

บริษัท ออโรรา ดีไซน์ จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ (MD&A)

งวด 6 เดือน ปี 2569

สรุปสาระสำคัญ

สรุปผลการดำเนินงาน	Q2/68	Q1/69	Q2/69	เปลี่ยนแปลง +/-		1H/68	1H/69	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย : ล้านบาท				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากการดำเนินงาน	8,827.3	15,767.8	13,933.5	57.9%	-11.6%	17,690.4	29,701.3	67.9%
กำไรขั้นต้น	1,123.9	1,616.1	1,035.0	-7.9%	-36.0%	2,206.7	2,651.1	20.1%
EBITDA	783.8	1,195.3	644.1	-17.8%	-46.1%	1,485.3	1,839.5	23.9%
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	362.5	700.1	228.4	-37.0%	-67.4%	760.9	928.5	22.0%
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	12.7%	10.2%	7.4%	-5.3%	-2.8%	12.5%	8.9%	-3.6%
อัตรา EBITDA (%)	8.9%	7.6%	4.6%	-4.3%	-3.0%	8.4%	6.2%	-2.2%
อัตรากำไรสุทธิ (%)	4.1%	4.4%	1.6%	-2.5%	-2.8%	4.3%	3.1%	-1.2%

ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2569 บริษัทฯ ยังคงรักษาความสามารถในการทำกำไรได้ในระดับที่แข็งแกร่ง แม้จะเผชิญกับความผันผวนของราคากองคำในไตรมาส 2 โดยบริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงานจำนวน 29,701.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 12,010.9 ล้านบาท หรือร้อยละ 67.9 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) มีกำไรขั้นต้นจำนวน 2,651.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 444.4 ล้านบาท หรือร้อยละ 20.1 และมีกำไรสุทธิจำนวน 928.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 167.6 ล้านบาท หรือร้อยละ 22.0 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) ทั้งนี้กำไรสุทธิในไตรมาส 2/2569 จะปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า แต่การลดลงดังกล่าวมีสาเหตุหลักจากการรับรู้ผลกระทบทางบัญชีจากการประเมินมูลค่าสินค้าคงเหลือ ตามหลักการวัดมูลค่าที่ราคาทุน หรือมูลค่าสุทธิที่จะได้รับ (Net Realizable Value: NRV) แล้วแต่ราคาใดจะต่ำกว่า โดยจากความผันผวนของราคากองคำ ณ วันสิ้นงวด ส่งผลให้บริษัทฯ ต้องมีการตั้งค่าเพื่อการปรับลดมูลค่าสินค้าคงเหลือในกรณีที่ NRV ต่ำกว่าราคาทุน ซึ่งเป็นการปรับมูลค่าตามมาตรฐานการบัญชี มิได้ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานจากการดำเนินงานธุรกิจปกติ และไม่ส่งผลกระทบต่อกระแสเงินสดของบริษัทฯ แต่อย่างใด

YoY Q2/69 vs Q2/68

- ในไตรมาส 2/2569 บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงาน** 13,933.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 5,106.2 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 57.9 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) โดยการเติบโตดังกล่าวมีปัจจัยสนับสนุนจากการจำหน่ายสินค้าในกลุ่มธุรกิจ Modern Gold ซึ่งทางบริษัทฯ ได้ปรับกลยุทธ์ทางการตลาดและผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น รวมถึงการเติบโตของธุรกิจขายฝาก (Gold Financing) ซึ่งมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขยายฐานลูกค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ดี เป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของสาขาในไตรมาส 2/2569 เป็นจำนวน 667 สาขา เพิ่มขึ้น 120 สาขา เทียบจากช่วงเวลาที่เดียวกันของปีก่อน (YoY)
- กำไรขั้นต้น** บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้น 1,035.0 ล้านบาท ลดลงจำนวน 88.9 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 7.9 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) โดยในช่วงสิ้นสุดไตรมาส 2/2569 มีการย่องตัวของราคากองคำ ส่งผลให้มีการรับรู้ผลกระทบทางบัญชีจากการประเมินมูลค่าสินค้าคงเหลือ ตามหลักการวัดมูลค่าที่ราคาทุนหรือมูลค่าสุทธิที่จะได้รับ (Net Realizable Value: NRV)
- กำไรสุทธิ** ในไตรมาส 2/2569 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 228.4 ล้านบาท ลดลงจำนวน 134.1 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 37.0 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) โดยได้รับผลกระทบจากความผันผวนของราคากองคำที่ถ่วงถ่วงความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลก อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ยังคงรักษาความสามารถในการทำกำไรจากการดำเนินงานธุรกิจหลักได้อย่างต่อเนื่อง

QoQ Q2/69 vs Q1/69

- ในไตรมาส 2/2569 บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงาน** 13,933.5 ล้านบาท ลดลงจำนวน 1,834.3 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 11.6 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า เนื่องจากไตรมาสที่ 2 ถือเป็นช่วง Low Season ของกลุ่มธุรกิจ Modern Gold และ High Margin Product แต่อย่างไรก็ตาม รายได้ดักออกเบียร์ของบริษัทฯ ยังสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องจากการเติบโตของลูกค้าใหม่
- กำไรขั้นต้น** บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้น 1,035.0 ล้านบาท ลดลงจำนวน 581.1 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 36.0 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า และมีอัตรากำไรขั้นต้นจำนวนร้อยละ 7.4 ลดลงร้อยละ 2.8 เมื่อเทียบกับไตรมาส 1/2569 โดยได้รับผลกระทบจากการรับรู้ผลกระทบทางบัญชีจากการประเมินมูลค่าสินค้าคงเหลือ ตามหลักการวัดมูลค่าที่ราคาทุนหรือมูลค่าสุทธิที่จะได้รับ (Net Realizable Value: NRV)
- กำไรสุทธิ** บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 228.4 ล้านบาท ลดลง 471.7 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 67.4 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน โดยมีปัจจัยหลักมาจากการตั้งค่าเพื่อมูลค่าสินค้าคงเหลือ ณ วันงวด และยอดขายในกลุ่มสินค้า Modern Gold และ High Margin Product ที่อยู่ในช่วง Low season ของธุรกิจในช่วงไตรมาสนี้

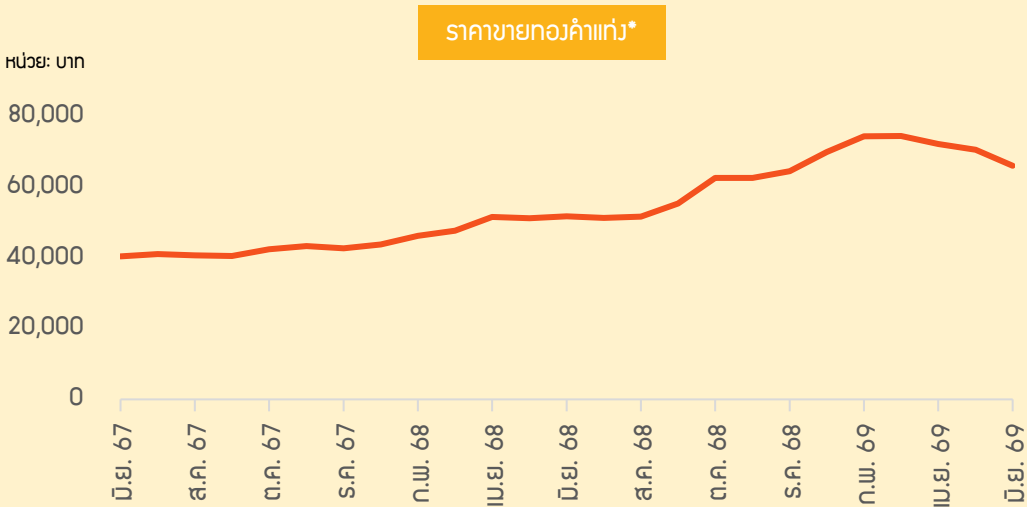
YTD 1H/69 vs 1H/68

- ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2569 (1H2569) บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงาน** 29,701.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 12,010.9 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 67.9 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) เนื่องจากการดำเนินงานของบริษัทฯ ได้ปรับกลยุทธ์ทางการตลาดและผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ในกลุ่มธุรกิจ Modern Gold รวมถึงการเติบโตของธุรกิจขายฝาก (Gold Financing) ซึ่งมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขยายฐานลูกค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง ทำให้เห็นถึงศักยภาพการขยายตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ
- กำไรขั้นต้น** บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นรวม 2,651.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 444.4 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 20.1 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) เป็นผลมาจากการเติบโตของธุรกิจ Modern Gold และธุรกิจขายฝาก (Gold Financing) ส่งผลให้ความสามารถในการทำกำไรขั้นต้นเติบโตอย่างต่อเนื่อง
- กำไรสุทธิ** บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 928.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 167.6 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 22.0 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) โดยมีปัจจัยหลักมาจากการเติบโตของธุรกิจ Modern Gold และธุรกิจขายฝาก (Gold Financing) รวมถึงทางบริษัทฯ สามารถบริหารจัดการค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพตามแผนธุรกิจของบริษัทฯ

ข้อมูลอุตสาหกรรม

ราคาทองคำแท่งในประเทศความบริสุทธิ์ 96.5% ในเดือนมิถุนายน 2569 อ้างอิงจากสมาคมค้าทองคำ เคลื่อนไหวต่ำสุดบาทละ 62,500 บาท ต่อน้ำหนัก 1 บาททองคำ และเคลื่อนไหวสูงสุดบาทละ 69,850 บาท ต่อน้ำหนัก 1 บาททองคำ ส่วนตัวราคาสูงสุด-ต่ำสุด อยู่ที่ 7,350 บาท หรือคิดเป็น 10.52% โดยราคาปิด ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2569 อยู่ที่บาทละ 63,300 บาท ต่อ น้ำหนัก 1 บาททองคำ

ทางด้านดัชนีความเชื่อมั่นราคาทองคำระยะสามเดือนในไตรมาสที่ 3 ของปี 2569 (ก.ค.-ก.ย.) ปรับลดลงจากไตรมาสที่ 2 ของปี 2569 จากระดับ 73.82 จุด มาอยู่ที่ระดับ 69.60 จุด ลดลง 4.22 จุด หรือคิดเป็น 5.71% โดยปัจจัยที่ทำให้ดัชนี ปรับลดลง ได้แก่ ทัศนคติการนโยบายการเงินของธนาคารกลางสหรัฐฯ (FED), แนวชายเกินกำไรของกองทุน, ตัวเลขเศรษฐกิจสหรัฐฯดีเกินคาด และการลดนโยบายผ่อนคลายทางการเงินของ FED



หมายเหตุ: *ราคาขายทองคำแท่ง เป็นราคาเฉลี่ย มิ.ย. 2569 ที่มา: สมาคมค้าทองคำ

สถิติราคาทองคำครึ่งปีแรก 2569*

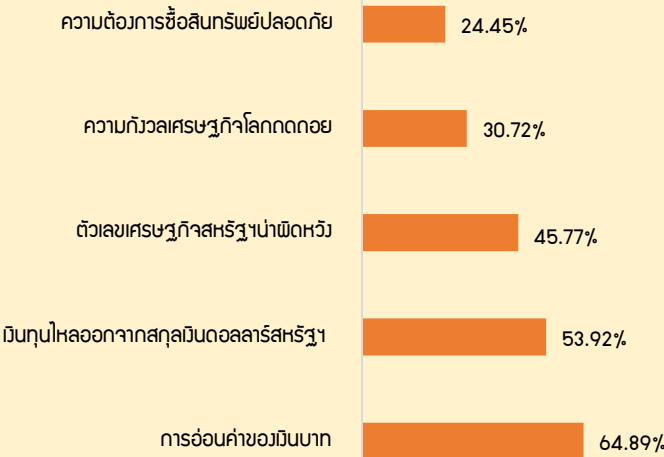
ราคาทองคำในประเทศช่วงครึ่งปีแรกปี 2569 (มกราคม - มิถุนายน) มีความผันผวนสูงมาก โดยเปิดตลาดปลายปี 2568 ที่ราว 64,850 บาท พุ่งขึ้นไปทำราคาสูงสุดของปีในช่วงต้นปีที่ระดับ 81,850 - 81,950 บาท ก่อนจะปรับตัวลดลงมาปิดสิ้นเดือน มิถุนายน 2569 บริเวณ 64,050 บาท

มกราคม	69,917	▲ +9,250
กุมภาพันธ์	74,413	▲ +3,400
มีนาคม	74,471	▼ -6,400
เมษายน	72,219	▲ +250
พฤษภาคม	70,606	▼ -1,450
มิถุนายน	66,071	▼ -6,700

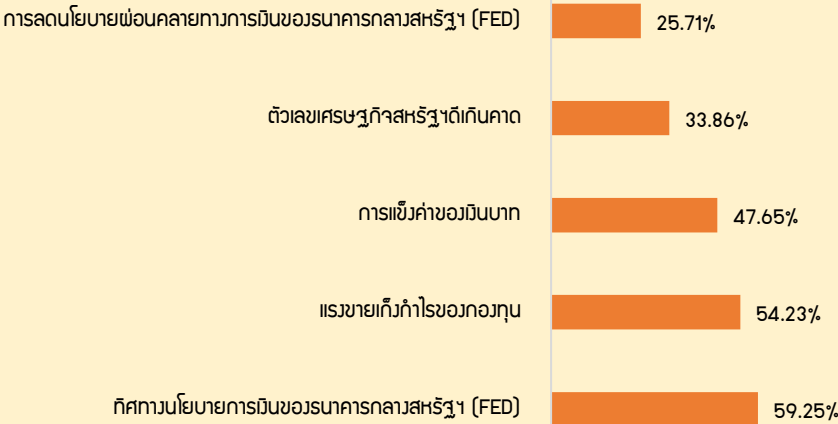
หมายเหตุ: *ราคาทองคำแท่ง 96.5% ในไทย ครึ่งปีแรก (ม.ค.-มิ.ย. 69) ที่มา: สมาคมค้าทองคำ

ข้อมูลอุตสาหกรรม

ปัจจัยเชิงบวกต่อราคากองคำในไตรมาส 3/2569



ปัจจัยเชิงลบต่อราคากองคำในไตรมาส 3/2569



ปัจจัยที่ต้องติดตาม (ที่คาดว่าจะมีผลต่อราคากองคำ)

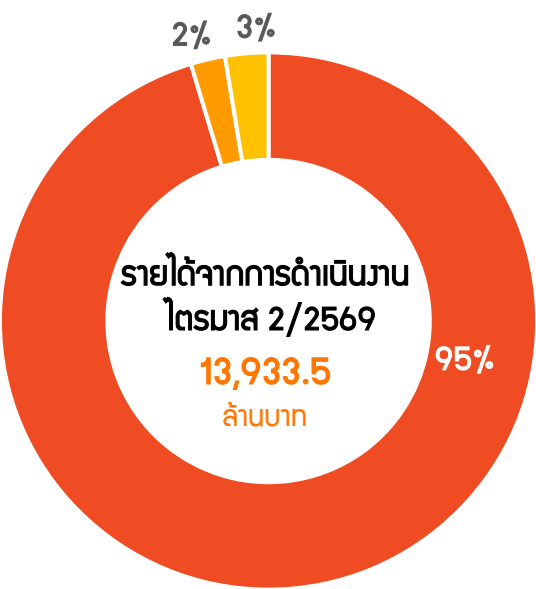
- สถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างสหรัฐและอิหร่าน ความขัดแย้งที่ทวีความรุนแรงขึ้นส่งผลให้ตลาดการเงินมีความผันผวน และเพิ่มความต้องการถือครองทองคำในฐานะสินทรัพย์ปลอดภัย อย่างไรก็ตาม ราคากองคำยังถูกกดดันจากความกังวลเรื่องเงินเฟ้อและแนวโน้มการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยของสหรัฐ
- การประชุมธนาคารกลางสหรัฐ (FED) และทิศทางดอกเบี้ย ตลาดจับตาผลการประชุมคณะกรรมการนโยบายการเงินของธนาคารกลางสหรัฐ (FOMC) อย่างใกล้ชิด เนื่องจากหาก Fed คงอัตราดอกเบี้ยในระดับสูงหรือส่งสัญญาณปรับขึ้นดอกเบี้ยเพิ่มเติม จะทำให้ค่าเงินดอลลาร์และอัตราผลตอบแทนพันธบัตรปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยกดดันราคากองคำ
- ทิศทางค่าเงินดอลลาร์และอัตราผลตอบแทนพันธบัตรรัฐบาลสหรัฐ ค่าเงินดอลลาร์และผลตอบแทนพันธบัตรเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อราคากองคำ โดยเมื่อดอลลาร์แข็งค่าและผลตอบแทนพันธบัตรสูงขึ้น นักลงทุนจะมีต้นทุนค่าเสียโอกาสในการถือครองทองคำมากขึ้น ส่งผลให้ความต้องการลงทุนในทองคำลดลงและราคากองคำมีแนวโน้มอ่อนตัวลง

ที่มา: สมาคมทองคำ, รายงานศูนย์วิจัยทองคำ ประจำเดือน กรกฎาคม 2569 และไตรมาสที่ 3 ของปี 2569

ผลการดำเนินงานในไตรมาส 2/2569

ภาพรวมผลการดำเนินงาน	Q2/68	Q1/69	Q2/69	เปลี่ยนแปลง +/-		1H/68	1H/69	เปลี่ยนแปลง +/-
(หน่วย: ล้านบาท)				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากการดำเนินงาน	8,827.3	15,767.8	13,933.5	57.9%	-11.6%	17,690.4	29,701.3	67.9%
ต้นทุนขาย	7,703.4	14,151.7	12,898.5	67.4%	-8.9%	15,483.7	27,050.2	74.7%
กำไรขั้นต้น	1,123.9	1,616.1	1,035.0	-7.9%	-36.0%	2,206.7	2,651.1	20.1%
รายได้อื่น	25.2	18.1	15.8	-37.3%	-12.7%	37.7	33.9	-10.1%
ค่าใช้จ่ายในการขาย	431.7	472.2	458.1	6.1%	-3.0%	814.2	930.3	14.3%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	86.8	107.2	100.6	15.9%	-6.2%	170.7	207.8	21.7%
ต้นทุนทางการเงิน	164.4	176.6	209.7	27.6%	18.7%	271.5	386.3	42.3%
กำไรก่อนภาษีเงินได้	452.9	873.0	288.6	-36.3%	-66.9%	954.0	1,161.6	21.8%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	90.4	172.9	60.2	-33.4%	-65.2%	193.1	233.1	20.7%
กำไรสุทธิ	362.5	700.1	228.4	-37.0%	-67.4%	760.9	928.5	22.0%

โครงสร้างรายได้จากการดำเนินงาน



95% รายได้จากการขายสินค้า Modern Gold

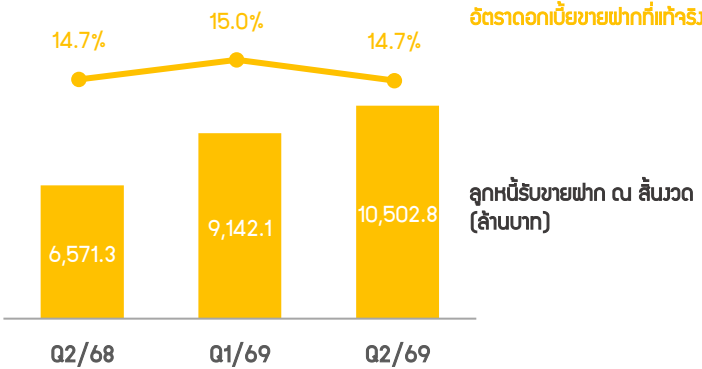
ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับทองรูปพรรณที่มีส่วนประกอบของทองคำบริสุทธิ์ร้อยละ 96.5 เช่น สร้อยคอ แหวน สร้อยข้อมือ ต่างหู เป็นต้น

2% รายได้จากการขายเครื่องประดับเพชร และ Design Gold

- ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเพชร ได้แก่ แหวน ต่างหู สร้อยข้อมือ จี้พร้อมสร้อยคอ เป็นต้น
- ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับทองรูปพรรณที่มีส่วนประกอบของทองคำบริสุทธิ์ร้อยละ 40.0 ถึงร้อยละ 99.99 (ไม่รวมทองคำบริสุทธิ์ร้อยละ 96.5) ในประเภท 1) พระเครื่องและเครื่องราง 2) สินค้าเสริมสิริมงคล 3) เครื่องประดับ และ 4) ของขวัญ

3% รายได้ดอกเบี้ยรับ (กองมาวินไป)

ดอกเบี้ยรับจากธุรกิจขายฝากทอง

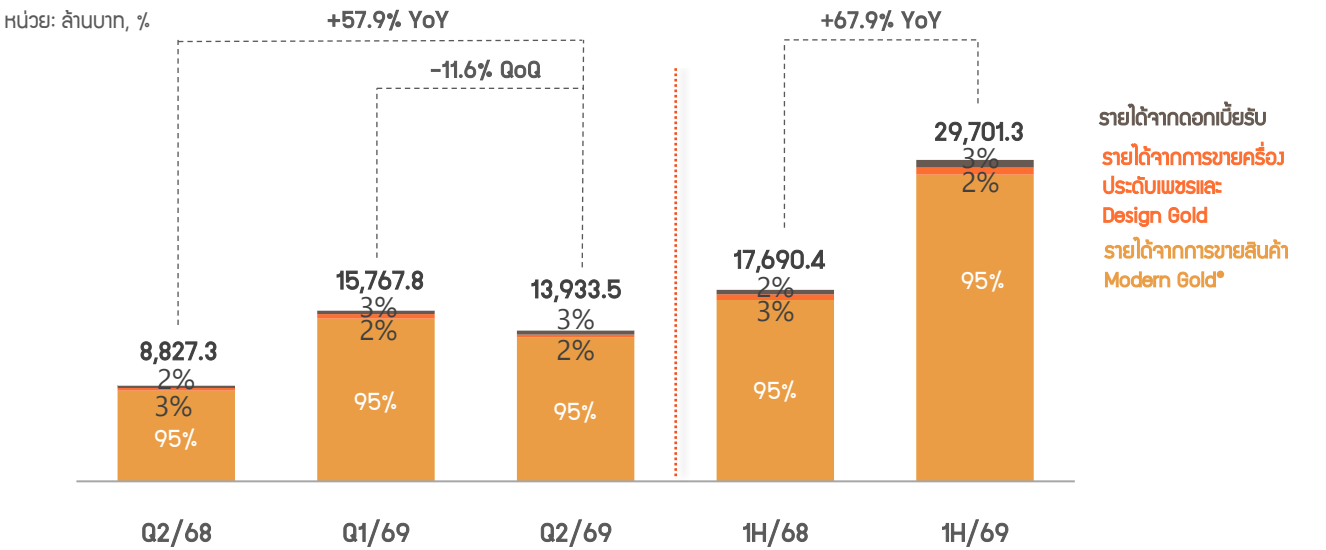


ภาพรวมธุรกิจรายประเภท

โครงสร้างรายได้	Q2/68	Q1/69	Q2/69	เปลี่ยนแปลง +/-		1H/68	1H/69	เปลี่ยนแปลง +/-
(หน่วย: ล้านบาท)				%YoY	%QoQ			
รายได้จากสินค้า Modern Gold	8,377.5	15,050.8	13,283.1	58.6%	-11.7%	16,762.1	28,333.9	69.0%
รายได้จากสินค้าเครื่องประดับเพชร และ Design Gold	233.1	391.1	288.6	23.8%	-26.2%	534.0	679.7	27.3%
รวมรายได้จากการขาย	8,610.6	15,441.9	13,571.7	57.6%	-12.1%	17,296.1	29,013.6	67.8%
รายได้ดอกลบเลี้ยงรับ	216.7	325.9	361.8	67.0%	11.0%	394.4	687.8	74.4%
รวมรายได้จากการดำเนินงาน	8,827.3	15,767.8	13,933.5	57.9%	-11.6%	17,690.4	29,701.3	67.9%
รายได้อื่น	25.2	18.1	15.8	-37.3%	-12.7%	37.7	33.9	-10.1%
รวมรายได้	8,851.5	15,785.9	13,949.3	57.6%	-11.6%	17,728.1	29,735.3	67.7%

รายได้แบ่งตามช่องทางการขาย	Q2/68	Q1/69	Q2/69	เปลี่ยนแปลง +/-		1H/68	1H/69	เปลี่ยนแปลง +/-
(หน่วย: ล้านบาท)				%YoY	%QoQ			%YoY
ช่องทางออนไลน์	698.7	662.6	439.5	-37.1%	-33.7%	1,120.0	1,102.1	-1.6%
ช่องทางออฟไลน์	7,911.9	14,779.3	13,132.2	66.0%	-11.1%	16,176.1	27,911.5	72.6%
รวม	8,610.6	15,441.9	13,571.7	57.6%	-12.1%	17,296.1	29,013.6	67.8%

1. รายได้จากการดำเนินงาน



หมายเหตุ: *รายได้จากการขายสินค้า Modern Gold ประกอบด้วย 1.รายได้จากยอดขายของสาขา 2. รายได้จากการขายทองคำแท่งเพื่อปิดสถานะการรับซื้อสุกและมีการส่งมอบแล้ว

YoY Q2/69 vs Q2/68

ไตรมาส 2/2569 บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงาน 13,933.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5,106.2 ล้านบาท หรือร้อยละ 57.9 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) โดยการเติบโตดังกล่าวมีปัจจัยสนับสนุนจากการจำหน่ายสินค้าในกลุ่มธุรกิจ Modern Gold ซึ่งทางบริษัทฯ ได้ปรับกลยุทธ์ทางการตลาดและผลิตสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น รวมถึงการเติบโตของธุรกิจขายฝาก (Gold Financing) ซึ่งมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขยายฐานลูกค้าขายฝากที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง เป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของสาขาไตรมาส 2/2569 เป็นจำนวน 667 สาขา เพิ่มขึ้น 120 สาขา เทียบจากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน (YoY)

QoQ Q2/69 vs Q1/69

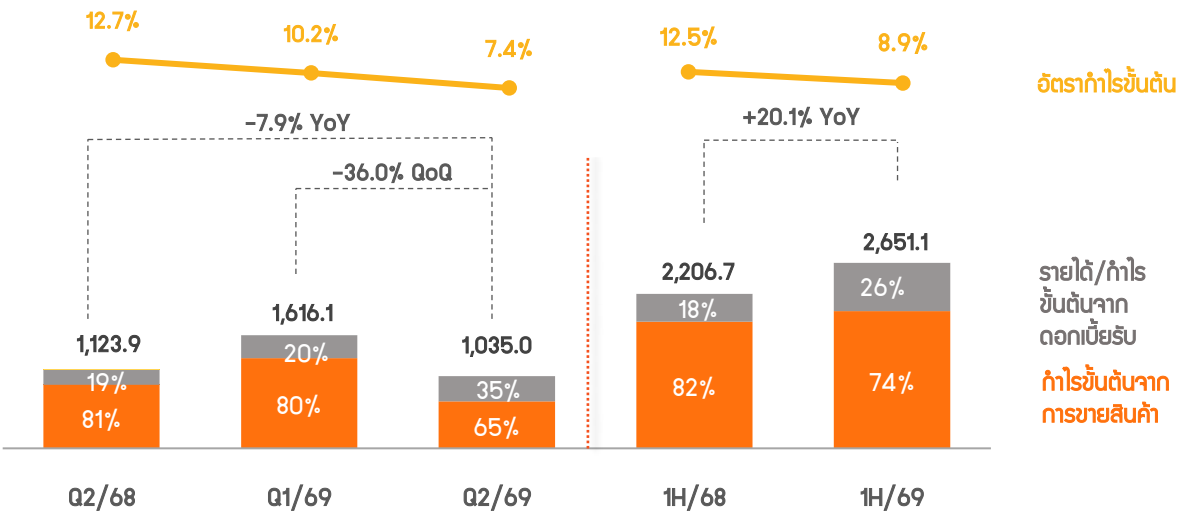
ไตรมาส 2/2569 บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงาน 13,933.5 ล้านบาท ลดลง 1,834.3 ล้านบาท หรือร้อยละ 11.6 จากไตรมาสก่อนหน้า เนื่องจากไตรมาสที่ 2 ถือเป็นช่วง Low Season ของกลุ่มธุรกิจ Modern Gold และ High Margin Product แต่อย่างไรก็ตาม รายได้จากธุรกิจขายฝาก (Gold Financing) เติบโตต่อเนื่อง โดยจำนวนลูกหนี้ขายฝากเพิ่มขึ้นจาก 9,142.1 ล้านบาท เป็น 10,502.8 ล้านบาท หรือร้อยละ 14.9 สะท้อนถึงศักยภาพในการบริหารพอร์ตและขยายฐานลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

YTD 1H/69 vs 1H/68

ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2569 บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงาน 29,701.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนจำนวน 12,010.9 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 67.9 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) เนื่องจากการทางบริษัทฯ ได้ปรับกลยุทธ์ทางการตลาดและผลิตสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ในกลุ่มธุรกิจ Modern Gold รวมถึงการเติบโตของธุรกิจขายฝาก (Gold Financing) ซึ่งมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขยายฐานลูกค้าขายฝากที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้เห็นถึงศักยภาพการขยายตลาดอย่างมีประสิทธิภาพและเติบโตอย่างยั่งยืน

2. กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY Q2/69 vs Q2/68

กำไรขั้นต้น: ไตรมาส 2/2569 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 1,035.0 ล้านบาท ลดลงจำนวน 88.9 ล้านบาท หรือร้อยละ 7.9 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) โดยในช่วงสิ้นสุดไตรมาส 2/2569 มีการย่อตัวของราคากองค้า ส่งผลให้มีการรับรู้ผลกระทบทางบัญชีจากการประเมินมูลค่าสินค้าคงเหลือ ตามหลักการวัดมูลค่าที่ราคาทุนหรือมูลค่าสุทธิที่จะได้รับ (Net Realizable Value: NRV)

อัตรากำไรขั้นต้น อยู่ที่ร้อยละ 7.4 ลดลงจากไตรมาส 2/2568 ที่มีอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 12.7

QoQ Q2/69 vs Q1/69

กำไรขั้นต้น: ไตรมาส 2/2569 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 1,035.0 ล้านบาท ลดลงจำนวน 581.1 ล้านบาท หรือร้อยละ 36.0 จากไตรมาสก่อนหน้า โดยมีสาเหตุหลักมาจากการตีมูลค่าเพื่อมูลค่าสินค้าคงเหลือ ณ สิ้นงวด และยอดขายในกลุ่มสินค้า Modern Gold และสินค้า High Margin ที่อยู่ในช่วง Low season ของธุรกิจในช่วงไตรมาส

อัตรากำไรขั้นต้น อยู่ที่ร้อยละ 7.4 ลดลงจากไตรมาส 1/2569 ที่มีอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 10.2

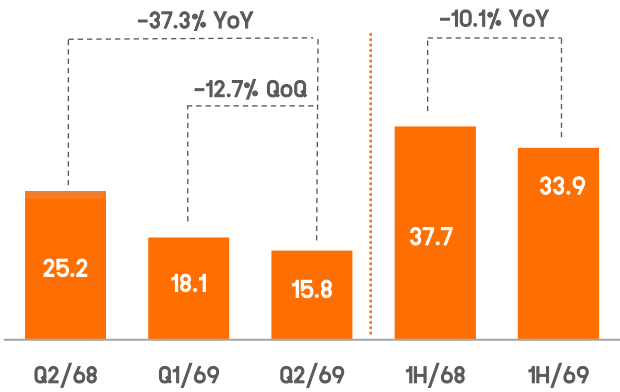
YTD 1H/69 vs 1H/68

กำไรขั้นต้น: ช่วง 6 เดือนแรก ปี 2569 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 2,651.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 444.4 ล้านบาท หรือร้อยละ 20.1 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) เป็นผลมาจากการเติบโตของธุรกิจ Modern Gold และธุรกิจขายฝาก (Gold Financing) ส่งผลให้ความสามารถในการทำกำไรขั้นต้นเติบโตอย่างต่อเนื่อง

อัตรากำไรขั้นต้น อยู่ที่ร้อยละ 8.9 ลดลงจากช่วงครึ่งแรกปี 2568 ที่มีอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 12.5

3. รายได้อื่น

หน่วย: ล้านบาท, %



หมายเหตุ: รายได้อื่นๆ ประกอบด้วย รายได้ค่าบริการหน้าสาขาและลูกค้า B2B (เช่น ค่าอะไหล่ และค่าดำเนินการออกบัตรรับทอง) และรายได้ค่าสมัครสมาชิก เป็นหลัก

YoY Q2/69 vs Q2/68

ในไตรมาส 2/2569 บริษัทฯ มีรายได้อื่นจำนวน 15.8 ล้านบาท ลดลงจำนวน 9.4 ล้านบาท (หรือร้อยละ 37.3) จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจากการในงวดเดียวกันของปีก่อน บริษัทฯ มีการรับรู้รายได้รายการพิเศษแบบครั้งเดียว (One-time item) จำนวน 12.7 ล้านบาท ส่งผลให้ฐานรายได้อื่นในไตรมาส 2/2568 สูงกว่าปกติ

QoQ Q2/69 vs Q1/69

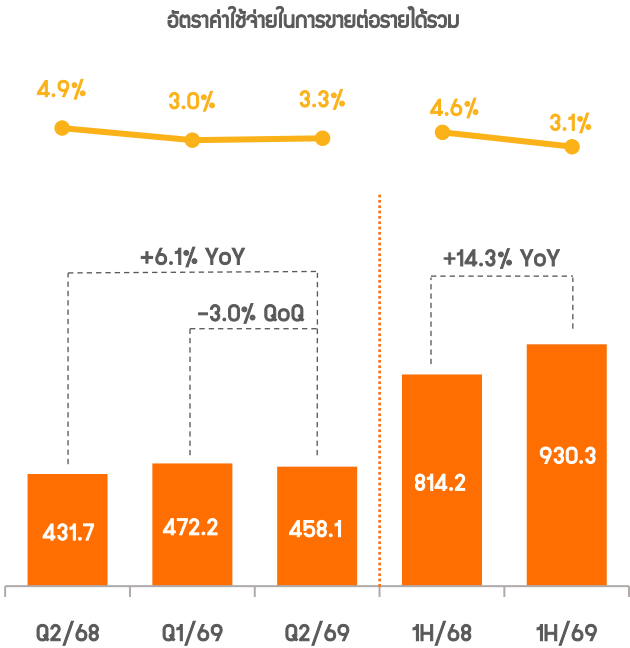
ในไตรมาส 2/2569 บริษัทฯ มีรายได้อื่นจำนวน 15.8 ล้านบาท ลดลงจำนวน 2.3 ล้านบาท (หรือร้อยละ 12.7) จากไตรมาสก่อนหน้า

YTD 1H/69 vs 1H/68

งวด 6 เดือนแรก ปี 2569 บริษัทฯ มีรายได้อื่นจำนวน 33.9 ล้านบาท ลดลงจำนวน 3.8 ล้านบาท (หรือร้อยละ 10.1) เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY)

4. ค่าใช้จ่ายในการขาย

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY Q2/69 vs Q2/68

ในไตรมาส 2/2569 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายจำนวน 458.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 26.4 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 6.1 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) โดยการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขายสอดคล้องกับสัดส่วนรายได้ที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ยังคงสามารถบริหารจัดการค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยอัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้รวมในไตรมาส 2/2569 ลดลงมาอยู่ที่ร้อยละ 3.3 จากร้อยละ 4.9 ในไตรมาส 2/2568

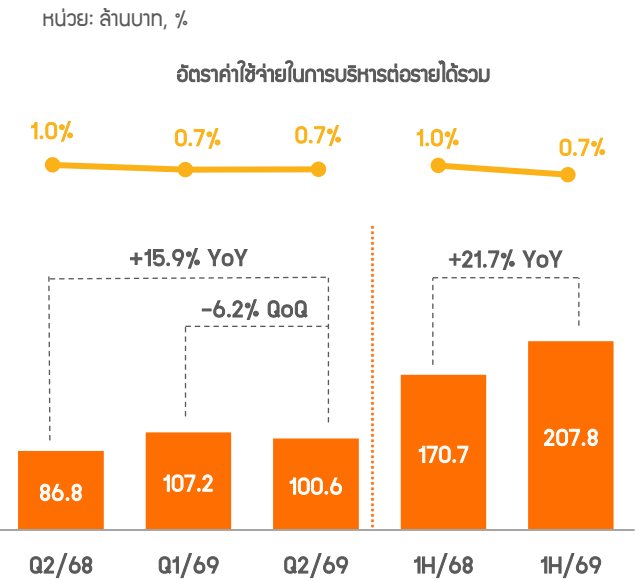
QoQ Q2/69 vs Q1/69

ในไตรมาส 2/2569 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายจำนวน 458.1 ล้านบาท ลดลงจำนวน 14.1 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.0 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า โดยมีสาเหตุมาจากการลดลงของค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย

YTD 1H/69 vs 1H/68

ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2569 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายอยู่ที่ 930.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 116.1 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 14.3 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) สาเหตุหลักมาจากการขยายสาขา ซึ่งส่งผลให้ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร การส่งเสริมการขาย และค่าเช่าพื้นที่เพิ่มขึ้น แต่บริษัทฯ ยังคงควบคุมค่าใช้จ่ายในการขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้รวมใน 6 เดือนแรกของปี 2569 ปรับตัวลดลงมาอยู่ที่ร้อยละ 3.1 จากร้อยละ 4.6 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

5. ค่าใช้จ่ายในการบริหาร



YoY Q2/69 vs Q2/68

ไตรมาส 2/2569 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 100.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 13.8 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 15.9 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) เนื่องจากการเพิ่มจำนวนของพนักงานเพื่อรองรับการเติบโตตามแผนการขยายธุรกิจของบริษัทฯ

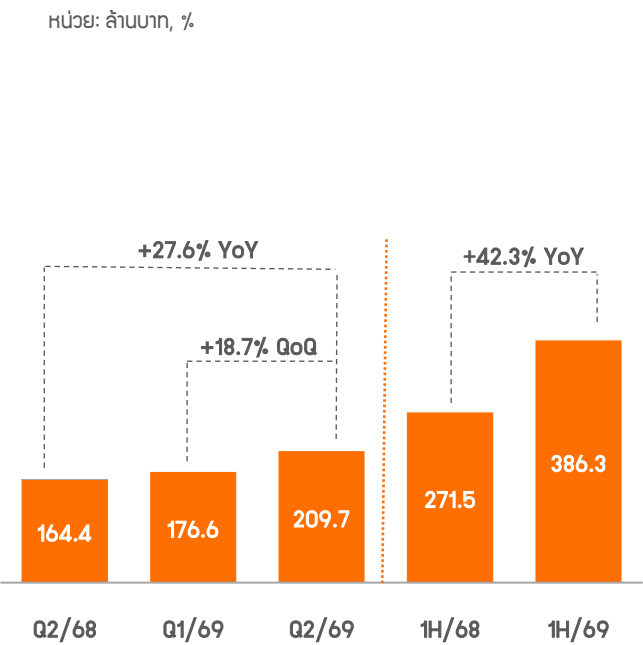
QoQ Q2/69 vs Q1/69

ไตรมาส 2/2569 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 100.6 ล้านบาท ลดลงจำนวน 6.6 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 6.2 จากไตรมาสก่อนหน้า

YTD 1H/69 vs 1H/68

ช่วง 6 เดือนแรก ปี 2569 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหาร 207.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 37.1 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 21.7 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) เนื่องจากปริมาณพนักงานที่เพิ่มขึ้นตามการขยายตัวของธุรกิจ ทั้งนี้อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวมปรับตัวดีขึ้นเป็นร้อยละ 0.7 จากร้อยละ 1.0 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากการบริหารจัดการ สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายในการบริหารให้สอดคล้องกับแผนการเติบโตของธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6. ต้นทุนทางการเงิน



YoY Q2/69 vs Q2/68

ไตรมาส 2/2569 บริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินอยู่ที่ 209.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 45.3 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 27.6 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) โดยมีปัจจัยหลักมาจากการได้รับการสนับสนุนวงเงินสินเชื่อที่เพิ่มขึ้นจากสถาบันการเงิน เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

QoQ Q2/69 vs Q1/69

ไตรมาส 2/2569 บริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินอยู่ที่ 209.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 33.1 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 18.7 จากไตรมาสก่อนหน้า โดยเป็นผลมาจากการได้รับการสนับสนุนวงเงินสินเชื่อที่ระยะสั้นและระยะยาวจากกลุ่มสถาบันการเงิน ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจตามแผนการขยายธุรกิจของบริษัทฯ

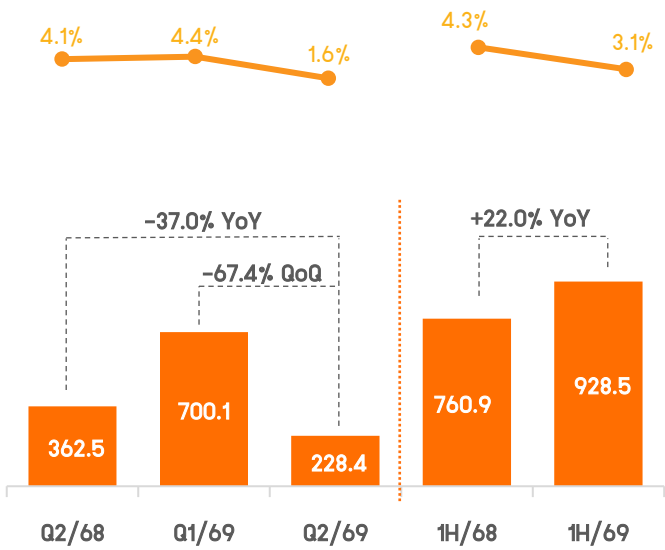
YTD 1H/69 vs 1H/68

ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2569 บริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินรวมทั้งสิ้น 386.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 114.8 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 42.3 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) สาเหตุหลักมาจากการได้รับการสนับสนุนวงเงินสินเชื่อเพิ่มเติมจากกลุ่มสถาบันการเงิน เพื่อเสริมสภาพคล่อง รองรับแผนการขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านการขยายสาขา และการขยายฐานลูกค้าของธุรกิจขายฝาก (Gold Financing)

7. กำไรสุทธิ และอัตรากำไรสุทธิ

หน่วย: ล้านบาท, %

อัตรากำไรสุทธิ



YoY Q2/69 vs Q2/68

กำไรสุทธิ: ในไตรมาส 2/2569 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 228.4 ล้านบาท ลดลง 134.1 ล้านบาท หรือร้อยละ 37.0 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) สาเหตุหลักเกิดจากการไถ่ถอนที่ลดลงตามการตีค่าเพื่อมูลค่าสินค้าคงเหลือ ซึ่งส่งผลกระทบต่อกำไรสุทธิของบริษัทฯ

อัตรากำไรสุทธิ: อัตรากำไรสุทธิไตรมาส 2/2569 อยู่ที่ร้อยละ 1.6 ลดลงจากร้อยละ 4.1 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน แต่ปรับจากการไถ่ถอนที่ลดลง

QoQ Q2/69 vs Q1/69

กำไรสุทธิ: ในไตรมาส 2/2569 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิจำนวน 228.4 ล้านบาท ลดลงจำนวน 471.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 67.4 จากไตรมาสก่อนหน้า โดยมีปัจจัยมาจากการตีค่าเพื่อมูลค่าสินค้าคงเหลือ ณ สิ้นงวด และยอดขายในกลุ่มสินค้า Modern Gold และ High Margin Product ที่อยู่ในช่วง Low season ของธุรกิจในช่วงไตรมาสนี้ อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ยังมีรายได้จากดอกเบี้ยรับที่เพิ่มขึ้นจากการเติบโตของลูกหนี้ขายฝาก

อัตรากำไรสุทธิ: อัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ร้อยละ 1.6 ลดลงจากร้อยละ 4.4 ในไตรมาส 1/2569 แต่ปรับจากการไถ่ถอนที่ลดลง

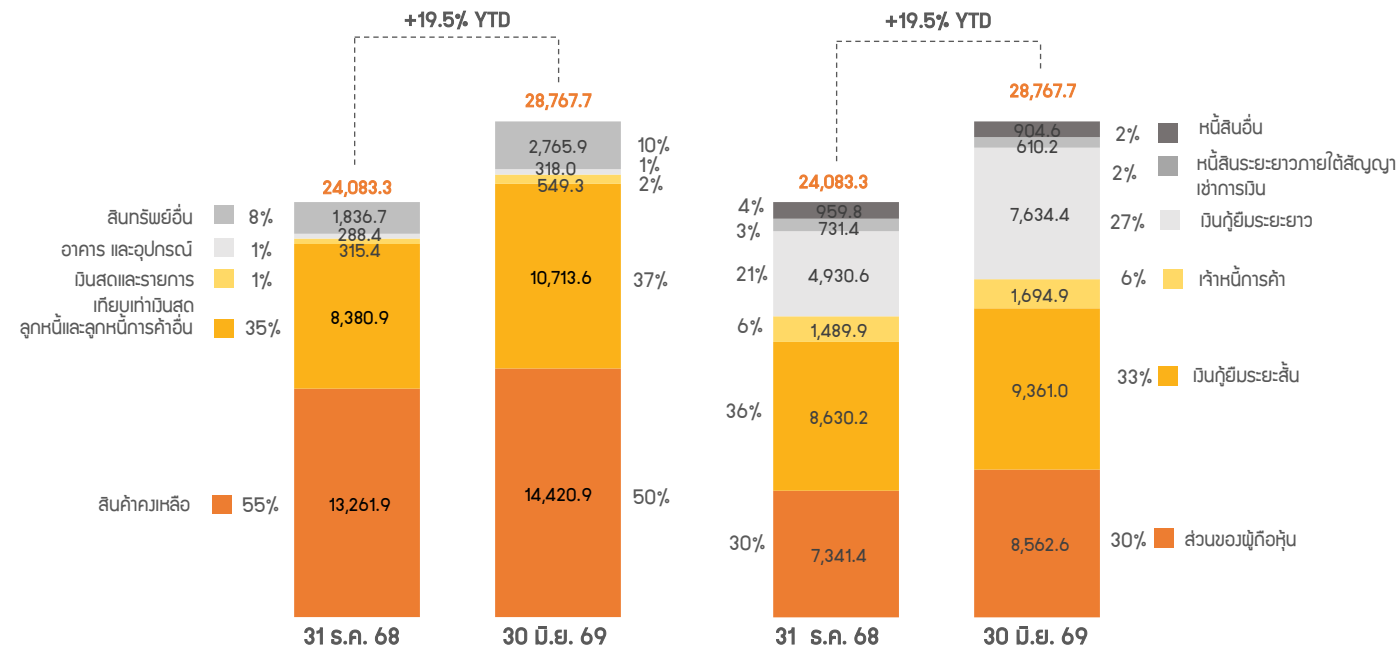
YTD 1H/69 vs 1H/68

กำไรสุทธิ: ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2569 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 928.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 167.6 ล้านบาท หรือร้อยละ 22.0 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) โดยมีปัจจัยหลักมาจากการเติบโตของธุรกิจ Modern Gold และธุรกิจขายฝาก (Gold Financing) รวมถึงทางบริษัทฯ สามารถบริหารจัดการค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพตามแผนธุรกิจของบริษัทฯ

อัตรากำไรสุทธิ: อัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ร้อยละ 3.1 ลดลงจากร้อยละ 4.3 จากงวด 6 เดือนแรก ปี 2568

งบฐานะการเงิน

หน่วย: ล้านบาท



สินทรัพย์

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม 28,767.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4,684.4 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 19.5 จากวันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญดังนี้:

- **ลูกหนี้และลูกหนี้การค้า:** เพิ่มขึ้น 2,332.7 ล้านบาท จากการเติบโตของลูกหนี้ขายฝากเป็นหลัก
- **สินทรัพย์หมุนเวียน:** เพิ่มขึ้น 1,159.0 ล้านบาท ตามแผนการขยายธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อรองรับกลยุทธ์ทางการตลาดที่ปรับเปลี่ยนทิศทางให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น

หนี้สิน

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มีหนี้สินรวม 20,205.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3,463.2 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 20.7 จากวันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญดังนี้:

- **เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน:** เพิ่มขึ้น 730.8 ล้านบาท จากการได้วงเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินที่เพิ่มขึ้นเพื่อใช้ในการลงทุนในสินทรัพย์หมุนเวียนเพื่อรองรับการขยายสาขา และการขยายฐานลูกค้าขายฝาก
- **เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น:** เพิ่มขึ้น 205.0 ล้านบาท เนื่องจากบริษัทฯ เพิ่มปริมาณการสั่งซื้อสินค้าจากเจ้าหนี้การค้า เพื่อรองรับกลยุทธ์ทางการตลาด ตามแผนธุรกิจของบริษัทฯ ส่งผลให้ยอดคงค้างเจ้าหนี้ปรับตัวสูงขึ้นตามรอบการจัดซื้อที่เพิ่มขึ้น
- **เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินและหุ้นกู้ระยะยาว:** เพิ่มขึ้น 2,703.8 ล้านบาท จากการได้รับวงเงินสนับสนุนเพิ่มเติมจากกลุ่มสถาบันการเงินเพิ่มเพื่อมาขยายสาขาและลูกค้าขายฝากตามแผนการขยายธุรกิจของบริษัทฯ

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวมจำนวน 8,562.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 1,221.2 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 16.6 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของกำไรจากการดำเนินงานของบริษัทฯ และการออกหุ้นกู้ด้วยสิทธิที่มีลักษณะคล้ายหุ้น จำนวน 1,030.0 ล้านบาท

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

อัตราส่วนเงินกုณหมุนเวียน

หน่วย: เท่า



Q2/68 Q1/69 Q2/69

อัตราส่วนเงินกูณหมุนเวียนเร็ว

หน่วย: เท่า



Q2/68 Q1/69 Q2/69

วจรเงินสด

หน่วย: วัน



Q2/68 Q1/69 Q2/69

อัตราส่วนหนี้สินต่อผู้ถือหุ้น (D/E Ratio)

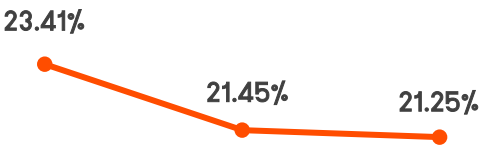
หน่วย: เท่า



Q2/68 Q1/69 Q2/69

อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE)

หน่วย: %



Q2/68 Q1/69 Q2/69

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)

หน่วย: %



Q2/68 Q1/69 Q2/69

An illustration showing two solar panels mounted on stands, a bright sun in the upper left corner, and a green and white bus with a leaf symbol on its side, representing sustainable energy and transportation.

Utilizing solar panels for clean energy and company shuttle buses to reduce pollution.



Designing recyclable products and replacing single-use plastics with reusable utensils in cafeterias.



Hiring local caterers for income distribution and providing funds for flood relief.



Conducting comprehensive training to ensure human rights understanding across all employee levels.

Disclosing accurate information and allowing for rigorous public and stakeholder scrutiny.



Maximizing limited resources while maintaining strict adherence to all legal regulations.