

ที่ TACC-013/2567

7 พฤศจิกายน 2567

เรื่อง คำอธิบายและวิเคราะห์งบการเงินสำหรับไตรมาสที่ 3 ปี 2567 สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2567 (แก้ไข)

เรียน กรรมการผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) และบริษัทย่อย (“กลุ่มบริษัท”) ขอชี้แจงผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาสที่ 3 ปี 2567 สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2567 ดังนี้

รายได้จากการขายและบริการ

งบการเงินเฉพาะกิจการ

บริษัทฯ มีรายได้สำหรับไตรมาสที่ 3 และสำหรับงวด 9 เดือน จำนวน 477.35 และ 1,423.75 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 48.70 และ 178.29 ล้านบาท (คิดเป็น 10.94% และ 14.32%) จากงวดเดียวกันของปีก่อน ที่มีรายได้จากการขายและบริการ 445.06 และ 1,245.46 ล้านบาท ตามลำดับ โดยมีสาเหตุหลัก (ก) ยอดขายของสินค้าในร้าน 7-11 เพิ่มขึ้นจาก (ก) การเพิ่มขึ้นของการบริโภคของลูกค้านักเรียน พนักงานบริษัท และนักท่องเที่ยวที่มากกว่าปีที่แล้ว และโครงการ E-Receipt ในช่วงต้นปี (ข) รายการส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นยอดขายของร้าน 7-11 ที่มีกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง (ค) ยอดขายของกลุ่มลูกค้าในประเทศเพิ่มขึ้นจากการขยายสาขาของลูกค้ารายหลัก

งบการเงินรวม

กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้รวมสำหรับไตรมาสที่ 3 และสำหรับงวด 9 เดือน ปี 2567 จำนวน 481.32 และ 1,436.96 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 54.91 และ 183.63 ล้านบาท (คิดเป็น 12.88% และ 14.65%) จากงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีรายได้จากการขายและบริการ 426.41 และ 1,253.33 ล้านบาท ตามลำดับ เนื่องจากยอดขายที่เพิ่มขึ้นของบริษัทฯ และบริษัทย่อยในระหว่างปีปัจจุบัน

ต้นทุนขายและบริการ

งบการเงินเฉพาะกิจการ

บริษัทฯ มีต้นทุนขายและบริการในไตรมาส 3 และสำหรับงวด 9 เดือนปี 2567 จำนวน 318.33 และ 948.10 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 35.79 และ 106.91 ล้านบาท (คิดเป็น 12.67% และ 12.71%) จากงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีต้นทุนขายและบริการ 282.55 และ 841.20 ล้านบาท หรือคิดเป็น 66.69% และ 66.83% ของรายได้ของไตรมาส 3 ปี 2567 และ 2566 ตามลำดับ (ลดลง 0.14%) และคิดเป็น 66.59% และ 67.54% ของรายได้สำหรับงวด 9 เดือนปี 2567 และ 2566 ตามลำดับ (ลดลง 0.95%) มูลค่าต้นทุนขายและบริการเพิ่มขึ้นตามยอดขายของบริษัทฯ และราคาวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว อย่างไรก็ตามบริษัทสามารถบริหารจัดการต้นทุนในส่วนอื่นๆ โดยเฉพาะต้นทุนขนส่งได้ จึงทำให้สัดส่วนต้นทุนขายและบริการลดลงจากงวดเดียวกันของปีก่อน

งบการเงินรวม

กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนขายและบริการรวมสำหรับไตรมาส 3 และสำหรับงวด 9 เดือนปี 2567 จำนวน 321.41 และ 956.58 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 36.86 และ 111.27 ล้านบาท (คิดเป็น 12.96% และ 13.16%) จากงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีต้นทุนขายและบริการรวม 284.55 และ 845.31 ล้านบาท หรือคิดเป็น 66.78% และ 66.73% ของรายได้รวมของไตรมาส 3 ปี 2567 และ 2566 (เพิ่มขึ้น 0.05%) และคิดเป็น 66.57% และ 67.45% ของรายได้รวมสำหรับงวด 9 เดือนของปี 2567 และ 2566 (ลดลง 0.88%) เพิ่มขึ้นตามยอดขายของบริษัทฯ และบริษัทย่อย รวมถึงราคาวัตถุดิบของบริษัทฯ ที่เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว แต่เนื่องจากบริษัทฯ สามารถบริหารจัดการต้นทุนในส่วนอื่นๆ โดยเฉพาะต้นทุนขนส่งได้ จึงทำให้สัดส่วนต้นทุนขายและบริการรวมลดลงจากงวดเดียวกันของปีก่อน

กำไรขั้นต้น

งบการเงินเฉพาะกิจการ

บริษัทฯ มีอัตราส่วนกำไรขั้นต้นสำหรับไตรมาส 3 และสำหรับงวด 9 เดือนปี 2567 เท่ากับ 33.31% และ 33.41% ตามลำดับ เพิ่มขึ้นอัตราส่วนร้อยละ 0.14 และ 0.95 จากปีก่อนที่มีอัตราส่วน 33.22% และ 32.46% เนื่องจากรายได้จากการขายและบริการที่เพิ่มขึ้น และการบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายของบริษัทฯ ในระหว่างปี

งบการเงินรวม

กลุ่มบริษัทฯ มีอัตราส่วนกำไรขั้นต้นรวมสำหรับไตรมาส 3 และสำหรับงวด 9 เดือนปี 2567 เท่ากับ 33.22% และ 33.43% ตามลำดับ ลดลงอัตราส่วนร้อยละ 0.05 สำหรับไตรมาส 3 และเพิ่มขึ้นอัตราส่วนร้อยละ 0.88 สำหรับงวด 9 เดือน จากปีก่อนที่มีอัตราส่วน 33.27% และ 32.55% เนื่องจากรายได้จากการขายและบริการที่เพิ่มขึ้น และการบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายของกลุ่มบริษัทฯ ในระหว่างปี

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย

งบการเงินเฉพาะกิจการ

ในไตรมาส 3 ปี 2567 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย 33.39 ล้านบาท ลดลง 4.41 ล้านบาท คิดเป็น 11.66% จากงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีค่าใช้จ่ายในการขาย 37.79 ล้านบาท หรือคิดเป็น 6.99% และ 8.94% ของรายได้ของไตรมาส 3 ปี 2567 และ 2566 (ลดลง 1.95%)

สำหรับงวด 9 เดือน บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย 111.39 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 6.48 ล้านบาท คิดเป็น 6.18% จากงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีค่าใช้จ่ายในการขาย 104.91 ล้านบาท หรือคิดเป็น 8.42% และ 7.82% ของรายได้ของปี 2567 และ 2566 (เพิ่มขึ้น 0.60%) เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของค่าส่งเสริมการขายตามยอดขาย และค่าสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นการรับรู้สินค้าของบริษัทฯ

งบการเงินรวม

ในไตรมาส 3 ปี 2567 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายรวมจำนวน 37.35 ล้านบาท ลดลง 6.30 ล้านบาท คิดเป็น 14.43% จากงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีค่าใช้จ่ายในการขายรวมจำนวน 43.65 ล้านบาท หรือคิดเป็น 10.24% และ 7.76 % ของรายได้จากการขายและบริการรวมของไตรมาส 3 ปี 2567 และ 2566 (ลดลง 2.48%)

สำหรับงวด 9 เดือน กลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายรวมจำนวน 125.56 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 8.24 ล้านบาท คิดเป็น 7.02% จากงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีค่าใช้จ่ายในการขายรวมจำนวน 117.33 ล้านบาท หรือคิดเป็น 8.74% และ 9.36% ของรายได้จากการขายและบริการรวมของปี 2567 และ 2566 (ลดลง 0.62%) เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการขายของบริษัทฯ และบริษัทย่อยที่เพิ่มขึ้นตามยอดขายในระหว่างงวด และค่าสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อการกระตุ้นการรับรู้สินค้าของกลุ่มบริษัทฯ

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

งบการเงินเฉพาะกิจการ

บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารในไตรมาส 3 และสำหรับงวด 9 เดือนปี 2567 จำนวน 44.71 และ 114.80 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 16.07 และ 21.88 ล้านบาท (คิดเป็น 56.11% และ 23.55%) จากปีก่อนที่มีค่าใช้จ่ายในการบริหาร 28.64 และ 92.92 ล้านบาท คิดเป็น 9.37% และ 6.70% ของรายได้ของไตรมาส 3 ปี 2567 และ 2566 (เพิ่มขึ้น 2.60%) และคิดเป็น 8.06% และ 7.46% ของรายได้สำหรับงวด 9 เดือนปี 2567 และ 2566 ตามลำดับ (เพิ่มขึ้น 0.60%) เนื่องจาก (ก) การขึ้นเงินเดือนประจำปีของบริษัทฯ และการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้บริหาร (ข) การเปลี่ยนแปลงงบบันทึกเงินเดือนของผู้บริหารบางท่านจากค่าใช้จ่ายในการขายมาเป็นค่าใช้จ่ายในการบริหารจากการปรับเปลี่ยนหน้าที่ของผู้บริหารใหม่ และ (ค) บริษัทฯ มีการปรับปรุงและขยายโรงงานทำให้ต้องหยุดการผลิตในระหว่างเดือนสิงหาคม ถึง กันยายน ทำให้ต้องบันทึกค่าใช้จ่ายส่วนของฝ่ายผลิตเข้ามาเป็นค่าใช้จ่ายในการบริหาร

งบการเงินรวม

กลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารรวมในไตรมาส 3 และสำหรับงวด 9 เดือนปี 2567 จำนวน 48.94 และ 125.79 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 16.82 และ 23.39 ล้านบาท (คิดเป็น 52.36% และ 22.84%) จากงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีค่าใช้จ่ายในการบริหารรวม 32.12 และ 102.40 ล้านบาท คิดเป็น 10.17% และ 7.53% ของรายได้รวมของไตรมาส 3 ปี 2567 และ 2566 (เพิ่มขึ้น 2.64%) และคิดเป็น 8.75% และ 8.17% ของรายได้รวมสำหรับงวด 9 เดือนปี 2567 และ 2566 (เพิ่มขึ้น 0.58%) จากค่าใช้จ่ายในการบริหารที่เพิ่มขึ้นของบริษัทฯ และบริษัทย่อยในระหว่างงวด

ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม

กลุ่มบริษัทฯ ไม่ได้รับรู้ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในบริษัทร่วมในปี 2567 เนื่องจากได้บันทึกสำรองค่าเผื่อการด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัทร่วมเต็มจำนวนแล้วในปี 2566

กำไรสุทธิ

งบการเงินเฉพาะกิจการ

บริษัทฯ มีกำไรสุทธิในไตรมาส 3 และสำหรับงวด 9 เดือนปี 2567 จำนวน 66.31 และ 205.68 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 6.42 และ 36.95 ล้านบาท (คิดเป็น 10.73% และ 21.90%) จากงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีกำไรสุทธิ 59.89 และ 168.73 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตรากำไรสุทธิ 13.89% และ 14.16% ของรายได้ของไตรมาส 3 ปี 2567 และ 2566 (ลดลง 0.27%) และคิดเป็นอัตรากำไรสุทธิ 14.45% และ 13.55% ของรายได้สำหรับ

งวด 9 เดือน ปี 2567 และ 2566 (เพิ่มขึ้น 0.90%) สาเหตุของการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิมาจากยอดขายที่เพิ่มขึ้นในปัจจุบัน และการบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพของบริษัทฯ

งบการเงินรวม

กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิรวมสำหรับไตรมาส 3 และสำหรับงวด 9 เดือนปี 2567 จำนวน 60.41 และ 189.13 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 9.15 และ 42.39 ล้านบาท (คิดเป็น 17.86% และ 28.88%) จากงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีกำไรสุทธิ 51.25 และ 146.75 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตรากำไรสุทธิ 12.55% และ 12.02% ของรายได้ของไตรมาส 3 ปี 2567 และ 2566 (เพิ่มขึ้น 0.53%) และคิดเป็นอัตรากำไรสุทธิ 13.16% และ 11.71% ของรายได้สำหรับงวด 9 เดือน ปี 2567 และ 2566 (เพิ่มขึ้น 1.45%) สาเหตุของการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิรวมมาจาก (ก) กำไรสุทธิของบริษัทฯ ที่เพิ่มขึ้นจากงวดเดียวกันของปีก่อนจำนวน 36.95 ล้านบาท (ข) กลุ่มบริษัทไม่ต้องบันทึกส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม

แผนการดำเนินงานของปี 2567

กลุ่มบริษัทฯ คาดว่ารายได้ทั้งปี 2567 จะเติบโตร้อยละ 10 จากปีก่อน จากกลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าหลัก เพิ่มฐานลูกค้าใหม่ นำเสนอสินค้าใหม่จับเทรนด์ผู้บริโภครักสุขภาพ ร่วมพัฒนากลุ่มสินค้าใหม่เพิ่มโอกาสการทางการขายให้กับลูกค้า รวมถึงการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

การรายงานด้านความยั่งยืน

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

การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ได้ใช้บรรจุภัณฑ์นวัตกรรม “Green Carton” By SCG ซึ่งเป็นบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่ผลิตจากเศษกระดาษที่ใช้แล้ว ผ่านกระบวนการจัดเก็บ และนำมากลับมาใช้เคลือบ บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ ได้แก่ กลุ่มเครื่องดื่มเย็นในโถกอด เช่น กาแฟเย็น ชานม และกลุ่มเครื่องดื่ม Non-Coffee Menu ใน All Café เช่น ชาเขียว ชานม ชามะนาว และชาได้วัน แสดงให้เห็นถึงความสำคัญกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมที่คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม นอกจากนี้ บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในด้านการจัดการก๊าซเรือนกระจกตลอดจนห่วงโซ่มูลค่า โดยได้ผ่านการตรวจรับรองและขึ้นทะเบียนเครื่องหมายคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร รวมถึงมีแผนดำเนินการติดตั้งโซลาร์เซลล์บนหลังคาโรงงานของบริษัทฯ ที่อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดชลบุรีบางส่วน ซึ่งเป็นการนำพลังงานสะอาดมาใช้กับโรงงานของบริษัทฯ และจะขยายพื้นที่การติดตั้งให้เพิ่มขึ้นในอนาคตอีกด้วย นอกจากนี้ โรงงานที่เป็นพันธมิตรของบริษัทฯ ก็ได้มีการดำเนินการติดตั้งโซลาร์เซลล์เช่นกัน

การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสังคม

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



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

การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติการดำเนินงานด้วยหลักธรรมาภิบาล

บริษัทฯ ได้รับการประเมินผลสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทยประจำปี 2567 ในระดับ 4 ดาว หรือ “ดีมาก” สะท้อนให้เห็นถึงการกำกับดูแลกิจการที่ดีอย่างต่อเนื่อง มีการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส คำเนิ่งถึงผลกระทบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม รวมถึงการให้ความสำคัญกับการดำเนินงานอย่างยั่งยืน

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