการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน ที่ครอบคลุมมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล หรือ ESG และจะดำเนินการตามนโยบายอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่รับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้เกิดประโยชน์และตอบสนองต่อตลาดได้มากขึ้น นอกเหนือจากนี้ยังความร่วมมือกับหน่วยงาน และโครงการต่างๆ เพื่อช่วยกันผลักดันด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม

ข้อปฏิบัติเพื่อความรับผิดชอบต่อ

ในองค์กรบางบริษัทอาจจะมีข้อมูลบางส่วนที่เกี่ยวข้องกับการคาดการณ์ในอนาคตโดยใช้ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในหลายด้านซึ่งจะขึ้นอยู่กับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนต่างๆ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวรวมถึงแผนธุรกิจ กลยุทธ์ และความเชื่อของบริษัท รวมทั้งข้อมูลอื่นที่ไม่ใช่ข้อมูลที่เกิดขึ้นในอดีต ตัวอย่างของคำที่ใช้ในการคาดการณ์ในอนาคต เช่น “อาจจะ”, “จะ”, “คาดว่า”, “ตั้งไว้ว่า”, “ประมาณ”, “เชื่อว่า”, “ยังคง”, “วางแผนว่า” หรือคำใดๆ ที่ความหมายทำนองเดียวกัน เป็นต้น แม้ว่าการคาดการณ์ดังกล่าวจะถูกจัดทำขึ้นจากสมมติฐานและความเชื่ออย่างยั้งยืน โดยอาศัยข้อมูลที่มีอยู่ในปัจจุบันเป็นพื้นฐานก็ตาม สมมติฐานเหล่านี้ยังคงมีความเสี่ยงและความไม่แน่นอนต่างๆ ซึ่งอาจจะทำให้ผลงาน ผลการดำเนินงาน ความสำเร็จที่เกิดขึ้นจริงแตกต่างจากที่บริษัทคาดการณ์ในอนาคต ดังนั้นผู้ใช้อาจต้องกล่าวถึงวงจรระยะสั้นในการใช้ข้อมูลข้างต้น อีกทั้งบริษัท และผู้บริหาร/พนักงาน ไม่อาจควบคุมหรือรับรองความเกี่ยวข้อง ระยะเวลาที่จะเกิดขึ้น หรือการถูกเอื้อของข้อมูลดังกล่าว