

SHRINKflex

Shrinkflex (Thailand) PCL.

คำอธิบายและการวิเคราะห์ ของฝ่ายจัดการ (MD&A)

ไตรมาส 2 ปี 2568



สรุปสาระสำคัญ	เหตุการณ์สำคัญ และกลยุทธ์ดำเนินงาน						ผลการดำเนินงาน	
	สรุปผลการดำเนินงาน	Q2/2567	Q1/2568	Q2/2568	เปลี่ยนแปลง		1H/2567	1H/2568
					%YoY	%QoQ		เปลี่ยนแปลง
(หน่วย: ล้านบาท)								
รายได้จากการดำเนินงาน		266.2	262.2	278.7	+4.7%	+6.3%	506.2	540.9
กำไรขั้นต้น		48.7	56.3	57.9	+18.7%	+2.7%	88.7	114.2
EBITDA		33.4	43.3	37.5	+12.5%	-13.2%	61.1	80.8
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ		11.6	19.5	15.0	+29.0%	-22.9%	18.1	34.5
อัตรากำไรขั้นต้น (%)		18.3%	21.5%	20.8%	+2.5%	-0.7%	17.5%	21.1%
อัตรา EBITDA (%)		12.5%	16.3%	13.5%	+1.0%	-2.8%	12.0%	14.9%
อัตรากำไรสุทธิ (%)		4.4%	7.4%	5.4%	+1.1%	-1.9%	3.6%	6.4%

หมายเหตุ: อาจมีการคาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปิดจุดทศนิยม

ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2568 บริษัท ชริงฟлекс (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) หรือ SFT สามารถสร้างรายได้จากการดำเนินงานรวมทั้งสิ้น 540.9 ล้านบาท เติบโตขึ้น 34.7 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 6.8 ในขณะที่กำไรสุทธิของบริษัทฯ มีมูลค่า 34.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 16.4 ล้านบาท หรือร้อยละ 90.3 เมื่อเทียบกับงวด 6 เดือนแรก ปี 2567 ตามลำดับ โดยปัจจัยหลักที่ผลักดันการเติบโตมาจากยอดขายที่เพิ่มขึ้นในทุกกระบวนการพิมพ์ ทั้งระบบกราวัวร์ ระบบดิจิตอล ทั้งตลาดฟิล์มหดรูปและบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว อีกทั้งบริษัทฯ ยังมีการควบคุมค่าใช้จ่ายในการบริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ผลประกอบการโดยรวมมีแนวโน้มที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ในปี 2568 บริษัทฯ ยังเดินหน้านำกลยุทธ์ประสิทธิภาพการผลิต ผ่านการลงทุนในเทคโนโลยีที่ทันสมัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การเพิ่มสายการผลิตระบบฟลักโซ (FLEXO) เพื่อรองรับความต้องการเฉพาะของกลุ่มลูกค้า SMEs และเพิ่มประสิทธิภาพของระบบกราวัวร์ ด้วยการกระจายงานพิมพ์ที่เหมาะสมกับขนาดงาน ตลอดจนบริษัทยังให้ความสำคัญกับการดำเนินงานอย่างยั่งยืนในทุกมิติ โดยเฉพาะในด้านสิ่งแวดล้อม และการดำเนินงานด้วยหลักธรรมาภิบาล เช่น การลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ผ่านการปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อรองรับแนวโน้มของตลาดและความต้องการของผู้บริโภคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้น รวมถึงได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนในการต่อต้านการทุจริต (CAC) ซึ่งถือเป็นการตอกย้ำถึงเจตนารมณ์ในการยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล

Q2/2568 vs Q2/2567 (YoY)

- ในไตรมาส 2 ปี 2568 บริษัทฯ มีรายได้รวมจากการดำเนินงาน จำนวน 278.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 2 ปี 2567 เป็นมูลค่า 12.5 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 4.7 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเติบโตของรายได้จากการดำเนินงานในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะรายได้จากบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว ซึ่งเป็นผลมาจากการเติบโตของกลุ่มลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม อาหารและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนเป็นหลัก
- อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทฯ อยู่ที่ร้อยละ 20.8 ในไตรมาส 2 ปี 2568 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 18.3 ในไตรมาส 2 ปี 2567 โดยมีปัจจัยหลักจากปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้เกิดการประหยัดต้นทุนต่อหน่วย (Economies of Scale) ประกอบกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐที่แข็งค่าอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ต้นทุนวัตถุดิบนำเข้าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักปรับตัวลดลงอย่างมีนัยสำคัญเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า
- กำไรสุทธิ มีมูลค่า 15.0 ล้านบาทในไตรมาส 2 ปี 2568 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 2 ปี 2567 มูลค่า 3.4 ล้านบาทหรือร้อยละ 29.0 สอดคล้องกับการเติบโตของรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้นในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ ประกอบกับปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้บริษัทฯ สามารถประหยัดต้นทุนต่อหน่วยได้มากขึ้น (Economies of Scale)

Q2/2568 vs Q1/2568 (QoQ)

- ในไตรมาส 2 ปี 2568 บริษัทฯ มีรายได้รวมจากการดำเนินงาน จำนวน 278.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 1 ปี 2568 เป็นมูลค่า 16.5 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 6.3 โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการดำเนินงาน โดยเฉพาะระบบการพิมพ์กราวัวร์ (Gravure Printing) ซึ่งเป็นผลมาจากการเติบโตของกลุ่มลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม และเครื่องสำอางเป็นหลัก
- อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทฯ อยู่ที่ร้อยละ 20.8 ในไตรมาส 2 ปี 2568 ปรับตัวลดลงเล็กน้อยจากร้อยละ 21.5 ในไตรมาส 1 ปี 2566 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนคงที่ของพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับยอดขายที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญและตระหนักถึงการบริหารจัดการต้นทุนอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนมุ่งเน้นการขายฐานลูกค้าตามแผนโดยการจัดกิจกรรมด้านการตลาด และพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สามารถใช้กำลังการผลิตและอัตรากำลังคนให้มีประสิทธิภาพสูงสุด
- กำไรสุทธิ มีมูลค่า 15.0 ล้านบาทในไตรมาส 2 ปี 2568 ปรับตัวลดลงจากไตรมาส 1 ปี 2568 มูลค่า 4.5 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 22.9 เนื่องจากการใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้นจากการประมาณการค่าตอบแทนพนักงานที่เพิ่มขึ้นเป็นหลัก อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญถึงการบริหารจัดการต้นทุนอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนมุ่งเน้นการขายฐานลูกค้าตามแผนการเติบโตของธุรกิจโดยการจัดกิจกรรมด้านการตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อให้สามารถใช้กำลังการผลิตของโรงงานใหม่ รวมถึงการบริหารจัดการอัตรากำลังคนให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

1H/2568 vs 1H/2567 (YoY)

- งวด 6 เดือนแรก ปี 2568 บริษัทฯ มีรายได้รวมจากการดำเนินงาน จำนวน 540.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก งวด 6 เดือนแรก ปี 2567 เป็นมูลค่า 34.7 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 6.8 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเติบโตของรายได้ในทุกผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะการเพิ่มขึ้นของยอดขายสั่งซื้อจากสินค้าบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว ซึ่งบริษัทฯ คาดการณ์ว่าจะมียอดขายสั่งซื้อจากลูกค้าที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งรายได้จากระบบการพิมพ์กราวัวร์ (Gravure Printing) จากยอดขายสั่งซื้อของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นในกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนที่เพิ่มขึ้นเป็นหลัก
- อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทฯ อยู่ที่ร้อยละ 21.1 ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2568 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 17.5 ใน งวด 6 เดือนแรกปี 2567 โดยมีปัจจัยหลักจากปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้เกิดการประหยัดต้นทุนต่อหน่วย (Economies of Scale) ประกอบกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐที่แข็งค่าอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ต้นทุนวัตถุดิบนำเข้าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักปรับตัวลดลงอย่างมีนัยสำคัญเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า
- กำไรสุทธิ มีมูลค่า 34.5 ล้านบาทในงวด 6 เดือนแรก ปี 2568 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากงวด 6 เดือนแรก ปี 2567 เป็นมูลค่า 16.4 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 90.3 สอดคล้องกับการเติบโตของรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้นในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ ประกอบกับปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้บริษัทฯ สามารถประหยัดต้นทุนต่อหน่วยได้มากขึ้น (Economies of Scale)

เหตุการณ์สำคัญ

SFT ครว้า 3 รางวัล ตอกย้ำความเป็นพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ของลูกค้า

บริษัท ชริงฟлекс (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ตอกย้ำความเป็นผู้นำด้านฉลากฟิล์มหดรัดรูป และบรรจุภัณฑ์อ่อนตัว โดยคว้า 3 รางวัลอันทรงคุณค่าจากบริษัทฯ พันมิตร ประกอบด้วย 1) Best Collaboration of the Year โดย บริษัท นิโอ คอร์ปอเรท จำกัด (มหาชน) และ 2) Best Supplier of the Year โดยกลุ่มมิตรผล และบริษัท ไทย โคโลนนท์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งสะท้อนความมุ่งมั่นในการเป็น “พันธมิตรเชิงกลยุทธ์” ที่ลูกค้าไว้วางใจ

โดยคุณสมิทธิ์ ทอย กรรมการผู้จัดการ เป็นตัวแทนเข้ารับรางวัลทั้ง 3 รายการ ซึ่งล้วนเป็นเครื่องยืนยันถึงความทุ่มเทของ SFT ในการส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพสูงอย่างสม่ำเสมอ ไม่ว่าจะเป็นด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ความน่าเชื่อถือ การส่งมอบตรงเวลา และบริการที่เป็นเลิศ ทั้งนี้ SFT ยึดมั่นและเชื่อมั่นในแนวทางการเติบโตไปพร้อมกับลูกค้า พร้อมเดินหน้าพัฒนาศักยภาพอย่างต่อเนื่อง เพื่อก้าวสู่ความสำเร็จร่วมกันในระยะยาว

ร่วมจัดแสดงสินค้า งาน THAIFEX-Anuga Asia 2025 และ COSMO PROF CBE 2025

ในงวด 6 เดือนแรกของปี 2568 บริษัท ชริงฟлекс (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินกลยุทธ์การตลาดเชิงรุกผ่านการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติ 2 งาน และได้รับผลตอบรับเป็นอย่างดี

โดยงานแรกคืองานแสดงสินค้า THAIFEX-ANUGA ASIA 2025 ณ วันที่ 27-31 พฤษภาคม 2568 ซึ่งเป็นงานจัดแสดงสินค้าและอุตสาหกรรมอาหารที่สำคัญและใหญ่ที่สุดในเอเชีย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าใหม่ในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม สร้างโอกาสเจรจาการค้า สร้างพันธมิตรทางธุรกิจระดับนานาชาติ และขยายโอกาสการส่งออกสู่ตลาดโลกอย่างเป็นรูปธรรม

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้เข้าร่วมงาน COSMOPROF CBE BANGKOK 2025 ณ วันที่ 25-27 มิถุนายน 2568 ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มการค้าที่ครอบคลุมห่วงโซ่อุปทานทั้งหมดของอุตสาหกรรมความงาม ตั้งแต่ผู้ให้บริการ OEM/ODM ศูนย์วิจัยและพัฒนา นักพัฒนาสูตร ไปจนถึงแบรนด์ชั้นนำที่มีศักยภาพในการขยายตลาดระหว่างประเทศ ทั้งนี้ งานดังกล่าวมีผู้เข้าร่วมเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนหน้า สะท้อนให้เห็นถึงการเติบโตที่แข็งแกร่งของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางในระดับโลก



พัฒนาการด้านความยั่งยืน

SFT ได้รับการรับรอง 3 ปี ในการเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชน

บริษัท ชริงฟлекс (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ได้รับการรับรองการเป็นสมาชิกโครงการ Collective Action Against Corruption (CAC) เป็นระยะเวลา 3 ปี ซึ่งเป็นโครงการแนวร่วมภาคเอกชนในการต่อต้านการทุจริตระดับประเทศ มุ่งส่งเสริมให้ภาคธุรกิจดำเนินงานด้วยหลักธรรมาภิบาล โปร่งใส และปราศจากการคอร์รัปชันทุกรูปแบบ

ในการเข้าร่วมครั้งนี้ บริษัทฯ แสดงถึง เจตนารมณ์ที่ชัดเจนในการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรมและความโปร่งใส โดยมุ่งมั่นที่จะวางระบบภายในองค์กรให้สามารถป้องกันและต่อต้านการทุจริตได้อย่างเป็นรูปธรรม การได้รับการรับรอง CAC จึงถือเป็นอีกหนึ่งก้าวสำคัญในการยกระดับมาตรฐานธรรมาภิบาลของบริษัท และช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นจากผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นลูกค้า พันธมิตร นักลงทุน หรือสังคมโดยรวม

SFT เร่งพัฒนาโซลูชันบรรจุภัณฑ์อ่อนตัว ตอบรับเมกะเทรนด์ผู้บริโภคยุคใหม่

เนื่องด้วยบรรจุภัณฑ์อ่อนตัว (Flexible Packaging) กำลังได้รับความนิยมมากขึ้นในฐานะทางเลือกที่ช่วย ลดปริมาณวัสดุสิ้นเปลืองและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเมื่อเทียบกับบรรจุภัณฑ์รูปแบบอื่น บริษัท ชริงฟлекс (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีฐานลูกค้าหลักอยู่ในกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม เครื่องสำอาง และสินค้าในครัวเรือน จึงเล็งเห็นถึงโอกาสการเติบโตของตลาดบรรจุภัณฑ์อ่อนตัวที่สอดคล้องกับแนวโน้มการบริโภคที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ จึงมุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์อ่อนตัวให้มีความหลากหลาย พร้อมทั้งเน้นการออกแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับเป้าหมายการลดคาร์บอนฟุตพริ้นต์ของลูกค้า เพื่อรองรับความต้องการของตลาดยุคใหม่และสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้น ได้แก่

- ซองไดคัท (Die-Cut Pouch): สำหรับอาหาร ของใช้ และสินค้าไลฟ์สไตล์
- ซองจุก 2 หัว (Double Spout Pouch): สำหรับครีม และผลไม้บดแบบแห้ง
- ซองกระดาษ (Paper Pouch): สำหรับชอส เครื่องปรุง หรือครีม โลชั่น



สรุปสาระสำคัญ

เหตุการณ์สำคัญ และกลยุทธ์ดำเนินงาน

ผลการดำเนินงาน

“ลงทุนเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง คิดค้นนวัตกรรมใหม่ พร้อมสร้างสรรค์สินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของ ลูกค้าได้อย่างทันทั่วทั้ง”

ทิศทางการเติบโต

2568

รายได้ในปี 2568
> 1 พันล้านบาทPROACTIVELY CAPTURING
NEW OPPORTUNITIESSFT มองเห็นโอกาสใหม่ๆ พร้อมมุ่งมั่นที่จะ
คว้าไว้อย่างแน่วแน่และมีเป้าหมายขยายการผลิตรองรับ
SMEs

เสนอทางเลือกที่ยั่งยืน

เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต
เครื่องพิมพ์ FLEXO

2569-2570

MAXIMIZING CAPACITY FOR
PROFIT MAXIMIZATIONบรรลุอัตราการใช้กำลังการผลิต
ในทุกเครื่องพิมพ์เครื่องพิมพ์ FLEXO พร้อมใช้งาน
และดำเนินการเพิ่มประสิทธิภาพ
เครื่องพิมพ์กราฟิกรับเพิ่มSFT พร้อมรับมือกับความต้องการ ไซลูชั่น
บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

2571-2572

ACCELERATING INTO A NEW
GROWTH PHASEการลงทุนใหม่เพื่อเก็บเกี่ยวผลจากการ
เติบโตในอนาคต

เพิ่มกำลังการผลิตให้สูงขึ้น

การเป็นพันธมิตรเชิงกลยุทธ์กับลูกค้าทุก
กลุ่ม (ขนาดใหญ่, SME, บริษัทข้ามชาติ)1. การยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานควบคู่ไป
กับการเติบโตของคำสั่งซื้อ

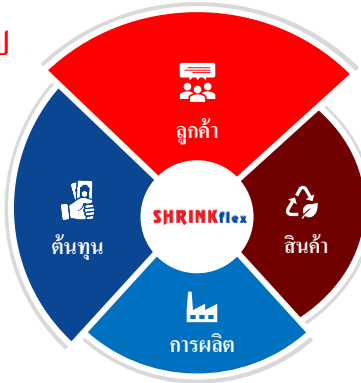
- ✓ รักษาความสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์กับคู่ค้ารายใหญ่
- ✓ ขยายธุรกิจเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อม (SMEs)
- ✓ เข้าถึงกลุ่มลูกค้าส่งออก

- ✓ มุ่งเน้นไปยังลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตสูง

4. การจัดการต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่ม

ความสามารถในการทำกำไร

- ✓ การบริหารจัดการวัตถุดิบ



กลยุทธ์ของบริษัทฯ

2. การรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ด้วยผลิตภัณฑ์คุณภาพพรีเมียม

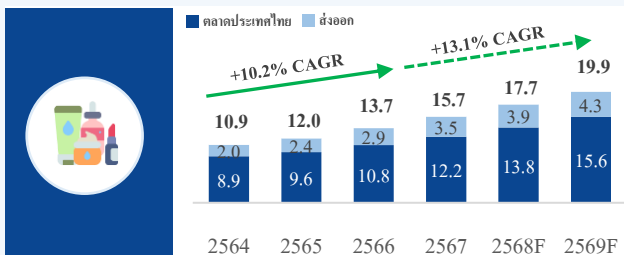
- ✓ บรรลุเกณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- ✓ ผลิตภัณฑ์และไซลูชั่นระดับพรีเมียม
- ✓ ค้นหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ในผลิตภัณฑ์ใหม่

3. การยกระดับกระบวนการผลิตสู่ความเป็น

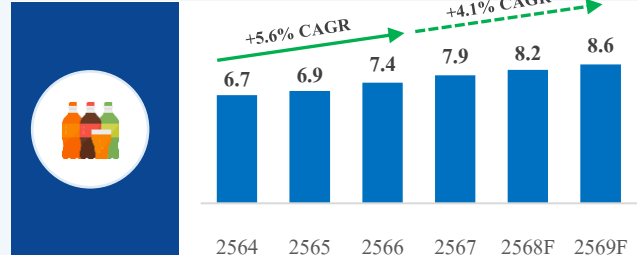
เลิศ

- ✓ การบริหารจัดการต้นทุนค่าเสื่อมราคา
- ✓ การเพิ่มประสิทธิภาพเครื่องจักรด้วยการสนับสนุน
จากระบบการพิมพ์เฟล็กโซ (Flexo) ในปี 2568

แนวโน้มอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและเครื่องดื่มในไทย

แนวโน้มอุตสาหกรรมเครื่องสำอางในประเทศไทย
(พันล้านบาท)คาดการณ์ตลาดธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องสำอางในประเทศไทยระหว่างปี
2564-2569F

ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2564 มีมูลค่า 10.9 พันล้านบาท และคาดการณ์ว่าในปี 2569F จะมีมูลค่าถึง 19.9 พันล้านบาท หรือเฉลี่ยร้อยละ 13.1 ต่อปี ระหว่างปี 2567-2569F โดยปัจจัยในการสนับสนุนการเติบโตครั้งนี้มาจากการฟื้นตัวของกลุ่มผู้บริโภคจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ อีกทั้งยังเน้นส่งเสริมการกระตุ้นเศรษฐกิจระยะสั้นจากภาครัฐ เช่น โครงการ “Easy E-Receipt 2.0” อีกทั้งเป็นกลุ่มสินค้าที่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายบ่อยครั้งเนื่องจากเป็นสินค้าที่มีความหลากหลาย

แนวโน้มอุตสาหกรรมเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ในประเทศไทย
(พันล้านลิตร)คาดการณ์ตลาดธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ในประเทศไทยระหว่างปี
2564-2569F

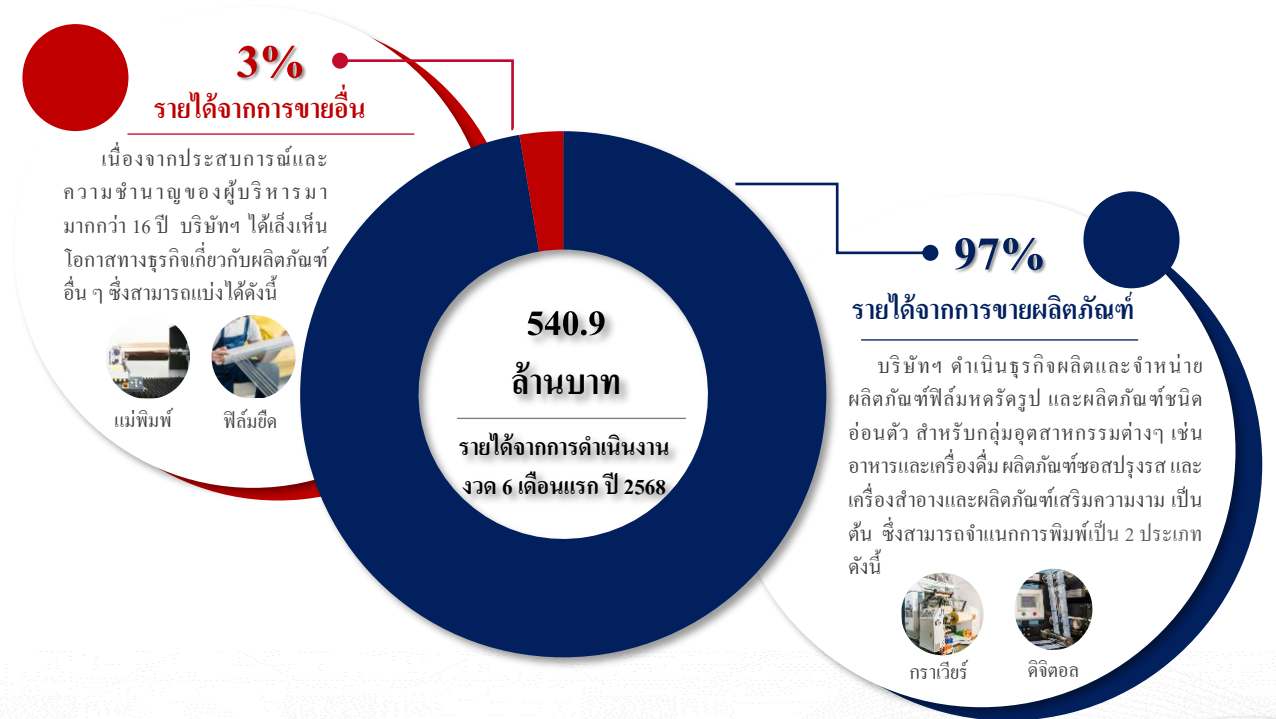
ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2564 มีมูลค่าการผลิต 6.7 พันล้านลิตร และคาดการณ์ว่าในปี 2569F จะสามารถเพิ่มการผลิตได้ถึง 8.6 พันล้านลิตร หรือเฉลี่ยร้อยละ 4.1 ระหว่างปี 2567-2569F โดยมีปัจจัยในการเติบโตมาจากสถานะอากาศที่ร้อนมากขึ้นซึ่งส่งผลให้ผู้บริโภคต้องการเครื่องดื่มดับกระหาย นอกจากนี้ผู้ผลิตยังสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่องเช่น น้ำดื่มผสมวิตามิน น้ำอัดลมที่ใช้สารความหวานแทนน้ำตาลเพื่อรองรับพฤติกรรมผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนอย่างต่อเนื่อง

ภาพรวมผลการดำเนินงาน

ภาพรวมผลการดำเนินงาน	Q2/2567	Q1/2568	Q2/2568	เปลี่ยนแปลง		1H/2567	1H/2568	เปลี่ยนแปลง
(หน่วย: ล้านบาท)				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์	259.5	255.0	271.5	+4.6%	+6.5%	493.6	526.5	+6.7%
รายได้จากการขายอื่น	6.7	7.2	7.2	+7.3%	-0.4%	12.7	14.4	+13.7%
รายได้จากการดำเนินงาน	266.2	262.2	278.7	+4.7%	+6.3%	506.2	540.9	+6.8%
ต้นทุนขาย	217.5	205.9	220.8	+1.5%	+7.3%	417.6	426.7	+2.2%
กำไรขั้นต้น	48.7	56.3	57.9	+18.7%	+2.7%	88.7	114.2	+28.8%
รายได้อื่น	0.4	0.9	0.4	+17.1%	-53.4%	0.9	1.3	+37.2%
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	11.5	11.4	13.3	+15.4%	+16.5%	21.6	24.7	+14.4%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	21.7	20.3	21.8	+0.7%	+7.8%	44.5	42.1	-5.4%
กำไร(ขาดทุน)จากอัตราแลกเปลี่ยน	0.5	1.8	-1.8	-489.4%	-204.6%	3.0	-0.1	-102.7%
ต้นทุนทางการเงิน	1.9	2.7	2.3	+24.2%	-15.1%	4.0	5.0	+27.0%
กำไรก่อนภาษีเงินได้	14.5	24.6	19.0	+31.2%	-22.7%	22.5	43.6	+93.2%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ (รายได้)	2.8	5.1	4.0	+40.6%	-21.8%	4.4	9.1	+105.2%
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	11.6	19.5	15.0	+29.0%	-22.9%	18.1	34.5	+90.3%

หมายเหตุ: อาจมีการคาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปัดจุดทศนิยม

โครงสร้างรายได้จากการดำเนินงาน



ภาพรวมธุรกิจรายประเภท

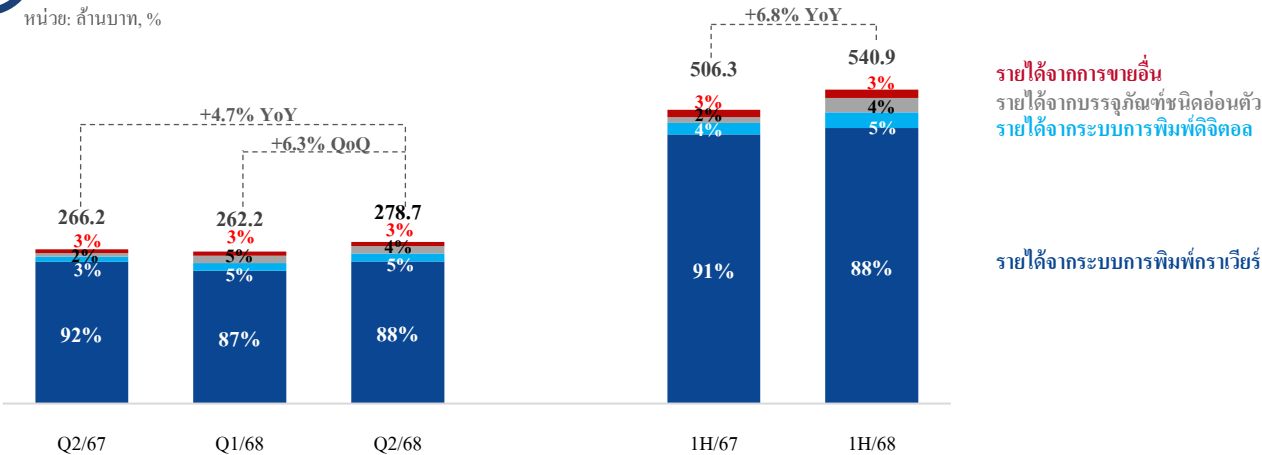
โครงสร้างรายได้	Q2/2567	Q1/2568	Q2/2568	เปลี่ยนแปลง		1H/2567	1H/2568	เปลี่ยนแปลง
(หน่วย: ล้านบาท)				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์								
รายได้จากระบบการพิมพ์กราฟิกรีวิวรี	244.7	229.2	245.4	+0.3%	+7.0%	463.4	474.6	+2.4%
รายได้จากระบบการพิมพ์ดิจิทัลคอล	8.7	13.3	13.8	+59.1%	+4.4%	20.3	27.1	+33.8%
รายได้จากบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว	6.1	12.5	12.3	+102.5%	-1.8%	9.9	24.8	+150.3%
รวมรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์	259.5	255.0	271.5	+4.6%	+6.5%	493.6	526.5	+6.7%
รายได้จากการขายอื่น								
รายได้จากการขายแม่พิมพ์	5.7	7.1	7.1	+24.1%	-0.8%	10.7	14.2	+32.0%
รายได้จากการขายฟิล์มซีดี	1.0	0.1	0.1	-86.3%	+27.3%	1.9	0.3	-87.1%
รวมรายได้จากการขายอื่น	6.7	7.2	7.2	+7.3%	-0.4%	12.7	14.4	+13.7%
รวมรายได้จากการดำเนินงาน	266.2	262.2	278.7	+4.7%	+6.3%	506.2	540.9	+6.8%
รายได้อื่น	0.8	2.6	-1.4	-273.2%	-154.0%	3.92	1.2	-69.1%
รวมรายได้	267.0	264.8	277.3	+3.8%	+4.7%	510.2	542.1	+6.3%

หมายเหตุ: อาจมีการคาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปัดจุดทศนิยม

01

รายได้จากการดำเนินงาน

หน่วย: ล้านบาท, %



Q2/2568 vs Q2/2567 (YoY)

ในไตรมาส 2 ปี 2568 บริษัทฯ มีรายได้รวมจากการดำเนินงาน จำนวน 278.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 2 ปี 2567 เป็นมูลค่า 12.5 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.7 เนื่องจากเหตุผลดังต่อไปนี้

- รายได้จากระบบการพิมพ์กราฟิกรีวิวรี:** มีมูลค่า 245.4 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 0.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.3 โดยมีปัจจัยหลักจากยอดขายคำสั่งซื้อที่เพิ่มขึ้นของลูกค้าในทุกกลุ่มอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง อาหาร และผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนเป็นหลัก
- รายได้จากระบบการพิมพ์ดิจิทัลคอล:** มีมูลค่า 13.8 ล้านบาทเพิ่มขึ้น 5.1 ล้านบาท หรือร้อยละ 59.1 โดยมีปัจจัยหลักจากยอดขายคำสั่งซื้อที่เพิ่มขึ้นของลูกค้าในทุกกลุ่มอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอุตสาหกรรมอาหาร และ เครื่องดื่มเป็นหลัก
- รายได้จากบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว:** มีมูลค่า 12.3 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 6.2 ล้านบาท หรือร้อยละ 102.5 โดยมีปัจจัยหลักจากยอดขายคำสั่งซื้อที่เพิ่มขึ้นของลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนเป็นหลัก ซึ่งบริษัทฯ คาดการณ์ว่าจะมียอดขายคำสั่งซื้อจากลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากการจัดกิจกรรมทางการตลาดและการออกงานแสดงสินค้า
- รายได้จากการขายอื่น:** มีมูลค่า 7.2 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 0.5 ล้านบาท หรือร้อยละ 7.3 โดยมีสาเหตุหลักมาจากรายได้จากการจัดจำหน่ายแม่พิมพ์ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 24.1 ซึ่งผันแปรตามการเติบโตของยอดขายของระบบการพิมพ์กราฟิกรีวิวรีที่เพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันปีที่แล้ว ในขณะที่รายได้จากการจัดจำหน่ายฟิล์มซีดีลดลงที่ร้อยละ 86.3 เนื่องจากบริษัทฯ ได้ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การดำเนินงานโดยมุ่งเน้นไปยังผลิตภัณฑ์หลัก อีกทั้งรายได้จากฟิล์มซีดีมีสัดส่วนที่น้อย และเป็นสินค้าซื้อขายไปเท่านั้น จึงทำให้บริษัทฯ ได้ลดสัดส่วนในการจัดจำหน่ายลงโดยมุ่งเน้นการเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์หลัก

Q2/2568 vs Q1/2568 (QoQ)

ในไตรมาส 2 ปี 2568 บริษัทฯ มีรายได้รวมจากการดำเนินงาน จำนวน 278.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 1 ปี 2568 เป็นมูลค่า 16.5 ล้านบาท หรือร้อยละ 6.3 เนื่องจากเหตุผลดังต่อไปนี้

- **รายได้จากระบบการพิมพ์กราฟิกรีวิว:** มีมูลค่า 245.4 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 16.1 ล้านบาท หรือร้อยละ 7.0 โดยมีปัจจัยหลักจากยอดขายคำสั่งซื้อที่เพิ่มขึ้นของลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องพิมพ์ และเครื่องสำอางเป็นหลัก
- **รายได้จากระบบการพิมพ์ดิจิทัล:** มีมูลค่า 13.8 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อย 0.6 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.4 โดยมีสาเหตุหลักมาจากยอดขายคำสั่งซื้อของลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องพิมพ์เป็นหลัก
- **รายได้จากบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว:** มีมูลค่า 12.3 ล้านบาท ปรับตัวลดลงเล็กน้อย 0.2 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.4 โดยมีสาเหตุหลักมาจากยอดขายคำสั่งซื้อของลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรมอาหารที่ลดลง อย่างไรก็ตามบริษัทฯ คาดการณ์ว่าจะมียอดขายคำสั่งซื้อจากลูกค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากทั้งลูกค้าเดิม และลูกค้าใหม่จากการจัดกิจกรรมด้านการตลาดจากการออกงานแสดงสินค้า
- **รายได้จากการขายอื่น:** มีมูลค่า 7.2 ล้านบาท ไม่ปรับเปลี่ยนจากไตรมาสที่แล้ว

1H/2568 vs 1H/2567 (YoY)

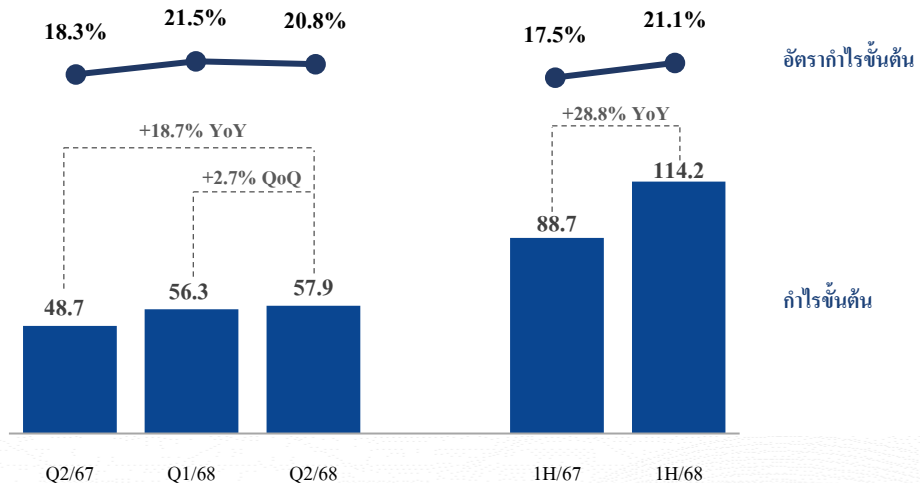
งวด 6 เดือนแรก ปี 2568 บริษัทฯ มีรายได้รวมจากการดำเนินงาน จำนวน 540.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวด 6 เดือนแรก ปี 2567 เป็นมูลค่า 34.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 6.8 เนื่องจากเหตุผลดังต่อไปนี้

- **รายได้จากระบบการพิมพ์กราฟิกรีวิว:** มีมูลค่า 474.6 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 11.2 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.4 โดยมีสาเหตุหลักมาจากยอดขายคำสั่งซื้อของลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนที่เพิ่มขึ้นเป็นหลัก
- **รายได้จากระบบการพิมพ์ดิจิทัล:** มีมูลค่า 27.1 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 6.8 ล้านบาท หรือร้อยละ 33.8 โดยมีสาเหตุหลักมาจากยอดขายคำสั่งซื้อของลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร เครื่องพิมพ์ และเครื่องสำอางที่เพิ่มขึ้นเป็นหลัก ซึ่งได้รับแรงหนุนจากการขยายธุรกิจของลูกค้าไปยังตลาดใหม่ ส่งผลให้ความต้องการใช้บริการพิมพ์ดิจิทัลเพิ่มขึ้น
- **รายได้จากบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว:** มีมูลค่า 24.8 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 14.9 ล้านบาท หรือร้อยละ 150.3 โดยมีปัจจัยหลักจากยอดขายคำสั่งซื้อที่เพิ่มขึ้นของลูกค้าในทุกกลุ่มอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอุตสาหกรรมอาหาร และผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนเป็นหลัก ซึ่งบริษัทฯ คาดการณ์ว่าจะมียอดขายคำสั่งซื้อจากลูกค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากทั้งลูกค้าเดิม และลูกค้าใหม่จากการจัดกิจกรรมด้านการตลาดจากการออกงานแสดงสินค้า
- **รายได้จากการขายอื่น:** มีมูลค่า 14.4 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 1.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 13.7 โดยมีสาเหตุหลักมาจากรายได้จากการจัดจำหน่ายแม่พิมพ์ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 32.0 ซึ่งผันแปรตามการเติบโตของยอดขายคำสั่งซื้อใหม่ของระบบการพิมพ์กราฟิกรีวิวที่เพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันปีที่แล้ว ในขณะที่รายได้จากการจัดจำหน่ายฟิล์มยืดลดลงที่ร้อยละ 87.1 เนื่องจากบริษัทฯ ได้ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การดำเนินงานโดยมุ่งเน้นไปยังผลิตภัณฑ์หลัก อีกทั้งรายได้จากฟิล์มยืดมีสัดส่วนที่น้อย และเป็นสินค้าขายไปเท่านั้น จึงทำให้บริษัทฯ ได้ลดสัดส่วนในการจัดจำหน่ายลงโดยมุ่งเน้นการเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์หลัก

02

กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น

หน่วย: ล้านบาท, %



สรุปสาระสำคัญ

เหตุการณ์สำคัญและกลยุทธ์ดำเนินงาน

ผลการดำเนินงาน

Q2/2568 vs Q2/2567 (YoY)

กำไรขั้นต้น: ในไตรมาส 2 ปี 2568 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้น จำนวน 57.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 2 ปี 2567 เป็นมูลค่า 9.1 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 18.7 สอดคล้องกับการเติบโตของรายได้ในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ ประกอบกับปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้บริษัทฯ สามารถประหยัดต้นทุนต่อหน่วยได้มากขึ้น (Economies of Scale) รวมถึงการแข็งค่าของเงินบาทในไตรมาส 2 ปี 2568 ได้ส่งผลเชิงบวกต่อโครงสร้างต้นทุน ประกอบกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐที่แข็งค่าอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ต้นทุนวัตถุดิบนำเข้าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักปรับตัวลดลงอย่างมีนัยสำคัญเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า

อัตรากำไรขั้นต้น: อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 20.8 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 18.3 ในไตรมาส 2 ปี 2567 โดยมีปัจจัยหลักจากปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้เกิดการประหยัดต้นทุนต่อหน่วย (Economies of Scale) ประกอบกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐที่แข็งค่าอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ต้นทุนวัตถุดิบนำเข้าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักปรับตัวลดลงอย่างมีนัยสำคัญเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า

Q2/2568 vs Q1/2568 (QoQ)

กำไรขั้นต้น: ในไตรมาส 2 ปี 2568 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้น จำนวน 57.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 1 ปี 2568 เป็นมูลค่า 1.5 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 2.7 สอดคล้องกับการเติบโตของรายได้จากระบบการพิมพ์กรวยรี และระบบการพิมพ์ดิจิทัล ประกอบกับปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้บริษัทฯ สามารถประหยัดต้นทุนต่อหน่วยได้มากขึ้น (Economies of Scale)

อัตรากำไรขั้นต้น: อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 20.8 ปรับตัวลดลงเล็กน้อยจากร้อยละ 21.5 ในไตรมาส 1 ปี 2568 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุน ซึ่งสอดคล้องกับยอดขายที่เพิ่มขึ้นเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญและตระหนักถึงการบริหารจัดการต้นทุนอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนมุ่งเน้นการขยายฐานลูกค้าตามแผนโดยการจัดกิจกรรมด้านการตลาด และพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สามารถใช้กำลังการผลิตและอัตรากำลังคนให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

1H/2568 vs 1H/2567 (YoY)

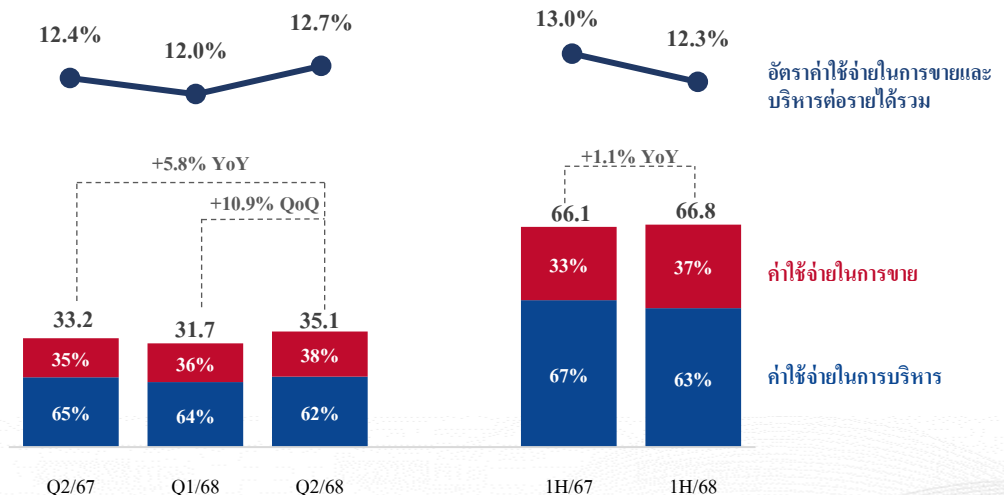
กำไรขั้นต้น: งวด 6 เดือนแรกปี 2568 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้น จำนวน 114.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวด 6 เดือนแรกปี 2567 เป็นมูลค่า 25.5 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 28.8 โดยมีเหตุผลหลักมาจากการเติบโตของรายได้ในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ ประกอบกับปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้บริษัทฯ สามารถประหยัดต้นทุนต่อหน่วยได้มากขึ้น (Economies of Scale) รวมถึงการแข็งค่าของเงินบาทใน งวด 6 เดือนแรกปี 2568 ได้ส่งผลเชิงบวกต่อโครงสร้างต้นทุน ประกอบกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐที่แข็งค่าอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ต้นทุนวัตถุดิบนำเข้าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักปรับตัวลดลงอย่างมีนัยสำคัญเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า

อัตรากำไรขั้นต้น: อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 21.1 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 17.5 ในงวด 6 เดือนแรกปี 2567 โดยมีปัจจัยหลักจากปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้เกิดการประหยัดต้นทุนต่อหน่วย (Economies of Scale) ประกอบกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐที่แข็งค่าอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ต้นทุนวัตถุดิบนำเข้าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักปรับตัวลดลงอย่างมีนัยสำคัญเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า

03

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

หน่วย: ล้านบาท, %



สรุปสาระสำคัญ

เหตุการณ์สำคัญและกลยุทธ์ดำเนินงาน

ผลการดำเนินงาน

Q2/2568 vs Q2/2567 (YoY)

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร: ในไตรมาส 2 ปี 2568 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร จำนวน 35.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 2 ปี 2567 เป็นมูลค่า 1.9 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 5.8 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขายซึ่งผันแปรตามยอดขายที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลตอบแทนพนักงานจากจำนวนพนักงานที่เพิ่มขึ้นเพื่อรองรับการขยายกิจการ อีกทั้งการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขายจากการออกงานแสดงสินค้าและกิจกรรมทางการตลาด เพื่อขับเคลื่อนยอดขายให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้

อัตราค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้รวม: อัตราค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้อยู่ที่ร้อยละ 12.7 ปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากร้อยละ 12.4 ในไตรมาส 2 ปี 2567 แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายของบริษัทฯ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

Q2/2568 vs Q1/2568 (QoQ)

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร: ในไตรมาส 2 ปี 2568 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร จำนวน 35.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 1 ปี 2568 เป็นมูลค่า 3.4 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 10.9 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขายซึ่งผันแปรตามยอดขายที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลตอบแทนพนักงานจากจำนวนพนักงานที่เพิ่มขึ้นเพื่อรองรับการขยายกิจการ อีกทั้งการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขายจากการออกงานแสดงสินค้าและกิจกรรมทางการตลาด เพื่อขับเคลื่อนยอดขายให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ รวมถึงค่าใช้จ่ายในการบริหารที่เพิ่มขึ้นจากการตั้งประมาณการสำรองค่าตอบแทนพนักงานจาก 0.5 เดือนเป็น 1 เดือน เพื่อให้สอดคล้องกับผลประกอบการและแผนการจ่ายโบนัสในอนาคด

อัตราค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้รวม: อัตราค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้อยู่ที่ร้อยละ 12.7 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 12.0 ในไตรมาส 1 ปี 2568 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขายเกี่ยวกับผลตอบแทนพนักงานจากจำนวนพนักงานที่เพิ่มขึ้น การออกงานแสดงสินค้า และค่าใช้จ่ายในการบริหารที่เพิ่มขึ้นจากการตั้งประมาณการสำรองค่าตอบแทนพนักงาน

1H/2568 vs 1H/2567 (YoY)

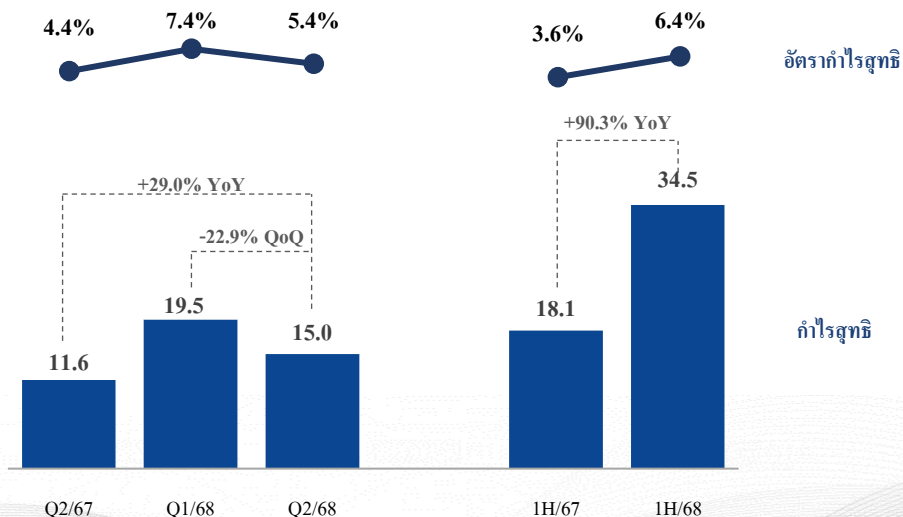
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร: งวด 6 เดือนแรก ปี 2568 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร จำนวน 66.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากงวด 6 เดือนแรก ปี 2567 เป็นมูลค่า 0.7 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 1.1 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขายซึ่งผันแปรตามยอดขายที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลตอบแทนพนักงานจากจำนวนพนักงานที่เพิ่มขึ้นเพื่อรองรับการขยายกิจการ อีกทั้งการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขายจากการออกงานแสดงสินค้าและกิจกรรมทางการตลาด เพื่อขับเคลื่อนยอดขายให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้

อัตราค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้รวม: อัตราค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้อยู่ที่ร้อยละ 12.3 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 13.0 ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2567 แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายของบริษัทฯ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

04

กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

หน่วย: ล้านบาท, %



สรุปสาระสำคัญ

เหตุการณ์สำคัญและกลยุทธ์ดำเนินงาน

ผลการดำเนินงาน

Q2/2568 vs Q2/2567 (YoY)

กำไรสุทธิ: ในไตรมาส 2 ปี 2568 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ มูลค่า 15.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 2 ปี 2567 เป็นมูลค่า 3.4 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 29.0 สอดคล้องกับการเติบโตของรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้นในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ ประกอบกับปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้บริษัทฯ สามารถประหยัดต้นทุนต่อหน่วยได้มากขึ้น (Economies of Scale)

อัตรากำไรสุทธิ: อัตรากำไรสุทธิอยู่ร้อยละ 5.4 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 4.4 ในไตรมาส 2 ปี 2567 สอดคล้องกับการเติบโตของรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้น และปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้เกิดการประหยัดต้นทุนต่อหน่วย (Economies of Scale) รวมถึงความสามารถของบริษัทฯ ในการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Q2/2568 vs Q1/2568 (QoQ)

กำไรสุทธิ: ในไตรมาส 2 ปี 2568 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ มูลค่า 15.0 ล้านบาท ลดลงจากไตรมาส 1 ปี 2568 เป็นมูลค่า 4.5 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 22.9 เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้นจากการประมาณการค่าตอบแทนพนักงานที่เพิ่มขึ้นเป็นหลัก อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญถึงการบริหารจัดการต้นทุนอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนมุ่งเน้นการขยายฐานลูกค้าตามแผนการเติบโตของธุรกิจโดยการจัดกิจกรรมด้านการตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อให้สามารถใช้กำลังการผลิตของโรงงานใหม่ รวมถึงการบริหารจัดการอัตรากำลังคนให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

อัตรากำไรสุทธิ: อัตรากำไรสุทธิอยู่ร้อยละ 5.4 ลดจากร้อยละ 7.4 ในไตรมาส 1 ปี 2568 เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้นจากการประมาณการค่าตอบแทนพนักงานที่เพิ่มขึ้นเป็นหลัก อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญถึงการบริหารจัดการต้นทุนอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนมุ่งเน้นการขยายฐานลูกค้าเพื่อให้สามารถใช้กำลังการผลิตและอัตรากำลังคนให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

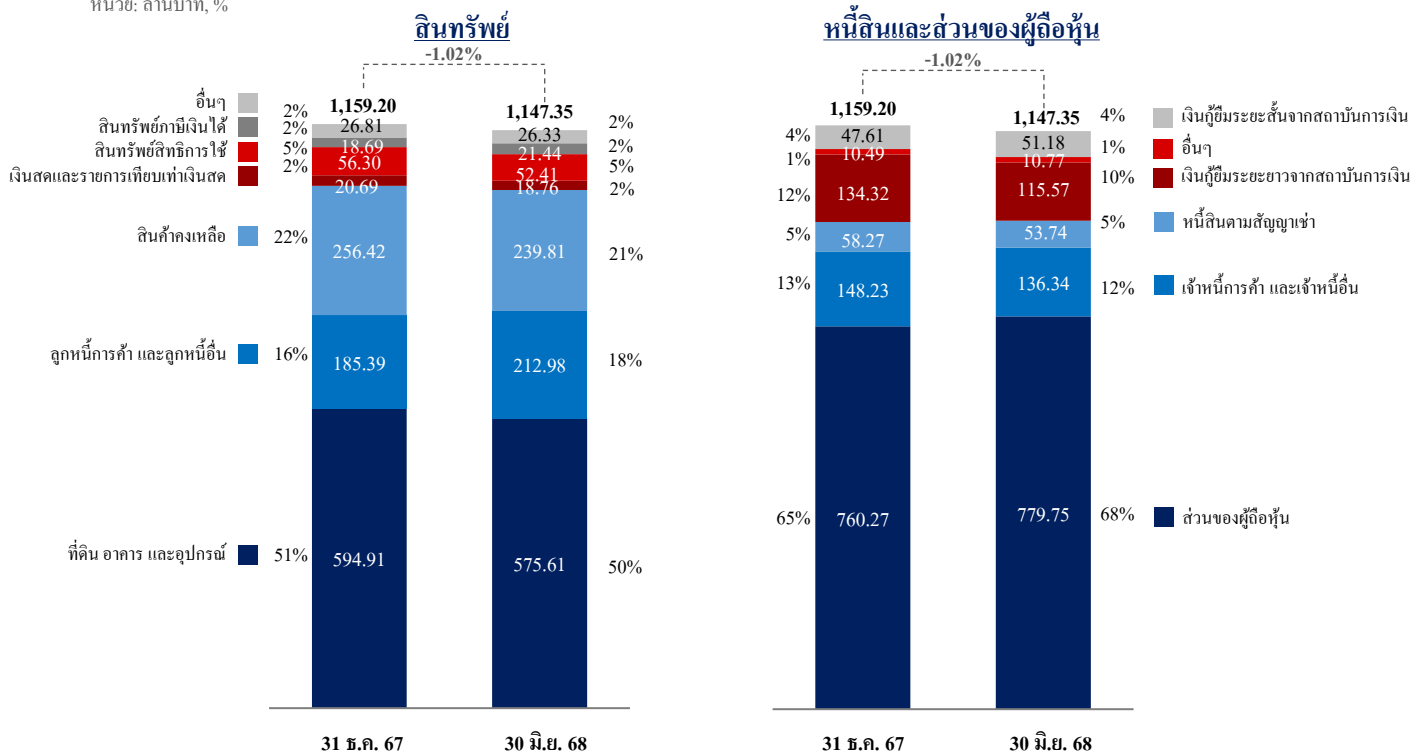
1H/2568 vs 1H/2567 (YoY)

กำไรสุทธิ: งวด 6 เดือนแรก ปี 2568 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ มูลค่า 34.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวด 6 เดือนแรก ปี 2567 เป็นมูลค่า 16.4 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 90.3 สอดคล้องกับการเติบโตของรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้นในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ ประกอบกับปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้บริษัทฯ สามารถประหยัดต้นทุนต่อหน่วยได้มากขึ้น (Economies of Scale) อีกทั้งการปรับตัวลดลงของค่าใช้จ่ายในการบริหาร

อัตรากำไรสุทธิ: อัตรากำไรสุทธิอยู่ร้อยละ 6.4 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 3.6 ใน งวด 6 เดือนแรก ปี 2567 โดยมีสาเหตุหลักมาจากปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้เกิดการประหยัดต้นทุนต่อหน่วย (Economies of Scale) อีกทั้งการปรับตัวลดลงของค่าใช้จ่ายในการบริหารในปี

งบแสดงฐานะทางการเงิน

หน่วย: ล้านบาท, %



สินทรัพย์

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2568 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม 1,147.35 ล้านบาท ลดลงที่ 11.86 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.02 จากวันที่ 31 ธันวาคม 2567 โดยมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญดังนี้

- **สินค้าคงเหลือ:** มีมูลค่า 239.81 ล้านบาท ปรับตัวลดลง 16.61 ล้านบาท จากสินค้าสำเร็จรูปเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับยอดขายที่เพิ่มขึ้น
- **ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์:** มีมูลค่า 575.61 ล้านบาท ปรับตัวลดลง 19.30 ล้านบาท จากค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร และอาคารใหม่
- **ลูกหนี้การค้า และลูกหนี้อื่น:** มีมูลค่า 212.98 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 27.60 ล้านบาท ผันแปรตามยอดขายที่เพิ่มขึ้น
- **สินทรัพย์ทางการเงินได้:** มีมูลค่า 21.44 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 2.76 ล้านบาท จากภาษีเงินได้รอรับคืนจากกรมสรรพากรเป็นหลัก

หนี้สิน

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2568 บริษัทฯ มีหนี้สินรวม 367.60 ล้านบาท ลดลง 31.33 ล้านบาท หรือร้อยละ 7.85 จากวันที่ 31 ธันวาคม 2567 โดยมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญดังนี้

- **เจ้าหนี้การค้า และเจ้าหนี้อื่น:** มีมูลค่า 136.34 ล้านบาท ปรับตัวลดลง 11.89 ล้านบาท จากเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นที่ลดลง ซึ่งผันแปรตามแผนการนำเข้า
- **เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน:** มีมูลค่า 51.18 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 3.57 ล้านบาท จากเงินกู้ยืมระยะสั้นจากตัวสัญญาใช้เงิน (Promissory Note: P/N) เพื่อชำระหนี้เงินกู้ระยะสั้น (Trust Receipt: T/R) ที่มีอัตราดอกเบี้ยสูงกว่า
- **เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน:** มีมูลค่า 115.57 ล้านบาท ปรับตัวลดลง 18.75 ล้านบาท จากการจ่ายชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาวตามกำหนด
- **หนี้สินตามสัญญาเช่า:** มีมูลค่า 53.74 ล้านบาท ปรับตัวลดลง 5.50 ล้านบาท จากการชำระค่าเช่าตามกำหนด

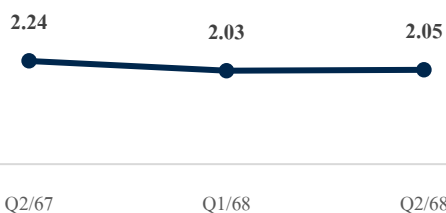
ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2568 มีส่วนของผู้ถือหุ้น 779.75 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 19.47 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.56 จากวันที่ 31 ธันวาคม 2567 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นจากกำไรสุทธิ 34.48 ล้านบาท และลดลงจากการจ่ายเงินปันผลประจำปี 15.01 ล้านบาท

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

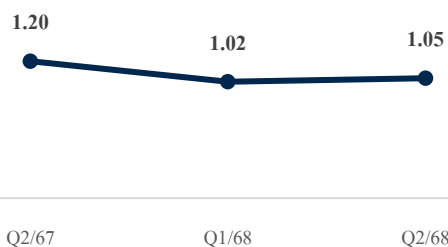
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน

หน่วย: เท่า



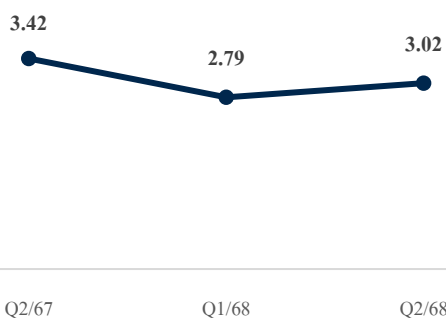
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว

หน่วย: เท่า



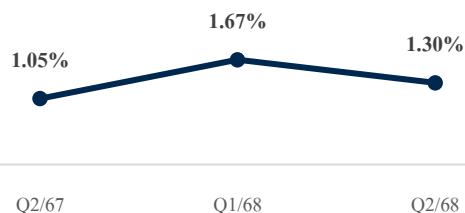
อัตราหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ (FG)

หน่วย: เท่า



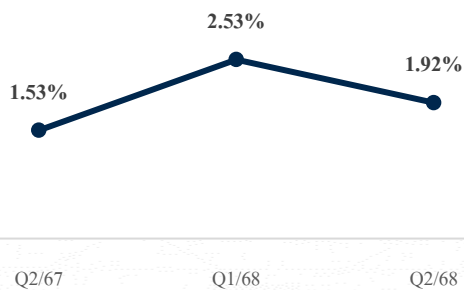
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)

หน่วย: %



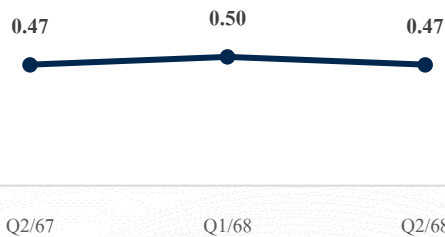
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE)

หน่วย: %



อัตราส่วนหนี้สินต่อผู้ถือหุ้น (D/E Ratio)

หน่วย: เท่า



ผู้มีอำนาจรายงานสารสนเทศ:

นาย ชุง ชง ทอย
(ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร)

ติดต่อนักลงทุนสัมพันธ์:

นางสาว อลิศญณ์ ทอย
(+66) 3854 0000
sft-ir@shrinkflexthailand.com

Disclaimer:

The information contained herein is intended to represent the Company's operating and financial position at a given point in time and may also contain forward looking information which only reflects expectations based on the prevailing geo-political, economic and non-controllable factors. Such information has been obtained from sources believed to be most reliable and the means in analyzing and preparation of such information for disclosure are based on approve practices and principles in the investment industry. The views are based on assumption subject to various risks and uncertainties and no assurance is made as to whether such future events will occur. No assurance is made as to the accuracy or completeness of information presented in this document.