วันที่ 16 พฤศจิกายน 2569

<u>คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ (MD&A)</u>

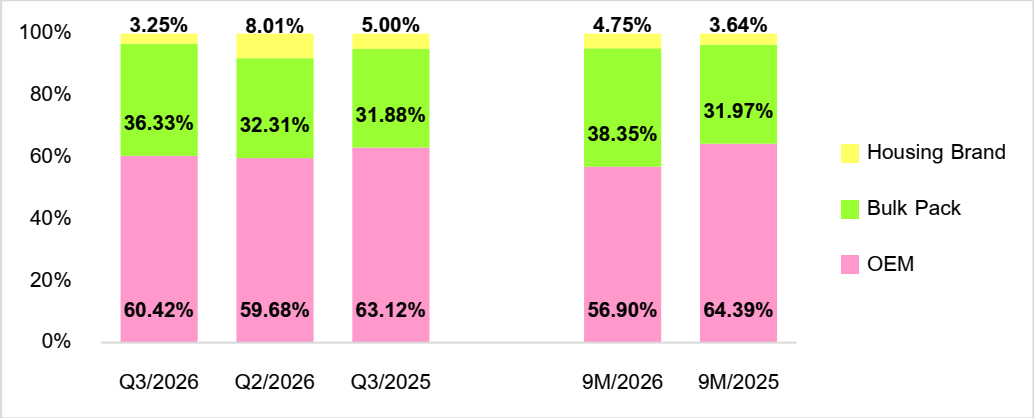
สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การวิเคราะห์และอธิบายผลการดำเนินงานของบริษัท เจริญอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (รวมเรียกว่า “กลุ่มบริษัทฯ”) สำหรับงวดบัญชีไตรมาส 3 ปี 2569 และการวิเคราะห์ฐานะการเงินของกลุ่มบริษัทฯ สำหรับงวดสามเดือน และเก้าเดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 จะอ้างอิงจากงบการเงินฉบับสอบทานโดยผู้สอบบัญชี จากบริษัท ไพร์ซวอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส เอบีเอเอส จำกัด โดยบริษัทอาจมีการจัดหมวดของรายได้และค่าใช้จ่ายบางรายการใหม่ ซึ่งจะทำให้มีความแตกต่างจากข้อมูลตัวเลขที่แสดงอยู่ในงบการเงินฉบับสอบทานโดยผู้สอบบัญชี ทั้งนี้เพื่อวัตถุประสงค์ในการนำเสนอเพื่อการวิเคราะห์และอธิบายผลการดำเนินงานในเอกสารฉบับนี้เท่านั้น

ภาพรวมการดำเนินธุรกิจ

กลุ่มบริษัทฯ ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลไม้และอาหารแปรรูป โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ดังนี้ (1) ผลไม้อบแห้ง (2) ปลากระป๋อง และ (3) ขนมเพื่อสุขภาพ ซึ่งกลุ่มบริษัทฯ เน้นส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศ อาทิ สหรัฐอเมริกา แคนาดา ญี่ปุ่น อิตาลี เม็กซิโก จีน เป็นต้น โดยรอบระยะเวลาเก้าเดือนของปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีสัดส่วนการขายสินค้าไปยังต่างประเทศ เท่ากับ 84% ของรายได้จากการขาย โดยมีรูปแบบการจำหน่ายสินค้าเป็นแบบรับจ้างการผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า (Original Equipment Manufacturer: OEM) จำหน่ายสินค้าเป็นแพ็คใหญ่ (Bulk Pack) ให้กับกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมและกลุ่มลูกค้าธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ และจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัท (Housing Brand) ดังนี้



บริษัท เจริญอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) รายงานสรุปผลการดำเนินงานเกี่ยวกับรายได้จากการขาย กำไรขั้นต้น กำไรจากการดำเนินงาน และกำไรสุทธิสำหรับงวด ดังนี้

สรุปผลดำเนินงาน *(หน่วย : ล้านบาท)*	ไตรมาส 3 ปี 2569	ไตรมาส 2 ปี 2569	QoQ(%)	ไตรมาส 3 ปี 2568	YoY(%)	9 เดือน ปี 2569	9 เดือน ปี 2568	YoY(%)
รายได้จากการขาย	**692.27**	**493.34**	**40.32%**	**374.88**	**84.66%**	**1,623.90**	**1,258.31**	**29.05%**
กำไรขั้นต้น	83.09	30.92	168.73%	30.88	169.07%	164.06	170.45	(3.75%)
กำไร(ขาดทุน)จากการดำเนินงาน	41.95	(26.92)	N/A	(21.10)	N/A	14.41	12.31	17.06%
กำไร(ขาดทุน)สุทธิสำหรับงวด	**37.65**	**(29.00)**	N/A	**(19.66)**	N/A	**8.50**	**5.46**	55.68%
อัตรากำไรขั้นต้น	12.00%	6.27%		8.24%		10.10%	13.55%	
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน	6.06%	(5.46%)		-5.63%		0.89%	0.98%	
อัตรากำไรสุทธิสำหรับงวด/1	5.38%	(5.84%)		-5.21%		0.52%	0.43%	

หมายเหตุ : /1 – คำนวณอัตรากำไรสุทธิจากฐานรายได้รวม

สรุปเหตุการณ์และพัฒนาการที่สำคัญ

เหตุการณ์สำคัญในไตรมาส 3 ปี 2569:

ในไตรมาสที่ 3 ปี 2569 สภาวะเศรษฐกิจโลกมีการขยายตัวเล็กน้อย โดยมีวัฏจักรเทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์เป็นแรงขับเคลื่อนหลักในการกระตุ้นการลงทุนและการส่งออกทั่วโลก อย่างไรก็ตาม เศรษฐกิจยังคงเผชิญความเปราะบางรอบด้านทั้งจากภาวะการเติบโตที่แยกขั้วในแต่ละภูมิภาค แรงกดดันด้านเงินเฟ้อจากความผันผวนของราคาน้ำมันในตะวันออกกลาง รวมถึงความเสี่ยงด้านนโยบายกีดกันทางการค้า และความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาท ทั้งนี้ เพื่อบรรเทาผลกระทบจากปัจจัยดังกล่าว กลุ่มบริษัทฯ จึงมุ่งเน้นการสร้างภูมิคุ้มกันทางธุรกิจด้วยการบริหารต้นทุนอัตราแลกเปลี่ยนล่วงหน้าเพื่อรับมือความผันผวนของค่าเงิน กระจายห่วงโซ่อุปทาน ลดการพึ่งพาตลาดเดี่ยวเพื่อเลี่ยงผลกระทบจากสงครามการค้า ควบคู่ไปกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและระบบอัตโนมัติเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ตลอดจนปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับมาตรฐานสิ่งแวดล้อม (ESG) เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันในเวทีการค้าโลก

สำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์ผลไม้อบแห้ง กลุ่มบริษัทฯ มุ่งเน้นการขยายฐานรายได้เพื่อผลักดันผลการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายในปี 2569 โดยรายได้จากการจำหน่ายสินค้า ทั้งในประเทศและต่างประเทศมีการเติบโตขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ อันเป็นผลมาจากความสามารถในการบริหารจัดการวัตถุดิบและกำลังการผลิตที่มีประสิทธิภาพ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบถ้วนทั้งในด้านปริมาณและมาตรฐานคุณภาพ นอกจากนี้ บริษัทย่อยในประเทศกัมพูชายังมีบทบาทสำคัญยิ่งขึ้นในการเป็นศูนย์กลางการจัดหาวัตถุดิบ การผลิต และการส่งออกสินค้าไปยังประเทศที่สามโดยตรง ซึ่งช่วยเพิ่มยืดหยุ่นในห่วงโซ่อุปทานและเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันในตลาดโลก

ในส่วนของกลุ่มผลิตภัณฑ์ปลากระป๋อง รายได้จากการขายทั้งส่งออกต่างประเทศ และในประเทศ เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยบริษัทฯ สามารถจัดหาวัตถุดิบปลาที่มีคุณภาพและผ่านมาตรฐานด้านความปลอดภัยอาหารของลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกัน บริษัทฯ ได้เร่งวางแผนเพิ่มกำลังการผลิต เพื่อตอบรับคำสั่งซื้อที่เพิ่มขึ้นจากลูกค้าเจ้าหลัก ซึ่งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุนและยกระดับความสามารถในการทำกำไรสูงสุด

สำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมเพื่อสุขภาพ แผนกวิจัยและพัฒนาของบริษัทฯ มุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ และมีการทำกิจกรรมโปรโมตสินค้ารวมกับกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ มีการปรับปรุงการผลิตโดยนำเครื่องจักรที่ทันสมัยเข้ามาแทนที่แรงงานมนุษย์ ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและปริมาณการผลิต รวมทั้งลดต้นทุนการดำเนินงานในระยะยาว

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการยกระดับการบริหารต้นทุนการผลิตตลอดห่วงโซ่อุปทาน ควบคู่กับการดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน และการบริหารความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนอย่างสมดุล เพื่อรักษาเสถียรภาพและความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มบริษัทฯ ในระยะยาว

ทิศทางในการดำเนินธุรกิจ :

ภายใต้แรงกดดันที่กล่าวมาข้างต้น กลุ่มบริษัทฯ มุ่งเน้นการรักษาเสถียรภาพของผลการดำเนินงานและสภาพคล่องทางการเงิน พร้อมเร่งสร้างผลกำไรจากการดำเนินธุรกิจในไตรมาสที่ 4 ปี 2569 ซึ่งเป็นช่วงสุดท้ายของปี เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยกลุ่มบริษัทฯ ได้ดำเนินมาตรการเชิงรุกเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต มุ่งควบคุมต้นทุนภายในโรงงาน เร่งอัตราการผลิตโดยเฉพาะการลงทุนในเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพ และลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นในทุกภาคส่วน เพื่อพลิกฟื้นผลการดำเนินงานท่ามกลางภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้น

การบริหารจัดการทางการเงิน กลุ่มบริษัทฯ ยังคงดำเนินนโยบายทางการเงินอย่างระมัดระวังและรอบคอบ โดยมุ่งเน้นการรักษาสภาพคล่องที่แข็งแกร่ง การบริหารเงินทุนหมุนเวียน และการควบคุมความเสี่ยงทางการเงินอย่างใกล้ชิด ควบคู่ไปกับการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง คุณภาพลูกหนี้การค้า และโครงสร้างเงินทุนให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งในการรองรับความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจ

สำหรับแนวโน้มผลการดำเนินงานในช่วงที่เหลือของปี 2569 ถึงต้นปี 2570 คาดว่าจะปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาส 2 ปี 2569 จากการเร่งกำลังการผลิตและการดำเนินแผนกระตุ้นยอดขายในกลุ่มสินค้าศักยภาพสูง โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ปลากระป๋อง ประกอบกับการทยอยรับรู้รายได้จากการบริหารจัดการอัตราแลกเปลี่ยนอย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกันกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมเพื่อสุขภาพได้รับการตอบรับที่ดีจากการเปิดตัวสินค้าใหม่และการทำตลาดเชิงรุกในประเทศ ส่งผลให้มียอดสั่งซื้อเติบโตต่อเนื่อง และคาดว่าจะกลายเป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนรายได้ของกลุ่มบริษัทฯ ต่อไป

ในระยะยาว กลุ่มบริษัทฯ มีแผนปรับกลยุทธ์ด้านการบริหาร การขาย การตลาด และโลจิสติกส์ให้มีความยืดหยุ่นและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เพื่อให้สอดรับกับโครงสร้างต้นทุน สภาวะเศรษฐกิจโลก และผลกระทบจากความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ในภูมิภาคต่างๆ เพื่อผลักดันการเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต

สรุปผลการดำเนินงาน

สำหรับงวดสามเดือนและเก้าเดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569

สรุปผลดำเนินงาน *(หน่วย : ล้านบาท)*	ไตรมาส 3 ปี 2569	ไตรมาส 2 ปี 2569	QoQ(%)	ไตรมาส 3 ปี 2568	YoY(%)	9 เดือน ปี 2569	9 เดือน ปี 2568	YoY(%)
รายได้จากการขายสินค้าและการให้บริการ	**692.27**	**493.34**	**40.32%**	**374.88**	**84.66%**	**1,623.90**	**1,258.31**	**29.05%**
ต้นทุนสินค้าที่ขายและการให้บริการ	(609.18)	(462.42)	31.74%	(344.00)	77.09%	(1,459.84)	(1,087.86)	34.19%
กำไรขั้นต้น	**83.09**	**30.92**	**168.73%**	**30.88**	**169.07%**	**164.06**	**170.45**	**(3.75%)**
รายได้อื่น/1	5.41	3.34	61.98%	1.93	180.31%	10.82	12.65	(14.47%)
กำไร(ขาดทุน)อื่น	(0.02)	(0.49)	(95.92%)	-	N/A	(0.51)	-	N/A
กำไร(ขาดทุน)สุทธิจากอัตราแลกเปลี่ยน	1.86	0.19	878.95%	0.77	141.56%	8.36	0.45	1,757.78%
กำไร(ขาดทุน)สุทธิจากอนุพันธ์	0.64	(3.85)	N/A	-	N/A	(0.94)	-	N/A
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	(7.71)	(19.58)	(60.62%)	(14.59)	(47.16%)	(50.81)	(46.14)	10.12%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(41.32)	(37.45)	10.33%	(40.09)	3.07%	(116.57)	(125.10)	(6.82%)
กำไร(ขาดทุน)จากการดำเนินงาน	**41.95**	**(26.92)**	**N/A**	**(21.10)**	**N/A**	**14.41**	**12.31**	**17.06%**
รายได้ทางการเงิน	0.01	0.01	0.00%	0.01	0.00%	0.03	0.21	(85.71%)
ต้นทุนทางการเงิน	(2.56)	(2.45)	4.49%	(2.02)	26.73%	(7.38)	(5.62)	31.32%
กำไร(ขาดทุน)ก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	**39.40**	**(29.36)**	**N/A**	**(23.11)**	**N/A**	**7.06**	**6.90**	**2.32%**
(ค่าใช้จ่าย)รายได้ภาษีเงินได้	(1.75)	0.36	N/A	3.45	N/A	1.44	(1.44)	N/A
กำไร(ขาดทุน)สุทธิสำหรับงวด	**37.65**	**(29.00)**	**N/A**	**(19.66)**	**N/A**	**8.50**	**5.46**	**55.68%**

หมายเหตุ: /1 - รายได้อื่น ประกอบด้วย รายได้จากการชดเชยการส่งออก รายได้จากการขายเศษซาก รายได้ค่าเช่ารับ

ไตรมาส 3 ปี 2569 : กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายรวม 692.27 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 84.66% (YoY) โดยในจำนวนนี้เป็นรายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ผลไม้อบแห้ง จำนวน 533.22 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 77.41% (YoY) รายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ปลากระป๋องจำนวน 122.46 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 84.76% (YoY) และรายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมเพื่อสุขภาพ จำนวน 36.59 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 354.53% (YoY)

รายได้ตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ *(หน่วย : ล้านบาท)*	ไตรมาส 3 ปี 2569	ไตรมาส 2 ปี 2569	QoQ(%)	ไตรมาส 3 ปี 2568	YoY(%)	9 เดือน ปี 2569	9 เดือน ปี 2568	YoY(%)
รายได้จากการขาย								
1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ผลไม้อบแห้ง								
ในประเทศ	68.32	42.75	59.81%	47.12	44.99%	216.25	142.45	51.81%
ต่างประเทศ	464.90	319.72	45.41%	253.43	83.44%	1,062.37	944.76	12.45%
รวมกลุ่มผลไม้อบแห้ง	**533.22**	**362.47**	**47.11%**	**300.55**	**77.41%**	**1,278.62**	**1,087.21**	**17.61%**
2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ปลากระป๋อง								
ในประเทศ	10.89	14.38	(24.27%)	8.50	28.12%	33.80	24.58	37.51%
ต่างประเทศ	111.57	72.49	53.91%	57.78	93.09%	206.44	120.27	71.65%
รวมกลุ่มปลากระป๋อง	**122.46**	**86.87**	**40.97%**	**66.28**	**84.76%**	**240.24**	**144.85**	**65.85%**
3. กลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมเพื่อสุขภาพ								
ในประเทศ	6.82	4.82	41.49%	1.41	383.69%	16.16	4.76	239.50%
ต่างประเทศ	29.77	39.18	(24.02%)	6.64	348.34%	88.88	21.49	313.59%
รวมกลุ่มขนมเพื่อสุขภาพ	**36.59**	**44.00**	**(16.84%)**	**8.05**	**354.53%**	**105.04**	**26.25**	**300.15%**
รวมรายได้จากการขาย	**692.27**	**493.34**	**40.32%**	**374.88**	**84.66%**	**1,623.90**	**1,258.31**	**29.05%**

YoY

รายได้ : ไตรมาส 3 ปี 2569 VS ไตรมาส 3 ปี 2568

ในไตรมาส 3 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายเท่ากับ **692.27** ล้านบาท เพิ่มขึ้น **317.39** ล้านบาท หรือ 84.66% ประกอบด้วย

(1) รายได้จากการขายกลุ่มผลิตภัณฑ์ผลไม้อบแห้งจำนวน 533.22 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 77.41% โดยในจำนวนนี้เป็นรายได้จากการขายในประเทศ และต่างประเทศที่อัตราส่วนประมาณ 13% : 87% ตามลำดับ

1.1 รายได้จากการขายในประเทศเพิ่มขึ้น 21.20 ล้านบาท คิดเป็น 44.99% โดยปัจจัยขับเคลื่อนหลักมาจากความสามารถในการขยายฐานลูกค้ารายใหม่และการเติบโตของยอดสั่งซื้อจากลูกค้ารายเดิมในกลุ่มผลิตภัณฑ์มะม่วงอบแห้ง ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องจากสถานการณ์ขาดแคลนวัตถุดิบมะม่วงภายในประเทศอันเกิดจากการปิดด่านชายแดนไทย-กัมพูชา อย่างไรก็ดี กลุ่มบริษัทฯ สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยศักยภาพการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานผ่านโรงงานบริษัทย่อยในประเทศกัมพูชา ผสานกับความเชี่ยวชาญด้านระบบโลจิสติกส์ผ่านการขนส่งทางเรืออย่างถูกต้องตามระเบียบกรมศุลกากร ส่งผลให้สามารถจัดหาวัตถุดิบและส่งมอบสินค้าสำเร็จรูปตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างต่อเนื่องและทันท่วงที นอกจากนี้ การเปิดตัวและรับสั่งผลิตสินค้าใหม่ (New Product) ให้แก่ลูกค้ารายใหญ่ในประเทศเพื่อส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ ยังได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากผู้บริโภคปลายทาง ซึ่งช่วยหนุนให้รายได้จากการขายในประเทศขยายตัวได้อย่างแข็งแกร่ง

1.2 รายได้จากการขายต่างประเทศเพิ่มขึ้น 211.47 ล้านบาท คิดเป็น 83.44% ปัจจัยหลักมาจากการปรับราคาขายสินค้าเพิ่มขึ้นเพื่อให้สะท้อนตามต้นทุนที่แท้จริง ประกอบกับการเปิดตัวสินค้าใหม่ที่ได้รับความนิยมและการตอบรับเป็นอย่างดีจากกลุ่มลูกค้าต่างประเทศ นอกจากนี้ แม้ตลาดจะเผชิญกับสภาวะการขาดแคลนวัตถุดิบหลักอย่างมะม่วง แต่ด้วยประสิทธิภาพในการบริหารจัดการสินค้าคงคลังและห่วงโซ่อุปทาน ทำให้กลุ่มบริษัทฯ มีปริมาณสินค้าผลไม้อบแห้งและมะม่วงอบแห้งที่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ส่งผลให้ได้รับคำสั่งซื้อเข้ามาอย่างต่อเนื่องและรักษาอัตราการเติบโตของยอดขายต่างประเทศได้อย่างแข็งแกร่ง ตลอดจนได้รับปัจจัยหนุนเชิงบวกจากการอ่อนค่าของค่าเงินบาท โดยอัตราแลกเปลี่ยนถัวเฉลี่ยสำหรับงวด 3 เดือนของปี 2569 อยู่ที่ 33.24 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ อ่อนค่าลงเมื่อเทียบกับ 32.29 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐในงวดเดียวกันของปีก่อน ส่งผลให้รายได้ในรูปเงินบาทปรับตัวเพิ่มขึ้นเมื่อทำการแปลงค่าเงิน

(2) รายได้จากการขายกลุ่มผลิตภัณฑ์ปลากระป๋องจำนวน 122.46 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 84.76% โดยในจำนวนนี้เป็นรายได้จากการขายในประเทศ และต่างประเทศที่อัตราส่วนประมาณ 9% : 91% ตามลำดับ

2.1 รายได้จากการขายในประเทศเพิ่มขึ้น 2.39 ล้านบาท คิดเป็น 28.12% การเติบโตอย่างมีนัยสำคัญดังกล่าว เป็นผลสำเร็จจากการขยายช่องทางการจำหน่ายของบริษัทฯ ทั้งในช่องทางออนไลน์และกลุ่มโมเดิร์นเทรด ซึ่งได้รับการตอบรับจากกลุ่มผู้บริโภคเป็นอย่างดี ส่งผลให้ยอดสั่งซื้อและรายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ปลากระป๋องปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างมากในงวดไตรมาสปัจจุบัน

2.2 รายได้จากการขายต่างประเทศเพิ่มขึ้น 53.79 ล้านบาท คิดเป็น 93.09% โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักมาจากประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตและการรักษามาตรฐานคุณภาพสินค้าได้อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้ารายใหญ่ในการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายและแผนการตลาดในประเทศสหรัฐอเมริกา ผนวกกับอุปสงค์ของสินค้าปลากระป๋องในตลาดโลกที่ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถผลักดันยอดขายต่างประเทศให้ปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

(3) รายได้จากการขายกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมเพื่อสุขภาพจำนวน 36.59 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 354.53% โดยในจำนวนนี้เป็นรายได้จากการขายในประเทศ และต่างประเทศที่อัตราส่วนประมาณ 19% : 81% ตามลำดับ

3.1 รายได้จากการขายในประเทศเพิ่มขึ้น 5.41 ล้านบาท คิดเป็น 383.69% การเติบโตดังกล่าว เป็นผลสำเร็จจากการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายเชิงรุกเข้าสู่ร้านค้าปลีก 7-Eleven ทั่วประเทศและกลุ่มโมเดิร์นเทรด ซึ่งช่วยเพิ่มศักยภาพในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างครอบคลุมและกว้างขวาง ประกอบกับบริษัทฯ ประสบความสำเร็จในการขยายฐานลูกค้ารายใหม่ผ่านการนำเสนอผลิตภัณฑ์ขนมเพื่อสุขภาพที่ตรงตามความต้องการของตลาด ส่งผลให้ยอดขายในประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้น

3.2 รายได้จากการขายต่างประเทศเพิ่มขึ้น 23.13 ล้านบาท คิดเป็น 348.34% โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่หลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะขนมเพื่อสุขภาพที่ผลิตจากผลไม้ ซึ่งตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในตลาดต่างประเทศ ส่งผลให้เกิดคำสั่งซื้อทั้งจากลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

9M รายได้ : งวด 9 เดือนปี 2569 VS งวด 9 เดือนปี 2568

งวด 9 เดือนปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายเท่ากับ **1,623.90** ล้านบาท เพิ่มขึ้น **365.59** ล้านบาท หรือ 29.05% ประกอบด้วย

(1) รายได้จากการขายกลุ่มผลิตภัณฑ์ผลไม้อบแห้งจำนวน 1,278.62 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 17.61% โดยในจำนวนนี้เป็นรายได้จากการขายในประเทศ และต่างประเทศที่อัตราส่วนประมาณ 17% : 83% ตามลำดับ

1.1 รายได้จากการขายในประเทศเพิ่มขึ้น 73.80 ล้านบาท คิดเป็น 51.18% โดยปัจจัยหลักมาจากยอดสั่งซื้อที่เติบโตขึ้นทั้งจากลูกค้ารายเดิมและรายใหม่ ท่ามกลางภาวะขาดแคลนวัตถุดิบภายในประเทศอันเกิดจากการปิดด่านชายแดนไทย-กัมพูชา ซึ่งกลุ่มบริษัทฯ สามารถบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยจัดหาวัตถุดิบผ่านโรงงานบริษัทย่อยในกัมพูชาและขนส่งทางเรืออย่างถูกต้องตามกฎหมายศุลกากร จึงมีสินค้าผลิตและส่งมอบให้ลูกค้าได้อย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ การผลิตสินค้าใหม่ให้ลูกค้ารายใหญ่เพื่อส่งต่อไปขายต่างประเทศยังได้รับการตอบรับอย่างดี ช่วยหนุนให้ยอดขายผลไม้อบแห้งในประเทศเติบโตอย่างแข็งแกร่งต่อเนื่องตลอด 9 เดือน

1.2 รายได้จากการขายต่างประเทศเพิ่มขึ้น 117.61 ล้านบาท คิดเป็น 12.45%โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการปรับทบทวนราคาขายให้สอดคล้องกับต้นทุนที่เกิดขึ้นจริง ควบคู่กับการขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดต่างประเทศได้อย่างตรงจุด นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังสามารถก้าวผ่านข้อจำกัดด้านอุปทานวัตถุดิบมะม่วงในอุตสาหกรรม ด้วยกลยุทธ์การบริหารจัดการสต็อกสินค้าและการควบคุมห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้มีปริมาณผลไม้อบแห้งพร้อมจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ จึงได้รับความไว้วางใจและมีคำสั่งซื้อจากลูกค้าต่างประเทศเข้ามาอย่างต่อเนื่องตลอดทั้ง 9 เดือน

(2) รายได้จากการขายกลุ่มผลิตภัณฑ์ปลากระป๋องจำนวน 240.24 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 65.85% โดยในจำนวนนี้เป็นรายได้จากการขายในประเทศ และต่างประเทศที่อัตราส่วนประมาณ 14% : 86% ตามลำดับ

2.1 รายได้จากการขายในประเทศเพิ่มขึ้น 9.22 ล้านบาท คิดเป็น 37.51% การเติบโตอย่างมีนัยสำคัญดังกล่าว เป็นผลสำเร็จจากการขยายช่องทางการจำหน่ายของบริษัทฯ ทั้งในช่องทางออนไลน์และกลุ่มโมเดิร์นเทรด ซึ่งได้รับการตอบรับจากกลุ่มผู้บริโภคเป็นอย่างดี ส่งผลให้ยอดสั่งซื้อและรายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ปลากระป๋องปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างมาก

2.2 รายได้จากการขายต่างประเทศเพิ่มขึ้น 86.17 ล้านบาท คิดเป็น 71.65% โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักจากการขับเคลื่อนกลยุทธ์ทางการตลาดที่ตอบโจทย์ความต้องการเฉพาะของแต่ละภูมิภาค ได้แก่ (1) ตลาดสหภาพยุโรป: ประสบความสำเร็จในการบริหารจัดการและจัดหาวัตถุดิบปลาคุณภาพสูง ซึ่งผ่านการควบคุมปริมาณโลหะหนักอย่างเข้มงวดตามมาตรฐานยุโรป จึงได้รับความไว้วางใจและมีคำสั่งซื้อใหม่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และ (2) ตลาดสหรัฐอเมริกา: ความสามารถในการรักษามาตรฐานคุณภาพและเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตได้อย่างสม่ำเสมอ ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้ารายใหญ่ในการขยายช่องทางการจำหน่ายและรุกแผนการตลาดอย่างเข้มข้น ผนวกกับอุปสงค์ของสินค้าปลากระป๋องในตลาดโลกที่ยังคงเติบโตอย่างแข็งแกร่ง ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถผลักดันยอดขายต่างประเทศให้เติบโตได้อย่างมีนัยสำคัญตลอดงวด 9 เดือน

(3) รายได้จากการขายกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมเพื่อสุขภาพจำนวน 105.04 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 300.15% โดยในจำนวนนี้เป็นรายได้จากการขายในประเทศ และต่างประเทศที่อัตราส่วนประมาณ 15% : 85% ตามลำดับ

3.1 รายได้จากการขายในประเทศเพิ่มขึ้น 11.40 ล้านบาท คิดเป็น 239.50% โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักมาจากความสำเร็จของกลยุทธ์ทางการตลาดและการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับช่องทางกลุ่มโมเดิร์นเทรด โดยเฉพาะสาขาในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ซึ่งช่วยเพิ่มการรับรู้แบรนด์และกระตุ้นยอดขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผนวกกับการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายเชิงรุกเข้าสู่ร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศ ซึ่งมีส่วนสำคัญในการเพิ่มศักยภาพการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างครอบคลุมและผลักดันให้ยอดขายเติบโตอย่างก้าวกระโดด ประกอบกับบริษัทฯ ประสบความสำเร็จในการขยายฐานลูกค้ารายใหม่ผ่านการนำเสนอผลิตภัณฑ์ขนมเพื่อสุขภาพที่ตรงตามความต้องการของตลาด ส่งผลให้ยอดขายในประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

3.2 รายได้จากการขายต่างประเทศเพิ่มขึ้น 67.39 ล้านบาท คิดเป็น 313.59% โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่หลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะขนมเพื่อสุขภาพที่ผลิตจากผลไม้ ซึ่งตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในตลาดต่างประเทศ ส่งผลให้เกิดคำสั่งซื้อจากทั้งลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

กำไรขั้นต้น และอัตรากำไรขั้นต้น :

กำไรขั้นต้น *(หน่วย : ล้านบาท)*	ไตรมาส 3 ปี 2569	ไตรมาส 2 ปี 2569	QoQ (%)	ไตรมาส 3 ปี 2568	YoY (%)	9 เดือน ปี 2569	9 เดือน ปี 2568	YoY (%)
กลุ่มผลิตภัณฑ์ผลไม้อบแห้ง	51.79	16.34	216.95%	21.39	142.12%	111.09	146.26	(24.05%)
กลุ่มผลิตภัณฑ์ปลากระป๋อง	29.17	23.67	23.24%	8.60	239.19%	59.98	21.70	176.41%
กลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมเพื่อสุขภาพ	2.13	(9.09)	N/A	0.89	139.33%	(7.01)	2.49	N/A
รวมกำไรขั้นต้น	**83.09**	**30.92**	**168.73%**	**30.88**	**169.07%**	**164.06**	**170.45**	**(3.75%)**
อัตรากำไรขั้นต้น								
กลุ่มผลิตภัณฑ์ผลไม้อบแห้ง	9.71%	4.51%		7.12%		8.69%	13.45%	
กลุ่มผลิตภัณฑ์ปลากระป๋อง	23.82%	27.25%		12.98%		24.97%	14.98%	
กลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมเพื่อสุขภาพ	5.82%	(20.66%)		11.06%		(6.67%)	9.49%	
กำไรขั้นต้นทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์	**12.00%**	**6.27%**		**8.24%**		**10.10%**	**13.55%**	

ต้นทุนสินค้าขาย ประกอบด้วย ต้นทุนวัตถุดิบของสินค้า ค่าแรงงานฝ่ายผลิต ค่าไฟฟ้าและเชื้อเพลิงในโรงงาน ค่าเสื่อมราคาอาคารโรงงาน เครื่องจักรและอุปกรณ์ ค่าวัสดุสิ้นเปลือง ค่าบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

YoY

ไตรมาส 3 ปี 2569 VS ไตรมาส 3 ปี 2568

สำหรับไตรมาส 3/2569 กำไรขั้นต้นของกลุ่มบริษัทฯ เพิ่มขึ้น 52.21 ล้านบาท และอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ 12.00%

(1) กลุ่มผลิตภัณฑ์ผลไม้อบแห้งมีกำไรขั้นต้นจำนวน 51.79 ล้านบาท มีอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ 9.71% เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยขับเคลื่อนหลักมาจาก 1) ด้านราคาขายและปริมาณ: การปรับราคาขายสินค้าเพิ่มขึ้นเพื่อให้สะท้อนต้นทุนที่แท้จริง ประกอบกับการขยายตัวของปริมาณการขายจากการเปิดตัวสินค้าใหม่และการขยายฐานลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ 2) ด้านการบริหารต้นทุนและห่วงโซ่อุปทาน: การจัดหาวัตถุดิบผ่านโรงงานในกัมพูชาและการบริหารสต็อกสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยให้โรงงานมีวัตถุดิบป้อนเข้าสู่กระบวนการผลิตได้อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้สามารถควบคุมต้นทุนการผลิตต่อหน่วยให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม แม้จะเผชิญภาวะวัตถุดิบขาดแคลนในตลาด และ 3) ด้านอัตราแลกเปลี่ยน: ผลบวกจากการทยอยอ่อนค่าของเงินบาทเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งส่งผลให้รายได้ในรูปเงินบาทปรับตัวเพิ่มขึ้นเมื่อทำการแปลงค่าเงิน ส่งผลให้ภาพรวมการทำกำไรขั้นต้นของกลุ่มผลิตภัณฑ์ผลไม้อบแห้งปรับตัวดีขึ้น

(2) กลุ่มผลิตภัณฑ์ปลากระป๋องมีกำไรขั้นต้นจำนวน 29.17 ล้านบาท มีอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ 23.82% ซึ่งเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยปัจจัยสนับสนุนหลักมาจากประสิทธิภาพในการบริหารจัดการต้นทุนการแปรสภาพ (Conversion Cost) ผ่านการนำระบบบริหารจัดการแรงงานที่ยืดหยุ่นและสอดคล้องกับปริมาณการผลิตจริงมาใช้ ควบคู่กับการปรับปรุงประสิทธิภาพของสายการผลิตปลากระป๋องอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) และช่วยลดต้นทุนการผลิตต่อหน่วยได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ได้ปรับเปลี่ยนโครงสร้างการจัดจำหน่าย โดยมุ่งเน้นการดำเนินกลยุทธ์การขายเชิงรุกในประเทศ ผ่านการทำตลาดผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ของตัวเอง (House Brand) ในกลุ่มห้างสรรพสินค้าและช่องทางออนไลน์ เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งมีอัตราการทำกำไรที่สูงกว่า และบริษัทฯ สามารถขยายฐานลูกค้าเชิงคุณภาพได้อย่างครอบคลุมทุกภูมิภาค การกระจายฐานลูกค้ารายย่อยที่เพิ่มขึ้นนี้ช่วยลดการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่ และเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยยกระดับพร้อมทั้งรักษาระดับอัตรากำไรขั้นต้นของกลุ่มผลิตภัณฑ์ปลากระป๋องให้มีความแข็งแกร่งอย่างยั่งยืน

(3) กลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมเพื่อสุขภาพ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 2.13 ล้านบาท แต่มีอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ 5.82% ซึ่งลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งเป็นผลกระทบสะท้อนจากการอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการขยายตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยเฉพาะการปรับกลยุทธ์มุ่งเน้นการขยายฐานลูกค้าในตลาดต่างประเทศผ่านการรับจ้างผลิต (OEM) ที่ยังอยู่ในช่วงทดลองตลาดและร่วมพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์กับพันธมิตร ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยอยู่ในระดับสูงตามเส้นทางวงจรเรียนรู้การผลิต (Learning Curve) ในช่วงแรก อย่างไรก็ดี หากพิจารณาแยกตามโครงสร้างตลาด จะพบว่าผลิตภัณฑ์ขนมเพื่อสุขภาพที่จำหน่ายในประเทศยังคงความสามารถในการทำกำไรในระดับที่ดี โดยมีอัตรากำไรขั้นต้นสูงถึง 20.06% ในขณะที่ตลาดต่างประเทศมีกำไรขั้นต้นเพียง 3.45% ทั้งนี้ ฝ่ายบริหารคาดการณ์ว่าเมื่อปริมาณยอดสั่งซื้อจากต่างประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้นจนมีความสม่ำเสมอ และเกิดการประหยัดต่อขนาดและการประหยัดจากขอบเขตการผลิต (Economies of Scale and Economies of Scope) จะส่งผลให้ต้นทุนต่อหน่วยลดลง และผลักดันให้อัตรากำไรขั้นต้นของกลุ่มผลิตภัณฑ์นี้ฟื้นตัวกลับมาเติบโตได้ตามเป้าหมายที่วางไว้

9M **งวด 9 เดือนปี 2569 VS งวด 9 เดือนปี 2568**

9 เดือนของปี 2569 กำไรขั้นต้นของกลุ่มบริษัทฯ ลดลง 6.39 ล้านบาท และอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ 10.10%

(1) กลุ่มผลิตภัณฑ์ผลไม้อบแห้งมีกำไรขั้นต้นจำนวน 111.09 ล้านบาท มีอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ 8.69% การลดลงของกำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้นในครั้งนี้เกิดจากผลการดำเนินงานในช่วงครึ่งแรกของปีได้รับปัจจัยกดดันจาก (1) การปรับราคาขายสินค้าซึ่งส่งผลให้ลูกค้ารายที่ไม่ได้มีข้อตกลงยืนราคาระยะยาวชะลอการสั่งซื้อ กระทบต่อปริมาณยอดขายในช่วงต้นปี (2) ต้นทุนวัตถุดิบผลไม้สดหลักในฤดูกาลปรับตัวสูงขึ้นตามปริมาณผลผลิตวัตถุดิบในตลาดที่ลดลง และ (3) ผลกระทบจากการแข็งค่าของเงินบาทมากกว่าร้อยละ 2 เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน อย่างไรก็ดี ในไตรมาส 3 ปี2569 ผลการดำเนินงานเริ่มฟื้นตัวและมีทิศทางปรับตัวดีขึ้น จากการทยอยฟื้นตัวของคำสั่งซื้อ การบริหารจัดการต้นทุนวัตถุดิบผ่านโรงงานบริษัทย่อย และปัจจัยหนุนจากเงินบาทที่เริ่มอ่อนค่าลง แต่ภาพรวมกำไรขั้นต้นสำหรับงวด 9 เดือนแรกยังคงลดลงเมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปี 2568 จากผลกระทบสั่งสมในช่วงครึ่งปีแรก

(2) **กลุ่มผลิตภัณฑ์ปลากระป๋องมีกำไรขั้นต้นจำนวน 59.98 ล้านบาท โดยมีอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ 24.97%** เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักจากการบริหารต้นทุนการแปรสภาพ (Conversion Cost) และระบบแรงงานที่สอดคล้องกับปริมาณผลิตจริง ควบคู่กับการเพิ่มประสิทธิภาพสายการผลิตจนเกิดการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) ทำให้ต้นทุนต่อหน่วยลดลง นอกจากนี้ การปรับกลยุทธ์เน้นขายผลิตภัณฑ์แบรนด์ตนเอง (House Brand) ผ่านห้างสรรพสินค้าและช่องทางออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางที่มีอัตรากำไรสูง พร้อมทั้งขยายฐานลูกค้ารายย่อยครอบคลุมทุกภูมิภาคเพื่อลดการพึ่งพาลูกค้ารายใหญ่ มีส่วนสำคัญในการยกระดับและรักษาระดับอัตรากำไรขั้นต้นได้อย่างแข็งแกร่งและยั่งยืน

(3) **กลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมเพื่อสุขภาพ มีผลขาดทุนขั้นต้นจำนวน 7.01 ล้านบาท มีอัตราขาดทุนขั้นต้นอยู่ที่ 6.67%** ซึ่งเป็นผลจากช่วงเริ่มต้นของการขยายตลาด OEM ต่างประเทศ และการร่วมพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ ทำให้ต้นทุนต่อหน่วยสูงตามวงจรเรียนรู้การผลิต (Learning Curve) อย่างไรก็ดี ตลาดในประเทศยังคงทำกำไรได้ดีโดยมีอัตรากำไรขั้นต้นสูงถึง 17.35% ขณะที่ตลาดต่างประเทศมีอัตราขาดทุนขั้นต้น 10.51% ทั้งนี้ ฝ่ายบริหารคาดว่าเมื่อยอดสั่งซื้อต่างประเทศสม่ำเสมอจนเกิดการประหยัดต่อขนาดและขอบเขตการผลิต (Economies of Scale & Scope) ต้นทุนต่อหน่วยจะลดลง และหนุนให้อัตรากำไรฟื้นตัวได้ตามเป้าหมาย

รายได้อื่นและกำไรสุทธิจากอัตราแลกเปลี่ยน:

YoY **ไตรมาส 3 ปี 2569 VS ไตรมาส 3 ปี 2568**

รายได้อื่นเพิ่มขึ้น คิดเป็น 180.31% โดยปัจจัยสนับสนุนหลักมาจากปริมาณการผลิตสินค้าที่ขยายตัวสอดรับกับยอดขายที่เติบโตขึ้น ส่งผลให้กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการจำหน่ายเศษซากวัตถุดิบและวัตถุดิบเหลือใช้จากกระบวนการผลิต (Scrap/Waste) เพิ่มสูงขึ้นอย่างสอดคล้องกัน

กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิจากอัตราแลกเปลี่ยน 1.86 ล้านบาท โดยมีปัจจัยหลักจากการยกระดับกลยุทธ์การบริหารความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศที่เข้มข้นและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ผ่านการสร้างสมดุลของกระแสเงินสดในสกุลเงินต่างประเทศ (Natural Hedge) ควบคู่กับการใช้เครื่องมือป้องกันความเสี่ยง (Financial Hedging) ในจังหวะเวลาที่เหมาะสมกับสภาวะตลาดเพื่อลดผลกระทบจากความผันผวนของค่าเงินอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อนซึ่งยังไม่ได้นำมาตรการดังกล่าวมาใช้เต็มรูปแบบ ประกอบกับทิศทางค่าเงินบาทอ่อนค่าลงในไตรมาส 3 ปี 2569 แตกต่างจากไตรมาส 3 ปี 2568 ที่เงินบาทมีทิศทางแข็งค่าขึ้น การบริหารจัดการเชิงรุกดังกล่าวจึงส่งผลให้กลุ่มบริษัทฯ สามารถรักษาประโยชน์จากทิศทางค่าเงินและสะท้อนออกมาเป็นกำไรสุทธิจากอัตราแลกเปลี่ยนที่เติบโตอย่างมีนัยสำคัญ

9M **งวด 9 เดือนปี 2569 VS งวด 9 เดือนปี 2568**

รายได้อื่นลดลง คิดเป็น 14.47% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยมีปัจจัยหลักมาจาก 1) การรับรู้รายการตราสารอนุพันธ์: กลุ่มบริษัทฯ รับรู้ผลขาดทุนจากการวัดมูลค่ายุติธรรมของตราสารอนุพันธ์ ในขณะที่งวดเดียวกันของปีก่อนมีการรับรู้เป็นกำไร และ 2) การลดลงของรายการพิเศษที่เกิดขึ้นเพียงครั้ง ซึ่งในงวด 9 เดือนแรกของปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีการรับรู้รายรับพิเศษ ได้แก่ เงินสมทบประกันสังคมรับคืนตามมาตรา 33 และ 39 จากมาตรการช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัย รวมถึงเงินภาษีซื้อรับคืนของบริษัทย่อยจากการยื่นคัดค้านการประเมินภาษี ซึ่งได้รับอนุมัติคืนในงวดดังกล่าว ทั้งนี้ ในงวด 9 เดือนแรกของปี 2569 ไม่ปรากฏรายการพิเศษข้างต้น จึงส่งผลให้ภาพรวมรายได้อื่นปรับตัวลดลง

กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิจากอัตราแลกเปลี่ยน 8.36 ล้านบาท โดยมีปัจจัยหลักจากการยกระดับกลยุทธ์การบริหารความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศที่เข้มข้นและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ผ่านการสร้างสมดุลของกระแสเงินสดในสกุลเงินต่างประเทศ (Natural Hedge) ควบคู่กับการใช้เครื่องมือป้องกันความเสี่ยง (Financial Hedging) ในจังหวะเวลาที่เหมาะสมกับสภาวะตลาดเพื่อลดผลกระทบจากความผันผวนของค่าเงินอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อนซึ่งยังไม่ได้นำมาตรการดังกล่าวมาใช้เต็มรูปแบบ ประกอบกับได้รับปัจจัยหนุนจากทิศทางค่าเงินบาทในงวด 9 เดือนแรกของปี 2569 ที่ทยอยอ่อนค่าลง เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อนที่มีทิศทางแข็งค่า การบริหารจัดการอย่างเป็นระบบดังกล่าวจึงช่วยลดผลกระทบจากความผันผวน และส่งผลให้กลุ่มบริษัทฯ สามารถรับรู้กำไรสุทธิจากอัตราแลกเปลี่ยนได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย

YoY

ไตรมาส 3 ปี 2569 VS ไตรมาส 3 ปี 2568

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายลดลง **47.16%** เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยสาเหตุหลักมาจากการจัดประเภทรายการใหม่ทางบัญชี โดยกลุ่มบริษัทฯ ได้ย้ายรายการค่าใช้จ่ายในการส่งออกบางส่วนไปบันทึกเป็นต้นทุนขาย เพื่อให้สะท้อนลักษณะทางเศรษฐกิจของรายการและเป็นไปตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินอย่างเหมาะสม

9M

งวด 9 เดือนปี 2569 VS งวด 9 เดือนปี 2568

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น **10.12%** เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยปัจจัยหลักมาจาก 1) ค่าใช้จ่ายในการขนส่งและส่งออกของบริษัทย่อยในกัมพูชา ซึ่งเป็นผลจากการดำเนินกลยุทธ์บริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานเชิงรุกในไตรมาส 1/2569 ด้วยการเร่งขนส่งวัตถุดิบมะม่วงสดปริมาณมากเข้ามายังฐานการผลิตในประเทศไทย โดยเลือกใช้ตู้คอนเทนเนอร์ควบคุมอุณหภูมิ (Refrigerated Container) เพื่อรักษาคุณภาพและมาตรฐานของวัตถุดิบ ซึ่งมีอัตราค่าระวางสูงกว่าการขนส่งสินค้าสำเร็จรูปทั่วไป และ 2) ค่านายหน้า ที่ปรับตัวสูงขึ้นสอดคล้องกับการขยายตัวของรายได้จากการขาย

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

YoY

ไตรมาส 3 ปี 2569 VS ไตรมาส 3 ปี 2568

ค่าใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้น **3.07%** เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจากการรับรู้ค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น (Expected Credit Loss: ECL) เพิ่มขึ้น ตามการตั้งค่าน้ำหนักความเสี่ยงจากการผิดนัดชำระหนี้ของลูกหนี้การค้าบางรายเพื่อให้สอดคล้องและเป็นไปตามหลักความระมัดระวังตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 (TFRS 9)

9M

งวด 9 เดือนปี 2569 VS งวด 9 เดือนปี 2568

ค่าใช้จ่ายในการบริหารลดลง **6.82%** เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยหลักมาจากการปรับโครงสร้างค่าตอบแทนบุคลากรจากการเกษียณอายุงานของผู้บริหารระดับสูงบางท่านเมื่อสิ้นปี 2568 การบริหารจัดการค่าธรรมเนียมธนาคารจากการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และการลดลงอย่างมีนัยสำคัญของค่าเบี้ยปรับและเงินเพิ่มทางภาษีของบริษัทย่อยในประเทศกัมพูชา ซึ่งเป็นผลจากการปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับทางภาษีท้องถิ่นอย่างถูกต้อง (Tax Compliance) นอกจากนี้ ในงวดเดียวกันของปีก่อนมีการรับรู้ค่าใช้จ่ายในการจัดงานฉลองครบรอบ 100 ปีของบริษัทฯ ซึ่งเป็นรายการพิเศษที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียว ทั้งนี้ การบริหารจัดการดังกล่าวสะท้อนถึงประสิทธิภาพในการควบคุมค่าใช้จ่ายในการบริหารของกลุ่มบริษัทฯ อย่างยั่งยืน

กำไรสุทธิ และ อัตรากำไรสุทธิ

YoY

ไตรมาส 3 ปี 2569 VS ไตรมาส 3 ปี 2568

ในไตรมาส 3 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิ **37.65** ล้านบาท ปรับตัวดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนที่รับรู้ผลขาดทุนสุทธิ โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักมาจากรายได้จากการขายในภาพรวมที่ขยายตัวอย่างแข็งแกร่ง ประกอบกับการปรับตัวดีขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้นใน 2 กลุ่มผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ ผลไม้อบแห้งและปลากระป๋อง ควบคู่กับการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้กลุ่มบริษัทฯ สามารถพลิกกลับมาทำกำไรและมีอัตรากำไรสุทธิปรับตัวสูงขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

9M

งวด 9 เดือนปี 2569 VS งวด 9 เดือนปี 2568

ในงวด 9 เดือน ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิ **8.50** ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักมาจากรายได้จากการขายในภาพรวมที่ขยายตัวอย่างแข็งแกร่ง ประกอบกับการรับรู้กำไรสุทธิจากอัตราแลกเปลี่ยนที่เพิ่มขึ้น ควบคู่กับการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้กลุ่มบริษัทฯ มีผลกำไรและอัตรากำไรสุทธิปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

สรุปฐานะการเงิน

(หน่วย : ล้านบาท)	30 กันยายน 2569	31 ธันวาคม 2568	Change (%)
สินทรัพย์			
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด/1	51.88	96.91	(46.47%)
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	262.44	183.07	43.36%
สินค้าคงเหลือ สุทธิ	654.98	607.64	7.79%
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	105.82	42.51	148.93%
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	**1,075.12**	**930.13**	**15.59%**
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	82.22	82.22	0.00%
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	854.70	851.25	0.41%
สินทรัพย์สิทธิการใช้	50.98	50.49	0.97%
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	4.15	4.30	(3.49%)
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	13.61	19.69	(30.88%)
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	**1,005.66**	**1,007.95**	**(0.23%)**
รวมสินทรัพย์	**2,080.78**	**1,938.08**	**7.36%**
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น			
เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากธนาคาร	340.00	220.00	54.55%
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	169.59	154.52	9.75%
หนี้สินระยะยาวส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	31.31	27.55	13.65%
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	38.14	12.75	199.14%
รวมหนี้สินหมุนเวียน	**579.04**	**414.82**	**39.59%**
หนี้สินระยะยาวสุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี			
เงินกู้ยืมระยะยาวจากธนาคาร	45.41	56.17	(19.16%)
เงินกู้ยืมจากกรรมการ	57.39	61.39	(6.52%)
หนี้สินตามสัญญาเช่า	53.45	54.87	(2.59%)
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	99.68	97.82	1.92%
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	**255.93**	**270.25**	**(5.30%)**
รวมหนี้สิน	**834.97**	**685.07**	**21.88%**
ทุนออกจำหน่ายและชำระเต็มมูลค่าแล้ว	400.00	400.00	0.00%
ส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญ	283.17	283.17	0.00%
กำไรสะสม	387.28	402.77	(3.85%)
องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น	175.36	167.07	4.96%
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	**1,245.81**	**1,253.01**	**(0.57%)**
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	**2,080.78**	**1,938.08**	**7.36%**

หมายเหตุ: /1 – รวมเงินลงทุนชั่วคราว

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 กลุ่มบริษัทฯ มี**สินทรัพย์รวม**เท่ากับ 2,080.78 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 7.36% เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2568 สินทรัพย์ที่สำคัญประกอบด้วย (1) เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด (2) ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น (3) สินค้าคงเหลือ (4) สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น และ (5) ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ โดยมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ดังนี้

- เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ลดลง 45.03 ล้านบาท หรือ ลดลง 46.47% สาเหตุของการเปลี่ยนแปลงสามารถศึกษาได้จากหัวข้อ “วิเคราะห์กระแสเงินสด” ซึ่งได้อธิบายการเพิ่มขึ้น(ลดลง) ของเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดแต่ละกิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมดำเนินงาน กิจกรรมการลงทุน และกิจกรรมจัดหาเงิน
- ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น เพิ่มขึ้น 79.37 ล้านบาท หรือ 43.36% โดยหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของลูกหนี้การค้าที่ "ยังไม่ถึงกำหนดชำระ" สอดคล้องกับรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้นในไตรมาส 3 ของปี 2569
- สินค้าคงเหลือ เพิ่มขึ้น 47.34 ล้านบาท หรือ 7.79% สาเหตุหลักมาจากการแปลงสภาพสินค้ากึ่งสำเร็จรูปเป็นสินค้าสำเร็จรูปเพื่อเตรียมพร้อมในการส่งมอบให้ลูกค้า ซึ่งทำให้กลุ่มสินค้ากึ่งสำเร็จรูป ลดลง 91.00 ล้านบาท ในขณะที่กลุ่มสินค้าสำเร็จรูป เพิ่มขึ้น 72.38 ล้านบาท เพื่อเพิ่มความยืดหยุ่นในการผลิตและสามารถส่งมอบสินค้าได้ตรงตามกำหนดเวลา นอกจากนี้มีการเพิ่มขึ้นจากวัตถุดิบและสินค้าระหว่างทางรวม 27.73 ล้านบาทซึ่งสอดคล้องกับการจัดหาวัตถุดิบตามฤดูกาลของสินค้าหลักในช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลไม้ เพื่อให้เพียงพอต่อการผลิตและรองรับคำสั่งซื้อในอนาคต โดยครอบคลุมทั้งวัตถุดิบจากในประเทศและต่างประเทศ อีกทั้งกลุ่มบริษัทฯ มีการดำเนินการจัดซื้อบรรจุภัณฑ์ เพิ่มขึ้น 41.66 ล้านบาท เพื่อรองรับคำสั่งซื้อสินค้าประเภทปลากระป๋องที่เพิ่มขึ้นในปีปัจจุบันและปีถัดไป ทั้งนี้ระดับสินค้าคงเหลือดังกล่าวยังอยู่ภายใต้การบริหารจัดการอย่างใกล้ชิด เพื่อรักษาสมดุลระหว่างการรองรับความต้องการของลูกค้าและประสิทธิภาพในการใช้เงินทุนหมุนเวียน
- สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น เพิ่มขึ้น 63.31 ล้านบาท หรือ 148.93% สาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้น 42.13 ล้านบาทของเงินจ่ายล่วงหน้าค่าซื้อสินค้าสอดคล้องกับการจัดหาวัตถุดิบตามฤดูกาลของสินค้าหลักในช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลไม้ เพื่อให้เพียงพอต่อการผลิตและรองรับคำสั่งซื้อในอนาคต โดยครอบคลุมทั้งวัตถุดิบจากในประเทศและต่างประเทศ และมาจากการขอคืนภาษีซื้อซึ่ง เพิ่มขึ้น 21.02 ล้านบาท
- ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ เพิ่มขึ้น 3.45 ล้านบาท หรือ 0.41% โดยเป็นการลงทุนในโครงการก่อสร้างห้องเย็นแห่งใหม่ที่ตำบลท่าจีน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการจัดเก็บและลดค่าใช้จ่ายในการฝากแช่สินค้าในระยะยาว รวมถึงการปรับปรุงโรงงานที่ตำบลท่าฉลอมเกี่ยวกับไลน์ผลิตซ็อกโกแลตเพื่อรองรับการขยายตัวของคำสั่งซื้อ และเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตในระยะยาว โดยคาดว่าจะช่วยลดต้นทุนการผลิตต่อหน่วย และสนับสนุนการเติบโตของรายได้อย่างยั่งยืน

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 กลุ่มบริษัทฯ มี**หนี้สินรวม**เท่ากับ 834.97 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 21.88% เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2568 หนี้สินที่สำคัญ ประกอบด้วย (1) เงินกู้ยืมระยะสั้นจากธนาคาร และ (2) เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น โดยมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ดังนี้

- เงินกู้ยืมระยะสั้นจากธนาคาร เพิ่มขึ้น 120.00 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 54.55% เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักจากการกู้ยืมเพื่อจัดหาวัตถุดิบตามฤดูกาลช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลไม้ กลุ่มบริษัทฯ จึงมีการจัดซื้อวัตถุดิบเป็นจำนวนมากในช่วงเวลาดังกล่าว โดยใช้ตั๋วสัญญาใช้เงินจากธนาคารเป็นแหล่งเงินทุนหลัก

  ทั้งนี้ อัตราดอกเบี้ยของตั๋วสัญญาใช้เงินปรับลดลงมาอยู่ในช่วง 1.33% – 1.34% ต่อปี จากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่อยู่ที่ 1.72% – 1.95% ต่อปี สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุนทางการเงินและการจัดการกระแสเงินสดระยะสั้นอย่างเป็นระบบ

- เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น เพิ่มขึ้น 15.07 ล้านบาท หรือ 9.75% เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2568 โดยสาเหตุหลักมาจากเจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้นสอดคล้องกับวัตถุดิบหรือสินค้าระหว่างทางที่เพิ่มขึ้น อันเนื่องมาจากการจัดหาวัตถุดิบตามฤดูกาลของสินค้าหลักในช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลไม้ เพื่อให้เพียงพอต่อการผลิตและรองรับคำสั่งซื้อในอนาคต โดยครอบคลุมทั้งวัตถุดิบจากในประเทศและต่างประเทศ

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 กลุ่มบริษัทฯ มี**ส่วนของผู้ถือหุ้น**เท่ากับ 1,245.81 ล้านบาท ลดลง 0.57% เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2568 ปัจจัยหลักเนื่องจากเมื่อวันที่ 28 เมษายน 2569 ที่ผ่านมา ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2569 ได้อนุมัติการจ่ายเงินปันผลประจำปี 2568 ให้แก่ผู้ถือหุ้นเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 24 ล้านบาท โดยกลุ่มบริษัทฯ ได้จ่ายเงินปันผลดังกล่าวในวันที่ 26 พฤษภาคม 2569

วิเคราะห์กระแสเงินสด

สำหรับงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569

กระแสเงินสด (หน่วย : ล้านบาท)	9 เดือน ปี 2569	9 เดือน ปี 2568
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด-ต้นงวด	**95.95**	**155.05**
เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมดำเนินงาน	(80.20)	22.94
เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน	(32.40)	(56.46)
เงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมจัดหาเงิน	67.47	34.13
ผลต่างจากการแปลงค่างบการเงินเพิ่มขึ้น	0.11	(2.06)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด-ปลายงวด	**50.93**	**153.60**

เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมดำเนินงาน อยู่ที่ (80.20) ล้านบาท เนื่องจากในไตรมาส 3 ปี 2569 มีการเปลี่ยนแปลงด้านลูกหนี้คงค้างซึ่งสะท้อนถึงเงินสุทธิใช้ไป 80.86 ล้านบาท และมีการชำระค่าสินค้าซึ่งสะท้อนเงินสุทธิใช้ไป 52.29 ล้านบาท สำหรับการจัดซื้อวัตถุดิบเพื่อรองรับการผลิต สอดคล้องกับกลยุทธ์การวางแผนสต็อกวัตถุดิบล่วงหน้าให้เพียงพอต่อคำสั่งซื้อของลูกค้า ในขณะเดียวกันกลุ่มบริษัทฯ เสมือนได้มาซึ่งเงินสดจากเจ้าหนี้การค้า 21.82 ล้านบาท เป็นผลจากเจ้าหนี้ที่เพิ่มขึ้น อีกทั้งเสมือนได้มาซึ่งเงินสดจากการรับเงินล่วงหน้าค่าสินค้า 25.93 ล้านบาท นอกจากนี้กลุ่มบริษัทฯ มีกระแสเงินสดรับ 6.08 ล้านบาท จากสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน เนื่องจากบริษัทย่อยได้รับเงินคืนภาษีจากสรรพากร

เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน อยู่ที่ (32.40) ล้านบาท โดยเป็นการลงทุนในโครงการก่อสร้างห้องเย็นแห่งใหม่ที่ตำบลท่าจีน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการจัดเก็บและลดค่าใช้จ่ายในการฝากแช่สินค้าในระยะยาว รวมถึงการปรับปรุงโรงงานที่ตำบลท่าฉลอมเกี่ยวกับไลน์ผลิตช็อกโกแลตเพื่อรองรับการขยายตัวของคำสั่งซื้อ และเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตในระยะยาว โดยคาดว่าจะช่วยลดต้นทุนการผลิตต่อหน่วย และสนับสนุนการเติบโตของรายได้อย่างยั่งยืน

เงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมจัดหาเงิน อยู่ที่ 67.47 ล้านบาท โดยมีองค์ประกอบหลักเป็นเงินกู้ยืมระยะสั้นจากธนาคาร เนื่องจากกลุ่มบริษัทฯ จึงมีการจัดซื้อวัตถุดิบเป็นจำนวนมากเพื่อเตรียมรองรับคำสั่งซื้อในอนาคต โดยใช้ตั๋วสัญญาใช้เงินจากธนาคารเป็นแหล่งเงินทุนหลักซึ่งเป็นไปตามแผนบริหารโครงสร้างเงินทุนอย่างมีวินัย

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

สำหรับงวดสามเดือน และเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569

อัตราส่วนทางการเงิน	Q3/69	Q2/69	Q3/68	9M/69	9M/68
อัตราส่วนสภาพคล่อง					
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	1.86	1.79	2.45	1.86	2.45
อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน					
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน)/1	36	39	39	36	48
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย (วัน)/1	16	17	14	16	10
อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร					
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (%)/1	(1.05%)	(5.57%)	2.07%	(1.05%)	2.07%
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (%)/1	(0.67%)	(3.47%)	1.39%	(0.67%)	1.39%
อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน					
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.67	0.70	0.49	0.67	0.49
อัตราส่วนความสามารถชำระดอกเบี้ย (เท่า)	5.83	(2.23)	10.57	5.83	10.57

หมายเหตุ: /1 – คำนวณเป็นเต็มปี (Annualized) เพื่อประโยชน์ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบ

อัตราส่วนสภาพคล่อง อยู่ที่ **1.86 เท่า** ณ สิ้นไตรมาส 3 ปี 2569 เพิ่มขึ้นจาก 1.79 เท่าในไตรมาสก่อนหน้า และลดลงจาก 2.45 เท่าในช่วงเดียวกันของปีก่อน การลดลงของอัตราส่วนสภาพคล่องสะท้อนถึงการเพิ่มขึ้นของหนี้สินหมุนเวียน โดยเฉพาะเงินกู้ยืมระยะสั้นที่เพิ่มขึ้นเพื่อจัดซื้อวัตถุดิบช่วงฤดูกาลผลิต อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ มีแนวโน้มในการบริหารจัดการระดับอัตราส่วนให้ยังอยู่ในเกณฑ์ที่แข็งแรง แสดงถึงความสามารถในการชำระหนี้ระยะสั้นได้อย่างเพียงพอ ซึ่งสามารถสังเกตุได้จากแนวโน้มของอัตราส่วนสภาพคล่องของ ณ สิ้นไตรมาส 3 ปี 2569 เทียบกับ ณ สิ้นไตรมาส 2 ปี 2569

อัตราส่วนประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย อยู่ที่ **36 วัน** ลดลงจาก 39 วันในไตรมาสก่อนหน้า สาเหตุหลักมาจากการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนการขาย โดยมีการขายให้กับลูกค้าต่างประเทศและลูกค้ารายใหม่ที่มีเงื่อนไขการชำระเงินสั้นกว่าในสัดส่วนเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ยลดลงจาก 39 วันในช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนถึงประสิทธิภาพการติดตามและการบริหารลูกหนี้ที่ดีขึ้น แม้อยู่ภายใต้สภาวะตลาดที่มีการแข่งขันสูง

ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย อยู่ที่ **16 วัน** ลดลงจาก 17 วันในไตรมาสก่อนหน้า เนื่องจากกลุ่มบริษัทฯ ได้เร่งดำเนินการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าตามแผนการดำเนินงานที่วางไว้ ในขณะที่ ระยะเวลาดังกล่าวเพิ่มขึ้นจาก 14 วันในช่วงเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักมาจากการสะสมสินค้าคงเหลือบางประเภทเพื่อรองรับคำสั่งซื้อในช่วงไตรมาสถัดไป อีกทั้งกลุ่มบริษัทฯ ได้รับผลกระทบจากสภาวะทางสงครามต่างๆทำให้การขนส่งสินค้าทางเรือได้รับผลกระทบจากการชะลอสินค้าเพื่อรอเหตุการณ์เข้าสู่สภาวะปกติและเพื่อควบคุมค่าขนส่งทำให้เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าอัตราส่วนระยะเวลาขายสินค้าเพิ่มขึ้น

อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร

อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE) อยู่ที่ **(1.05%)** ติดลบลดลงจาก (5.57%) ในไตรมาสก่อนหน้า นอกจากนี้ ROE ลดลงอย่างมีนัยสำคัญจาก 2.07% ในช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องมาจากการรับรู้ผลขาดทุนในช่วงเวลาปี 2569 จากสาเหตุต่างๆที่ได้อธิบายไว้ก่อนหน้านี้

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) อยู่ที่ **(0.67%)** ติดลบลดลงจาก (3.47%) ในไตรมาสก่อนหน้า นอกจากนี้ ROA ลดลงอย่างมีนัยสำคัญจาก 1.39% ในช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องมาจากการรับรู้ผลขาดทุนในช่วงเวลาปี 2569 ในขณะที่สินทรัพย์รวมเพิ่มขึ้นจากการลงทุนในโครงการใหม่ ซึ่งยังไม่ได้สร้างรายได้เต็มที่ ทำให้ ROA ต่ำลง อย่างไรก็ตามการลงทุนที่เกิดขึ้นในสินทรัพย์ถาวรถือเป็นกลยุทธ์ระยะยาวเพื่อรองรับการเติบโตในอนาคตอย่างยั่งยืน

อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน

อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E) ณ สิ้นไตรมาส 3 ปี 2569 อยู่ที่ **0.67 เท่า** ลดลงจาก 0.70 เท่า ในไตรมาสก่อนหน้า แต่เพิ่มขึ้นจาก 0.49 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็นการสะท้อนถึงการพึ่งพาเงินกู้ระยะสั้นมากขึ้นในปี 2569 โดยเฉพาะการใช้ตั๋วสัญญาใช้เงินจากธนาคารเพื่อจัดซื้อวัตถุดิบช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลไม้ อย่างไรก็ตาม ระดับ D/E ที่ **ต่ำกว่า 1 เท่า** ยังถือว่าอยู่ในระดับที่แข็งแกร่ง และสะท้อนฐานะทางการเงินที่มั่นคง

อัตราส่วนความสามารถในการชำระดอกเบี้ย ไตรมาส 3 ปี 2569 อยู่ที่ **5.83 เท่า** เพิ่มขึ้นจาก (2.23) เท่าในไตรมาสก่อนหน้าซึ่งเป็นไปตามแผนการดำเนินงานของกลุ่มบริษัทฯ เพื่อให้ได้ผลการดำเนินงานเป็นไปตามแผนและกำลังผลิตที่วางไว้ของทั้งปี แต่อย่างไรก็ตามลดลงจาก 10.57 เท่าในช่วงเดียวกันของปีก่อน การลดลงดังกล่าวเป็นผลจากกำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี (EBIT) ที่ปรับตัวลดลงตามรายได้และอัตรากำไรขั้นต้นจากสาเหตุต่างๆที่ได้อธิบายไว้ก่อนหน้านี้ ในขณะที่สัดส่วนของดอกเบี้ยเพิ่มขึ้นจากการกู้ยืมเงินเพื่อลงทุนในโครงการใหม่ อย่างไรก็ตามกลุ่มบริษัทฯ ได้มีแผนรองรับและวางกลยุทธ์ใหม่ๆ เพื่อคงประสิทธิภาพในการชำระดอกเบี้ย

ปัจจัยที่อาจจะมีผลต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ

แม้ว่าสภาวะเศรษฐกิจไทยในไตรมาสที่ 3 ปี 2569 จะขยายตัวดีขึ้นจากไตรมาสก่อนหน้า โดยส่งผลมาจากการลงทุนภาคเอกชนที่พุ่งสูงขึ้น และการส่งออกสินค้าที่เติบโตต่อเนื่องตามแรงส่งจากวัฏจักรเทคโนโลยีและกระแสปัญญาประดิษฐ์ของโลก รวมถึงแรงหนุนจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ อย่างไรก็ตาม ภาพการฟื้นตัวยังมีลักษณะกระจุกตัว และภาคครัวเรือนยังเผชิญความเปราะบางสูง กลุ่มบริษัทฯ จึงตระหนักถึงความท้าทายดังกล่าวและให้ความสำคัญกับการบริหารธุรกิจเชิงรุก เพื่อเสริมสร้างความยืดหยุ่นและลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อการดำเนินงานในระยะยาว

ฝ่ายจัดการได้ติดตามสถานการณ์เศรษฐกิจอย่างใกล้ชิด พร้อมปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสภาวะตลาดที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยมุ่งเน้นการกระจายความเสี่ยงทั้งด้านตลาดส่งออก ฐานลูกค้า แหล่งจัดหาวัตถุดิบ และด้านโลจิสติกส์ เพื่อลดการพึ่งพาปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งมากจนเกินไป ขณะเดียวกัน กลุ่มบริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการยกระดับความโปร่งใสในห่วงโซ่อุปทานด้วยการแสดงแหล่งที่มาของวัตถุดิบอย่างชัดเจน เพื่อตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ อีกทั้งยังมีการควบคุมต้นทุนและบริหารสภาพคล่องทางการเงินอย่างมีวินัย เพื่อรักษาเสถียรภาพของการดำเนินธุรกิจภายใต้ภาวะที่มีความผันผวนสูง

ในด้านการบริหารจัดการโรงงาน กลุ่มบริษัทฯ นำระบบอัตโนมัติ และเทคโนโลยีการจัดเก็บข้อมูลมาปรับใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ลดการสูญเสียอาหาร (Food Waste) และแก้ปัญหาแรงงานขาดแคลน ควบคู่ไปกับการบริหารความเสี่ยงเชิงรุกผ่านการตรึงราคาวัตถุดิบล่วงหน้า และการกระจายแหล่งจัดซื้อวัตถุดิบเพื่อลดผลกระทบจากความผันผวนของราคาน้ำมันและสินค้าโภคภัณฑ์ในตลาดโลก

ด้วยประสบการณ์ทางธุรกิจที่ยาวนาน ความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการวัตถุดิบและกระบวนการผลิต ตลอดจนความยืดหยุ่นในการปรับตัวต่อทุกสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว กลุ่มบริษัทฯ มั่นใจว่าสามารถบริหารจัดการความเสี่ยงและรักษาความต่อเนื่องทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งสำหรับการเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต

พัฒนาการด้านความยั่งยืน

ในไตรมาสที่ 3 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ ยังคงขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนภายใต้ "ปรัชญาแห่งต้นไม้เจริญอุตสาหกรรม" โดยยึดมั่นในหลักบรรษัทภิบาลและความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนตามกรอบ ESG พร้อมมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรและการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมทั้งเร่งยกระดับกระบวนการผลิตให้สอดคล้องกับมาตรฐานความยั่งยืน (ESG) อาทิเช่น การเปลี่ยนมาใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและลดการปล่อยคาร์บอนในระบบการขนส่ง เพื่อทะลายกำแพงภาษีและกฎระเบียบการค้าโลกที่เข้มงวดขึ้น

กลุ่มบริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งการใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า การยกระดับระบบจัดการของเสีย และการลดผลกระทบจากกระบวนการผลิตที่มีต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน นอกจากนี้ ยังได้พัฒนาทักษะบุคลากร ควบคู่กับการบริหารความเสี่ยงเชิงรุกและปรับปรุงระบบกำกับดูแลกิจการ เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันและพร้อมรับมือกับทุกความท้าทายในอนาคต