

## บริษัท ไทยลักซ์ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)

### คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ

### สำหรับผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 2 ปี 2560

#### ภาพรวมผลการดำเนินงาน

ในไตรมาสที่ 2 ปี 2560 บริษัท ไทยลักซ์ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) และบริษัทย่อยมีรายได้รวม 452.19 ล้านบาท ประกอบด้วยรายได้หลักจากธุรกิจอาหารสัตว์และธุรกิจพลังงานไฟฟ้า และรายได้อื่นๆ เท่ากับ 439.78 ล้านบาท และ 12.41 ล้านบาทตามลำดับ ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 97.26 และร้อยละ 2.74 ของรายได้รวมตามลำดับ บริษัทฯและบริษัทย่อย มีรายได้รวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.17 เมื่อเปรียบเทียบกับ ไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยธุรกิจหลักมีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 28.86 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกัน

โดยไตรมาสที่ 2 ปี 2560 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีผลขาดทุนสุทธิรวม 7.96 ล้านบาท ผลประกอบการลดลงร้อยละ 128.30 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักเกิดจากในไตรมาสเดียวกันปี 2559 บริษัทฯ มีกำไรจากเงินลงทุนหลักทรัพย์ 45.44 ล้านบาทซึ่งถ้าไม่รวมกำไรในส่วนนี้จะทำให้ ผลประกอบการเพิ่มขึ้นร้อยละ 54.04 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกัน

งบการเงินรวม (หน่วย : ล้านบาท)	ไตรมาส 2 ปี 2560	ไตรมาส 2 ปี 2559	เปลี่ยนแปลง เพิ่มขึ้น (ลดลง)	ร้อยละ
รายได้จากการขาย	439.78	341.30	98.48	28.86%
รายได้อื่นๆ	12.41	69.16	(56.75)	-82.06%
รวมรายได้	452.19	410.46	41.73	10.17%
ต้นทุนขาย	363.16	290.65	72.51	24.95%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	73.74	52.73	21.01	39.84%
รวมค่าใช้จ่าย	436.90	343.38	93.52	27.24%
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	15.29	67.08	(51.79)	-77.20%
ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในบริษัทร่วม	(0.20)	(12.50)	12.30	-98.40%
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	(22.14)	(17.74)	(4.40)	24.80%
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(7.05)	36.84	(43.89)	-119.13%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(0.91)	(5.49)	4.58	-83.42%
กำไร(ขาดทุน) สำหรับงวดจากการดำเนินงานต่อเนื่อง	(7.96)	31.35	(39.31)	-125.38%
ขาดทุนสำหรับงวดการดำเนินงานที่ยกเลิก	0.00	(3.23)	3.23	-100.00%
กำไร(ขาดทุน)สำหรับงวด	(7.96)	28.12	(36.08)	-128.30%
ส่วนที่เป็นของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย	0.00	(2.12)	2.12	-100.00%
กำไร(ขาดทุน)ต่อหุ้นส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	(0.01)	0.05	(0.06)	-118.52%

## คำอธิบายและการวิเคราะห์ฐานะการเงินและผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 2 ปี 2560

### 1.1 รายได้

#### ธุรกิจอาหารสัตว์น้ำ และอาหารสัตว์เลี้ยง

ในไตรมาส 2 ปี 2560 บริษัทมีรายได้จากธุรกิจอาหารสัตว์น้ำและอาหารสัตว์เลี้ยงเท่ากับ 432.96 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 26.93 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน

สำหรับอุตสาหกรรมการเลี้ยงกุ้ง เกษตรกรส่วนใหญ่ประสบปัญหาด้านการเลี้ยงจากสภาพอากาศ มีปริมาณฝนค่อนข้างมาก และโรคระบาดยังคงอยู่ ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการเลี้ยง ซึ่งได้แก่ โรคซีขาว โรคอีเอ็มเอส และโรคตัวแดงดวงขาว (WSSV) โดยการเลี้ยงจริงในพื้นที่คิดเป็นร้อยละ 50 ของพื้นที่ทั้งหมด แบ่งสัดส่วนเป็นกุ้งขาวร้อยละ 80 และกุ้งกุลาดำร้อยละ 20 บริษัท ได้มีการทำการตลาดเชิงรุกของอาหารกุ้ง โดยเน้นการขายอาหารเกรดพรีเมียม โปรตีน 42-45% เพื่อเร่งการเจริญเติบโตและลดระยะเวลาการเลี้ยง จึงทำให้รายได้จากการขายอาหารกุ้งปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 122.94 เมื่อเทียบกับ ไตรมาสเดียวกันของปีก่อน

สำหรับอุตสาหกรรมการเลี้ยงปลา การเพาะเลี้ยงปลาลดลงอย่างต่อเนื่อง เกิดจากภาวะปลาเนื้ออ่อนตลาดและราคาปลาลดต่ำลง ส่งผลทำให้ปริมาณการขายปลาทุกชนิดลดลงและการทำตลาดของบริษัทคู่แข่ง รวมถึงปัญหาของการออกพระราชบัญญัติการเดินเรือของกรมเจ้าท่า ที่เรียกเก็บค่าธรรมเนียมการเลี้ยงปลาในกระชัง ทำให้เกิดการชะลอตัวในการลงปลาชุดใหม่ ประกอบกับสภาพเศรษฐกิจที่ซบเซา จึงทำให้รายได้จากการขายอาหารปลา ลดลงร้อยละ 10.75 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน

สำหรับการรับจ้างผลิตอาหารสัตว์เลี้ยง ทั้งโรงงานเพชรบุรีและโรงงานสงขลาสามารถรับปริมาณการสั่งผลิตได้ในจำนวนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้รายได้จากการรับจ้างผลิตอาหารสัตว์เลี้ยงเพิ่มขึ้นร้อยละ 131.18 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน

#### ธุรกิจพลังงานไฟฟ้า

บริษัท ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายกระแสไฟฟ้า พลังงานความร้อนได้พิภพในประเทศญี่ปุ่น โดยมีรายได้จากการจำหน่ายกระแสไฟฟ้าจากบริษัทย่อย ซึ่งได้แก่ บริษัท พีทีเอสเอ็น จำกัด บริษัท ชูโมะ พาวเวอร์ จำกัด และบริษัท เอสเอ็นเอส พาวเวอร์ จำกัด ในไตรมาส 2 ปี 2560 มียอดจำหน่ายเท่ากับ 6.82 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 1.55 ของยอดขายรวมของทั้งบริษัท ซึ่งปัจจุบันบริษัท มีโรงไฟฟ้าทั้งหมด 13 แห่ง และจ่ายไฟฟ้าเข้าระบบเชิงพาณิชย์ได้แล้วจำนวน 3 แห่ง นอกจากนั้นบริษัท ได้อนุมัติแผนการลงทุนในโรงไฟฟ้าพลังงานความร้อนใต้พิภพอีกจำนวน 10 แห่ง โดย 8 แห่ง อนุมัติในเดือนมิถุนายน อีก 2 แห่ง อนุมัติในเดือนสิงหาคม ซึ่งจ่ายไฟฟ้าเข้าระบบเชิงพาณิชย์ได้แล้วจำนวน 2 แห่ง ส่วนอีก 8 แห่ง คาดว่าจะสามารถจ่ายไฟฟ้าเข้าระบบเชิงพาณิชย์ได้ในไตรมาส 3

### 1.2 ต้นทุนขาย

ต้นทุนขายส่วนใหญ่ของบริษัท มาจากต้นทุนวัตถุดิบในการผลิต โดยในไตรมาส 2 ปี 2560 บริษัทมีต้นทุนขายเท่ากับ 363.16 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.95 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากยอดขายเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ต้นทุนขายต่อยอดขายปรับตัวลดลงจากร้อยละ 85.16 ในไตรมาส 2 ปี 2559 เป็นร้อยละ 82.58 ในไตรมาส 2 ปี 2560

### 1.3 กำไรขั้นต้น

กำไรขั้นต้นในไตรมาส 2 ปี 2560 เท่ากับ 76.62 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 51.28 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนที่มีกำไรขั้นต้นเท่ากับ 50.65 ล้านบาท

### 1.4 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารในไตรมาส 2 ปี 2560 เท่ากับ 73.74 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 39.84 เมื่อเทียบกับ ไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร ต่อยอดขาย ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.78 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน

### 1.5 กำไร (ขาดทุน) สุทธิ

ในไตรมาส 2 ปี 2560 บริษัทและบริษัทย่อยมีผลขาดทุนสุทธิเท่ากับ 7.96 ล้านบาท หรือคิดเป็น 0.01 บาทต่อหุ้น ซึ่งสาเหตุหลักเกิดจากค่าใช้จ่ายในการขายเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากการทำตลาดเพื่อเพิ่มยอดขาย รวมทั้งมีขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนจำนวน 10.02 ล้านบาท

## ฐานะการเงิน

### 2.1 สินทรัพย์

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2560 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีสินทรัพย์รวม จำนวน 3,627.86 ล้านบาท โดยเพิ่มขึ้นจาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 จำนวน 58.55 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.64 การเพิ่มขึ้นดังกล่าว เป็นการเพิ่มขึ้น ของทรัพย์สินในระหว่างงวดประเภทอาคารและรถยนต์

### 2.2 หนี้สิน

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2560 บริษัทและบริษัทย่อยมีหนี้สินรวม จำนวน 1,831.07 ล้านบาท โดยเพิ่มขึ้นจาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 จำนวน 81.11 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.63 ซึ่งเกิดจากเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น และหนี้สินตามสัญญาเช่าระยะยาว

สัดส่วนของหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2560 และวันที่ 31 ธันวาคม 2559 เท่ากับ 1.02 เท่า และ 0.96 เท่า ตามลำดับ

### 2.3 ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2560 บริษัทและบริษัทย่อยมีส่วนของผู้ถือหุ้นจำนวน 1,796.79 ล้านบาท โดยลดลงจาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 จำนวน 22.56 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 1.24 เนื่องจากรายการกำไรที่ยังไม่เกิดขึ้นของหลักทรัพย์ในความต้องการของตลาด

## สภาพคล่อง

ในไตรมาส 2 ปี 2560 บริษัทและบริษัทย่อยมีกระแสเงินสดสุทธิที่ใช้ไปในจากกิจกรรมการดำเนินงานจำนวน (108.71) ล้านบาท กระแสเงินสดรับจากกิจกรรมการลงทุนเท่ากับ 256.37 ล้านบาท จากดอกเบี้ยรับ และรับคืนเงินลงทุนชั่วคราวอื่น และกระแสเงินสดที่ใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงินจำนวน (2.17) ล้านบาท โดยทำให้บริษัทมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น 154.45 ล้านบาท เป็นผลให้ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2560 บริษัท มีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดปลายงวดจำนวน 227.65 ล้านบาท

## แนวโน้มอุตสาหกรรมปี 2560

### สถานการณ์อุตสาหกรรมกุ้ง ไตรมาส 2/2560

ในช่วงเดือนเมษายน - เดือนมิถุนายน 2560 เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งประสบปัญหาด้านการเลี้ยงเพราะสภาวะอากาศแปรปรวน ปริมาณฝนค่อนข้างมาก ซึ่งมีการเลี้ยงจริงในพื้นที่คิดเป็นร้อยละ 50 ของพื้นที่การเลี้ยงทั้งหมด โดยแบ่งสัดส่วนเป็น กุ้งขาวร้อยละ 80 และกุ้งกุลาดำร้อยละ 20 เนื่องจากตลาดและราคาส่งออกกุ้งไปยังประเทศจีนปรับตัวลดลง ในขณะที่ราคากุ้งขาวค่อนข้างดีและสามารถยืนระยะได้นานเพราะผลผลิตที่เข้าสู่ตลาดยังอยู่ในช่วงที่เหมาะสม

โรคระบาดในช่วงไตรมาส 2 ยังเป็นอุปสรรคต่อการเลี้ยงกุ้งของเกษตรกรได้แก่ โรคซีขาว โรค EMS และโรคตัวแดงดวงขาว (WSSV) คิดเป็นร้อยละ 70, 20, และ 10 ตามลำดับ โดยพื้นที่การเลี้ยงกุ้งของเกษตรกรแบ่งออกเป็น 2 พื้นที่คือ 1.พื้นที่ความเค็มต่ำ อัตราการปล่อย 80,000-100,000 ตัว/ไร่ และ 2.พื้นที่ความเค็มสูง อัตราการปล่อย 150,000-200,000 ตัว/ไร่ โดยช่วงไตรมาส 2 เกษตรกรมีการปรับตัวแนวทางการเลี้ยงและจัดการวิธีการเลี้ยงได้ดีขึ้น ผลการเลี้ยงของผู้ประกอบการรายย่อยค่อนข้างดีกว่าผู้ประกอบการรายใหญ่ เพราะควบคุมต้นทุนได้ดีกว่า

### แนวโน้มอุตสาหกรรมกุ้ง ไตรมาส 3/2560

คาดการณ์ในช่วงเดือนกรกฎาคม - เดือนกันยายน 2560 ปริมาณผลผลิตกุ้งเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นช่วงที่สภาวะอากาศอยู่ในช่วงที่เหมาะสมต่อการเลี้ยงกุ้ง และพื้นที่การเลี้ยงจริงเพิ่มมากขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาส 2/2560 คิดเป็นร้อยละ 70 ของพื้นที่ทั้งหมด การแข่งขันของผู้ค้าปัจจัยในอุตสาหกรรมกุ้งมีการแข่งขันค่อนข้างสูง เพราะเป็นช่วงที่มีการเลี้ยงเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาส 2 ได้แก่ ลูกพันธุ์กุ้ง และอาหารกุ้ง มีการปรับแนวทางการตลาดโดยเน้นอาหารเกรดพรีเมียม โปรตีนสูง 42-45% เร่งการเจริญเติบโตและลดระยะเวลาการเลี้ยง พร้อมปรับกลยุทธ์เพื่อแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดในไตรมาส 3 เพราะไตรมาส 4 เป็นช่วงที่เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งลดพื้นที่การเลี้ยงลดลงเนื่องจากเสี่ยงต่อโรคระบาด ด้วยสถานการณ์ดังกล่าวข้างต้น บริษัทกำหนดนโยบายเน้นเรื่องคุณภาพสินค้าเป็นหลักและให้บริการตรวจวิเคราะห์คุณภาพน้ำและสุขภาพกุ้งพร้อมให้คำปรึกษา เพื่อให้เกษตรกรได้รับสินค้าที่มีคุณภาพดีและบริการที่เป็นเลิศเพื่อเพิ่มทางเลือกให้เกษตรกรประสบผลสำเร็จ

### จัดอันดับผลผลิตกุ้งไทยปี 2560 (ม.ค.-พ.ค)

ลำดับ	จังหวัด	ปริมาณ (ตัน)	คิดเป็น %	ลำดับ	จังหวัด	ปริมาณ (ตัน)	คิดเป็น %
1	สุราษฎร์ธานี	10,997	12.63	11	พังงา	3,292	3.78
2	ฉะเชิงเทรา	9,230	10.60	12	ชุมพร	3,289	3.78
3	ตราด	8,445	9.70	13	นครศรีธรรมราช	2,977	3.42
4	จันทบุรี	8,093	9.29	14	ระนอง	2,647	3.04
5	ตรัง	4,930	5.66	15	เพชรบุรี	2,473	2.84
6	ราชบุรี	4,673	5.37				
7	สงขลา	4,326	4.97				
8	กระบี่	4,293	4.93				
9	ระยอง	4,056	4.66				
10	ประจวบคีรีขันธ์	4,008	4.60				



ผลผลิตรวม 15 อันดับแรก คิดเป็นทั้งหมด 89.27%

### สถานการณ์อาหารปลาไตรมาสที่ 2/2560

สถานการณ์โดยรวมไตรมาส 2 ปี 2560 การเพาะเลี้ยงปลาลดลงจากไตรมาสที่ 1 ที่ผ่านมา เนื่องจากภาวะปลาเนื้ออ่อนตลาด ส่งผลให้ราคาปลาจำหน่ายลดต่ำลง ทั้งปลานิล และปลาดุก ส่งผลกระทบต่อปริมาณการขายปลาทุกชนิดลดลงจากเดิม รวมถึงการทุ่มตลาดปลาของบริษัทคู่แข่ง และความชัดเจนของ พรบ.การเดินเรือ ของกรมเจ้าท่า ในการเรียกเก็บค่าปรับการเพาะเลี้ยงปลาระชัง ทำให้เกษตรกรไม่มั่นใจในการลงเลี้ยงปลาชุดใหม่ อีกทั้งการลงเลี้ยงปลาในอัตราหนาแน่นต่ำลง คาดว่าจะได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจที่ซบเซาส่งผลโดยตรงต่อการซื้อด้วยอีกทางหนึ่ง

สำหรับสภาวะการเลี้ยงปลาทับทิม ปริมาณปลาเนื้อลดลงเป็นลำดับ โดยเฉพาะในช่วงปลายไตรมาสปลาเนื้อเริ่มขาดตลาด ราคาปลาทรงตัว และเพื่อเป็นการป้องกันปลาเนื้ออ่อนตลาด ผู้เพาะเลี้ยงมีการกำหนดอัตราการปล่อยปลาชุดใหม่ให้มีความหนาแน่นที่ลดลง

### แนวโน้มอุตสาหกรรมในไตรมาส 3/2560

สถานการณ์โดยรวมปรับตัวดีขึ้น เนื่องจากบริษัทผู้ผลิตอาหารปลามองถึงความถดถอยของยอดขายในไตรมาสที่ 2 ของปีนี้ ถือเป็นช่วงที่ต่ำสุดของอุตสาหกรรมการเพาะเลี้ยงปลา ดังนั้นแนวโน้มในไตรมาสที่ 3 การทำตลาดอาหารปลาจะมีภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้นทางด้านคุณภาพและราคา เพื่อให้สามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดให้ได้มากที่สุด แนวทางการทำตลาด การทำตลาดยังคงเน้นผลักดันฐานลูกค้ารายหลัก ทั้งรายใหม่และรายเดิม ให้มีการขยายยอดขายให้เติบโตเพิ่มขึ้น โดยการเพิ่มลูกบ่อ และขยายตลาดปลาให้กับลูกค้า

ปริมาณลูกค้ารายใหม่ที่มีศักยภาพในการทำตลาดมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการขยายการทำตลาดในกลุ่มอาหารปลาทะเล อย่างเช่นอาหารปลากะพง โดยเฉพาะในเขตพื้นที่การเพาะเลี้ยงหลัก ในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา และสมุทรปราการ และขยายไปยังพื้นที่การเพาะเลี้ยงในเขตภาคใต้อย่างจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และชุมพร เพื่อเป็นการขยายฐานตลาดในกลุ่มสินค้าเกรดพรีเมียมและสร้างมูลค่าให้เพิ่มมากขึ้น