

บริษัท ทีโอเอ เพ้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ

ผลการดำเนินงานไตรมาส 3 ปี 2569

สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569

ที่ TOA 17/2569

13 พฤศจิกายน 2569

เรื่อง คำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการสำหรับผลการดำเนินงานไตรมาส 3 ปี 2569 สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท ทีโอเอ เพ้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ขอแจ้งคำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการสำหรับผลการดำเนินงานของบริษัทฯ จากงบการเงินไตรมาส 3 ปี 2569 สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 ดังนี้

1. ภาพรวมการดำเนินธุรกิจ เศรษฐกิจและภาวะอุตสาหกรรม

ภาพรวมเศรษฐกิจไทยในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2569 มีสัญญาณฟื้นตัวอย่างจำกัดเพียงบางกลุ่มธุรกิจเท่านั้น โดยมีแรงขับเคลื่อนหลักมาจากการขยายตัวของภาคการส่งออกสินค้า การใช้จ่ายกระตุ้นเศรษฐกิจจากภาครัฐอย่างต่อเนื่อง และการลงทุนภาคเอกชนโดยเฉพาะในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี อย่างไรก็ตามกำลังซื้อภายในประเทศยังคงได้รับแรงกดดันจากค่าครองชีพที่อยู่ในระดับสูง รายได้ภาคการเกษตรที่ชะลอตัว และภาระหนี้ครัวเรือนที่สูง ส่งผลให้ความเชื่อมั่นและการใช้จ่ายของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเป็นไปอย่างระมัดระวังตลอดช่วงที่ผ่านมา

ขณะเดียวกัน สถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลางได้ส่งผลให้ราคาพลังงานในตลาดโลกมีความผันผวนและกระทบต่อต้นทุนในภาคอุตสาหกรรมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ราคาน้ำมันที่ยังอยู่ในระดับสูงได้เพิ่มภาระค่าขนส่งและพลังงานในห่วงโซ่อุปทาน ผลักดันต้นทุนวัตถุดิบของกลุ่มอุตสาหกรรมปิโตรเคมีและเคมีภัณฑ์ให้สูงขึ้น แม้ว่าราคาน้ำมันดิบจะเริ่มปรับตัวลดลงหลังช่วงกลางปี แต่ได้กลับมาปรับตัวขึ้นอีกครั้งในช่วงไตรมาสที่ 3 ส่งผลให้ภาระต้นทุนสะสมและแรงกดดันด้านค่าใช้จ่ายตลอดห่วงโซ่อุปทานยังคงเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการฟื้นตัวของผลประกอบการภาคธุรกิจ

สภาพแวดล้อมด้านต้นทุนที่ผันผวนได้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมก่อสร้างของไทยอย่างต่อเนื่องตลอดช่วง 9 เดือนที่ผ่านมา โดยกดดันให้ราคาวัสดุก่อสร้างปรับตัวสูงขึ้นตามต้นทุนการผลิตและการขนส่ง ทั้งนี้ แม้การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐจะช่วยเป็นฐานรองรับอุตสาหกรรม แต่สถานการณ์อุทกภัยในหลายพื้นที่ในช่วงปลายไตรมาส 3 ได้สร้างการหยุดชะงักชั่วคราวต่อการขนส่งและการดำเนินโครงการในบางพื้นที่ ในขณะเดียวกัน ภาคอสังหาริมทรัพย์ยังคงเผชิญกับกำลังซื้อของผู้บริโภคที่อ่อนแอ โดยเฉพาะในกลุ่มที่อยู่อาศัยระดับปานกลางถึงล่างจากภาระค่าครองชีพที่สูงขึ้นและความเข้มงวดในการอนุมัติสินเชื่อของสถาบันการเงิน ส่งผลให้ผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2569 ยังคงมุ่งเน้นการบริหารจัดการโครงการเดิมเพื่อระบายสินค้า ควบคู่กับการปรับกลยุทธ์การเปิดตัวโครงการใหม่ เพื่อรักษาสมดุลทางการเงินและบริหารความเสี่ยงทางธุรกิจอย่างเหมาะสม

2. เหตุการณ์และพัฒนาการที่สำคัญ

1. บริษัทฯ คว้ารางวัล **No.1 Brand Thailand 2026** ในกลุ่มสีทาอาคาร ต่อเนื่องเป็นปีที่ 14 สะท้อนความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ และการยอมรับจากผู้บริโภคทั่วประเทศ ในฐานะแบรนด์สีและวัสดุปกป้องพื้นผิวอันดับหนึ่งของประเทศไทย โดยมี ว่าที่ร้อยตรี สุรศักดิ์ มั่นแดง ผู้อำนวยการสายงานการเงินและบัญชี TOA เป็นผู้แทนบริษัทเข้ารับรางวัล และมี นายเพิ่มพล โพธิ์เพิ่มเหม บรรณาธิการและผู้ก่อตั้งนิตยสาร Marketeer ร่วมแสดงความยินดี ณ โรงแรมสยาม เคมปินสกี้ กรุงเทพฯ



2. บริษัทฯ ขยายพอร์ตโฟลิโอผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ **“ตราปลาฉลาม” (Shark Brand)** เพื่อเสริมความแข็งแกร่งในตลาดวัสดุก่อสร้างและเคมีภัณฑ์ก่อสร้าง โดยยกทัพนวัตกรรมสินค้าใหม่ที่ครอบคลุมทุกหมวดหมู่ ภายใต้แนวคิด ครบ คุ้มค่า พร้อมตอบโจทย์ทุกงานช่าง ได้แก่ **สีน้ำตราปลาฉลาม ชนิดกึ่งเงา (เบส A)** ที่รองรับการผสมสีผ่านเครื่องผสมสีได้มากกว่า 1,500 เฉดสี กลุ่มเคมีภัณฑ์กันรั่วซึมและงานซีล ทั้ง **ฉลาม รูฟซีล อะคริลิก ซีลแลนท์ และ ซิลิโคน ซีลแลนท์** รวมถึงกลุ่มฮาร์ดแวร์ อย่าง **ฉลาม สีสเปรย์อเนกประสงค์** เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับเหมา ช่างชำนาญการ และผู้บริโภคทั่วไปได้อย่างสมบูรณ์แบบในแบรนด์เดียว เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ขยายฐานลูกค้าใหม่ และขับเคลื่อนการเติบโตของรายได้ในระยะยาว



3. ผลการดำเนินงาน

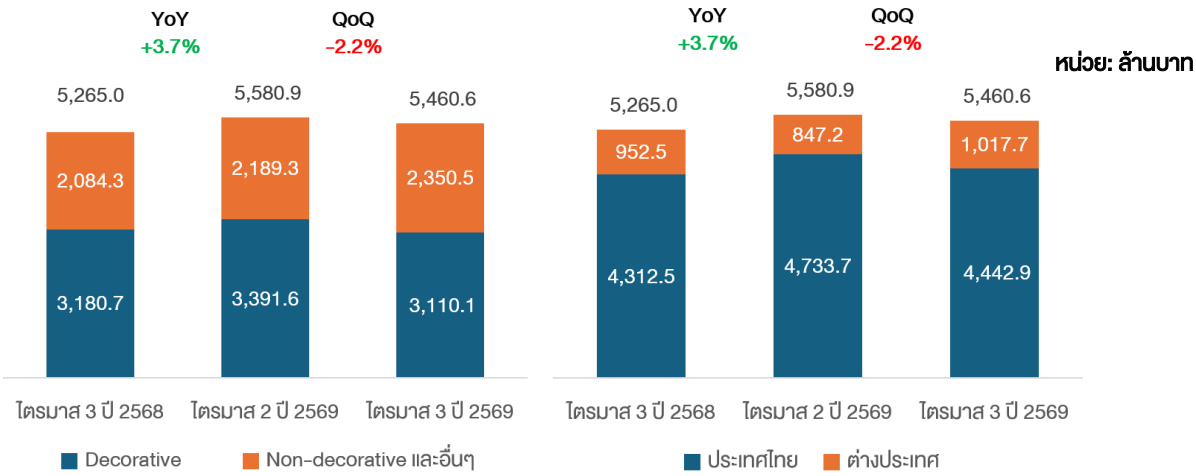
3.1 ผลการดำเนินงานสำหรับ Q3/2569

งบกำไรขาดทุน (ล้านบาท)	Q3/2568	Q2/2569	Q3/2569	% เปลี่ยนแปลง	
				YoY	QoQ
รายได้จากการขาย	5,265.0	5,580.9	5,460.6	3.7%	-2.2%
ต้นทุนขาย	(3,268.2)	(3,345.7)	(3,401.3)	4.1%	1.7%
กำไรขั้นต้น	**1,996.8**	**2,235.2**	**2,059.3**	**3.1%**	**-7.9%**
อัตรากำไรขั้นต้น	**37.9%**	**40.1%**	**37.7%**		
เงินปันผลรับและรายได้อื่น	38.7	63.0	64.0	65.6%	1.7%
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	(742.1)	(815.6)	(762.0)	2.7%	-6.6%
*ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(387.2)	(397.7)	(405.1)	4.6%	1.8%
กำไร (ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยน และการปรับมูลค่ายุติธรรมสินทรัพย์ทางการเงิน	(43.5)	(76.1)	(106.7)	145.3%	40.2%
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและภาษีเงินได้	862.6	1,008.7	849.5	-1.5%	-15.8%
ต้นทุนทางการเงิน	(10.5)	(8.9)	(9.5)	-9.8%	7.0%
ภาษีเงินได้	(157.7)	(263.6)	(172.2)	9.2%	-34.7%
กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	**687.7**	**717.7**	**658.0**	**-4.3%**	**-8.3%**
กำไรสุทธิจากการดำเนินงานหลัก (ไม่รวมรายการปรับมูลค่ายุติธรรมสินทรัพย์ทางการเงินและผลต่างอัตราแลกเปลี่ยน)	**731.2**	**793.9**	**764.7**	**4.6%**	**-3.7%**

*ค่าใช้จ่ายในการบริหารรวมค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น

หมายเหตุ YoY เป็นการเปรียบเทียบผลการดำเนินงาน Q3/2569 กับ Q3/2568
QoQ เป็นการเปรียบเทียบผลการดำเนินงาน Q3/2569 กับ Q2/2569

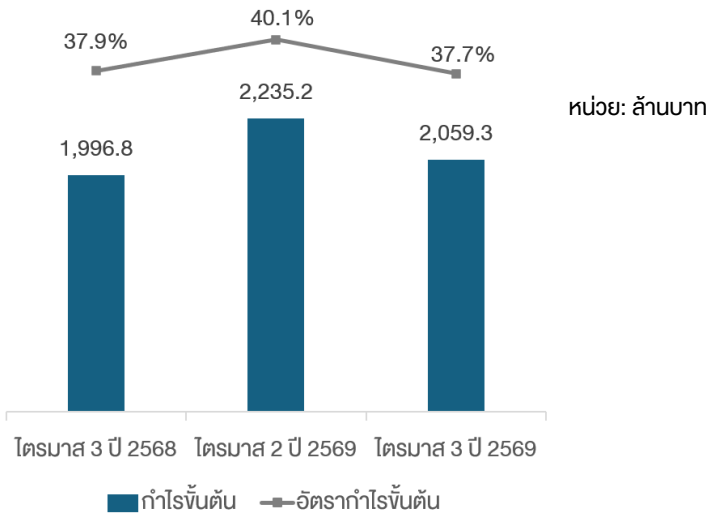
รายได้จากการขาย



รายได้จากการขาย สำหรับ Q3/2569 เป็นเงิน 5,460.6 ล้านบาท

- **YoY :** เมื่อเทียบกับ Q3/2568 **ยอดขายเพิ่มขึ้น 195.6 ล้านบาท คิดเป็น 3.7%** โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักจากกลุ่ม Non-decorative ทั้งในและต่างประเทศ ที่โตจากการเปิดตัวสินค้าใหม่ และการรุกตลาดซ่อมแซมบ้านเก่า ในขณะที่กลุ่ม Decorative ชะลอตัวลงเล็กน้อย จากภาพรวมอสังหาริมทรัพย์ที่ยังไม่ฟื้นตัว ประกอบกับผลกระทบจากอุทกภัยในพื้นที่ภาคเหนือและภาคกลาง
- **QoQ :** เมื่อเทียบกับ Q2/2569 **ยอดขายลดลง 120.3 ล้านบาท คิดเป็น 2.2%** โดยมีผลจากยอดขายสินค้ากลุ่ม Decorative ทั้งในประเทศและต่างประเทศชะลอตัวลงตามปัจจัยด้านฤดูกาล อย่างไรก็ตาม การเติบโตต่อเนื่องของยอดขายสินค้ากลุ่ม Non-decorative ยังช่วยหนุนความแข็งแกร่งของภาพรวมยอดขายอย่างต่อเนื่อง

กำไรขั้นต้น



กำไรขั้นต้น สำหรับ Q3/2569 เป็นเงิน 2,059.3 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้น 37.7%

- **YoY : อัตรากำไรขั้นต้นใน Q3/2569 ปรับลดลงเล็กน้อยมาอยู่ที่ 37.7% จาก 37.9% ใน Q3/2568** โดยได้รับแรงกดดันจากต้นทุนวัตถุดิบและพลังงานที่เพิ่มขึ้นจากสถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลาง เงินบาทอ่อนค่า และการขยายตลาดสินค้ากลุ่ม Economy ที่มีอัตรากำไรขั้นต้นต่ำกว่า อย่างไรก็ดี บริษัทฯ บริหารจัดการซัพพลายเชนและกระจายความเสี่ยงการจัดหาวัตถุดิบ เพื่อบรรเทาผลกระทบจากความผันผวนของต้นทุนอย่างเป็นระบบ

- **QoQ : อัตรากำไรขั้นต้น Q3/2569 ลดลงเป็น 37.7% จาก 40.1% ใน Q2/2569** โดยมีสาเหตุตามที่อธิบายในงวด YoY นอกจากนี้ ยังได้รับผลการลดลงของยอดขายสินค้าในกลุ่มสีทาอาคารในช่วงฤดูฝน

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย สำหรับ Q3/2569 เป็นเงิน 762.0 ล้านบาท

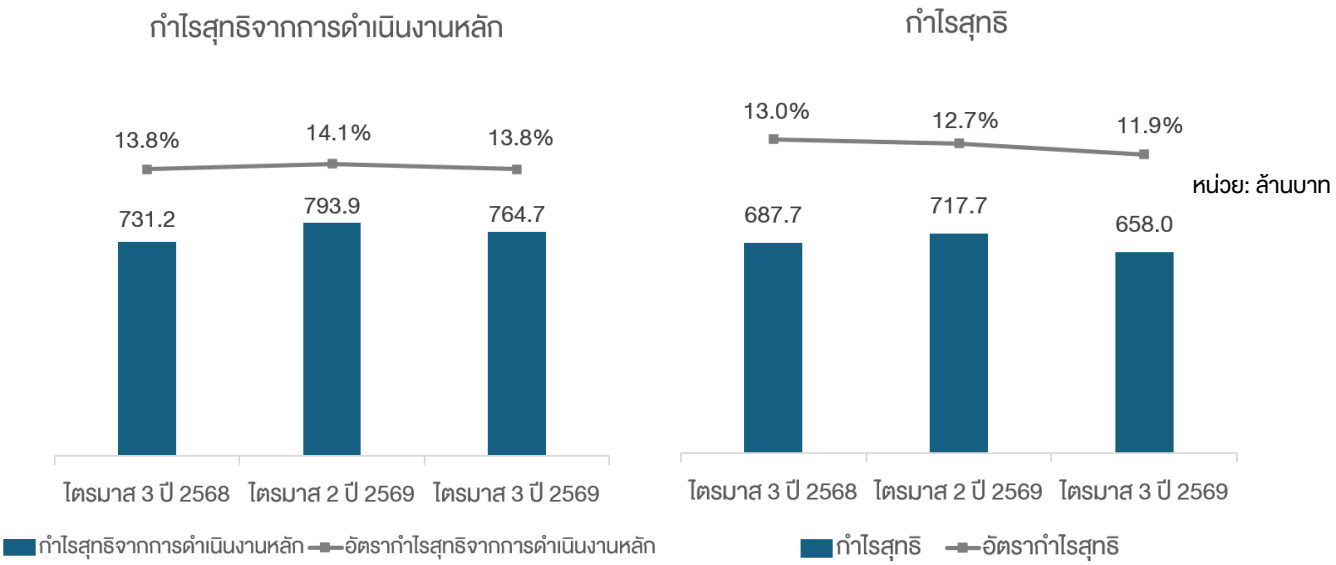
- **YoY :** เมื่อเทียบกับ Q3/2568 **เพิ่มขึ้น 19.8 ล้านบาท คิดเป็น 2.7%** สาเหตุหลักเกิดจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายพนักงานในส่วนงานขายและการตลาด ค่าโฆษณา และค่าขนส่ง ในขณะที่ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายปรับตัวลดลง
- **QoQ :** เมื่อเทียบกับ Q2/2569 **ลดลง 53.6 ล้านบาท คิดเป็น 6.6%** โดยมีสาเหตุหลักมาจากการปรับตัวลดลงของค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขาย ค่าคอมมิชชั่น และค่าขนส่ง ตามลำดับ

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร (รวมค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น) **สำหรับ Q3/2569 เป็นเงิน 405.1 ล้านบาท**

- **YoY :** เมื่อเทียบกับ Q3/2568 **เพิ่มขึ้น 17.8 ล้านบาท คิดเป็น 4.6%** ส่วนใหญ่เป็นการตั้งค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น (Expected Credit Loss) ตามมาตรฐาน TFRS 9 และค่าใช้จ่ายพนักงานที่เพิ่มขึ้น
- **QoQ :** เมื่อเทียบกับ Q2/2569 **เพิ่มขึ้น 7.3 ล้านบาท คิดเป็น 1.8%**

กำไรสุทธิสำหรับรอบระยะเวลา



กำไรสุทธิจากการดำเนินงานหลัก (ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ไม่รวมรายการปรับมูลค่ายุติธรรมสินทรัพย์ทางการเงินและผลต่างอัตราแลกเปลี่ยน) สำหรับ Q3/2569 เป็นเงิน 764.7 ล้านบาท

- **YoY :** เมื่อเทียบกับ Q3/2568 **เพิ่มขึ้น 33.5 ล้านบาท หรือคิดเป็น 4.6%** โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากยอดขายในกลุ่ม Non-Decorative ที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง
- **QoQ :** เมื่อเทียบกับ Q2/2569 **ลดลง 29.1 ล้านบาท หรือคิดเป็น 3.7%** ผลกระทบจากยอดขายรวมที่ย่อตัวลง ประกอบกับอัตรากำไรขั้นต้นที่ปรับลดลงตามที่ได้อธิบายในข้างต้น

กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ สำหรับ Q3/2569 เป็นเงิน 658.0 ล้านบาท

- **YoY :** เมื่อเทียบกับ Q3/2568 **ลดลง 29.7 ล้านบาท หรือคิดเป็น 4.3%** โดยได้รับผลกระทบหลักจากการรับรู้ผลขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามกำไรจากการดำเนินงาน Q3/2569 ยังเติบโตเมื่อเทียบกับงวดเดียวกันปีก่อน

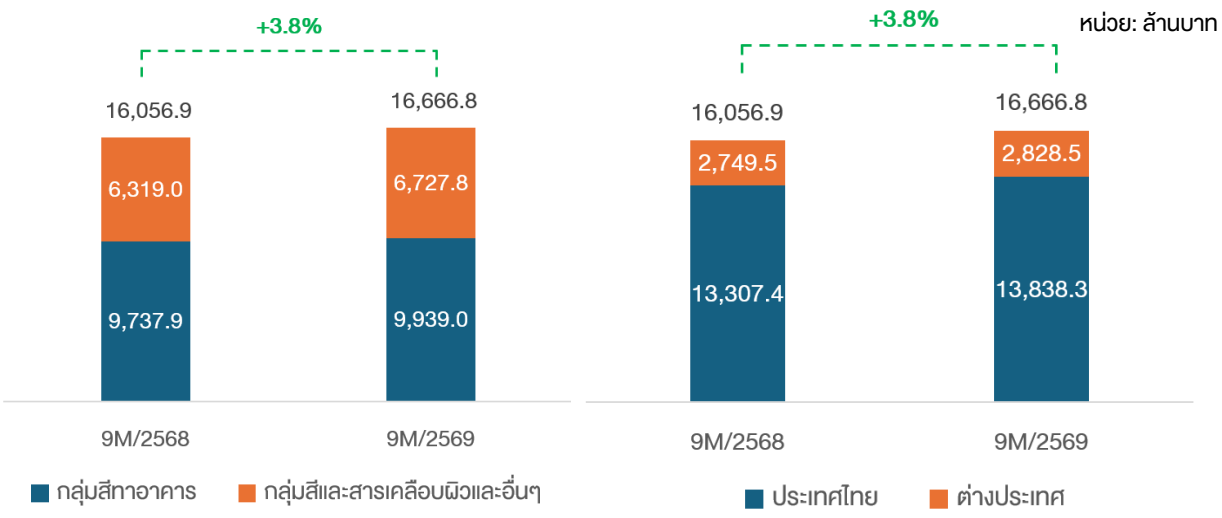
- **QoQ :** เมื่อเทียบกับ Q2/2569 **ลดลง 59.7 ล้านบาท หรือคิดเป็น 8.3%** เกิดจากกำไรจากการดำเนินงานที่ลดลง ประกอบกับการรับรู้ผลขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนเพิ่มขึ้น ใน Q3/2569

3.2 ผลการดำเนินงานสำหรับ 9M/2569

งบกำไรขาดทุน (ล้านบาท)	9M/2568	9M/2569	% เปลี่ยนแปลง YoY
รายได้จากการขาย	16,056.9	16,666.8	3.8%
ต้นทุนขาย	(10,007.1)	(10,100.4)	0.9%
กำไรขั้นต้น	**6,049.8**	**6,566.4**	**8.5%**
อัตรากำไรขั้นต้น	**37.7%**	**39.4%**	
เงินปันผลรับและรายได้อื่น	137.2	183.2	33.5%
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	(2,162.3)	(2,327.7)	7.6%
*ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(1,146.8)	(1,195.4)	4.2%
กำไร (ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยน และการปรับมูลค่ายุติธรรมสินทรัพย์ทางการเงิน	(228.4)	(142.0)	-37.8%
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและภาษีเงินได้	2,649.5	3,084.4	16.4%
ต้นทุนทางการเงิน	(33.3)	(27.6)	-17.0%
ภาษีเงินได้	(519.5)	(682.4)	31.4%
กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	**2,072.6**	**2,329.0**	**12.4%**
กำไรสุทธิจากการดำเนินงานหลัก (ไม่รวมรายการปรับมูลค่ายุติธรรมสินทรัพย์ทางการเงินและผลต่างอัตราแลกเปลี่ยน)	**2,301.0**	**2,471.0**	**7.4%**

*ค่าใช้จ่ายในการบริหารรวมค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น

รายได้จากการขาย



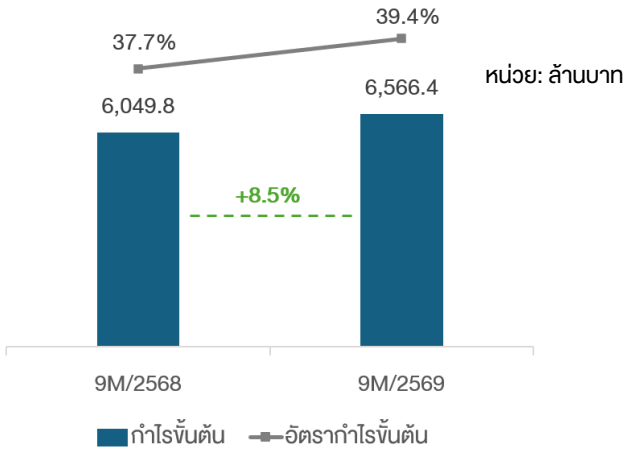
รายได้จากการขาย สำหรับ 9M/2569 เป็นเงิน 16,666.8 ล้านบาท

- **YoY :** เมื่อเทียบกับ 9M/2568 **ยอดขายเพิ่มขึ้น 609.8 ล้านบาท คิดเป็น 3.8%** โดยส่วนใหญ่เกิดจาก

- ยอดขายในประเทศ: ยังคงขยายตัวได้ดี โดยกลุ่ม Decorative เติบโตสวนกระแสภาคอสังหาริมทรัพย์ที่ซบเซา จากผลสำเร็จในการขยายตลาดสินค้ากลุ่ม Economy ซึ่งช่วยเสริมความแข็งแกร่งให้กับพอร์ตสินค้า ขณะที่กลุ่ม Non-decorative เติบโตอย่างต่อเนื่องจากการเปิดตัวสินค้าใหม่และการรุกตลาดซ่อมแซมบ้านเก่า

- ยอดขายในต่างประเทศ: ยังคงขยายตัวได้ดีในเวียดนาม ลาว และกัมพูชา จากการรุกตลาดค้าปลีกและงานโครงการอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ยอดขายจากประเทศเมียนมาร์ได้รับผลกระทบจากการยกระดับการควบคุมการนำเข้าวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปในช่วง Q2/2569 นั้น ปัจจุบันสถานการณ์ได้คลี่คลายและมีทิศทางที่ดีขึ้นตามลำดับ

กำไรขั้นต้น



กำไรขั้นต้น สำหรับ 9M/2569 เป็นเงิน 6,566.4 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้น 39.4%

- YoY : **อัตรากำไรขั้นต้นสำหรับ 9M/2569 เพิ่มขึ้นเป็น 39.4% จาก 37.7% ใน 9M/2568** โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักจากอัตรากำไรขั้นต้นที่อยู่ในระดับสูงในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2569 สะท้อนประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุนการผลิตและซัพพลายเชน รวมถึงการลดต้นทุนอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการปรับราคาขายสินค้าบางส่วนในช่วง Q1/2569 เพื่อสะท้อนต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจากสถานการณ์ความไม่สงบในตะวันออกกลาง

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย สำหรับ 9M/2569 เป็นเงิน 2,327.7 ล้านบาท

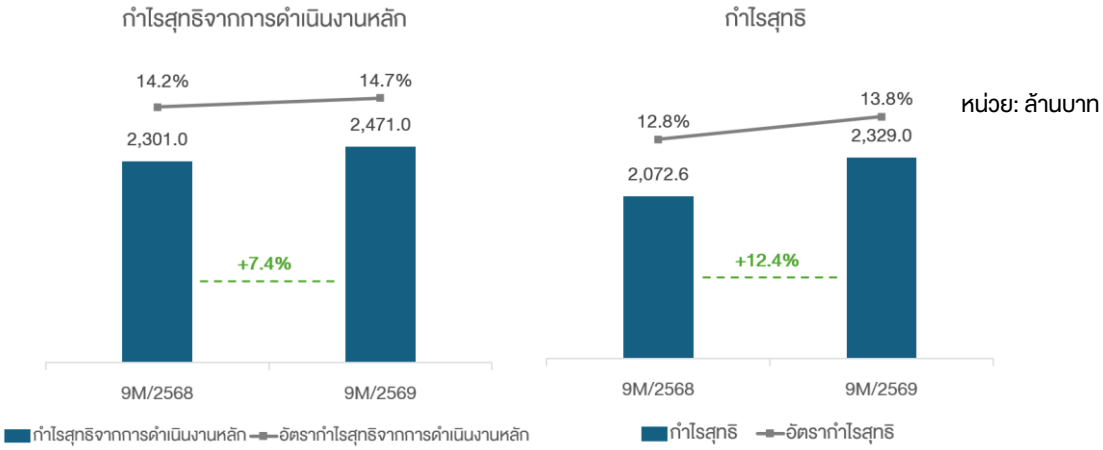
- YoY : เมื่อเทียบกับ 9M/2568 **เพิ่มขึ้น 165.4 ล้านบาท คิดเป็น 7.6%** สาเหตุหลักเกิดจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายพนักงานในส่วนงานขายและการตลาด ค่าคอมมิชชั่น ค่าขนส่ง และค่าโฆษณา ตามลำดับ

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร (รวมค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น) **สำหรับ 9M/2569 เป็นเงิน 1,195.4 ล้านบาท**

- YoY : เมื่อเทียบกับ 9M/2568 **เพิ่มขึ้น 48.6 ล้านบาท คิดเป็น 4.2%** สาเหตุหลักเกิดจากการเพิ่มขึ้นของการตั้งค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น (TFRS 9) และค่าใช้จ่ายพนักงาน ตามลำดับ

กำไรสุทธิสำหรับรอบระยะเวลา



หน่วย: ล้านบาท

กำไรสุทธิจากการดำเนินงานหลัก (ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ไม่รวมรายการปรับมูลค่ายุติธรรมสินทรัพย์ทางการเงินและผลต่างอัตราแลกเปลี่ยน) สำหรับ 9M/2569 เป็นเงิน 2,471.0 ล้านบาท

- YoY : เมื่อเทียบกับ 9M/2568 **เพิ่มขึ้น 170.0 ล้านบาท หรือคิดเป็น 7.4%** จากยอดขายที่เพิ่มขึ้น และอัตรากำไรขั้นต้นที่สูงขึ้น โดยมีสาเหตุตามที่ได้อธิบายข้างต้น

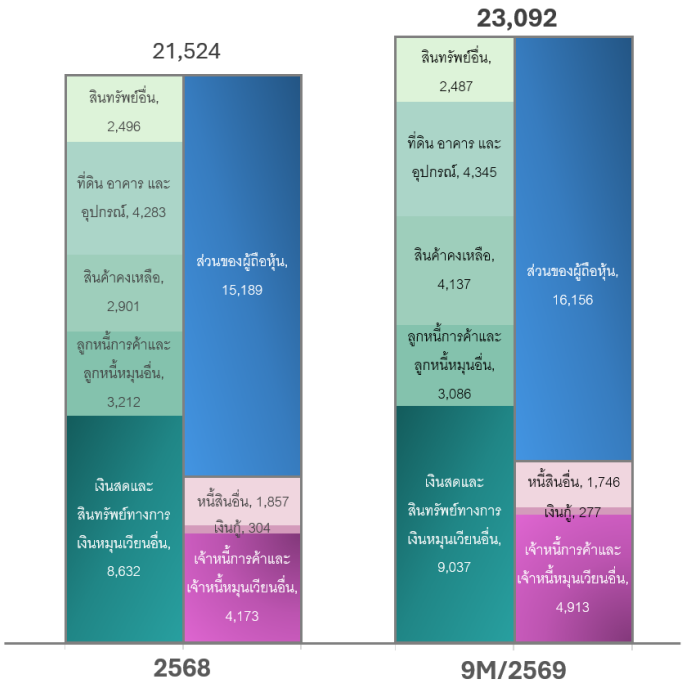
กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ สำหรับ 9M/2569 เป็นเงิน 2,329.0 ล้านบาท

- YoY : เมื่อเทียบกับ 9M/2568 **เพิ่มขึ้น 256.4 ล้านบาท หรือคิดเป็น 12.4%** จากกำไรสุทธิจากการดำเนินงานหลักที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับการรับรู้ผลขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนลดลง ใน 9M/2569

4. ฐานะทางการเงินและอัตราส่วนที่สำคัญ

4.1 ฐานะทางการเงิน

หน่วย: ล้านบาท



สินทรัพย์รวม

สินทรัพย์รวม ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 เป็นเงิน 23,091.9 ล้านบาท

- **เพิ่มขึ้น 1,567.7 ล้านบาท หรือคิดเป็น 7.3%** จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ซึ่งเท่ากับ 21,524.2 ล้านบาท ส่วนใหญ่เพิ่มขึ้นจากสินค้าคงเหลือ สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น และเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

หนี้สินรวม

หนี้สินรวม ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 เป็นเงิน 6,936.3 ล้านบาท

- **เพิ่มขึ้น 601.3 ล้านบาท หรือคิดเป็น 9.5%** จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ซึ่งเท่ากับ 6,335.0 ล้านบาท ส่วนใหญ่เพิ่มขึ้นจากเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น และเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน

ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม

ส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 เป็นเงิน 16,155.7 ล้านบาท

- **เพิ่มขึ้น 966.4 ล้านบาท หรือคิดเป็น 6.4%** จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ซึ่งเท่ากับ 15,189.2 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นการเพิ่มขึ้นของกำไรประจำงวด

4.2 อัตราส่วนการเงินที่สำคัญ

อัตราส่วน	หน่วย	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568	ณ วันที่ 30 กันยายน 2569
อัตราส่วนสภาพคล่อง	เท่า	3.03	2.93
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	เท่า	0.08	0.07
ความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย	เท่า	109.61	119.39
หนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	เท่า	0.42	0.43
อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น	%	20.72	21.21

บริษัทฯ มีสัดส่วนหนี้สินต่อทุนในระดับต่ำ ซึ่งสะท้อนถึงสภาพคล่องที่เพียงพอ และมีฐานะการเงินที่แข็งแกร่ง ในขณะเดียวกัน อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นปรับตัวเพิ่มขึ้นตามกำไรสุทธิ 9 เดือนแรกของปี 2569 ที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงสิ้นปี 2568

5. ปัจจัยที่อาจมีผลต่อการดำเนินงานในอนาคต

แนวโน้มเศรษฐกิจไทยในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี 2569 คาดว่าสามารถฟื้นตัวได้อย่างจำกัด โดยมีปัจจัยสนับสนุนสำคัญจากการเข้าสู่ช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (High Season) และการเร่งรัดเบิกจ่ายงบประมาณภาครัฐ อย่างไรก็ดี เศรษฐกิจยังคงต้องรับมือกับความท้าทายจากผลกระทบของสถานการณ์อุทกภัยในหลายพื้นที่จากช่วงปลายไตรมาส 3 ถึงช่วงต้นไตรมาส 4 ซึ่งส่งผลกระทบชั่วคราวต่อห่วงโซ่อุปทาน ผลผลิตทางการเกษตร และกำลังซื้อในภูมิภาค ขณะที่ความผันผวนของราคาพลังงานในตลาดโลกจากสถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลาง ยังคงส่งผลให้ต้นทุนวัตถุดิบเคมีภัณฑ์และค่าขนส่งทรงตัวในระดับสูง กดดันให้ผู้ผลิตต้องบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างระมัดระวังท่ามกลางกำลังซื้อในประเทศที่ยังเปราะบางจากภาระหนี้ครัวเรือน

สำหรับภาคอสังหาริมทรัพย์และอุตสาหกรรมการก่อสร้างในไตรมาส 4 มีแนวโน้มดำเนินไปอย่างระมัดระวัง กำลังซื้อที่อยู่อาศัยระดับปานกลางถึงล่างยังคงได้รับแรงกดดันจากเกณฑ์การปล่อยสินเชื่อที่เข้มงวดของสถาบันการเงิน ทำให้ผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ยังคงมุ่งเน้นการระบายสินค้าคงคลังเดิมและการเปิดตัวโครงการใหม่เฉพาะกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง อย่างไรก็ดี อุตสาหกรรมก่อสร้างและวัสดุก่อสร้างจะได้รับปัจจัยบวกที่สำคัญจากความต้องการสินค้าสำหรับการซ่อมแซมและฟื้นฟูอาคารบ้านเรือนรวมถึงสิ่งปลูกสร้างหลังสถานการณ์น้ำลด ซึ่งเป็นแรงหนุนโดยตรงต่อความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ทั้งกลุ่มสี วัสดุก่อสร้าง และเคมีภัณฑ์ก่อสร้าง ในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี ควบคู่ไปกับการเร่งรัดลงทุนในโครงการโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐ

ท่ามกลางสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ท้าทาย บริษัทฯ ยังคงเดินหน้าขับเคลื่อนกลยุทธ์เชิงรุกอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการกระจายความเสี่ยงผ่านการขยายพอร์ตสินค้าไปยังกลุ่มผลิตภัณฑ์ Non-Decorative อาทิ เคมีภัณฑ์ก่อสร้าง ยิปซัมบอร์ด กระเบื้อง สุขภัณฑ์ และฮาร์ดแวร์ ซึ่งสามารถตอบโจทย์ทั้งงานสร้างใหม่และงานซ่อมแซมปรับปรุง (Renovation & Repair) ได้อย่างครอบคลุม พร้อมทั้งขยายโอกาสทางธุรกิจสู่ตลาดในกลุ่มประเทศอาเซียน (AEC) ควบคู่กับการยกระดับระบบบริหารจัดการความเสี่ยงให้มีความคล่องตัวสูง เพื่อให้สามารถปรับตัวรับมือกับความผันผวนด้านต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนการเร่งพัฒนานวัตกรรมสินค้าที่ช่วยลดต้นทุนและประหยัดพลังงาน เพื่อเสริมความสามารถในการแข่งขันและขับเคลื่อนการเติบโตอย่างยั่งยืน

6. พัฒนาการด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

พัฒนาการด้านความยั่งยืนใน ไตรมาส 3 ปี 2569

ในไตรมาสที่ 3 ของปี 2569 บริษัทได้ขยายผลการนำเสนอผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ไปสู่การสร้างความร่วมมือในการจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการก่อสร้างกับผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ รวมถึงการพัฒนาศักยภาพของเยาวชนผ่านกิจกรรมทางการศึกษาอย่างต่อเนื่อง โดยพัฒนาการสำคัญด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลมีรายละเอียดดังนี้

- **ด้านสิ่งแวดล้อม**

การจัดการน้ำเสียที่เกิดขึ้นจากการก่อสร้าง



บริษัทฯ ได้ร่วมมือกับบริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน) พัฒนานวัตกรรมถังบำบัดน้ำล้างสี เพื่อแยกตะกอนสีและปรับค่า pH (ค่าความเป็นกรด - ด่าง) ของน้ำเสียก่อนระบายทิ้ง โดยถังบำบัดดังกล่าวสามารถลดตะกอนแขวนลอยในน้ำเสียได้สูงสุดถึงร้อยละ 97 และปรับค่า pH ให้อยู่ในระดับเป็นกลาง การดำเนินงานดังกล่าวจะช่วยให้ผู้พัฒนาโครงการสามารถจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากการใช้งานผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันเป็นการแสดงให้เห็นถึงบทบาทของบริษัทฯ ในการเป็น Total Solution ที่ช่วยลูกค้าภาคอสังหาริมทรัพย์ยกระดับมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อมในงานก่อสร้างได้เป็นอย่างดี

การสนับสนุนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในภาคอสังหาริมทรัพย์



บริษัทฯ ได้นำเสนอผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำให้กับบริษัท เสนาดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) เพื่อสนับสนุนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้นจากการก่อสร้าง และการใช้งานอาคารที่พักอาศัย ความร่วมมือดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์และข้อมูลสิ่งแวดล้อมของบริษัทฯ ได้กลายเป็นปัจจัยที่ลูกค้าภาคองค์กรใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกวัสดุเพื่อบรรลุเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจกของตนเอง ซึ่งสนับสนุนกลยุทธ์ของบริษัทฯ ในการขยายฐานลูกค้าภาคองค์กรที่มีนโยบายจัดซื้อจัดจ้างสีเขียว

การสนับสนุนการสร้างแหล่งดูดซับก๊าซเรือนกระจกตามธรรมชาติ



บริษัทฯ ได้สนับสนุนโครงการจัดการคาร์บอนเครดิตในป่าเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของมูลนิธิแม่ฟ้าหลวงในพระบรมราชูปถัมภ์ ในพื้นที่ป่าชุมชนจำนวน 6,000 ไร่ ครอบคลุมพื้นที่รวม 5 จังหวัด ได้แก่ เชียงราย เชียงใหม่ ตาก ยโสธร และอำนาจเจริญ โครงการดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อฟื้นฟูความอุดมสมบูรณ์ของป่าควบคู่กับการสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนในการดูแลทรัพยากรธรรมชาติ และพัฒนาแหล่งดูดซับก๊าซเรือนกระจก ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแนวทางการดำเนินงานของบริษัทฯ ในการมุ่งสู่เป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2593

- **ด้านสังคม**

การสร้างคุณค่าร่วมกับสถาบันการศึกษา



บริษัทฯ ได้ต่อยอดความร่วมมือกับจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยจากโครงการพัฒนาพื้นที่การเรียนรู้ในไตรมาสที่ 2 ไปสู่การส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ของนิสิต ผ่านเวที “CU Rangers Presented by TOA” ภายใต้แนวคิด TOA Creative Canvas ซึ่งจัดแสดงผลงานของนิสิตจาก 5 คณะ รวมกว่า 150 ผลงาน ความร่วมมือดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดพื้นที่ให้คนรุ่นใหม่ได้นำเสนอผลงานต่อสาธารณะ และเชื่อมโยงองค์ความรู้ด้านสีและการออกแบบของบริษัทฯ กับการพัฒนาศักยภาพของเยาวชน ซึ่งสะท้อนถึงการยกระดับการดำเนินงานด้านสังคมของบริษัทฯ ผ่านความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาอย่างต่อเนื่อง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(ว่าที่ ร.ต. สุรศักดิ์ มั่นแดง)
ผู้อำนวยการสายงานการเงินและบัญชี