

บริษัท แก้วแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)



คำอธิบายและการ  
วิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ  
(MD&A)

ประจำไตรมาส 2 ปี 2566



11 สิงหาคม 2566

เรียน กรรมการและผู้จัดการ  
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เรื่อง การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ ไตรมาสที่ 2 สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566

บริษัท เถ้าแก่น้อย ฟู๊ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ขอชี้แจงรายได้จากการขายและกำไรสุทธิตามงบการเงินรวม งวด 3 เดือน และ 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566 โดยสรุปดังนี้

งบการเงินรวม	ไตรมาส 2 (เมษายน - มิถุนายน)				
	ไตรมาส 2 '66		ไตรมาส 2 '65		เพิ่ม / (ลด) (ร้อยละ)
	(ล้านบาท)	(ร้อยละ)	(ล้านบาท)	(ร้อยละ)	
รายได้จากการขาย	1,304.1	100.0 %	958.2	100.0 %	36.1 %
ต้นทุนขาย	(874.3)	(67.0 %)	(704.9)	(73.6 %)	24.0 %
กำไรขั้นต้น	429.8	33.0 %	253.4	26.4 %	69.7 %
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	(138.9)	(10.7 %)	(103.4)	(10.8 %)	34.3 %
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(101.2)	(7.8 %)	(79.5)	(8.3 %)	27.2 %
กำไรสุทธิก่อนภาษีเงินได้	208.0	15.9 %	77.2	8.1 %	169.3 %
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(12.2)	(0.9 %)	(6.4)	(0.7 %)	90.0 %
กำไรส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่	195.0	14.9 %	70.8	7.4 %	175.4 %

งบการเงินรวม	มกราคม - มิถุนายน				
	ม.ค. - มิ.ย '66		ม.ค. - มิ.ย '65		เพิ่ม / (ลด) (ร้อยละ)
	(ล้านบาท)	(ร้อยละ)	(ล้านบาท)	(ร้อยละ)	
รายได้จากการขาย	2,547.8	100.0 %	1,926.4	100.0 %	32.3 %
ต้นทุนขาย	(1,710.7)	(67.1 %)	(1,418.4)	(73.6 %)	20.6 %
กำไรขั้นต้น	837.1	32.9 %	508.0	26.4 %	64.8 %
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	(284.5)	(11.2 %)	(216.1)	(11.2 %)	31.7 %
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(188.8)	(7.4 %)	(154.7)	(8.0 %)	22.0 %
กำไรสุทธิก่อนภาษีเงินได้	(386.1)	(15.2 %)	(148.7)	(7.7 %)	159.7 %
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(23.8)	(0.9 %)	(15.4)	(0.8 %)	54.6 %
กำไรส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่	361.0	14.2 %	133.6	6.9 %	170.2 %

**บริษัท เถ้าแก่น้อย ฟู๊ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)**

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

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

โรงงานบพวงศ์ : 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**

งบการเงินรวม	ไตรมาส 2 (เมษายน - มิถุนายน) เทียบ ไตรมาส 1 (มกราคม - มีนาคม)				
	ไตรมาส 2 '66		ไตรมาส 1 '66		เพิ่ม / (ลด) (ร้อยละ)
	(ล้านบาท)	(ร้อยละ)	(ล้านบาท)	(ร้อยละ)	
รายได้จากการขาย	1,304.1	100.0 %	1,243.7	100.0 %	4.9 %
ต้นทุนขาย	(874.3)	(67.0 %)	(836.4)	(67.3 %)	4.5 %
กำไรขั้นต้น	429.8	33.0 %	407.3	32.7 %	5.5 %
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	(138.9)	(10.7 %)	(145.6)	(11.7 %)	(4.6 %)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(101.2)	(7.8 %)	(87.6)	(7.0 %)	15.5 %
กำไรสุทธิก่อนภาษีเงินได้	208.0	15.9 %	178.1	14.3 %	16.8 %
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(12.2)	(0.9 %)	(11.5)	(0.9 %)	6.0 %
กำไรส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่	195.0	14.9 %	166.0	13.3 %	17.4 %

**รายได้จากการขาย**

บริษัทฯ มีรายได้จากการขายไตรมาสที่ 2 จำนวน 1,304.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 36.1 จากไตรมาสเดียวกันปีที่ผ่านมา (เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.9 จากไตรมาส 1/2566) และมีรายได้จากการขาย 6 เดือนแรกรวมทั้งสิ้น 2,547.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 32.3 หรือ 621 ล้านบาท จากช่วงเดียวกันปีก่อน ทั้งนี้รายได้ของครึ่งปีแรกในปีนี้อาจสามารถฟื้นกลับมาอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกับครึ่งปีแรกของปี 2562 ก่อนมีสถานการณ์โควิด-19 โดยการกลับมาของผลประกอบการที่ดีทั้งในส่วนของการขายได้และกำไรนั้นเกิดจากการที่บริษัทมุ่งเน้นในกลยุทธ์ 3GO ในการบริหารจัดการธุรกิจ ได้แก่

1. **GO FIRM** คือการปรับปรุงเครื่องจักรให้กระชับ ลดต้นทุน และควบคุมค่าใช้จ่าย (Productivity)
2. **GO BOARD** คือการขยายฐานกลุ่มธุรกิจให้กว้างขึ้นและสร้างคุณค่า รวมถึงการยกระดับตราสินค้า (Branding)
3. **GO GLOBAL** คือการขยายตลาดต่างประเทศให้มีคุณภาพและมีความยั่งยืน (Sustainability)

การเพิ่มขึ้นของยอดขายในไตรมาส 2 ที่ร้อยละ 36.1 หรือ 346 ล้านบาทนั้นมาจากการเติบโตของทั้งตลาดในประเทศที่ร้อยละ 30.1 ซึ่งเกิดจากการขยายตัวของฐานลูกค้าในการบริโภคสำหรับในประเทศไทยอย่างต่อเนื่องด้วยนวัตกรรมสินค้าใหม่ๆ และด้วยการส่งเสริมการตลาดในประเทศเพื่อเพิ่มความแข็งแกร่งของตราสินค้าให้แก่ผู้บริโภค และการเติบโตของตลาดต่างประเทศที่ร้อยละ 39.7 จากประเทศหลักที่ทางบริษัทฯ มุ่งเน้นในกิจกรรมส่งเสริมการขายและการตลาดทั้งในส่วนของการทางออนไลน์และออฟไลน์กับผู้บริโภค คือประเทศจีน สหรัฐอเมริกา อินโดนีเซีย และมาเลเซีย ที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในหลายไตรมาสที่ผ่านมา

บริษัทฯ มีสัดส่วนยอดขายในไตรมาส 2 มาจากในประเทศอยู่ที่ร้อยละ 36 และตลาดต่างประเทศอยู่ที่ร้อยละ 64

**ตลาดในประเทศ** มีรายได้จากการขายไตรมาสที่ 2 จำนวน 471.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 30.2 จากไตรมาสเดียวกันปีที่ผ่านมา (เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.0 จากไตรมาส 1/2566) และมียอดขายรวม 6 เดือนแรกรวมทั้งสิ้น 938.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 27.1 จากช่วงเดียวกันปีก่อน ทั้งนี้การเติบโตจากกลุ่มสินค้าสำหรับรายเกิดจากการที่บริษัทฯ มุ่งเน้นการออกสินค้าใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะสินค้ากลุ่มสำหรับรายที่

**บริษัท เ้าแก่น้อย ฟู๊ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)**

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

โรงงานโรจนะ : 55/5 หมู่5 ตำบลสามัคคีวัฒนา อำเภอลำลูกกา ปทุมธานี 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



ได้รับความนิยมในหมู่ผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น โดยในไตรมาส 2 นี้บริษัทฯ ได้ออกสินค้าใหม่จากการออกแบบสองรสชาติจากสองแบรนด์แอมบาสเดอร์ของเจ้าแกนน้อยคือคุณซีและคุณหนูว ด้วยสำหรัยอบรสชาตข้าวซอยไก่และแหลมอนอย่างซีอ้าว ควบคู่ไปกับการทำกิจกรรมส่งเสริมการขายและการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์โดยมีแบรนด์แอมบาสเดอร์ทั้งสองท่านร่วมทำกิจกรรมต่างๆ นอกจากนี้ทางบริษัทฯ ได้ตอกย้ำความเป็นผู้นำของกลุ่มสินค้าสำหรัยด้วยกิจกรรม Taokaenoi Global Fun Fair เมื่อวันที่ 26 เมษายนที่ผ่านมา เพื่อเฉลิมฉลองการขึ้นปีที่ 20 ของบริษัทฯ เจ้าแกนน้อยให้กับผู้บริโภคของเราทั่วโลกโดยมีการไลฟ์สดกิจกรรมนี้ไปในหลายๆ ประเทศเช่น ประเทศจีน อินโดนีเซีย และมาเลเซีย ไปพร้อมกับ influencers ประเทศดังกล่าวที่ได้มาร่วมกิจกรรมในวันนั้นที่ประเทศไทยด้วย

จากข้อมูลทางการตลาด บริษัทฯ สามารถเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดได้มากขึ้นใน 6 เดือนแรก เป็นร้อยละ 64 และมีมูลค่ารวมทางการตลาดใกล้เคียงกับครึ่งปีแรก 2562 ก่อนเกิดสถานการณ์โควิด-19 ถึงแม้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวในประเทศในครึ่งปีแรกจะยังมีเพียง 12.9 ล้านคน (จากสถิตินักท่องเที่ยวของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา) หรือคิดเป็นสัดส่วนเพียง 65% เมื่อเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวของครึ่งปีแรกของปี 2562 ทำให้เห็นได้ว่าการบริโภคสินค้าขนมขบเคี้ยวประเภทสำหรัยในประเทศเติบโตขึ้นอย่างมากและได้รับความนิยมจากผู้บริโภคมากขึ้น แม้จะมีส่วนของการเติบโตของตลาดจากนักท่องเที่ยวไม่มากนักก็ตาม

**ตลาดต่างประเทศ** มีรายได้จากการขายไตรมาสที่ 2 จำนวน 832.7 ล้านบาท **เพิ่มขึ้นร้อยละ 39.7** จากไตรมาสเดียวกันที่ผ่านมา (เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.2 จากไตรมาส 1/2566) และมียอดขายรวม 6 เดือนแรกรวมทั้งสิ้น 1,609.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 35.4 จากช่วงเดียวกันปีก่อน และเป็นยอดขาย 6 เดือนที่สามารถกลับมาอยู่ในระดับที่มากกว่าครึ่งปีแรกของ ปี 2562 ที่ 1,528 ล้านบาทก่อนที่จะเกิดโควิด-19 ในช่วงปลายปี 2562 โดยในการเติบโตของยอดขายในไตรมาส 2 นี้ เป็นการเติบโตของยอดขายทั้งในประเทศจีนที่มียอดขายในไตรมาส 2 จำนวน 343.3 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 54.1 จากไตรมาสเดียวกันที่ผ่านมา และยอดขายในประเทศอื่นๆ ที่มียอดขายรวมในไตรมาส 2 จำนวน 489.4 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 31.1 จากไตรมาสเดียวกันที่ผ่านมา

การเติบโตของยอดขายในประเทศจีนมีแนวโน้มที่ดีขึ้นเรื่อยๆ จากปัจจัยบวกของการเปิดประเทศมากขึ้นและนโยบายภาครัฐในการกระตุ้นเศรษฐกิจในยุคหลังโควิด-19 เพื่อช่วยการขยายตัวของอุปสงค์ในประเทศ โดยตัวเลขเศรษฐกิจจีนในช่วงครึ่งแรกของปี 2566 มีการขยายตัวที่ร้อยละ 5.5 และเป็นการขยายตัวที่ร้อยละ 6.3 ในไตรมาสที่ 2/2566 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า รวมถึงการทำกิจกรรมส่งเสริมการขายและการตลาดของทางบริษัทฯ อย่างต่อเนื่องในไตรมาส 2 นี้ ที่ยังคงมุ่งเน้นการจัดกิจกรรมการขายผ่านช่องทางออนไลน์ทั้งการขายผ่านการไลฟ์สดและ e-commerce รวมถึงการจัดกิจกรรมกับผู้บริโภคที่จีนโดยผ่านแบรนด์แอมบาสเดอร์ (Brand Ambassador) เพื่อสร้างความแข็งแกร่งของตราสินค้าเจ้าแกนน้อยในหมู่ผู้บริโภคชาวจีน โดยกิจกรรม Taokaenoi Global Fun Fair 2023 ที่ประเทศไทยในเดือนเมษายนที่ผ่านมา ก็ได้มี influencers ชาวจีนมาร่วมงานและถ่ายทอดผ่านไลฟ์สดกลับไปทางประเทศจีนด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้ตลาดต่างประเทศอื่นๆ ยังคงสามารถสร้างการเติบโตของยอดขายได้อย่างต่อเนื่องในทุกๆ ไตรมาส และในไตรมาส 2 นี้มีการเติบโตเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 31.1 จากไตรมาสเดียวกันที่ผ่านมา (เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.3 จากไตรมาส 1/2566) ซึ่งหลักๆ มาจากประเทศอินโดนีเซียที่มีการเติบโตของสินค้าสำหรัยอบ ที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก และในสหรัฐอเมริกาที่มีการเติบโตที่โดดเด่นของสินค้าสำหรัยกลุ่มแทมปุระและสำหรัยย่าง จากการทำกิจกรรมทางการตลาดและการขยายตัวของสินค้าในช่องทางการขายที่กว้างขึ้น

#### บริษัท เจ้าแกนน้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

สำนักงาน :	337 ถนนอนุสรณ์ ต.บางเขนจตุรพักตรพิมาน อ.บางเขนจตุรพักตรพิมาน นนทบุรี 11120
เมืองจอร์เจีย :	Ins. O 2984 0666 แฟกซ์. O 2984 0118
โรงงานโรจนา :	55/5 หมู่ 5 ตำบลสามัคคี อ.อุทุมพรพิสัย จ.ศรีสะเกษ 33210
	Ins. O 3592 3055
โรงงานนพวงษ์ :	12/1 หมู่ 4 ตำบลหน้าไม้ อ.ลาดหลุมแก้ว จ.ปทุมธานี 12140
	Ins. O 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



สัดส่วนยอดขายในตลาดต่างประเทศในไตรมาส 2/2566 คิดเป็นร้อยละ 64 ของยอดขายรวม โดยแบ่งเป็นประเทศ  
จีนที่สัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 26 และเป็นตลาดต่างประเทศอื่นๆ อีกร้อยละ 38

## กำไรขั้นต้น

บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นไตรมาสที่ 2 จำนวน 429.8 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 33.0 ของรายได้จากการขาย โดยสัดส่วน  
กำไรขั้นต้นต่อยอดขาย **เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.4** จากไตรมาสเดียวกันปีที่ผ่านมา และบริษัทฯ ยังคงรักษาระดับอัตรากำไร  
ขั้นต้นได้เพิ่มขึ้นอีกที่ร้อยละ 0.3 เมื่อเทียบกับไตรมาส 1/2566 และมีกำไรขั้นต้น 6 เดือนแรกรวมทั้งสิ้น 837.1 ล้าน  
บาท คิดเป็นร้อยละ 32.9 ของรายได้จากการขาย ทั้งนี้การรักษาระดับอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขายในไตรมาส 2 นี้ มีปัจจัย  
บวกมาจาก

- การเพิ่มขึ้นของยอดขายในไตรมาส 2 ที่ร้อยละ 36.1 และมากกว่ายอดขายไตรมาส 1 อีกร้อยละ 4.9 ทำให้  
บริษัทสามารถใช้กำลังการผลิตที่โรงงานทั้งสองแห่งโดยรวมได้มากถึงร้อยละ 73 ส่งผลให้เกิดการประหยัด  
ต่อขนาด (economy of scale) ในส่วนของค่าใช้จ่ายในโรงงานและต้นทุนการผลิตคงที่ให้มีต้นทุนต่อหน่วยที่  
ลดลง
- โครงการการนำเครื่องจักรมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตส่งผลให้บริษัทฯ สามารถบริหารต้นทุนทางด้าน  
แรงงานให้ไม่เพิ่มขึ้นมากนัก แม้ว่าจะมีปริมาณการผลิตที่สูงขึ้น
- การบริหารค่าใช้จ่ายโดยยึดกลยุทธ์ GO FIRM เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้ดีขึ้นส่งผลให้ค่าใช้จ่าย  
บางอย่างลดลง เช่น การนำ Solar Roof มาใช้เพื่อลดภาระค่าไฟฟ้าในโรงงาน
- การควบคุมต้นทุนวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ให้มีแนวโน้มคงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก

## ต้นทุนในการจัดจำหน่าย

บริษัทฯ มีต้นทุนในการจัดจำหน่ายไตรมาสที่ 2 จำนวน 138.9 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 10.7 ของรายได้จากการขาย  
โดยสัดส่วนต้นทุนในการจัดจำหน่ายต่อยอดขาย **ลดลงร้อยละ 0.1** จากไตรมาสเดียวกันปีที่ผ่านมา (ลดลงร้อยละ 1.1  
จากไตรมาส 1/2566) และมีต้นทุนในการจัดจำหน่าย 6 เดือนแรก คิดเป็นร้อยละ 11.2 ซึ่งเป็นอัตราเดียวกันกับช่วงเวลา  
เดียวกันในปีก่อน โดยบริษัทฯ มีการรักษาระดับต้นทุนในการจัดจำหน่ายในสัดส่วนของรายได้จากการขายให้อยู่ในระดับ  
เดิม โดยบริหารค่าใช้จ่ายที่ใช้ในกิจกรรมส่งเสริมทางการขายและการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศที่มุ่งเน้นกิจกรรม  
ที่สร้างประสิทธิผลและให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการเพิ่มขึ้นของยอดขายในช่องทางที่มีศักยภาพในการเติบโต รวมถึงเพิ่ม  
การสร้างตราสินค้าเก่าแก่ให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น ส่วนค่าใช้จ่ายในการขนส่งทางเรือไปต่างประเทศกลับมาสู่ในระดับ  
ปรกติก่อนเกิดสถานการณ์โควิด-19 ทำให้บริษัทฯ สามารถบริหารต้นทุนในการจัดจำหน่ายได้ดีขึ้น สามารถจัดสรร  
งบประมาณมาเพื่อใช้ในกิจกรรมการขายและการตลาดได้ดีขึ้นและส่งผลต่อการเติบโตของยอดขาย

## ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารไตรมาสที่ 2 จำนวน 101.2 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 7.8 ของรายได้จากการขาย  
โดยสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อยอดขาย **ลดลงร้อยละ 0.5** เทียบกับช่วงเวลาเดียวกันปีที่ผ่านมา (เพิ่มขึ้นร้อยละ  
0.8 เมื่อเทียบกับไตรมาส 1/2566) แม้ว่าค่าใช้จ่ายในส่วนของจำนวนเงินจะเพิ่มสูงขึ้นด้วยค่าใช้จ่ายในส่วนของการจ้างและ  
การดูแลสวัสดิการของพนักงานและค่าใช้จ่ายด้านเทคโนโลยีที่มากขึ้น อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ยังคงรักษาสัดส่วนค่าใช้จ่ายใน

### บริษัท เค้าแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

สำนักงาน :	337 ถนนบอนด์สตรีท ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด นนทบุรี 11120
เมืองทองธานี	โทร. 0 2984 0666 แฟกซ์. 0 2984 0118
โรงงานโรจนา :	55/5 หมู่5 ตำบลสามัคคีตำบล อำเภอลำลูกเหล็ก พระนครศรีอยุธยา 13210
	โทร. 0 3592 3055
โรงงานนพวงษ์ :	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



การบริหารต่อ ยอดขาย และมีแนวโน้มที่ลดลงซึ่งเป็นผลมาจากการที่บริษัทฯ มีมาตรการบริหารจัดการควบคุมค่าใช้จ่ายใน มีประสิทธิภาพสูงสุดด้วยจำนวนพนักงานที่ไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก

บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหาร 6 เดือนแรก รวมทั้งสิ้น 188.8 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 7.4 ของรายได้จากการขาย **ลดลงร้อยละ 0.6** จากช่วงเดียวกันปีก่อน

### กำไรส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่

บริษัทฯ มีผลกำไรสุทธิไตรมาสที่ 2 จำนวน 195.0 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 14.9 ของรายได้จากการขาย เติบโตขึ้น ร้อยละ 175 จากไตรมาสเดียวกันปีก่อน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 17 จากไตรมาส 1/2566) ทั้งนี้เมื่อเทียบสัดส่วนกำไรสุทธิต่อ ยอดขาย **เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.6** จากไตรมาสเดียวกันปีที่ผ่านมา

การเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิต่อ ยอดขายอย่างต่อเนื่องส่งผลมาจากการมุ่งเน้นการบริหารด้วยกลยุทธ์ 3GO พร้อมกับการ พัฒนาขีดความสามารถในการทำกำไรขั้นต้นให้เพิ่มขึ้นด้วยการมุ่งเน้นการบริหารรายได้ด้วยการเพิ่มการเติบโตของกลุ่ม สินค้าที่มีการทำกำไรขั้นต้นที่ดีควบคู่ไปกับบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายโรงงานโดยรวมทั้งในส่วนของการใช้พื้นที่ให้ลดลง และค่าใช้จ่ายคงที่ให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (economy of scale) จากการเพิ่มขึ้นของยอดขาย โดยจะเห็นได้ว่ากำไร ขั้นต้นต่อรายได้ในไตรมาส 2 นี้เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 6.5 จากไตรมาสเดียวกันปีก่อน อีกทั้งยังเน้นการบริหารค่าใช้จ่ายอื่นๆ ทั้งในส่วนของการขายและการบริหารเพื่อเพิ่มกำไรสุทธิต่อ ยอดขาย ก็ทำให้กำไรสุทธิต่อ ยอดขายเพิ่มขึ้นจาก บริหารค่าใช้จ่ายอีกร้อยละ 0.6 นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้รับสิทธิประโยชน์จากการเปิดบัตรส่งเสริมการลงทุนเพิ่มในส่วน ของบัตรที่ 2 ที่โรงงานโรจนะ ทำให้ได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีจากกำไรที่เพิ่มขึ้นอีกส่วนหนึ่ง

บริษัทฯ มีผลกำไรสุทธิงวด 6 เดือนแรก รวมทั้งสิ้น 361.0 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 14.2 ของรายได้จากการขาย **เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.2** ของรายได้จากการขาย จากช่วงเดียวกันปีก่อน

### แนวโน้มและความท้าทายของธุรกิจในปีหลังของ ปี 2566

บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการสร้างการเติบโตของยอดขายอย่างต่อเนื่องในครึ่งปีหลังของปี 2566 ควบคู่ไปกับการรักษา ระดับการทำกำไรให้แข็งแรง โดยคาดว่าจะได้รับปัจจัยเสริมในประเทศจากแนวโน้มของปริมาณนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในไตรมาส 4 ในช่วงสัปดาห์หยุดยาวของประเทศจีน หรือ โกลเด้น วีค (Golden Week) ที่คาดว่าจะมี นักท่องเที่ยวจีนเข้ามาในประเทศไทยเพิ่มขึ้นกว่าในครึ่งปีแรก รวมถึงการเติบโตของการบริโภคอาหารจากการส่งเสริม การตลาดและนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น และปัจจัยเสริมของตลาดต่างประเทศจากการฟื้นตัวของ เศรษฐกิจในประเทศจีนที่มีแนวโน้มดีขึ้นอีกครั้งในครึ่งปีหลังโดยมีการทำการตลาดของบริษัทฯ ทั้งในช่องทางออนไลน์และ ออฟไลน์เพื่อเพิ่มอุปสงค์ในสินค้าเก่าแก่น้อยให้สูงขึ้น และการขยายสินค้าและช่องทางในประเทศหลัก เช่น สหรัฐอเมริกา อินโดนีเซียที่มีโมเมนตัมจากการเติบโตอย่างต่อเนื่องด้วยกิจกรรมทางการตลาดและนวัตกรรมสินค้าใหม่ เพื่อตอบโจทย์ ผู้บริโภคให้มากขึ้น

อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ยังคงเห็นความท้าทายในส่วนของการบริหารต้นทุนจากภาวะเงินเฟ้อที่ทำให้ต้นทุนในวัตถุดิบ หลายๆ อย่างยังอยู่ในระดับราคาที่มีแนวโน้มสูงขึ้นจากครึ่งปีแรก อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ได้มีแผนงานในการปรับราคาของ สินค้าบางรายการหากต้นทุนสูงขึ้นเพื่อรักษาระดับการทำกำไรขั้นต้นบางส่วน ควบคู่ไปกับการมุ่งเน้นการบริหารการผลิต ให้มีประสิทธิภาพที่ดีขึ้นและมีต้นทุนการผลิตที่ลดลงจากการเติบโตของรายได้ เพื่อรักษาระดับการทำกำไรให้ไม่ เปลี่ยนแปลงมากนัก

#### บริษัท เค้าแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

สำนักงาน :	337 ถนนอนุสรณ์ ต.บางเขนจตุรพักตรพิมาน อ.เมืองจันทบุรี จ.จันทบุรี 37110
เมืองจันทบุรี :	โทร. 0 2984 0666 แฟกซ์. 0 2984 0118
โรงงานโรจนะ :	55/5 หมู่5 ตำบลสามัคคี อ.อุทัย จ.พระนครศรีอยุธยา 13210
	โทร. 0 3592 3055
โรงงานบพวงศรี :	12/1 หมู่4 ตำบลนาไม้ อ.ลาดหลุมแก้ว จ.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



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 ตำบลสามัคคี อำเภอลำลูกเกด จังหวัดสุพรรณบุรี 3210  
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