

ส่วนที่ 3

ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน

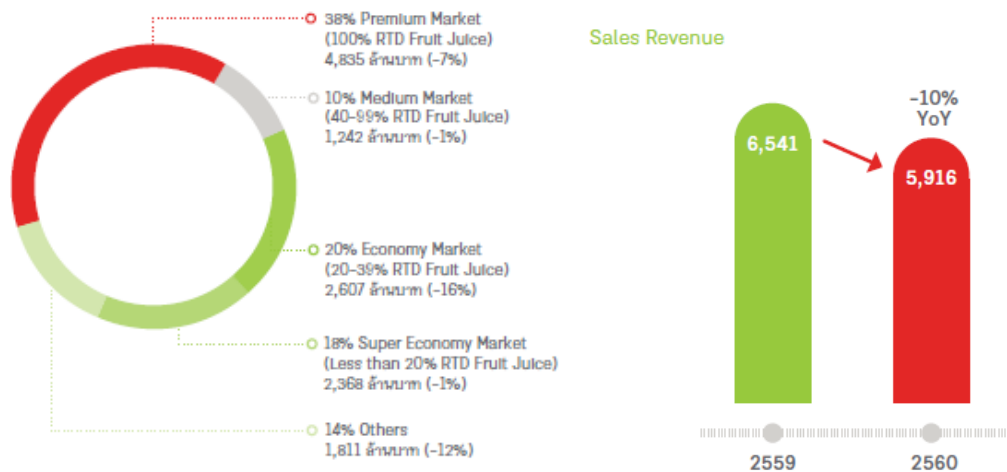
15). ข้อมูลทางการเงินที่สำคัญ

ฐานะทางการเงิน และอัตราส่วน ผลตอบแทนของบริษัท	หน่วย	2558	2559	2560
ยอดขายสุทธิ	ล้านบาท	5,389	6,541	5,916
ต้นทุนขาย	ล้านบาท	3,696	4,438	4,216
กำไรขั้นต้น	ล้านบาท	1,693	2,104	1,700
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	ล้านบาท	1,313	1,406	1,396
EBITDA	ล้านบาท	539	825	535
ค่าเสื่อมและค่าตัดจำหน่าย	ล้านบาท	92	144	181
EBIT	ล้านบาท	448	681	347
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	ล้านบาท	331	530	286
กำไร (ขาดทุน) ต่อหุ้น	บาท	1.19*	1.89*	1.02
สินทรัพย์รวม	ล้านบาท	3,042	3,640	4,390
หนี้สินรวม	ล้านบาท	1,788	2,061	2,778
ทุนที่ออกและชำระเต็มมูลค่า	ล้านบาท	140	140	140
ส่วนของผู้ถือหุ้นบริษัทใหญ่	ล้านบาท	1,250	1,575	1,612
อัตราการจ่ายเงินปันผลต่อหุ้น	บาท	0.60*	0.95*	0.55
*ปรับใหม่ตามมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ 0.50 บาท				
สภาพคล่องทางการเงิน	หน่วย	2558	2559	2560
อัตราส่วนสภาพคล่อง	เท่า	1.1	0.9	0.9
อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว	เท่า	0.7	0.5	0.4
อัตราส่วนการทำการกำไร	หน่วย	2558	2559	2560
อัตรากำไรขั้นต้น	%	31.4	32.2	28.7
EBIT Margin	%	8.2	10.4	5.8
อัตรากำไรสุทธิ	%	6.1	8.1	4.8
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์	%	14.8	20.4	8.6
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	%	29.3	37.5	17.9
อัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้	หน่วย	2558	2559	2560
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	เท่า	1.4	1.3	1.7
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	เท่า	0.7	0.8	1.1
วงจรเงินสด	หน่วย	2558	2559	2560
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย	วัน	57	45	47
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย	วัน	76	64	80
ระยะเวลาชำระหนี้	วัน	43	32	34
วงจรเงินสด	วัน	90	77	93

16). การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ

ภาพรวมเศรษฐกิจและตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มภายในประเทศ

ในรอบระยะเวลา 12 เดือน จนถึงเดือนธันวาคม 2560 ตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มภายในประเทศมีมูลค่า 12,863 ล้านบาท ลดลง 8% YoY ในขณะที่ตลาดเครื่องดื่มภายในประเทศโดยรวมชะลอตัวลง 3% YoY ตามภาวะการชะลอตัวของการบริโภคภายในประเทศ โดยสะท้อนไปยังการจับจ่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีอัตราการบริโภคสูง (Fast moving consumer goods หรือ FMCG) ซึ่งผู้บริโภคมีการจับจ่ายลดลง โดยมีสัดส่วนมูลค่าตลาดและอัตราการเติบโตของตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่ม ปรากฏอยู่ในแผนภาพ



(ที่มา: Nielsen)

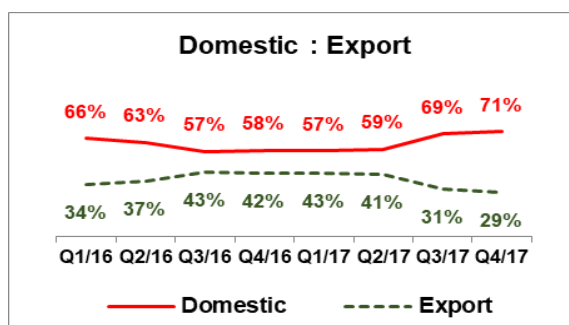
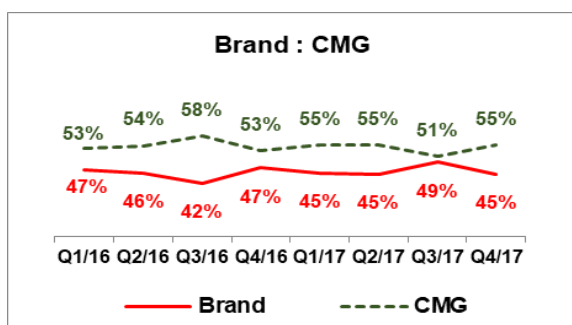
ทั้งนี้ บริษัทฯ มีแนวทางการออกสินค้าใหม่ในปี 2561 ที่เริ่มขยายไป Category ใหม่ ๆ มากขึ้น นอกเหนือจากน้ำผลไม้พร้อมดื่ม โดยจะมุ่งเน้นในตลาดสินค้าสุขภาพที่ยังคงสามารถเข้าถึงตลาด Mass ได้ด้วย เป็นการเปิดกว้างให้บริษัทฯ สามารถขยายไปยังกลุ่มสินค้าใหม่ๆ ได้ต่อไปในอนาคต

ผลการดำเนินงานและความสามารถในการทำกำไร

รายได้ ปี 2560

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมียอดขายรวม 5,916 ล้านบาท ลดลง 10% YoY โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ยอดขายของธุรกิจ Brand ในประเทศ ลดลงประมาณ 15% YoY เนื่องจากยอดขายกลุ่มผลไม้กระป๋องของธุรกิจ Brand ในประเทศ ลดลงประมาณ 25% YoY จากฤดูกาลผลไม้ที่ล่าช้าในช่วงไตรมาส 2 ทำให้สินค้าไม่เพียงพอสำหรับจำหน่ายในช่วงเวลาดังกล่าว รวมถึง ยอดขายน้ำผลไม้สดลดลงประมาณ 10% ตามภาวะการหดตัวของตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มภายในประเทศ
- ยอดขายของธุรกิจ CMG ในประเทศ เพิ่มขึ้นประมาณ 10% YoY เนื่องจากมีสินค้าใหม่ๆ เพิ่มขึ้น รวมถึงการเปลี่ยนรูปแบบการขายของลูกค้า CMG บางส่วน จากต่างประเทศมาเป็นในประเทศ
- ยอดขายของธุรกิจ Brand ต่างประเทศ ยังคงเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง โดยเติบโตประมาณ 30% YoY อันเป็นผลมาจากที่บริษัทฯ ได้ร่วมทำงานอย่างใกล้ชิดกับ Distributor และพันธมิตรในแต่ละประเทศ ในการวางแผนร่วมกันเพื่อเลือกสรรผลิตภัณฑ์และดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม โดยเฉพาะในประเทศที่บริษัทฯ มุ่งเน้น เช่น กลุ่มประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่ (Emerging Countries) ในอาเซียน รวมถึงประเทศจีน เป็นต้น



- ยอดขายของธุรกิจ CMG ต่างประเทศ ลดลงประมาณ 25% YoY เนื่องจากบริษัทฯ ได้เพิ่มมาตรการเชิงป้องกัน (Preventive Measure) ในการควบคุมการตรวจสอบคุณภาพน้ำมะพร้าวตลอด Supply Chain ซึ่งมีความเข้มงวดมากขึ้น ตั้งแต่ไตรมาส 2 ที่ผ่านมา โดยได้ดำเนินการเสร็จสิ้นแล้วในช่วงสิ้นปี 2560 นอกจากนี้ ในไตรมาส 4/2560 มีลูกค้าที่หมดสัญญาการจำหน่ายให้กับผู้ค้าปลีกบางราย รวมถึงการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการขายบางส่วนจากต่างประเทศไปเป็นในประเทศ ดังอธิบายข้างต้น

ทั้งนี้ สามารถแบ่งสัดส่วนการขายตามประเภทธุรกิจและภูมิศาสตร์ได้ดังนี้

ยอดขายตามประเภทธุรกิจ

- ยอดขาย Brand 2,736 ล้านบาท ลดลง 8% YoY
- ยอดขาย CMG 3,180 ล้านบาท ลดลง 11% YoY
- สัดส่วนยอดขายของ Brand และ CMG เท่ากับ 46:54 เทียบกับ 45:55 ในช่วงเวลาเดียวกัน

ยอดขายตามภูมิศาสตร์

- ยอดขายในประเทศ 3,781 ล้านบาท ลดลง 5% YoY
- ยอดขายต่างประเทศ 2,135 ล้านบาท ลดลง 17% YoY
- สัดส่วนของยอดขายในประเทศและยอดส่งออก เท่ากับ 64:36 เปรียบเทียบกับ 61:39 ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

ต้นทุนขาย ปี 2560

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีต้นทุนขายรวม 4,216 ล้านบาท โดยมีอัตราส่วนต้นทุนขายต่อยอดขายเท่ากับ 71.3% เพิ่มขึ้นจาก 67.8% ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากต้นทุนต่อหน่วยเพิ่มขึ้นจากการใช้กำลังการผลิตลดลง ค่าเสื่อมราคาที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุนเพิ่มเติมในเครื่องจักรเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิต เพื่อรองรับการผลิตที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นการเตรียมความพร้อมสำหรับการเติบโตแบบก้าวกระโดดขององค์กรตั้งแตปี 2561 เป็นต้นไป การทดสอบและเริ่มการผลิตของเครื่องจักรใหม่สำหรับสินค้าหลายรายการ ซึ่งทำให้เกิดค่าใช้จ่ายจากส่วนสูญเสียการผลิต (Yield Loss) ที่เพิ่มขึ้น ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการย้ายการผลิตสินค้าเดิมบางรายการมาที่เครื่องจักรใหม่ รวมถึงต้นทุนภาษีสรรพสามิตและภาษีน้ำตาลที่เพิ่มขึ้นตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ที่มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน 2560

อย่างไรก็ตาม ต้นทุนที่เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่เกิดจากการลงทุนเพื่อสร้างรากฐานสำหรับรองรับการเติบโตของธุรกิจในอนาคต ในขณะที่การลงทุนบางส่วนยังไม่สามารถสร้างรายได้ในทันที บางส่วนยังใช้ประโยชน์ได้ไม่เต็มที่หรือยังไม่ถึงจุดที่มีประสิทธิภาพสูงพอ ทำให้ต้นทุนต่อหน่วยสูงขึ้น จึงทำให้กระทบผลประกอบการของบริษัทฯ ในระยะสั้น หรือนับจากนี้ไปอีกประมาณ 2 ไตรมาส

กำไรขั้นต้น ปี 2560

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีกำไรขั้นต้น 1,700 ล้านบาท ลดลง 19% YoY คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้น 28.7% ลดลงจาก 32.2% ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากต้นทุนขายที่เพิ่มขึ้น ดังอธิบายข้างต้น

ค่าใช้จ่ายในการขาย ปี 2560

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีค่าใช้จ่ายในการขาย 873 ล้านบาท ลดลง 7% YoY คิดเป็นอัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายต่อยอดขายเท่ากับ 14.8% เพิ่มขึ้นจาก 14.4% ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากสัดส่วนการขาย Brand เพิ่มขึ้น รวมถึงค่าใช้จ่ายจากการเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์ใหม่สำหรับสินค้าหลักของธุรกิจ Brand

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ปี 2560

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีค่าใช้จ่ายในการบริหาร 523 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 13% YoY คิดเป็นอัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อยอดขายเท่ากับ 8.8% เพิ่มขึ้นจาก 7.1% ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร ซึ่งรวมถึงพนักงานในบริษัทย่อยแห่งใหม่ของบริษัทฯ และการทยอยปรับปรุงสวัสดิการพนักงาน รวมถึงค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนาที่เพิ่มขึ้น ซึ่งทั้งหมดนี้ เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการเติบโตแบบก้าวกระโดดขององค์กรในอนาคต ดังอธิบายข้างต้น

ต้นทุนทางการเงิน ปี 2560

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีต้นทุนทางการเงิน 22 ล้านบาท ลดลง 5% YoY เนื่องจากสามารถเจรจาต่อรองขออัตราดอกเบี้ยได้ลดลง รวมถึงการบริหารวงเงินสินเชื่อหมุนเวียนดีขึ้น

กำไรสุทธิ ปี 2560

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีกำไรสุทธิ 286 ล้านบาท ลดลง 46% YoY คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิ 4.8% ลดลงจาก 8.1% ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน เนื่องจาก 1) ต้นทุนต่อหน่วยที่เพิ่มขึ้นจากการใช้กำลังการผลิตที่ลดลง 2) สัดส่วนการขายต่างประเทศลดลง ส่งผลให้อัตรากำไรสุทธิลดลง 3) ค่าเสื่อมราคาที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุนเพิ่มเติมในโรงงาน เครื่องจักร และสำนักงาน เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิต สำหรับรองรับการผลิตที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นการเตรียมความพร้อมสำหรับการเติบโตแบบก้าวกระโดดขององค์กรตั้งตั้งแต่ปี 2561 เป็นต้นไป 4) ค่าใช้จ่ายจากการทดสอบและเริ่มการผลิตของเครื่องจักรใหม่สำหรับสินค้าใหม่บางรายการ ซึ่งทำให้เกิดค่าใช้จ่ายจากส่วนสูญเสียการผลิต (Yield Loss) เพิ่มขึ้น รวมถึงค่าใช้จ่ายจากการย้ายการผลิตสินค้าเดิมบางรายการมาที่เครื่องจักรใหม่ 5) ต้นทุนภาษีสรรพสามิตและภาษีน้ำตาลที่เพิ่มขึ้นตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ที่มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน 2560 6) ค่าใช้จ่ายในการขายที่เพิ่มขึ้นจากการเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ใหม่ของสินค้าหลักของธุรกิจ Brand 7) ค่าใช้จ่ายในการบริหารที่เพิ่มขึ้นเพื่อเตรียมความพร้อมด้านบุคลากร 8) ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาที่เพิ่มขึ้น และ 9) การรับรู้ผลขาดทุน 20 ล้านบาท จาก MMBC ทั้งนี้ ผลขาดทุนของ MMBC ลดลง 49% เมื่อเทียบกับปีก่อน โดย อยู่ภายใต้แผนธุรกิจของบริษัทฯ และถือว่าอยู่ในระดับปกติสำหรับธุรกิจในช่วงแรกที่มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ซึ่งจะมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง

อย่างไรก็ตาม ต้นทุนที่เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่เกิดจากการลงทุนเพื่อสร้างรากฐานสำหรับรองรับการเติบโตของธุรกิจในอนาคต ในขณะที่การลงทุนบางส่วนยังไม่สามารถสร้างรายได้ในทันที บางส่วนยังใช้ประโยชน์ได้ไม่เต็มที่หรือยังไม่ถึงจุดที่มีประสิทธิภาพสูงพอ ทำให้ต้นทุนต่อหน่วยสูงขึ้น จึงทำให้กระทบผลประกอบการของบริษัทฯ ในระยะสั้น หรือนับจากนี้ไปอีกประมาณ 2 ไตรมาส

4.ฐานะการเงินของบริษัทฯ และบริษัทย่อย

(หน่วย : ล้านบาท)	31 ธันวาคม 2560	31 ธันวาคม 2559	%เปลี่ยนแปลง
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	100	92	+9%
ลูกหนี้การค้า	781	731	+7%
สินค้าคงเหลือ	1,044	812	+29%
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	179	96	+86%
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	2,105	1,731	+22%
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	2,071	1,781	+16%
เงินลงทุนในการร่วมค้า	53	5	+979%
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	161	123	+31%
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	2,286	1,909	+20%
รวมสินทรัพย์	4,390	3,640	+21%
เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	1,328	1,047	+27%
เจ้าหนี้การค้า	473	323	+46%
หนี้สินระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	128	7	+1718%
ส่วนของหนี้สินตามสัญญาเช่าการเงินที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	40	33	+18%
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	342	416	-18%
รวมหนี้สินหมุนเวียน	2,309	1,826	+26%
เงินกู้ยืมระยะยาว-สุทธิจากที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	246	7	+3656%
หนี้สินตามสัญญาเช่าการเงิน-สุทธิจากที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	85	91	-6%
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	137	138	-0.3%
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	469	235	+100%

รวมหนี้สิน	2,778	2,061	+35%
ทุนจดทะเบียน	140	140	-
ทุนที่ออกและชำระเต็มมูลค่า	140	140	-
ส่วนเกิน (ต่ำกว่า) มูลค่าหุ้น	6	6	-
กำไร (ขาดทุน) สะสม	1,270	1,229	+3%
องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น	196	199	-2%
ส่วนของผู้ถือหุ้นบริษัทใหญ่	1,612	1,575	+2%
ส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	0	5	-
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	1,612	1,579	+2%
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	4,390	3,640	+21%

สินทรัพย์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีสินทรัพย์รวม 4,390 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 21% จาก 3,640 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของสินค้าคงเหลือจากสต็อกผลไม้กระป๋องของธุรกิจ Brand ซึ่งบริษัทฯ ทำสต็อกได้สูงขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา เพื่อให้เพียงพอต่อการจำหน่ายจนกว่าจะถึงฤดูกาลผลิตในปีถัดไป รวมถึงสต็อกสินค้าของธุรกิจ CMG ที่สูงขึ้น ซึ่งเป็นการฝากสต็อกของลูกค้า นอกจากนี้ ยังมีการเพิ่มสินค้าการค้ำ เนื่องจากสัดส่วนการขายในประเทศซึ่งมีระยะเวลาเก็บหนี้ที่นานกว่าในประเทศสูงขึ้น การทยอยเพิ่มเงินลงทุนในธุรกิจการร่วมค้า รวมถึงการลงทุนเพิ่มเติมในเครื่องจักรเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิต สำหรับรองรับการผลิตที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นการเตรียมความพร้อมสำหรับการเติบโตแบบก้าวกระโดดขององค์กรตั้งแต่นี้ปี 2561 เป็นต้นไป

หนี้สิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีหนี้สินรวม 2,778 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 35% จาก 2,061 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของเจ้าหนี้การค้ากลุ่มภษะบรรจุและหีบห่อ ซึ่งมีระยะเวลาชำระหนี้ที่ค่อนข้างยาว รวมถึงการเพิ่มขึ้นของเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินกิจการและเพื่อการลงทุนของบริษัทฯ

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ 1,612 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2% จาก 1,575 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 เนื่องจากมีผลกำไรจากการดำเนินงานระหว่างปีและมีการจ่ายปันผลระหว่างกาล

5.สภาพคล่องและความเพียงพอของเงินทุน (Liquidity and Capital Resources)

อัตราส่วนสภาพคล่อง

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีอัตราส่วนสภาพคล่อง 0.91 เท่า ลดลงจาก 0.95 เท่า ณ สิ้นปี 2559 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของเจ้าหนี้การค้า การเพิ่มขึ้นเงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินเพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินกิจการของบริษัทฯ รวมถึงการเพิ่มขึ้นของหนี้สินระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี และการเพิ่มขึ้นของส่วนของหนี้สินตามสัญญาเช่าการเงินที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี

กระแสเงินสด

หน่วย : ล้านบาท	2560	2559	% เปลี่ยนแปลง
เงินสดจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน	559	935	-40%
เงินสดจากการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน	(403)	(191)	-111%
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	156	743	-79%
เงินสดจ่ายซื้อเงินลงทุนในการร่วมค้า	(67)	(44)	-53%
เงินสดจ่ายซื้อที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	(425)	(664)	+36%
เงินสดจากกิจกรรมลงทุนอื่นๆ	24	0	N.A.
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมลงทุน	(468)	(708)	+34%
เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้น (ลดลง)	290	300	-3%
เงินกู้ยืมระยะยาว (ลดลง)	369	(6)	+6448%
เงินสดจ่ายชำระคืนหนี้สินตามสัญญาเช่าการเงิน	(74)	(83)	+11%
เงินสดจ่ายต้นทุนทางการเงิน	(22)	(26)	+16%
จ่ายเงินปันผล	(243)	(203)	-20%
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน	320	(18)	+1863%
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	8	19	-57%
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดต้นงวด	92	75	+23%
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดปลายงวด	100	92	+9%

ณ สิ้นปี 2560 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีเงินสดสุทธิ 100 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 92 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2559 โดยมีส่วนประกอบหลักมาจากรายการต่างๆ ดังนี้

- เงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน 156 ล้านบาท ประกอบด้วย (1) เงินสดรับจากกิจกรรมดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน 559 ล้านบาท โดยมีส่วนประกอบหลักจากกำไรจากการดำเนินงาน และ (2) เงินสดจ่ายไปจากการเปลี่ยนแปลงของสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน 403 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของสินค้าคงเหลือ ลูกหนี้การค้า และลูกหนี้อื่น
- เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน 468 ล้านบาท ประกอบด้วย (1) การลงทุนในสินทรัพย์ถาวร 425 ล้านบาท (2) เงินสดจ่ายซื้อเงินลงทุนในการร่วมค้า 67 ล้านบาท (3) เงินสดรับจากการจำหน่ายสินทรัพย์ถาวร 6 ล้านบาท และ (4) เงินสดรับจากกิจกรรมลงทุนอื่นๆ 18 ล้านบาท
- เงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมจัดหาเงิน 320 ล้านบาท ประกอบด้วย (1) เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้น 290 ล้านบาท (2) เงินกู้ยืมระยะยาวเพิ่มขึ้น 369 ล้านบาท (3) เงินสดจ่ายชำระคืนหนี้สินตามสัญญาเช่าการเงิน 74 ล้านบาท (4) เงินสดจ่ายต้นทุนทางการเงิน 22 ล้านบาท และ (5) เงินสดจ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ 243 ล้านบาท

6.แนวโน้มธุรกิจ

ในปี 2560 ที่ผ่านมา ยอดขายของบริษัทฯ ชะลอตัวลงในทิศทางเดียวกับการหดตัวของของตลาดเครื่องดื่มและตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มในประเทศโดยรวม สืบเนื่องจากภาวะการชะลอตัวของการบริโภคภายในประเทศ โดยสะท้อนไปยังการจับจ่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีอัตราการบริโภคสูง (Fast moving consumer goods หรือ FMCG) ซึ่งผู้บริโภคมีการจับจ่ายลดลง ในขณะที่บริษัทฯ มีต้นทุนส่วนใหญ่เพิ่มขึ้นจากการลงทุนเพื่อสร้างรากฐานสำหรับรองรับการเติบโตของธุรกิจในอนาคต แต่การลงทุนบางส่วนยังไม่สามารถสร้างรายได้ในทันที บางส่วนยังใช้ประโยชน์ได้ไม่เต็มที่หรือยังไม่ถึงจุดที่มีประสิทธิภาพสูงพอ ทำให้ต้นทุนต่อหน่วยสูงขึ้น จึงส่งผลให้กระทบผลประกอบการของบริษัทฯ ในระยะสั้น หรือนับจากนี้ไปอีกประมาณ 2 ไตรมาส

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ คาดจะกลับมาเติบโตโดดเด่นในปี 2561 ตามแผนกลยุทธ์ธุรกิจระยะยาวของบริษัทฯ 9 ปี (2558 - 2566) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ช่วง ช่วงละ 3 ปี ซึ่งระหว่างแผนกลยุทธ์ช่วงที่ 1 (2558 - 2560) ที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้เน้นสร้างรากฐานและความเข้มแข็งขององค์กรเพื่อรองรับการเจริญเติบโตในอนาคต ได้แก่ 1) การลงทุนพัฒนาปรับปรุงทั้งในส่วนของโรงงาน เครื่องจักร และสำนักงาน เพื่อการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต การลดต้นทุน การปรับปรุงระบบคุณภาพ การรักษาสีสิ่งแวดล้อม รวมถึงการเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและบรรจุภัณฑ์ 2) การลงทุนในด้านการวิจัยและพัฒนา 3) การเพิ่มบุคลากรที่มีศักยภาพให้เพียงพอต่อแผนการเจริญเติบโตในอนาคต 4) การจัดตั้งบริษัทฯ ย่อยแห่งใหม่ คือ “บริษัท มาลี แอปพลายด์ ไซเอนซ์ จำกัด” เพื่อหาทางเพิ่มรายได้ให้เกษตรกรและเป็นการเพิ่มความมั่นคงด้านการจัดหาวัตถุดิบของบริษัทฯ โดยมุ่งพัฒนาสินค้าและนวัตกรรมต่างๆ ที่มีมูลค่าเพิ่มสูง (High Value Added Products : HVA) 5) การดำเนินการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจและจัดตั้งธุรกิจการร่วมค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาสินค้าและช่องทางการจัดจำหน่ายตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทั่วทั้งภูมิภาค ได้แก่ 5.1) “บริษัท เมก้า มาลี จำกัด” ในประเทศไทย เพื่อพัฒนาธุรกิจใหม่ทางด้านผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ตอบโจทย์ผู้บริโภคในเรื่องของสุขภาพให้ตรงความต้องการมากขึ้น 5.2) “Monde Malee Beverage Corporation” ในประเทศฟิลิปปินส์ เพื่อเป็นผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มของบริษัทฯ เพื่อจัดจำหน่ายในประเทศฟิลิปปินส์ 5.3) “บริษัท พีที คีโน มาลี อินโดนีเซีย ในประเทศอินโดนีเซีย เพื่อเป็นผู้ผลิตและผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มของบริษัทฯ รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อจัดจำหน่ายในประเทศอินโดนีเซีย และ 5.4) “บริษัท มาลี คีโน (ประเทศไทย) จำกัด” ในประเทศไทย เพื่อการนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มบริษัท KINO อาทิ ผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนตัว เครื่องดื่ม รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับตลาดในประเทศไทย และ 6) การลงนามเซ็นสัญญาเข้าซื้อ Long Quan Safe Food JSC (LQSF) ผู้ผลิตเครื่องดื่มในประเทศเวียดนาม ในสัดส่วน 65% โดย LQSF มีความได้เปรียบในเรื่องการแข่งขันด้านราคา ซึ่งจะช่วยเสริมฐานการผลิตเครื่องดื่มสำหรับตลาดประเทศเกิดใหม่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รวมถึงจะช่วยให้บริษัทฯ สามารถขยายธุรกิจไปในประเทศเวียดนามจากช่องทางการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมทั่วประเทศของ LQSF ได้

ทั้งนี้ การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจระหว่างประเทศอย่างต่อเนื่องของบริษัทฯ เป็นไปตามกลยุทธ์แบบสร้างเครือข่ายในระดับภูมิภาคของบริษัทฯ ด้วยการนำเอาจุดแข็งของพันธมิตรในแต่ละประเทศมาเสริมความแข็งแกร่งซึ่งกันและกัน ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันเพื่อสร้างการเติบโตแบบก้าวกระโดดและยั่งยืนให้กับบริษัทฯ ในระดับภูมิภาคต่อไป โดยโครงการลงทุนต่างๆ ที่บริษัทฯ ได้ดำเนินการมาทั้งหมดนี้ จะเป็นส่วนสำคัญในการวางรากฐานที่แข็งแกร่งของบริษัทฯ ให้สามารถขับเคลื่อนการเจริญเติบโตในอนาคต และในปี 2561 นี้ จะเป็นปีที่บริษัทฯ ครบรอบ 40 ปี และเริ่มก้าวเข้าสู่ศตวรรษใหม่ อีกทั้งเป็นปีแรกของช่วงที่ 2 ของแผนกลยุทธ์ระยะยาว ซึ่งเป็นช่วงที่บริษัทฯ วางแผนสำหรับการเจริญเติบโตแบบก้าวกระโดดอย่างยั่งยืน ทำให้บริษัทฯ สามารถเริ่มใช้ประโยชน์จากโครงการลงทุนต่างๆ ที่ได้ดำเนินการมาตลอดในช่วงประมาณ 3 ปีที่ผ่านมาได้ โดยเฉพาะตั้งแต่ในช่วงไตรมาส 3/2561 เป็นต้นไป โดยบริษัทฯ จะสามารถทุ่มเทพรรพยากรต่างๆ ที่มิใช่การสร้างรายได้ได้อย่างเต็มที่ ซึ่งจะช่วยให้เปลี่ยนภาวะค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากโครงการลงทุนต่างๆ มาเป็นรายได้เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ตามอัตราการใช้ประโยชน์จากโครงการลงทุนต่างๆ ที่ผ่านมามาทั้งหมดของบริษัทฯ