

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 2/2568

ภาพรวมโดยสรุป

ในไตรมาส 2/2568 ซีลิกยังคงมุ่งมั่นที่จะรักษาระดับรายได้ กำไรขั้นต้น และ กำไรสุทธิ จากธุรกิจทุกสายผลิตภัณฑ์ แม้ว่าธุรกิจจะยังได้รับผลกระทบโดยอ้อมจากภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซาจากช่วงหลังโควิด ทั้งจากตลาดในประเทศ และตลาดต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีภาวะสงครามที่ขัดแย้งในหลายพื้นที่ ผลกระทบจาก Energy Crisis รวมถึงภาวะเศรษฐกิจที่ตึงเครียดจากการประกาศยกเว้นภาษีนำเข้าของประธานาธิบดีประเทศสหรัฐอเมริกา แต่ธุรกิจยังสามารถรักษาระดับอัตรากำไรขั้นต้นโดยรวมให้ดีขึ้นได้ ทั้งนี้ การที่ซีลิกมีกลุ่มธุรกิจที่หลากหลายและครอบคลุมทั้งแบบ B2B และ B2C รวมถึงสัดส่วนของกลุ่มลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศในสัดส่วนที่พอเหมาะ ทำให้สามารถปรับตัวในการดำเนินธุรกิจภายใต้สภาวะที่เศรษฐกิจมีความไม่แน่นอนได้อย่างเหมาะสม

มุ่งรักษาระดับยอดขายของทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ให้ปรับตัวน้อยกว่าการชะลอตัวของภาวะเศรษฐกิจโดยรวม

ซีลิกมียอดขายของทุกธุรกิจในระดับใกล้เคียงเดิม โดยในธุรกิจการอุตสาหกรรม ซีลิกมีความพยายามรักษาระดับรายได้ทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศและสามารถเติบโตได้ดีทั้งด้านรายได้และกำไร สำหรับธุรกิจสติกเกอร์ ซีลิกมุ่งทำตลาดกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มตั้งแต่ปลายปีที่แล้ว ส่งผลให้ยอดขายในประเทศสามารถรักษาระดับได้ใกล้เคียงเดิม ในขณะที่ยอดขายต่างประเทศ ปรับตัวลดลงจากภาวะเศรษฐกิจและการแข่งขันจากสินค้าราคาต่ำในตลาด ส่วนสำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพนั้น ซีลิกมีความมุ่งมั่นและมีการการกระตุ้นการขายสินค้าอย่างต่อเนื่องในทุกช่องทางจำหน่าย และดำเนินนโยบายด้านการตลาดอย่างเหมาะสม

รักษาระดับอัตรากำไรขั้นต้น จากรูปแบบการกระจายของกลุ่มธุรกิจ

ซีลิกสามารถรักษาระดับอัตรากำไรขั้นต้นให้เติบโตได้ อันเนื่องมาจาก การมีธุรกิจที่หลากหลาย โดยในไตรมาส 2/2568 ธุรกิจการอุตสาหกรรมและธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพมีอัตรากำไรขั้นต้นที่ปรับตัวสูงขึ้น จากกลยุทธ์ทาง Supply Chain, Market Target และ กลยุทธ์ด้านราคาขาย เพื่อรักษาระดับต้นทุนและอัตรากำไรขั้นต้นให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมมากขึ้น

EBITDA และกำไรสุทธิ

กำไรสุทธิลดลงเล็กน้อย ในไตรมาส 2/2568 รวมถึง EBITDA ที่มีการปรับตัวลงเล็กน้อยด้วยเช่นเดียวกัน

สรุปผลประกอบการไตรมาส 2/2568

- รายได้รวมอยู่ที่ 495.22 ล้านบาท ลดลง 11.0% จากไตรมาสก่อน และลดลง 2.4% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยธุรกิจสติกเกอร์และธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพมียอดขายที่ลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน
- กำไรขั้นต้นอยู่ที่ 166.50 ล้านบาท ลดลง 9.6% จากไตรมาสก่อน แต่ เพิ่มขึ้น 10.9% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยมีอัตรากำไรขั้นต้น อยู่ที่ 33.7%
- EBITDA 77.82 ล้านบาท ลดลง 14.9% จากไตรมาสก่อน และลดลง 8.7% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว เนื่องมาจากการค่าใช้จ่ายทางการตลาดที่เพิ่มสูงขึ้นในธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ
- กำไรสุทธิส่วนของผู้ถือหุ้นใหญ่ 29.36 ล้านบาท ลดลง 15.8% และลดลง 3.3% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน)
คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 2/2568

งบกำไรขาดทุนรวมไตรมาส 2/2568

หน่วย: ล้านบาท	Quarter					6 เดือน		
งบกำไรขาดทุนรวม	Q2/2025	Q1/2025	Q2/2024	% QoQ	% YoY	6M 2025	6M 2024	% YoY
รายได้จากการขายและบริการสุทธิ	494.09	555.23	505.38	(11.0%)	(2.2%)	1,049.31	1,066.02	(1.6%)
กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนสุทธิ	0.00	0.57	0.55	(100.0%)	(100.0%)	0.00	0.00	--
รายได้อื่น	1.14	0.57	1.33	99.1%	(14.9%)	1.71	2.35	(27.4%)
รวมรายได้	495.22	556.36	507.27	(11.0%)	(2.4%)	1,051.02	1,068.37	(1.6%)
ต้นทุนขาย	327.58	371.06	355.28	(11.7%)	(7.8%)	698.64	740.22	(5.6%)
กำไรขั้นต้น (ไม่รวมรายได้อื่น)	166.50	184.17	150.11	(9.6%)	10.9%	350.67	325.80	7.6%
ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนสุทธิ	3.01	0.00	0.00	--	--	2.44	0.54	353.9%
ค่าใช้จ่ายในการขาย	50.74	58.86	39.35	(13.8%)	28.9%	109.60	69.06	58.7%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	54.98	54.39	47.90	11%	14.8%	109.37	97.80	11.8%
ส่วนแบ่งกำไร/ (ขาดทุน) จากการร่วมค้า	-0.02	-0.02	-0.01	(0.3%)	105.8%	-0.03	-0.02	57.2%
กำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้	77.82	91.41	85.24	(14.9%)	(8.7%)	169.23	201.81	(16.1%)
ค่าเสื่อมราคา	18.93	19.36	20.52	(2.2%)	(7.8%)	38.29	41.07	(6.8%)
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้	58.89	72.05	64.72	(18.3%)	(9.0%)	130.94	160.74	(18.5%)
ต้นทุนทางการเงิน	8.37	9.20	11.34	(9.0%)	(26.2%)	17.58	22.81	(22.9%)
กำไรก่อนภาษีเงินได้	50.52	62.85	53.38	(19.6%)	(5.4%)	113.36	137.93	(17.8%)
ภาษีเงินได้	11.59	12.73	10.85	(9.0%)	6.8%	24.31	27.73	(12.3%)
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	38.93	50.12	42.53	(22.3%)	(8.5%)	89.05	110.20	(19.2%)
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ : ผู้ถือหุ้นบริษัทใหญ่	29.36	34.87	30.35	(15.8%)	(3.3%)	64.22	73.24	(12.3%)

ผลประกอบการด้านการเงิน

รายได้

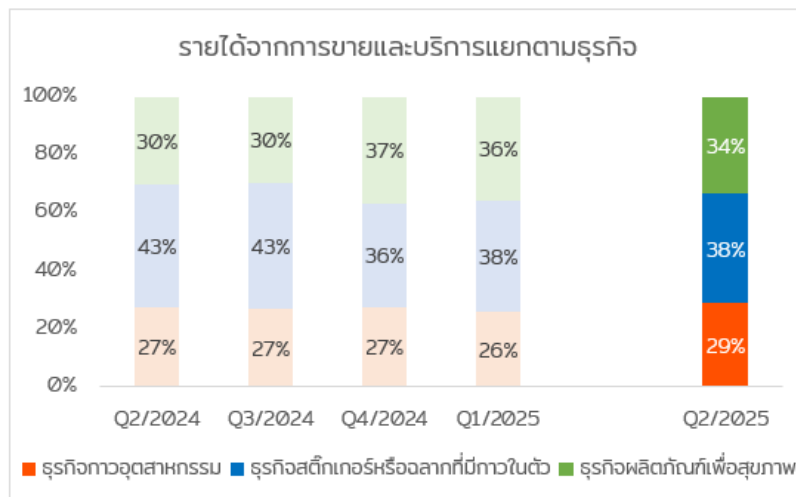
รายได้จากการขายและบริการในไตรมาส 2/2568 494.09 ล้านบาท ลดลง 11.0% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และลดลง 2.2% จากช่วงเดียวกันของปีที่ เป็นผลมาจากภาวะเศรษฐกิจที่ยังซึมตัวจากภาวะหลังโควิด19 ทำให้ ภาวะความต้องการอุปโภคบริโภค น้อยลง

โครงสร้างรายได้จากการขายและบริการ

ซีลิกมีรายได้จากการขายและบริการจากการดำเนินงานธุรกิจสามประเภทคือ ธุรกิจการอุตสาหกรรม ธุรกิจตึกเกอร์หรือลากที่มีกาวในตัว และธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ซึ่งจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ

สัดส่วนการขายและบริการของธุรกิจการอุตสาหกรรมอยู่ที่ 29% ธุรกิจตึกเกอร์หรือลากที่มีกาวในตัวอยู่ที่ 38% และธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอยู่ที่ 34% ในไตรมาส 2/2568

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน)
คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 2/2568

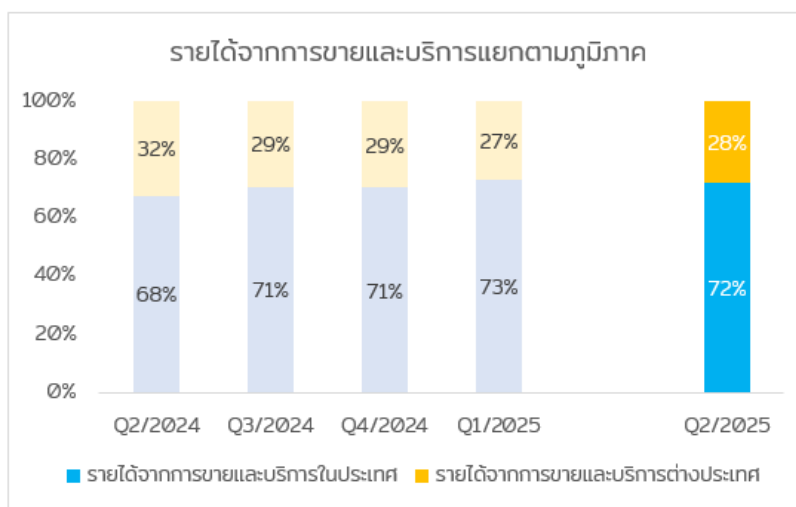


หมายเหตุ: ดัดรายการระหว่างกันของบริษัท

โครงสร้างการขายและบริการแยกตามภูมิภาค มีสัดส่วนการขายและบริการตลาดในประเทศ 72% และตลาดต่างประเทศ 28% จากยอดขายและบริการรวม ในไตรมาส 2/2568

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					6 เดือน		
	Q2/2025	Q1/2025	Q2/2024	% QoQ	% YoY	6M 2025	6M 2024	% YoY
รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค								
รายได้จากการขายและบริการในประเทศ	357.04	405.70	341.68	(12.0%)	4.5%	762.74	732.42	4.1%
รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศ	137.05	149.52	163.70	(8.3%)	(16.3%)	286.57	333.60	(14.1%)
รายได้จากการขายและบริการ	494.09	555.23	505.38	(11.0%)	(2.2%)	1,049.31	1,066.02	(1.6%)

หมายเหตุ: ดัดรายการระหว่างกันของบริษัท



หมายเหตุ: ดัดรายการระหว่างกันของบริษัท

ต้นทุนขายและกำไรขั้นต้น

ต้นทุนขายในไตรมาส 2/2568 327.58 ล้านบาท ลดลง 11.7% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และลดลง 7.8% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว ในขณะที่ กำไรขั้นต้น เท่ากับ 166.50 ล้านบาท ลดลง 9.6% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน แต่ เพิ่มขึ้น 10.9% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว เป็นผลมาจากกลยุทธ์ทาง Supply Chain, Market Target และ กลยุทธ์ด้านราคาขาย เพื่อรักษาระดับต้นทุนและอัตรากำไรขั้นต้นให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 2/2568

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ

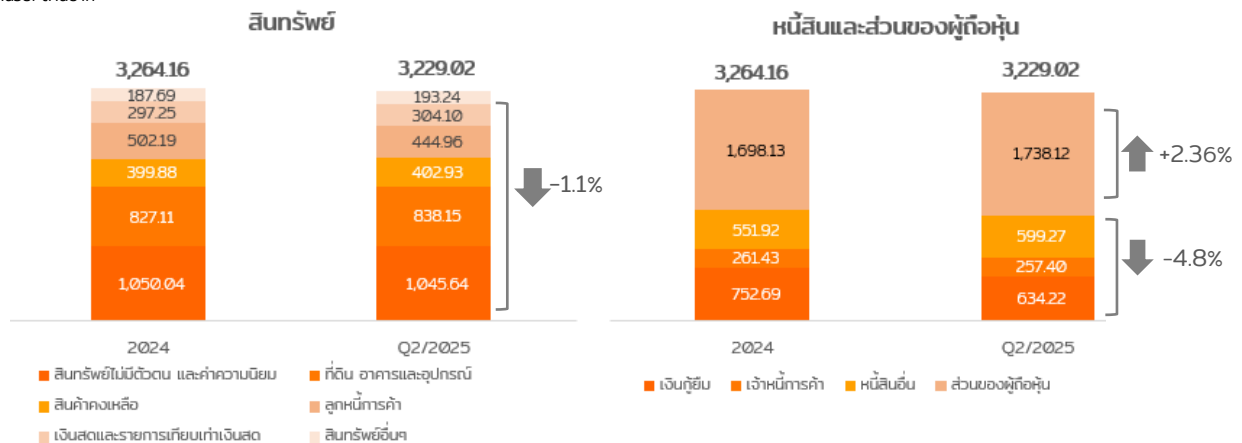
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการในไตรมาส 2/2568 105.73 ล้านบาท ลดลง 6.6% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน แต่เพิ่มขึ้น 21.2% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยแบ่งเป็นค่าใช้จ่ายในการขาย 50.74 ล้านบาท และค่าใช้จ่ายในการบริหาร 54.98 ล้านบาท อัตราค่าใช้จ่ายในการดำเนินการต่อรายได้จากการขายปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อน และจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว เป็นผลจากการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

EBITDA และกำไรสุทธิ

EBITDA เท่ากับ 77.82 ล้านบาท ลดลง 14.9% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ ลดลง 8.7% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว ในขณะที่กำไรสุทธิ เท่ากับ 29.36 ล้านบาท ลดลง 15.8% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และลดลง 3.3% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

ฐานะการเงินรวมไตรมาส 2/2568

หน่วย: ล้านบาท



สินทรัพย์รวม

สินทรัพย์รวมในไตรมาส 2/2568 เท่ากับ 3,229.02 ล้านบาท ลดลง 1.1% จากปี 2567 ส่วนใหญ่มาจากการลดลงของลูกหนี้การค้า

หนี้สินรวม

หนี้สินรวมในไตรมาส 2/2568 เท่ากับ 1,490.89 ล้านบาท ลดลง 4.8% จากปี 2567 ส่วนใหญ่มาจากการลดลงของเงินกู้ยืมทั้งระยะสั้นและยาว รวมถึงเจ้าหนี้การค้า

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้นในไตรมาส 2/2568 เท่ากับ 1,738.12 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2.36% จากปี 2567 ส่วนใหญ่มาจากการกำไรสะสมที่เพิ่มมากขึ้น

ผลการดำเนินการแยกตามกลุ่มธุรกิจ (Segment Reporting)

ธุรกิจกาาอุตสาหกรรม

ธุรกิจกาาอุตสาหกรรมมียอดขายและบริการรวมในไตรมาส 2/2568 เท่ากับ 154.45 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5.6% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้น 12.6 % จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน)
คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 2/2568

ธุรกิจการอุตสาหกรรม: รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					6 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า	Q2/2025	Q1/2025	Q2/2024	% QoQ	% YoY	6M 2025	6M 2024	% YoY
ผลิตภัณฑ์ทากาว Solvent	62.85	62.62	57.43	0.4%	9.4%	125.46	113.30	10.7%
ผลิตภัณฑ์ทากาว Hot Melt	62.58	60.51	61.37	3.4%	2.0%	123.10	130.41	(5.6%)
ผลิตภัณฑ์ทากาว Water Based	14.01	16.16	15.96	(13.3%)	(12.2%)	30.16	30.62	(1.5%)
สินค้าและบริการอื่นๆ	15.02	7.36	2.38	104.2%	531.1%	22.37	4.07	449.4%
รายได้จากการขายและบริการ	154.45	146.64	137.14	5.3%	12.6%	301.10	278.39	8.2%

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

ผลิตภัณฑ์ทากาว Solvent: ยอดขาย เท่ากับ 62.85 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 0.4% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้น 9.4% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว เนื่องมาจากมีการปิดลูกค้ารายใหม่ในตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้นตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 และมีการซื้อ-ขายอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ยังมีลูกค้าที่อยู่ระหว่างการเจรจาอีกจำนวนหนึ่ง

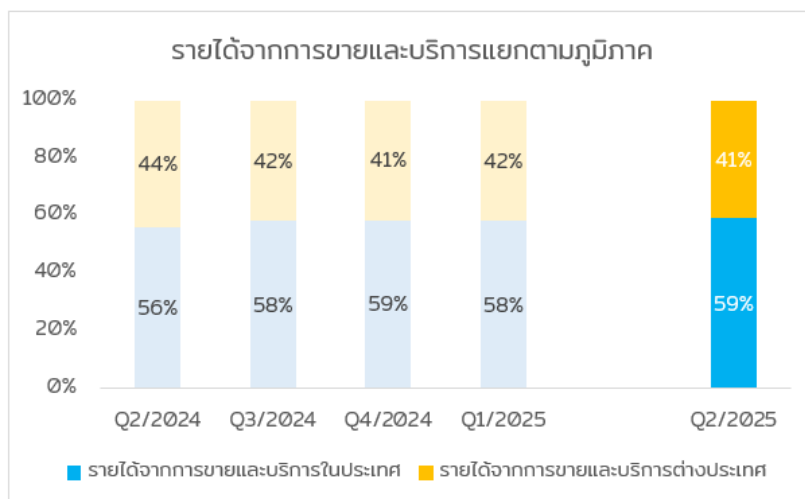
ผลิตภัณฑ์ทากาว Hot Melt: ยอดขาย เท่ากับ 62.58 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.4% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ 2.0% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยผลิตภัณฑ์ที่ใช้งานทากาว HMA ยังคงมีการเติบโตเล็กน้อย และมีการขายสินค้ากับลูกค้ารายใหม่ จึงส่งผลให้ยอดขายปรับตัวสูงขึ้นเล็กน้อย

ผลิตภัณฑ์ทากาว Water Based: ยอดขาย เท่ากับ 14.01 ล้านบาท ลดลง 13.3% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และลดลง 12.2% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว เนื่องจากกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้งานทากาวน้ำเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องดื่มน้ำที่ชะลอตัวลงอย่างมากจากภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซา ผู้ซื้อลดการบริโภค รวมถึงกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร พวก Seasoning ที่ยอดการผลิตลดลง สืบเนื่องมาจากผลกระทบมาจากภาคนำเข้าที่ถูกประกาศเพิ่มขึ้นของสหรัฐอเมริกาทำให้ลูกค้าชะลอการส่งออกต่างประเทศ

ธุรกิจการอุตสาหกรรม: รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					6 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค	Q2/2025	Q1/2025	Q2/2024	% QoQ	% YoY	6M 2025	6M 2024	% YoY
รายได้จากการขายและบริการในประเทศ	91.20	85.53	76.60	6.6%	19.1%	176.73	151.34	16.8%
รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศ	63.25	61.11	60.54	3.5%	4.5%	124.37	127.05	(2.1%)
รายได้จากการขายและบริการ	154.45	146.64	137.14	5.3%	12.6%	301.10	278.39	8.2%

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท



หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน)
คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 2/2568

รายได้จากการขายในประเทศ: 91.20 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 6.6% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ 19.1% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

รายได้จากการขายต่างประเทศ: 63.25 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.5% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ 4.5% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

สัดส่วนการขายระหว่างในประเทศและต่างประเทศในไตรมาส 2/2568 มีสัดส่วนขายในประเทศ 59% และสัดส่วนการขายต่างประเทศ 41%

ธุรกิจการอุตสาหกรรมมีกำไรขั้นต้นในไตรมาส 2/2568 เท่ากับ 48.66 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 14.6% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ 31.0% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยอัตรากำไรขั้นต้นต่อรายได้จากการขายและบริการ เท่ากับ 31.5% สูงขึ้นจากไตรมาสก่อน และจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว กำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้ เท่ากับ 29.57 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อน 30.1% และเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว 65.6% และกำไรสุทธิ เท่ากับ 18.45 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อน 36.0% และเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว 104.8%

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					6 เดือน		
	Q2/2025	Q1/2025	Q2/2024	% QoQ	% YoY	6M 2025	6M 2024	% YoY
รายได้จากการขายและบริการสุทธิ	154.45	146.64	137.14	5.3%	12.6%	301.10	278.39	8.2%
ต้นทุนขาย	105.79	104.20	99.98	1.5%	5.8%	209.99	204.65	2.6%
กำไรขั้นต้น (ไม่รวมรายได้อื่น)	48.66	42.45	37.16	14.6%	31.0%	91.11	73.74	23.5%
อัตรากำไรขั้นต้นต่อรายได้จากการขายและบริการ	31.5%	28.9%	27.1%	8.8%	16.3%	30.3%	26.5%	14.2%
กำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้	29.57	22.73	17.85	30.1%	65.6%	52.29	36.09	44.9%
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	18.45	13.57	9.01	36.0%	104.8%	32.02	18.23	75.6%

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท และไม่รวมเงินปันผลรับจากบริษัทย่อย

ธุรกิจสติกเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว

ธุรกิจสติกเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัวมียอดขายและบริการ อยู่ที่ 198.25 ล้านบาท ลดลง 10.2% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และลดลง 6.4% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

ธุรกิจสติกเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว: รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					6 เดือน		
	Q2/2025	Q1/2025	Q2/2024	% QoQ	% YoY	6M 2025	6M 2024	% YoY
รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า	198.25	220.78	211.92	(10.2%)	(6.4%)	419.03	432.15	(3.0%)
ผลิตภัณฑ์กระดาษ	102.11	119.63	125.03	(14.6%)	(18.3%)	221.74	265.65	(16.5%)
ผลิตภัณฑ์ฟิล์ม	49.06	49.39	60.69	(0.7%)	(19.2%)	98.45	112.50	(12.5%)
ผลิตภัณฑ์ฉลากอื่นๆ	10.82	10.60	0.91	21%	1,084.2%	21.42	1.33	1,506.0%
ผลิตภัณฑ์ฉลาก(พิเศษ)	36.26	41.15	25.28	(11.9%)	43.4%	77.41	52.68	47.0%
รวมรายได้จากการขาย	198.25	220.78	211.92	(10.2%)	(6.4%)	419.03	432.15	(3.0%)

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

ผลิตภัณฑ์กระดาษ : ยอดขาย เท่ากับ 102.11 ล้านบาท ลดลง 14.6% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ 18.3% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยยอดขายลดลงจากตลาดต่างประเทศ

ผลิตภัณฑ์ฟิล์ม: ยอดขาย เท่ากับ 49.06 ล้านบาท ลดลง 0.7% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ 19.2% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยตลาดต่างประเทศยังประสบภาวะเศรษฐกิจซบเซา

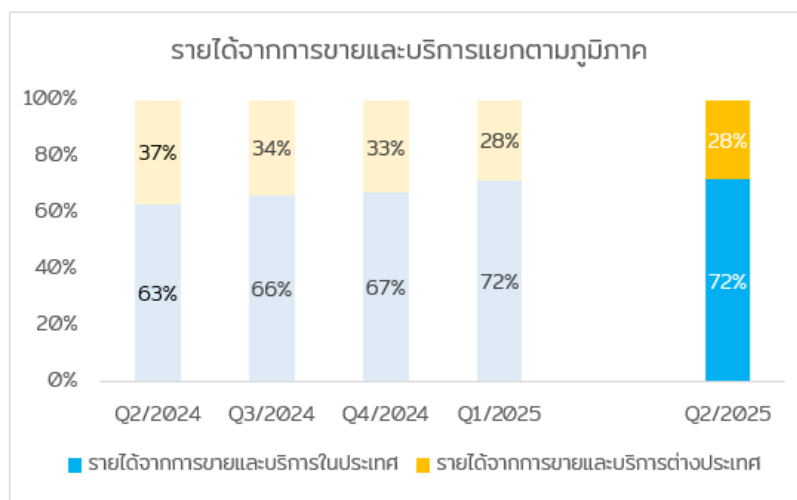
บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 2/2568

ผลิตภัณฑ์จอลาก(พิเศษ): ยอดขาย เท่ากับ 36.26 ล้านบาท ลดลง 11.9% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้น 43.4% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว บริษัทยังคงมุ่งเน้นที่ต้องการเพิ่มรายได้ในกลุ่มผลิตภัณฑ์นี้

ธุรกิจสติกเกอร์หรือลากลที่มีแนวโน้ม: รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					6 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค	Q2/2025	Q1/2025	Q2/2024	% QoQ	% YoY	6M 2025	6M 2024	% YoY
รายได้จากการขายและบริการในประเทศ	142.58	158.21	133.39	(9.9%)	6.9%	300.79	281.38	6.9%
รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศ	55.67	62.57	78.53	(11.0%)	(29.1%)	118.24	150.78	(21.6%)
รายได้จากการขายและบริการ	198.25	220.78	211.92	(10.2%)	(6.4%)	419.03	432.15	(3.0%)

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท



หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

รายได้จากการขายในประเทศ: 142.58 ล้านบาท ลดลง 9.9% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน แต่ เพิ่มขึ้น 6.9% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยยอดขายเพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วเนื่องจากผลิตภัณฑ์ฟิล์มและผลิตภัณฑ์จอลาก(พิเศษ)

รายได้จากการขายต่างประเทศ: 55.67 ล้านบาท ลดลง 11.0% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และลดลง 29.1% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยตลาดต่างประเทศที่ยังได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจซบเซาและการแข่งขันด้านราคา

สัดส่วนการขายระหว่างในประเทศและต่างประเทศในไตรมาส 2/2568 มีสัดส่วนขายในประเทศ 72% และสัดส่วนการขายต่างประเทศ 28%

ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพมียอดขายและบริการรวมในไตรมาส 2/2568 เท่ากับ 165.81 ล้านบาท ลดลง 16.7% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน แต่เพิ่มขึ้น 8.1% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซา รวมถึงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบอย่างหนัก

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน)
คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 2/2568

ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ: รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					6 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า	Q2/2025	Q1/2025	Q2/2024	% QoQ	% YoY	6M 2025	6M 2024	% YoY
ผลิตภัณฑ์บรรเทาปวด	101.95	144.58	114.64	(29.5%)	(111%)	246.52	275.41	(10.5%)
ผลิตภัณฑ์ปฐมพยาบาล	63.86	54.40	38.68	17.4%	65.1%	118.26	75.55	56.5%
รายได้จากการขายและบริการ	165.81	198.98	153.32	(16.7%)	8.1%	364.78	350.97	3.9%

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

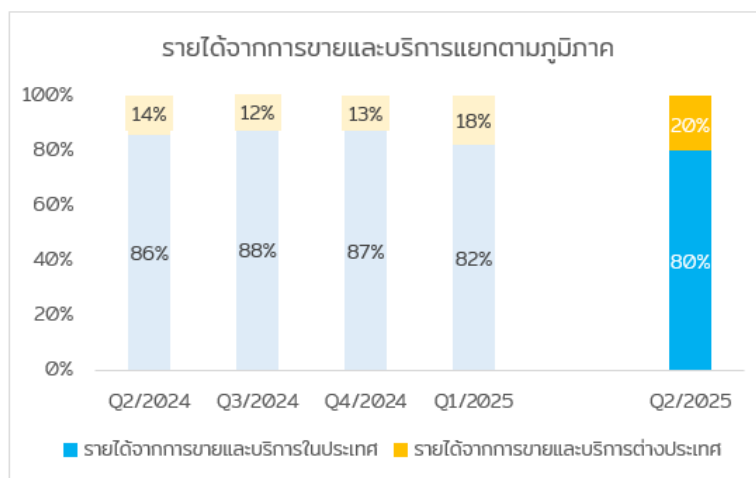
ผลิตภัณฑ์บรรเทาปวด : ยอดขาย เท่ากับ 101.95 ล้านบาท ลดลง 29.5% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และลดลง 11.1% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว เนื่องมาจาก ภาวะซึมตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และสภาพอากาศที่ไม่สนับสนุน กิจกรรมกลางแจ้ง

ผลิตภัณฑ์ปฐมพยาบาล: ยอดขาย เท่ากับ 63.86 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 17.4% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ 65.1% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว เนื่องมาจากตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศยังมีความต้องการสินค้ากลุ่มนี้ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่จำเป็น

ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ: รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					6 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค	Q2/2025	Q1/2025	Q2/2024	% QoQ	% YoY	6M 2025	6M 2024	% YoY
รายได้จากการขายและบริการในประเทศ	133.10	163.52	131.69	(18.6%)	11%	296.63	299.71	(1.0%)
รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศ	32.71	35.45	21.63	(7.7%)	51.2%	68.16	51.26	33.0%
รายได้จากการขายและบริการ	165.81	198.98	153.32	(16.7%)	8.1%	364.79	350.97	3.9%

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท



หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

รายได้จากการขายในประเทศ: 133.10 ล้านบาท ลดลง 18.6% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน แต่ เพิ่มขึ้น 1.1% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว เนื่องมาจากภาวะตลาดท่องเที่ยวที่ยังคงซบเซา

รายได้จากการขายต่างประเทศ: 32.71 ล้านบาท ลดลง 7.7% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน แต่ เพิ่มขึ้น 51.2% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยทำยอดขายเพิ่มขึ้นจากผลิตภัณฑ์ปฐมพยาบาลในกลุ่ม CLMV

สัดส่วนการขายระหว่างในประเทศและต่างประเทศในไตรมาส 2/2568 มีสัดส่วนขายในประเทศ 80% และสัดส่วนการขายต่างประเทศ 20%

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 2/2568

มุมมองผู้บริหารต่อแนวโน้มธุรกิจปี 2568

เศรษฐกิจไทยปี 2568 คาดว่า จะเติบโตช้าลงกว่าปี 2567 เล็กน้อย การส่งออกที่ลดลง ท่ามกลางความเสี่ยงสงครามการค้า และการชะลอตัวของเศรษฐกิจจีน และภาคการผลิตไทยที่ยังไม่ฟื้นตัว ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจโลกโดยเฉพาะการชะลอตัวของเศรษฐกิจจีน สงครามการค้ารอบใหม่คาดว่าจะมีผลสุทธิต่อเศรษฐกิจไทย โดยประเทศไทยเป็นหนึ่งใน 15 ประเทศที่สหรัฐอเมริกา มีการขาดดุลการค้าด้วยสูงสุด และได้รับผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมจากการขึ้นภาษีนำเข้าของสหรัฐอเมริกา ส่งผลให้การส่งออกไทยในปี 2568 คาดว่าจะขยายตัวในอัตราที่ชะลอลง เหตุการณ์ต่าง ๆ เหล่านี้ ทำให้การส่งออกของธุรกิจการอุตสาหกรรมและธุรกิจสติกเกอร์ยังได้รับผลกระทบต่อเนื่องจากปี 2567 อย่างไรก็ดี ซีลิกดำเนินธุรกิจด้วยความระมัดระวังและรักษายอดขายให้คงที่ผ่านกลยุทธ์ต่างๆทั้งด้านต้นทุนวัตถุดิบ ด้านกลุ่มเป้าหมาย และกลยุทธ์การกำหนดราคาขาย เพื่อให้มั่นใจว่า ซีลิกจะยังคงรักษาส่วนแบ่งตลาดเอาไว้ได้ในระยะยาว

รักษาระดับรายได้จากการขายให้เติบโตต่อเนื่อง

ซีลิกมุ่งเน้นสร้างการเติบโตของรายได้จากทุกกลุ่มธุรกิจ โดยเดินหน้าขยายฐานลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้น และมุ่งขยายไปยังตลาดต่างประเทศที่เศรษฐกิจอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม สำหรับธุรกิจการอุตสาหกรรมและธุรกิจสติกเกอร์ ในขณะที่ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ การออกผลิตภัณฑ์เพิ่มเติมเพื่อเพิ่มโอกาสทางการขายและการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาด รวมถึงการเพิ่มช่องทางการขายทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้า

การบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายเพื่อทำไร้นั้นและทำไรสุทธิต่อในระดับที่ดีขึ้น

ซีลิกมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาการบริหารจัดการต้นทุนภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพดีขึ้นตามลำดับ ผ่านกระบวนการทาง supply chain บริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเหมาะสม เพื่อที่จะสามารถรับมือกับสถานการณ์ผันผวนของปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ ไม่ว่าจะเป็นราคาน้ำมัน หรือ อัตราแลกเปลี่ยน

คงกลยุทธ์การลงทุนเพื่อสร้างโอกาสการเติบโต

บริษัทยังคงมองหาโอกาสในการขยายการลงทุนด้วยการร่วมทุน หรือการซื้อกิจการ เพื่อที่จะเป็นการผลักดันการเติบโตอย่างก้าวกระโดด ทั้งนี้ก่อนการลงทุนในแต่ละโครงการจะผ่านการพิจารณาอย่างรอบคอบ และเป็นไปตามหลักการและขั้นตอนของนโยบายการลงทุน เพื่อพิจารณาให้ถี่ถ้วนถึงผลประโยชน์สูงสุดที่บริษัทและผู้ถือหุ้นพึงได้รับ โดยเน้นที่ธุรกิจที่ต่อยอดจากธุรกิจหลักทั้งสองของบริษัท และธุรกิจด้านการแพทย์ หรือด้านเทคโนโลยีเป็นต้น

ก้าวเดินในเส้นทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ซีลิกดำเนินธุรกิจตามนโยบายกำกับดูแลกิจการและการพัฒนาอย่างยั่งยืน ครอบคลุมมิติ ESG ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคม และธรรมาภิบาลอย่างต่อเนื่อง มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้นในทุกๆปี เพื่อให้ครอบคลุมและตอบสนองความต้องการของตลาด นอกจากนี้ยังคงร่วมมือกับหน่วยงานและโครงการทั้งภาครัฐและเอกชนในการผลักดันการรับรู้และการตระหนักรู้ด้านการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนให้กับทุกหน่วยงาน ด้านสังคมซีลิกและบริษัทในเครือ ดำเนินการให้ความรู้และสร้างอาชีพให้กับชุมชนข้างเคียงสถานประกอบการให้มีความรู้ด้านการนวดผ่อนคลาย และการรักษาตนเองเบื้องต้นเมื่อได้รับบาดเจ็บจากการออกกำลังกายหรือออกกำลังกาย ทั้งนี้บริษัทยังได้รับการคัดเลือกผ่านการประเมินหุ้นยั่งยืน SET ESG Rating ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการพัฒนาการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของบริษัทอย่างต่อเนื่อง

ติดต่อนักลงทุนสัมพันธ์ซีลิก:

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

ข้อปฏิเสธความรับผิดชอบ

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