

บริษัท แก้วแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)



คำอธิบายและการ  
วิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ  
(MD&A)

ประจำไตรมาส 1 ปี 2567



10 พฤษภาคม 2567

เรียน กรรมการและผู้จัดการ  
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เรื่อง การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ ไตรมาสที่ 1 สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2567

บริษัท แก้วแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ขอชี้แจงรายได้จากการขายและกำไรสุทธิตามงบการเงินรวม งวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2567 โดยสรุปดังนี้

งบการเงินรวม	ไตรมาส 1 (มกราคม - มีนาคม)				
	ไตรมาส 1 '67		ไตรมาส 1 '66		เพิ่ม / (ลด) (ร้อยละ)
	(ล้านบาท)	(ร้อยละ)	(ล้านบาท)	(ร้อยละ)	
รายได้จากการขาย	1,367.3	100.0 %	1,243.7	100.0 %	9.9 %
ต้นทุนขาย	(824.7)	(60.3 %)	(836.4)	(67.3 %)	(1.4 %)
กำไรขั้นต้น	542.6	39.7 %	407.3	32.7 %	33.2 %
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	(151.4)	(11.1 %)	(145.6)	(11.7 %)	4.0 %
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(107.1)	(7.8 %)	(87.6)	(7.0 %)	22.2 %
กำไรสุทธิก่อนภาษีเงินได้	305.7	22.4 %	178.1	14.3 %	71.6 %
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(10.7)	(0.8 %)	(11.5)	(0.9 %)	(7.3 %)
กำไรส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่	294.4	21.5 %	166.0	13.3 %	77.4 %

งบการเงินรวม	ไตรมาส 1 (มกราคม - มีนาคม) เทียบไตรมาส 4 (ตุลาคม - ธันวาคม)				
	ไตรมาส 1 '67		ไตรมาส 4 '66		เพิ่ม / (ลด) (ร้อยละ)
	(ล้านบาท)	(ร้อยละ)	(ล้านบาท)	(ร้อยละ)	
รายได้จากการขาย	1,367.3	100.0 %	1,339.5	100.0 %	2.1 %
ต้นทุนขาย	(824.7)	(60.3 %)	(839.9)	(62.7 %)	(1.8 %)
กำไรขั้นต้น	542.6	39.7 %	499.6	37.3 %	8.6 %
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	(151.4)	(11.1 %)	(190.3)	(14.2 %)	(20.5 %)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(107.1)	(7.8 %)	(114.7)	(8.6 %)	(6.6 %)
กำไรสุทธิก่อนภาษีเงินได้	305.7	22.4 %	177.8	13.3 %	71.9 %
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(10.7)	(0.8 %)	(9.3)	(0.7 %)	14.8 %
กำไรส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่	294.4	21.5 %	167.2	12.5 %	76.1 %

**บริษัท แก้วแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)**

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

โรงงานโรจนะ : 55/5 หมู่5 ตำบลสามัคคีตำบล อำเภอลำลูกเหล็ก พระนครศรีอยุธยา 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



## รายได้จากการขาย

บริษัทฯ มีรายได้จากการขายไตรมาสที่ 1 จำนวน 1,367.3 ล้านบาท **เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.9** จากไตรมาสเดียวกันปีที่ผ่านมา (เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.1 จากไตรมาส 4/2566) โดยเป็นยอดขายจากตลาดในประเทศที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.9 จากการเติบโตอย่างต่อเนื่องของอุปสงค์การบริโภคสำหรับในประเทศไทยด้วยการกระตุ้นยอดขายจากกิจกรรมส่งเสริมการขายและการตลาด รวมถึงการออกสินค้าใหม่ และการเพิ่มขึ้นของอุปสงค์จากจำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส 1 ปีนี้ที่เติบโตขึ้นถึง 44% เมื่อเทียบกับเวลาเดียวกันปีก่อน นอกจากนี้ยอดขายตลาดต่างประเทศที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.5 ในไตรมาส 1 นี้เกิดจากการเติบโตจากการขยายช่องทางการขายที่กว้างขึ้นในประเทศหลักคือ อินโดนีเซีย สหรัฐอเมริกา และมาเลเซีย ด้วยกิจกรรมส่งเสริมการขายและการตลาดทั้งในส่วนของกิจกรรมทางออนไลน์และออฟไลน์กับผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง และยังสามารถเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ๆ ในประเทศรองอีกหลายประเทศ เช่น แคนาดา เกาหลีใต้ ฮ่องกง และประเทศในแถบยุโรป ที่มีแนวโน้มการเติบโตที่ดีขึ้นเรื่อยๆ

สัดส่วนยอดขายในไตรมาส 1 มาจากในประเทศอยู่ที่ร้อยละ 35 และตลาดต่างประเทศอยู่ที่ร้อยละ 65

**ตลาดในประเทศ** มีรายได้จากการขายไตรมาสที่ 1 จำนวน 485.1 ล้านบาท **เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.9** จากไตรมาสเดียวกันปีที่ผ่านมา (ลดลงร้อยละ 6.4 จากไตรมาส 4/2566) โดยเป็นการเติบโตจากยอดขายของนักท่องเที่ยวในประเทศที่มีจำนวนมากขึ้นในไตรมาส 1 รวมถึงกิจกรรมต่างๆ ของบริษัทที่ส่งเสริมการขายฐานผู้บริโภคสินค้าสำหรับในหลายๆ รูปแบบ ดังนี้

- บริษัทมีสินค้าใหม่ที่น่าสนใจสำหรับผู้บริโภคในไตรมาส 1 นี้ คือ สำหรับทอดรสป๊อปคอร์น ด้วยความร่วมมือกับเมเจอร์ และ สำหรับยอรสมะเขือเทศ รวมถึงการออกสินค้าขนาดใหญ่สำหรับนักท่องเที่ยวที่เป็นขนาดพิเศษในรูปแบบ Pillow pack ที่ห้างโลตัส เพิ่มตอบรับกระแสชมมดงใหญ่ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมาก
- กิจกรรมการตลาดด้วยการใช้ Influencer และกิจกรรมร่วมสนุกและโปรโมชั่นสินค้ากับผู้บริโภค เช่น กิจกรรม “พาไปฟิน อินเกาหลี” กับ แบ็ง ZBING Z., การแจกอั่งเปา Big Sheet หน้าห้าง Big C ราชดำริ ซึ่งเป็นที่นักท่องเที่ยวมาซื้อของฝาก และ โปรโมทกิจกรรมช่วงวันวาเลนไทน์ด้วยการใช้สำหรับยอ Pink salt และรสมะเขือเทศมาทำเป็นช็อคโกแลต และ Promote ผ่าน KOL
- การทำกิจกรรมออนไลน์ด้วยการ Live สด และการ Promote สำหรับยอ รสมะเขือเทศ ผ่านช่องทาง Online และ Promotion 7-delivery ของห้างเซเว่น
- การทำกิจกรรม collaboration กับทาง Samyang บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปสัญชาติเกาหลี ด้วยกิจกรรมการโปรโมทอาหารสำหรับคู่รัก กับซิมยังบูลด็อกช็อคโกแลตกันราเมง และการ collaboration กับทางร้านคัมสิ่ที่มีร้านมากกว่า 60 สาขา ในการโปรโมทอาหารสำหรับยออบถั่วแก่น้อยกับเมนูข้าวหน้าเนื้อ/หมู พ่นไฟ
- นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมการขยายฐานผู้บริโภคที่อาจจะยังไม่เคยทานสำหรับยอถั่วแก่น้อย ด้วยการออกกิจกรรม on-ground activities เช่น การเชียร์ขายสำหรับยอทานคู่กับอาหาร ที่ใช้รถ Foodtruck ไปหาผู้บริโภคตาม Office Building และตลาดนัดกลางวัน/กลางคืน ในหลายๆ ที่ และการแจกสินค้าตัวอย่างในต่างจังหวัด ทั้งที่ตลาดและหน้าโรงเรียน เพื่อเพิ่มการรับรู้ในตราสินค้าถั่วแก่น้อยมากขึ้น

ในไตรมาส 1 นี้บริษัทถั่วแก่น้อยยังภาพความเป็นผู้นำที่แข็งแกร่งในธุรกิจสำหรับยอด้วยรางวัลจาก Thailand Social Award และจากนิตยสาร BrandAge ด้วยรางวัล “Best Brand Performance on Social Media” สาขา Food & Snacks

### บริษัท ถั่วแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

สำนักงาน :	337 ถนนบอนด์สตรีท ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด นนทบุรี 11120
เมืองทองธานี	โทร. 0 2984 0666 แฟกซ์. 0 2984 0118
โรงงานโรจนา :	55/5 หมู่5 ตำบลสามัคคีพัฒนา อำเภอลำลูกกา ปทุมธานี 13210
	โทร. 0 3592 3055
โรงงานหนองเสือ :	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



เป็นปีที่ 2 ติดต่อกันจากเวที “Thailand Social Awards ครั้งที่ 12” และจากนิตยสาร BrandAge 2 รางวัลคือ “Thailand’s Most Admired Brand 2024” ซึ่งเป็นรางวัลสำหรับแบรนด์ที่มีผู้บริโภคชื่นชอบมากที่สุด และรางวัลพิเศษ “Market Leader Brand Award ในกลุ่มขนมขบเคี้ยว (Snack)” ในฐานะแบรนด์ผู้นำที่ครองส่วนแบ่งมากที่สุดในตลาด

**ตลาดต่างประเทศ** มีรายได้จากการขายไตรมาสที่ 1 จำนวน 882.2 ล้านบาท **เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.5** จากไตรมาสเดียวกันปีที่ผ่านมา (เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.4 จากไตรมาส 4/2566) ซึ่งในจำนวนนี้เป็นยอดขายจากประเทศจีนจำนวน 284.0 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 6.3 จากไตรมาสเดียวกันในปีก่อน และ ยอดขายจากประเทศอื่นๆ จำนวน 598.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 26.2 จากไตรมาสเดียวกันปีที่ผ่านมา

กิจกรรมส่งเสริมการขายและการตลาดในประเทศจีนในไตรมาส 1 นี้บริษัทได้มุ่งเน้นกิจกรรมในช่วงเทศกาลปีใหม่ของจีนทั้งในส่วนของออนไลน์และออฟไลน์ เช่น การโปรโมทสินค้าโดยใช้อินฟลูเอนเซอร์ในช่องทางออนไลน์ การแจกสินค้าตัวอย่างและกิจกรรมผ่านบูทในห้างตามหัวเมืองต่างๆ กับผู้บริโภค เพื่อให้เกิดการรับรู้ในตราสินค้าและกระตุ้นการบริโภคอย่างต่อเนื่อง แม้ว่ายอดขายจากประเทศจีนในไตรมาส 1 นี้จะชะลอลดลง ร้อยละ 6.3 จากไตรมาสเดียวกันในปีก่อน เนื่องมาผลกระทบจากการปรับราคาสินค้าในช่วงไตรมาส 4/2566 ที่ทำให้ยอดขายสั่งซื้อมาจากดิสทริบิวเตอร์ชะลอตัวในช่วง 2 เดือนแรกของไตรมาส 1 อย่างไรก็ตามด้วยกิจกรรมทางการตลาดที่เน้นการซื้อจากผู้บริโภคทำให้การสั่งซื้อได้เริ่มกลับมาเป็นปกติขึ้นในเดือนมีนาคมเป็นต้นมา ทั้งนี้ภาพรวมเศรษฐกิจจีนเริ่มเห็นแนวโน้มที่ดีขึ้นเล็กน้อย ด้วยตัวเลขผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ขยายตัว 5.3% ในไตรมาส 1/2567 เมื่อเทียบเป็นรายปี และดีกว่า ไตรมาส 4/2566 เล็กน้อยที่มีการขยายตัว 5.2%

ตลาดต่างประเทศอื่นๆ มีการเติบโตของยอดขายที่เพิ่มขึ้นในไตรมาส 1 นี้ที่ร้อยละ 26.2 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีที่ผ่านมา และเติบโตเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 23.9 เมื่อเทียบกับไตรมาส 4/2566 ซึ่งมาจากการเติบโตของยอดขายในหลายๆประเทศทั้งในประเทศหลัก คือสหรัฐอเมริกา อินโดนีเซีย และ มาเลเซีย และอีกหลายๆประเทศรองที่มีศักยภาพที่บริษัทได้เพิ่มช่องทางการขายในปีที่ผ่านมาและมุ่งเน้นการเติบโตมากขึ้น เช่น ประเทศแคนาดา ประเทศในยุโรปเช่น เนเธอร์แลนด์ เยอรมัน เบลเยียม และอังกฤษ รวมถึงประเทศในเอเชีย เช่น เวียดนาม เกาหลี ไต้หวัน ที่เริ่มมีแนวโน้มการเติบโตที่ดีขึ้น

ในไตรมาส 1 นี้บริษัทได้มีกิจกรรมส่งเสริมการขายและการตลาดในช่วงเทศกาลสำคัญๆ เช่น วันตรุษจีน หรือวันปีใหม่ที่มีการเฉลิมฉลองในหลายๆประเทศนอกจากประเทศจีน เช่น มาเลเซีย ฮองกง, เทศกาลเต็ต (Tet) ที่เป็นเทศกาลปีใหม่ของชาวเวียดนาม และเทศกาลของชาวมุสลิม Ramadan และHari Raya ด้วยกิจกรรมต่างๆ เช่น กิจกรรมร่วมสนุกชิงรางวัล การจัดกิจกรรมโรดโชว์เพื่อโปรโมทสินค้าในสถานที่ต่างๆ แจกสินค้าตัวอย่าง และการจัดบูทชิมในซูเปอร์มาร์เก็ต และสื่อออนไลน์ต่างๆ นอกจากนี้ในประเทศอินโดนีเซียที่ทางบริษัทได้ดิสทริบิวเตอร์รายใหม่เมื่อไตรมาส 4/2566 นั้นได้เริ่มมีการขยายสินค้าไปในช่องทาง Traditional Trade หรือตามพื้นที่ต่างจังหวัดเพิ่มมากขึ้น ควบคู่ไปกับทางทำกิจกรรมออกบูท แจกสินค้าตัวอย่างและเพิ่มป้ายโฆษณาในต่างจังหวัดมากขึ้น ทำให้ยอดขายมีการเติบโตที่ดีทั้งจากการขยายช่องทาง และการขยายฐานผู้บริโภคไปพร้อมๆกัน

สัดส่วนยอดขายในตลาดต่างประเทศในไตรมาส 1/2567 คิดเป็นร้อยละ 65 ของยอดขายรวม โดยแบ่งเป็นประเทศจีนที่สัดส่วนอยู่ถึงร้อยละ 21 และเป็นตลาดต่างประเทศอื่นๆ อีกร้อยละ 44

**บริษัท แท้แก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)**

สำนักงาน :	337 ถนนธนบุรีศรีกรุง ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด นนทบุรี 11120
เมืองทองธานี	โทร. 0 2984 0666 แฟกซ์. 0 2984 0118
โรงงานโรจนา :	55/5 หมู่5 ตำบลสามัคคีตำบล อำเภอลำลูกเกด พะเยา 3210
	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



## กำไรขั้นต้น

บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นไตรมาสที่ 1 จำนวน 542.6 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 39.7 ของรายได้จากการขาย โดยสัดส่วนกำไรขั้นต้นต่อยอดขาย **เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.9** จากไตรมาสเดียวกันปีที่ผ่านมา และเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.4 เมื่อเทียบกับไตรมาส 4/2566 ทั้งนี้การเพิ่มขึ้นของกำไรขั้นต้นในไตรมาส 1 นี้ ส่งผลมาจากนโยบาย Go Firm ในการพัฒนาปรับองค์กรให้กระชับ ลดต้นทุน และควบคุมค่าใช้จ่าย (Productivity) อย่างต่อเนื่องควบคู่ไปกับการบริหารจัดการยอดขาย (revenue management) ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นดีขึ้นเป็นลำดับ โดยสรุปได้ดังนี้

- การบริหารการขายโดยมุ่งเน้นการสร้างความเติบโตของสินค้าและช่องทางที่มีกำไรที่ดี (Revenue management) ด้วยการเพิ่มสัดส่วนหรือการเติบโตให้มากขึ้นด้วยการเน้นการส่งเสริมการขายและการตลาดในกลุ่มสินค้านี้ และผลักดันการเติบโตในช่องทางที่มีกำไรดี ช่วยทำให้กำไรขั้นต้นที่เป็นอัตราส่วนต่อรายได้เพิ่มสูงขึ้น
- การปรับราคาสินค้าขายในบางประเทศตั้งแต่ไตรมาส 4/2566 และผลกระทบเชิงบวกจากการอัตราแลกเปลี่ยนในการขายสินค้าในสกุลเงินต่างประเทศ ส่งผลให้กำไรขั้นต้นในไตรมาส 1 นี้เพิ่มสูงขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีที่ผ่านมา
- การบริหารจัดการต้นทุนที่ดีขึ้นมาจากหลายๆ ส่วน เช่น การใช้กำลังการผลิตที่สูงขึ้นในโรงงานทำให้ต้นทุนต่อหน่วยที่ลดลง การใช้แรงงานมีสัดส่วนน้อยลงแม้ว่าจะมียอดการผลิตที่สูงขึ้นซึ่งเกิดจากการปรับขั้นตอนและกระบวนการผลิตภายในให้มีประสิทธิภาพดีขึ้นกว่าปีก่อน การได้ต้นทุนวัตถุดิบบางชนิดที่มีราคาลดลงกว่าปีก่อน จากทำสัญญาระยะสั้น (contract) ทำให้ได้ราคาด้วยต้นทุนที่ดีกว่าเมื่อปีที่แล้ว และการบริหารค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในโรงงานที่มีประสิทธิภาพดีขึ้นเช่น การลดปริมาณของเสียในโรงงาน การลดค่าใช้จ่ายสิ้นเปลือง
- การปรับมูลค่าสินค้าคงเหลือต้นงวดด้วยต้นทุนใหม่ปี 2567 (Revaluation) ทำให้เกิดการรับรู้ทางบัญชีของการประเมินผลต่างมูลค่าสินค้าคงเหลือครั้งเดียวตอนต้นปีของต้นทุนสินค้าปีนี้กับปีที่แล้ว โดยได้ค่าเป็นบวก ซึ่งส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขายในไตรมาส 1 นี้สูงขึ้น 2% ซึ่งเป็นการรับรู้ครั้งเดียว ทั้งนี้ต้นทุนสินค้าในปี 2567 โดยรวมสูงกว่าปี 2566 หลักๆ มาจากวัตถุดิบสำหรับปีนี้ที่มีราคาเฉลี่ยที่สูงกว่าปี 2566

## ต้นทุนในการจัดจำหน่าย

บริษัทฯ มีต้นทุนในการจัดจำหน่ายไตรมาสที่ 1 จำนวน 151.4 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 11.1 ของรายได้จากการขาย โดยสัดส่วนต้นทุนในการจัดจำหน่ายต่อยอดขาย **ลดลงร้อยละ 0.6** จากไตรมาสเดียวกันปีที่ผ่านมา (ลดลงร้อยละ 3.1 จากไตรมาส 4/2566) ทั้งนี้ค่าใช้จ่ายในการจัดจำหน่ายที่เป็นจำนวนเงินเพิ่มขึ้นเพียง 4% โดยบริษัทยังคงควบคุมงบประมาณให้สอดคล้องกับยอดขายและมุ่งเน้นกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพ และควบคุมค่าใช้จ่ายภายในให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม จึงทำให้สัดส่วนต้นทุนในการจัดจำหน่ายต่อยอดขายลดลง

## ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารไตรมาสที่ 1 จำนวน 107.1 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 7.8 ของรายได้จากการขาย โดยสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อยอดขาย **เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.8** เทียบกับช่วงเวลาเดียวกันปีที่ผ่านมา (ลดลงร้อยละ 0.7 เมื่อเทียบกับไตรมาส 4/2566) เนื่องด้วยค่าใช้จ่ายหลักในส่วนของพนักงานและอัตรากำลังพลที่มากกว่าปีก่อน

### 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 ตำบลสามบึงดิน อำเภอลำลูกเกด พะเยา 3210
	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



รวมถึงค่าใช้จ่ายด้านเทคโนโลยีที่เพิ่มขึ้นเพื่อพัฒนาขีดความสามารถขององค์กรในระยะยาวและเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขัน

## กำไรส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่

บริษัทฯ มีผลกำไรสุทธิไตรมาสที่ 1 จำนวน 294.4 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 21.5 ของรายได้จากการขาย เติบโตขึ้นร้อยละ 77 จากไตรมาสเดียวกันปีก่อน หรือด้วยจำนวนเงินที่เพิ่มขึ้น 128.4 ล้านบาท (เพิ่มขึ้นร้อยละ 76 จากไตรมาส 4/2566) ทั้งนี้การเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธินี้เป็นผลของการมุ่งเน้นการบริหารขีดความสามารถของอัตรากำไรขั้นต้นด้วยการบริหารยอดขายควบคู่กับการบริหารต้นทุน การบริหารค่าใช้จ่ายในการบริหารและการจัดจำหน่ายตามงบประมาณด้วยการบริหารงานตามกลยุทธ์ 3GO ที่สามารถทำให้บริษัทฯ เพิ่มขีดความสามารถการทำการค้าจากภายในองค์กรและมีความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนต่อสถานการณ์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตได้ดีขึ้น นอกจากนี้ด้วยผลของค่าเงินบาทที่อ่อนค่าลงในช่วงไตรมาส 1 ทำให้บริษัทรับรู้ผลของอัตราแลกเปลี่ยนที่เป็นบวก 19.1 ล้านบาท ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิด้วย

## แนวโน้มและความท้าทายของธุรกิจในปี 2567

จากการคาดการณ์ว่าในปี 2567 นี้จะเป็นปีที่เศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องในอัตราที่ใกล้เคียงกับปี 2566 ขณะที่ผลเชิงลบก็ยังคงมีมาจากหลายปัจจัย เช่น การชะลอตัวของเศรษฐกิจจีน ภาวะภัยแล้งจากปรากฏการณ์เอลนีโญ (El Niño) สงครามรัสเซีย-ยูเครนและความตึงเครียดในตะวันออกกลาง ในขณะที่เศรษฐกิจไทยคาดว่าจะมีการขยายตัวที่ร้อยละ 2.2 ถึง 3.2 โดยมีปัจจัยบวกจากการฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องของภาคการท่องเที่ยว แต่ก็ยังมีปัจจัยลบเช่น ภัยแล้ง และปรากฏการณ์เอลนีโญ และภาวะดอกเบี้ยสูง ด้วยสถานการณ์ที่ผันผวนนี้บริษัทเล็งเห็นความท้าทายต่างๆ ในปีนี้ทั้งปัจจัยลบและปัจจัยบวกในประเทศต่างๆ จึงมุ่งเน้นกลยุทธ์ในการเติบโตในปี 2567 ให้มีความยืดหยุ่น และสามารถปรับเปลี่ยนแผนการดำเนินงานให้ตอบรับกับสถานการณ์ที่ปรับเปลี่ยนได้อย่างรวดเร็ว โดยความท้าทายในปีที่สำคัญคือ

1. การปรับตัวขึ้นของราคาสาหร่ายในปี 2567 นี้เกือบ 50% เมื่อเทียบกับปี 2566 เนื่องมาจากผลกระทบจากภาวะเอลนีโญที่ส่งผลต่อผลผลิตสาหร่ายในประเทศจีนและญี่ปุ่นที่ลดลงอย่างมาก ทำให้ความต้องการสาหร่ายในประเทศเกาหลีเพิ่มสูงขึ้นเนื่องจากความกังวลวัตถุดิบสาหร่ายขาดแคลนทำให้ราคาสาหร่ายในเกาหลีเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วต่อเนื่อง และคาดไม่ถึง จนถึงวันนี้ราคาสาหร่ายดิบยังคงปรับตัวขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามบริษัทได้ทำการประเมินกับซัพพลายเออร์มาตลอดและคาดว่าราคามีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นมาตั้งแต่ต้นปี จึงได้ทยอยซื้อสาหร่ายมาอย่างต่อเนื่องด้วยต้นทุนที่สูงกว่าปีที่แล้ว แต่ก็ทำให้บริษัทมั่นใจว่าจะมีสาหร่ายเพียงพอต่ออุปสงค์และยอดขายที่ประมาณการในปีแล้ว
2. การบริหารจัดการยอดขาย (Revenue Management) ด้วยการบริหารสินค้า และช่องทางการขายที่มีกำไรดี (Product Mix and Channel Mix) ให้มีประสิทธิภาพ และมุ่งเน้นการสร้างการเติบโตของยอดขายด้วยเป้าหมายการเติบโตที่ 15% ในปี 2567 ทั้งนี้ช่องทางต่างประเทศในประเทศที่มีศักยภาพ เช่น สหรัฐอเมริกา อินโดนีเซีย ยังคงเป็นประเทศที่บริษัทยังคงสร้างการเติบโตให้มากกว่าประเทศอื่นๆ เพื่อปรับสมดุลของประเทศจีนที่อาจจะเติบโตเล็กน้อย ด้วยเศรษฐกิจที่ยังชะลอตัวและมีความผันผวน
3. การบริหารจัดการต้นทุนให้มีประสิทธิภาพสูงสุดอย่างต่อเนื่องตามนโยบาย GO FIRM ด้วยการปรับกระบวนการผลิตและนำเครื่องจักรมาช่วยให้ผลผลิตออกมาดีขึ้น และลดทอนค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น เพื่อให้บริษัทมีต้นทุนที่ดีที่สามารถแข่งขันได้

### บริษัท เค้าแก่น้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

สำนักงาน :	337 ถนนธนบุรีศรีนครินทร์ ถ.บางพลัด อำเภอปากเกร็ด นนทบุรี 11120
เมืองทองธานี	โทร. 0 2984 0666 แฟกซ์. 0 2984 0118
โรงงานโรจนา :	55/5 หมู่5 ตำบลสามัคคีพัฒนา อำเภอลำลูกกา ปทุมธานี 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





- ปี 2567 มีการวิเคราะห์จำนวนนักท่องเที่ยวในประเทศ ที่จะเข้ามาในประเทศไทยมากถึง 33 ล้านคน ดังนั้นการเพิ่มขึ้นของปริมาณนักท่องเที่ยวนี้จะช่วยเป็นปัจจัยบวกให้กับตลาดในประเทศ เพื่อเพิ่มการเติบโตไปพร้อมกับกลยุทธ์ในการผลักดันการบริโภคภายในประเทศด้วยการกระจายสินค้าให้มากขึ้นและสินค้าใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคด้วยรสชาติที่อยู่ในกระแสความนิยม
- การบริหารธุรกิจร้านอาหารและร้านขายของฝากให้กลับมามีกำไรที่ดีขึ้นและการขยายธุรกิจจากการเพิ่มสาขาเพื่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) ของค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ในภาพรวมปี 2567 บริษัทฯ วางแผนเป้าหมายการเติบโตของยอดขายในอัตรารวมที่เพิ่มขึ้น 15% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปีก่อน และมุ่งเน้นการบริหารงานภายในให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ควบคุมงบประมาณค่าใช้จ่ายให้เป็นไปตามเป้าหมายและมีความยืดหยุ่นตามสถานการณ์ แม้ว่าภาวะต้นทุนสำหรับรายจะสูงขึ้นในปีนี้เป็นภาวะตามธรรมชาติของอุตสาหกรรมสำหรับรายที่ต้องพึ่งพาวัตถุดิบจากธรรมชาติ บริษัทได้วางแผนการดำเนินงานในการลดผลกระทบของต้นทุนที่สูงขึ้นในหลายๆส่วน ทั้งในการปรับราคาสินค้าเมื่อไตรมาส 4/2566 ในบางประเทศ การเพิ่มขีดความสามารถในอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขาย การบริหารยอดขายที่มุ่งเน้นสินค้าและช่องทางการขายที่มีกำไร และการมีต้นทุนที่สามารถแข่งขันได้ เพื่อลดผลกระทบเรื่องราคาสำหรับรายในระยะสั้นปีนี้

นอกจากนี้บริษัทได้เน้นถึงความยืดหยุ่นของแผนงานที่สามารถปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ในแต่ละช่วงเวลาได้ และบริษัทเห็นโอกาสในปีนี้เป็นเมื่อวัตถุดิบสำหรับรายมีราคาสูงขึ้น การแข่งขันทางด้านตลาดก็จะลดลงเนื่องจากภาวะต้นทุนสูง ดังนั้นบริษัทได้แก้แค้นที่พร้อมด้วยบุคลากรและความสามารถในการแข่งขันก็จะมีโอกาสจะตลาดได้มากขึ้น การสร้างพื้นฐานการดำเนินงานต่างๆ ที่ดีจะส่งผลในระยะยาวโดยเมื่อสถานการณ์กลับมาเป็นปกติ ก็จะส่งผลต่อการทำกำไรในระยะยาวของบริษัทให้ดีขึ้นตามลำดับ

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นายจิระพงษ์ สันติภิรมย์กุล)

รองกรรมการผู้จัดการ

ผู้มีอำนาจรายงานสารสนเทศ

บมจ. เถ้าแก่น้อย ฟู๊ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง

**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 กรุงเทพมหานคร 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