



aFter You
Dessert Café



Nikka
COFFEE ROASTERS

ลูกก๊อ
Fruited

SGR

SOMEDAY IN COPENHAGEN

Sam
Roasters

คำอธิบายและการวิเคราะห์ ของฝ่ายจัดการ (MD&A)

ประจำไตรมาส 2 ปี 2569



บทสรุปผู้บริหาร:

สรุปผลการดำเนินงาน ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569	Q2/68	Q1/69	Q2/69	เปลี่ยนแปลง +/(−)		1H/68	1H/69	เปลี่ยนแปลง +/(−)
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากการขาย	388	419	394	2%	(6%)	809	813	0%
กำไรขั้นต้น	242	256	239	(1%)	(7%)	510	495	(3%)
EBITDA	115	117	96	(17%)	(18%)	245	213	(13%)
กำไรสุทธิของกลุ่มบริษัทฯ	53	54	36	(32%)	(33%)	118	90	(24%)
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	62.4%	61.1%	60.7%	(1.7%)	(0.4%)	63.0%	60.9%	(2.1%)
EBITDA margin ¹ (%)	29.4%	27.7%	24.2%	(5.2%)	(3.5%)	30.0%	26.0%	(4.0%)
อัตรากำไรสุทธิ ¹ (%)	13.6%	12.8%	9.1%	(4.5%)	(3.7%)	14.5%	11.0%	(3.5%)
จำนวนสาขาร้านกาแฟเตอร์ ยู ที่เปิด ดำเนินการ ณ วันที่ 30 มิ.ย. และ 31 มิ.ค.	62	59	60	(3%)	2%	62	60	(3%)

¹EBITDA Margin และอัตรากำไรสุทธิคำนวณมาจากรายได้รวม
หมายเหตุ: อาจมีการคลาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปัดทศนิยม

บทสรุปผู้บริหาร

ในช่วงไตรมาสที่ 2 ปี 2569 บริษัท อาฟเตอร์ ยู จำกัด (มหาชน) ("บริษัทฯ") ยังคงสามารถรักษาการเติบโตของรายได้เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ท่ามกลางความท้าทายจากภาวะเศรษฐกิจและกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ชะลอตัว ซึ่งส่งผลต่อภาพรวมผลการดำเนินงานของบริษัทฯ บริษัทฯ ปรับตัวและดำเนินกลยุทธ์ต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ทั้งการจัดกิจกรรมทางการตลาด การพัฒนาและเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ ตลอดจนการขยายช่องทางจำหน่าย เพื่อรักษาความต่อเนื่องในการสร้างการรับรู้และความสนใจของผู้บริโภค พร้อมเสริมสร้างความแข็งแกร่งของแบรนด์

ขณะเดียวกัน บริษัทฯ ยังคงมุ่งสร้างโอกาสการเติบโตต่อไป โดยให้ความสำคัญกับการเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ การขยายฐานลูกค้า และการเพิ่มช่องทางการเข้าถึงผู้บริโภค ทั้งช่องทางภายในและภายนอกร้าน รวมถึงช่องทางการค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) เพื่อเพิ่มโอกาสทางการขาย ขยายการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในวงกว้าง และสนับสนุนการเติบโตของผลการดำเนินงานในระยะยาว

สรุปผลประกอบการสำคัญในไตรมาสที่ 2 ปี 2569



รายได้:

- บริษัทฯ มีรายได้จากการขายเท่ากับ 394 ล้านบาท ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 เพิ่มขึ้นร้อยละ 2 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของยอดขายสาขาเดิม (SSSG) ของร้านอาฟเตอร์ ยู (ประมาณร้อยละ 3.3) เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนลูกค้าชาวไทย
- บริษัทฯ มีรายได้จากการขายลดลงร้อยละ 6 จากไตรมาสที่ 1 ปี 2569 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการลดลงของยอดขายสาขาเดิม (SSSG) ของร้านอาฟเตอร์ ยู (ประมาณร้อยละ 6.7) เนื่องจากยอดขายต่อลูกค้าลดลง



กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น:

- กำไรขั้นต้นของบริษัทฯ ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 มีมูลค่า 239 ล้านบาท ลดลง 3 ล้านบาท หรือร้อยละ 1 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2568 และลดลง 17 ล้านบาท หรือร้อยละ 7 จากไตรมาสที่ 1 ปี 2569 โดยมีสาเหตุมาจากการลดลงของรายได้จากร้านขนมหวานและเครื่องดื่ม
- อัตรากำไรขั้นต้นในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 อยู่ที่ร้อยละ 60.7 ลดลงจากร้อยละ 62.4 ในไตรมาสที่ 2 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากต้นทุนสินค้าบางตัวมีราคาสูงกว่าต้นทุนเฉลี่ยเดิม และลดลงจากร้อยละ 61.1 ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 โดยมีสาเหตุหลักมาจากยอดขายลดลงในขณะที่ดินทุนคงที่ และค่าใช้จ่ายบางรายการเพิ่มขึ้น



กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ:

- กำไรสุทธิของบริษัทฯ ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 เท่ากับ 36 ล้านบาท ลดลง 17 ล้านบาท หรือร้อยละ 32 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากต้นทุนขายและค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น และลดลง 18 ล้านบาท หรือร้อยละ 33 จากไตรมาสที่ 1 ปี 2569 เนื่องจากรายได้จากการขายลดลง
- อัตรากำไรสุทธิในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 อยู่ที่ร้อยละ 9.1 ลดลงจากร้อยละ 13.6 ในไตรมาสที่ 2 ปี 2568 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนขายและค่าใช้จ่าย และลดลงจากร้อยละ 12.8 ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 โดยมีสาเหตุหลักมาจากรายได้จากการขายลดลง

เหตุการณ์สำคัญ ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569:



การออกผลิตภัณฑ์ใหม่

ในช่วงไตรมาส 2 ปี 2569 บริษัทฯ เปิดตัวเมนูใหม่ทั้งเมนูขนมและเครื่องดื่ม ได้แก่ ขนมป๊อปปี้แฉะคินาโกะโมจิ เครื่องดื่มฟิสตาชิโอสตอเบอร์รี่มิกซ์ลาเต้ และคินาโกะโมจิโฮจิโจะลาเต้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ออกสินค้าใหม่สำหรับจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven ได้แก่ ขนมป๊อปปี้มะม่วงมหาชนโมจิ



อาฟเตอร์ ยู x Vinefru

ในเดือนพฤษภาคม ปี 2569 บริษัทฯ ร่วมกับ Vinefru จากเมืองกินซ่า ประเทศญี่ปุ่น เปิดตัวเมนู คินาโกะโมจิคาทิกิโระ และฟิสตาชิโอสตอว์เบอร์รี่มิกซ์คาทิกิโระ ซึ่งได้รับผลตอบรับเป็นอย่างดี



เปิดป๊อปปี้ “Matcha on the Beach” ขยายประสบการณ์แบรนด์สู่กลุ่มนักท่องเที่ยว

บริษัทฯ ร่วมกับ The Standard, Pattaya เปิดป๊อปปี้ “Matcha on the Beach” ณ Esmé Beach Club นานจอมเทียน ตั้งแต่วันที่ 15 พฤษภาคม ถึง 16 สิงหาคม 2569 โดยนำเสนอเมนูขนมหวานและเครื่องดื่มจากมัทฉะที่พัฒนาขึ้นเฉพาะ เช่น คาคิโตะมัทฉะข้าวเหนียวมะม่วง คาคิโตะมัทฉะถั่วแดง เครื่องดื่มมัทฉะปั่นกับแตงโม มัทฉะแอปเปิ้ล และมัทฉะสายไหม



เมนูพิเศษ



การขยายช่องทางจำหน่ายค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)

ในเดือนพฤษภาคม ปี 2569 บริษัทฯ เปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ “Nugget Bucket” ขนมปังกรอบบรรจุตัว 2 รสชาติ ได้แก่ รสเค็มและรสหวาน โดยวางจำหน่ายที่ร้านแม็คโครทุกสาขา นอกจากนี้ ในช่วงไตรมาส 2 ปี 2569 บริษัทฯ เริ่มจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านร้านแม็คโครและโลตัส เช่น เบบิชียูย้านี้โทสต์ (แซ่แซ้ว) ฟักกี้ฟุดดี้ (แซ่แซ้ว) แมอแรกต์ตัวแมคคาเดเมีย และขนมปังกรอบรสต่างๆ

การขยายช่องทางดังกล่าวสะท้อนกลยุทธ์ของบริษัทฯ ในการเพิ่มจุดจำหน่ายและสร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์ในตลาดที่กว้างขึ้นควบคู่กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งคาดว่าจะช่วยเพิ่มโอกาสในการสร้างยอดขายและสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจในระยะต่อไป

ทิศทางในการดำเนินธุรกิจ ในปี 2569:



มุ่งเน้นขยายสาขาร้านอาฟเตอร์ ยู และแบรนด์ลูกต่างๆ

ในปี 2569 บริษัทฯ มีแผนขยายสาขาเพิ่มเติมได้แก่ ร้านขนมหวานอาฟเตอร์ ยู จำนวน 5 สาขา ร้านผลไม้ลูกท้อ จำนวน 10 สาขา และร้านกาแฟ Specialty จำนวน 3 สาขา โดยมุ่งเน้นการขยายสาขาไปยังพื้นที่ที่มีศักยภาพสูง อาทิ ศูนย์กลางการท่องเที่ยว เมืองเศรษฐกิจสำคัญ เช่น หาดใหญ่ ภูเก็ต เชียงใหม่ และพัทยา รวมถึงย่านที่พิกัดอาศัยที่มีกำลังซื้อและมีฐานลูกค้าจำนวนมากในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายได้อย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

ในช่วงครึ่งปีแรก ปี 2569 บริษัทฯ ได้เปิดร้านอาฟเตอร์ ยู สาขาใหม่จำนวน 3 สาขา ได้แก่ สาขาหาดใหญ่วิลเลจ จังหวัดสงขลา สาขานิคมมาน ซอย 17 จังหวัดเชียงใหม่ และสาขาเซ็นทรัล ซิดนีย์



ขยายการเติบโตไปยังต่างประเทศ

ในปี 2569 บริษัทฯ ยังคงมองหาโอกาสเติบโตในต่างประเทศเพิ่มเติมทั้งในรูปแบบการเปิดร้านขนมหวานอาฟเตอร์ ยู และการจำหน่ายสินค้าผ่านผู้แทนจำหน่ายเพื่อสร้างการเติบโตในระยะยาว ปัจจุบัน บริษัทฯ อยู่ระหว่างการเจรจากับพันธมิตรทางธุรกิจกับประเทศเวียดนาม และมาเลเซีย เพื่อศึกษาความเป็นไปได้และรูปแบบการขยายธุรกิจที่เหมาะสม ซึ่งยังคงเป็นไปตามแผนการดำเนินงานที่บริษัทฯ วางไว้

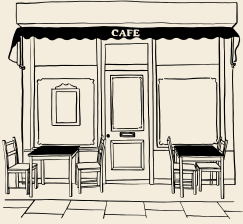
เนื่องจากสถานการณ์ความขัดแย้งในภูมิภาคตะวันออกกลาง บริษัทฯ และพาร์ทเนอร์ในดูไบ ได้พักการเจรจาสัญญาแฟรนไชส์ชั่วคราว เพื่อรอสถานการณ์

เนื่องจากสถานการณ์ชายแดนไทยกับพม่าที่ยังไม่คลี่คลาย สาขาที่พม่าได้ปิดชั่วคราวตั้งแต่วันที่ 15 มกราคม 2569 ทั้งนี้ รายได้จากสาขาดังกล่าวไม่ส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

ภาพรวมการดำเนินงานธุรกิจ

กลยุทธ์และแผนการดำเนินงาน ปี 2569 :

1



1. การขยายช่องทางการขายใหม่ และเพิ่มศักยภาพสาขาเดิม

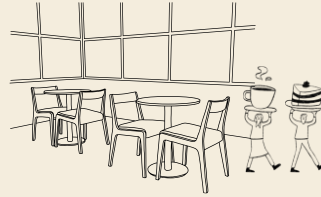
- เพิ่มจำนวนสาขาแบบดรอว์ไดร์ ในทำเลยุทธศาสตร์
- ขยายสาขาแบบดรอว์และแบบดักแพ ให้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย
- เปิดตัวแบรนด์ใหม่สำหรับกลุ่มอาหารและของหวานประเภทอื่น
- ขยายช่องทางการขายผ่านออนไลน์และแพลตฟอร์มดิจิทัล
- พัฒนาโครงการ Pop-up Store

2



2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ่านนวัตกรรมที่โดดเด่น

- เพิ่มการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในทุกช่องทางการขาย
- เพิ่มเครือข่ายการให้บริการสินค้า OEM
- เพิ่มโอกาสการทำการค้า Collaboration
- พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับช่องทางโมเดิร์นเทรด



3. การยกระดับประสบการณ์ผู้บริโภค

- ยกระดับประสบการณ์ในร้านผ่านการปรับปรุงพื้นที่และรูปแบบสาขา
- นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการหน้าร้าน
- ขยายและพัฒนาช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ในหลากหลายรูปแบบ

4



4. การขยายธุรกิจเชิงกลยุทธ์ในระดับภูมิภาค

- ขยายตลาดไปยังต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นภูมิภาคเอเชีย ตะวันออกกลาง และประเทศศักยภาพสูงอื่น
- เพิ่มความครอบคลุมของเครือข่ายจัดจำหน่ายในประเทศฟิลิปปินส์
- แสวงหาโอกาสการเติบโตผ่านการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายสินค้าเข้าสู่รูปแบบในประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาค

พัฒนาการด้านความยั่งยืน :

E

Environment

- ติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ เพื่อลดการพึ่งพาพลังงานหรือเชื้อเพลิงที่ใช้แล้วหมดไป
- ตรวจสอบคุณภาพน้ำเสีย และติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสียโดยวิธีทางชีวภาพ
- เน้นการจัดการของเสียจากการผลิตให้เกิดประโยชน์สูงสุด และใช้บริการผู้รับกำจัดขยะที่ใช้วิธีการกำจัดขยะแบบไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม
- เข้าร่วมโครงการสะสม carbon credit และมีการวางแผนการปฏิบัติงานที่ดี เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

S

Social

- ประกอบธุรกิจด้วยความดูแลเอาใจใส่ต่อผู้มีส่วนได้เสีย เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม และธรรมาบรรณ
- ช่วยเหลือและพัฒนาสังคมโดยมุ่งเน้นการบริจาค และการสนับสนุนการศึกษา ตลอดจนสนับสนุนการสร้างงานให้แก่คนพิการ
- เข้าร่วมโครงการอาสาสมัครระบบภักดี กับวิทยาลัยต่าง ๆ
- ให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่าง ๆ กับชุมชนโดยรอบในพื้นที่ดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

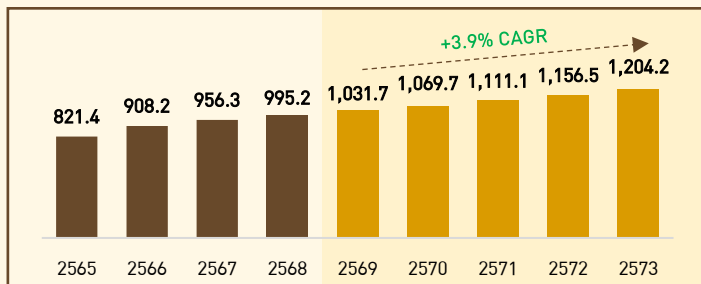
G

Governance

- ใ้รับรองระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุมในการผลิตอาหาร
- ใ้รับรองหลักเกณฑ์การปฏิบัติที่ดีในการผลิต
- มาตรฐานฮาลาล

สถานการณ์อุตสาหกรรมธุรกิจบริการร้านอาหาร :

มูลค่าและแนวโน้มธุรกิจบริการร้านอาหารในประเทศไทย (พันล้านบาท)



คาดการณ์ตลาดธุรกิจบริการร้านอาหารไทยปี 2569-2573

ภาคการบริการร้านอาหารในประเทศไทยมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่องจากปัจจัยด้านการฟื้นตัวของนักท่องเที่ยว ความหลากหลายของพฤติกรรมผู้บริโภค และการพัฒนาแพลตฟอร์มบริการจัดส่งอาหารที่มีประสิทธิภาพ โดยในปี 2569 มูลค่าตลาดธุรกิจบริการร้านอาหารอยู่ที่ 1,031.7 พันล้านบาท และคาดการณ์ว่าระหว่างปี 2569 ถึง ปี 2573 จะเติบโตเฉลี่ยรายปีอยู่ที่ร้อยละ 3.9 ส่งผลให้ในปี 2573 ตลาดธุรกิจบริการร้านอาหารมีมูลค่าอยู่ที่ 1,204.2 พันล้านบาท ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 บริษัทฯ มีสัดส่วนรายได้ของลูกค้านักต่างชาติ ร้อยละ 25.0 ใกล้เคียงกับไตรมาสที่ 1 ปี 2569 ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 24.2 แต่ลดลงจากร้อยละ 32.3 ในไตรมาสที่ 2 ปี 2568 (คำนวณจากยอดขาย)

ผลประกอบการ

ของบริษัทยุ :

ผลการดำเนินงานของบริษัทยุ ไตรมาสที่ 2 ปี 2569

	Q2/68	Q1/69	Q2/69	เปลี่ยนแปลง + / (-)		1H/68	1H/69	เปลี่ยนแปลง + / (-)
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากการขาย	388	419	394	2%	(6%)	809	813	0%
ต้นทุนขาย	(146)	(163)	(155)	6%	(5%)	(299)	(318)	6%
กำไรขั้นต้น	242	256	239	(1%)	(7%)	510	495	(3%)
รายได้อื่น	3	4	2	(33%)	(50%)	7	6	(14%)
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	(111)	(121)	(124)	12%	2%	(224)	(245)	9%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(67)	(69)	(71)	6%	3%	(141)	(140)	(1%)
ต้นทุนทางการเงิน	(1)	(2)	(2)	100%	0%	(3)	(4)	33%
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	66	68	44	(33%)	(35%)	149	112	(25%)
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(13)	(14)	(8)	(38%)	(43%)	(31)	(22)	(29%)
กำไรสุทธิของกลุ่มบริษัทยุ	53	54	36	(32%)	(33%)	118	90	(24%)

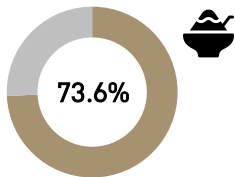
หมายเหตุ: อาจมีการคลาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปัดทศนิยม

การวิเคราะห์ห้วงกำไรขาดทุนของบริษัทยุ

1. รายได้

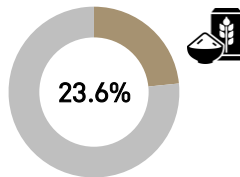
บริษัท ออฟเตอร์ ยู จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจจำหน่ายขนมหวานและเบเกอรี่ โดยบริษัทยุ แบ่งธุรกิจออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

โครงสร้างรายได้ ไตรมาสที่ 2 ปี 2569



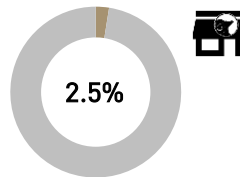
ร้านขนมหวาน และเครื่องดื่ม

- สินค้าปรุงสดขายในสาขา จำนวนทั้งสิ้น 60 สาขา ซึ่งดำเนินธุรกิจภายใต้ชื่อ "ออฟเตอร์ ยู"
- สินค้าซื้อกลับบ้าน (Take-home product) ที่ขายภายใต้สาขาร้านขนมหวานและการส่งซื้อผ่านบริการส่งอาหาร (Food delivery services) (สัดส่วนสินค้าปรุงสดต่อสินค้าซื้อกลับบ้าน ประมาณร้อยละ 64 ต่อร้อยละ 36 ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569)
- การขายเครื่องดื่มและขนมหวานในสาขาร้านกาแฟขนาดเล็ก จำนวนทั้งสิ้น 3 สาขา ซึ่งดำเนินธุรกิจภายใต้ชื่อ "มิก้า คอฟฟี่ โรสเตอร์"
- การขายผลิตภัณฑ์จากผลไม้สดในร้าน ลูกท้อ จำนวนทั้งสิ้น 18 สาขา
- ร้านกาแฟ Specialty จำนวนทั้งสิ้น 4 สาขา



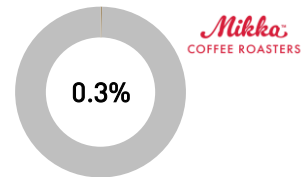
การขายสินค้า และวัตถุดิบ

- การขายวัตถุดิบให้กับร้านแฟรนไชส์ของมิก้า ในประเทศไทย
- การขายสินค้าในต่างประเทศผ่านผู้แทนจำหน่าย
- การรับจ้างผลิตสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ หรือตามความต้องการของลูกค้า
- การขายสินค้าผ่านช่องทางโมเดิร์นเทรด ช่องทางออนไลน์ และผ่านสำนักงานใหญ่



การขายและการจัดจำหน่าย นอกสถานที่

- การขายและการจัดจำหน่ายนอกสถานที่ เช่น บริการจัดเลี้ยงในงานแต่งงานและงานในโอกาสพิเศษ
- การออกบูธขายสินค้าตามสถานที่ต่าง ๆ (pop-up store)



ค่าธรรมเนียม แฟรนไชส์

- รายได้จากการรับรู้ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมอื่น ๆ รวมทั้งส่วนแบ่งจากการขายค่าสิทธิ (royalty fee) จากแฟรนไชส์ ขอบเขต "มิก้า"



บทสรุปผู้บริหาร

เหตุการณ์สำคัญและภาพรวมการดำเนินงานธุรกิจ

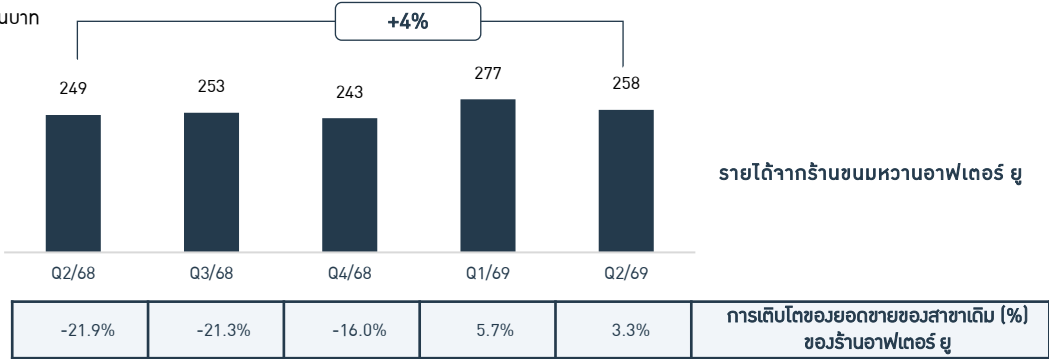
โครงสร้างรายได้	Q2/68	Q1/69	Q2/69	เปลี่ยนแปลง +/-		1H/68	1H/69	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากร้านขนมหวานและเครื่องดื่ม	275	312	290	5%	(7%)	570	602	6%
รายได้จากการขายสินค้าและวัตถุดิบ	100	95	93	(7%)	(2%)	209	188	(10%)
รายได้จากการขายและการจัดงานนอกสถานที่	8	11	10	25%	(9%)	21	21	0%
รายได้จากแฟรนไชส์	5	1	1	(80%)	0%	9	2	(78%)
รายได้จากการขาย	388	419	394	2%	(6%)	809	813	0%
รายได้อื่น	3	4	2	(33%)	(50%)	7	6	(14%)
รายได้รวม	391	423	396	1%	(6%)	816	819	0%

Key Drivers	Q2/68	Q1/69	Q2/69	เปลี่ยนแปลง +/-		1H/68	1H/69	เปลี่ยนแปลง +/-
				%YoY	%QoQ			%YoY
จำนวนสาขาร้านกาแฟเตอร์ ยู ที่เปิดดำเนินการ ณ วันที่ 30 มิ.ย. และ 31 มิ.ค.	62	59	60	(3%)	2%	62	60	(3%)
การเติบโตของยอดขายสาขาเดิม (SSSG)	(21.9%)	5.7%	3.3%	25.2%	(2.4%)	(16.2%)	4.2%	20.4%
จำนวนสาขาร้านอื่น ๆ ^{1/} ที่เปิดดำเนินการ ณ วันที่ 30 มิ.ย. และ 31 มิ.ค.	26	26	25	(4%)	(4%)	26	25	(4%)

หมายเหตุ: อาจมีการคลาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปิดฤดูกาลบัญชี
 หมายเหตุ: 1/ ร้านอื่น ๆ ได้แก่ แร่นต์มิก้า, ร้านลูกก๊อ และร้านกาแฟ Specialty

1. รายได้จากการขาย:

หน่วย: ล้านบาท



YoY

ไตรมาส 2 ปี 2569 vs ไตรมาส 2 ปี 2568

- รายได้จากร้านขนมหวานและเครื่องดื่ม ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 มีมูลค่า 290 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 15 ล้านบาท หรือร้อยละ 5 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2568 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของยอดขายสาขาเดิม (SSSG) ของร้านกาแฟเตอร์ ยู (ประมาณร้อยละ 3.3) เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของลูกค้าชาวไทย
- รายได้จากการขายสินค้าและวัตถุดิบ ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 มีมูลค่า 93 ล้านบาท ลดลง 7 ล้านบาท หรือร้อยละ 7 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักจากภาวะเศรษฐกิจและกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ชะลอตัว ส่งผลให้ยอดขายผ่านช่องทางโมเดิร์นเทรด (Modern Trade) ปรับตัวลดลง
- รายได้จากการขายและการจัดงานนอกสถานที่ ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 มีมูลค่า 10 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2 ล้านบาท หรือร้อยละ 25 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2568 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากแบรนด์ลูกก๊อที่เริ่มขายผ่านช่องทางนี้ในช่วงไตรมาสที่ 3 ปี 2568
- รายได้จากค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 มีมูลค่า 1 ล้านบาท ลดลง 4 ล้านบาท หรือร้อยละ 80 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการยุติสัญญาแฟรนไชส์สำหรับร้านกาแฟเตอร์ ยูในฮ่องกงและยุติสัญญาชั่วคราวสำหรับร้านกาแฟเตอร์ ยูในพม่าและ

QoQ

ไตรมาส 2 ปี 2569 vs ไตรมาส 1 ปี 2569

- รายได้จากร้านขนมหวานและเครื่องดื่ม ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 มีมูลค่า 290 ล้านบาท ลดลง 22 ล้านบาท หรือร้อยละ 7 จากไตรมาสที่ 1 ปี 2569 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการลดลงของยอดขายสาขาเดิม (SSSG) ของร้านกาแฟเตอร์ ยู (ประมาณร้อยละ 6.7) เนื่องจากยอดขายต่อลูกค้าลดลง โดยสินค้าขายดีในไตรมาสที่ 2 เป็นสินค้าสำหรับรับประทานที่ร้าน ซึ่งลูกค้านิยมมาเป็นกลุ่ม ในขณะที่สินค้าขายดีในไตรมาสที่ 1 เป็นเครื่องดื่มแบบช็อกกลับบ้าน
- รายได้จากการขายสินค้าและวัตถุดิบ ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 มีมูลค่า 93 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อยจากไตรมาสที่ 1 ปี 2569
- รายได้จากการขายและการจัดงานนอกสถานที่ ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 มีมูลค่า 10 ล้านบาท ลดลง 1 ล้านบาท หรือร้อยละ 9 จากไตรมาสที่ 1 ปี 2569 เนื่องจากการลดลงของจำนวนบูธ และยอดขายต่อบูธของแบรนด์กาแฟเตอร์ ยู
- รายได้จากค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 มีมูลค่า 1 ล้านบาท ไม่เปลี่ยนแปลงจากไตรมาสที่ 1 ปี 2569

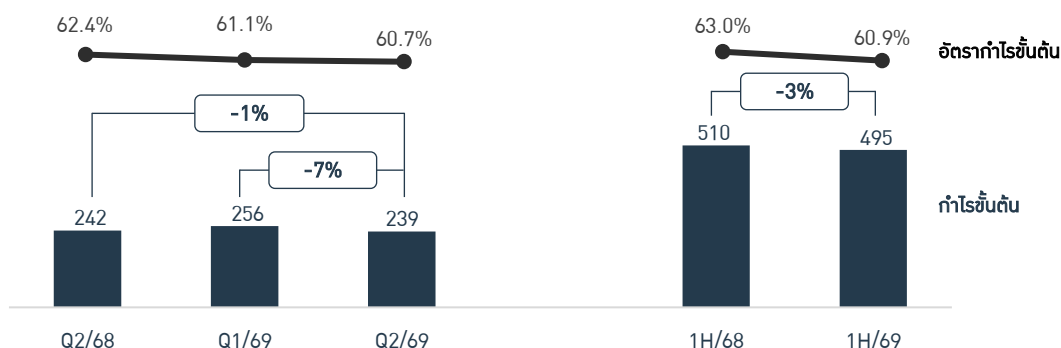
6M

งวด 6 เดือนแรก ปี 2569 vs งวด 6 เดือนแรก ปี 2568

- รายได้จากร้านขนมหวานและเครื่องดื่ม งวด 6 เดือนแรก ปี 2569 มีมูลค่า 602 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 32 ล้านบาท หรือร้อยละ 6 จากงวด 6 เดือนแรก ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของยอดขายสาขาเดิม (SSSG) ของร้านกาแฟเตอร์ ยู (ประมาณร้อยละ 4.2)
- รายได้จากการขายสินค้าและวัตถุดิบ งวด 6 เดือนแรก ปี 2569 มีมูลค่า 188 ล้านบาท ลดลง 21 ล้านบาท หรือร้อยละ 10 จากงวด 6 เดือนแรก ปี 2568 โดยมีสาเหตุจากยอดขายสินค้าและวัตถุดิบแฟรนไชส์ร้านกาแฟเตอร์ ยู และมิกก้า รวมถึงยอดขายผ่านช่องทางโมเดิร์นเทรด (Modern Trade) ลดลง (ร้านกาแฟเตอร์ ยู ในช่วงกุมภาพันธ์สาขาในเดือนเมษายน ปี 2568 และร้านกาแฟเตอร์ ยู ในพณมเปญ ปิดสาขาในเดือนมกราคม ปี 2569)
- รายได้จากการขายและการจัดงานนอกสถานที่ ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2569 มีมูลค่า 21 ล้านบาท ไม่เปลี่ยนแปลงจากในงวด 6 เดือนแรก ปี 2568
- รายได้จากค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2569 มีมูลค่า 2 ล้านบาท ลดลง 7 ล้านบาท หรือร้อยละ 78 จากในงวด 6 เดือนแรก ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการยุติสัญญาแฟรนไชส์สำหรับร้านกาแฟเตอร์ ยู ในช่วงกุมภาพันธ์และยุติสัญญาชั่วคราวสำหรับร้านกาแฟเตอร์ ยู ในพณมเปญ

2. กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น:

หน่วย: ล้านบาท



กำไรขั้นต้น = รายได้จากการขาย - ต้นทุนขาย

ต้นทุนขาย ประกอบด้วยวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ สินค้าสำเร็จรูป วัสดุและอุปกรณ์ต่าง ๆ เมินเดือนและค่าแรงงานพนักงานฝ่ายผลิต ค่าเสื่อมราคาโรงงาน อุปกรณ์เครื่องครัวเครื่องใช้ และค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสถานที่ของฝ่ายผลิต โดยต้นทุนขายหลักของบริษัทฯ คือ วัตถุดิบ

YoY

ไตรมาส 2 ปี 2569 vs ไตรมาส 2 ปี 2568

- กำไรขั้นต้น ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 มีมูลค่า 239 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อย 3 ล้านบาท หรือร้อยละ 1 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2568
- อัตรากำไรขั้นต้น ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 เท่ากับร้อยละ 60.7 ลดลงจากร้อยละ 62.4 ในไตรมาสที่ 2 ปี 2568 เนื่องจากต้นทุนสินค้าใหม่บางตัวมีราคาสูงกว่าต้นทุนเฉลี่ยเดิม

QoQ

ไตรมาส 2 ปี 2569 vs ไตรมาส 1 ปี 2569

- **กำไรขั้นต้น** ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 มีมูลค่า 239 ล้านบาท ลดลง 17 ล้านบาท หรือร้อยละ 7 จากไตรมาสที่ 1 ปี 2569 โดยมีสาเหตุมาจากการลดลงของรายได้จากร้านขนมหวานและเครื่องดื่ม
- **อัตรากำไรขั้นต้น** ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 เท่ากับร้อยละ 60.7 ลดจากร้อยละ 61.1 ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 เนื่องจากยอดขายลดลงในขณะที่ต้นทุนคงที่และค่าใช้จ่ายบางรายการเพิ่มขึ้น

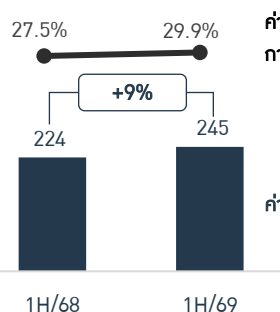
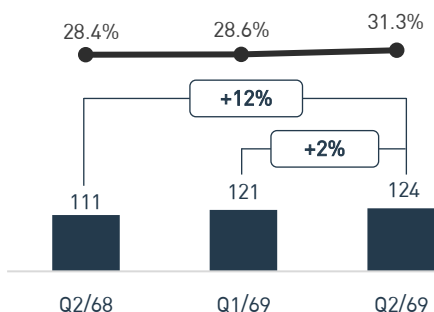
6M

งวด 6 เดือนแรก ปี 2569 vs งวด 6 เดือนแรกปี 2568

- **กำไรขั้นต้น** ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2569 มีมูลค่า 495 ล้านบาท ลดลง 15 ล้านบาท หรือร้อยละ 3 จากในงวด 6 เดือนแรก ปี 2568 โดยมีสาเหตุมาจากการลดลงของรายได้จากการขายสินค้าและวัตถุดิบ และรายได้จากแฟรนไชส์
- **อัตรากำไรขั้นต้น** ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2569 เท่ากับร้อยละ 60.9 ลดจากร้อยละ 63.0 ใน งวด 6 เดือนแรก ปี 2568 เนื่องจากต้นทุนสินค้าบางตัวมีราคาสูงกว่าต้นทุนเฉลี่ยเดิม โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มมีดก-

3. ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย:

หน่วย: ล้านบาท



ค่าใช้จ่ายในการขายและ
การจัดจำหน่ายต่อรายได้รวม

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายพนักงานประจำสาขา ค่าเช่าสถานที่ของร้านขนมหวาน ค่าเช่าอุปกรณ์ ค่าสาธารณูปโภค และค่าใช้จ่ายในการขายอื่น ๆ เช่น ค่าใช้จ่ายในการตลาดและการส่งเสริมการขาย และค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์ในสาขา

YoY

ไตรมาส 2 ปี 2569 vs ไตรมาส 2 ปี 2568

- **ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย** ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 มีมูลค่า 124 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 13 ล้านบาท หรือร้อยละ 12 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายการตลาด ค่าโฆษณา และค่าเช่าพื้นที่
- **ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายต่อรายได้รวม** ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 เท่ากับร้อยละ 31.3 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 28.4 ในไตรมาสที่ 2 ปี 2568 เนื่องจากรายได้จากการขายเพิ่มขึ้นในอัตราส่วนที่น้อยกว่าการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย

QoQ

ไตรมาส 2 ปี 2569 vs ไตรมาส 1 ปี 2569

- **ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย** ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 มีมูลค่า 124 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3 ล้านบาท หรือร้อยละ 2 จากไตรมาสที่ 1 ปี 2569 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายพนักงานและค่าขนส่ง
- **ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายต่อรายได้รวม** ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 เท่ากับร้อยละ 31.3 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 28.6 ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 เนื่องจากรายได้จากการขายลดลง ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายบางรายการเป็นค่าใช้จ่ายคงที่

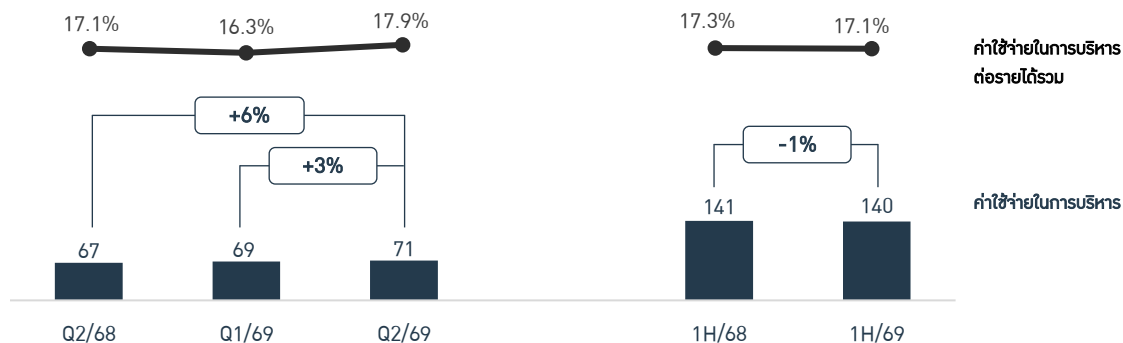
6M

งวด 6 เดือนแรก ปี 2569 vs งวด 6 เดือนแรกปี 2568

- **ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย** ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2569 มีมูลค่า 245 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 21 ล้านบาท หรือร้อยละ 9 จากงวด 6 เดือนแรก ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายการตลาด ค่าโฆษณา ค่าเช่าพื้นที่ และค่าใช้จ่ายที่จ่ายให้แก่แพลตฟอร์มเดลิเวอรี่
- **ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายต่อรายได้รวม** ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2569 เท่ากับร้อยละ 29.9 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 27.5 ใน งวด 6 เดือนแรก ปี 2568 เนื่องจากรายได้จากการขายเพิ่มขึ้นในอัตราส่วนที่น้อยกว่าการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย

4. ค่าใช้จ่ายในการบริหาร:

หน่วย: ล้านบาท



ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ประกอบด้วยเงินเดือนและค่าแรงพนักงานสำนักงานใหญ่ ค่าซ่อมแซมบำรุงรักษา ค่าที่ปรึกษาและค่าธรรมเนียมวิชาชีพ ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์และค่าตัดจำหน่าย การขาดทุนจากการยกเลิกสัญญาเช่าก่อนกำหนด และค่าใช้จ่ายในการบริหารอื่น ๆ เช่น ค่าเช่าอาคารสำนักงาน โรงงาน และคลังเก็บสินค้า ค่าสาธารณูปโภค ค่าใช้จ่ายสำนักงานและเบ็ดเตล็ด ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับภาษีอากร

YoY

ไตรมาส 2 ปี 2569 vs ไตรมาส 2 ปี 2568

- ค่าใช้จ่ายในการบริหาร** ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 มีมูลค่า 71 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4 ล้านบาท หรือร้อยละ 6 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายพนักงาน
- ค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม** ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 เท่ากับร้อยละ 17.9 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 17.1 ในไตรมาสที่ 2 ปี 2568 เนื่องจากรายได้จากการขายเพิ่มขึ้นในอัตราส่วนที่น้อยกว่าการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการบริหาร

QoQ

ไตรมาส 2 ปี 2569 vs ไตรมาส 1 ปี 2569

- ค่าใช้จ่ายในการบริหาร** ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 มีมูลค่า 71 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเล็กน้อยที่ 2 ล้านบาท หรือร้อยละ 3 จากไตรมาสที่ 1 ปี 2569
- ค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม** ไตรมาสที่ 2 ปี 2569 เท่ากับร้อยละ 17.9 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 16.3 ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 เนื่องจากรายได้จากการขายลดลงในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการบริหารบางรายการเป็นค่าใช้จ่ายคงที่

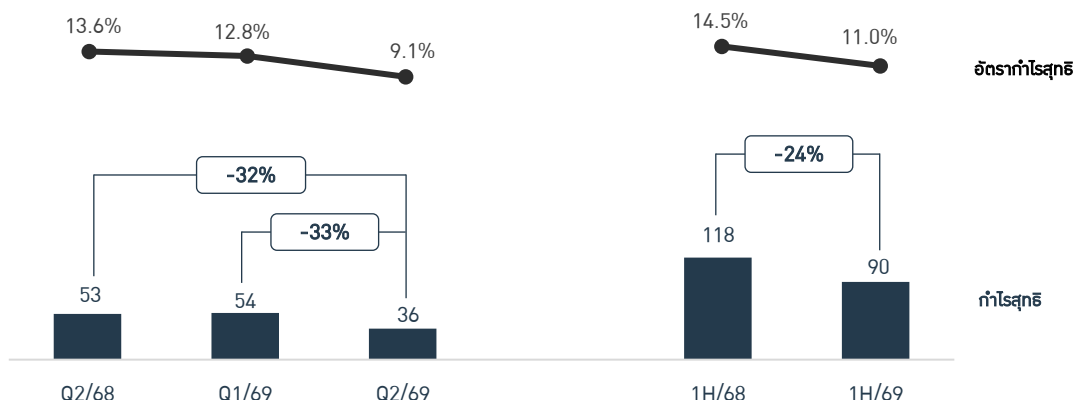
6M

งวด 6 เดือนแรก ปี 2569 vs งวด 6 เดือนแรกปี 2568

- ค่าใช้จ่ายในการบริหาร** ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2569 มีมูลค่า 140 ล้านบาท ไม่เปลี่ยนแปลงจากในงวด 6 เดือนแรก ปี 2568
- ค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม** ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2569 เท่ากับร้อยละ 17.1 ใกล้เคียงกับร้อยละ 17.3 ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2568

5. กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ:

หน่วย: ล้านบาท



YoY

ไตรมาส 2 ปี 2569 vs ไตรมาส 2 ปี 2568

- **กำไรสุทธิ** ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 มีมูลค่า 36 ล้านบาท ลดลง 17 ล้านบาท หรือร้อยละ 32 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากต้นทุนสินค้าใหม่บางตัวมีราคาสูงกว่าต้นทุนเฉลี่ยเดิม ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นลดลง ประกอบกับค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารปรับตัวเพิ่มขึ้น
- **อัตรากำไรสุทธิ** ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 เท่ากับร้อยละ 9.1 ลดลงจากร้อยละ 13.6 ในไตรมาสที่ 2 ปี 2568 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนขายและค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารในขณะที่ยังคงได้ลดลง

QoQ

ไตรมาส 2 ปี 2569 vs ไตรมาส 1 ปี 2569

- **กำไรสุทธิ** ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 มีมูลค่า 36 ล้านบาท ลดลง 18 ล้านบาท หรือร้อยละ 33 จากไตรมาสที่ 1 ปี 2569 โดยมีสาเหตุหลักมาจากรายได้จากการขายลดลง
- **อัตรากำไรสุทธิ** ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 เท่ากับร้อยละ 9.1 ลดลงจากร้อยละ 12.8 ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 เนื่องจากรายได้จากการขายลดลง

6M

งวด 6 เดือนแรก ปี 2569 vs งวด 6 เดือนแรกปี 2568

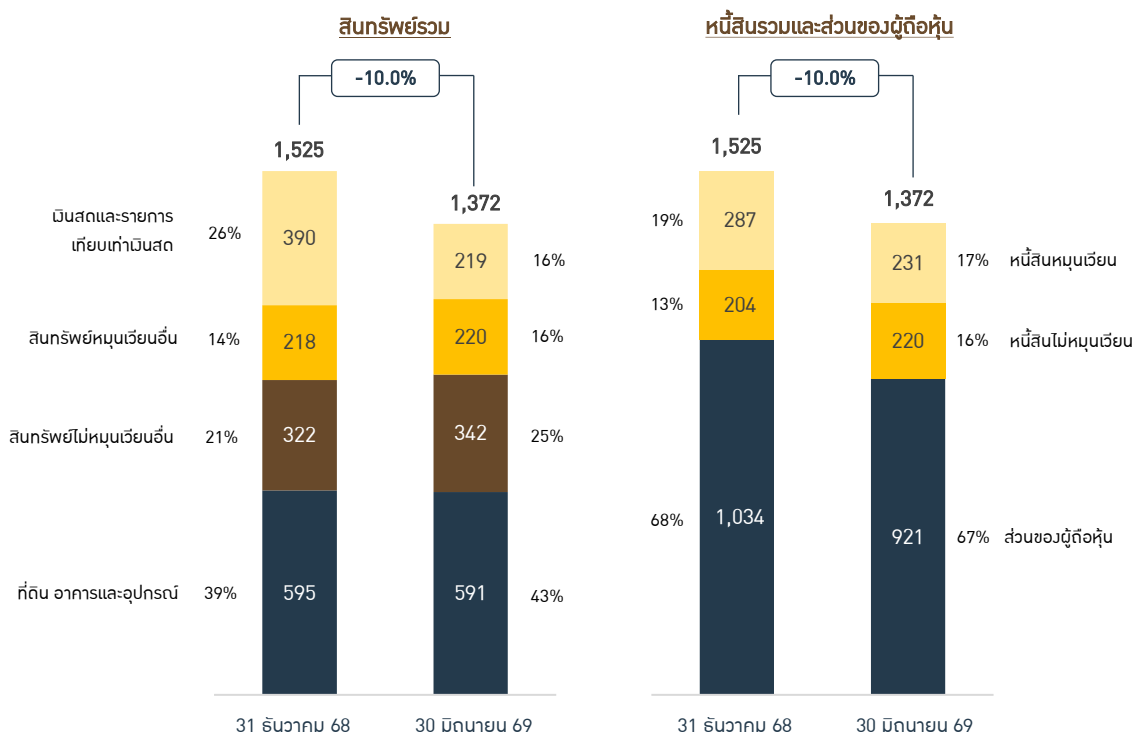
- **กำไรสุทธิ** ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2569 มีมูลค่า 90 ล้านบาท ลดลง 28 ล้านบาท หรือร้อยละ 24 จาก งวด 6 เดือนแรก ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากต้นทุนสินค้าใหม่บางตัวมีราคาสูงกว่าต้นทุนเฉลี่ยเดิม ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นลดลง ประกอบกับค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายปรับตัวเพิ่มขึ้น
- **อัตรากำไรสุทธิ** ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2569 เท่ากับร้อยละ 11.0 ลดลงจากร้อยละ 14.5 ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2568 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนขายและค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย

6. ต้นทุนทางการเงิน:

ต้นทุนทางการเงิน เกิดจากการรับรู้ดอกเบี้ยหนี้สินตามสัญญาเช่า จากการบันทึกบัญชีตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 16 บริษัทฯ ไม่มีเงินกู้ยืมที่มีดอกเบี้ย

การวิเคราะห์ฐานะทางการเงินของบริษัทฯ

หน่วย: ล้านบาท



หมายเหตุ: อาจมีการคลาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปัดทศนิยม

A

สินทรัพย์

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมมูลค่า 1,372 ล้านบาท ลดลง 153 ล้านบาท หรือร้อยละ 10.0 จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยรายละเอียดของการเปลี่ยนแปลง มีดังนี้

- **เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด:** ลดลง 171 ล้านบาท มีสาเหตุหลักมาจากการจ่ายเงินปันผลระหว่างงวด
- **สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น:** เพิ่มขึ้น 20 ล้านบาท มีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์สิทธิการใช้

L

หนี้สิน

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มีหนี้สินรวมมูลค่า 451 ล้านบาท ลดลง 40 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.1 จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยรายละเอียดของการเปลี่ยนแปลง มีดังนี้

- **หนี้สินหมุนเวียน:** ลดลง 56 ล้านบาท มีสาเหตุหลักมาจากการชำระค่าใช้จ่ายค้ำจำ และภาษีเงินได้ค้างจ่าย
- **หนี้สินไม่หมุนเวียน:** เพิ่มขึ้น 16 ล้านบาท มีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของหนี้สินตามสัญญาเช่า

E

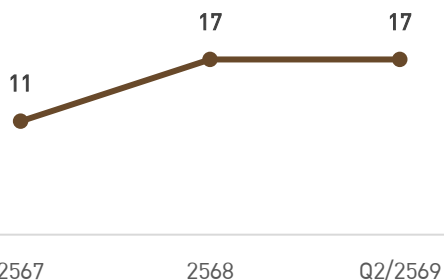
ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวมมูลค่า 921 ล้านบาท ลดลง 113 ล้านบาท หรือร้อยละ 10.9 จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 มีสาเหตุหลักมาจากการจ่ายเงินปันผลระหว่างงวด 204 ล้านบาท หักด้วยกำไรในงวด 6 เดือนแรก ปี 2569 จำนวน 90 ล้านบาท

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

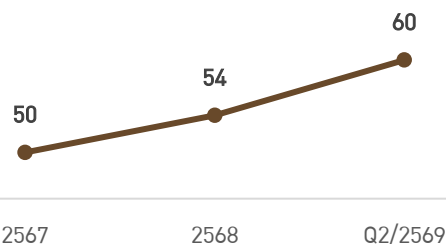
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย

หน่วย: วัน



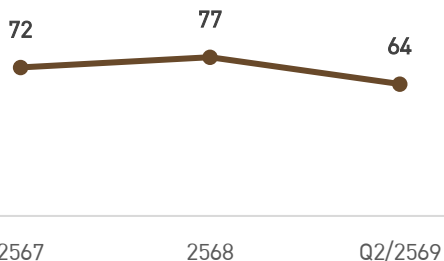
ระยะเวลาการถือสินค้าคงคลัง

หน่วย: วัน



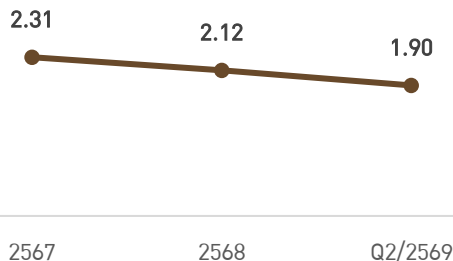
ระยะเวลาชำระหนี้เจ้าหนี้การค้า

หน่วย: วัน



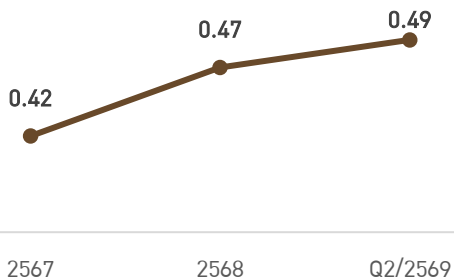
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current Ratio)

หน่วย: เท่า



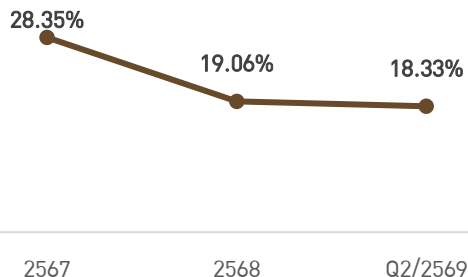
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E)

หน่วย: เท่า



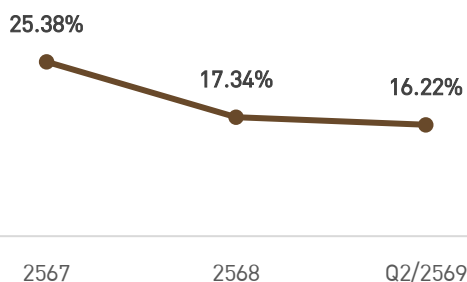
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE)

หน่วย: %



อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)

หน่วย: %



กำไรต่อหุ้น (EPS)

หน่วย: บาทต่อหุ้น

