

ที่ TACC-011/2567

8 สิงหาคม 2567

เรื่อง คำอธิบายและวิเคราะห์งบการเงินสำหรับไตรมาสที่ 2 ปี 2567 สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2567

เรียน กรรมการผู้จัดการ  
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) และบริษัทย่อย (“กลุ่มบริษัท”) ขอชี้แจงผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาสที่ 2 ปี 2567 สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2567 ดังนี้

### รายได้จากการขายและบริการ

#### **งบการเงินเฉพาะกิจการ**

ในไตรมาส 2 ปี 2567 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายและบริการ 493.70 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 48.70 ล้านบาท คิดเป็น 10.94% จากงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีรายได้จากการขายและบริการ 445.06 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลัก (ก) การเพิ่มขึ้นของการบริโภคของลูกค้ากลุ่มนักเรียน พนักงานบริษัท และนักท่องเที่ยวที่มากกว่าปีที่แล้ว และมีรายการส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นยอดขายของร้าน 7-11 (ข) ยอดขายของกลุ่มลูกค้าในประเทศเพิ่มขึ้นจากการขยายสาขาของลูกค้ารายหลัก

สำหรับงวด 6 เดือน บริษัทฯ มีรายได้จากการขายและบริการ 946.41 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 123.74 ล้านบาท คิดเป็น 15.04% จากงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีรายได้จากการขายและบริการ 822.66 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลัก (ก) ยอดขายของสินค้าในร้าน 7-11 เพิ่มขึ้นจาก (ก) การเพิ่มขึ้นของการบริโภคของลูกค้ากลุ่มนักเรียน พนักงานบริษัท และนักท่องเที่ยวที่มากกว่าปีที่แล้ว และโครงการ E-Receipt ในช่วงต้นปี (ข) มีรายการส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นยอดขายของร้าน 7-11 (ค) ยอดขายของกลุ่มลูกค้าในประเทศเพิ่มขึ้นจากการขยายสาขาของลูกค้ารายหลัก

#### **งบการเงินรวม**

กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้รวมสำหรับไตรมาสที่ 2 และสำหรับงวด 6 เดือน ปี 2567 จำนวน 497.69 และ 955.63 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 50.67 และ 128.71 ล้านบาท (คิดเป็น 11.34% และ 15.57%) จากงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีรายได้จากการขายและบริการ 447.02 และ 826.92 ล้านบาท ตามลำดับ เนื่องจากยอดขายที่เพิ่มขึ้นของบริษัทฯ และบริษัทย่อยในระหว่างปีปัจจุบัน

### ต้นทุนขายและบริการ

#### **งบการเงินเฉพาะกิจการ**

บริษัทฯ มีต้นทุนขายและบริการในไตรมาส 2 และสำหรับงวด 6 เดือนปี 2567 จำนวน 330.18 และ 629.77 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 30.30 และ 71.12 ล้านบาท (คิดเป็น 10.10% และ 12.73%) จากงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีต้นทุนขายและบริการ 299.88 และ 558.65 ล้านบาท หรือคิดเป็น 66.87% และ 67.38% ของรายได้ของไตรมาส 2 ปี 2567 และ 2566 ตามลำดับ (ลดลงอัตราส่วนร้อยละ 0.51) และคิดเป็น 66.54% และ 67.91% ของรายได้สำหรับงวด 6 เดือนปี 2567 และ 2566 ตามลำดับ (ลดลงอัตราส่วนร้อยละ 1.37) มูลค่าต้นทุนขายและบริการเพิ่มขึ้นตามยอดขายของบริษัทฯ และราคาวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว อย่างไรก็ตามบริษัทสามารถบริหารจัดการต้นทุนในส่วนอื่นๆ โดยเฉพาะต้นทุนขนส่งได้ จึงทำให้สัดส่วนต้นทุนขายและบริการลดลงจากงวดเดียวกันของปีก่อน

#### งบการเงินรวม

กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนขายและบริการรวมสำหรับไตรมาส 2 และสำหรับงวด 6 เดือนปี 2567 จำนวน 332.35 และ 635.17 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 31.39 และ 74.41 ล้านบาท (คิดเป็น 10.43% และ 13.27%) จากงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีต้นทุนขายและบริการรวม 300.96 และ 560.76 ล้านบาท หรือคิดเป็น 66.78% และ 67.33% ของรายได้รวมของไตรมาส 2 ปี 2567 และ 2566 ตามลำดับ (ลดลงอัตราส่วนร้อยละ 0.55) และคิดเป็น 66.47% และ 67.81% ของรายได้รวมสำหรับงวด 6 เดือนของปี 2567 และ 2566 ตามลำดับ (ลดลงอัตราส่วนร้อยละ 1.34) เพิ่มขึ้นตามยอดขายของบริษัทฯ และบริษัทย่อย รวมถึงราคาวัตถุดิบของบริษัทฯ ที่เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว แต่เนื่องจากบริษัทฯ สามารถบริหารจัดการต้นทุนในส่วนอื่นๆ โดยเฉพาะต้นทุนขนส่งได้ จึงทำให้สัดส่วนต้นทุนขายและบริการรวมลดลงจากงวดเดียวกันของปีก่อน

#### กำไรขั้นต้น

##### งบการเงินเฉพาะกิจการ

บริษัทฯ มีอัตราส่วนกำไรขั้นต้นสำหรับไตรมาส 2 และสำหรับงวด 6 เดือนปี 2567 เท่ากับ 33.13% และ 33.46% ตามลำดับ เพิ่มขึ้นอัตราส่วนร้อยละ 0.51 และ 1.36 จากปีก่อนที่มีอัตราส่วน 32.62% และ 32.09% เนื่องจากรายได้จากการขายและบริการที่เพิ่มขึ้น และการบริหารจัดการต้นทุนของบริษัทฯ ในระหว่างปี

##### งบการเงินรวม

กลุ่มบริษัทฯ มีอัตราส่วนกำไรขั้นต้นรวมสำหรับไตรมาส 2 และสำหรับงวด 6 เดือนปี 2567 เท่ากับ 33.22% และ 33.53% ตามลำดับ เพิ่มขึ้นอัตราส่วนร้อยละ 0.55 และ 1.35 จากปีก่อนที่มีอัตราส่วน 32.67% และ 32.19% เนื่องจากรายได้จากการขายและบริการที่เพิ่มขึ้น และการบริหารจัดการต้นทุนของกลุ่มบริษัทฯ ในระหว่างปี

#### ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย

##### งบการเงินเฉพาะกิจการ

ในไตรมาส 2 ปี 2567 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย 39.22 ล้านบาท ลดลง 0.36 ล้านบาท คิดเป็น 0.90% จากงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีค่าใช้จ่ายในการขาย 39.58 ล้านบาท หรือคิดเป็น 7.94% และ 8.89% ของรายได้ของไตรมาส 2 ปี 2567 และ 2566 ตามลำดับ เพิ่มขึ้นสัดส่วนร้อยละ 0.95 จากงวดเดียวกันของปีก่อน

สำหรับงวด 6 เดือน บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย 78.00 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 10.89 ล้านบาท คิดเป็น 16.22% จากงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีค่าใช้จ่ายในการขาย 67.11 ล้านบาท หรือคิดเป็น 8.24% และ 8.16% ของรายได้ของปี 2567 และ 2566 ตามลำดับ เพิ่มขึ้นสัดส่วนร้อยละ 0.08 จากงวดเดียวกันของปีก่อนจากการเพิ่มขึ้นของค่าส่งเสริมการขายตามยอดขาย และค่าสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นการรับรู้สินค้าของบริษัทฯ ในช่วงไตรมาสที่ 1

## งบการเงินรวม

ในไตรมาส 2 ปี 2567 กลุ่มบริษัท มีค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายรวมจำนวน 44.23 ล้านบาท ลดลง 0.80 ล้านบาท คิดเป็น 1.74% จากงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีค่าใช้จ่ายในการขายรวมจำนวน 45.02 ล้านบาท หรือคิดเป็น 8.89% และ 10.07 % ของรายได้จากการขายและบริการรวมของไตรมาส 2 ปี 2567 และ 2566 ตามลำดับ ลดลงสัดส่วนร้อยละ 1.18 จากงวดเดียวกันของปีก่อน

สำหรับงวด 6 เดือน กลุ่มบริษัท มีค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายรวมจำนวน 88.21 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 14.53 ล้านบาท คิดเป็น 19.72% จากงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีค่าใช้จ่ายในการขายรวมจำนวน 73.68 ล้านบาท หรือคิดเป็น 9.23% และ 8.91% ของรายได้จากการขายและบริการรวมของปี 2567 และ 2566 ตามลำดับ เพิ่มขึ้นสัดส่วนร้อยละ 0.32 จากงวดเดียวกันของปีก่อนจากค่าใช้จ่ายในการขายของบริษัทฯ และบริษัทย่อยที่เพิ่มขึ้นในช่วงไตรมาสที่ 1

## ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

### งบการเงินเฉพาะกิจการ

บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารในไตรมาส 2 และสำหรับงวด 6 เดือนปี 2567 จำนวน 35.96 และ 71.13 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 6.15 และ 6.85 ล้านบาท (คิดเป็น 20.63% และ 10.65%) จากปีก่อนที่มีค่าใช้จ่ายในการบริหาร 29.81 และ 64.28 ล้านบาท คิดเป็น 7.28% และ 6.70% ของรายได้ของไตรมาส 2 ปี 2567 และ 2566 (เพิ่มขึ้นอัตราส่วนร้อยละ 0.58) และคิดเป็น 8.24% และ 8.16% ของรายได้สำหรับงวด 6 เดือนปี 2567 และ 2566 ตามลำดับ (เพิ่มขึ้นอัตราส่วนร้อยละ 0.08) เนื่องจากการขึ้นเงินเดือนประจำปีของบริษัทฯ การเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้บริหาร การเปลี่ยนแปลงการบันทึกเงินเดือนของผู้บริหารบางท่านจากค่าใช้จ่ายในการขายมาเป็นค่าใช้จ่ายในการบริหารจากการปรับเปลี่ยนหน้าที่ของผู้บริหารใหม่ รวมถึงค่าใช้จ่ายในการดำเนินการต่างๆ ที่เพิ่มขึ้น

### งบการเงินรวม

กลุ่มบริษัท มีค่าใช้จ่ายในการบริหารรวมในไตรมาส 2 และสำหรับงวด 6 เดือนปี 2567 จำนวน 39.35 และ 77.96 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5.34 และ 7.68 ล้านบาท (คิดเป็น 15.69% และ 10.94%) จากงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีค่าใช้จ่ายในการบริหารรวม 34.01 และ 70.27 ล้านบาท คิดเป็น 7.91% และ 7.61% ของรายได้รวมของไตรมาส 2 ปี 2567 และ 2566 (เพิ่มขึ้นอัตราส่วนร้อยละ 0.30) และคิดเป็น 8.16% และ 8.50% ของรายได้รวมสำหรับงวด 6 เดือนปี 2567 และ 2566 (ลดลงอัตราส่วนร้อยละ 0.34) จากค่าใช้จ่ายในการบริหารที่เพิ่มขึ้นของบริษัทฯ และบริษัทย่อยในระหว่างงวด

## ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม

กลุ่มบริษัทฯ ไม่ได้รับรู้ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในบริษัทร่วมในปี 2567 เนื่องจากได้บันทึกสำรองค่าเผื่อการด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัทร่วมเต็มจำนวนแล้วในปี 2566

## กำไรสุทธิ

### งบการเงินเฉพาะกิจการ

บริษัทฯ มีกำไรสุทธิในไตรมาส 2 และสำหรับงวด 6 เดือนปี 2567 จำนวน 73.73 และ 139.37 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 11.33 และ 30.53 ล้านบาท (คิดเป็น 18.15% และ 28.05%) จากงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีกำไรสุทธิ 62.41 และ 108.84 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตรากำไรสุทธิ 14.93% และ 14.73% เพิ่มขึ้น 0.91% และ 1.50% จากงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีอัตราส่วนกำไรสุทธิ 14.02% และ 13.23% สาเหตุของการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิมาจากยอดขายที่เพิ่มขึ้นในปัจจุบัน และการบริหารจัดการต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพของบริษัทฯ

## งบการเงินรวม

กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิรวมสำหรับไตรมาส 2 และสำหรับงวด 6 เดือนปี 2567 จำนวน 68.35 และ 128.72 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 15.17 และ 33.23 ล้านบาท (คิดเป็น 28.54% และ 34.80%) จากงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีกำไรสุทธิ 53.18 และ 95.49 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตรากำไรสุทธิ 13.73 % และ 13.47% เพิ่มขึ้น 1.83% และ 1.92% จากงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีอัตรากำไรสุทธิ 11.90% และ 11.55% สาเหตุของการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิรวมมาจาก (ก) กำไรสุทธิของบริษัทฯ ที่เพิ่มขึ้นจากงวดเดียวกันของปีก่อนจำนวน 11.33 ล้านบาท (ข) กลุ่มบริษัทไม่ต้องบันทึกส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม (ค) บริษัทย่อยมีผลขาดทุนลดลงจากงวดเดียวกันของปีก่อนจำนวน 1.16 ล้านบาท

## แผนการดำเนินงานของปี 2567

กลุ่มบริษัทฯ คาดว่ารายได้ทั้งปี 2567 จะเติบโตร้อยละ 10 จากปีก่อน จากกลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าหลัก เพิ่มฐานลูกค้าใหม่ นำเสนอสินค้าใหม่จับเทรนด์ผู้บริโภคสุขภาพ ร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพิ่มโอกาสการทางการขายให้กับลูกค้า รวมถึงการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

## การรายงานด้านความยั่งยืน

บริษัทฯ เล็งเห็นถึงความสำคัญในการกำกับดูแลด้านความยั่งยืนให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของบริษัทคือ “เราจะเป็นบริษัทชั้นนำที่เชี่ยวชาญในการสร้างสรรค์สินค้าไลฟ์สไตล์และเครื่องดื่ม ให้เป็นที่รู้จักในตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เพื่อตอบสนองความต้องการอย่างทันทั่วถึง โดยการสร้างผลตอบแทนร่วมกัน และสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม” โดยบริษัทฯ ได้ดำเนินกิจกรรมด้านความยั่งยืน ดังนี้

### การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ได้ใช้บรรจุภัณฑ์นวัตกรรม “Green Carton” By SCG ซึ่งเป็นบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่ผลิตจากเศษกระดาษที่ใช้แล้ว ผ่านกระบวนการจัดเก็บ และนำมากลับมารีไซเคิล บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ ได้แก่ กลุ่มเครื่องดื่มเย็นในโถกอด เช่น กาแฟเย็น และชานม และกลุ่มเครื่องดื่ม Non-Coffee Manu ใน All Café เช่น ชาเขียว ชานม ชามะนาว และชาได้หวน แสดงให้เห็นถึงความสำคัญกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมที่คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม นอกจากนี้ บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในด้านการจัดการก๊าซเรือนกระจกตลอดจนห่วงโซ่มูลค่า โดยได้ผ่านการตรวจรับรองและขึ้นทะเบียนเครื่องหมายคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร รวมถึงมีแผนดำเนินการติดตั้งโซลาร์เซลล์บนหลังคาโรงงานของบริษัทฯ ที่อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดชลบุรีบางสวน ซึ่งเป็นการนำพลังงานสะอาดมาใช้กับโรงงานของบริษัทฯ และจะขยายพื้นที่การติดตั้งให้เพิ่มขึ้นในอนาคตอีกด้วย นอกจากนี้ โรงงานที่เป็นพันธมิตรของบริษัทฯ ก็ได้มีการดำเนินการติดตั้งโซลาร์เซลล์เช่นกัน

### การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสังคม

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจโดยยึดมั่นและให้ความสำคัญกับหน้าที่และความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้มีส่วนได้เสีย ได้แก่ ผู้ถือหุ้น ลูกค้า คู่ค้า พนักงาน ชุมชน และสังคมรอบด้าน เพื่อสร้างความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ และสามารถบริหารจัดการให้เติบโตได้อย่างมั่นคงและเป็นที่ยอมรับในสังคม รวมทั้งได้ปลูกฝังแนวความคิดดังกล่าวให้กับพนักงานทุกระดับชั้น โดยมีแนวทางการปฏิบัติ เช่น

- การให้ความสำคัญและเคารพสิทธิมนุษยชน ปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเสมอภาค เท่าเทียมและเป็นธรรม ไม่ว่าจะมีความแตกต่างด้านเชื้อชาติ ศาสนา เพศ หรือด้านสภาพร่างกาย โดยมีการทำความผูกพันกับพนักงานผ่าน Application ทำให้บริษัทฯ สามารถเข้าใจและแก้ไขปัญหาของพนักงานได้โดยตรง และมีวัตถุประสงค์ให้พนักงานทุกคนทำงานอย่างมีความสุข
- โรงงานของบริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยอาหาร (FSSC 22000) ในการรับรองระบบการจัดการความปลอดภัยทางอาหารสำหรับอุตสาหกรรมการผลิตอาหารและเครื่องดื่มให้มีคุณภาพ ถูกสุขอนามัยและความปลอดภัยต่อผู้บริโภค



## การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติการดำเนินธุรกิจด้วยหลักธรรมาภิบาล

บริษัทฯ ได้รับการประเมินผลสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทยประจำปี 2566 ในระดับ 5 ดาว หรือ“ดีเลิศ” สะท้อนให้เห็นถึงการกำกับดูแลกิจการที่ดีอย่างต่อเนื่อง มีการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม รวมถึงการให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ชัชชวี วัฒนสุข

(นายชัชชวี วัฒนสุข)

ประธานกรรมการบริหาร

บริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน)

T.A.C. Consumer PCL.

T.A.C. Consumer PCL. 23rd Floor, UM Tower,  
9/231-233 Ramkhamhaeng Road, Suanluang, Bangkok 10250