

ที่ ผตพ. 115/ 2569

วันที่ 13 สิงหาคม 2569

เรื่อง ขี้แจงผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาสที่ 2 และงวด 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569

เรียน กรรมการและผู้จัดการ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท ผลิตภัณฑ์ตราเพชร จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (เรียกรวมกันว่า “กลุ่มบริษัท”) ขอชี้แจงผลการดำเนินงานตามงบการเงินรวมสำหรับไตรมาสที่ 2 และงวด 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 ดังนี้

กลุ่มบริษัทมีกำไรสุทธิสำหรับไตรมาสที่ 2 และงวด 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 จำนวน 136.32 ล้านบาท และ 279.83 ล้านบาท ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อนซึ่งมีกำไรสุทธิจำนวน 96.56 ล้านบาท และ 202.68 ล้านบาท ตามลำดับ สำหรับไตรมาสที่ 2 มีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 39.76 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 41.18 และสำหรับงวด 6 เดือน มีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 77.15 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 38.06

ทั้งนี้ รายละเอียดของการเปลี่ยนแปลงหรือผลกระทบที่เกิดขึ้นได้ชี้แจงไว้ในคำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ (MD&A) ที่แนบมานี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

ในนามบริษัท ผลิตภัณฑ์ตราเพชร จำกัด (มหาชน)

(นายสาธิต สุตบรรทัด)

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

สำนักงานเลขานุการบริษัท

โทรศัพท์ 036 224 171-8 ต่อ 314

โทรสาร 036 224 187



DIAMONDBrandOfficial



02 619 2333



www.dbp.co.th

สำนักงานสาขาที่ 1 : เลขที่ 408/163-165 อาคารสำนักงานพหลโยธินเพลส ชั้น 40 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ : 02 619 0742-4 โทรสาร : 02 619 0488

สำนักงานสาขาที่ 2 : เลขที่ 269 หมู่ที่ 3 ตำบลสำราญ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40000 โทรศัพท์ : 043 393 350 โทรสาร : 043 393 358

สำนักงานสาขาที่ 3 : เลขที่ 169-170 หมู่ที่ 4 ถนนมิตรภาพ ตำบลลาดบัวขาว อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี 18110 โทรศัพท์ : 036 224 171-8



บริษัท ผลิตภัณฑ์ตราเพชร จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและ การวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ

สำหรับผลการดำเนินงานไตรมาส 2 ปี 2569
สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569



ผลิตภัณฑ์คุณภาพ
เพื่อชีวิตที่ดีขึ้น



นวัตกรรม
เพื่ออนาคต



ใส่ใจสิ่งแวดล้อม
อย่างยั่งยืน



เติบโตไปด้วยกัน
ทุกภาคส่วน

บทสรุปผู้บริหาร



บริษัท ผลิตภัณฑ์ตราเพชร จำกัด (มหาชน) หรือ “DRT” ผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าระบบหลังคา ไม่สังเคราะห์และบอร์ดไฟเบอร์ซีเมนต์ บอร์ดตกแต่งผนัง อิฐมวลเบา บริการติดตั้งโครงหลังคาสำเร็จรูป กระเบื้องหลังคา พื้น บันได ผนัง พร้อมบริการติดตั้ง SPC Solutions และ ไม่สังเคราะห์ WPC แบบครบวงจร ภายใต้เครื่องหมายการค้า “ตราเพชร” มีประสบการณ์ยาวนานในธุรกิจกว่า 40 ปี มีเทคโนโลยีการผลิตทันสมัย เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และได้รับการรับรองระบบมาตรฐาน ISO9001:2015, ISO14001:2015 และ ISO45001:2018 จากสถาบัน BSI Group (Thailand) Co., Ltd. รวมถึงได้รับเครื่องหมายมาตรฐานอุตสาหกรรม (มอก.) จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งยืนยันถึงคุณภาพสินค้า ตลอดจนมีการบริหารจัดการภายในโรงงานที่มีประสิทธิภาพ ภายใต้วิสัยทัศน์ “เป็นทางเลือกที่ดีกว่าด้านวัสดุก่อสร้างและบริการ”



ในไตรมาส 2 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงาน 1,245.9 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 28.0 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.3 เมื่อเทียบกับไตรมาส 2 ปี 2568 โดยมีรายได้จากในประเทศ 1,052.4 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 71.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 7.3 รายได้จากต่างประเทศ 193.4 ล้านบาท ปรับตัวลดลง 43.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 18.4 และมีกำไรสุทธิ 136.3 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 39.8 ล้านบาท หรือร้อยละ 41.2 การเติบโตของรายได้ภายในประเทศได้รับแรงสนับสนุนจากยอดขายผ่านกลุ่มลูกค้าตัวแทนจำหน่าย (Agent) โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์กระเบื้องหลังคาไฟเบอร์ซีเมนต์และผลิตภัณฑ์ไม่สังเคราะห์และบอร์ด รวมถึงยอดขายอิฐมวลเบาผ่านกลุ่มลูกค้าโครงการ (Project) สะท้อนความสามารถในการรักษาฐานลูกค้า ขยายตลาด และผลักดันสินค้าที่มีอัตรากำไรสูง สำหรับตลาดต่างประเทศ แม้รายได้ยังได้รับผลกระทบจากข้อจำกัดด้านการขนส่งผ่านด่านชายแดนในประเทศกัมพูชา ข้อจำกัดด้านการนำเข้าในประเทศเมียนมา และการแข่งขันด้านราคาในตลาดเวียดนามและฟิลิปปินส์ บริษัทฯ ได้ปรับกลยุทธ์โดยกระจายความเสี่ยงไปยังตลาดที่มีศักยภาพ เร่งขยายยอดขายในประเทศลาว ปรับรูปแบบการขนส่งบางส่วนเป็นทางเรือ และทบทวนกลยุทธ์ด้านราคาเพื่อรักษาฐานลูกค้าและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ควบคู่กับการบริหารจัดการกลุ่มสินค้า การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และการควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ



สำหรับปี 2569 บริษัทฯ คาดว่าอุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์ยังคงเผชิญความท้าทายจากภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวอย่างจำกัด ภาระหนี้ครัวเรือน ความเข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อ และความผันผวนของต้นทุนพลังงานและการขนส่ง ขณะที่แนวโน้มการเปิดตัวโครงการที่อยู่อาศัยใหม่ในช่วงครึ่งปีหลังยังทรงตัว อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงตั้งเป้าเติบโตจากความแข็งแกร่งของช่องทางจัดจำหน่ายหลักทั้ง 4 ช่องทาง ได้แก่ กลุ่มร้านค้าตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ก่อสร้าง (Agent) กลุ่มลูกค้าโครงการ (Project) กลุ่มลูกค้าช่องทางโมเดิร์นเทรด (Modern Trade) และตลาดต่างประเทศ ควบคู่กับการทำตลาดเชิงรุกในกลุ่มซ่อมแซม ต่อเติม และปรับปรุงที่อยู่อาศัย รวมถึงการเจาะพื้นที่ที่มีการขยายตัวของเมือง อุตสาหกรรม และโครงสร้างพื้นฐาน พร้อมกันนี้ บริษัทฯ เดินหน้าสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันผ่านการยกระดับการให้บริการแบบครบวงจร ครอบคลุมสินค้า บริการ และการจัดส่ง เพื่อความสะดวกแก่ลูกค้า รวมถึงการเติบโตจากกลุ่มสินค้า OEM และกลุ่มสินค้า Diamond Well-being ซึ่งตอบโจทย์แนวโน้มการอยู่อาศัยที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตมากยิ่งขึ้น สะท้อนทิศทาง การดำเนินธุรกิจที่มุ่งสร้างมูลค่าเพิ่มและความยั่งยืนในระยะยาวของบริษัทฯ

สรุปผลการดำเนินงาน	Q2/68	Q1/69	Q2/69	เปลี่ยนแปลง +/-		1H/68	1H/69	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากการดำเนินงาน	1,217.9	1,273.9	1,245.9	2.3%	(2.2%)	2,577.4	2,519.8	(2.2%)
กำไรขั้นต้น	286.0	330.9	328.4	14.8%	(0.7%)	586.9	659.3	12.3%
EBIT	119.2	175.3	165.4	38.7%	(5.7%)	250.0	340.7	36.3%
EBITDA	191.8	249.7	241.0	25.7%	(3.5%)	398.8	490.8	23.1%
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	96.6	143.5	136.3	41.2%	(5.0%)	202.7	279.8	38.1%
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	23.5%	26.0%	26.4%	2.9%	0.4%	22.8%	26.2%	3.4%
อัตรา EBIT (%)	9.8%	13.8%	13.3%	3.5%	(0.5%)	9.7%	13.5%	3.8%
อัตรา EBITDA (%)	15.7%	19.6%	19.3%	3.6%	(0.3%)	15.5%	19.5%	4.0%
อัตรากำไร (ขาดทุน) สุทธิ (%)	7.9%	11.3%	10.9%	3.0%	(0.3%)	7.9%	11.1%	3.2%

หมายเหตุ: อาจมีการคาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปัดจุดทศนิยม



Q2/2569 vs Q2/2568

- ในไตรมาส 2 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มี**รายได้จากการดำเนินงาน** 1,245.9 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 28.0 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.3 จากไตรมาส 2 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเติบโตของรายได้จากการขายสินค้าภายในประเทศ ซึ่งได้รับแรงสนับสนุนจากยอดขายผ่านกลุ่มลูกค้าตัวแทนจำหน่าย (Agent) โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์ไม้สังเคราะห์และบอร์ด รวมถึงยอดขายผลิตภัณฑ์อิมมูโนโลยีผ่านกลุ่มลูกค้าโครงการ (Project) ที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม รายได้จากการขายสินค้าต่างประเทศปรับตัวลดลง โดยมีสาเหตุหลักจากคำสั่งซื้อในประเทศกัมพูชาที่ชะลอตัวจากข้อจำกัดด้านการขนส่งผ่านด่านชายแดน ประกอบกับข้อจำกัดด้านการขอใบอนุญาตนำเข้าในประเทศเมียนมา การแข่งขันจากสินค้าทดแทนจากประเทศจีนในตลาดเวียดนาม และการแข่งขันด้านราคาที่รุนแรงขึ้นในประเทศฟิลิปปินส์ จากการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่และสินค้านำเข้าจากประเทศอินโดนีเซีย ทั้งนี้ รายได้จากประเทศลาวยังคงปรับตัวเพิ่มขึ้นจากการเร่งขยายตลาดเพื่อชดเชยผลกระทบจากประเทศกัมพูชา
- อัตรากำไรขั้นต้น** อยู่ที่ร้อยละ 26.4 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 23.5 ในไตรมาส 2 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากกลยุทธ์การบริหารจัดการกลุ่มสินค้าของบริษัทฯ ซึ่งมุ่งเพิ่มสัดส่วนการขายสินค้าที่มีอัตรากำไรสูง ประกอบกับความสามารถในการบริหารจัดการต้นทุนขายและบริการอย่างมีประสิทธิภาพ การเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต และการดำเนินงานของโรงงานผลิตแห่งใหม่ที่มีประสิทธิภาพสูง ซึ่งช่วยสนับสนุนความสามารถในการทำกำไร
- กำไรสุทธิ** มีมูลค่า 136.3 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 39.8 ล้านบาท หรือร้อยละ 41.2 เมื่อเทียบกับไตรมาส 2 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของกำไรขั้นต้น ประกอบกับค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารโดยรวมที่ปรับตัวลดลง โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายในการบริหาร



Q2/2569 vs Q1/2569

- ในไตรมาส 2 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มี**รายได้จากการดำเนินงาน** 1,245.9 ล้านบาท ปรับตัวลดลง 28.0 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.2 เมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ปี 2569 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการชะลอตัวของรายได้จากการขายสินค้าภายในประเทศ โดยเฉพาะยอดขายผ่านกลุ่มลูกค้าโครงการ (Project) จากต้นทุนวัตถุดิบก่อสร้างที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับความเข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อของสถาบันการเงิน ส่งผลให้ผู้พัฒนาโครงการบางส่วนชะลอการก่อสร้างและการสั่งซื้อสินค้า รวมถึงยอดขายผ่านกลุ่มลูกค้าตัวแทนจำหน่าย (Agent) ที่ลดลงตามการชะลอตัวของกิจกรรมก่อสร้าง ขณะที่ยอดขายผ่านช่องทางโมเดิร์นเทรด (Modern Trade) ปรับตัวเพิ่มขึ้นและช่วยชดเชยผลกระทบได้บางส่วน ทั้งนี้ รายได้จากผลิตภัณฑ์อิมมูโนโลยี โครงสร้าง และสินค้า OEM ปรับตัวลดลง ขณะที่ผลิตภัณฑ์ไม้สังเคราะห์และบอร์ดยังคงเติบโตจากไตรมาสก่อนหน้า สำหรับรายได้จากการขายสินค้าต่างประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้นจากคำสั่งซื้อในประเทศเมียนมา เวียดนาม และจีน รวมถึงการทยอยรับรู้รายได้จากประเทศกัมพูชา ภายหลังบริษัทฯ ปรับรูปแบบการขนส่งเป็นทางเรือ
- อัตรากำไรขั้นต้น** อยู่ที่ร้อยละ 26.4 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 26.0 ในไตรมาส 1 ปี 2569 แม้ว่ากำไรขั้นต้นจะลดลงเล็กน้อยตามรายได้จากการดำเนินงาน โดยมีสาเหตุหลักมาจากกลยุทธ์การบริหารจัดการกลุ่มสินค้าของบริษัทฯ ซึ่งมุ่งเพิ่มสัดส่วนการขายสินค้าที่มีอัตรากำไรสูง ประกอบกับความสามารถในการบริหารจัดการต้นทุนขายและบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ การเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต และการดำเนินงานของโรงงานผลิตแห่งใหม่ที่มีประสิทธิภาพสูง ซึ่งช่วยสนับสนุนความสามารถในการทำกำไร
- กำไรสุทธิ** มีมูลค่า 136.3 ล้านบาท ปรับตัวลดลง 7.2 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.0 เมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ปี 2569 โดยมีสาเหตุหลักมาจากรายได้จากการดำเนินงานที่ปรับตัวลดลง ประกอบกับค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารที่เพิ่มขึ้นจากเงินเดือนและสวัสดิการภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างประจำปี ค่าใช้จ่ายจัดประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี และค่าน้ำมันเชื้อเพลิงจากราคาน้ำมันปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อน



1H/2569 vs 1H/2568

- ในงวดครึ่งปีแรก ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงาน 2,519.8 ล้านบาท ปรับตัวลดลง 57.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.2 จากงวดครึ่งปีแรก ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการลดลงของรายได้จากการขายสินค้าภายนอกประเทศ แม้ว่ารายได้จากการขายสินค้าภายในประเทศจะปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยรายได้ภายในประเทศได้รับแรงสนับสนุนจากยอดขายผ่านกลุ่มลูกค้าตัวแทนจำหน่าย (Agent) และกลุ่มลูกค้าโครงการ (Project) รวมถึงการเพิ่มขึ้นของยอดขายผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าเบอร์ซีเมนต์ ผลิตภัณฑ์ไม้สังเคราะห์และบอร์ด และรายได้ค่าบริการ ซึ่งช่วยชดเชยยอดขายผ่านช่องทางโมเดิร์นเทรด (Modern Trade) ที่ปรับตัวลดลงจากการบริหารระดับสินค้าคงคลังของลูกค้าอย่างระมัดระวังมากขึ้น ขณะที่รายได้จากต่างประเทศลดลงจากคำสั่งซื้อในประเทศกัมพูชาที่ชะลอตัวจากข้อจำกัดด้านการขนส่งผ่านด่านชายแดน ประกอบกับข้อจำกัดด้านใบอนุญาตนำเข้าในประเทศเมียนมา การแข่งขันจากสินค้าทดแทนจากประเทศจีนในตลาดเวียดนาม และการแข่งขันด้านราคาที่สูงขึ้นในประเทศฟิลิปปินส์ อย่างไรก็ตามรายได้จากประเทศลาวปรับตัวเพิ่มขึ้นจากการดำเนินกลยุทธ์เชิงรุกเพื่อขยายตลาดและชดเชยผลกระทบจากประเทศกัมพูชา
- **อัตรากำไรขั้นต้น** อยู่ที่ร้อยละ 26.2 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 22.8 ในงวดครึ่งปีแรก ปี 2568 โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักจากกลยุทธ์การบริหารจัดการกลุ่มสินค้าของบริษัทฯ ซึ่งมุ่งเน้นการเพิ่มสัดส่วนการขายสินค้าที่มีอัตรากำไรสูงมากขึ้น ประกอบกับความสามารถของบริษัทฯ ในการบริหารจัดการต้นทุนขายและบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ แม้ว่ารายได้จากการดำเนินงานจะปรับตัวลดลง นอกจากนี้ การเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตและการดำเนินงานของโรงงานผลิตแห่งใหม่ที่มีประสิทธิภาพสูง ยังช่วยลดต้นทุนการผลิตและสนับสนุนความสามารถในการทำกำไร
- **กำไรสุทธิ** มีมูลค่า 279.8 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 77.1 ล้านบาท หรือร้อยละ 38.1 เมื่อเทียบกับ งวดครึ่งปีแรก ปี 2568 โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของกำไรขั้นต้น ประกอบกับค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารที่ปรับตัวลดลง โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายด้านสื่อและอุปกรณ์ส่งเสริมการขาย รวมถึงค่าใช้จ่ายในการดำเนินการพิธีการส่งออกที่ลดลงตามรายได้จากการขายสินค้าต่างประเทศ



เหตุการณ์สำคัญ



01 DRT เดินหน้าทำตลาดเชิงรุก รับโอกาสครึ่งปีหลัง

DRT มุ่งบริหารต้นทุน การผลิต และการจัดส่งอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมเสริมความพร้อมด้านสินค้า บริการ และช่องทางจำหน่าย เพื่อผลักดันผลการดำเนินงานให้เติบโตตามเป้าหมาย โดยในครึ่งปีหลังบริษัทฯ จะเน้นตลาดซ่อมแซม ต่อเติม และปรับปรุงที่อยู่อาศัย รวมถึงขยายตลาดใหม่ เช่น วัดและศาสนสถาน อาคารพาณิชย์ หลังคาโรงจอดรถ และ Solar Rooftop ผ่านพันธมิตร Emerald, AIR ROOF และโซลูชัน Solar Mounting เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่และตอกย้ำการเป็น One-Stop Solution Provider.



02 DRT รุกตลาดรีโนเวทครบวงจร ชู Roof Solutions และ SPC Solutions

บริษัทฯ เดินหน้าขยายตลาดรีโนเวทเพื่อรองรับภาวะการเปิดตัวโครงการก่อสร้างใหม่ที่กำลังชะลอตัว โดยนำเสนอ Total Solutions ผ่านบริการ Roof Solutions สำหรับงานเปลี่ยนและปรับปรุงหลังคา และ SPC Solutions สำหรับติดตั้งพื้น ผนัง และบันไดแบบครบวงจร มุ่งเจาะกลุ่มโรงแรม รีสอร์ท อาคารสำนักงาน และบ้านพักอาศัยในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ด้วยจุดแข็งด้านคุณภาพ ความน่าเชื่อถือของแบรนด์ ทีมช่างผู้เชี่ยวชาญ การส่งมอบงานตรงเวลา และราคาที่โปร่งใส พร้อมรุกตลาดต่อเนื่องผ่านงานบ้านและสวนแฟร์ ช่วงปลายปี 2569 เพื่อขยายฐานลูกค้าและสนับสนุนการเติบโตของรายได้ตามเป้าหมาย



03 DRT อนุมัติปันผล 0.14 บาทต่อหุ้น เดินหน้ากลยุทธ์ One-Stop Solution

ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2569 มีมติอนุมัติจ่ายเงินปันผลงวดครึ่งปีหลังปี 2568 ในอัตรา 0.14 บาทต่อหุ้น กำหนดจ่ายวันที่ 15 พฤษภาคม 2569 สะท้อนความมุ่งมั่นในการสร้างผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นอย่างสม่ำเสมอ พร้อมเดินหน้าผลักดันการเติบโตของรายได้ร้อยละ 2-5 ผ่านการยกระดับสู่การเป็น Fully Integrated One-Stop Solution Provider การขยายกลุ่มสินค้าและบริการ การพัฒนานวัตกรรม Diamond Well-being การเข้าถึงลูกค้าครบทุกช่องทาง และการวางรากฐานสู่การเป็น Regional Player ในอนาคต

DRT กับกลยุทธ์ทางธุรกิจ

3. สร้างความต่างด้วยนวัตกรรม Well-being

- ยกระดับจากความแข็งแรง สู่การสร้างสุขภาวะที่ดีของผู้อยู่อาศัย
- ชูจุดเด่นลดเสียง ลดร้อน ลดชื้น และลดค่าบำรุงรักษา

4. พัฒนาช่องทางขายครอบคลุม

- เชื่อม Online และ Offline ให้เข้าถึงลูกค้าทุกกลุ่ม
- เสริม Digital Showroom, Modern Trade, Agent และ Project

2. ขยายตลาดด้วย OEM เชิงกลยุทธ์

- ใช้ OEM เจาะตลาดใหม่และกลุ่มงานเฉพาะทาง
- ขยายสู่บ้านระดับบน วัด โรงแรม รีสอร์ท อาคารสูง และงานต่อเติม

1. บูรณาการสินค้าและบริการครบวงจร

- ยกระดับจากผู้ขายสินค้าเป็น ผู้ให้บริการโซลูชันครบวงจร
- เชื่อมสินค้า บริการติดตั้ง ซ่อมแซม และจัดส่งให้ตอบโจทย์ลูกค้า

5. การตลาดเชิงรุกเพื่อสร้าง Brand Trust

- สื่อสารต่อเนื่องผ่านคอนเทนต์ สื่อดิจิทัล และ Influencer
- ตอกย้ำภาพลักษณ์แบรนด์ด้วยสื่อก่อสร้างครบวงจร

6. สร้างความคุ้มค่าด้านต้นทุนระยะยาว

- ชูสินค้าที่ช่วยลดค่าแรง วัสดุ และเวลา
- แข่งขันด้วย Total Cost Advantage ไม่ใช่ราคาขายเท่านั้น



DRT กับทิศทางการเติบโต

+2-5% CAGR



ผู้ให้บริการโซลูชันแบบครบวงจร อย่างเต็มรูปแบบ

- ครอบคลุมสินค้า บริการติดตั้ง การจัดส่ง และบริการหลังการขาย
- ยกระดับ Roof Solutions, Diamond Roof Restoration/Replacement และ SPC Solutions
- เสริมบริการส่งมอบตรงเวลาและ Next-day delivery ภายใน 300 กิโลเมตร
- ลดความซับซ้อนให้ลูกค้าด้วยโซลูชัน ครบวงจรจาก DRT



2569-2570



ผู้นำระดับภูมิภาคที่มั่นคงและยั่งยืน

- มีสถานะที่แข็งแกร่งใน ตลาดต่างประเทศ
- เติบโตไปพร้อมกับโครงการใหม่ๆ ในประเทศ
 - โครงการภาคเอกชน
 - โครงการภาครัฐ



2571

DRT กับการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน (ESG)

ได้รับรางวัล 5 ดาว
กลุ่มดีเลิศ (Excellent) ประจำปี 2568



ได้รับรางวัลประเมินคุณภาพ AGM
ปี 2568 เท่ากับ 100 คะแนน (ดีเลิศ)



สมาคมส่งเสริมพลังทุนไทย
THAI INVESTORS ASSOCIATION



ได้รับรองการต่ออายุเป็น
สมาชิกของแนวร่วมปฏิบัติ
ของภาคเอกชนไทยในการ
ต่อต้านทุจริต (CAC)
ครั้งที่ 3 ปี 2567



ได้รับมอบรางวัล CAC
Change Agent
Award 2568



ได้รับ ESG-100 เป็นองค์กรที่มี
ความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม
และมีธรรมาภิบาลประจำปี 2569 รวมเป็น
ระยะเวลา 9 ปี



ได้รับรางวัล "หุ้นยั่งยืน" (THSI)
ต่อเนื่องเป็นปีที่ 9 ตั้งแต่ปี 2560 -2565
และในปี 2566 - 2568 ตลาดหลักทรัพย์ฯ
เปลี่ยนแปลงชื่อจาก THSI เป็น SET ESG
Ratings โดยบริษัทฯ ได้รับการจัดอันดับ
AA ในกลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง



บริษัทฯ ได้รับมอบ
ประกาศนียบัตรเครื่องหมายรับรอง
ฉลากคาร์บอน ประเภทเครื่องหมาย
Carbon Footprint for Organization:
CFO

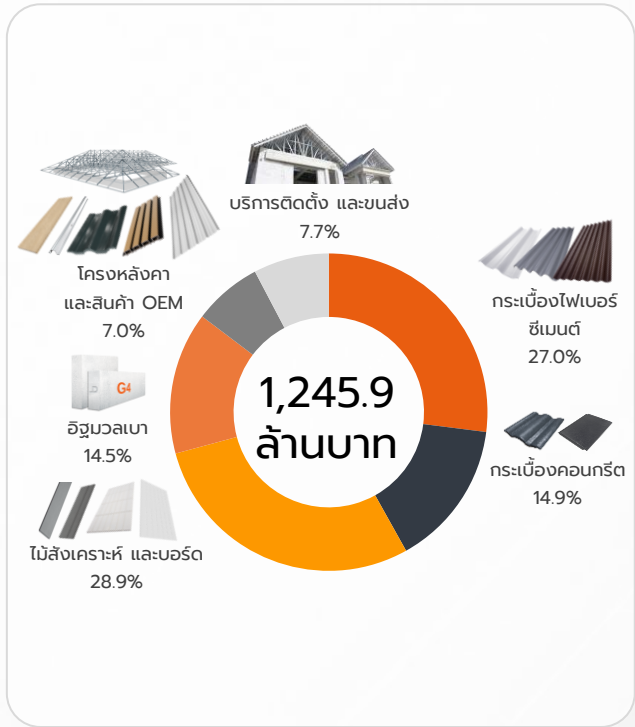
ผลประกอบการ

ภาพรวมผลประกอบการ	Q2/68	Q1/69	Q2/69	เปลี่ยนแปลง +/-		1H/68	1H/69	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากการดำเนินงาน	1,217.9	1,273.9	1,245.9	2.3%	(2.2%)	2,577.4	2,519.8	(2.2%)
ต้นทุนขาย	931.9	943.0	917.4	(1.5%)	(2.7%)	1,990.6	1,860.4	(6.5%)
กำไรขั้นต้น	286.0	330.9	328.4	14.8%	(0.7%)	586.9	659.3	12.3%
รายได้อื่น	6.0	3.1	4.5	(23.6%)	45.9%	7.8	7.7	(1.8%)
ค่าใช้จ่ายในการขาย	(36.4)	(34.7)	(36.6)	0.5%	5.6%	(75.3)	(71.3)	(5.3%)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(136.3)	(124.0)	(131.0)	(3.9%)	5.6%	(269.4)	(255.0)	(5.3%)
ต้นทุนทางการเงิน	(3.3)	(5.5)	(4.5)	36.6%	(18.7%)	(6.2)	(10.0)	60.7%
กำไร (ขาดทุน) ก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	115.9	169.8	160.9	38.8%	(5.3%)	243.7	330.7	35.7%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(19.3)	(26.3)	(24.5)	27.0%	(6.6%)	(41.0)	(50.8)	23.8%
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	96.6	143.5	136.3	41.2%	(5.0%)	202.7	279.8	38.1%

หมายเหตุ: อาจมีการคาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปัดจุดทศนิยม

โครงสร้างรายได้จากการดำเนินงานประจำไตรมาส 2 ปี 2569

แบ่งตามกลุ่มผลิตภัณฑ์

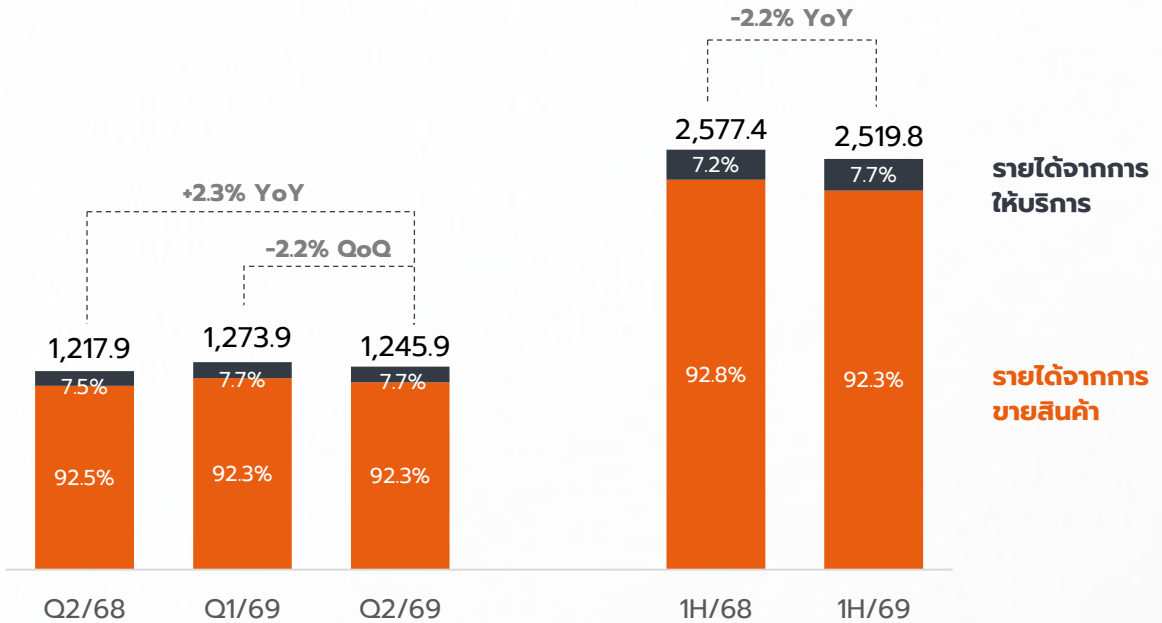


แบ่งตามกลุ่มประเทศและช่องทางจัดจำหน่าย



รายได้จากการดำเนินงาน

หน่วย: ล้านบาท, %



Q2/2569 vs Q2/2568

ในไตรมาส 2 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงาน 1,245.9 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 28.0 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.3 เมื่อเทียบกับไตรมาส 2 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักดังต่อไปนี้:

- รายได้จากการขายสินค้าภายในประเทศ** ในไตรมาส 2 ปี 2569 มีมูลค่า 1,052.4 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 71.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 7.3 โดยมีสาเหตุหลักมาจาก 1) การปรับตัวเพิ่มขึ้นของยอดขายผ่านกลุ่มลูกค้าตัวแทนจำหน่าย (Agent) โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์กระเบื้องหลังคาไฟเบอร์ซีเมนต์ และผลิตภัณฑ์ไม้สังเคราะห์และบอร์ด และ 2) การปรับตัวเพิ่มขึ้นของยอดขายผลิตภัณฑ์อิฐมวลเบาผ่านกลุ่มลูกค้าโครงการ (Project) สะท้อนถึงความสามารถของบริษัทฯ ในการบริหารช่องทางจำหน่ายและผลักดันยอดขายผลิตภัณฑ์หลักได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- รายได้จากการขายสินค้าภายนอกประเทศ** ในไตรมาส 2 ปี 2569 มีมูลค่า 193.4 ล้านบาท ปรับตัวลดลง 43.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 18.4 โดยมีสาเหตุหลักมาจาก 1) รายได้จากประเทศกัมพูชาที่ปรับตัวลดลงอย่างมีนัยสำคัญ จากข้อจำกัดด้านการขนส่งผ่านด่านชายแดน ส่งผลให้คำสั่งซื้อและการส่งมอบสินค้าชะลอตัว โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์กระเบื้องหลังคาคอนกรีตและผลิตภัณฑ์ไม้สังเคราะห์และบอร์ด ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ปรับแผนการดำเนินงานโดยเปลี่ยนช่องทางการจัดส่งบางส่วนเป็นทางเรือ เพื่อบรรเทาผลกระทบและรักษาความต่อเนื่องทางธุรกิจ 2) รายได้จากประเทศเมียนมาที่ปรับตัวลดลงจากข้อจำกัดในการขออนุญาตนำเข้าสินค้าจากภาครัฐ ซึ่งส่งผลต่อคำสั่งซื้อและการส่งมอบสินค้า 3) รายได้จากประเทศเวียดนามที่ได้รับแรงกดดันจากการแข่งขันของสินค้าทดแทนจากประเทศจีน และ 4) รายได้จากประเทศฟิลิปปินส์ที่ปรับตัวลดลงจากการแข่งขันด้านราคาที่รุนแรงขึ้น ภายหลังมีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาเปิดโรงงานในประเทศ ประกอบกับแรงกดดันจากสินค้านำเข้าจากประเทศอินโดนีเซีย ขณะเดียวกัน รายได้จากประเทศลาวปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 25.7 จากการเร่งผลักดันยอดขายเพื่อชดเชยผลกระทบจากตลาดกัมพูชา รวมถึงการขยายการจำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มอื่นเพิ่มเติมนอกเหนือจากสินค้าหลัก ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังคงดำเนินกลยุทธ์กระจายความเสี่ยงด้านตลาด โดยมุ่งเพิ่มยอดขายในประเทศลาว ควบคู่กับการฟื้นฟูฐานลูกค้าเดิมในประเทศเวียดนามและฟิลิปปินส์ผ่านกลยุทธ์ด้านราคาที่สามารถแข่งขันได้ ตลอดจนการเสริมความแข็งแกร่งของช่องทางจำหน่ายภายใต้แบรนด์ของบริษัทฯ และการรุกขยายตลาดและสร้างการเติบโตของยอดขายจากกลุ่มสินค้า OEM



Q2/2569 vs Q1/2569

ในไตรมาส 2 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงาน 1,245.9 ล้านบาท ปรับตัวลดลง 28.0 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.2 เมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ปี 2569 โดยมีสาเหตุหลักดังต่อไปนี้:

- **รายได้จากการขายสินค้าภายในประเทศ** ในไตรมาส 2 ปี 2569 มีมูลค่า 1,052.4 ล้านบาท ปรับตัวลดลง 32.1 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.0 โดยมีสาเหตุหลักมาจาก 1) ยอดขายผ่านกลุ่มลูกค้าโครงการ (Project) ปรับตัวลดลง เนื่องจากต้นทุนวัตถุดิบก่อสร้างที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับความเข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อของสถาบันการเงิน ส่งผลให้ผู้พัฒนาโครงการบางส่วนชะลอการก่อสร้าง และการสั่งซื้อสินค้าในไตรมาส 2 และ 2) ยอดขายผ่านกลุ่มลูกค้าตัวแทนจำหน่าย (Agent) ปรับตัวลดลงตามการชะลอตัวของกิจกรรมก่อสร้างและปัจจัยด้านฤดูกาล อย่างไรก็ตาม ยอดขายผ่านช่องทางโมเดิร์นเทรด (Modern Trade) ปรับตัวเพิ่มขึ้น ช่วยชดเชยการลดลงของรายได้จากช่องทางดังกล่าวได้บางส่วน จากการปรับราคาขายให้สอดคล้องกับต้นทุนวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น ควบคู่กับการรุกขยายโครงการในพื้นที่ภาคใต้ซึ่งมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการผลักดันยอดขายสินค้า OEM ผ่านทุกช่องทางจัดจำหน่าย
- **รายได้จากการขายสินค้าภายนอกประเทศ** ในไตรมาส 2 ปี 2569 มีมูลค่า 193.4 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 4.1 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.2 โดยมีสาเหตุหลักมาจาก 1) การปรับตัวเพิ่มขึ้นของคำสั่งซื้อจากประเทศเมียนมา เวียดนาม และจีน จากการปรับกลยุทธ์การขายเพื่อชดเชยผลกระทบจากประเทศกัมพูชา และ 2) การปรับตัวเพิ่มขึ้นของคำสั่งซื้อจากประเทศกัมพูชา จากบริษัทฯ ปรับแผนการดำเนินงานโดยเปลี่ยนช่องทางการจัดส่งเป็นทางเรือ เพื่อลดผลกระทบจากข้อจำกัดด้านการขนส่งผ่านด่านชายแดนและรักษาความต่อเนื่องทางธุรกิจ ส่งผลให้เริ่มมีการส่งมอบสินค้าและรับรู้รายได้จากประเทศกัมพูชาเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังคงดำเนินกลยุทธ์ในการกระจายตลาดส่งออกและขยายการเข้าถึงตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเสริมความแข็งแกร่งของช่องทางการจัดจำหน่ายภายใต้แบรนด์ของตนเอง ควบคู่กับการรุกขยายตลาดและสร้างการเติบโตของยอดขายจากกลุ่มสินค้า OEM



1H/2569 vs 1H/2568

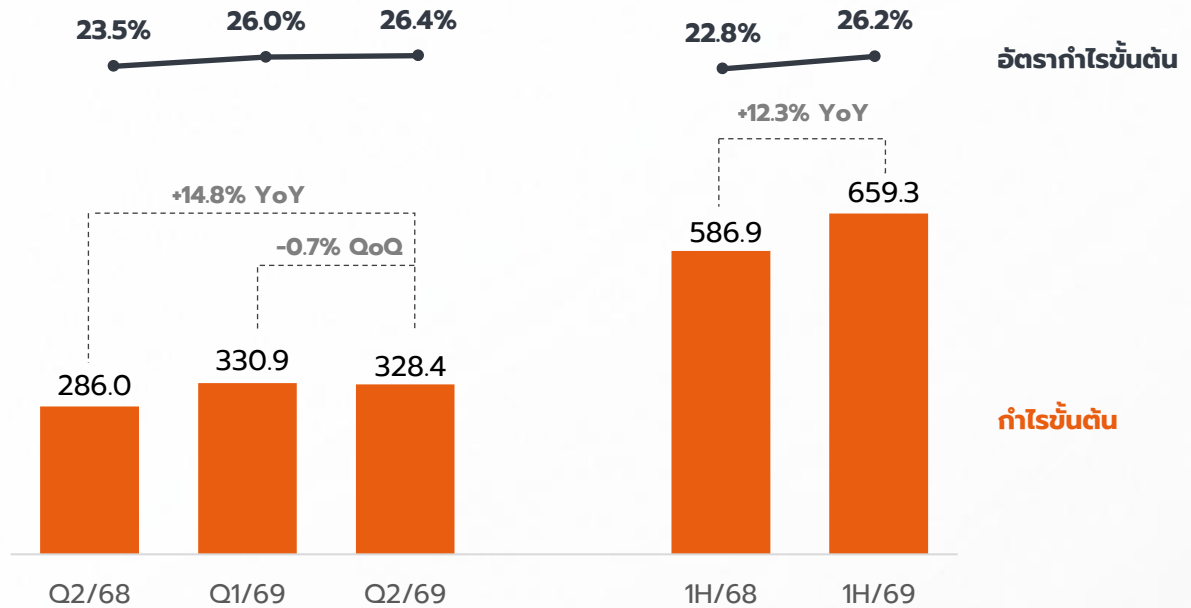
ในงวดครึ่งปีแรก ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงาน 2,519.8 ล้านบาท ปรับตัวลดลง 57.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.2 เมื่อเทียบกับงวดครึ่งปีแรก ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักดังต่อไปนี้:

- **รายได้จากการขายสินค้าภายในประเทศ** ในงวดครึ่งปีแรก ปี 2569 มีมูลค่า 2,137.0 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 48.1 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.3 โดยมีสาเหตุหลักมาจาก 1) การปรับตัวเพิ่มขึ้นของยอดขายผ่านกลุ่มลูกค้าตัวแทนจำหน่าย (Agent) และกลุ่มลูกค้าโครงการ (Project) จากการขยายฐานลูกค้าและการผลักดันยอดขายไปยังโครงการก่อสร้างทั้งภาคเอกชนและภาครัฐ ซึ่งช่วยชดเชยยอดขายผ่านกลุ่มลูกค้าช่องทางโมเดิร์นเทรด (Modern Trade) ที่ปรับตัวลดลงจากการบริหารระดับสินค้าคงคลังของลูกค้าอย่างระมัดระวังมากขึ้น และ 2) การปรับตัวเพิ่มขึ้นของรายได้จากผลิตภัณฑ์ไม้สังเคราะห์และบอร์ด กระเบื้องหลังคาไฟเบอร์ซีเมนต์ และรายได้ค่าบริการ
- **รายได้จากการขายสินค้าภายนอกประเทศ** ในงวดครึ่งปีแรก ปี 2569 มีมูลค่า 382.7 ล้านบาท ปรับตัวลดลง 105.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 21.6 โดยมีสาเหตุหลักมาจาก 1) รายได้จากประเทศกัมพูชาปรับตัวลดลงอย่างมีนัยสำคัญ จากข้อจำกัดด้านการขนส่งผ่านด่านชายแดน ส่งผลให้การส่งมอบสินค้าและการรับรู้รายได้ชะลอตัว แม้ว่าบริษัทฯ จะได้ปรับปรุงรูปแบบการขนส่งบางส่วนเป็นทางเรือเพื่อบรรเทาผลกระทบและรักษาความต่อเนื่องทางธุรกิจ 2) รายได้จากประเทศเมียนมาปรับตัวลดลงจากข้อจำกัดด้านการขอใบอนุญาตนำเข้าสินค้า ซึ่งส่งผลต่อคำสั่งซื้อและการส่งมอบสินค้า 3) รายได้จากประเทศเวียดนามได้รับแรงกดดันจากการแข่งขันของสินค้าทดแทนจากประเทศจีน และ 4) รายได้จากประเทศฟิลิปปินส์ปรับตัวลดลงจากการแข่งขันด้านราคาที่รุนแรงขึ้นภายหลังมีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาเปิดโรงงานในประเทศ ประกอบกับแรงกดดันจากสินค้านำเข้าจากประเทศอินโดนีเซีย อย่างไรก็ตาม รายได้จากประเทศลาวปรับตัวเพิ่มขึ้น จากการดำเนินกลยุทธ์เชิงรุกเพื่อขยายตลาดและผลักดันยอดขายทดแทนผลกระทบจากประเทศกัมพูชา รวมถึงการขยายการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในกลุ่มอื่นเพิ่มเติมนอกเหนือจากสินค้าหลัก ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังคงดำเนินกลยุทธ์กระจายความเสี่ยงด้านตลาด โดยมุ่งเพิ่มยอดขายในประเทศลาว ควบคู่กับการฟื้นฟูฐานลูกค้าเดิมในประเทศเวียดนามและฟิลิปปินส์ผ่านกลยุทธ์ด้านราคาที่สามารถแข่งขันได้ ตลอดจนการเสริมความแข็งแกร่งของช่องทางจำหน่ายภายใต้แบรนด์ของบริษัทฯ และสร้างการเติบโตของยอดขายจากกลุ่มสินค้า OEM เพื่อรองรับการฟื้นตัวของความต้องการและสนับสนุนการเติบโตอย่างมั่นคงในระยะยาว

กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น



หน่วย: ล้านบาท, %



Q2/2569 vs Q2/2568

ในไตรมาส 2 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้น 328.4 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 42.4 ล้านบาท หรือร้อยละ 14.8 เมื่อเทียบกับไตรมาส 2 ปี 2568 โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักจากกลยุทธ์การบริหารจัดการกลุ่มสินค้าของบริษัทฯ ซึ่งมุ่งเน้นการเพิ่มสัดส่วนการขายสินค้าที่มีอัตรากำไรสูงมากขึ้น ประกอบกับความสามารถของบริษัทฯ ในการบริหารจัดการต้นทุนขายและบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากการเริ่มดำเนินการของโรงงานผลิตแห่งใหม่ที่มีประสิทธิภาพสูง การเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต และการดำเนินงานภายใต้แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งช่วยสนับสนุนความสามารถในการทำกำไร ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 26.4 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 23.5 ในไตรมาส 2 ปี 2568



Q2/2569 vs Q1/2569

ในไตรมาส 2 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้น 328.4 ล้านบาท ปรับตัวลดลงเล็กน้อย 2.4 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.7 เมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ปี 2569 สอดคล้องกับรายได้จากการดำเนินงานที่ปรับตัวลดลง อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ ยังคงสามารถบริหารจัดการต้นทุนขายและบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบกับการเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตและการดำเนินงานของโรงงานผลิตแห่งใหม่ที่มีประสิทธิภาพสูง ซึ่งช่วยลดผลกระทบจากรายได้ที่ชะลอตัวและสนับสนุนความสามารถในการทำกำไร ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 26.4 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 26.0 ในไตรมาส 1 ปี 2569



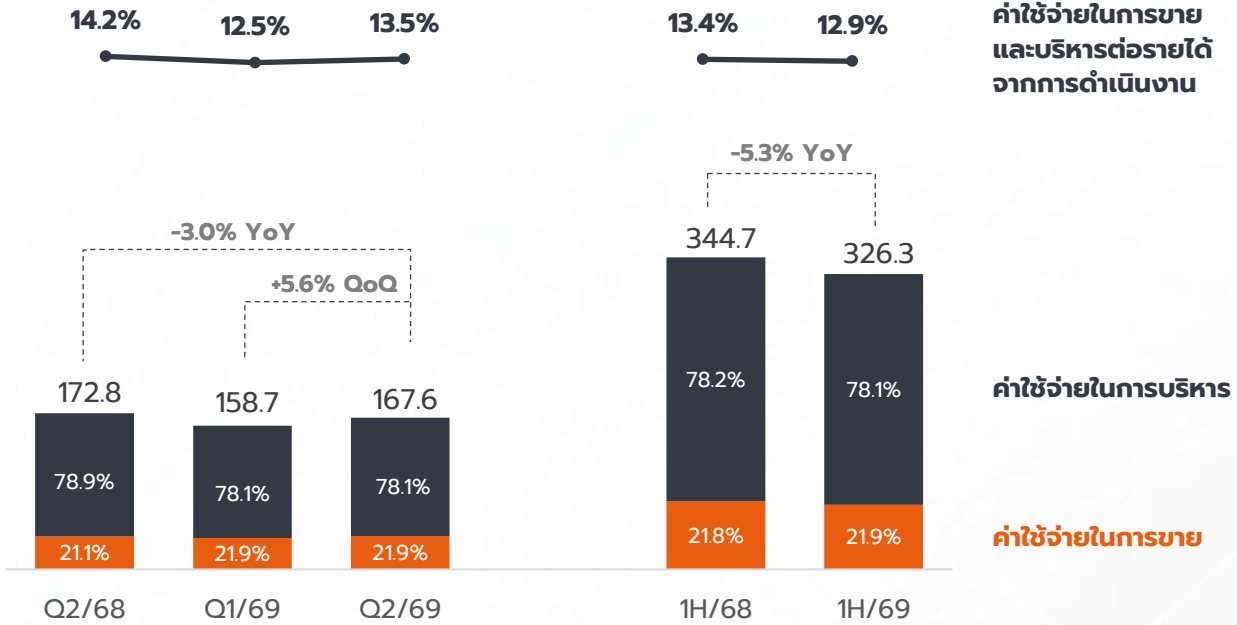
1H/2569 vs 1H/2568

ในงวดครึ่งปีแรก ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้น 659.3 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 72.4 ล้านบาท หรือร้อยละ 12.3 เมื่อเทียบกับงวดครึ่งปีแรก ปี 2568 โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักจากกลยุทธ์การบริหารจัดการกลุ่มสินค้าของบริษัทฯ ซึ่งมุ่งเน้นการเพิ่มสัดส่วนการขายสินค้าที่มีอัตรากำไรสูงมากขึ้น ประกอบกับความสามารถของบริษัทฯ ในการบริหารจัดการต้นทุนขายและบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ แม้รายได้จากการดำเนินงานจะปรับตัวลดลง นอกจากนี้ การเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตและการดำเนินงานของโรงงานผลิตแห่งใหม่ที่มีประสิทธิภาพสูง ยังช่วยลดต้นทุนการผลิตและสนับสนุนความสามารถในการทำกำไร ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 26.2 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 22.8 ในงวดครึ่งปีแรกของปี 2568

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร



หน่วย: ล้านบาท, %



Q2/2569 vs Q2/2568

ค่าใช้จ่ายในการขาย: ในไตรมาส 2 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขาย 36.6 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อย 0.2 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.5 เมื่อเทียบกับไตรมาส 2 ปี 2568 สะท้อนถึงความสามารถของบริษัทฯ ในการบริหารและควบคุมค่าใช้จ่ายในการขายอย่างมีประสิทธิภาพ

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร: ในไตรมาส 2 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหาร 131.0 ล้านบาท ปรับตัวลดลง 5.3 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.9 เมื่อเทียบกับไตรมาส 2 ปี 2568 จากการลดลงของค่าใช้จ่ายในการดำเนินการพิธีการส่งออก เนื่องจากรายได้จากการขายสินค้าภายนอกประเทศปรับตัวลดลงจากปีก่อนร้อยละ 18.4

ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้จากการดำเนินงานในไตรมาส 2 ปี 2569 อยู่ที่ร้อยละ 13.5 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 14.2 ในไตรมาส 2 ปี 2568



Q2/2569 vs Q1/2569

ค่าใช้จ่ายในการขาย: ในไตรมาส 2 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขาย 36.6 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 2.0 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.6 เมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ปี 2569 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับเงินเดือนและสวัสดิการ

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร: ในไตรมาส 2 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหาร 131.0 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 7.0 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.6 เมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ปี 2569 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นจากเงินเดือนและสวัสดิการ ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างประจำปี ค่าใช้จ่ายจัดประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี และค่าน้ำมันเชื้อเพลิงจากราคาน้ำมันปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อน

ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้จากการดำเนินงานในไตรมาส 2 ปี 2569 อยู่ที่ร้อยละ 13.5 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 12.5 ในไตรมาส 1 ปี 2569



1H/2569 vs 1H/2568

ค่าใช้จ่ายในการขาย: ในงวดครึ่งปีแรก ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขาย 71.3 ล้านบาท ปรับตัวลดลง 4.0 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.3 เมื่อเทียบกับงวดครึ่งปีแรก ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการลดลงของค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับค่าสื่อและอุปกรณ์ส่งเสริมการขาย ทั้งนี้ การลดลงของค่าใช้จ่ายในการขายสะท้อนถึงความสามารถของบริษัทฯ ในการควบคุมและบริหารค่าใช้จ่ายให้สอดคล้องกับภาวะการดำเนินงาน

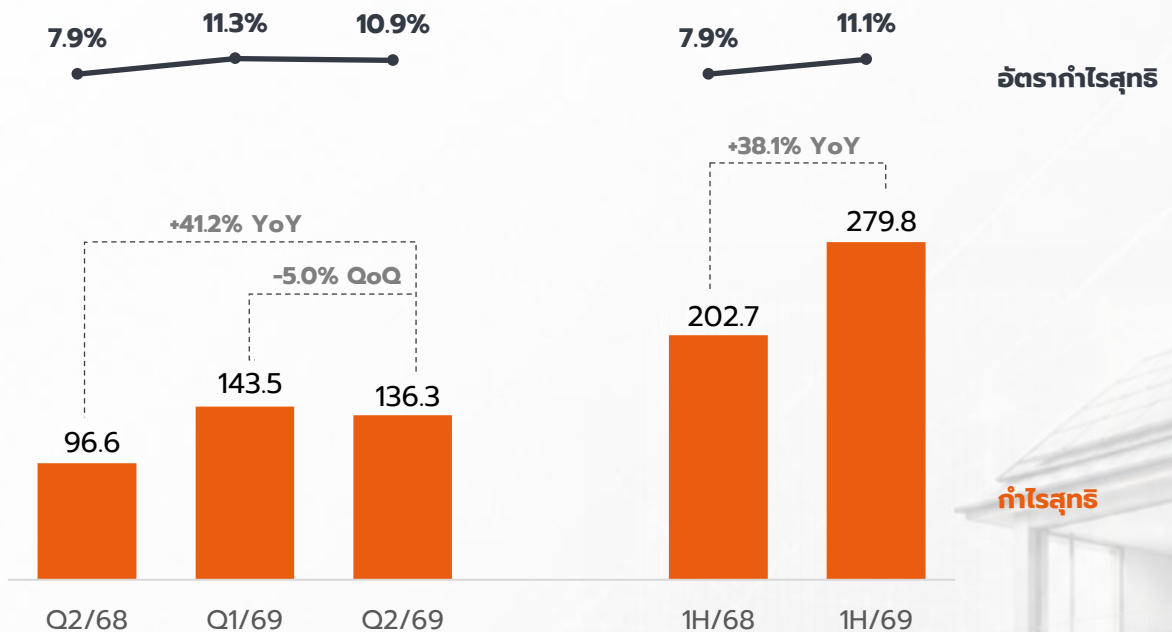
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร: ในงวดครึ่งปีแรก ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหาร 255.0 ล้านบาท ปรับตัวลดลง 14.4 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.3 เมื่อเทียบกับงวดครึ่งปีแรก ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการลดลงของค่าใช้จ่ายในการดำเนินพิธีการส่งออก เนื่องจากรายได้จากการขายสินค้าภายนอกประเทศปรับตัวลดลงจากปีก่อนร้อยละ 21.6

ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้จากการดำเนินงานในงวดครึ่งปีแรกของปี 2569 อยู่ที่ร้อยละ 12.9 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 13.4 ในงวดครึ่งปีแรก ปี 2568

กำไรสุทธิ และอัตรากำไรสุทธิ



หน่วย: ล้านบาท, %



Q2/2569 vs Q2/2568

กำไรสุทธิ: ในไตรมาส 2 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 136.3 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 39.8 ล้านบาท หรือร้อยละ 41.2 เมื่อเทียบกับไตรมาส 2 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของกำไรขั้นต้นจากกลยุทธ์การบริหารจัดการกลุ่มสินค้าโดยมุ่งเพิ่มสัดส่วนการขายสินค้าที่มีอัตรากำไรสูง ประกอบกับการบริหารต้นทุนขายและบริการอย่างมีประสิทธิภาพ การเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตและการดำเนินงานของโรงงานผลิตแห่งใหม่ และการควบคุมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารให้อยู่ในระดับเหมาะสม ส่งผลให้อัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ร้อยละ 10.9 ในไตรมาส 2 ปี 2569 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 7.9 ในไตรมาส 2 ปี 2568



Q2/2569 vs Q1/2569

กำไรสุทธิ: ในไตรมาส 2 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 136.3 ล้านบาท ปรับตัวลดลง 7.2 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.0 เมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ปี 2569 โดยมีสาเหตุหลักมาจาก 1) การปรับตัวลดลงของรายได้จากการดำเนินงาน โดยเฉพาะรายได้จากการขายสินค้าภายในประเทศ ตามการชะลอตัวของยอดขายผ่านกลุ่มลูกค้าตัวแทนจำหน่าย (Agent) และกลุ่มลูกค้าโครงการ (Project) รวมถึงรายได้จากผลิตภัณฑ์อิมมูโนโบลเบว โครงหลังคา และสินค้า OEM และ 2) การปรับตัวเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขายและค่าใช้จ่ายในการบริหารจากเงินเดือนและสวัสดิการ ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างประจำปี ค่าใช้จ่ายจัดประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี และค่าน้ำมันเชื้อเพลิงจากราคาน้ำมันปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อน ส่งผลให้อัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ร้อยละ 10.9 ในไตรมาส 2 ปี 2569 ปรับตัวลดลงจากร้อยละ 11.3 ในไตรมาส 1 ปี 2569



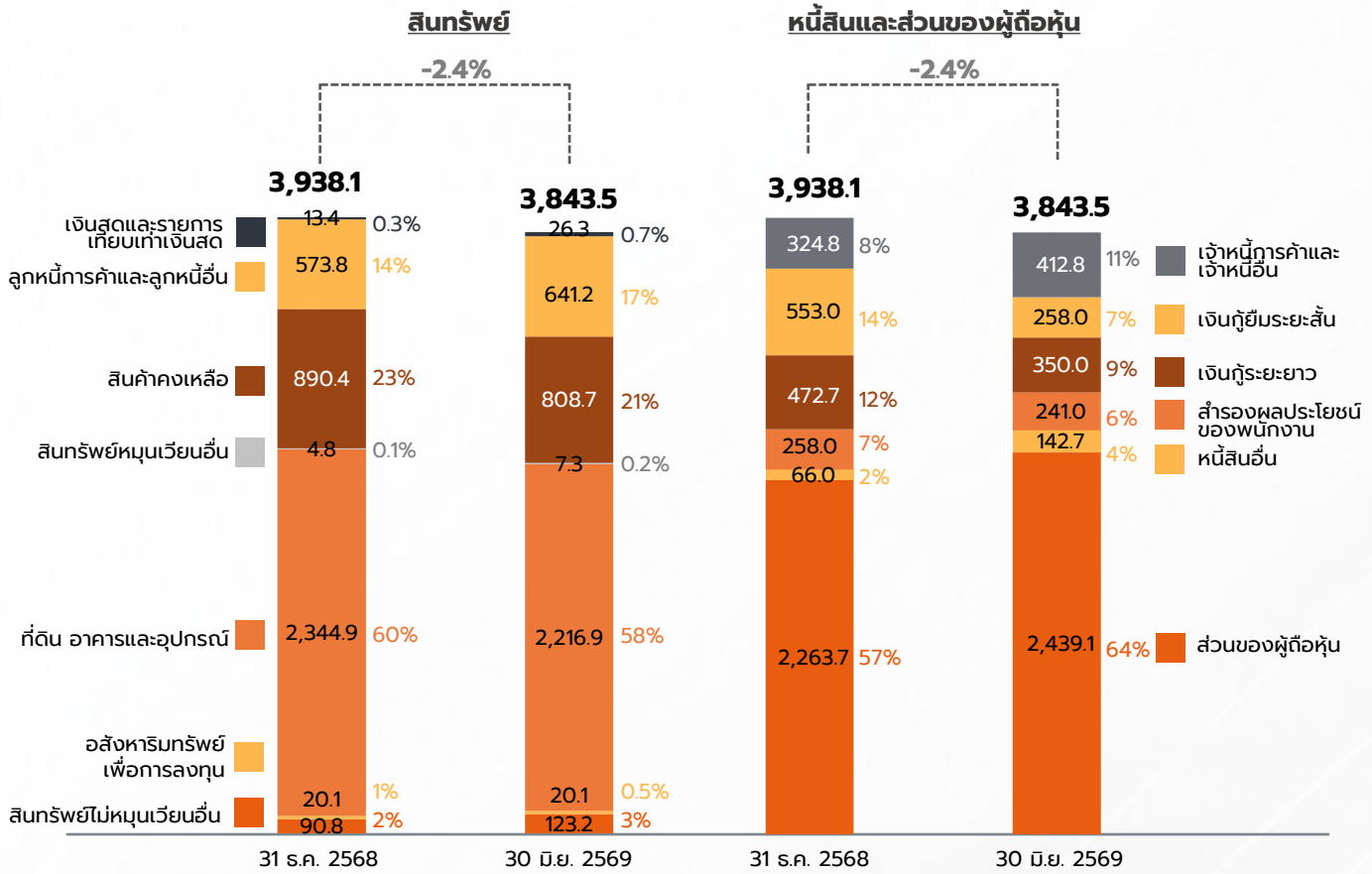
1H/2569 vs 1H/2568

กำไรสุทธิ: ในงวดครึ่งปีแรก ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 279.8 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 77.1 ล้านบาท หรือร้อยละ 38.1 เมื่อเทียบกับงวดครึ่งปีแรก ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจาก 1) การปรับตัวเพิ่มขึ้นของกำไรขั้นต้น แม้ว่ารายได้จากการดำเนินงานจะปรับตัวลดลง จากกลยุทธ์การบริหารจัดการกลุ่มสินค้าโดยมุ่งเพิ่มสัดส่วนการขายสินค้าที่มีอัตรากำไรสูง ควบคู่กับการบริหารต้นทุนขายและบริการอย่างมีประสิทธิภาพ การเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิต และการดำเนินงานของโรงงานผลิตแห่งใหม่ และ 2) ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารที่ปรับตัวลดลง โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายด้านสื่อและอุปกรณ์ส่งเสริมการขาย รวมถึงค่าใช้จ่ายในการดำเนินพิธีการส่งออกที่ลดลงตามรายได้จากการขายสินค้าต่างประเทศ ส่งผลให้อัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ร้อยละ 11.1 ในงวดครึ่งปีแรก ปี 2569 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 7.9 ในงวดครึ่งปีแรก ปี 2568



งบแสดงฐานะทางการเงิน

หน่วย: ล้านบาท, %



สินทรัพย์

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม 3,843.5 ล้านบาท ปรับตัวลดลง 94.6 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.4 จากวันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญดังนี้:

- เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด:** มีมูลค่า 26.3 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 12.9 ล้านบาท หรือร้อยละ 96.3 จากเงินฝากเงินตราต่างประเทศ
- ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น:** มีมูลค่า 641.2 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 67.4 ล้านบาท หรือร้อยละ 11.7 จากยอดขายที่ปรับเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 4 ปี 2568 ร้อยละ 29.0 โดยเป็นลูกหนี้ที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระในสัดส่วนร้อยละ 74.5 กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายในการตั้งสำรองค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ ซึ่งขึ้นอยู่กับภาวะวิเคราะห์อายุลูกหนี้และการประเมินจากประสบการณ์การเรียกเก็บหนี้ที่ผ่านมา
- สินค้าคงเหลือ:** มีมูลค่า 808.7 ล้านบาท ปรับตัวลดลง 81.8 ล้านบาท หรือร้อยละ 9.2 จากยอดขายที่ปรับเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 4 ปี 2568 ร้อยละ 29.0 โดยเป็นสินค้าสำเร็จรูปร้อยละ 25.4 สินค้าระหว่างผลิตร้อยละ 18.2 วัตถุดิบร้อยละ 40.3 สินค้าระหว่างทางร้อยละ 5.7 และวัสดุสิ้นเปลืองร้อยละ 10.4
- ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์:** มีมูลค่า 2,216.9 ล้านบาท ปรับตัวลดลง 128.0 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.5 จากค่าเสื่อมราคาขงวดครึ่งปีแรก ปี 2569 จำนวน 148.0 ล้านบาท
- สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น:** มีมูลค่า 123.2 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 32.4 ล้านบาท หรือร้อยละ 35.7 จากสินทรัพย์สิทธิการใช้จำนวน 35.4 ล้านบาท



หนี้สิน

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีหนี้สินรวม 1,404.4 ล้านบาท ปรับตัวลดลง 270.2 ล้านบาท หรือร้อยละ 16.1 จากวันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญดังนี้:

- **เงินกู้ยืมระยะยาว:** มีมูลค่า 350.0 ล้านบาท ปรับตัวลดลง 122.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 26.0 โดยกลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายลดความเสี่ยงเรื่องความผันผวนของอัตราดอกเบี้ย โดยการกู้ยืมเงินระยะยาวที่ใช้อัตราดอกเบี้ยคงที่ ซึ่งปัจจุบันกลุ่มบริษัทฯ มีการผูกพันตามเงื่อนไขสัญญาเงินกู้ยืมเงินกับธนาคารพาณิชย์ในประเทศ
 - **โครงการลงทุนติดตั้งเครื่องจักรผลิตอิฐมวลเบา (AAC-2)** ในวงเงินกู้ยืมจำนวน 500 ล้านบาท มีอัตราดอกเบี้ยคงที่ร้อยละ 3.40 ต่อปี และระยะเวลาในการชำระคืนภายใน 4 ปี โดยกำหนดให้มีการชำระคืนเป็นรายเดือน และเริ่มจ่ายงวดแรกในวันที่ 30 มิถุนายน 2568 ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 ยอดคงเหลือเงินกู้ยืมมีจำนวนเงิน 350 ล้านบาท
 - กลุ่มบริษัทฯ ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อกำหนดตามที่ระบุในสัญญาเงินกู้ยืม โดยการดำรงอัตราส่วน D/E (Total Debt to Equity Ratio) ไม่เกินกว่า 2 เท่า และ DSCR (Debt Service Coverage Ratio) ไม่ต่ำกว่า 1.25 เท่า ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 กลุ่มบริษัทฯ สามารถดำรงอัตราส่วนได้ตามข้อผูกพันในสัญญาเงินกู้ดังกล่าว
- **เงินกู้ยืมระยะสั้น:** มีมูลค่า 258.0 ล้านบาท ปรับตัวลดลง 295.0 ล้านบาท หรือร้อยละ 53.3 จากกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานปรับตัวเพิ่มขึ้น 83.6 ล้านบาท ซึ่งเป็นผลมาจากกำไรสุทธิที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อน
- **เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น:** มีมูลค่า 412.8 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 88.0 ล้านบาท หรือร้อยละ 27.1 จากต้นทุนขายสินค้าและบริการปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 4 ปี 2568 ร้อยละ 25.1
- **หนี้สินอื่น:** มีมูลค่า 142.7 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 76.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 116.2 จากภาษีเงินได้นิติบุคคลค้างจ่ายจำนวน 48.3 ล้านบาท และหนี้สินตามสัญญาเช่าจำนวน 35.7 ล้านบาท



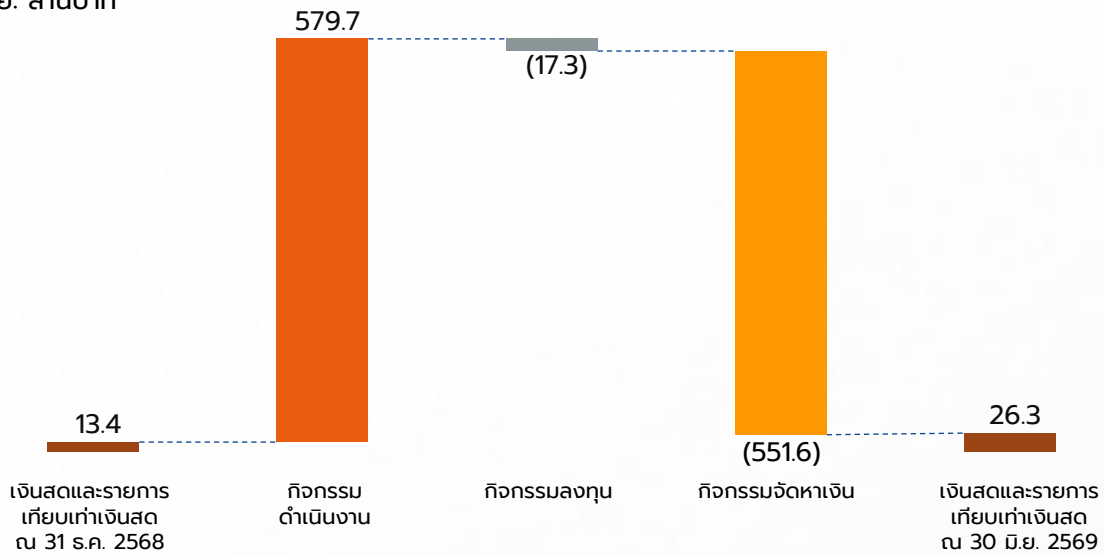
ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวม 2,439.1 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 175.4 ล้านบาท หรือร้อยละ 7.7 จากวันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยมีสาเหตุหลักจากกำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 279.8 ล้านบาท และผลกำไรจากการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัยสำหรับโครงการผลประโยชน์พนักงานเข้าบัญชีกำไรสะสมเพิ่มขึ้น 9.3 ล้านบาท แต่มีเงินปันผลจ่าย 113.7 ล้านบาท



งบกระแสเงินสด

หน่วย: ล้านบาท



กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน

กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานสุทธิของกลุ่มบริษัทฯ สำหรับงวดครึ่งปีแรก สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 อยู่ที่ 579.7 ล้านบาท โดยมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญดังนี้:

- กำไรสำหรับงวดจำนวน 279.8 ล้านบาท
- ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย จำนวน 150.1 ล้านบาท
- ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ จำนวน 50.8 ล้านบาท
- สิ้นค้าคงเหลือลดลงสุทธิ จำนวน 83.7 ล้านบาท



กระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมลงทุน

กระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมลงทุนสุทธิของกลุ่มบริษัทฯ สำหรับงวดครึ่งปีแรก สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 อยู่ที่ 17.3 ล้านบาท โดยมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญดังนี้:

- เงินสดจ่ายเพื่อซื้ออาคารและอุปกรณ์ จำนวน 15.4 ล้านบาท จากการซื้อทดแทนเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ชำรุดตามอายุการใช้งาน



กระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงิน

กระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงินสุทธิของกลุ่มบริษัทฯ สำหรับงวดครึ่งปีแรก สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 อยู่ที่ 551.6 ล้านบาท โดยมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญดังนี้:

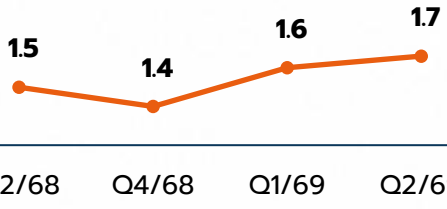
- เงินสดจ่ายสุทธิจากการกู้ยืมเงินระยะสั้น จำนวน 295.0 ล้านบาท
- เงินสดจ่ายเพื่อชำระเงินกู้ระยะยาวจากสถาบันการเงิน จำนวน 122.7 ล้านบาท
- เงินสดจ่ายปันผล ครั้งที่ 2 ปี 2568 แก่ผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ จำนวน 113.7 ล้านบาท หรือ 0.14 บาทต่อหุ้น



อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

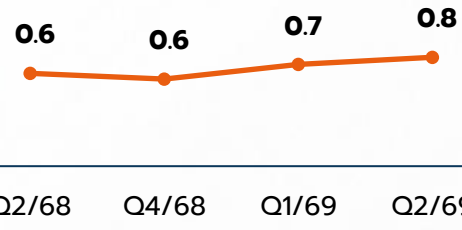
อัตราส่วนสภาพคล่อง (Current Ratio)

หน่วย: เท่า



อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว (Quick Ratio)

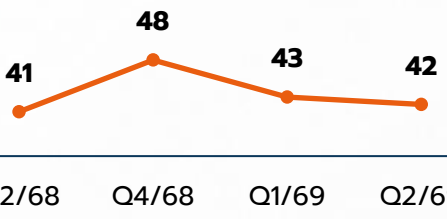
หน่วย: เท่า



กลุ่มบริษัท มีอัตราส่วนสภาพคล่อง ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 เท่ากับ 1.7 เท่า เพิ่มขึ้นจากวันสิ้นปี 2568 เนื่องจากสินทรัพย์หมุนเวียนเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.1 จากลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นปรับตัวเพิ่มขึ้น ถึงแม้สินค้าคงเหลือจะปรับตัวลดลง และมีหนี้สินหมุนเวียนลดลงร้อยละ 14.5 จากเงินกู้ระยะสั้นปรับตัวลดลง และมีอัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 เท่ากับ 0.8 เท่า เพิ่มขึ้นจากวันสิ้นปี 2568 เนื่องจากสินค้าคงเหลือลดลงร้อยละ 9.2 จากสินค้าระหว่างผลิตและสินค้าระหว่างทางปรับตัวลดลง แต่มีหนี้สินหมุนเวียนลดลงร้อยละ 14.5 จากเงินกู้ระยะสั้นปรับตัวลดลง

วงจรเงินสด

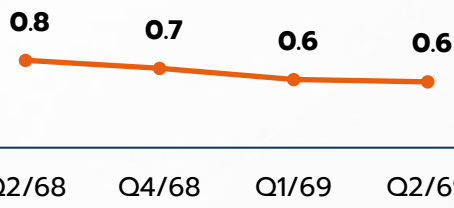
หน่วย: วัน



กลุ่มบริษัท มี Cash Cycle ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 จำนวน 42 วัน ลดลงจากวันสิ้นปี 2568 จำนวน 6 วัน เนื่องจากระยะเวลาหมุนเวียนสินค้าสำเร็จรูปคงเหลือลดลง 4 วัน และระยะเวลาชำระเจ้าหนี้การค้าเพิ่มขึ้น 2 วัน

อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E)

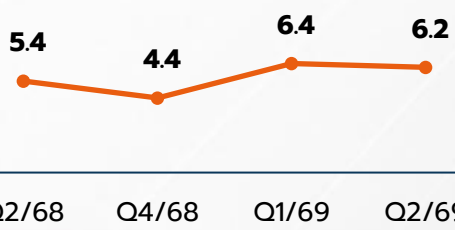
หน่วย: เท่า



กลุ่มบริษัท มีอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นรวม ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 เท่ากับ 0.6 เท่า ลดลงจากวันสิ้นปี 2568 เนื่องจากหนี้สินรวมลดลงร้อยละ 16.1 จากเงินกู้ระยะยาวและเงินกู้ระยะสั้นปรับตัวลดลง และมีส่วนของผู้ถือหุ้นรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.7 จากกำไรสุทธิปรับตัวเพิ่มขึ้น

อัตราส่วนความสามารถชำระภาระผูกพัน

หน่วย: เท่า



กลุ่มบริษัท มีอัตราส่วนความสามารถในการชำระภาระผูกพันเพิ่มขึ้นจาก 4.4 เท่า ณ วันสิ้นปี 2568 มาเป็น 6.2 เท่า ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 เนื่องจาก EBITDA ถัวเฉลี่ยต่อปีเพิ่มขึ้นร้อยละ 44.9 แต่มีหนี้สินระยะยาวและหนี้สินตามสัญญาเช่าทางการเงินที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปีเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.5 และดอกเบี้ยจ่ายถัวเฉลี่ยต่อปีเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.8



อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

ระยะเวลาขายสินค้า

หน่วย: วัน



Q2/68 Q4/68 Q1/69 Q2/69

ระยะเวลาเก็บหนี้

หน่วย: วัน



Q2/68 Q4/68 Q1/69 Q2/69

ระยะเวลาชำระหนี้

หน่วย: วัน



Q2/68 Q4/68 Q1/69 Q2/69

กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายการกำหนดระยะเวลาการให้สินเชื่อการค้า (Credit term) ดังนี้

- ระยะเวลาเรียกเก็บหนี้ กำหนดระยะเวลาการให้สินเชื่อจากการประเมินความเสี่ยงด้านการชำระเงินของลูกค้าเป็นเกณฑ์ ได้แก่ ระยะเวลาการติดต่อ ฐานะทางการเงิน หลักประกัน และประวัติการชำระเงิน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสถานการณ์การแข่งขันทางการค้า และการส่งเสริมการขายแต่ละช่วงเวลาของกลุ่มบริษัทฯ โดยกำหนดให้มีหลักประกันคุ้มครองวงเงินสินเชื่อ ดังนี้

ความเสี่ยง	น้อยมาก	น้อย	ปานกลาง	สูง
ระยะเวลาเครดิต	60 วัน	45 วัน	30 วัน	โอนเงินก่อนกรณีไม่มีหลักประกัน

- ระยะเวลาชำระหนี้ กำหนดระยะเวลาชำระหนี้ตามประเภทของสินค้าและวัตถุดิบหรืองานจ้างบริการต่างๆ มูลค่าการสั่งซื้อ และเงื่อนไขการเจรจาส่วนลดการค้าในการชำระเงินเป็นเกณฑ์

เงื่อนไข	ประเภทและมูลค่าการซื้อสินค้าและวัตถุดิบ
ระยะเวลาเครดิต	30 – 60 วัน

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีระยะเวลาเก็บหนี้ 36 วัน ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายที่กำหนด และมีระยะเวลาชำระหนี้ 16 วัน ซึ่งน้อยกว่านโยบายที่กำหนด เนื่องจากกลุ่มบริษัทฯ มีการชำระค่าวัตถุดิบหลักด้วยเทอมเงินสดเพื่อให้ได้รับส่วนลดการค้า

อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE)

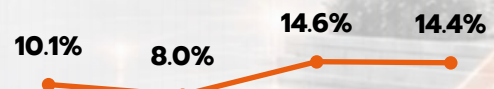
หน่วย: %



Q2/68 Q4/68 Q1/69 Q2/69

อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA)

หน่วย: %



Q2/68 Q4/68 Q1/69 Q2/69