

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 3/2565

ภาพรวมโดยสรุป

ในไตรมาส 3/2565 ซีลิก ขยายธุรกิจไปสู่กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ผ่านการเข้าถือหุ้นในบริษัท เทวกรรมโฮสเทล จำกัด และเริ่มรวมผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจนี้ในเดือนกันยายน 2565 นอกจากนี้ ภาพรวมของอุปสงค์ในประเทศปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจในประเทศ ในขณะที่อุปสงค์ของต่างประเทศยังคงส่งสัญญาณการชะลอตัวลง สืบเนื่องจากการคุมคามีการปรับอัตราดอกเบี้ยนโยบายขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อบริหารดัชนีเงินเฟ้อในประเทศของตน สำหรับราคาวัตถุดิบถึงแม้ราคาน้ำมันจะปรับระดับลงมาอยู่ที่ 80 - 100 USD/Bbl แต่ด้วยค่าเงินบาทที่อ่อนตัวลง 5% - 8% ทำให้ราคาวัตถุดิบยังคงอยู่ในระดับสูง

สามารถสร้างยอดขายที่เติบโตขึ้นผ่านการขยายธุรกิจไปในกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

ธุรกิจกาเวตสาหกรรมการ และ ธุรกิจสติกเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว สามารถรักษายอดขายอยู่ในระดับที่ดีและเติบโตเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ยิ่งไปกว่านั้นในเดือนกันยายน 2565 ซีลิกเริ่มรับรู้รายได้ในกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ทำให้ ในไตรมาส 3/2565 ซีลิกมีรายได้จากการขายเติบโต 3.9% และ 19.1% เมื่อเทียบกับ ไตรมาสก่อนหน้า และไตรมาสเดียวกันในปีก่อนหน้า

กำไรขั้นต้นเติบโตขึ้น การบริหารต้นทุนส่งผลในเชิงบวก

ซีลิกสามารถบริหารจัดการต้นทุนภายในที่ดีขึ้น รวมถึงทยอยปรับราคายาให้สอดคล้องกับการปรับขึ้นของต้นทุนวัตถุดิบ ทำให้ ซีลิกสามารถทำกำไรขั้นต้นเติบโตขึ้นในไตรมาส 3/2565 โดยอัตรากำไรขั้นต้นทยอยปรับตัวดีขึ้นในแต่ละไตรมาสอย่างต่อเนื่อง

EBITDA และกำไรสุทธิปรับตัวดีขึ้น

ในไตรมาส 3/2565 อัตรากำไรขั้นต้นที่เพิ่มขึ้นและอัตราค่าใช้จ่ายในการดำเนินการต่อรายได้ที่ลดลง ทำให้ EBITDA และกำไรสุทธิ เพิ่มขึ้น 21.3% และ 40.2% ตามลำดับ เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันในปีที่แล้ว EBITDA และกำไรสุทธิ เพิ่มขึ้น 13.0% และกำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 27.2%

สรุปผลประกอบการไตรมาส 3/2565

- รายได้รวมอยู่ที่ 405.65 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อน และเติบโตจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว จากทั้งธุรกิจกาเวตสาหกรรมการและธุรกิจสติกเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว โดยมีการรวมผลการดำเนินงานของกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพเข้ามาในเดือน กันยายน 2565
- กำไรขั้นต้นอยู่ที่ 96.70 ล้านบาท เติบโต 11.6% จากไตรมาสก่อน และ 21.3% จากไตรมาสเดียวกันปีก่อนหน้า เกิดจากการบริหารจัดการต้นทุนภายในที่ดีขึ้นของธุรกิจกาเวตสาหกรรมการและธุรกิจสติกเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว ทำให้ อัตรากำไรขั้นต้นต่อรายได้จากการขายและบริการปรับตัวดีขึ้นในแต่ละไตรมาส และการรวมกำไรขั้นต้นของธุรกิจเพื่อสุขภาพด้วย
- กำไรสุทธิเท่ากับ 14.12 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 40.2% จากไตรมาสก่อน เป็นผลมาจากอัตรากำไรขั้นต้นที่เพิ่มขึ้นและอัตราค่าใช้จ่ายในการดำเนินการต่อรายได้ที่ลดลง

สรุปผลประกอบการในรอบ 9 เดือน 2565

- รายได้รวม 1,184.40 ล้านบาท เติบโต 8.6% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว จากการเติบโตของทั้งธุรกิจกาเวตสาหกรรมการและธุรกิจสติกเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว และรวมผลการดำเนินงานของกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพเข้ามาในเดือน กันยายน 2565
- กำไรขั้นต้น 264.78 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อยที่ 5.5% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว เนื่องจากต้นทุนวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์โดยรวมปรับตัวสูงขึ้นมากกว่า 50% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว ซึ่งบริษัทมีการบริหารจัดการต้นทุนภายใน และทยอยปรับราคาสินค้าให้สอดคล้องกับการขึ้นของต้นทุน
- EBITDA 102.90 ล้านบาท ลดลง 29.8% และกำไรสุทธิเท่ากับ 35.90 ล้านบาท ลดลง 48.8% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว ทั้งนี้อกจากต้นทุนวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่มีการปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ค่าใช้จ่ายในการขายที่เพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะค่าระวางสินค้าในการส่งออก รวมถึงค่าใช้จ่ายในการบริหารเพื่อเตรียมความพร้อมของการขยายธุรกิจในการผลิตและจำหน่ายเวชภัณฑ์ และการนำบริษัทย่อยเข้าจดทะเบียนเพื่อซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน)
คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 3/2565

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					9 เดือน		
	Q3/2022	Q2/ 2022	Q3/2021	% QoQ	% YoY	9M 2022	9M 2021	% YoY
รายได้รวม	405.65	390.52	341.37	3.9%	18.8%	1,184.40	1,090.71	8.6%
รายได้จากการขายและบริการสุทธิ	405.18	389.97	340.09	3.9%	19.1%	1,181.79	1,084.23	9.0%
กำไรขั้นต้น (ไม่รวมรายได้อื่น)	96.70	86.66	79.75	11.6%	21.3%	264.78	280.16	(5.5%)
กำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้	37.95	31.30	33.60	21.3%	13.0%	102.90	146.60	(29.8%)
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	14.12	10.07	11.10	40.2%	27.2%	35.90	70.18	(48.8%)

ผลประกอบการด้านการเงิน

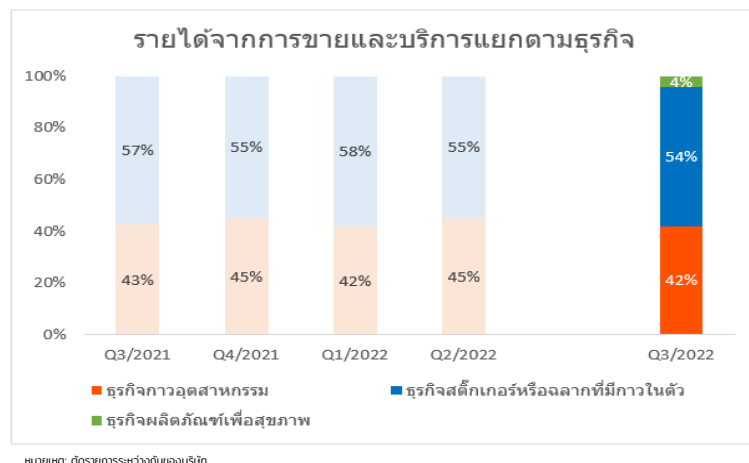
รายได้

รายได้จากการขายและบริการ 405.18 ล้านบาท ในรอบ 3 เดือน เติบโต 3.9% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน (QoQ) เนื่องจากเริ่มมีการรวมผลการดำเนินงานของบริษัท เทวกรรมโฮสเทล จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย เข้ามาในเดือนกันยายน 2565 และ เติบโต 19.1% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว (YoY) จากการเติบโตของธุรกิจกาเวอุตสาหกรรม และ ธุรกิจสติกเกอร์หรือฉลากที่มีภาวนในตัว สำหรับในรอบ 9 เดือน รายได้จากการขายและบริการเท่ากับ 1,181.79 ล้านบาทเติบโตจากปีที่แล้ว 9.0% จากการเติบโตของทั้งสองธุรกิจเช่นกัน

โครงสร้างรายได้จากการขายและบริการ

ซีลิกมีรายได้จากการขายและบริการจากการดำเนินงานธุรกิจสามประเภทคือ ธุรกิจกาเวอุตสาหกรรม ธุรกิจสติกเกอร์หรือฉลากที่มีภาวนในตัว และธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ซึ่งจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ

สัดส่วนการขายและบริการของธุรกิจกาเวอุตสาหกรรมอยู่ที่ 42% ธุรกิจสติกเกอร์หรือฉลากที่มีภาวนในตัวอยู่ที่ 54% และธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอยู่ที่ 4% ณ ไตรมาส 3/2565 โดยสัดส่วนจะเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญใน ไตรมาส 4/2565 เมื่อมีการรวมผลการดำเนินงานของธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพแบบเต็มไตรมาส

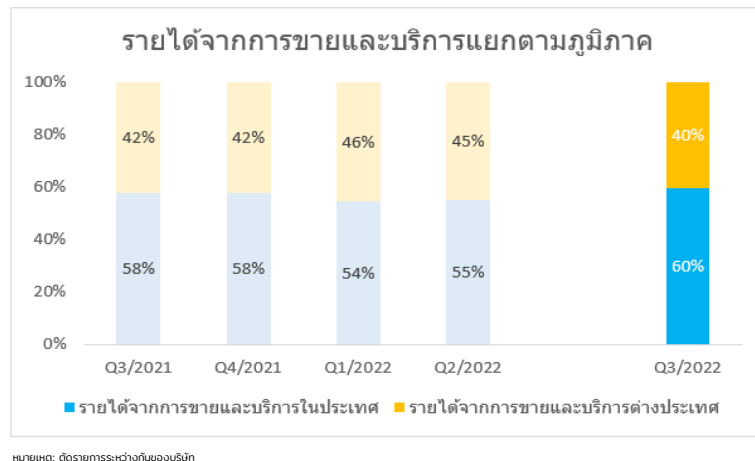


โครงสร้างการขายและบริการแยกตามภูมิภาค มีสัดส่วนการขายและบริการตลาดในประเทศ 60% และตลาดต่างประเทศ 40% จากยอดขายและบริการรวม ณ ไตรมาส 3/2565

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					9 เดือน		
	Q3/2022	Q2/ 2022	Q3/2021	% QoQ	% YoY	9M 2022	9M 2021	% YoY
รายได้จากการขายและบริการในประเทศ	241.60	214.69	196.62	12.5%	22.9%	666.84	642.53	3.8%
รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศ	163.59	175.28	143.47	(6.7%)	14.0%	514.95	441.69	16.6%
รายได้จากการขายและบริการ	405.18	389.97	340.09	3.9%	19.1%	1,181.79	1,084.23	9.0%

หมายเหตุ: ดัดแปลงระหว่างกันของบริษัท

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน)
คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 3/2565



ต้นทุนขายและกำไรขั้นต้น

ต้นทุนขายตามงบการเงินรวมในไตรมาส 3/2565 เท่ากับ 308.49 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1.7% จากไตรมาสก่อน (QoQ) ในขณะที่รายได้จากการขายเพิ่มขึ้นมากกว่า ทำให้กำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น 11.6% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน (QoQ) เป็นผลมาจากการบริหารจัดการต้นทุนภายในที่ดีขึ้นของธุรกิจกาวอุตสาหกรรมและธุรกิจสติ๊กเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว ทำให้อัตรากำไรขั้นต้นปรับตัวที่ดีขึ้นในแต่ละไตรมาส และการรวมกำไรขั้นต้นของธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการรวมอยู่ที่ 69.47 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากไตรมาสก่อน 2.0% จากการรวมผลการดำเนินงานของธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ โดยแบ่งเป็นค่าใช้จ่ายในการขาย 24.94 ล้านบาท และค่าใช้จ่ายในการบริหาร 44.52 ล้านบาท อัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้จากการขายปรับตัวเพิ่มขึ้น เนื่องจากอัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้จากการขายของธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอยู่ในระดับสูงกว่าค่าเฉลี่ยของอีกสองธุรกิจ ในขณะที่อัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้จากการขายปรับตัวลดลง

EBITDA และกำไรสุทธิ

EBITDA และกำไรสุทธิ เท่ากับ 37.95 ล้านบาท และ 14.12 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 21.3% และ 40.2% จากไตรมาสก่อนตามลำดับ เป็นผลมาจากอัตรากำไรขั้นต้นที่เพิ่มขึ้นและอัตราค่าใช้จ่ายในการดำเนินการต่อรายได้ที่ลดลง และเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันในปีที่แล้ว EBITDA เพิ่มขึ้น 13.0% และกำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 27.2%



งบการเงินรวมไตรมาส 3/2565

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					9 เดือน		
งบกำไรขาดทุนรวม	Q3/2022	Q2/ 2022	Q3/2021	% QoQ	% YoY	9M 2022	9M 2021	% YoY
รายได้จากการขายและบริการสุทธิ	405.18	389.97	340.09	3.9%	19.1%	1,181.79	1,084.23	9.0%
กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนสุทธิ	0.00	0.00	0.90	--	(100.0%)	0.00	4.21	(100.0%)
รายได้อื่น	0.47	0.55	0.38	(14.1%)	25.4%	2.62	2.28	15.0%
รวมรายได้	405.65	390.52	341.37	3.9%	18.8%	1,184.40	1,090.71	8.6%
ต้นทุนขาย	308.49	303.32	260.35	1.7%	18.5%	917.01	804.06	14.0%
กำไรขั้นต้น (ไม่รวมรายได้อื่น)	96.70	86.66	79.75	11.6%	21.3%	264.78	280.16	(5.5%)
ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนสุทธิ	4.37	1.17	0.00	273.9%	--	4.06	0.00	--
ค่าใช้จ่ายในการขาย	24.94	21.19	21.26	17.7%	17.3%	69.03	61.35	12.5%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	44.52	46.93	39.95	(5.1%)	11.4%	132.93	120.16	10.6%
กำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้	37.95	31.30	33.60	21.3%	13.0%	102.90	146.60	(29.8%)
ค่าเสื่อมราคา	14.62	13.38	13.79	9.3%	6.1%	41.53	41.46	0.2%
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้	23.33	17.91	19.81	30.2%	17.8%	61.37	105.14	(41.6%)
ต้นทุนทางการเงิน	5.32	4.82	5.25	10.5%	1.3%	14.89	16.21	(8.2%)
กำไรก่อนภาษีเงินได้	18.01	13.09	14.55	37.5%	23.7%	46.48	88.93	(47.7%)
ภาษีเงินได้	3.89	3.03	3.45	28.5%	12.5%	10.58	18.75	(43.5%)
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	14.12	10.07	11.10	40.2%	27.2%	35.90	70.18	(48.8%)

หมายเหตุ: วัตถุประสงค์ของงานนี้เพื่อแสดงค่าใช้จ่ายในการขายและค่าใช้จ่ายในการบริหารเพื่อให้ออกผลตรงกับมาตรฐานทางบัญชีและนโยบายของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ผลการดำเนินการแยกตามกลุ่มธุรกิจ (Segment Reporting)

ธุรกิจกาวยาอุตสาหกรรม

ธุรกิจกาวยาอุตสาหกรรมมียอดขายและบริการรวม 170.75 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อย 2.7% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน (QoQ) จากกลุ่มผลิตภัณฑ์กาวยา Solvent และ Water based สำหรับรอบ 9 เดือน มียอดขายและบริการที่ 545.50 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อย 1.5%

ธุรกิจกาวยาอุตสาหกรรม: รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					9 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า	Q3/2022	Q2/ 2022	Q3/2021	% QoQ	% YoY	9M 2022	9M 2021	% YoY
ผลิตภัณฑ์กาวยา Solvent	77.43	81.55	60.91	(5.1%)	27.1%	228.24	198.85	14.8%
ผลิตภัณฑ์กาวยา Hot Melt	70.48	65.58	69.52	7.5%	1.4%	205.62	209.96	(2.1%)
ผลิตภัณฑ์กาวยา Water Based	18.13	23.37	35.65	(22.4%)	(49.1%)	98.32	135.02	(27.2%)
สินค้าและบริการอื่นๆ	4.71	5.05	3.12	(6.7%)	50.9%	13.31	10.03	32.8%
รายได้จากการขายและบริการ	170.75	175.55	169.20	(2.7%)	0.9%	545.50	553.86	(1.5%)

หมายเหตุ: งบรายการระหว่างกันของบริษัท

ผลิตภัณฑ์กาวยา Solvent: ยอดขาย 77.43 ล้านบาท ลดลง 5.1% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน จากตลาดต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม สำหรับรอบ 9 เดือน ยอดขายยังคงเติบโตได้ดีที่ 14.8% จากตลาดต่างประเทศเช่นกัน

ผลิตภัณฑ์กาวยา Hot Melt: ยอดขาย 70.48 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 7.5% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน จากตลาดต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม สำหรับรอบ 9 เดือน ยอดขายลดลงเล็กน้อยที่ 2.1% ทั้งจากตลาดในประเทศและต่างประเทศ

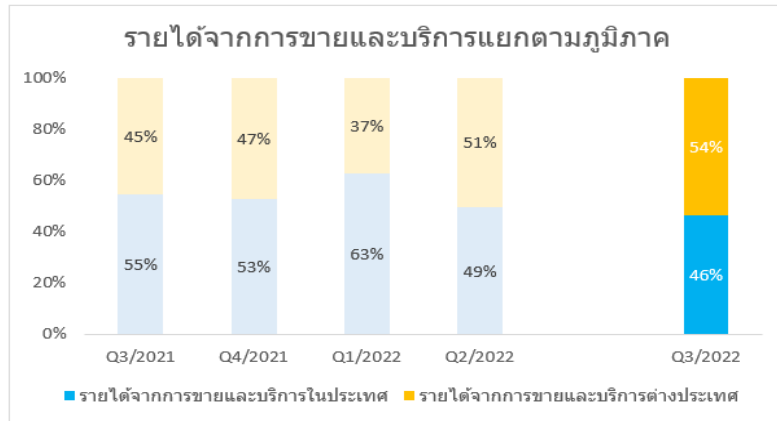
ผลิตภัณฑ์กาวยา Water Based: ยอดขาย 18.13 ล้านบาท ลดลง 22.4% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน จากทั้งตลาดต่างประเทศและในประเทศ สำหรับรอบ 9 เดือน ยอดขาย ลดลง 27.2% จากการขายผลิตภัณฑ์ให้บริษัทในเครือ

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน)
คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 3/2565

ธุรกิจกาอุตสาหกรรม: รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					9 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค	Q3/2022	Q2/ 2022	Q3/2021	% QoQ	% YoY	9M 2022	9M 2021	% YoY
รายได้จากการขายและบริการในประเทศ	79.06	86.86	92.25	(9.0%)	(14.3%)	291.29	333.11	(12.6%)
รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศ	91.69	88.69	76.95	3.4%	19.2%	254.21	220.74	15.2%
รายได้จากการขายและบริการ	170.75	175.55	169.20	(2.7%)	0.9%	545.50	553.86	(1.5%)

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท



หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

รายได้จากการขายในประเทศ: 79.06 ล้านบาท ลดลง 9.0% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน จากการลดลงของยอดขายกลุ่มผลิตภัณฑ์กาว Hot melt และ Water based สำหรับรอบ 9 เดือน ยอดขาย ลดลง 12.6% จากการขายผลิตภัณฑ์ให้บริษัทในเครือ

รายได้จากการขายต่างประเทศ: 91.69 ล้านบาท เติบโต 3.4% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน จากยอดขายที่เพิ่มขึ้นของกลุ่มผลิตภัณฑ์กาว Hot melt สำหรับรอบ 9 เดือน ยอดขาย เติบโต 15.2% จากยอดขายที่เพิ่มขึ้นของกลุ่มผลิตภัณฑ์กาว Solvent และ Water based

สัดส่วนการขายระหว่างในประเทศและต่างประเทศในไตรมาส 3/2565 มีสัดส่วนขายในประเทศ 46% และสัดส่วนการขายต่างประเทศ 54%

ธุรกิจกาอุตสาหกรรมมีกำไรขั้นต้นในไตรมาส 3/2565 เท่ากับ 43.16 ล้านบาท ลดลง 2.5% จากไตรมาสก่อน แต่เพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันในปีก่อนหน้าที่ 15.6% ทั้งนี้อัตรากำไรขั้นต้นต่อรายได้จากการขายและบริการปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					9 เดือน		
	Q3/2022	Q2/ 2022	Q3/2021	% QoQ	% YoY	9M 2022	9M 2021	% YoY
รายได้จากการขายและบริการสุทธิ	170.75	175.55	169.20	(2.7%)	0.9%	545.50	553.86	(1.5%)
ต้นทุนขาย	127.60	131.29	131.87	(2.8%)	(3.2%)	416.21	414.72	0.4%
กำไรขั้นต้น (ไม่รวมรายได้อื่น)	43.16	44.26	37.33	(2.5%)	15.6%	129.29	139.14	(7.1%)
อัตรากำไรขั้นต้นต่อรายได้จากการขายและบริการ	25.3%	25.2%	22.1%	0.3%	14.5%	23.7%	25.1%	(5.7%)

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน)
คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 3/2565

ธุรกิจสติกเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว

ธุรกิจสติกเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัวมียอดขายและบริการรวม 215.77 ล้านบาท ในไตรมาส 3/2565 เพิ่มขึ้น 2.4% และ 9.6% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ ไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ตามลำดับ โดยอุปสงค์ของตลาดในประเทศปรับตัวได้ดี โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ฟิล์ม

สำหรับรอบ 9 เดือน ยอดขายและบริการ เพิ่มขึ้น 3.3% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยผลิตภัณฑ์ฟิล์มเติบโตได้ดีจากตลาดในประเทศ ขณะที่ผลิตภัณฑ์กระดาษเติบโตได้ดีจากตลาดต่างประเทศ

ธุรกิจสติกเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว: รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					9 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า	Q3/2022	Q2/ 2022	Q3/2021	% QoQ	% YoY	9M 2022	9M 2021	% YoY
ผลิตภัณฑ์กระดาษ	144.58	150.32	125.31	(3.8%)	15.4%	446.20	434.66	2.7%
ผลิตภัณฑ์ฟิล์ม	68.09	59.00	68.62	15.4%	(0.8%)	197.37	188.41	4.8%
ผลิตภัณฑ์ฉลากอื่นๆ	3.10	1.34	2.93	130.7%	5.9%	7.65	7.41	3.3%
รายได้จากการขายและบริการ	215.77	210.66	196.86	2.4%	9.6%	651.22	630.48	3.3%

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

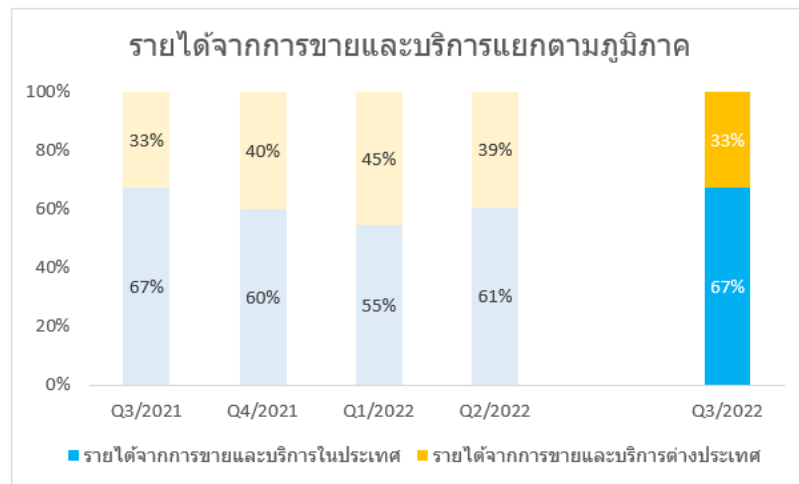
ผลิตภัณฑ์กระดาษ : รายได้จากการขาย 144.58 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อย เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน จากตลาดต่างประเทศ อย่างไรก็ตามยังคงเติบโตที่ 2.7% สำหรับรอบ 9 เดือน

ผลิตภัณฑ์ฟิล์ม: รายได้จากการขาย 68.09 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 15.4% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน จากตลาดในประเทศ และสามารถเติบโตที่ 4.8% สำหรับรอบ 9 เดือน

ธุรกิจสติกเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว: รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					9 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค	Q3/2022	Q2/ 2022	Q3/2021	% QoQ	% YoY	9M 2022	9M 2021	% YoY
รายได้จากการขายและบริการในประเทศ	145.64	127.84	132.81	13.9%	9.7%	396.30	414.31	(4.3%)
รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศ	70.14	82.82	64.05	(15.3%)	9.5%	254.91	216.17	17.9%
รายได้จากการขายและบริการ	215.77	210.66	196.86	2.4%	9.6%	651.22	630.48	3.3%

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท



หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

รายได้จากการขายในประเทศ: 145.64 ล้านบาท ปรับตัวดีขึ้นจากไตรมาสก่อน 13.9% โดยเติบโตได้ดีจากทั้งผลิตภัณฑ์กระดาษและฟิล์ม หากแต่ยังคงลดลงเล็กน้อยที่ 4.3% สำหรับรอบ 9 เดือน

รายได้จากการขายต่างประเทศ: 70.14 ล้านบาท ลดลง 15.3% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน ถึงแม้อุปสงค์ของตลาดต่างประเทศจะลดลงต่อเนื่อง 2 ไตรมาส หากแต่ยังคงเติบโตได้ดีที่ 17.9% สำหรับรอบ 9 เดือน

สัดส่วนการขายระหว่างในประเทศและต่างประเทศ ณ ไตรมาส 3/2565 มีสัดส่วนขายในประเทศ 67% และสัดส่วนการขายต่างประเทศ 33%

บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 3/2565

ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพแบ่งเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์น้ำมันบรรเทาปวด และ กลุ่มผลิตภัณฑ์ครีมบรรเทาปวด โดยสัดส่วนการขายอยู่ที่ 85% และ 14% ตามลำดับ ซึ่งมีรายได้จากการขายที่ 17.32 ล้านบาทในเดือนกันยายน

มุมมองผู้บริหารต่อแนวโน้มธุรกิจปี 2565

แนวโน้มเศรษฐกิจไทยแม้จะฟื้นตัวในครึ่งปีแรก แต่มีแนวโน้มเปราะบางและจะชะลอตัวในครึ่งปีหลังจากภาวะเงินเฟ้อและการปรับขึ้นของ ราคาพลังงานทั่วโลกและการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกที่เป็นผลกระทบจากสงครามรัสเซียกับยูเครน แม้ว่าเศรษฐกิจไทยมีแนวโน้ม outlook ที่เป็นบวกจากภาคการท่องเที่ยวที่เริ่มดีขึ้น ภาวะดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมปลายทางของบริษัทในบางอุตสาหกรรมและอาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการจัดซื้อหรือการบริหาร supply chain ของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไป อย่างไรก็ตามซีลิกยังคงมุ่งมั่นในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง และภาวะความท้าทายจากภายนอก เพื่อสร้างการเติบโตและผลประโยชน์

รายได้จากการขายเติบโตต่อเนื่อง

ซีลิกยังคงมุ่งมั่นสร้างการเติบโตของรายได้ จากทั้งธุรกิจการดูแลสุขภาพ ธุรกิจสติกเกอร์ ตามกลยุทธ์ที่วางไว้ และคาดว่าจะเห็นผลลัพธ์จากโครงการลงทุนในธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ เป็นส่วนหนึ่งของการเติบโตของรายได้อย่างชัดเจนในไตรมาสสุดท้ายของปี

การบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายท่ามกลางแนวโน้มราคาวัตถุดิบที่ยังไม่อ่อนตัวลง

แม้ว่าราคาน้ำมันดิบดูเหมือนจะปรับตัวลงกว่าครึ่งปีแรก แต่ยังมีแนวโน้มผันผวน บวกกับอัตราแลกเปลี่ยนที่ปรับตัวสูงขึ้น และค่าเงินบาทที่อ่อนตัว ทำให้บริษัทยังคงเฝ้าระวังและ เตรียมความพร้อมด้านบริหาร supply chain และนโยบายด้านราคาอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างอัตรากำไรขั้นต้นในระดับที่ดี รวมทั้งการผลักดันบทบาทงานวิจัยและพัฒนาเข้ามาช่วยเสริมในการบริหารต้นทุน

คงกลยุทธ์การลงทุนเพื่อสร้างโอกาสการเติบโต

บริษัทยังคงมองหาโอกาสในการขยายการลงทุนด้วยการร่วมทุน หรือการซื้อกิจการ เพื่อที่จะเป็นการผลักดันการเติบโตอย่างก้าวกระโดด ทั้งนี้ก่อนการลงทุนในแต่ละโครงการจะผ่านการพิจารณาอย่างรอบคอบ และเป็นไปตามหลักการและขั้นตอนของนโยบายการลงทุน เพื่อพิจารณาให้ถี่ถ้วนถึงผลประโยชน์สูงสุดที่บริษัทและผู้ถือหุ้นพึงได้รับ โดยเน้นที่ธุรกิจที่ต่อยอดจากธุรกิจหลักทั้งสองของบริษัท และธุรกิจด้านการแพทย์ หรือด้านเทคโนโลยีเป็นต้น

ก้าวเดินในเส้นทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ปี 2565 ได้มีการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน ที่ครอบคลุมมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล หรือ ESG และจะดำเนินการตามนโยบายอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่รักโลกเพิ่มขึ้น เพื่อให้ครอบคลุมและตอบสนองต่อตลาดได้มากขึ้น นอกเหนือจากนี้ยังความร่วมมือกับหน่วยงาน และโครงการต่างๆ เพื่อช่วยกันผลักดันด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม

ติดต่อนักลงทุนสัมพันธ์ซีลิก:

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

ข้อปฏิเสธความรับผิดชอบ

ในเอกสารฉบับนี้อาจจะมีข้อมูลบางส่วนที่เกี่ยวข้องกับการคาดการณ์ในอนาคตโดยใช้ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในหลายด้านซึ่งจะขึ้นอยู่กับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนต่างๆ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวรวมทั้งแผนธุรกิจ 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