บริษัท พีเอ็มซี เลเบิล แมททีเรียลส์ จำกัด (มหาชน)
คำอธิบายบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 3/2569

ภาพรวมโดยสรุป

ในไตรมาส 3/2569 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายและบริการใกล้เคียงกับช่วงเดียวกันของปีก่อน แต่ปรับลดลงจากไตรมาสก่อน ซึ่งมีฐานรายได้สูงจากการเร่งสั่งซื้อสินค้าของลูกค้าในช่วงสถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลาง ทั้งนี้ ลูกค้าบางส่วนที่ได้สำรองสินค้าไว้ในช่วงก่อนหน้าได้ทยอยปรับระดับคำสั่งซื้อกลับเข้าสู่ภาวะปกติในไตรมาสนี้

ด้านภาพรวมภาคการผลิตของประเทศ ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (MPI) ในไตรมาส 3/2569 กลับมาขยายตัว 3.40% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยการขยายตัวส่วนใหญ่กระจุกตัวในกลุ่มอุตสาหกรรมบางประเภท ขณะที่ความต้องการใช้ฉลากในกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค อาหารและเครื่องดื่ม และยาและเวชภัณฑ์ ซึ่งเป็นตลาดหลักของบริษัทฯ ยังคงมีอย่างต่อเนื่อง

ในไตรมาสนี้ สถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลางเริ่มคลี่คลายภายหลังการบรรลุข้อตกลงหยุดยิงในช่วงปลายไตรมาส 2 ส่งผลให้ราคาน้ำมันดิบและวัตถุดิบปิโตรเคมีทยอยปรับลดลง ขณะที่แรงกดดันต่อห่วงโซ่อุปทานโลกผ่อนคลายลงตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ภาคการผลิตและการค้าโลกยังคงเผชิญความไม่แน่นอนจากมาตรการภาษีนำเข้าของสหรัฐอเมริกา รวมถึงการแข่งขันด้านราคาที่ทวีความรุนแรงขึ้นจากสินค้านำเข้าในกลุ่มพลาสติกและปิโตรเคมี ขณะที่เศรษฐกิจไทยยังฟื้นตัวไม่ทั่วถึง โดยการขยายตัวของภาคการผลิตอุตสาหกรรมกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนกำลังซื้อภายในประเทศยังคงถูกกดดันจากภาระหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง

ด้านความสามารถในการทำกำไร บริษัทฯ มีอัตรากำไรขั้นต้นในไตรมาส 3/2569 อยู่ที่ 22.7% ลดลงจาก 25.0% ในไตรมาสก่อน โดยมีสาเหตุหลักจากการปรับตัวเพิ่มขึ้นของราคาวัตถุดิบในช่วงไตรมาส 2 ซึ่งส่งผลต่อต้นทุนขายในไตรมาส 3 ขณะที่กำไรสุทธิลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาส 3/2568 อย่างไรก็ตาม ผลการดำเนินงานในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2569 ยังคงเติบโต โดยกำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น 8.5% และกำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 10.1% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุนและการมุ่งเน้นผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มสูงอย่างต่อเนื่อง ท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจที่ยังคงมีความไม่แน่นอน

ผลการดำเนินงานงวด 9 เดือนแรกยังเติบโตแข็งแกร่ง โดยกำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 10.1% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน

แม้กำไรสุทธิในไตรมาส 3/2569 จะปรับลดลงจากฐานที่สูงของปีก่อนและผลกระทบจากราคาวัตถุดิบที่ปรับตัวสูงขึ้นในช่วงก่อนหน้า บริษัทฯ ยังคงรักษาการเติบโตของผลการดำเนินงานงวด 9 เดือนแรกของปี 2569 ได้อย่างต่อเนื่อง โดยกำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น 8.5% และกำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 10.1% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน จากการบริหารจัดการต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ และการมุ่งเน้นการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีอัตรากำไรขั้นต้นในระดับที่ดี

รักษาระดับสัดส่วนยอดขายผลิตภัณฑ์ฟิล์มและผลิตภัณฑ์พิเศษที่มีมูลค่าเพิ่มสูง

ภายใต้ภาวะเศรษฐกิจที่ยังฟื้นตัวไม่ทั่วถึงและการแข่งขันที่รุนแรง บริษัทฯ มุ่งรักษาสัดส่วนยอดขายผลิตภัณฑ์ฟิล์มและผลิตภัณฑ์ฉลากพิเศษอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มและมีอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ในระดับที่ดี โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละอุตสาหกรรม เพื่อรักษาสัดส่วนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มสูงและสนับสนุนความสามารถในการทำกำไรในระยะยาว

ขยายฐานการเติบโตสู่ผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต

พีเอ็มซีมุ่งขยายฐานลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีความต้องการใช้งานอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะสินค้าอุปโภคบริโภค อาหารและเครื่องดื่ม ยาและเวชภัณฑ์ รวมถึงสินค้าอุปโภคที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต ซึ่งมีความต้องการของตลาดค่อนข้างสม่ำเสมอแม้ในช่วงที่เศรษฐกิจชะลอตัว กลยุทธ์ดังกล่าวช่วยสร้างเสถียรภาพให้แก่รายได้และสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน

สรุปผลประกอบการไตรมาส 3/2569

- รายได้รวมอยู่ที่ 206.7 ล้านบาท โดยมีรายได้จากการขายรวมอยู่ที่ 206.4 ล้านบาท ลดลง 3.3% จากไตรมาส 2/2569 และลดลง 0.2% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน
- กำไรขั้นต้นอยู่ที่ 46.9 ล้านบาท ลดลง 12.1% จากไตรมาสก่อน และลดลง 4.7% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยมีอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ระดับ 22.7% ทั้งนี้ กำไรขั้นต้นงวด 9 เดือนแรกอยู่ที่ 150.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 8.5% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน
- EBITDA 27.55 ล้านบาท ลดลง 12.4% จากไตรมาสก่อน และ ลดลง 19.4% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนขณะที่ EBITDA งวด 9 เดือนแรกอยู่ที่ 91.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5.6% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน

- กำไรสุทธิ 14.6 ล้านบาท ลดลง 19.3% จากไตรมาสก่อน และ ลดลง 27.7% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ทั้งนี้ กำไรสุทธิงวด 9 เดือนแรกอยู่ที่ 51.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 10.1% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน

งบกำไรขาดทุนรวมไตรมาส 3/2569

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					9 เดือน		
งบการเงินรวม	Q3/2026	Q2/2026	Q3/2025	% QoQ	% YoY	YTD 2026	YTD 2025	% YoY
รายได้จากการขายและบริการ	206.41	213.45	206.80	(3.3%)	(0.2%)	630.18	625.83	0.7%
กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	-	-	0.52	--	(100.0%)	0.00	0.00	--
รายได้อื่น	0.26	0.54	2.25	(51.3%)	(88.4%)	1.23	3.15	(60.9%)
รวมรายได้	**206.67**	**213.98**	**209.57**	**(3.4%)**	**(1.4%)**	**631.41**	**628.98**	**0.4%**
ต้นทุนขาย	159.54	160.12	157.62	(0.4%)	1.2%	479.46	486.93	(1.5%)
กำไรขั้นต้น (ไม่รวมรายได้อื่น)	**46.88**	**53.33**	**49.18**	**(12.1%)**	**(4.7%)**	**150.73**	**138.90**	**8.5%**
ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	0.91	1.26	-	(27.9%)	--	1.57	0.58	171.4%
ค่าใช้จ่ายในการขาย	10.82	10.05	9.76	7.7%	10.9%	30.47	28.97	5.2%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	14.80	17.69	14.36	(16.3%)	3.1%	48.42	44.96	7.7%
EBITDA	**27.55**	**31.44**	**34.20**	**(12.4%)**	**(19.4%)**	**91.77**	**86.89**	**5.6%**
ค่าเสื่อมราคา	6.94	6.57	6.37	5.6%	8.9%	20.28	19.35	4.8%
EBIT	**20.61**	**24.87**	**27.83**	**(17.1%)**	**(26.0%)**	**71.49**	**67.54**	**5.9%**
ต้นทุนทางการเงิน	2.27	2.27	2.59	0.1%	(12.4%)	6.87	8.54	(19.6%)
EBT	**18.34**	**22.60**	**25.24**	**(18.9%)**	**(27.3%)**	**64.62**	**58.99**	**9.5%**
ภาษีเงินได้	3.75	4.53	5.08	(17.2%)	(26.1%)	12.97	12.08	7.3%
กำไรสุทธิ	**14.58**	**18.07**	**20.16**	**(19.3%)**	**(27.7%)**	**51.66**	**46.91**	**10.1%**

ผลการดำเนินงานทางการเงิน

รายได้

รายได้จากการขายและบริการในไตรมาส 3/2569 อยู่ที่ 206.41 ล้านบาท ใกล้เคียงกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยลดลง 0.2% และลดลง 3.3% จากไตรมาสก่อนหน้า สะท้อนถึงการปรับลดลงของคำสั่งซื้อภายหลังลูกค้าเร่งสั่งซื้อและสำรองสินค้าในช่วงสถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลาง ทั้งนี้ รายได้จากการขายและบริการงวด 9 เดือนแรกของปี 2569 อยู่ที่ 630.18 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 0.7% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน

โครงสร้างรายได้จากการขายแยกตามผลิตภัณฑ์

พีเอ็มซี มีรายได้หลักจากผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์กระดาษ, ผลิตภัณฑ์ฟิล์ม, ผลิตภัณฑ์ฉลากพิเศษ และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ โดยมีสัดส่วนการขาย ในกลุ่มกระดาษ 47%, กลุ่มฟิล์ม 16%, ฉลากพิเศษ 30% และ ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ 7%

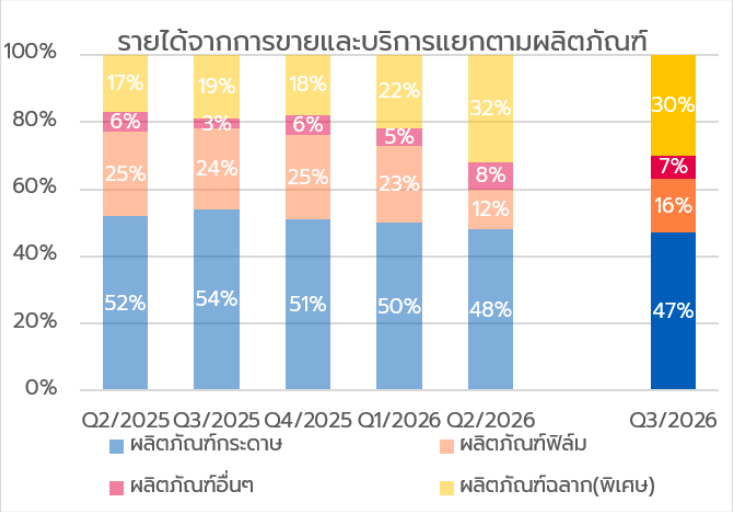
หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					9 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามกลุ่มสินค้า	Q3/2026	Q2/2026	Q3/2025	% QoQ	% YoY	YTD 2026	YTD 2025	% YoY
ผลิตภัณฑ์กระดาษ	96.39	100.62	110.88	(4.2%)	(13.1%)	302.14	332.62	(9.2%)
ผลิตภัณฑ์ฟิล์ม	31.44	24.67	48.76	27.5%	(35.5%)	104.22	147.21	(29.2%)
ผลิตภัณฑ์ฉลากอื่นๆ	13.32	15.22	5.95	(12.5%)	124.0%	38.45	27.37	40.5%
ผลิตภัณฑ์ฉลาก(พิเศษ)	65.27	72.94	41.22	(10.5%)	58.3%	185.37	118.63	56.3%
รวมรายได้จากการขาย	**206.41**	**213.45**	**206.80**	**(3.3%)**	**(0.2%)**	**630.18**	**625.83**	**0.7%**

ผลิตภัณฑ์กระดาษ : ยอดขายในไตรมาส 3/2569 อยู่ที่ 96.39 ล้านบาท ลดลง 4.2% จากไตรมาสก่อนหน้า และลดลง 13.1% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักจากอุปสงค์ที่ยังชะลอตัวตามกำลังซื้อทั้งในประเทศและต่างประเทศ ประกอบกับการแข่งขันด้านราคาที่ยังคงอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าทั่วไป รวมถึงการปรับสัดส่วนผลิตภัณฑ์ (Product Mix) ของบริษัทฯ ไปสู่กลุ่มผลิตภัณฑ์ฉลากพิเศษที่มีมูลค่าเพิ่มสูงกว่า

ผลิตภัณฑ์ฟิล์ม : ยอดขายในไตรมาส 3/2569 อยู่ที่ 31.44 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 27.5% จากไตรมาสก่อนหน้า ภายหลังสถานการณ์การจัดหาวัตถุดิบเริ่มคลี่คลายตามสถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลางที่ผ่อนคลายลงในช่วงต้นไตรมาส อย่างไรก็ตาม ยอดขายลดลง 35.5% เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยจากภาวะเศรษฐกิจที่ยังคงชะลอตัวและกำลังซื้อที่อ่อนแอ ประกอบกับการแข่งขันด้านราคาที่ยังคงอยู่ในระดับสูง

ผลิตภัณฑ์ฉลากพิเศษ : ยอดขายในไตรมาส 3/2569 อยู่ที่ 65.27 ล้านบาท ลดลง 10.5% จากไตรมาสก่อนหน้า ซึ่งได้รับผลจากการเร่งสั่งซื้อสินค้าของลูกค้าในช่วงสถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลาง อย่างไรก็ตาม ยอดขายเพิ่มขึ้น 58.3% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สอดคล้องกับกลยุทธ์การปรับสัดส่วนผลิตภัณฑ์ (Product Mix) ไปสู่สินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูง ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์กลุ่มดังกล่าวมีสัดส่วนยอดขายเพิ่มขึ้นเป็น 32% ของรายได้จากการขายในไตรมาสนี้

ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ : ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ คือการขายผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ซึ่งอาจเป็นฉลากชนิดอื่นนอกเหนือจากที่กล่าวข้างต้นหรือเป็นผลิตภัณฑ์อื่นซึ่งเป็นส่วนน้อย



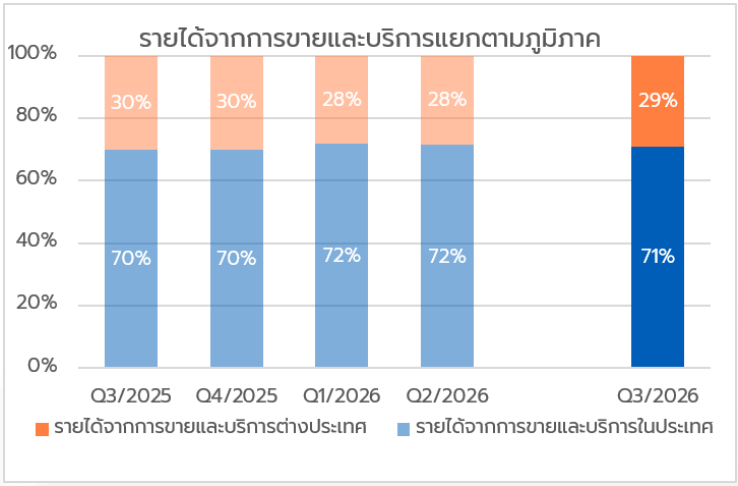
โครงสร้างรายได้จากการขายแยกตามภูมิภาค

บริษัทฯ มีสัดส่วนรายได้จากการขายในประเทศ 71% และต่างประเทศ 29% ของรายได้จากการขายและบริการรวม ณ ไตรมาส 3/2569 โดยตลาดในประเทศยังคงเป็นแหล่งรายได้หลักของบริษัทฯ และมียอดขายเติบโต 1.5% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน

สำหรับตลาดต่างประเทศ ยอดขายลดลง 4.0% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยยังคงได้รับแรงกดดันจากความไม่แน่นอนของมาตรการด้านภาษีและการค้าของสหรัฐอเมริกา รวมถึงการแข่งขันด้านราคาที่ทวีความรุนแรงขึ้นในบางตลาด แม้สถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลางและความผันผวนของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Disruption) จะทยอยคลี่คลายลงในระหว่างไตรมาส ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงรักษาฐานลูกค้า พร้อมทั้งดำเนินกลยุทธ์ขยายการจำหน่ายผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มสูงในตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดผลกระทบจากความผันผวนดังกล่าว

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส					9 เดือน		
รายได้จากการขายและบริการแยกตามปลายทาง	**Q3/2026**	**Q2/2026**	**Q3/2025**	**% QoQ**	**% YoY**	**YTD 2026**	**YTD 2025**	**% YoY**
รายได้จากการขายในประเทศ	146.34	152.62	144.23	(4.1%)	1.5%	450.09	445.11	1.1%
รายได้จากการขายต่างประเทศ	60.08	60.83	62.58	(1.2%)	(4.0%)	180.09	180.72	(0.4%)
Total Sales	**206.41**	**213.45**	**206.80**	**(3.3%)**	**(0.2%)**	**630.18**	**625.83**	**0.7%**

หมายเหตุ: ตัดรายการระหว่างกันของบริษัท



ต้นทุนขายและกำไรขั้นต้น

ต้นทุนขายในไตรมาส 3/2569 อยู่ที่ 159.54 ล้านบาท ใกล้เคียงกับไตรมาสก่อนหน้า โดยลดลง 0.4% และเพิ่มขึ้น 1.2% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ทั้งนี้ ต้นทุนขายยังคงได้รับผลกระทบจากราคาวัตถุดิบที่ปรับตัวสูงขึ้นในช่วงไตรมาส 2 ซึ่งทยอยรับรู้เป็นต้นทุนขายในไตรมาสนี้ ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ 22.7% ลดลงจาก 25.0% ในไตรมาสก่อนหน้า อย่างไรก็ตาม อัตรากำไรขั้นต้นสำหรับงวด 9 เดือนแรกของปี 2569 อยู่ที่ 23.9% ปรับตัวดีขึ้นจาก 22.2% ในช่วงเดียวกันของปีก่อน

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในไตรมาส 3/2569 เท่ากับ 25.62 ล้านบาท ลดลง 7.6% จากไตรมาสก่อน ซึ่งมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการยกระดับระบบบริหารจัดการทรัพยากรองค์กร (ERP) และการวิจัยและพัฒนา (R&D) เพื่อรองรับผลกระทบจาก Supply Chain Disruption แต่เพิ่มขึ้น 6.2% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ตามค่าใช้จ่ายในการขายที่เพิ่มขึ้นจากกิจกรรมการขายและการขนส่ง โดยค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายในการขายจำนวน 10.82 ล้านบาท และ ค่าใช้จ่ายในการบริหาร 14.80 ล้านบาท

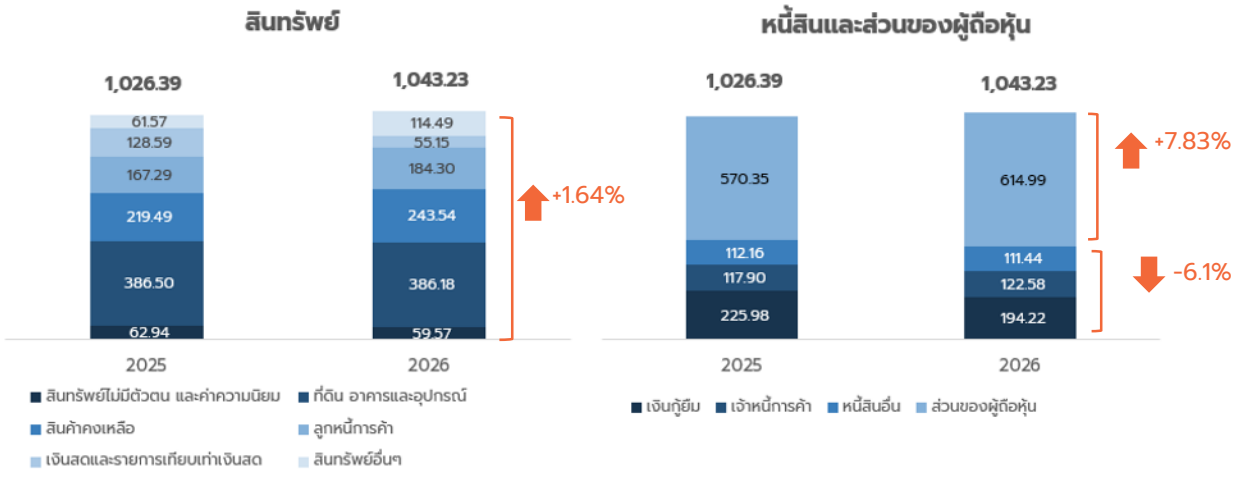
EBITDA และกำไรสุทธิ

EBITDA ในไตรมาส 3/2569 อยู่ที่ 27.55 ล้านบาท ลดลง 12.4% จากไตรมาสก่อนหน้า และลดลง 19.4% เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ขณะที่กำไรสุทธิอยู่ที่ 14.58 ล้านบาท ลดลง 19.3% จากไตรมาสก่อนหน้า และลดลง 27.7% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยหลักจากต้นทุนวัตถุดิบที่ปรับตัวสูงขึ้น ประกอบกับรายได้อื่นที่ลดลงและผลขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนในไตรมาสนี้

สำหรับผลการดำเนินงานงวด 9 เดือนแรกของปี 2569 EBITDA และกำไรสุทธิอยู่ที่ 91.77 ล้านบาท และ 51.66 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 5.6% และ 10.1% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

ฐานะทางการเงินรวมไตรมาส 3/2569

หน่วย: ล้านบาท



สินทรัพย์รวม

สินทรัพย์รวม ณ สิ้นไตรมาส 3/2569 อยู่ที่ 1,043.23 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1.64% จากสิ้นปี 2568 โดยส่วนใหญ่เป็นผลจากการเพิ่มขึ้นของสินค้าคงเหลือ ลูกหนี้การค้า และสินทรัพย์อื่น ขณะที่เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดลดลง โดยมีปัจจัยสำคัญจากการลงทุนในตราสารทุนจำนวน 50.00 ล้านบาท

หนี้สินรวม

หนี้สินรวม ณ สิ้นไตรมาส 3/2569 อยู่ที่ 428.24 ล้านบาท ลดลง 6.1% จาก 456.04 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักจากการลดลงของเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม ณ สิ้นไตรมาส 3/2569 อยู่ที่ 614.99 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 7.83% จาก 570.35 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักจากกำไรสุทธิที่บริษัทฯ ทำได้ในงวด 9 เดือนแรกของปี 2569 ส่งผลให้ส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นและช่วยเสริมความแข็งแกร่งของฐานะการเงิน

มุมมองของผู้บริหารต่อแนวโน้มธุรกิจปี 2569

บริษัทฯ ประเมินว่าในช่วงที่เหลือของปี 2569 ภาวะเศรษฐกิจโลกยังคงเผชิญความไม่แน่นอนในระดับสูง แม้สถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลางจะคลี่คลายลงภายหลังการบรรลุข้อตกลงหยุดยิงในช่วงกลางปี แต่สถานการณ์กลับมาตึงเครียดอีกครั้งตั้งแต่เดือนตุลาคม 2569 ต่อเนื่องถึงปัจจุบัน โดยการโจมตีเรือขนส่งสินค้าและโครงสร้างพื้นฐานด้านพลังงานในภูมิภาค ส่งผลให้ปริมาณการขนส่งผ่านช่องแคบฮอร์มุซลดลงอย่างมีนัยสำคัญ และราคาน้ำมันดิบปรับตัวสูงขึ้นเหนือระดับ 110 ดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรลในช่วงปลายเดือนตุลาคม ขณะเดียวกัน มาตรการภาษีนำเข้าของสหรัฐอเมริกาและความไม่แน่นอนด้านนโยบายการค้าของประเทศมหาอำนาจยังคงเป็นปัจจัยกดดันการค้าและห่วงโซ่อุปทานโลก ประกอบกับการชะลอตัวของเศรษฐกิจจีน ซึ่งส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ต้นทุนการผลิต และภาคการส่งออกทั่วโลก

สำหรับเศรษฐกิจไทย สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ปรับเพิ่มคาดการณ์การเติบโตของเศรษฐกิจไทยในปี 2569 เป็น 2.0–2.5% โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการลงทุนภาคเอกชนที่ขยายตัวในระดับสูงและการส่งออกที่เติบโตต่อเนื่อง โดยเฉพาะสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้องกับ AI และ Data Center ขณะที่คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) ยังคงอัตราดอกเบี้ยนโยบายไว้ที่ระดับ 1.00% เพื่อสนับสนุนการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม การฟื้นตัวยังคงกระจุกตัวอยู่ในบางอุตสาหกรรม กำลังซื้อของครัวเรือนยังได้รับแรงกดดันจากภาระหนี้ที่อยู่ในระดับสูง และอัตราเงินเฟ้อทั่วไปมีแนวโน้มเร่งตัวขึ้นในไตรมาส 4/2569 ตามการทยอยส่งผ่านต้นทุนพลังงาน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนการดำเนินงานและกำลังซื้อของผู้บริโภคในระยะต่อไป

ในส่วนของวัตถุดิบ สถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลางที่ผ่อนคลายลงในช่วงไตรมาส 3 ส่งผลให้ราคาน้ำมันดิบและวัตถุดิบที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมปิโตรเคมี ซึ่งเป็นวัตถุดิบสำคัญของผลิตภัณฑ์กลุ่มฟิล์มและกาว ทยอยปรับลดลง อย่างไรก็ตาม การกลับมาตึงเครียดของสถานการณ์ตั้งแต่เดือนตุลาคมส่งผลให้ราคาพลังงานและค่าขนส่งทางเรือระหว่างประเทศปรับตัวสูงขึ้นอีกครั้ง เพิ่มความเสี่ยงต่อความผันผวนของต้นทุนวัตถุดิบ แรงกดดันด้านเงินเฟ้อ และความต่อเนื่องของห่วงโซ่อุปทานในระยะข้างหน้า บริษัทฯ จึงติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด พร้อมบริหารระดับสินค้าคงคลังและกระจายแหล่งจัดหาวัตถุดิบ เพื่อรองรับความผันผวนและรักษาความต่อเนื่องของการผลิต โดยนำประสบการณ์จากการบริหารจัดการผลกระทบของภาวะหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Disruption) ในช่วงต้นปีที่ผ่านมา มาใช้ในการวางแผนและบริหารความเสี่ยงอย่างเหมาะสม

แม้จะเผชิญปัจจัยท้าทายดังกล่าว บริษัทฯ ประเมินว่าความต้องการใช้สินค้าในกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค อาหารและเครื่องดื่ม ยาและเวชภัณฑ์ รวมถึงธุรกิจขนส่ง ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมหลักที่ใช้ผลิตภัณฑ์ฉลากกาวของบริษัทฯ ยังคงมีความจำเป็นและมีความต้องการใช้งานอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ จึงมุ่งเน้นการเพิ่มสัดส่วนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มสูง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน รักษาความสามารถในการทำกำไร และสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

รักษาระดับการเติบโตของรายได้และกำไร

พีเอ็มซี ยังคงมุ่งเน้นกลยุทธ์การรักษาฐานลูกค้าเดิมควบคู่กับการขยายฐานลูกค้าใหม่ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยให้ความสำคัญกับตลาดที่ยังมีศักยภาพในการเติบโตและมีกำลังซื้อที่เหมาะสม โดยเฉพาะในภูมิภาคอาเซียนและกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับสินค้าอุปโภคบริโภค อาหาร เครื่องดื่ม และสินค้าเพื่อการดำรงชีวิต

ขณะเดียวกัน บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการเพิ่มสัดส่วนการขายผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูง เช่น ผลิตภัณฑ์ฟิล์มและผลิตภัณฑ์ฉลากพิเศษ ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นที่ดีกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไป รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อแนวโน้มด้านความยั่งยืนและสิ่งแวดล้อม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและรักษาระดับความสามารถในการทำกำไรในระยะยาว

การบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายเพื่อการเติบโตของกำไรขั้นต้นและกำไรสุทธิ

ภายใต้ภาวะต้นทุนวัตถุดิบและค่าขนส่งที่ยังมีความผันผวน บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพในทุกกระบวนการ โดยเฉพาะการบริหารจัดการด้าน Supply Chain การคัดเลือกและกระจายแหล่งจัดซื้อวัตถุดิบ การบริหารระดับสินค้าคงคลังให้เหมาะสม รวมถึงการเจรจาต่อรองกับผู้จำหน่ายเพื่อรักษาระดับต้นทุนให้อยู่ในเกณฑ์ที่แข่งขันได้

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การลดของเสียในกระบวนการผลิต และการบริหารต้นทุนพลังงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนการเติบโตของอัตรากำไรขั้นต้นและกำไรสุทธิ พร้อมทั้งเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางการเงินและความสามารถในการแข่งขันของบริษัทฯ ในระยะยาว

การพัฒนาอย่างยั่งยืน

ในปี 2569 บริษัท พีเอ็มซี เลเบิล แมททีเรียลส์ จำกัด (มหาชน) ยังคงเดินหน้าขับเคลื่อนธุรกิจภายใต้วิสัยทัศน์ **"เส้นทางสู่อนาคตสีเขียว" (Journey to the Green Future)** โดยเรามุ่งเน้นการเติบโตแบบองค์รวมภายใต้กลยุทธ์ **"Hybrid Growth"** ซึ่งให้ความสำคัญกับการสร้างความแข็งแกร่งในตลาดควบคู่ไปกับการบริหารจัดการมิติด้านความยั่งยืนอย่างเป็นระบบและยึดมั่นในข้อเท็จจริง

ในมิติด้านสิ่งแวดล้อม ฝ่ายบริหารมีความตั้งใจที่จะยกระดับประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรผ่านการส่งเสริมพลังงานหมุนเวียนจากโครงการ Solar Rooftop เพื่อช่วยควบคุมต้นทุนและลดผลกระทบต่อชั้นบรรยากาศอย่างต่อเนื่อง พร้อมกันนี้เรายังคงเดินหน้าวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ฉลากที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อาทิ วัสดุกลุ่มกาวสูตรน้ำและนวัตกรรมที่ช่วยสนับสนุนกระบวนการรีไซเคิลบรรจุภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น เพื่อตอบโจทย์ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมที่เพิ่มขึ้นในระดับสากล โดยมุ่งหวังที่จะบริหารจัดการของเสียจากการผลิตให้ลดน้อยลงที่สุดตามศักยภาพของเทคโนโลยีในปัจจุบัน

สำหรับมิติด้านสังคม เราเชื่อมั่นว่ารากฐานที่สำคัญที่สุดคือความปลอดภัยและคุณภาพชีวิตของพนักงาน บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญอย่างสูงสุดกับการปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงานและมาตรการป้องกันอุบัติเหตุอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดความเสี่ยงจากการปฏิบัติงานให้เหลือน้อยที่สุดตามมาตรฐานสากล พร้อมทั้งมุ่งปลูกฝังแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมให้เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กรผ่านการเรียนรู้และกิจกรรมที่มีส่วนร่วมกับชุมชนโดยรอบอย่างสม่ำเสมอ

ในด้านบรรษัทภิบาล เรายังคงยึดถือความโปร่งใสและจริยธรรมเป็นหัวใจหลักในการดำเนินธุรกิจ โดยมุ่งเน้นการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการต่อต้านคอร์รัปชันในทุกรูปแบบ เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้มีส่วนได้เสียว่าทุกการเติบโตของเราเป็นไปอย่างเป็นธรรมและตรวจสอบได้ ฝ่ายบริหารเชื่อมั่นว่าการก้าวเดินอย่างมั่นคงบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและการปรับตัวให้เท่าทันสถานการณ์ จะเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ PMC สามารถมอบคุณค่าที่ยั่งยืนให้แก่สังคมและสร้างความสำเร็จร่วมกับทุกภาคส่วนได้อย่างต่อเนื่องในปี 2569 นี้

ต่อนักลงทุนสัมพันธ์พีเอ็มซี:
อีเมล์: ir@pmclabel.com

ข้อปฏิเสธความรับผิดชอบ
ในเอกสารฉบับนี้อาจจะมีข้อมูลบางส่วนที่เกี่ยวข้องกับการคาดการณ์ในอนาคตโดยใช้ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในหลายด้านซึ่งจะขึ้นอยู่กับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนต่าง ๆ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวรวมถึง แผนธุรกิจ กลยุทธ์ และความเชื่อของบริษัทฯ รวมทั้งข้อมูลอื่นที่ไม่ใช่ข้อมูลที่เกิดขึ้นในอดีต ตัวอย่างของคำที่ใช้ในการคาดการณ์ในอนาคต เช่น “อาจจะ”, “จะ”, “คาดว่า”, “ตั้งใจว่า, “ประมาณ”, “เชื่อว่า”, “ยังคง”, “วางแผนว่า” หรือคำใด ๆ ที่มีความหมายทำนองเดียวกัน เป็นต้น แม้ว่าการคาดการณ์ดังกล่าวจะถูกจัดทำขึ้นจากสมมติฐานและความเชื่อของฝ่ายบริหารโดยอาศัยข้อมูลที่มีอยู่ในปัจจุบันเป็นพื้นฐานก็ตาม สมมติฐานเหล่านี้ยังคงมีความเสี่ยงและความไม่แน่นอนต่าง ๆ ซึ่งอาจจะทำให้ผลงาน ผลการดำเนินงาน ความสำเร็จที่เกิดขึ้นจริงแตกต่างจากที่บริษัทฯ คาดการณ์ไว้ในอนาคต ดังนั้นผู้ใช้ข้อมูลดังกล่าวจึงควรระมัดระวังในการใช้ข้อมูลข้างต้น อีกทั้งบริษัท และผู้บริหาร/พนักงาน ไม่อาจควบคุมหรือรับรองความเกี่ยวข้อง ระยะเวลาที่จะเกิดขึ้น หรือความถูกต้องของข้อมูลดังกล่าว