

ภาพรวมธุรกิจ

ผลิตและจัดจำหน่ายอาหารและขนมตะวันตก (Western foods) แบ่งเป็น 3 กลุ่มผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากนม (Dairy Products) ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการประกอบอาหารและเบเกอรี่ (Food and Bakery Ingredients) และผลิตภัณฑ์บิสกิต (Biscuits)

งบการเงิน

	3M69	3M68	2568	2567
--	------	------	------	------

งบกำไรขาดทุน (ลบ.)

รายได้	2,195.84	2,041.81	8,671.89	7,768.10
ค่าใช้จ่าย	2,005.53	1,879.24	8,005.95	7,226.01
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	154.57	122.16	503.27	405.83

งบแสดงฐานะทางการเงิน (ลบ.)

สินทรัพย์	6,033.80	5,958.60	6,315.85	5,993.78
หนี้สิน	2,683.03	2,896.50	3,119.24	3,052.37
ส่วนผู้ถือหุ้น	3,350.77	3,062.10	3,196.61	2,941.41

งบกระแสเงินสด (ลบ.)

กิจกรรมดำเนินงาน	523.97	517.96	1,113.81	767.10
กิจกรรมลงทุน	-40.86	-112.61	-201.76	-448.83
กิจกรรมจัดหาเงิน	-462.07	-322.60	-908.25	-588.74

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

กำไรต่อหุ้น (บาท)	0.28	0.22	0.92	0.74
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	31.26	31.07	30.86	30.90
อัตรากำไรสุทธิ (%)	7.04	5.98	5.80	5.22
D/E Ratio (เท่า)	0.80	0.95	0.98	1.04
ROE (%)	16.71	15.66	16.40	14.40
ROA (%)	11.76	11.08	10.92	9.51

แผนธุรกิจ

แผนธุรกิจของบริษัทฯ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท (JUMP+ Plan) ประกอบด้วยกลยุทธ์หลัก 2 กลยุทธ์ ดังนี้

- กลยุทธ์ที่ 1: กลยุทธ์เพื่อการเติบโต (Growth) ประกอบด้วย 2 แผนงานสำคัญ คือ (1) เสริมความแข็งแกร่งธุรกิจหลัก - มุ่งเน้นการยกระดับคุณค่าที่นำเสนอต่อกลุ่มลูกค้าของธุรกิจปัจจุบัน (2) ขยายการเติบโตไปสู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง - ขยายเข้าสู่ตลาดใหม่หรือโอกาสทางธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกัน รวมถึงการตอบรับ Market Trend และ Lifestyle ด้าน Longevity & Wellness
- กลยุทธ์ที่ 2: กลยุทธ์การเปลี่ยนผ่าน (Transition) ประกอบด้วย 2 แผนงานสำคัญ คือ (1) ความเป็นเลิศในการปฏิบัติการ - มุ่งยกระดับประสิทธิภาพธุรกิจหลักผ่านการบริหารต้นทุน การปรับปรุงกระบวนการอย่างต่อเนื่อง และการขับเคลื่อนด้วยข้อมูลเชิงลึก การใช้ AI เทคโนโลยีดิจิทัล และระบบอัตโนมัติ (2) ความคล่องตัวในการดำเนินงาน - มุ่งขยายการเติบโต เสริมความคล่องตัวในการดำเนินงาน เพื่อรองรับการขยายสู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

แผนการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืน

แผนยกระดับการกำกับดูแลกิจการและแผนด้านการจัดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแผน JUMP+ ของบริษัทฯ ประกอบด้วยแผนงานต่างๆ ในช่วงระยะเวลา 3 ปี (2569-2571) ดังต่อไปนี้

แผนยกระดับการกำกับดูแลกิจการ

- แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน: เพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นในความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และการปฏิเสธการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ
- แผนยกระดับการแจ้งเบาะแสการกระทำผิด: เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียสามารถแจ้งข้อมูลได้อย่างปลอดภัย เป็นธรรม และได้รับการคุ้มครอง
- แผนยกระดับการกำกับดูแลการใช้ปัญญาประดิษฐ์: เพื่อให้มีการนำเทคโนโลยี AI มาใช้อย่างมีจริยธรรม โปร่งใส และสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลที่ดี
- แผนยกระดับการกำกับดูแลความมั่นคงสารสนเทศ: เพื่อคุ้มครองข้อมูลและระบบสารสนเทศขององค์กร รองรับความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีที่เพิ่มขึ้น

แผนด้านการจัดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

- แผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก: โดยมีเป้าหมายสำคัญ คือ การลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1 และ 2 ต่อหน่วยการผลิต ประมาณ 3-5% ต่อปี

Highlight ที่น่าสนใจของบริษัท

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อการบริโภคครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการวิจัยและพัฒนาเพื่อคิดค้นสูตรการผลิต การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การจัดจำหน่าย และการขนส่งผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ให้แก่ลูกค้าในประเทศ รวมถึงการส่งออกผลิตภัณฑ์ไปยังต่างประเทศ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเป็นผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ชั้นนำจากต่างประเทศเข้ามาจัดจำหน่ายในประเทศไทย โดยผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ สามารถจำแนกออกเป็น 3 กลุ่มผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ (1) ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากนม (Dairy Products) (2) ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการประกอบอาหารและเบเกอรี่และผลิตภัณฑ์อื่นๆ (Food and Bakery Ingredients: FBI) และ (3) ผลิตภัณฑ์บิสกิต (Biscuits)

บริษัทฯ เป็นผู้นำตลาดในกลุ่มสินค้าทั้งประเภทเนยและชีส โดยมีส่วนแบ่งตลาดอันดับ 1 สำหรับผลิตภัณฑ์เนยและสเปรด (Butter and Spreads) อยู่ที่ 46.5% และมีส่วนแบ่งตลาดอันดับ 1 สำหรับผลิตภัณฑ์ชีส (Cheese) อยู่ที่ 38.9% รวมถึงมีส่วนแบ่งตลาดอันดับ 4 อยู่ที่ 6.1% สำหรับผลิตภัณฑ์บิสกิตหวาน (Sweet Biscuits) โดยสินค้าอยู่ภายใต้ตราสินค้าต่างๆ ของบริษัทฯ เช่น "Allowrie" "Imperial" "DAIRYGOLD" "Violet" "Premio" และ "SUNQUICK" เป็นต้น

การวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน

สรุปผลการดำเนินงาน

ในไตรมาส 1/2569 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 154.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 26.5% YoY โดยมีเหตุผลหลักดังต่อไปนี้ (1) ยอดขายเติบโต 7.4% YoY โดยยอดขายเพิ่มขึ้นในทุกช่องทางกระจายจำหน่ายและทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ ยอดขายกลุ่มผลิตภัณฑ์บิสกิตกลับมาเติบโตได้อีกครั้ง จากการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์การจำหน่ายในช่องทาง Modern Trade (2) อัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น 0.2% YoY เนื่องจากราคาเฉลี่ยต้นทุนวัตถุดิบปรับตัวลดลงเล็กน้อยจากปีก่อนหน้า ประสิทธิภาพการผลิตดีขึ้นจากการปรับปรุงการผลิตอย่างต่อเนื่อง และการบริหารจัดการต้นทุนการผลิตมีประสิทธิภาพ (3) อัตรารวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารที่ลดลง 0.4% YoY เนื่องจากยอดขายเพิ่มขึ้น และการบริหารค่าใช้จ่ายที่มีประสิทธิภาพ (4) ต้นทุนทางการเงินลดลง 44.4% YoY เนื่องจากภาวะเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินและอัตราดอกเบี้ยที่ปรับลดลง

พัฒนาการที่สำคัญ

บริษัทฯ เข้าร่วมโครงการส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าบริษัท (JUMP+ Program) และได้เผยแพร่และนำเสนอแผน JUMP+ ผ่านระบบขอตลาดหลักทรัพย์ฯ ในเดือนมีนาคม 2569 โดยแผน JUMP+ ของบริษัทฯ ประกอบด้วย (1) แผนธุรกิจ (Business Plan) (2) แผนยกระดับการกำกับดูแลกิจการ (Governance Plan) และ (3) แผนด้านการจัดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Action Plan) โดยบริษัทฯ ตั้งเป้าหมายทางการเงินระหว่างปี 2569-2571 ไว้ดังนี้

- (1) ยอดขายเติบโต 6-8% ต่อปี
- (2) กำไรสุทธิเติบโต 10-15% ต่อปี
- (3) อัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ 6.1-6.6% ในปี 2569, 6.7-7.2% ในปี 2570 และ 7.2-7.7% ในปี 2571 โดยมีเป้าหมายกำไรสุทธิในปี 2571 อยู่ที่ประมาณ 750-800 ล้านบาท

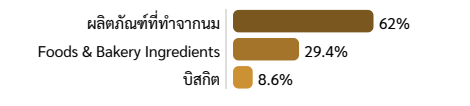
แนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยงที่สำคัญ

สถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างสหรัฐอเมริกาและอิหร่าน ซึ่งเริ่มขึ้นเมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2569 ได้ส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานและต้นทุนการผลิตในระดับโลก รวมถึงบริษัทฯ ที่ได้รับผลกระทบจากต้นทุนวัตถุดิบกลุ่มพลาสติก ต้นทุนพลังงาน และค่าใช้จ่ายด้านการขนส่งที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างรวดเร็วเช่นกัน บริษัทฯ ได้ดำเนินการเฝ้าระวังการขาดแคลนวัตถุดิบพลาสติกไว้บางส่วน รวมถึงประสานงานกับคู่ค้าอย่างใกล้ชิด เพื่อให้มั่นใจว่าสามารถจัดหาสินค้าและบรรจุภัณฑ์ได้อย่างเพียงพอและต่อเนื่อง พร้อมทั้งติดตามสถานการณ์ วิเคราะห์ผลกระทบ และเตรียมแผนรองรับในการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายอย่างรอบคอบ เพื่อบรรเทาผลกระทบและรักษาเสถียรภาพในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

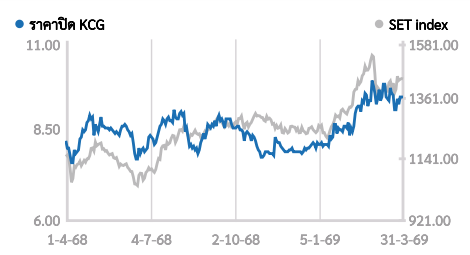
รางวัลและความสำคัญที่ผ่านมาของบริษัท

- ได้รับการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (Thai Private Sector Collective Action Against Corruption: CAC)
- ได้รับรางวัล 2026 Thailand's Most Admired Brand ในหมวด "สินค้าบริโภค" กลุ่ม "เนย" สำหรับแบรนด์ "เนยอลวรี่ (Allowrie)" เป็นปีแรก รวมถึงได้รับรางวัลพิเศษ Market Leader Brand Award จาก BrandAge ผู้นำสื่อนิยตราสารการตลาดของเมืองไทย

โครงสร้างรายได้ตามประเภทธุรกิจ



ข้อมูลหลักทรัพย์

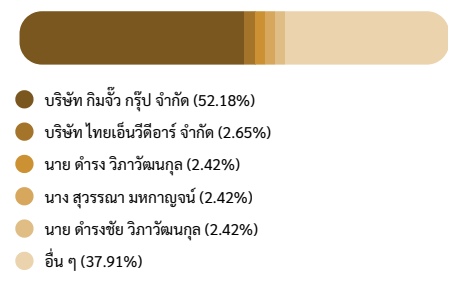


ณ วันที่ 31/03/69	KCG	FOOD	SET
P/E (เท่า)	10.29	10.62	16.56
P/BV (เท่า)	1.62	1.22	1.36
Dividend yield (%)	5.37	5.48	4.41

	31/03/69	30/12/68	30/12/67
Market Cap (ลบ.)	5,177.50	4,496.25	4,469.00
ราคา (บาท/หุ้น)	9.50	8.25	8.20
P/E (เท่า)	10.29	9.51	11.63
P/BV (เท่า)	1.62	1.49	1.61

CG Report:

ผู้ถือหุ้นรายใหญ่



ช่องทางการติดต่อบริษัท

- http://www.kcgcorporation.com
- ir@kcgcorporation.com
- 0-2332-8040-7
- 3059-3059/1-3 ถนนสุขุมวิท แขวงบางจาก เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร 10260
- ข้อมูลการซื้อขายอื่น ๆ : https://www.settrade.com/CO4_01_stock_quote_p1.jsp?txtSymbol=KCG

หมายเหตุ: เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยบริษัทจดทะเบียน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนแก่ผู้ลงทุนเท่านั้น บริษัทจดทะเบียนไม่ได้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการลงทุนใด ๆ ในหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียน โดยก่อนการตัดสินใจลงทุน ผู้ลงทุนควรศึกษาข้อมูลพื้นฐานและตรวจสอบว่าคำปรึกษาจากผู้ประกอบการวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ บริษัทจดทะเบียนไม่ได้ออกข้อความหรือข้อมูลใดๆ จากบริษัทที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้โดยไม่ตั้งใจหรือโดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์ รวมทั้งห้ามไม่ให้ผู้ใดนำข้อมูลหรือข้อมูลใดๆ จากเอกสารฉบับนี้ไปทำซ้ำ