

ที่ TACC-009/2569

6 สิงหาคม 2569

เรื่อง คำอธิบายและวิเคราะห์ผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 2 และงวดหกเดือนสิ้นสุด
วันที่ 30 มิถุนายน 2569

เรียน กรรมการและผู้จัดการ

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) และบริษัทย่อย (“กลุ่มบริษัท”) ขอชี้แจงผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 2 และงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 ดังนี้

ภาพรวมการดำเนินงานธุรกิจ

ในงวดหกเดือนแรกของปี 2569 กลุ่มบริษัทมีผลการดำเนินงานเติบโตอย่างแข็งแกร่งและมีคุณภาพ โดยมีรายได้จากการขายและบริการจำนวน 1,321.45 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 213.80 ล้านบาท หรือร้อยละ 19.30 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่กำไรสุทธิ 203.97 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 34.05 ส่งผลให้อัตรากำไรสุทธิปรับตัวดีขึ้นเป็นร้อยละ 15.44 จากร้อยละ 13.74 ในปีก่อน สะท้อนประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่าย รวมถึงความสามารถในการสร้างผลตอบแทนจากการขายตัวของรายได้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Operating Leverage)

ปัจจัยสนับสนุนหลักมาจากการเติบโตของยอดขายสินค้ากลุ่ม Jet Spray และ All Café ผ่านช่องทางร้าน 7-Eleven และสินค้าอื่นๆสำหรับร้านกาแฟพันธุ์ไทย ตลอดจนการพัฒนาสินค้าใหม่ร่วมกับคู่ค้ารายสำคัญ ซึ่งช่วยผลักดันการเติบโตของรายได้และเสริมความแข็งแกร่งให้กับผลการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทอย่างต่อเนื่อง

สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 รายได้แยกตามประเภทกลุ่มการจำหน่ายเป็น 7-Eleven และอื่นๆ ซึ่งคิดเป็นอัตราร้อยละ 85 และร้อยละ 15 ตามลำดับ

รายได้จากการขายและบริการ

สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 กลุ่มบริษัทมีรายได้จากการขายและบริการจำนวน 682.83 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 105.16 ล้านบาท หรือร้อยละ 18.20 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยการเติบโตดังกล่าวได้รับแรงสนับสนุนจากยอดขายสินค้ากลุ่ม Jet Spray และ All Café ที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ผ่านช่องทางร้าน 7-Eleven และสินค้าสำหรับร้านพันธุ์ไทย รวมถึงการจำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มชาและวัตถุดิบเครื่องดื่มให้แก่ลูกค้ารายสำคัญในประเทศ.

สำหรับงวดหกเดือนแรกของปี 2569 กลุ่มบริษัทมีรายได้จากการขายและบริการจำนวน 1,321.45 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.30 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนการเติบโตอย่างต่อเนื่องของธุรกิจหลัก โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากยอดขายผ่านช่องทางร้าน 7-Eleven และร้านกาแฟพันธุ์ไทย ที่ขยายตัวดี ความนิยมของผลิตภัณฑ์กลุ่มชาไทยและชาเขียวที่เพิ่มขึ้น ตลอดจนการขยายความร่วมมือทางธุรกิจกับลูกค้ารายสำคัญผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และการขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง

ต้นทุนขายและบริการและกำไรขั้นต้น

สำหรับไตรมาส 2 ปี 2569 กลุ่มบริษัทมีต้นทุนขายและบริการจำนวน 465.23 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 72.13 ล้านบาท หรือร้อยละ 18.35 สอดคล้องกับการเติบโตของรายได้ ส่งผลให้มีกำไรขั้นต้นจำนวน 217.60 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 33.03 ล้านบาท หรือร้อยละ 17.89 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 31.87 ใกล้เคียงกับร้อยละ 31.95 ในปีก่อน สะท้อนความสามารถในการบริหารต้นทุนการผลิตและต้นทุนวัตถุดิบได้อย่างมีประสิทธิภาพ แม้ภาวะต้นทุนและสภาพการแข่งขันในตลาดยังคงมีความท้าทาย ทั้งนี้ กลุ่มสินค้าที่มีอัตรากำไรขั้นต้นในระดับที่ดี ได้แก่ กลุ่ม All Café และผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายให้แก่ร้านพันธุ์ไทย ซึ่งยังคงเป็นปัจจัยสนับสนุนความสามารถในการทำกำไรของกลุ่มบริษัท

แม้รายได้จากการขายและบริการในงวดหกเดือนแรกของปี 2569 จะเติบโตร้อยละ 19.30 แต่กลุ่มบริษัทยังคงรักษาอัตรากำไรขั้นต้นไว้ที่ร้อยละ 31.97 ใกล้เคียงกับร้อยละ 32.22 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุนวัตถุดิบ ต้นทุนการผลิต และการบริหารราคาขายได้อย่างเหมาะสม โดยมีกลุ่มผลิตภัณฑ์ All Café และผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายให้แก่ร้านพันธุ์ไทยเป็นกลุ่มสินค้าที่มีอัตรากำไรขั้นต้นในระดับที่ดีและช่วยสนับสนุนความสามารถในการทำกำไรของกลุ่มบริษัทอย่างต่อเนื่อง

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย

สำหรับไตรมาส 2 ปี 2569 กลุ่มบริษัทมีค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายจำนวน 32.65 ล้านบาท ลดลง 6.16 ล้านบาท หรือร้อยละ 15.88 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ส่งผลให้สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายต่อรายได้จากการขายและบริการลดลงเหลือร้อยละ 4.78 จากร้อยละ 6.72 ในปีก่อน สะท้อนประสิทธิภาพในการบริหารงบประมาณด้านการตลาดและกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับคู่ค้าได้อย่างเหมาะสม ตลอดจนการบริหารค่าใช้จ่ายด้านการขายให้สอดคล้องกับกลยุทธ์การเติบโตของธุรกิจ ส่งผลให้กลุ่มบริษัทสามารถสร้างประโยชน์จากการเติบโตของรายได้ได้มากขึ้น

สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายสำหรับหกเดือนแรกปี 2569 ต่อรายได้ปรับตัวลดลงอย่างมีนัยสำคัญจากร้อยละ 7.29 เป็นร้อยละ 5.44 สะท้อนการเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้จ่ายด้านการตลาดและการบริหารช่องทางจำหน่าย ส่งผลให้กลุ่มบริษัทได้รับประโยชน์จากการเติบโตของรายได้บนฐานค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม และเป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนการขยายตัวของอัตรากำไรจากการดำเนินงานในงวดนี้

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการบริหารของกลุ่มบริษัทส่วนใหญ่ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน ค่าเสื่อมราคา และค่าที่ปรึกษา สำหรับไตรมาส 2 ปี 2569 กลุ่มบริษัทมีค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 55.62 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 7.85 ล้านบาท หรือร้อยละ 16.43 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยการเพิ่มขึ้นดังกล่าวมีสาเหตุหลักจากค่าที่ปรึกษาที่เกี่ยวข้องกับโครงการออกแบบและพัฒนาอัตลักษณ์องค์กร (Corporate Branding) และค่าที่ปรึกษาทางกฎหมายสำหรับการเข้าร่วมลงทุนในธุรกิจใหม่ ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายลักษณะครั้งคราว (One-time Expenses) ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้นในงวดปัจจุบัน

แม้ค่าใช้จ่ายในการบริหารสำหรับงวดหกเดือนแรกปี 2569 จะเพิ่มขึ้นจากค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับโครงการ Corporate Branding และการดำเนินธุรกรรมการลงทุน แต่สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้ยังปรับตัวลดลงจากร้อยละ 8.13 เป็นร้อยละ 7.39 สะท้อนถึงความสามารถในการบริหารต้นทุนและควบคุมค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการได้รับประโยชน์จากการเติบโตของรายได้บนฐานค่าใช้จ่ายคงที่ ส่งผลสนับสนุนการขยายตัวของอัตรากำไรจากการดำเนินงานในงวดปัจจุบัน

กำไรสุทธิ

สำหรับไตรมาส 2 ปี 2569 กลุ่มบริษัทมีกำไรสุทธิจำนวน 104.30 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 25.25 ล้านบาท หรือร้อยละ 31.94 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ส่งผลให้อัตรากำไรสุทธิปรับตัวเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 15.28 จากร้อยละ 13.68 ในปีก่อน โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักจากการเติบโตของรายได้ ควบคู่กับการบริหารค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ความสามารถในการทำกำไรของกลุ่มบริษัทปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

สำหรับงวดหกเดือนแรกของปี 2569 กลุ่มบริษัทมีกำไรสุทธิจำนวน 203.97 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 34.05 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งสูงกว่าการเติบโตของรายได้จากการขายและบริการที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.30 ส่งผลให้อัตรากำไรสุทธิปรับตัวเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 15.44 จากร้อยละ 13.74 ในปีก่อน สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่าย รวมถึงการที่รายได้เติบโตในอัตราที่สูงกว่าการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ส่งผลให้กำไรเติบโตในอัตราที่สูงกว่ารายได้ (Operating Leverage) ทั้งนี้ การเติบโตของกำไรดังกล่าวมีที่มาจากผลการดำเนินงานหลักของธุรกิจเป็นสำคัญ โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการเติบโตของยอดขาย การรักษาระดับอัตรากำไรขั้นต้น และการบริหารค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสะท้อนถึงคุณภาพของผลการดำเนินงานและความสามารถในการสร้างผลตอบแทนอย่างยั่งยืนของกลุ่มบริษัท

ฐานะการเงิน

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 กลุ่มบริษัทมีสินทรัพย์รวมจำนวน 1,379.46 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 57.68 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.36 จากสิ้นปี 2568 โดยมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดจำนวน 207.04 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 70.00 ล้านบาท และมีสินค้าคงเหลือลดลง 24.57 ล้านบาท สะท้อนการบริหารสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพ กลุ่มบริษัทมีหนี้สินรวมจำนวน 521.14 ล้านบาท ลดลง 20.29 ล้านบาท ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลจากการลดลงของเจ้าหนี้การค้า และมีส่วนของผู้ถือหุ้นจำนวน 858.33 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 77.97 ล้านบาท จากกำไรที่เพิ่มขึ้น กลุ่มบริษัทมีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E) 0.61 เท่า ลดลงจาก 0.69 เท่า ณ สิ้นปี 2568 อัตราส่วนสภาพคล่อง (Current Ratio) 2.51 เท่า และอัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว (Quick Ratio) 2.26 เท่า สะท้อนโครงสร้างทางการเงินที่แข็งแกร่งและความสามารถในการชำระหนี้ระยะสั้นที่อยู่ในเกณฑ์ดี

แผนการดำเนินงานสำหรับปี 2569

กลุ่มบริษัทคาดว่าจะรายได้สำหรับปี 2569 จะเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเสริมความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจหลักของกลุ่มบริษัท และให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการต้นทุนทั้งทางตรงและทางอ้อมอย่างมีประสิทธิภาพ และยั่งยืน ทั้งนี้ผลการดำเนินงานครึ่งปีแรกของปี 2569 สะท้อนการเติบโตของกลุ่มบริษัทเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

นอกจากนั้น ในระหว่างไตรมาส 2 คณะกรรมการมีมติอนุมัติให้บริษัทเข้าลงทุนในบริษัทย่อยแห่งใหม่ และรวมถึงการลงทุนในบริษัทร่วมแห่งหนึ่งเพื่อเป็นการขยายและเติบโตของธุรกิจ

การรายงานด้านความยั่งยืน

บริษัทฯ มีการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืนตามปรัชญาองค์กร คือ “การสร้างคุณค่าด้านความเป็นอยู่ที่ดีให้ มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อความยั่งยืนสู่ทุกด้าน” ปัจจุบันบริษัทฯ มีการแต่งตั้งคณะกรรมการความยั่งยืน คณะทำงานความยั่งยืน และคณะทำงานด้านคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร (CFO) ซึ่งมีการกำหนดกรอบและกลยุทธ์ความยั่งยืนองค์กร รวมถึงองค์ประกอบความยั่งยืนที่ครอบคลุมด้านมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล โดยบริษัทฯ ได้ดำเนินกิจกรรมด้านความยั่งยืน ดังนี้

การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ได้ใช้บรรจุกฎเกณฑ์นวัตกรรม “Forest Stewardship Council” By FSC ซึ่งเป็นบรรจุกฎเกณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่ผลิตจากเศษกระดาษที่ใช้แล้ว ผ่านกระบวนการจัดเก็บ และนำมากลับมารีไซเคิล บรรจุกฎเกณฑ์ที่ใช้ ได้แก่ กลุ่มเครื่องดื่มเย็นในโถกกด เช่น กาแฟเย็น และชานม และกลุ่มเครื่องดื่ม Non-Coffee Menu ใน All Café เช่น ชาเขียว ชานม ชามะนาว และชาได้หวัน แสดงให้เห็นถึงความสำคัญกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมที่คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม นอกจากนี้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการจัดการก๊าซเรือนกระจกและการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยได้ผ่านการตรวจรับรองและขึ้นทะเบียน เครื่องหมายคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร (Carbon Footprint for Organization: CFO) อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาดผ่านการติดตั้ง ระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Rooftop) ภายในโรงงาน เพื่อลดการพึ่งพาพลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิล ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานในกระบวนการผลิต

การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสังคม

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

การให้ความสำคัญและเคารพสิทธิมนุษยชน ปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเสมอภาค เท่าเทียมและเป็นธรรม ไม่ว่าจะมี ความแตกต่างด้านเชื้อชาติ ศาสนา เพศ หรือด้านสภาพร่างกาย

โรงงานของบริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยอาหาร (FSSC 22000) ในการรับรองระบบการจัดการความปลอดภัยทางอาหารสำหรับอุตสาหกรรมการผลิตอาหารและเครื่องดื่มให้มีคุณภาพถูกสุขอนามัยและความปลอดภัยต่อผู้บริโภค ซึ่งเป็นมาตรฐานระดับสากล

บริษัทฯ ได้จัดกิจกรรมเพื่อสังคม ในการดูแลพื้นที่ของชุมชนบริเวณโดยรอบโรงงานและสำนักงานใหญ่ของ บริษัทฯ โดยมุ่งส่งเสริมคุณภาพชีวิต และความเป็นอยู่ที่ดี เช่น การสนับสนุนเครื่องดื่มแก่ผู้แสวงบุญฮัจญ์ สนับสนุนเครื่องดื่มในช่วงกิจกรรมทางศาสนา อุปกรณ์เครื่องกรองน้ำ และทุนการศึกษา เป็นต้น

การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติการดำเนินธุรกิจด้วยหลักธรรมาภิบาล

บริษัทฯ มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ควบคู่กับการสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน โดยได้รับการประเมินผลสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย (CGR) ประจำปี 2568 ในระดับ 5 ดาว หรือ “ดีเลิศ” สะท้อนถึงการกำกับดูแลกิจการที่โปร่งใสและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังผ่านการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) อย่างเป็นทางการ ประจำปี 2569 และติดอันดับ ESG100 ประจำปี 2569 ในฐานะบริษัทที่มีความโดดเด่นด้านการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ชัชวี วัฒนสุข

(นายชัชวี วัฒนสุข)

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

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