



## ภาพรวมโดยสรุป

ในไตรมาส 1/2569 บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) (“SELIC”) ยังคงมุ่งเน้นการรักษาระดับรายได้ ความสามารถในการทำกำไร และเสถียรภาพทางการเงินของทุกกลุ่มธุรกิจ ภายใต้ภาวะเศรษฐกิจที่ยังชะลอตัวทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงความไม่แน่นอนจากสถานการณ์ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ โดยเฉพาะสงครามในตะวันออกกลางที่ส่งผลกระทบต่อราคาพลังงาน ต้นทุนค่าขนส่ง และราคาวัตถุดิบในตลาดโลก

ในช่วงปลายไตรมาส ความตึงเครียดจากสถานการณ์สงครามส่งผลให้ราคาน้ำมันดิบและผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมีบางประเภทเริ่มปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจกาวอุตสาหกรรมของบริษัทฯ เนื่องจากวัตถุดิบหลักหลายชนิด โดยเฉพาะกลุ่ม Solvent และสารเคมีที่เกี่ยวข้อง มีความเชื่อมโยงกับราคาพลังงานและห่วงโซ่อุปทานปิโตรเคมีโลก อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด พร้อมบริหารจัดการด้านการจัดซื้อและวางแผนวัตถุดิบล่วงหน้า เพื่อจำกัดผลกระทบด้านต้นทุนให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม

แม้ภาพรวมเศรษฐกิจโลกยังมีความเปราะบางจากแรงกดดันด้านเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ย และกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ยังฟื้นตัวไม่เต็มที่ แต่การที่ SELIC มีโครงสร้างธุรกิจที่หลากหลาย ครอบคลุมทั้งธุรกิจกาวอุตสาหกรรม ธุรกิจสติ๊กเกอร์ และธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ รวมถึงมีฐานลูกค้าทั้งในรูปแบบ B2B และ B2C ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ช่วยให้บริการบริษัทฯ สามารถกระจายความเสี่ยงและปรับตัวต่อความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## มุ่งมั่นรักษาระดับการเติบโตของยอดขายของทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์

ในไตรมาส 1/2569 บริษัทฯ ยังคงรักษาระดับยอดขายของทุกกลุ่มธุรกิจให้อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม แม้ว่าภาพรวมตลาดยังไม่มี การเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ

สำหรับธุรกิจกาวอุตสาหกรรม บริษัทฯ มุ่งเน้นการรักษาฐานลูกค้าเดิมทั้งในประเทศและต่างประเทศ ควบคู่กับการขยายตลาดไปยังกลุ่มอุตสาหกรรมที่ยังมีความต้องการใช้งานต่อเนื่อง โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค บรรจุภัณฑ์ และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิต แม้ว่าจะเผชิญแรงกดดันจากต้นทุนวัตถุดิบประเภท Solvent ที่เพิ่มขึ้นตามราคาพลังงานโลก

ในส่วนของธุรกิจสติ๊กเกอร์ บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการขยายตลาดในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูง ส่งผลให้ยอดขายในประเทศยังสามารถเติบโตได้ดี ขณะที่ยอดขายต่างประเทศยังได้รับแรงกดดันจากภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวและการแข่งขันด้านราคาจากสินค้าราคาต่ำในบางตลาด

สำหรับธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ บริษัทฯ ยังคงเดินหน้ากระตุ่นยอดขายอย่างต่อเนื่องผ่านทุกช่องทางการจัดจำหน่าย ทั้งช่องทางออนไลน์ ร้านขายยา โมเดิร์นเทรด ร้านสะดวกซื้อ โรงพยาบาล และคลินิกเฉพาะทาง เพื่อเพิ่มการเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้าง สร้างการรับรู้แบรนด์ และสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจอย่างต่อเนื่องในระยะยาว

## เพิ่มระดับกำไรขึ้นต้นจากการบริหารโครงสร้างธุรกิจและต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ

แม้บริษัทฯ จะเผชิญแรงกดดันจากต้นทุนวัตถุดิบและภาวะเศรษฐกิจที่ยังฟื้นตัวได้อย่างจำกัด แต่ SELIC ยังสามารถรักษาและเพิ่มระดับอัตรากำไรขั้นต้นได้จากการบริหารโครงสร้างธุรกิจที่มีความหลากหลาย และการมุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูงมากขึ้น

ในไตรมาส 1/2569 ธุรกิจกาวอุตสาหกรรมและธุรกิจสติ๊กเกอร์มีอัตรากำไรขั้นต้นที่ปรับตัวดีขึ้น จากการบริหารจัดการด้าน Supply Chain การเลือกกลุ่มตลาดเป้าหมายที่เหมาะสม การเพิ่มสัดส่วนสินค้าที่มีอัตรากำไรสูง รวมถึงการบริหารราคาขายให้สอดคล้องกับต้นทุนวัตถุดิบและภาวะตลาด

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการควบคุมค่าใช้จ่าย การบริหารสินค้าคงคลัง และการเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันและเสริมสร้างความสามารถในการทำกำไรในระยะยาว



## บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน)

### คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 1/2569

#### EBITDA และกำไรสุทธิ

จากการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ การปรับโครงสร้างผลิตภัณฑ์ และการรักษาระดับอัตรากำไรขั้นต้น ส่งผลให้ EBITDA และกำไรสุทธิของบริษัทฯ ในไตรมาส 1/2569 ปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้าและช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยทุกกลุ่มธุรกิจยังคงมีส่วนสนับสนุนต่อผลการดำเนินงานโดยรวมของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง ภายใต้ภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความท้าทายสูงในปัจจุบัน

#### สรุปผลประกอบการไตรมาส 1/2569

- รายได้รวมอยู่ที่ 528.93 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.8 จากไตรมาสก่อน โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการฟื้นตัวของยอดขายในธุรกิจกาวอุตสาหกรรมและธุรกิจสติ๊กเกอร์ในช่วงปลายไตรมาส อย่างไรก็ตาม เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน รายได้รวมลดลงร้อยละ 4.9 จากการชะลอตัวของยอดขายทั้งในประเทศและต่างประเทศของธุรกิจสติ๊กเกอร์ รวมถึงการลดลงของยอดขายต่างประเทศในกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจโลกที่ยังฟื้นตัวได้อย่างจำกัดและการแข่งขันด้านราคาที่ยังคงอยู่ในระดับสูง
- กำไรขั้นต้นอยู่ที่ 184.08 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.5% จากไตรมาสก่อน และทรงตัวใกล้เคียงกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการปรับตัวดีขึ้นของกลุ่มธุรกิจกาวอุตสาหกรรมและธุรกิจสติ๊กเกอร์ รวมถึงการบริหารต้นทุนและการปรับโครงสร้างผลิตภัณฑ์ไปสู่สินค้าที่มีอัตรากำไรสูงมากขึ้น ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ระดับ 35.2%
- EBITDA อยู่ที่ 125.44 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 15.7% จากไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้น 37.2% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน จากการเติบโตของยอดขายในธุรกิจกาวอุตสาหกรรม ควบคู่กับการบริหารค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายด้านการตลาดของธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ปรับตัวลดลง
- กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นบริษัทใหญ่เท่ากับ 55.78 ล้านบาทเพิ่มขึ้น 25.4% จากไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้น 60.0% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนถึงความสามารถในการทำกำไรของทุกกลุ่มธุรกิจ แม้ภายใต้ภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอน

#### งบกำไรขาดทุนรวมไตรมาส 1/2569

หน่วย: ล้านบาท	Quarter					3 เดือน		
	Q1/2026	Q4/2025	Q3/2025	% QoQ	% YoY	3M 2026	3M 2025	% YoY
งบกำไรขาดทุนรวม								
รายได้จากการขายและบริการสุทธิ	522.75	511.77	555.23	2.1%	(5.8%)	522.75	555.23	(5.8%)
กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนสุทธิ	3.91	0.84	0.57	362.8%	587.9%	3.91	0.57	587.9%
รายได้อื่น	2.28	1.94	0.57	17.5%	300.0%	2.28	0.57	300.0%
<b>รวมรายได้</b>	<b>528.93</b>	<b>514.55</b>	<b>556.36</b>	<b>2.8%</b>	<b>(4.9%)</b>	<b>528.93</b>	<b>556.36</b>	<b>(4.9%)</b>
ต้นทุนขาย	338.67	333.99	371.06	1.4%	(8.7%)	338.67	371.06	(8.7%)
<b>กำไรขั้นต้น (ไม่รวมรายได้อื่น)</b>	<b>184.08</b>	<b>177.78</b>	<b>184.17</b>	<b>3.5%</b>	<b>(0.0%)</b>	<b>184.08</b>	<b>184.17</b>	<b>(0.0%)</b>
ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนสุทธิ	0.00	0.00	0.00	--	--	0.00	0.00	--
ค่าใช้จ่ายในการขาย	30.99	31.62	58.86	(2.0%)	(47.4%)	30.99	58.86	(47.4%)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	52.20	58.97	54.39	(11.5%)	(4.0%)	52.20	54.39	(4.0%)
ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากการร่วมค้า	(0.02)	(0.01)	(0.02)	208.8%	49.4%	(0.02)	(0.02)	49.4%
<b>กำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้</b>	<b>125.44</b>	<b>108.42</b>	<b>91.41</b>	<b>15.7%</b>	<b>37.2%</b>	<b>125.44</b>	<b>91.41</b>	<b>37.2%</b>
ค่าเสื่อมราคา	18.38	18.46	19.36	(0.4%)	(5.1%)	18.38	19.36	(5.1%)
<b>กำไรก่อนต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้</b>	<b>107.06</b>	<b>89.96</b>	<b>72.05</b>	<b>19.0%</b>	<b>48.6%</b>	<b>107.06</b>	<b>72.05</b>	<b>48.6%</b>
ต้นทุนทางการเงิน	8.98	7.98	9.20	12.6%	(2.4%)	8.98	9.20	(2.4%)
<b>กำไรก่อนภาษีเงินได้</b>	<b>98.08</b>	<b>81.98</b>	<b>62.85</b>	<b>19.6%</b>	<b>56.1%</b>	<b>98.08</b>	<b>62.85</b>	<b>56.1%</b>
ภาษีเงินได้	19.59	16.03	12.73	22.2%	53.9%	19.59	12.73	53.9%
<b>กำไร (ขาดทุน) สุทธิ</b>	<b>78.49</b>	<b>65.96</b>	<b>50.12</b>	<b>19.0%</b>	<b>56.6%</b>	<b>78.49</b>	<b>50.12</b>	<b>56.6%</b>
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ : ผู้ถือหุ้นบริษัทใหญ่	55.78	44.48	34.87	25.4%	60.0%	55.78	34.87	60.0%



## ผลประกอบการด้านการเงิน

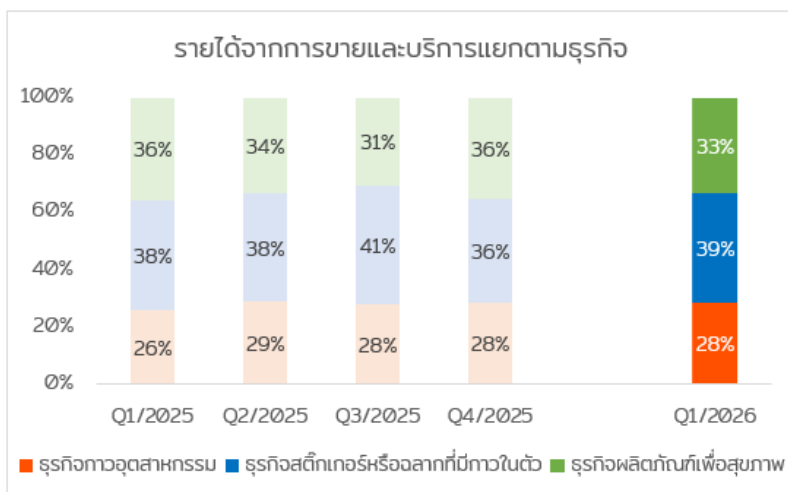
### รายได้

รายได้จากการขายและบริการในไตรมาส 1/2569 อยู่ที่ 522.75 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2.1% จากไตรมาสก่อน จากการปรับตัวดีขึ้นของกลุ่มธุรกิจการเกษตรและธุรกิจสติ๊กเกอร์ อย่างไรก็ตาม รายได้ลดลง 5.8% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน จากการชะลอตัวของยอดขายในกลุ่มธุรกิจสติ๊กเกอร์ รวมถึงยอดขายต่างประเทศของกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ยังได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจและกำลังซื้อในบางตลาดต่างประเทศที่ยังไม่ฟื้นตัวเต็มที่

### โครงสร้างรายได้จากการขายและบริการ

ซีลิกมีรายได้จากการขายและบริการจากการดำเนินงานธุรกิจสามประเภทคือ ธุรกิจการเกษตร ธุรกิจสติ๊กเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว และธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ซึ่งจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ

สัดส่วนการขายและบริการของธุรกิจการเกษตรอยู่ที่ 28% ธุรกิจสติ๊กเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัวอยู่ที่ 39% และธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอยู่ที่ 33% ในไตรมาส 1/2569

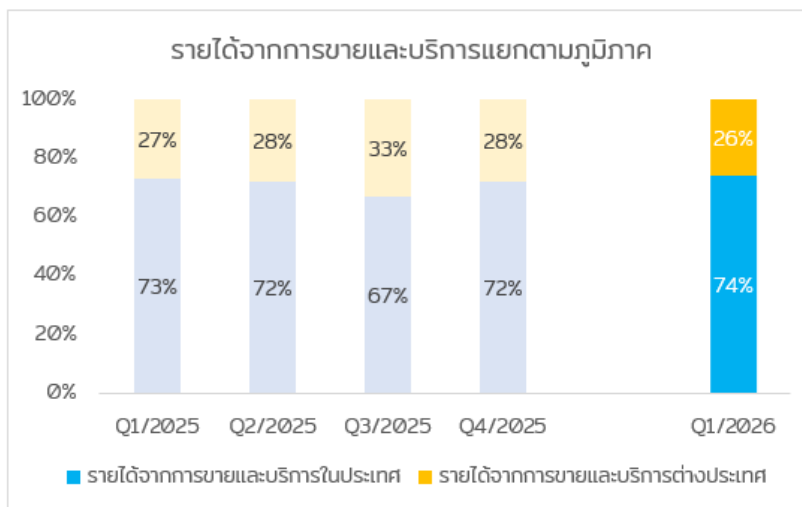


หมายเหตุ: คัดรายการระหว่างกันของบริษัท

โครงสร้างการขายและบริการแยกตามภูมิภาค มีสัดส่วนการขายและบริการตลาดในประเทศ 74% และตลาดต่างประเทศ 26% จากยอดขายและบริการรวม ในไตรมาส 1/2569

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					3 เดือน		
	Q1/2026	Q4/2025	Q1/2025	% QoQ	% YoY	3M 2026	3M 2025	% YoY
รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค								
รายได้จากการขายและบริการในประเทศ	387.20	368.09	405.70	5.2%	(4.6%)	387.20	405.70	(4.6%)
รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศ	135.54	143.68	149.52	(5.7%)	(9.3%)	135.54	149.52	(9.3%)
<b>รายได้จากการขายและบริการ</b>	<b>522.75</b>	<b>511.77</b>	<b>555.23</b>	<b>2.1%</b>	<b>(5.8%)</b>	<b>522.75</b>	<b>555.23</b>	<b>(5.8%)</b>

หมายเหตุ: คัดรายการระหว่างกันของบริษัท



### ต้นทุนขายและกำไรขั้นต้น

ต้นทุนขายในไตรมาส 1/2569 อยู่ที่ 338.67 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1.4% จากไตรมาสก่อน ตามการเพิ่มขึ้นของยอดขายในบางกลุ่มธุรกิจ แต่ลดลง 8.7% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สอดคล้องกับระดับรายได้ที่ปรับตัวลดลง

ขณะที่กำไรขั้นต้นอยู่ที่ 184.08 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.5% จากไตรมาสก่อน และทรงตัวใกล้เคียงกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุน การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน การมุ่งเน้นกลุ่มผลิตภัณฑ์และตลาดที่มีอัตรากำไรเหมาะสม รวมถึงการบริหารด้านราคาขาย เพื่อรักษาระดับอัตรากำไรขั้นต้นให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมภายใต้ภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความผันผวน

### ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการในไตรมาส 1/2569 83.19 ล้านบาท ลดลง 8.2% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ 26.5% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยแบ่งเป็นค่าใช้จ่ายในการขาย 30.99 ล้านบาท และค่าใช้จ่ายในการบริหาร 52.20 ล้านบาท อัตราค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่อรายได้จากการขายปรับตัวลดลงจากทั้งไตรมาสก่อนและช่วงเดียวกันของปีก่อน มาอยู่ที่ระดับ 15.9% โดยมีปัจจัยหลักจากการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

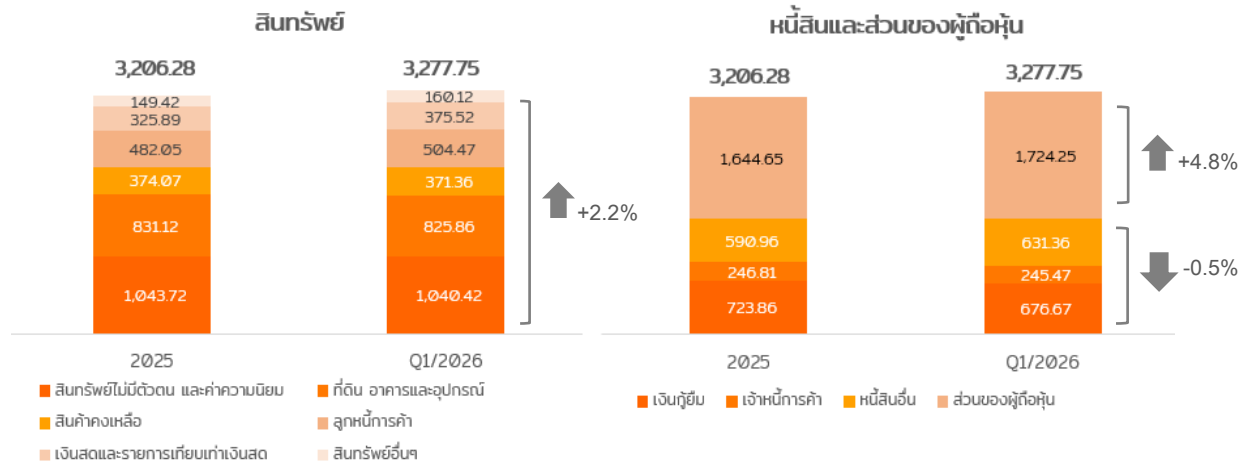
### EBITDA และกำไรสุทธิ

EBITDA เท่ากับ 125.44 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 15.7% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ 37.2% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว ในขณะที่กำไรสุทธิ เท่ากับ 55.78 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 25.4% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ 60.0% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว



## ฐานะการเงินรวมไตรมาส 1/2569

หน่วย: ล้านบาท



หมายเหตุ: งบปีเปรียบเทียบมีการจัดกลุ่มใหม่เพื่อเปรียบเทียบปีปัจจุบัน

### สินทรัพย์รวม

สินทรัพย์รวมในไตรมาส 1/2569 เท่ากับ 3,277.75 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2.2% จากปี 2568 ส่วนใหญ่มาจากเงินสด ลูกหนี้หมุนเวียนอื่น และลูกหนี้การค้า

### หนี้สินรวม

หนี้สินรวมในไตรมาส 1/2569 เท่ากับ 1,553.50 ล้านบาท ลดลง 0.5% จากปี 2568 ส่วนใหญ่มาจากการลดลงของเงินกู้ยืม

### ส่วนของผู้ถือหุ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้นในไตรมาส 1/2569 เท่ากับ 1,724.25 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4.8% จากปี 2568 ส่วนใหญ่มาจากกำไรสะสมที่เพิ่มมากขึ้น

## ผลการดำเนินการแยกตามกลุ่มธุรกิจ (Segment Reporting)

### ธุรกิจกาวอุตสาหกรรม

ธุรกิจกาวอุตสาหกรรมมียอดขายและบริการรวมในไตรมาส 1/2569 เท่ากับ 157.81 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5.4% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ 7.6% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

ธุรกิจกาวอุตสาหกรรม: รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					3 เดือน		
	Q1/2026	Q4/2025	Q1/2025	% QoQ	% YoY	3M 2026	3M 2025	% YoY
ผลิตภัณฑ์กาว Solvent	67.94	58.77	62.62	15.6%	8.5%	67.94	62.62	8.5%
ผลิตภัณฑ์กาว Hot Melt	57.06	68.42	60.51	(16.6%)	(5.7%)	57.06	60.51	(5.7%)
ผลิตภัณฑ์กาว Water Based	19.24	14.79	16.16	30.0%	19.1%	19.24	16.16	19.1%
สินค้าและบริการอื่นๆ	13.56	7.67	7.36	76.8%	84.4%	13.56	7.36	84.4%
<b>รายได้จากการขายและบริการ</b>	<b>157.81</b>	<b>149.66</b>	<b>146.64</b>	<b>5.4%</b>	<b>7.6%</b>	<b>157.81</b>	<b>146.64</b>	<b>7.6%</b>

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท



**ผลิตภัณฑ์กาว Solvent:** ยอดขาย เท่ากับ 67.94 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 15.6% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ 8.5% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากยอดขายในตลาดต่างประเทศที่ปรับตัวดีขึ้น จากคำสั่งซื้อใหม่ในกลุ่มกาว Graft สำหรับอุตสาหกรรมรองเท้า ประกอบกับลูกค้าในประเทศบางรายมีการเร่งสั่งซื้อและรับมอบสินค้าล่วงหน้า เพื่อบริหารความต่อเนื่องของการผลิตและรองรับความไม่แน่นอนของสถานการณ์เศรษฐกิจและภูมิรัฐศาสตร์ในปัจจุบัน

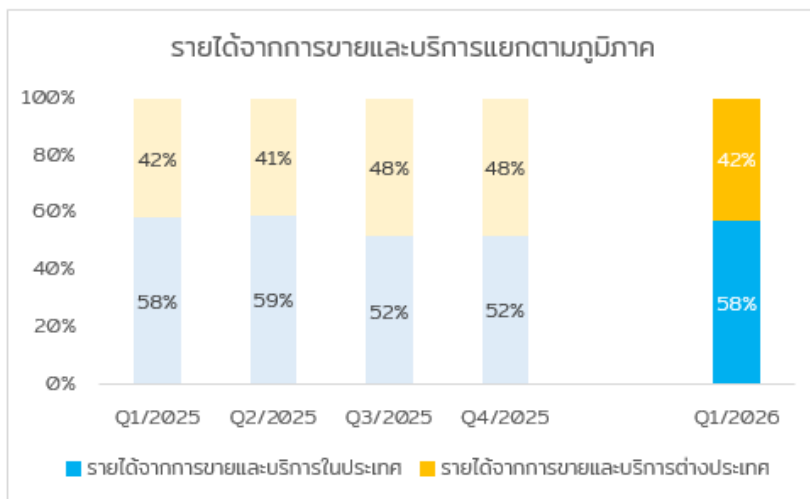
**ผลิตภัณฑ์กาว Hot Melt:** ยอดขาย เท่ากับ 57.06 ล้านบาท ลดลง 16.6% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ 5.7% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว เนื่องจากลูกค้าในกลุ่มผู้ใช้งานปลายทาง (End Users) มีการชะลอคำสั่งซื้อภายหลังจากที่ได้มีการสั่งซื้อสินค้าเพื่อสำรองสต็อกในช่วงปลายปีที่ผ่านมา ส่งผลให้ปริมาณการสั่งซื้อในช่วงต้นปีปรับตัวลดลง

**ผลิตภัณฑ์กาว Water Based:** ยอดขาย เท่ากับ 19.24 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 30.0% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ 19.1% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการขยายส่วนแบ่งตลาดในกลุ่มอุตสาหกรรมยาสูบ (Tobacco) ส่งผลให้ปริมาณคำสั่งซื้อเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ยังมีคำสั่งซื้อเพิ่มเติมจากลูกค้าบางรายในกลุ่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Beverage Alcohol) ที่มีการสำรองสินค้าเพิ่มขึ้นในช่วงปลายไตรมาสอีกด้วย

**ธุรกิจกาวอุตสาหกรรม: รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค**

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					3 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค	Q1/2026	Q4/2025	Q3/2025	% QoQ	% YoY	3M 2026	3M 2025	% YoY
รายได้จากการขายและบริการในประเทศ	90.93	78.09	85.53	16.4%	6.3%	90.93	85.53	6.3%
รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศ	66.88	71.56	61.11	(6.5%)	9.4%	66.88	61.11	9.4%
<b>รายได้จากการขายและบริการ</b>	<b>157.81</b>	<b>149.66</b>	<b>146.64</b>	<b>5.4%</b>	<b>7.6%</b>	<b>157.81</b>	<b>146.64</b>	<b>7.6%</b>

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท



หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

**รายได้จากการขายในประเทศ:** 90.93 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 16.4% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ 6.3% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้วจากการเติบโตของยอดขายในหลายกลุ่มอุตสาหกรรม รวมถึงคำสั่งซื้อที่ปรับตัวดีขึ้นจากลูกค้าเดิม

**รายได้จากการขายต่างประเทศ:** 66.88 ล้านบาท ลดลง 6.5% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน แต่เพิ่มขึ้น 9.4% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว จากภาวะเศรษฐกิจและกำลังซื้อในบางประเทศที่ยังชะลอตัว



## บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน)

### คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 1/2569

สัดส่วนการขายระหว่างในประเทศและต่างประเทศในไตรมาส 1/2569 มีสัดส่วนขายในประเทศ 58% และสัดส่วนการขายต่างประเทศ 42%

ธุรกิจกาวอุตสาหกรรมมีกำไรขั้นต้นในไตรมาส 1/2569 เท่ากับ 48.83 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 7.0% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ 15.0% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยอัตรากำไรขั้นต้นต่อรายได้จากการขายและบริการ เท่ากับ 30.9% สูงขึ้นจากไตรมาสก่อน และจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว กำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้ เท่ากับ 31.26 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อน 40.5% และเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว 37.5% และกำไรสุทธิ เท่ากับ 19.91 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อน 41.9% และเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว 46.7%

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					3 เดือน		
	Q1 2026	Q4 2025	Q1 2025	% QoQ	% YoY	3M 2026	3M 2025	% YoY
รายได้จากการขายและบริการสุทธิ	157.81	149.66	146.64	5.4%	7.6%	157.81	146.64	7.6%
ต้นทุนขาย	108.98	104.02	104.20	4.8%	4.6%	108.98	104.20	4.6%
กำไรขั้นต้น (ไม่รวมรายได้อื่น)	48.83	45.64	42.45	7.0%	15.0%	48.83	42.45	15.0%
อัตรากำไรขั้นต้นต่อรายได้จากการขายและบริการ	30.9%	30.5%	28.9%	1.5%	6.9%	30.9%	28.9%	6.9%
กำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้	31.26	22.25	22.73	40.5%	37.5%	31.26	22.73	37.5%
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	19.91	14.03	13.57	41.9%	46.7%	19.91	13.57	46.7%

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท และ ไตรมาสเงินเป็นลบจากบริษัทย่อย

### ธุรกิจสติ๊กเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว

ธุรกิจสติ๊กเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัวมียอดขายและบริการ อยู่ที่ 210.32 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 9.3% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน จากการฟื้นตัวของคำสั่งซื้อในบางกลุ่มอุตสาหกรรมและการเร่งส่งมอบสินค้าในช่วงปลายไตรมาส อย่างไรก็ตาม ยอดขายลดลง 4.7% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน จากภาวะเศรษฐกิจที่ยังชะลอตัวทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการแข่งขันด้านราคาที่ยังคงอยู่ในระดับสูงในบางตลาด

### ธุรกิจสติ๊กเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว: รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					3 เดือน		
	Q1 2026	Q4 2025	Q1 2025	% QoQ	% YoY	3M 2026	3M 2025	% YoY
ผลิตภัณฑ์กระดาษ	105.14	97.15	119.63	8.2%	(12.1%)	105.14	119.63	(12.1%)
ผลิตภัณฑ์ฟิล์ม	48.12	47.03	49.39	2.3%	(2.6%)	48.12	49.39	(2.6%)
ผลิตภัณฑ์ฉลากอื่นๆ	9.91	9.91	10.60	(0.0%)	(6.5%)	9.91	10.60	(6.5%)
ผลิตภัณฑ์ฉลากพิเศษ	47.16	38.40	41.15	22.8%	14.6%	47.16	41.15	14.6%
รวมรายได้จากการขาย	210.32	192.49	220.78	9.3%	(4.7%)	210.32	220.78	(4.7%)

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

**ผลิตภัณฑ์กระดาษ** : ยอดขาย เท่ากับ 105.14 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 8.2% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน แต่ลดลง 12.1% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยยอดขายลดลงจากตลาดทั้งในและต่างประเทศ

**ผลิตภัณฑ์ฟิล์ม**: ยอดขาย เท่ากับ 48.12 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2.3% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน แต่ลดลง 2.6% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยตลาดต่างประเทศยังคงได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ส่งผลให้ความต้องการใช้สินค้าในบางตลาดยังไม่ฟื้นตัวเต็มที่

**ผลิตภัณฑ์ฉลากพิเศษ**: ยอดขาย เท่ากับ 47.16 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 22.8% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ เพิ่มขึ้น 14.6% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว จากการเติบโตของคำสั่งซื้อในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูง รวมถึงความต้องการใช้งานฉลากเฉพาะทางที่เพิ่มขึ้นในบางอุตสาหกรรม ส่งผลให้สัดส่วนยอดขายของกลุ่มผลิตภัณฑ์ฉลากพิเศษปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง



# บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน)

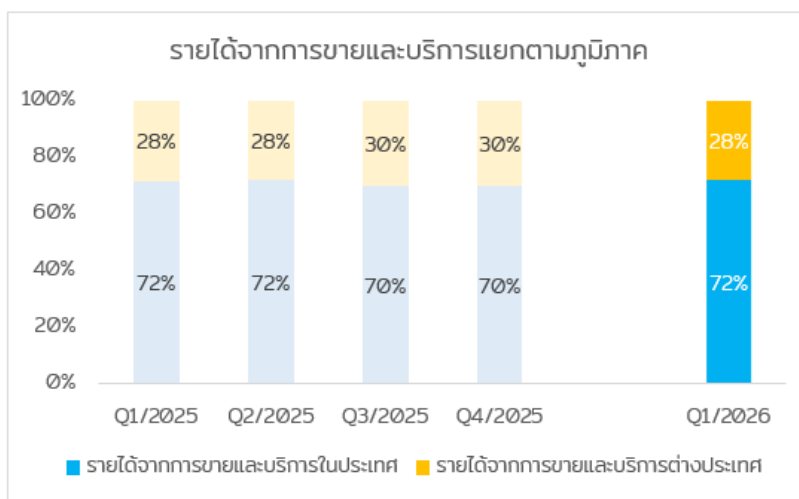
## คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 1/2569



ธุรกิจหลักหรือธุรกิจที่มีกว่าในตัว: รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					3 เดือน		
	Q1/2026	Q4/2025	Q3/2025	% QoQ	% YoY	3M 2026	3M 2025	% YoY
รายได้จากการขายและบริการในประเทศ	151.14	134.76	158.21	12.2%	(4.5%)	151.14	158.21	(4.5%)
รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศ	59.19	57.74	62.57	2.5%	(5.4%)	59.19	62.57	(5.4%)
<b>รายได้จากการขายและบริการ</b>	<b>210.32</b>	<b>192.49</b>	<b>220.78</b>	<b>9.3%</b>	<b>(4.7%)</b>	<b>210.32</b>	<b>220.78</b>	<b>(4.7%)</b>

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท



หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

**รายได้จากการขายในประเทศ:** 151.14 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 12.2% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน จากการเติบโตของยอดขายในกลุ่มผลิตภัณฑ์หลักพิเศษ แต่ลดลง 4.5% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว จากภาวะเศรษฐกิจในประเทศที่ยังชะลอตัวและการแข่งขันด้านราคาที่ยังคงอยู่ในระดับสูงในบางกลุ่มสินค้า

**รายได้จากการขายต่างประเทศ:** 59.19 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2.5% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ ลดลง 5.4% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยตลาดต่างประเทศที่ยังได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจซบเซาและการแข่งขันด้านราคา

สัดส่วนการขายระหว่างในประเทศและต่างประเทศในไตรมาส 1/2569 มีสัดส่วนขายในประเทศ 72% และสัดส่วนการขายต่างประเทศ 28%

### ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพมียอดขายและบริการรวมในไตรมาส 1/2569 เท่ากับ 174.03 ล้านบาท ลดลง 4.2% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ 12.5% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ: รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					3 เดือน		
	Q1/2026	Q4/2025	Q1/2025	% QoQ	% YoY	3M 2026	3M 2025	% YoY
ผลิตภัณฑ์บรรเทาปวด	122.39	133.07	144.58	(8.0%)	(15.3%)	122.39	144.58	(15.3%)
ผลิตภัณฑ์ปฐมพยาบาล	51.63	48.61	54.40	6.2%	(5.1%)	51.63	54.40	(5.1%)
<b>รายได้จากการขายและบริการ</b>	<b>174.03</b>	<b>181.68</b>	<b>198.98</b>	<b>(4.2%)</b>	<b>(12.5%)</b>	<b>174.03</b>	<b>198.98</b>	<b>(12.5%)</b>

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

**ผลิตภัณฑ์บรรเทาปวด :** ยอดขาย เท่ากับ 122.39 ล้านบาท ลดลง 8.0% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และ 15.3% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยยอดขายในตลาดต่างประเทศบางส่วนยังชะลอตัว ขณะที่บางตลาดเริ่มกลับมามีคำสั่งซื้อในช่วงปลายไตรมาส นอกจากนี้ ในช่วงเดียวกันของปีก่อน บริษัทฯ มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในบางผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้ฐานยอดขายในปีก่อนอยู่ในระดับสูงกว่าปกติ



## บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน)

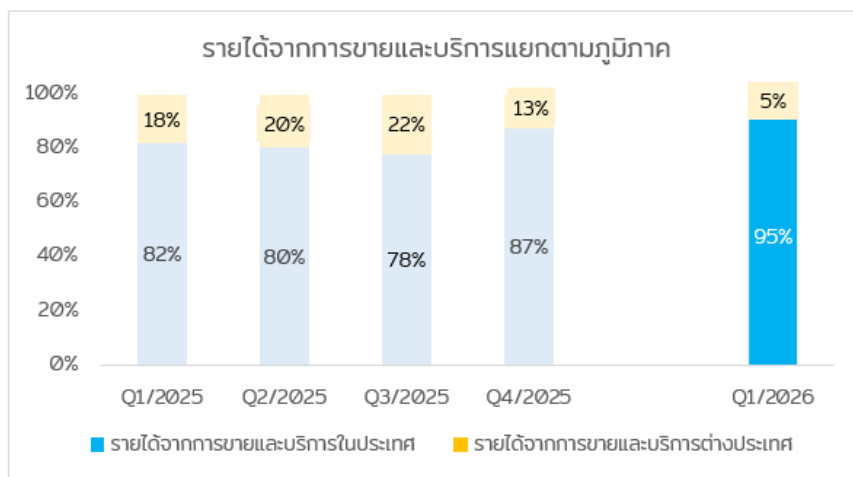
### คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 1/2569

**ผลิตภัณฑ์ปรุพพยาบาล:** ยอดขาย เท่ากับ 51.63 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 6.2% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน แต่ลดลง 5.1% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว จากการฟื้นตัวของยอดขายในบางช่องทางการจัดจำหน่าย อย่างไรก็ตาม ยอดขายลดลง 5.1% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยหลักมาจากยอดขายในตลาดต่างประเทศบางส่วนที่ชะลอตัวลง

#### ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ: รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					3 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค	Q1/2026	Q4/2025	Q1/2025	% QoQ	% YoY	3M 2026	3M 2025	% YoY
รายได้จากการขายและบริการในประเทศ	165.69	158.87	163.52	4.3%	1.3%	165.69	163.52	1.3%
รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศ	8.33	22.80	35.45	(63.4%)	(76.5%)	8.33	35.45	(76.5%)
<b>รายได้จากการขายและบริการ</b>	<b>174.03</b>	<b>181.67</b>	<b>198.98</b>	<b>(4.2%)</b>	<b>(12.5%)</b>	<b>174.03</b>	<b>198.98</b>	<b>(12.5%)</b>

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท



หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

**รายได้จากการขายในประเทศ:** 165.69 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4.3% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้น 1.3% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว จากการเติบโตของยอดขายในบางกลุ่มผลิตภัณฑ์และการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายภายในประเทศอย่างต่อเนื่อง แม้อะจะกำลังซื้อโดยรวมยังคงฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป

**รายได้จากการขายต่างประเทศ:** 8.33 ล้านบาท ลดลง 63.4% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และลดลง 76.5% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยได้รับผลกระทบจากการชะลอตัวของคำสั่งซื้อในบางตลาดต่างประเทศ จากปัจจัยด้านสถานการณ์ทางการเมืองที่กระทบการนำเข้าสินค้า ซึ่งส่งผลกระทบต่อคำสั่งซื้อและการนำเข้าสินค้าในช่วงที่ผ่านมา

สัดส่วนการขายระหว่างในประเทศและต่างประเทศในไตรมาส 1/2569 มีสัดส่วนขายในประเทศ 95% และสัดส่วนการขายต่างประเทศ 5%

#### มุมมองผู้บริหารต่อแนวโน้มธุรกิจปี 2569

ในปี 2569 ภาพรวมเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกยังคงเผชิญกับความท้าทายจากหลายปัจจัย ทั้งการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก ความไม่แน่นอนด้านนโยบายการค้าระหว่างประเทศ ความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์ และความผันผวนของราคาพลังงานและอัตราแลกเปลี่ยน โดยเฉพาะผลกระทบจากความขัดแย้งในตะวันออกกลาง ซึ่งส่งผลกระทบต่อราคาน้ำมันและวัตถุดิบในอุตสาหกรรมปิโตรเคมี รวมถึงต้นทุนวัตถุดิบหลักของธุรกิจอุตสาหกรรม เช่น กลุ่ม Solvent และสารเคมีที่เกี่ยวข้อง



ขณะเดียวกัน การชะลอตัวของเศรษฐกิจจีนและภาคการผลิตโลก ยังคงส่งผลกระทบต่อภาคการส่งออกและความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในหลายประเทศ รวมถึงการแข่งขันด้านราคาที่อยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าภาคอุตสาหกรรมและสินค้าเพื่อการส่งออก อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มองว่าอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับสินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าจำเป็นต่อการดำรงชีวิต และบรรจุภัณฑ์ ยังมีความต้องการใช้งานอย่างต่อเนื่อง แม้อากาศเศรษฐกิจจะยังไม่ฟื้นตัวเต็มที่

ภายใต้สภาวะดังกล่าว ซีลิกยังคงดำเนินธุรกิจด้วยความระมัดระวัง โดยให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการความเสี่ยง การรักษาความสามารถในการแข่งขัน และการสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตของรายได้และความสามารถในการทำกำไร ผ่านการบริหารต้นทุนวัตถุดิบ การปรับกลยุทธ์ด้านราคา การคัดเลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และการเพิ่มสัดส่วนผลิตภัณฑ์ที่มีอัตรากำไรสูง เพื่อรักษาระดับผลประกอบการและส่วนแบ่งทางการตลาดในระยะยาว

#### รักษาระดับรายได้และขยายโอกาสการเติบโตในทุกกลุ่มธุรกิจ

ซีลิกมุ่งเน้นการรักษาระดับรายได้ของทุกกลุ่มธุรกิจควบคู่ไปกับการขยายโอกาสทางการตลาดใหม่ ๆ โดยในกลุ่มธุรกิจภาคอุตสาหกรรมและธุรกิจสติกเกอร์ บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการขยายฐานลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีความต้องการใช้งานต่อเนื่อง เช่น อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม บรรจุภัณฑ์ สินค้าอุปโภคบริโภค และกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก รวมถึงมุ่งขยายตลาดไปยังประเทศที่ยังมีศักยภาพในการเติบโตและมีความต้องการใช้สินค้าอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง

สำหรับธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ บริษัทฯ ยังคงเดินหน้าพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การขยายช่องทางการจัดจำหน่าย และการทำการตลาดเชิงรุกทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อเพิ่มการเข้าถึงผู้บริโภคและสร้างโอกาสในการเติบโตระยะยาว โดยมุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ด้านสุขภาพและคุณภาพชีวิต ซึ่งยังคงเป็นแนวโน้มสำคัญของตลาดผู้บริโภคในปัจจุบัน

#### บริหารต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

ซีลิกให้ความสำคัญกับการบริหารต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาระดับกำไรขั้นต้นและกำไรสุทธิให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม ภายใต้สภาวะต้นทุนวัตถุดิบและราคาพลังงานที่ยังมีความผันผวน

ซีลิกมุ่งเน้นการบริหารจัดการด้าน Supply Chain อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งการกระจายแหล่งจัดหาวัตถุดิบ การบริหารระดับสินค้าคงคลัง การควบคุมต้นทุนการผลิต และการลดของเสียในกระบวนการผลิต รวมถึงการติดตามและบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนและความผันผวนของราคาน้ำมันอย่างใกล้ชิด เพื่อเพิ่มความยืดหยุ่นในการดำเนินธุรกิจและลดผลกระทบจากปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้

#### เดินหน้าสร้างโอกาสการเติบโตในระยะยาว

แม้อากาศเศรษฐกิจจะมีความไม่แน่นอน บริษัทฯ ยังคงมองหาโอกาสในการลงทุนและต่อยอดธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ทั้งในรูปแบบการร่วมทุน การขยายธุรกิจ และการเข้าลงทุนในกิจการที่สามารถเสริมศักยภาพของกลุ่มบริษัท โดยมุ่งเน้นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลักของบริษัทฯ รวมถึงธุรกิจด้านสุขภาพ เทคโนโลยี และธุรกิจที่มีศักยภาพในการเติบโตในระยะยาว ทั้งนี้ การลงทุนในแต่ละโครงการจะผ่านกระบวนการพิจารณาอย่างรอบคอบ ภายใต้กรอบการบริหารความเสี่ยงและนโยบายการลงทุนของบริษัทฯ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อบริษัทและผู้ถือหุ้นในระยะยาว

#### ก้าวเดินในเส้นทางพัฒนาอย่างยั่งยืน

ซีลิกยังคงดำเนินธุรกิจภายใต้แนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) อย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้นในทุกกลุ่มธุรกิจ เพื่อรองรับแนวโน้มความต้องการของตลาดและการเปลี่ยนแปลงของกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมทั้งในประเทศและต่างประเทศ

นอกจากนี้ บริษัทฯ และบริษัทย่อยยังให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมและชุมชนรอบสถานประกอบการ ผ่านกิจกรรมด้านสุขภาพ การสร้างองค์ความรู้ และการส่งเสริมอาชีพให้แก่ชุมชนอย่างต่อเนื่อง

จากความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน บริษัทฯ ได้รับการประเมินหุ้นยั่งยืน SET ESG Ratings อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสะท้อนถึงการพัฒนาการดำเนินงานด้านความยั่งยืนและการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทฯ ในระยะยาว

ติดต่อนักลงทุนสัมพันธ์ซีลิก:

<http://seliccorp.com/investor-contact.php> หรือ อีเมล: [investorrelation@seliccorp.com](mailto:investorrelation@seliccorp.com)

ข้อมูลเสรความรับผดชอบ



## บริษัท ซีลิก คอร์ป จำกัด (มหาชน) คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 1/2569

ในเอกสารฉบับนี้อาจจะมีข้อมูลบางส่วนที่เกี่ยวข้องกับการคาดการณ์ในอนาคตโดยบริษัทที่เกี่ยวข้องในหลายด้านซึ่งจะขึ้นอยู่กับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนต่างๆ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวรวมถึง แผนธุรกิจ 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