



คำอธิบาย และวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ สำหรับผลการดำเนินงาน

บริษัท ปลูกผักเพราะรักแม่ จำกัด (มหาชน)

สำหรับงวดสิ้นสุด 30 มิถุนายน 2569



วันที่: 14 สิงหาคม 2569

เรียน: กรรมการและผู้จัดการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เรื่อง: คำอธิบายและบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหาร สำหรับผลประกอบการประจำไตรมาส 2 ปี 2569

1. พัฒนาการและเหตุการณ์ที่สำคัญในไตรมาส 2/69

1.1. การขยายสาขา

- บริษัทฯ ขยายแบรนด์ไอ้ จู้ช จำนวน 1 สาขา รวมทั้งหมด 25 สาขา ณ 30 มิถุนายน 2569 (เปิดให้บริการสาขาสยามเซ็นเตอร์ เมื่อวันที่ 23 มิถุนายน 2569 เนื่องจากหมดสัญญา)
- บริษัทฯ ขยายแบรนด์ใจ วิงส์ จำนวน 4 สาขา รวมทั้งหมด 11 สาขา ณ 30 มิถุนายน 2569

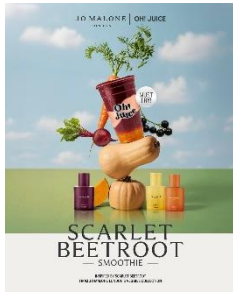
1.2. การเปิดตัวแบรนด์ใหม่

- บริษัทฯ เปิดตัวร้านอาหารและเครื่องดื่ม ภายใต้แบรนด์ "Grill & Ground (กริลล์ แอนด์กราวด์)" คือแบรนด์น้องใหม่ในเครือที่ต่อยอดความเชี่ยวชาญด้านผักออร์แกนิกจากฟาร์มของตัวเองสู่คอนเซ็ปต์ "Steak & Salad Bar" รูปแบบใหม่ ภายใต้แนวคิด "Fresh from the Ground. Fired on the Grill" ผสานวัตถุดิบสดใหม่จากสวนเข้ากับสเต็มอย่างคุณภาพพรีเมียมอย่างลงตัว เราไม่ได้ตั้งใจขายแค่ความอึดแบบ "All You Can Eat" แต่มุ่งมอบประสบการณ์ "All You Can Experience" ที่สนุก มีชีวิตชีวา และให้ความรู้สึกพรีเมียมในราคาที่จับต้องได้ โดยมีไลน์อาหารกว่า 150 รายการ ทั้งคาว หวาน และเครื่องดื่ม ผ่าน 7 โซนหลัก ดังนี้ 1. Harvest Bar, 2. Soup & pasta, 3. Fresh bake corner, 4. Beverage bar, 5. Live culture yogurt bar, 6. Roll & toss, 7. Tokyo sweet bar ซึ่งได้เริ่มเปิดดำเนินการสาขาแรกเมื่อวันที่ 2 เดือน มิถุนายน 2569 ที่สาขาเดอะพาร์คไฮ พาร์ค กาญจนบุรี



1.3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และแผนการตลาด เพิ่มความหลากหลายตอบโจทย์ความต้องการผู้บริโภค

แบรนด์ไอ้กะजू	
1. เมนูใหม่ Fresh roll 6 รสชาติ ในราคาเข้าถึงง่าย	     
2. เมนูใหม่ Thin Thin Sandwich จำหน่ายเฉพาะ 13 สาขาที่ร่วมรายการ	    

แบรนด์โอ้จู้จี้	
1. เมนูใหม่ ต้อนรับหน้าร้อน “MANGO DOLCE POP SMOOTHIE”	 
2. ร่วมมือกับพันธมิตร รังสรรค์เมนูใหม่ a. OH! JUICE x JO MALONE LONDON ออกเมนู “SCARLET BEETROOT Smoothie” b. OH! JUICE x Cerave ออกเมนู “CERA BLU Smoothie”	   
ผลิตภัณฑ์ใหม่กลุ่มเบเกอรี่และอาหารฟังก์ชัน	
1. ขนมปังมันม่วงเผือกโมจิ ไก่หยองโนริ 2. บั๊กรอบธัญพืชแครนเบอร์รี่ 3. ซุปคอลลาเจน Bone broth 2 รสชาติ ได้แก่ เนื้อและไก่ ภายใต้แบรนด์ “PR1M” 4. โยเกิร์ตมะพร้าวพรีเมียม รสพีช	    



2. ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และคำอธิบาย

2.1 งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ ไตรมาส 2 ปี 2569

หน่วย: ล้านบาท	ไตรมาส 2/68	ไตรมาส 1/69	ไตรมาส 2/69	%QoQ	%YoY	งวด 6 เดือน ปี 2568	งวด 6 เดือน ปี 2569	%YoY
รายได้จากการขาย	685.0	573.5	585.5	2.1	(14.5)	1,393.0	1,159.0	(16.8)
รายได้อื่น	5.0	2.1	1.5	(25.4)	(68.5)	9.6	3.6	(61.7)
รายได้รวม	690.0	575.6	587.0	2.0	(14.9)	1,402.6	1,162.6	(17.1)
ต้นทุนขาย	385.0	331.7	350.7	5.7	(8.9)	762.1	682.4	(10.5)
กำไรขั้นต้น	300.0	241.8	234.8	(2.9)	(21.8)	630.9	476.6	(24.5)
ค่าใช้จ่ายในการขาย	232.4	231.3	229.8	(0.7)	(1.1)	448.1	461.1	2.9
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	39.6	39.7	41.6	4.8	5.1	75.7	81.3	7.5
กำไร(ขาดทุน)จากการดำเนินงาน	33.0	(27.2)	(35.1)	(29.3)	(206.7)	116.7	(62.3)	(153.4)
ต้นทุนทางการเงิน	4.8	4.5	4.7	3.9	(3.2)	9.9	9.2	(7.0)
กำไร(ขาดทุน)ก่อนภาษีเงินได้	28.1	(31.7)	(39.8)	(25.7)	(241.7)	106.8	(71.5)	(167.0)
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	4.5	(1.3)	(14.8)	(1,080.1)	(432.3)	19.3	(16.1)	(183.3)
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	23.6	(30.4)	(25.0)	17.9	(205.7)	87.5	(55.4)	(163.4)
กำไร(ขาดทุน)สุทธิก่อนรายการพิเศษที่เกิดขึ้นครั้งเดียว ¹	23.6	(30.4)	(21.6)	29.1	(191.3)	87.5	(52.0)	(159.5)
กำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย (EBITDA)	93.5	44.1	36.9	(16.4)	(60.6)	232.1	81.0	(65.1)
กำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย (EBITDA) ก่อนรายการพิเศษที่เกิดขึ้นครั้งเดียว ¹	93.5	44.1	40.3	(8.7)	(56.9)	232.1	84.4	(63.6)



อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ	ไตรมาส 2/68	ไตรมาส 1/69	ไตรมาส 2/69	QoQ (p.p.)	YoY (p.p.)	งวด 6 เดือน ปี 2568	งวด 6 เดือน ปี 2569	YoY (p.p.)
อัตรากำไรขั้นต้นต่อรายได้จากการขาย	43.8%	42.2%	40.1%	(2.1%)	(3.7%)	45.3%	41.1%	(4.2%)
อัตรากำไรขั้นต้นต่อรายได้จากการขายและบริหารต่อรายได้จากการขาย	39.7%	47.3%	46.4%	(0.9%)	6.7%	37.6%	46.8%	9.2%
อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่ายต่อรายได้รวม	13.6%	7.7%	6.3%	(1.4%)	(7.3%)	16.5%	7.0%	(9.6%)
อัตรากำไร(ขาดทุน)ก่อนดอกเบี้ย และภาษีเงินได้ต่อรายได้รวม	4.8%	(4.7%)	(6.0%)	(1.3%)	(10.8%)	8.3%	(5.4%)	(13.7%)
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิต่อรายได้รวม	3.4%	(5.3%)	(4.3%)	1.0%	(7.7%)	6.2%	(4.8%)	(11.0%)
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิก่อนรายการพิเศษที่เกิดขึ้นครั้งเดียว ¹ ต่อรายได้รวม	3.4%	(5.3%)	(3.7%)	1.6%	(7.1%)	6.2%	(4.5%)	(10.7%)

จำนวนสาขาที่เปิดดำเนินการ ณ วันที่ สิ้นสุด 30 มิถุนายน 2569	ไตรมาส 2/68	ไตรมาส 1/69	ไตรมาส 2/69	งวด 6 เดือน ปี 2568	งวด 6 เดือน ปี 2569
แบรนด์ ไอ้กะजू	43	45	44 ²	43	44 ²
แบรนด์ ไอ้ จู๊ช	24	25 ³	25 ⁴	24	25
แบรนด์ โจ วิงส์	1	7	11	1	11
แบรนด์ กริลล์ แอนด์กราวด์	-	-	1 ²	-	1 ²
แบรนด์ ไอ้กะजू แอปแอนดิโวล	1	1	1	1	1

หมายเหตุ: ¹ไม่รวมรายการพิเศษที่เกิดขึ้นครั้งเดียว จำนวน 3.4 ล้านบาท จากการตั้งค่าเผื่อด้อยค่าทรัพย์สิน ส่วนปรับปรุงอาคารที่ไม่สามารถใช้งานได้ เนื่องจากปิดสาขา เคลิเวอร์ 2 สาขา, ²ปรับเปลี่ยนร้านไอ้กะजू สาขาเดอะพลาซ่า พัทยา กาญจนภิเษก เป็นร้านกริลล์ แอนด์กราวด์, ³ร้านไอ้ จู๊ช สาขาพารากอน ปิดให้บริการเมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2569 เนื่องจากหมดสัญญา, ⁴ร้านไอ้ จู๊ช สาขาสยาม เซ็นเตอร์ ปิดให้บริการเมื่อวันที่ 23 มิถุนายน 2569 เนื่องจากหมดสัญญา

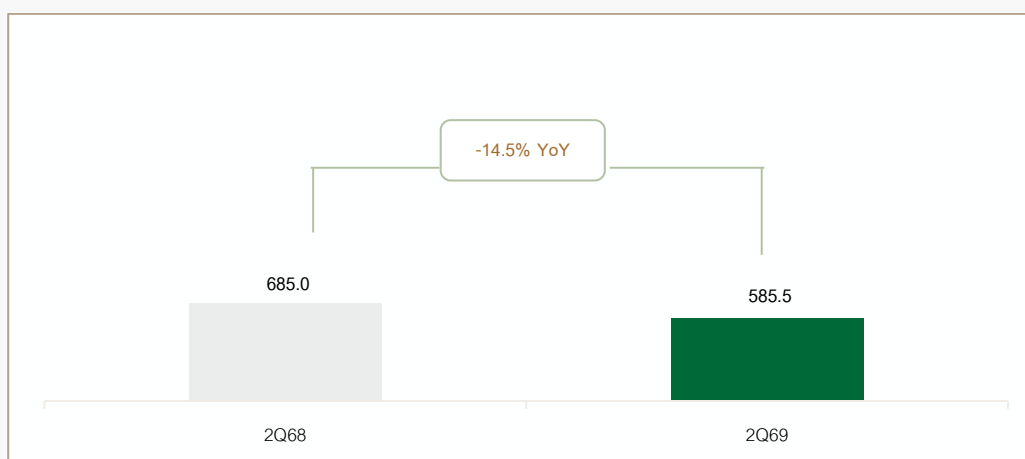


2.1.1 รายได้จากการขาย

โครงสร้างรายได้ แบ่งตามแบรนด์	ไตรมาส 2/68		ไตรมาส 1/69		ไตรมาส 2/69		งวด 6 เดือน ปี 2568		งวด 6 เดือน ปี 2569	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
แบรนด์ร้านโอ้กะजू										
Full-Service Restaurant	548.3	79.5%	420.3	73.0%	436.0	74.3%	1,137.2	81.1%	856.3	73.7%
Delivery & Kiosk	8.6	1.3%	6.5	1.1%	7.8	1.3%	22.6	1.6%	14.3	1.2%
Trading Sales	14.3	2.1%	38.0	6.6%	35.4	6.0%	24.5	1.7%	73.4	6.3%
Supermarkets	3.1	0.4%	3.7	0.6%	3.9	0.7%	5.9	0.4%	7.6	0.7%
รายได้รวม แบรนด์ร้าน โอ้กะजू	574.3	83.3%	468.5	81.3%	483.1	82.3%	1,190.2	84.8%	951.6	81.9%
แบรนด์อื่น ๆ										
Oh! Juice	98.9	14.3%	66.8	11.6%	54.4	9.2%	189.4	13.5%	121.2	10.4%
Joe Wings	9.8	1.4%	35.6	6.2%	38.6	6.6%	9.8	0.7%	74.2	6.4%
Grill & Ground	-	-	-	-	6.8	1.2%	-	-	6.8	0.6%
Ohkajhu Wrap and Roll	2.0	0.3%	2.6	0.5%	2.5	0.4%	3.6	0.3%	5.1	0.4%
รายได้รวม แบรนด์อื่น ๆ	110.7	16.0%	105.0	18.2%	102.4	17.4%	202.8	14.5%	207.4	17.8%
รวมรายได้จากการขาย	685.0	99.3%	573.5	99.6%	585.5	99.7%	1,393.0	99.3%	1,159.0	99.7%
รายได้อื่น	5.0	0.7%	2.1	0.4%	1.5	0.3%	9.6	0.7%	3.6	0.3%
รายได้รวม	690.0	100.0%	575.6	100.0%	587.0	100.0%	1,402.6	100.0%	1,162.6	100.0%

หมายเหตุ: อัตราส่วนร้อยละคำนวณจากยอดขายอาหารด้วยรายได้รวม, Trading Sales คือ ยอดขายจากช่องทางอื่น เช่น Café Amazon และการบินไทย

หน่วย: ล้านบาท





บริษัท รายงานรายได้จากการขายในไตรมาส 2/69 อยู่ที่ 585.5 ล้านบาท ลดลง 99.5 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 14.5 เมื่อเทียบกับปีก่อน จากยอดขายที่ลดลงของแบรนด์ไอ้กะจู้ โดยเฉพาะในรูปแบบ Full-Service Restaurant และ Delivery & Kiosk และแบรนด์ไอ้ จู๊ช ภายใต้ภาวะกำลังซื้อผู้บริโภคที่ชะลอตัว ประกอบกับการแข่งขันในธุรกิจร้านอาหารที่ยังอยู่ในระดับสูง และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายของผู้บริโภค

ทั้งนี้ ยอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.1 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า จากยอดขายแบรนด์ไอ้กะจู้ รูปแบบ Full-Service Restaurant และ Delivery & Kiosk โดยได้รับปัจจัยหนุนจากเมนูใหม่ Fresh roll ซึ่งเปิดตัวเดือนเมษายน และได้รับผลตอบรับเป็นอย่างดี รวมถึงการขายสาขาแบรนด์โจ วังส์ 4 สาขา และแบรนด์ไอ้ จู๊ช 1 สาขา และการเปิดตัวแบรนด์ใหม่ “กริลล์ แอนด์กราวด์” 1 สาขา จากการปรับเปลี่ยนร้านไอ้กะจู้เดิม สาขาเดอะพาซิโอ พาร์ค กาญจนภิเษก ซึ่งได้รับกระแสตอบรับอย่างล้นหลาม และสามารถสร้างยอดขายในเดือนมิถุนายนขยับยอดขายที่หายไปในเดือนพฤษภาคม ซึ่งเป็นช่วงที่บริษัท ปิดร้านไอ้กะจู้สาขาเดิมเพื่อปรับปรุงพื้นที่

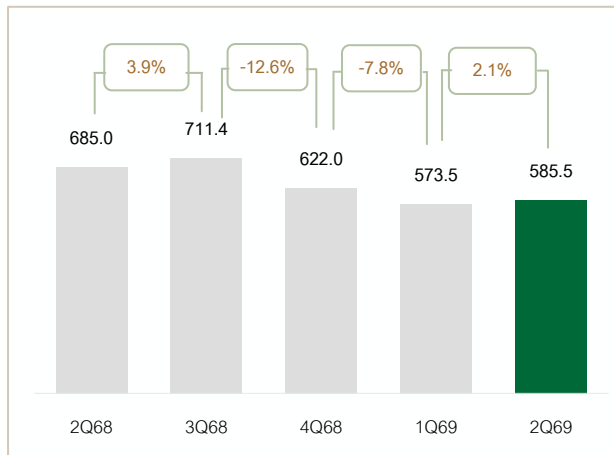
ในขณะที่อัตราการเติบโตของรายได้จากการขายของสาขาเดิม (SSSG)¹ อยู่ที่ร้อยละ -29.6 ปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาส 1/69 ที่ร้อยละ -39.4 โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากเมนูใหม่ Fresh roll ซึ่งได้รับกระแสตอบรับเป็นอย่างดี รวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในช่วงวันหยุดเทศกาลเดือนเมษายน ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินมาตรการเชิงรุกอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพิ่มความหลากหลาย การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างเหมาะสม และสร้างความคุ้มค่าเพื่อกระตุ้นการจับจ่ายและรักษาลูกค้า ซึ่งช่วยสนับสนุนแนวโน้มการฟื้นตัวดังกล่าว

บริษัท รายงานรายได้จากการขายงวดหกเดือน ปี 2569 อยู่ที่ 1,159.0 ล้านบาท ลดลง 234.0 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 16.8 เมื่อเทียบกับปีก่อน จากยอดขายที่ลดลงของแบรนด์ไอ้กะจู้ โดยเฉพาะในรูปแบบ Full-Service Restaurant และ Delivery & Kiosk และแบรนด์ไอ้ จู๊ช ภายใต้ภาวะกำลังซื้อผู้บริโภคที่ชะลอตัว ประกอบกับการแข่งขันในธุรกิจร้านอาหารที่ยังอยู่ในระดับสูง และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายของผู้บริโภค ในขณะที่ยอดขายแบรนด์โจ วังส์ และแบรนด์ไอ้กะจู้ แรปแอนด์โรล เติบโตเมื่อเทียบกับปีก่อน รวมถึงยังมียอดขายจากแบรนด์ใหม่กริลล์ แอนด์กราวด์

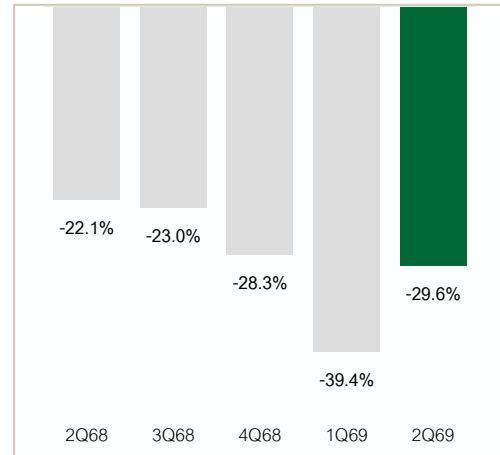
ในขณะที่อัตราการเติบโตของรายได้จากการขายของสาขาเดิม (SSSG)¹ อยู่ที่ร้อยละ -35.0 สาเหตุหลักจากกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ชะลอตัวลง การแข่งขันในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มยังคงอยู่ในระดับสูง และฐานเปรียบเทียบที่สูงจากปีก่อน

หมายเหตุ: ¹อัตราการเติบโตของรายได้จากการขายของสาขาเดิม (SSSG) คำนวณจาก 3 แบรนด์หลัก จำนวน 52 สาขา (เดิม 54 สาขา) แบ่งเป็นแบรนด์ไอ้กะจู้ จำนวน 36 สาขา แบรนด์ไอ้ จู๊ช จำนวน 15 สาขา และแบรนด์ไอ้กะจู้ แรปแอนด์โรล จำนวน 1 สาขา เนื่องจากปรับเปลี่ยนร้านไอ้กะจู้ สาขาเดอะพาซิโอ พาร์ค กาญจนภิเษก เป็นร้าน กริลล์ แอนด์กราวด์ จำนวน 1 สาขา ปิดไอ้ จู๊ช สาขาพารากอน และสยาม เซ็นเตอร์ จำนวนรวม 2 สาขา เนื่องจากหมดสัญญา เมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2569 และวันที่ 23 มิถุนายน 2569 ตามลำดับ

การเติบโตของรายได้เทียบรายไตรมาส (QoQ)
(หน่วย: ล้านบาท)



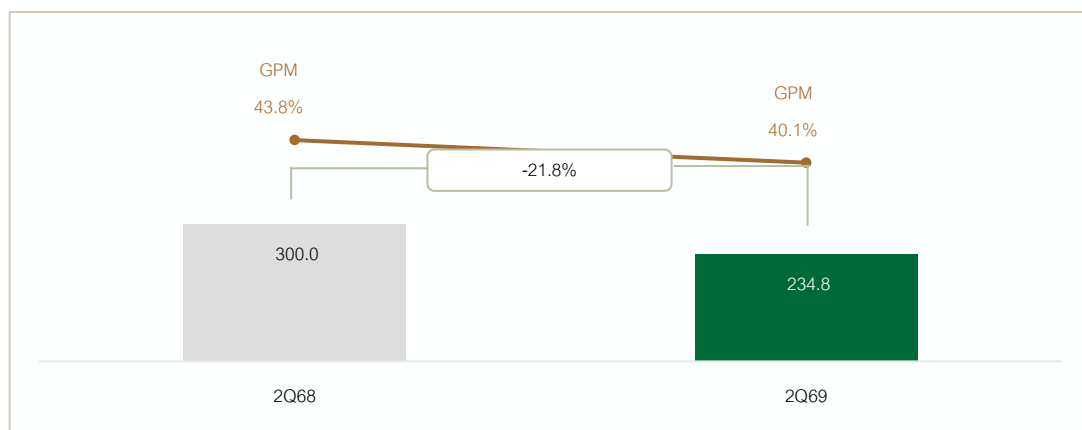
อัตราการเติบโตของรายได้จากการขายของสาขาเดิม
(SSSG)¹



หมายเหตุ: ¹SSSG คำนวณจาก 3 แปรณต์หลัก จำนวน 52 สาขา แบ่งเป็น แปรณต์ไอ้กะจู้ จำนวน 36 สาขา แปรณต์ไอ้ จู้ช จำนวน 15 สาขา และแปรณต์ไอ้กะจู้ แปรณต์โรด จำนวน 1 สาขา

2.1.2 กำไรขั้นต้น (GP) และอัตรากำไรขั้นต้น (GPM)

หน่วย: ล้านบาท



หมายเหตุ: กำไรขั้นต้น = รายได้จากการขาย หักด้วยต้นทุนขาย

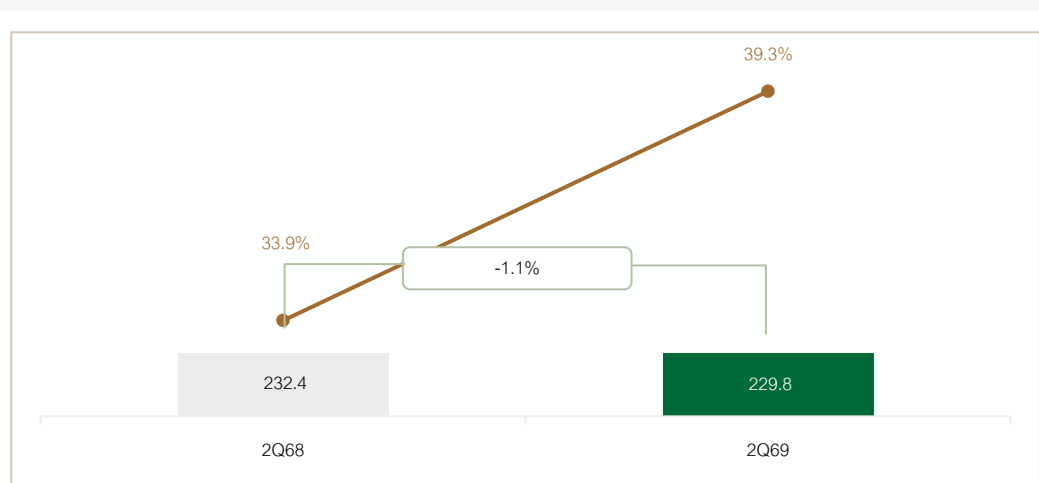
ต้นทุนขายของบริษัท ประกอบด้วย ต้นทุนวัตถุดิบ ค่าเสียการผลิต ค่าแรง ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย เป็นต้น โดยต้นทุนวัตถุดิบจะรวมถึงต้นทุนเมล็ด และต้นทุนที่เกิดขึ้นจากกระบวนการเพาะปลูก เป็นต้น และค่าแรง จะรวมค่าแรงตั้งแต่กระบวนการเพาะปลูก ผลิต ไปจนถึงการประกอบอาหารที่หน้าร้านสาขา

บริษัทฯ รายงานกำไรขั้นต้นในไตรมาส 2/69 อยู่ที่ 234.8 ล้านบาท ลดลง 65.2 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 21.8 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 40.1 ลดลง 3.7 p.p. เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักจากโครงสร้างต้นทุนค่าแรงงานและค่าเสื่อมราคาซึ่งเป็นต้นทุนคงที่ ในขณะที่ยอดขายในช่วงเวลาดังกล่าวยังต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้

บริษัทฯ รายงานกำไรขั้นต้นงวดหกเดือน ปี 2569 อยู่ที่ 476.6 ล้านบาท ลดลง 154.3 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 24.5 เมื่อเทียบกับปีก่อน ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 41.1 ลดลง 4.2 p.p. เมื่อเทียบกับปีก่อน เป็นไปตามยอดขายที่ลดลง อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ สามารถบริหารจัดการต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และเมื่อยอดขายกลับมาอยู่ในระดับปกติ คาดว่าจะช่วยสนับสนุนให้กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้นปรับตัวดีขึ้นในระยะถัดไป

2.1.3 ค่าใช้จ่ายในการขาย และอัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้จากการขาย

หน่วย: ล้านบาท

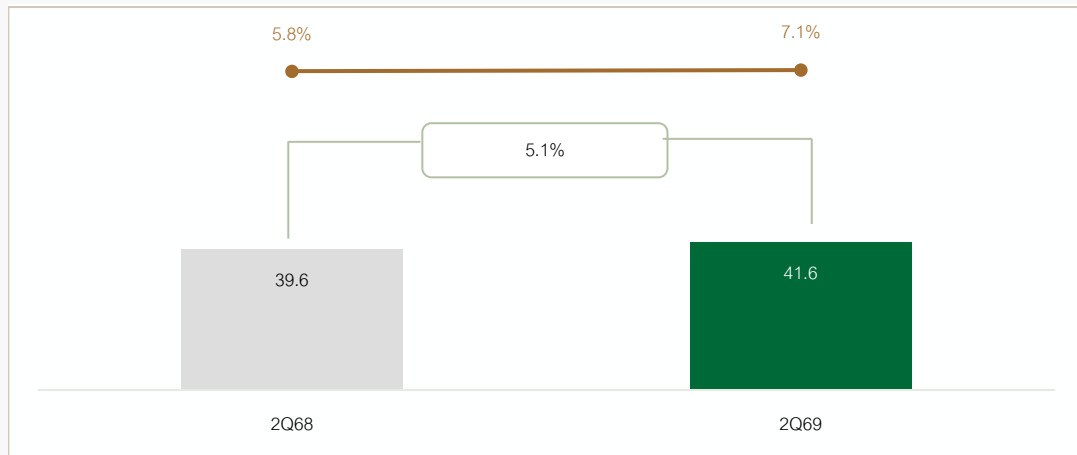


บริษัทฯ รายงานค่าใช้จ่ายในการขายในไตรมาส 2/69 อยู่ที่ 229.8 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อย 2.6 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 1.1 เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักจากในช่วงเดียวกันของปีก่อน บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายด้านการตลาดเพื่อสนับสนุนกิจกรรมการส่งเสริมการขายและการเปิดสาขาใหม่ของแบรนด์ไอ้กะจู้ และไอ้จู้ซ รวม 10 สาขา รวมถึงมีการปิดไอ้จู้ซ จำนวน 2 สาขา ได้แก่ สาขาพารากอนในไตรมาส 1/69 และสาขาสยาม เซ็นเตอร์ ในไตรมาส 2/69 ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการขายลดลง ในขณะที่อัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้จากการขายอยู่ที่ร้อยละ 39.3 เพิ่มขึ้น 5.3 p.p. เมื่อเทียบกับปีก่อน แต่ลดลง 1.0 p.p. เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า สาเหตุหลักมาจากการขายน้อยกว่าที่คาดการณ์ ส่งผลให้สัดส่วนค่าใช้จ่ายคงที่ต่อยอดขายเพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่บริษัทฯ ยังต้องรับรู้ค่าใช้จ่ายคงที่ ได้แก่ ค่าเช่า ค่าสาธารณูปโภค และค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายของสาขาอยู่ รวมถึงค่าใช้จ่ายการตลาดเพื่อสนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมการขายและกระตุ้นการใช้จ่ายของผู้บริโภค

บริษัทฯ รายงานค่าใช้จ่ายในการขายงวดหกเดือน ปี 2569 อยู่ที่ 461.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 13.0 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 2.9 เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากการขยายสาขาที่เพิ่มมากกว่าปีก่อน ได้แก่ แบรินด์ไอ้กะจู้ รวมสุทธิ 1 สาขา แบรินด์ไอ้จู้ซ รวมสุทธิ 2 สาขา แบรินด์ใจ วิงส์ รวมสุทธิ 10 สาขา และการเปิดตัวแบรนด์ใหม่ กริลล์ แอนด์กราวด์ 1 สาขา โดยมีอัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้จากการขายอยู่ที่ร้อยละ 39.8 เพิ่มขึ้น 7.6 p.p. เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากการขายน้อยกว่าที่คาดการณ์ ส่งผลให้สัดส่วนค่าใช้จ่ายคงที่ต่อยอดขายเพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่บริษัทฯ ยังต้องรับรู้ค่าใช้จ่ายคงที่ ได้แก่ ค่าเช่า ค่าสาธารณูปโภค ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายของสาขา รวมถึงค่าใช้จ่ายการตลาดเพื่อสนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมการขายและกระตุ้นการใช้จ่ายของผู้บริโภค

2.1.4 ค่าใช้จ่ายในการบริหาร และอัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้จากการขาย

หน่วย: ล้านบาท

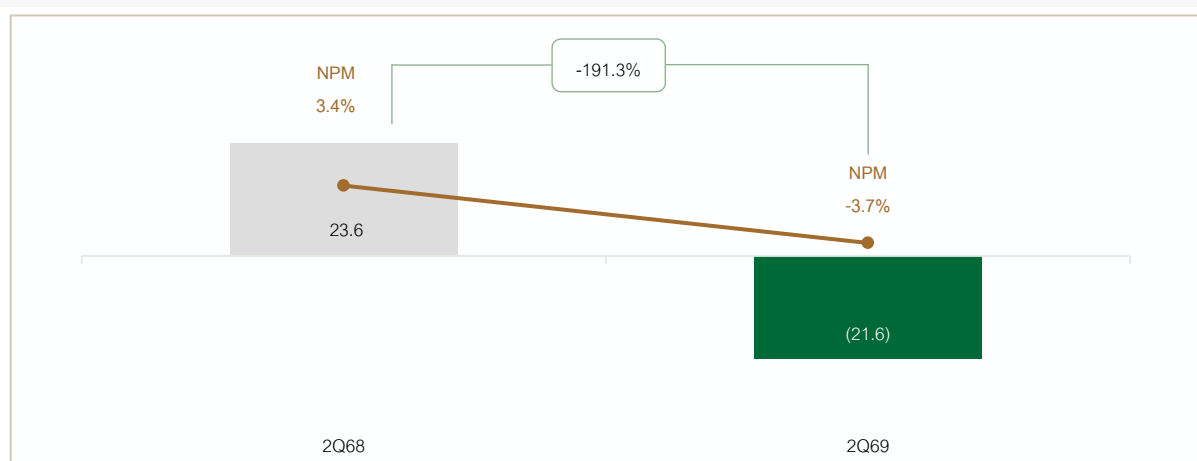


บริษัทฯ รายงานค่าใช้จ่ายในการบริหารในไตรมาส 2/69 อยู่ที่ 41.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2.0 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 5.1 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยมีอัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้จากการขายอยู่ที่ร้อยละ 7.1 เพิ่มขึ้น 1.3 p.p. เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักจากการตั้งค่าเผื่อด้วยค่าทรัพย์สิน ส่วนปรับปรุงอาคารที่ไม่สามารถใช้งานได้ เนื่องจากปิดสาขาเดลิเวอรี่ 2 สาขา

บริษัทฯ รายงานค่าใช้จ่ายในการบริหารงวดหกเดือน ปี 2569 อยู่ที่ 81.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5.6 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 7.5 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยมีอัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้จากการขายอยู่ที่ร้อยละ 7.1 เพิ่มขึ้น 1.3 p.p. เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักจากการตั้งค่าเผื่อด้วยค่าทรัพย์สิน ส่วนปรับปรุงอาคารที่ไม่สามารถใช้งานได้ เนื่องจากปิดสาขาเดลิเวอรี่ 2 สาขา

2.1.5 กำไร(ขาดทุน)สุทธิ (NP) และอัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ (NPM)¹

หน่วย: ล้านบาท



หมายเหตุ: ¹กำไร(ขาดทุน)สุทธีก่อนรายการพิเศษที่เกิดขึ้นครั้งเดียว

บริษัทฯ รายงานกำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่ายในไตรมาส 2/69 อยู่ที่ 36.9 ล้านบาท ลดลง 56.6 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 60.6 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยมีอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่ายต่อรายได้รวมอยู่ที่ร้อยละ 6.3 ลดลง 7.3 p.p. เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากกำไรขั้นต้นที่ลดลง 65.2 ล้านบาท ตามยอดขายที่ลดลงภายใต้ภาวะกำลังซื้อผู้บริโภคที่อ่อนตัวและการแข่งขันในตลาดที่ยังอยู่ในระดับสูง ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารโดยรวมทรงตัว และบริษัทฯ ยังต้องรับรู้ค่าใช้จ่ายคงที่ เช่น ค่าใช้จ่ายพนักงาน ค่าเช่า และค่าสาธารณูปโภค ประกอบกับการตั้งค่าเผื่อด้วยค่าทรัพย์สินจำนวน 3.4 ล้านบาท ซึ่งเป็นรายการพิเศษที่เกิดขึ้นครั้งเดียว

ทั้งนี้ บริษัทฯ รายงานขาดทุนสุทธิในไตรมาส 2/69 อยู่ที่ 25.0 ล้านบาท ลดลง 48.6 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 205.7 เมื่อเทียบกับปีก่อน ส่งผลให้มีอัตราขาดทุนสุทธิอยู่ที่ร้อยละ 4.3 ลดลง 7.7 p.p. เมื่อเทียบกับปีก่อน จากรายได้น้อยกว่าที่คาดการณ์ตามที่อธิบายข้างต้น ประกอบกับการตั้งค่าเผื่อด้วยค่าทรัพย์สิน ส่วนปรับปรุงอาคารที่ไม่สามารถใช้งานต่อได้ เนื่องจากปิดสาขาเดลิเวอรี่ 2 สาขา ทั้งนี้ หากเทียบกับไตรมาสก่อน ผลขาดทุนสุทธิลดลง 5.4 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 17.9 และมีอัตราขาดทุนสุทธิลดลง 1.0 p.p. เนื่องจากการตั้งภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีจากผลขาดทุนสำหรับงวด 6 เดือน ที่คาดว่าจะได้ใช้ประโยชน์ในอนาคต

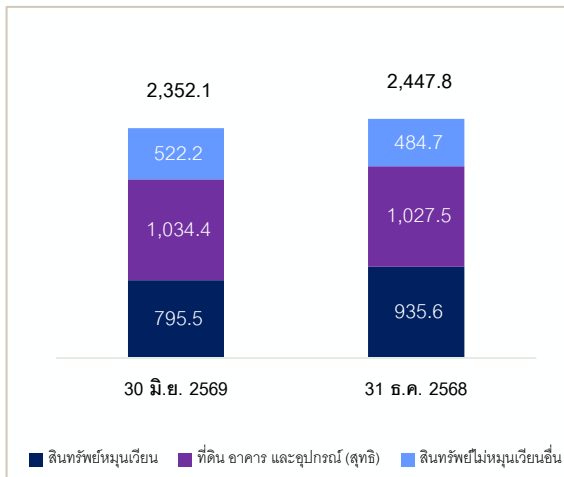
บริษัทฯ รายงานกำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่ายงวดหกเดือน ปี 2569 อยู่ที่ 81.0 ล้านบาท ลดลง 151.1 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 65.1 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยมีอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่ายต่อรายได้รวมอยู่ที่ร้อยละ 7.0 ลดลง 9.6 p.p. เมื่อเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากกำไรขั้นต้นที่ลดลง 154.3 ล้านบาท ตามยอดขายที่ลดลงภายใต้ภาวะกำลังซื้อผู้บริโภคที่อ่อนตัวและการแข่งขันในตลาดที่ยังอยู่ในระดับสูง ประกอบกับค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารที่เพิ่มขึ้นรวม 18.7 ล้านบาท จากการขยายสาขาในช่วงที่ผ่านมา ในขณะที่บริษัทฯ ยังต้องรับรู้ค่าใช้จ่ายคงที่ เช่น ค่าใช้จ่ายพนักงาน ค่าเช่า และค่าสาธารณูปโภค ทั้งนี้ หากไม่รวมรายการพิเศษที่เกิดขึ้นครั้งเดียวจำนวน 3.4 ล้านบาท กำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย จะอยู่ที่ 84.4 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 63.6 เมื่อเทียบกับปีก่อน

ทั้งนี้ บริษัทฯ รายงานขาดทุนสุทธิงวดหกเดือน ปี 2569 อยู่ที่ 55.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 142.9 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 163.4 เมื่อเทียบกับปีก่อน ส่งผลให้มีอัตราขาดทุนสุทธิอยู่ที่ร้อยละ 4.8 ลดลง 11.0 p.p. เมื่อเทียบกับปีก่อน จากรายได้น้อยกว่าที่คาดการณ์ตามที่อธิบายข้างต้น ประกอบกับการตั้งค่าเผื่อด้วยค่าทรัพย์สิน ส่วนปรับปรุงอาคารที่ไม่สามารถใช้งานต่อได้ เนื่องจากปิดสาขาเดลิเวอรี่ 2 สาขา

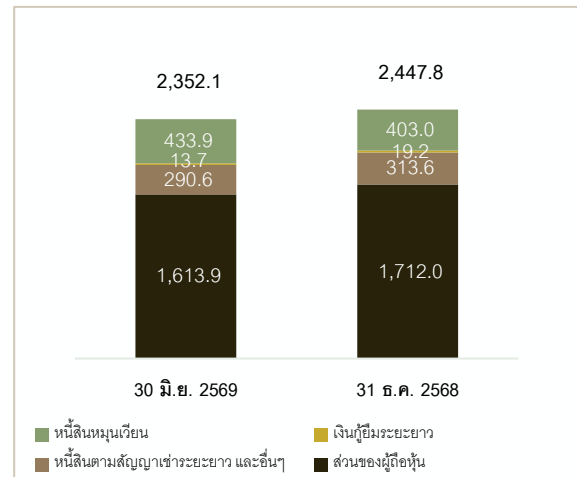
2.2 การวิเคราะห์ฐานะทางการเงินของบริษัทฯ

สินทรัพย์รวม

หน่วย: ล้านบาท



หนี้สินรวมและส่วนของผู้ถือหุ้น



สินทรัพย์รวม ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 อยู่ที่ 2,352.1 ล้านบาท ลดลง 95.7 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 3.9 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักจากการนำเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดและเงินลงทุนชั่วคราวเพื่อชำระคืนหนี้สินตามสัญญาเช่า จ่ายชำระเงินกู้ยืม และเจ้าหน้าที่ค่าก่อสร้างจากแผนการขยายสาขาที่เพิ่มขึ้น จำนวนรวมประมาณ 65.4 ล้านบาท รวมถึงการจ่ายเงินปันผลจำนวน 42.6 ล้านบาท

หนี้สินรวม ณ วันที่ 30 มิถุนายน อยู่ที่ 738.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเล็กน้อย 2.4 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.3 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2568 โดยเป็นผลสุทธิของการเพิ่มขึ้นของหนี้สินตามสัญญาเช่าและประมาณการรื้อถอนที่เพิ่มขึ้นจากขยายสาขารวม 14.4 ล้านบาท ตามสัญญาเช่าของสาขาที่เปิดใหม่หักกลบกับการจ่ายชำระคืนเจ้าหนี้และการชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาวจำนวน 10.8 ล้านบาท

ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม ณ วันที่ 30 มิถุนายน อยู่ที่ 1,613.9 ล้านบาท ลดลง 98.1 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 5.7 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากผลขาดทุนสุทธิสำหรับงวดหกเดือน จำนวน 55.4 ล้านบาท และการจ่ายเงินปันผลเมื่อวันที่ 29 เมษายน 2569 จำนวน 42.6 ล้านบาท

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

บริษัท ปลุกผักเพราะรักแม่ จำกัด (มหาชน)