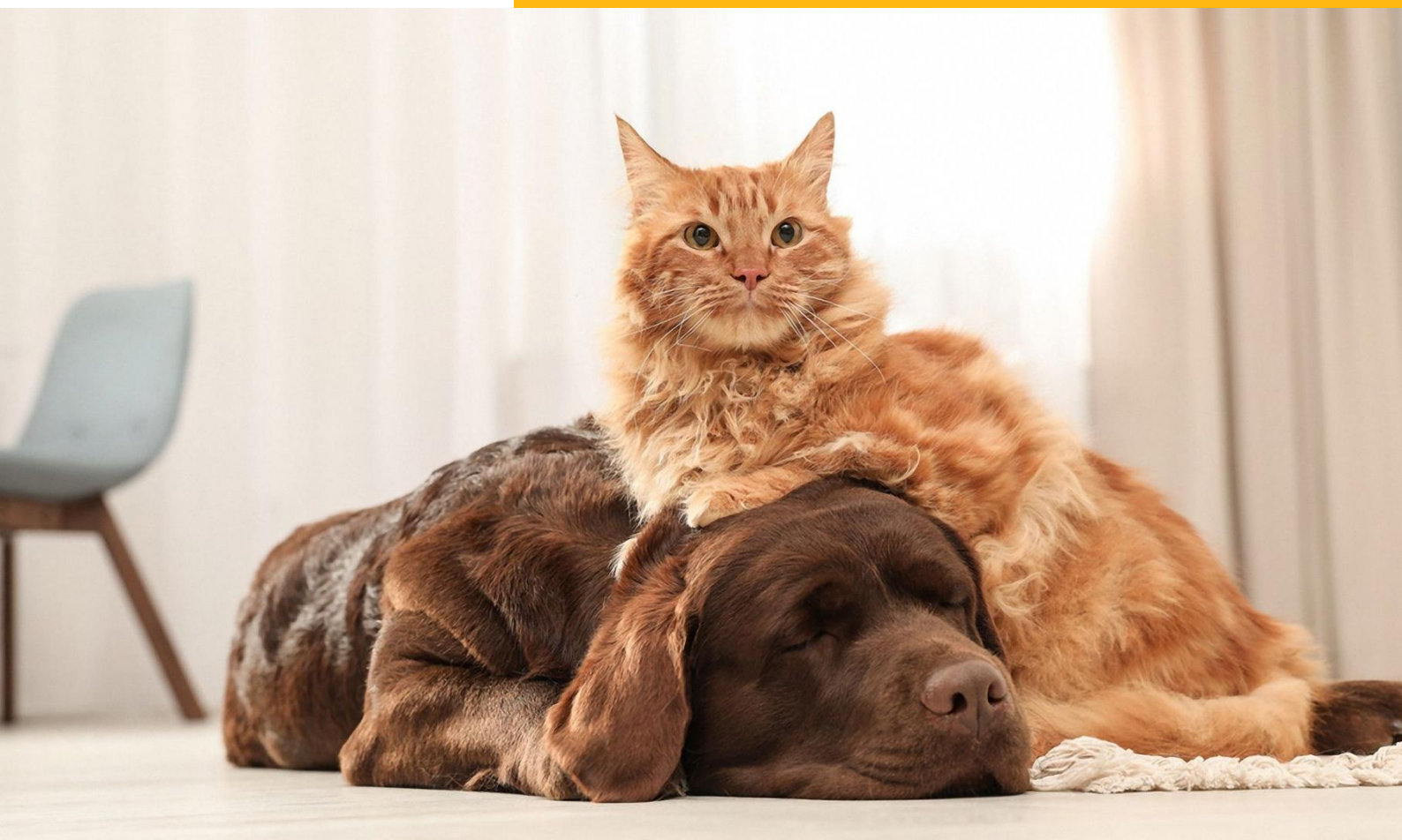


บริษัท ไอ-เทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)



## คำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ

สำหรับผลการดำเนินงานไตรมาส 2 ปี 2569

สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569



### บทสรุปผู้บริหารสำหรับงวด 6 เดือนแรกปี 2569

แม้จะเผชิญกับความไม่แน่นอนทางภูมิรัฐศาสตร์ที่ยังคงอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะความตึงเครียดในตะวันออกกลางและราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้น บริษัทฯ ยังคงสามารถสร้างผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่งในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2569 ได้อย่างต่อเนื่อง ตลอดช่วงเวลาดังกล่าว บริษัทฯ ได้รับแรงสนับสนุนจากการต้องการสินค้าที่แข็งแกร่งในตลาดสหรัฐอเมริกาและยุโรป การเติบโตของผลิตภัณฑ์ขนมสำหรับสัตว์เลี้ยง การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ (NPDs) ที่ประสบความสำเร็จ และการดำเนินกลยุทธ์การยกระดับคุณค่าผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ โครงการ Tailwind ซึ่งเริ่มดำเนินการมาตั้งแต่สองปีก่อน ยังคงสร้างผลลัพธ์เชิงบวกอย่างเป็นรูปธรรมผ่านการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน การยกระดับประสิทธิภาพการผลิต การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดซื้อ และการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งช่วยบรรเทาแรงกดดันและสนับสนุนความสามารถในการทำกำไรของบริษัทฯ

ในระหว่างไตรมาส บริษัทฯ ได้รับ เงินคืนภาษีนำเข้าของสหรัฐฯ สำหรับภาษีนำเข้าที่เคยชำระไปก่อนหน้านี้ ซึ่งส่งผลกระทบต่อรายได้จากการขายและอัตรากำไรขั้นต้นตามงบการเงิน (รายละเอียดเพิ่มเติมสามารถอ่านได้ในการวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน) การวิเคราะห์ยอดขายในรายงานนี้จะอ้างอิงรายได้จากการขายจากการดำเนินงานปกติ (Normalised Sales) ซึ่งไม่รวมผลกระทบจากรายการปรับปรุงที่เกี่ยวข้องกับภาษี

### สรุปผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 2 ปี 2569 และงวด 6 เดือนแรกปี 2569

| หน่วย: ล้านบาท (เว้นแต่ระบุไว้เป็นอย่างอื่น) | ไตรมาส 2 ปี 2568 | ไตรมาส 1 ปี 2569 | ไตรมาส 2 ปี 2569 | % เปลี่ยนแปลง (เมื่อเทียบกับ ไตรมาสก่อน) | % เปลี่ยนแปลง (เมื่อเทียบกับ ปีก่อน) | งวด 6 เดือนแรก ปี 2568 | งวด 6 เดือนแรก ปี 2569 | % เปลี่ยนแปลง (เมื่อเทียบกับ ปีก่อน) |
|----------------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------------------------------|--------------------------------------|------------------------|------------------------|--------------------------------------|
| รายได้จากการขาย (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)           | 135              | 163              | 152              | -6.7%                                    | 13.0%                                | 262                    | 316                    | 20.6%                                |
| รายได้จากการขาย (ล้านบาท)                    | 4,473            | 5,174            | 4,869            | -5.9%                                    | 8.8%                                 | 8,722                  | 10,043                 | 15.1%                                |
| กำไรสุทธิ                                    | 696              | 871              | 844              | -3.1%                                    | 21.3%                                | 1,373                  | 1,715                  | 25.0%                                |
| กำไรสุทธิปรับปรุง <sup>1</sup>               | 803              | 991              | 964              | -2.7%                                    | 20.1%                                | 1,597                  | 1,955                  | 22.5%                                |
| อัตรากำไรขั้นต้น                             | 25.0%            | 24.3%            | 29.7%            | 5.4%                                     | 4.7%                                 | 24.6%                  | 26.8%                  | 2.2%                                 |
| อัตรากำไรสุทธิ                               | 15.6%            | 16.8%            | 18.6%            | 1.8%                                     | 3.0%                                 | 15.7%                  | 17.7%                  | 2.0%                                 |
| อัตรากำไรสุทธิปรับปรุง <sup>1</sup>          | 18.0%            | 19.2%            | 21.3%            | 2.1%                                     | 3.3%                                 | 18.3%                  | 20.2%                  | 1.9%                                 |

- **รายได้จากการขายจากการดำเนินงานปกติ** ในงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายจากการดำเนินงานปกติอยู่ที่ 316 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้น 20.6% จากปีก่อน หรือคิดเป็น 10,043 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 15.1% จากปีก่อน โดยอัตราการเติบโตในสกุลเงินบาทที่ต่ำกว่าการเติบโตในสกุลเงินเหรียญสหรัฐฯเป็นผลมาจากการแข็งค่าของเงินบาทในช่วงเวลาดังกล่าว การเติบโตของรายได้ได้รับแรงสนับสนุนจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ประสบความสำเร็จ การเติบโตของผลิตภัณฑ์ขนมสำหรับสัตว์เลี้ยง และความต้องการสินค้าที่แข็งแกร่งจากลูกค้าหลักในตลาดสำคัญของบริษัทฯ สำหรับไตรมาส 2 ปี 2569 บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงานปกติอยู่ที่ 152 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้น 13.0% จากปีก่อน ขณะที่รายได้ในสกุลเงินบาทอยู่ที่ 4,869 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 8.8% จากปีก่อน
- **อัตรากำไรขั้นต้น:** แม้ว่าบริษัทฯ จะยังคงเผชิญแรงกดดันด้านต้นทุนจากราคาน้ำมันเชื้อเพลิง วัตถุดิบบางประเภท และต้นทุนบรรจุภัณฑ์ อัตรากำไรขั้นต้นยังอยู่ในระดับที่แข็งแกร่งที่ 26.8% ในงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 และ 29.7% ในไตรมาส 2 ปี 2569 โดยอัตรากำไรที่แข็งแกร่งดังกล่าวได้รับการสนับสนุนหลักจากการเพิ่มสัดส่วนสินค้าพรีเมียมอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการบริหารต้นทุนและห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงได้รับปัจจัยสนับสนุนเพิ่มเติมจากการได้รับคืนภาษีนำเข้าในระหว่างไตรมาสดังกล่าว
- **กำไรสุทธิ** ในงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 อยู่ที่ 1,715 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 25.0% จากปีก่อน ขณะที่กำไรสุทธิในไตรมาส 2 ปี 2569 อยู่ที่ 844 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 21.3% จากปีก่อน โดยการเติบโตดังกล่าวเป็นผลจากผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่งของบริษัทฯ รวมถึงการได้รับคืนภาษีนำเข้าในระหว่างงวด เมื่อไม่รวมค่าใช้จ่ายโครงการ Transformation **กำไรสุทธิปรับปรุง** ในงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 อยู่ที่ 1,955 ล้าน

<sup>1</sup> กำไรสุทธิปรับปรุง และอัตรากำไรสุทธิปรับปรุง คำนวณโดยไม่รวมค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับโครงการ Transformation

บาท เพิ่มขึ้น 22.5% จากปีก่อน คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิปรับปรุงที่ 20.2% ขณะที่กำไรสุทธิปรับปรุงในไตรมาส 2 ปี 2569 อยู่ที่ 964 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 20.1% จากปีก่อน สะท้อนถึงความแข็งแกร่งของผลการดำเนินงานและความสามารถในการรักษาระดับความสามารถในการทำกำไรได้อย่างต่อเนื่อง แม้ยังเผชิญแรงกดดันด้านต้นทุนและความไม่แน่นอนจากปัจจัยภายนอก

### เงินปันผลระหว่างกาล

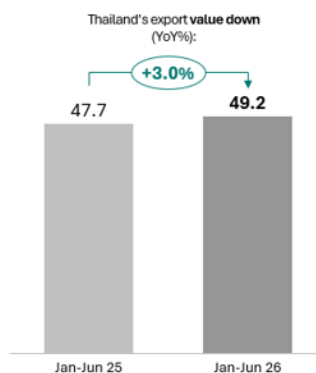
คณะกรรมการบริษัทฯ มีมติอนุมัติการจ่าย เงินปันผลระหว่างกาล ในอัตรา 0.55 บาทต่อหุ้น คิดเป็น อัตราการจ่ายเงินปันผล (Dividend Payout Ratio) ที่ 96.2% ซึ่งสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการสร้างผลตอบแทนที่ดีและสม่ำเสมอให้แก่ผู้ถือหุ้น บริษัทฯ กำหนดวันขึ้นเครื่องหมาย XD ในวันที่ 11 สิงหาคม 2569 วันกำหนดรายชื่อผู้ถือหุ้นที่มีสิทธิได้รับเงินปันผล ในวันที่ 13 สิงหาคม 2569 และกำหนดจ่ายเงินปันผลในวันที่ 26 สิงหาคม 2569

### แนวโน้มมูลค่าการส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงของ

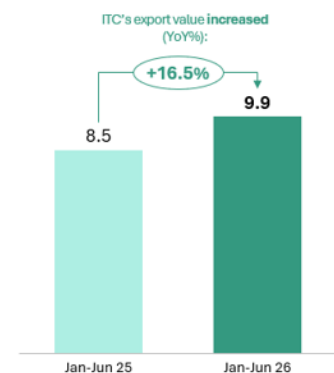
#### ประเทศไทย

ในช่วงเดือนมกราคมถึงมิถุนายน 2569 ยอดขายส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงชนิดเปียก รวมถึงผลิตภัณฑ์ขนมสำหรับสัตว์เลี้ยงของ เพิ่มขึ้น 16.5% เมื่อเทียบกับปีก่อน การเติบโตดังกล่าวสูงกว่าภาพรวมการส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงของประเทศไทย<sup>2</sup> ซึ่งเพิ่มขึ้น 3.0% จากปีก่อน ผลการดำเนินงานที่เติบโตเหนืออุตสาหกรรมสะท้อนถึงความสำเร็จของกลยุทธ์ที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมของบริษัทฯ ผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (NPDs) อย่างต่อเนื่อง การขยายการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ในกลุ่มลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่ ตลอดจนความต้องการสินค้าที่แข็งแกร่งจากลูกค้าหลักในตลาดโลก โดยเฉพาะในกลุ่มผลิตภัณฑ์พรีเมียม ผลิตภัณฑ์โภชนาการ และผลิตภัณฑ์ขนมสำหรับสัตว์เลี้ยง

Thailand's pet food  
(dog & cat only) exports value  
(THB bn)



ITC wet pet food (dog & cat only) exports value  
(THB bn)



### พัฒนาการสำคัญทางธุรกิจไตรมาส 2 ปี 2569

#### ภาษีนำเข้าของสหรัฐฯ

ในระหว่างไตรมาส สถานการณ์ด้านภาษีนำเข้าของสหรัฐฯ มีพัฒนาการที่ดีขึ้นจากความคืบหน้าทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับภาษีนำเข้าบางรายการ ซึ่งจัดเก็บภายใต้กฎหมาย International Emergency Economic Powers Act (IEEPA)

- ภายหลังคำตัดสินของศาลที่เกี่ยวข้องกับภาษีนำเข้าบางรายการภายใต้กฎหมาย IEEPA หน่วยงาน U.S. Customs and Border Protection (CBP) ได้เปิดใช้งานระบบ Consolidated Administration and Processing of Entries (CAPE) ภายใต้ระบบ Automated Commercial Environment (ACE) ในเดือนเมษายน 2569 เพื่ออำนวยความสะดวกในการยื่นและดำเนินการคำขอคืนภาษี IEEPA ที่เข้าเกณฑ์ โดยบริษัทได้ยื่นคำขอคืนภาษีตามขั้นตอนที่กำหนด และได้รับเงินคืนภาษีดังกล่าวในช่วงปลายไตรมาส 2 ปี 2569 อย่างไรก็ตาม เงินคืนภาษีส่วนใหญ่จะถูกส่งต่อให้แก่ลูกค้าตามเงื่อนไขทางการค้าที่ตกลงกันไว้

<sup>2</sup> ข้อมูลการส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงของกระทรวงพาณิชย์ ครอบคลุมทั้งอาหารสัตว์เลี้ยงชนิดแห้งและชนิดเปียก ขณะที่ บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจหลักในกลุ่มอาหารสัตว์เลี้ยงชนิดเปียก

- ต่อมาในเดือนกรกฎาคม 2569 สำนักงานผู้แทนการค้าสหรัฐฯ (USTR) ได้กำหนดภาษีนำเข้าเพิ่มเติมในอัตรา 12.5% สำหรับสินค้านำเข้าจากประเทศไทยและประเทศคู่ค้าบางประเทศภายใต้มาตรา 301 (Section 301) โดยอ้างถึงความไม่เพียงพอของมาตรการในการป้องกันการนำเข้าสินค้าที่ผลิตจากแรงงานบังคับ บริษัทคาดว่ามาตรการดังกล่าวจะไม่ส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันของบริษัท จากความสัมพันธ์อันแข็งแกร่งกับลูกค้า ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และสถานะทางการแข่งขันของบริษัทในตลาด

### ผลการดำเนินงานเชิงพาณิชย์

แม้สภาพแวดล้อมการดำเนินธุรกิจทั่วโลกยังคงมีความท้าทาย แต่ธุรกิจหลักของบริษัทยังคงมีแรงขับเคลื่อนที่ต่อเนื่องตลอดไตรมาส โดยยอดขายยังเป็นไปตามที่ฝ่ายบริหารคาดการณ์ไว้ และได้รับการสนับสนุนจากความต้องการสินค้าจากลูกค้าหลักในตลาดสหรัฐอเมริกาและยุโรปอย่างต่อเนื่อง แม้ยอดขายในไตรมาส 2 ปี 2569 จะปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า หลังจากผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่งในไตรมาสแรก แต่รูปแบบการสั่งซื้อของลูกค้ามีความสมดุลมากขึ้นเมื่อเทียบกับในอดีต สะท้อนถึงแนวโน้มความต้องการสินค้าที่ชัดเจนมากขึ้น และการกระจายคำสั่งซื้อและการส่งมอบสินค้าที่สม่ำเสมอตลอดทั้งปีมากขึ้น การเติบโตยังคงกระจายตัวในทุกกลุ่มลูกค้า โดยได้รับการสนับสนุนจากความต้องการสินค้าที่แข็งแกร่งจากกลุ่มบริษัทอาหารสัตว์เลี้ยงระดับโลก กลุ่มลูกค้าสินค้าตราห้าง และกลุ่มเจ้าของแบรนด์/ผู้นำเข้า

### การเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและการบริหารต้นทุน

แม้ต้นทุนพลังงาน บรรจุภัณฑ์ และวัตถุดิบบางรายการยังอยู่ในระดับสูง แต่บริษัทยังคงรักษาความสามารถในการทำกำไรได้ดี จากการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและการบริหารต้นทุนภายใต้โครงการ Tailwind ที่ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องตลอด 2 ปีที่ผ่านมา โดยโครงการดังกล่าวช่วยการเพิ่มอัตราการผลิต และการยกระดับประสิทธิภาพการผลิต ลดต้นทุนจัดซื้อ และเสริมความเข้มงวดในการควบคุมค่าใช้จ่าย ส่งผลให้บริษัทสามารถลดผลกระทบจากต้นทุนที่ปรับตัวสูงขึ้น และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว

นอกจากนี้ ต้นทุนที่เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่เกิดขึ้นในช่วงกลางถึงปลายไตรมาส และด้วยวิธีการบันทึกต้นทุนสินค้าคงเหลือแบบถ่วงน้ำหนัก (Weighted Average Cost) ทำให้ต้นทุนวัตถุดิบที่สูงขึ้นรับรู้เข้าสู่ต้นทุนขายเพียงบางส่วนในไตรมาส 2 ปี 2569 อย่างไรก็ตาม บริษัทสามารถส่งผ่านต้นทุนที่เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่ไปยังลูกค้าได้ตามเงื่อนไขทางการค้าและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง โดยการปรับราคาขายส่วนใหญ่จะเริ่มมีผลในไตรมาส 3 ปี 2569 ดังนั้น ผลประโยชน์จากการชดเชยต้นทุนดังกล่าวคาดว่าจะสะท้อนในผลการดำเนินงานได้อย่างเต็มที่ในไตรมาส 3 ปี 2569

ขณะเดียวกัน ราคาน้ำมันที่อยู่ในระดับสูงยังคงส่งผลให้ต้นทุนสาธารณูปโภคและค่าขนส่งเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม ต้นทุนสาธารณูปโภคยังอยู่ในระดับที่บริหารจัดการได้ โดยคิดเป็นประมาณ 2% ของยอดขาย และได้รับการบรรเทาผลกระทบบางส่วนจากมาตรการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และโครงการด้านความยั่งยืนที่ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง ส่วนค่าขนส่งยังได้รับแรงกดดันจากต้นทุนน้ำมันและอัตราค่าระวางที่สูงขึ้น ซึ่งบริษัทได้ติดตามและบริหารจัดการอย่างใกล้ชิดภายใต้แนวทางการควบคุมต้นทุนอย่างต่อเนื่อง

## การวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน

### ผลการดำเนินงาน (ตามงบการเงินรวม)

| (หน่วย : ล้านบาท)                                               | ไตรมาส 2<br>ปี 2568 | ไตรมาส 1<br>ปี 2569 | ไตรมาส 2<br>ปี 2569 | %<br>เปลี่ยนแปลง<br>(เมื่อเทียบกับ<br>ไตรมาสก่อน) | %<br>เปลี่ยนแปลง<br>(เมื่อเทียบกับปี<br>ก่อน) | งวด 6<br>เดือนแรก<br>ปี 2568 | งวด 6<br>เดือนแรก<br>ปี 2569 | %<br>เปลี่ยนแปลง<br>(เมื่อเทียบกับ<br>ปีก่อน) |
|-----------------------------------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------|------------------------------|------------------------------|-----------------------------------------------|
| รายได้จากการขายและการให้บริการ                                  | 4,473               | 5,174               | 4,530               | -12.4%                                            | 1.3%                                          | 8,722                        | 9,704                        | 11.3%                                         |
| ต้นทุนการขายและการให้บริการ                                     | (3,354)             | (3,916)             | (3,184)             | -18.7%                                            | -5.1%                                         | (6,581)                      | (7,100)                      | 7.9%                                          |
| กำไรขั้นต้น                                                     | 1,120               | 1,258               | 1,346               | 7.0%                                              | 20.2%                                         | 2,141                        | 2,604                        | 21.6%                                         |
| ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร                                     | (460)               | (495)               | (544)               | 9.9%                                              | 18.3%                                         | (922)                        | (1,040)                      | 12.8%                                         |
| กำไรจากการดำเนินงาน                                             | 659                 | 762                 | 802                 | 5.2%                                              | 21.6%                                         | 1,220                        | 1,564                        | 28.2%                                         |
| กำไร (ขาดทุน) อื่นสุทธิ                                         | (9)                 | 9                   | (11)                | -226.6%                                           | -23.7%                                        | (28)                         | (2)                          | 92.2%                                         |
| รายได้อื่น                                                      | 114                 | 136                 | 155                 | 14.2%                                             | 37.2%                                         | 269                          | 291                          | 9.0%                                          |
| กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี                                         | 765                 | 907                 | 946                 | 4.3%                                              | 23.7%                                         | 1,459                        | 1,853                        | 27.0%                                         |
| ต้นทุนทางการเงิน                                                | (1)                 | (1)                 | (1)                 | -17.7%                                            | -35.5%                                        | (3)                          | (2)                          | -28.5%                                        |
| ค่าใช้จ่ายทางการเงิน                                            | (67)                | (35)                | (101)               | 191.8%                                            | 50.2%                                         | (83)                         | (136)                        | 63.1%                                         |
| กำไรสุทธิ                                                       | 696                 | 871                 | 844                 | -3.1%                                             | 21.3%                                         | 1,373                        | 1,715                        | 25.0%                                         |
| กำไรสุทธิปรับปรุง <sup>3</sup>                                  | 803                 | 991                 | 964                 | -2.7%                                             | 20.1%                                         | 1,597                        | 1,955                        | 22.5%                                         |
| กำไรก่อนหักดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อม<br>ราคา และค่าตัดจำหน่าย     | 913                 | 1,059               | 1,101               | 3.9%                                              | 20.5%                                         | 1,752                        | 2,160                        | 23.3%                                         |
| กำไรต่อหุ้น (บาท/หุ้น)                                          | 0.23                | 0.29                | 0.28                | -3.1%                                             | 21.3%                                         | 0.46                         | 0.57                         | 25.0%                                         |
| อัตรากำไรขั้นต้น                                                | 25.0%               | 24.3%               | 29.7%               | 5.4%                                              | 4.7%                                          | 24.6%                        | 26.8%                        | 2.2%                                          |
| อัตรากำไรจากการดำเนินงาน                                        | 14.7%               | 14.7%               | 17.7%               | 3.0%                                              | 3.0%                                          | 14.0%                        | 16.1%                        | 2.1%                                          |
| อัตรากำไรก่อนหักดอกเบี้ย ภาษี<br>ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย | 20.4%               | 20.5%               | 24.4%               | 3.9%                                              | 4.0%                                          | 20.1%                        | 22.3%                        | 2.2%                                          |
| อัตรากำไรสุทธิ                                                  | 15.6%               | 16.8%               | 18.6%               | 1.8%                                              | 3.0%                                          | 15.7%                        | 17.7%                        | 2.0%                                          |
| อัตรากำไรสุทธิปรับปรุง <sup>3</sup>                             | 18.0%               | 19.2%               | 21.3%               | 2.1%                                              | 3.3%                                          | 18.3%                        | 20.2%                        | 1.9%                                          |

### ผลกระทบจากเงินคินภาษีนำเข้าของสหรัฐฯ

ในไตรมาส 2 ปี 2569 บริษัทได้รับคินภาษีนำเข้าของสหรัฐฯ บางส่วนที่เคยชำระสำหรับสินค้าที่นำเข้าสู่สหรัฐอเมริกา จากพัฒนาการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับภาษีนำเข้า ซึ่งส่วนใหญ่ถูกจัดเก็บในปี 2568 โดยเงินคินภาษีดังกล่าวส่งผลต่อการรับรู้รายได้จากการขายและกำไรขั้นต้นของบริษัทฯ ในไตรมาส 2 ปี 2569 และงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 ทั้งนี้ วิธีการบันทึกบัญชีจะแตกต่างกันไปตามเงื่อนไขทางการค้าที่มีกับลูกค้า

- สำหรับลูกค้าที่มีการเรียกเก็บภาษีนำเข้าตามต้นทุนที่เกิดขึ้นจริง ภาระทางเศรษฐกิจของภาษีนำเข้าจะเป็นของลูกค้า ดังนั้น เงินคินภาษีที่ได้รับจะส่งต่อไปสู่ลูกค้า และบันทึกเป็นการลดลงของทั้งรายได้จากการขายและต้นทุนขาย โดยไม่ส่งผลกระทบต่อผลกำไรของบริษัทฯ ทั้งนี้ มากกว่าสองในสามของเงินคินภาษีที่ได้รับในไตรมาสนี้เป็นเงินคินภาษีได้รูปแบบดังกล่าว
- สำหรับลูกค้าที่บริษัทฯ เป็นผู้รับภาระภาษีนำเข้าเอง ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับภาษีนำเข้าจะเป็นของบริษัทฯ โดยเงินคินภาษีที่ได้รับจะบันทึกเป็นการลดลงของต้นทุนขาย และส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทฯ

<sup>3</sup> กำไรสุทธิปรับปรุง (Adjusted Net Profit) และอัตรากำไรสุทธิปรับปรุง (Adjusted Net Profit Margin) คำนวณโดยไม่รวมค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับโครงการ Transformation

เพื่อให้การประเมินผลการดำเนินงานที่แท้จริงของบริษัทฯ มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น บริษัทฯ ได้สรุปข้อมูลยอดขายและกำไรขั้นต้นจากการดำเนินงานปกติ (Normalised Sales and Gross Profit) ไว้ด้านล่าง โดยการวิเคราะห์ยอดขายในหัวข้อถัดไปจะอ้างอิงข้อมูลยอดขายจากการดำเนินงานปกติ (Normalised Sales) เนื่องจากเป็นตัวชี้วัดที่เหมาะสมที่สุดในการสะท้อนแนวโน้มยอดขายของบริษัทฯ

#### ยอดขายและอัตรากำไรขั้นต้นจากการดำเนินงานปกติ (ไม่รวมผลกระทบจากการได้รับคืนภาษีนำเข้า)

| (หน่วย : ล้านบาท)                                     | ไตรมาส<br>2 ปี<br>2568 | ไตรมาส<br>1 ปี<br>2569 | ไตรมาส<br>2 ปี<br>2569 | %<br>เปลี่ยนแปลง<br>(เมื่อเทียบกับ<br>ไตรมาสก่อน) | %<br>เปลี่ยนแปลง<br>(เมื่อเทียบกับ<br>ปีก่อน) | งวด 6<br>เดือนแรก<br>ปี 2568 | งวด 6 เดือน<br>แรก ปี<br>2569 | %<br>เปลี่ยนแปลง<br>(เมื่อเทียบกับ<br>ปีก่อน) |
|-------------------------------------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------|------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------------------|
| รายได้จากการขายและการให้บริการจาก<br>การดำเนินงานปกติ | 4,473                  | 5,174                  | 4,869                  | -5.9%                                             | 8.8%                                          | 8,722                        | 10,043                        | 15.1%                                         |
| กำไรขั้นต้นจากการดำเนินงานปกติ                        | 1,120                  | 1,258                  | 1,170                  | -7.0%                                             | 4.5%                                          | 2,141                        | 2,428                         | 13.4%                                         |
| อัตรากำไรขั้นต้นจากการดำเนินงานปกติ                   | 25.0%                  | 24.3%                  | 24.0%                  | -0.3%                                             | -1.0%                                         | 24.6%                        | 24.2%                         | -0.4%                                         |

#### ผลการดำเนินงานงวด 6 เดือนแรกปี 2569

**รายได้จากการขาย** สำหรับงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 อยู่ที่ 9,704 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 11.3% จากปีก่อน ทั้งนี้ หากไม่รวมผลกระทบจากการได้รับคืนภาษีนำเข้า รายได้จากการขายจากการดำเนินงานปกติอยู่ที่ 10,043 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 15.1% จากปีก่อน โดยการเติบโตดังกล่าวได้รับแรงสนับสนุนจากการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของกลุ่มขนมสำหรับสัตว์เลี้ยง (Pet Treats) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ประสบความสำเร็จ และความต้องการสินค้าที่ยังคงแข็งแกร่งจากลูกค้าหลักในตลาดสหรัฐอเมริกาและยุโรป

**กำไรขั้นต้น** กำไรขั้นต้นสำหรับงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 อยู่ที่ 2,604 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 21.6% จากปีก่อน ขณะที่อัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นเป็น 26.8% จาก 24.6% ในปีก่อน หากไม่รวมผลกระทบจากการได้รับคืนภาษีนำเข้า กำไรขั้นต้นจากการดำเนินงานปกติอยู่ที่ 2,428 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 13.4% จากปีก่อน ขณะที่อัตรากำไรขั้นต้นจากการดำเนินงานปกติอยู่ที่ 24.2% เทียบกับ 24.6% ในงวด 6 เดือนแรกของปี 2568 การลดลงเล็กน้อยของอัตรากำไรขั้นต้นจากการดำเนินงานปกติเป็นผลจากแรงกดดันด้านต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจากความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์ อย่างไรก็ตาม ผลกระทบดังกล่าวได้รับการชดเชยบางส่วนจากการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องภายใต้โครงการ Tailwind

**ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร** สำหรับงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 อยู่ที่ 1,040 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 12.8% จากปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักจากการเติบโตของธุรกิจ ค่าใช้จ่ายที่ปรึกษาที่เกี่ยวข้องกับการขยายธุรกิจ และต้นทุนค่าขนส่งที่สูงขึ้น

**กำไรจากการดำเนินงาน** สำหรับงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 อยู่ที่ 1,564 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 28.2% จากปีก่อน ขณะที่อัตรากำไรจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้นเป็น 16.1% จาก 14.0% ในปีก่อน **กำไรสุทธิ** สำหรับงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 อยู่ที่ 1,715 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 25.0% จากปีก่อน โดยอัตรากำไรสุทธิเพิ่มขึ้นเป็น 17.7% จาก 15.7% ในปีก่อน การเพิ่มขึ้นดังกล่าวได้รับแรงสนับสนุนจากผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่ง รวมถึงผลบวกจากการได้รับคืนภาษีนำเข้าที่รับรู้ในงวด หากไม่รวมค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับโครงการ Transformation **กำไรสุทธิปรับปรุง** อยู่ที่ 1,955 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 22.5% จากปีก่อน คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิปรับปรุงแล้วที่ 20.2% สะท้อนถึงความแข็งแกร่งของผลการดำเนินงานหลักของบริษัทฯ และความสามารถในการรักษาระดับความสามารถในการทำกำไรได้อย่างต่อเนื่อง แม้ยังเผชิญแรงกดดันด้านต้นทุนและความไม่แน่นอนจากปัจจัยภายนอก

### ผลการดำเนินงานไตรมาส 2 ปี 2569

**รายได้จากการขาย** สำหรับไตรมาส 2 ปี 2569 อยู่ที่ 4,530 ล้านบาท ลดลง 12.4% จากไตรมาสก่อน แต่เพิ่มขึ้น 1.3% จากปีก่อน หากไม่รวมผลกระทบจากการได้รับคืนภาษีนำเข้า รายได้จากการขายจากการดำเนินงานปกติอยู่ที่ 4,869 ล้านบาท ลดลง 5.9% จากไตรมาสก่อน โดยมีสาเหตุหลักจากความแตกต่างของจังหวะการส่งมอบสินค้าระหว่างไตรมาส และการปรับสูตรผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป ขณะที่เมื่อเทียบกับปีก่อน รายได้จากการขายจากการดำเนินงานปกติเพิ่มขึ้น 8.8% จากความต้องการสินค้าที่ยังคงแข็งแกร่ง และการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง

**กำไรขั้นต้น** สำหรับไตรมาส 2 ปี 2569 อยู่ที่ 1,346 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 7.0% จากไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้น 20.2% จากปีก่อน ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นเป็น 29.7% หากไม่รวมผลกระทบจากการได้รับคืนภาษีนำเข้า กำไรขั้นต้นจากการดำเนินงานปกติอยู่ที่ 1,170 ล้านบาท ขณะที่อัตรากำไรขั้นต้นจากการดำเนินงานปกติอยู่ที่ 24.0% เทียบกับ 24.3% ในไตรมาส 1 ปี 2569 และ 25.0% ในไตรมาส 2 ปี 2568 การปรับลดเล็กน้อยของอัตรากำไรขั้นต้นจากการดำเนินงานปกติเป็นผลจากแรงกดดันด้านต้นทุนเช่นเดียวกับที่กล่าวไว้ในผลการดำเนินงานสำหรับงวด 6 เดือนแรกของปี 2569

**ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร** สำหรับไตรมาส 2 ปี 2569 อยู่ที่ 544 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 9.9% จากไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้น 18.3% จากปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักจากการเติบโตของธุรกิจ ค่าใช้จ่ายที่ปรึกษาที่เกี่ยวข้องกับการขยายธุรกิจ และต้นทุนค่าขนส่งที่สูงขึ้น

**กำไรจากการดำเนินงาน** สำหรับไตรมาส 2 ปี 2569 อยู่ที่ 802 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5.2% จากไตรมาสก่อน และเพิ่มขึ้น 21.6% จากปีก่อน ขณะที่อัตรากำไรจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้นเป็น 17.7% เทียบกับ 14.7% ในไตรมาส 1 ปี 2569 และไตรมาส 2 ปี 2568 โดยการเพิ่มขึ้นดังกล่าวได้รับแรงสนับสนุนจากผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่ง รวมถึงผลบวกจากการได้รับคืนภาษีนำเข้าที่รับรู้ในงวดดังกล่าว

**กำไรสุทธิ** สำหรับไตรมาส 2 ปี 2569 อยู่ที่ 844 ล้านบาท ลดลง 3.1% จากไตรมาสก่อน แต่เพิ่มขึ้น 21.3% จากปีก่อน ขณะที่อัตรากำไรสุทธิเพิ่มขึ้นเป็น 18.6% จาก 16.8% ในไตรมาส 1 ปี 2569 และ 15.6% ในไตรมาส 2 ปี 2568 หากไม่รวมค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับโครงการ Transformation **กำไรสุทธิปรับปรุง** อยู่ที่ 964 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 20.1% จากปีก่อน แต่ลดลง 2.7% จากไตรมาสก่อน โดยการเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อนสอดคล้องกับปัจจัยที่สนับสนุนการเติบโตของกำไรจากการดำเนินงาน สำหรับการลดเล็กน้อยเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน มีสาเหตุหลักจากผลขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนที่เพิ่มขึ้นจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน และค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคลที่สูงขึ้นจากการได้รับคืนภาษีนำเข้า ซึ่งต้องเสียภาษีในอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลของสหรัฐอเมริกาที่สูงกว่าอัตราภาษีที่ใช้ในประเทศไทย

### ภาพรวมอุตสาหกรรม

แม้แรงกดดันด้านเงินเฟ้อจะยังส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อของผู้บริโภค และอัตราการเติบโตของจำนวนสัตว์เลี้ยงทั่วโลกมีแนวโน้มชะลอตัวลง แต่ตลาดอาหารสุนัขและแมวทั่วโลกยังคงคาดว่าจะเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ที่ 3.5% ในช่วงปี 2569-2573 ในปี 2569 ตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงทั่วโลกคาดว่าจะมีมูลค่า 154 พันล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้น 3.2% จากปี 2568 โดยการเติบโตดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความแข็งแกร่งของตลาดจากแนวโน้มการบริโภคสินค้าพรีเมียม (Premiumization) และการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงเสมือนสมาชิกในครอบครัว (Pet Humanization) ที่ยังคงดำเนินต่อเนื่อง รวมถึงกระแสความใส่ใจด้านสุขภาพและการดูแลความเป็นอยู่ที่ดีของสัตว์เลี้ยงในกลุ่มเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่ยังคงอยู่ และยังคงเป็นปัจจัยสนับสนุนศักยภาพการเติบโตของอุตสาหกรรมในระยะยาว แม้ว่าผู้บริโภคบางส่วนจะให้ความสำคัญกับความคุ้มค่ามากขึ้น แต่เจ้าของสัตว์เลี้ยงที่เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ระดับพรีเมียมยังคงมีความอ่อนไหวต่อราคาค่อนข้างต่ำ ซึ่งยังคงเป็นปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญของการเติบโตในกลุ่มอาหารสัตว์เลี้ยงระดับพรีเมียม จำนวนสุนัขและแมวในตลาดสำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา แคนาดา ออสเตรเลีย และเยอรมนี คาดว่าจะเติบโตเฉลี่ย 2.2%-2.5% ต่อปีในช่วงปี 2569-2573 ขณะที่อินโดนีเซียยังคงมีอัตราการเติบโตอยู่ในระดับสูง และญี่ปุ่นคาดว่าจะทรงตัว

ที่มา: Euromonitor

การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานทางธุรกิจ (อ้างอิงยอดขายตามการดำเนินงานปกติ)

| แยกตามภูมิภาค             | ไตรมาส 2<br>ปี 2568 | ไตรมาส 1<br>ปี 2569 | ไตรมาส 2<br>ปี 2569 | %<br>เปลี่ยนแปลง<br>(เมื่อเทียบกับ<br>ไตรมาสก่อน) | %<br>เปลี่ยนแปลง<br>(เมื่อเทียบกับ<br>ปีก่อน) | งวด 6<br>เดือนแรก<br>ปี 2568 | งวด 6<br>เดือนแรก<br>ปี 2569 | %<br>เปลี่ยนแปลง<br>(เมื่อเทียบกับปี<br>ก่อน) |
|---------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------|------------------------------|------------------------------|-----------------------------------------------|
| รายได้จากการขาย (ล้านบาท) | 4,473               | 5,174               | 4,869               | -5.9%                                             | 8.9%                                          | 8,722                        | 10,043                       | 15.1%                                         |
| อเมริกา                   | 2,577               | 3,077               | 2,937               | -4.5%                                             | 14.0%                                         | 5,099                        | 6,014                        | 17.9%                                         |
| สหภาพยุโรป                | 604                 | 782                 | 653                 | -16.5%                                            | 8.1%                                          | 1,128                        | 1,435                        | 27.2%                                         |
| เอเชียและโอเชียเนีย       | 1,293               | 1,314               | 1,279               | -2.7%                                             | -1.1%                                         | 2,495                        | 2,593                        | 3.9%                                          |
| ปริมาณการขาย (ตัน)        | 28,770              | 30,797              | 29,758              | -3.4%                                             | 3.4%                                          | 55,708                       | 60,555                       | 8.7%                                          |
| อเมริกา                   | 16,992              | 17,357              | 16,043              | -7.6%                                             | -5.6%                                         | 33,085                       | 33,400                       | 1.0%                                          |
| สหภาพยุโรป                | 4,171               | 5,359               | 4,818               | -10.1%                                            | 15.5%                                         | 7,796                        | 10,177                       | 30.5%                                         |
| เอเชียและโอเชียเนีย       | 7,608               | 8,081               | 8,897               | 10.1%                                             | 16.9%                                         | 14,826                       | 16,978                       | 14.5%                                         |

\*ปริมาณการขาย (ตัน) รวมเฉพาะส่วนของอาหารสัตว์เลี้ยงเท่านั้น

**ภูมิภาคอเมริกา** รายได้จากการขายสำหรับงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 เพิ่มขึ้น 17.9% จากปีก่อน โดยได้รับแรงสนับสนุนจากความต้องการสินค้าของลูกค้าย่อยที่แข็งแกร่ง การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ การเติบโตอย่างต่อเนื่องของกลุ่มขนมสำหรับสัตว์เลี้ยง และคำสั่งซื้อที่แข็งแกร่งจากลูกค้ากลุ่มสินค้าตราห้าง (Private Label) นอกจากนี้ การเพิ่มขึ้นของสัดส่วนการจำหน่ายสินค้ามูลค่าสูง โดยเฉพาะขนมสำหรับสัตว์เลี้ยงชนิดเลีย (Lickable Treats) และผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยงสไตล์โฮมเมด (Homestyle Cooked Formats) ยังช่วยสนับสนุนการเติบโตของรายได้จากการขายอีกด้วย แม้ว่าปริมาณการขายในสหรัฐอเมริกาจะเพิ่มขึ้นประมาณ 1.0% จากปีก่อน แต่รายได้จากการขายเติบโตในอัตราที่สูงกว่ามาก เนื่องจากสัดส่วนการจำหน่ายขนมสำหรับสัตว์เลี้ยงชนิดเลียที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็กและมีน้ำหนักต่อหน่วยต่ำกว่าอาหารสัตว์เลี้ยงชนิดเปียกแบบดั้งเดิม แต่มีราคาจำหน่ายและอัตรากำไรสูงกว่า สำหรับไตรมาส 2 ปี 2569 รายได้จากการขายในภูมิภาคอเมริกาลดลง 4.5% จากไตรมาสก่อน จากรูปแบบการสั่งซื้อของลูกค้าที่มีความสมดุลมากขึ้น ภายหลังผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่งในไตรมาส 1 ปี 2569

**ภูมิภาคยุโรป** รายได้จากการขายเพิ่มขึ้น 27.2% จากปีก่อน ขณะที่ปริมาณการขายเพิ่มขึ้น 30.5% จากปีก่อน โดยได้รับแรงสนับสนุนจากความต้องการสินค้าที่แข็งแกร่งจากลูกค้ารายใหญ่ของภูมิภาค รวมถึงการขายฐานลูกค้าในตลาดยุโรป สำหรับไตรมาส 2 ปี 2569 รายได้จากการขายในภูมิภาคยุโรปลดลง 16.5% จากไตรมาสก่อน เนื่องจากการปรับผลิตภัณฑ์บางรายการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป แม้ว่าสัดส่วนผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในยุโรปยังคงอยู่ในกลุ่มสินค้าระดับราคากลางเป็นหลัก แต่การเพิ่มขึ้นของปริมาณการขายช่วยให้บริษัทฯ ใช้กำลังการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่งผลดีต่อต้นทุนการผลิตโดยรวม

**ภูมิภาคเอเชียและโอเชียเนีย (AOA)** รายได้จากการขายเพิ่มขึ้น 3.9% จากปีก่อน ขณะที่ปริมาณการขายเพิ่มขึ้น 14.5% จากปีก่อน โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการกลับมาจำหน่ายผลิตภัณฑ์สำหรับตลาดญี่ปุ่นหลังการปรับสูตรผลิตภัณฑ์ การได้รับโครงการใหม่จากลูกค้า และการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบโจทย์ความต้องการของสัตว์เลี้ยงสูงวัย รวมถึงความต้องการผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยงเชิงนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณประโยชน์เฉพาะด้านที่เพิ่มขึ้นในภูมิภาคเอเชียและโอเชียเนีย อย่างไรก็ตาม รายได้จากการขายในภูมิภาค AOA ลดลงเล็กน้อย 2.7% จากไตรมาสก่อน เนื่องจากการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นจากผู้ประกอบการรายอื่น ซึ่งส่งผลกระทบต่อยอดขายในกลุ่มลูกค้าบริษัทอาหารสัตว์เลี้ยงระดับโลกที่ดำเนินธุรกิจในประเทศดังกล่าว

| แยกตามประเภทสินค้า               | ไตรมาส 2<br>ปี 2568 | ไตรมาส 1<br>ปี 2569 | ไตรมาส 2<br>ปี 2569 | %<br>เปลี่ยนแปลง<br>(เมื่อเทียบกับ<br>ไตรมาสก่อน) | %<br>เปลี่ยนแปลง<br>(เมื่อเทียบกับ<br>ปีก่อน) | งวด 6<br>เดือนแรก<br>ปี 2568 | งวด 6<br>เดือนแรก<br>ปี 2569 | %<br>เปลี่ยนแปลง<br>(เมื่อเทียบกับ<br>ปีก่อน) |
|----------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------|------------------------------|------------------------------|-----------------------------------------------|
| อาหารแมว                         | 3,033               | 3,074               | 3,164               | 2.9%                                              | 4.3%                                          | 5,988                        | 6,238                        | 4.2%                                          |
| อาหารสุนัข                       | 784                 | 965                 | 739                 | -23.4%                                            | -5.7%                                         | 1,452                        | 1,704                        | 17.4%                                         |
| ขนมสำหรับสัตว์เลี้ยง             | 570                 | 1,076               | 925                 | -14.0%                                            | 62.3%                                         | 1,122                        | 2,001                        | 78.3%                                         |
| <b>รวมอาหารสัตว์เลี้ยง</b>       | <b>4,387</b>        | <b>5,115</b>        | <b>4,828</b>        | <b>-5.6%</b>                                      | <b>10.1%</b>                                  | <b>8,561</b>                 | <b>9,943</b>                 | <b>16.1%</b>                                  |
| ผลิตภัณฑ์อื่น                    | 86                  | 59                  | 41                  | -30.5%                                            | -52.3%                                        | 161                          | 100                          | -37.9%                                        |
| <b>รายได้จากการขาย (ล้านบาท)</b> | <b>4,473</b>        | <b>5,174</b>        | <b>4,869</b>        | <b>-5.9%</b>                                      | <b>8.9%</b>                                   | <b>8,722</b>                 | <b>10,043</b>                | <b>15.1%</b>                                  |

\* อาจมีการคลาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปัดจุดทศนิยม

อาหารแมวยังคงเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้จากการขายสูงสุดในไตรมาส 2 ปี 2569 โดยมีรายได้จากการขายเพิ่มขึ้น 4.3% จากปีก่อน และ 2.9% จากไตรมาสก่อน การเติบโตดังกล่าวได้รับแรงสนับสนุนจากแนวโน้มการบริโภคอาหารแมวระดับพรีเมียมที่ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องทั่วโลก โดยความต้องการของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติเฉพาะด้านและตอบโจทย์ด้านสุขภาพ ส่งผลให้ลูกค้ามีคำสั่งซื้อเพิ่มขึ้น ขณะเดียวกัน แนวโน้มการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงเสมือนสมาชิกในครอบครัวยังคงเป็นปัจจัยสนับสนุนสำคัญ โดยเจ้าของแมวมิแนวโน้มเลือกผลิตภัณฑ์โภชนาการที่มีคุณค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ส่วนอาหารสุนัขมีรายได้จากการขายอยู่ที่ 739 ล้านบาท ลดลง 5.7% จากปีก่อน และลดลง 23.4% จากไตรมาสก่อน จากรูปแบบการสั่งซื้อของลูกค้าที่มีความสมดุลมากขึ้น ภายหลังไตรมาส 1 ปี 2569 ที่มีผลการดำเนินงานแข็งแกร่ง แม้ว่ารายได้จากการขายกลุ่มขนมสำหรับสัตว์เลี้ยงจะลดลง 14.0% จากไตรมาสก่อน แต่ยังคงเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีการเติบโตโดดเด่นที่สุดในไตรมาส 2 ปี 2569 โดยมีรายได้จากการขายอยู่ที่ 925 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 62.3% จากปีก่อน สะท้อนถึงความต้องการของผู้บริโภคปลายทางที่ยังคงอยู่ในระดับสูง การเติบโตดังกล่าวยังสอดคล้องกับแนวโน้มการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงเสมือนสมาชิกในครอบครัว โดยเจ้าของสัตว์เลี้ยงให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของสัตว์เลี้ยงมากขึ้น ส่งผลให้ขนมสำหรับสัตว์เลี้ยงที่มีคุณสมบัติเฉพาะด้านได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ขนมรูปแบบดั้งเดิม สำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์อื่น มีรายได้จากการขายอยู่ที่ 41 ล้านบาท ลดลง 52.3% จากปีก่อน และลดลง 30.5% จากไตรมาสก่อน โดยมีสาเหตุหลักจากการลดลงของรายได้จากการจำหน่ายเศษวัตถุดิบ (Scraps)

สำหรับงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 อาหารแมวยังคงเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์หลักที่สร้างรายได้จากการขายสูงสุด โดยมีรายได้จากการขาย 6,238 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4.2% จากปีก่อน ขณะที่อาหารสุนัขมีรายได้จากการขาย 1,704 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 17.4% จากปีก่อน แม้ว่ายอดขายในไตรมาส 2 ปี 2569 จะอ่อนตัวลงเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน กลุ่มขนมสำหรับสัตว์เลี้ยงมีรายได้จากการขาย 2,001 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 78.3% จากปีก่อน และยังคงเติบโตอย่างแข็งแกร่งจากความต้องการผลิตภัณฑ์ขนมสำหรับสัตว์เลี้ยงที่มีคุณสมบัติเฉพาะด้าน ซึ่งได้รับแรงสนับสนุนจากแนวโน้มการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงเสมือนสมาชิกในครอบครัว สำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์อื่น มีรายได้จากการขาย 100 ล้านบาท ลดลง 37.9% จากปีก่อน จาการรายได้จากการจำหน่ายเศษวัตถุดิบ (Scraps) ที่ลดลง



| แยกตามประเภทลูกค้า                  | ไตรมาส 2<br>ปี 2568 | ไตรมาส 1<br>ปี 2569 | ไตรมาส 2<br>ปี 2569 | %<br>เปลี่ยนแปลง<br>(เมื่อเทียบกับ<br>ไตรมาสก่อน) | %<br>เปลี่ยนแปลง<br>(เมื่อเทียบกับ<br>ปีก่อน) | งวด 6<br>เดือนแรก<br>ปี 2568 | งวด 6<br>เดือนแรก<br>ปี 2569 | %<br>เปลี่ยนแปลง<br>(เมื่อเทียบกับ<br>ปีก่อน) |
|-------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------|------------------------------|------------------------------|-----------------------------------------------|
| กลุ่มบริษัทอาหารสัตว์เลี้ยงระดับโลก | 50.4%               | 49.0%               | 47.4%               | -1.6%                                             | -3.0%                                         | 51.0%                        | 48.2%                        | -2.8%                                         |
| กลุ่มเจ้าของแบรนด์/ผู้นำเข้า        | 32.5%               | 28.8%               | 36.8%               | 8.0%                                              | 4.3%                                          | 32.7%                        | 32.7%                        | 0.0%                                          |
| กลุ่มสินค้าตราห้าง                  | 15.8%               | 21.3%               | 14.7%               | -6.6%                                             | -1.1%                                         | 15.1%                        | 18.1%                        | 3.0%                                          |
| กลุ่มแบรนด์ของบริษัท                | 1.3%                | 0.8%                | 1.1%                | 0.3%                                              | -0.2%                                         | 1.2%                         | 0.9%                         | -0.3%                                         |

ในไตรมาส 2 ปี 2569 สัดส่วนรายได้จากการขายยังคงเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางของกลุ่มผู้นำเข้าสินค้าแบรนด์ (Brand Importers) โดยเพิ่มขึ้น 4.3 จุดร้อยละจากปีก่อน และเพิ่มขึ้น 8.0 จุดร้อยละจากไตรมาสก่อน จากการได้มาซึ่งลูกค้าใหม่และความต้องการสินค้าที่เพิ่มขึ้นในหลายตลาด ส่งผลให้สัดส่วนรายได้จากการขายของกลุ่มบริษัทอาหารสัตว์เลี้ยงระดับโลกลดลง 3.0 จุดร้อยละจากปีก่อน ขณะที่สัดส่วนรายได้จากการขายของลูกค้ากลุ่มสินค้าตราห้าง (Private Label) ลดลง 1.1 จุดร้อยละจากปีก่อน

สำหรับงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 สัดส่วนรายได้จากการขายของลูกค้ากลุ่มสินค้าตราห้าง (Private Label) เพิ่มขึ้น 3.0 จุดร้อยละจากปีก่อน จากการได้รับลูกค้าและโครงการใหม่ในสหรัฐอเมริกาและยุโรป ขณะที่สัดส่วนรายได้จากการขายของกลุ่มบริษัทอาหารสัตว์เลี้ยงระดับโลกลดลง 2.8 จุดร้อยละจากปีก่อน

## ฐานะการเงิน

| (หน่วย: ล้านบาท)                                           | 31 ธันวาคม 2567 | 30 มิถุนายน 2568 | %เพิ่มขึ้น/(ลดลง) |
|------------------------------------------------------------|-----------------|------------------|-------------------|
| เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด                             | 6,489           | 3,703            | -42.9%            |
| เงินลงทุนระยะสั้น                                          | 4,000           | 6,667            | 66.7%             |
| ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น-สุทธิ                          | 3,766           | 4,775            | 26.8%             |
| สินค้าคงเหลือ-สุทธิ                                        | 4,338           | 4,369            | 0.7%              |
| เงินลงทุนในตราสารหนี้ที่วัดมูลค่าด้วยวิธีราคาทุนตัดจำหน่าย | 849             | 1,359            | 60.0%             |
| สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น                                     | 686             | 372              | -45.7%            |
| <b>รวมสินทรัพย์หมุนเวียน</b>                               | <b>20,127</b>   | <b>21,245</b>    | <b>5.6%</b>       |
| ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์-สุทธิ                              | 6,484           | 6,347            | -2.1%             |
| สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น                                  | 362             | 523              | 44.4%             |
| <b>รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</b>                            | <b>6,846</b>    | <b>6,870</b>     | <b>0.4%</b>       |
| <b>รวมสินทรัพย์</b>                                        | <b>26,973</b>   | <b>28,115</b>    | <b>4.2%</b>       |
| เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น                              | 2,235           | 2,687            | 20.2%             |
| หนี้สินหมุนเวียนอื่น                                       | 75              | 706              | 846.7%            |
| <b>รวมหนี้สินหมุนเวียน</b>                                 | <b>2,310</b>    | <b>3,393</b>     | <b>46.9%</b>      |
| ภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน                                | 680             | 710              | 4.4%              |
| หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น                                    | 157             | 223              | 42.4%             |
| <b>รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน</b>                              | <b>837</b>      | <b>933</b>       | <b>11.6%</b>      |
| <b>รวมหนี้สิน</b>                                          | <b>3,147</b>    | <b>4,326</b>     | <b>37.5%</b>      |
| <b>รวมส่วนของผู้ถือหุ้น</b>                                | <b>23,826</b>   | <b>23,788</b>    | <b>-0.2%</b>      |
| <b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>                      | <b>26,973</b>   | <b>28,114</b>    | <b>4.2%</b>       |

\* อาจมีการคลาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปัดจุดทศนิยม

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มี**สินทรัพย์รวม**จำนวน 28,115 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4.2% โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของ ลูกหนี้การค้า และลูกหนี้อื่น ตามการเติบโตของยอดขาย รวมถึงการเพิ่มขึ้นของ เงินลงทุนระยะสั้น และ เงินลงทุนในตราสารหนี้ ภายใต้การบริหารสภาพคล่องของบริษัทฯ ทั้งนี้ การเพิ่มขึ้นดังกล่าวถูกชดเชยบางส่วนจากการลดลงของ เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด อันเป็นผลจากการนำเงินลงทุนไป ลงทุนในตราสารทางการเงิน รวมถึงการลดลงของ สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น จากมูลค่าสินทรัพย์อนุพันธ์ที่ลดลง

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มี**หนี้สินรวม**จำนวน 4,326 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 37.5% โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของ เจ้าหนี้การค้าและ เจ้าหนี้อื่น ที่เกี่ยวข้องกับภาระผูกพันในการส่งคืนเงินคืนภาษีนำเข้าของสหรัฐฯ ให้แก่ลูกค้า รวมถึงการเพิ่มขึ้นของ หนี้สินหมุนเวียนอื่น ซึ่งส่วนใหญ่ เป็นผลจากหนี้สินอนุพันธ์ที่เพิ่มขึ้น

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มี**ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม**จำนวน 23,788 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อย 0.2% โดยมีสาเหตุหลักจากการจ่ายเงินปัน ผลสำหรับผลประกอบการปี 2568 ในเดือนเมษายน 2569 อย่างไรก็ตาม การลดลงดังกล่าวได้รับการชดเชยบางส่วนจากกำไรที่เกิดขึ้นจากการ ดำเนินงานในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2569

## งบกระแสเงินสด

| หน่วย: ล้านบาท                        | 30 มิถุนายน 2569 |
|---------------------------------------|------------------|
| เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดต้นงวด  | 6,489            |
| เงินสดสุทธิจากกิจกรรมการดำเนินงาน     | 1,769            |
| เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมการลงทุน     | (3,324)          |
| เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมการจัดหาเงิน | (1,368)          |
| รายการอื่น*                           | 138              |
| เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดสิ้นงวด | 3,703            |

หมายเหตุ\*: รายการอื่น หมายถึงกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนของเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดจำนวน 3,703 ล้านบาท ลดลง 42.9% จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยมีสาเหตุหลักจากการนำสภาพคล่องส่วนเกินไปลงทุนในสินทรัพย์ทางการเงิน ส่งผลให้มีกระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุนจำนวน 3,324 ล้านบาท ซึ่งประกอบด้วย เงินลงทุนระยะสั้นจำนวน 2,500 ล้านบาท และ เงินลงทุนในตราสารหนี้จำนวน 514 ล้านบาท นอกจากนี้ บริษัทฯ มีกระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงินจำนวน 1,368 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักจากการจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นแม้ว่าระดับเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดจะปรับลดลงจากสิ้นปี 2568 แต่บริษัทฯ ยังคงมีฐานะสภาพคล่องที่แข็งแกร่ง จากการถือครองเงินลงทุนระยะสั้นที่มีสภาพคล่องสูงในระดับที่เหมาะสม ซึ่งช่วยสนับสนุนความยืดหยุ่นในการบริหารสภาพคล่องและการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง

## อัตราส่วนทางการเงิน

| อัตราส่วนทางการเงิน                                          | ครึ่งปีแรก<br>ปี 2568 | ครึ่งปีแรก<br>ปี 2569 |
|--------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| <b>อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร</b>                    |                       |                       |
| อัตรากำไรขั้นต้น (%)                                         | 24.6%                 | 26.8%                 |
| อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (%)                                 | 14.0%                 | 16.1%                 |
| อัตรากำไรสุทธิ (%)                                           | 15.7%                 | 17.7%                 |
| อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (%)                                  | 13.3%                 | 14.0%                 |
| อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (%)                                | 12.5%                 | 12.9%                 |
| <b>อัตราส่วนสภาพคล่อง</b>                                    |                       |                       |
| อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)                                    | 8.1                   | 6.3                   |
| อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว (เท่า)                            | 6.1                   | 4.5                   |
| ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน)                                 | 71                    | 76                    |
| ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย (วัน)                                | 105                   | 109                   |
| ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย (วัน)                                 | 34                    | 35                    |
| <b>อัตราส่วนโครงสร้างทางการเงิน</b>                          |                       |                       |
| อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)                  | 0.1                   | 0.2                   |
| อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า) | 0.0                   | 0.0                   |
| อัตราส่วนความสามารถในการชำระดอกเบี้ย (เท่า)                  | 648.5                 | 438.2                 |
| <b>อัตราส่วนต่อหุ้น</b>                                      |                       |                       |
| กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน (บาท)                                 | 0.5                   | 0.6                   |
| มูลค่าทางบัญชีต่อหุ้น (บาท)                                  | 7.8                   | 7.9                   |

แนวโน้มผลประกอบการปี 2569 (อ้างอิงผลการดำเนินงานปกติ)

|                                               | ตามที่เคยประกาศ       | ปรับปรุงใหม่ |
|-----------------------------------------------|-----------------------|--------------|
| การเติบโตของยอดขายสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ        | 9 – 12%               | 17– 20%      |
| การเติบโตของยอดขายสกุลเงินบาท                 | 8 – 11%               | 14 – 17%     |
| อัตรากำไรขั้นต้น                              | 23 – 25%              |              |
| อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อยอดขาย | 9 – 10%               |              |
| รายการจ่ายการลงทุน                            | 1.0 พันล้านบาท        |              |
| นโยบายการจ่ายเงินปันผล                        | ในอัตราไม่ต่ำกว่า 50% |              |

Remarks:

- เป้าหมายทางการเงินปี 2569 ของบริษัท จัดทำขึ้นภายใต้สมมติฐานอัตราภาษีนำเข้าที่ 12.5% และประมาณการทางธุรกิจในปัจจุบัน ทั้งนี้ เป้าหมายดังกล่าวอาจเปลี่ยนแปลงได้ หากปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัท แตกต่างไปจากสมมติฐานที่กำหนดไว้
- แนวทางการดำเนินงาน (Guidance) นี้จัดทำขึ้นภายใต้สมมติฐาน อัตราแลกเปลี่ยน 32.5 บาทต่อเหรียญสหรัฐ โดยทุกการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน 1 บาทต่อเหรียญสหรัฐ คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัท ประมาณ 3.0%
- เนื่องจาก บริษัท เป็นสมาชิกของกลุ่มไทยยูเนียน ซึ่งมีรายได้รวมตามงบการเงินรวมมากกว่า 750 ล้านดอลลาร์ ในอย่างน้อย 2 จาก 4 ปีก่อนหน้า กลุ่มไทยยูเนียนจึงอยู่ภายใต้ข้อกำหนดการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ BEPS 2.0 Pillar Two โดยบริษัท คาดว่าเกณฑ์ดังกล่าวจะส่งผลให้อัตรากำไรที่แท้จริง (Effective Tax Rate) ของกลุ่มบริษัท อยู่ในช่วงประมาณ 5-7% ในปี 2569

### มุมมองของฝ่ายบริหาร

สำหรับช่วงครึ่งหลังของปี 2569 ฝ่ายบริหารยังคงติดตามพัฒนาการด้านการค้าระหว่างประเทศของสหรัฐอเมริกาอย่างใกล้ชิด รวมถึงความเป็นไปได้ของการเปลี่ยนแปลงมาตรการภาษีที่อาจส่งผลกระทบต่อส่งออกของไทย ตลอดจนพัฒนาการด้านภูมิรัฐศาสตร์ที่อาจส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานและค่าขนส่งทั่วโลก โดยสถานการณ์ห่วงโซ่อุปทานปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องจากช่วงที่ได้รับผลกระทบสูงสุดในช่วงไตรมาสที่ผ่านมา ขณะที่แรงกดดันด้านราคาวัตถุดิบเริ่มผ่อนคลายลง อย่างไรก็ตาม ความตึงเครียดในตะวันออกกลางยังคงเป็นปัจจัยความไม่แน่นอนสำหรับช่วงครึ่งหลังของปี 2569 ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงอยู่ในสถานะที่พร้อมรับมือผ่านการบริหารจัดการหาวัตถุดิบเชิงรุก การกระจายแหล่งจัดซื้อ และมาตรการบริหารต้นทุนอย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนความต่อเนื่องของการดำเนินธุรกิจและลดความผันผวนของต้นทุนวัตถุดิบ

ในด้านการดำเนินธุรกิจ ฝ่ายบริหารยังคงเชื่อมั่นต่อแนวโน้มการเติบโตของบริษัทฯ จากการขยายฐานลูกค้าอย่างต่อเนื่อง การเติบโตที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม และการเพิ่มสัดส่วนสินค้าพรีเมียมในตลาดสำคัญต่าง ๆ บริษัทฯ มีผลิตภัณฑ์ใหม่และโครงการเชิงพาณิชย์ร่วมกับบริษัทอาหารสัตว์เลี้ยงระดับโลกอยู่ในระดับสูง รวมถึงมีคำสั่งซื้อสินค้าวัตถุดิบที่อยู่ระหว่างเตรียมส่งมอบจำนวนมากสำหรับไตรมาสถัดไป ซึ่งช่วยเพิ่มความชัดเจนต่อแนวโน้มผลการดำเนินงานในระยะสั้น โดยตลาดสหรัฐอเมริกาคาดว่าจะยังคงเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของการเติบโต จากความแข็งแกร่งของกลุ่มอาหารสัตว์เลี้ยงชนิดเป็ดกระดับพรีเมียม โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์สโกล์โฮมเมด (Homestyle) และกลุ่มขนมสำหรับสัตว์เลี้ยง ขณะที่ตลาดยุโรปคาดว่าจะยังคงเติบโตได้ดีจากการขยายฐานลูกค้าและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ส่วนตลาดเอเชียและโอเชียเนีย แม้การแข่งขันด้านราคาจะยังคงมีอยู่ในบางตลาด แต่บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการเติบโตผ่านการขยายฐานลูกค้า การพัฒนานวัตกรรม และการดำเนินกลยุทธ์ทางการค้าอย่างมีประสิทธิภาพ โดยคาดว่าอัตราการเติบโตจะอยู่ในระดับต่ำกว่าสหรัฐอเมริกาและยุโรป

จากผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่งทั้งด้านการเติบโตของธุรกิจและการบริหารต้นทุน ฝ่ายบริหารได้ปรับเพิ่มเป้าหมายการเติบโตของรายได้จากการขายในสกุลเหรียญสหรัฐสำหรับปี 2569 เป็น 17-20% จากเป้าหมายเดิมที่ 9-12% ขณะที่ยังคงเป้าหมายอัตรากำไรขั้นต้นไว้ที่ 23-25% การปรับเพิ่มเป้าหมายดังกล่าวสะท้อนถึงความเชื่อมั่นของฝ่ายบริหารต่อความสามารถของบริษัทฯ ในการรักษาการเติบโตของธุรกิจ ควบคู่ไปกับการรักษาระดับความสามารถในการทำกำไรในช่วงเวลาที่เหลือของปี

สำหรับการลงทุน บริษัทฯ จะยังคงดำเนินการลงทุนเพื่อเพิ่มกำลังการผลิตอย่างรอบคอบ โดยสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่คาดว่าจะเกิดขึ้น พร้อมทั้งรักษาความยืดหยุ่นเพียงพอสำหรับรองรับความต้องการที่อาจสูงกว่าที่คาด การดำเนินการดังกล่าวมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้นวัตกรรม สนับสนุนการเติบโตในระยะยาว และรักษาความสามารถในการแข่งขันด้านต้นทุน



## ความยั่งยืน (SUSTAINABILITY)

### การอนุรักษ์ระบบนิเวศทางทะเลผ่านความร่วมมือกับชุมชน

บริษัทฯ ยังคงเดินหน้าส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเลอย่างต่อเนื่อง ผ่านความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ชุมชนท้องถิ่น และภาคเอกชน เพื่อร่วมฟื้นฟูและรักษาระบบนิเวศชายฝั่งของประเทศไทย ให้มีความอุดมสมบูรณ์อย่างยั่งยืน

เนื่องในโอกาส วันมหาสมุทรโลก (World Oceans Day) บริษัทฯ ได้เข้าร่วมกับไทยยูเนียนและพันธมิตรในพื้นที่จัดกิจกรรมเก็บขยะบริเวณป่าชายเลนในจังหวัดสมุทรสาคร โดยสามารถรวบรวมขยะได้รวมทั้งสิ้น 2,455 กิโลกรัม เพื่อช่วยลดผลกระทบต่อระบบนิเวศชายฝั่งและอนุรักษ์แหล่งที่อยู่อาศัยที่สำคัญของสัตว์น้ำและสิ่งมีชีวิตทางทะเล



### โครงการ ITC Love the Ocean: ร่วมใจรักษ์ทะเลไทย

บริษัทฯ ยังคงเดินหน้าดำเนินโครงการ “ITC Love the Ocean: ร่วมใจรักษ์ทะเลไทย” อย่างต่อเนื่อง โดยจัดกิจกรรมเก็บขยะทางทะเล ณ เกาะแมว จังหวัดสงขลา ซึ่งสามารถเก็บรวบรวมขยะได้เพิ่มเติมอีก 750 กิโลกรัม ความร่วมมือภายใต้โครงการดังกล่าว รวมถึงกิจกรรมด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเลอื่น ๆ ของบริษัทฯ มีส่วนช่วยในการฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพ ลดปัญหามลพิษทางทะเล และส่งเสริมการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมในระยะยาว ผ่านความร่วมมือระหว่างภาครัฐกิจ หน่วยงานภาครัฐ และชุมชนท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง

