



บริษัท เคซีจี คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)



การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ (MD&A)

สำหรับไตรมาส 2 สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2566

ภาพรวมธุรกิจ

- + บริษัท เคซีจี คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ” หรือ “KCG”) ประกอบธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อการบริโภค ครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการวิจัยและพัฒนาเพื่อคิดค้นสูตรการผลิต การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การจัดจำหน่าย และการขนส่งผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ให้แก่ลูกค้าในประเทศ รวมถึงการส่งออกผลิตภัณฑ์ไปยังต่างประเทศ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเป็นผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ชั้นนำจากต่างประเทศเข้ามาจัดจำหน่ายในประเทศไทย โดยผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ สามารถจำแนกออกเป็น 3 กลุ่มผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่
 - (1) ผลิตภัณฑ์ที่ท่าจากนม (Dairy Products) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์เนย (Butter) และเนยแข็ง (Cheese) และผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่แปรรูปมาจากนม
 - (2) ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับการประกอบอาหารและเบเกอรี่และผลิตภัณฑ์อื่นๆ (Food and Bakery Ingredients: FBI) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ส่วนผสมของอาหาร (Food Ingredients) ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปพร้อมบริโภค และผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง ผลิตภัณฑ์ประกอบการทำเบเกอรี่ สารเสริมคุณภาพอาหารต่างๆ ผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้เข้มข้น รวมถึงอุปกรณ์ในการทำเบเกอรี่ และอุปกรณ์ประกอบอาหาร
 - (3) ผลิตภัณฑ์บิสกิต (Biscuits) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์คุกกี้ แครกเกอร์ และเวเฟอร์
- + บริษัทฯ เป็นผู้นำตลาดในกลุ่มสินค้าทั้งประเภทเนยและชีส โดยมีส่วนแบ่งการตลาดอันดับ 1 สำหรับผลิตภัณฑ์เนยอยู่ที่ 55.0% และมีส่วนแบ่งการตลาดอันดับ 1 สำหรับผลิตภัณฑ์ชีส อยู่ที่ 31.6% รวมถึงมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ใน 5 อันดับแรก สำหรับวัตถุดิบสำหรับประกอบอาหารและเบเกอรี่ และบิสกิต โดยมีสินค้าภายใต้ตราสินค้าต่างๆ ของบริษัทฯ เช่น “Allowrie” “Imperial” “DAIRYGOLD” “Violet” “Premio” และ “SUNQUICK” เป็นต้น
- + บริษัทฯ เข้าจดทะเบียนและเริ่มซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯ ในกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร หมวดยาและเครื่องดื่ม โดยใช้ชื่อย่อในการซื้อขายหลักทรัพย์ว่า “KCG” เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2566
- + บริษัทฯ มีทุนชำระแล้วหลังการเสนอขายเสนอขายหุ้นที่ออกใหม่ให้แก่ประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (IPO) จำนวน 545 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.0 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญเดิม 390 ล้านบาท และหุ้นสามัญเพิ่มทุน (IPO) 155 ล้านบาท โดยเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อประชาชนทั่วไปครั้งแรก ในราคาหุ้นละ 8.50 บาท คิดเป็นมูลค่าระดมทุน 1,317.5 ล้านบาท ทั้งนี้ ราคาเสนอขายหุ้น IPO คิดเป็นอัตราส่วนราคาต่อกำไรสุทธิต่อหุ้น (P/E ratio) เท่ากับ 17.33 เท่า พิจารณาจากกำไรสุทธิส่วนของบริษัทฯ 12 เดือนย้อนหลัง หาดด้วยจำนวนหุ้นสามัญหลังเสนอขาย (Fully diluted) และมีมูลค่าหลักทรัพย์ ณ ราคา IPO 4,632.5 ล้านบาท

สรุปผลการดำเนินงานไตรมาส 2/2566 และ 6M/2566 และแนวโน้มธุรกิจ

ผลการดำเนินงาน (หน่วย: ล้านบาท, %)	ไตรมาส 2/2565	ไตรมาส 1/2566	ไตรมาส 2/2566	เปลี่ยนแปลง		6M/2565	6M/2566	เปลี่ยนแปลง
				%YoY	%QoQ			
รายได้จากการขาย	1,356.0	1,707.9	1,561.0	+15.1%	-8.6%	2,653.1	3,268.9	+23.2%
รายได้อื่น	22.8	15.4	9.6	-57.7%	-37.3%	43.6	24.9	-42.8%
รายได้รวม	1,378.7	1,723.3	1,570.7	+13.9%	-8.9%	2,696.6	3,293.9	+22.1%
ต้นทุนขาย	974.8	1,247.0	1,098.4	+12.7%	-11.9%	1,873.7	2,345.3	+25.2%
กำไรขั้นต้น	381.2	460.9	462.7	+21.4%	+0.4%	779.3	923.6	+18.5%
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	200.0	244.8	243.2	+21.6%	-0.6%	439.5	488.0	+11.0%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	135.1	134.5	139.5	+3.3%	+3.8%	261.2	273.9	+4.9%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	335.1	379.3	382.7	+14.2%	+0.9%	700.7	761.9	+8.7%
ต้นทุนทางการเงิน	11.5	22.8	22.9	+99.0%	+0.4%	22.1	45.7	+106.5%
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	57.3	74.2	66.6	+16.4%	-10.2%	100.1	140.8	+40.7%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	12.4	15.8	15.9	+28.6%	+0.9%	22.9	31.6	+38.0%
กำไรสุทธิ	44.9	58.4	50.8	+13.0%	-13.1%	77.1	109.2	+41.6%
EBITDA	115.1	141.0	133.8	+16.3%	-5.1%	213.4	274.8	+28.8%
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	28.1%	27.0%	29.6%	+1.5%	+2.7%	29.4%	28.3%	-1.1%
อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (%)	24.7%	22.2%	24.5%	-0.2%	+2.3%	26.4%	23.3%	-3.1%
อัตรากำไรสุทธิ (%)	3.3%	3.4%	3.2%	-0.03%	-0.2%	2.9%	3.3%	+0.5%
อัตรา EBITDA (%)	8.3%	8.2%	8.5%	+0.2%	+0.3%	7.9%	8.3%	+0.4%

ไตรมาส 2/2566 vs ไตรมาส 2/2565 (YoY)

- ✦ ในไตรมาส 2/2566 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 50.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 13.0% YoY โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้
 - ✦ รายได้จากการขายเพิ่มขึ้น 15.1% YoY ซึ่งเป็นการเติบโตจากยอดขายในทุกประเภทผลิตภัณฑ์และทุกช่องทางการจำหน่าย โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้น และการออกผลิตภัณฑ์ใหม่
 - ✦ อัตราค่าไรซ์ขึ้นต้นเพิ่มขึ้น 1.5% YoY แม้นต้นทุนวัตถุดิบและต้นทุนการนำเข้าสินค้าปรับตัวเพิ่มขึ้น เนื่องจากบริษัทฯ มีการปรับราคาขายสินค้าเมื่อช่วงครึ่งหลังของปี 2565 รวมถึงมีอัตราการใช้กำลังการผลิต (Capacity Utilization Rate) เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ ต้นทุนวัตถุดิบและการนำเข้าสินค้าเริ่มปรับตัวลดลงตั้งแต่ช่วงต้นปี 2566
 - ✦ ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารเพิ่มขึ้น 14.2% YoY ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับยอดขายที่เพิ่มขึ้น โดยค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น ได้แก่ ค่าโฆษณาและส่งเสริมการขาย ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้า ค่าสาธารณูปโภค รวมถึงการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายพนักงาน ทั้งนี้ อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารลดลงเล็กน้อย 0.2% YoY เนื่องจากยอดขายเพิ่มขึ้น และการบริหารค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ
 - ✦ ต้นทุนทางการเงินเพิ่มขึ้น 99.0% YoY เนื่องจากเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้น ซึ่งมีเหตุผลหลักมาจาก 1) การใช้วงเงินกู้เพื่อซื้อวัตถุดิบและสินค้าเพื่อนำมาจำหน่ายเพิ่มขึ้น 2) การใช้วงเงินกู้เพื่อการลงทุน โดยบริษัทฯ จะนำเงินส่วนหนึ่งที่ได้จาก IPO ในไตรมาส 3/2566 มาชำระหนี้เงินกู้ในส่วนนี้ ซึ่งจะส่งผลให้ต้นทุนทางการเงินของบริษัทฯ ลดลงในอนาคต และ 3) อัตราดอกเบี้ยเพิ่มขึ้น
 - ✦ ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้เพิ่มขึ้น 28.6% YoY เนื่องจากบริษัทฯ มีกำไรก่อนภาษีเงินได้เพิ่มขึ้น

ไตรมาส 2/2566 vs ไตรมาส 1/2566 (QoQ)

- ✦ บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 50.8 ล้านบาท ปรับตัวลดลง 13.1% QoQ โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้
 - ✦ รายได้จากการขายลดลง 8.6% QoQ ซึ่งเป็นการปรับลดลงตามฤดูกาล ทั้งนี้ ในไตรมาส 2 มักจะเป็นช่วงที่บริษัทฯ มียอดขายต่ำสุดของปี
 - ✦ อัตราค่าไรซ์ขึ้นต้นเพิ่มขึ้น 2.7% QoQ เนื่องจากต้นทุนวัตถุดิบและต้นทุนการนำเข้าสินค้าปรับตัวลดลง
 - ✦ ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารเพิ่มขึ้น 0.9% QoQ เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของค่าโฆษณาและส่งเสริมการขาย และค่าสาธารณูปโภค โดยอัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารเพิ่มขึ้น 2.3% QoQ เนื่องจากยอดขายที่ลดลงตามฤดูกาล
 - ✦ ต้นทุนทางการเงินเพิ่มขึ้นเล็กน้อย 0.4% QoQ เนื่องจากอัตราดอกเบี้ยเพิ่มขึ้น
 - ✦ ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้เพิ่มขึ้น 0.9% QoQ เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายที่ไม่ถือเป็นรายจ่ายในการคำนวณกำไรสุทธิเพิ่มขึ้น

6M/2566 vs 6M/2565 (YoY)

- ✦ ในรอบ 6M/2566 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 109.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 41.6% YoY โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้
 - ✦ รายได้จากการขายเพิ่มขึ้น 23.2% YoY ซึ่งเป็นการเติบโตจากยอดขายในทุกประเภทผลิตภัณฑ์และทุกช่องทางการจำหน่าย โดยเป็นผลมาจากความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้น การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมถึงยอดขายที่เพิ่มขึ้นจากบริษัท อินโดกานา (ประเทศไทย) จำกัด ("อินโดกานา" หรือ "IDG") ซึ่งเป็นบริษัทย่อยแห่งใหม่ที่บริษัทฯ เข้าซื้อในเดือนมีนาคม 2565
 - ✦ อัตราค่าไรซ์ขึ้นต้นลดลง 1.1% จากจากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากต้นทุนวัตถุดิบและต้นทุนการนำเข้าสินค้าทยอยปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงระหว่างปี 2565 จนถึงช่วงต้นปี 2566 ส่งผลให้อัตราค่าไรซ์ขึ้นต้นในไตรมาส 1/2566 อยู่ในระดับที่ค่อนข้างต่ำ รวมถึงการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายสินค้าแรกเข้า (Listing Fees) จากการวางจำหน่ายสินค้าใหม่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม อัตราค่าไรซ์ขึ้นต้นเริ่มปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นในไตรมาส 2/2566
 - ✦ ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารเพิ่มขึ้น 8.7% YoY ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับยอดขายที่เพิ่มขึ้น โดยค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น ได้แก่ ค่าโฆษณาและส่งเสริมการขาย ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้า ค่าสาธารณูปโภค รวมถึงการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายพนักงาน ทั้งนี้ อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารลดลง 3.1% จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากยอดขายเพิ่มขึ้น และการบริหารค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ
 - ✦ ต้นทุนทางการเงินเพิ่มขึ้น 106.5% YoY ซึ่งมีเหตุผลหลักมาจาก 1) การใช้วงเงินกู้เพื่อซื้อวัตถุดิบและสินค้าเพื่อนำมาจำหน่ายเพิ่มขึ้น 2) การใช้วงเงินกู้เพื่อการลงทุนในโครงการลงทุน และ 3) อัตราดอกเบี้ยเพิ่มขึ้น
 - ✦ ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้เพิ่มขึ้น 38.0% YoY เนื่องจากบริษัทฯ มีกำไรก่อนภาษีเงินได้เพิ่มขึ้น

แนวโน้มธุรกิจ

ในปี 2565 ที่ผ่านมา ราคาวัตถุดิบหลักของบริษัทฯ ซึ่งส่วนใหญ่นำเข้าจากต่างประเทศ เช่น ไขมันนม ชีส และนมผง รวมถึงต้นทุนสินค้าที่บริษัทฯ นำเข้ามาจำหน่าย ทยอยปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี เนื่องจากการขาดแคลนวัตถุดิบในตลาดโลก สถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างรัสเซีย-ยูเครน การอ่อนตัวของค่าเงินสกุลบาท รวมถึงการปรับตัวขึ้นของต้นทุนพลังงานและค่าขนส่ง อย่างไรก็ตาม นับจากต้นปี 2566 ภาพรวมราคาวัตถุดิบและต้นทุนการนำเข้าสินค้าเริ่มทรงตัวและปรับตัวลดลง ในขณะที่บริษัทฯ ได้ทยอยใช้วัตถุดิบที่มีต้นทุนสูงไปจนเกือบหมดแล้ว ส่งผลให้อัตราค่าไรซ์ขึ้นต้นในไตรมาส 2/2566 เริ่มปรับตัวดีขึ้น

ทั้งนี้ บริษัทฯ มีแนวโน้มการใช้กำลังการผลิตเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในช่วงไตรมาส 3 และ 4 ของทุกปี ตามการเพิ่มขึ้นของยอดขายตามฤดูกาล ซึ่งจะช่วยให้บริษัทฯ ได้ประโยชน์จากประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) มากขึ้นในช่วงครึ่งหลังของปี บริษัทฯ จึงเชื่อมั่นว่าอัตราค่าไรซ์ขึ้นต้นจะมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ปัจจัยสนับสนุนจากการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ จะส่งผลให้ภาคบริการและการบริโภคภาคเอกชนขยายตัวเพิ่มขึ้น รวมถึงความชัดเจนทางการเมืองในอนาคต จะช่วยผลักดันการเติบโตของเศรษฐกิจในประเทศ และส่งผลดีต่อผลประกอบการของบริษัทฯ ให้เติบโตได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

ยอดขายตามประเภทผลิตภัณฑ์ (หน่วย: ล้านบาท)	ไตรมาส 2/2565	ไตรมาส 1/2566	ไตรมาส 2/2566	เปลี่ยนแปลง		6M/2565	6M/2566	เปลี่ยนแปลง
				%YoY	%QoQ			
ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากนม	804.9	1,008.9	933.0	+15.9%	-7.5%	1,591.3	1,941.9	+22.0%
ผลิตภัณฑ์สำหรับการประกอบอาหารและเบเกอรี่ และอื่นๆ (FBI)	426.2	522.3	471.8	+10.7%	-9.7%	795.6	994.1	+25.0%
บิสกิต	124.9	176.7	156.3	+25.1%	-11.6%	266.2	333.0	+25.1%
รวมยอดขาย	1,356.0	1,707.9	1,561.0	+15.1%	-8.6%	2,653.1	3,268.9	+23.2%
สัดส่วนยอดขายตามประเภทผลิตภัณฑ์ (หน่วย: %)	ไตรมาส 2/2565	ไตรมาส 1/2566	ไตรมาส 2/2566	เปลี่ยนแปลง		6M/2565	6M/2566	เปลี่ยนแปลง
				%YoY	%QoQ			
ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากนม	59.4%	59.1%	59.8%	+0.4%	+0.7%	60.0%	59.4%	-0.6%
ผลิตภัณฑ์สำหรับการประกอบอาหารและเบเกอรี่ และอื่นๆ (FBI)	31.4%	30.6%	30.2%	-1.2%	-0.4%	30.0%	30.4%	+0.4%
บิสกิต	9.2%	10.3%	10.0%	+0.8%	-0.3%	10.0%	10.2%	+0.2%
รวม	100.0%	100.0%	100.0%			100.0%	100.0%	

ยอดขายตามช่องทางจำหน่าย (หน่วย: ล้านบาท)	ไตรมาส 2/2565	ไตรมาส 1/2566	ไตรมาส 2/2566	เปลี่ยนแปลง		6M/2565	6M/2566	เปลี่ยนแปลง
				%YoY	%QoQ			
ช่องทางการขายให้ผู้ประกอบการ (B2B)	579.8	660.6	679.5	+17.2%	+2.9%	1,091.8	1,340.0	+22.7%
ช่องทางการขายให้ผู้บริโภค (B2C)	725.8	979.9	806.9	+11.2%	-17.6%	1,445.1	1,786.8	+23.6%
ส่งออก	50.4	67.5	74.7	+48.3%	+10.6%	116.2	142.1	+22.3%
รวมยอดขาย	1,356.0	1,707.9	1,561.0	+15.1%	-8.6%	2,653.1	3,268.9	+23.2%
สัดส่วนยอดขายตามช่องทางจำหน่าย (หน่วย: %)	ไตรมาส 2/2565	ไตรมาส 1/2566	ไตรมาส 2/2566	เปลี่ยนแปลง		6M/2565	6M/2566	เปลี่ยนแปลง
				%YoY	%QoQ			
ช่องทางการขายให้ผู้ประกอบการ (B2B)	42.8%	38.7%	43.5%	+0.8%	+4.8%	41.2%	41.0%	-0.2%
ช่องทางการขายให้ผู้บริโภค (B2C)	53.5%	57.4%	51.7%	-1.8%	-5.7%	54.5%	54.7%	+0.2%
ส่งออก	3.7%	4.0%	4.8%	+1.1%	+0.8%	4.4%	4.3%	-0.03%
รวม	100.0%	100.0%	100.0%			100.0%	100.0%	

ยอดขายตามประเภทธุรกิจ (หน่วย: ล้านบาท)	ไตรมาส 2/2565	ไตรมาส 1/2566	ไตรมาส 2/2566	เปลี่ยนแปลง		6M/2565	6M/2566	เปลี่ยนแปลง
				%YoY	%QoQ			
ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเอง	1,011.6	1,245.7	1,160.8	+14.7%	-6.8%	2,009.5	2,406.5	+19.8%
ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ซื้อมาจำหน่าย	344.4	462.2	400.2	+16.2%	-13.4%	643.6	862.5	+34.0%
รวมยอดขาย	1,356.0	1,707.9	1,561.0	+15.1%	-8.6%	2,653.1	3,268.9	+23.2%
สัดส่วนยอดขายตามประเภทธุรกิจ (หน่วย: %)	ไตรมาส 2/2565	ไตรมาส 1/2566	ไตรมาส 2/2566	เปลี่ยนแปลง		6M/2565	6M/2566	เปลี่ยนแปลง
				%YoY	%QoQ			
ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเอง	74.6%	72.9%	74.4%	-0.2%	+1.4%	75.7%	73.6%	-2.1%
ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ซื้อมาจำหน่าย	25.4%	27.1%	25.6%	+0.2%	-1.4%	24.3%	26.4%	+2.1%
รวม	100.0%	100.0%	100.0%			100.0%	100.0%	

ผลการดำเนินงาน

1. รายได้จากการขาย

ผลการดำเนินงาน	ไตรมาส 2/2565	ไตรมาส 1/2566	ไตรมาส 2/2566	เปลี่ยนแปลง		6M/2565	6M/2566	เปลี่ยนแปลง
				%YoY	%QoQ			
(หน่วย: ล้านบาท)								
รายได้จากการขาย	1,356.0	1,707.9	1,561.0	+15.1%	-8.6%	2,653.1	3,268.9	+23.2%

ไตรมาส 2/2566 vs ไตรมาส 2/2565 (YoY)

- ในไตรมาส 2/2566 บริษัทฯ มีรายได้จากการขาย 1,561.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 205.1 ล้านบาท หรือ 15.1% YoY ซึ่งเป็นการเติบโตจากยอดขายในทุกประเภทผลิตภัณฑ์และทุกช่องทางการจำหน่าย โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้น และการออกผลิตภัณฑ์ใหม่

ไตรมาส 2/2566 vs ไตรมาส 1/2566 (QoQ)

- ในไตรมาส 2/2566 บริษัทฯ มีรายได้จากการขาย 1,561.0 ล้านบาท ลดลง 146.9 ล้านบาท หรือ 8.6% QoQ ซึ่งเป็นการปรับลดลงตามฤดูกาล ทั้งนี้ ในไตรมาส 2 มักจะเป็นช่วงที่บริษัทฯ มียอดขายต่ำสุดของปี

6M/2566 vs 6M/2565 (YoY)

- ในรอบ 6M/2566 บริษัทฯ มียอดขาย 3,268.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 615.9 ล้านบาท หรือ 23.2% YoY ซึ่งเป็นการเติบโตจากยอดขายในทุกประเภทผลิตภัณฑ์และทุกช่องทางการจำหน่าย โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้น การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมถึงยอดขายที่เพิ่มขึ้นจาก IDG ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทฯ เข้าซื้อในเดือนมีนาคม 2565 โดย IDG ประกอบธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารแช่แข็ง เช่น เนื้อ ล็อบสเตอร์ และโคลคัท ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับการประกอบอาหารและเบเกอรี่ และผลิตภัณฑ์อื่นๆ (FBI)

2. ดัชนีขายและกำไรขั้นต้น

ผลการดำเนินงาน (หน่วย: ล้านบาท, %)	ไตรมาส 2/2565	ไตรมาส 1/2566	ไตรมาส 2/2566	เปลี่ยนแปลง		6M/2565	6M/2566	เปลี่ยนแปลง
				%YoY	%QoQ			
รายได้จากการขาย	1,356.0	1,707.9	1,561.0	+15.1%	-8.6%	2,653.1	3,268.9	+23.2%
ต้นทุนขาย	974.8	1,247.0	1,098.4	+12.7%	-11.9%	1,873.7	2,345.3	+25.2%
กำไรขั้นต้น	381.2	460.9	462.7	+21.4%	+0.4%	779.3	923.6	+18.5%
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	28.1%	27.0%	29.6%	+1.5%	+2.7%	29.4%	28.3%	-1.1%

ไตรมาส 2/2566 vs ไตรมาส 2/2565 (YoY)

- ✦ ในไตรมาส 2/2566 บริษัทฯ มีต้นทุนขาย 1,098.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 123.6 ล้านบาท หรือ 12.7% YoY ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับยอดขายที่เพิ่มขึ้น รวมถึงการปรับเพิ่มขึ้นของต้นทุนวัตถุดิบและต้นทุนการนำเข้าสินค้า ทั้งนี้ ต้นทุนวัตถุดิบและการนำเข้าสินค้าเริ่มปรับตัวลดลงตั้งแต่ช่วงต้นปี 2566
- ✦ บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้น 462.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 81.5 ล้านบาท หรือ 21.4% YoY ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับยอดขายที่เพิ่มขึ้น และมีอัตรากำไรขั้นต้นในไตรมาส 2/2566 อยู่ที่ 29.6% เพิ่มขึ้นจาก 28.1% ในไตรมาส 2/2565 แม้ต้นทุนวัตถุดิบและต้นทุนการนำเข้าสินค้าปรับตัวเพิ่มขึ้น เนื่องจากบริษัทฯ มีการปรับราคาขายสินค้าในช่วงครึ่งหลังของปี 2565 รวมถึงมีอัตราการใช้กำลังการผลิต (Capacity Utilization Rate) เพิ่มขึ้น รวมถึงการบริหารต้นทุนการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ

ไตรมาส 2/2566 vs ไตรมาส 1/2566 (QoQ)

- ✦ ในไตรมาส 2/2566 บริษัทฯ มีต้นทุนขาย 1,098.4 ล้านบาท ลดลง 148.6 ล้านบาท หรือ 11.9% QoQ โดยเป็นไปในทิศทางเดียวกับยอดขายที่ลดลงจากผลกระทบตามฤดูกาล ซึ่งปกติไตรมาส 2 จะเป็นไตรมาสที่ยอดขายต่ำสุดของปี รวมถึงต้นทุนวัตถุดิบและต้นทุนการนำเข้าสินค้าเริ่มปรับตัวลดลงนับจากต้นปี 2566
- ✦ บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้น 462.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1.8 ล้านบาท หรือ 0.4% YoY และมีอัตรากำไรขั้นต้นในไตรมาส 2/2566 อยู่ที่ 29.6% เพิ่มขึ้นจาก 27.0% ในไตรมาส 1/2566 เนื่องจากต้นทุนวัตถุดิบและต้นทุนการนำเข้าสินค้าปรับตัวลดลง รวมถึงการบริหารต้นทุนการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ

6M/2566 vs 6M/2565 (YoY)

- ✦ ในรอบ 6M/2566 บริษัทฯ มีต้นทุนขาย 2,345.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 471.6 ล้านบาท หรือ 25.2% YoY ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับยอดขายที่เพิ่มขึ้น รวมถึงการเพิ่มขึ้นของต้นทุนวัตถุดิบและต้นทุนการนำเข้าสินค้า
- ✦ บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้น 923.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 144.3 ล้านบาท หรือ 18.5% YoY ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับยอดขายที่เพิ่มขึ้น และมีอัตรากำไรขั้นต้นในรอบ 6M/2566 อยู่ที่ 28.3% ลดลงจาก 29.4% จากช่วงเวลาดเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากต้นทุนวัตถุดิบและต้นทุนการนำเข้าสินค้าทยอยปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในปี 2565 แม้เริ่มปรับตัวลดลงในช่วงต้นปี 2566 แต่บริษัทฯ มีสต็อกวัตถุดิบประมาณ 2-4 เดือน จึงยังมีต้นทุนวัตถุดิบราคาสูงในช่วงต้นปี 2566 ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นในไตรมาส 1/2566 อยู่ในระดับต่ำ รวมถึงการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายสินค้าแรกเข้า (Listing Fees) จากการวางจำหน่ายสินค้าใหม่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม อัตรากำไรขั้นต้นปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นในไตรมาส 2/2566 เนื่องจากบริษัทฯ ได้ทยอยใช้ต้นทุนวัตถุดิบราคาสูงไปเกือบหมดแล้ว รวมถึงบริษัทฯ มีการปรับราคาขายสินค้าในช่วงครึ่งหลังของปี 2565 อัตราการใช้กำลังการผลิต (Capacity Utilization Rate) เพิ่มขึ้น และการบริหารต้นทุนการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ

3. ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ผลการดำเนินงาน	ไตรมาส 2/2565	ไตรมาส 1/2566	ไตรมาส 2/2566	เปลี่ยนแปลง		6M/2565	6M/2566	เปลี่ยนแปลง
				%YoY	%QoQ			
(หน่วย: ล้านบาท, %)								
รายได้จากการขาย	1,356.0	1,707.9	1,561.0	+15.1%	-8.6%	2,653.1	3,268.9	+23.2%
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	200.0	244.8	243.2	+21.6%	-0.6%	439.5	488.0	+11.0%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	135.1	134.5	139.5	+3.3%	+3.8%	261.2	273.9	+4.9%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	335.1	379.3	382.7	+14.2%	+0.9%	700.7	761.9	+8.7%
อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (%)	24.7%	22.2%	24.5%	-0.2%	+2.3%	26.4%	23.3%	-3.1%

ไตรมาส 2/2566 vs ไตรมาส 2/2565 (YoY)

- ✦ ในไตรมาส 2/2566 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร 382.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 47.6 ล้านบาท หรือ 14.2% YoY ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับยอดขายที่เพิ่มขึ้น โดยค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นมาจากค่าโฆษณาและส่งเสริมการขาย ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้า และค่าสาธารณูปโภค รวมถึงการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายพนักงาน
- ✦ อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร อยู่ที่ 24.5% ลดลงจาก 24.7% ในไตรมาส 2/2565 เนื่องจากยอดขายเพิ่มขึ้น และการบริหารค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ

ไตรมาส 2/2566 vs ไตรมาส 1/2566 (QoQ)

- ✦ ในไตรมาส 2/2566 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร 382.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.5 ล้านบาท หรือ 0.9% QoQ แม้ยอดขายลดลง เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของค่าโฆษณาและส่งเสริมการขาย และค่าสาธารณูปโภค
- ✦ อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารในไตรมาส 2/2566 อยู่ที่ 24.5% เพิ่มขึ้นจาก 22.2% ในไตรมาส 1/2566 เนื่องจากยอดขายที่ลดลงตามฤดูกาล

6M/2566 vs 6M/2565 (YoY)

- ✦ ในรอบ 6M/2566 บริษัทฯ มีบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร 761.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 61.3 ล้านบาท หรือ 8.7% YoY ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับยอดขายที่เพิ่มขึ้น ได้แก่ ค่าโฆษณาและส่งเสริมการขาย ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้า ค่าสาธารณูปโภค รวมถึงการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายพนักงาน
- ✦ อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารในรอบ 6M/2566 อยู่ที่ 23.3% ลดลงจาก 26.4% ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากยอดขายเพิ่มขึ้น และการบริหารค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ

4. ดันทุนทางการเงิน

ผลการดำเนินงาน (หน่วย: ล้านบาท)	ไตรมาส 2/2565	ไตรมาส 1/2566	ไตรมาส 2/2566	เปลี่ยนแปลง		6M/2565	6M/2566	เปลี่ยนแปลง
				%YoY	%QoQ			
ดันทุนทางการเงิน	11.5	22.8	22.9	+99.0%	+0.4%	22.1	45.7	+106.5%
เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน*	2,103.7	2,696.9	2,608.1	+24.0%	-3.3%	2,103.7	2,608.1	+24.0%
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย*	2,186.5	2,827.3	2,725.1	+24.6%	-3.6%	2,186.5	2,725.1	+24.6%

* เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน และหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย 6M/2565 และ 6M/2566 มาจากงบการเงิน ณ สิ้นไตรมาส 2/2565 และ สิ้นไตรมาส 2/2566 ตามลำดับ

ไตรมาส 2/2566 vs ไตรมาส 2/2565 (YoY)

- ในไตรมาส 2/2566 บริษัทฯ มีดันทุนทางการเงิน 22.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 11.4 ล้านบาท หรือ 99.0% YoY เนื่องจากเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้น ซึ่งมีเหตุผลหลักมาจาก 1) การใช้งบการเงินเพื่อซื้อวัตถุดิบและสินค้าเพื่อนำมาจำหน่ายเพิ่มขึ้น 2) การใช้งบการเงินในโครงการลงทุนศูนย์กระจายสินค้าและคลังสินค้า KCG Logistics Park และการลงทุนปรับปรุงพื้นที่และผังโรงงานสำหรับการเพิ่มประสิทธิภาพและขยายกำลังการผลิตสำหรับเนยและชีส โดยบริษัทฯ จะนำเงินส่วนหนึ่งที่ได้จากการเสนอขายหลักทรัพย์ต่อประชาชน (IPO Proceeds) ที่ได้รับในไตรมาส 3/2566 มาชำระหนี้เงินกู้ในส่วนนี้ ซึ่งจะส่งผลให้ดันทุนทางการเงินของบริษัทฯ ลดลงในอนาคต และ 3) อัตราดอกเบี้ยเพิ่มขึ้น

ไตรมาส 2/2566 vs ไตรมาส 1/2566 (QoQ)

- ในไตรมาส 2/2566 บริษัทฯ มีดันทุนทางการเงิน 22.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเล็กน้อย 0.1 ล้านบาท หรือ 0.4% QoQ เนื่องจากอัตราดอกเบี้ยเพิ่มขึ้น

6M/2566 vs 6M/2565 (YoY)

- ในไตรมาส 2/2566 บริษัทฯ มีดันทุนทางการเงิน 45.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 23.6 ล้านบาท หรือ 106.5% YoY เนื่องจากเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้น ซึ่งมีเหตุผลหลักมาจาก 1) การใช้งบการเงินเพื่อซื้อวัตถุดิบและสินค้าเพื่อนำมาจำหน่ายเพิ่มขึ้น 2) การใช้งบการเงินเพื่อการลงทุนในโครงการลงทุนตั้งอธิบายข้างต้น และ 3) อัตราดอกเบี้ยเพิ่มขึ้น

5. ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้

ผลการดำเนินงาน (หน่วย: ล้านบาท, %)	ไตรมาส 2/2565	ไตรมาส 1/2566	ไตรมาส 2/2566	เปลี่ยนแปลง		6M/2565	6M/2566	เปลี่ยนแปลง %
				%YoY	%QoQ			
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	57.3	74.2	66.6	+16.4%	-10.2%	100.1	140.8	+40.7%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	12.4	15.8	15.9	+28.6%	+0.9%	22.9	31.6	+38.0%
อัตราค่าใช้จ่ายภาษีต่อกำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	21.6%	21.2%	23.8%	+2.3%	+2.6%	22.9%	22.5%	-0.5%

ไตรมาส 2/2566 vs ไตรมาส 2/2565 (YoY)

- ✚ ในไตรมาส 2/2566 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ 15.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.5 ล้านบาท หรือ 28.6% YoY เนื่องจากบริษัทฯ มีกำไรก่อนภาษีเงินได้เพิ่มขึ้น

ไตรมาส 2/2566 vs ไตรมาส 1/2566 (QoQ)

- ✚ ในไตรมาส 2/2566 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ 15.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเล็กน้อย 0.1 ล้านบาท หรือ 0.9% QoQ เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายที่ไม่ถือเป็นรายจ่ายในการคำนวณกำไรสุทธิเพิ่มขึ้น

6M/2566 vs 6M/2565 (YoY)

- ✚ ในรอบ 6M/2565 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ 31.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 8.7 ล้านบาท หรือ 38.0% YoY เนื่องจากกำไรก่อนภาษีเงินได้เพิ่มขึ้น

6. กำไรสุทธิ

ผลการดำเนินงาน (หน่วย: ล้านบาท, %)	ไตรมาส 2/2565	ไตรมาส 1/2566	ไตรมาส 2/2566	เปลี่ยนแปลง		6M/2565	6M/2566	เปลี่ยน แปลง %YoY
				%YoY	%QoQ			
รายได้รวม	1,378.7	1,723.3	1,570.7	+13.9%	-8.9%	2,696.6	3,293.9	+22.1%
กำไรสุทธิ	44.9	58.4	50.8	+13.0%	-13.1%	77.1	109.2	+41.6%
อัตรากำไรสุทธิ (%)	3.3%	3.4%	3.2%	-0.03%	-0.2%	2.9%	3.3%	+0.5%

ไตรมาส 2/2566 vs ไตรมาส 2/2565 (YoY)

- ✦ ในไตรมาส 2/2566 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 50.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5.8 ล้านบาท หรือ 13.0% YoY โดยมีเหตุผลหลักดังต่อไปนี้
 - ✦ รายได้จากการขายเพิ่มขึ้น 15.1% YoY โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้น และการออกผลิตภัณฑ์ใหม่
 - ✦ อัตรากำไรขั้นต้นสูงขึ้น 1.5% YoY แม้อัตราต้นทุนวัตถุดิบและต้นทุนการนำเข้าสินค้าปรับตัวเพิ่มขึ้น เนื่องจากบริษัทฯ มีการปรับราคาขายสินค้าในช่วงครึ่งหลังของปี 2565 รวมถึงมีอัตราการใช้กำลังการผลิต (Capacity Utilization Rate) มากขึ้น ทั้งนี้ ต้นทุนวัตถุดิบและการนำเข้าสินค้าเริ่มปรับตัวลดลงตั้งแต่ช่วงต้นปี 2566
 - ✦ อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารลดลงเล็กน้อย แม้อัตราส่วนค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นตามยอดขายเพิ่มขึ้น เนื่องจากการบริหารค่าใช้จ่ายมีประสิทธิภาพ

ไตรมาส 2/2566 vs ไตรมาส 1/2566 (QoQ)

- ✦ ในไตรมาส 2/2566 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 50.8 ล้านบาท ลดลง 7.7 ล้านบาท หรือ 13.1% QoQ โดยมีเหตุผลหลักดังต่อไปนี้
 - ✦ รายได้จากการขายลดลง 8.6% QoQ ซึ่งเป็นการลดลงของยอดขายตามฤดูกาล
 - ✦ ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารเพิ่มขึ้น 0.9% QoQ โดยหลักเป็นการเพิ่มขึ้นของค่าโฆษณาและส่งเสริมการขาย และค่าสาธารณูปโภค
 - ✦ ต้นทุนทางการเงินเพิ่มขึ้นเล็กน้อย 0.4% QoQ เนื่องจากอัตราดอกเบี้ยเพิ่มขึ้น
 - ✦ ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้เพิ่มขึ้น 0.9% QoQ เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายที่ไม่ถือเป็นรายจ่ายในการคำนวณกำไรสุทธิเพิ่มขึ้น

6M/2566 vs 6M/2565 (YoY)

- ✦ ในปี 2565 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 109.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 32.1 ล้านบาท หรือ 41.6% YoY โดยมีเหตุผลหลักดังต่อไปนี้
 - ✦ รายได้จากการขายเพิ่มขึ้น 23.2% YoY โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้น การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมถึงยอดขายที่เพิ่มขึ้นจาก IDG ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทฯ เข้าซื้อในเดือนมีนาคม 2565
 - ✦ อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารลดลง 3.1% YoY เนื่องจากยอดขายเพิ่มขึ้น และการบริหารค่าใช้จ่ายมีประสิทธิภาพ

งบแสดงฐานะการเงิน

