



ภาพรวมโดยสรุป

ในไตรมาส 2/2565 อุปสงค์ในประเทศปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อย จากการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจในประเทศ หลังจากมีมาตรการผ่อนคลายนโยบายการเงินและการบริการ แต่อย่างไรก็ตาม ดัชนีเงินเฟ้อทั่วไปของประเทศไทย ยังคงอยู่ในระดับสูงอย่างต่อเนื่อง โดยเดือนกรกฎาคม 2565 ออกมาที่ 7.61% รวมถึงราคาน้ำมันที่ยังคงอยู่ในระดับสูง ความอ่อนตัวของค่าเงินบาท ซึ่งอาจส่งผลต่อกำลังซื้อของผู้บริโภคในประเทศ ในไตรมาสถัดไป ในขณะที่อุปสงค์ของต่างประเทศส่งสัญญาณการชะลอตัวลง โดยประเทศคู่ค้ามีการปรับอัตราดอกเบี้ยนโยบายขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อบริหารดัชนีเงินเฟ้อในประเทศ

สามารถรักษายอดขายให้เติบโต

จากแนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในประเทศที่ดีขึ้น แต่ปัจจัยดัชนีเงินเฟ้อที่ปรับตัวสูงขึ้นในประเทศ รวมทั้งราคาวัตถุดิบที่สูงขึ้นตามราคาน้ำมันดิบในไตรมาสที่ 2 ทำให้ภาคอุตสาหกรรมยังไม่สามารถฟื้นตัวได้ทุกๆ อุตสาหกรรม ประกอบกับอัตราแลกเปลี่ยนที่ผันผวนส่งผลให้ตลาดส่งออกในบางประเทศมีการชะลอตัวของคำสั่งซื้อ ในไตรมาส 2 ซีลิกมีรายได้จากการขายเติบโต 0.9% เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกัน และ ไตรมาสก่อนหน้า

กำไรขั้นต้นเติบโตขึ้น การบริหารต้นทุนส่งผลในเชิงบวก

เมื่อเทียบกับไตรมาส 1/2565 แม้ยอดขายจะทรงตัว และในขณะเดียวกัน ต้นทุนวัตถุดิบมีการปรับตัวสูงขึ้น จากราคาน้ำมันในตลาดโลกที่อยู่ในระดับมากกว่า 100 USD/Bbl ซึ่งเป็นผลมาจากสถานการณ์ความขัดแย้งรัสเซีย-ยูเครน อย่างไรก็ตาม ซีลิกสามารถบริหารจัดการต้นทุนภายในที่ดีขึ้น รวมถึงทยอยปรับราคาขายให้สอดคล้องกับการปรับขึ้นของต้นทุนวัตถุดิบ ทำให้ซีลิกสามารถทำกำไรขั้นต้นเติบโตขึ้น โดยอัตรากำไรขั้นต้นต่อรายได้จากการขายทยอยปรับตัวดีขึ้นในแต่ละไตรมาส

EBITDA และกำไรสุทธิอ่อนตัวลง จากการเตรียมตัวเพื่อขยายธุรกิจ

สืบเนื่องจากแผนการขยายธุรกิจของซีลิกไปสู่การผลิตและจำหน่ายเวชภัณฑ์ และการนำบริษัทย่อยเข้าจดทะเบียนเพื่อซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ ทำให้มีค่าใช้จ่ายในการบริหารเพื่อเตรียมความพร้อม ส่งผลให้ EBITDA และกำไรสุทธิ ลดลงเล็กน้อย มาอยู่ที่ 31.30 ล้านบาท และ 10.07 ล้านบาท ตามลำดับ

สรุปผลประกอบการไตรมาส 2/2565

- รายได้รวมอยู่ที่ 390.52 ล้านบาท คงตัวอยู่ในระดับเดียวกับไตรมาสก่อนและช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยที่รายได้จากการขายภายในประเทศปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อย ในขณะที่การส่งออกมีการชะลอตัวลงเล็กน้อย จากประเทศที่มีปัจจัยเรื่องค่าเงินอ่อนตัวเข้ามามีผลให้ชะลอการสั่งซื้อ
- กำไรขั้นต้นอยู่ที่ 86.66 ล้านบาท เติบโต 6.4% จากไตรมาสก่อน เกิดจากการบริหารจัดการต้นทุนภายในที่ดีขึ้น ทำให้อัตรากำไรขั้นต้นต่อรายได้จากการขายและบริการปรับตัวดีขึ้นในแต่ละไตรมาส ถึงแม้ปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ยังคงผลักดันให้ราคาวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ในตลาดอยู่ในระดับสูง
- กำไรสุทธิเท่ากับ 10.07 ล้านบาท ลดลง 14.1% จากไตรมาสก่อน เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายในการบริหารเพื่อเตรียมความพร้อมของการขยายธุรกิจในการผลิตและจำหน่ายเวชภัณฑ์ รวมถึงการนำบริษัทย่อยเข้าจดทะเบียนเพื่อซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์

สรุปผลประกอบการในรอบ 6 เดือน 2565

- รายได้รวม 779.06 ล้านบาท เติบโต 4.0% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว จากการเติบโตของทั้งธุรกิจทางอุตสาหกรรมและธุรกิจธุรกิจสติกเกอร์หรือฉลากที่มีแนวโน้ม
- กำไรขั้นต้น 168.09 ล้านบาท ลดลง 16.1% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว เนื่องจากต้นทุนวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์โดยรวมปรับตัวสูงขึ้นมากกว่า 50% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว
- EBITDA 64.95 ล้านบาท ลดลง 42.5% และกำไรสุทธิเท่ากับ 21.78 ล้านบาท ลดลง 63.1% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว ทั้งนี้ นอกจากต้นทุนวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่มีการปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ค่าใช้จ่ายในการขายที่เพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะค่าระวางสินค้าในการส่งออก รวมถึงค่าใช้จ่ายในการบริหารเพื่อเตรียมความพร้อมของการขยายธุรกิจในการผลิตและจำหน่ายเวชภัณฑ์ รวมถึงการนำบริษัทย่อยเข้าจดทะเบียนเพื่อซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน)
คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 2/2565

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					6 เดือน		
	Q2/2022	Q1/ 2022	Q2/2021	% QoQ	% YoY	6M 2022	6M 2021	% YoY
รายได้รวม	390.52	389.71	387.63	0.2%	0.7%	779.06	749.35	4.0%
รายได้จากการขายและบริการสุทธิ	389.97	386.64	386.52	0.9%	0.9%	776.61	744.14	4.4%
กำไรขั้นต้น (ไม่รวมรายได้อื่น)	86.66	81.43	102.19	6.4%	(15.2%)	168.09	200.42	(16.1%)
กำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้	31.30	33.65	56.00	(7.0%)	(44.1%)	64.95	113.00	(42.5%)
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	10.07	11.72	29.03	(14.1%)	(65.3%)	21.78	59.08	(63.1%)

ผลประกอบการด้านการเงิน

รายได้

รายได้จากการขายและบริการ 389.97 ล้านบาท ในรอบ 3 เดือนคงที่ โดยเติบโต 0.9% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน (QoQ) และจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว (YoY) โดยธุรกิจกาวอุตสาหกรรมมีการเติบโต แต่เกิดการชะลอตัวของยอดขายจากธุรกิจสติ๊กเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว สำหรับในรอบ 6 เดือน รายได้จากการขายเท่ากับ 776.61 ล้านบาทเติบโตจากปีที่แล้ว 4.4% จากการเติบโตของทั้งสองธุรกิจ

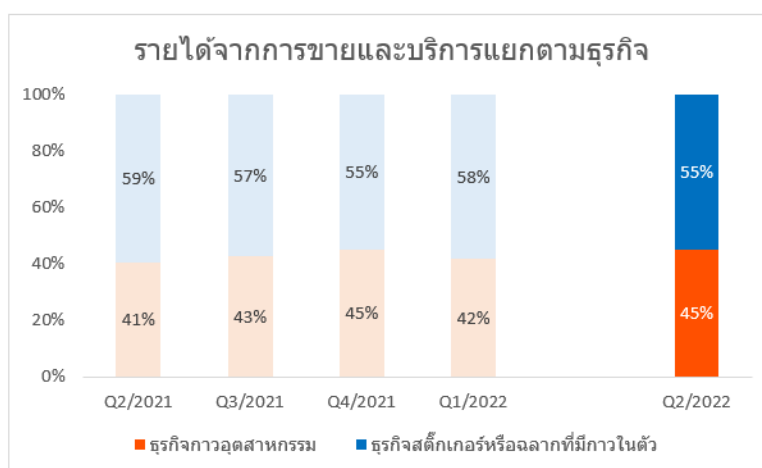
โครงสร้างรายได้จากการขายและบริการ

ซีลิกมีรายได้จากการขายและบริการจากการดำเนินงานธุรกิจสองประเภทคือ ธุรกิจกาวอุตสาหกรรม และ ธุรกิจสติ๊กเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว ซึ่งจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ

สัดส่วนการขายและบริการของธุรกิจกาวอุตสาหกรรมอยู่ที่ 45% และ ธุรกิจสติ๊กเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัวอยู่ที่ 55% ณ ไตรมาส 2/2565

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					6 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามธุรกิจ	Q2/2022	Q1/ 2022	Q2/2021	% QoQ	% YoY	6M 2022	6M 2021	% YoY
ธุรกิจกาวอุตสาหกรรม	175.55	161.56	156.98	8.7%	11.8%	337.11	312.52	7.9%
ธุรกิจสติ๊กเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว	214.42	225.07	229.55	(4.7%)	(6.6%)	439.49	431.62	1.8%
รายได้จากการขายและบริการ	389.97	386.64	386.52	0.9%	0.9%	776.61	744.14	4.4%

หมายเหตุ: ดัดรายการระหว่างกันของบริษัท



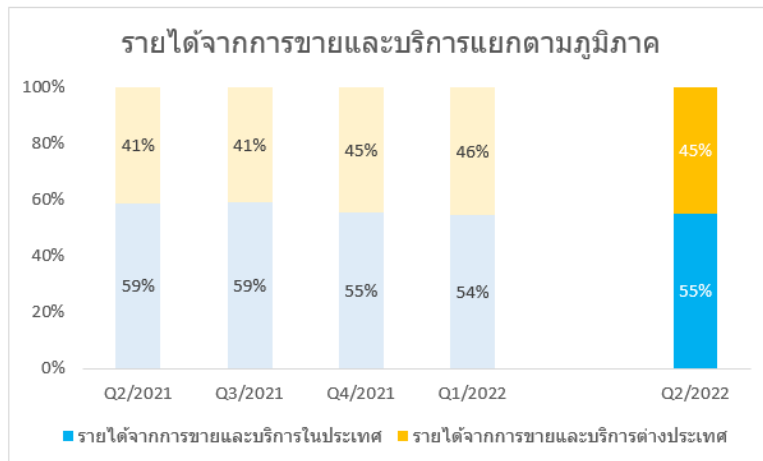
หมายเหตุ: ดัดรายการระหว่างกันของบริษัท

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 2/2565

โครงสร้างการขายและบริการแยกตามภูมิภาค มีสัดส่วนการขายและบริการตลาดในประเทศ 55% และตลาดต่างประเทศ 45% จากยอดขายและบริการรวม ณ ไตรมาส 2/2565

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					6 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค	Q2/2022	Q1/ 2022	Q2/2021	% QoQ	% YoY	6M 2022	6M 2021	% YoY
รายได้จากการขายและบริการในประเทศ	214.69	210.55	226.90	2.0%	(5.4%)	425.25	450.20	(5.5%)
รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศ	175.28	176.08	159.63	(0.5%)	9.8%	351.36	293.93	19.5%
รายได้จากการขายและบริการ	389.97	386.64	386.52	0.9%	0.9%	776.61	744.14	4.4%

หมายเหตุ: ดัดรายการระหว่างกันของบริษัท



หมายเหตุ: ดัดรายการระหว่างกันของบริษัท

ต้นทุนขาย

ต้นทุนขายตามงบการเงินรวมในไตรมาส 2/2565 เท่ากับ 303.32 ล้านบาท ลดลง 0.6% จากไตรมาสก่อน (QoQ) ในขณะที่รายได้จากการขายเพิ่มขึ้น ทำให้กำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น 6.4% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน (QoQ) เป็นผลมาจากการบริหารจัดการต้นทุนภายในที่ดีขึ้น ทำให้อัตรากำไรขั้นต้นต่อรายได้จากการขายมีการปรับตัวที่ดีขึ้นในแต่ละไตรมาส ถึงแม้ว่าปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ยังคงผลักดันให้ราคาวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ในตลาดอยู่ในระดับสูง

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการรวมอยู่ที่ 68.12 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อน 5.8% โดยแบ่งเป็นค่าใช้จ่ายในการขาย 14.63 ล้านบาท และค่าใช้จ่ายในการบริหาร 53.50 ล้านบาท อัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้จากการขายปรับตัวลดลงเล็กน้อย เนื่องจากอัตราค่าระวางสินค้าในการส่งออกในตลาดมีแนวโน้มปรับตัวลดลง หากแต่ยังไม่กลับไปในระดับเดียวกับก่อนสถานการณ์โควิด ในขณะที่อัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้จากการขายปรับตัวสูงขึ้นเล็กน้อย เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายในการบริหารเพื่อเตรียมความพร้อมของการขยายธุรกิจในการผลิตและจำหน่ายเวชภัณฑ์ รวมถึงของบริษัทย่อยในการนำกิจการเข้าจดทะเบียนเพื่อซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์

EBITDA และกำไรสุทธิ

EBITDA และกำไรสุทธิ เท่ากับ 31.30 ล้านบาท และ 10.07 ล้านบาท ลดลง 7.0% และ 14.1% ตามลำดับ เนื่องจากราคาวัตถุดิบที่ยังคงสูงต่อเนื่อง ถึงแม้มูลค่ากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น แต่อัตรากำไรสุทธิยังไม่สามารถปรับได้สูงเทียบเท่ากับก่อนช่วงปัญหารัสเซีย-ยูเครน และจากค่าใช้จ่ายในการบริหารที่สูงขึ้นจากการค่าใช้จ่ายของบริษัทย่อยในเพื่อเข้าจดทะเบียน และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในโครงการลงทุน



งบการเงินรวมไตรมาส 2/2565

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					6 เดือน		
งบกำไรขาดทุนรวม	Q2/2022	Q1/ 2022	Q2/2021	% QoQ	% YoY	6M 2022	6M 2021	% YoY
รายได้จากการขายและบริการสุทธิ	389.97	386.64	386.52	0.9%	0.9%	776.61	744.14	4.4%
ผลกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนสุทธิ	0.00	1.48	2.03	(100.0%)	(100.0%)	0.31	2.82	(89.0%)
รายได้อื่น	0.55	1.59	(0.92)	(65.5%)	(159.6%)	2.14	2.39	(10.2%)
รวมรายได้	390.52	389.71	387.63	0.2%	0.7%	779.06	749.35	4.0%
ต้นทุนขาย	303.32	305.21	284.34	(0.6%)	6.7%	608.52	543.72	11.9%
กำไรขั้นต้น (ไม่รวมรายได้อื่น)	86.66	81.43	102.19	6.4%	(15.2%)	168.09	200.42	(16.1%)
ค่าใช้จ่ายในการขาย	14.63	16.76	14.32	(12.7%)	2.1%	31.39	28.13	11.6%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	53.50	47.61	46.93	12.4%	14.0%	101.11	92.17	9.7%
ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนสุทธิ	1.17	0.00	0.00	/0	/0	0.00	0.00	/0
กำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้	31.30	33.65	56.00	(7.0%)	(44.1%)	64.95	113.00	(42.5%)
ค่าเสื่อมราคา	13.38	13.52	13.97	(1.0%)	(4.2%)	26.91	27.67	(2.8%)
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้	17.91	20.13	42.04	(11.0%)	(57.4%)	38.04	85.33	(55.4%)
ต้นทุนทางการเงิน	4.82	4.75	5.37	1.5%	(10.2%)	9.56	10.96	(12.7%)
กำไรก่อนภาษีเงินได้	13.09	15.39	36.67	(14.9%)	(64.3%)	28.48	74.37	(61.7%)
ภาษีเงินได้	3.03	3.67	7.64	(17.5%)	(60.4%)	6.69	15.29	(56.2%)
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	10.07	11.72	29.03	(14.1%)	(65.3%)	21.78	59.08	(63.1%)

ผลการดำเนินการแยกตามกลุ่มธุรกิจ (Segment Reporting)

ธุรกิจกาวยาอุตสาหกรรม

ธุรกิจกาวยาอุตสาหกรรมมีรายได้จากการขายและบริการรวม 175.55 ล้านบาท ลดลง 11.9% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน (QoQ) และ ลดลง 15.4% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) จากการลดลงของยอดขายกลุ่มผลิตภัณฑ์กาวยา Water based ให้บริษัทในเครือ

ธุรกิจกาวยาอุตสาหกรรม: รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					6 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า	Q2/2022	Q1/ 2022	Q2/2021	% QoQ	% YoY	6M 2022	6M 2021	% YoY
ผลิตภัณฑ์กาวยา Solvent	81.55	69.26	73.44	17.7%	11.0%	150.82	137.94	9.3%
ผลิตภัณฑ์กาวยา Hot Melt	65.58	69.57	66.89	(5.7%)	(2.0%)	135.14	140.44	(3.8%)
ผลิตภัณฑ์กาวยา Water Based	23.37	56.81	64.41	(58.9%)	(63.7%)	80.18	99.38	(19.3%)
สินค้าและบริการอื่นๆ	5.05	3.55	2.87	42.2%	76.1%	8.60	6.90	24.6%
รายได้จากการขายและบริการ	175.55	199.20	207.61	(11.9%)	(15.4%)	374.75	384.66	(2.6%)

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

ผลิตภัณฑ์กาวยา Solvent: ยอดขาย 81.55 ล้านบาท เติบโตได้ดี 17.7% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ เติบโต 11.0% เมื่อเทียบกับปีก่อนในช่วงเวลาเดียวกัน จากการเติบโตของตลาดต่างประเทศ

ผลิตภัณฑ์กาวยา Hot Melt: ยอดขาย 65.58 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อย 5.7% และ 2.0% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และปีก่อนในช่วงเวลาเดียวกันตามลำดับ โดยความต้องการของตลาดในประเทศที่เพิ่มขึ้นเล็กน้อยยังไม่สามารถทดแทน ความต้องการในตลาดต่างประเทศที่ลดลงอย่างต่อเนื่องได้

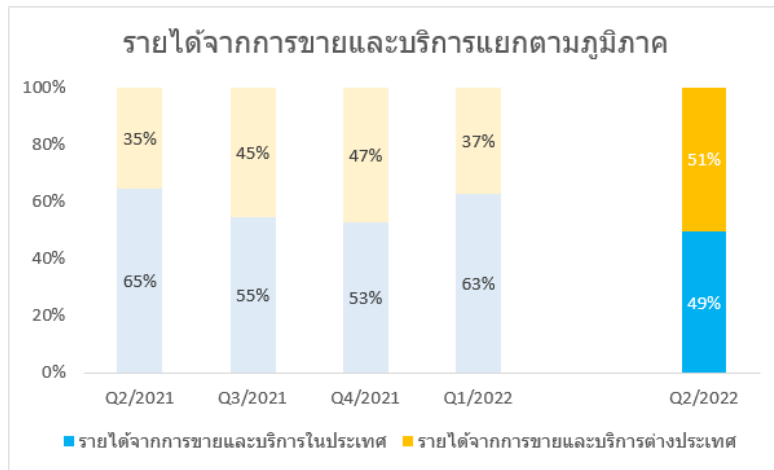
ผลิตภัณฑ์กาวยา Water Based: ยอดขาย 23.37 ล้านบาท ลดลง 58.9% และ 63.7% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และปีก่อนในช่วงเวลาเดียวกันตามลำดับ จากการขายผลิตภัณฑ์ให้บริษัทในเครือ

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน)
คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 2/2565

ธุรกิจกาาอุตสาหกรรม: รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					6 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค	Q2/2022	Q1/ 2022	Q2/2021	% QoQ	% YoY	6M 2022	6M 2021	% YoY
รายได้จากการขายและบริการในประเทศ	86.86	125.37	134.27	(30.7%)	(35.3%)	212.23	240.86	(11.9%)
รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศ	88.69	73.83	73.35	20.1%	20.9%	162.52	143.79	13.0%
รายได้จากการขายและบริการ	175.55	199.20	207.61	(11.9%)	(15.4%)	374.75	384.66	(2.6%)

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท



หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

รายได้จากการขายในประเทศ: 86.86 ล้านบาท ลดลง 30.7% และ 35.3% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และปีก่อนในช่วงเวลาเดียวกัน ตามลำดับ หลักๆ จากกลุ่มผลิตภัณฑ์กาา Water based

รายได้จากการขายต่างประเทศ: 88.69 ล้านบาท เติบโต 20.1% และ 20.9% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และปีก่อนในช่วงเวลาเดียวกัน ตามลำดับ จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ solvent

สัดส่วนการขายระหว่างในประเทศและต่างประเทศในไตรมาส 2/2565 มีสัดส่วนขายในประเทศ 49% และสัดส่วนการขายต่างประเทศ 51%

ธุรกิจกาาอุตสาหกรรมมีกำไรขั้นต้นในไตรมาส 2/2565 เท่ากับ 44.26 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5.7% จากไตรมาสก่อน แต่ลดลงจากไตรมาสเดียวกันในปีก่อนหน้า 15.6% ทั้งนี้อัตรากำไรขั้นต้นต่อรายได้จากการขายและบริการปรับตัวดีขึ้น แม้ราคาต้นทุนวัตถุดิบในไตรมาสนี้มีการปรับตัวสูงขึ้น จากราคาน้ำมันในตลาดโลกที่อยู่ในระดับมากกว่า 100 USD/Bbl ซึ่งเป็นผลมาจากสถานการณ์ความขัดแย้งรัสเซีย-ยูเครน อย่างไรก็ตาม ธุรกิจกาาอุตสาหกรรมสามารถบริหารจัดการต้นทุนภายในที่ดีขึ้น รวมถึงได้ทยอยปรับราคาขายให้สอดคล้องกับการปรับขึ้นของต้นทุนวัตถุดิบ

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					6 เดือน		
	Q2/2022	Q1/ 2022	Q2/2021	% QoQ	% YoY	6M 2022	6M 2021	% YoY
รายได้จากการขายและบริการสุทธิ	175.55	199.20	207.61	(11.9%)	(15.4%)	374.75	384.66	(2.6%)
ต้นทุนขาย	131.29	157.32	155.17	(16.5%)	(15.4%)	288.61	282.85	2.0%
กำไรขั้นต้น (ไม่รวมรายได้อื่น)	44.26	41.88	52.44	5.7%	(15.6%)	86.13	101.80	(15.4%)
อัตรากำไรขั้นต้นต่อรายได้จากการขายและบริการ	25.2%	21.0%	25.3%	19.9%	(0.2%)	23.0%	26.5%	(13.2%)

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน)
คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 2/2565

ธุรกิจสต็อกเกอร์หรือรถลากที่มีกาวในตัว

ธุรกิจสต็อกเกอร์หรือรถลากที่มีกาวในตัวมียอดขายและบริการรวม 210.66 ล้านบาท ลดลง 6.3% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และลดลง 8.0% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน แม้อุปสงค์ของตลาดในประเทศจะปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อย หากแต่ยังคงไม่สามารถทดแทนรายได้จากการขายที่ลดลงของตลาดต่างประเทศได้

ธุรกิจสต็อกเกอร์หรือรถลากที่มีกาวในตัว: รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					6 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า	Q2/2022	Q1/ 2022	Q2/2021	% QoQ	% YoY	6M 2022	6M 2021	% YoY
ผลิตภัณฑ์กระดาษ	150.32	151.30	165.21	(0.7%)	(9.0%)	301.62	309.34	(2.5%)
ผลิตภัณฑ์ฟิล์ม	59.00	70.27	62.61	(16.0%)	(5.8%)	129.27	119.80	7.9%
ผลิตภัณฑ์ฉลากอื่นๆ	1.34	3.20	1.13	(58.0%)	18.7%	4.55	4.48	1.6%
รายได้จากการขายและบริการ	210.66	224.78	228.95	(6.3%)	(8.0%)	435.44	433.62	0.4%

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

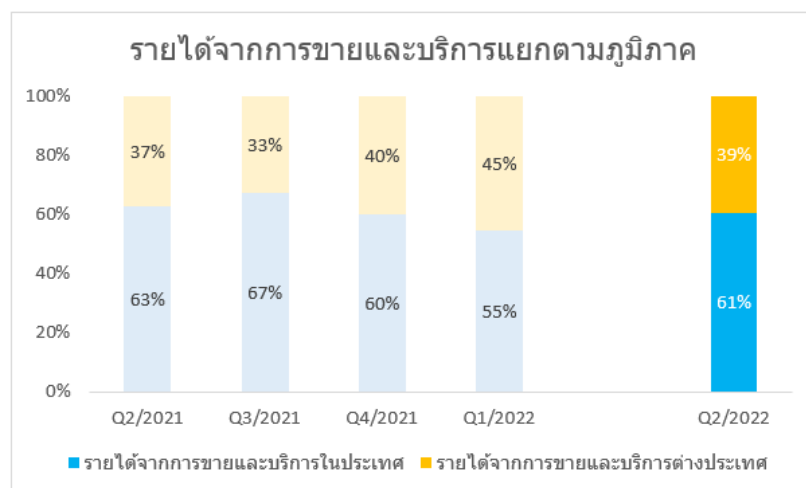
ผลิตภัณฑ์กระดาษ : รายได้จากการขาย 150.32 ล้านบาท อยู่ในระดับเดียวกันกับไตรมาสก่อน โดยยอดขายของตลาดในประเทศฟื้นตัวได้ดี สามารถทดแทนยอดขายที่ลดลงของตลาดต่างประเทศ

ผลิตภัณฑ์ฟิล์ม: รายได้จากการขาย 59.00 ล้านบาท ลดลง 16.0% และ 5.8% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และช่วงเดียวกันของปีก่อน ตามลำดับ จากตลาดต่างประเทศเป็นหลัก

ธุรกิจสต็อกเกอร์หรือรถลากที่มีกาวในตัว: รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					6 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค	Q2/2022	Q1/ 2022	Q2/2021	% QoQ	% YoY	6M 2022	6M 2021	% YoY
รายได้จากการขายและบริการในประเทศ	127.84	122.83	143.29	4.1%	(10.8%)	250.67	281.50	(11.0%)
รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศ	82.82	101.95	85.66	(18.8%)	(3.3%)	184.78	152.12	21.5%
รายได้จากการขายและบริการ	210.66	224.78	228.95	(6.3%)	(8.0%)	435.44	433.62	0.4%

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท



หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

รายได้จากการขายในประเทศ: 127.84 ล้านบาท ปรับตัวดีขึ้นจากไตรมาสก่อน 4.1% โดยความต้องการของผลิตภัณฑ์กระดาษเริ่มส่งสัญญาณฟื้นตัว

รายได้จากการขายต่างประเทศ: 82.82 ล้านบาท ลดลง 18.8% และ 3.3% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และช่วงเดียวกันของปีก่อน ตามลำดับ จากทั้งผลิตภัณฑ์กระดาษและผลิตภัณฑ์ฟิล์ม

สัดส่วนการขายระหว่างในประเทศและต่างประเทศ ณ ไตรมาส 2/2565 มีสัดส่วนขายในประเทศ 61% และสัดส่วนการขายต่างประเทศ 39%



บริษัท ซีล็ค คอร์ป จำกัด (มหาชน)
คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 2/2565

มุมมองผู้บริหารต่อแนวโน้มธุรกิจปี 2565

แนวโน้มเศรษฐกิจไทยแม้จะฟื้นตัวในครึ่งปีแรก แต่มีแนวโน้มเปราะบางและจะชะลอตัวในครึ่งปีหลังจากภาวะเงินเฟ้อและการปรับขึ้นของ ราคาพลังงานทั่วโลกและการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกที่เป็นผลกระทบจากสงครามรัสเซียรุกรานยูเครน ภาวะดังกล่าวอาจส่งต่ออุตสาหกรรมปลายทางของบริษัทในบางอุตสาหกรรม อย่างไรก็ตามซีลิกยังคงมุ่งมั่นในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง และภาวะความท้าทายจากภายนอก เพื่อสร้างการเติบโตและผลประโยชน์

รายได้จากการขายเติบโตต่อเนื่อง

ซีลียังคงมุ่งเน้นสร้างการเติบโตของรายได้ จากทั้งธุรกิจการอุตสาหกรรม และธุรกิจสติ๊กเกอร์ ท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจที่ท้าทาย โดยดำเนินการตามแผนการขยายยอดขายด้วยการขยายฐานลูกค้า เข้าสู่ตลาดใหม่ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับตลาดใหม่ ทั้งในและต่างประเทศ โดยการเจาะตลาดอุตสาหกรรมที่มีการเติบโต เช่น อาหารและเครื่องดื่ม รองเท้าเครื่องหนัง เป็นต้น

การบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายท่ามกลางแนวโน้มราคาวัตถุดิบที่ยังไม่อ่อนตัวลง

ความท้าทายนี้คาดการณ์ว่ายังคงมีอยู่จากภาวะการปรับตัวของราคาสินค้าและวัตถุดิบที่สำคัญรวมถึงภาวะการเดินเรือที่ไม่แน่นอนและค่าระวางการส่งออกและการนำเข้าที่มีอัตราสูง อย่างไรก็ตามที่ดิจิทัลมีความมุ่งมั่น และพร้อมที่จะปรับตัวและสร้างวัฒนธรรมการปฏิบัติงานที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพประสิทธิผลด้านต้นทุน ในปี 2565 แผนการปฏิบัติงานต่าง ๆ ภายในองค์กรจะเน้นแนวทางปฏิบัติเพื่อให้เกิดความคุ้มค่าต่อต้นทุนและค่าใช้จ่าย โดยอาศัยการทำงานแบบ Agile ที่พร้อมเปลี่ยนแปลงอย่างคล่องตัวต่อภาวะต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น นอกเหนือจากนั้นทีมงานวิจัยและพัฒนาจะมีบทบาทสำคัญในการต่อสู้กับความท้าทายนี้เช่นกัน

คงกลยุทธ์การลงทุนเพื่อสร้างโอกาสการเติบโต

บริษัทยังคงมองหาโอกาสในการขยายการลงทุนด้วยการร่วมทุน หรือการซื้อกิจการ เพื่อที่จะเป็นการผลักดันการเติบโตอย่างก้าวกระโดด ทั้งนี้ก่อนการลงทุนในแต่ละโครงการจะผ่านการพิจารณาอย่างรอบคอบ และเป็นไปตามหลักการและขั้นตอนของนโยบายการลงทุน เพื่อพิจารณาให้ถึงตัวถึงผลประโยชน์สูงสุดที่บริษัทและผู้ถือหุ้นพึงได้รับ โดยเน้นที่ธุรกิจที่ต่อยอดจากธุรกิจหลักทั้งสองของบริษัท และธุรกิจด้านการแพทย์ หรือด้านเทคโนโลยีเป็นต้น

ก้าวเดินในเส้นทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ปี 2565 ได้มีการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน ที่ครอบคลุมมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล หรือ ESG และจะดำเนินการตามนโยบายอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทริคิโลกเพิ่มขึ้น เพื่อให้ครอบคลุมและตอบสนองต่อตลาดได้มากขึ้น นอกเหนือจากนี้ยังคงร่วมมือกับหน่วยงาน และโครงการต่างๆ เพื่อช่วยกันผลักดันด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม

ติดต่อนักลงทุนสัมพันธ์ซีลค:

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

ข้อปฏิบัติเพื่อความรับผิดชอบต่อ

ในเอกสารฉบับนี้อาจจะมีข้อมูลบางส่วนที่เกี่ยวข้องกับการคาดการณ์ในอนาคตโดยใช้ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในหลายด้านซึ่งจะขึ้นอยู่กับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนต่างๆ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวรวมถึงเศรษฐกิจ ภาษี การค้าขายของอเมริกา รวมทั้งข้อมูลอื่นที่ไม่ใช่ข้อมูลที่เกิดขึ้นในอดีต ตัวอย่างของคำที่ใช้ในการคาดการณ์ในอนาคต เช่น “อาจจะ”, “จะ”, “คาดว่า”, “ตั้งใจว่า”, “ประมาณ”, “เชื่อว่า”, “ยังคง”, “วางแผนว่า” หรือคำอื่น ที่มีความหมายบางอย่างเดียวกัน เป็นต้น แม้ว่าการคาดการณ์ดังกล่าวจะถูกจัดให้ขึ้นจากสมมติฐานและความเชื่อของฝ่ายบริหาร โดยอาศัยข้อมูลที่มีอยู่ในปัจจุบันเป็นพื้นฐานก็ตาม สมมุติฐานเหล่านี้ยังคงมีความเสี่ยงและความไม่แน่นอนต่างๆ ซึ่งอาจจะทำให้เกิดผลงาน ผลการดำเนินงาน ความสำเร็จที่เกิดขึ้นจริงแตกต่างจากที่บริษัทคาดการณ์ไว้ในอนาคต ดังนั้นข้อมูลดังกล่าวจึงควรระมัดระวังในการใช้ข้อมูลเหล่านั้น อีกทั้งบริษัท และผู้บริหาร/พนักงาน ไม่อาจควบคุมหรือรับรองความเกี่ยวข้อง ระยะเวลาที่จะเกิดขึ้น หรือความถูกต้องของข้อมูลดังกล่าว