



## ภาพรวมโดยสรุป

ในไตรมาส 3/2566 ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพยังคงเป็นธุรกิจที่สร้างความเติบโตให้ซีลิก จากการเพิ่มช่องทางขาย ทั้งแบบ over the counter และ modern trade เพื่อให้ครอบคลุมและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าในประเทศ รวมถึงทำได้ดีในการผลักดันการขายสินค้าไปยังประเทศในกลุ่ม AEC เช่น ประเทศลาว และ ประเทศพม่า นอกจากนี้ยังมีโอกาสทางการขายที่อยู่ในขั้นตอนเตรียมการที่คาดว่าจะส่งผลเชิงบวกในไตรมาสต่อไป เช่น การขยายตลาดไปประเทศกัมพูชา และการเพิ่มประเภทสินค้าเข้าสู่กลุ่มโรงพยาบาล

ซีลิกยังคงมีความท้าทายของการส่งออกสินค้าของธุรกิจการดูแลสุขภาพและธุรกิจสติกเกอร์ ในไตรมาส 3/2566 แต่อย่างไรก็ตามตลาดต่างประเทศได้ส่งสัญญาณเชิงบวกผ่านคำสั่งซื้อของบางประเทศหลักที่กลับเข้ามาในช่วงปลายไตรมาส เพื่อผลิตและส่งออกไปในไตรมาสที่ 4/2566 รวมถึงซีลิกเริ่มได้ผลตอบแทนเชิงบวกจากลูกค้าต่างประเทศที่หลากหลายมากขึ้นตามแผนการปรับปรุงธุรกิจ เพื่อเตรียมตัวสำหรับการเติบโตหลังภาวะเศรษฐกิจถดถอยของตลาดต่างประเทศเช่นกัน

การที่ซีลิกมีกลุ่มธุรกิจที่หลากหลายและครอบคลุมทั้งแบบ B2B และ B2C รวมถึงสัดส่วนของกลุ่มลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศในสัดส่วนที่พอเหมาะ ทำให้สามารถปรับตัวในการดำเนินธุรกิจภายใต้สภาวะที่เศรษฐกิจมีความไม่แน่นอนได้อย่างเหมาะสม

## สามารถสร้างยอดขายที่เติบโตขึ้นผ่านผลการดำเนินงานของธุรกิจกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

ซีลิกมียอดขายของธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากสามารถเพิ่มอัตราการผลิตแล้ว ยังเพิ่มช่องทางขายเพื่อครอบคลุมและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ ในขณะที่ธุรกิจการดูแลสุขภาพ ยอดขายอยู่ระดับไม่เปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญจากไตรมาสก่อน หากแต่มีสัญญาณบวกจากตลาดต่างประเทศที่จะสนับสนุนยอดขายในไตรมาส 4/2566 ให้เติบโตได้ และธุรกิจสติกเกอร์มีการเติบโตด้านยอดขายเช่นกันในไตรมาสนี้

## เพิ่มระดับกำไรขั้นต้นได้ก้าวกระโดด จากรูปแบบการกระจายของกลุ่มธุรกิจ

ในภาพรวมซีลิกสามารถเพิ่มกำไรขั้นต้นให้เติบโตแบบก้าวกระโดดได้ใน ไตรมาส 3/2566 โดยกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพมีอัตรากำไรขั้นต้นสูงเนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ Business to Consumer นอกจากนั้นธุรกิจการดูแลสุขภาพและธุรกิจสติกเกอร์สามารถทำอัตรากำไรขั้นต้นได้ดีขึ้น ส่งผลให้กำไรขั้นต้นที่ดีขึ้นด้วยเช่นกัน

## EBITDA และกำไรสุทธิ

ซีลิกสามารถเพิ่ม EBITDA และกำไรสุทธิ ได้ดีใน ไตรมาส 3/2566 โดยทำได้ดีขึ้นจากทุกกลุ่มธุรกิจ

## สรุปผลประกอบการไตรมาส 3/2566

- รายได้รวมอยู่ที่ 483.22 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5.8% จากไตรมาสก่อน และ 19.1% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยมียอดขายเพิ่มขึ้นสูงจากธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ เนื่องจากเพิ่มช่องทางขายเพื่อครอบคลุมและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ และเพิ่มอัตราการผลิต
- กำไรขั้นต้นอยู่ที่ 145.99 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 17.8% จากไตรมาสก่อน และ 51.0% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว และมีอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นเป็น 30.3% โดยทุกกลุ่มธุรกิจทำได้ดีขึ้นจากไตรมาสก่อน ทั้งกำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น
- EBITDA 86.61 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 50.6% จากไตรมาสก่อน และ 128.2% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยทุกกลุ่มธุรกิจทำได้ดีขึ้นจากไตรมาสก่อน
- กำไรสุทธิ 45.36 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 102.5% จากไตรมาสก่อน และ 221.3% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยทุกกลุ่มธุรกิจทำได้ดีขึ้นจากไตรมาสก่อน

## สรุปผลประกอบการในรอบ 9 เดือน 2566

- รายได้รวม 1,394.11 ล้านบาท เติบโต 17.7% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว จากการรวมผลการดำเนินงานของธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพในสัดส่วนที่มีนัยสำคัญ

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน)  
คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 3/2566

- กำไรขั้นต้น 372.42 ล้านบาท เติบโต 40.7% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว และอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นเป็น 26.8% จากการรวมผลการดำเนินงานของธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพในสัดส่วนที่มีนัยสำคัญ และอัตรากำไรขั้นต้นของธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่อยู่ในระดับสูง
- EBITDA 187.09 ล้านบาท เติบโต 81.8% และกำไรสุทธิ 77.96 ล้านบาท เติบโต 117.1% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

## งบกำไรขาดทุนรวมไตรมาส 3/2566

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					9 เดือน		
งบกำไรขาดทุนรวม	Q3/2023	Q2/2023	Q3/2022	% QoQ	% YoY	9M 2023	9M 2022	% YoY
รายได้จากการขายและบริการสุทธิ	482.39	455.73	405.18	5.8%	19.1%	1,389.81	1,181.79	17.6%
กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนสุทธิ	0.00	0.00	0.00	--	--	0.00	0.00	--
รายได้อื่น	0.83	0.45	0.47	84.2%	75.0%	4.30	2.62	64.3%
<b>รวมรายได้</b>	<b>483.22</b>	<b>456.18</b>	<b>405.65</b>	<b>5.9%</b>	<b>19.1%</b>	<b>1,394.11</b>	<b>1,184.40</b>	<b>17.7%</b>
ต้นทุนขาย	336.40	331.76	308.49	1.4%	9.0%	1,017.39	917.01	10.9%
<b>กำไรขั้นต้น (ไม่รวมรายได้อื่น)</b>	<b>145.99</b>	<b>123.97</b>	<b>96.70</b>	<b>17.8%</b>	<b>51.0%</b>	<b>372.42</b>	<b>264.78</b>	<b>40.7%</b>
ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนสุทธิ	0.63	2.75	4.37	(77.1%)	(85.6%)	3.74	4.06	(7.9%)
ค่าใช้จ่ายในการขาย	27.53	28.27	24.94	(2.6%)	10.4%	82.81	69.03	19.9%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	52.25	55.19	44.52	(5.3%)	17.4%	161.33	132.93	21.4%
ส่วนแบ่งกำไร/ (ขาดทุน) จากการร่วมค้า	(0.01)	(0.25)	0.00	(94.4%)	--	(0.28)	0.00	--
<b>กำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้</b>	<b>86.61</b>	<b>57.52</b>	<b>37.95</b>	<b>50.6%</b>	<b>128.2%</b>	<b>187.09</b>	<b>102.90</b>	<b>81.8%</b>
ค่าเสื่อมราคา	20.22	19.56	14.62	3.4%	38.3%	58.53	41.53	40.9%
<b>กำไรก่อนต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้</b>	<b>66.39</b>	<b>37.96</b>	<b>23.33</b>	<b>74.9%</b>	<b>184.6%</b>	<b>128.56</b>	<b>61.37</b>	<b>109.5%</b>
ต้นทุนทางการเงิน	11.34	11.14	5.32	1.9%	113.1%	33.39	14.89	124.3%
<b>กำไรก่อนภาษีเงินได้</b>	<b>55.05</b>	<b>26.82</b>	<b>18.01</b>	<b>105.3%</b>	<b>205.7%</b>	<b>95.17</b>	<b>46.48</b>	<b>104.7%</b>
ภาษีเงินได้	9.69	4.42	3.89	119.3%	149.4%	17.21	10.58	62.7%
<b>กำไร (ขาดทุน) สุทธิ</b>	<b>45.36</b>	<b>22.40</b>	<b>14.12</b>	<b>102.5%</b>	<b>221.3%</b>	<b>77.96</b>	<b>35.90</b>	<b>117.1%</b>

หมายเหตุ: 1. จดประกอบรายงานในระหว่างค่าใช้จ่ายในการขายและค่าใช้จ่ายในการบริหารเพื่อให้อัตราส่วนทางการเงินและอัตราส่วนทางการเงินที่สอดคล้องกัน 2. ปรับปรุงรายการเงินส่วนราคาซื้อธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ได้รับการเข้าทำรายการใน 9 เดือน ตุลาคม 2565 ภายในระยะเวลาที่กำหนด

## ผลประกอบการด้านการเงิน

### รายได้

รายได้จากการขายและบริการในรอบ 3 เดือน 482.39 ล้านบาท เติบโต 5.8% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ 19.1% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยมียอดขายเพิ่มขึ้นสูงจากธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ เนื่องจากเพิ่มช่องทางขายเพื่อครอบคลุมและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ และเพิ่มอัตราการผลิต

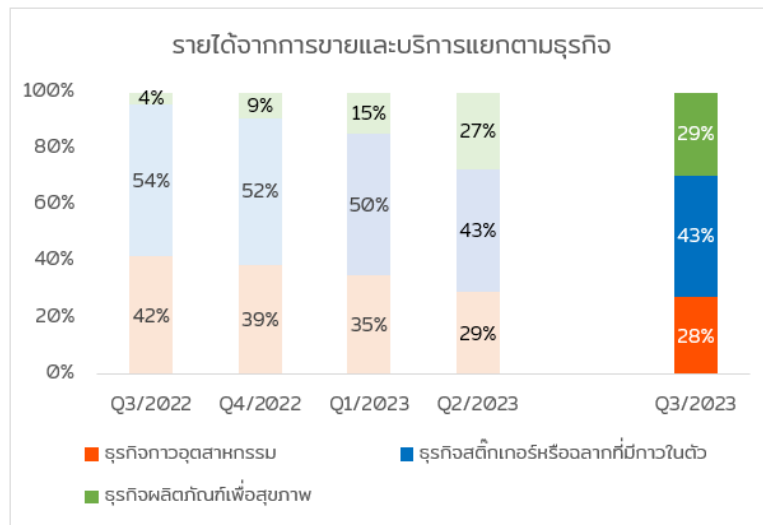
สำหรับในรอบ 9 เดือน รายได้จากการขายและบริการเท่ากับ 1,389.81 ล้านบาทเติบโตจากปีที่แล้ว 17.6% จากการรวมผลการดำเนินงานของธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพในสัดส่วนที่มีนัยสำคัญ

### โครงสร้างรายได้จากการขายและบริการ

ซีลิกมีรายได้จากการขายและบริการจากการดำเนินงานธุรกิจสามประเภทคือ ธุรกิจกาวอุตสาหกรรม ธุรกิจตึกเกอร์หรือลากลที่มีกาวในตัว และธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ซึ่งจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ

สัดส่วนการขายและบริการของธุรกิจกาวอุตสาหกรรมอยู่ที่ 28% ธุรกิจตึกเกอร์หรือลากลที่มีกาวในตัวอยู่ที่ 43% และธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอยู่ที่ 29% ณ ไตรมาส 3/2566

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน)  
คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 3/2566

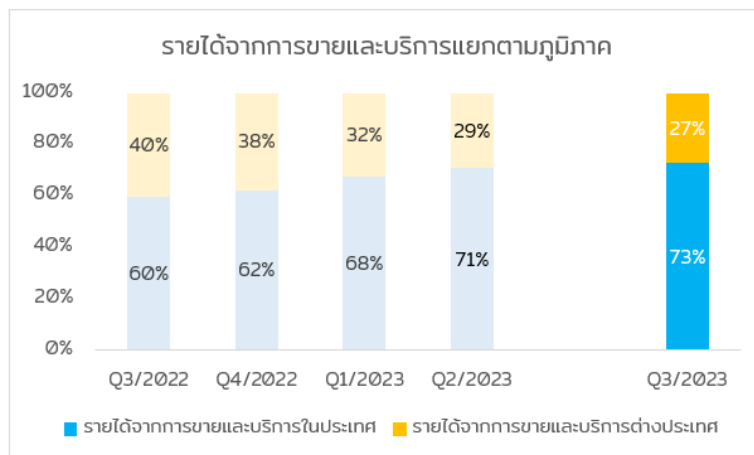


หมายเหตุ: ดัดรายการระหว่างกันของบริษัท

โครงสร้างการขายและบริการแยกตามภูมิภาค มีสัดส่วนการขายและบริการตลาดในประเทศ 73% และตลาดต่างประเทศ 27% จากยอดขายและบริการรวม ณ ไตรมาส 3/2566

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					9 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค	Q3/2023	Q2/2023	Q3/2022	% QoQ	% YoY	9M 2023	9M 2022	% YoY
รายได้จากการขายและบริการในประเทศ	350.31	322.64	241.60	8.6%	45.0%	977.89	666.84	46.6%
รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศ	132.08	133.09	163.59	(0.8%)	(19.3%)	411.92	514.95	(20.0%)
รายได้จากการขายและบริการ	482.39	455.73	405.18	5.8%	19.1%	1,389.81	1,181.79	17.6%

หมายเหตุ: ดัดรายการระหว่างกันของบริษัท



หมายเหตุ: ดัดรายการระหว่างกันของบริษัท

### ต้นทุนขายและกำไรขั้นต้น

ต้นทุนขายในไตรมาส 3/2566 เท่ากับ 336.40 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1.4% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้น 9.0% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว ในขณะที่ กำไรขั้นต้น เท่ากับ 145.99 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 17.8% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ 51.0% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว เป็นผลมาจากธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ทำอัตรากำไรขั้นต้นในระดับสูง ทำให้กำไรขั้นต้นรวมของกลุ่มธุรกิจเติบโตได้ดี

### ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการในไตรมาส 3/2566 อยู่ที่ 79.78 ล้านบาท ลดลง 4.4% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน แต่เพิ่มขึ้น 14.9% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยแบ่งเป็นค่าใช้จ่ายในการขาย 27.53 ล้านบาท และค่าใช้จ่ายในการบริหาร 52.25 ล้านบาท อัตราค่าใช้จ่ายในการดำเนินการต่อรายได้จากการขายปรับตัวลดลงจากไตรมาสก่อน และจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว เป็นผลจากการบริหารค่าใช้จ่ายได้ดีขึ้นของทุกกลุ่มธุรกิจ

# บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน)

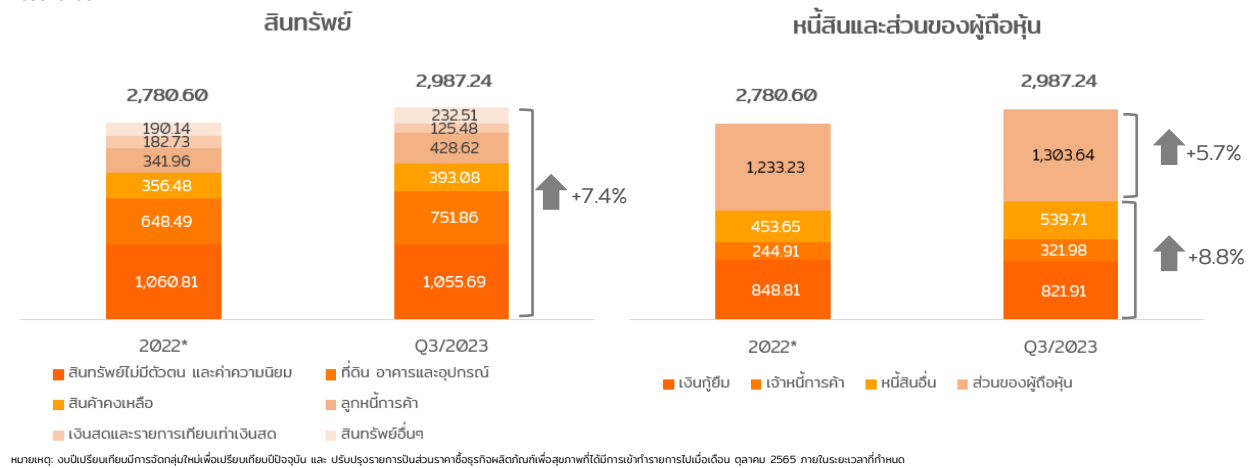
## คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 3/2566

### EBITDA และกำไรสุทธิ

EBITDA 86.61 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 50.6% จากไตรมาสก่อน และ 128.2% จากช่วงเดียวกันของปีก่อนแล้ว ในขณะที่ กำไรสุทธิ เท่ากับ 45.36 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 102.5% จากไตรมาสก่อน และ 221.3% จากช่วงเดียวกันของปีก่อนแล้ว

### ฐานะการเงินรวมไตรมาส 3/2566

หน่วย: ล้านบาท



### สินทรัพย์รวม

สินทรัพย์รวม ณ ไตรมาส 3/2566 เท่ากับ 2,987.24 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 7.4% จาก ปี 2565 ส่วนใหญ่มาจากการเพิ่มขึ้นของ ลูกหนี้การค้าและสินค้าคงเหลือ ของธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่กำลังขยายตัว รวมถึงการลงทุนเครื่องจักรใหม่ของธุรกิจ สติ๊กเกอร์

### หนี้สินรวม

หนี้สินรวม ณ ไตรมาส 3/2566 เท่ากับ 1,813.61 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 8.8% จาก ปี 2565 ส่วนใหญ่มาจากการเพิ่มขึ้นของ เจ้าหนี้การค้า ในขณะที่เงินกู้ยืมลดลง

### ส่วนของผู้ถือหุ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้น ณ ไตรมาส 3/2566 เท่ากับ 1,303.64 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5.7% จาก ปี 2565 ส่วนใหญ่เพิ่มขึ้นจากกำไร สะสมที่เพิ่มมากขึ้น

### ผลการดำเนินการแยกตามกลุ่มธุรกิจ (Segment Reporting)

#### ธุรกิจดาวอุตสาหกรรม

ธุรกิจดาวอุตสาหกรรมมียอดขายและบริการรวมใน ไตรมาส 3/2566 เท่ากับ 133.75 ล้านบาท อยู่ในระดับเดียวกับไตรมาส ก่อน และ ลดลง 21.7% จากช่วงเดียวกันของปีก่อนแล้ว โดยได้รับผลกระทบจากการชะลอตัวของตลาดต่างประเทศที่มีภาวะ เศรษฐกิจถดถอย หากแต่มีสัญญาณบวกของตลาดต่างประเทศเข้ามาช่วงปลายไตรมาส เพื่อผลิตและส่งออกในไตรมาส 4/2566

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน)  
คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 3/2566

ธุรกิจกาอุตสาหกรรม: รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					9 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า	Q3/2023	Q2/2023	Q3/2022	% QoQ	% YoY	9M 2023	9M 2022	% YoY
ผลิตภัณฑ์ Solvent	62.48	72.78	77.43	(14.1%)	(19.3%)	213.93	228.24	(6.3%)
ผลิตภัณฑ์ Hot Melt	55.64	43.97	70.48	26.6%	(21.1%)	157.39	205.62	(23.5%)
ผลิตภัณฑ์ Water Based	11.21	14.19	18.13	(21.0%)	(38.2%)	44.90	98.32	(54.3%)
สินค้าและบริการอื่นๆ	4.42	2.89	4.71	52.7%	(6.3%)	11.12	13.31	(16.5%)
รายได้จากการขายและบริการ	133.75	133.83	170.75	(0.1%)	(21.7%)	427.34	545.50	(21.7%)

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

**ผลิตภัณฑ์ Solvent:** ยอดขาย เท่ากับ 62.48 ล้านบาท ลดลง 14.1% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และลดลง 19.3% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว ได้รับผลกระทบจากการชะลอตัวของตลาดต่างประเทศ ในขณะที่ความต้องการของตลาดในประเทศเริ่มลดลงเช่นกัน

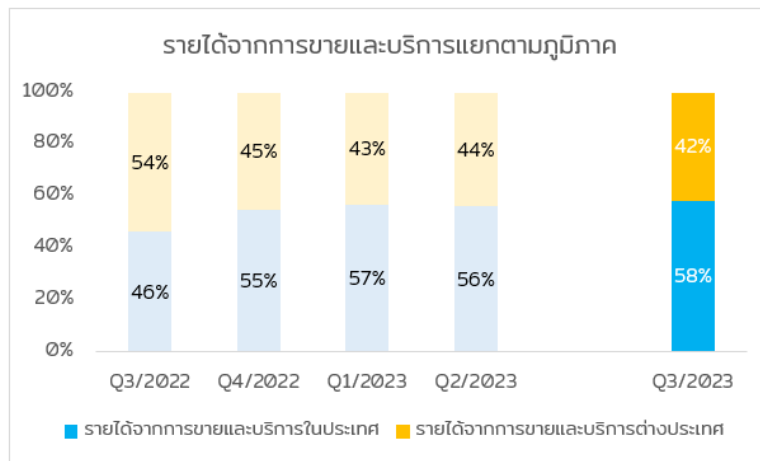
**ผลิตภัณฑ์ Hot Melt:** ยอดขาย เท่ากับ 55.64 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 26.6% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน แต่ลดลง 21.1% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว คำสั่งซื้อจากตลาดต่างประเทศเริ่มส่งสัญญาณบวก และสามารถเพิ่มยอดขายของในประเทศได้ด้วยเช่นกัน

**ผลิตภัณฑ์ Water Based:** ยอดขาย เท่ากับ 11.21 ล้านบาท ลดลง 21.0% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และลดลง 38.2% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว ได้รับผลกระทบจากการชะลอตัวของตลาดต่างประเทศ รวมถึงการชะลอตัวของกลุ่มลูกค้าโรงงานอุตสาหกรรมในประเทศที่ผลิตเพื่อส่งออกเช่นกัน

ธุรกิจกาอุตสาหกรรม: รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					9 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค	Q3/2023	Q2/2023	Q3/2022	% QoQ	% YoY	9M 2023	9M 2022	% YoY
รายได้จากการขายและบริการในประเทศ	78.00	75.02	79.06	4.0%	(1.3%)	243.93	291.29	(16.3%)
รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศ	55.74	58.81	91.69	(5.2%)	(39.2%)	183.40	254.21	(27.9%)
รายได้จากการขายและบริการ	133.75	133.83	170.75	(0.1%)	(21.7%)	427.34	545.50	(21.7%)

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท



หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

**รายได้จากการขายในประเทศ:** 78.00 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4.0% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน แต่ลดลง 1.3% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยยอดขายที่เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนคือ กลุ่มผลิตภัณฑ์ Hot Melt

**รายได้จากการขายต่างประเทศ:** 55.74 ล้านบาท ลดลง 5.2% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และลดลง 39.2% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยยอดขายที่ลดลงจากไตรมาสก่อนคือ กลุ่มผลิตภัณฑ์ Solvent และ Water based

สัดส่วนการขายระหว่างในประเทศและต่างประเทศ ณ ไตรมาส 3/2566 มีสัดส่วนขายในประเทศ 58% และสัดส่วนการขายต่างประเทศ 42%

ธุรกิจกาอุตสาหกรรมมีกำไรขั้นต้นในไตรมาส 3/2566 เท่ากับ 33.97 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 7.7% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน แต่ลดลง 21.3% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยอัตรากำไรขั้นต้นต่อรายได้จากการขายและบริการเพิ่มขึ้นเป็น 25.4% ทำไร่ก่อน

## บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 3/2566

ค่าเสื่อมราคา ต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้ เท่ากับ 16.42 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อน และกำไรสุทธิ เท่ากับ 7.60 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนเช่นกัน

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					9 เดือน		
	Q3/2023	Q2/2023	Q3/2022	% QoQ	% YoY	9M 2023	9M 2022	% YoY
รายได้จากการขายและบริการสุทธิ	133.75	133.83	170.75	(0.1%)	(21.7%)	427.34	545.50	(21.7%)
ต้นทุนขาย	99.77	102.29	127.60	(2.5%)	(21.8%)	323.60	416.21	(22.3%)
กำไรขั้นต้น (ไม่รวมรายได้อื่น)	33.97	31.54	43.16	7.7%	(21.3%)	103.74	129.29	(19.8%)
อัตรากำไรขั้นต้นต่อรายได้จากการขายและบริการ	25.4%	23.6%	25.3%	7.8%	0.5%	24.3%	23.7%	2.4%
กำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้	16.42	11.67	19.59	40.7%	(16.2%)	42.37	104.41	(59.4%)
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	7.60	4.14	10.40	83.5%	(27.0%)	17.90	75.75	(76.4%)

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

### ธุรกิจสต็อกเกอร์หรือรถลากที่มีกาวในตัว

ธุรกิจสต็อกเกอร์หรือรถลากที่มีกาวในตัวมียอดขายและบริการ อยู่ที่ 204.75 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4.9% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน แต่ลดลง 5.1% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว ตลาดในประเทศยังคงเติบโต ในขณะที่ความต้องการของตลาดต่างประเทศยังคงมีความผันผวน

#### ธุรกิจสต็อกเกอร์หรือรถลากที่มีกาวในตัว: รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					9 เดือน		
	Q3/2023	Q2/2023	Q3/2022	% QoQ	% YoY	9M 2023	9M 2022	% YoY
รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า								
ผลิตภัณฑ์กระดาษ	129.24	127.85	144.58	11%	(10.6%)	412.30	446.20	(7.6%)
ผลิตภัณฑ์ฟิล์ม	74.13	65.08	68.09	13.9%	8.9%	208.56	197.37	5.7%
ผลิตภัณฑ์รถลากอื่นๆ	1.38	2.27	3.10	(39.0%)	(55.4%)	4.49	7.65	(41.3%)
รายได้จากการขายและบริการ	204.75	195.19	215.77	4.9%	(5.1%)	625.35	651.22	(4.0%)

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

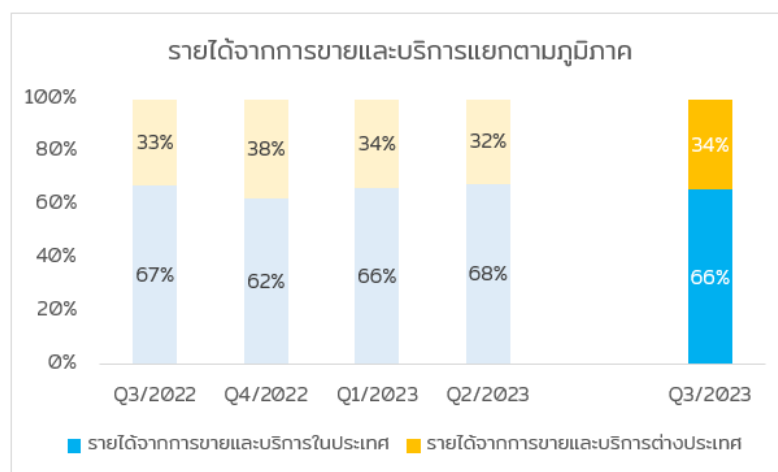
**ผลิตภัณฑ์กระดาษ** : ยอดขาย เท่ากับ 129.24 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1.1% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน แต่ลดลง 10.6% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว เติบโตได้ดีจากตลาดในประเทศ ในขณะที่ความต้องการของตลาดต่างประเทศยังคงมีความผันผวน

**ผลิตภัณฑ์ฟิล์ม**: ยอดขาย เท่ากับ 74.13 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 13.9% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ 8.9% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว เติบโตได้ดีทั้งจากตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ

#### ธุรกิจสต็อกเกอร์หรือรถลากที่มีกาวในตัว: รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					9 เดือน		
	Q3/2023	Q2/2023	Q3/2022	% QoQ	% YoY	9M 2023	9M 2022	% YoY
รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค								
รายได้จากการขายและบริการในประเทศ	134.88	132.97	145.64	14%	(7.4%)	417.72	396.30	5.4%
รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศ	69.87	62.22	70.14	12.3%	(0.4%)	207.63	254.91	(18.5%)
รายได้จากการขายและบริการ	204.75	195.19	215.77	4.9%	(5.1%)	625.35	651.22	(4.0%)

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท



หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน)  
คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 3/2566

รายได้จากการขายในประเทศ: 134.88 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1.4% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน แต่ลดลง 7.4% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

รายได้จากการขายต่างประเทศ: 69.87 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 12.3% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน แต่ลดลง 0.4% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

สัดส่วนการขายระหว่างในประเทศและต่างประเทศในไตรมาส 3/2566 มีสัดส่วนขายในประเทศ 66% และสัดส่วนการขายต่างประเทศ 34%

### ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพมียอดขายและบริการรวมใน ไตรมาส 3/2566 เท่ากับ 144.77 ล้านบาท เติบโต 13.5% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ 137.7% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว เนื่องจากเพิ่มช่องทางขายเพื่อครอบคลุมและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ และเพิ่มอัตราการผลิต

#### ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ: รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					9 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า	Q3/2023	Q2/2023	Q3/2022	% QoQ	% YoY	9M 2023	9M 2022	% YoY
ผลิตภัณฑ์น้ำมันบรรเทาปวด	30.29	35.88	44.77	(15.6%)	(32.3%)	103.65	109.63	(5.5%)
ผลิตภัณฑ์ครีมบรรเทาปวด	10.18	12.74	14.77	(20.1%)	(31.1%)	32.95	35.25	(6.5%)
ผลิตภัณฑ์พลาสเตอร์บรรเทาปวด	71.34	53.69	0.00	32.9%	--	140.23	0.00	--
ผลิตภัณฑ์พลาสเตอร์ปิดแผล	12.18	6.50	0.00	87.6%	--	20.90	0.00	--
ผลิตภัณฑ์เทปผ้าลือค	15.11	14.50	0.00	4.2%	--	30.92	0.00	--
ผลิตภัณฑ์อื่นๆ	2.68	1.58	0.09	69.6%	2,826.1%	4.48	0.35	1,197.9%
<b>รายได้จากการขายและบริการ</b>	<b>141.77</b>	<b>124.88</b>	<b>59.63</b>	<b>13.5%</b>	<b>137.7%</b>	<b>333.13</b>	<b>145.23</b>	<b>129.4%</b>

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท และ ปรับปรุงสัดส่วนแบ่งค่าธรรมเนียมแรกเข้าระหว่างผลิตภัณฑ์

รายได้จากการขายและบริการ แบ่งเป็น 5 กลุ่มผลิตภัณฑ์หลัก คือกลุ่มผลิตภัณฑ์น้ำมันบรรเทาปวด กลุ่มผลิตภัณฑ์ครีมบรรเทาปวด กลุ่มผลิตภัณฑ์พลาสเตอร์บรรเทาปวด กลุ่มผลิตภัณฑ์พลาสเตอร์ปิดแผล และกลุ่มผลิตภัณฑ์เทปผ้าลือค โดยสัดส่วนการขาย ในไตรมาส 3/2566 อยู่ที่ 21%, 7%, 50%, 9% และ 11% ตามลำดับ โดยสัดส่วนจะยังคงเปลี่ยนแปลงจากการผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าเพิ่มเติมให้ครบตามแผนของบริษัท ดีวีเค เฮลท์แคร์ จำกัด

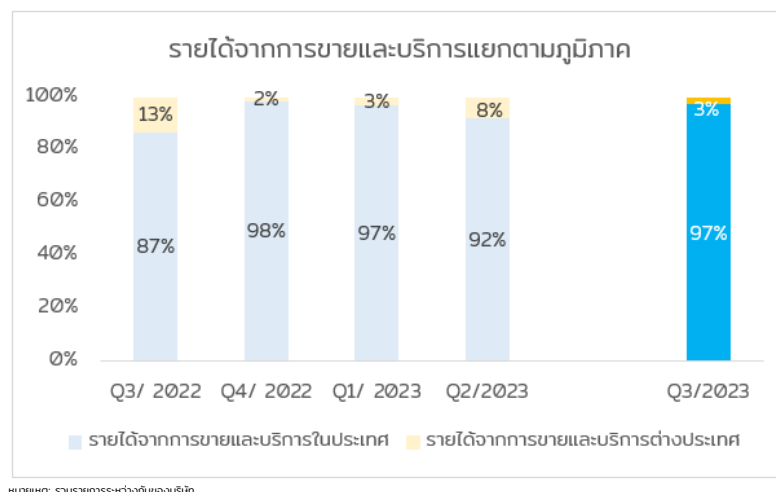
#### ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ: รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					9 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค	Q3/2023	Q2/2023	Q3/2022	% QoQ	% YoY	9M 2023	9M 2022	% YoY
รายได้จากการขายและบริการในประเทศ	137.65	114.77	51.72	19.9%	166.1%	316.82	123.23	157.1%
รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศ	4.12	10.11	7.91	(59.2%)	(47.9%)	16.31	21.99	(25.9%)
<b>รายได้จากการขายและบริการ</b>	<b>141.77</b>	<b>124.88</b>	<b>59.63</b>	<b>13.5%</b>	<b>137.7%</b>	<b>333.13</b>	<b>145.23</b>	<b>129.4%</b>

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท



## บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 3/2566



สัดส่วนการขายระหว่างในประเทศและต่างประเทศใน ไตรมาส 3/2566 มีสัดส่วนขายในประเทศ 97% และสัดส่วนการขายต่างประเทศ 3% อย่างไรก็ตามการขายต่างประเทศที่แสดง ไม่ได้รวมยอดขายของตัวแทนจำหน่ายในประเทศที่ส่งสินค้าไปขายในต่างประเทศ

### มุมมองผู้บริหารต่อแนวโน้มธุรกิจปี 2566

จากการคาดการณ์แนวโน้มเศรษฐกิจไทยในปี 2566 ของกระทรวงการคลัง ได้มีการปรับลดการขยายตัวทางเศรษฐกิจจากเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.5 เป็นเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.7 โดยซีลิกยังคงเติบโตของยอดขายในประเทศ แม้สภาวะเศรษฐกิจถดถอยของประเทศ คู่ค้าของบริษัทในหลายประเทศ จะส่งผลกระทบต่อการส่งออกสินค้าของบริษัทในปี 2566 อย่างไรก็ตามซีลิกจะสามารถสร้างยอดขายเพื่อสอดคล้องกับกลยุทธ์การเติบโตของบริษัท ผ่านทางธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพโดยการผลักดันผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายเข้าสู่ตลาด ภายใต้ ตราสินค้าโอเพลาสก์ และนีโอบัน ในขณะที่ธุรกิจกาวอุตสาหกรรม และ ธุรกิจสติ๊กเกอร์ จะมุ่งขยายไปยังอุตสาหกรรมที่มีการเติบโต และตลาดต่างประเทศที่เศรษฐกิจยังอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม โดยจะเน้นด้านการทำกำไรควบคู่ด้วย

### รายได้จากการขายเติบโตต่อเนื่อง

ซีลิกมุ่งเน้นสร้างการเติบโตของรายได้ จากผลลัพธ์ของโครงการลงทุนในธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ จะเป็นส่วนสำคัญของการเติบโตของรายได้อย่างชัดเจนในปี 2566 สำหรับธุรกิจกาวอุตสาหกรรม และ ธุรกิจสติ๊กเกอร์ จะยังเดินหน้าขยายฐานลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้น และมุ่งขยายไปยังตลาดต่างประเทศที่เศรษฐกิจอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม เพื่อลดผลกระทบของการส่งออกจากสภาวะเศรษฐกิจถดถอย

### การบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายเพื่อทำไรขึ้นต้นและทำไรสุทธิต่อในระดับที่ดีขึ้น

ซีลิกมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาการบริหารจัดการต้นทุนภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพดีขึ้นตามลำดับ ผ่านกระบวนการทาง supply chain บริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเหมาะสม เพื่อที่จะสามารถรับมือกับสถานการณ์ผันผวนของปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ ไม่ว่าจะเป็นราคาน้ำมัน หรือ อัตราแลกเปลี่ยน

### คงกลยุทธ์การลงทุนเพื่อสร้างโอกาสการเติบโต

บริษัทยังคงมองหาโอกาสในการขยายการลงทุนด้วยการร่วมทุน หรือการซื้อกิจการ เพื่อที่จะเป็นการผลักดันการเติบโตอย่างก้าวกระโดด ทั้งนี้ก่อนการลงทุนในแต่ละโครงการจะผ่านการพิจารณาอย่างรอบคอบ และเป็นไปตามหลักการและขั้นตอนของนโยบายการลงทุน เพื่อพิจารณาให้ที่ถ่วงถึงผลประโยชน์สูงสุดที่บริษัทและผู้ถือหุ้นพึงได้รับ โดยเน้นที่ธุรกิจที่ต่อยอดจากธุรกิจหลักทั้งสองของบริษัท และธุรกิจด้านการแพทย์ หรือด้านเทคโนโลยีเป็นต้น

### ก้าวเดินในเส้นทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ปี 2566 ได้มีการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน ที่ครอบคลุมมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล หรือ ESG และจะดำเนินการตามนโยบายอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่รับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้ครอบคลุมและตอบสนองต่อ





บริษัท ซีล็ค คอร์ป จำกัด (มหาชน)

ติดต่อนักลงทุนสัมพันธ์ซีลค:

### ข้อปฏิกิริยาความรับผิดชอบ

ในเอกสารฉบับนี้จะมีข้อมูลบางส่วนที่เกี่ยวข้องกับการคาดการณ์ในอนาคตโดยใช้ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในหลายด้านซึ่งจะขึ้นอยู่กับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนต่างๆ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวรวมถึงและสรุปจาก กลยุทธ์ ความเสี่ยงเชิงบรรษัท รวมทั้งข้อมูลอื่นที่ไม่ใช่ข้อมูลที่เกิดขึ้นในอดีต ตัวอย่างของคำที่ใช้ในการคาดการณ์ในอนาคต เช่น “วางแผน”, “จะ”, “คาดว่า”, “ตั้งใจว่า”, “ประมาณ”, “เชื่อว่า”, “ยังคง”, “วางแผนว่า” หรือคำอื่น ที่มีความหมายบางอย่างเดียวกัน เป็นต้น แม้ว่าการคาดการณ์ดังกล่าวจะถูกรัดวงขึ้นจากสมมติฐานและความเชื่อของฝ่ายบริหาร อย่างไรก็ตามข้อมูลที่มีอยู่ในปัจจุบันเป็นพื้นฐานที่ตาม สมมุติฐานเหล่านี้ยังคงมีความเสี่ยงและความไม่แน่นอนต่างๆ ซึ่งอาจจะทำให้ผลลง ผลการดำเนินงาน ความสำเร็จที่เกิดขึ้นจริงแตกต่างจากที่บริษัทฯ การคาดการณ์ไว้นอกเหนือ ดังนั้นผู้ให้ข้อมูลดังกล่าวจึงควรระมัดระวังในการใช้ข้อมูลเหล่านั้น อีกทั้งบริษัทฯ และผู้บริหาร/พนักงาน ไม่อาจควบคุมหรือรับรองความเกี่ยวข้อง ระยะเวลาที่จะเกิดขึ้น หรือความถูกต้องของข้อมูลดังกล่าว