

บริษัท แก้วแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)



คำอธิบายและการ
วิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ
(MD&A)

ประจำไตรมาส 2 ปี 2565



11 สิงหาคม 2565

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เรื่อง การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ ไตรมาสที่ 2 สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565

บริษัท เถ้าแก่น้อย ฟู๊ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ขอชี้แจงรายได้จากการขายและกำไรสุทธิตามงบการเงินรวม งวด 3 เดือน และ 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 โดยสรุปดังนี้

งบการเงินรวม	ไตรมาส 2 (เมษายน - มิถุนายน)				
	ไตรมาส 2 '65		ไตรมาส 2 '64		เพิ่ม / (ลด) (ร้อยละ)
	(ล้านบาท)	(ร้อยละ)	(ล้านบาท)	(ร้อยละ)	
รายได้จากการขาย	958.2	100.0 %	783.0	100.0 %	22.4 %
ต้นทุนขาย	(704.9)	(73.6 %)	(598.4)	(76.4 %)	17.8 %
กำไรขั้นต้น	253.4	26.4 %	184.7	23.6 %	37.2 %
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	(103.4)	(10.8 %)	(92.6)	(11.8 %)	11.7 %
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(79.5)	(8.3 %)	(67.8)	(8.7 %)	17.4 %
กำไรสุทธิก่อนภาษีเงินได้	77.2	8.1 %	25.8	3.3 %	199.7 %
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(6.4)	(0.7 %)	(3.9)	(0.5 %)	67.2 %
กำไรส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่	70.8	7.4 %	22.2	2.8 %	218.4 %

งบการเงินรวม	มกราคม - มิถุนายน				
	ม.ค. - มิ.ย '65		ม.ค. - มิ.ย '64		เพิ่ม / (ลด) (ร้อยละ)
	(ล้านบาท)	(ร้อยละ)	(ล้านบาท)	(ร้อยละ)	
รายได้จากการขาย	1,926.4	100.0 %	1,703.0	100.0 %	13.1 %
ต้นทุนขาย	(1,418.4)	(73.6 %)	(1,294.5)	(76.0 %)	9.6 %
กำไรขั้นต้น	508.0	26.4 %	408.5	24.0 %	24.4 %
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	(216.1)	(11.2 %)	(190.5)	(11.2 %)	13.4 %
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(154.7)	(8.0 %)	(140.2)	(8.2 %)	10.3 %
กำไรสุทธิก่อนภาษีเงินได้	148.7	7.7 %	88.1	5.2 %	68.7 %
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(15.4)	(0.8 %)	(10.0)	(0.6 %)	53.2 %
กำไรส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่	133.6	6.9 %	78.4	4.6 %	70.3 %

บริษัท เถ้าแก่น้อย ฟู๊ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

สำนักงาน : 337 ถนนบอนด์สตรีท ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด นนทบุรี 11120
โทร. 0 2984 0666 แฟกซ์. 0 2984 0118

โรงงานโรจนา : 55/5 หมู่5 ตำบลสามัคคี อำเภอลำลูกกา พระนครศรีอยุธยา 13210
โทร. 0 3592 3055

โรงงานนพวงศ์ : 12/1 หมู่4 ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว ปทุมธานี 12140
โทร. 0 2108 6888

Taokaenoi Food and Marketing Public Company Limited

Office : 337 Bond Street Road, Bangphut, Pak Kret, Nonthaburi 11120
Muang Thong Thani Tel. +66 2984 0666 Fax. +66 2984 0118

Rojana Factory : 55/5 Moo5 Sam Bundit, Uthai, Phra Nakhon Si Ayutthaya 13210
Tel. +66 3592 3055

Nopawong Factory : 12/1 Moo4 Namai, Ladlumkaew, Pathumthani 12140
Tel. +66 2108 6888



งบการเงินรวม	ไตรมาส 2 (เมษายน - มิถุนายน) เทียบ ไตรมาส 1 (มกราคม - มีนาคม)				
	ไตรมาส 2 '65		ไตรมาส 1 '65		เพิ่ม / (ลด)
	(ล้านบาท)	(ร้อยละ)	(ล้านบาท)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)
รายได้จากการขาย	958.2	100.0 %	968.2	100.0 %	(1.0 %)
ต้นทุนขาย	(704.9)	(73.6 %)	(713.6)	(73.7 %)	(1.2 %)
กำไรขั้นต้น	253.4	26.4 %	254.6	26.3 %	(0.5 %)
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	(103.4)	(10.8 %)	(112.7)	(11.6 %)	(8.2 %)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(79.5)	(8.3 %)	(75.2)	(7.8 %)	5.8 %
กำไรสุทธิก่อนภาษีเงินได้	77.2	8.1 %	71.4	7.4 %	8.1 %
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(6.4)	(0.7 %)	(8.9)	(0.9 %)	(28.0 %)
กำไรส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่	70.8	7.4 %	62.8	6.5 %	12.8 %

รายได้จากการขาย

บริษัทฯ มีรายได้จากการขายไตรมาสที่ 2 จำนวน 958.2 ล้านบาท **เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.4** จากไตรมาสเดียวกันปีที่ผ่านมา (ลดลงร้อยละ 1 จากไตรมาส 1/2565) และมีรายได้จากการขาย 6 เดือนแรกรวมทั้งสิ้น 1,926.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.1 จากช่วงเดียวกันปีก่อน โดยเป็นการเติบโตหลักจากตลาดต่างประเทศทั้งจากจีน และตลาดต่างประเทศอื่นๆ เช่น สหรัฐอเมริกา มาเลเซีย และเวียดนามที่มีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ตลาดในประเทศมีการเติบโตลดลงเพียงเล็กน้อย เนื่องจากการหดตัวของยอดขาย จัสท์ ดริงค์ เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปีที่แล้ว ที่ได้รับกระแสตอบรับอย่างมากในช่วงเริ่มต้นของการออกผลิตภัณฑ์เมื่อต้นปี 2564 แต่ยังคงเพิ่มยอดขายในตลาดหลักสำหรับรายได้ในทุกช่องทาง

สำหรับไตรมาส 2 บริษัทฯ มีสัดส่วนยอดขายในประเทศอยู่ที่ร้อยละ 38 ขณะที่ตลาดต่างประเทศอยู่ที่ร้อยละ 62

ตลาดในประเทศ มีรายได้จากการขายไตรมาสที่ 2 จำนวน 363.9 ล้านบาท **ลดลงร้อยละ 5.0** จากไตรมาสเดียวกันปีที่ผ่านมา (ลดลงร้อยละ 3.1 จากไตรมาส 1/2565) และมียอดขายรวม 6 เดือนแรกรวมทั้งสิ้น 739.7 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 4.2 จากช่วงเดียวกันปีก่อน เนื่องจากการลดลงของยอดขายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชานม “จัสท์ ดริงค์” เมื่อเทียบกับครึ่งปีแรกของปี 2564 ที่บริษัทฯ เพิ่งเริ่มออกสินค้าตัวนี้มาได้ไม่นานและได้รับกระแสความนิยมและการตอบรับอย่างดี ซึ่งมีผลกระทบส่วนหนึ่งมาจากกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ลดลง จากสภาพเศรษฐกิจของประเทศ แต่อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ยังคงสร้างการเติบโตในธุรกิจหลักสำหรับรายได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งจากสินค้าใหม่และการขยายช่องทาง โดยการส่งเสริมการขายและการตลาดในช่องทางออนไลน์มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้บริษัทฯ ยังคงรักษาส่วนแบ่งการตลาดสำหรับรายได้ที่ 63% และมีการเติบโต 11% ไกล่เคียงกับมูลค่าของตลาดสำหรับรายรวม (อ้างอิงข้อมูลจาก AC Nielsen)

ตลาดต่างประเทศ มีรายได้จากการขายไตรมาสที่ 2 จำนวน 594.3 ล้านบาท **เพิ่มขึ้นร้อยละ 48.6** จากไตรมาสเดียวกันปีที่ผ่านมา (เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.3 จากไตรมาส 1/2565) และมียอดขายรวม 6 เดือนแรกรวมทั้งสิ้น 1,187 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 27.5 จากช่วงเดียวกันปีก่อน การเติบโตที่ดีในตลาดต่างประเทศเนื่องมาจากการขยายตัวใน

บริษัท เต้าแก๋น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

สำนักงาน :	337 ถนนธนบุรีตัดใหม่ ตำบลบางพลู อำเภอปากเกร็ด นนทบุรี 11120
เมืองทองธานี	โทร. 0 2984 0666 แฟกซ์. 0 2984 0118
โรงงานโรจนา :	55/5 หมู่5 ตำบลสามัคคี อำเภอลำลูกเกด นครศรีธรรมราช 86110
	โทร. 0 3592 3055
โรงงานนพวง :	12/1 หมู่4 ตำบลนาไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว ปทุมธานี 12140
	โทร. 0 2108 6888

Taokaenoi Food and Marketing Public Company Limited

Office :	337 Bond Street Road, Bangplu, Pak Kret, Nonthaburi 11120
Muang Thong Thani	Tel. +66 2984 0666 Fax. +66 2984 0118
Rojana Factory :	55/5 Moo5 Sam Bundit, Uthai, Phra Nakhon Si Ayutthaya 13210
	Tel. +66 3592 3055
Nopawong Factory :	12/1 Moo4 Namai, Ladlumkaew, Pathumthani 12140
	Tel. +66 2108 6888



ตลาดหลาย ๆ ประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฮองกง และเวียดนาม ทั้งจากการเพิ่มสินค้าใหม่ ๆ ตั้งแต่ปี 2564 ที่ผ่านมาให้กับผู้บริโภค รวมถึงการทำการส่งเสริมการตลาดเพื่อขยายช่องทางการขาย ทำให้มียอดขายที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ยังรวมถึงการฟื้นตัวของประเทศจีนก็มีการเติบโตเพิ่มขึ้น 27% ในช่วง 6 เดือนแรกของปีนี้ เมื่อเทียบกับเวลาเดียวกันของปีก่อน ถึงแม้จะมีปัจจัยเรื่องสถานการณ์โควิดในประเทศจีนที่ยังไม่คลี่คลาย แต่บริษัทฯ ยังคงรักษายอดขายทั้งในไตรมาส 1 และไตรมาส 2 ให้คงที่ได้ในปีนี้

สัดส่วนยอดขายในตลาดต่างประเทศใน 6 เดือนแรก คิดเป็นร้อยละ 62 เพิ่มขึ้นร้อยละ 7 จากช่วงเวลาเดียวกันในปีก่อน (ที่ร้อยละ 55) โดยแบ่งเป็นประเทศจีนที่สัดส่วนอยู่ถึงร้อยละ 24 และเป็นตลาดต่างประเทศอื่นๆ อีก ร้อยละ 38

กำไรขั้นต้น

บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นไตรมาสที่ 2 จำนวน 253.4 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 26.4 ของรายได้จากการขาย โดยสัดส่วนกำไรขั้นต้นต่อยอดขาย **เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.9** จากไตรมาสเดียวกันปีที่ผ่านมา (เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.1 จากไตรมาส 1/2565) ทั้งนี้ อัตรากำไรขั้นต้นที่เพิ่มขึ้น ส่วนหนึ่งมาจากการเติบโตของยอดขายทำให้มีค่าใช้จ่ายการผลิตที่ลดลงจากการบริหารจัดการจัดการต้นทุนการผลิตคงที่ต่างๆ และมีค่าแรงต่อหน่วยที่ลดลงจากการรวมฐานการผลิตมาที่โรงงานโรจนะและใช้เครื่องจักรทดแทนแรงงาน ทำให้มีการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมทั้งการบริหารต้นทุนในส่วนวัตถุดิบต่างๆ ได้ดี ทั้งในส่วนของสาขาที่มีสัญญาซื้อทั้งปีและวัตถุดิบหลักบางตัวที่สามารถบริหารเรื่องราคาได้ดีในช่วงครึ่งปีแรก ให้ผันผวนน้อยกว่าราคาตลาด

ต้นทุนในการจัดจำหน่าย

บริษัทฯ มีต้นทุนในการจัดจำหน่ายไตรมาสที่ 2 จำนวน 103.4 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 10.8 ของรายได้จากการขาย โดยสัดส่วนต้นทุนในการจัดจำหน่ายต่อยอดขาย **ลดลงร้อยละ 1.0** จากไตรมาสเดียวกันปีที่ผ่านมา (ลดลงร้อยละ 0.8 จากไตรมาส 1/2565) และมีต้นทุนในการจัดจำหน่าย 6 เดือนแรก คิดเป็นร้อยละ 11.2 ซึ่งเป็นอัตราเดียวกันกับช่วงเวลาเดียวกันในปีก่อน ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงรักษาสัดส่วนต้นทุนในการจัดจำหน่ายให้อยู่ระดับใกล้เคียงกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยมุ่งเน้นกิจกรรมที่สร้างประสิทธิผลโดยตรงกับการขายในช่องทางที่มีศักยภาพการเติบโต รวมถึงการสร้างการรับรู้ของตราสินค้า (Brand Awareness) แม้ว่าบริษัทฯ จะมีค่าใช้จ่ายในการขนส่งซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนในการจัดจำหน่ายที่สูงขึ้นจากราคาน้ำมัน แต่ก็ได้มีการบริหารจัดการร่วมกับคู่ค้าในเรื่องของปริมาณการสั่งซื้อให้เหมาะสมกับการขนส่งให้ได้ประสิทธิผลสูงสุด

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารไตรมาสที่ 2 จำนวน 79.5 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 8.3 ของรายได้จากการขาย โดยสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อยอดขาย **ลดลงร้อยละ 0.4** จากไตรมาสเดียวกันปีที่ผ่านมา (เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.5 จากไตรมาส 1/2565) โดยสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อยอดขายที่ลดลงนั้น เป็นผลมาจากการที่บริษัทฯ มีมาตรการบริหารจัดการควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างรัดกุมทั้งในส่วนของจำนวนพนักงานและค่าใช้จ่ายอื่นๆ

บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารงวด 6 เดือนแรก รวมทั้งสิ้น 155 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 8.0 ของรายได้จากการขาย **ลดลงร้อยละ 0.2** จากช่วงเดียวกันปีก่อน

บริษัท แท้แก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

สำนักงาน :	337 ถนนธนบุรีศรีกรุง ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด นนทบุรี 11120
เมืองทองธานี	โทร. 0 2984 0666 แฟกซ์. 0 2984 0118
โรงงานโรจนะ :	55/5 หมู่5 ตำบลสามัคคีพัฒนา อำเภอลำลูกเกด พะเยา 32100
	โทร. 0 3592 3055
โรงงานบพวงศรี :	12/1 หมู่4 ตำบลนาไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว ปทุมธานี 12140
	โทร. 0 2108 6888

Taokaenoi Food and Marketing Public Company Limited

Office :	337 Bond Street Road, Bangphut, Pak Kret, Nonthaburi 11120
Muang Thong Thani	Tel. +66 2984 0666 Fax. +66 2984 0118
Rojana Factory :	55/5 Moo5 Sam Bundit, Uthai, Phra Nakhon Si Ayutthaya 13210
	Tel. +66 3592 3055
Nopawong Factory :	12/1 Moo4 Namai, Ladlumkaew, Pathumthani 12140
	Tel. +66 2108 6888



กำไรส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่

บริษัทฯ มีผลกำไรสุทธิไตรมาสที่ 2 จำนวน 70.8 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 7.4 ของรายได้จากการขาย **เพิ่มขึ้นร้อยละ 218.4** จากไตรมาสเดียวกันปีก่อน ทั้งนี้เมื่อเทียบสัดส่วนกำไรสุทธิต่อยอดขาย **เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.5** จากไตรมาสเดียวกันปีที่ผ่านมา (เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.9 จากไตรมาส 1/2565) โดยสัดส่วนกำไรที่เพิ่มขึ้นนั้น เป็นผลมาจากการการเติบโตของยอดขาย และการบริหารจัดการต้นทุนการผลิตที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงการจัดการค่าใช้จ่ายต่างๆอย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัทฯ มีผลกำไรสุทธิงวด 6 เดือนแรก รวมทั้งสิ้น 133.6 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 6.9 ของรายได้จากการขาย **เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.3** ของรายได้จากการขาย จากช่วงเดียวกันปีก่อน

แนวโน้ม ของธุรกิจในปีหลังของปี 2565

บริษัทฯ มองว่าในช่วงครึ่งปีหลังของปี 2565 นั้นธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศที่เริ่มฟื้นตัวจะกลับมาดีขึ้นเป็นลำดับจากการเปิดประเทศต้อนรับนักท่องเที่ยว และการนำเสนอนวัตกรรมสินค้าใหม่ๆ สู้ตลาด ซึ่งจะทำให้บริษัทฯ มีแนวโน้มของยอดขายที่ดีขึ้นในส่วนของบริษัทสาขาและธุรกิจร้านอาหาร ในขณะที่ส่วนของตลาดต่างประเทศ สถานการณ์โควิด-19 ในประเทศจีน เริ่มมีแนวโน้มที่ดีขึ้น และคาดว่าจีนจะเปิดประเทศมากขึ้นในไตรมาส 4 เป็นอย่างช้า ซึ่งจะส่งผลดีต่อบริษัทฯ ในเรื่องของยอดขายที่สูงกว่าในครึ่งปีแรก รวมถึงตลาดต่างประเทศอื่นๆ ที่บริษัทฯ ยังคงผลักดันอย่างต่อเนื่องในเรื่องของการขยายฐานลูกค้าและสินค้าใหม่ๆ รวมถึงสถานการณ์การขนส่งทางเรือเริ่มเห็นแนวโน้มที่ดีขึ้น จากการจัดหาตู้คอนเทนเนอร์ได้เพียงพอต่อการส่งออก

อย่างไรก็ตามเรื่องต้นทุนของวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่มีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ก็ยังคงเป็นความท้าทายในการบริหารจัดการต้นทุนของบริษัทฯ ในครึ่งปีหลัง ซึ่งบริษัทฯ ยังคงใช้นโยบาย GO FIRM เพื่อให้การบริหารค่าใช้จ่ายภายในให้มีประสิทธิภาพสูงสุดโดยไม่ให้ส่งผลกระทบต่อภาพรวมของกำไร

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นายจิระพงษ์ สันติภิรมย์กุล)

รองกรรมการผู้จัดการ

ผู้มีอำนาจรายงานสารสนเทศ

บมจ. เถ้าแก่น้อย ฟู๊ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง

บริษัท เถ้าแก่น้อย ฟู๊ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

สำนักงาน :	337 ถนนบอนด์สตรีท ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด นนทบุรี 11120
เมืองทองธานี	โทร. 0 2984 0666 แฟกซ์. 0 2984 0118
โรงงานโรจนะ :	55/5 หมู่5 ตำบลสามัคคีตำบล อำเภอลำลูกเกด นครศรีธรรมราช 13210
	โทร. 0 3592 3055
โรงงานบพวงศรี :	12/1 หมู่4 ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว ปทุมธานี 12140
	โทร. 0 2108 6888

Taokaenoi Food and Marketing Public Company Limited

Office :	337 Bond Street Road, Bangphut, Pak Kret, Nonthaburi 11120
Muang Thong Thani	Tel. +66 2984 0666 Fax. +66 2984 0118
Rojana Factory :	55/5 Moo5 Sam Bundit, Uthai, Phra Nakhon Si Ayutthaya 13210
	Tel. +66 3592 3055
Nopawong Factory :	12/1 Moo4 Namai, Ladlumkaew, Pathumthani 12140
	Tel. +66 2108 6888