

**เรื่อง** การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายบริหาร สำหรับไตรมาส สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2568

**เรียน** กรรมการผู้จัดการ  
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท เอเชีย เมทัล จำกัด (มหาชน) ("บริษัทฯ") ขอเรียนชี้แจงผลการดำเนินงานงบการเงินรวม สำหรับไตรมาสที่ 3/2568 สิ้นสุด วันที่ 30 กันยายน 2568 มีผลขาดทุนสุทธิ **6.01 ล้านบาท** โดยมีรายละเอียดดังนี้

**งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ - งบการเงินรวม**  
สำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุด 30 กันยายน 2568  
**รายได้**

	30 ก.ย. 2568	30 ก.ย. 2567	ผลต่าง	
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท	%
รายได้จากการขายสินค้าและให้บริการ	1,375.67	1,562.51	(186.84)	-11.96%
กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนสุทธิ	9.58	125.96	(116.38)	-92.39%
รายได้อื่น	11.66	10.36	1.30	12.55%
<b>รวมรายได้</b>	<b>1,396.91</b>	<b>1,698.83</b>	<b>(301.92)</b>	<b>-17.77%</b>
<b>ค่าใช้จ่าย</b>				
ต้นทุนขายสินค้าและการให้บริการ	1,360.86	1,602.87	(242.01)	-15.10%
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	23.52	22.53	0.99	4.39%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	23.06	26.64	(3.58)	-13.44%
<b>รวมค่าใช้จ่าย</b>	<b>1,407.44</b>	<b>1,652.04</b>	<b>(244.60)</b>	<b>-14.81%</b>
กำไร(ขาดทุน)-จากกิจกรรมดำเนินงาน	(10.53)	46.79	(57.32)	-122.50%
ต้นทุนทางการเงิน	11.91	15.35	(3.44)	-22.41%
ส่วนแบ่งกำไรของบริษัทร่วมที่วิธีส่วนได้เสีย	14.84	(12.69)	27.53	216.94%
<b>กำไร(ขาดทุน)-ก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้</b>	<b>(7.60)</b>	<b>18.75</b>	<b>(26.35)</b>	<b>-140.53%</b>
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(1.59)	7.39	(8.98)	-121.52%
<b>กำไร(ขาดทุน)สำหรับงวด</b>	<b>(6.01)</b>	<b>11.36</b>	<b>(17.37)</b>	<b>-152.90%</b>

**รายได้รวม**

ในไตรมาสที่ 3 ปี 2568 บริษัทมีรายได้รวมจำนวน 1,396.91 ล้านบาท ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนซึ่งอยู่ที่ 1,698.83 ล้านบาท คิดเป็นการลดลงจำนวน 301.92 ล้านบาท หรือ -17.77% โดยรายได้จากการขายสินค้าและการให้บริการลดลงจำนวน 186.84 ล้านบาท หรือ -11.96% สาเหตุหลักมาจากการแข่งขันด้านราคาขายที่รุนแรงในตลาด ประกอบกับปริมาณการขายที่ลดลง ซึ่งสะท้อนถึงภาวะตลาดที่ชะลอตัวในช่วงไตรมาสนี้ อย่างไรก็ตาม บริษัทมีผลกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนสุทธิ 9.58 ล้านบาท และมีส่วนแบ่งกำไรของบริษัทร่วมที่วิธีส่วนได้เสียเพิ่มขึ้น 27.53 ล้านบาท

**ค่าใช้จ่ายรวม**

บริษัทมีค่าใช้จ่ายรวมจำนวน 1,407.44 ล้านบาท ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่ 1,652.04 ล้านบาท คิดเป็นการลดลง 244.60 ล้านบาท หรือ -14.81% โดยต้นทุนขายสินค้าและการให้บริการลดลง 242.01 ล้านบาท สอดคล้องกับรายได้ที่ลดลง

	30 ก.ย. 2568	31 ธ.ค. 2567	ผลต่าง	
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท	%
<b>งบฐานะการเงิน - งบการเงินรวม</b>				
สินทรัพย์หมุนเวียน	3,227.63	2,631.22	596.41	22.67%
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	2,591.37	2,493.58	97.79	3.92%
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>5,819.00</b>	<b>5,124.80</b>	<b>694.20</b>	<b>13.55%</b>
หนี้สินหมุนเวียน	2,416.75	1,700.77	715.98	42.10%
หนี้สินไม่หมุนเวียน	105.28	111.91	(6.63)	-5.92%
<b>รวมหนี้สิน</b>	<b>2,522.03</b>	<b>1,812.68</b>	<b>709.35</b>	<b>39.13%</b>
ส่วนของผู้ถือหุ้น	3,296.97	3,312.13	(15.16)	-0.46%
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>5,819.00</b>	<b>5,124.81</b>	<b>694.19</b>	<b>13.55%</b>

### งบฐานะการเงิน ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2568

- **สินทรัพย์รวม** จำนวน 5,819.00 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 694.20 ล้านบาท หรือ 13.55% จาก 5,124.80 ล้านบาท ในช่วงสิ้นปี 2567 โดยการเพิ่มขึ้นนี้มาจากการเพิ่มขึ้นของ สินทรัพย์หมุนเวียน จำนวน 596.41 ล้านบาท หรือ 22.67% ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากการเพิ่มขึ้นของสินค้าคงคลังและบัญชีลูกหนี้ในช่วงเวลาดังกล่าว
- **หนี้สินรวม** จำนวน 2,522.03 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 709.35 ล้านบาท หรือ 39.13% จาก 1,812.68 ล้านบาท ในช่วงสิ้นปี 2567 โดยการเพิ่มขึ้นของหนี้สินหมุนเวียนจำนวน 715.98 ล้านบาท หรือ 42.10% สาเหตุหลักมาจากหนี้สินระยะสั้นที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานในครึ่งไตรมาสที่ 3 ปี 2568
- **ส่วนของผู้ถือหุ้น** จำนวน 3,296.97 ล้านบาท ลดลง 15.16 ล้านบาท หรือ -0.46% จาก 3,312.13 ล้านบาท ในช่วงสิ้นปี 2567 ซึ่งส่วนหนึ่งมาจากผลกำไรสะสมที่ลดลงในช่วงไตรมาสที่ 3 ปี 2568
- **กำไรสะสมยังไม่จัดสรร** ณ วันที่ 30 กันยายน 2568 อยู่ที่ 2,128.35 ล้านบาท ซึ่งแสดงถึงความแข็งแกร่งในด้านฐานะการเงินของบริษัทและสามารถรองรับการเติบโตในอนาคตได้ดี

### การดำเนินงานด้านการตลาดในไตรมาสที่ 3 ปี 2568

(Marketing Operations in Q3/2025) บริษัท เอเชีย เมทัล จำกัด (มหาชน)

#### 1. ภาพรวมสถานการณ์ตลาดในไตรมาสที่ 3/2568

ในไตรมาสที่ 3 ปี 2568 ภาพรวมของตลาดเหล็กในประเทศได้รับผลกระทบจากปัจจัยทางเศรษฐกิจหลายด้าน โดยเฉพาะภาคการก่อสร้างที่มีการชะลอตัวลงอย่างต่อเนื่อง เนื่องจาก

- มาตรการพาณิชย์มีความเข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยและอาคารพาณิชย์ ทำให้การเริ่มโครงการใหม่ลดลง
- ภาคอสังหาริมทรัพย์ชะลอการลงทุนจากภาวะเศรษฐกิจและอัตราดอกเบี้ยที่ยังอยู่ในระดับสูง
- สินค้านำเข้าราคาต่ำจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนยังคงเข้าสู่ตลาดไทยอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดการแข่งขันด้านราคาที่รุนแรง (Dumping)

สถานการณ์ดังกล่าวสร้างแรงกดดันต่อราคาขายและอัตรากำไรของผู้ประกอบการเหล็กในประเทศ อย่างไรก็ตาม บริษัท เอเชีย เมทัล จำกัด (มหาชน) ได้ปรับกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับสภาพตลาด เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันและเตรียมความพร้อมสู่การจำหน่ายเชิงพาณิชย์ของโครงการเหล็กชุบสังกะสี (Galvanized Steel Project) ในช่วงปลายปี 2568

## 2. กลยุทธ์ทางการตลาดในช่วง Test Run Phase

ระหว่างการทดสอบสายการผลิต (Test Run) บริษัทได้ดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเชิงรุกเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ตลาดจริง โดยมีกลยุทธ์สำคัญใน การรวบรวมข้อมูลเชิงเทคนิค (Technical Validation) เพื่อที่จะผลิตเหล็กในหลายสเปกเพื่อเก็บข้อมูลด้านคุณภาพ ความหนา การเคลือบ และความสม่ำเสมอของผิว เพื่อใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในการพัฒนา Product Portfolio และตอบสนองความต้องการของลูกค้าในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม

3. การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) จุดขายหลักของผลิตภัณฑ์ (Key Value Proposition) ของบริษัทฯโดยมุ่งเน้นที่การ ควบคุมคุณภาพได้อย่างแม่นยำ และการให้บริการหลังการขายและคำแนะนำด้านเทคนิคโดยทีมวิศวกรผู้เชี่ยวชาญ รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ทางการตลาด (Brand Perception) บริษัทได้วางตำแหน่งแบรนด์ "AMC Coated Steel" ให้เป็นสัญลักษณ์ของเหล็กเคลือบที่มีคุณภาพของคนไทยที่สามารถทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศ และตอบโจทย์ลูกค้าอุตสาหกรรมที่ต้องการมาตรฐานระดับสากล

4. การดำเนินกิจกรรมทางการตลาด (Marketing Activities) ในช่วงไตรมาส 3 บริษัทได้ดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้และความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การเข้าพบลูกค้าอุตสาหกรรม (Key Account Visit) การจัดประชุมเชิงเทคนิค (Technical Presentation / Product Demo) การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ทางการตลาด (Marketing Collateral) และการพัฒนาช่องทางดิจิทัล (Digital Marketing)

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

นายชูศักดิ์ ยงวงศ์ไพบุลย์  
กรรมการผู้จัดการ  
บริษัท เอเซีย เมทัล จำกัด(มหาชน)