

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 2/2566

ภาพรวมโดยสรุป

ในไตรมาส 2/2566 ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพยังคงเป็นธุรกิจที่สร้างความเติบโตให้ซีลิก จากการเพิ่มอัตราการผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าที่หลากหลายเข้าสู่ตลาดเพิ่มขึ้น ประกอบกับจำนวนนักท่องเที่ยวในประเทศที่เพิ่มขึ้น ทำให้อุปสงค์ของตลาดในประเทศยังคงสามารถรักษาระดับที่เหมาะสม ส่งผลให้ผลการดำเนินงานของซีลิกอยู่ในระดับที่ดี

ซีลิกยังคงมีความท้าทาย ของการส่งออกสินค้าของธุรกิจการดูแลสุขภาพและสติกเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว ซึ่งเป็นผลมาจากการชะลออุปสงค์ของตลาดต่างประเทศที่อยู่ในภาวะเศรษฐกิจถดถอย เนื่องจากหลายประเทศยังคงดำเนินนโยบายทางการเงินแบบเข้มงวด เพราะอัตราเงินเฟ้อในหลายประเทศลดลงช้ากว่าที่คาดการณ์ ทำให้มีการคาดการณ์ว่าภาวะเศรษฐกิจถดถอยจะยังคงอยู่ต่อไปในครึ่งปีหลังของปี 2566

อย่างไรก็ตาม อุปสงค์ของตลาดในประเทศยังคงอยู่ในระดับที่เหมาะสม ทำให้สัดส่วนการขายของซีลิก เคลื่อนตัวมาทางตลาดในประเทศเพิ่มขึ้น ให้ขณะเดียวกันซีลิกได้ดำเนินแผนขยายตลาดไปในกลุ่มประเทศที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อเตรียมตัวสำหรับการเติบโตหลังภาวะเศรษฐกิจถดถอย ซึ่งเป็นการปรับรูปแบบธุรกิจตามสถานการณ์ที่เหมาะสม

การที่ซีลิกมีกลุ่มธุรกิจที่หลากหลายและครอบคลุมทั้งแบบ B2B และ B2C รวมถึงสัดส่วนของกลุ่มลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศในสัดส่วนที่พอเหมาะ ทำให้สามารถปรับตัวในการดำเนินธุรกิจภายใต้สภาวะที่เศรษฐกิจมีความไม่แน่นอนได้อย่างเหมาะสม

สามารถสร้างยอดขายที่เติบโตขึ้นผ่านผลการดำเนินงานของธุรกิจกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

ซีลิกมียอดขายของธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากสามารถเพิ่มอัตราการผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าที่หลากหลายเข้าสู่ตลาดเพิ่มขึ้น ในขณะที่ ธุรกิจการดูแลสุขภาพ และ ธุรกิจสติกเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว ยังคงเผชิญการชะลอตัวอย่างมีนัยสำคัญของอุปสงค์จากตลาดต่างประเทศ ซึ่งเป็นผลกระทบจากสภาวะเศรษฐกิจถดถอยในหลายประเทศ

เพิ่มระดับกำไรขั้นต้นได้ก้าวกระโดด จากรูปแบบการกระจายของกลุ่มธุรกิจที่ส่งเสริมความยั่งยืน

ซีลิกสามารถเพิ่มกำไรขั้นต้นให้เติบโตแบบก้าวกระโดดได้ใน ไตรมาส 2/2566 จากธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นในระดับสูง โดยธุรกิจการดูแลสุขภาพ และ ธุรกิจสติกเกอร์หรือฉลาก สามารถทำอัตรากำไรขั้นต้นได้ในระดับเหมาะสมด้วยเช่นกัน

EBITDA และกำไรสุทธิ

ซีลิกสามารถเพิ่ม EBITDA และกำไรสุทธิ ได้ดีใน ไตรมาส 2/2566 เป็นผลจากการดำเนินงานที่ดีของธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน)
คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 2/2566

สรุปผลการประกอบการไตรมาส 2/2566

- รายได้รวมอยู่ที่ 456.18 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 0.3% จากไตรมาสก่อน และ 16.8% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยมีการรับรู้รายได้ที่เพิ่มขึ้นจากธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ เนื่องจากการเพิ่มอัตราการผลิตและการจัดจำหน่ายสินค้าที่หลากหลายเข้าสู่ตลาดเพิ่มมากขึ้น ของบริษัท ดีวีเค เฮลท์แคร์ จำกัด
- กำไรขั้นต้นอยู่ที่ 123.97 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 21.0% จากไตรมาสก่อน และ 43.1% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว และมีอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นเป็น 27.2% เป็นผลมาจากสัดส่วนรายได้ที่เพิ่มขึ้นของธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพซึ่งให้ผลอัตรากำไรขั้นต้นในระดับสูง
- EBITDA 57.52 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 33.9% จากไตรมาสก่อน และ 83.8% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว
- กำไรสุทธิ 21.66 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 122.4% จากไตรมาสก่อน และ 115.1% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

สรุปผลการประกอบการในรอบ 6 เดือน 2566

- รายได้รวม 910.89 ล้านบาท เติบโต 16.9% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว จากการรวมผลการดำเนินงานของธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพในสัดส่วนที่มีนัยสำคัญ
- กำไรขั้นต้น 226.43 ล้านบาท เติบโต 34.7% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว และอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นเป็น 25.0% จากอัตรากำไรขั้นต้นของธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่อยู่ในระดับสูง
- EBITDA 100.48 ล้านบาท เติบโต 54.7% และกำไรสุทธิ 31.40 ล้านบาท เติบโต 44.1% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

งบกำไรขาดทุนรวมไตรมาส 2/2566

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					6 เดือน		
งบกำไรขาดทุนรวม	Q2/2023	Q1/2023	Q2/2022	% QoQ	% YoY	6M 2023	6M 2022	% YoY
รายได้จากการขายและบริการสุทธิ	455.73	451.69	389.97	0.9%	16.9%	907.42	776.61	16.8%
กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนสุทธิ	0.00	0.00	0.00	--	--	0.00	0.31	(100.0%)
รายได้อื่น	0.45	3.02	0.55	(85.2%)	(18.4%)	3.47	214	62.0%
รวมรายได้	456.18	454.71	390.52	0.3%	16.8%	910.89	779.06	16.9%
ต้นทุนขาย	331.76	349.23	303.32	(5.0%)	9.4%	680.99	608.52	11.9%
กำไรขั้นต้น (ไม่รวมรายได้อื่น)	123.97	102.46	86.66	21.0%	43.1%	226.43	168.09	34.7%
ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนสุทธิ	2.75	0.36	117	656.5%	135.1%	3.11	0.00	--
ค่าใช้จ่ายในการขาย	28.27	27.00	21.19	4.7%	33.4%	55.27	44.09	25.4%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	55.93	54.62	46.93	2.4%	19.2%	110.55	88.41	25.0%
ส่วนแบ่งกำไร/ (ขาดทุน) จากการร่วมค้า	(0.25)	(0.02)	0.00	935.7%	--	(0.27)	0.00	--
กำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้	57.52	42.96	31.30	33.9%	83.8%	100.48	64.95	54.7%
ค่าเสื่อมราคา	20.30	19.48	13.38	4.2%	51.7%	39.78	26.91	47.9%
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้	37.22	23.48	17.91	58.5%	107.8%	60.69	38.04	59.5%
ต้นทุนทางการเงิน	11.14	10.91	4.82	2.1%	131.2%	22.05	9.56	130.5%
กำไรก่อนภาษีเงินได้	26.08	12.57	13.09	107.5%	99.2%	38.65	28.48	35.7%
ภาษีเงินได้	4.42	2.83	3.03	56.2%	46.1%	7.25	6.69	8.3%
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	21.66	9.74	10.07	122.4%	115.1%	31.40	21.78	44.1%

หมายเหตุ: งบประกอบรายงานให้ประจักษ์แจ้งค่าใช้จ่ายในการขายและค่าใช้จ่ายในการบริหารเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานทางบัญชีและเป็นไปตามกรอบพัฒนาธุรกิจการค้า

ผลการประกอบการด้านการเงิน

รายได้

รายได้จากการขายและบริการ 455.73 ล้านบาท ในรอบ 3 เดือน เติบโต 0.9% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ 16.9% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว เนื่องจากการเพิ่มอัตราการผลิตและการจัดจำหน่ายสินค้าที่หลากหลายเข้าสู่ตลาดเพิ่มมากขึ้นของธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ อย่างไรก็ตามธุรกิจการดูแลสุขภาพและธุรกิจสติกเกอร์ยังคงเผชิญกับการชะลอตัวของตลาดส่งออก

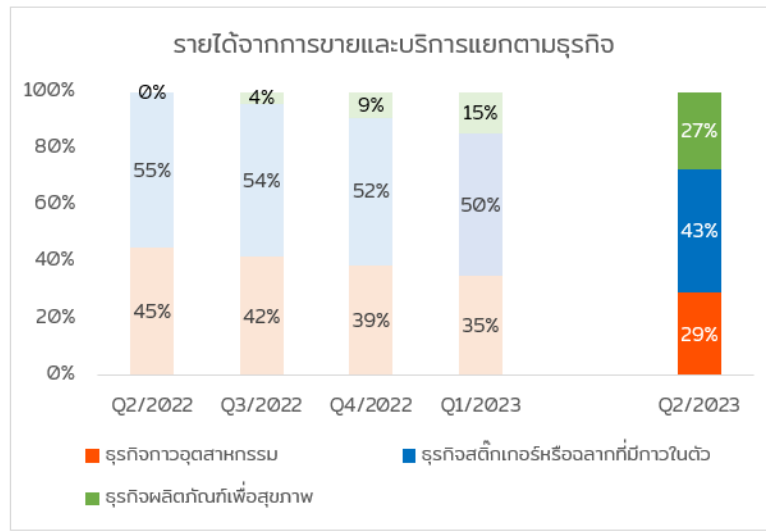
สำหรับในรอบ 6 เดือน รายได้จากการขายและบริการเท่ากับ 907.42 ล้านบาทเติบโตจากปีที่แล้ว 16.8% จากการรวมผลการดำเนินงานของธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพในสัดส่วนที่มีนัยสำคัญ

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน)
คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 2/2566

โครงสร้างรายได้จากการขายและบริการ

ซีลิกมีรายได้จากการขายและบริการจากการดำเนินงานธุรกิจสามประเภทคือ ธุรกิจกาวยาอุตสาหกรรม ธุรกิจสติกเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว และธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ซึ่งจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ

สัดส่วนการขายและบริการของธุรกิจกาวยาอุตสาหกรรมอยู่ที่ 29% ธุรกิจสติกเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัวอยู่ที่ 43% และธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอยู่ที่ 27% ณ ไตรมาส 2/2566 โดยคาดว่า สัดส่วนของธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจะยังคงปรับตัวขึ้นเล็กน้อย ในไตรมาส 3/2566 จากการเพิ่มอัตราการผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าของ บริษัท ดีวีเค เฮลท์แคร์ จำกัด ประกอบกับการชะลอตัวของตลาดส่งออกของธุรกิจกาวยาอุตสาหกรรมและธุรกิจสติกเกอร์

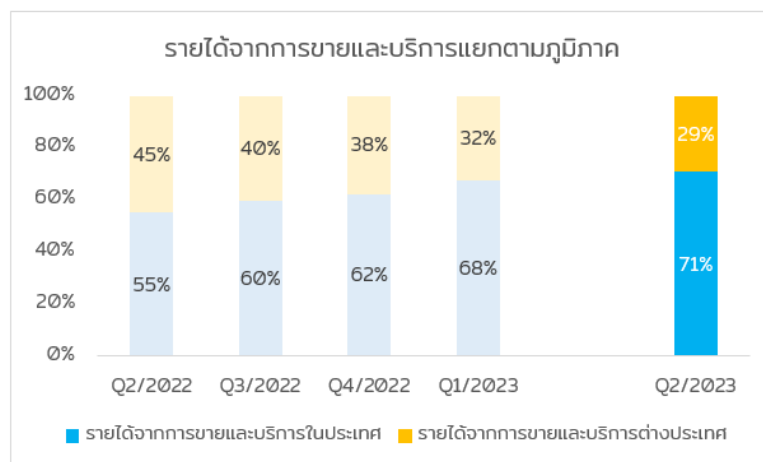


หมายเหตุ: ดัดแปลงระหว่างกันของบริษัท

โครงสร้างการขายและบริการแยกตามภูมิภาค มีสัดส่วนการขายและบริการตลาดในประเทศ 71% และตลาดต่างประเทศ 29% จากยอดขายและบริการรวม ณ ไตรมาส 2/2566 โดยคาดว่า สัดส่วนของการขายและบริการในประเทศจะเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับสัดส่วนรายได้ของธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่เพิ่มสูงขึ้น โดยมีสัดส่วนการขายในประเทศเป็นหลัก ประกอบกับการชะลอตัวของตลาดส่งออกของธุรกิจกาวยาอุตสาหกรรมและธุรกิจสติกเกอร์

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					6 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค	Q2/2023	Q1/2023	Q2/2022	% QoQ	% YoY	6M 2023	6M 2022	% YoY
รายได้จากการขายและบริการในประเทศ	322.64	304.94	214.69	5.8%	50.3%	627.58	425.25	47.6%
รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศ	133.09	146.75	175.28	(9.3%)	(24.1%)	279.84	351.36	(20.4%)
รายได้จากการขายและบริการ	455.73	451.69	389.97	0.9%	16.9%	907.42	776.61	16.8%

หมายเหตุ: ดัดแปลงระหว่างกันของบริษัท



หมายเหตุ: ดัดแปลงระหว่างกันของบริษัท

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 2/2566

ต้นทุนขายและกำไรขั้นต้น

ต้นทุนขายในไตรมาส 2/2566 เท่ากับ 331.76 ล้านบาท ลดลง 5.0% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน แต่เพิ่มขึ้น 9.4% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว ในขณะที่ กำไรขั้นต้น เท่ากับ 123.97 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 21.0% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ 43.1% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว เป็นผลมาจากธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ทำอัตรากำไรขั้นต้นในระดับสูง ทำให้กำไรขั้นต้นรวมของกลุ่มธุรกิจเติบโตได้ดี

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ

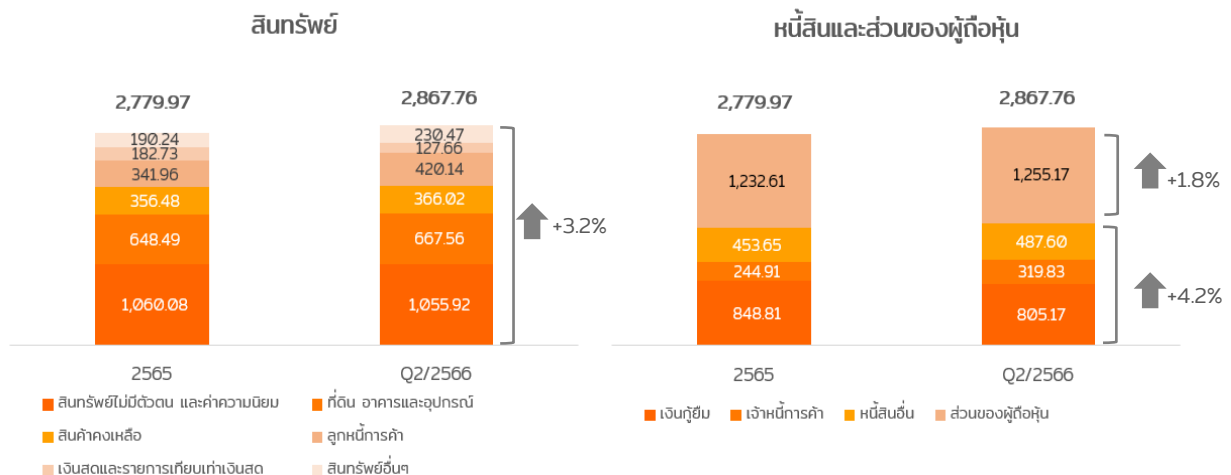
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการในไตรมาส 2/2566 อยู่ที่ 84.21 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.2% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ 23.6% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยแบ่งเป็นค่าใช้จ่ายในการขาย 28.27 ล้านบาท และค่าใช้จ่ายในการบริหาร 55.93 ล้านบาท อัตราค่าใช้จ่ายในการดำเนินการต่อรายได้จากการขายปรับตัวสูงขึ้นเล็กน้อยจากไตรมาสก่อน และสูงขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว เป็นผลจากการรวมผลการดำเนินงานของธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

EBITDA และกำไรสุทธิ

EBITDA 57.52 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 33.9% จากไตรมาสก่อน และ 83.8% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว ในขณะที่ กำไรสุทธิ เท่ากับ 21.66 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 122.4% จากไตรมาสก่อน และ 115.1% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

ฐานะการเงินรวมไตรมาส 2/2566

หน่วย: ล้านบาท



สินทรัพย์รวม

สินทรัพย์รวม ณ ไตรมาส 2/2566 เท่ากับ 2,867.76 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.2% จาก ปี 2565 ส่วนใหญ่มาจากการเพิ่มขึ้นของลูกหนี้การค้าและสินค้าคงเหลือ ของธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่กำลังขยายตัว รวมถึงเงินมัดจำในการลงทุนเครื่องจักรใหม่ของธุรกิจสติกเกอร์

หนี้สินรวม

หนี้สินรวม ณ ไตรมาส 2/2566 เท่ากับ 1,612.60 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4.2% จาก ปี 2565 ส่วนใหญ่มาจากการเพิ่มขึ้นของเจ้าหนี้การค้า ในขณะที่เงินกู้ยืมลดลง

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้น ณ ไตรมาส 2/2566 เท่ากับ 1,255.17 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1.8% จาก ปี 2565

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน)
คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 2/2566

ผลการดำเนินการแยกตามกลุ่มธุรกิจ (Segment Reporting)

ธุรกิจกาวยาอุตสาหกรรม

ธุรกิจกาวยาอุตสาหกรรมมียอดขายและบริการรวมใน ไตรมาส 2/2566 เท่ากับ 133.83 ล้านบาท ลดลง 16.2% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ ลดลง 23.8% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยได้รับผลกระทบจากการชะลอตัวของตลาดต่างประเทศที่มีภาวะเศรษฐกิจถดถอย รวมถึงการชะลอตัวของกลุ่มลูกค้าโรงงานอุตสาหกรรมในประเทศที่ผลิตเพื่อส่งออกเช่นกัน

ธุรกิจกาวยาอุตสาหกรรม: รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					6 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า	Q2/2023	Q1/2023	Q2/2022	% QoQ	% YoY	6M 2023	6M 2022	% YoY
ผลิตภัณฑ์ทากาว Solvent	72.78	78.67	81.55	(7.5%)	(10.8%)	151.45	150.82	0.4%
ผลิตภัณฑ์ทากาว Hot Melt	43.97	57.79	65.58	(23.9%)	(33.0%)	101.75	135.14	(24.7%)
ผลิตภัณฑ์ทากาว Water Based	14.19	19.49	23.37	(27.2%)	(39.3%)	33.69	80.18	(58.0%)
สินค้าและบริการอื่นๆ	2.89	3.81	5.05	(24.2%)	(42.7%)	6.70	8.60	(22.1%)
รายได้จากการขายและบริการ	133.83	159.76	175.55	(16.2%)	(23.8%)	293.59	374.75	(21.7%)

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

ผลิตภัณฑ์ทากาว Solvent: ยอดขาย เท่ากับ 72.28 ล้านบาท ลดลง 7.5% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และลดลง 10.8% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว ได้รับผลกระทบจากการชะลอตัวของตลาดต่างประเทศ ในขณะที่ความต้องการของตลาดในประเทศยังคงเติบโตขึ้นเล็กน้อย

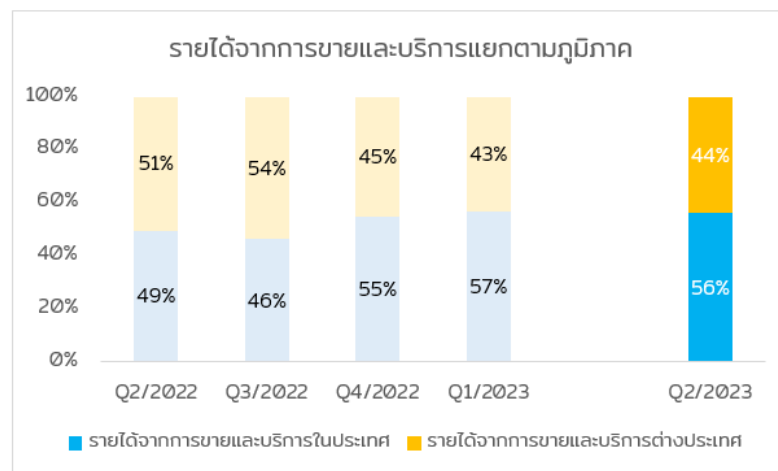
ผลิตภัณฑ์ทากาว Hot Melt: ยอดขาย เท่ากับ 43.97 ล้านบาท ลดลง 23.9% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และลดลง 33.0% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว ได้รับผลกระทบจากการชะลอตัวของตลาดต่างประเทศ รวมถึงการชะลอตัวของกลุ่มลูกค้าโรงงานอุตสาหกรรมในประเทศที่ผลิตเพื่อส่งออกเช่นกัน

ผลิตภัณฑ์ทากาว Water Based: ยอดขาย เท่ากับ 14.19 ล้านบาท ลดลง 27.2% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และลดลง 39.3% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว ได้รับผลกระทบจากการชะลอตัวของตลาดต่างประเทศ รวมถึงการชะลอตัวของกลุ่มลูกค้าโรงงานอุตสาหกรรมในประเทศที่ผลิตเพื่อส่งออกเช่นกัน

ธุรกิจกาวยาอุตสาหกรรม: รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					6 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค	Q2/2023	Q1/2023	Q2/2022	% QoQ	% YoY	6M 2023	6M 2022	% YoY
รายได้จากการขายและบริการในประเทศ	75.02	90.91	86.86	(17.5%)	(13.6%)	165.93	212.23	(21.8%)
รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศ	58.81	68.85	88.69	(14.6%)	(33.7%)	127.66	162.52	(21.4%)
รายได้จากการขายและบริการ	133.83	159.76	175.55	(16.2%)	(23.8%)	293.59	374.75	(21.7%)

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท



หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

รายได้จากการขายในประเทศ: 75.02 ล้านบาท ลดลง 17.5% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และลดลง 13.6% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยยอดขายที่ลดลงจากกลุ่มผลิตภัณฑ์ Hot Melt และ Water Based

รายได้จากการขายต่างประเทศ: 58.81 ล้านบาท ลดลง 14.6% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และลดลง 33.7% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยยอดขายที่ลดลงจากทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์

สัดส่วนการขายระหว่างในประเทศและต่างประเทศ ณ ไตรมาส 2/2566 มีสัดส่วนขายในประเทศ 56% และสัดส่วนการขายต่างประเทศ 44%

ธุรกิจกาอูตสาหกรรมมีกำไรขั้นต้นในไตรมาส 2/2566 เท่ากับ 31.54 ล้านบาท ลดลง 17.5% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และลดลง 28.7% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว เป็นผลสืบเนื่องจากรายได้ที่ลดลง โดยอัตรากำไรขั้นต้นต่อรายได้จากการขายและบริการทรงตัว เท่ากับ 23.6% กำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้ เท่ากับ 11.67 ล้านบาท และกำไรสุทธิ เท่ากับ 4.14 ล้านบาท

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					6 เดือน		
	Q2/2023	Q1/2023	Q2/2022	% QoQ	% YoY	6M 2023	6M 2022	% YoY
รายได้จากการขายและบริการสุทธิ	133.83	159.76	175.55	(16.2%)	(23.8%)	293.59	374.75	(21.7%)
ต้นทุนขาย	102.29	121.53	131.29	(15.8%)	(22.1%)	223.83	288.61	(22.4%)
กำไรขั้นต้น (ไม่รวมรายได้อื่น)	31.54	38.23	44.26	(17.5%)	(28.7%)	69.77	86.13	(19.0%)
อัตรากำไรขั้นต้นต่อรายได้จากการขายและบริการ	23.6%	23.9%	25.2%	(1.5%)	(6.5%)	23.8%	23.0%	3.4%
กำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้	11.67	14.28	67.80	(18.3%)	(82.8%)	25.95	84.82	(69.4%)
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	4.14	6.17	58.59	(32.9%)	(92.9%)	10.31	65.34	(84.2%)

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

ธุรกิจสติ๊กเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว

ธุรกิจสติ๊กเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัวมียอดขายและบริการ อยู่ที่ 195.19 ล้านบาท ลดลง 13.4% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ ลดลง 7.3% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยได้รับผลกระทบจากการชะลอตัวของตลาดต่างประเทศ ตามการคาดการณ์ของภาวะเศรษฐกิจถดถอยในหลายประเทศ อย่างไรก็ตามตลาดในประเทศยังคงเติบโต

ธุรกิจสติ๊กเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว: รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					6 เดือน		
	Q2/2023	Q1/2023	Q2/2022	% QoQ	% YoY	6M 2023	6M 2022	% YoY
รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า								
ผลิตภัณฑ์กระดาษ	127.85	155.21	150.32	(17.6%)	(14.9%)	283.06	301.62	(6.2%)
ผลิตภัณฑ์ฟิล์ม	65.08	69.36	59.00	(6.2%)	10.3%	134.43	129.27	4.0%
ผลิตภัณฑ์ฉลากอื่นๆ	2.27	0.84	1.34	170.6%	68.6%	3.10	4.55	(31.7%)
รายได้จากการขายและบริการ	195.19	225.41	210.66	(13.4%)	(7.3%)	420.60	435.44	(3.4%)

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

ผลิตภัณฑ์กระดาษ : ยอดขาย เท่ากับ 127.85 ล้านบาท ลดลง 17.6% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ ลดลง 14.9% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว เติบโตได้ดีจากตลาดในประเทศ ในขณะที่ความต้องการจากตลาดต่างประเทศลดลงอย่างมีนัยสำคัญ

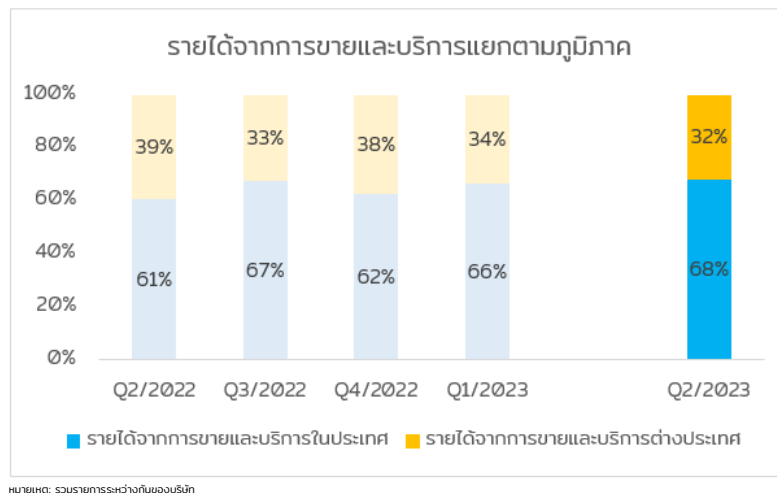
ผลิตภัณฑ์ฟิล์ม: ยอดขาย เท่ากับ 65.08 ล้านบาท ลดลง 6.2% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน แต่เติบโต 10.3% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว เติบโตได้ดีจากตลาดในประเทศ ในขณะที่ความต้องการจากตลาดต่างประเทศลดลงเล็กน้อย

ธุรกิจสติ๊กเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว: รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					6 เดือน		
	Q2/2023	Q1/2023	Q2/2022	% QoQ	% YoY	6M 2023	6M 2022	% YoY
รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค								
รายได้จากการขายและบริการในประเทศ	132.97	149.87	127.84	(11.3%)	4.0%	282.83	250.67	12.8%
รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศ	62.22	75.54	82.82	(17.6%)	(24.9%)	137.76	184.78	(25.4%)
รายได้จากการขายและบริการ	195.19	225.41	210.66	(13.4%)	(7.3%)	420.60	435.44	(3.4%)

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน)
คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 2/2566



รายได้จากการขายในประเทศ: 132.97 ล้านบาท ลดลง 11.3% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน แต่เติบโต 4.0% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

รายได้จากการขายต่างประเทศ: 62.22 ล้านบาท ลดลง 17.6% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และลดลง 24.9% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

สัดส่วนการขายระหว่างในประเทศและต่างประเทศในไตรมาส 2/2566 มีสัดส่วนขายในประเทศ 68% และสัดส่วนการขายต่างประเทศ 32%

ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพมียอดขายและบริการรวมใน ไตรมาส 2/2566 เท่ากับ 124.88 ล้านบาท เติบโต 87.9% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ 168.7% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว จากการเพิ่มอัตราการผลิตและการจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัท ดีวีเค เฮลท์แคร์ จำกัด

ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ: รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า

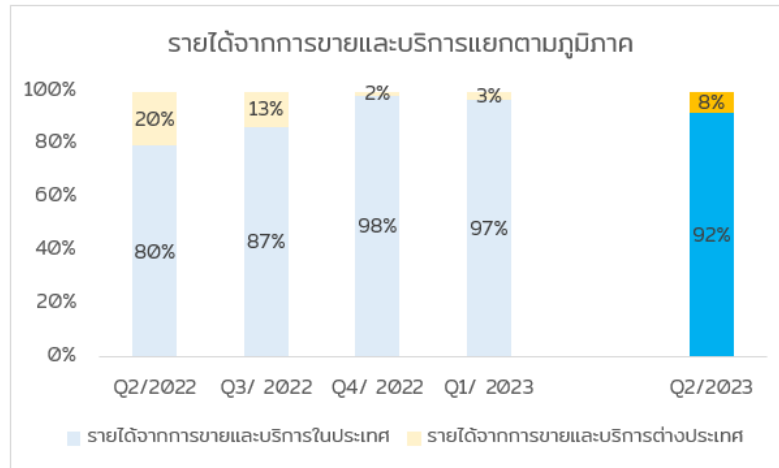
หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					6 เดือน		
	Q2/2023	Q1/2023	Q2/2022	% QoQ	% YoY	6M 2023	6M 2022	% YoY
รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า								
ผลิตภัณฑ์น้ำมันบรรเทาปวด	35.88	37.48	33.89	(4.3%)	5.9%	73.36	64.86	13.1%
ผลิตภัณฑ์ครีมบรรเทาปวด	12.74	10.02	12.47	27.1%	2.2%	22.76	20.48	11.2%
ผลิตภัณฑ์พลาสเตอร์บรรเทาปวด	54.09	15.20	0.00	255.8%	--	69.30	0.00	--
ผลิตภัณฑ์พลาสเตอร์ปิดแผล	6.31	2.22	0.00	184.3%	--	8.53	0.00	--
ผลิตภัณฑ์เทปผ้าลือค	14.29	1.31	0.00	990.4%	--	15.60	0.00	--
ผลิตภัณฑ์อื่นๆ	1.58	0.23	0.11	577.2%	1,310.9%	1.81	0.25	612.4%
รายได้จากการขายและบริการ	124.88	66.48	46.47	87.9%	168.7%	191.36	85.59	123.6%

รายได้จากการขายและบริการ แบ่งเป็น 5 กลุ่มผลิตภัณฑ์หลัก คือกลุ่มผลิตภัณฑ์น้ำมันบรรเทาปวด กลุ่มผลิตภัณฑ์ครีมบรรเทาปวด กลุ่มผลิตภัณฑ์พลาสเตอร์บรรเทาปวด กลุ่มผลิตภัณฑ์พลาสเตอร์ปิดแผล และกลุ่มผลิตภัณฑ์เทปผ้าลือค โดยสัดส่วนการขาย ในไตรมาส 2/2566 อยู่ที่ 29%, 10%, 43%, 5% และ 11% ตามลำดับ โดยสัดส่วนจะยังคงเปลี่ยนแปลงจากการผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าเพิ่มเติมให้ครบตามแผนของบริษัท ดีวีเค เฮลท์แคร์ จำกัด

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 2/2566

ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ: รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					6 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค	Q2/2023	Q1/2023	Q2/2022	% QoQ	% YoY	6M 2023	6M 2022	% YoY
รายได้จากการขายและบริการในประเทศ	114.77	64.40	36.98	78.2%	210.4%	179.17	71.51	150.6%
รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศ	10.11	2.08	9.49	386.1%	6.5%	12.19	14.08	(13.5%)
รายได้จากการขายและบริการ	124.88	66.48	46.47	87.9%	168.7%	191.36	85.59	123.6%



สัดส่วนการขายระหว่างในประเทศและต่างประเทศใน ไตรมาส 2/2566 มีสัดส่วนขายในประเทศ 92% และสัดส่วนการขายต่างประเทศ 8%

มุมมองผู้บริหารต่อแนวโน้มธุรกิจปี 2566

จากการคาดการณ์แนวโน้มเศรษฐกิจไทยในปี 2566 ของกระทรวงการคลังจะมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.5 จะเป็นปัจจัยที่จะส่งผลบวกต่อบริษัทสำหรับการเติบโตยอดขายในประเทศ แม้สภาวะเศรษฐกิจถดถอยของประเทศคู่ค้าของบริษัทในหลายประเทศ จะส่งผลกระทบต่อส่งออกสินค้าของบริษัทในปี 2566 อย่างไรก็ตามซีลิกจะสามารถสร้างยอดขายเพื่อสอดรับกับกลยุทธ์การเติบโตของบริษัท ผ่านทางธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพโดยการผลักดันผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายเข้าสู่ตลาด ภายใต้ตราสินค้าโอพลาสก์ และนีโอบัน ในขณะที่ธุรกิจกาวอุตสาหกรรม และ ธุรกิจสติ๊กเกอร์ จะมุ่งขยายไปยังตลาดต่างประเทศที่เศรษฐกิจยังอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม

รายได้จากการขายเติบโตต่อเนื่อง

ซีลิกมุ่งเน้นสร้างการเติบโตของรายได้ จากผลลัพธ์ของโครงการลงทุนในธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ จะเป็นส่วนสำคัญของการเติบโตของรายได้อย่างชัดเจนในปี 2566 รวมถึงการขายฐานลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้น และมุ่งขยายไปยังตลาดต่างประเทศที่เศรษฐกิจอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม สำหรับธุรกิจกาวอุตสาหกรรม และ ธุรกิจสติ๊กเกอร์ เพื่อลดผลกระทบของการส่งออกจากสภาวะเศรษฐกิจถดถอย

การบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายเพื่อทำไรซ์ขึ้นต้นและทำไรส์สุทธิในระดับที่ดีขึ้น

ซีลิกมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาการบริหารจัดการต้นทุนภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพดีขึ้นตามลำดับ ผ่านกระบวนการทาง supply chain บริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเหมาะสม เพื่อที่จะสามารถรับมือกับสถานการณ์ผันผวนของปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ ไม่ว่าจะเป็นราคาน้ำมัน หรือ อัตราแลกเปลี่ยน

คงกลยุทธ์การลงทุนเพื่อสร้างโอกาสการเติบโต

บริษัทยังคงมองหาโอกาสในการขยายการลงทุนด้วยการร่วมทุน หรือการซื้อกิจการ เพื่อที่จะเป็นการผลักดันการเติบโตอย่างก้าวกระโดด ทั้งนี้ก่อนการลงทุนในแต่ละโครงการจะผ่านการพิจารณาอย่างรอบคอบ และเป็นไปตามหลักการและขั้นตอนของ



บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 2/2566

นโยบายการลงทุน เพื่อพิจารณาให้ที่ถ่วงถึงผลประโยชน์สูงสุดที่บริษัทและผู้ถือหุ้นพึงได้รับ โดยเน้นที่ธุรกิจที่ต่อยอดจากธุรกิจหลักทั้งสองของบริษัท และธุรกิจด้านการแพทย์ หรือด้านเทคโนโลยีเป็นต้น

ก้าวเดินในเส้นทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ปี 2566 ได้มีการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน ที่ครอบคลุมมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล หรือ ESG และจะดำเนินการตามนโยบายอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์รักษาโลกเพิ่มขึ้น เพื่อให้ครอบคลุมและตอบสนองต่อตลาดได้มากขึ้น นอกเหนือจากนี้ยังคงร่วมมือกับหน่วยงาน และโครงการต่างๆ เพื่อช่วยกันผลักดันด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม

ติดต่อนักลงทุนสัมพันธ์ซีลิก:

<http://seliccorp.com/investor-contact.php> หรือ อีเมล: investorrelation@seliccorp.com

ข้อปฏิเสธความรับผิดชอบ

ในเอกสารฉบับนี้อาจจะมีข้อมูลบางส่วนที่เกี่ยวข้องกับการคาดการณ์ในอนาคตโดยใช้ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในหลายด้านซึ่งจะขึ้นอยู่กับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนต่างๆ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวรวมถึงแผนธุรกิจ กลยุทธ์ และความเชื่อของบริษัทฯ รวมทั้งข้อมูลอื่นที่ไม่ใช่ข้อมูลที่เกิดขึ้นในอดีต ตัวอย่างของคำที่ใช้ในการคาดการณ์ในอนาคต เช่น “อาจจะ”, “จะ”, “คาดว่า”, “ตั้งใจว่า”, “ประมาณ”, “เชื่อว่า”, “ยังคง”, “วางแผนว่า” หรือคำใดๆ ที่มีความหมายทำนองเดียวกัน เป็นต้น แม้ว่าการคาดการณ์ดังกล่าวจะถูกจัดทำขึ้นจากสมมติฐานและความเชื่อของฝ่ายบริหาร โดยอาศัยข้อมูลที่มีอยู่ในปัจจุบันเป็นพื้นฐานก็ตาม สมมติฐานเหล่านี้ยังคงมีความเสี่ยงและความไม่แน่นอนต่างๆ ซึ่งอาจจะทำให้ผลงาน ผลการดำเนินงาน ความสำเร็จที่เกิดขึ้นจริงแตกต่างจากที่บริษัทฯ คาดการณ์ไว้ในอนาคต ดังนั้นผู้ใช้ข้อมูลดังกล่าวจึงควรระมัดระวังในการใช้ข้อมูลข้างต้น อีกทั้งบริษัท และผู้บริหาร/พนักงาน ไม่อาจควบคุมหรือรับรองความเกี่ยวข้อง ระยะเวลาที่จะเกิดขึ้น หรือความถูกต้องของข้อมูลดังกล่าว