

บริษัท แก้วแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)



คำอธิบายและการ
วิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ
(MD&A)

ประจำไตรมาส 3 ปี 2566



10 พฤศจิกายน 2566

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เรื่อง การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ ไตรมาสที่ 3 สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2566

บริษัท แก้วแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ขอชี้แจงรายได้จากการขายและกำไรสุทธิตามงบการเงินรวม งวด 3 เดือน และ 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2566 โดยสรุปดังนี้

งบการเงินรวม	ไตรมาส 3 (กรกฎาคม - กันยายน)				
	ไตรมาส 3 '66		ไตรมาส 3 '65		เพิ่ม / (ลด) (ร้อยละ)
	(ล้านบาท)	(ร้อยละ)	(ล้านบาท)	(ร้อยละ)	
รายได้จากการขาย	1,436.0	100.0 %	1,208.7	100.0 %	18.8 %
ต้นทุนขาย	(958.0)	(66.7 %)	(840.1)	(69.5 %)	14.0 %
กำไรขั้นต้น	477.9	33.3 %	368.6	30.5 %	29.6 %
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	(158.0)	(11.0 %)	(127.6)	(10.6 %)	23.9 %
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(102.0)	(7.1 %)	(79.1)	(6.5 %)	29.0 %
กำไรสุทธิก่อนภาษีเงินได้	231.7	16.1 %	190.2	15.7 %	22 %
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(15.1)	(1.0 %)	(10.0)	(0.8 %)	50.1 %
กำไรส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่	214.9	15.0 %	180.0	14.9 %	19.4 %

งบการเงินรวม	มกราคม - กันยายน				
	ม.ค. - ก.ย '66		ม.ค. - ก.ย '65		เพิ่ม / (ลด) (ร้อยละ)
	(ล้านบาท)	(ร้อยละ)	(ล้านบาท)	(ร้อยละ)	
รายได้จากการขาย	3,983.8	100.0 %	3,135.1	100.0 %	27.1 %
ต้นทุนขาย	(2,668.8)	(67.0 %)	(2,258.5)	(72.0 %)	18.2 %
กำไรขั้นต้น	1,315.1	33.0 %	876.6	28.0 %	50.0 %
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	(442.6)	(11.1 %)	(343.7)	(11.0 %)	28.8 %
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(290.8)	(7.3 %)	(233.8)	(7.5 %)	24.4 %
กำไรสุทธิก่อนภาษีเงินได้	(617.8)	(15.5 %)	(338.9)	(10.8 %)	82 %
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(38.8)	(1.0 %)	(25.4)	(0.8 %)	52.8 %
กำไรส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่	575.8	14.5 %	313.6	10.0 %	83.6 %

บริษัท แก้วแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

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

โรงงานโรจนา : 55/5 หมู่5 ตำบลสามัคคี อำเภอลำลูกเกด นครศรีธรรมราช 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 3 (กรกฎาคม - กันยายน) เทียบไตรมาส 2 (เมษายน - มิถุนายน)				
	ไตรมาส 3 '66		ไตรมาส 2 '66		เพิ่ม / (ลด) (ร้อยละ)
	(ล้านบาท)	(ร้อยละ)	(ล้านบาท)	(ร้อยละ)	
รายได้จากการขาย	1,436.0	100.0 %	1,304.1	100.0 %	10.1 %
ต้นทุนขาย	(958.0)	(66.7 %)	(874.3)	(67.0 %)	9.6 %
กำไรขั้นต้น	477.9	33.3 %	429.8	33.0 %	11.2 %
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	(158.0)	(11.0 %)	(138.9)	(10.7 %)	13.8 %
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(102.0)	(7.1 %)	(101.2)	(7.8 %)	0.8 %
กำไรสุทธิก่อนภาษีเงินได้	231.7	16.1 %	208.0	15.9 %	11.4 %
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(15.1)	(1.0 %)	(12.2)	(0.9 %)	23.1 %
กำไรส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่	214.9	15.0 %	195.0	14.9 %	10.2 %

รายได้จากการขาย

บริษัทฯ มีรายได้จากการขายไตรมาสที่ 3 จำนวน 1,436.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.8 จากไตรมาสเดียวกันปีที่ผ่านมา (เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.1 จากไตรมาส 2/2566) และมีรายได้จากการขาย 9 เดือนแรกรวมทั้งสิ้น 3,983.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 27.1 หรือ 849 ล้านบาท จากช่วงเดียวกันปีก่อน ทั้งนี้จากการที่บริษัทฯ มีการเติบโตอย่างแข็งแกร่งและต่อเนื่องมาในทุกไตรมาสตั้งแต่ไตรมาส 1 จนถึง ไตรมาส 3 นั้นทำให้รายได้ของเก้าเดือนแรกในปีนั้นสามารถสร้างสถิติใหม่ด้วยยอดขายสูงสุดของบริษัท รวมถึงกำไรสุทธิที่สูงที่สุด ซึ่งเกิดจากการที่บริษัทฯ มุ่งเน้นในกลยุทธ์ 3GO ในการบริหารจัดการธุรกิจมาอย่างต่อเนื่อง ได้แก่

- GO FIRM** คือการปรับองค์กรให้กระชับ ลดต้นทุน และควบคุมค่าใช้จ่าย (Productivity) โดยบริษัทฯ มีโครงการที่สำคัญที่ได้ทำมาอย่างต่อเนื่องเพื่อลดต้นทุนการผลิตในระยะยาวได้ ดังนี้
 - การควบคุมการผลิตสาหร่ายมาที่โรงงานโรจนะ ซึ่งเป็นโครงการที่ทำมาตั้งแต่ปี 2562 โดยเป็นการปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพด้วยการนำเครื่องจักรมาใช้ในกระบวนการผลิตที่สำคัญ ทำให้สามารถเพิ่มกำลังการผลิตอีกทั้งยังสามารถลดค่าใช้จ่ายในส่วนของแรงงานได้ในระยะยาวอีกด้วย
 - การลดค่าใช้จ่ายในโรงงานที่สำคัญ เช่น การนำ Solar Roof มาใช้ในปลายปี 2565 ทำให้บริษัทฯ สามารถลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานไฟฟ้าได้มากกว่า 15%และยังเป็นโครงการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้ในขณะเดียวกัน
 - การลดการจัดเก็บวัตถุดิบสาหร่ายในปริมาณที่เหมาะสมตามสถานการณ์ปัจจุบัน ทำให้ลดต้นทุนการจัดเก็บวัตถุดิบได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- GO BROAD** คือการขยายฐานกลุ่มธุรกิจให้กว้างขึ้นและสร้างคุณค่า รวมถึงการยกระดับตราสินค้า (Branding)
 - บริษัทฯ มุ่งเน้นการส่งเสริมการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้ให้กับตราสินค้าในตลาดหลักที่สำคัญคือ ตลาดไทย จีน อินโดนีเซีย สหรัฐอเมริกา และ มาเลเซีย เพื่อสร้างการเติบโตด้วยช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคในทุกๆ แห่งในโลก

บริษัท เต้าแก๋น้อย ฟู๊ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

สำนักงาน :	337 ถนนบอนด์สตรีท ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด นนทบุรี 11120
เมืองทองธานี	โทร. 0 2984 0666 แฟกซ์. 0 2984 0118
โรงงานโรจนะ :	55/5 หมู่5 ตำบลสามัคคีตำบล อำเภออุทัย พะนครศรีอยุธยา 13210
	โทร. 0 3592 3055
โรงงานนพวงส์ :	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



- การทำวิจัยเพื่อเข้าใจความต้องการของผู้บริโภคและการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ เพื่อตอบสนองและเข้าถึงความชอบของผู้บริโภคทั่วโลกด้วยสินค้าสำหรับที่เป็นขนมขบเคี้ยวหลากหลายรูปแบบ ทั้งสำหรับทอด สำหรับย่าง สำหรับอบ และสำหรับเติมปุระ

3. GO GLOBAL คือการขยายตลาดต่างประเทศให้มีคุณภาพและมีความยั่งยืน (Sustainability)

- บริษัทฯ มุ่งเน้นเรื่องคุณภาพของสินค้าด้วยการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพและถูกผลิตด้วยกระบวนการผลิตที่มีมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับจากทั่วโลกให้กับผู้บริโภคตลอดมา
- บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการเติบโตที่ยั่งยืนภายใต้กลยุทธ์การบริหารจัดการที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมดูแล ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง

การเพิ่มขึ้นของยอดขายในไตรมาส 3 ที่ร้อยละ 18.8 หรือ เพิ่มขึ้น 227.3 ล้านบาทจากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน นั้นมาจากการเติบโตของทั้งตลาดในประเทศ ที่ร้อยละ 10.8 ด้วยการขยายตัวของอุปสงค์ของการบริโภคสำหรับในประเทศไทยอย่างต่อเนื่องรวมถึงการเพิ่มขึ้นของอุปสงค์จากนักท่องเที่ยวที่มากขึ้นกว่าปีก่อน และการเติบโตของตลาดต่างประเทศที่ร้อยละ 23.5 จากประเทศหลักที่ทางบริษัทฯ มุ่งเน้นในกิจกรรมส่งเสริมการขายและการตลาดทั้งในส่วนของกิจกรรมทางออนไลน์และออฟไลน์กับผู้บริโภค คือประเทศจีน สหรัฐอเมริกา อินโดนีเซีย และมาเลเซีย ที่มีการเติบโตมาอย่างต่อเนื่องในหลายไตรมาสที่ผ่านมา

บริษัทฯ มีสัดส่วนยอดขายในไตรมาส 3 มาจากในประเทศอยู่ที่ร้อยละ 34 และตลาดต่างประเทศอยู่ที่ร้อยละ 66

ตลาดในประเทศ มีรายได้จากการขายไตรมาสที่ 3 จำนวน 492.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.8 จากไตรมาสเดียวกันปีที่ผ่านมา (เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.4 จากไตรมาส 2/2566) และมียอดขายรวม 9 เดือนแรกรวมทั้งสิ้น 1,430.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.0 จากช่วงเดียวกันปีก่อน ทั้งนี้ตลาดในประเทศมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นของยอดขายอย่างต่อเนื่องในทุกๆไตรมาส โดยมีปัจจัยมาจากการเพิ่มขึ้นของอุปสงค์ทั้งจากผู้บริโภคในประเทศที่นิยมขนมขบเคี้ยวในกลุ่มสินค้าสำหรับที่มากขึ้นจากการส่งเสริมทางการตลาดและการออกสินค้าใหม่ๆ ของบริษัทฯ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง และจากผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยวที่นิยมมาเที่ยวที่ประเทศไทยและซื้อสินค้าตราเจ้าแค้น้อยกลับไปเป็นของฝาก ทั้งนี้ตัวเลขจำนวนนักท่องเที่ยวในเก้าเดือนแรกของปี 2566 แสดงถึงจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวนเกือบ 20 ล้านคน โดยส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวจาก มาเลเซีย จีน เกาหลีใต้ อินเดีย และ สเปน. ลาว เป็น 5 อันดับแรกของนักท่องเที่ยวที่นิยมเข้ามาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย

กิจกรรมทางการตลาดที่สำคัญในไตรมาส 3 นี้ บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการออกสินค้าใหม่โดยได้ออกสินค้าในกลุ่มสำหรับทอดและสำหรับอบด้วยคอนเซ็ปต์สตรีทฟู้ดในสองรสชาติ โดยได้แบรดแอมบาสเตอร์คือคุณกอล์ฟ คุณาวุฒิ เป็นพรีเซนเตอร์นำเสนอสำหรับทอดรสชาติกระเพราซิ่ง และคุณซีและคุณหนูวีนในสำหรับอบรสผัดไทยเส้นซู้ด นอกจากนี้ยังมีสินค้าใหม่คือสำหรับอบปรุงรส รสเกลือชมพู (Himalyan Pink Salt Flavor) ที่มุ่งเน้นการผสมผสานความอร่อยแบบลงตัว ด้วยการใส่เกลือชมพูเกรดพรีเมียมจากเทือกเขาหิมาลัย แร่ธาตุสูง และโซเดียมที่น้อยลงกว่าเดิม เพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภคที่เป็นคนรักสุขภาพในปัจจุบัน นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีกิจกรรมงานอีเว้นท์ต่างๆ เพื่อเข้าถึงผู้บริโภค รวมถึงบูทชงชิมในห้างต่างๆ รวมถึงสื่อออนไลน์ในการส่งเสริมการรับประทานสำหรับเจ้าแค้น้อยที่หลากหลายที่สามารถทานเป็นขนมหรือคู่กับอาหารได้อย่างลงตัว

บริษัท เจ้าแค้น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

สำนักงาน :	337 ถนนธนบุรีศรีตรัง ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด นนทบุรี 11120
เมืองทองธานี	โทร. 0 2984 0666 แฟกซ์. 0 2984 0118
โรงงานโรจนา :	55/5 หมู่5 ตำบลสามบึงดิน อำเภอลำลูกกา พะนครศรีอยุธยา 13210
	โทร. 0 3592 3055
โรงงานนพวงษ์ :	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



ตลาดต่างประเทศ มีรายได้จากการขายไตรมาสที่ 3 จำนวน 943.5 ล้านบาท **เพิ่มขึ้นร้อยละ 23.5** จากไตรมาสเดียวกันปีที่ผ่านมา (เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.3 จากไตรมาส 2/2566) ทั้งนี้ยอดขายในไตรมาส 3 ได้ทำสถิติใหม่เป็นยอดขายที่สูงที่สุดของทางบริษัทฯ โดยเป็นการเติบโตที่แข็งแกร่งจากประเทศหลักๆ คือ จีน สหรัฐอเมริกาและอินโดนีเซีย โดยในไตรมาส 3 นี้ เป็นยอดขายของประเทศจีน จำนวน 354.8 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.1 จากไตรมาสเดียวกันปีที่ผ่านมา และยอดขายในประเทศอื่นๆ ที่มียอดขายรวมในไตรมาส 3 จำนวน 588.8 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 31.5 จากไตรมาสเดียวกันปีที่ผ่านมา

ยอดขายจากประเทศจีนในไตรมาส 3 นี้ยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากไตรมาส 2 อีกร้อยละ 3.3 แม้ว่าเศรษฐกิจโดยรวมของจีนจะยังคงชะลอตัว แต่ด้วยการมุ่งเน้นการทำการส่งเสริมการขายและการตลาดของทางบริษัทฯอย่างต่อเนื่องทั้งในการจัดกิจกรรมการขายผ่านช่องทางออนไลน์ การโปรโมทสินค้าใหม่ในไตรมาส 3 ที่ได้มีการนำเสนอสินค้าเก่าแก่ที่อายุรสชาติ สตรีทฟู้ดของไทยที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย รวมถึงการเป็นสปอนเซอร์ในกิจกรรมต่างๆ เช่นกีฬาฟุตบอล การจัดกิจกรรมการแข่งขันของเยาวชนต่างๆ เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคจีนให้มากขึ้น ทำให้บริษัทฯ ยังคงสามารถเพิ่มยอดขายด้วยตราสินค้าเก่าแก่ที่แข็งแกร่งและเป็นที่ยอมรับจากผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม ตัวเลขเศรษฐกิจจีนในไตรมาสที่ 3/2566 ยังคงมีการขยายตัวที่ร้อยละ 4.9 แม้ว่าจะลดลงจากไตรมาส 2 ที่ขยายตัวที่ร้อยละ 6.3 ทำให้ภาพรวมในช่วง 3 ไตรมาสแรกในปี 2566 นี้ประเทศจีนมีการขยายตัวของเศรษฐกิจที่ร้อยละ 5.2

แม้ว่ายอดขายจีนจะยังไม่ฟื้นตัวเต็มที่ แต่บริษัทฯ สามารถเพิ่มยอดขายจากตลาดต่างประเทศอื่นๆ เพื่อสร้างการเติบโตในตลาดต่างประเทศโดยเฉพาะสองประเทศใหญ่อย่างสหรัฐอเมริกา และ อินโดนีเซียที่ยอดขายในไตรมาส 3 นี้ ที่มียอดขายที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ จากการที่ผลิตภัณฑ์สาขาย่อยได้รับความนิยมจากผู้บริโภคในอินโดนีเซียมากขึ้น ทำให้ยอดขายมีการเติบโตอย่างมากในปีนี้ รวมถึงการได้รับความนิยมจากผู้บริโภคในสหรัฐอเมริกามากขึ้น ทำให้การขายตลาดสาขาในช่องทางหลักเติบโตขึ้น จะเห็นได้จากการที่ COSTCO ทำการขายการขยายสินค้าเก่าแก่ในจำนวนสาขาที่เพิ่มมากขึ้น

สัดส่วนยอดขายในตลาดต่างประเทศในไตรมาส 3/2566 คิดเป็นร้อยละ 66 ของยอดขายรวม โดยแบ่งเป็นประเทศจีนที่สัดส่วนอยู่ถึงร้อยละ 25 และเป็นตลาดต่างประเทศอื่นๆ อีกร้อยละ 41

ยอดขายรวม 9 เดือนแรกรวมทั้งสิ้น 2,553.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 30.8 จากช่วงเดียวกันปีก่อน โดยเป็นประเทศจีนที่ 1,001.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 30.0 จากช่วงเดียวกันปีก่อน และเป็นตลาดต่างประเทศอื่นๆ ที่ 1,552.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 31.3 จากช่วงเดียวกันปีก่อน

กำไรขั้นต้น

บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นไตรมาสที่ 3 จำนวน 477.9 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 33.3 ของรายได้จากการขาย โดยสัดส่วนกำไรขั้นต้นต่อยอดขาย **เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.8** จากไตรมาสเดียวกันปีที่ผ่านมา และบริษัทฯ ยังคงรักษาระดับอัตรากำไรขั้นต้นได้เพิ่มขึ้นอีกที่ร้อยละ 0.3 เมื่อเทียบกับไตรมาส 2/2566 และมีกำไรขั้นต้น 9 เดือนแรกรวมทั้งสิ้น 1,315.1 ล้านบาท คิดเป็นกำไรขั้นต้นต่อยอดขายที่ ร้อยละ 33.0 เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.0 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา

ทั้งนี้การรักษาระดับอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขายในไตรมาส 3 นี้เกิดจากการที่บริษัทฯ บริหารสัดส่วนการขายสินค้าในกลุ่มที่มีกำไรดีให้เติบโตและมีสัดส่วนที่มากขึ้น นอกจากนี้การเพิ่มขึ้นของยอดขายในไตรมาส 3 ที่มากขึ้นกว่าไตรมาส 3 ปีที่แล้ว ร้อยละ 18.8 หรือเพิ่มขึ้น 227.3 ล้านบาท และมากกว่ายอดขายไตรมาส 2 อีกร้อยละ 10.1 ทำให้บริษัทสามารถใช้กำลังการผลิตที่โรงงานทั้งสองแห่งได้อย่างมีประสิทธิภาพและส่งผลให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (economy of scale) ในส่วนของค่าใช้จ่ายในโรงงาน ทั้งในส่วนของค่าแรง และต้นทุนการผลิตคงที่ให้มีต้นทุนต่อหน่วยที่ลดลง จากกลยุทธ์ GO

บริษัท แก่แก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

สำนักงาน :	337 ถนนอนุสรณ์ ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด นนทบุรี 11120
เมืองจอร์เจีย :	โทร. 0 2984 0666 แฟกซ์. 0 2984 0118
โรงงานโรจนา :	55/5 หมู่5 ตำบลสามัคคี อำเภออุทุมพรพิสัย จังหวัดศรีสะเกษ 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



FIRM ในการนำเครื่องจักรมาใช้ในการผลิต ทำให้บริษัทฯ สามารถเพิ่มผลผลิตด้วยจำนวนแรงงานที่เพิ่มขึ้นไม่มากนัก ทำให้ต้นทุนในส่วนของคุณค่าแรงต่อหน่วยลดลง ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายการผลิตต่อหน่วยโดยรวมลดลง และสามารถชดเชยในส่วนของคุณค่าวัสดุบสหายที่เริ่มมีต้นทุนสูงขึ้นในปลายไตรมาส 3 นี้

ต้นทุนในการจัดจำหน่าย

บริษัทฯ มีต้นทุนในการจัดจำหน่ายไตรมาสที่ 3 จำนวน 158.0 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 11.0 ของรายได้จากการขาย โดยสัดส่วนต้นทุนในการจัดจำหน่ายต่อยอดขาย **เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.4** จากไตรมาสเดียวกันปีที่ผ่านมา (เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.3 จากไตรมาส 2/2566) และมีต้นทุนในการจัดจำหน่าย 9 เดือนแรก คิดเป็นร้อยละ 11.1 ซึ่งเป็นอัตราที่ใกล้เคียงกับช่วงเวลาเดียวกันในปีก่อน ทั้งนี้ต้นทุนในการจัดจำหน่ายที่สูงขึ้นเล็กน้อยในไตรมาส 3 เมื่อเทียบกับไตรมาส 2 เนื่องจากการจัดสรรงบประมาณที่มากขึ้นในเรื่องของการส่งเสริมการขายและการตลาดในไตรมาส 3 นี้โดยบริษัทฯ มุ่งเน้นในกิจกรรม เช่น การเพิ่มการกระจายสินค้าในต่างจังหวัดด้วยสื่อต่างๆ การจัดอีเวนต์และบูทต่างๆ สื่อออนไลน์และออฟไลน์ การไลฟ์สด ในตลาดหลักๆ ที่สำคัญคือ ตลาดไทย จีน สหรัฐอเมริกาและ อินโดนีเซีย เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดการเพิ่มขึ้นของยอดขายด้วยสินค้าปัจจุบันและโปรโมทสินค้าใหม่ๆ อีกทั้งยังเป็นการสร้างการรับรู้ของตราสินค้าอีกด้วย

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารไตรมาสที่ 3 จำนวน 102.0 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 7.1 ของรายได้จากการขาย โดยสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อยอดขาย **เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.6** เทียบกับช่วงเวลาเดียวกันปีที่ผ่านมา (ลดลงร้อยละ 0.7 เมื่อเทียบกับไตรมาส 2/2566)

ค่าใช้จ่ายในการบริหารที่สูงขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมาเกิดจาก ค่าใช้จ่ายในส่วนของคุณค่าจ้างและสวัสดิการของพนักงานและการเดินทางที่เพิ่มขึ้นหลังจากสถานการณ์โควิด-19 ในปี 2566 ได้บรรเทาลง เพื่อดูแลสุขภาพตลาดและพบปะลูกค้า รวมถึงค่าใช้จ่ายด้านเทคโนโลยีที่มากขึ้น แต่ถ้าเทียบกับไตรมาส 2 ของปีนี้ จำนวนเงินในค่าใช้จ่ายในการบริหารค่อนข้างคงที่ ดังนั้นเมื่อยอดขายเพิ่มขึ้นทำให้บริษัทฯ ยังมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อยอดขายไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก ทั้งนี้ก็เป็นผลมาจากการที่บริษัทฯ มีมาตรการบริหารจัดการควบคุมค่าใช้จ่ายให้มีประสิทธิภาพมาตลอดทั้งปี ทำให้ค่าใช้จ่ายในการบริหาร 9 เดือนแรก รวมทั้งสิ้น 290.8 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 7.3 ของรายได้จากการขาย **ลดลงร้อยละ 0.2** จากช่วงเดียวกันปีก่อน

กำไรส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่

บริษัทฯ มีผลกำไรสุทธิไตรมาสที่ 3 จำนวน 214.9 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 15.0 ของรายได้จากการขาย เติบโตขึ้นร้อยละ 19.4 จากไตรมาสเดียวกันปีก่อน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.2 จากไตรมาส 2/2566) ทั้งนี้เมื่อเทียบสัดส่วนกำไรสุทธิต่อยอดขาย **เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.1** จากไตรมาสเดียวกันปีที่ผ่านมา

ผลกำไรสุทธิงวด 9 เดือนแรก รวมทั้งสิ้น 575.8 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 14.5 ของรายได้จากการขาย **หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 83.6** เมื่อเทียบกับกำไรสุทธิที่ได้จากช่วงเดียวกันปีก่อน

บริษัทฯ มีการเพิ่มขึ้นของกำไรขั้นต้นและกำไรสุทธิอย่างต่อเนื่องในทุกๆ ไตรมาส เกิดจากการมุ่งเน้นการบริหารงานด้วยกลยุทธ์ 3GO พร้อมกับการพัฒนาขีดความสามารถในการทำกำไรขั้นต้นให้เพิ่มขึ้นด้วยการบริหารรายได้ของกลุ่ม

บริษัท เค้าแก่น้อย ฟู๊ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

สำนักงาน :	337 ถนนอนุสรณ์ ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด นนทบุรี 11120
เมืองทองธานี	โทร. 0 2984 0666 แฟกซ์. 0 2984 0118
โรงงานโรจนา :	55/5 หมู่5 ตำบลสามัคคี อำเภออุทัย อยุธยา 13210
	โทร. 0 3592 3055
โรงงานบพวง :	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



สินค้าที่มีกำไรดีควบคุมไปกับการบริหารต้นทุนการผลิต และการควบคุมค่าใช้จ่ายให้อยู่ในสัดส่วนต่อยอดขายที่เท่าเดิม จึงทำให้กำไรขั้นต้นที่เพิ่มขึ้นส่งผลโดยตรงให้กำไรสุทธิต่อยอดขายเพิ่มขึ้น

แนวโน้มและความท้าทายของธุรกิจไนโตรมาส 4 ของ ปี 2566 และปี 2567

แนวโน้มของธุรกิจไนโตรมาส 4 นี้ยังคงมีความท้าทายจากหลายๆปัจจัยดังนี้

1. บริษัทฯ ได้มีการปรับราคาสินค้าเพิ่มขึ้นในไตรมาส 4 ทั้งในตลาดจีนและตลาดต่างประเทศอื่นๆบางประเทศ ซึ่งอาจจะส่งผลให้มีการชะลอตัวของยอดขายบ้างในระยะสั้น อย่างไรก็ตาม ไตรมาส 4 จะเป็นช่วงเวลาของเทศกาลปลายปีซึ่งจะมีแนวโน้มการบริโภคที่ค่อนข้างสูงกว่าไตรมาสอื่นๆ ดังนั้นจะทำให้การขึ้นราคาไม่ส่งผลกระทบต่อยอดขายของบริษัทฯมากนัก
2. บริษัทฯ มีการเปลี่ยนผู้จัดจำหน่าย (Distributor) ใหม่ที่ประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นผู้จัดจำหน่ายที่มีศักยภาพในการกระจายสินค้าได้กว้างขึ้นในประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งจะส่งผลดีกับบริษัทฯ ในด้านการเติบโตในระยะยาว อย่างไรก็ตาม การปรับเปลี่ยนผู้จัดจำหน่ายนี้ จะมีช่วงระยะเวลาการรอคอยในการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ และการนำสินค้าเข้าตลาดในช่วงไตรมาส 4
3. ราคาต้นทุนวัตถุดิบสารละลายที่มีการรับรู้ราคาใหม่ในปี 2566 ที่เพิ่มสูงขึ้นถึง 15% อย่างไรก็ตามบริษัทฯ สามารถบริหารจัดการต้นทุนที่สูงขึ้นด้วยการปรับราคาควบคุมไปกับการบริหารค่าใช้จ่ายภายใน เพื่อรักษาระดับการทำกำไรขั้นต้นให้ไม่เปลี่ยนแปลงมากนักในไตรมาส 4 ปีนี้
4. การเพิ่มขึ้นของปริมาณนักท่องเที่ยวในประเทศไทยในไตรมาส 4 จากมาตรการนโยบายกระตุ้นการท่องเที่ยวระยะเร่งด่วนของรัฐบาลด้วยมาตรการวีซ่าฟรีสำหรับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจีน จะช่วยส่งผลให้มีการเพิ่มขึ้นของยอดขายจากนักท่องเที่ยวมากขึ้น

ทั้งนี้บริษัทฯ ยังคงเห็นความท้าทายในส่วนของการบริหารกำไรสุทธิโดยรวมของปี 2566 ให้อยู่ในระดับที่ใกล้เคียงเดิม แม้ว่าจะมีความท้าทายจากต้นทุนวัตถุดิบหลายๆ อย่างที่มีแนวโน้มสูงขึ้น และยังคงส่งผลกระทบต่อเรื่องของราคาที่สูงขึ้นนี้ไปในปี 2567 รวมถึงการปรับขึ้นของค่าแรงขั้นต่ำที่ 400 บาทที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในปีหน้า อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงเดินหน้าในการบริหารงานด้วยกลยุทธ์ 3GO ในปี 2567 เพื่อบรรลุการเติบโตของยอดขายในปี 2567 อย่างต่อเนื่อง โดยคาดหวังการเติบโตในอัตราที่ 10-15% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปีก่อน และรักษาระดับการทำกำไรให้เติบโตอย่างยั่งยืน

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นายจิระพงษ์ สันติภิรมย์กุล)

รองกรรมการผู้จัดการ

ผู้มีอำนาจรายงานสารสนเทศ

บมจ. เถ้าแก่น้อย ฟู๊ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง

บริษัท เถ้าแก่น้อย 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