บริษัท ซีลิค คอร์พ จำกัด (มหาชน)
คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 2/2569

ภาพรวมโดยสรุป

ในไตรมาส 2/2569 บริษัท ซีลิค คอร์พ จำกัด (มหาชน) ("SELIC") ดำเนินธุรกิจภายใต้ภาวะเศรษฐกิจโลกที่ยังมีความไม่แน่นอน โดยเฉพาะความขัดแย้งในตะวันออกกลางที่ทวีความรุนแรงในช่วงต้นไตรมาส ส่งผลให้เกิดความผันผวนของราคาพลังงาน ต้นทุนการขนส่ง และการจัดหาวัตถุดิบบางประเภท ซึ่งก่อให้เกิด Supply Chain Disruption ในหลายอุตสาหกรรม รวมถึงความไม่แน่นอนจากมาตรการด้านการค้าและภาษีของประเทศมหาอำนาจที่ส่งผลกระทบต่อบรรยากาศการค้าและการลงทุนทั่วโลก

แม้ว่าภาวะเศรษฐกิจและอุปสงค์ในหลายอุตสาหกรรมยังฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป บริษัทฯ สามารถบริหารจัดการผลกระทบจากปัจจัยดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านการวางแผนจัดหาวัตถุดิบล่วงหน้า การบริหารห่วงโซ่อุปทาน การควบคุมต้นทุน และการเพิ่มสัดส่วนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูง ส่งผลให้ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง และสามารถรักษาความสามารถในการทำกำไรได้ในระดับที่ดีเมื่อเทียบกับทั้งไตรมาสก่อนและช่วงเดียวกันของปีก่อน

บริษัทฯ ยังคงพัฒนาศักยภาพของธุรกิจกาวอุตสาหกรรม ธุรกิจฉลากที่มีกาวในตัว (Self-adhesive Labels) และธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ควบคู่กับการบริหารความเสี่ยงด้านวัตถุดิบ ต้นทุน และห่วงโซ่อุปทาน เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน เสถียรภาพทางการเงิน และสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

มุ่งมั่นรักษาการเติบโตของทุกกลุ่มธุรกิจ

ในไตรมาส 2/2569 บริษัทฯ ยังคงรักษาการเติบโตและความสามารถในการแข่งขันของทุกกลุ่มธุรกิจ แม้ต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจโลกและความผันผวนของห่วงโซ่อุปทาน โดยอาศัยการบริหารจัดการต้นทุน การวางแผนจัดหาวัตถุดิบ และการปรับกลยุทธ์การขายให้สอดคล้องกับสภาวะตลาด

สำหรับ ธุรกิจกาวอุตสาหกรรม บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการรักษาฐานลูกค้าเดิม ควบคู่กับการขยายฐานลูกค้าในอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพทั้งในประเทศและต่างประเทศ พร้อมบริหารจัดการต้นทุนและการจัดหาวัตถุดิบอย่างใกล้ชิด เพื่อรองรับความผันผวนของตลาดและรักษาความสามารถในการแข่งขัน

ในส่วนของ ธุรกิจฉลากที่มีกาวในตัว (Self-adhesive Labels) บริษัทฯ ยังคงเพิ่มสัดส่วนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูง (Value-added Products) และขยายตลาดในกลุ่มอาหาร เครื่องดื่ม เวชภัณฑ์ และสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งยังมีความต้องการใช้อย่างต่อเนื่อง แม้ว่ายอดขายในบางตลาดต่างประเทศจะยังได้รับแรงกดดันจากภาวะเศรษฐกิจโลกและการแข่งขันด้านราคา

สำหรับ ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ บริษัทฯ ยังคงมีผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่งจากการเติบโตของยอดขายในกลุ่มผลิตภัณฑ์หลัก ควบคู่กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย ทั้งช่องทางออนไลน์ ร้านขายยาโมเดิร์นเทรด ร้านสะดวกซื้อ โรงพยาบาล และคลินิกเฉพาะทาง เพื่อเพิ่มการเข้าถึงผู้บริโภคและสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว

เพิ่มความสามารถในการทำกำไรจากการบริหารโครงสร้างธุรกิจและต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ

แม้ว่าบริษัทฯ จะเผชิญกับความผันผวนของราคาวัตถุดิบและผลกระทบจาก Supply Chain Disruption ในบางช่วงของไตรมาส แต่บริษัทฯ ยังคงสามารถรักษาและเพิ่มอัตรากำไรขั้นต้นได้จากการบริหารโครงสร้างธุรกิจ การเพิ่มสัดส่วนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูง และการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ

ในไตรมาส 2/2569 ธุรกิจกาวอุตสาหกรรมและธุรกิจฉลากที่มีกาวในตัว สามารถปรับอัตรากำไรขั้นต้นให้สูงขึ้นจากการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน การคัดเลือกกลุ่มลูกค้าและผลิตภัณฑ์ที่ให้ผลตอบแทนเหมาะสม รวมถึงการบริหารราคาขายให้สอดคล้องกับต้นทุนและสภาวะตลาด ขณะที่ ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ยังคงมีผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่ง โดยรายได้และความสามารถในการทำกำไรเติบโตจากไตรมาสก่อน จากการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายและการเติบโตของยอดขายในกลุ่มผลิตภัณฑ์หลัก

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการควบคุมค่าใช้จ่าย การบริหารสินค้าคงคลัง และการเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับความผันผวนของต้นทุนและสนับสนุนความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว

EBITDA และกำไรสุทธิ

ผลจากการบริหารต้นทุน การปรับโครงสร้างผลิตภัณฑ์ และการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานในทุกกลุ่มธุรกิจ ส่งผลให้ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับทั้งไตรมาสก่อนและช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยเฉพาะ กำไรสุทธิ ซึ่งเติบโตอย่างโดดเด่น สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการบริหารธุรกิจ การรักษาความสามารถในการทำกำไร และความยืดหยุ่นในการดำเนินธุรกิจท่ามกลางความไม่แน่นอนของสภาวะเศรษฐกิจและปัจจัยภายนอก

สรุปผลประกอบการไตรมาส 2/2569

- รายได้รวมอยู่ที่ 564.24 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 6.7% จากไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้น 13.9% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการเติบโตของธุรกิจฉลากที่มีกาวในตัว (Self-adhesive Labels) และธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ (Healthcare Business)
- กำไรขั้นต้นอยู่ที่ 211.01 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 14.6% จากไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้น 26.7% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นเป็น 37.5% จาก 35.2% ในไตรมาสก่อน และ 33.7% ในช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการบริหารโครงสร้างผลิตภัณฑ์ การเพิ่มสัดส่วนการจำหน่ายสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูง รวมถึงการบริหารต้นทุนและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- EBITDA 144.29 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 15.0% จากไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้น 85.4% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว จากการเติบโตของผลการดำเนินงานในทุกกลุ่มธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ประกอบกับการบริหารค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ความสามารถในการทำกำไรของบริษัทฯ ปรับตัวดีขึ้น
- กำไรสุทธิส่วนของผู้ถือหุ้นใหญ่ 64.48 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 15.6% และเพิ่มขึ้น 119.6% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว สะท้อนถึงการฟื้นตัวของผลการดำเนินงานของทุกกลุ่มธุรกิจ

งบกำไรขาดทุนรวมไตรมาส 2/2569

หน่วย: ล้านบาท	Quarter					6 เดือน		
งบกำไรขาดทุนรวม	**Q2/2026**	**Q1/2026**	**Q2/2025**	**% QoQ**	**% YoY**	**6M 2026**	**6M 2025**	**% YoY**
รายได้จากการขายและบริการสุทธิ	562.66	522.75	494.09	7.6%	13.9%	1,085.40	1,049.31	3.4%
กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนสุทธิ	0.00	3.91	0.00	(100.0%)	--	3.91	0.00	--
รายได้อื่น	1.58	2.28	1.14	(30.5%)	39.6%	3.87	1.71	126.7%
รวมรายได้	**564.24**	**528.93**	**495.22**	**6.7%**	**13.9%**	**1,093.17**	**1,051.02**	**4.0%**
ต้นทุนขาย	351.65	338.67	327.58	3.8%	7.3%	690.32	698.64	(1.2%)
กำไรขั้นต้น (ไม่รวมรายได้อื่น)	**211.01**	**184.08**	**166.50**	**14.6%**	**26.7%**	**395.09**	**350.67**	**12.7%**
ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนสุทธิ	0.06	0.00	3.01	--	(98.0%)	0.06	2.44	(97.5%)
ค่าใช้จ่ายในการขาย	34.78	30.99	50.74	12.2%	(31.5%)	65.77	109.60	(40.0%)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	51.69	52.20	54.98	(1.0%)	(6.0%)	103.90	109.37	(5.0%)
ส่วนแบ่งกำไร/ (ขาดทุน) จากการร่วมค้า	-0.01	-0.02	-0.02	(59.4%)	(39.2%)	-0.03	-0.03	5.1%
กำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้	**144.29**	**125.44**	**77.82**	**15.0%**	**85.4%**	**269.73**	**169.23**	**59.4%**
ค่าเสื่อมราคา	18.25	18.38	18.93	(0.7%)	(3.6%)	36.63	38.29	(4.3%)
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้	**126.05**	**107.06**	**58.89**	**17.7%**	**114.0%**	**233.10**	**130.94**	**78.0%**
ต้นทุนทางการเงิน	8.52	8.98	8.37	(5.1%)	1.8%	17.50	17.58	(0.4%)
กำไรก่อนภาษีเงินได้	**117.53**	**98.08**	**50.52**	**19.8%**	**132.6%**	**215.60**	**113.36**	**90.2%**
ภาษีเงินได้	25.20	19.59	11.59	28.6%	117.4%	44.78	24.31	84.2%
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	**92.33**	**78.49**	**38.93**	**17.6%**	**137.2%**	**170.82**	**89.05**	**91.8%**
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ : ผู้ถือหุ้นบริษัทใหญ่	**64.48**	**55.78**	**29.36**	**15.6%**	**119.6%**	**120.26**	**64.22**	**87.3%**

ผลประกอบการด้านการเงิน

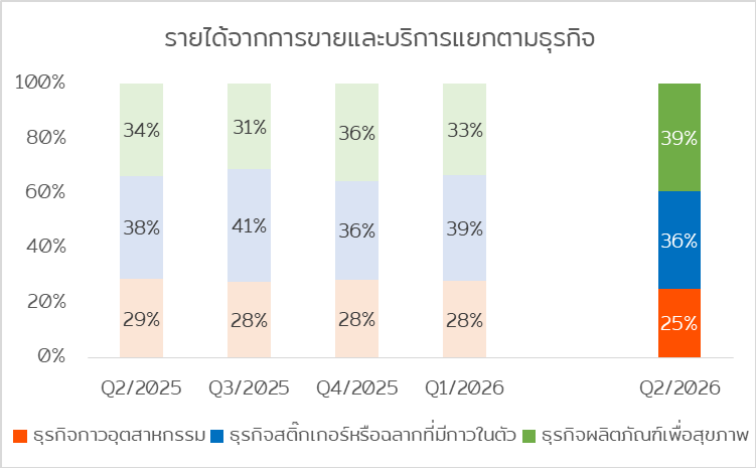
รายได้

รายได้จากการขายและบริการในไตรมาส 2/2569 อยู่ที่ 562.66 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 7.6% จากไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้น 13.9% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักจากการเติบโตของ ธุรกิจฉลากที่มีกาวในตัว (Self-adhesive Labels) และ ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ(Healthcare Business) ขณะที่ธุรกิจกาวอุตสาหกรรมยังสามารถรักษาระดับรายได้ ได้ใกล้เคียงกับไตรมาสก่อน แม้จะเผชิญกับภาวะเศรษฐกิจและความผันผวนของต้นทุนวัตถุดิบ

โครงสร้างรายได้จากการขายและบริการ

ซีลิคมีรายได้จากการขายและบริการจากการดำเนินงานธุรกิจสามประเภทคือ ธุรกิจกาวอุตสาหกรรม ธุรกิจสติ๊กเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว และธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ซึ่งจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ

สัดส่วนการขายและบริการของธุรกิจกาวอุตสาหกรรมอยู่ที่ 25% ธุรกิจสติ๊กเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัวอยู่ที่ 36% และธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอยู่ที่ 39% ในไตรมาส 2/2569

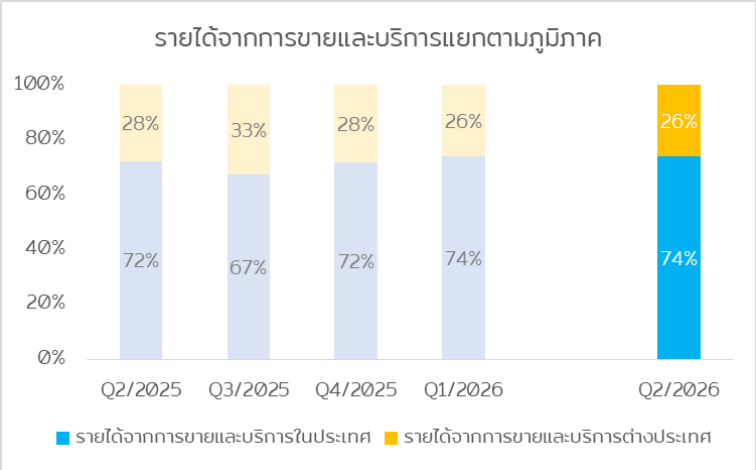


หมายเหตุ: ตัดรายการระหว่างกันของบริษัท

โครงสร้างการขายและบริการแยกตามภูมิภาค มีสัดส่วนการขายและบริการตลาดในประเทศ 74% และตลาดต่างประเทศ 26% จากยอดขายและบริการรวม ในไตรมาส 2/2569

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					6 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค	**Q2/2026**	**Q1/2026**	**Q2/2025**	**% QoQ**	**% YoY**	**6M 2026**	**6M 2025**	**% YoY**
รายได้จากการขายและบริการในประเทศ	415.52	387.20	357.04	7.3%	16.4%	802.72	762.74	5.2%
รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศ	147.14	135.54	137.05	8.6%	7.4%	282.68	286.57	(1.4%)
รายได้จากการขายและบริการ	**562.66**	**522.75**	**494.09**	**7.6%**	**13.9%**	**1,085.40**	**1,049.31**	**3.4%**

หมายเหตุ: ตัดรายการระหว่างกันของบริษัท



หมายเหตุ: ตัดรายการระหว่างกันของบริษัท

ต้นทุนขายและกำไรขั้นต้น

ต้นทุนขายในไตรมาส 2/2569 อยู่ที่ 351.65 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.8% จากไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้น 7.3% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สอดคล้องกับการเติบโตของยอดขาย

บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้น 211.01 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 14.6% จากไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้น 26.7% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นเป็น 37.5% จาก 35.2% ในไตรมาสก่อน และ 33.7% ในช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุน การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน การปรับสัดส่วนการจำหน่ายไปสู่ผลิตภัณฑ์และกลุ่มลูกค้าที่มีอัตรากำไรเหมาะสม รวมถึงการบริหารราคาขายให้สอดคล้องกับต้นทุนและสภาวะตลาด ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถรักษาความสามารถในการทำกำไรได้อย่างต่อเนื่อง แม้ยังเผชิญกับความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจและต้นทุนวัตถุดิบ

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในไตรมาส 2/2569 อยู่ที่ 86.47 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4.0% จากไตรมาสก่อน แต่ลดลง 18.2% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายในการขาย 34.78 ล้านบาท และ ค่าใช้จ่ายในการบริหาร 51.69 ล้านบาท

อัตราค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่อรายได้จากการขายปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับทั้งไตรมาสก่อนและช่วงเดียวกันของปีก่อน มาอยู่ที่ 15.4% โดยมีปัจจัยหลักจากการบริหารค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการปรับกลยุทธ์ด้านการตลาดของธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพให้สอดคล้องกับการเติบโตของยอดขาย ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายได้ดียิ่งขึ้น

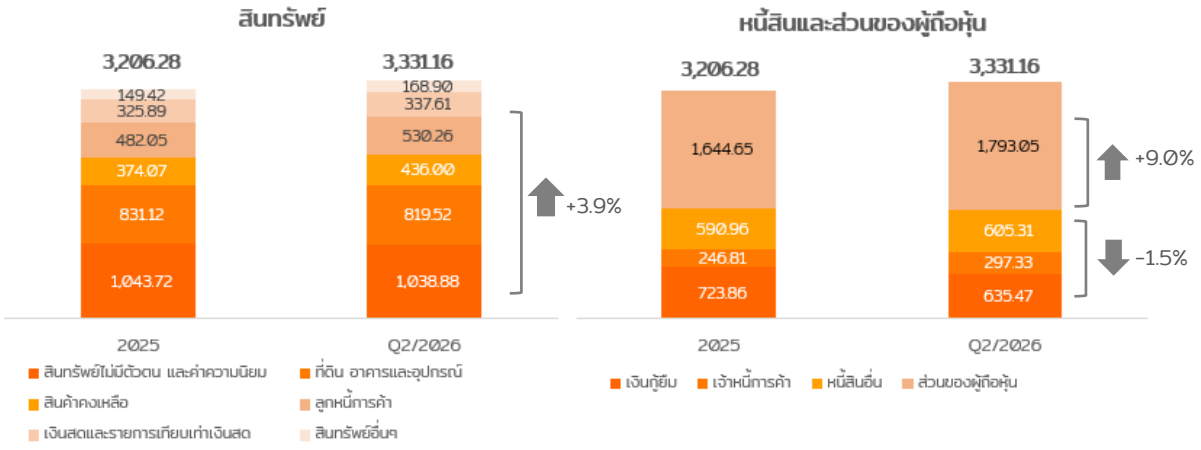
EBITDA และกำไรสุทธิ

จากการเติบโตของรายได้ การบริหารต้นทุน การเพิ่มสัดส่วนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูง และการควบคุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ส่งผลให้ EBITDA ในไตรมาส 2/2569 อยู่ที่ 144.29 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 15.0% จากไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้น 85.4% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน

ขณะที่ กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทใหญ่ อยู่ที่ 64.48 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 15.6% จากไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้น 119.6% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการบริหารธุรกิจของบริษัทฯ ทั้งในด้านการสร้างรายได้ การบริหารต้นทุน และการควบคุมค่าใช้จ่าย ส่งผลให้ความสามารถในการทำกำไรปรับตัวดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

ฐานะการเงินรวมไตรมาส 2/2569

หน่วย: ล้านบาท



หมายเหตุ: งบปีเปรียบเทียบมีการจัดกลุ่มใหม่เพื่อเปรียบเทียบปีปัจจุบัน

สินทรัพย์รวม

สินทรัพย์รวมในไตรมาส 2/2569 เท่ากับ 3,331.16 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.9 % จากปี 2568 ส่วนใหญ่มาจากการเพิ่มขึ้นของสินค้าคงเหลือ ลูกหนี้การค้า เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

หนี้สินรวม

หนี้สินรวมในไตรมาส 2/2569 เท่ากับ 1,538.11 ล้านบาท ลดลง 1.5% จากปี 2568 ส่วนใหญ่มาจากการลดลงของเงินกู้ยืมระยะยาว

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้นในไตรมาส 2/2569 เท่ากับ 1,793.05 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 9.0% จากปี 2568 ส่วนใหญ่มาจากกำไรสะสมที่เพิ่มมากขึ้น

ผลการดำเนินการแยกตามกลุ่มธุรกิจ (Segment Reporting)

ธุรกิจกาวอุตสาหกรรม

ธุรกิจกาวอุตสาหกรรมมียอดขายและบริการรวมในไตรมาส 2/2569 เท่ากับ 156.12 ล้านบาท ลดลง 1.1% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน แต่เพิ่มขึ้น 1.1 % จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

ธุรกิจกาวอุตสาหกรรม: รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					6 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า	Q2/2026	Q1/2026	Q2/2025	% QoQ	% YoY	6M 2026	6M 2025	% YoY
ผลิตภัณฑ์กาว Solvent	50.03	67.94	62.85	(26.4%)	(20.4%)	117.97	125.46	(6.0%)
ผลิตภัณฑ์กาว Hot Melt	71.47	57.06	62.58	25.2%	14.2%	128.53	123.10	4.4%
ผลิตภัณฑ์กาว Water Based	18.29	19.24	14.01	(4.9%)	30.6%	37.53	30.16	24.4%
สินค้าและบริการอื่นๆ	16.33	13.56	15.02	20.4%	8.7%	29.90	22.37	33.6%
รายได้จากการขายและบริการ	**156.12**	**157.81**	**154.45**	(1.1%)	**1.1%**	**313.93**	**301.10**	**4.3%**

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

ผลิตภัณฑ์กาว Solvent: ยอดขายอยู่ที่ 50.03 ล้านบาท ลดลง 26.4% จากไตรมาสก่อน และลดลง 20.4% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยยอดขายปรับตัวลดลงทั้งในประเทศและต่างประเทศ จากภาวะเศรษฐกิจที่ยังชะลอตัว ความผันผวนของราคาพลังงานและวัตถุดิบปิโตรเคมี รวมถึงการชะลอการสั่งซื้อของลูกค้าในบางอุตสาหกรรม

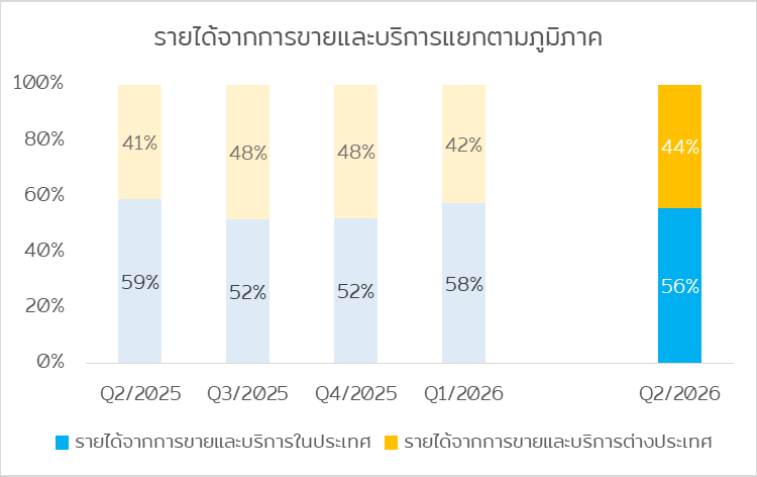
ผลิตภัณฑ์กาว Hot Melt: ยอดขายอยู่ที่ 71.47 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 25.2% จากไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้น 14.2% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยได้รับแรงสนับสนุนจากยอดขายในตลาดต่างประเทศที่เติบโตอย่างมีนัยสำคัญ จากการปรับราคาขายและการสั่งซื้อสินค้าล่วงหน้าของลูกค้าเพื่อบริหารความต่อเนื่องของการผลิต ท่ามกลางความไม่แน่นอนของห่วงโซ่อุปทาน ขณะที่ยอดขายในประเทศยังคงทรงตัวใกล้เคียงกับไตรมาสก่อน

ผลิตภัณฑ์กาว Water Based: ยอดขายอยู่ที่ 18.29 ล้านบาท ลดลง 4.9% จากไตรมาสก่อน เนื่องจากยอดขายในประเทศชะลอตัว โดยลูกค้าบางรายปรับลดระดับสินค้าคงคลัง ขณะที่ลูกค้าบางกลุ่มชะลอการสั่งซื้อเพื่อประเมินทิศทางตลาด ภายหลังราคาวัตถุดิบปรับตัวอยู่ในระดับสูง ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตของลูกค้าเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ยอดขายยังคงเพิ่มขึ้น 30.6%

ธุรกิจกาวอุตสาหกรรม: รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค

หน่วย: ล้านบาท		ไตรมาส				6 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค	**Q2/2026**	**Q1/2026**	**Q2/2025**	**% QoQ**	**% YoY**	**6M 2026**	**6M 2025**	**% YoY**
รายได้จากการขายและบริการในประเทศ	87.25	90.93	91.20	(4.0%)	(4.3%)	178.19	176.73	0.8%
รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศ	68.86	66.88	63.25	3.0%	8.9%	135.75	124.37	9.1%
รายได้จากการขายและบริการ	**156.12**	**157.81**	**154.45**	**(1.1%)**	**1.1%**	**313.93**	**301.10**	**4.3%**

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท



หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

รายได้จากการขายในประเทศ: ในไตรมาส 2/2569 ธุรกิจกาวอุตสาหกรรมมีรายได้จากการขายและบริการในประเทศ 87.25 ล้านบาท ลดลง 4.0% จากไตรมาสก่อน และลดลง 4.3% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน จากภาวะเศรษฐกิจในประเทศที่ยังฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป ส่งผลให้ความต้องการใช้สินค้าในบางอุตสาหกรรมชะลอตัวเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน

รายได้จากการขายต่างประเทศ: รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศอยู่ที่ 68.86 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.0% จากไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้น 8.9% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการเติบโตของยอดขายผลิตภัณฑ์กาว Hot Melt และ Water Based ในตลาดต่างประเทศ ซึ่งช่วยชดเชยการชะลอตัวของยอดขายในประเทศ

สัดส่วนการขายระหว่างในประเทศและต่างประเทศในไตรมาส 2/2569 มีสัดส่วนขายในประเทศ 56% และสัดส่วนการขายต่างประเทศ 44%

ธุรกิจกาวอุตสาหกรรมมีกำไรขั้นต้นในไตรมาส 2/2569 จำนวน 49.52 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1.4% จากไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้น 1.8% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นเป็น 31.7% จาก 30.9% ในไตรมาสก่อน และ 31.5% ในช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการบริหารต้นทุน การบริหารราคาขาย และการปรับสัดส่วนการจำหน่ายไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่มีอัตรากำไรเหมาะสม กำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้ เท่ากับ 34.04 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 8.9% จากไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้น 15.1% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และกำไรสุทธิ เท่ากับ 21.09 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5.9% จากไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้น 14.3% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน จากการรักษาระดับอัตรากำไรขั้นต้นและการควบคุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					6 เดือน		
	Q2/2026	Q1/2026	Q2/2025	% QoQ	% YoY	6M 2026	6M 2025	% YoY
รายได้จากการขายและบริการสุทธิ	156.12	157.81	154.45	(1.1%)	1.1%	313.93	301.10	4.3%
ต้นทุนขาย	106.60	108.98	105.79	(2.2%)	0.8%	215.57	209.99	2.7%
กำไรขั้นต้น (ไม่รวมรายได้อื่น)	49.52	48.83	48.66	1.4%	1.8%	98.36	91.11	8.0%
อัตรากำไรขั้นต้นต่อรายได้จากการขายและบริการ	31.7%	30.9%	31.5%	2.5%	0.7%	31.3%	30.3%	3.5%
กำไรก่อนค่าเสื่อมราคา ต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้	34.04	31.26	29.57	8.9%	15.1%	65.29	52.29	24.9%
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	21.09	19.91	18.45	5.9%	14.3%	40.99	32.02	28.0%

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท และไม่รวมเงินปันผลรับจากบริษัทย่อย

ธุรกิจสติ๊กเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว

ธุรกิจฉลากที่มีกาวในตัวมีรายได้จากการขายและบริการในไตรมาส 2/2569 อยู่ที่ 213.45 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1.5% จากไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้น 7.7% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการเติบโตของยอดขายในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม (Food & Beverages)

ธุรกิจสติ๊กเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว: รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า

หน่วย: ล้านบาท		ไตรมาส				6 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า	Q2/2026	Q1/2026	Q2/2025	% QoQ	% YoY	6M 2026	6M 2025	% YoY
ผลิตภัณฑ์กระดาษ	100.62	105.14	102.11	(4.3%)	(1.5%)	205.76	221.74	(7.2%)
ผลิตภัณฑ์ฟิล์ม	24.67	48.12	49.06	(48.7%)	(49.7%)	72.78	98.45	(26.1%)
ผลิตภัณฑ์ฉลากอื่นๆ	15.22	9.91	10.82	53.6%	40.7%	25.13	21.42	17.3%
ผลิตภัณฑ์ฉลาก(พิเศษ)	72.94	47.16	36.26	54.7%	101.1%	120.10	77.41	55.1%
รวมรายได้จากการขาย	**213.45**	**210.32**	**198.25**	**1.5%**	**7.7%**	**423.77**	**419.03**	**1.1%**

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

ผลิตภัณฑ์กระดาษ : ยอดขายอยู่ที่ 100.62 ล้านบาท ลดลง 4.3% จากไตรมาสก่อน และลดลง 1.5% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักจากการชะลอตัวของยอดขายในประเทศ ขณะที่ยอดขายในตลาดต่างประเทศยังสามารถเติบโตได้เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ส่งผลให้ยอดขายรวมของผลิตภัณฑ์กระดาษปรับตัวลดลงเพียงเล็กน้อย

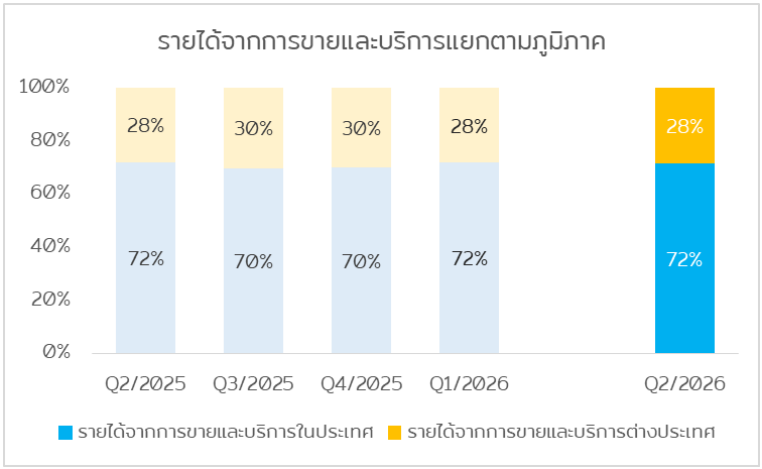
ผลิตภัณฑ์ฟิล์ม: ยอดขายอยู่ที่ 24.67 ล้านบาท ลดลง 48.7% จากไตรมาสก่อน และลดลง 49.7% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยได้รับผลกระทบจาก Supply Chain Disruption ที่ส่งผลต่อการจัดหาวัตถุดิบบางประเภท ประกอบกับการปรับสัดส่วนการจำหน่ายไปสู่ผลิตภัณฑ์ฉลากที่มีมูลค่าเพิ่มสูง ส่งผลให้ยอดขายผลิตภัณฑ์ฟิล์มปรับตัวลดลงทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ผลิตภัณฑ์ฉลาก(พิเศษ): ยอดขายอยู่ที่ 72.94 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 54.7% จากไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้น 101.1% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการเติบโตของคำสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูง (Value-added Products) และความต้องการใช้ฉลากเฉพาะทางในหลายอุตสาหกรรม ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ส่งผลให้สัดส่วนรายได้ของผลิตภัณฑ์ฉลากพิเศษเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ และเป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนการเติบโตของธุรกิจฉลากที่มีกาวในตัว รวมถึงการเพิ่มอัตรากำไรขั้นต้นของธุรกิจ

ธุรกิจสติ๊กเกอร์หรือฉลากที่มีกาวในตัว: รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					6 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค	Q2/2026	Q1/2026	Q2/2025	% QoQ	% YoY	6M 2026	6M 2025	% YoY
รายได้จากการขายและบริการในประเทศ	152.62	151.14	142.67	1.0%	7.0%	303.76	300.88	1.0%
รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศ	60.83	59.19	55.58	2.8%	9.4%	120.01	118.15	1.6%
รายได้จากการขายและบริการ	**213.45**	**210.32**	**198.25**	**1.5%**	**7.7%**	**423.77**	**419.03**	**1.1%**

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท



หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

รายได้จากการขายในประเทศ: อยู่ที่ 152.62 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1.0% จากไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้น 7.0% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยได้รับแรงสนับสนุนหลักจากการเติบโตของยอดขาย ผลิตภัณฑ์ฉลากพิเศษ (Specialty Labels) ซึ่งช่วยชดเชยการชะลอตัวของยอดขายผลิตภัณฑ์กระดาษและผลิตภัณฑ์ฟิล์ม

รายได้จากการขายต่างประเทศ: อยู่ที่ 60.83 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2.8% จากไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้น 9.4% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการเติบโตของยอดขาย ผลิตภัณฑ์ฉลากพิเศษ (Specialty Labels) ในตลาดทั้งในและต่างประเทศ

สัดส่วนการขายระหว่างในประเทศและต่างประเทศในไตรมาส 2/2569 มีสัดส่วนขายในประเทศ 72% และสัดส่วนการขายต่างประเทศ 28%

ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพมีรายได้จากการขายและบริการในไตรมาส 2/2569 อยู่ที่ 220.04 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 26.4% จากไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้น 32.7% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยได้รับแรงสนับสนุนหลักจากการเติบโตของยอดขายในประเทศ

ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ: รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					6 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า	Q2/2026	Q1/2026	Q2/2025	% QoQ	% YoY	6M 2026	6M 2025	% YoY
ผลิตภัณฑ์บรรเทาปวด	140.93	122.39	101.95	15.1%	38.2%	263.32	246.52	6.8%
ผลิตภัณฑ์ปฐมพยาบาล	79.11	51.63	63.86	53.2%	23.9%	130.74	118.26	10.6%
รายได้จากการขายและบริการ	**220.04**	**174.03**	**165.81**	**26.4%**	**32.7%**	**394.06**	**364.78**	**8.0%**

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

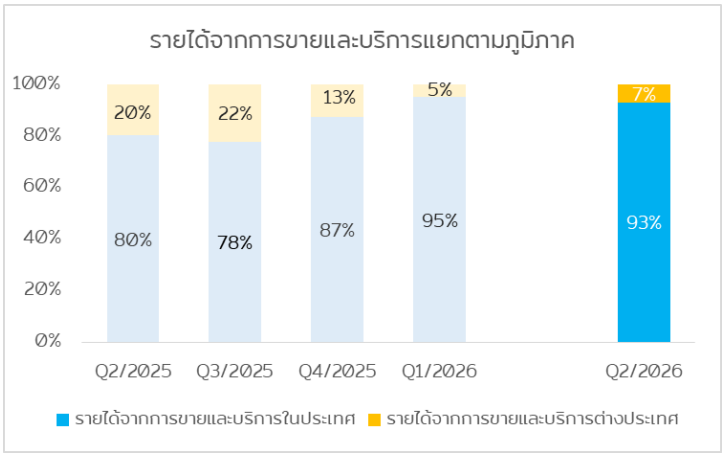
ผลิตภัณฑ์บรรเทาปวด : ยอดขายอยู่ที่ 140.93 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 15.1% จากไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้น 38.2% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในผลิตภัณฑ์หลัก และการเติบโตของยอดขายผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลให้ยอดขายอยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

ผลิตภัณฑ์ปฐมพยาบาล: ยอดขายอยู่ที่ 79.11 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 53.2% จากไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้น 23.9% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน จากการฟื้นตัวของยอดขายในหลายช่องทางการจัดจำหน่าย รวมถึงการขยายฐานลูกค้า ส่งผลให้ยอดขายเติบโตอย่างโดดเด่นเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน

ธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ: รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					6 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามภูมิภาค	**Q2/2026**	**Q1/2026**	**Q2/2025**	**% QoQ**	**% YoY**	**6M 2026**	**6M 2025**	**% YoY**
รายได้จากการขายและบริการในประเทศ	204.80	165.69	133.10	23.6%	53.9%	370.49	296.63	24.9%
รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศ	15.24	8.33	32.71	82.8%	(53.4%)	23.57	68.16	(65.4%)
รายได้จากการขายและบริการ	**220.04**	**174.03**	**165.81**	**26.4%**	**32.7%**	**394.07**	**364.79**	**8.0%**

หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท



หมายเหตุ: รวมรายการระหว่างกันของบริษัท

รายได้จากการขายในประเทศ: รายได้จากการขายและบริการในประเทศอยู่ที่ 204.80 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 23.6% จากไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้น 53.9% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการเติบโตของยอดขายทั้งกลุ่มผลิตภัณฑ์บรรเทาปวดและผลิตภัณฑ์ปฐมพยาบาล รวมถึงการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดและการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง

รายได้จากการขายต่างประเทศ: รายได้จากการขายและบริการต่างประเทศอยู่ที่ 15.24 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 82.8% จากไตรมาสก่อน แต่ลดลง 53.4% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนการฟื้นตัวของคำสั่งซื้อจากตลาดต่างประเทศเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน แม้ว่ายอดขายยังต่ำกว่าช่วงเดียวกันของปีก่อน

สัดส่วนการขายระหว่างในประเทศและต่างประเทศในไตรมาส 2/2569 มีสัดส่วนขายในประเทศ 93% และสัดส่วนการขายต่างประเทศ 7%

มุมมองผู้บริหารต่อแนวโน้มธุรกิจปี 2569

ในปี 2569 ภาพรวมเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกยังคงเผชิญกับความท้าทายจากหลายปัจจัย ทั้งการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก ความไม่แน่นอนด้านนโยบายการค้าระหว่างประเทศ รวมถึงมาตรการด้านภาษีและการกีดกันทางการค้าของประเทศสหรัฐอเมริกา ความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์ และความผันผวนของราคาพลังงานและอัตราแลกเปลี่ยน โดยเฉพาะผลกระทบจากความขัดแย้งในตะวันออกกลาง ซึ่งส่งผลต่อราคาน้ำมันและวัตถุดิบในอุตสาหกรรมปิโตรเคมี รวมถึงต้นทุนวัตถุดิบหลักของธุรกิจกาวอุตสาหกรรม เช่น กลุ่ม Solvent และสารเคมีที่เกี่ยวข้อง

ขณะเดียวกัน การชะลอตัวของเศรษฐกิจจีนและภาคการผลิตโลก ยังคงส่งผลกระทบต่อภาคการส่งออกและความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในหลายประเทศ รวมถึงการแข่งขันด้านราคาที่อยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าภาคอุตสาหกรรมและสินค้าเพื่อการส่งออก อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ เชื่อว่าความต้องการใช้สินค้าในกลุ่มอุปโภคบริโภค อาหาร เครื่องดื่ม บรรจุภัณฑ์ เวชภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ซึ่งเป็นตลาดหลักของบริษัทฯ จะยังคงมีความต้องการใช้อย่างต่อเนื่อง แม้ภาวะเศรษฐกิจจะยังฟื้นตัวไม่เต็มที่

ภายใต้สภาวะดังกล่าว ซีลิคยังคงดำเนินธุรกิจด้วยความระมัดระวัง โดยให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการความเสี่ยง การรักษาความสามารถในการแข่งขัน และการสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตของรายได้และความสามารถในการทำกำไร ผ่านการบริหารต้นทุนวัตถุดิบ การปรับกลยุทธ์ด้านราคา การคัดเลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และการเพิ่มสัดส่วนผลิตภัณฑ์ที่มีอัตรากำไรสูง เพื่อรักษาระดับผลประกอบการและส่วนแบ่งทางการตลาดในระยะยาว

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

จากความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน บริษัทฯ ได้รับการประเมินหุ้นยั่งยืน SET ESG Ratings อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสะท้อนถึงการพัฒนาการดำเนินงานด้านความยั่งยืนและการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทฯ ในระยะยาว

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