บริษัท ซีลิค คอร์พ จำกัด (มหาชน)
คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 3/2569

ภาพรวมโดยสรุป

ในไตรมาส 3/2569 บริษัท ซีลิค คอร์พ จำกัด (มหาชน) ("SELIC") ดำเนินธุรกิจภายใต้ภาวะเศรษฐกิจโลกที่ยังคงมีความท้าทายและความไม่แน่นอนจากหลายปัจจัย โดยเฉพาะสถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลางที่ทวีความรุนแรงในช่วงปลายไตรมาส ภายหลังการปะทะกันระหว่างสหรัฐอเมริกาและอิหร่าน รวมถึงการโจมตีโครงสร้างพื้นฐานด้านพลังงานในภูมิภาค ส่งผลให้ราคาน้ำมันดิบ Brent ปรับตัวสูงขึ้นจากประมาณ 70 ดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรลในช่วงต้นเดือนกรกฎาคม มาอยู่ในระดับกว่า 100 ดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรลในช่วงเดือนกันยายน ประกอบกับต้นทุนค่าขนส่งทางเรือและราคาวัตถุดิบปิโตรเคมีที่ปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อต้นทุนวัตถุดิบหลักของธุรกิจกาวอุตสาหกรรม โดยเฉพาะกลุ่ม Solvent และสารเคมีที่เกี่ยวข้อง ขณะเดียวกัน ความไม่แน่นอนจากมาตรการภาษีของสหรัฐอเมริกายังคงเป็นอีกปัจจัยที่ส่งผลต่อภาคการส่งออกของไทยในช่วงครึ่งหลังของปี 2569

ภายใต้สภาวะดังกล่าว ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ในไตรมาส 3/2569 มีรายได้รวม 508.45 ล้านบาท ลดลง 9.9% จากไตรมาสก่อนหน้า แต่เพิ่มขึ้น 2.4% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยการปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนมีสาเหตุหลักจากการชะลอตัวของยอดขายในทุกกลุ่มธุรกิจ รวมถึงยอดขายธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ลดลงจากระดับสูงในไตรมาส 2/2569 อย่างไรก็ตาม เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน บริษัทฯ ยังคงเติบโตได้ โดยมีกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นใหญ่ 44.75 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 16.5% และมีอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ 34.0% เพิ่มขึ้นจาก 32.0% ในไตรมาส 3/2568 สะท้อนถึงความสามารถในการบริหารจัดการพอร์ตธุรกิจ การวางแผนจัดหาวัตถุดิบ และการเพิ่มสัดส่วนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูง

บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการบริหารความเสี่ยงด้านวัตถุดิบและห่วงโซ่อุปทาน การควบคุมต้นทุน และการรักษาความสามารถในการแข่งขันของทุกกลุ่มธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจกาวอุตสาหกรรม ธุรกิจฉลากที่มีกาวในตัว และธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ เพื่อสนับสนุนเสถียรภาพทางการเงินและการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว ท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจและปัจจัยภายนอกที่ยังคงมีความไม่แน่นอน

มุ่งมั่นรักษาการเติบโตของทุกกลุ่มธุรกิจ

ในไตรมาส 3/2569 บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการรักษาฐานรายได้และความสามารถในการแข่งขันของทุกกลุ่มธุรกิจ แม้ต้องเผชิญกับการชะลอตัวของอุปสงค์และความผันผวนของต้นทุนวัตถุดิบจากสถานการณ์ในตะวันออกกลาง โดยอาศัยการบริหารจัดการต้นทุน การวางแผนจัดหาวัตถุดิบล่วงหน้า และการปรับกลยุทธ์การขายให้สอดคล้องกับสภาวะตลาด

สำหรับ ธุรกิจกาวอุตสาหกรรม บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการรักษาฐานลูกค้าเดิมควบคู่กับการขยายตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์กาว Hot Melt ซึ่งได้รับแรงสนับสนุนจากการเติบโตของยอดขายในตลาดต่างประเทศ ส่งผลให้รายได้จากการขายและบริการของธุรกิจในไตรมาสนี้เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน แม้ยอดขายผลิตภัณฑ์กาว Solvent และ Water Based จะได้รับแรงกดดันจากภาวะตลาดและต้นทุนวัตถุดิบที่ปรับตัวสูงขึ้น ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการต้นทุนและการจัดหาวัตถุดิบอย่างใกล้ชิด เพื่อรองรับความผันผวนของตลาดและรักษาความสามารถในการแข่งขัน

ในส่วนของ ธุรกิจฉลากที่มีกาวในตัว บริษัทฯ ยังคงมุ่งเพิ่มสัดส่วนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูง (Value-added Products) โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ฉลากพิเศษ ซึ่งมียอดขายเติบโตอย่างโดดเด่น 58.3% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน จากความต้องการผลิตภัณฑ์ฉลากเฉพาะทางในหลายอุตสาหกรรม ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ขณะเดียวกัน บริษัทฯ ยังคงขยายตลาดในกลุ่มอาหาร เครื่องดื่ม เวชภัณฑ์ และสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งมีความต้องการใช้อย่างต่อเนื่อง แม้ว่ายอดขายผลิตภัณฑ์กระดาษและฟิล์มยังได้รับแรงกดดันจากภาวะเศรษฐกิจและการแข่งขันด้านราคาในบางตลาด

สำหรับ ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ยังคงเป็นหนึ่งในแรงขับเคลื่อนสำคัญของการเติบโตเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมียอดขายและบริการเพิ่มขึ้น 17.9% จากการเติบโตของผลิตภัณฑ์หลักทั้งกลุ่มผลิตภัณฑ์บรรเทาปวดและผลิตภัณฑ์ปฐมพยาบาล ควบคู่กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มการเข้าถึงผู้บริโภคและสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว

เพิ่มความสามารถในการทำกำไรจากการบริหารโครงสร้างธุรกิจและต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ

แม้ว่าบริษัทฯ จะเผชิญกับความผันผวนของราคาวัตถุดิบและต้นทุนปิโตรเคมีที่ปรับตัวสูงขึ้นจากสถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลาง แต่บริษัทฯ ยังคงสามารถเพิ่มอัตรากำไรขั้นต้นในภาพรวมได้เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยอัตรากำไรขั้นต้นในไตรมาส 3/2569 อยู่ที่ 34.0% เพิ่มขึ้นจาก 32.0% ในไตรมาส 3/2568 ปัจจัยสนับสนุนมาจากการบริหารโครงสร้างธุรกิจที่หลากหลาย การเพิ่มสัดส่วนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูง และการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ

ในไตรมาส 3/2569 บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน การคัดเลือกกลุ่มลูกค้าและผลิตภัณฑ์ที่ให้ผลตอบแทนเหมาะสม รวมถึงการบริหารราคาขายให้สอดคล้องกับต้นทุนและสภาวะตลาด โดยธุรกิจฉลากที่มีกาวในตัวยังคงได้รับแรงสนับสนุนจากการเติบโตของผลิตภัณฑ์ฉลากพิเศษที่มีมูลค่าเพิ่มสูง ขณะที่ธุรกิจกาวอุตสาหกรรมยังคงเผชิญแรงกดดันจากต้นทุนวัตถุดิบที่ปรับตัวสูงขึ้น สำหรับธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ผลการดำเนินงานยังคงเติบโตเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน จากการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายและการเติบโตของยอดขายในกลุ่มผลิตภัณฑ์หลัก

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการควบคุมค่าใช้จ่าย การบริหารสินค้าคงคลัง และการเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับความผันผวนของต้นทุน เสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน และสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

EBITDA และกำไรสุทธิ

จากการบริหารต้นทุนและการปรับ Product Mix บริษัทฯ สามารถรักษาการเติบโตของ EBITDA และกำไรสุทธิในไตรมาส 3/2569 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน แม้ว่าผลการดำเนินงานจะปรับตัวลดลงจากไตรมาสก่อนหน้าตามภาวะตลาดที่ชะลอตัว ทั้งนี้ บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 57.11 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4.9% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการบริหารจัดการธุรกิจและความสามารถในการรักษาระดับการทำกำไร

สรุปผลประกอบการไตรมาส 3/2569

- รายได้รวม อยู่ที่ 508.45 ล้านบาท ลดลง 9.9% จากไตรมาสก่อน แต่เพิ่มขึ้น 2.4% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยรายได้ที่ลดลงจากไตรมาสก่อนเป็นผลจากยอดขายที่ชะลอตัวในทุกกลุ่มธุรกิจตามภาวะตลาด ขณะที่ธุรกิจกาวอุตสาหกรรมและธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพมีรายได้เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน
- กำไรขั้นต้นอยู่ที่ 172.41 ล้านบาท ลดลง 18.3% จากไตรมาสก่อน แต่เพิ่มขึ้น 9.1% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยมีอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ 34.0%
- EBITDA 100.86 ล้านบาท ลดลง 30.1% จากไตรมาสก่อน แต่เพิ่มขึ้น 6.7% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว การลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนมีสาเหตุจากยอดขายและกำไรขั้นต้นที่ลดลงในทุกกลุ่มธุรกิจตามภาวะตลาดที่ชะลอตัว ประกอบกับต้นทุนที่ปรับตัวสูงขึ้น อย่างไรก็ตาม เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพยังคงเติบโตทั้งด้านยอดขายและกำไรขั้นต้น
- กำไรสุทธิส่วนของผู้ถือหุ้นใหญ่ 44.75 ล้านบาท ลดลง 30.6% จากไตรมาสก่อน จากยอดขายที่ลดลงในทุกกลุ่มธุรกิจ แต่เพิ่มขึ้น 16.5% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน

งบกำไรขาดทุนรวมไตรมาส 3/2569

หน่วย: ล้านบาท	Quarter					9 เดือน		
งบกำไรขาดทุนรวม	Q3/2026	Q2/2026	Q3/2025	% QoQ	% YoY	9M 2026	9M 2025	% YoY
รายได้จากการขายและบริการสุทธิ	507.44	562.66	493.33	(9.8%)	2.9%	1,592.84	1,542.65	3.3%
กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนสุทธิ	0.29	0.00	0.14	--	111.2%	4.20	0.00	--
รายได้อื่น	0.72	1.58	3.02	(54.6%)	(76.2%)	4.59	4.73	(3.0%)
รวมรายได้	**508.45**	**564.24**	**496.49**	**(9.9%)**	**2.4%**	**1,601.62**	**1,547.37**	**3.5%**
ต้นทุนขาย	335.03	351.65	335.26	(4.7%)	(0.1%)	1,025.35	1,033.90	(0.8%)
กำไรขั้นต้น (ไม่รวมรายได้อื่น)	**172.41**	**211.01**	**158.07**	**(18.3%)**	**9.1%**	**567.49**	**508.74**	**11.5%**
ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนสุทธิ	0.00	0.06	0.00	(100.0%)	--	0.06	2.30	(97.3%)
ค่าใช้จ่ายในการขาย	39.48	34.78	34.88	13.5%	13.2%	105.24	144.48	(27.2%)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	52.27	51.69	50.42	1.1%	3.7%	156.17	159.79	(2.3%)
ส่วนแบ่งกำไร/ (ขาดทุน) จากการร่วมค้า	-0.01	-0.02	-0.01	(52.4%)	(50.1%)	-0.05	-0.05	1.0%
กำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้	**100.86**	**144.29**	**94.50**	**(30.1%)**	**6.7%**	**370.58**	**263.73**	**40.5%**
ค่าเสื่อมราคา	19.20	18.25	18.58	5.2%	3.3%	55.82	56.87	(1.8%)
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้	**81.66**	**126.04**	**75.92**	**(35.2%)**	**7.6%**	**314.76**	**206.85**	**52.2%**
ต้นทุนทางการเงิน	9.62	8.52	7.79	12.9%	23.5%	27.12	25.36	6.9%
กำไรก่อนภาษีเงินได้	**72.05**	**117.52**	**68.13**	**(38.7%)**	**5.7%**	**287.64**	**181.49**	**58.5%**
ภาษีเงินได้	14.94	25.20	13.68	(40.7%)	9.2%	59.72	38.00	57.2%
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	**57.11**	**92.32**	**54.45**	**(38.1%)**	**4.9%**	**227.92**	**143.50**	**58.8%**
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ : ผู้ถือหุ้นบริษัทใหญ่	**44.75**	**64.48**	**38.42**	**(30.6%)**	**16.5%**	**165.01**	**102.65**	**60.8%**

ผลประกอบการด้านการเงิน

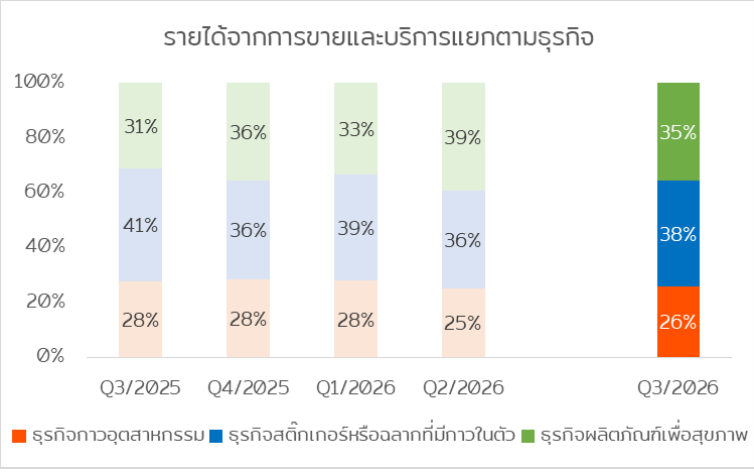
รายได้

รายได้จากการขายและบริการในไตรมาส 3/2569 507.44 ล้านบาท ลดลง 9.8% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน จากภาวะตลาดชะลอตัว แต่เพิ่มขึ้น 2.9% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

โครงสร้างรายได้จากการขายและบริการ

ซีลิคมีรายได้จากการขายและบริการจากการดำเนินงานธุรกิจ 3 ประเภทคือ ธุรกิจกาวอุตสาหกรรม ธุรกิจสติ๊กเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว และธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ซึ่งจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ

สัดส่วนการขายและบริการของธุรกิจกาวอุตสาหกรรมอยู่ที่ 26% ธุรกิจสติ๊กเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัวอยู่ที่ 38% และธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอยู่ที่ 35% ในไตรมาส 3/2569

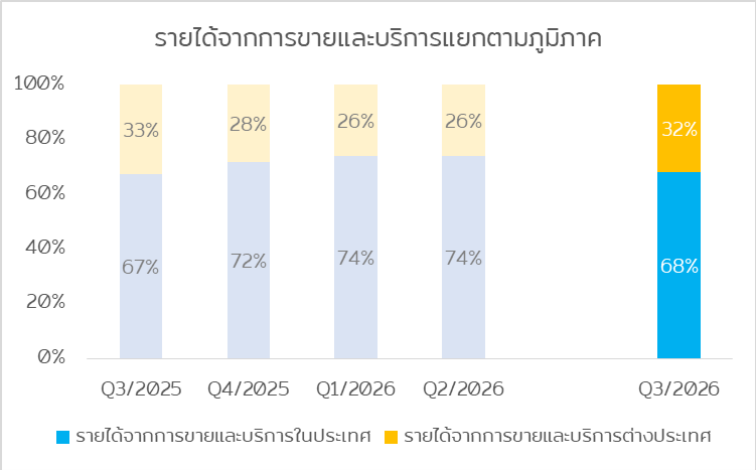


หมายเหตุ: ตัดรายการระหว่างกันของบริษัท

โครงสร้างการขายและบริการแยกตามภูมิภาค มีสัดส่วนการขายและบริการตลาดในประเทศ 68% และตลาดต่างประเทศ 32% จากยอดขายและบริการรวม ในไตรมาส 3/2569

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					9 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค	Q3/2026	Q2/2026	Q3/2025	% QoQ	% YoY	9M 2026	9M 2025	% YoY
รายได้จากการขายและบริการในประเทศ	346.17	415.52	331.39	(16.7%)	4.5%	1,148.90	1,094.13	5.0%
รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศ	161.26	147.14	161.94	9.6%	(0.4%)	443.94	448.51	(1.0%)
รายได้จากการขายและบริการ	**507.44**	**562.66**	**493.33**	**(9.8%)**	**2.9%**	**1,592.84**	**1,542.65**	**3.3%**

หมายเหตุ: ตัดรายการระหว่างกันของบริษัท



หมายเหตุ: ตัดรายการระหว่างกันของบริษัท

ต้นทุนขายและกำไรขั้นต้น

ต้นทุนขายในไตรมาส 3/2569 335.03 ล้านบาท ลดลง 4.7% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และลดลง 0.1% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว ในขณะที่กำไรขั้นต้นเท่ากับ 172.41 ล้านบาท ลดลง 18.3% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน แต่เพิ่มขึ้น 9.1% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว จะเห็นได้ว่า ซีลิคสามารถรักษาระดับกำไรขั้นต้นให้เติบโตขึ้นได้ จากปีก่อนเพื่อที่จะรักษาระดับกำไรสุทธิให้เติบโตขึ้นได้

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ

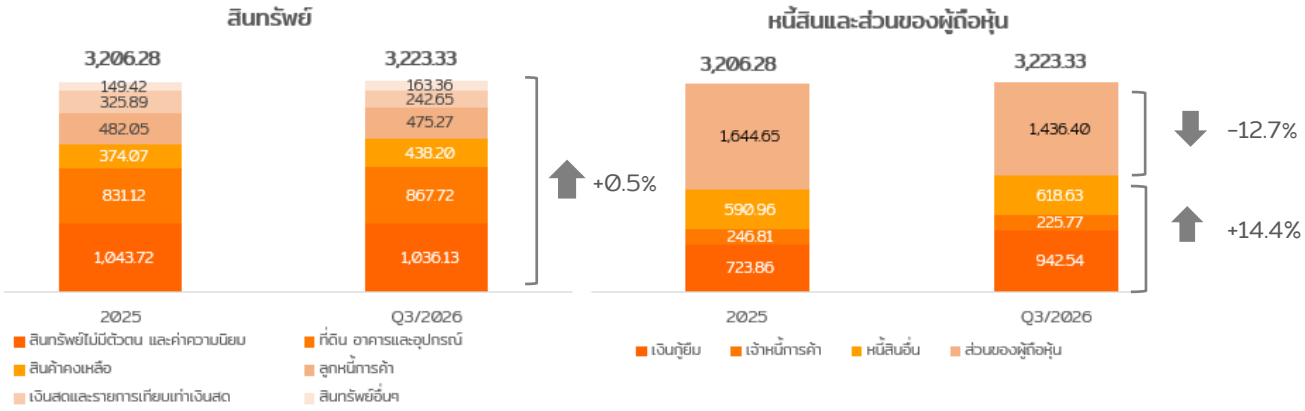
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการในไตรมาส 3/2569 เท่ากับ 91.75 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 6.1% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้น 7.6% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยแบ่งเป็นค่าใช้จ่ายในการขาย 39.48 ล้านบาท และค่าใช้จ่ายในการบริหาร 52.27 ล้านบาท อัตราค่าใช้จ่ายในการดำเนินการต่อรายได้จากการขายปรับตัวเพิ่มขึ้นทั้งเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนและช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยมีสาเหตุมาจากค่าใช้จ่ายในการขายและการดำเนินงานที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นในทุกกลุ่มธุรกิจ

EBITDA และกำไรสุทธิ

EBITDA เท่ากับ 100.86 ล้านบาท ลดลง 30.1% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน แต่เพิ่มขึ้น 6.7% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว ในขณะที่ กำไรสุทธิ เท่ากับ 57.11 ล้านบาท ลดลง 38.1% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้น 4.9% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

ฐานะการเงินรวมไตรมาส 3/2569

หน่วย: ล้านบาท



หมายเหตุ: งบปีเปรียบเทียบมีการจัดกลุ่มใหม่เพื่อเปรียบเทียบปีปัจจุบัน

สินทรัพย์รวม

สินทรัพย์รวมในไตรมาส 3/2569 เท่ากับ 3,223.33 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 0.5% จากปี 2568 ส่วนใหญ่มาจากการเพิ่มขึ้นของสินค้าคงเหลือ และที่ดิน อาคารและอุปกรณ์

หนี้สินรวม

หนี้สินรวมในไตรมาส 3/2569 เท่ากับ 1,786.93 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 14.4% จากปี 2568 ส่วนใหญ่มาจากการเพิ่มขึ้นของเงินกู้ยืมทั้งระยะสั้นและยาว และหนี้สินอื่น

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม ณ ไตรมาส 3/2569 มีจำนวน 1,436.40 ล้านบาท ลดลง 12.7% จากสิ้นปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักจากการเข้าซื้อหุ้นเพิ่มเติมในบริษัทย่อยจากผู้ถือหุ้นส่วนน้อยในระหว่างไตรมาส 3/2569 ส่งผลให้สัดส่วนการถือหุ้นของกลุ่มบริษัทฯ ในบริษัทย่อยเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ รายการดังกล่าวถือเป็นรายการกับส่วนของผู้ถือหุ้นตามมาตรฐาน TFRS 10 โดยส่วนต่างระหว่างราคาที่จ่ายเพื่อซื้อหุ้นเพิ่มเติมกับมูลค่าตามบัญชีของส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม รับรู้เป็นการลดลงของส่วนต่ำกว่าทุนอื่น พร้อมกับการลดลงของส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม (Non-controlling Interests: NCI) การเข้าซื้อหุ้นเพิ่มเติมดังกล่าวจะส่งผลให้บริษัทฯ รับรู้ส่วนแบ่งกำไรจากธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพในสัดส่วนที่สูงขึ้น

ผลการดำเนินการแยกตามกลุ่มธุรกิจ (Segment Reporting)

ธุรกิจกาวอุตสาหกรรม

ธุรกิจกาวอุตสาหกรรมมียอดขายและบริการรวมในไตรมาส 3/2569 เท่ากับ 155.01 ล้านบาท ลดลง 0.7% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้น 10.0% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

ธุรกิจกาวอุตสาหกรรม: รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า

หน่วย: ล้านบาท	Quarter					9 Months		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มส	Q3/2026	Q2/2026	Q3/2025	% QoQ	% YoY	9M 2026	9M 2025	% YoY
ผลิตภัณฑ์กาว Solvent	41.60	50.03	55.06	(16.9%)	(24.5%)	159.57	180.65	(11.7%)
ผลิตภัณฑ์กาว Hot Melt	73.14	71.47	64.03	2.3%	14.2%	201.67	187.13	7.8%
ผลิตภัณฑ์กาว Water Based	14.20	18.29	14.71	(22.3%)	(3.4%)	51.73	44.87	15.3%
สินค้าและบริการอื่นๆ	26.07	16.33	7.10	59.6%	267.0%	55.96	29.35	90.7%
รายได้จากการขายและบริการ	**155.01**	**156.12**	**140.90**	**(0.7%)**	**10.0%**	**468.94**	**442.00**	**6.1%**

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

ผลิตภัณฑ์กาว Solvent: มียอดขาย 41.60 ล้านบาท ลดลง 16.9% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และลดลง 24.5% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยยอดขายปรับตัวลดลงอย่างชัดเจนในตลาดภายในประเทศ จากภาวะเศรษฐกิจที่ยังคงเปราะบาง ประกอบกับราคาวัตถุดิบที่ยังไม่ปรับลดลงกลับสู่ระดับใกล้เคียงกับช่วงก่อนเกิดสงคราม ส่งผลให้กำลังซื้อผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป (Finished Products) อยู่ในระดับต่ำ ผู้ผลิตและลูกค้าจึงเผชิญข้อจำกัดในการจำหน่ายสินค้าที่ผลิตได้

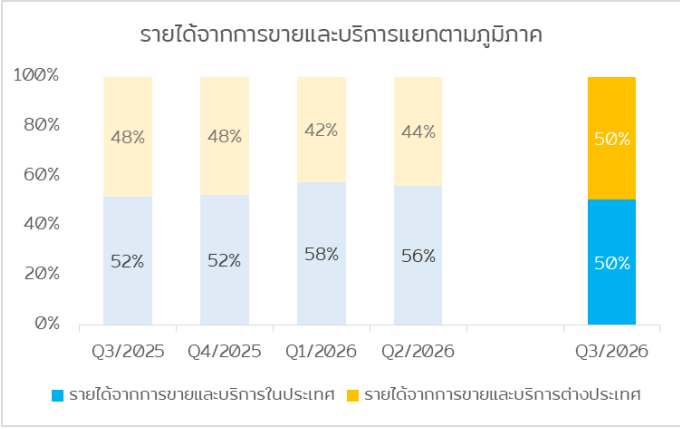
ผลิตภัณฑ์กาว Hot Melt: ยอดขาย เท่ากับ 73.14 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2.3% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้น 14.2% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยได้รับแรงสนับสนุนจากยอดขายในตลาดต่างประเทศที่เติบโตอย่างมีนัยสำคัญ จากการปรับราคาขายและการสั่งซื้อสินค้าล่วงหน้าของลูกค้าเพื่อบริหารความต่อเนื่องในการผลิต ท่ามกลางความไม่แน่นอนของห่วงโซ่อุปทาน ขณะที่ยอดขายในตลาดภายในประเทศปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน เนื่องจากไตรมาส 3 เป็นช่วงฤดูฝนและเป็นช่วงนอกฤดูกาลขาย (Low Season) ของตลาดในประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

ผลิตภัณฑ์กาว Water Based: ยอดขาย เท่ากับ 14.20 ล้านบาท ลดลง 22.3% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และลดลง 3.4% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยมีสาเหตุหลักจากยอดขายในตลาดภายในประเทศที่ชะลอตัว ลูกค้าบางรายปรับลดระดับสินค้าคงคลัง ขณะที่ลูกค้าบางกลุ่มชะลอการสั่งซื้อเพื่อประเมินทิศทางตลาดภายหลังราคาวัตถุดิบปรับตัวอยู่ในระดับสูง ประกอบกับไตรมาส 3 เป็นช่วงฤดูฝนและช่วงนอกฤดูกาลขาย (Low Season) ของกลุ่มธุรกิจเครื่องดื่ม

ธุรกิจกาวอุตสาหกรรม: รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค

หน่วย: ล้านบาท		ไตรมาส				9 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค	**Q3/2026**	**Q2/2026**	**Q3/2025**	**% QoQ**	**% YoY**	**9M 2026**	**9M 2025**	**% YoY**
รายได้จากการขายและบริการในประเทศ	78.03	87.25	72.92	(10.6%)	7.0%	256.21	249.66	2.6%
รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศ	76.98	68.86	67.98	11.8%	13.2%	212.73	192.34	10.6%
รายได้จากการขายและบริการ	**155.01**	**156.12**	**140.90**	**(0.7%)**	**10.0%**	**468.94**	**442.00**	**6.1%**

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท



หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

รายได้จากการขายในประเทศ: ในไตรมาส 3/2569 ธุรกิจกาวอุตสาหกรรมมีรายได้จากการขายและบริการในประเทศ 78.03 ล้านบาท ลดลง 10.6% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน จากภาวะเศรษฐกิจในประเทศที่ยังฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป ส่งผลให้ความต้องการใช้สินค้าในบางอุตสาหกรรมชะลอตัวเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน แต่เพิ่มขึ้น 7.0% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

รายได้จากการขายต่างประเทศ: รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศอยู่ที่ 76.98 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 11.8% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้น 13.2% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการเติบโตของยอดขายผลิตภัณฑ์กาว Hot Melt ในตลาดต่างประเทศ

สัดส่วนการขายระหว่างในประเทศและต่างประเทศในไตรมาส 3/2569 มีสัดส่วนขายในประเทศ 50% และสัดส่วนการขายต่างประเทศ 50%

ธุรกิจกาวอุตสาหกรรมมีกำไรขั้นต้นในไตรมาส 3/2569 เท่ากับ 43.36 ล้านบาท ลดลง 12.5% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน แต่เพิ่มขึ้น 4.0% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยอัตรากำไรขั้นต้นต่อรายได้จากการขายและบริการ เท่ากับ 28.0% โดยลดลงจากไตรมาสก่อน และลดลงจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว จากเรื่องของต้นทุนวัตถุดิบที่มีการปรับตัวสูงขึ้น ส่วนกำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้ เท่ากับ 22.63 ล้านบาท ลดลงจากไตรมาสก่อน 33.5% สาเหตุจากการลดลงของกำไรขั้นต้น และการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการบริหาร แต่เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว 1.9% ส่วนกำไรสุทธิเท่ากับ 12.55 ล้านบาท ลดลงจากไตรมาสก่อน 40.5% และลดลงจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว 9.8% จากเรื่องของค่าใช้จ่ายในการบริหาร และ ต้นทุนทางการเงิน

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					9 เดือน		
	Q3/2026	Q2/2026	Q3/2025	% QoQ	% YoY	9M 2026	9M 2025	% YoY
รายได้จากการขายและบริการสุทธิ	155.01	156.12	140.90	(0.7%)	10.0%	468.94	442.00	6.1%
ต้นทุนขาย	111.65	106.60	99.19	4.7%	12.6%	327.23	309.18	5.8%
กำไรขั้นต้น (ไม่รวมรายได้อื่น)	43.36	49.52	41.71	(12.5%)	4.0%	141.71	132.82	6.7%
อัตรากำไรขั้นต้นต่อรายได้จากการขายและบริการ	28.0%	31.7%	29.6%	(11.8%)	(5.5%)	30.2%	30.0%	0.6%
กำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้	22.63	34.04	22.20	(33.5%)	1.9%	87.92	74.50	18.0%
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	12.55	21.09	13.91	(40.5%)	(9.8%)	53.54	45.93	16.6%

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท และไม่รวมเงินปันผลรับจากบริษัทย่อย

ธุรกิจสติ๊กเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว

ธุรกิจสติ๊กเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัวมียอดขายและบริการ อยู่ที่ 206.41 ล้านบาท ลดลง 3.3% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และลดลง 0.2% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

ธุรกิจสติ๊กเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว: รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า

หน่วย: ล้านบาท		ไตรมาส				9 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า	Q3/2026	Q2/2026	Q3/2025	% QoQ	% YoY	9M 2026	9M 2025	% YoY
ผลิตภัณฑ์กระดาษ	96.39	100.62	110.88	(4.2%)	(13.1%)	302.14	332.62	(9.2%)
ผลิตภัณฑ์ฟิล์ม	31.44	24.67	48.76	27.5%	(35.5%)	104.22	147.21	(29.2%)
ผลิตภัณฑ์ฉลากอื่นๆ	13.32	15.22	5.95	(12.5%)	124.0%	38.45	27.37	40.5%
ผลิตภัณฑ์ฉลาก(พิเศษ)	65.27	72.94	41.22	(10.5%)	58.3%	185.37	118.63	56.3%
รวมรายได้จากการขาย	**206.41**	**213.45**	**206.80**	**(3.3%)**	**(0.2%)**	**630.18**	**625.83**	**0.7%**

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

ผลิตภัณฑ์กระดาษ : ยอดขาย เท่ากับ 96.39 ล้านบาท ลดลง 4.2% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และลดลง 13.1% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยมีสาเหตุหลักจากการชะลอตัวของยอดขายในประเทศ และต่างประเทศ

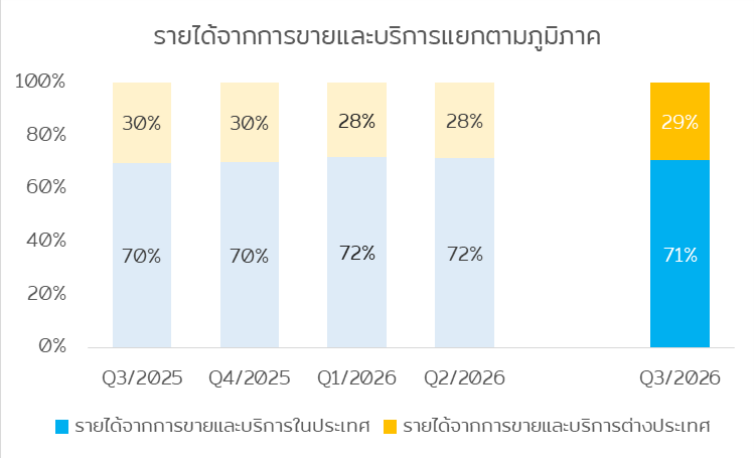
ผลิตภัณฑ์ฟิล์ม: มียอดขาย 31.44 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 27.5% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากสถานการณ์การจัดหาวัตถุดิบที่เริ่มคลี่คลาย ภายหลังสถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลางผ่อนคลายลงในช่วงต้นไตรมาส อย่างไรก็ตาม ยอดขายยังลดลง 35.5% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ประกอบกับการปรับสัดส่วนการจำหน่ายไปสู่ผลิตภัณฑ์ฉลากที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้ยอดขายผลิตภัณฑ์ฟิล์มปรับตัวลดลงทั้งในตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ

ผลิตภัณฑ์ฉลาก(พิเศษ): ยอดขาย เท่ากับ 65.27 ล้านบาท ลดลง 10.5% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน จากตลาดในประเทศ ซึ่งได้รับผลจากการเร่งสั่งซื้อสินค้าของลูกค้าในช่วงสถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลาง อย่างไรก็ตาม ยอดขายเพิ่มขึ้น 58.3% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สอดคล้องกับกลยุทธ์การปรับสัดส่วนผลิตภัณฑ์ (Product Mix) ไปสู่สินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูง ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์กลุ่มดังกล่าวมีสัดส่วนยอดขายเพิ่มขึ้น

ธุรกิจสติ๊กเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว: รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					9 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค	Q3/2026	Q2/2026	Q3/2025	% QoQ	% YoY	9M 2026	9M 2025	% YoY
รายได้จากการขายและบริการในประเทศ	146.34	152.62	144.23	(4.1%)	1.5%	450.09	445.11	1.1%
รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศ	60.08	60.83	62.58	(1.2%)	(4.0%)	180.09	180.72	(0.4%)
รายได้จากการขายและบริการ	**206.41**	**213.45**	**206.80**	**(3.3%)**	**(0.2%)**	**630.18**	**625.83**	**0.7%**

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท



หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

รายได้จากการขายในประเทศ: 146.31 ล้านบาท ลดลง 4.1% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน แต่เพิ่มขึ้น 1.5% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว เนื่องจากผลิตภัณฑ์กระดาษ

รายได้จากการขายต่างประเทศ: 60.10 ล้านบาท ลดลง 1.2% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และลดลง 4.0% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว จากผลิตภัณฑ์ฟิล์ม และผลิตภัณฑ์กระดาษ โดยตลาดต่างประเทศที่ยังได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจซึมตัวและการแข่งขันด้านราคา

สัดส่วนการขายระหว่างในประเทศและต่างประเทศในไตรมาส 3/2569 มีสัดส่วนขายในประเทศ 71% และสัดส่วนการขายต่างประเทศ 29%

ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพมียอดขายและบริการรวมในไตรมาส 3/2569 เท่ากับ 180.03 ล้านบาท ลดลง 18.2% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน โดยลดลงจากตลาดในประเทศ แต่เพิ่มขึ้น 17.9% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ: รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					9 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า	Q3/2026	Q2/2026	Q3/2025	% QoQ	% YoY	9M 2026	9M 2025	% YoY
ผลิตภัณฑ์บรรเทาปวด	115.48	140.93	101.09	(18.1%)	14.2%	378.80	347.61	9.0%
ผลิตภัณฑ์ปฐมพยาบาล	64.55	79.11	51.62	(18.4%)	25.1%	195.29	169.88	15.0%
รายได้จากการขายและบริการ	**180.03**	**220.04**	**152.71**	**(18.2%)**	**17.9%**	**574.09**	**517.49**	**10.9%**

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

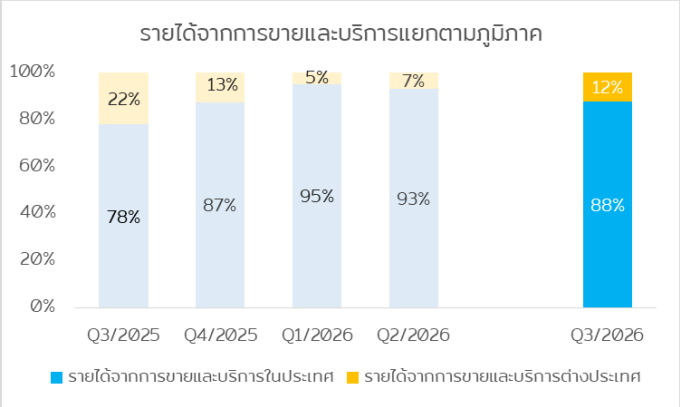
ผลิตภัณฑ์บรรเทาปวด : ยอดขาย เท่ากับ 115.48 ล้านบาท ลดลง 18.1% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน แต่เพิ่มขึ้น 14.2% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว จากแรงสนับสนุนจากการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในผลิตภัณฑ์หลัก และการเติบโตของยอดขายผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลให้ยอดขายอยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

ผลิตภัณฑ์ปฐมพยาบาล: ยอดขาย เท่ากับ 64.55 ล้านบาท ลดลง 18.4% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน แต่เพิ่มขึ้น 25.1% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว จากตลาดในประเทศจากการฟื้นตัวของยอดขายในหลายช่องทางการจัดจำหน่าย รวมถึงการขยายฐานลูกค้า ส่งผลให้ยอดขายเติบโตอย่างโดดเด่นเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน

ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ: รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					9 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค	Q3/2026	Q2/2026	Q3/2025	% QoQ	% YoY	9M 2026	9M 2025	% YoY
รายได้จากการขายและบริการในประเทศ	157.73	204.80	118.96	(23.0%)	32.6%	528.22	415.59	27.1%
รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศ	22.30	15.24	33.74	46.3%	(33.9%)	45.87	101.90	(55.0%)
รายได้จากการขายและบริการ	**180.03**	**220.04**	**152.71**	**(18.2%)**	**17.9%**	**574.10**	**517.50**	**10.9%**

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท



หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

รายได้จากการขายในประเทศ: 157.73 ล้านบาท ลดลง 23.0% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน แต่เพิ่มขึ้น 32.6% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว เนื่องมาจากภาวะตลาดท่องเที่ยวที่ยังคงซึมตัว

รายได้จากการขายต่างประเทศ: 22.30 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 46.3% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน แต่ลดลง 33.9% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยทำยอดขายเพิ่มขึ้นจากการส่งออกในประเทศกลุ่ม CLMV

สัดส่วนการขายระหว่างในประเทศและต่างประเทศในไตรมาส 3/2569 มีสัดส่วนขายในประเทศ 88% และสัดส่วนการขายต่างประเทศ 12%

มุมมองผู้บริหารต่อแนวโน้มธุรกิจปี 2569

สำหรับแนวโน้มในช่วงที่เหลือของปี 2569 เศรษฐกิจโลกยังคงเผชิญกับความไม่แน่นอนในระดับสูง โดยเฉพาะสถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลางที่ยังคงยืดเยื้อ แม้ในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2569 ราคาน้ำมันดิบจะปรับตัวลดลงบางส่วนจากความคาดหวังต่อการเจรจาสันติภาพ แต่ความเสี่ยงจากปัจจัยภูมิรัฐศาสตร์ (Geopolitical Risk Premium) ยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่อง จากเหตุการณ์โจมตีเรือขนส่งในช่องแคบฮอร์มุซและการตอบโต้ทางทหารระหว่างสหรัฐอเมริกาและอิหร่าน ซึ่งอาจส่งผลให้ราคาน้ำมันและต้นทุนวัตถุดิบปิโตรเคมีมีความผันผวนในระยะข้างหน้า นอกจากนี้ มาตรการทางภาษีของสหรัฐอเมริกา รวมถึงมาตรการภายใต้ Section 301 ที่มีการเพิ่มเติมในช่วงครึ่งหลังของปี ยังคงเป็นปัจจัยกดดันบรรยากาศการค้าโลกและภาคการส่งออกของไทย

สำหรับเศรษฐกิจไทย ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ในการประชุมคณะกรรมการนโยบายการเงินเมื่อวันที่ 28 ตุลาคม 2569 มีมติคงอัตราดอกเบี้ยนโยบายไว้ที่ร้อยละ 1.00 พร้อมปรับประมาณการอัตราการเติบโตของ GDP ปี 2569 และปี 2570 เป็นร้อยละ 2.4 และ 2.1 ตามลำดับ โดยประเมินว่าเศรษฐกิจไทยยังคงขยายตัวในระดับต่ำและไม่ทั่วถึง ขณะที่อัตราเงินเฟ้อทั่วไปมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้นชั่วคราวจากราคาพลังงานและผลกระทบของปรากฏการณ์เอลนีโญ ทั้งนี้ ความเสี่ยงสำคัญยังคงมาจากภาระหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง การบริโภคภายในประเทศที่ยังเปราะบาง การหดตัวของสินเชื่อ SME ตลอดจนแรงกดดันจากราคาน้ำมันที่มีต่อภาคการท่องเที่ยวและค่าเงินบาท

ภายใต้สภาวะดังกล่าว SELIC ยังคงดำเนินธุรกิจด้วยความระมัดระวัง โดยมุ่งเน้นการบริหารความเสี่ยงด้านวัตถุดิบและห่วงโซ่อุปทาน การควบคุมต้นทุนการผลิต และการปรับกลยุทธ์ด้านราคาให้สอดคล้องกับความผันผวนของต้นทุน ควบคู่กับการคัดเลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีศักยภาพ และการเพิ่มสัดส่วนผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูง เพื่อรักษาความสามารถในการทำกำไรและส่วนแบ่งทางการตลาดในระยะยาว

รักษาระดับรายได้และขยายโอกาสการเติบโตในทุกกลุ่มธุรกิจ

ซีลิคมุ่งเน้นการรักษาระดับรายได้ของทุกกลุ่มธุรกิจควบคู่ไปกับการขยายโอกาสทางการตลาดใหม่ ๆ โดยในกลุ่มธุรกิจกาวอุตสาหกรรมและธุรกิจสติ๊กเกอร์ บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการขยายฐานลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีความต้องการใช้งานต่อเนื่อง เช่น อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม บรรจุภัณฑ์ สินค้าอุปโภคบริโภค และกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก รวมถึงมุ่งขยายตลาดไปยังประเทศที่ยังมีศักยภาพในการเติบโตและมีความต้องการใช้สินค้าอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง

สำหรับธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ บริษัทฯ ยังคงเดินหน้าพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การขยายช่องทางการจัดจำหน่าย และการสร้างการรับรู้แบรนด์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อเพิ่มการเข้าถึงผู้บริโภคและสร้างโอกาสในการเติบโตระยะยาว โดยมุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ด้านสุขภาพและคุณภาพชีวิต ซึ่งยังคงเป็นแนวโน้มสำคัญของตลาดผู้บริโภคในปัจจุบัน

บริหารต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

ซีลิคให้ความสำคัญกับการบริหารต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาระดับกำไรขั้นต้นและกำไรสุทธิให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม ภายใต้สภาวะต้นทุนวัตถุดิบและราคาพลังงานที่ยังมีความผันผวน

ซีลิคมุ่งเน้นการบริหารจัดการด้าน Supply Chain อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งการกระจายแหล่งจัดหาวัตถุดิบ การบริหารระดับสินค้าคงคลัง การควบคุมต้นทุนการผลิต และการลดของเสียในกระบวนการผลิต รวมถึงการติดตามและบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนและความผันผวนของราคาน้ำมันอย่างใกล้ชิด เพื่อเพิ่มความยืดหยุ่นในการดำเนินธุรกิจและลดผลกระทบจากปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้

เดินหน้าสร้างโอกาสการเติบโตในระยะยาว

แม้ภาวะเศรษฐกิจยังมีความไม่แน่นอน บริษัทฯ ยังคงมองหาโอกาสในการลงทุนและต่อยอดธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ผ่านการขยายธุรกิจ การร่วมลงทุน และการเข้าลงทุนในกิจการที่สามารถต่อยอดธุรกิจหลักของกลุ่มบริษัท โดยมุ่งเน้นธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกับธุรกิจหลักของบริษัทฯ รวมถึงธุรกิจด้านสุขภาพ เทคโนโลยี และธุรกิจที่มีศักยภาพในการเติบโตในระยะยาว ทั้งนี้ การลงทุนในแต่ละโครงการจะผ่านกระบวนการพิจารณาอย่างรอบคอบ ภายใต้กรอบการบริหารความเสี่ยงและนโยบายการลงทุนของบริษัทฯ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อบริษัทและผู้ถือหุ้นในระยะยาว

ก้าวเดินในเส้นทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ซีลิคยังคงดำเนินธุรกิจภายใต้แนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) อย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้นในทุกกลุ่มธุรกิจ เพื่อรองรับแนวโน้มความต้องการของตลาดและการเปลี่ยนแปลงของกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมทั้งในประเทศและต่างประเทศ

นอกจากนี้ บริษัทฯ และบริษัทย่อยยังให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมและชุมชนรอบสถานประกอบการ ผ่านกิจกรรมด้านสุขภาพ การสร้างองค์ความรู้ และการส่งเสริมอาชีพให้แก่ชุมชนอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ บริษัทฯ มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาด้านความยั่งยืน ควบคู่กับการส่งเสริมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ เพื่อสร้างคุณค่าและความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มในระยะยาว

ติดต่อนักลงทุนสัมพันธ์ซีลิค:
http://seliccorp.com/investor-contact.php หรือ อีเมล์: investorrelation@seliccorp.com

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