

SHRINKflex

Shrinkflex (Thailand) PCL.

คำอธิบายและการวิเคราะห์ ของฝ่ายจัดการ (MD&A)

ไตรมาส 2 ปี 2569



สรุปสาระสำคัญ		เหตุการณ์สำคัญ				ผลการดำเนินงาน		
						สรุปสาระสำคัญ		
สรุปผลการดำเนินงาน	Q2/2568	Q1/2569	Q2/2569	เปลี่ยนแปลง		1H/2568	1H/2569	เปลี่ยนแปลง
(หน่วย: ล้านบาท)				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากการดำเนินงาน	278.7	250.7	283.2	+1.6%	+13.0%	540.9	533.8	-1.3%
กำไรขั้นต้น	57.9	46.7	60.2	+4.0%	+28.9%	114.2	106.8	-6.4%
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	15.0	13.0	20.2	+34.8%	+56.2%	34.5	33.2	-3.7%
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	20.8%	18.6%	21.2%	+0.5%	+2.6%	21.1%	20.0%	-1.1%
อัตรากำไรสุทธิ (%)	5.4%	5.1%	7.0%	+1.6%	+2.0%	6.4%	6.1%	-0.3%

หมายเหตุ: อาจมีการคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปัดจุดทศนิยม

ในไตรมาส 2 ปี 2569 บริษัท ชริงฟลักซ์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (SFT) (“บริษัทฯ”) มีรายได้จากการดำเนินงานจำนวน 283.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4.5 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.6 ขณะที่กำไรสุทธิของบริษัทฯ มีมูลค่า 20.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5.2 ล้านบาท หรือร้อยละ 34.8 เมื่อเทียบกับไตรมาส 2 ปี 2568 โดยมีปัจจัยหลักมาจายอดขายที่เพิ่มขึ้นในบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัวประกอบกับการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ แม้ยังเผชิญความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลางซึ่งส่งผลกระทบต่อภาคการขนส่งและต้นทุนวัตถุดิบ ในปี 2569 บริษัทฯ มุ่งเน้นยกระดับประสิทธิภาพและการใช้กำลังการผลิตของเครื่องจักรให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อสนับสนุนการเติบโตของรายได้และความสามารถในการทำกำไรในระยะยาว โดยได้ยกระดับศักยภาพการผลิตผ่านการนำเครื่องพิมพ์ระบบเฟล็กโซ (Flexo) เข้าดำเนินการเชิงพาณิชย์อย่างเต็มรูปแบบเพื่อรองรับความต้องการของกลุ่มลูกค้า SMEs และแบรนด์ที่มุ่งสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าควบคู่กับการบริหารจัดการสายการผลิตและการกระจายงานพิมพ์ระหว่างระบบต่าง ๆ ให้เหมาะสม ซึ่งช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นในการผลิตและรองรับคำสั่งซื้อที่หลากหลายได้ดียิ่งขึ้น ขณะเดียวกัน บริษัทฯ ยังคงขับเคลื่อนการดำเนินงานธุรกิจภายใต้แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยบูรณาการหลักการด้านสิ่งแวดล้อมเข้ากับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ผ่านการนำเสนอนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงสร้างการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการขับเคลื่อนเป้าหมายด้านความยั่งยืน

Q2/2569 vs Q2/2568 (YoY)

- ในไตรมาส 2 ปี 2569 บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงานรวม จำนวน 283.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 2 ปี 2568 มูลค่า 4.5 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 1.6 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว ซึ่งเป็นผลมาจากการเติบโตของกลุ่มลูกค้าในอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนเป็นหลัก
- อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทฯ อยู่ที่ร้อยละ 21.2 ในไตรมาส 2 ปี 2569 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 20.8 ในไตรมาส 2 ปี 2568 โดยมีปัจจัยหลักจากปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ต้นทุนต่อหน่วยของบริษัทฯ ลดลง (Economies of Scale) ประกอบกับการปรับประมาณการค่าใช้จ่ายโบนัสให้แก่พนักงานลดลง เนื่องจากความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลาง
- กำไรสุทธิ มีมูลค่า 20.2 ล้านบาทในไตรมาส 2 ปี 2569 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 2 ปี 2568 มูลค่า 5.2 ล้านบาทหรือร้อยละ 34.8 สอดคล้องกับการเติบโตของรายได้จากการขายบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว ประกอบกับปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนต่อหน่วยของบริษัทฯ ลดลง (Economies of Scale) รวมถึงการปรับประมาณการค่าใช้จ่ายโบนัสให้แก่พนักงานลดลง เนื่องจากความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลาง

Q2/2569 vs Q1/2569 (QoQ)

- ในไตรมาส 2 ปี 2569 บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงานรวม จำนวน 283.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 1 ปี 2569 มูลค่า 32.5 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 13.0 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเติบโตของรายได้จากการดำเนินงาน โดยเฉพาะการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมหน้าตาและบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว ซึ่งเป็นผลมาจากการเติบโตของกลุ่มลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนเป็นหลัก
- อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทฯ อยู่ที่ร้อยละ 21.2 ในไตรมาส 2 ปี 2569 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 18.6 ในไตรมาส 1 ปี 2569 โดยมีปัจจัยหลักจากปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ต้นทุนต่อหน่วยของบริษัทฯ ลดลง (Economies of Scale)
- กำไรสุทธิ มีมูลค่า 20.2 ล้านบาทในไตรมาส 2 ปี 2569 เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 1 ปี 2569 มูลค่า 7.3 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 56.2 สอดคล้องกับการเติบโตของรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เสริมหน้าตาและบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว ประกอบกับปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนต่อหน่วยของบริษัทฯ ลดลง (Economies of Scale)

1H/2569 vs 1H/2568 (YoY)

- ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2569 บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงานรวม จำนวน 533.8 ล้านบาท ลดลงจาก งวด 6 เดือนแรก ปี 2568 มูลค่า 7.1 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 1.3 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการลดลงของรายได้จากการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมหน้าตา ซึ่งเป็นผลจากปัจจัยภายนอก ได้แก่ การปิดด่านชายแดนไทย-กัมพูชา ส่งผลให้ลูกค้าไม่สามารถส่งออกลูกค้าไปยังประเทศดังกล่าวได้ ประกอบกับความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลางที่ส่งผลให้ต้นทุนการขนส่งและระยะเวลาการขนส่งปรับตัวเพิ่มขึ้นจากข้อจำกัดด้านการส่งออก
- อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทฯ อยู่ที่ร้อยละ 20.0 ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2569 ลดลงจากร้อยละ 21.1 ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2568 โดยมีปัจจัยหลักจากลดลงของรายได้ในช่วงไตรมาสแรกของปี อีกทั้งต้นทุนวัตถุดิบวัตถุดิบที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากความไม่แน่นอนของสถานการณ์ภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลาง ประกอบกับการรับรู้ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรของระบบการพิมพ์เฟล็กโซ
- กำไรสุทธิ มีมูลค่า 33.2 ล้านบาทในงวด 6 เดือนแรก ปี 2569 ปรับตัวลดลงจากงวด 6 เดือนแรก ปี 2568 มูลค่า 1.3 ล้านบาทหรือร้อยละ 3.7 โดยมีปัจจัยหลักจากการลดลงของรายได้จากผลิตภัณฑ์เสริมหน้าตา อีกทั้งต้นทุนวัตถุดิบวัตถุดิบที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากความไม่แน่นอนของสถานการณ์ภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลาง ซึ่งส่งผลให้ต้นทุนน้ำมันปรับตัวสูงขึ้น ประกอบกับการรับรู้ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรของระบบการพิมพ์เฟล็กโซ ภายหลังการเริ่มดำเนินการเชิงพาณิชย์ในช่วงเดือนมีนาคม 2569 และรับรู้เต็มงวดในไตรมาส 2 ปี 2569 รวมถึงการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน ที่เพิ่มขึ้นตามจำนวนพนักงานใหม่ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

เหตุการณ์สำคัญ

SFT เดินหน้าขยายโอกาสทางธุรกิจผ่านการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติ

ในงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 บริษัท ชริงฟлекс (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เดินหน้าขยายโอกาสทางธุรกิจในระดับสากล ผ่านการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติที่สำคัญ 2 งาน

โดยงานแรกบริษัทเข้าร่วมงาน THAIFEX-Anuga Asia 2026 ระหว่างวันที่ 26–30 พฤษภาคม 2569 ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี ซึ่งเป็นหนึ่งในงานแสดงสินค้าอาหารและเครื่องดื่มที่สำคัญที่สุดของภูมิภาคเอเชีย ภายใต้แนวคิดการขับเคลื่อนนวัตกรรมอาหารแห่งอนาคตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างยั่งยืน โดยบริษัทได้นำเสนอนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์แบบครบวงจร เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเดิม พร้อมขยายฐานลูกค้าใหม่ในกลุ่มผู้ผลิตอาหารและเครื่องดื่มที่รองรับการเติบโตในระยะยาว

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้เข้าร่วมงาน COSMOPROF CBE ASEAN Bangkok 2026 ระหว่างวันที่ 24–26 มิถุนายน 2569 ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าอุตสาหกรรมความงามและเครื่องสำอางชั้นนำของภูมิภาค การเข้าร่วมงานดังกล่าวช่วยเพิ่มโอกาสในการขยายฐานลูกค้าในกลุ่มเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคล ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพการเติบโตสูง พร้อมสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ



ต่อยอดโอกาสในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์เลี้ยงผ่านการนำเสนอนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์

บริษัท ชริงฟлекс (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เข้าร่วมงาน Food Focus 2026 Roadmap ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2569 ณ โรงแรม Novotel Future Park Rangsit โดยงานดังกล่าวเป็นเวทีแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมสำหรับอุตสาหกรรมอาหารสัตว์เลี้ยง ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่เทคโนโลยีการผลิต กระบวนการผลิต ไปจนถึงนวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์

การเข้าร่วมงานดังกล่าวสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการพัฒนานวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ พร้อมขยายโอกาสทางธุรกิจในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์เลี้ยง ซึ่งเป็นตลาดที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและสอดคล้องกับกลยุทธ์ของบริษัทในการเพิ่มความหลากหลายของฐานลูกค้าและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่ม



SFT ตอกย้ำศักยภาพด้านนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ในงาน ProPak Asia 2026

บริษัท ชริงฟлекс (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เข้าร่วมงาน ProPak Asia 2026 ระหว่างวันที่ 10–13 มิถุนายน 2569 ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ โดยงานนี้ถือเป็นหนึ่งในงานแสดงเทคโนโลยีด้านการบรรจุภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่สำคัญที่สุดของภูมิภาคเอเชีย ซึ่งรวบรวมผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญจากทั่วโลกตลอดห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรม

การเข้าร่วมงานดังกล่าวเปิดโอกาสให้บริษัทฯ ได้นำเสนอศักยภาพด้านนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ พร้อมแลกเปลี่ยนองค์ความรู้กับผู้ประกอบการและพันธมิตรในอุตสาหกรรม ซึ่งช่วยต่อยอดความร่วมมือทางธุรกิจ และสนับสนุนการพัฒนาโซลูชันบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดในอนาคต



พัฒนาการด้านความยั่งยืน

SFT ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าผ่านโครงการรีไซเคิลปากกาใช้แล้ว

บริษัทฯ เดินหน้าส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ผ่านโครงการ “ปากกาเก่า เล่าเรื่องใหม่” โดยตลอดระยะเวลา 1 ปีของโครงการ บริษัทสามารถรวบรวมปากกาใช้แล้วได้ทั้งสิ้น 27.8 กิโลกรัม และส่งต่อให้ บริษัท เอ็น15 เทคโนโลยี จำกัด เพื่อนำไปใช้แปรรูปเป็นวัตถุดิบในกระบวนการผลิตพลังงานทดแทน ซึ่งช่วยลดปริมาณของเสียที่ต้องนำไปกำจัดด้วยวิธีฝังกลบ และเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ความสำเร็จของโครงการเกิดจากความร่วมมือของพนักงานบริษัทตลอดปี 2568 สะท้อนถึงการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการขับเคลื่อนเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กร พร้อมสนับสนุนการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและการบริหารจัดการของเสียอย่างยั่งยืน



สรุปสาระสำคัญ

เหตุการณ์สำคัญ

ผลการดำเนินงาน

“

ลงทุนเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง คิดค้นนวัตกรรมใหม่ พร้อมสร้างสรรค์
สินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของ ลูกค้าได้อย่างทันทั่วทั้ง”

”

ทิศทางการเติบโต

2569

MAXIMIZING CAPACITY FOR
PROFIT MAXIMIZATION

บรรลุขีดความสามารถในการผลิตในทุกเครื่องพิมพ์



เครื่องพิมพ์เฟล็กโซเริ่มผลิตอย่างเต็ม
รูปแบบ เพื่อรองรับลูกค้ากลุ่ม SME



ระบบการพิมพ์กราฟิกระยะยาวและดิจิทัล
มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง



เพิ่มทางเลือกนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ที่เป็น
มิตรต่อสิ่งแวดล้อม สำหรับลูกค้าทั้ง
ในประเทศและต่างประเทศ

2570

SCALING GROWTH & DRIVING
SUSTAINABLE INNOVATIONSสร้างความสามารถในการผลิตเพิ่มเติม เพื่อรองรับการเติบโต
ในอนาคตอย่างยั่งยืน

ระบบเฟล็กโซทำงานควบคู่กับกราฟิกระยะยาวและ
ดิจิทัล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้จ่าย
การผลิตสูงสุด



กลุ่มลูกค้า SME เติบโตอย่างต่อเนื่อง



ปรับกำลังการผลิตให้สอดคล้องกับ
ความต้องการของตลาด



บรรจุภัณฑ์สีเขียวเริ่มสร้างผลตอบแทน
เชิงพาณิชย์

2571-2572

ACCELERATING INTO A NEW
GROWTH PHASE

การลงทุนใหม่เพื่อเก็บเกี่ยวผลจากการเติบโตในอนาคต



เพิ่มขีดความสามารถในการผลิตให้สูงขึ้น
เพื่อรองรับความต้องการของตลาด



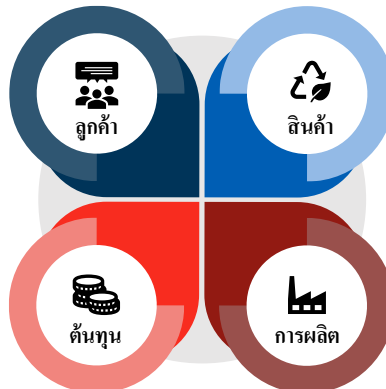
การเป็นพันธมิตรเชิงกลยุทธ์กับลูกค้าทุก
กลุ่ม (ขนาดใหญ่, SME, บริษัทข้ามชาติ)

1. การยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานควบคู่ไป
กับการเติบโตของคำสั่งซื้อ

- ✓ รักษาความสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์กับผู้เล่นรายใหญ่
- ✓ ขยายธุรกิจเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าสาขาเชิงขนาดกลางและ
ขนาดย่อม (SMEs) ผ่านแนวทางการขายเชิงรุก
- ✓ จัดกิจกรรมเวิร์คช็อปในหลากหลายจังหวัด
- ✓ เข้าถึงกลุ่มลูกค้าส่งออก
- ✓ มุ่งเน้นไปยังลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตสูง

4. การจัดการต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่ม
ความสามารถในการทำกำไร

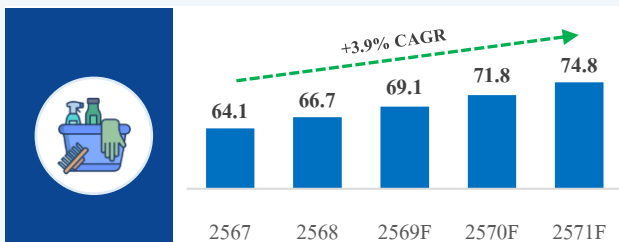
- ✓ การบริหารจัดการวัตถุดิบ
- ✓ การบริหารจัดการอัตราแลกเปลี่ยน

2. การรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขัน
ด้วยผลิตภัณฑ์คุณภาพพรีเมียม

- ✓ บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- ✓ ผลิตภัณฑ์และโซลูชันระดับพรีเมียม
- ✓ ค้นหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ในผลิตภัณฑ์ใหม่

3. การยกระดับกระบวนการผลิตสู่ความ
เป็นเลิศ

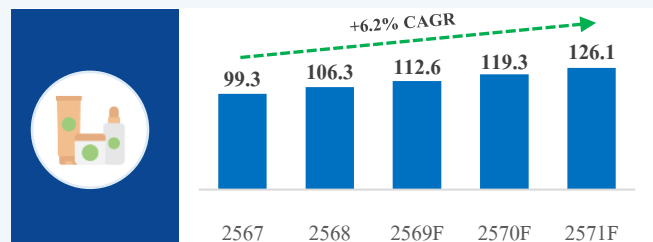
- ✓ การเพิ่มประสิทธิภาพเครื่องจักรด้วยการสนับสนุน
จากระบบการพิมพ์เฟล็กโซ (Flexo)
- ✓ สร้างความต่อเนื่องในกระบวนการผลิต
- ✓ ยกระดับประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องจักร
โดยรวม

แนวโน้มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนในประเทศไทย*
(พันล้านบาท)คาดการณ์อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนในประเทศไทย
ระหว่างปี 2567-2571F

อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2567 มีมูลค่า 64.1 พันล้านบาทและเพิ่มขึ้นเป็น 74.8 พันล้านบาทในปี 2571F หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 3.9 ต่อปี ระหว่างปี 2567-2571F โดยปัจจัยสนับสนุนหลักมาจากการเติบโตของความต้องการที่เพิ่มขึ้นสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีความพรีเมียม ประหยัดเวลา และมีกลิ่นหอมพิเศษ โดยเฉพาะในสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการซักล้าง รวมถึงการให้ความสำคัญกับสุขภาพคนไทยที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูแลผ้าที่ปลอดภัยและมีแนวโน้มความต้องการที่เพิ่มขึ้น

แหล่งที่มาของข้อมูล: Euromonitor (2569)

หมายเหตุ: ข้อมูลดังกล่าวเป็นการประมาณการภายใต้สมมติฐานหลังการเกิดสถานการณ์ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์

แนวโน้มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ดูแลผิวในประเทศไทย*
(พันล้านบาท)คาดการณ์อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ดูแลผิวในประเทศไทย
ระหว่างปี 2567-2571F

อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ดูแลผิวมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2567 มีมูลค่า 99.3 พันล้านบาทและเพิ่มขึ้นเป็น 126.1 พันล้านบาทในปี 2571F หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 6.9 ต่อปี ระหว่างปี 2567-2571F โดยมีเหตุผลหลักมาจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องและการนำช่องทางดิจิทัลมาใช้ในการสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยที่ผลักดันให้ตลาดเติบโตในอัตราที่สูงกว่ากลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภคโดยรวม อีกทั้งความต้องการที่เพิ่มขึ้นของผู้บริโภคในการดูแลผิวที่ออกแบบให้เหมาะกับแต่ละบุคคล

แหล่งที่มาของข้อมูล: Euromonitor (2568), Mobility foresights

หมายเหตุ: ข้อมูลดังกล่าวเป็นการประมาณการภายใต้สมมติฐานก่อนการเกิดสถานการณ์ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์

สรุปสาระสำคัญ

เหตุการณ์สำคัญ

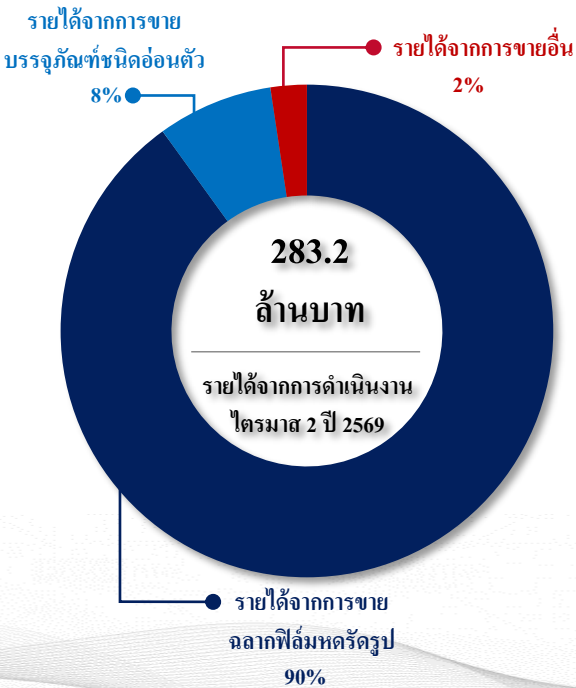
ผลการดำเนินงาน

ภาพรวมผลการดำเนินงาน

ภาพรวมผลการดำเนินงาน	Q2/2568	Q1/2569	Q2/2569	เปลี่ยนแปลง		1H/2568	1H/2569	เปลี่ยนแปลง
(หน่วย: ล้านบาท)				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์	271.5	243.1	276.4	+1.8%	+13.7%	526.5	519.5	-1.3%
รายได้จากการขายอื่น	7.2	7.6	6.7	-6.4%	-11.4%	14.4	14.3	-0.6%
รายได้จากการดำเนินงาน	278.7	250.7	283.2	+1.6%	+13.0%	540.9	533.8	-1.3%
ต้นทุนขาย	220.8	204.0	223.0	+1.0%	+9.3%	426.7	427.0	+0.1%
กำไรขั้นต้น	57.9	46.7	60.2	+4.0%	+28.9%	114.2	106.8	-6.4%
รายได้อื่น	0.4	0.4	0.8	+100.0%	+115.8%	1.3	1.2	-7.0%
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	13.3	12.2	14.1	+6.3%	+16.2%	24.7	26.3	+6.4%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	21.8	21.7	21.9	+0.4%	+1.1%	42.1	43.6	+3.6%
กำไร(ขาดทุน)จากอัตราแลกเปลี่ยน	-1.8	5.4	3.3	+280.9%	-38.6%	-0.1	8.7	N/A
ต้นทุนทางการเงิน	2.3	2.1	2.7	+14.7%	+23.8%	5.0	4.8	-4.8%
กำไรก่อนภาษีเงินได้	19.0	16.5	25.6	+34.6%	+55.4%	43.6	42.0	-3.5%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ (รายได้)	4.0	3.5	5.3	+33.9%	+52.7%	9.1	8.8	-2.8%
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	15.0	13.0	20.2	+34.8%	+56.2%	34.5	33.2	-3.7%

หมายเหตุ: อาจมีการคาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปัดจุดทศนิยม

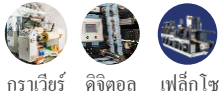
โครงสร้างรายได้จากการดำเนินงาน



รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์

90%

ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติในการหดตัวได้
กับบรรจุภัณฑ์ในทุกรูปร่าง และทุก
วัสดุ อาทิ โลหะ แก้ว พลาสติก

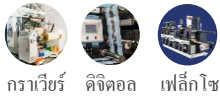


กราเวียร์ คีจิดอล เฟล็กโซ

รายได้จากการขายบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว

8%

บรรจุภัณฑ์ที่ทำมาจากพลาสติกฟิล์ม
พอลิเอทิลีน และกระดาษ โดยขึ้นรูปจาก
วัสดุหลากหลายชนิด



กราเวียร์ คีจิดอล เฟล็กโซ

รายได้จากการขายอื่น

2%

แม่พิมพ์: หัวใจสำคัญในการสร้างสรรค์รูปแบบ ลวดลาย
ต่างๆ บนผลิตภัณฑ์จากระบบการพิมพ์กราเวียร์



แม่พิมพ์

ภาพรวมธุรกิจรายประเภท

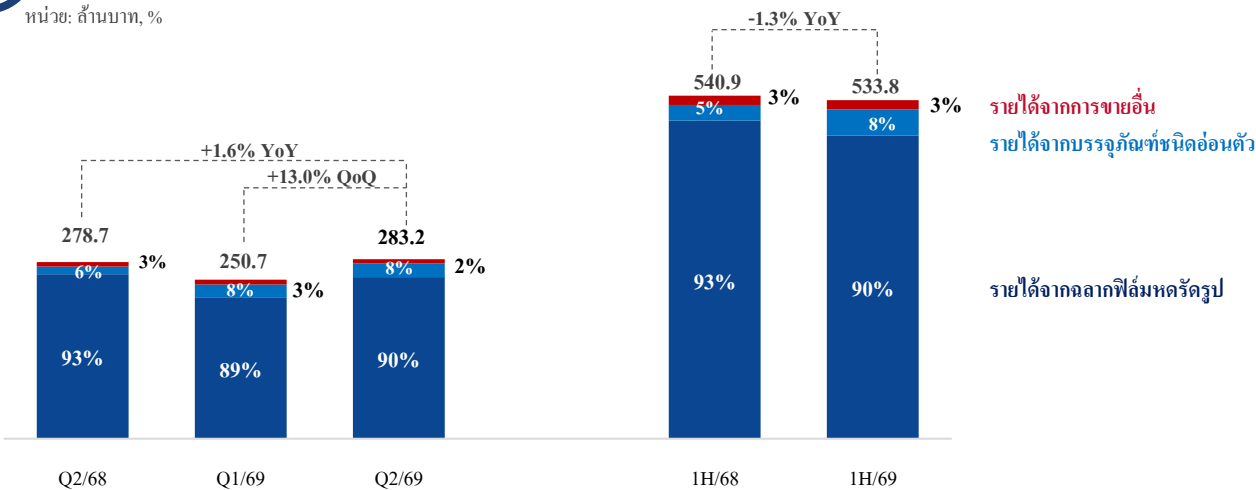
โครงสร้างรายได้	Q2/2568	Q1/2569	Q2/2569	เปลี่ยนแปลง		1H/2568	1H/2569	เปลี่ยนแปลง
(หน่วย: ล้านบาท)				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์								
รายได้จากการขายฉลากฟิล์มหดรูป	259.2	223.2	254.9	-1.6%	+14.2%	501.7	478.2	-4.7%
รายได้จากขายบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว	12.3	19.8	21.5	+74.8%	+8.3%	24.8	41.3	+66.6%
รวมรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์	271.5	243.1	276.4	+1.8%	+13.7%	526.5	519.5	-1.3%
รายได้จากการขายอื่น								
รายได้จากการขายแม่พิมพ์	7.1	7.6	6.7	-4.5%	-11.4%	14.2	14.3	+1.2%
รายได้จากการขายฟิล์มยืด	0.1	-	-	N/A	N/A	0.3	-	N/A
รวมรายได้จากการขายอื่น	7.2	7.6	6.7	-6.4%	-11.4%	14.4	14.3	-0.6%
รวมรายได้จากการดำเนินงาน	278.7	250.7	283.2	+1.6%	+13.0%	540.9	533.8	-1.3%
รายได้อื่น	-1.4	5.8	4.1	+390.8%	-28.4%	1.2	9.9	+718.2%
รวมรายได้	277.3	256.4	287.3	+3.6%	+12.0%	542.1	543.7	+0.3%

หมายเหตุ: อาจมีการเคลื่อนตัวของตัวเลขเนื่องจากการปิดจุดทศนิยม

01

รายได้จากการดำเนินงาน

หน่วย: ล้านบาท, %



Q2/2569 vs Q2/2568 (YoY)

ในไตรมาส 2 ปี 2569 บริษัทฯ มีรายได้รวมจากการดำเนินงานทั้งสิ้น 283.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 2 ปี 2568 จำนวน 4.5 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 1.6 เนื่องจากเหตุผลดังต่อไปนี้

- รายได้จากฉลากฟิล์มหดรูป:** มีมูลค่า 254.9 ล้านบาท ลดลง 4.3 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.6 โดยมีปัจจัยหลักจากยอดขายสินค้าที่ลดลงของลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องดื่มเป็นหลัก ซึ่งเป็นผลจากปัจจัยภายนอก ได้แก่ การปิดด่านชายแดนไทย-กัมพูชา ส่งผลให้ลูกค้าไม่สามารถส่งออกสินค้าไปยังประเทศดังกล่าวได้ ประกอบกับความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลางที่ส่งผลให้ต้นทุนการขนส่งและระยะเวลาการขนส่งปรับตัวเพิ่มขึ้นจากข้อจำกัดด้านการส่งออก ทั้งนี้ การลดลงดังกล่าวได้รับการชดเชยบางส่วนจากยอดขายลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารที่ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง
- รายได้จากบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว:** มีมูลค่า 21.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 9.2 ล้านบาท หรือร้อยละ 74.8 โดยมีปัจจัยหลักจากยอดขายสินค้าที่เพิ่มขึ้นของลูกค้าในทุกกลุ่มอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนเป็นหลัก
- รายได้จากการขายอื่น:** มีมูลค่า 6.7 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อย 0.5 ล้านบาท หรือร้อยละ 6.4 โดยมีปัจจัยหลักจากรายได้จากการขายแม่พิมพ์ปรับตัวลดลงร้อยละ 4.5 ซึ่งผันแปรตามการลดลงของยอดขายระบบการพิมพ์กริวิร์เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

Q2/2569 vs Q1/2569 (QoQ)

ในไตรมาส 2 ปี 2569 บริษัทฯ มีรายได้รวมจากการดำเนินงานทั้งสิ้น 283.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 1 ปี 2569 จำนวน 32.5 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 13.0 เนื่องจากเหตุผลดังต่อไปนี้

- **รายได้จากลูกค้าฟิล์มหดรูปรูป:** มีมูลค่า 254.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 31.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 14.2 โดยมีปัจจัยหลักจากยอดขายคำสั่งซื้อที่เพิ่มขึ้นของลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและอาหารเป็นหลัก
- **รายได้จากบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว:** มีมูลค่า 21.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.3 โดยมีปัจจัยหลักจากยอดขายคำสั่งซื้อที่เพิ่มขึ้นของลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนเป็นหลัก
- **รายได้จากการขายอื่น:** มีมูลค่า 6.7 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อย 0.9 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.5 โดยรายได้จากการขายแม่พิมพ์ปรับตัวลดลงร้อยละ 11.4 ซึ่งผันแปรตามการลดลงของยอดขายคำสั่งซื้อใหม่จากระบบการพิมพ์กราฟิควีธีรีเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน

1H/2569 vs 1H/2568 (YoY)

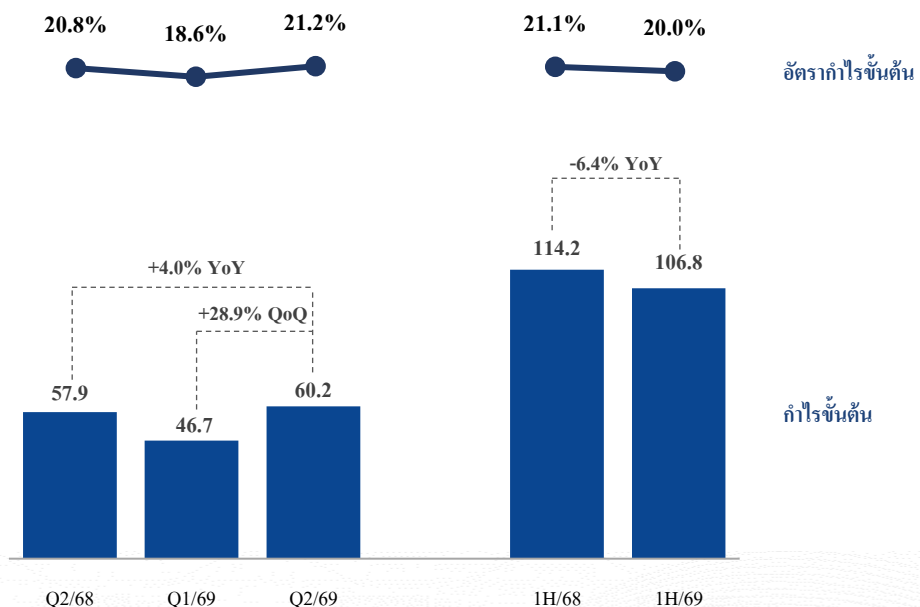
งวด 6 เดือนแรก ปี 2569 บริษัทฯ มีรายได้รวมจากการดำเนินงานทั้งสิ้น 533.8 ล้านบาท ลดลงจากงวด 6 เดือนแรก ปี 2568 จำนวน 7.1 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 1.3 เนื่องจากเหตุผลดังต่อไปนี้

- **รายได้จากลูกค้าฟิล์มหดรูปรูป:** มีมูลค่า 478.2 ล้านบาท ลดลง 23.5 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.7 โดยมีปัจจัยหลักจากยอดขายคำสั่งซื้อที่ลดลงของลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องสำอางเป็นหลัก ซึ่งเป็นผลจากปัจจัยภายนอก ได้แก่ การปิดด่านชายแดนไทย-กัมพูชา ส่งผลให้ลูกค้าไม่สามารถส่งออกสินค้าไปยังประเทศดังกล่าวได้ ประกอบกับความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลางที่ส่งผลให้ต้นทุนการขนส่งและระยะเวลาการขนส่งปรับตัวเพิ่มขึ้นจากข้อจำกัดด้านการส่งออก
- **รายได้จากบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว:** มีมูลค่า 41.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 16.5 ล้านบาท หรือร้อยละ 66.6 โดยมีปัจจัยหลักจากยอดขายคำสั่งซื้อที่เพิ่มขึ้นของลูกค้าในทุกกลุ่มอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนเป็นหลัก
- **รายได้จากการขายอื่น:** มีมูลค่า 14.3 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อย 0.1 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.6 โดยรายได้จากการขายแม่พิมพ์ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.2 ซึ่งผันแปรตามการเติบโตของยอดขายคำสั่งซื้อใหม่จากระบบการพิมพ์กราฟิควีธีรีเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน ในขณะที่รายได้จากการจำหน่ายฟิล์มยืดลดลง เนื่องจากบริษัทฯ ได้ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การดำเนินงาน โดยมุ่งเน้นไปยังผลิตภัณฑ์หลัก อีกทั้งรายได้จากฟิล์มยืดสัดส่วนที่น้อยและเป็นสินค้าขายไปเท่านั้น บริษัทฯ จึงลดสัดส่วนการจัดจำหน่ายสินค้าดังกล่าวลง

02

กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น

หน่วย: ล้านบาท, %



สรุปสาระสำคัญ

เหตุการณ์สำคัญ

ผลการดำเนินงาน

Q2/2569 vs Q2/2568 (YoY)

กำไรขั้นต้น: ในไตรมาส 2 ปี 2569 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้น 60.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 2 ปี 2568 จำนวน 2.3 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 4.0 สอดคล้องกับการเติบโตของรายได้จากการขายบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว ประกอบกับปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนต่อหน่วยของบริษัทฯ ลดลง (Economies of Scale) รวมถึงการปรับประมาณการค่าจ่ายโบนัสให้แก่พนักงานลดลง เนื่องจากความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลาง

อัตรากำไรขั้นต้น: อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 21.2 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 20.8 ในไตรมาส 2 ปี 2568 โดยมีปัจจัยหลักจากปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนต่อหน่วยของบริษัทฯ ลดลง (Economies of Scale) ประกอบกับการปรับประมาณการค่าจ่ายโบนัสให้แก่พนักงานลดลง เนื่องจากความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลาง

Q2/2569 vs Q1/2569 (QoQ)

กำไรขั้นต้น: ในไตรมาส 2 ปี 2569 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้น 60.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 1 ปี 2569 จำนวน 13.5 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 28.9 สอดคล้องกับการเติบโตของรายได้จากการขายฉลากฟิล์มหดรูปและบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว ประกอบกับปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนต่อหน่วยของบริษัทฯ ลดลง (Economies of Scale)

อัตรากำไรขั้นต้น: อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 21.2 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 18.6 ในไตรมาส 1 ปี 2569 โดยมีปัจจัยหลักจากปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนต่อหน่วยของบริษัทฯ ลดลง (Economies of Scale)

1H/2569 vs 1H/2568 (YoY)

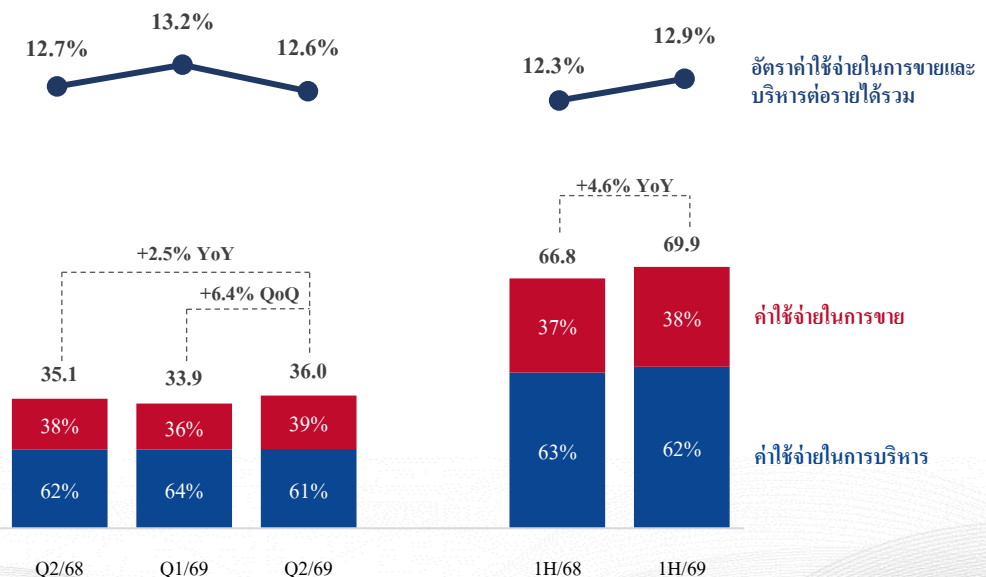
กำไรขั้นต้น: งวด 6 เดือนแรกปี 2569 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้น 106.8 ล้านบาท ลดลงจากงวด 6 เดือนแรกปี 2568 จำนวน 7.3 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 6.4 สอดคล้องกับการลดลงของรายได้จากการขายฉลากฟิล์มหดรูป อีกทั้งต้นทุนวัตถุดิบแก้วเฉลี่ยที่ปรับตัวเพิ่มจากความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลางซึ่งส่งผลให้ต้นทุนน้ำมันปรับตัวสูงขึ้น ประกอบกับการรับรู้ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรของระบบการพิมพ์เฟล็กโซ ภายหลังการเริ่มดำเนินการเชิงพาณิชย์ในช่วงเดือนมีนาคม 2569 และรับรู้เต็มงวดในไตรมาส 2 ปี 2569

อัตรากำไรขั้นต้น: อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 20.0 ลดลงจากร้อยละ 21.1 ในงวด 6 เดือนแรกปี 2568 โดยมีปัจจัยหลักจากลดลงของรายได้ อีกทั้งต้นทุนวัตถุดิบแก้วเฉลี่ยที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลาง ประกอบกับการรับรู้ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรของระบบการพิมพ์เฟล็กโซ

03

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

หน่วย: ล้านบาท, %



Q2/2569 vs Q2/2568 (YoY)

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร: ในไตรมาส 2 ปี 2569 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร จำนวน 36.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 2 ปี 2568 จำนวน 0.9 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 2.5 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขายซึ่งผันแปรตามยอดขายที่เพิ่มขึ้นและค่าน้ำมันจากความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลาง นอกจากนี้ ค่าใช้จ่ายในการบริหารปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานที่เพิ่มขึ้น

อัตราค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้รวม: อัตราค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้อยู่ที่ร้อยละ 12.6 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 12.7 ในไตรมาส 2 ปี 2568 แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายของบริษัทฯ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

Q2/2569 vs Q1/2569 (QoQ)

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร: ในไตรมาส 2 ปี 2569 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร จำนวน 36.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 1 ปี 2569 จำนวน 2.2 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 6.4 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขายซึ่งผันแปรตามยอดขายที่เพิ่มขึ้นและค่าน้ำมัน จากความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลาง อีกทั้งการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการออกงานแสดงสินค้า เพื่อขับเคลื่อนยอดขายให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการบริหารปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานที่เพิ่มขึ้นตามจำนวนพนักงานใหม่

อัตราค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้รวม: อัตราค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้อยู่ที่ร้อยละ 12.6 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 13.2 ในไตรมาส 1 ปี 2569 แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายของบริษัทฯ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

1H/2569 vs 1H/2568 (YoY)

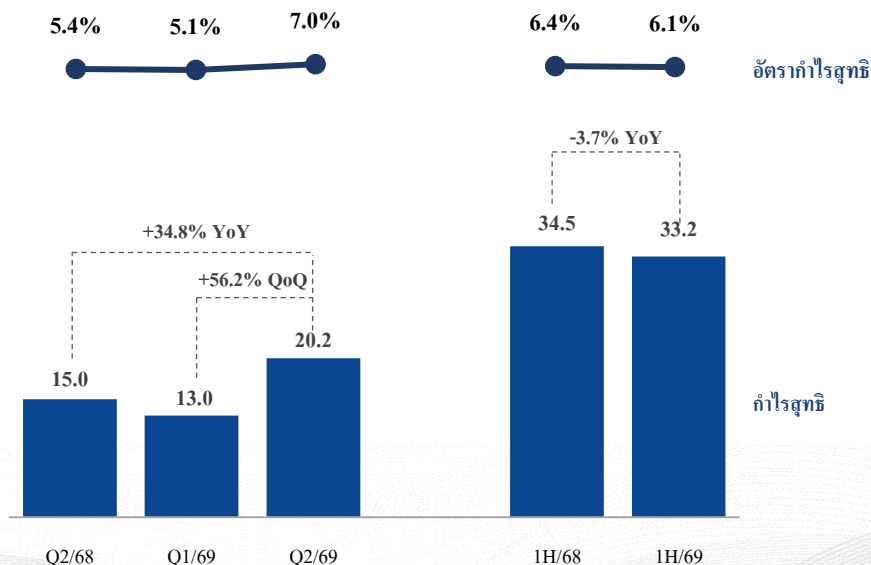
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร: งวด 6 เดือนแรก ปี 2569 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร จำนวน 69.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากงวด 6 เดือนแรก ปี 2568 จำนวน 3.1 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 4.6 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของค่าน้ำมันจากความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลางและการเพิ่มขึ้นของผลตอบแทนพนักงาน ซึ่งผันแปรตามจำนวนพนักงานที่เพิ่มขึ้นเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจ อีกทั้งการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการออกงานแสดงสินค้า เพื่อขับเคลื่อนยอดขายให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการบริหารปรับตัวเพิ่มขึ้นจากค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานที่เพิ่มขึ้นตามจำนวนพนักงานใหม่ เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

อัตราค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้รวม: อัตราค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้อยู่ที่ร้อยละ 12.9 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 12.3 ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2568 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานและผลตอบแทนพนักงานจากจำนวนพนักงานใหม่ที่เพิ่มขึ้น รวมถึงค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการออกงานแสดงสินค้า

04

กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

หน่วย: ล้านบาท, %



Q2/2569 vs Q2/2568 (YoY)

กำไรสุทธิ: ในไตรมาส 2 ปี 2569 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 20.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 2 ปี 2568 จำนวน 5.2 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 34.8 สอดคล้องกับการเติบโตของรายได้จากการขายบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว ประกอบกับปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนต่อหน่วยของบริษัทฯ ลดลง (Economies of Scale) รวมถึงการปรับประมาณการค่าจ่ายโบนัสให้แก่พนักงานลดลง เนื่องจากความไม่แน่นอนของสถานการณ์ภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลาง

อัตรากำไรสุทธิ: อัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ร้อยละ 7.0 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 5.4 ในไตรมาส 2 ปี 2568 สอดคล้องกับการเติบโตของรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้นและปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้เกิดการประหยัดต้นทุนต่อหน่วย (Economies of Scale) รวมถึงการปรับประมาณการค่าจ่ายโบนัสให้แก่พนักงานลดลง เนื่องจากความไม่แน่นอนของสถานการณ์ภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลาง

Q2/2569 vs Q1/2569 (QoQ)

กำไรสุทธิ: ในไตรมาส 2 ปี 2569 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 20.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 1 ปี 2569 จำนวน 7.3 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 56.2 สอดคล้องกับการเติบโตของรายได้จากการขายฉลากฟิล์มหดรูปร่างและบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว ประกอบกับปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนต่อหน่วยของบริษัทฯ ลดลง (Economies of Scale)

อัตรากำไรสุทธิ: อัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ร้อยละ 7.0 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 5.1 ในไตรมาส 1 ปี 2569 สอดคล้องกับการเติบโตของรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้นและปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้เกิดการประหยัดต้นทุนต่อหน่วย (Economies of Scale)

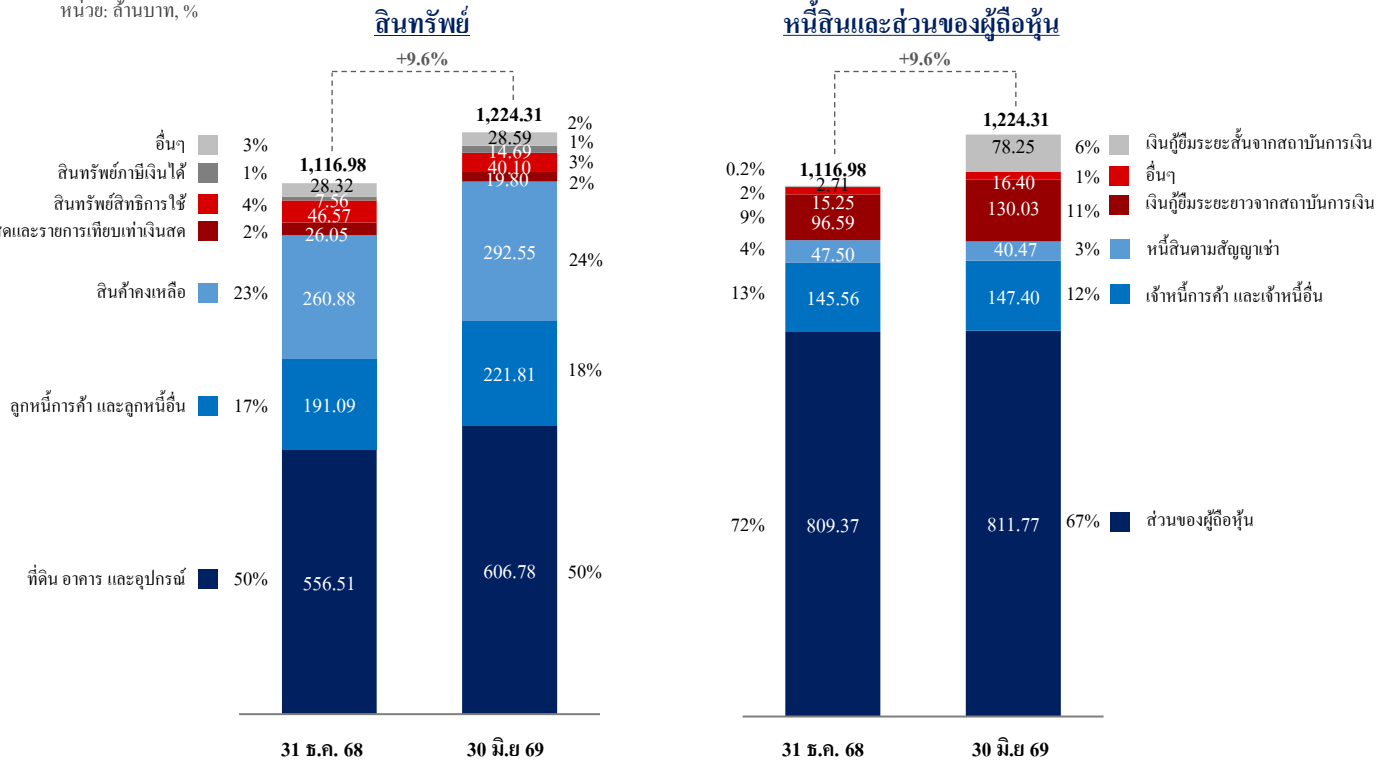
1H/2569 vs 1H/2568 (YoY)

กำไรสุทธิ: ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2569 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 33.2 ล้านบาท ลดลงจากงวด 6 เดือนแรก ปี 2568 จำนวน 1.3 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 3.7 โดยมีปัจจัยหลักจากการลดลงของรายได้ฉลากฟิล์มหดรูปร่าง อีกทั้งต้นทุนวัตถุดิบตัวเฉลี่ยที่ปรับตัวเพิ่มจากความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลาง ซึ่งส่งผลให้ต้นทุนน้ำมันปรับตัวสูงขึ้น ประกอบกับการรับรู้ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรของระบบการพิมพ์เฟล็กโซ หลังการเริ่มดำเนินการเชิงพาณิชย์ในช่วงเดือนมีนาคม 2569 และรับรู้เต็มงวดในไตรมาส 2 ปี 2569 รวมถึงการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน ที่เพิ่มขึ้นตามจำนวนพนักงานใหม่ เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

อัตรากำไรสุทธิ: อัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ร้อยละ 6.1 ลดลงเล็กน้อยจากร้อยละ 6.4 ใน งวด 6 เดือนแรก ปี 2568 สอดคล้องกับรายได้จากการดำเนินงานที่ลดลงของฉลากฟิล์มหดรูปร่าง อีกทั้งต้นทุนวัตถุดิบตัวเฉลี่ยที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลาง ประกอบกับการรับรู้ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรของระบบการพิมพ์เฟล็กโซ รวมถึงการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน ที่เพิ่มขึ้นตามจำนวนพนักงานใหม่

งบแสดงฐานะทางการเงิน

หน่วย: ล้านบาท, %



สินทรัพย์

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม 1,224.31 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 107.30 ล้านบาท หรือร้อยละ 9.61 จากวันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญดังนี้

- ลูกหนี้การค้า และลูกหนี้อื่น:** มีมูลค่า 221.81 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 30.72 ล้านบาท สอดคล้องกับยอดขายที่ปรับตัวสูงขึ้นจากสิ้นปี 2568
- สินค้าคงเหลือ:** มีมูลค่า 292.55 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 31.67 ล้านบาท จากปริมาณวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น เพื่อรองรับความเสี่ยงด้านต้นทุนและความไม่แน่นอนของการจัดหาวัตถุดิบ อันเป็นผลจากความไม่แน่นอนของสถานการณ์ภูมิรัฐศาสตร์ในตะวันออกกลางที่ส่งผลกระทบต่อราคาน้ำมันในตลาดโลก
- สินทรัพย์ถาวร:** มีมูลค่า 3.31 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.01 ล้านบาท จากการรับรู้มูลค่ายุติธรรมของสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า ซึ่งได้รับผลบวกจากการอ่อนค่าของเงินบาท ณ วันสิ้นงวด
- ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์:** มีมูลค่า 606.78 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 50.28 ล้านบาท จากการลงทุนซื้อที่ดินในช่วงต้นปีเป็นหลัก
- สินทรัพย์ระยะสั้น:** มีมูลค่า 14.69 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 7.13 ล้านบาท จากภาษีเงินได้รอรับคืนจากกรมสรรพากรเป็นหลัก

หนี้สิน

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มีหนี้สินรวม 412.54 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 104.93 ล้านบาท หรือร้อยละ 34.11 จากวันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญดังนี้

- เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น:** มีมูลค่า 147.40 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1.84 ล้านบาท ผันแปรตามยอดคำสั่งซื้อที่เพิ่มขึ้นและการชำระเงินตามเงื่อนไขเครดิต (Credit Term)
- เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน:** มีมูลค่า 78.25 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 75.54 ล้านบาท จากการนำเข้าวัตถุดิบฟอสไฟต์ (Trust Receipt: T/R) ที่เพิ่มขึ้นเป็นหลัก
- เงินกู้ยืมระยะยาว:** มีมูลค่า 130.03 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 33.45 ล้านบาท จากการลงทุนซื้อที่ดินและชำระคืนตามกำหนดในบางส่วน
- หนี้สินตามสัญญาเช่า:** มีมูลค่า 40.47 ล้านบาท ลดลง 7.03 ล้านบาท จากการชำระคืนตามกำหนด

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้น 811.77 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2.40 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.30 จากวันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นจากกำไรสุทธิ 33.20 ล้านบาท และลดลงจากการจ่ายเงินปันผลประจำปี 30.80 ล้านบาท

สรุปสาระสำคัญ

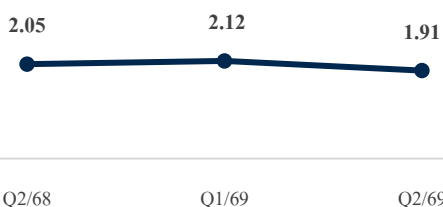
เหตุการณ์สำคัญ

ผลการดำเนินงาน

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

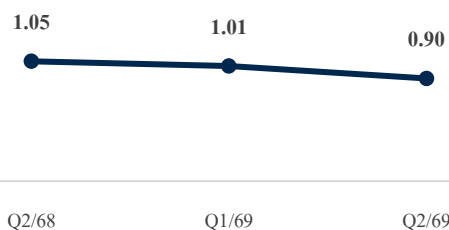
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน

หน่วย: เท่า



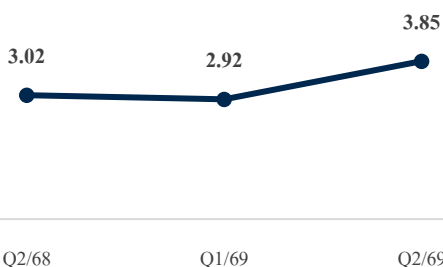
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว

หน่วย: เท่า



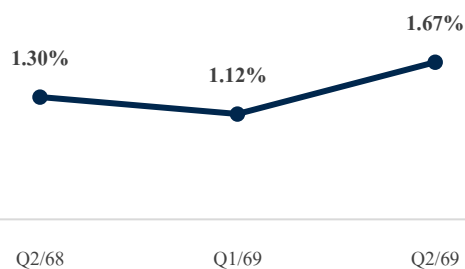
อัตราหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ (FG)

หน่วย: เท่า



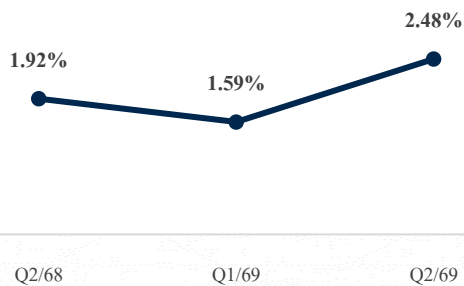
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)

หน่วย: %



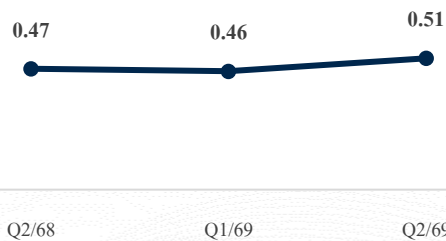
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE)

หน่วย: %



อัตราส่วนหนี้สินต่อผู้ถือหุ้น (D/E Ratio)

หน่วย: เท่า



ผู้มีอำนาจรายงานสารสนเทศ:

นาย ชุง ชง ทอย
(ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร)

ติดต่อนักลงทุนสัมพันธ์:

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

Disclaimer:

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