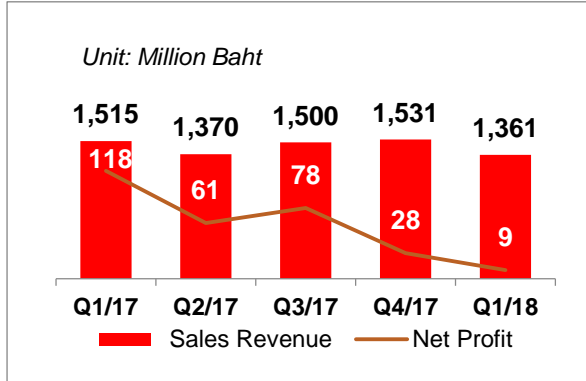


บริษัท มาลีกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย
การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ
สำหรับงวดไตรมาส 1 สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2561



1. สรุปสาระสำคัญในไตรมาส 1/2561



แผนภาพ 1 ผลประกอบการรายไตรมาส

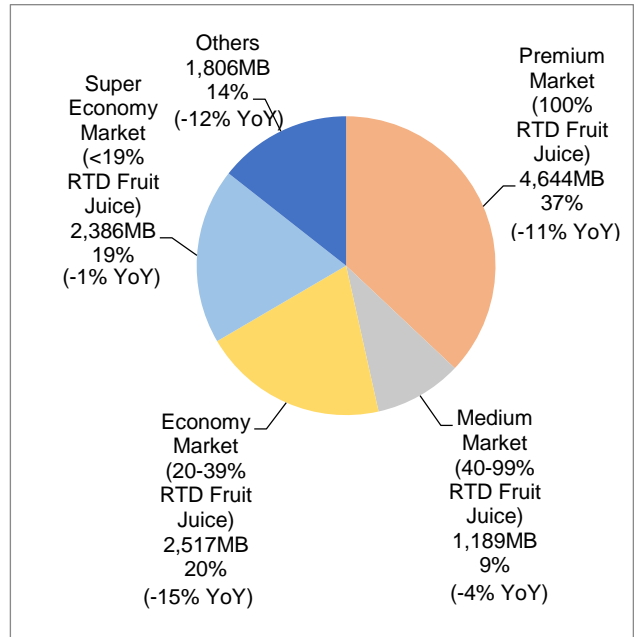
- ในไตรมาส 1/2561 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมียอดขายรวม 1,361 ล้านบาท ลดลง 10% YoY จากการลดลงของธุรกิจ CMG ต่างประเทศและธุรกิจ Brand ต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม ธุรกิจ CMG ในประเทศ ยังคงเติบโตได้อย่างแข็งแกร่งทั้งจากสินค้าใหม่และจากสินค้าเดิมบางรายการ ในขณะที่ยอดขายธุรกิจ Brand ในประเทศค่อนข้างทรงตัว
- กำไรสุทธิในไตรมาส 1/2561 เท่ากับ 9 ล้านบาท ลดลง 92% YoY เนื่องจาก 1) สัดส่วนการขายต่างประเทศลดลง ส่งผลให้อัตรากำไรสุทธิลดลง 2) ค่าเสื่อมราคาเพิ่มขึ้นจากการลงทุนเพิ่มเติมในโรงงาน เครื่องจักร และสำนักงาน เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิต สำหรับรองรับการผลิตที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นการเตรียมความพร้อมสำหรับการเติบโตขององค์กรตั้งแตปี 2561 เป็นต้นไป 3) ค่าใช้จ่ายจากการทดสอบและเริ่มการผลิตของเครื่องจักรใหม่สำหรับสินค้าใหม่บางรายการ ซึ่งทำให้เกิดค่าใช้จ่ายจากส่วนสูญเสียการผลิต (Yield Loss) เพิ่มขึ้น รวมถึงค่าใช้จ่ายจากการย้ายการผลิตสินค้าเดิมบางรายการมาที่เครื่องจักรใหม่ 4) ต้นทุนภาษีสรรพสามิตและภาษีน้ำตาลที่เพิ่มขึ้นตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ที่มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน 2560 5) ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาที่เพิ่มขึ้น และ 6) ต้นทุนทางการเงินที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากภาระเงินกู้ที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุนเพิ่มเติมในเครื่องจักรและการทยอยลงทุนในธุรกิจการร่วมค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- EBITDA ในไตรมาส 1/2561 เท่ากับ 75 ล้านบาท ลดลง 62% YoY แต่เพิ่มขึ้น 19% QoQ
- เมื่อวันที่ 27 เมษายน 2561 บริษัทฯ ได้ดำเนินการเข้าซื้อ Long Quan Safe Food JSC (LQSF) ผู้ผลิตเครื่องดื่มในประเทศเวียดนาม ในสัดส่วน 65% เสร็จสมบูรณ์แล้ว โดย LQSF มีความได้เปรียบในเรื่องการแข่งขันด้านราคา ซึ่งจะช่วยเสริมฐานการผลิตเครื่องดื่มสำหรับตลาดประเทศเกิดใหม่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รวมถึงจะช่วยให้บริษัทฯ สามารถขยายธุรกิจไปในประเทศเวียดนามจากช่องทางการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมทั่วประเทศของ LQSF ได้

2. ภาพรวมเศรษฐกิจและตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มภายในประเทศ

ในไตรมาส 1/2561 ตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มภายในประเทศยังคงปรับตัวลดลง 10% YoY และ 8% QoQ เนื่องจากปัจจัยสนับสนุนกำลังซื้อโดยรวมยังไม่เข้มแข็งและทั่วถึงนัก โดยเฉพาะในกลุ่มผู้มีรายได้น้อย แม้ว่าการบริโภคภาคเอกชนโดยรวมมีการขยายตัว

ในรอบระยะเวลา 12 เดือน จนถึงเดือนมีนาคม 2561 ตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มภายในประเทศมีมูลค่า 12,542 ล้านบาท ลดลง 10% YoY ในขณะที่ตลาดเครื่องดื่มภายในประเทศโดยรวมชะลอตัวลง 2% YoY ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับภาวะการชะลอตัวของสินค้ากลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม โดยมีสัดส่วนมูลค่าตลาดและอัตราการเติบโตของตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่ม ปรากฏอยู่ในแผนภาพ 2 (ที่มา: Nielsen)

ทั้งนี้ ในปี 2561 บริษัทฯ มีแผนการออกสินค้าใหม่ที่เริ่มขยายไป Category ใหม่ๆ มากขึ้น นอกเหนือจากน้ำผลไม้พร้อมดื่ม โดยจะมุ่งเน้นในตลาดสินค้าสุขภาพที่ยังคงสามารถเข้าถึงตลาด Mass ได้ด้วย เป็นการเปิดกว้างให้บริษัทฯ สามารถขยายไปยังกลุ่มสินค้าใหม่ๆ ได้ต่อไปในอนาคต โดยบริษัทฯ จะเริ่มออกสินค้าใหม่ตั้งแต่ปลายไตรมาส 2/2561 และจะเริ่มออกจำนวนสินค้ารายการใหม่ๆ เพื่อเจาะตลาดเพิ่มขึ้นได้อย่างชัดเจนในไตรมาส 3/2561



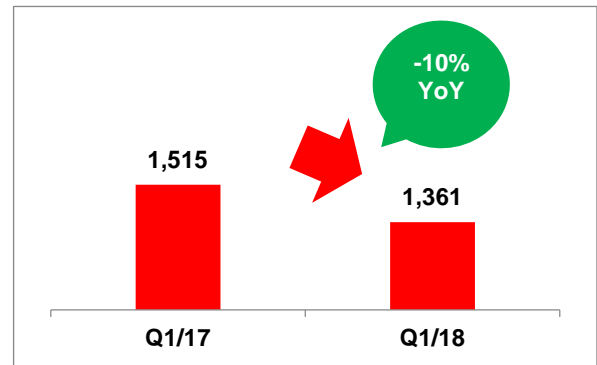
แผนภาพ 2 มูลค่าตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่ม MAT Mar 2018 แยกตามประเภทตลาด

3. ผลการดำเนินงานและความสามารถในการทำกำไร

รายได้ ไตรมาส 1/2561

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมียอดขายรวม 1,361 ล้านบาท ลดลง 10% YoY โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ยอดขายของธุรกิจตราสินค้าของบริษัทฯ (Branded Business: Brand) ในประเทศ ลดลงเล็กน้อย 1% YoY
- ยอดขายของธุรกิจ Brand ต่างประเทศ ลดลงประมาณ 20% YoY เนื่องจากในปีก่อนมียอดขายจากน้ำมะพร้าวที่มีระยะสัญญา 1 ปี ซึ่งหมดสัญญาไปแล้ว รวมถึงสกุลเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นถึงเกือบ 10% เมื่อเทียบกับสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันกับปีก่อน อย่างไรก็ตาม ถ้าพิจารณาเฉพาะส่วนของยอดขายตามปกติ ยอดขายในกลุ่มประเทศที่บริษัทฯ มุ่งเน้นยังสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง
- ยอดขายของธุรกิจ CMG ต่างประเทศ ลดลงประมาณ 45% YoY เนื่องจากมีลูกค้าที่หมดสัญญาการจำหน่ายให้กับผู้ค้าปลีกบางราย จึงส่งผลต่อยอดขายตั้งแต่ไตรมาส 4/2560 ที่ผ่านมา รวมถึงมีการเปลี่ยนรูปแบบการขายบางส่วนจากต่างประเทศไปเป็นในประเทศ นอกจากนี้ ค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นได้ส่งผลกระทบต่อต้นทุนของลูกค้า ซึ่งส่งผลต่อยอดขายด้วยบางส่วน
- อย่างไรก็ตาม ยอดขายของธุรกิจพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามสัญญาและรับจ้างผลิต (Contract Manufacturing Business: CMG) ในประเทศ เติบโตประมาณ 35% YoY โดยมีปัจจัยหลักจากการขยายตัวของสินค้ารายการใหม่ๆ การเติบโตของยอดขายสินค้าเดิมบางรายการ รวมถึงการเปลี่ยนรูปแบบการขายของลูกค้า CMG บางส่วนจากต่างประเทศมาเป็นในประเทศ



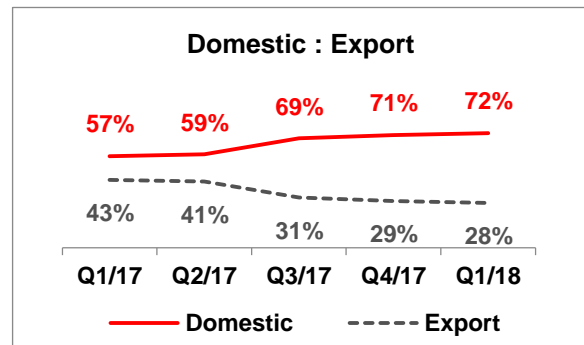
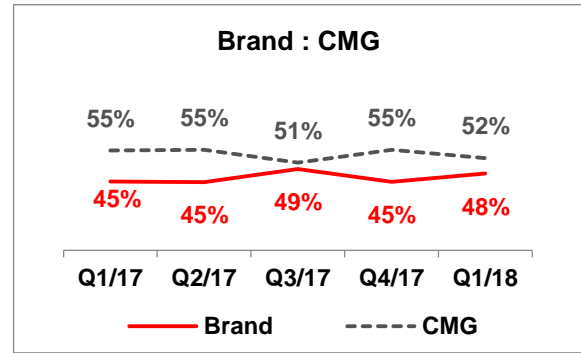
ทั้งนี้ สามารถแบ่งสัดส่วนการขายตามประเภทธุรกิจและภูมิศาสตร์ได้ดังนี้

ยอดขายตามประเภทธุรกิจ

- ยอดขาย Brand 649 ล้านบาท ลดลง 6% YoY
- ยอดขาย CMG 711 ล้านบาท ลดลง 14% YoY
- สัดส่วนยอดขายของ Brand และ CMG เท่ากับ 48:52 เปรียบเทียบกับ 45:55 ในไตรมาส 1/2560

ยอดขายตามภูมิศาสตร์

- ยอดขายในประเทศ 978 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 12% YoY
- ยอดขายต่างประเทศ 383 ล้านบาท ลดลง 41% YoY
- สัดส่วนของยอดขายในประเทศและยอดส่งออก เท่ากับ 72:28 เปรียบเทียบกับ 57:43 ในไตรมาส 1/2560



ต้นทุนขาย ไตรมาส 1/2561

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีต้นทุนขายรวม 1,022 ล้านบาท โดยมีอัตราส่วนต้นทุนขายต่อยอดขายเท่ากับ 75.1% เพิ่มขึ้นจาก 68.7% ในไตรมาส 1/2560 เนื่องจากต้นทุนต่อหน่วยเพิ่มขึ้นจากค่าเสื่อมราคาที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุนเพิ่มเติมในเครื่องจักรเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิตสำหรับรองรับการผลิตที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นการเตรียมความพร้อมสำหรับการเติบโตขององค์กรตั้งแต่วันที่ 2561 เป็นต้นไป การทดสอบและเริ่มการผลิตของเครื่องจักรใหม่สำหรับสินค้าบางรายการ ซึ่งทำให้เกิดค่าใช้จ่ายจากส่วนสูญเสียการผลิต (Yield Loss) ที่เพิ่มขึ้น ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการย้ายการผลิตสินค้าเดิมบางรายการมาที่เครื่องจักรใหม่ รวมถึงต้นทุนภาษีสรรพสามิตและภาษีน้ำตาลที่เพิ่มขึ้นตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ที่มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน 2560

อย่างไรก็ตาม ต้นทุนที่เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่เกิดจากการลงทุนเพื่อสร้างรากฐานสำหรับรองรับการเติบโตของธุรกิจในอนาคต ในขณะที่การลงทุนบางส่วนยังไม่สามารถสร้างรายได้ในทันที บางส่วนยังใช้ประโยชน์ได้ไม่เต็มที่หรือยังไม่ถึงจุดที่มีประสิทธิภาพสูงพอ ทำให้ต้นทุนต่อหน่วยสูงขึ้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของบริษัทฯ ในระยะสั้น โดยคาดว่าผลประกอบการจะสามารถกลับมาเติบโตได้ในไตรมาส 3/2561 เป็นต้นไป

กำไรขั้นต้น ไตรมาส 1/2561

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีกำไรขั้นต้น 339 ล้านบาท ลดลง 28% YoY คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้น 24.9% ลดลงจาก 31.3% ในไตรมาส 1/2560 เนื่องจากต้นทุนขายที่เพิ่มขึ้นดังอธิบายข้างต้น

ค่าใช้จ่ายในการขาย ไตรมาส 1/2561

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีค่าใช้จ่ายในการขาย 204 ล้านบาท ค่อนข้างทรงตัว YoY คิดเป็นอัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายต่อยอดขายเท่ากับ 15.0% เพิ่มขึ้นจาก 13.4% ในไตรมาส 1/2560 เนื่องจากจากยอดขายลดลง

ต้นทุนทางการเงิน ไตรมาส 1/2561

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีต้นทุนทางการเงิน 12 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 119% YoY เนื่องจากภาระเงินกู้ที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุนเพิ่มเติมในเครื่องจักรเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิต สำหรับรองรับการผลิตที่เพิ่มขึ้นในอนาคต รวมถึงการทยอยจ่ายเงินลงทุนในธุรกิจการร่วมค้าในต่างประเทศ ทั้งนี้ ดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อการลงทุนในอาคารโรงงานและเครื่องจักร (Capitalized Interest) จะเริ่มคิดเป็นค่าใช้จ่ายเมื่อโครงการดังกล่าวเสร็จสิ้นสมบูรณ์จนสามารถใช้การได้ตามสภาพ (ดอกเบี้ยเงินกู้ที่เกิดขึ้นระหว่างการลงทุนก่อนที่โครงการลงทุนจะเสร็จสิ้นจนสามารถใช้การได้ตามสภาพ ถือเป็นรายจ่ายลงทุน)

EBITDA ไตรมาส 1/2561

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมี EBITDA 75 ล้านบาท ลดลง 62% YoY แต่เพิ่มขึ้น 19% QoQ คิดเป็น EBITDA Margin 5.5% ลดลงจาก 12.7% ในไตรมาส 1/2560 แต่เพิ่มขึ้นจาก 4.1% ในไตรมาส 4/2560 เนื่องจากค่าเสื่อมราคาและต้นทุนทางการเงินเพิ่มขึ้นจากการลงทุนในช่วงเวลาที่ผ่านมาของบริษัทฯ ซึ่งเริ่มส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของบริษัทฯ ตั้งแต่ไตรมาส 4/2560 อย่างไรก็ตาม เริ่มเห็นการฟื้นตัว EBITDA ในไตรมาส 1/2561 ในขณะที่ผลประกอบการในส่วนอื่นๆ จะเริ่มชัดเจนตั้งแต่ไตรมาส 3/2561 เป็นต้นไป

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ไตรมาส 1/2561

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีค่าใช้จ่ายในการบริหาร 127 ล้านบาท ลดลง 8% YoY คิดเป็นอัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อยอดขายเท่ากับ 9.3% เพิ่มขึ้นเล็กน้อยจาก 9.1% ในไตรมาส 1/2560 เนื่องจากยอดขายลดลง

กำไรสุทธิ ไตรมาส 1/2561

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีกำไรสุทธิ 9 ล้านบาท ลดลง 92% YoY คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิ 0.7% ลดลงจาก 7.7% ในไตรมาส 1/2560 เนื่องจาก 1) สัดส่วนการขายต่างประเทศลดลง ส่งผลให้อัตรากำไรสุทธิลดลง 2) ค่าเสื่อมราคาเพิ่มขึ้นจากการลงทุนเพิ่มเติมในโรงงานเครื่องจักร และสำนักงาน เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิต สำหรับรองรับการผลิตที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นการเตรียมความพร้อมสำหรับการเติบโตขององค์กรตั้งแต่ปี 2561 เป็นต้นไป 3) ค่าใช้จ่ายจากการทดสอบและเริ่มการผลิตของเครื่องจักรใหม่สำหรับสินค้าใหม่บางรายการ ซึ่งทำให้เกิดค่าใช้จ่ายจากส่วนสูญเสียการผลิต (Yield Loss) เพิ่มขึ้น รวมถึงค่าใช้จ่ายจากการย้ายการผลิตสินค้าเดิมบางรายการมาที่เครื่องจักรใหม่ 4) ต้นทุนภาษีสรรพสามิตและภาษีน้ำตาลที่เพิ่มขึ้นตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ที่มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน 2560 5) ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาที่เพิ่มขึ้น และ 6) ต้นทุนทางการเงินที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากภาระเงินกู้ที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุนเพิ่มเติมในเครื่องจักรและการทยอยลงทุนในธุรกิจการร่วมค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ

อย่างไรก็ตาม ต้นทุนที่เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่เกิดจากการลงทุนเพื่อสร้างรากฐานสำหรับรองรับการเติบโตของธุรกิจในอนาคต ในขณะที่การลงทุนบางส่วนยังไม่สามารถสร้างรายได้ในทันที บางส่วนยังใช้ประโยชน์ได้ไม่เต็มที่หรือยังไม่ถึงจุดที่มีประสิทธิภาพสูงพอ ทำให้ต้นทุนต่อหน่วยสูงขึ้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของบริษัทฯ ในระยะสั้น โดยคาดว่าผลประกอบการจะสามารถกลับมาเติบโตได้ในไตรมาส 3/2561 เป็นต้นไป

4. สถานะการเงินของบริษัทฯ และบริษัทย่อย

(หน่วย : ล้านบาท)	31 มีนาคม 2561	31 ธันวาคม 2560	%เปลี่ยนแปลง
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	426	100	+324%
ลูกหนี้การค้า	826	781	+6%
สินค้าคงเหลือ	879	1,044	-16%
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	184	180	+2%
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	2,315	2,106	+10%
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	2,034	2,071	-2%
เงินลงทุนในการร่วมค้า	53	53	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	160	160	-
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	2,246	2,284	-2%
รวมสินทรัพย์	4,562	4,390	+4%
เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	1,642	1,328	+24%
เจ้าหนี้การค้า	324	473	-31%
หนี้สินระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	214	128	+67%
ส่วนของหนี้สินตามสัญญาเข้าการเงินที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	37	40	-8%
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	314	342	-8%
รวมหนี้สินหมุนเวียน	2,531	2,309	+10%
เงินกู้ยืมระยะยาว-สุทธิจากที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	289	246	+17%
หนี้สินตามสัญญาเข้าการเงิน-สุทธิจากที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	78	85	-9%
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	149	137	+9%
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	516	469	+10%
รวมหนี้สิน	3,046	2,778	+10%
ทุนจดทะเบียน	140	140	-
ทุนที่ออกและชำระเต็มมูลค่า	140	140	-
ส่วนเกิน (ต่ำกว่า) มูลค่าหุ้น	6	6	-0.0%
กำไร (ขาดทุน) สะสม	1,276	1,270	+0.5%
องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น	196	196	-
หัก: หนี้ทุนซื้อคืน	(114)	-	-
ส่วนของผู้ถือหุ้นบริษัทใหญ่	1,503	1,612	-7%
ส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	12	0	-
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	1,515	1,612	-6%
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	4,562	4,390	+4%

สินทรัพย์

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีสินทรัพย์รวม 4,562 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4% จาก 4,390 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ซึ่งเตรียมไว้สำหรับการลงทุนในบริษัทย่อยและการร่วมค้า รวมถึงการเพิ่มขึ้นลูกหนี้การค้า เนื่องจากสัดส่วนการขายในประเทศซึ่งมีระยะเวลาเก็บหนี้ที่นานกว่าในประเทศสูงชัน

หนี้สิน

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีหนี้สินรวม 3,046 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 10% จาก 2,778 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินกิจการและเพื่อการลงทุนของบริษัทฯ

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ 1,503 ล้านบาท ลดลง 7% จาก 1,612 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 เนื่องจากมีการบันทึกบัญชีหักรายการหุ้นซื้อคืนจากส่วนของผู้ถือหุ้น เพื่อการบริหารทางการเงิน จำนวน 4 ล้านหุ้น คิดเป็นมูลค่าประมาณ 114 ล้านบาท

5. สภาพคล่องและความเพียงพอของเงินทุน (Liquidity and Capital Resources)

อัตราส่วนสภาพคล่อง

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2561 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีอัตราส่วนสภาพคล่อง 0.91 เท่า ไม่เปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับ ณ สิ้นปี 2560 โดยสินทรัพย์หมุนเวียนเพิ่มขึ้นจากการเพิ่มขึ้นเงินของเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ซึ่งเตรียมไว้สำหรับการลงทุนในบริษัทย่อยและการร่วมค้า รวมถึงการเพิ่มขึ้นลูกหนี้การค้า เนื่องจากสัดส่วนการขายในประเทศซึ่งมีระยะเวลาเก็บหนี้ที่นานกว่าลูกหนี้ต่างประเทศสูงขึ้น ในขณะที่หนี้สินหมุนเวียนเพิ่มขึ้นจากการเพิ่มขึ้นเงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน รวมถึงการเพิ่มขึ้นของหนี้สินระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินกิจการของบริษัทฯ

กระแสเงินสด

หน่วย : ล้านบาท	3M/2561	3M/2560	% เปลี่ยนแปลง
เงินสดจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน	84	194	-57%
เงินสดจากการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน	(60)	(19)	-225%
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	24	175	-87%
เงินสดจ่ายซื้อที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	(36)	(169)	+79%
เงินสดจากกิจกรรมลงทุนอื่นๆ	23	22	+4%
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมลงทุน	(13)	(147)	+91%
เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้น (ลดลง)	318	(5)	-
เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้น (ลดลง)	200	(6)	-
เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน	(71)	0	-
เงินสดจ่ายชำระคืนหนี้สินตามสัญญาเข้าการเงิน	(11)	(8)	-41%
ซื้อหุ้นทุนคืน	(114)	0	-
เงินสดจ่ายต้นทุนทางการเงิน	(6)	(5)	-8%
จ่ายเงินปันผล	(0)	(3)	+100%
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน	316	(26)	+1323%
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	326	3	-
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดต้นงวด	100	92	+9%
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดปลายงวด	426	95	+350%

ณ สิ้นไตรมาส 1/2561 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีเงินสดสุทธิ 426 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 95 ล้านบาท ณ สิ้นไตรมาส 1/2560 โดยมีส่วนประกอบหลักมาจากรายการต่างๆ ดังนี้

- เงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน 24 ล้านบาท ประกอบด้วย (1) เงินสดรับจากกิจกรรมดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน 84 ล้านบาท โดยมีส่วนประกอบหลักจากกำไรจากการดำเนินงาน และ (2) เงินสดจ่ายไปจากการเปลี่ยนแปลงของสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน 60 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น
- เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน 13 ล้านบาท ประกอบด้วย (1) การลงทุนในสินทรัพย์ถาวร 36 ล้านบาท (2) เงินสดรับจากส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมในบริษัทย่อย 12 ล้านบาท (3) เงินสดรับจากการจำหน่ายสินทรัพย์ถาวร 10 ล้านบาท และ (4) เงินสดรับจากกิจกรรมลงทุนอื่นๆ 1 ล้านบาท
- เงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมจัดหาเงิน 316 ล้านบาท ประกอบด้วย (1) เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้น 318 ล้านบาท (2) เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้น 200 ล้านบาท (3) เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน 71 ล้านบาท (4) เงินสดจ่ายชำระคืนหนี้สินตามสัญญาเข้าการเงิน 11 ล้านบาท (5) เงินสดจ่ายซื้อหุ้นทุนคืน 114 ล้านบาท และ (6) เงินสดจ่ายต้นทุนทางการเงิน 6 ล้านบาท

6. แนวโน้มธุรกิจ

ในไตรมาส 1/2561 ที่ผ่านมา ยอดขายของบริษัทฯ ชะลอตัวลง โดยมีสาเหตุหลักจากการลดลงของธุรกิจ CMG ต่างประเทศ และธุรกิจ Brand ต่างประเทศ ในขณะที่บริษัทฯ มีต้นทุนส่วนใหญ่เพิ่มขึ้นจากการลงทุนเพื่อสร้างรากฐานสำหรับรองรับการเติบโตของธุรกิจในอนาคต แต่การลงทุนบางส่วนยังไม่สามารถสร้างรายได้ในทันที บางส่วนยังใช้ประโยชน์ได้ไม่เต็มที่หรือยังไม่ถึงจุดที่มีประสิทธิภาพสูงพอ ทำให้ต้นทุนต่อหน่วยสูงขึ้น จึงส่งผลให้กระทบผลประกอบการของบริษัทฯ ในระยะสั้น โดยบริษัทฯ คาดว่า ผลประกอบการจะสามารถกลับมาเติบโตได้ในไตรมาส 3/2561 เป็นต้นไป ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่บริษัทฯ จะเริ่มใช้ประโยชน์จากโครงการลงทุนต่างๆ ได้มากขึ้น

หลังจากที่บริษัทฯ ได้สร้างรากฐานและความเข้มแข็งขององค์กรเพื่อรองรับการเจริญเติบโตมาโดยตลอดในช่วงประมาณ 3 ปีที่ผ่านมา อาทิ การปรับปรุงทั้งในส่วนของโรงงานและเครื่องจักรเพื่อการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต การลดต้นทุน และการปรับปรุงระบบคุณภาพ การลงทุนในด้านการวิจัยและพัฒนา การเพิ่มบุคลากรที่มีศักยภาพ การจัดตั้งบริษัทฯ ย่อยแห่งใหม่ในประเทศไทย การร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจจัดตั้งธุรกิจการร่วมค้าในประเทศฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย และประเทศไทย รวมถึงล่าสุด การเข้าลงทุนในธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศเวียดนาม ซึ่งจะช่วยบริษัทฯ ขยายธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มสำหรับตลาดประเทศเกิดใหม่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งโครงการลงทุนต่างๆ ที่ผ่านมาของบริษัทฯ เป็นไปตามกลยุทธ์การสร้างเครือข่ายในระดับภูมิภาค ด้วยการนำเอาจุดแข็งของพันธมิตรในแต่ละประเทศมาเสริมความแข็งแกร่งซึ่งกันและกัน ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันเพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนให้กับบริษัทฯ ในระดับภูมิภาคต่อไป

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ลงทุนในโครงการที่จำเป็นสำหรับการสร้างยอดขายครบถ้วนแล้ว สำหรับโครงการลงทุนอื่นๆ ที่จะช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพการทำงานหรือช่วยลดต้นทุนต่างๆ ที่เหลืออยู่ บริษัทฯ จะชะลอการลงทุนออกไปก่อนจนกว่าโครงการลงทุนต่างๆ ที่บริษัทฯ ลงทุนไปแล้ว จะสามารถเปลี่ยนจากค่าใช้จ่ายมาเป็นรายได้ และส่งผลให้ประกอบการของบริษัทฯ กลับมาฟื้นตัวและเติบโตได้ บริษัทฯ จึงจะไม่มีโครงการลงทุนที่ใช้เงินลงทุนสูงอีกในปีนี้

บริษัทฯ ยังคงใช้ความพยายามอย่างเต็มที่เพื่อบรรลุเป้าหมายการเติบโตสำหรับปี 2561 ที่ตั้งไว้ที่ 30% ซึ่งตามแผนการดำเนินงาน การเติบโตจะชัดเจนในช่วงครึ่งปีหลัง โดยมีแผนธุรกิจที่แตกต่างกันสำหรับแต่ละประเภทธุรกิจ อาทิ ธุรกิจ Brand ในประเทศ บริษัทฯ มีแผนการออกสินค้าใหม่ที่เริ่มขยายไป Category ใหม่ๆ มากขึ้น นอกเหนือจากน้ำผลไม้พร้อมดื่ม ซึ่งจะมุ่งเน้นในตลาดสินค้าสุขภาพที่ยังคงสามารถเข้าถึงตลาด Mass ได้ โดยบริษัทฯ จะเริ่มออกสินค้าใหม่ๆ ตั้งแต่ปลายไตรมาส 2/2561 สำหรับธุรกิจ Brand ต่างประเทศ บริษัทฯ จะสามารถเริ่มธุรกิจเครื่องดื่มในเวียดนาม ในขณะที่ธุรกิจการร่วมค้าในประเทศไทย จะดำเนินการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนตัว (Personal Care) ได้ตั้งแต่ปลายไตรมาส 2/2561 ส่วนธุรกิจการร่วมค้าในประเทศอินโดนีเซีย จะสามารถเริ่มธุรกิจได้ในไตรมาส 4/2561 และสำหรับธุรกิจ CMG บริษัทฯ จะใช้กลยุทธ์การกระจายความเสี่ยง ทั้งด้านความหลากหลายของกลุ่มผลิตภัณฑ์และลูกค้า ซึ่งบริษัทฯ ได้เริ่มดำเนินการดังกล่าวมากกว่า 1 ปีแล้ว โดยลูกค้ารายใหม่ๆ ของบริษัทฯ อยู่ระหว่างการทดสอบการผลิตผลิตภัณฑ์ ซึ่งยิ่งลูกค้าต้องการคุณภาพสูง ยิ่งต้องมีการทดสอบการผลิตหลายครั้ง ซึ่งต้องใช้เวลานาน ยอดขายใหม่ที่ทยอยเข้ามาจึงยังมีไม่มากพอที่จะทดแทนรายได้ที่ลดลงบางส่วนจากสินค้าบางกลุ่มในทันที อย่างไรก็ตาม หลังจากที่มีลูกค้าและสินค้ารายการใหม่ๆ ในช่วงไตรมาส 3/2561 เป็นต้นไป จะทำให้ยอดขายธุรกิจ CMG มีเสถียรภาพมากขึ้น และทั้งหมดนี้จะเป็นปัจจัยสนับสนุนให้บริษัทฯ สามารถบรรลุเป้าหมายการเติบโตสำหรับปี 2561 ได้