

ที่ SITHAI-0502/57

14 พฤษภาคม พ.ศ. 2557

เรื่อง คำชี้แจงงบการเงิน ของไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2557

เรียน กรรมการและผู้จัดการ

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตามที่บริษัทฯ ได้จัดส่งงบการเงินไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2557 โดยเปรียบเทียบกับงบการเงิน ในงวดเดียวกัน ของปีก่อน ที่ได้รับการ สอบทาน โดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ซึ่งผ่านการพิจารณาของคณะกรรมการตรวจสอบและอนุมัติโดย คณะกรรมการบริษัทแล้ว นั้น

บริษัทฯ ขอชี้แจงผลการดำเนินงานโดยสังเขป ดังต่อไปนี้

1. ภาพรวมผลการดำเนินงานของบริษัทฯและบริษัทย่อย

ในไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2557 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีรายได้รวมลดลงจากงวดเดียวกันของ ปีก่อนร้อยละ 3.23 อัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.38 กำไรสุทธิสำหรับงวดจำนวน 109.84 ล้านบาท โดยมีกำไรสุทธิเฉพาะส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทใหญ่จำนวน 105.30 ล้านบาท ลดลงจากไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2556 จำนวน 15.29 ล้านบาท หรือร้อยละ 12.68 โดยมีกำไรต่อหุ้น 0.39 บาท ลดลงจากไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2556 ซึ่งมีกำไรต่อหุ้น 0.44 บาท และไม่มีรายการที่มีได้เกิดขึ้นเป็น ประจําที่มีสาระสำคัญต่องบการเงินในไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2557

ตารางที่ 1 ภาพรวม

งบการเงินรวม (บางส่วน)

หน่วย : ล้านบาท

รายละเอียด	ไตรมาส 1 พ.ศ. 2556	ไตรมาส 4 พ.ศ.2556	ไตรมาส 1 พ.ศ. 2557	เปลี่ยนแปลงจากไตรมาส 1 พ.ศ.2556	
				จำนวนเงิน เพิ่มขึ้น(ลดลง)	% +(-)
ยอดขายรวม	2,312.34	2,511.33	2,237.59	(74.75)	(3.23%)
กำไรขั้นต้น (%)	19.31%	21.38%	19.58%	0.27%	1.38%
EBIT (กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี)	179.88	248.95	165.79	(14.09)	(7.83%)
กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่	120.59	174.19	105.30	(15.29)	(12.68%)
% กำไรสุทธิต่อยอดขาย	5.22%	6.94%	4.71%	(0.51%)	(9.76%)
กำไรต่อหุ้น (บาท)	0.44	0.64	0.39	(0.05)	(12.34%)

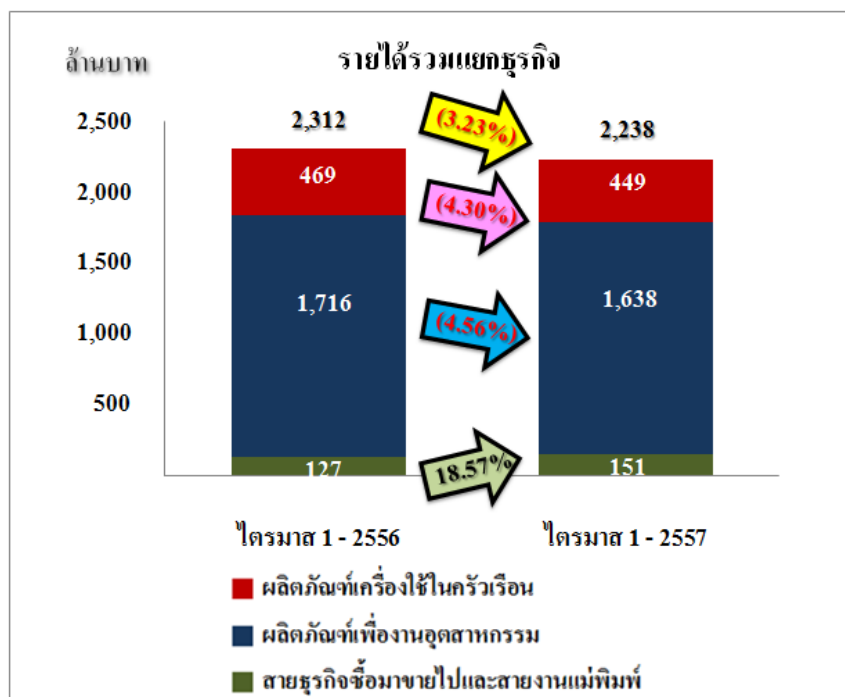
2. วิเคราะห์ผลการดำเนินงานของไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2557

2.1 รายได้รวมแยกตามประเภทธุรกิจ

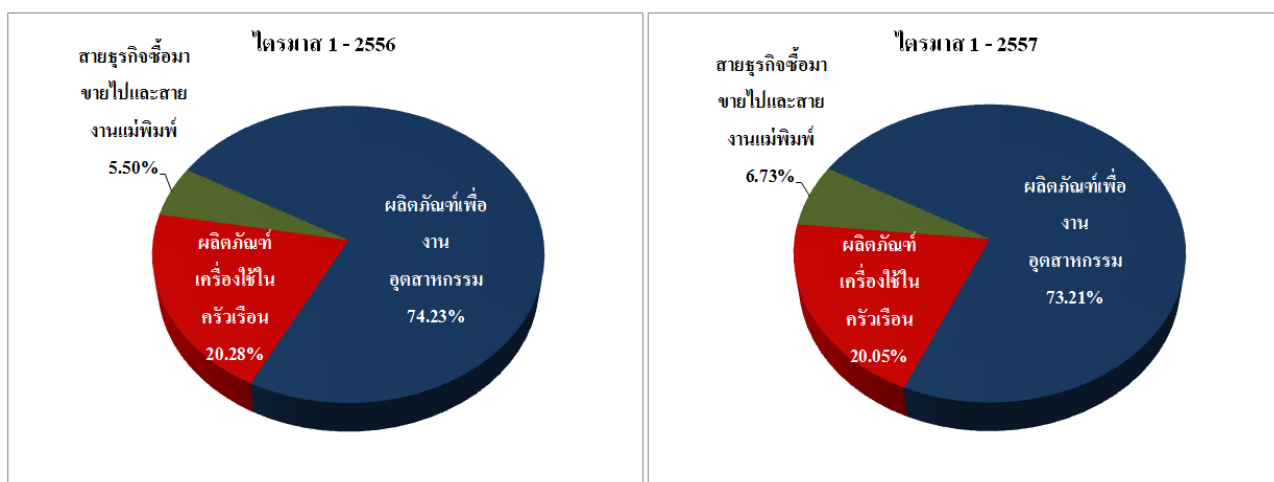
ตารางที่ 2 รายได้รวมแยกตามประเภทธุรกิจ

หน่วย : ล้านบาท

รายละเอียด	ไตรมาส 1 พ.ศ. 2556		ไตรมาส 4 พ.ศ. 2556		ไตรมาส 1 พ.ศ. 2557		เปลี่ยนแปลงจากไตรมาส 1 พ.ศ. 2556	
	จำนวนเงิน	สัดส่วน ยอดขาย	จำนวนเงิน	สัดส่วน ยอดขาย	จำนวนเงิน	สัดส่วน ยอดขาย	จำนวนเงิน เพิ่มขึ้น(ลดลง)	% +(-)
สายธุรกิจพลาสติก	2,185.25	94.50%	2,313.90	92.14%	2,086.90	93.27%	(98.35)	(4.50%)
ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน	468.88	20.28%	596.96	23.77%	448.71	20.05%	(20.17)	(4.30%)
ผลิตในประเทศ	454.88	19.67%	573.28	22.83%	429.63	19.20%	(25.26)	(5.55%)
ผลิตต่างประเทศ	14.00	0.61%	23.68	0.94%	19.09	0.85%	5.09	36.35%
ผลิตภัณฑ์เพื่องานอุตสาหกรรม	1,716.37	74.23%	1,716.94	68.37%	1,638.19	73.21%	(78.18)	(4.56%)
ผลิตในประเทศ	1,470.03	63.57%	1,429.59	56.93%	1,353.79	60.50%	(116.24)	(7.91%)
ผลิตต่างประเทศ	246.34	10.65%	287.35	11.44%	284.40	12.71%	38.06	15.45%
สายธุรกิจซื้อขายไปและขายงานแม่พิมพ์	127.09	5.50%	197.43	7.86%	150.69	6.73%	23.60	18.57%
รวม	2,312.34	100.00%	2,511.33	100.00%	2,237.59	100.00%	(74.75)	(3.23%)



สัดส่วนรายได้แยกธุรกิจ



สัดส่วนรายได้กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน เปรียบเทียบไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2556 กับไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2557 ลดจากร้อยละ 20.28 เป็นร้อยละ 20.05 และกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่องานอุตสาหกรรมลดจากร้อยละ 74.23 เป็นร้อยละ 73.21 ขณะที่สายธุรกิจซื้อขายไปและขายงานแม่พิมพ์ เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 5.50 เป็นร้อยละ 6.73

1) ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน

ยอดขายกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือนลดลงใน ไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2557 เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อนจำนวน 20.17 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.30 เนื่องจากผลกระทบของภาวะเศรษฐกิจในประเทศที่ยังคงชะลอตัวอยู่ต่อเนื่องจากปีก่อน สถานการณ์ความไม่สงบทางการเมืองภายในประเทศที่ยังคงยืดเยื้อ ไม่มีการอนุมัติงบประมาณ SML ของภาครัฐ เนื่องจากขณะนี้ไม่มีแต่รัฐบาลรักษาการ ตลอดจนสินค้าเมลามีนผสมยูรีธานาคาถูกจากประเทศจีนเข้ามาตีตลาดระดับล่าง ทำให้ความต้องการซื้อสินค้าของบริษัท และกำลังซื้อของลูกค้าลดลง โดยเฉพาะยอดขายผ่านช่องทางธุรกิจขายตรงและการขายผ่านตัวแทนจำหน่าย อย่างไรก็ตามยอดขายส่งออกเพิ่มขึ้นเล็กน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน เนื่องจากความต้องการสินค้าที่มีคุณภาพของลูกค้าในประเทศออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และญี่ปุ่นเพิ่มมากขึ้น ตลาดตะวันออกกลางที่เป็นตลาดหลักยังคงโตอย่างต่อเนื่อง หลังจากประสบความสำเร็จในการสร้างตราสินค้า Superware ให้เป็นที่ยอมรับ และเป็นผู้นำตลาดในปัจจุบัน รวมทั้งตลาดสินค้า HORECA และธุรกิจร้านอาหารในกลุ่มประเทศลาตินอเมริกา แคนาดา เยอรมนี และตะวันออกกลางมีความนิยมสินค้าเมลามีนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากการออกแบบและมีลวดลายที่สวยงาม

อย่างไรก็ตาม ยอดขายกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน ไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2557 ต่ำกว่าไตรมาส 4 ปี พ.ศ. 2556 เนื่องจากมีการจัดงานมหกรรมลดราคาสินค้าของบริษัทฯ ช่วงปลายปี พ.ศ. 2556 ทั้งหมด 4 สาขา ตลอดจนเป็นช่วงเทศกาลปลายปี ประกอบกับบริษัทย่อยในต่างประเทศ คือ Srithai (Vietnam) Co., Ltd. ในไตรมาส 4 ปี พ.ศ. 2556 เน้นการขายโดยตรงกับลูกค้ามากขึ้น โดยไม่ขายผ่านตัวแทนขาย จึงสามารถหาตลาดลูกค้าใหม่ได้มากขึ้น และเป็นช่วงเทศกาล จึงทำให้ยอดขายในไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2557 ต่ำกว่าไตรมาส 4 ปี พ.ศ. 2556

2) ผลผลิตภัณฑ์เพื่องานอุตสาหกรรม

ยอดขายกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่องานอุตสาหกรรมลดลงจำนวน 78.18 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.56 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากยอดขายผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์ที่ลดลง ตามนโยบายของบริษัทฯในการลดการผลิตสินค้าในกลุ่ม OEM เพื่อผลิตและขายสินค้าที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูงกว่า ตั้งแต่ไตรมาส 2 ปี พ.ศ. 2556 และผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์อาหารของบริษัทฯ ที่มียอดขายลดลง เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจที่ชะลอตัว และสถานการณ์ความไม่สงบทางการเมืองภายในประเทศที่ยังคงยืดเยื้อ อย่างไรก็ตาม แม้ว่ายอดขายของผู้ผลิตเครื่องคั้นประเภทน้ำอัดลมลดลงถึง 7% แต่ยอดขายผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มของกลุ่มบริษัทยังคงเพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากได้คำสั่งซื้อเพิ่มขึ้นของผู้ผลิตน้ำอัดลมรายใหญ่ และจากลูกค้าใหญ่รายใหม่ในประเทศเวียดนาม

อย่างไรก็ตาม ยอดขายกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่องานอุตสาหกรรมต่ำกว่าไตรมาส 4 ปี พ.ศ. 2556 เนื่องจากในไตรมาส 4 ปี พ.ศ. 2556 เป็นช่วงเทศกาล ซึ่งบริษัทฯ ได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้าน้ำอัดลมรายใหญ่หลายรายและน้ำดื่มรายใหม่ รวมถึงลูกค้าผู้ผลิตอาหารรายใหญ่ จากการเพิ่มขึ้นของยอดขายเครื่องดื่มและอาหารพร้อมทานในตลาด

3) สายธุรกิจซื้อมาขายไปและสายงานแม่พิมพ์

ยอดขายกลุ่มธุรกิจซื้อมาขายไปและสายงานแม่พิมพ์ เพิ่มขึ้นในไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2557 เมื่อเทียบกับ ไตรมาสเดียวกันของปีก่อนจำนวน 23.60 ล้านบาท หรือร้อยละ 18.57 เนื่องจากยอดขายของสายธุรกิจซื้อมาขายไปเพิ่มขึ้นจากปีก่อน โดยเฉพาะจากธุรกิจเครือข่าย ซึ่งสินค้ากลุ่มนวัตกรรมเกษตรและนวัตกรรมสุขภาพมีการเติบโตอย่างมาก ประกอบกับการวางตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่ในไตรมาสนี้ ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี ควบคู่ไปกับการเติบโตของจำนวนนักธุรกิจประเภทตัวแทนขายที่เพิ่มขึ้น

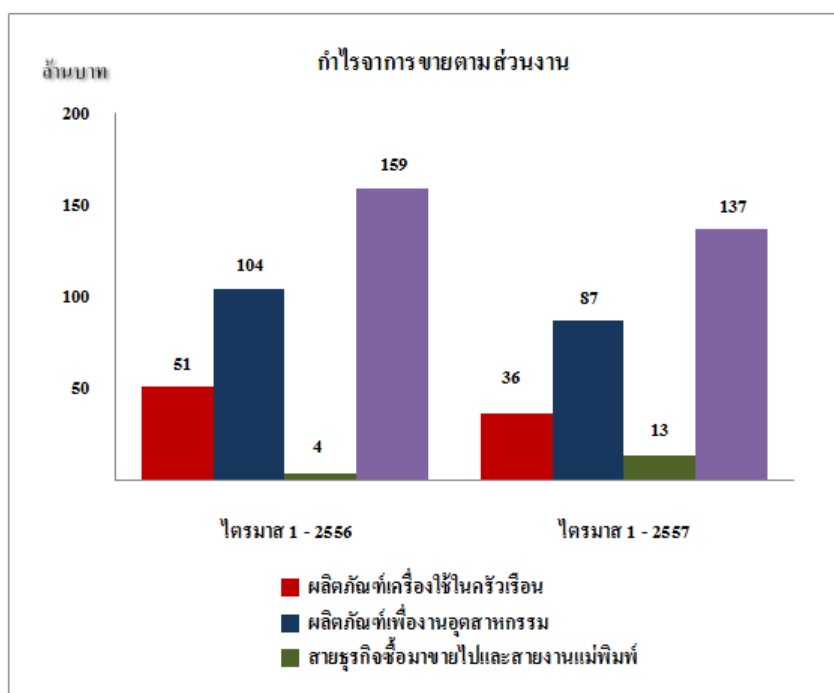
อย่างไรก็ตาม ยอดขายกลุ่มธุรกิจซื้อมาขายไปและสายงานแม่พิมพ์ ต่ำกว่าไตรมาส 4 ปี พ.ศ. 2556 เนื่องจากการลดลงของยอดขายบริษัทย่อยสายธุรกิจแม่พิมพ์ ซึ่งช่วงไตรมาสสุดท้ายของปีก่อนได้ยอดขายจากลูกค้ารายใหญ่

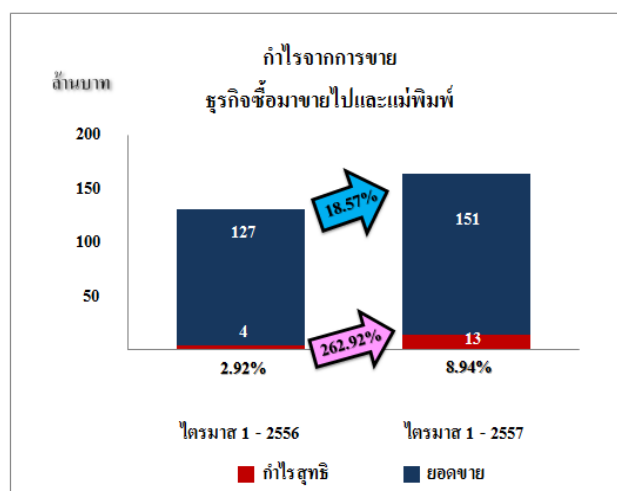
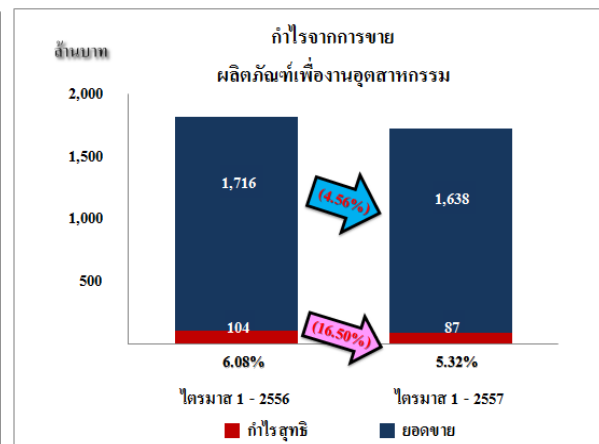
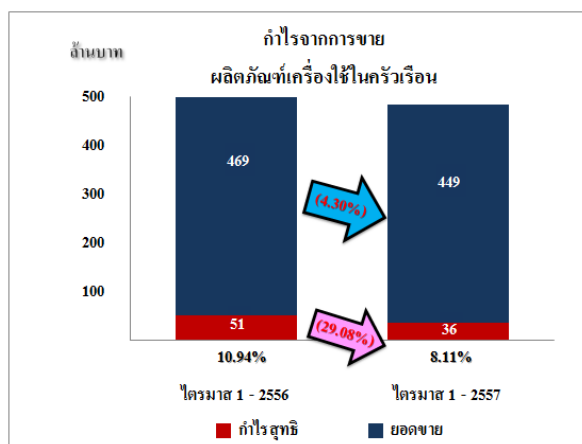
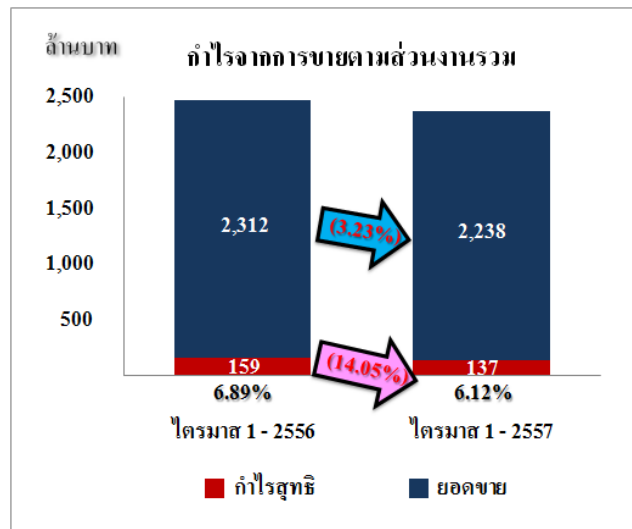
2.2 กำไรจากการขายตามส่วนงาน

ตารางที่ 3 กำไรจากการขายตามส่วนงาน

หน่วย : ล้านบาท

รายละเอียด	ไตรมาส 1 พ.ศ. 2556		ไตรมาส 4 พ.ศ. 2556		ไตรมาส 1 พ.ศ. 2557		เปลี่ยนแปลงจากไตรมาส 1 พ.ศ. 2556	
	จำนวนเงิน	% ต่อ ยอดขาย	จำนวนเงิน	% ต่อ ยอดขาย	จำนวนเงิน	% ต่อ ยอดขาย	จำนวนเงิน เพิ่มขึ้น(ลดลง)	% +(-)
กำไรจากการขายตามส่วนงาน								
สายธุรกิจพลาสติก	155.62	7.12%	164.48	7.11%	123.48	5.92%	(32.14)	(20.65%)
ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน	51.32	10.94%	67.89	11.37%	36.39	8.11%	(14.93)	(29.08%)
ผลิตภัณฑ์เพื่องานอุตสาหกรรม	104.30	6.08%	96.59	5.63%	87.09	5.32%	(17.21)	(16.50%)
สายธุรกิจซื้อขายไปและขายงานแม่พิมพ์	3.71	2.92%	29.80	15.09%	13.47	8.94%	9.76	262.92%
รวม	159.33	6.89%	194.27	7.74%	136.95	6.12%	(22.38)	(14.05%)





1) ผลผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน

กำไรจากการขายของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือนลดลงร้อยละ 29.08 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาส 1 ของปีก่อน และอัตรากำไรต่อยอดขายในปีก่อนจำนวนร้อยละ 10.94 ลดลงเป็นร้อยละ 8.11 เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวทำให้ยอดขายภายในประเทศที่มีอัตรากำไรสูงกว่ายอดขายส่งออก มีสัดส่วนลดลง ตลอดจนกำลังการผลิตต่ำลง จากการลดลงของคำสั่งซื้อ ทำให้อัตราการใช้เครื่องจักรต่ำลง และต้นทุนการผลิตต่อหน่วยเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายคงที่

2) ผลผลิตภัณฑ์เพื่องานอุตสาหกรรม

กำไรจากการขายของกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่องานอุตสาหกรรมลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาส 1 ของปีก่อนร้อยละ 16.50 และอัตรากำไรต่อยอดขายลดลงจากปีก่อนซึ่งมีจำนวนร้อยละ 6.08 เป็นร้อยละ 5.32 เนื่องจากต้นทุนการผลิต สูงขึ้นจากการลงทุนในเครื่องจักรและแม่พิมพ์เพิ่มขึ้นในช่วงปลายปีก่อน แต่การใช้กำลังการผลิตยังไม่เต็มที่ จากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว

3) สายธุรกิจซื้อมาขายไปและสายงานแม่พิมพ์

กำไรจากการขายของสายธุรกิจซื้อมาขายไปและสายงานแม่พิมพ์เพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับ ไตรมาส 1 ของปีก่อนร้อยละ 262.92 และอัตรากำไรต่อยอดขายเพิ่มขึ้นจากปีก่อนซึ่งมีจำนวนร้อยละ 2.92 เป็นร้อยละ 8.94 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของกำไรในสายธุรกิจซื้อมาขายไปกลุ่มธุรกิจเครือข่าย ซึ่งมียอดขายที่เพิ่มขึ้นของสินค้าในกลุ่มนวัตกรรมเกษตรและสินค้าเพื่อสุขภาพที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูง รวมถึงการใช้มาตรการควบคุมค่าใช้จ่าย

2.3 ค่าใช้จ่ายขายและบริหาร

ตารางที่ 4 ค่าใช้จ่ายขายและบริหาร

รายละเอียด	หน่วย: ล้านบาท							
	ไตรมาส 1 พ.ศ. 2556		ไตรมาส 4 พ.ศ. 2556		ไตรมาส 1 พ.ศ. 2557		เปลี่ยนแปลงจากไตรมาส 1 พ.ศ. 2556	
	จำนวนเงิน	% ต่อยอดขาย	จำนวนเงิน	% ต่อยอดขาย	จำนวนเงิน	% ต่อยอดขาย	จำนวนเงิน	% +(-)
ค่าใช้จ่ายขายและบริหาร	305.06	13.19%	319.59	12.73%	304.67	13.62%	(0.39)	(0.13%)

ค่าใช้จ่ายขายและบริหารลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2556 เนื่องจากขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนลดลง ขณะที่ค่าใช้จ่ายทางการตลาดของสายธุรกิจซื้อมาขายไปเพิ่มขึ้นตามยอดขาย

3. วิเคราะห์ฐานะการเงินรวม

ตารางที่ 5 งบแสดงฐานะการเงินรวม (บางส่วน)

หน่วย : ล้านบาท

รายละเอียด	31 ธันวาคม พ.ศ. 2556	31 มีนาคม พ.ศ. 2557	เปลี่ยนแปลงจาก 31 ธันวาคม พ.ศ. 2556	
	จำนวนเงิน	จำนวนเงิน	จำนวนเงินเพิ่มขึ้น (ลดลง)	% +(-)
ลูกหนี้การค้า-สุทธิ	1,855.46	1,922.94	67.48	3.64%
สินค้าคงเหลือ-สุทธิ	1,475.14	1,579.20	104.06	7.05%
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์-สุทธิ	5,295.73	5,282.69	(13.04)	(0.25%)
สิทธิการเช่า	48.33	49.63	1.30	2.69%
สินทรัพย์ไม่มีหมุนเวียนอื่น	44.51	43.62	(0.90)	(2.02%)
รวมสินทรัพย์	10,125.51	10,173.88	48.37	0.48%
เงินเบิกเกินบัญชีธนาคารและเงินกู้ยืมระยะสั้น	823.45	857.86	34.41	4.18%
เจ้าหนี้การค้า	950.21	894.76	(55.45)	(5.84%)
เงินกู้ยืมระยะยาว	3,030.29	2,895.66	(134.64)	(4.44%)
ภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน	310.55	318.43	7.88	2.54%
รวมหนี้สิน	5,560.37	5,459.05	(101.31)	(1.82%)
กำไรสะสม-ยังไม่ได้จัดสรร	1,496.73	1,602.02	105.30	7.04%
ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	229.52	232.65	3.12	1.36%
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	4,565.14	4,714.83	149.68	3.28%

ณ 31 มีนาคม พ.ศ. 2557 ฐานะการเงินที่เปลี่ยนแปลงอย่างมีสาระสำคัญเมื่อเปรียบเทียบกับ ณ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2556 ประกอบด้วย

- ลูกหนี้การค้าเพิ่มขึ้น เนื่องจากการขยายตัวของยอดขายผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์เครื่องดื่ม ของบริษัทย่อยในประเทศเวียดนาม ซึ่งมีการเติบโตขึ้นอย่างมาก
- สินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้นจากยอดขายในประเทศที่ลดลงของผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน ตลอดจนต้นทุนสินค้าที่สูงขึ้น รวมทั้งการสำรองวัตถุดิบ เพื่อรองรับการผลิตกลุ่มผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์เครื่องดื่ม
- ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ ลดลงด้วยค่าเสื่อมราคาและการจำหน่ายระหว่างปี สืบจากการจัดหาสินทรัพย์เพิ่มเติมระหว่างงวด

- สิทธิการเช่า เป็นสิทธิการเช่าที่ดินระยะเวลา 99 ปี เพื่อการก่อสร้างโรงงานของบริษัทย่อยในประเทศอินเดีย
- สิทธิพย์ไม่หมุนเวียนอื่นลดลง เล็กน้อย เนื่องจากการตัดจำหน่ายระหว่างงวดของสิทธิพย์ที่มูลค่าไม่ถึงจำนวนที่จัดประเภทเป็นสิทธิพย์ถาวรตามนโยบายของบริษัทย่อยในประเทศเวียดนาม
- เงินเบิกเกินบัญชีธนาคารและเงินกู้ยืมระยะสั้น เพิ่มขึ้น ตามความต้องการ ของเงินทุนหมุนเวียนของกลุ่มบริษัทและการเบิกเงินกู้ยืมระยะสั้นของบริษัทย่อยในประเทศเวียดนาม
- เจ้าหนี้การค้าลดลง เนื่องจากกลุ่มบริษัทมีการสั่งซื้อและจัดเก็บวัตถุดิบเท่าที่จำเป็นตามแผนการผลิต ควบคู่กับการเจรจาขอจ่ายชำระหนี้ที่เร็วขึ้นเป็นครั้งคราวเพื่อให้กลุ่มบริษัทได้ราคาวัตถุดิบที่เหมาะสม
- เงินกู้ยืมระยะยาว ลดลงจากการจ่ายชำระคืนในระหว่างปีตามกำหนด สุกติด้วยการ เบิกใช้เงินกู้ที่จัดหาเพื่อลงทุนในสิทธิพย์เพื่อการดำเนินงาน ซึ่งเป็นจำนวนเงินน้อยกว่าการจ่ายชำระคืน
- ภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน เพิ่มขึ้นจากการรับรู้ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน ตามกฎหมายและภาระผูกพันอื่นในระหว่างปี
- กำไรสะสม-ยังไม่ได้จัดสรร เพิ่มขึ้นจากปีก่อน จำนวน 105.30 ล้านบาท จากกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่สำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2557
- ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมเพิ่มขึ้นจากกำไรสุทธิจากผลประกอบการ 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2557 สุทธิลดลงด้วยการจ่ายเงินปันผลของบริษัทย่อย

4. วิเคราะห์สภาพคล่อง

ตารางที่ 6 งบกระแสเงินสดรวม (บางส่วน)

หน่วย : ล้านบาท

รายละเอียด	3 เดือนสิ้นสุด 31-มี.ค.-56	3 เดือนสิ้นสุด 31-มี.ค.-57	เปลี่ยนแปลงจาก งวดปีก่อน
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน	29.95	72.17	42.22
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน	(145.98)	(138.22)	7.76
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน	41.15	(74.40)	(115.55)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น(ลดลง) สุทธิ	(74.88)	(140.46)	(65.58)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดต้นงวด	441.29	437.12	(4.17)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดปลายงวด	366.41	296.66	(69.75)

ในงวด 3 เดือน ปี พ.ศ. 2557 กลุ่มบริษัทมีกระแสเงินสดรับ/จ่ายที่สำคัญ ดังนี้

- 1) กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน เนื่องจากการบริหารจัดการสินทรัพย์ และหนี้สินดำเนินงานได้ดีขึ้นกว่าไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ค่าเสื่อมราคาที่เกิดขึ้นจากการลงทุนในสินทรัพย์ดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น สุทธิด้วยต้นทุนทางการเงินเพิ่มขึ้น
- 2) กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุนลดลง เนื่องจากได้รับเงินปันผลจากบริษัทร่วม และจัดหาสินทรัพย์ถาวรต่ำกว่าปีก่อน
- 3) กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินลดลง เนื่องจากการจ่ายเงินกู้ยืมระยะยาว สูงกว่าปีก่อน ขณะที่มีการเบิกถอนเงินกู้ยืมระยะสั้นและเงินกู้ยืมระยะยาวก้อนใหม่ต่ำกว่าปีก่อน

กลุ่มบริษัทมีความเชื่อมั่นว่า กลุ่มบริษัทมีกระแสเงินสดจากการดำเนินธุรกิจที่เพียงพอต่อการดำเนินงานและมีสภาพคล่องทางการเงินอยู่ในระดับที่เหมาะสม และช่วยสนับสนุนให้กลุ่มบริษัทสามารถดำเนินงานและเติบโตได้โดยไม่ติดขัด นอกจากนี้ ณ 31 มีนาคม พ.ศ. 2557 กลุ่มบริษัทยังมีวงเงินสินเชื่อที่ยังไม่ได้เบิกถอน ซึ่งประกอบด้วยเงินเบิกเกินบัญชี เงินกู้ยืมระยะยาว และเงินกู้หมุนเวียน ไม่น้อยกว่า 4 พันล้านบาท ตลอดจนอยู่ระหว่างการจัดหาแหล่งเงินทุนเพิ่มเติมที่ช่วยสนับสนุนธุรกิจของกลุ่มบริษัทได้

5. วิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

ตารางที่ 7 อัตราส่วนทางการเงิน (Key Financial Ratio)

รายการ	หน่วย	ไตรมาส 1 พ.ศ. 2556	งวด 12 เดือน พ.ศ. 2556	ไตรมาส 1 พ.ศ. 2557
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Working Capital Ratios)				
1. ระยะเวลาเก็บหนี้จากลูกค้า (Collection Period)	วัน	70.33	71.08	77.34
2. ระยะเวลาของสินค้าคงเหลือ (Inventory Turnover)	วัน	73.40	70.28	78.98
3. ระยะเวลาจ่ายชำระเจ้าหนี้การค้า (Payment Period)	วัน	45.15	45.27	44.75
4. วงจรเงินสด (Cash Cycle)	วัน	98.58	96.09	111.58
อัตราส่วนแสดงความสามารถในการหากำไร (Profitability Ratios)				
5. อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (Return on Equity)	%	2.63	10.67	2.23
6. อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์เพื่อการดำเนินงาน (Return on Operating Assets)	%	2.51	9.20	1.99
อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน (Financial Policy Ratios)				
7. อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity)	เท่า	1.07	1.22	1.16

1) อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน

กลุ่มบริษัทมีวงจรเงินสด (Cash Cycle) ไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2557 เท่ากับ 111.58 วัน เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2556 และงวดระยะเวลา 12 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2556 ซึ่งเท่ากับ 98.58 วัน และ 96.09 วัน ตามลำดับ เนื่องจาก

- 1.1) ระยะเวลาเก็บหนี้จากลูกค้า ไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2557 เท่ากับ 77.34 วัน เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2556 และงวดระยะเวลา 12 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2556 ซึ่งเท่ากับ 70.33 วัน และ 71.08 วัน ตามลำดับ เนื่องจากการขยายตัวของยอดขายผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางค์ของกลุ่มบริษัท และการลดลงของยอดขายกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน
- 1.2) ระยะเวลาของสินค้าคงเหลือ ไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2557 เท่ากับ 78.98 วัน เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2556 และงวดระยะเวลา 12 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2556 ซึ่งเท่ากับ 73.40 วัน และ 70.28 วัน ตามลำดับ เนื่องจากการจัดเก็บวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปเพื่อรองรับปริมาณขาย และต้นทุนสินค้าที่เพิ่มขึ้น ขณะที่ยอดขายชะลอตัวลงเมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน

- 1.3) ระยะเวลาจ่ายชำระเจ้าหนี้การค้า ไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2557 เท่ากับ 44.75 วัน ลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2556 และงวดระยะเวลา 12 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2556 ซึ่งเท่ากับ 45.15 วัน และ 45.27 วัน ตามลำดับ เนื่องจากการสั่งซื้อเท่าที่จำเป็นตามแผนการผลิตและการเจรจาเงื่อนไขการชำระเงิน

2) อัตราส่วนแสดงความสามารถในการชำระหนี้

- อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น ไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2557 เท่ากับร้อยละ 2.23 ลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2556 และงวดระยะเวลา 12 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2556 ซึ่งเท่ากับร้อยละ 2.63 และร้อยละ 10.67 ตามลำดับ ตามผลประกอบการที่มีกำไรลดลง
- อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์เพื่อการดำเนินงาน ไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2557 เท่ากับร้อยละ 1.99 ลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2556 และงวดระยะเวลา 12 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2556 ซึ่งเท่ากับร้อยละ 2.51 และร้อยละ 9.20 ตามลำดับ ตามผลประกอบการที่มีกำไรลดลง และสินทรัพย์เพื่อการดำเนินงานที่กลุ่มบริษัทได้จัดหาเพิ่มเติมยังไม่สามารถสร้างรายได้ได้เต็มที่ในช่วงแรกของการลงทุน ประกอบกับยอดขายที่ลดลงตามปริมาณคำสั่งซื้อ ทำให้กลุ่มบริษัทไม่สามารถใช้สินทรัพย์เพื่อการดำเนินงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพและมีอัตราการใช้ลดลง

3) อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน

- กลุ่มบริษัทมีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2557 เท่ากับ 1.16 เท่า เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2556 ซึ่งเท่ากับ 1.07 เท่า จากการเบิกใช้เงินกู้ยืมระยะยาวในช่วงปลายปี พ.ศ. 2556 แต่ลดลงเมื่อเทียบกับงวดระยะเวลา 12 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2556 ซึ่งเท่ากับ 1.22 เท่า จากการเพิ่มขึ้นของกำไรสะสมตามผลประกอบการ และหนี้สินลดลง

6. การจัดการความเสี่ยง

กลุ่มบริษัทมีแผนการบริหารความเสี่ยงด้านต่างๆอย่างต่อเนื่อง ดังนี้

- 1) การเคลื่อนไหวของราคาวัตถุดิบ มีคณะทำงานด้านจัดซื้อวัตถุดิบที่มีความชำนาญติดตามราคาวัตถุดิบอย่างใกล้ชิด และวางแผนการซื้อวัตถุดิบล่วงหน้าในปริมาณและราคาที่เหมาะสม รวมทั้งเจรจาทำสัญญาหรือข้อตกลงขอปรับราคาขายสินค้ากับลูกค้าทุกๆ 1-3 เดือน
- 2) ค่าจ้างแรงงานที่เพิ่มขึ้นเป็น 300 บาท กลุ่มบริษัทได้ปรับเปลี่ยนชั่วโมงการทำงานของพนักงาน เพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายประเภทเงินค่าล่วงเวลา และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้กับพนักงาน
- 3) ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน กลุ่มบริษัทได้วางแผนกลยุทธ์หลักๆ ได้แก่ เน้นการขายด้วยสกุลเงินอื่นไม่ใช่ดอลลาร์สหรัฐอเมริกาเพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยงและลดผลกระทบจากการพึ่งพิงเงินสกุลใดสกุลหนึ่งมาก

เกินไป การขายเป็นสกุลเงินบาทสำหรับลูกค้าบางราย การเจรจากับลูกค้าข้อกำหนดเงื่อนไขการปรับราคาขายเมื่ออัตราแลกเปลี่ยนมีการเปลี่ยนแปลงที่มีนัยสำคัญ รวมถึงพิจารณาใช้วิธีบริหารกระแสเงินสดรับและจ่ายเงินต่างประเทศให้มีความสมดุล (Natural Hedge) ควบคู่กับการพิจารณาทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าเพื่อป้องกันความเสี่ยงตามความเหมาะสมและโอกาส

4) ปัจจุบันกลุ่มบริษัทมีจำนวนลูกค้ารายสำหรับธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่องานอุตสาหกรรมประเภทบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม กลุ่มบริษัท จึงได้วางแผนกลยุทธ์หลักๆ ได้แก่ การหาลูกค้าเพิ่มเติมทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อกระจายความเสี่ยงและลดผลกระทบจากการพึ่งพิงลูกค้าราย

7. การคาดการณ์ภาพรวมธุรกิจในไตรมาส 2 ปี พ.ศ. 2557

1) ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน

ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน คาดว่ายอดขายการส่งออกในไตรมาส 2 ปี พ.ศ. 2557 ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ตลาดสินค้า HORECA (Hotel, Restaurant and Catering) ในยุโรปและอเมริกา อีกทั้งจะมีการนำเสนอตลาดใหม่เพื่อรองรับการจัดกิจกรรมฉลองครบรอบ 50 ปีในเดือนพฤษภาคม ที่ดูไบประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ซึ่งเป็นศูนย์กลางสินค้าที่ใหญ่ในวันออกกลาง และเน้นผลิตและขายสินค้า Life Style ที่สามารถออกแบบตลาดและรูปทรงของสินค้าให้มีความหลากหลายให้กับลูกค้าในแต่ละกลุ่มได้มากขึ้น โดยกลุ่มบริษัทจะมุ่งเน้นในเรื่องการออกแบบตลาดสินค้าร่วมกับลูกค้า และนำเสนอสินค้าเพื่อใช้ outdoor เนื่องจากมีความทนทาน ไม่แตก และได้รับความนิยมมากขึ้นในปัจจุบัน สำหรับตลาดกลุ่มประเทศอินเดีย ปากีสถาน และเนปาล บริษัทกำลังก่อสร้างโรงงานในประเทศอินเดียและพร้อมที่จะผลิตสินค้าได้ในช่วงเดือนธันวาคมปีนี้ ซึ่งบริษัทอยู่ในอินเดียจะช่วยขยายฐานตลาดทั้ง Direct Sales และ Wholesales ในประเทศอินเดียได้มากขึ้น และสามารถแข่งขันทางด้านราคา จากเดิมนำเข้าสินค้าจากประเทศไทย ซึ่งมี ภาชนะนำเข้า ที่สูง นอกจากนี้บริษัทกำลังผลักดันตลาดในกลุ่มประเทศ AEC ให้ขยายตัวมากขึ้น โดยเฉพาะในประเทศกัมพูชา ลาว พม่า เวียดนาม และประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งปัจจัยแห่งความสำเร็จคือ รูปทรงและตลาดที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในแต่ละภูมิภาค คุณภาพ และการสร้างตราสินค้า (Brand Building)

สำหรับยอดขายภายในประเทศ จะมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการขายสินค้าผ่านช่องทางธุรกิจขายตรง โดยขยาย segment ของตลาด catering มากขึ้น ประกอบกับการสร้างโอกาสโดยมุ่งปรับวิธีการขายให้เป็นแนวค้าปลีก (Retail) มากขึ้น ตามกระแสของ Retailization โดยได้พัฒนา software and application เพื่อรองรับ E-commerce และ M-commerce ในการขยายตลาด พร้อมปรับเปลี่ยนการจัดส่งสินค้าให้เข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้นในลักษณะ Home Delivery และการรับสินค้าผ่าน Convenience Store ในขณะเดียวกัน จะเพิ่มโอกาสทางการขายให้เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่เป็น Gen Y และ Gen Me ในกลุ่มสินค้าประเภท CHIC design

2) ผลิตภัณฑ์เพื่องานอุตสาหกรรม

ยอดขายกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่องานอุตสาหกรรมประเภทบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่ม ใน ไตรมาส 2 ปี พ.ศ. 2557 คาดว่า จะเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากเป็นช่วง high season และมีเทศกาลสำคัญของไทยคือ เทศกาลสงกรานต์ จึงทำให้ความต้องการในการบริโภคสูงขึ้น ภาพรวมในปี 2014 มี highlight อยู่กับการส่งเสริมการขาย Theme World Cup 2014 ซึ่งจะมีการแข่งขัน

อย่างรุนแรงของ 2 ผู้ผลิตน้ำอัดลมรายใหญ่ระดับโลก ส่งผลให้เกิดการกระตุ้นยอดขายให้เพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้มีการออกแบบ บรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มน้ำขนาดใหญ่ เพื่อขยาย segment ในตลาดมากขึ้น

ในส่วนของประเทศเวียดนาม ภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศดีขึ้นตาม GDP ของประเทศที่เพิ่มสูงขึ้น ประชากรมีการอุปโภคบริโภคเพิ่มมากขึ้น บริษัทย่อยมีการลงทุนในเครื่องจักรและแม่พิมพ์เพื่อรองรับคำสั่งซื้อที่เพิ่มสูงขึ้นตามการเติบโตของเศรษฐกิจประเทศ อีกทั้งธุรกิจโรงภาพยนตร์ในประเทศเวียดนามมีการขยายตัว โดยนักลงทุนต่างชาติเข้าไปขยายธุรกิจห้างสรรพสินค้า เช่น Lotte Mall จากประเทศเกาหลี และ AEON Mall จากประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น นอกจากนี้ก็มีการเปิดตัว shopping mall แห่งแรกในกรุงพนมเปญในเดือนกรกฎาคมนี้ โดยการร่วมลงทุนกับ Major Cineplex ซึ่งจะส่งผลให้ยอดขายบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มและสินค้าที่เกี่ยวข้องกับโรงภาพยนตร์เติบโตเช่นกัน

ส่วนผลิตภัณฑ์ประเภทบรรจุภัณฑ์อาหาร คาดว่ายอดขายจะเติบโตสูงขึ้นเช่นกัน ในไตรมาส 2 ปี พ.ศ. 2557 จากยอดขายของผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์อาหารที่มีหลากหลายแบรนด์ โดยใช้นวัตกรรมการผลิตที่เรียกว่า IML (In Mould Label) เพิ่มขึ้น เนื่องจากมีภาพยนตร์ยอดนิยมเข้าฉายหลายเรื่อง เช่น Captain America, Amazing Spiderman 2 และ Transformers 4 เป็นต้น ส่งผลให้ยอดขายบรรจุภัณฑ์อาหารที่ใช้ในโรงภาพยนตร์เพิ่มขึ้น อีกทั้งความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นในช่วง high season นี้ รวมถึงการขยายตัวของธุรกิจโรงภาพยนตร์ในประเทศเวียดนาม ก็ส่งผลให้ยอดขายบรรจุภัณฑ์อาหาร ในส่วนของผลิตภัณฑ์ IML เพิ่มขึ้นเช่นกัน

3) สายธุรกิจซื้อไปและขายแม่พิมพ์

สำหรับสายธุรกิจซื้อไปและขายแม่พิมพ์ ในไตรมาส 2 ปี พ.ศ. 2557 คาดว่ายอดขายจะเติบโตสูงขึ้นอีก โดยเฉพาะธุรกิจเครื่องใช้พลาสติกจะมีการขยายตัวต่อเนื่องจากปีก่อน ตามการเติบโตของกลุ่มธุรกิจกลุ่มใหม่ทั้งภาคกลาง ภาคใต้ และภาคเหนือ และบริษัทมีกลยุทธ์ในการเปิดตลาดในกลุ่มประเทศ AEC คือ กัมพูชา และมาเลเซีย สำหรับผลิตภัณฑ์นวัตกรรมด้านการเกษตร จากสินค้าเกษตรอินทรีย์ ที่ปัจจุบันมีเพียงผู้ขายรายเดียว คือ เอสเนเจอร์ ซึ่งได้รับการตอบรับจากนักธุรกิจเป็นอย่างดี การขยายตลาดจะทำให้สามารถเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าได้อย่างมาก และผลิตภัณฑ์นวัตกรรมสุขภาพมีการวางตลาดสินค้าใหม่ ซึ่ง ได้รับความนิยมนิยมในหมู่วัยรุ่น และกลุ่มคนรักสุขภาพ นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ลงนามสัญญาเพื่อเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศในประเทศไทย ซึ่ง คาดว่าจะมียอดขายสินค้าทันทีหลังการวางตลาดในไตรมาส 2 ปี พ.ศ. 2557 นี้

8. เหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2557

ในไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2557 กลุ่มบริษัท ไม่มีนโยบายการบัญชีใหม่เพิ่มเติมจากปีก่อน แต่มีเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นจากการลงทุนใหม่ การเปลี่ยนแปลงในเงินลงทุนต่างๆ และแผนการลงทุนในอนาคต ดังนี้

1) การลงทุนในบริษัทย่อย

- Srithai Superware Manufacturing Private Limited

ในระหว่างไตรมาสที่ 1 พ.ศ.2557 Srithai Superware Manufacturing Private Limited ซึ่งเป็นบริษัทย่อยได้จดทะเบียนเพิ่มทุนจาก 120 ล้านบาท เป็น 240 ล้านบาท ตามมติของคณะกรรมการของบริษัทย่อย และเมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์

พ.ศ. 2557 บริษัทได้จ่ายชำระค่าหุ้นเพิ่มทุนในบริษัทย่อยดังกล่าวบางส่วน เป็นจำนวนเงิน 49.90 ล้านบาทหรือเทียบเท่ากับ 26.42 ล้านบาท ตามสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 100

2) บริษัทร่วมที่จัดตั้งขึ้นใหม่

เมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2557 คณะกรรมการบริษัท ศรีไทย ชันโค จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทร่วมได้มีมติอนุมัติให้จัดตั้งบริษัท Sanko Srihai (Malaysia) SDN. BHD. ในประเทศมาเลเซีย เพื่อดำเนินธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์พลาสติก โดยมีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 500,000 ริงกิตมาเลเซีย โดยบริษัทร่วมดังกล่าวถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 100 บริษัทร่วมได้จดทะเบียนจัดตั้ง Sanko Srihai (Malaysia) SDN. BHD. เมื่อวันที่ 14 มีนาคม พ.ศ. 2557

3) การจ่ายเงินปันผล

ตารางที่ 8 สรุปเงินปันผลจ่ายในไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2557 และภายหลังวันที่ในงบการเงิน

ชื่อบริษัท	ร้อยละการถือหุ้น	อัตราเงินปันผลต่อหุ้น	จำนวนเงินที่จ่ายทั้งสิ้น
บริษัท ศรีไทยซูเปอร์แวร์ จำกัด (มหาชน)	-	1.00 บาท	270.99 ล้านบาท (มติอนุมัติให้จ่ายเมื่อ 29 เมษายน พ.ศ. 2557 กำหนดจ่าย 27 พฤษภาคม พ.ศ. 2557)
บริษัทย่อย			
- บริษัท ศรีไทยโมลด์ส จำกัด	71.00	5.00 บาท	5.00 ล้านบาท (มติอนุมัติให้จ่ายเมื่อ 31 มีนาคม พ.ศ. 2557)
- บริษัท โคราซ ไทย เทค จำกัด	100.00	23.00 บาท	69.00 ล้านบาท (มติอนุมัติให้จ่ายเมื่อ 4 เมษายน พ.ศ. 2557)
- บริษัท ศรีไทย มิกากาวา จำกัด	51.00	34.00 บาท	40.80 ล้านบาท (มติอนุมัติให้จ่ายเมื่อ 24 เมษายน พ.ศ. 2557)

9. เหตุการณ์ภายหลังวันที่ในงบการเงิน

1) การเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้น

ในการประชุมใหญ่สามัญผู้ถือหุ้นประจำปีของบริษัท เมื่อวันที่ 29 เมษายน พ.ศ. 2557 ที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้มีมติอนุมัติการเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จากเดิมหุ้นละ 10 บาท เป็นมูลค่าหุ้นละ 1 บาท และจำนวนหุ้นสามัญที่ออกและเรียกชำระแล้วจากเดิม 270,990,480 หุ้น เป็น 2,709,904,800 หุ้น บริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวกับกระทรวงพาณิชย์แล้วเมื่อวันที่ 8 พฤษภาคม พ.ศ. 2557

2) การลงทุนเพิ่มในบริษัทย่อย

เมื่อวันที่ 29 เมษายน พ.ศ. 2557 บริษัทได้จ่ายชำระค่าหุ้นเพิ่มทุนใน Srihai Superware Manufacturing Private Limited ซึ่งเป็นบริษัทย่อยเพิ่มเติม เป็นจำนวนเงิน 80 ล้านบาทหรือเทียบเท่ากับ 42.74 ล้านบาท รวมเป็นเงินทุนจดทะเบียนของบริษัทย่อยจำนวน 240 ล้านบาท หรือเทียบเท่ากับ 131.92 ล้านบาท

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นายปรัช ผลิตนิเวศ)

กรรมการ