



คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ (MD&A)

บริษัท เคซีจี คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

สำหรับไตรมาส 2 สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569

ภาพรวมธุรกิจ

- ✚ บริษัท เคซีจี คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ("บริษัทฯ" หรือ "KCG") ประกอบธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อการบริโภค ครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการวิจัยและพัฒนาเพื่อคิดค้นสูตรการผลิต การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การจัดจำหน่าย และการขนส่งผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ให้แก่ลูกค้าในประเทศ รวมถึงการส่งออกผลิตภัณฑ์ไปยังต่างประเทศ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเป็นผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ชั้นนำจากต่างประเทศเข้ามาจัดจำหน่ายในประเทศไทย โดยผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ สามารถจำแนกออกเป็น 3 กลุ่มผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่
 - (1) ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากนม (Dairy Products) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์เนย (Butter) และเนยแข็ง (Cheese) และผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่แปรรูปมาจากนม
 - (2) ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาหารและเบเกอรี่และผลิตภัณฑ์อื่นๆ (Food and Bakery Ingredients: FBI) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ส่วนผสมของอาหาร (Food Ingredients) ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปพร้อมบริโภค และผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง ผลิตภัณฑ์ประกอบการทำเบเกอรี่ สารเสริมคุณภาพอาหารต่างๆ ผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้เข้มข้น รวมถึงอุปกรณ์ในการทำเบเกอรี่ และอุปกรณ์ประกอบอาหาร
 - (3) ผลิตภัณฑ์บิสกิต (Biscuits) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์คุกกี้ แครกเกอร์ และเวเฟอร์
- ✚ บริษัทฯ เป็นผู้นำตลาดในกลุ่มสินค้าทั้งประเภทเนยและชีส โดยมีส่วนแบ่งตลาดอันดับ 1 สำหรับผลิตภัณฑ์เนยและสเปรด (Butter and Spreads) อยู่ที่ 46.5% และมีส่วนแบ่งตลาดอันดับ 1 สำหรับผลิตภัณฑ์ชีส (Cheese) อยู่ที่ 38.9% รวมถึงมีส่วนแบ่งตลาดอันดับ 4 อยู่ที่ 6.1% สำหรับผลิตภัณฑ์บิสกิตหวาน (Sweet Biscuits) โดยสินค้าอยู่ภายใต้ตราสินค้าต่างๆ ของบริษัทฯ เช่น "Allowrie" "Imperial" "DAIRYGOLD" "Violet" "Premio" และ "SUNQUICK" เป็นต้น
- ✚ บริษัทฯ เข้าจดทะเบียนและเริ่มซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ ในกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร หมวดอาหารและเครื่องดื่ม โดยใช้ชื่อย่อในการซื้อขายหลักทรัพย์ว่า "KCG" เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2566

สรุปผลการดำเนินงานไตรมาส 2/2569 และ 6M/2569

ผลการดำเนินงาน (หน่วย: ล้านบาท, %)	ไตรมาส 2/2568	ไตรมาส 1/2569	ไตรมาส 2/2569	เปลี่ยนแปลง		6M/2568	6M/2569	เปลี่ยนแปลง
				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากการขาย	1,896.2	2,187.8	1,902.1	+0.3%	-13.1%	3,932.7	4,089.9	+4.0%
รายได้อื่น	5.4	16.9	14.7	+170.7%	-12.7%	10.9	31.6	+189.8%
รายได้รวม	1,901.6	2,204.7	1,916.8	+0.8%	-13.1%	3,943.6	4,121.6	+4.5%
ต้นทุนขาย	1,318.0	1,503.9	1,315.6	-0.2%	-12.5%	2,721.9	2,819.4	+3.6%
กำไรขั้นต้น	578.2	684.0	586.5	+1.4%	-14.3%	1,210.8	1,270.5	+4.9%
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	298.7	356.1	324.4	+8.6%	-8.9%	620.3	680.5	+9.7%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	150.6	145.5	123.4	-18.1%	-15.2%	300.9	268.9	-10.6%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	449.3	501.7	447.8	-0.3%	-10.8%	921.2	949.4	+3.1%
ต้นทุนทางการเงิน	10.6	6.6	5.6	-47.3%	-14.4%	22.4	12.2	-45.8%
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	123.7	192.6	147.9	+19.5%	-23.2%	278.1	340.5	+22.4%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	24.8	38.1	25.6	+3.6%	-32.6%	57.0	63.7	+11.8%
กำไรสุทธิ	99.0	154.6	122.2	+23.5%	-20.9%	221.1	276.8	+25.2%
EBITDA	191.6	264.1	217.5	+13.5%	-17.7%	413.8	481.5	+16.4%
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	30.5%	31.3%	30.8%	+0.3%	-0.4%	30.8%	31.1%	+0.3%
อัตรากำไรขั้นต้นในการขายและบริหาร (%)	23.7%	22.9%	23.5%	-0.2%	+0.6%	23.4%	23.2%	-0.2%
อัตรากำไรสุทธิ (%)	5.2%	7.0%	6.4%	+1.2%	-0.6%	5.6%	6.7%	+1.1%
อัตรา EBITDA (%)	10.1%	12.0%	11.3%	+1.3%	-0.6%	10.5%	11.7%	+1.2%

ไตรมาส 2/2569 vs ไตรมาส 2/2568 (YoY)

✦ ในไตรมาส 2/2569 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 122.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 23.5% YoY โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

- ✦ รายได้จากการขายเพิ่มขึ้นเล็กน้อย 0.3% YoY โดยภาวะตลาดโดยรวมค่อนข้างชะลอตัว เนื่องจากผลกระทบของสถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลาง ซึ่งส่งผลต่อภาวะเศรษฐกิจ กำลังซื้อ และความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ประกอบกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่ชะลอตัว ส่งผลให้การบริโภคโดยรวมลดลง โดยยอดขายกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ทำจากนม (Dairy Products) ยังคงเติบโตได้ค่อนข้างดี แต่ยอดขายกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการประกอบอาหารและเบเกอรี่ (FBI) และบิสกิตลดลง เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ทั้งนี้ ช่องทางการขายให้ผู้ประกอบการ (B2B) และช่องทางการขายให้ผู้บริโภค (B2C) ขยายตัวได้เล็กน้อย ในขณะที่ยอดขายกลุ่มโรงแรมในช่องทาง B2B และกลุ่ม Modern Trade ในช่องทาง B2C รวมถึงยอดขายการส่งออกลดลง
- ✦ อัตราค่าไถ่ขึ้นต้นเพิ่มขึ้น 0.3% YoY เนื่องจาก (1) ราคาต้นทุนวัตถุดิบเฉลี่ยปรับตัวลดลง (2) ประสิทธิภาพการผลิตดีขึ้นจากการปรับปรุงการผลิตอย่างต่อเนื่อง และ (3) การบริหารจัดการต้นทุนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ
- ✦ ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (SG&A) ลดลง 0.3% YoY ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับยอดขายที่ค่อนข้างทรงตัว โดยมีค่าใช้จ่ายที่ลดลงจาก (1) ค่าใช้จ่ายพนักงาน และ (2) ค่าใช้จ่ายในการจ้างบริการและอื่นๆ ซึ่งช่วยชดเชยค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นจาก (1) ค่าโฆษณาและส่งเสริมการขาย (2) ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้า (3) ค่าสาธารณูปโภค และ (4) ค่าเสื่อมราคา โดยอัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อยอดขายในไตรมาส 2/2569 เท่ากับ 23.5% ลดลงจาก 23.7% ในไตรมาส 2/2568 เนื่องจากการปรับปรุงการทำงานอย่างต่อเนื่อง และการบริหารค่าใช้จ่ายที่มีประสิทธิภาพ
- ✦ ต้นทุนทางการเงินลดลง 47.3% YoY จากการระงับเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินและอัตราดอกเบี้ยที่ปรับลดลง โดยภาระเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน ณ สิ้นไตรมาส 2/2569 เท่ากับ 758.7 ล้านบาท ลดลง 706.0 ล้านบาท หรือ 48.2% YoY จาก 1,464.8 ล้านบาท ณ สิ้นไตรมาส 2/2568
- ✦ ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้เพิ่มขึ้น 3.6% YoY จากกำไรก่อนภาษีที่เพิ่มขึ้น โดยมีอัตราค่าใช้จ่ายภาษีต่อกำไรก่อนภาษี เท่ากับ 17.3% ลดลงจาก 20.0% ในไตรมาส 2/2568 เนื่องจากได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีจากการลงทุนในเครื่องจักรระบบ Automation
- ✦ จากผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่งและมีเสถียรภาพ ประกอบกับนโยบายการบริหารเงินทุน (Capital Management) ของบริษัทฯ ที่มุ่งสร้างผลตอบแทนที่เหมาะสมแก่ผู้ถือหุ้น คณะกรรมการบริษัทจึงมีมติอนุมัติให้จ่ายเงินปันผลระหว่างกาลเป็นครั้งแรก ในอัตราส่วน 0.17 บาท คิดเป็นอัตราส่วนการจ่ายเงินปันผล (Dividend Payout Ratio) เท่ากับ 33.5% ของกำไรสุทธิงวด 6 เดือน ปี 2569 จากที่มีการจ่ายเงินปันผลประจำปีอย่างต่อเนื่อง นับจากเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ ในปี 2566

ไตรมาส 2/2569 vs ไตรมาส 1/2569 (QoQ)

✦ ในไตรมาส 2/2569 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 122.2 ล้านบาท ลดลง 20.9% QoQ โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

- ✦ รายได้จากการขายลดลง 13.1% QoQ ซึ่งเป็นการลดลงตามฤดูกาล โดยในไตรมาส 2 จะเป็นช่วงที่บริษัทฯ มียอดขายต่ำสุดของปี
- ✦ อัตราค่าไถ่ขึ้นต้นลดลง 0.4% QoQ เนื่องจากอัตราการใช้กำลังการผลิต (Capacity Utilization Rate) ลดลง ตามยอดขายที่ชะลอตัวตามฤดูกาล ทั้งนี้ ภาพรวมราคาค่าต้นทุนวัตถุดิบเฉลี่ยลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน
- ✦ ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (SG&A) ลดลง 10.8% QoQ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับยอดขายที่ลดลงตามฤดูกาล โดยค่าใช้จ่ายที่ลดลงมาจาก (1) ค่าใช้จ่ายพนักงาน (2) ค่าโฆษณาและส่งเสริมการขาย (3) ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้า และ (4) ค่าใช้จ่ายในการจ้างบริการและอื่นๆ โดยอัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อยอดขายในไตรมาส 2/2569 เท่ากับ 23.5% เพิ่มขึ้นจาก 22.9% ในไตรมาส 1/2569 เนื่องจากยอดขายที่ลดลง
- ✦ ต้นทุนทางการเงินลดลง 14.4% QoQ เนื่องจากอัตราดอกเบี้ยเฉลี่ยลดลง ทั้งนี้ ภาระเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน ณ สิ้นไตรมาส 2/2569 เท่ากับ 758.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 250.4 ล้านบาท หรือ 49.2% QoQ จาก 508.4 ล้านบาท ณ สิ้นไตรมาส 1/2569 เนื่องจากการจ่ายเงินปันผลสำหรับผลประกอบการประจำปี 2568 ในเดือนพฤษภาคม 2569 รวมถึงการเพิ่มระดับสินค้าคงคลังเพื่อบริหารความเสี่ยงด้านห่วงโซ่อุปทานจากความไม่แน่นอนของสถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลาง และรักษาความต่อเนื่องของการผลิตและการส่งมอบสินค้า
- ✦ ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ลดลง 32.6% QoQ จากกำไรก่อนภาษีเงินได้ที่ลดลง รวมถึงอัตราค่าใช้จ่ายภาษีต่อกำไรก่อนภาษีที่ลดลงสู่ 17.3% ในไตรมาส 2/2569 จาก 19.8% ในไตรมาส 1/2569 เนื่องจากได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีจากการลงทุนในเครื่องจักรระบบ Automation

6M/2569 vs 6M/2568 (YoY)

✦ ในรอบ 6M/2569 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 276.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 25.2% YoY โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

- ✦ รายได้จากการขายเพิ่มขึ้น 4.0% YoY จากการเติบโตของยอดขายกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ทำจากนม (Dairy Products) และบิสกิต ในขณะที่ยอดขายกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการประกอบอาหารและเบเกอรี่ (FBI) ลดลง โดยช่องทางการขายให้ผู้ประกอบการ (B2B) ช่องทางการขายให้ผู้บริโภค (B2C) เติบโตต่อเนื่อง ในขณะที่ยอดขายกลุ่มโรงแรมในช่องทาง B2B และยอดขายในช่องทางการส่งออกลดลงเล็กน้อย
- ✦ อัตราค่าไถ่ขึ้นต้นเพิ่มขึ้น 0.3% YoY เนื่องจาก (1) ราคาต้นทุนวัตถุดิบเฉลี่ยปรับตัวลดลง (2) ประสิทธิภาพการผลิตดีขึ้นจากการปรับปรุงการผลิตอย่างต่อเนื่อง และ (3) การบริหารจัดการต้นทุนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ
- ✦ ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (SG&A) เพิ่มขึ้น 3.1% YoY ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับยอดขายที่เพิ่มขึ้น โดยค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นมาจาก (1) ค่าโฆษณาและส่งเสริมการขาย (2) ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้า (3) ค่าเสื่อมราคา (4) ค่าสาธารณูปโภค และ (5) ค่าใช้จ่ายพนักงาน โดยอัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อยอดขายในรอบ 6M/2569 เท่ากับ 23.2% ลดลงจาก 23.4% ในรอบ 6M/2568 เนื่องจากยอดขายเพิ่มขึ้น การปรับปรุงการทำงานอย่างต่อเนื่อง และการบริหารค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ
- ✦ ต้นทุนทางการเงินลดลง 45.8% YoY เนื่องจากภาระเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินและอัตราดอกเบี้ยที่ปรับลดลง
- ✦ ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้เพิ่มขึ้น 11.8% YoY จากกำไรก่อนภาษีที่เพิ่มขึ้น โดยมีอัตราค่าใช้จ่ายภาษีต่อกำไรก่อนภาษี เท่ากับ 18.7% ลดลงจาก 20.5% ในช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีจากการลงทุนในเครื่องจักรระบบ Automation

เหตุการณ์สำคัญและแนวโน้มธุรกิจ

สถานการณ์ความตึงเครียดในตะวันออกกลางยังคงมีความไม่แน่นอนในระดับสูง โดยความขัดแย้งยังคงเปราะบางและมีความเสี่ยงที่จะกลับมาตึงเครียดได้เป็นระยะ อย่างไรก็ตาม คาดว่าเศรษฐกิจไทยได้ผ่านจุดต่ำสุดในช่วงไตรมาส 2/2569 และมีแนวโน้มทยอยฟื้นตัวในช่วงครึ่งหลังของปี โดยได้รับแรงสนับสนุนจากมาตรการภาครัฐ การขยายตัวของการส่งออก การลงทุนในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี และการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยว ขณะที่ราคาน้ำมันมีแนวโน้มไม่ปรับเพิ่มขึ้นรุนแรงเช่นเดียวกับในไตรมาส 2/2569 ซึ่งคาดว่าจะช่วยบรรเทาแรงกดดันต่อเศรษฐกิจและเอื้อต่อการฟื้นตัวของกำลังซื้อของผู้บริโภค แม้เศรษฐกิจยังคงเผชิญแรงกดดันจากต้นทุนพลังงานและต้นทุนการผลิตที่อยู่ในระดับสูงกว่าช่วงก่อนเกิดความขัดแย้งในตะวันออกกลาง และยังคงทยอยส่งผ่านไปยังภาคเศรษฐกิจจริง ประกอบกับภาวะการเงินที่ยังตึงตัวจากความผันผวนในตลาดการเงิน

ทั้งนี้ จากที่สหรัฐอเมริกาประกาศเก็บภาษีนำเข้าสินค้าจากประเทศไทยในอัตรา 12.5% ภายใต้มาตรา 301 ของกฎหมายการค้า (Trade Act of 1974) โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 24 กรกฎาคม 2569 บริษัทฯ ประเมินว่าจะไม่ได้รับผลกระทบโดยตรงเนื่องจากบริษัทฯ ไม่มีการส่งออกสินค้าไปสหรัฐฯ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีโอกาสในการนำเข้าวัตถุดิบหรือสินค้าสำเร็จรูปจากสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้น ในกรณีที่อัตราภาษีนำเข้าลดลงจนต้นทุนการนำเข้ามีความเหมาะสม ซึ่งจะช่วยเพิ่มทางเลือกในการจัดหาวัตถุดิบและสินค้าที่สามารถแข่งขันในตลาดได้มากขึ้น

ยอดขายของบริษัทฯ ในไตรมาส 2/2569 ค่อนข้างทรงตัวเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจไทยที่ชะลอตัว อันเป็นผลจากต้นทุนพลังงานที่ปรับตัวสูงขึ้น ความตึงตัวของห่วงโซ่อุปทานด้านพลังงาน ส่งผลให้กำลังซื้อของผู้บริโภคอ่อนตัวลง อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ประเมินว่ายอดขายมีแนวโน้มผ่านพ้นช่วงชะลอตัวที่สุดไปแล้วในไตรมาส 2/2569 และคาดว่าจะยอดขายในไตรมาส 3/2569 จะกลับมาเติบโตเล็กน้อยเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน รวมถึงเติบโตต่อเนื่องในไตรมาส 4/2569 จากการฟื้นตัวของการใช้จ่ายของผู้บริโภคในช่วงเทศกาลเฉลิมฉลอง

ราคาค่าต้นทุนวัตถุดิบเฉลี่ยในไตรมาส 2/2569 ลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาส 2/2568 และลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับไตรมาส 1/2569 โดยแนวโน้มราคาค่าต้นทุนวัตถุดิบในไตรมาส 3/2569 มีแนวโน้มค่อนข้างทรงตัวต่อเนื่องเมื่อเทียบกับไตรมาส 3/2568 และไตรมาส 2/2569 ในขณะที่ราคาค่าต้นทุนวัตถุดิบเฉลี่ยทั้งปี 2569 มีแนวโน้มปรับตัวลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปี 2568 ซึ่งส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นในปี 2569 มีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน รวมถึงปัจจัยสนับสนุนจากการจัดซื้อวัตถุดิบเชิงกลยุทธ์ที่เข้มแข็ง การปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต รวมถึงการบริหารจัดการต้นทุนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งจะสามารถชดเชยการเพิ่มขึ้นของต้นทุนกลุ่มบรรจุภัณฑ์พลาสติกซึ่งมีสัดส่วนประมาณ 3% ของต้นทุนขายได้

อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อยอดขาย (%SG&A to Sales) ในไตรมาส 2/2569 ของบริษัทฯ ลดลงอย่างต่อเนื่องเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน แม้ค่าใช้จ่ายด้านการขนส่งซึ่งมีสัดส่วนประมาณ 12% ของ SG&A ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากราคาน้ำมันที่สูงขึ้น ทั้งนี้ บริษัทฯ คาดว่าราคาน้ำมันจะไม่ปรับตัวสูงกว่าระดับที่เกิดขึ้นในช่วงไตรมาส 2/2569 แม้สถานการณ์ความตึงเครียดในตะวันออกกลางยังคงมีความไม่แน่นอน ในขณะที่บริษัทฯ มุ่งเน้นการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน และการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งคาดว่าจะสามารถลด %SG&A to Sales ในช่วงครึ่งหลังของปี 2569 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ได้อย่างต่อเนื่อง

สำหรับการเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าของบริษัทจดทะเบียน หรือ JUMP+ บริษัทฯ จะมีการรายงานความคืบหน้าสำหรับรอบระยะเวลา 6 เดือน ผ่านระบบของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ภายในเดือนสิงหาคม 2569 ทั้งนี้ บริษัทฯ สามารถดำเนินงานตามแผนงานสำคัญสำหรับปี 2569 ได้ตามกรอบกำหนดระยะเวลา และสำหรับเป้าหมายทางการเงินในปี 2569 ซึ่งประกอบด้วย (1) ยอดขายเติบโต 6-8% (2) กำไรสุทธิเติบโต 10-15% และ (3) อัตรากำไรสุทธิ 6.1-6.6% บริษัทฯ ประเมินว่าจะสามารถบรรลุเป้าหมายได้ในส่วนของการเติบโตของกำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ ในขณะที่บริษัทฯ ยังต้องพยายามผลักดันการเติบโตของยอดขายในช่วงครึ่งหลังของปี 2569 ต่อไป

โครงสร้างยอดขาย

ยอดขาย ตามประเภทผลิตภัณฑ์ (หน่วย: ล้านบาท)	ไตรมาส 2/2568	ไตรมาส 1/2569	ไตรมาส 2/2569	เปลี่ยนแปลง		6M/2568	6M/2569	เปลี่ยน แปลง %YoY
				%YoY	%QoQ			
ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากนม	1,155.2	1,356.1	1,213.7	+5.1%	-10.5%	2,378.7	2,569.7	+8.0%
ผลิตภัณฑ์สำหรับการประกอบ อาหารและเบเกอรี่ และอื่นๆ (FBI)	584.8	642.8	536.5	-8.3%	-16.5%	1,218.1	1,179.4	-3.2%
บิสกิต	156.2	189.0	151.9	-2.7%	-19.6%	336.0	340.8	+1.5%
รวมยอดขาย	1,896.2	2,187.8	1,902.1	+0.3%	-13.1%	3,932.7	4,089.9	+4.0%
สัดส่วนยอดขาย ตามประเภทผลิตภัณฑ์ (หน่วย: %)	ไตรมาส 2/2568	ไตรมาส 1/2569	ไตรมาส 2/2569	เปลี่ยนแปลง		6M/2568	6M/2569	เปลี่ยน แปลง %YoY
				%YoY	%QoQ			
ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากนม	60.9%	62.0%	63.8%	+2.9%	+1.8%	60.5%	62.8%	+2.3%
ผลิตภัณฑ์สำหรับการประกอบ อาหารและเบเกอรี่ และอื่นๆ (FBI)	30.8%	29.4%	28.2%	-2.6%	-1.2%	31.0%	28.8%	-2.1%
บิสกิต	8.2%	8.6%	8.0%	-0.3%	-0.7%	8.5%	8.3%	-0.2%
รวม	100.0%	100.0%	100.0%			100.0%	100.0%	

ยอดขาย ตามช่องทางการจำหน่าย (หน่วย: ล้านบาท)	ไตรมาส 2/2568	ไตรมาส 1/2569	ไตรมาส 2/2569	เปลี่ยนแปลง		6M/2568	6M/2569	เปลี่ยน แปลง %YoY
				%YoY	%QoQ			
ช่องทางการขายให้ ผู้ประกอบการ (B2B)	887.7	945.8	897.1	+1.1%	-5.2%	1,769.1	1,843.0	+4.2%
ช่องทางการขายให้ผู้บริโภค (B2C)	924.1	1,157.9	928.5	+0.5%	-19.8%	2,001.8	2,086.5	+4.2%
ส่งออก	84.4	84.1	76.4	-9.4%	-9.1%	161.8	160.5	-0.8%
รวมยอดขาย	1,896.2	2,187.8	1,902.1	+0.3%	-13.1%	3,932.7	4,089.9	+4.0%
สัดส่วนยอดขาย ตามช่องทางการจำหน่าย (หน่วย: %)	ไตรมาส 2/2568	ไตรมาส 1/2569	ไตรมาส 2/2569	เปลี่ยนแปลง		6M/2568	6M/2569	เปลี่ยน แปลง %YoY
				%YoY	%QoQ			
ช่องทางการขายให้ ผู้ประกอบการ (B2B)	46.8%	43.2%	47.2%	+0.4%	+3.9%	45.0%	45.1%	+0.1%
ช่องทางการขายให้ผู้บริโภค (B2C)	48.7%	52.9%	48.8%	+0.1%	-4.1%	50.9%	51.0%	+0.1%
ส่งออก	4.5%	3.8%	4.0%	-0.4%	+0.2%	4.1%	3.9%	-0.2%
รวม	100.0%	100.0%	100.0%			100.0%	100.0%	

ยอดขาย ตามประเภทธุรกิจ (หน่วย: ล้านบาท)	ไตรมาส 2/2568	ไตรมาส 1/2569	ไตรมาส 2/2569	เปลี่ยนแปลง		6M/2568	6M/2569	เปลี่ยน แปลง %YoY
				%YoY	%QoQ			
ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ เป็นผู้ผลิต และจัดจำหน่ายเอง	1,318.8	1,537.4	1,335.0	+1.2%	-13.2%	2,729.2	2,872.4	+5.2%
ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ซื้อมา จำหน่าย	577.5	650.5	567.1	-1.8%	-12.8%	1,203.5	1,217.6	+1.2%
รวมยอดขาย	1,896.2	2,187.8	1,902.1	+0.3%	-13.1%	3,932.7	4,089.9	+4.0%
สัดส่วนยอดขาย ตามประเภทธุรกิจ (หน่วย: %)	ไตรมาส 2/2568	ไตรมาส 1/2569	ไตรมาส 2/2569	เปลี่ยนแปลง		6M/2568	6M/2569	เปลี่ยน แปลง %YoY
				%YoY	%QoQ			
ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ เป็นผู้ผลิต และจัดจำหน่ายเอง	69.5%	70.3%	70.2%	+0.6%	-0.1%	69.4%	70.2%	+0.8%
ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ซื้อมา จำหน่าย	30.5%	29.7%	29.8%	-0.6%	+0.1%	30.6%	29.8%	-0.8%
รวม	100.0%	100.0%	100.0%			100.0%	100.0%	

1. รายได้จากการขาย

ผลการดำเนินงาน (หน่วย: ล้านบาท)	ไตรมาส 2/2568	ไตรมาส 1/2569	ไตรมาส 2/2569	เปลี่ยนแปลง		6M/2568	6M/2569	เปลี่ยนแปลง
				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากการขาย	1,896.2	2,187.8	1,902.1	+0.3%	-13.1%	3,932.7	4,089.9	+4.0%

ไตรมาส 2/2569 vs ไตรมาส 2/2568 (YoY)

- ในไตรมาส 2/2569 บริษัทฯ มีรายได้จากการขาย 1,902.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5.9 ล้านบาท หรือ 0.3% YoY โดยภาวะตลาดโดยรวมค่อนข้างชะลอตัว เนื่องจากผลกระทบของสถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลาง ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจ กำลังซื้อ และความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ประกอบกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่ชะลอตัว ส่งผลให้การบริโภคโดยรวมลดลง โดยยอดขายกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ทำจากนม (Dairy Products) ยังคงเติบโตได้ค่อนข้างดี แต่ยอดขายกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการประกอบอาหารและเบเกอรี่ (FBI) และบิสกิตลดลง เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ทั้งนี้ ช่องทางการขายให้ผู้ประกอบการ (B2B) ช่องทางการขายให้ผู้บริโภค (B2C) ขยายตัวเล็กน้อย แม้ยอดขายกลุ่มโรงแรมในช่องทาง B2B กลุ่ม Modern Trade ในช่องทาง B2C และยอดขายในช่องทางการส่งออกลดลง

ไตรมาส 2/2569 vs ไตรมาส 1/2569 (QoQ)

- ในไตรมาส 2/2569 บริษัทฯ มีรายได้จากการขาย 1,902.1 ล้านบาท ลดลง 285.7 ล้านบาท หรือ 13.1% QoQ ซึ่งเป็นการลดลงตามฤดูกาล โดยในไตรมาส 2 จะเป็นช่วงที่บริษัทฯ มียอดขายต่ำสุดของปี

6M/2569 vs 6M/2568 (YoY)

- ในรอบ 6M/2569 บริษัทฯ มีรายได้จากการขาย 4,089.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 157.2 ล้านบาท หรือ 4.0% YoY จากการเติบโตของยอดขายกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ทำจากนม (Dairy Products) และบิสกิต ในขณะที่ยอดขายกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการประกอบอาหารและเบเกอรี่ (FBI) ลดลง โดยช่องทางการขายให้ผู้ประกอบการ (B2B) ช่องทางการขายให้ผู้บริโภค (B2C) เติบโตต่อเนื่อง ในขณะที่ยอดขายกลุ่มโรงแรมในช่องทาง B2B และยอดขายในช่องทางการส่งออกลดลงเล็กน้อย

2. ดัชนีขายและกำไรขั้นต้น

ผลการดำเนินงาน (หน่วย: ล้านบาท, %)	ไตรมาส 2/2568	ไตรมาส 1/2569	ไตรมาส 2/2569	เปลี่ยนแปลง		6M/2568	6M/2569	เปลี่ยนแปลง
				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากการขาย	1,896.2	2,187.8	1,902.1	+0.3%	-13.1%	3,932.7	4,089.9	+4.0%
ต้นทุนขาย	1,318.0	1,503.9	1,315.6	-0.2%	-12.5%	2,721.9	2,819.4	+3.6%
กำไรขั้นต้น	578.2	684.0	586.5	+1.4%	-14.3%	1,210.8	1,270.5	+4.9%
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	30.5%	31.3%	30.8%	+0.3%	-0.4%	30.8%	31.1%	+0.3%

ไตรมาส 2/2569 vs ไตรมาส 2/2568 (YoY)

- ในไตรมาส 2/2569 บริษัทฯ มีต้นทุนขาย 1,315.6 ล้านบาท ลดลง 2.4 ล้านบาท หรือ 0.2% YoY ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับยอดขายที่ค่อนข้างทรงตัว
- ในไตรมาส 2/2569 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้น 586.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 8.3 ล้านบาท หรือ 1.4% YoY โดยมีอัตรากำไรขั้นต้น เท่ากับ 30.8% เพิ่มขึ้นจาก 30.5% ในช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจาก (1) ราคาต้นทุนวัตถุดิบเฉลี่ยปรับตัวลดลง (2) ประสิทธิภาพการผลิตดีขึ้นจากการปรับปรุงการผลิตอย่างต่อเนื่อง และ (3) การบริหารจัดการต้นทุนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ

ไตรมาส 2/2569 vs ไตรมาส 1/2569 (QoQ)

- ในไตรมาส 2/2569 บริษัทฯ มีต้นทุนขาย 1,315.6 ล้านบาท ลดลง 188.3 ล้านบาท หรือ 12.5% QoQ โดยเป็นไปในทิศทางเดียวกับยอดขายที่ลดลงตามฤดูกาล โดยในไตรมาส 2 จะเป็นช่วงที่บริษัทฯ มียอดขายต่ำสุดของปี
- ในไตรมาส 2/2569 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้น 586.5 ล้านบาท ลดลง 97.5 ล้านบาท หรือ 14.3% QoQ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับยอดขายที่ลดลง โดยมีอัตรากำไรขั้นต้นในไตรมาส 2/2569 อยู่ที่ 30.8% ลดลงจาก 31.3% ในไตรมาส 1/2569 เนื่องจากอัตราการใช้กำลังการผลิต (Capacity Utilization Rate) ลดลง ตามยอดขายที่ชะลอตัวตามฤดูกาล ทั้งนี้ ภาพรวมราคาต้นทุนวัตถุดิบเฉลี่ยลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน

6M/2569 vs 6M/2568 (YoY)

- ในรอบ 6M/2569 บริษัทฯ มีต้นทุนขาย 2,819.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 97.5 ล้านบาท หรือ 3.6% YoY ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับยอดขายที่เพิ่มขึ้น
- ในรอบ 6M/2569 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้น 1,270.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 59.7 ล้านบาท หรือ 4.9% YoY ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับยอดขายที่เพิ่มขึ้น โดยมีอัตรากำไรขั้นต้น เท่ากับ 31.1% เพิ่มขึ้นจาก 30.8% ในช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจาก (1) ราคาต้นทุนวัตถุดิบเฉลี่ยปรับตัวลดลง (2) ประสิทธิภาพการผลิตดีขึ้นจากการปรับปรุงการผลิตอย่างต่อเนื่อง และ (3) การบริหารจัดการต้นทุนการผลิตมีประสิทธิภาพ

3. ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (SG&A)

ผลการดำเนินงาน (หน่วย: ล้านบาท, %)	ไตรมาส 2/2568	ไตรมาส 1/2569	ไตรมาส 2/2569	เปลี่ยนแปลง		6M/2568	6M/2569	เปลี่ยนแปลง
				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากการขาย	1,896.2	2,187.8	1,902.1	+0.3%	-13.1%	3,932.7	4,089.9	+4.0%
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	298.7	356.1	324.4	+8.6%	-8.9%	620.3	680.5	+9.7%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	150.6	145.5	123.4	-18.1%	-15.2%	300.9	268.9	-10.6%
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	449.3	501.7	447.8	-0.3%	-10.8%	921.2	949.4	+3.1%
อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (%)	23.7%	22.9%	23.5%	-0.2%	+0.6%	23.4%	23.2%	-0.2%

ไตรมาส 2/2569 vs ไตรมาส 2/2568 (YoY)

- ในไตรมาส 2/2569 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร 447.8 ล้านบาท ลดลง 1.5 ล้านบาท หรือ 0.3% YoY ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับยอดขายที่ค่อนข้างทรงตัว ทั้งนี้ บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายที่ลดลงจาก (1) ค่าใช้จ่ายพนักงาน และ (2) ค่าใช้จ่ายในการจ้างบริการและอื่นๆ ซึ่งช่วยชดเชยค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นมาจาก (1) ค่าโฆษณาและส่งเสริมการขาย (2) ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้า (3) ค่าสาธารณูปโภค และ (4) ค่าเสื่อมราคา
- อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อยอดขายในไตรมาส 2/2569 เท่ากับ 23.5% ลดลงจาก 23.7% ในไตรมาส 2/2568 เนื่องจากการปรับปรุงการทำงานอย่างต่อเนื่อง และการบริหารค่าใช้จ่ายที่มีประสิทธิภาพ

ไตรมาส 2/2569 vs ไตรมาส 1/2569 (QoQ)

- ในไตรมาส 2/2569 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร 447.8 ล้านบาท ลดลง 53.9 ล้านบาท หรือ 10.8% QoQ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับยอดขายที่ลดลงตามฤดูกาล โดยค่าใช้จ่ายที่ลดลงมาจาก (1) ค่าใช้จ่ายพนักงาน (2) ค่าโฆษณาและส่งเสริมการขาย (3) ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้า และ (4) ค่าใช้จ่ายในการจ้างบริการและอื่นๆ
- อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารในไตรมาส 2/2569 เท่ากับ 23.5% เพิ่มขึ้นจาก 22.9% ในไตรมาส 1/2569 เนื่องจากยอดขายที่ลดลง

6M/2569 vs 6M/2568 (YoY)

- ในรอบ 6M/2569 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร 949.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 28.2 ล้านบาท หรือ 3.1% YoY ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับยอดขายที่เพิ่มขึ้น โดยค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นมาจาก (1) ค่าโฆษณาและส่งเสริมการขาย (2) ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้า (3) ค่าเสื่อมราคา (4) ค่าสาธารณูปโภค และ (5) ค่าใช้จ่ายพนักงาน
- อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อยอดขายในรอบ 6M/2569 เท่ากับ 23.2% ลดลงจาก 23.4% ในรอบ 6M/2568 เนื่องจากยอดขายเพิ่มขึ้น การปรับปรุงการทำงานอย่างต่อเนื่อง และการบริหารค่าใช้จ่ายที่มีประสิทธิภาพ

4. ดันทุนทางการเงิน

ผลการดำเนินงาน (หน่วย: ล้านบาท, %)	ไตรมาส 2/2568	ไตรมาส 1/2569	ไตรมาส 2/2569	เปลี่ยนแปลง		6M/2568	6M/2569	เปลี่ยนแปลง %
				%YoY	%QoQ			
ต้นทุนทางการเงิน	10.6	6.6	5.6	-47.3%	-14.4%	22.4	12.2	-45.8%
เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน*	1,464.8	508.4	758.7	-48.2%	+49.2%	1,464.8	758.7	-48.2%
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย*	1,566.8	657.8	893.3	-43.0%	+35.8%	1,566.8	893.3	-43.0%

*เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินและหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยสำหรับงวด 6M/2568 และ 6M/2569 เป็นข้อมูลเดียวกันกับการเงินงวดไตรมาส 2/2568 และ ไตรมาส 2/2569 ตามลำดับ

ไตรมาส 2/2569 vs ไตรมาส 2/2568 (YoY)

- ✚ ในไตรมาส 2/2569 บริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงิน 5.6 ล้านบาท ลดลง 5.0 ล้านบาท หรือ 47.3% YoY เนื่องจากภาระเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินและอัตราดอกเบี้ยที่ปรับลดลง โดยภาระเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน ณ สิ้นไตรมาส 2/2569 เท่ากับ 758.7 ล้านบาท ลดลง 706.0 ล้านบาท หรือ 48.2% YoY จาก 1,464.8 ล้านบาท ณ สิ้นไตรมาส 2/2568

ไตรมาส 2/2569 vs ไตรมาส 1/2569 (QoQ)

- ✚ ในไตรมาส 2/2569 บริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงิน 5.6 ล้านบาท ลดลง 0.9 ล้านบาท หรือ 14.4% QoQ เนื่องจากอัตราดอกเบี้ยที่ปรับลดลง โดยภาระเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน ณ สิ้นไตรมาส 2/2569 เท่ากับ 758.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 250.4 ล้านบาท หรือ 49.2% QoQ จาก 508.4 ล้านบาท ณ สิ้นไตรมาส 1/2569 เนื่องจากการจ่ายเงินปันผลสำหรับผลประกอบการประจำปี 2568 ในเดือนพฤษภาคม 2569 รวมถึงการเพิ่มระดับสินค้าคงคลังเพื่อบริหารความเสี่ยงด้านห่วงโซ่อุปทานจากความไม่แน่นอนของสถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลาง และรักษาความต่อเนื่องของการผลิตและการส่งมอบสินค้า

6M/2569 vs 6M/2568 (YoY)

- ✚ ในรอบ 6M/2569 บริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงิน 12.2 ล้านบาท ลดลง 10.3 ล้านบาท หรือ 45.8% YoY เนื่องจากภาระเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินและอัตราดอกเบี้ยที่ปรับลดลง

5. ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้

ผลการดำเนินงาน (หน่วย: ล้านบาท, %)	ไตรมาส 2/2568	ไตรมาส 1/2569	ไตรมาส 2/2569	เปลี่ยนแปลง		6M/2568	6M/2569	เปลี่ยนแปลง
				%YoY	%QoQ			%YoY
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	123.7	192.6	147.9	+19.5%	-23.2%	278.1	340.5	+22.4%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	24.8	38.1	25.6	+3.6%	-32.6%	57.0	63.7	+11.8%
อัตราค่าใช้จ่ายภาษีต่อกำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	20.0%	19.8%	17.3%	-2.7%	-2.4%	20.5%	18.7%	-1.8%

ไตรมาส 2/2569 vs ไตรมาส 2/2568 (YoY)

- ✚ ในไตรมาส 2/2569 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ 25.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 0.9 ล้านบาท หรือ 3.6% YoY จากกำไรก่อนภาษีเงินได้ที่เพิ่มขึ้น
- ✚ อัตราค่าใช้จ่ายภาษีต่อกำไรก่อนภาษี เท่ากับ 17.3% ลดลงจาก 20.0% ในไตรมาส 2/2568 เนื่องจากได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีจากการลงทุนในเครื่องจักรระบบ Automation ซึ่งส่งผลให้เกิดการประหยัดภาษีจำนวน 2.0 ล้านบาท

ไตรมาส 2/2569 vs ไตรมาส 1/2569 (QoQ)

- ✚ ในไตรมาส 2/2569 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ 25.6 ล้านบาท ลดลง 12.4 ล้านบาท หรือ 32.6% QoQ จากกำไรก่อนภาษีเงินได้ที่ลดลงตามฤดูกาล รวมถึงอัตราค่าใช้จ่ายภาษีต่อกำไรก่อนภาษีที่ลดลงสู่ 17.3% ในไตรมาส 2/2569 จาก 19.8% ในไตรมาส 1/2569

6M/2569 vs 6M/2568 (YoY)

- ✚ ในรอบ 6M/2569 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ 63.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 6.7 ล้านบาท หรือ 11.8% YoY จากกำไรก่อนภาษีเงินได้ที่เพิ่มขึ้น
- ✚ อัตราค่าใช้จ่ายภาษีต่อกำไรก่อนภาษี เท่ากับ 18.7% ลดลงจาก 20.5% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีจากการลงทุนในเครื่องจักรระบบ Automation ซึ่งส่งผลให้เกิดการประหยัดภาษีจำนวน 2.6 ล้านบาท

6. กำไรสุทธิ

ผลการดำเนินงาน (หน่วย: ล้านบาท, %)	ไตรมาส 2/2568	ไตรมาส 1/2569	ไตรมาส 2/2569	เปลี่ยนแปลง		6M/2568	6M/2569	เปลี่ยนแปลง
				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้รวม	1,901.6	2,204.7	1,916.8	+0.8%	-13.1%	3,943.6	4,121.6	+4.5%
กำไรสุทธิ	99.0	154.6	122.2	+23.5%	-20.9%	221.1	276.8	+25.2%
อัตรากำไรสุทธิ (%)	5.2%	7.0%	6.4%	+1.2%	-0.6%	5.6%	6.7%	+1.1%

ไตรมาส 2/2569 vs ไตรมาส 2/2568 (YoY)

- ✦ ในไตรมาส 2/2569 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 122.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 23.3 ล้านบาท หรือ 23.5% YoY โดยมีเหตุผลหลักดังต่อไปนี้
 - ✦ รายได้รวมเพิ่มขึ้น 0.8% YoY จากยอดขายที่ขยายตัวเล็กน้อย 0.3% YoY โดยภาวะตลาดโดยรวมค่อนข้างชะลอตัว เนื่องจากผลกระทบของสถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลาง ซึ่งส่งผลต่อภาวะเศรษฐกิจ กำลังซื้อ และความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ประกอบกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่ชะลอตัว ส่งผลให้การบริโภคโดยรวมลดลง
 - ✦ อัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น 0.3% YoY เนื่องจาก (1) ราคาเฉลี่ยต้นทุนวัตถุดิบปรับตัวลดลง (2) ประสิทธิภาพการผลิตดีขึ้นจากการปรับปรุงการผลิตอย่างต่อเนื่อง และ (3) การบริหารจัดการต้นทุนการผลิตมีประสิทธิภาพ
 - ✦ อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อยอดขายลดลง 0.2% YoY จากการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและการบริหารค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ แมื่อยอดขายค่อนข้างทรงตัว ทั้งนี้ บริษัทฯ มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและบริหารค่าใช้จ่ายอย่างเหมาะสม เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันและสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว
 - ✦ ต้นทุนทางการเงินลดลง 47.3% YoY เนื่องจากภาระเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินและอัตราดอกเบี้ยที่ปรับลดลง โดยภาระเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน ณ สิ้นไตรมาส 2/2569 เท่ากับ 758.7 ล้านบาท ลดลง 706.0 ล้านบาท หรือ 48.2% YoY จาก 1,464.8 ล้านบาท ณ สิ้นไตรมาส 2/2568
 - ✦ อัตราค่าใช้จ่ายภาษีต่อกำไรก่อนภาษีลดลง 2.7% YoY เนื่องจากได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีจากการลงทุนในเครื่องจักรระบบ Automation

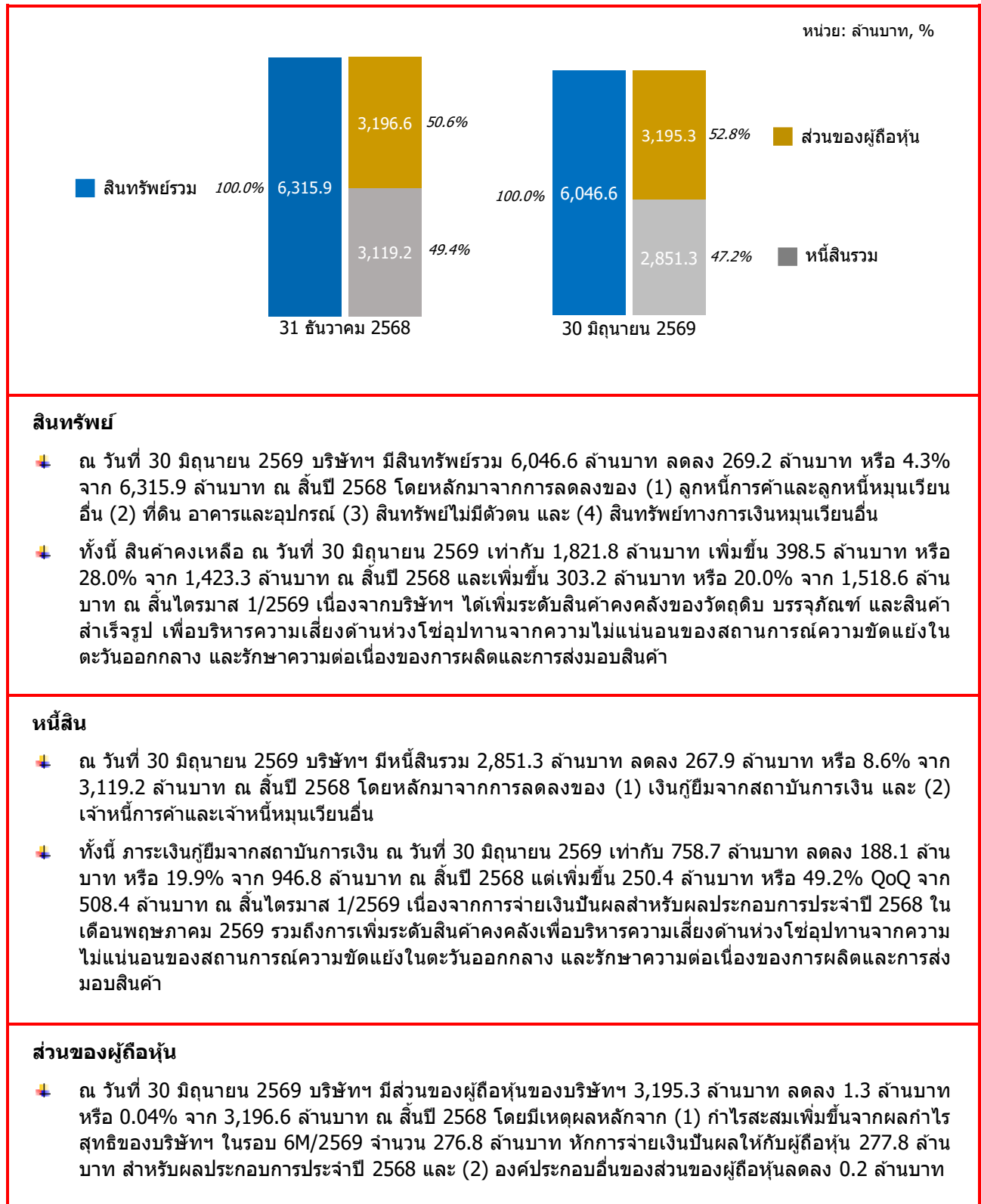
ไตรมาส 2/2569 vs ไตรมาส 1/2569 (QoQ)

- ✦ ในไตรมาส 2/2569 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 122.2 ล้านบาท ลดลง 32.3 ล้านบาท หรือ 20.9% QoQ โดยมีเหตุผลหลักดังต่อไปนี้
 - ✦ รายได้รวมลดลง 13.1% QoQ โดยหลักมาจากยอดขายที่ลดลง 13.1% QoQ ซึ่งเป็นการลดลงตามฤดูกาล โดยในไตรมาส 2 จะเป็นช่วงที่บริษัทฯ มียอดขายต่ำสุดของปี
 - ✦ อัตรากำไรขั้นต้นลดลง 0.4% QoQ เนื่องจากอัตราการใช้กำลังการผลิต (Capacity Utilization Rate) ที่ลดลงตามยอดขายที่ชะลอตัวตามฤดูกาล ทั้งนี้ ภาพรวมราคาต้นทุนวัตถุดิบเฉลี่ยลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน
 - ✦ อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อยอดขายเพิ่มขึ้น 0.6% QoQ เนื่องจากยอดขายที่ลดลง

6M/2569 vs 6M/2568 (YoY)

- ✦ ในรอบ 6M/2569 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 276.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 55.7 ล้านบาท หรือ 25.2% YoY โดยมีเหตุผลหลักดังต่อไปนี้
 - ✦ รายได้รวมเพิ่มขึ้น 4.5% YoY โดยหลักมาจากยอดขายที่เพิ่มขึ้น 4.0% YoY
 - ✦ อัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น 0.3% YoY เนื่องจาก (1) ราคาต้นทุนวัตถุดิบเฉลี่ยปรับตัวลดลง (2) ประสิทธิภาพการผลิตดีขึ้นจากการปรับปรุงการผลิตอย่างต่อเนื่อง และ (3) การบริหารจัดการต้นทุนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ
 - ✦ อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อยอดขายลดลง 0.2% YoY เนื่องจากยอดขายเพิ่มขึ้น การปรับปรุงการทำงานอย่างต่อเนื่อง และการบริหารค่าใช้จ่ายที่มีประสิทธิภาพ
 - ✦ ต้นทุนทางการเงินลดลง 45.8% YoY เนื่องจากภาระเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินและอัตราดอกเบี้ยที่ปรับลดลง
 - ✦ อัตราค่าใช้จ่ายภาษีต่อกำไรก่อนภาษีลดลง 1.8% YoY เนื่องจากได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีจากการลงทุนในเครื่องจักรระบบ Automation

งบฐานะการเงิน



งบกระแสเงินสด

งบกระแสเงินสด	6M/2568	6M/2569	เปลี่ยนแปลง
(หน่วย: ล้านบาท, %)			%YoY
กำไรจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน	393.8	481.8	+22.3%
เงินสดจากการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน	145.7	98.3	-32.6%
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	539.5	580.0	+7.5%
เงินสดจ่ายซื้ออาคาร เครื่องจักรและอุปกรณ์	(98.7)	(79.6)	+19.3%
เงินสดจ่ายซื้อสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	(11.7)	(0.6)	+94.9%
เงินสดรับ (จ่าย) ในกิจกรรมลงทุนอื่นๆ	(54.9)	16.5	+130.1%
เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน	(165.3)	(63.6)	+61.5%
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากธนาคารลดลง	(52.8)	(188.1)	-256.2%
เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาวจากธนาคาร	(5.6)	0.0	+100.0%
เงินสดจ่ายหนี้สินตามสัญญาเช่า	(30.0)	(33.7)	-12.2%
ดอกเบี้ยจ่าย	(23.2)	(12.5)	+46.2%
เงินปันผลจ่าย	(223.3)	(277.8)	+24.4%
เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงิน	(334.8)	(512.0)	-52.9%
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้นสุทธิ	39.4	4.4	-88.8%
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดต้นงวด	64.0	67.8	+5.9%
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดปลายงวด	103.4	72.2	-30.1%

ในรอบ 6M/2569 บริษัทฯ มีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดสุทธิ 72.2 ล้านบาท ลดลง 31.2 ล้านบาท หรือ 30.1% จาก 103.4 ล้านบาท ในรอบ 6M/2568 โดยการเปลี่ยนแปลงของเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดในช่วง 6M/2569 มีปัจจัยหลักจากรายการดังต่อไปนี้

- เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน 580.0 ล้านบาท ประกอบด้วย (1) เงินสดรับจากกิจกรรมดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน 481.8 ล้านบาท และ (2) เงินสดรับจากการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน 98.3 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักจากการลดลงของลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น
- เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน 63.6 ล้านบาท ประกอบด้วย (1) เงินสดจ่ายซื้ออาคาร เครื่องจักรและอุปกรณ์ 79.6 ล้านบาท (2) เงินสดจ่ายซื้อสินทรัพย์ไม่มีตัวตน 0.6 ล้านบาท และ (3) เงินสดรับจากกิจกรรมลงทุนอื่นๆ 16.5 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักจากการจำหน่ายสินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น
- เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงิน 512.0 ล้านบาท ประกอบด้วย (1) เงินกู้ยืมระยะสั้นจากธนาคารลดลง 188.1 ล้านบาท (2) เงินสดจ่ายหนี้สินตามสัญญาเช่า 33.7 ล้านบาท (3) ดอกเบี้ยจ่าย 12.5 ล้านบาท และ (4) เงินปันผลจ่าย 277.8 ล้านบาท สำหรับผลประกอบการปี 2568

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

อัตราส่วนทางการเงิน	สำหรับงวด 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน	
	2568	2569
อัตราส่วนสภาพคล่อง (Liquidity Ratios)		
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	1.1	1.3
อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว (เท่า)	0.5	0.5
อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์ (Activity Ratios)		
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน)	51	50
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย (วัน)	97	108
ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย (วัน)	71	87
วงจรเงินสด (วัน)	77	71
อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ (เท่า)	1.5	1.5
อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร (เท่า)	3.1	3.2
อัตราส่วนที่แสดงถึงความเสี่ยงจากการกู้ยืม (Leverage Ratios)		
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	1.0	0.9
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.5	0.3
ความสามารถในการชำระดอกเบี้ย (เท่า)	13.4	29.0
อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratios)		
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	30.8%	31.1%
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (%)	7.6%	8.6%
อัตรากำไรสุทธิ (%)	5.6%	6.7%
อัตรากำไรจากการดำเนินงานก่อนหักดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (%)	10.5%	11.7%
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (%)	11.1%	12.0%
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (%)	16.3%	18.2%

- ✚ อัตราส่วนสภาพคล่อง = สินทรัพย์หมุนเวียนรวม / หนี้สินหมุนเวียนรวม
- ✚ อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว = (เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด + ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น + สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น) / หนี้สินหมุนเวียนรวม
- ✚ ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย = $365 / [\text{รายได้จากการขาย} / \text{ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่นถัวเฉลี่ย}]$
- ✚ ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย = $365 / [\text{ต้นทุนขาย} / \text{สินค้าคงเหลือเฉลี่ย}]$
- ✚ ระยะเวลาชำระหนี้ = $365 / [\text{ต้นทุนขาย} / \text{เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่นถัวเฉลี่ย}]$
- ✚ วงจรเงินสด = ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย + ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย - ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย
- ✚ อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ = $\text{รวมรายได้} / \text{สินทรัพย์รวมเฉลี่ย}$
- ✚ อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร = $\text{รวมรายได้} / (\text{ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์} + \text{สินทรัพย์สิทธิการใช้}) (\text{เฉลี่ย})$
- ✚ อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น = $\text{หนี้สินรวม} / \text{ส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ}$
- ✚ อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น = $\text{หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย} / \text{ส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ}$
- ✚ ความสามารถในการชำระดอกเบี้ย = $\text{กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้} / \text{ต้นทุนทางการเงิน}$
- ✚ อัตรากำไรขั้นต้น = $(\text{รายได้จากการขาย} - \text{ต้นทุนขาย}) / \text{รายได้จากการขาย}$
- ✚ อัตรากำไรจากการดำเนินงาน = $\text{กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้} / \text{รวมรายได้}$
- ✚ อัตรากำไรสุทธิ = $\text{กำไรส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ} / \text{รวมรายได้}$
- ✚ อัตรากำไรจากการดำเนินงานก่อนหักดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย = $\text{กำไรจากการดำเนินงานก่อนหักดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย} / \text{รวมรายได้}$
- ✚ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ = $\text{กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้} / \text{สินทรัพย์รวมเฉลี่ย}$
- ✚ อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น = $\text{กำไรส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ} / \text{ส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ เฉลี่ย}$

การดำเนินงานด้านความยั่งยืน

บริษัทฯ มุ่งมั่นขับเคลื่อนการเติบโตทางธุรกิจควบคู่ไปกับการพัฒนาความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง โดยยกระดับการพัฒนาความยั่งยืนให้เป็นหนึ่งในกลยุทธ์หลักขององค์กร พร้อมดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ควบคู่กับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างคุณค่าร่วมให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน และวางรากฐานสู่การเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว โดยมีการดำเนินงานและความสำเร็จด้านความยั่งยืนที่สำคัญ นับจากต้นปี 2569 ดังนี้

- บริษัทฯ เข้าร่วมโครงการส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าของบริษัทจดทะเบียน หรือ **JUMP+** และได้มีการเผยแพร่และนำเสนอแผน JUMP+ ผ่านระบบของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในเดือนมีนาคม 2569 โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างการเติบโตของธุรกิจภายใต้หลักธรรมาภิบาล รวมถึงการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน โดยแผน JUMP+ ของบริษัทฯ ประกอบด้วยแผนธุรกิจ (**Business Plan**) แผนยกระดับการกำกับดูแลกิจการ (**Governance Plan**) และแผนด้านการจัดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (**Climate Action Plan**) โดยจะมีการรายงานความคืบหน้าสำหรับรอบระยะเวลา 6 เดือน ผ่านระบบของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ภายในเดือนสิงหาคม 2569
- บริษัทฯ ได้รับคัดเลือกเป็นหลักทรัพย์ที่ใช้ในการคำนวณดัชนี **SETESG** และดัชนี **SETCLMV** ระหว่างวันที่ 1 กรกฎาคม ถึง 31 ธันวาคม 2569
- บริษัทฯ ได้รับคัดเลือกให้เป็นหนึ่งในบริษัทกลุ่มหลักทรัพย์ **ESG100** ที่มีการดำเนินงานโดดเด่นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental, Social and Governance: ESG) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 โดยสถาบันไทยพัฒน์
- บริษัทฯ ได้คะแนนการประเมินคุณภาพการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี **2569** 100 คะแนนเต็ม ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 จากสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย (Thai Investors Association)
- บริษัทฯ ได้รับรางวัลผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกดีเด่น ปี **2569** (Prime Minister's Export Award 2026) ประเภทรางวัลผู้ส่งออกยอดเยี่ยมด้านความยั่งยืน (Best Green & Sustainable Exporter) จัดโดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์
- บริษัทฯ ได้รับการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (**Thai Private Sector Collective Action Against Corruption: CAC**) เป็นครั้งแรก เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2569
- บริษัทฯ เข้าร่วม โครงการพัฒนาและยกระดับสถานประกอบการอุตสาหกรรมให้มีการประยุกต์ใช้หลักการเศรษฐกิจหมุนเวียนในองค์กร (**Circular Economy Project**) ปีที่ 5 ของกรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่ (กพร.) กระทรวงอุตสาหกรรม
- บริษัทฯ เข้าร่วม โครงการการประเมินผลกระทบทางสังคมผ่านเครื่องมือรอยเท้าผลกระทบทางสังคม (**SIF: Social Impact Footprint**) ของสถาบันไทยพัฒน์