



วันที่ 14 สิงหาคม 2569

คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ (MD&A)

สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569

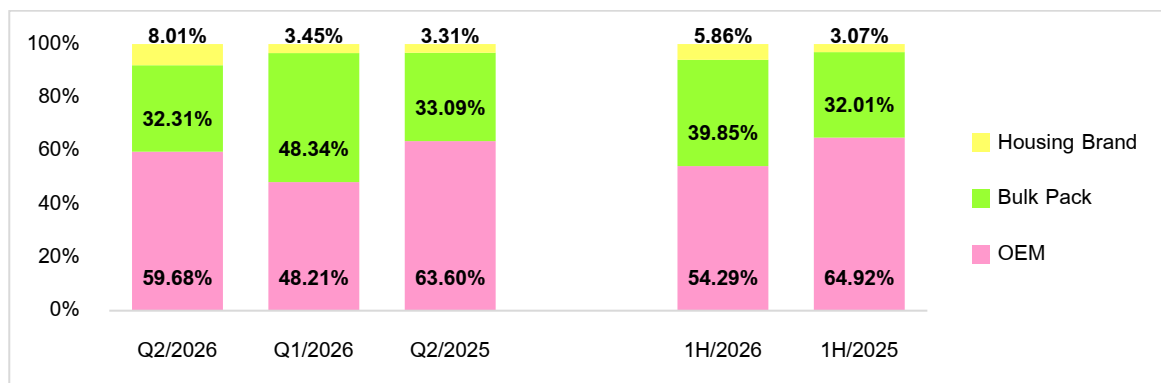
เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การวิเคราะห์และอธิบายผลการดำเนินงานของบริษัท เจริญอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (รวมเรียกว่า “กลุ่มบริษัท”) สำหรับงวดบัญชีไตรมาส 2 ปี 2569 และการวิเคราะห์ฐานะการเงินของกลุ่มบริษัท สำหรับงวดสามเดือน และหกเดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 จะอ้างอิงจากงบการเงินฉบับสอบทานโดยผู้สอบบัญชี จากบริษัท ไพร่ชวอเตอร์ไฮสคูปเปอร์ส เอบีเอส จำกัด โดยบริษัทอาจมีการจัดหมวดของรายได้และค่าใช้จ่ายบางรายการใหม่ ซึ่งจะทำให้มีความแตกต่างจากข้อมูลตัวเลขที่แสดงอยู่ในงบการเงินฉบับสอบทานโดยผู้สอบบัญชี ทั้งนี้เพื่อวัตถุประสงค์ในการนำเสนอเพื่อการวิเคราะห์และอธิบายผลการดำเนินงานในเอกสารฉบับนี้เท่านั้น



ภาพรวมการดำเนินงานธุรกิจ

กลุ่มบริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลไม้และอาหารแปรรูป โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ดังนี้ (1) ผลไม้อบแห้ง (2) ปลากระป๋อง และ (3) ขนมเพื่อสุขภาพ ซึ่งกลุ่มบริษัทฯ เน้นส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศ อาทิ สหรัฐอเมริกา แคนาดา ญี่ปุ่น อิตาลี จีน เป็นต้น โดยครั้งแรกของปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีสัดส่วนการขายสินค้าไปยังต่างประเทศ เท่ากับ 81% ของรายได้จากการขาย โดยมีรูปแบบการจำหน่ายสินค้าเป็นแบบรับจ้างการผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า (Original Equipment Manufacturer: OEM) จำหน่ายสินค้าเป็นแพ็คเกจใหญ่ (Bulk Pack) ให้กับกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมและกลุ่มลูกค้าธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ และจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัท (Housing Brand) ดังนี้



บริษัท เจริญอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) รายงานสรุปผลการดำเนินงานเกี่ยวกับรายได้จากการขาย กำไรขั้นต้น กำไรจากการดำเนินงาน และกำไรสุทธิสำหรับงวด ดังนี้

สรุปผลดำเนินงาน (หน่วย : ล้านบาท)	ไตรมาส 2 ปี 2569	ไตรมาส 1 ปี 2569	QoQ(%)	ไตรมาส 2 ปี 2568	YoY(%)	ครึ่งแรก ปี 2569	ครึ่งแรก ปี 2568	YoY(%)
รายได้จากการขาย	493.34	438.30	12.56%	437.94	12.65%	931.64	883.42	5.46%
กำไรขั้นต้น	30.92	50.06	(38.23%)	68.91	(55.13%)	80.98	139.57	(41.98%)
กำไร(ขาดทุน)จากการดำเนินงาน	(26.92)	(0.60)	4,386.67%	14.81	N/A	(27.52)	33.42	N/A
กำไร(ขาดทุน)สุทธิสำหรับงวด	(29.00)	(0.13)	N/M	12.04	N/A	(29.13)	25.12	N/A
อัตรากำไรขั้นต้น	6.27%	11.42%		15.74%		8.69%	15.80%	
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน	(5.46%)	(0.14%)		3.38%		(2.95%)	3.78%	
อัตรากำไรสุทธิสำหรับงวด ¹	(5.84%)	(0.03%)		2.70%		(3.12%)	2.81%	

หมายเหตุ : /1 – คำนวณอัตรากำไรสุทธิจากฐานรายได้รวม



สรุปเหตุการณ์และพัฒนาการที่สำคัญ

เหตุการณ์สำคัญในไตรมาส 2 ปี 2569 :

ในไตรมาสที่ 2/2569 สภาวะเศรษฐกิจโลกยังคงขยายตัวในอัตราที่ชะลอลงและมีความเหลื่อมล้ำระหว่างภูมิภาค โดยได้รับแรงกดดันจากมาตรการปรับขึ้นภาษีนำเข้าของประเทศสหรัฐอเมริกา ความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์ และภาวะสงครามในต่างประเทศซึ่งส่งผลให้ต้นทุนค่าขนส่งสินค้าระหว่างประเทศปรับตัวสูงขึ้น ตลอดจนสภาวะอัตราดอกเบี้ยที่ยังคงทรงตัวอยู่ในระดับสูง ส่งผลกระทบต่อบรรยากาศการค้าโลกอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ เพื่อบรรเทาผลกระทบจากปัจจัยดังกล่าว รวมถึงความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาท กลุ่มบริษัทฯ จึงยังคงมุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพการดำเนินงานผ่านการรักษาประสิทธิภาพและความต่อเนื่องของกระบวนการผลิต การบริหารจัดการต้นทุนอย่างเคร่งครัด ตลอดจนการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนอย่างรอบคอบ เพื่อรักษาเสถียรภาพในการดำเนินธุรกิจ

สำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์ผลไม้อบแห้ง บริษัทฯ เร่งสร้างรายได้เพิ่มเติมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในปี 2569 แม้รายได้จากการส่งออกได้รับแรงกดดันจากการชะลอคำสั่งซื้อของลูกค้าบางราย รวมถึงผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยน แต่กลุ่มบริษัทฯ ปรับแผนการจัดจำหน่าย มุ่งเน้นลูกค้าในประเทศไทยเพิ่มเติม ทั้งนี้ โรงงานของบริษัทฯ อยู่ในประเทศกัมพูชากลับมีบทบาทสำคัญยิ่งขึ้นในการสนับสนุนการจัดหาวัตถุดิบ การผลิต และส่งออกไปยังประเทศที่สาม

ในส่วนของกลุ่มผลิตภัณฑ์ปลากระป๋อง รายได้จากการขายต่างประเทศเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยกลุ่มบริษัทฯ สามารถจัดหาวัตถุดิบปลาที่มีคุณภาพและผ่านมาตรฐานด้านความปลอดภัยอาหารของลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกัน บริษัทฯ ได้เร่งกำลังการผลิตเต็มอัตรา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุนและยกระดับความสามารถในการทำกำไร

สำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมเพื่อสุขภาพ แผนวิจัยและพัฒนาของบริษัทฯ มุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคได้อย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการปรับปรุงการผลิตโดยนำเครื่องจักรที่ทันสมัยเข้ามาแทนที่แรงงานมนุษย์ ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและปริมาณการผลิตได้ต่อเนื่อง โดยยังคงคุณภาพและมาตรฐานสินค้าได้อย่างแม่นยำ ลดความผิดพลาดและของเสีย ช่วยลดต้นทุนการดำเนินงานในระยะยาว

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการยกระดับการบริหารต้นทุนการผลิตตลอดห่วงโซ่อุปทาน ควบคู่กับการดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน และการบริหารความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนอย่างสมดุล เพื่อรักษาเสถียรภาพและความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มบริษัทฯ ในระยะยาว

ทิศทางในการดำเนินธุรกิจ :

ภายใต้แรงกดดันที่กล่าวมาข้างต้น กลุ่มบริษัทฯ มุ่งเน้นการรักษาเสถียรภาพของผลการดำเนินงานและสภาพคล่องทางการเงิน ควบคู่กับการเตรียมความพร้อมสำหรับการดำเนินธุรกิจในปี 2569 และ 4 ปี 2569 เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทั้งปี 2569 บริษัทฯ ดำเนินมาตรการเชิงรุกเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต มุ่งควบคุมต้นทุนภายในโรงงาน เพิ่มอัตราผลผลิต โดยเฉพาะการลงทุนในเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพ และลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นในทุกภาคส่วน เพื่อพลิกฟื้นผลการดำเนินงานท่ามกลางภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้น



บริษัท เจริญอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน)

CHIN HUAY Public Company Limited

ในการบริหารการเงิน บริษัทฯ ยังคงดำเนินนโยบายอย่างระมัดระวัง โดยให้ความสำคัญกับการรักษาสภาพคล่อง การบริหารเงินทุนหมุนเวียน และการควบคุมความเสี่ยงทางการเงินอย่างใกล้ชิด ควบคู่กับการบริหารระดับสินค้าคงเหลือ คุณภาพลูกหนี้การค้า และโครงสร้างเงินทุนให้อยู่ในระดับเหมาะสม เพื่อรองรับความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจ

สำหรับแนวโน้มผลการดำเนินงานในช่วงที่เหลือของปี กลุ่มบริษัทฯ มองว่าผลการดำเนินงานมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น เมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ปี 2569 และ 2 ปี 2569 โดยบริษัทฯ มีแผนการกระตุ้นยอดขายในสินค้าที่ได้รับความนิยมทุกประเภท อาทิเช่น ปลากระป๋องและมะม่วงซอฟตราย ประกอบกับการทยอยรับรู้ผลจากมาตรการบริหารต้นทุน การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และการบริหารจัดการอัตราแลกเปลี่ยนอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ กลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่ กลุ่มผักทอดกรอบ มะม่วงบอล เป็นต้น มีแนวโน้มการเติบโตที่ดีและมียอดขายเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ซึ่งคาดว่าจะจะเป็นปัจจัยสำคัญในการสนับสนุนการเติบโตของยอดขายได้และความสามารถในการทำกำไรของบริษัทฯ ต่อไป

ในระยะยาว บริษัทฯ มีแผนปรับกลยุทธ์ด้านการขาย การตลาด และโลจิสติกส์ให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับโครงสร้างต้นทุน ภาวะเศรษฐกิจโลก และผลกระทบจากความขัดแย้งในภูมิภาคต่างๆ เพื่อผลักดันการเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต



สรุปผลการดำเนินงาน

สำหรับงวดสามเดือนและหกเดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569

สรุปผลดำเนินงาน (หน่วย : ล้านบาท)	ไตรมาส 2 ปี 2569	ไตรมาส 1 ปี 2569	QoQ(%)	ไตรมาส 2 ปี 2568	YoY(%)	ครึ่งแรก ปี 2569	ครึ่งแรก ปี 2568	YoY(%)
รายได้จากการขายสินค้าและ การให้บริการ	493.34	438.30	12.56%	437.94	12.65%	931.64	883.42	5.46%
ต้นทุนสินค้าที่ขายและการ ให้บริการ	(462.42)	(388.24)	19.11%	(369.03)	25.31%	(850.66)	(743.85)	14.36%
กำไรขั้นต้น	30.92	50.06	(38.23%)	68.91	(55.13%)	80.98	139.57	(41.97%)
รายได้อื่น ¹	3.34	2.07	61.35%	8.30	(59.76%)	5.41	10.72	(49.53%)
กำไร(ขาดทุน)อื่น	(0.49)	-	N/A	-	N/A	(0.49)	-	N/A
กำไร(ขาดทุน)สุทธิจากอัตรา แลกเปลี่ยน	0.19	6.31	(96.99%)	(2.82)	N/A	6.50	(0.31)	N/A
กำไร(ขาดทุน)สุทธิจากอนุพันธ์	(3.85)	2.28	N/A	-	N/A	(1.57)	-	N/A
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัด จำหน่าย	(19.58)	(23.51)	(16.72%)	(16.16)	21.16%	(43.09)	(31.55)	36.58%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(37.45)	(37.81)	(0.95%)	(43.42)	(13.75%)	(75.26)	(85.01)	(11.47%)
กำไร(ขาดทุน)จากการ ดำเนินงาน	(26.92)	(0.60)	4,386.67%	14.81	(281.77%)	(27.52)	33.42	N/A
รายได้ทางการเงิน	0.01	0.01	00.00%	0.19	(94.74%)	0.02	0.20	(90.00%)
ต้นทุนทางการเงิน	(2.45)	(2.37)	3.38%	(1.99)	23.12%	(4.82)	(3.61)	33.89%
กำไร(ขาดทุน)ก่อนค่าใช้จ่าย ภาษีเงินได้	(29.36)	(2.96)	891.89%	13.01	N/A	(32.32)	30.01	N/A



สรุปผลดำเนินงาน (หน่วย : ล้านบาท)	ไตรมาส 2 ปี 2569	ไตรมาส 1 ปี 2569	QoQ(%)	ไตรมาส 2 ปี 2568	YoY(%)	ครึ่งแรก ปี 2569	ครึ่งแรก ปี 2568	YoY(%)
(ค่าใช้จ่าย)รายได้ภาษีเงินได้	0.36	2.83	(87.28%)	(0.97)	N/A	3.19	(4.89)	N/A
กำไร(ขาดทุน)สุทธิสำหรับงวด	(29.00)	(0.13)	22,207.69%	12.04	N/A	(29.13)	25.12	N/A

หมายเหตุ: /1 - รายได้อื่น ประกอบด้วย รายได้จากการชดเชยการส่งออก รายได้จากการขายเศษซาก รายได้ค่าเช่ารับ กำไรจากการวัดมูลค่า
ยุติธรรมตราสารอนุพันธ์

ไตรมาส 2 ปี 2569 : กลุ่มบริษัท มีรายได้จากการขายรวม 493.34 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 12.65% (YoY) โดยในจำนวน
นี้เป็นรายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ผลไม้อบแห้ง จำนวน 362.47 ล้านบาท ลดลง 3.98% (YoY) รายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ปลา
กระป๋องจำนวน 86.87 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 65.25% (YoY) และรายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมเพื่อสุขภาพ จำนวน 44.00 ล้าน
บาท เพิ่มขึ้น 459.09% (YoY)

รายได้ตามกลุ่ม ผลิตภัณฑ์ (หน่วย : ล้านบาท)	ไตรมาส 2 ปี 2569	ไตรมาส 1 ปี 2569	QoQ(%)	ไตรมาส 2 ปี 2568	YoY(%)	ครึ่งแรก ปี 2569	ครึ่งแรก ปี 2568	YoY(%)
รายได้จากการขาย								
1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ผลไม้อบแห้ง								
ในประเทศ	42.75	105.19	(59.36%)	52.34	(18.32%)	147.94	95.34	55.17%
ต่างประเทศ	319.72	277.75	15.11%	325.16	(1.67%)	597.47	691.32	(13.58%)
รวมกลุ่มผลไม้อบแห้ง	362.47	382.94	(5.35%)	377.50	(3.98%)	745.41	786.66	(5.24%)
2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ปลากระป๋อง								
ในประเทศ	14.38	8.53	68.58%	6.84	110.23%	22.91	16.08	42.48%
ต่างประเทศ	72.49	22.38	223.91%	45.73	58.52%	94.87	62.48	51.84%
รวมกลุ่มปลากระป๋อง	86.87	30.91	181.04%	52.57	65.25%	117.78	78.56	49.92%
3. กลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมเพื่อสุขภาพ								
ในประเทศ	4.82	4.52	6.64%	2.37	103.38%	9.34	3.35	178.81%
ต่างประเทศ	39.18	19.93	96.59%	5.50	612.36%	59.11	14.85	298.05%
รวมกลุ่มขนมเพื่อ สุขภาพ	44.00	24.45	79.96%	7.87	459.09%	68.45	18.20	276.10%
รวมรายได้จากการขาย	493.34	438.30	12.56%	437.94	12.65%	931.64	883.42	5.46%

YoY

รายได้ : ไตรมาส 2 ปี 2569 VS ไตรมาส 2 ปี 2568



ในไตรมาส 2 ปี 2569 กลุ่มบริษัท มีรายได้จากการขายเท่ากับ **493.34** ล้านบาท เพิ่มขึ้น **55.40** ล้านบาท หรือ
12.65% ประกอบด้วย

(1) รายได้จากการขายกลุ่มผลิตภัณฑ์ผลไม้อบแห้งจำนวน **362.47** ล้านบาท ลดลง **3.98%** โดยในจำนวนนี้เป็น
รายได้จากการขายในประเทศ และต่างประเทศที่อัตราส่วนประมาณ 12% : 88% ตามลำดับ

1.1 รายได้จากการขายในประเทศลดลง **9.59** ล้านบาท คิดเป็น **18.32%** สาเหตุหลักมาจากผลกระทบ
สืบเนื่องของนโยบายปรับเปลี่ยนภาษีนำเข้าของประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งส่งผลให้ผู้นำเข้าปลายทางในประเทศสหรัฐอเมริกา
ปรับกลยุทธ์การจัดซื้อ โดยหันไปนำเข้าสินค้าจากประเทศคู่แข่งที่มีความได้เปรียบเชิงต้นทุนตั้งแต่ช่วงปลายปี 2568 เป็นต้นมา
การเปลี่ยนแปลงห่วงโซ่อุปทานดังกล่าว ส่งผลให้กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ในประเทศของกลุ่มบริษัท ซึ่งเป็นผู้ประกอบการส่งออก

ไปยังตลาดในประเทศสหรัฐอเมริกา จะลดคำสั่งซื้ออย่างต่อเนื่องจนถึงไตรมาสปัจจุบัน และส่งผลกระทบโดยตรงต่อยอดขายในประเทศของกลุ่มบริษัทฯ

1.2 รายได้จากการขายต่างประเทศลดลง 5.44 ล้านบาท คิดเป็น 1.67% ปัจจัยหลักมาจากกลุ่มบริษัทฯ ได้ดำเนินการปรับราคาขายสินค้าเพิ่มขึ้นสำหรับลูกค้ารายที่ไม่ได้มีข้อตกลงยืนราคาระยะยาวไว้ เพื่อให้สอดคล้องกับต้นทุนวัตถุดิบที่ปรับตัวสูงขึ้น ส่งผลให้ลูกค้าในต่างประเทศบางรายชะลอการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้า ประกอบกับกลุ่มบริษัทฯ ได้รับผลกระทบจากข้อจำกัดด้านการขนส่งสินค้าทางเรือ อันเนื่องมาจากบริษัทผู้ให้บริการเดินเรือมีการปรับเปลี่ยนและเลื่อนกำหนดการเดินทาง ส่งผลให้การส่งมอบสินค้าเกิดความล่าช้า และกระทบต่อการรับรู้รายได้ในงวดไตรมาสปัจจุบัน

(2) รายได้จากการขายกลุ่มผลิตภัณฑ์ปลากระป๋อง จำนวน 86.87 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 65.25% โดยในจำนวนนี้เป็นรายได้จากการขายในประเทศ และต่างประเทศที่อัตราส่วนประมาณ 17% : 83% ตามลำดับ

2.1 รายได้จากการขายในประเทศเพิ่มขึ้น 7.54 ล้านบาท คิดเป็น 110.23% การเติบโตอย่างมีนัยสำคัญดังกล่าว เป็นผลสำเร็จจากการขยายช่องทางการจำหน่ายของบริษัทฯ ทั้งในช่องทางออนไลน์และกลุ่มโมเดิร์นเทรด ซึ่งได้รับการตอบรับจากกลุ่มผู้บริโภคเป็นอย่างดี ส่งผลให้ยอดขายสั่งซื้อและรายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ปลากระป๋องปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างมากในงวดไตรมาสปัจจุบัน

2.2 รายได้จากการขายต่างประเทศเพิ่มขึ้น 26.76 ล้านบาท คิดเป็น 58.52% การเติบโตอย่างแข็งแกร่งดังกล่าว มีปัจจัยสนับสนุนหลักมาจากมาตรฐานกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพและการรักษาคุณภาพสินค้าได้อย่างดีเยี่ยมสม่ำเสมอ ส่งผลให้ลูกค้ารายใหญ่เกิดความเชื่อมั่นและเร่งขยายแผนการตลาดในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยลูกค้าได้จัดหาและสั่งมอบวัตถุดิบหลักให้แก่บริษัทฯ เพื่อรองรับการผลิตและส่งออกอย่างต่อเนื่อง ผสมกับความต้องการสินค้าปลากระป๋องในตลาดโลกที่ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยหนุนให้รายได้จากการขายต่างประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

(3) รายได้จากการขายกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมเพื่อสุขภาพ จำนวน 44.00 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 459.09% โดยในจำนวนนี้เป็นรายได้จากการขายในประเทศ และต่างประเทศที่อัตราส่วนประมาณ 11% : 89% ตามลำดับ

3.1 รายได้จากการขายในประเทศเพิ่มขึ้น 2.45 ล้านบาท คิดเป็น 103.38% การเติบโตดังกล่าว เป็นผลสำเร็จจากการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายเชิงรุกเข้าสู่ร้านค้าปลีก 7-Eleven ทั่วประเทศ ซึ่งช่วยเพิ่มศักยภาพในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างครอบคลุมและกว้างขวาง ประกอบกับบริษัทฯ ประสบความสำเร็จในการขยายฐานลูกค้ารายใหม่ผ่านการนำเสนอผลิตภัณฑ์ขนมเพื่อสุขภาพที่ตรงตามความต้องการของตลาด ส่งผลให้ยอดขายในประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้น

3.2 รายได้จากการขายต่างประเทศเพิ่มขึ้น 33.68 ล้านบาท คิดเป็น 612.36% โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่หลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะขนมเพื่อสุขภาพที่ผลิตจากผลไม้ ซึ่งตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในตลาดต่างประเทศ ส่งผลให้เกิดคำสั่งซื้อทั้งจากลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

1H

รายได้ : งวด 6 เดือนแรกปี 2569 VS งวด 6 เดือนแรกปี 2568



งวด 6 เดือนแรกปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายเท่ากับ 931.64 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 48.22 ล้านบาท หรือ 5.46% ประกอบด้วย

(1) รายได้จากการขายกลุ่มผลิตภัณฑ์ผลไม้อบแห้ง จำนวน 745.41 ล้านบาท ลดลง 5.24% โดยในจำนวนนี้เป็นรายได้จากการขายในประเทศ และต่างประเทศที่อัตราส่วนประมาณ 20% : 80% ตามลำดับ

1.1 รายได้จากการขายในประเทศเพิ่มขึ้น 52.60 ล้านบาท คิดเป็น 55.17% โดยมีปัจจัยหลักจากการขยายตัวของฐานลูกค้าทั้งรายเดิมและรายใหม่ที่หันมาสั่งซื้อผลิตภัณฑ์มะม่วงอบแห้งจากกลุ่มบริษัทฯ เพิ่มขึ้น เนื่องจากสภาวะการขาดแคลนวัตถุดิบมะม่วงภายในประเทศไทยภายหลังการปิดด่านชายแดนไทย-กัมพูชา ทั้งนี้ ด้วยศักยภาพในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานผ่านโรงงานของบริษัทย่อยในประเทศกัมพูชา และความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการโลจิสติกส์ผ่านการขนส่งทางเรืออย่างถูกต้องตามระเบียบกรมศุลกากร ส่งผลให้กลุ่มบริษัทฯ สามารถจัดหาวัตถุดิบและส่งมอบสินค้าสำเร็จรูปเพื่อรองรับความต้องการของตลาดได้อย่างต่อเนื่อง ตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นของลูกค้าในประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 รายได้จากการขายต่างประเทศลดลง 93.85 ล้านบาท คิดเป็น 13.58% โดยมีสาเหตุหลักมาจากผลกระทบสืบเนื่องของมาตรการปรับขึ้นภาษีนำเข้าของประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งส่งผลให้กลุ่มลูกค้าในพื้นที่ชะลอคำสั่งซื้อเพื่อบริหารจัดการต้นทุนนำเข้า ประกอบกับเกิดข้อจำกัดด้านจังหวะเวลาของคำสั่งซื้อจากลูกค้ารายใหญ่ในสหรัฐอเมริกาที่มีความล่าช้า ทำให้กลุ่มบริษัทฯ จำเป็นต้องจัดสรรปริมาณสินค้าให้แก่ตลาดในประเทศที่มีความต้องการสูงในช่วงเวลาเดียวกันก่อน ซึ่งถือเป็นปัจจัยชั่วคราวที่กระทบต่อมูลค่าการส่งออก นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ได้ปรับราคาขายสินค้าเพิ่มขึ้นสำหรับลูกค้ารายที่ไม่ได้มีข้อตกลงยืนราคาระยะยาวไว้ เพื่อให้สอดคล้องกับต้นทุนวัตถุดิบที่ปรับตัวสูงขึ้นในช่วงไตรมาส 2 ปี 2569 ส่งผลให้ลูกค้าต่างประเทศบางรายชะลอการตัดสินใจสั่งซื้อ ผนวกกับได้รับผลกระทบจากข้อจำกัดด้านการขนส่งสินค้าทางเรืออันเนื่องมาจากบริษัทผู้ให้บริการเดินเรือมีการปรับเปลี่ยนและเลื่อนกำหนดการเดินทาง ส่งผลให้การส่งมอบสินค้าล่าช้า ตลอดจนการแข็งค่าของค่าเงินบาท โดยอัตราแลกเปลี่ยนถัวเฉลี่ยสำหรับงวด 6 เดือนของปี 2569 อยู่ที่ 32.09 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ แข็งค่าขึ้น 1.46 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ เมื่อเทียบกับ 33.55 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐในงวดเดียวกันของปีก่อน ส่งผลให้รายได้ในรูปสกุลเงินบาทลดลงเมื่อทำการแปลงค่าเงิน

(2) รายได้จากการขายกลุ่มผลิตภัณฑ์ปลากระป๋อง จำนวน 117.78 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 49.92% โดยในจำนวนนี้เป็นรายได้จากการขายในประเทศ และต่างประเทศที่อัตราส่วนประมาณ 19% : 81% ตามลำดับ

2.1 รายได้จากการขายในประเทศเพิ่มขึ้น 6.83 ล้านบาท คิดเป็น 42.48% การเติบโตอย่างมีนัยสำคัญดังกล่าว เป็นผลสำเร็จจากการขยายช่องทางการจำหน่ายของบริษัทฯ ทั้งในช่องทางออนไลน์และกลุ่มโมเดิร์นเทรด ซึ่งได้รับการตอบรับจากกลุ่มผู้บริโภคเป็นอย่างดี ส่งผลให้ยอดขายสั่งซื้อและรายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ปลากระป๋องปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างมาก

2.2 รายได้จากการขายต่างประเทศเพิ่มขึ้น 32.39 ล้านบาท คิดเป็น 51.84% โดยมีปัจจัยบวกจากการขับเคลื่อนกลยุทธ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการเฉพาะของแต่ละภูมิภาค ดังนี้ (1) ตลาดสหภาพยุโรป: บริษัทฯ ประสบความสำเร็จในการจัดหาวัตถุดิบปลาที่มีคุณภาพสูงและสามารถควบคุมปริมาณปนเปื้อนของโลหะหนักได้ตามเกณฑ์มาตรฐานที่เข้มงวดของสหภาพยุโรป ส่งผลให้ได้รับความไว้วางใจและมีคำสั่งซื้อใหม่เพิ่มขึ้น และ (2) ตลาดสหรัฐอเมริกา: ด้วยมาตรฐานกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพและรักษาคุณภาพได้อย่างดีเยี่ยมสม่ำเสมอ ส่งผลให้ลูกค้ารายใหญ่มีความเชื่อมั่นและขยายแผนการตลาดในสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้น โดยลูกค้าได้เร่งจัดหาและส่งมอบวัตถุดิบหลักมาให้กับบริษัทฯ เพื่อรองรับการส่งออกอย่างต่อเนื่อง ผนวกกับความต้องการสินค้าปลากระป๋องในตลาดโลกที่ยังคงเติบโต เป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนให้รายได้จากการขายต่างประเทศของกลุ่มบริษัทฯ ปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างแข็งแกร่ง

(3) รายได้จากการขายกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมเพื่อสุขภาพ จำนวน 68.45 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 276.10% โดยในจำนวนนี้เป็นรายได้จากการขายในประเทศ และต่างประเทศที่อัตราส่วนประมาณ 14% : 86% ตามลำดับ

3.1 รายได้จากการขายในประเทศเพิ่มขึ้น 5.99 ล้านบาท คิดเป็น 178.81% โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักมาจากความสำเร็จของกลยุทธ์ทางการตลาดและการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับช่องทางกลุ่มโมเดิร์นเทรด โดยเฉพาะสาขาใน



พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ซึ่งช่วยเพิ่มการรับรู้แบรนด์และกระตุ้นยอดขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผนวกกับการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายเชิงรุกเข้าสู่ร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศ ซึ่งมีส่วนสำคัญในการเพิ่มศักยภาพการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างครอบคลุมและผลักดันให้ยอดขายเติบโตอย่างก้าวกระโดด ประกอบกับบริษัทฯ ประสบความสำเร็จในการขยายฐานลูกค้ารายใหม่ผ่านการนำเสนอผลิตภัณฑ์ขนมเพื่อสุขภาพที่ตรงตามความต้องการของตลาด ส่งผลให้ยอดขายในประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

3.2 รายได้จากการขายต่างประเทศเพิ่มขึ้น 44.26 ล้านบาท คิดเป็น 298.05% โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่หลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะขนมเพื่อสุขภาพที่ผลิตจากผลไม้ ซึ่งตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในตลาดต่างประเทศ ส่งผลให้เกิดคำสั่งซื้อจากทั้งลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ



กำไรขั้นต้น และอัตรากำไรขั้นต้น :

กำไรขั้นต้น (หน่วย : ล้านบาท)	ไตรมาส 2 ปี 2569	ไตรมาส 1 ปี 2569	QoQ (%)	ไตรมาส 2 ปี 2568	YoY (%)	ครึ่งแรก ปี 2569	ครึ่ง แรก ปี 2568	YoY (%)
กลุ่มผลิตภัณฑ์ผลไม้อบแห้ง	16.34	42.97	(61.97%)	60.98	(73.20%)	59.31	124.87	-52.50%
กลุ่มผลิตภัณฑ์ปลากระป๋อง	23.67	7.14	231.51%	7.14	231.51%	30.81	13.10	135.19%
กลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมเพื่อสุขภาพ	(9.09)	(0.05)	18,080%	0.79	N/A	(9.14)	1.60	N/A
รวมกำไรขั้นต้น	30.92	50.06	(38.23%)	68.91	(55.13%)	80.98	139.57	(41.98%)
อัตรากำไรขั้นต้น								
กลุ่มผลิตภัณฑ์ผลไม้อบแห้ง	4.51%	11.22%		16.15%		7.96%	15.87%	
กลุ่มผลิตภัณฑ์ปลากระป๋อง	27.25%	23.10%		13.58%		26.16%	16.68%	
กลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมเพื่อสุขภาพ	(20.66%)	(0.20%)		10.04%		(13.35%)	8.79%	
กำไรขั้นต้นทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์	6.27%	11.42%		15.74%		8.69%	15.80%	

ต้นทุนสินค้าขาย ประกอบด้วย ต้นทุนวัตถุดิบของสินค้า ค่าแรงงานฝ่ายผลิต ค่าไฟฟ้าและเชื้อเพลิงในโรงงาน ค่าเสื่อมราคาอาคารโรงงาน เครื่องจักรและอุปกรณ์ ค่าวัสดุสิ้นเปลือง ค่าบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

YoY

ไตรมาส 2 ปี 2569 VS ไตรมาส 2 ปี 2568

สำหรับไตรมาส 2/2569 กำไรขั้นต้นของกลุ่มบริษัทฯ ลดลง 37.99 ล้านบาท และอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ 6.27%



(1) **กลุ่มผลิตภัณฑ์ผลไม้อบแห้ง**มีกำไรขั้นต้นจำนวน **16.34** ล้านบาท มีอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ **4.51%** ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยการลดลงของทั้งยอดขายกำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้นเป็นผลกระทบร่วมจาก 3 ปัจจัยหลัก ได้แก่ การปรับกลยุทธ์ด้านราคาขาย โดยกลุ่มบริษัทฯ มีการปรับราคาสินค้าขึ้นสำหรับลูกค้ารายที่ไม่ได้มีข้อตกลงยืนราคาระยะยาวไว้ส่งผลให้เกิดการชะลอการสั่งซื้อ รายได้จึงปรับตัวลดลง ในขณะที่เดียวกันก็มีความจำเป็นต้องปรับลดราคาขายสินค้าในบางรายการลงเพื่อรักษาฐานลูกค้าหลักบางราย เพื่อคงความสามารถในการแข่งขันในสภาวะตลาดที่มีการแข่งขันสูง ประกอบ

กับแรงกดดันด้านต้นทุนการผลิต จากการคว่ำตุงดิบผลไม้สดหลักในฤดูกาลที่ปรับตัวสูงขึ้นตามปริมาณอุปทานผลผลิตในตลาดที่ลดลง ซึ่งส่งผลกระทบต่อต้นทุนขายต่อหน่วย ผสมกับผลกระทบจากการแข็งค่าของค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ ส่งผลให้รายได้จากการส่งออกเมื่อแปลงค่ากลับมาเป็นสกุลเงินบาทมียอดลดลง ในขณะที่ต้นทุนการผลิตส่วนใหญ่เป็นสกุลเงินบาท จึงเกิดแรงกดดันต่ออัตราทำกำไร และส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นของกลุ่มผลิตภัณฑ์ดังกล่าวปรับตัวลดลงในงวดไตรมาสปัจจุบัน

(2) **กลุ่มผลิตภัณฑ์ปลากระป๋อง** มีกำไรขั้นต้นจำนวน **23.67** ล้านบาท มีอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ **27.25%** ซึ่งเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยปัจจัยสนับสนุนหลักมาจากการประสิทธิภาพในการบริหารจัดการต้นทุนการแปรรูป (Conversion Cost) ผ่านการนำระบบบริหารจัดการแรงงานที่ยืดหยุ่นและสอดคล้องกับปริมาณการผลิตจริงมาใช้ ควบคู่กับการปรับปรุงประสิทธิภาพของสายการผลิตปลากระป๋องอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) และช่วยลดต้นทุนการผลิตต่อหน่วยได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ได้ปรับเปลี่ยนโครงสร้างการจัดจำหน่ายโดยมุ่งเน้นการดำเนินกลยุทธ์การขายเชิงรุกในประเทศ ผ่านการทำตลาดผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ของตัวเอง (House Brand) ในกลุ่มห้างสรรพสินค้าและช่องทางออนไลน์ เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งมีอัตรากำไรที่สูงกว่า และบริษัทฯ สามารถขยายฐานลูกค้าเชิงคุณภาพได้อย่างครอบคลุมทุกภูมิภาค การกระจายฐานลูกค้ารายย่อยที่เพิ่มขึ้นนี้ช่วยลดการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่ และเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยยกระดับพร้อมทั้งรักษาระดับอัตรากำไรขั้นต้นของกลุ่มผลิตภัณฑ์ปลากระป๋องให้มีความแข็งแกร่งอย่างยั่งยืน

(3) **กลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมเพื่อสุขภาพ** ยังเป็นช่วงเริ่มต้นของการขยายตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ จึงมีผลขาดทุนขั้นต้นจำนวน **9.09** ล้านบาท มีอัตรขาดทุนขั้นต้นอยู่ที่ **20.66%** ซึ่งเป็นผลกระทบสะท้อนจากการอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการขยายตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยเฉพาะการปรับกลยุทธ์มุ่งเน้นการขยายฐานลูกค้าในตลาดต่างประเทศผ่านการรับจ้างผลิต (OEM) ที่ยังอยู่ในช่วงทดลองตลาดและร่วมพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์กับพันธมิตร ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยอยู่ในระดับสูงตามเส้นทางวงจรเรียนรู้การผลิต (Learning Curve) ในช่วงแรก อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาแยกตามโครงสร้างตลาด จะพบว่าผลิตภัณฑ์ขนมเพื่อสุขภาพที่จำหน่ายในประเทศยังคงความสามารถในการทำกำไรในระดับที่ดี โดยมีอัตรากำไรขั้นต้นสูงถึง 18.37% ในขณะที่ตลาดต่างประเทศมีอัตรขาดทุนขั้นต้น 25.45% ทั้งนี้ ฝ่ายบริหารคาดการณ์ว่าเมื่อปริมาณยอดขายซื้อจากต่างประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้นจนมีความสม่ำเสมอ และเกิดการประหยัดต่อขนาดและการประหยัดจากขอบเขตการผลิต (Economies of Scale and Economies of Scope) จะส่งผลให้ต้นทุนต่อหน่วยลดลง และผลักดันให้อัตรากำไรขั้นต้นของกลุ่มผลิตภัณฑ์นี้ฟื้นตัวกลับมาเติบโตได้ตามเป้าหมายที่วางไว้

1H

งวด 6 เดือนแรกปี 2569 VS งวด 6 เดือนแรกปี 2568



ครึ่งแรกของปี 2568 กำไรขั้นต้นของกลุ่มบริษัทฯ ลดลง **58.59** ล้านบาท และอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ **8.69%**

(1) **กลุ่มผลิตภัณฑ์ผลไม้อบแห้ง** มีกำไรขั้นต้นจำนวน **59.31** ล้านบาท มีอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ **7.96%** การลดลงของกำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้นในครั้งนี้ เป็นผลจากการปรับราคาสินค้า โดยกลุ่มบริษัทฯ มีการปรับราคาสินค้าขึ้นสำหรับลูกค้ารายที่ไม่ได้มีข้อตกลงยืนราคาระยะยาวไว้ส่งผลให้เกิดการชะลอการสั่งซื้อ รายได้จึงปรับตัวลดลง ในขณะเดียวกันก็มีความจำเป็นต้องปรับลดราคาขายสินค้าในบางรายการลงเพื่อรักษาฐานลูกค้าหลักบางราย เพื่อคงความสามารถในการแข่งขันในสภาวะตลาดที่มีการแข่งขันสูง ประกอบกับราคาวัตถุดิบผลไม้สดหลักในฤดูกาลที่ปรับตัวสูงขึ้นตามปริมาณอุปทาน

ผลผลิตในตลาดที่ลดลง และผลกระทบจากการแข็งค่าของเงินบาท โดยอัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ยครั้งแรกของปี 2569 แข็งค่าขึ้นมากกว่า 4% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

(2) **กลุ่มผลิตภัณฑ์ปลากระป๋อง** มีกำไรขั้นต้นจำนวน **30.81** ล้านบาท โดยมีอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ **26.16%** เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักจากการบริหารต้นทุนการแปรรูป (Conversion Cost) และระบบแรงงานที่สอดคล้องกับปริมาณผลิตจริง ควบคู่กับการเพิ่มประสิทธิภาพสายการผลิตจนเกิดการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) ทำให้ต้นทุนต่อหน่วยลดลง นอกจากนี้ การปรับกลยุทธ์เน้นขายผลิตภัณฑ์แบรนด์ตนเอง (House Brand) ผ่านห้างสรรพสินค้าและช่องทางออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางที่มีอัตรากำไรสูง พร้อมทั้งขยายฐานลูกค้ารายย่อยครอบคลุมทุกภูมิภาคเพื่อลดการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่ มีส่วนสำคัญในการยกระดับและรักษาระดับอัตรากำไรขั้นต้นได้อย่างแข็งแกร่งและยั่งยืน

(3) **กลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมเพื่อสุขภาพ** มีผลขาดทุนขั้นต้นจำนวน **9.14** ล้านบาท มีอัตรขาดทุนขั้นต้นอยู่ที่ **13.35%** ซึ่งเป็นผลจากช่วงเริ่มต้นของการขยายตลาด OEM ต่างประเทศ และการร่วมพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ ทำให้ต้นทุนต่อหน่วยสูงตามวงจรเรียนรู้การผลิต (Learning Curve) อย่างไรก็ดี ตลาดในประเทศยังคงทำกำไรได้ดีโดยมีอัตรากำไรขั้นต้นสูงถึง 13.16% ขณะที่ตลาดต่างประเทศมีอัตรขาดทุนขั้นต้น 17.54% ทั้งนี้ ฝ่ายบริหารคาดว่าเมื่อยอดสั่งซื้อต่างประเทศสม่ำเสมอจนเกิดการประหยัดต่อขนาดและขอบเขตการผลิต (Economies of Scale & Scope) ต้นทุนต่อหน่วยจะลดลง และหนุนให้อัตรากำไรฟื้นตัวได้ตามเป้าหมาย



รายได้อื่นและกำไรสุทธิจากอัตราแลกเปลี่ยน:

YoY

ไตรมาส 2 ปี 2569 VS ไตรมาส 2 ปี 2568

รายได้อื่นลดลง คิดเป็น 59.76% ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจากการรับรู้ผลขาดทุนจากการวัดมูลค่ายุติธรรมของตราสารอนุพันธ์ เปรียบเทียบกับไตรมาส 2 ปี 2568 ที่บันทึกการรับรู้เป็นกำไร ประกอบกับการลดลงของรายการที่ไม่ได้เกิดขึ้นเป็นประจำ ซึ่งในไตรมาส 2 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ ได้รับปัจจัยสนับสนุนจากรายรับพิเศษ ได้แก่ เงินสมทบประกันสังคมรับคืนตามมาตรา 33 และ 39 จากมาตรการช่วยเหลืออุทกภัย รวมถึงเงินภาษีซื้อรับคืนของบริษัท ย่อยจากการยื่นคัดค้านการประเมินภาษีของกรมสรรพากรในปี 2564 ซึ่งได้รับอนุมัติคืนในไตรมาส 2 ปี 2568 แต่ไม่มีรายการดังกล่าวในไตรมาส 2 ปี 2569

กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิจากอัตราแลกเปลี่ยน 0.19 ล้านบาท โดยมีปัจจัยหลักจากการยกระดับกลยุทธ์การบริหารความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศที่เข้มข้นและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ผ่านการสร้างสมดุลของกระแสเงินสดในสกุลเงินต่างประเทศ (Natural Hedge) ควบคู่กับการใช้เครื่องมือป้องกันความเสี่ยง (Financial Hedging) ในจังหวะเวลาที่เหมาะสมกับสถานะตลาดเพื่อลดผลกระทบจากความผันผวนของค่าเงินอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อนซึ่งยังไม่ได้นำมาตรการดังกล่าวมาใช้เต็มรูปแบบ ประกอบกับทิศทางค่าเงินบาทในไตรมาส 2 ปี 2569 ที่มีการอ่อนค่าลงเฉลี่ยประมาณ 0.64 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ แตกต่างจากไตรมาส 2 ปี 2568 ที่เงินบาทมีทิศทางแข็งค่าขึ้นเฉลี่ย 1.47 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ การบริหารจัดการเชิงรุกดังกล่าวจึงส่งผลให้กลุ่มบริษัทฯ สามารถรักษาประโยชน์จากทิศทางค่าเงินและสะท้อนออกมาเป็นกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนที่เติบโตอย่างมีนัยสำคัญ

1H

งวด 6 เดือนแรกปี 2569 VS งวด 6 เดือนแรกปี 2568

รายได้อื่นลดลง คิดเป็น 49.53% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยมีสาเหตุหลักมาจากการรับรู้ผลขาดทุนจากการวัดมูลค่ายุติธรรมของตราสารอนุพันธ์ เปรียบเทียบกับงวด 6 เดือน ปี 2568 ที่บันทึกรับรู้เป็นกำไร ประกอบกับการลดลงของรายการที่ไม่ได้เกิดขึ้นเป็นประจำ ซึ่งในงวด 6 เดือน ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ ได้รับปัจจัยสนับสนุนจากรายรับพิเศษ ได้แก่ เงินสมทบประกันสังคมรับคืนตามมาตรา 33 และ 39 จากมาตรการช่วยเหลืออุทกภัย รวมถึงเงินภาษีซื้อรับคืนของบริษัท ย่อยจากการยื่นคัดค้านการประเมินภาษีของกรมสรรพากรในปี 2564 ซึ่งได้รับอนุมัติคืนในงวด 6 เดือนปี 2568 แต่ไม่มีรายการดังกล่าวในงวด 6 เดือน ปี 2569 จึงส่งผลให้รายได้อื่นปรับตัวลดลง

กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิจากอัตราแลกเปลี่ยน 6.50 ล้านบาท โดยมีปัจจัยหลักจากการยกระดับกลยุทธ์การบริหารความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศที่เข้มข้นและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ผ่านการสร้างสมดุลของกระแสเงินสดในสกุลเงินต่างประเทศ (Natural Hedge) ควบคู่กับการใช้เครื่องมือป้องกันความเสี่ยง (Financial Hedging) ในจังหวะเวลาที่เหมาะสมกับสถานะตลาดเพื่อลดผลกระทบจากความผันผวนของค่าเงินอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อนซึ่งยังไม่ได้นำมาตรการดังกล่าวมาใช้เต็มรูปแบบ ประกอบกับทิศทางค่าเงินบาทในงวด 6 เดือน ปี 2569 ที่มีการอ่อนค่าลงเฉลี่ยประมาณ 1.84 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ แตกต่างจากในงวด 6 เดือน ปี 2568 ที่เงินบาทมีทิศทางแข็งค่าขึ้นเฉลี่ย 1.65 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ การบริหารจัดการเชิงรุกดังกล่าวจึงส่งผลให้กลุ่มบริษัทฯ สามารถรักษาประโยชน์จากทิศทางค่าเงินและสะท้อนออกมาเป็นกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนที่เติบโตอย่างมีนัยสำคัญ

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย

YoY

ไตรมาส 2 ปี 2569 VS ไตรมาส 2 ปี 2568

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น **21.16%** เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยปัจจัยหลักมาจากค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าส่งออกของบริษัทย่อยในประเทศกัมพูชาที่ปรับตัวสูงขึ้น ตามการขยายเส้นทางการขนส่งไปยังประเทศปลายทางในสหรัฐอเมริกาเพิ่มเติม จากเดิมในไตรมาส 2 ปี 2568 ที่มีเพียงเส้นทางยุโรปและเอเชีย ส่งผลให้ค่าระวางเรือเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน

1H

งวด 6 เดือนแรกปี 2569 VS งวด 6 เดือนแรกปี 2568

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น **36.58%** เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยปัจจัยหลักมาจากค่าใช้จ่ายในการขนส่งส่งออกของบริษัทย่อยในประเทศกัมพูชา ซึ่งในไตรมาส 1 ปี 2569 มีการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานเชิงรุกด้วยการขนส่งวัตถุดิบมะม่วงสดปริมาณมากเข้ามายังฐานการผลิตในประเทศไทย โดยเลือกใช้ตู้คอนเทนเนอร์ควบคุมอุณหภูมิ (Refrigerated Container) เพื่อรักษาคุณภาพและมาตรฐานวัตถุดิบ ซึ่งมีอัตราค่าระวางสูงกว่าการขนส่งสินค้าสำเร็จรูปทั่วไป ประกอบกับในไตรมาส 2 ปี 2569 มีการขยายเส้นทางการขนส่งไปยังประเทศปลายทางในสหรัฐอเมริกาเพิ่มเติม จากเดิมในงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีเพียงเส้นทางยุโรปและเอเชีย ส่งผลให้ค่าระวางเรือปรับตัวสูงขึ้น

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

YoY

ไตรมาส 2 ปี 2569 VS ไตรมาส 2 ปี 2568

ค่าใช้จ่ายในการบริหารลดลง **13.75%** เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยสาเหตุหลักมาจากการในไตรมาส 2 ปี 2568 มีการรับรู้ค่าใช้จ่ายในการจัดงานฉลองครบรอบ 100 ปีของบริษัท ซึ่งเป็นรายการพิเศษที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียว ประกอบกับการปรับโครงสร้างค่าตอบแทนบุคลากรจากการเกษียณอายุงานของผู้บริหารระดับสูงบางท่านเมื่อสิ้นปี 2568 ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการบริหารในไตรมาส 2 ปี 2569 ปรับตัวลดลง

1H

งวด 6 เดือนแรกปี 2569 VS งวด 6 เดือนแรกปี 2568

ค่าใช้จ่ายในการบริหารลดลง **11.47%** เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยหลักมาจากการปรับโครงสร้างค่าตอบแทนบุคลากรจากการเกษียณอายุงานของผู้บริหารระดับสูงบางท่านเมื่อสิ้นปี 2568 การบริหารจัดการค่าธรรมเนียมธนาคารจากการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และการลดลงอย่างมีนัยสำคัญของค่าเบี้ยปรับและเงินเพิ่มทางภาษีของบริษัทย่อยในประเทศกัมพูชา ซึ่งเป็นผลจากการปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับทางภาษีท้องถิ่นอย่างถูกต้อง (Tax Compliance) นอกจากนี้ ในงวดเดียวกันของปีก่อนมีการรับรู้ค่าใช้จ่ายในการจัดงานฉลองครบรอบ 100 ปีของบริษัท ซึ่งเป็นรายการพิเศษที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียว ทั้งนี้ การบริหารจัดการดังกล่าวสะท้อนถึงประสิทธิภาพในการควบคุมค่าใช้จ่ายในการบริหารของกลุ่มบริษัทฯ อย่างยั่งยืน

กำไรสุทธิ และ อัตรากำไรสุทธิ

YoY

ไตรมาส 2 ปี 2569 VS ไตรมาส 2 ปี 2568

ในไตรมาส 2 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีผลขาดทุนสุทธิ **29.00** ล้านบาท ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีผลกำไรสุทธิ โดยมีสาเหตุหลักจากการลดลงของรายได้ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ผลไม้อบแห้งซึ่งเป็นรายได้หลัก ประกอบกับการลดลงของอัตรากำไรขั้นต้นในกลุ่มผลิตภัณฑ์ผลไม้อบแห้งและกลุ่มขนมเพื่อสุขภาพตามปัจจัยที่ได้ชี้แจงไว้ข้างต้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อกำไรจากการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ แม้ในงวดไตรมาสนี้ กลุ่มบริษัทฯ จะสามารถบริหารจัดการรายได้และกำไรจากกลุ่มผลิตภัณฑ์ปลากระป๋องให้เติบโตขึ้น มีกำไรสุทธิจากอัตราแลกเปลี่ยน รวมถึงมีความสำเร็จในการควบคุมค่าใช้จ่ายในการบริหารให้ลดลงอย่างมีประสิทธิภาพแล้วก็ตาม แต่ปัจจัยบวกดังกล่าวไม่เพียงพอที่จะชดเชยผลกระทบจากการชะลอตัวของรายได้หลักและต้นทุนวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้นได้

1H

งวด 6 เดือนแรกปี 2569 VS งวด 6 เดือนแรกปี 2568

ในงวด 6 เดือน ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีผลขาดทุนสุทธิ **29.13** ล้านบาท ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีผลกำไรสุทธิ โดยมีสาเหตุหลักจากการลดลงของรายได้ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ผลไม้อบแห้งซึ่งเป็นรายได้หลัก ประกอบกับการลดลงของอัตรากำไรขั้นต้นในกลุ่มผลิตภัณฑ์ผลไม้อบแห้งและกลุ่มขนมเพื่อสุขภาพตามปัจจัยที่ได้ชี้แจงไว้ข้างต้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อกำไรจากการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ แม้ในงวดนี้ กลุ่มบริษัทฯ จะสามารถบริหารจัดการรายได้และกำไรจากกลุ่มผลิตภัณฑ์ปลากระป๋องให้เติบโตขึ้น มีกำไรสุทธิจากอัตราแลกเปลี่ยน รวมถึงมีความสำเร็จในการควบคุมค่าใช้จ่ายในการบริหารให้ลดลงอย่างมีประสิทธิภาพแล้วก็ตาม แต่ปัจจัยบวกดังกล่าวไม่เพียงพอที่จะชดเชยผลกระทบจากการชะลอตัวของรายได้หลักและต้นทุนวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้นได้



สรุปฐานะการเงิน

	30 มิถุนายน 2569	31 ธันวาคม 2568	Change
(หน่วย : ล้านบาท)			(%)
สินทรัพย์			
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ¹	38.55	96.91	(60.22%)
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	200.13	183.07	9.32%
สินค้าคงเหลือ สุทธิ	746.69	607.64	22.88%
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	69.29	42.51	63.00%
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,054.66	930.13	6.56%
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	82.22	82.22	0.00%
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	858.79	851.25	0.89%
สินทรัพย์สิทธิการใช้	47.91	50.49	(5.11%)
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	4.18	4.30	(2.79%)
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	16.83	19.69	(14.53%)
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	1,009.93	1,007.95	0.20%
รวมสินทรัพย์	2,064.59	1,938.08	6.53%
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น			
เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากธนาคาร	360.00	220.00	63.64%
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	179.93	154.52	16.44%
หนี้สินระยะยาวส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	28.60	27.55	3.81%
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	20.43	12.75	60.24%
รวมหนี้สินหมุนเวียน	588.96	414.82	41.98%
หนี้สินระยะยาวสุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี			
เงินกู้ยืมระยะยาวจากธนาคาร	49.00	56.17	(12.76%)
เงินกู้ยืมจากกรรมการ	59.49	61.39	(3.09%)
หนี้สินตามสัญญาเช่า	52.63	54.87	(4.08%)
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	97.49	97.82	(0.34%)
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	258.61	270.25	(4.31%)
รวมหนี้สิน	847.57	685.07	23.72%
ทุนออกจำหน่ายและชำระเต็มมูลค่าแล้ว	400.00	400.00	0.00%
ส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญ	283.17	283.17	0.00%
กำไรสะสม	349.63	402.77	(13.19%)
องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น	184.22	167.07	10.27%
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	1,217.02	1,253.01	(2.87%)
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	2,064.59	1,938.08	6.53%

หมายเหตุ: /1 – รวมเงินลงทุนชั่วคราว

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 กลุ่มบริษัทฯ มี**สินทรัพย์รวม**เท่ากับ 2,064.59 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 6.53% เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2568 สินทรัพย์ที่สำคัญประกอบด้วย (1) เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด (2) ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น (3) สินค้าคงเหลือ (4) สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น และ (5) ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ โดยมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ดังนี้

- **เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด** ลดลง 58.36 ล้านบาท หรือ 60.22% สาเหตุของการเปลี่ยนแปลงสามารถศึกษาได้จากหัวข้อ "วิเคราะห์กระแสเงินสด" ซึ่งได้อธิบายการเพิ่มขึ้น(ลดลง) ของเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดแต่ละกิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมดำเนินงาน กิจกรรมการลงทุน และกิจกรรมจัดหาเงิน
- **ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น** เพิ่มขึ้น 17.06 ล้านบาท หรือ 9.32% โดยหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของลูกหนี้การค้าที่ "ยังไม่ถึงกำหนดชำระ" ซึ่งเพิ่มขึ้น 38.78 ล้านบาท สอดคล้องกับรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้นในช่วงครึ่งปีแรก นอกจากนี้ มีการลดลง 23.35 ล้านบาท ในกลุ่มของลูกหนี้ค้างนาน 1-180 วัน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการเรียกชำระเงินที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นของบริษัท
- **สินค้าคงเหลือ** เพิ่มขึ้น 139.05 ล้านบาท หรือ 22.88% สาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้น 67.50 ล้านบาทในกลุ่มสินค้าสำเร็จรูป และเพิ่มขึ้น 31.34 ล้านบาทในกลุ่มสินค้ากึ่งสำเร็จรูป เพื่อเพิ่มความยืดหยุ่นในการผลิตและสามารถส่งมอบสินค้าได้ตรงตามกำหนดเวลา นอกจากนี้มีการเพิ่มขึ้นจากวัตถุดิบและสินค้าระหว่างทางรวม 17.86 ล้านบาทซึ่งสอดคล้องกับการจัดหาวัตถุดิบตามฤดูกาลของสินค้าหลักในช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลไม้ เพื่อให้เพียงพอต่อการผลิตและรองรับคำสั่งซื้อในอนาคต โดยครอบคลุมทั้งวัตถุดิบจากในประเทศและต่างประเทศ ทั้งนี้ ระดับสินค้าคงเหลือดังกล่าวยังอยู่ภายใต้การบริหารจัดการอย่างใกล้ชิด เพื่อรักษาสมดุลระหว่างการรองรับความต้องการของลูกค้าและประสิทธิภาพในการใช้เงินทุนหมุนเวียน
- **สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น** เพิ่มขึ้น 26.78 ล้านบาท หรือ 63.00% สาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้น 27.80 ล้านบาทของเงินจ่ายล่วงหน้าค่าซื้อสินค้าสอดคล้องกับการจัดหาวัตถุดิบตามฤดูกาลของสินค้าหลักในช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลไม้ เพื่อให้เพียงพอต่อการผลิตและรองรับคำสั่งซื้อในอนาคต โดยครอบคลุมทั้งวัตถุดิบจากในประเทศและต่างประเทศ
- **ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์** เพิ่มขึ้น 7.54 ล้านบาท หรือ 0.89% โดยเป็นการลงทุนในโครงการก่อสร้างห้องเย็นแห่งใหม่ที่ตำบลท่าจีน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการจัดเก็บและลดค่าใช้จ่ายในการฝากแช่สินค้าในระยะยาว รวมถึงการปรับปรุงโรงงานที่ตำบลท่าฉลอมเกี่ยวกับไลน์ผลิตช็อกโกแลตเพื่อรองรับการขยายตัวของคำสั่งซื้อ และเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตในระยะยาว โดยคาดว่าจะช่วยลดต้นทุนการผลิตต่อหน่วย และสนับสนุนการเติบโตของรายได้ที่ยั่งยืน

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 กลุ่มบริษัทฯ มี**หนี้สินรวม**เท่ากับ 847.57 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 23.72% เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2568 หนี้สินที่สำคัญ ประกอบด้วย (1) เงินกู้ยืมระยะสั้นจากธนาคาร และ (2) เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น โดยมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ดังนี้

- **เงินกู้ยืมระยะสั้นจากธนาคาร** เพิ่มขึ้น 140.00 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 63.64% เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักจากการที่ครึ่งแรกของปีเป็นช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลไม้ กลุ่มบริษัทฯ จึงมีการจัดซื้อวัตถุดิบเป็นจำนวนมากในช่วงเวลาดังกล่าว โดยใช้ตัวสัญญาใช้เงินจากธนาคารเป็นแหล่งเงินทุนหลัก

ทั้งนี้ อัตราดอกเบี้ยของตัวสัญญาใช้เงินปรับลดลงมาอยู่ในช่วง 1.33% – 1.38% ต่อปี จากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่อยู่ที่ 1.93% – 2.20% ต่อปี ส่งผลให้ต้นทุนทางการเงินลดลงอย่างมีนัยสำคัญ สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุนทางการเงินและการจัดการกระแสเงินสดระยะสั้นอย่างเป็นระบบ

- **เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น** เพิ่มขึ้น 25.41 ล้านบาท หรือ 16.44% เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2568 โดยสาเหตุหลักมาจากเจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้นสอดคล้องกับวัตถุดิบหรือสินค้าระหว่างทางที่เพิ่มขึ้น อันเนื่องมาจากการจัดหาวัตถุดิบตามฤดูกาลของสินค้าหลักในช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลไม้ เพื่อให้เพียงพอต่อการผลิตและรองรับคำสั่งซื้อในอนาคต โดยครอบคลุมทั้งวัตถุดิบจากในประเทศและต่างประเทศ

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 กลุ่มบริษัทฯ มี**ส่วนของผู้ถือหุ้น**เท่ากับ 1,217.02 ล้านบาท ลดลง 2.87% เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2568 ปัจจัยหลักเนื่องจากเมื่อวันที่ 28 เมษายน 2569 ที่ผ่านมา ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2569 ได้อนุมัติการจ่ายเงินปันผลประจำปี 2568 ให้แก่ผู้ถือหุ้นเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 24 ล้านบาท โดยบริษัทฯ ได้จ่ายเงินปันผลดังกล่าวในวันที่ 26 พฤษภาคม 2569



วิเคราะห์กระแสเงินสด

สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569

กระแสเงินสด (หน่วย : ล้านบาท)	ครึ่งแรก ปี 2569	ครึ่งแรก ปี 2568
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด-ต้นงวด	95.95	155.05
เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมดำเนินงาน	(142.89)	(27.53)
เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน	(22.81)	(41.98)
เงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมจัดหาเงิน	97.25	69.67
ผลต่างจากการแปลงค่าบการเงินเพิ่มขึ้น	10.09	(7.47)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด-ปลายงวด	37.59	147.74

เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมดำเนินงาน อยู่ที่ (142.89) ล้านบาท เนื่องจากในไตรมาส 2 ปี 2569 มีขาดทุนก่อนภาษี 32.33 ล้านบาท และมีการชำระค่าสินค้าคงเหลือ 145.52 ล้านบาท สำหรับการจัดซื้อวัตถุดิบเพื่อรองรับการผลิต สอดคล้องกับกลยุทธ์การวางแผนสต็อกวัตถุดิบล่วงหน้าให้เพียงพอต่อคำสั่งซื้อของลูกค้า ในขณะเดียวกันบริษัทเสมือนได้มาซึ่งเงินสดจากเจ้าหนี้การค้า 30.21 ล้านบาท เป็นผลจากเจ้าหนี้ที่เพิ่มขึ้น

เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน อยู่ที่ (22.81) ล้านบาท โดยเป็นการลงทุนในโครงการก่อสร้างห้องเย็นแห่งใหม่ที่ตำบลท่าจีน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการจัดเก็บและลดค่าใช้จ่ายในการฝากแช่สินค้าในระยะยาว รวมถึงการปรับปรุงโรงงานที่ตำบลท่าฉลอมเกี่ยวกับไลน์ผลิตช็อกโกแลตเพื่อรองรับการขยายตัวของคำสั่งซื้อ และเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตในระยะยาว โดยคาดว่าจะช่วยลดต้นทุนการผลิตต่อหน่วย และสนับสนุนการเติบโตของรายได้อย่างยั่งยืน

เงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมจัดหาเงิน อยู่ที่ 97.25 ล้านบาท โดยมีองค์ประกอบหลักเป็นเงินกู้ยืมระยะสั้นจากธนาคาร จากการที่ครึ่งแรกของปีเป็นช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลไม้ กลุ่มบริษัทฯ จึงมีการจัดซื้อวัตถุดิบเป็นจำนวนมากในช่วงเวลาดังกล่าว โดยใช้ตัวสัญญาใช้เงินจากธนาคารเป็นแหล่งเงินทุนหลักซึ่งเป็นไปตามแผนบริหารโครงสร้างเงินทุนอย่างมีวินัย



อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

สำหรับงวดสามเดือน และหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569

อัตราส่วนทางการเงิน	Q2/69	Q1/69	Q2/68	6M/69	6M/68
อัตราส่วนสภาพคล่อง					
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	1.79	2.08	2.33	1.79	2.33
อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน					
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน) ¹	39	42	48	39	48
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย (วัน) ¹	17	14	16	17	16
อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร					
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (%) ¹	(5.57%)	(2.52%)	3.55	(5.61%)	3.55
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (%) ¹	(3.47%)	(1.68%)	2.35	(3.49%)	2.35
อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน					
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.70	0.59	0.52	0.70	0.52
อัตราส่วนความสามารถชำระดอกเบี้ย (เท่า)	(2.23)	2.07	14.38	(2.28)	0.52

หมายเหตุ: /1 – ค่าเฉลี่ยเป็นเต็มปี (Annualized) เพื่อประโยชน์ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบ

อัตราส่วนสภาพคล่อง อยู่ที่ **1.79 เท่า** ณ สิ้นไตรมาส 2 ปี 2569 ลดลงจาก 2.08 เท่าในไตรมาสก่อนหน้า และจาก 2.33 เท่าในช่วงเดียวกันของปีก่อน การลดลงของอัตราส่วนสภาพคล่องสะท้อนถึงการเพิ่มขึ้นของหนี้สินหมุนเวียน โดยเฉพาะเงินกู้ยืมระยะสั้นที่เพิ่มขึ้นเพื่อจัดซื้อวัตถุดิบช่วงฤดูกาลผลิต อย่างไรก็ตาม ระดับอัตราส่วนยังอยู่ในเกณฑ์ที่แข็งแกร่ง แสดงถึงความสามารถในการชำระหนี้ระยะสั้นได้อย่างเพียงพอ

อัตราส่วนประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย อยู่ที่ **39 วัน** ลดลงจาก 42 วันในไตรมาสก่อนหน้า สาเหตุหลักมาจากการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนการขาย โดยมีการขายให้กับลูกค้าต่างประเทศและลูกค้ารายใหม่ที่มีเงื่อนไขการชำระเงินสั้นกว่าในสัดส่วนเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ยลดลงจาก 48 วันในช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนถึงประสิทธิภาพการติดตามและการบริหารลูกหนี้ที่ดีขึ้น แม้อยู่ภายใต้สภาวะตลาดที่มีการแข่งขันสูง

ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย อยู่ที่ **17 วัน** เพิ่มขึ้นจาก 14 วันในไตรมาสก่อนหน้า สาเหตุหลักมาจากการสะสมสินค้าคงเหลือบางประเภทเพื่อรองรับคำสั่งซื้อในช่วงไตรมาสถัดไป และผลจากฤดูกาลจัดเก็บวัตถุดิบ และระยะเวลาดังกล่าวเพิ่มขึ้นจาก 16 วันในช่วงเดียวกันของปีก่อน

อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร

อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE) อยู่ที่ **(5.57%)** ติดลบเพิ่มขึ้นจาก (2.52%) ในไตรมาสก่อนหน้า นอกจากนี้ ROE ลดลงอย่างมีนัยสำคัญจาก 3.55% ในช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องมาจากการรับรู้ผลขาดทุนในช่วงเวลาปี 2569 จากสาเหตุต่างๆที่ได้อธิบายไว้ก่อนหน้านี้



อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) ไตรมาส 2 ปี 2569 อยู่ที่ **(3.47%)** ตีลบเพิ่มขึ้นจาก (1.68%) ในไตรมาสก่อนหน้า เนื่องมาจากการรับรู้ผลขาดทุนในช่วงเวลาปี 2569 ในขณะที่สินทรัพย์รวมเพิ่มขึ้นจากการลงทุนในโครงการใหม่ ซึ่งยังไม่ได้สร้างรายได้เต็มที่ ทำให้ ROA ต่ำลง อย่างไรก็ตามการลงทุนที่เกิดขึ้นในสินทรัพย์ถาวรถือเป็นกลยุทธ์ระยะยาวเพื่อรองรับการเติบโตในอนาคตอย่างยั่งยืน

อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน

อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E) ณ สิ้นไตรมาส 2 ปี 2569 อยู่ที่ **0.70 เท่า** เพิ่มขึ้นจาก 0.59 เท่า ในไตรมาสก่อนหน้า เป็นการสะท้อนถึงการพึ่งพาเงินกู้ระยะสั้นมากขึ้นในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2569 โดยเฉพาะการใช้ตัวสัญญาใช้เงินจากธนาคารเพื่อจัดซื้อวัตถุดิบช่วงฤดูการเก็บเกี่ยวผลไม้ อย่างไรก็ตาม ระดับ D/E ที่ต่ำกว่า 1 เท่า ยังถือว่าอยู่ในระดับที่แข็งแกร่ง และสะท้อนฐานะทางการเงินที่มั่นคง

อัตราส่วนความสามารถในการชำระดอกเบี้ย ไตรมาส 2 ปี 2569 อยู่ที่ **(2.23) เท่า** ลดลงจาก 2.07 เท่าในไตรมาสก่อนหน้า และ 14.38 เท่าในช่วงเดียวกันของปีก่อน การลดลงดังกล่าวเป็นผลจากกำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี (EBIT) ที่ปรับตัวลดลงตามรายได้และอัตรากำไรขั้นต้นจากสาเหตุต่างๆที่ได้อธิบายไว้ก่อนหน้านี้ ในขณะที่สัดส่วนของดอกเบี้ยเพิ่มขึ้นจากการกู้ยืมเงินเพื่อลงทุนในโครงการใหม่ อย่างไรก็ตามบริษัทได้มีแผนรองรับและวางกลยุทธ์ใหม่ๆเพื่อคงประสิทธิภาพในการชำระดอกเบี้ย

**ปัจจัยที่อาจจะมีผลต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ**

ท่ามกลางสภาวะเศรษฐกิจไทยในปัจจุบัน ที่ได้รับผลกระทบจากทั้งปัจจัยภายนอกและโครงสร้างภายในประเทศ โดยมีแรงกดดันหลักจากมาตรการกีดกันทางการค้าและนโยบายภาษีของสหรัฐฯ ความผันผวนของราคาพลังงานและต้นทุนการผลิตจากความขัดแย้งในตะวันออกกลาง ตลอดจนปัญหานี้ครีวเรือนและโครงสร้างสังคมสูงวัยที่กดดันกำลังซื้อ กลุ่มบริษัทฯ ตระหนักถึงความท้าทายดังกล่าวและให้ความสำคัญกับการบริหารธุรกิจเชิงรุก เพื่อเสริมสร้างความยืดหยุ่นและลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อการดำเนินงานในระยะยาว

ฝ่ายจัดการได้ติดตามสถานการณ์เศรษฐกิจอย่างใกล้ชิด พร้อมปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสภาวะตลาดที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยมุ่งเน้นการกระจายความเสี่ยงทั้งด้านตลาดส่งออก ฐานลูกค้า แหล่งจัดหาวัตถุดิบ และด้านโลจิสติกส์ เพื่อลดการพึ่งพาปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งมากเกินไป ขณะเดียวกัน บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการบริหารห่วงโซ่อุปทาน การควบคุมต้นทุน และการบริหารสภาพคล่องทางการเงินอย่างมีวินัย เพื่อรักษาเสถียรภาพของการดำเนินธุรกิจภายใต้ภาวะที่มีความผันผวนสูง

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นยกระดับผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อนและตอบโจทย์ลูกค้ากลุ่มใหม่ได้อย่างครอบคลุม เร่งเพิ่มสัดส่วนสินค้ามูลค่าสูง (Value-added Products) พร้อมเดินหน้าขยายช่องทางจำหน่ายในประเทศอย่างเข้มข้น เพื่อเสริมเกราะป้องกันและกระจายความเสี่ยงจากความผันผวนของสถานการณ์ความขัดแย้งระดับโลก รวมถึงเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันในระยะยาว

อย่างไรก็ตาม ด้วยประสบการณ์ทางธุรกิจที่ยาวนาน ความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการวัตถุดิบและกระบวนการผลิต ตลอดจนความยืดหยุ่นในการปรับตัวต่อทุกสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว บริษัทฯ มั่นใจว่าสามารถบริหารจัดการความเสี่ยงและรักษาความต่อเนื่องทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งสำหรับการเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต

**พัฒนาการด้านความยั่งยืน**

ในไตรมาส 2 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ ยังคงยึดมั่นและดำเนินงานด้านความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง ภายใต้ "ปรัชญาแห่งต้นไม้เจริญอุตสาหกรรม" เพื่อขับเคลื่อนการเติบโตของธุรกิจอย่างมั่นคง ยั่งยืน และมีเสถียรภาพ ควบคู่ไปกับการบริหารจัดการธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อ โปร่งใส และเป็นธรรมต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน ครอบคลุมทั้งในมิติมุมมองด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการที่ดี (ESG) พร้อมทั้งมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำงานและการยกระดับการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

บริษัทฯ ยังคงเน้นย้ำความสำคัญของการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน การส่งเสริมการใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า และมีประสิทธิภาพ การยกระดับระบบบริหารจัดการของเสีย และการลดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิตอย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้เดินหน้าพัฒนาและปรับปรุงระบบการกำกับดูแลกิจการ การบริหารจัดการความเสี่ยงเชิงรุก ตลอดจนการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน และพร้อมรับมือกับความท้าทายและการเปลี่ยนแปลงของสภาวะเศรษฐกิจและธุรกิจในอนาคต