

ที่ TACC-006/2568

9 พฤษภาคม 2568

เรื่อง คำอธิบายและวิเคราะห์งบการเงินสำหรับไตรมาสที่ 1 ปี 2568 สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) และบริษัทย่อย (“กลุ่มบริษัทฯ”) ขอชี้แจงผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาสที่ 1 ปี 2568 สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568 ดังนี้

ภาพรวมการดำเนินงานธุรกิจ

ในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้รวมจำนวน 529.98 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 15.73% จากปีก่อน และมีกำไรสุทธิรวมจำนวน 73.10 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 21.08% จากปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจากรายได้จากการขายสินค้าในร้าน 7-11 ที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากการเติบโตของปริมาณการบริโภคในประเทศ กระแสความนิยมของเครื่องดื่มชาไทยและชาเขียวในกลุ่มผู้บริโภค รวมถึงการพัฒนาสินค้าใหม่ออกสู่ตลาดร่วมกับ 7-11 และลูกค้าของกลุ่มบริษัทฯ ในขณะที่ต้นทุนขายรวมสูงขึ้นจากราคาของเมล็ดกาแฟที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปีที่แล้ว อย่างไรก็ตามกลุ่มบริษัทฯ สามารถบริหารจัดการค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงค่าใช้จ่ายของบริษัทย่อยลดลงเป็นจำนวนมากจากการหยุดดำเนินธุรกิจ จึงทำให้มีสัดส่วนของต้นทุนและค่าใช้จ่ายใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมา โดยรายได้ของกลุ่มบริษัทฯ ยังคงมาจากรายได้ของบริษัทฯ คิดเป็น 99.7% ของรายได้รวมของกลุ่มบริษัทฯ

รายได้จากการขายและบริการ

กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้รวมจำนวน 529.98 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 72.04 ล้านบาท (คิดเป็น 15.73%) จากปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจาก (ก) ยอดขายของสินค้าในร้าน 7-11 เพิ่มขึ้นจากรายการส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นยอดขายของร้าน 7-11 ที่มีกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง (ข) กระแสความนิยมของการดื่มชาไทยและชาเขียวในกลุ่มผู้บริโภค และ (ค) ยอดขายของกลุ่มลูกค้าในประเทศเพิ่มขึ้นจากการขยายสาขาของลูกค้ารายหลัก และออกสินค้าใหม่ร่วมกับลูกค้ารายหลัก

ต้นทุนขายและบริการ

กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนขายและบริการรวมจำนวน 357.71 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 54.88 ล้านบาท (คิดเป็น 18.12%) จากปีก่อน โดยเพิ่มขึ้นตามยอดขายของกลุ่มบริษัทฯ ในขณะที่ราคาต้นทุนของวัตถุดิบหลัก คือ กาแฟ ที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปีที่แล้ว

กำไรขั้นต้น

กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นรวมจำนวน 172.27 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นที่ 32.51% ลดลง 1.36% จากปีที่แล้วที่มีอัตรากำไรขั้นต้นที่ 33.87% เนื่องจากต้นทุนขายที่เพิ่มขึ้นมีสัดส่วนมากกว่ารายได้ที่เพิ่มขึ้น

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย

กลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายรวมจำนวน 41.88 ล้านบาท ลดลง 2.09 ล้านบาท (คิดเป็น 4.76%) จากปีก่อน หรือคิดเป็นอัตราส่วน 7.90% ของรายได้รวม (อัตราส่วนลดลง 1.70% จากปีก่อน) เนื่องจากไม่มีค่าใช้จ่ายของบริษัทย่อยในปีปัจจุบัน

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

กลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารรวมจำนวน 42.31 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.70 ล้านบาท (คิดเป็น 9.59%) จากปีก่อน หรือคิดเป็นอัตราส่วน 7.98% ของรายได้รวมของกลุ่มบริษัทฯ (อัตราส่วนลดลง 0.45% จากปีก่อน) โดยเพิ่มขึ้นจำนวน 6.3 ล้านบาท จากค่าเสื่อมราคาและค่าใช้บริการรายปีของซอฟต์แวร์ SAP ค่าเสื่อมราคาของส่วนต่อเติมอาคารและสินทรัพย์สิทธิการใช้ของพื้นที่สำนักงานใหม่ที่เริ่มใช้งานในไตรมาสที่ 2 ปีที่แล้ว ในขณะที่ค่าใช้จ่ายของบริษัทย่อยลดลงจำนวน 2.6 ล้านบาท

กำไรสุทธิ

กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิสำหรับปีจำนวน 73.10 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 12.73 ล้านบาท (คิดเป็น 21.08%) จากปีก่อน หรือคิดเป็นอัตรากำไรสุทธิที่ 13.79% เพิ่มขึ้น 0.61% จากปีที่แล้วที่มีอัตรากำไรสุทธิที่ 13.18% เนื่องจากรายได้รวมที่เพิ่มขึ้นในปีปัจจุบัน และการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพของบริษัทฯ และการลดลงของค่าใช้จ่ายของบริษัทย่อยจากการหยุดดำเนินธุรกิจ

แผนการดำเนินงานปี 2568

กลุ่มบริษัทฯ คาดว่ารายได้สำหรับปี 2568 จะเติบโตอย่างน้อยร้อยละ 10 จากปีก่อน โดยการเสริมความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจหลักผ่านนวัตกรรมที่สร้างประสบการณ์ให้กับกลุ่มลูกค้ายุคใหม่ และเน้นการสร้างกลุ่มธุรกิจผ่านผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ของบริษัทฯ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการด้านต้นทุนทั้งทางตรงและทางอ้อมให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

การรายงานด้านความยั่งยืน

บริษัทฯ มีการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืนตามปรัชญาองค์กร คือ “การสร้างคุณค่าด้านความเป็นอยู่ที่ดีให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อความยั่งยืนสู่ทุกด้าน” ปัจจุบันบริษัทฯ มีการแต่งตั้งคณะกรรมการความยั่งยืน และคณะทำงานความยั่งยืน ซึ่งมีการกำหนดกรอบและกลยุทธ์ความยั่งยืนองค์กร รวมถึงองค์ประกอบความยั่งยืนที่ครอบคลุมด้านมิติสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล โดยบริษัทฯ ได้ดำเนินกิจกรรมด้านความยั่งยืน ดังนี้

การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ได้ใช้บรรจุภัณฑ์นวัตกรรม “Green Carton” By SCG ซึ่งเป็นบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่ผลิตจากเศษกระดาษที่ใช้แล้ว ผ่านกระบวนการจัดเก็บ และนำมากลับมารีไซเคิล บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ ได้แก่ กลุ่มเครื่องดื่มเย็นในโถกต เช่น กาแฟเย็น และชาวม และกลุ่มเครื่องดื่ม Non-Coffee Menu ใน All Café เช่น ชาเขียว ชาวม ชามะนาว และชาได้หวัน แสดงให้เห็นถึงความสำคัญกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมที่คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม นอกจากนี้ บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในด้านการจัดการก๊าซเรือนกระจกตลอดจนห่วงโซ่คุณค่า โดยได้ผ่านการตรวจรับรองและขึ้นทะเบียนเครื่องหมายคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กรอย่างต่อเนื่อง

การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสังคม

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจโดยยึดมั่นและให้ความสำคัญกับหน้าที่และความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้มีส่วนได้เสีย ได้แก่ ผู้ถือหุ้น ลูกค้า คู่ค้า พนักงาน ชุมชน และสังคมรอบด้าน เพื่อสร้างความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ และสามารถบริหารกิจการให้เติบโตได้อย่างมั่นคงและเป็นที่ยอมรับในสังคม รวมทั้งได้ปลูกฝังแนวความคิดดังกล่าวให้กับพนักงานทุกระดับชั้น โดยมีแนวทางการปฏิบัติ เช่น

- การให้ความสำคัญและเคารพสิทธิมนุษยชน ปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเสมอภาค เท่าเทียมและเป็นธรรม ไม่ว่าจะเป็นมีความแตกต่างด้านเชื้อชาติ ศาสนา เพศ หรือด้านสภาพร่างกาย โดยมีการทำความผูกพันกับพนักงานผ่าน Application ทำให้บริษัทฯ สามารถเข้าใจและแก้ไขปัญหาของพนักงานได้โดยตรง และมีวัตถุประสงค์ให้พนักงานทุกคนทำงานอย่างมีความสุข
- โรงงานของบริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยอาหาร (FSSC 22000) ในการรับรองระบบการจัดการความปลอดภัยทางอาหารสำหรับอุตสาหกรรมการผลิตอาหารและเครื่องดื่มให้มีคุณภาพ ถูกสุขอนามัยและความปลอดภัยต่อผู้บริโภค ซึ่งเป็นมาตรฐานระดับสากล

การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติการดำเนินธุรกิจด้วยหลักธรรมาภิบาล

บริษัทฯ ได้รับการประเมินผลสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทยประจำปี 2567 ในระดับ 4 ดาว หรือ “ดีมาก” สะท้อนให้เห็นถึงการกำกับดูแลกิจการที่ดีอย่างต่อเนื่อง มีการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม รวมถึงการให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ชัชวี วัฒนสุข
(นายชัชวี วัฒนสุข)
ประธานกรรมการบริหาร
บริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน)