

ที่ SITHAI-0501/58

15 พฤษภาคม พ.ศ. 2558

เรื่อง คำชี้แจงข้อมูลทางการเงินของไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2558

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตามที่บริษัทฯ ได้จัดส่งข้อมูลทางการเงินไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2558 ที่ได้รับการสอบทานโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ซึ่งผ่านการพิจารณาของคณะกรรมการตรวจสอบและอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัทเมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม พ.ศ. 2558 นั้น

บริษัทฯ ขอชี้แจงผลการดำเนินงานโดยสังเขป ดังต่อไปนี้

1. ภาพรวมผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อย

ในไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2558 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีรายได้รวมเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 1.01 อัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 19.58 เป็นร้อยละ 20.84 ของยอดขาย โดยมีกำไรสุทธิสำหรับงวดจำนวน 119.54 ล้านบาท ซึ่งเป็นกำไรสุทธิเฉพาะส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทใหญ่จำนวน 112.61 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2557 จำนวน 7.31 ล้านบาท หรือร้อยละ 6.94 โดยมีกำไรต่อหุ้น 0.04 บาท เท่ากับไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2557 และไม่มีรายการที่มีได้เกิดขึ้นเป็นประจำที่มีสาระสำคัญต่องบการเงินในไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2558

ตารางที่ 1 ภาพรวม

งบกำไรขาดทุน (บางส่วน)

หน่วย : ล้านบาท

รายละเอียด	ไตรมาส 1 พ.ศ. 2558	ไตรมาส 1 พ.ศ. 2557	เปลี่ยนแปลงจากไตรมาส 1 พ.ศ.2557	
			จำนวนเงิน เพิ่มขึ้น(ลดลง)	% +(-)
ยอดขายรวม	2,260.25	2,237.59	22.66	1.01%
กำไรขั้นต้น (%)	20.84%	19.58%	1.26%	6.44%
EBIT (กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี)	176.85	165.79	11.06	6.67%
กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่	112.61	105.30	7.31	6.94%
% กำไรสุทธิต่อยอดขาย	4.98%	4.71%	0.27%	5.73%
กำไรต่อหุ้น (บาท)	0.04	0.04	-	-

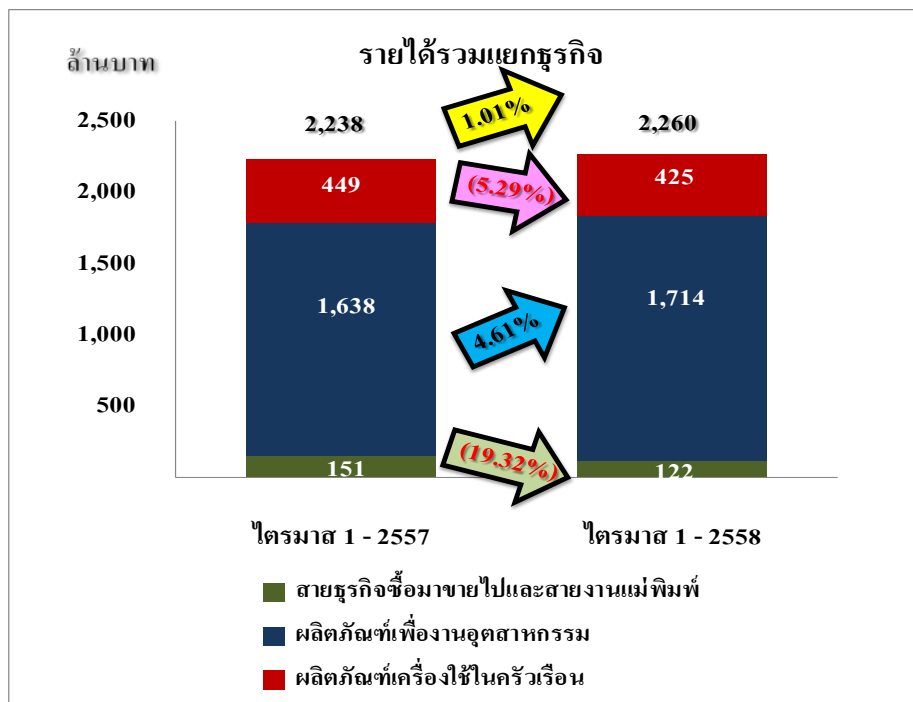
2. วิเคราะห์ผลการดำเนินงานของไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2558

2.1 รายได้รวมแยกตามประเภทธุรกิจ

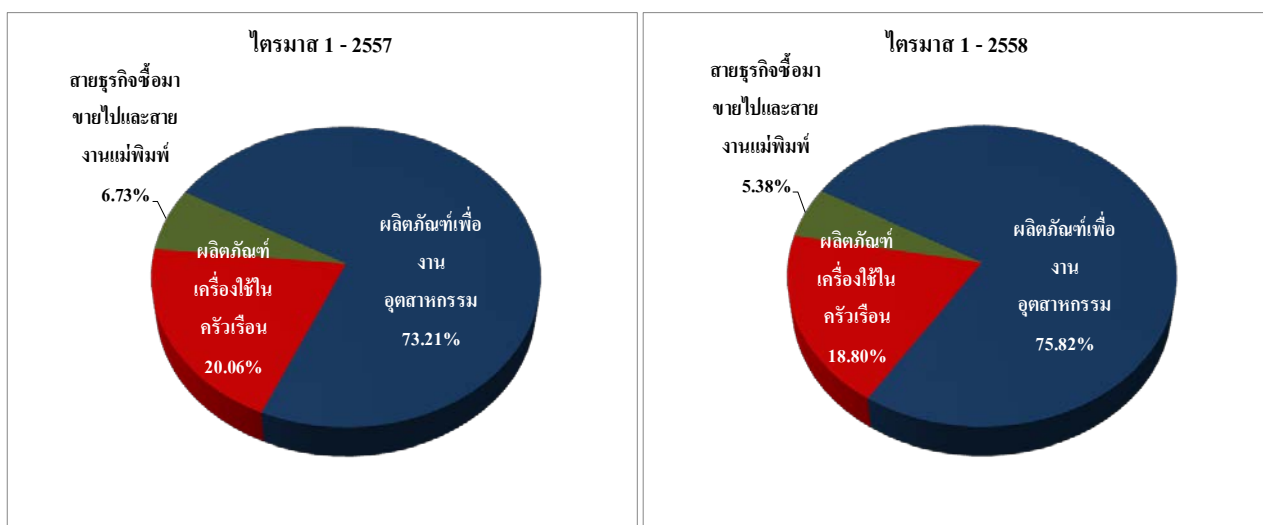
ตารางที่ 2 รายได้รวมแยกตามประเภทธุรกิจ

หน่วย : ล้านบาท

รายละเอียด	ไตรมาส 1 พ.ศ. 2558		ไตรมาส 1 พ.ศ. 2557		เปลี่ยนแปลงจากไตรมาส 1 พ.ศ.2557	
	จำนวนเงิน	สัดส่วน ยอดขาย	จำนวนเงิน	สัดส่วน ยอดขาย	จำนวนเงิน เพิ่มขึ้น(ลดลง)	% +(-)
สายธุรกิจพลาสติก	2,138.68	94.62%	2,086.90	93.27%	51.78	2.48%
ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน	424.96	18.80%	448.71	20.06%	(23.75)	(5.29%)
ผลิตในประเทศ	393.37	17.40%	429.62	19.20%	(36.25)	(8.44%)
ผลิตต่างประเทศ	31.59	1.40%	19.09	0.85%	12.50	65.48%
ผลิตภัณฑ์เพื่องานอุตสาหกรรม	1,713.72	75.82%	1,638.19	73.21%	75.53	4.61%
ผลิตในประเทศ	1,382.04	61.15%	1,353.79	60.50%	28.25	2.09%
ผลิตต่างประเทศ	331.68	14.67%	284.40	12.71%	47.28	16.62%
สายธุรกิจซื้อขายไปและสายงานแม่พิมพ์	121.57	5.38%	150.69	6.73%	(29.12)	(19.32%)
รวม	2,260.25	100.00%	2,237.59	100.00%	22.66	1.01%



สัดส่วนรายได้แยกธุรกิจ



สัดส่วนรายได้ของสายธุรกิจพลาสติกเปรียบเทียบไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2558 กับไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2557 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 93.27 เป็นร้อยละ 94.62 ประกอบด้วย กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่องานอุตสาหกรรมสูงขึ้นจากร้อยละ 73.21 เป็นร้อยละ 75.82 แต่กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือนลดลงจากร้อยละ 20.06 เป็นร้อยละ 18.80 ส่วนสายธุรกิจซื้อมาขายไปและสายงานแม่พิมพ์ลดลงจากร้อยละ 6.73 เป็นร้อยละ 5.38

1) ผลกระทบเครื่องใช้ในครัวเรือน

ยอดขายกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือนลดลงในไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2558 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนจำนวน 23.75 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.29 เนื่องจากยอดขายในประเทศที่ลดลงจากช่องทางธุรกิจขายตรง โดยมีสาเหตุจากภาวะหนี้ครัวเรือนยังอยู่ในระดับสูง รายได้ภาคเกษตรที่ตกต่ำ กำลังซื้อที่หดตัว ส่งผลให้ประชาชนระมัดระวังการใช้จ่าย ทำให้ความต้องการซื้อสินค้าของบริษัทลดลง ทั้งนี้รายได้ที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่เป็นยอดขายจากสินค้าใหม่

นอกจากนี้ ยอดขายส่งออกก็ลดลงจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากภาคการส่งออกได้รับแรงกดดันจากราคาสินค้าโภคภัณฑ์โลกที่ลดลงตามราคาน้ำมันดิบ อุปสงค์ของประเทศคู่ค้าชะลอตัวตามเศรษฐกิจโลก โดยตลาดลูกค้าของบริษัทที่ลดลง ได้แก่

- ตลาดญี่ปุ่น เนื่องจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ค่าเงินเยนอ่อนค่าลงอย่างมาก ทำให้สินค้านำเข้ามีราคาสูงขึ้น
- ตลาดตะวันออกกลาง เนื่องจากความไม่มั่นใจในสถานการณ์เศรษฐกิจโลก จากราคาน้ำมันที่ลดลงอย่างมาก ในไตรมาสแรก ทำให้ลูกค้าชะลอการนำเข้าสินค้าเพื่อรอคู่สถานการณ์เศรษฐกิจ และ
- ตลาดแอฟริกา เนื่องจากเศรษฐกิจที่ตกต่ำอย่างมาก จากการระบาดของเชื้อไวรัสอีโบล่า (Ebola) ปัญหาการก่อการร้ายและความไม่สงบทางการเมืองของกลุ่มแอฟริกาเหนือ ทำให้ลูกค้าสั่งซื้อลดลง

บริษัทย่อยในต่างประเทศ คือ Srithai (Vietnam) Company Limited มียอดขายเพิ่มขึ้น เนื่องจากการปรับกลยุทธ์ทางการตลาด โดยการหาตลาดลูกค้าใหม่ภายในประเทศมากขึ้น ส่งผลให้จำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเน้นการขายสินค้าตรงกับลูกค้า โดยไม่ผ่านตัวแทนขาย นอกจากนี้รายได้จากการจัดงานมหกรรมลดราคาสินค้าและงานออกร้านแสดงสินค้าก็สูงขึ้น ตามการเติบโตของเศรษฐกิจประเทศเวียดนาม ทำให้ผู้บริโภคมีการใช้จ่ายใช้สอยเพิ่มขึ้น อีกทั้งตลาดกลุ่ม AEC เป็นตลาดที่มีศักยภาพและกำลังซื้อสูง

2) ผลกระทบเพื่องานอุตสาหกรรม

ยอดขายกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่องานอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นจำนวน 75.53 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.61 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากยอดขายงานชิ้นส่วนรถยนต์ของบริษัทย่อยที่เพิ่มขึ้นมาก จากการปรับโฉมรถยนต์รุ่นใหม่ ซึ่งเริ่มมีคำสั่งซื้อเข้ามาตั้งแต่ช่วงปลายปีก่อน

ยอดขายบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2558 กับไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2557 มาจากยอดขายเป่าขวด (Blowing) ที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากปีก่อนเพิ่งเริ่มติดตั้งเครื่องจักร ทำให้ใช้กำลังการผลิตเพียง 1 ใน 4 ในขณะที่ปี

นี้ใช้กำลังการผลิตเต็มที่ ยอดขายฝา (Closure) เพิ่มขึ้น จากการทำการส่งเสริมการขายให้ลูกค้าผู้ผลิตน้ำอัดลมรายใหญ่ในปีนี้ ในขณะที่ยอดขายขวดกึ่งสำเร็จรูป (Preform) ลดลง จากยอดคำสั่งซื้อของลูกค้าต่างประเทศที่ลดลง และลูกค้าบางรายสามารถผลิต Preform บางขนาดได้เอง

ยอดขายบรรจุภัณฑ์อาหารเพิ่มขึ้นเล็กน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน มาจากยอดขายที่เพิ่มขึ้นของผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์อาหารที่มีฉลากติดบนภาชนะ โดยใช้นวัตกรรมการผลิตที่เรียกว่า IML (In Mould Labeling) เนื่องจากลูกค้าโรงพยาบาลและร้านค้าสะดวกซื้อขยายสาขาเพิ่ม

ยอดขายผลิตภัณฑ์เพื่องานอุตสาหกรรมในกลุ่มอื่นๆ โดยรวมลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากลูกค้าชะลอการสั่งซื้อ หรือแบ่งคำสั่งซื้อให้ผู้ผลิตรายอื่นเพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยง โดยเฉพาะสินค้าลังเปล่า และพาเลท และการไม่มีงบประมาณจากภาครัฐ ก็ส่งผลกระทบต่อสินค้าหลายกลุ่ม โดยเฉพาะถังขยะและเฟอร์นิเจอร์

บริษัทย่อยในต่างประเทศ คือ Srithai (Vietnam) Company Limited มียอดขายเพิ่มขึ้น จากยอดขายบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่ม เนื่องจากคำสั่งซื้อจากลูกค้าผู้ผลิตน้ำอัดลมรายใหญ่เพิ่มขึ้น และจำนวนลูกค้ามากขึ้น รวมถึงการเติบโตของเศรษฐกิจในประเทศเวียดนาม ผู้บริโภคจึงมีกำลังในการใช้จ่ายใช้สอย นอกจากนี้ธุรกิจโรงพยาบาลในประเทศไทยเวียดนามที่ขยายตัว ส่งผลให้ยอดขายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับโรงพยาบาลมีโอกาสดีขึ้น และช่วยกระตุ้นยอดขายของผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์อาหารที่มีฉลากติดบนภาชนะ IML

3) สายธุรกิจซื้อมาขายไปและสาขางานแม่พิมพ์

ยอดขายกลุ่มธุรกิจซื้อมาขายไปและสาขางานแม่พิมพ์ลดลงในไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2558 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนจำนวน 29.12 ล้านบาท หรือร้อยละ 19.32 มาจากการลดลงของยอดขายของสายธุรกิจซื้อมาขายไป เนื่องจากปัจจัยลบทางด้านเศรษฐกิจของตลาดสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งโดยรวมภาระหนี้ครัวเรือนยังอยู่ในระดับสูง รายได้ภาคเกษตรตกต่ำ และกำลังซื้อภาคครัวเรือนที่ยังคงหดตัว ส่งผลให้ประชาชนระมัดระวังการใช้จ่าย ทำให้ความต้องการซื้อสินค้าของบริษัทลดลง

ยอดขายของธุรกิจสาขางานแม่พิมพ์ของบริษัทลดลง เนื่องจากนโยบายของบริษัทที่ยกเลิกการผลิตสินค้าตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 แต่ในไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2557 ยังคงมีรับงานผลิตชิ้นส่วนยานยนต์และขายแม่พิมพ์ให้กับลูกค้าบางราย

2.2 กำไรขั้นต้น

ตารางที่ 3 กำไรขั้นต้น

หน่วย : ล้านบาท

รายละเอียด	ไตรมาส 1 พ.ศ. 2558		ไตรมาส 1 พ.ศ. 2557		เปลี่ยนแปลงจากไตรมาส 1 พ.ศ.2557	
	จำนวนเงิน	% ต่อ ยอดขาย	จำนวนเงิน	% ต่อ ยอดขาย	จำนวนเงิน เพิ่มขึ้น(ลดลง)	% +(-)
กำไรขั้นต้นตามส่วนงาน						
สายธุรกิจพลาสติก	419.85	19.63%	363.55	17.42%	56.30	15.49%
ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน	133.34	31.38%	139.33	31.05%	(5.99)	(4.30%)
ผลิตภัณฑ์เพื่อการอุปโภคบริโภค	286.51	16.72%	224.22	13.69%	62.29	27.78%
สายธุรกิจซื้อขายไปและขายมาแม่พิมพ์	51.12	42.05%	74.51	49.45%	(23.39)	(31.39%)
รวม	470.97	20.84%	438.06	19.58%	32.91	7.51%

กำไรขั้นต้นแยกตามส่วนงานของไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2558 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน เพิ่มขึ้น 32.91 ล้านบาท หรือร้อยละ 7.51 ดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน

กำไรขั้นต้นของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือนลดลงจำนวน 5.99 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน แต่อัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 31.05 เป็นร้อยละ 31.38 เนื่องจากมาตรการลดต้นทุนการผลิต

ขณะที่อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทย่อยในต่างประเทศ คือ Srithai (Vietnam) Company Limited ลดลง เนื่องจากการเพิ่มจำนวนเครื่องจักรมากขึ้นเพื่อรองรับการดำเนินการธุรกิจในอนาคต ซึ่งปัจจุบันยังใช้กำลังการผลิตไม่เต็มที่ ส่งผลให้ต้นทุนต่อหน่วยเพิ่มขึ้น ประกอบกับการเพิ่มขึ้นของยอดขายจากการจัดงานมหกรรม การจัดแสดงสินค้า และการทำ Fighting Brand ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นต่ำจากการให้ส่วนลด

2) ผลิตภัณฑ์เพื่อการอุปโภคบริโภค

กำไรขั้นต้นของกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อการอุปโภคบริโภคเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน จำนวน 62.29 ล้านบาท โดยอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 13.69 เป็นร้อยละ 16.72 เนื่องจากวัตถุดิบหลักคือ เม็ดพลาสติกเกรดลดลงตามราคาน้ำมันที่ลดลง นอกจากนี้ ยอดขายผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มก็เพิ่มขึ้นอย่างมาก

ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทำให้ใช้กำลังการผลิตอย่างเต็มที่ ส่งผลให้ต้นทุนต่อหน่วยลดลง อัตรากำไรขั้นต้นจึงเพิ่มขึ้น

3) สายธุรกิจซื้อมาขายไปและสายงานแม่พิมพ์

กำไรขั้นต้นของสายธุรกิจซื้อมาขายไปและสายงานแม่พิมพ์ลดลงจำนวน 23.39 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยอัตรากำไรขั้นต้นลดลงจากร้อยละ 49.45 เป็นร้อยละ 42.05 เนื่องจากการลดลงของยอดขายในสายธุรกิจซื้อมาขายไป ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นสูง และการลดลงของยอดขายในสายงานแม่พิมพ์ของบริษัทฯ ตามนโยบายการลดการผลิตและขายสินค้ากลุ่มชิ้นส่วนยานยนต์

2.3 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ตารางที่ 4 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

หน่วย : ล้านบาท

รายละเอียด	ไตรมาส 1 พ.ศ. 2558		ไตรมาส 1 พ.ศ. 2557		เปลี่ยนแปลงจากไตรมาส 1 พ.ศ.2557	
	จำนวนเงิน	% ต่อ ยอดขาย	จำนวนเงิน	% ต่อ ยอดขาย	จำนวนเงิน เพิ่มขึ้น(ลดลง)	% +(-)
ค่าใช้จ่ายขายและบริหารตามส่วนงาน						
สายธุรกิจพลาสติก	257.53	12.04%	240.07	11.50%	17.46	7.27%
ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน	111.97	26.35%	102.94	22.94%	9.03	8.77%
ผลิตภัณฑ์เพื่องานอุตสาหกรรม	145.56	8.49%	137.13	8.37%	8.43	6.15%
สายธุรกิจซื้อมาขายไปและสายงานแม่พิมพ์	62.26	51.21%	61.04	40.51%	1.22	2.00%
รวม	319.79	14.15%	301.11	13.46%	18.68	6.20%

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารแยกตามส่วนงานของไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2558 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน เพิ่มขึ้น 18.68 ล้านบาท หรือร้อยละ 6.20 ดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือนเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.77 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน จากค่านายหน้า ค่าโฆษณา ค่าส่งเสริมการขายของยอดขายส่งออกที่เพิ่มขึ้น

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารของบริษัทย่อยในต่างประเทศ คือ Srithai (Vietnam) Company Limited เพิ่มขึ้น เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการออกร้านจัดงานแสดงสินค้าเพื่อกระตุ้นยอดขาย

2) ผลិតภัณฑ์เพื่องานอุตสาหกรรม

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารของกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่องานอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.15 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ตามยอดขายที่เพิ่มขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่คือค่าขนส่ง โดยเฉพาะในประเทศเวียดนามที่มีลูกค้าใหม่ และลูกค้าหลักอยู่ทางตอนเหนือของประเทศ

3) สายธุรกิจซื้อมาขายไปและสายงานแม่พิมพ์

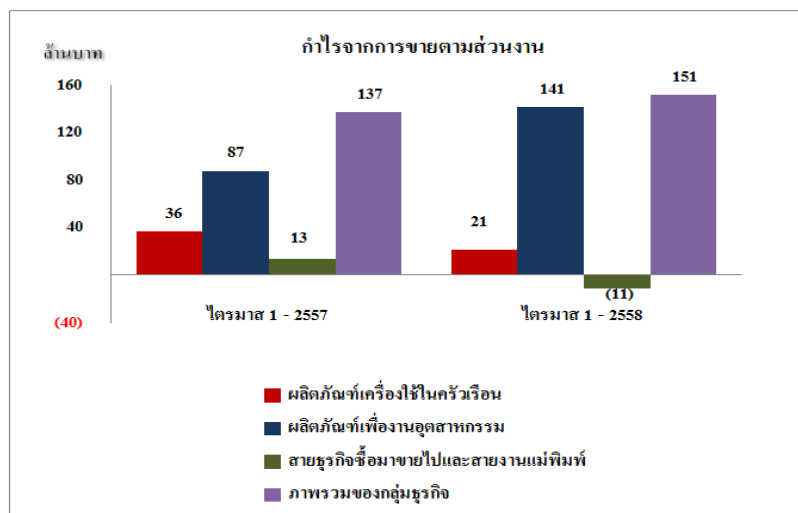
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารของกลุ่มสายธุรกิจซื้อมาขายไปและสายงานแม่พิมพ์เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.00 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน มาจากค่าเช่าสำนักงานที่เพิ่มขึ้นจากการขยายพื้นที่เพื่อรองรับการขายตัวของธุรกิจและจำนวนสมาชิกที่เพิ่มขึ้นของสายธุรกิจซื้อมาขายไป

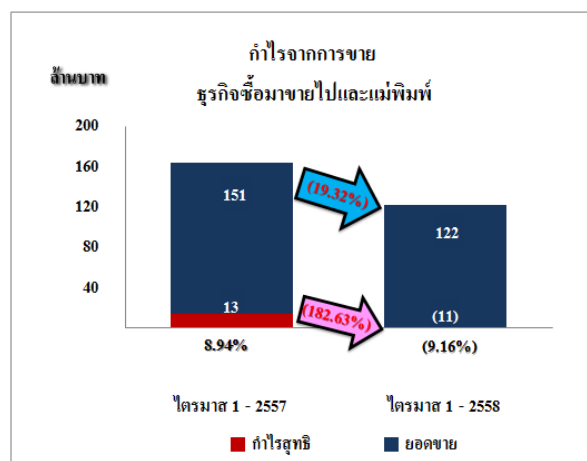
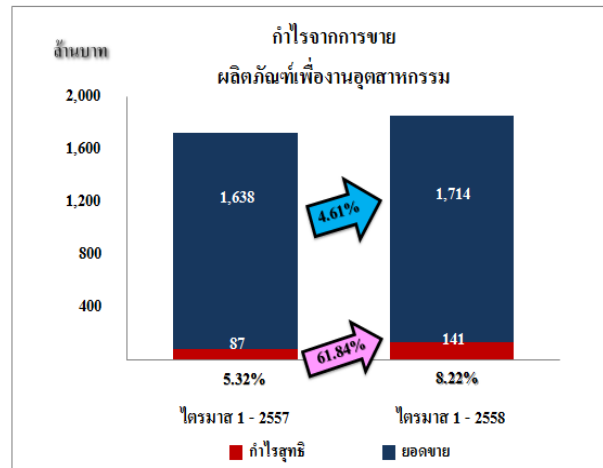
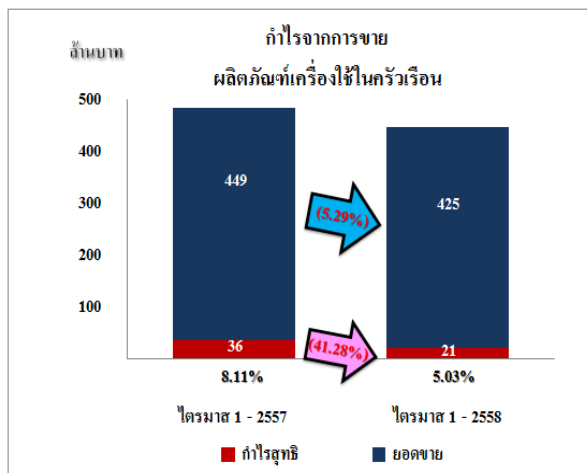
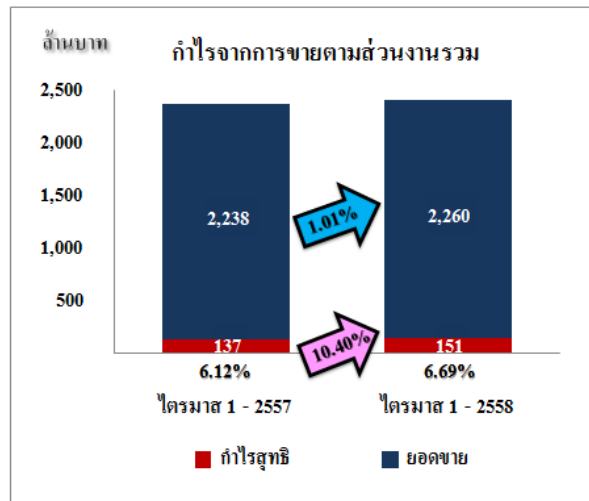
2.4 กำไรจากการขายตามส่วนงาน

ตารางที่ 5 กำไรจากการขายตามส่วนงาน

หน่วย : ล้านบาท

รายละเอียด	ไตรมาส 1 พ.ศ. 2558		ไตรมาส 1 พ.ศ. 2557		เปลี่ยนแปลงจากไตรมาส 1 พ.ศ.2557	
	จำนวนเงิน	% ต่อ ยอดขาย	จำนวนเงิน	% ต่อ ยอดขาย	จำนวนเงิน เพิ่มขึ้น(ลดลง)	% +(-)
กำไรจากการขายตามส่วนงาน						
สายธุรกิจพลาสติก	162.32	7.59%	123.48	5.92%	38.84	31.45%
ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน	21.37	5.03%	36.39	8.11%	(15.02)	(41.28%)
ผลิตภัณฑ์เพื่องานอุตสาหกรรม	140.95	8.22%	87.09	5.32%	53.86	61.84%
สายธุรกิจซื้อมาขายไปและสายงานแม่พิมพ์	(11.13)	(9.16%)	13.47	8.94%	(24.60)	(182.63%)
รวม	151.19	6.69%	136.95	6.12%	14.24	10.40%





กำไรจากการขายตามส่วนงานของไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2558 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน เพิ่มขึ้น 14.24 ล้านบาท หรือร้อยละ 10.40 ดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน

กำไรจากการขายของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือนลดลงร้อยละ 41.28 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และอัตรากำไรต่อยอดขายลดลงจากร้อยละ 8.11 เป็นร้อยละ 5.03 เนื่องจากยอดขายรวมของธุรกิจลดลงทั้งยอดขายในประเทศและต่างประเทศ แม้ว่ากำไรขั้นต้นลดลงจากการให้ส่วนลด แต่ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารส่วนหนึ่งเป็นค่าใช้จ่ายคงที่ที่ไม่ได้ลดลง

2) ผลิตภัณฑ์เพื่อการนันทนาการ

กำไรจากการขายของกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อการนันทนาการเพิ่มขึ้นร้อยละ 61.84 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และอัตรากำไรต่อยอดขายเพิ่มขึ้นจากปีก่อนจากร้อยละ 5.32 เป็นร้อยละ 8.22 เนื่องจากยอดขายที่เพิ่มขึ้นและจำนวนกำไรขั้นต้นที่สูงขึ้นอย่างมาก นอกจากนี้ ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารก็เพิ่มขึ้นในจำนวนและอัตราที่น้อยกว่ากำไรขั้นต้นที่เพิ่มขึ้น

3) สายธุรกิจซื้อมาขายไปและสายงานแม่พิมพ์

กำไรจากสายธุรกิจซื้อมาขายไปและสายงานแม่พิมพ์ลดลงร้อยละ 182.63 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และอัตรากำไรต่อยอดขายลดลงจากปีก่อนจากร้อยละ 8.94 เป็นขาดทุนร้อยละ 9.16 เนื่องจากการลดลงของยอดขายและกำไรขั้นต้นของทั้งสายธุรกิจซื้อมาขายไปและสายงานแม่พิมพ์ ขณะที่ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารของสายธุรกิจซื้อมาขายไปเพิ่มขึ้นเพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขาย

3. วิเคราะห์ฐานะการเงินรวม

ตารางที่ 6 งบแสดงฐานะการเงินรวม (บางส่วน)

หน่วย : ล้านบาท

รายละเอียด	31 มีนาคม พ.ศ. 2558	31 ธันวาคม พ.ศ. 2557	เปลี่ยนแปลงจาก 31 ธันวาคม พ.ศ. 2557	
	จำนวนเงิน	จำนวนเงิน	จำนวนเงิน เพิ่มขึ้น (ลดลง)	% +(-)
ลูกหนี้การค้า-สุทธิ	2,001.75	1,992.36	9.39	0.47%
สินค้าคงเหลือ-สุทธิ	1,689.62	1,599.49	90.13	5.63%
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์-สุทธิ	5,416.57	5,373.05	43.52	0.81%
รวมสินทรัพย์ *	10,754.38	10,516.04	238.34	2.27%
เงินเบิกเกินบัญชีธนาคารและเงินกู้ยืมระยะสั้น	897.98	1,452.30	(554.32)	(38.17%)
เจ้าหนี้การค้า	1,054.74	968.42	86.32	8.91%
เงินกู้ยืมระยะยาว	3,149.58	2,575.10	574.48	22.31%
ภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน	303.67	296.57	7.10	2.39%
รวมหนี้สิน *	5,867.61	5,783.93	83.68	1.45%
กำไรสะสม-ยังไม่ได้จัดสรร	1,787.40	1,674.79	112.61	6.72%
ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	232.77	225.67	7.10	3.15%
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น *	4,886.77	4,732.11	154.66	3.27%

หมายเหตุ : * ผลรวมทั้งหมดจากงบแสดงฐานะการเงินรวม

ณ 31 มีนาคม พ.ศ. 2558 ฐานะการเงินรวมที่เปลี่ยนแปลงอย่างมีสาระสำคัญเมื่อเปรียบเทียบกับ ณ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2557 ประกอบด้วย

- ลูกหนี้การค้าเพิ่มขึ้น ตามการขายตัวของยอดขายโดยเฉพาะจากผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มของบริษัทย่อยในประเทศเวียดนาม เนื่องจากยอดคำสั่งซื้อของผู้ผลิตน้ำอัดลมรายใหญ่เพิ่มขึ้น และมีลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้น ประกอบกับยอดลูกหนี้จากผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือนของบริษัทย่อยเพิ่มขึ้น ตลอดจนมีลูกหนี้ค้างชำระเกินกำหนดส่วนหนึ่ง
- สินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้นจากสินค้าสำเร็จรูปของกลุ่มผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์เครื่องดื่ม เพื่อรองรับคำสั่งซื้อของลูกค้าผู้ผลิตน้ำอัดลมรายใหญ่ในช่วงไตรมาส 2 ปี พ.ศ. 2558 ซึ่งเป็นช่วง high season และสินค้าสำเร็จรูป

ของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน เพื่อรองรับคำสั่งซื้อในช่วงเทศกาลถือศีลคอดของชาวมุสลิมจากลูกค้าในกลุ่มตะวันออกกลาง ซึ่งปีนี้จะเริ่มเร็วกว่าปีก่อน

- ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ เพิ่มขึ้นจากการลงทุนในโรงงานใหม่ที่ประเทศอินเดียและเวียดนาม และการจัดหาสินทรัพย์ประเภทเครื่องจักรเพิ่มเติมระหว่างงวดของกลุ่มบริษัท สุทธิด้วยค่าเสื่อมราคาและการจำหน่ายระหว่างปี
- เงินเบิกเกินบัญชีธนาคารและเงินกู้ยืมระยะสั้นลดลง จากการจ่ายชำระคืนในระหว่างงวด
- เจ้าหนี้การค้าเพิ่มขึ้น เนื่องจากกลุ่มบริษัทมีการสั่งซื้อสำหรับการผลิต เพื่อรองรับการขยายตัวของยอดขายที่เพิ่มขึ้น
- เงินกู้ยืมระยะยาวเพิ่มขึ้นจากการเบิกถอนเงินกู้ระยะยาวระหว่างงวดเพื่อลงทุนจัดหาสินทรัพย์ สุทธิด้วยการจ่ายชำระคืนในระหว่างงวดตามกำหนด
- ภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน เพิ่มขึ้นจากการรับรู้ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงานตามกฎหมายและภาระผูกพันอื่นในระหว่างงวด
- กำไรสะสม-ยังไม่ได้จัดสรร เพิ่มขึ้นจากปีก่อน จำนวน 112.61 ล้านบาท จากการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่สำหรับงวด 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2558
- ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมเพิ่มขึ้นสอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิของบริษัทย่อยจากผลประกอบการ 3 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2558

4. วิเคราะห์สภาพคล่อง

ตารางที่ 7 งบกระแสเงินสดรวม (บางส่วน)

หน่วย : ล้านบาท

รายละเอียด	3 เดือนสิ้นสุด 31-มี.ค.-58	3 เดือนสิ้นสุด 31-มี.ค.-57	เปลี่ยนแปลงจาก งวดปีก่อน
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน	273.41	72.17	201.24
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน	(289.44)	(138.22)	(151.22)
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน	43.50	(74.41)	117.91
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น(ลดลง) สุทธิ	27.47	(140.46)	167.93
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดต้นงวด	472.96	437.12	35.84
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดปลายงวด	500.43	296.66	203.77

ในงวด 3 เดือน ปี พ.ศ. 2558 กลุ่มบริษัทมีกระแสเงินสดรับ/จ่ายที่สำคัญ ดังนี้

- 1) กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน เนื่องจากผลประกอบการ การบริหารจัดการสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงานได้ดีขึ้นกว่างวดเดียวกันของปีก่อน ค่าเสื่อมราคาเพิ่มขึ้นจากการลงทุนในสินทรัพย์ และการจ่ายดอกเบี้ยที่น้อยลง
- 2) กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุนเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ส่วนใหญ่จากการจัดหาสินทรัพย์ถาวร และสิทธิการเช่าของบริษัทย่อยในประเทศอินเดียและเวียดนาม
- 3) กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินเพิ่มขึ้น จากการเบิกถอนเงินกู้ยืมระยะยาวสูงกว่าการจ่ายเงินกู้ยืมระยะยาวที่ครบกำหนด

ณ 31 มีนาคม พ.ศ. 2558 กลุ่มบริษัทยังมีวงเงินสินเชื่อที่ยังไม่ได้เบิกถอน ซึ่งประกอบด้วยเงินเบิกเกินบัญชีเงินกู้ยืมระยะยาว และเงินกู้หมุนเวียน ไม่น้อยกว่า 5 พันล้านบาท ด้วยต้นทุนทางการเงินที่เหมาะสม ตลอดจนอยู่ระหว่างการจัดหาแหล่งเงินทุนเพิ่มเติมที่ช่วยสนับสนุนธุรกิจของกลุ่มบริษัท ทำให้เชื่อมั่นได้ว่ากลุ่มบริษัทมีกระแสเงินสดเพียงพอต่อการดำเนินงาน และลงทุนได้โดยไม่ติดขัด

5. วิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

ตารางที่ 8 อัตราส่วนทางการเงิน (Key Financial Ratio)

รายการ	หน่วย	ไตรมาส 1 พ.ศ. 2558	ไตรมาส 1 พ.ศ. 2557	งวด 12 เดือน พ.ศ. 2557
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Working Capital Ratios)				
1. ระยะเวลาเก็บหนี้จากลูกค้า (Collection Period)	วัน	79.71	77.34	73.56
2. ระยะเวลาของสินค้าคงเหลือ (Inventory Turnover)	วัน	84.99	78.98	73.07
3. ระยะเวลาจ่ายชำระเจ้าหนี้การค้า (Payment Period)	วัน	53.05	44.75	44.24
4. วงจรเงินสด (Cash Cycle)	วัน	111.64	111.58	102.38
อัตราส่วนแสดงความสามารถในการหากำไร (Profitability Ratios)				
5. อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (Return on Equity)	%	2.30	2.23	9.93
6. อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์เพื่อการดำเนินงาน (Return on Operating Assets)	%	2.08	1.99	8.75
อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน (Financial Policy Ratios)				
7. อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity)	เท่า	1.20	1.16	1.22

5.1 อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน

กลุ่มบริษัทมีวงจรเงินสด (Cash Cycle) ไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2558 เท่ากับ 111.64 วัน เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2557 และงวดระยะเวลา 12 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2557 ซึ่งเท่ากับ 111.58 วัน และ 102.38 วัน ตามลำดับ เนื่องจาก

- 1) ระยะเวลาเก็บหนี้จากลูกค้า ไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2558 เท่ากับ 79.71 วัน เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2557 และงวดระยะเวลา 12 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2557 ซึ่งเท่ากับ 77.34 วัน และ 73.56 วัน ตามลำดับ เนื่องจากการขยายตัวของยอดขายผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มของกลุ่มบริษัท การลดลงของยอดขายกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือนที่มีการขายเป็นเงินสด ตลอดจนมีลูกหนี้ค้างชำระนานบางรายที่กลุ่มบริษัทอยู่ระหว่างการติดตามหนี้
- 2) ระยะเวลาของสินค้าคงเหลือ ไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2558 เท่ากับ 84.99 วัน เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2557 และงวดระยะเวลา 12 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2557 ซึ่งเท่ากับ 78.98 วัน และ 73.07 วัน ตามลำดับ เนื่องจากการจัดเก็บวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปเพื่อรองรับปริมาณขายที่เพิ่มขึ้นของกลุ่มผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มและกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือนเพื่อรองรับช่วง High Season และเทศกาลถือศีลออกของลูกค้าตะวันตกกลางในไตรมาส 2
- 3) ระยะเวลาจ่ายชำระเจ้าหนี้การค้า ไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2558 เท่ากับ 53.05 วัน เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2557 และงวดระยะเวลา 12 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2557 ซึ่งเท่ากับ 44.75 วัน และ 44.24 วัน ตามลำดับ เนื่องจากการสั่งซื้อวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้นเพื่อรองรับการขายตัวของยอดขาย และลดการซื้อด้วยเงินสด

5.2 อัตราส่วนแสดงความสามารถในการหากำไร

- อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น ไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2558 เท่ากับร้อยละ 2.30 เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2557 ซึ่งเท่ากับร้อยละ 2.23 ตามผลกำไรที่เพิ่มขึ้น
- อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์เพื่อการดำเนินงาน ไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2558 เท่ากับร้อยละ 2.08 เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2557 ซึ่งเท่ากับร้อยละ 1.99 ตามผลกำไรที่เพิ่มขึ้น และอัตราการใช้สินทรัพย์เพื่อการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้นตามยอดขาย

5.3 อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน

กลุ่มบริษัทมีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2558 เท่ากับ 1.20 เท่า เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2557 ซึ่งเท่ากับ 1.16 เท่า จากการเพิ่มขึ้นของเจ้าหนี้การค้าและการเบิกใช้เงินกู้ยืมระยะยาวในไตรมาส 1 พ.ศ. 2558 แต่ลดลงเมื่อเทียบกับงวดระยะเวลา 12 เดือน สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2557 ซึ่งเท่ากับ 1.22 เท่า จากการจากการเพิ่มขึ้นของกำไรสะสมตามผลประกอบการ

6. การจัดการความเสี่ยง

กลุ่มบริษัทมีแผนการบริหารความเสี่ยงด้านต่างๆอย่างต่อเนื่อง ดังนี้

1) การเคลื่อนไหวของราคารั่ววัตถุดิบ

เนื่องจากต้นทุนวัตถุดิบโดยเฉพาะ เม็ดพลาสติก มีสัดส่วนกว่าร้อยละ 60 ของต้นทุนการผลิต และเป็นสินค้าโภคภัณฑ์ ซึ่งราคาดผันแปรไปตามราคาน้ำมันดิบ บริษัทฯจึงให้ความสำคัญของการจัดซื้อวัตถุดิบเพื่อให้ได้ต้นทุนที่เหมาะสม ซึ่งบริหารงานจัดซื้อโดยกลุ่มผู้บริหารที่เกี่ยวข้องในการติดตามราคารั่ววัตถุดิบจากแหล่งข้อมูลต่างๆ การวางแผนซื้อวัตถุดิบทั้งด้านปริมาณและราคา ตลอดจนการปรับราคาขายสินค้ากับลูกค้าเป็นระยะๆ

2) ค่าจ้างแรงงาน

ต้นทุนค่าแรงเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งในกระบวนการผลิต กลุ่มบริษัทได้ปรับเปลี่ยนชั่วโมงการทำงานของพนักงาน เพื่อลดภาระค่าใช้จ่าย และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน โดยไม่ลดผลผลิต

3) ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

เนื่องจากกลุ่มบริษัทมียอดขายส่งออกเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 20 และมีการนำเข้าวัตถุดิบ เครื่องจักร และอุปกรณ์การผลิตจากต่างประเทศ การบริหารความเสี่ยงที่กลุ่มบริษัทดำเนินการอยู่ เพื่อกระจายความเสี่ยง และลดผลกระทบจากการพึ่งพาเงินสกุลใดสกุลหนึ่งมากเกินไป ดังนี้

- เน้นการขายหรือซื้อสินค้าด้วยสกุลเงินอื่นที่มีโชดอลาร์สหรัฐอเมริกา
- ขายสินค้าเป็นสกุลเงินบาท สำหรับลูกค้าบางประเทศและบางราย
- เปรียบเทียบลูกค้าหลัก ขอปรับราคาขาย เมื่ออัตราแลกเปลี่ยนมีความผันผวนอย่างมีนัยสำคัญ
- ทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า เพื่อลดผลกระทบตามความเหมาะสมและโอกาส
- บริหารกระแสเงินสดรับและจ่ายเงินตราต่างประเทศให้มีความสมดุล (Natural Hedge)

4) การบริหารลูกค้า

กลุ่มบริษัทมีจำนวนลูกค้าน้อยรายสำหรับบางกลุ่มสินค้า จึงได้วางแผนขยายฐานลูกค้าเพิ่มเติม ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อกระจายความเสี่ยง และลดผลกระทบจากการพึ่งพิงลูกค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่งมากเกินไป

5) การลงทุนในต่างประเทศ

กลุ่มบริษัทมีนโยบายบริหารความเสี่ยงของการลงทุนในต่างประเทศ โดยไม่กระจุกตัวในประเทศใดประเทศหนึ่ง หรือกลุ่มสินค้าใดโดยเฉพาะ โดยจะพิจารณาโอกาสทางธุรกิจจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โครงสร้างของต้นทุนทางธุรกิจ กฎหมายและระบบการเงินการธนาคาร และเสถียรภาพทางการเมืองเป็นสำคัญ

6) การบริหารเงินทุน

กลุ่มบริษัทมีการลงทุนขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่องทุกปี ดังนั้นเงินทุนจึงมีความสำคัญ ทั้งแหล่งเงิน ซึ่งมาจากเงินสดจากการดำเนินงาน และเงินกู้จากธนาคารพาณิชย์ รวมถึงต้นทุนทางการเงิน แม้ว่ากลุ่มบริษัทจะพึ่งพาแหล่งเงินกู้จากธนาคารพาณิชย์เท่านั้น แต่ก็มี การกระจายความเสี่ยง ดังนี้

- จัดหาจากธนาคารพาณิชย์ที่หลากหลาย ขึ้นอยู่กับข้อเสนอและเงื่อนไขทางการเงินที่ดีที่สุดในแต่ละช่วงเวลา จัดหาเงินทุน
- อัตราดอกเบี้ยเงินกู้มีทั้งคงที่และลอยตัว
- อัตราดอกเบี้ยลอยตัวก็จะอ้างอิงหลากหลายเกณฑ์
- กู้เป็นสกุลเงินในประเทศเป็นหลัก เพื่อลดความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน และ
- กำหนดเงื่อนไขการกู้โดยไม่ต้องมีหลักประกัน หรือให้การค้ำประกัน ยกเว้นเฉพาะกรณีพิเศษที่มีผลให้ต้นทุนทางการเงินต่ำลง

7. การคาดการณ์ภาพรวมธุรกิจในไตรมาส 2 ปี พ.ศ. 2558

7.1 ผลกระทบต่อเครื่องใช้ในครัวเรือน

ตลาดภายในประเทศ

- คาดว่าจะปรับตัวดีขึ้น โดยบริษัทฯ ยังคงใช้กลยุทธ์เปิดกว้างและสร้างโอกาสในการขายสู่ตลาดธุรกิจ (B2B) การนำสินค้าหลากหลายที่อยู่ในความต้องการของตลาดเพื่อสร้างความน่าสนใจในการสร้างรายได้ให้สมาชิก และการสมัครเข้าเป็นสมาชิกในการทำธุรกิจขายตรง รวมถึงการจัดกิจกรรมรูปแบบใหม่เพื่อสนับสนุนสมาชิกให้สามารถกระตุ้นยอดขาย
- ร้านขายสินค้าจากโรงงาน หรือ Srithai Super Outlet แห่งแรกที่ชลบุรี ซึ่งรวบรวมสินค้าจากโรงงานทั้งของบริษัทฯ และสินค้าจากบริษัทชั้นนำอื่นๆ เริ่มเป็นที่รู้จักของลูกค้าหลากหลาย โดยได้เริ่มเปิดจำหน่ายตั้งแต่ไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2558 ซึ่งจะช่วยเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า และเสริมสร้างการรับรู้ในตราสินค้าของบริษัทฯ ให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น

ตลาดส่งออก

- คาดว่าแนวโน้มการส่งออกสินค้าเมลามีนจะดีขึ้นจากไตรมาสแรก เนื่องจากลูกค้าเริ่มทยอยการสั่งซื้อ หลังจากที่รอดูสถานการณ์เศรษฐกิจ ราคาน้ำมัน และความผันผวนของค่าเงินในช่วงไตรมาสแรก โดยบริษัทฯ จะเน้นตลาด AEC เพื่อรองรับเศรษฐกิจที่ขยายตัวอย่างมาก
- บริษัทฯ จะเริ่มออกสินค้าตัวใหม่ซึ่งเป็นสินค้าเมลามีนที่มีความคล้ายกระเบื้อง (Porceline) สำหรับตลาดยุโรปและอเมริกา โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้า HORECA (Hotel, Restaurant and Catering) ซึ่งมั่นใจว่าจะได้รับการตอบรับอย่างดี เนื่องจากราคาไม่แพงเท่าสินค้าที่เป็นกระเบื้อง (Porcelain) และคงทนกว่า
- คำสั่งซื้อจากลูกค้าตะวันออกกลางจะทยอยมาในช่วงต้นไตรมาส 2 ปี พ.ศ. 2558 เนื่องจากเข้าสู่ช่วงเทศกาลถือศีลของชาวมุสลิม ที่มีความเชื่อว่าจะต้องเปลี่ยนภาชนะ ด้วยชาบบนโต๊ะอาหารก่อนการถือศีล ซึ่งปีนี้จะเริ่มเร็วกว่าปีก่อน โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ 20 เมษายน พ.ศ. 2558 ถึงวันที่ 19 พฤษภาคม พ.ศ. 2558 ประกอบกับบริษัทฯ ได้พัฒนาสินค้าทั้งลวดลายและรูปทรงให้เหมาะสมกับตลาดมุสลิมและได้รับความนิยมนำมาอย่างต่อเนื่อง
- ส่วนบริษัทย่อยที่ตั้งใหม่ในประเทศอินเดียอยู่ระหว่างก่อสร้างโรงงาน คาดว่าจะผลิตสินค้า และเริ่มมียอดขายในไตรมาส 3 ปี พ.ศ. 2558 ซึ่งจะช่วยขยายฐานตลาดทั้ง Direct Sales และ Wholesale ในประเทศอินเดีย และสามารถแข่งขันทางด้านราคาได้ เพราะปัจจุบันต้องนำเข้าสินค้าจากประเทศไทย ทำให้มีภาระภาษีนำเข้าที่สูง กลุ่มบริษัทยังคงเน้นการสร้างตรา Superware และ Ektra ให้ได้รับการยอมรับมากขึ้นในเรื่องของคุณภาพ ความคงทน และความสวยงาม

7.2 ผลิตภัณฑ์เพื่องานอุตสาหกรรม

ผลิตภัณฑ์ประเภทบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่ม

- ในไตรมาส 2 ปี พ.ศ. 2558 คาดว่ายอดขายกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่องานอุตสาหกรรมประเภทบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มจะเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากเป็นช่วง high season และมีเทศกาลสำคัญของไทยคือ เทศกาลสงกรานต์ จึงทำให้ความต้องการในการบริโภคสูงขึ้น
- บริษัทย่อยที่ตั้งใหม่อีก 1 แห่งที่เมืองฮานอย ประเทศเวียดนาม เพื่อเป็นโรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์อยู่ระหว่างก่อสร้างโรงงาน คาดว่าจะเริ่มผลิตและมีรายได้ตั้งแต่ไตรมาส 4 ปี พ.ศ. 2558 ซึ่งจะช่วยขยายกำลังการผลิตให้เพิ่มขึ้น เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจเครื่องดื่ม การเติบโตของเศรษฐกิจในประเทศ การขยายตลาดสู่ทางเหนือของประเทศเวียดนาม รวมถึงช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย และระยะเวลาในการขนส่งสินค้าให้ลูกค้าที่อยู่ตอนเหนือของประเทศ เนื่องจากปัจจุบันต้องส่งสินค้าจากโรงงานของบริษัทที่อยู่ทางตอนใต้

ผลิตภัณฑ์ประเภทบรรจุภัณฑ์อาหาร

- ยอดขายจะเพิ่มสูงขึ้นในไตรมาส 2 ปี พ.ศ. 2558 เนื่องจากบริษัทฯ ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์อาหาร (Food Box) ใหม่ๆ ออกสู่ท้องตลาด เพื่อกระตุ้นยอดขายให้บรรจุภัณฑ์อาหาร ส่วนผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์อาหารที่มีผลล

ติดบนภาชนะ ที่เรียกว่า IML (In Mould Labeling) คาดว่าจะมีลูกค้าใหม่ๆเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะประเทศเวียดนาม ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย เกาหลี และจีน จากกระแสภาพยนตร์ยอดนิยมที่จะเข้าฉายในไตรมาส 2 ปี พ.ศ. 2558

ผลิตภัณฑ์เพื่องานอุตสาหกรรมอื่น

- ในไตรมาส 2 ปี พ.ศ. 2558 คาดว่ายอดขายจะเพิ่มขึ้นจากคำสั่งซื้อที่เลื่อนมาจากไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2558 คำสั่งซื้อลงปลาที่จะได้รับในช่วงปลายไตรมาส 2 ปี พ.ศ. 2558 สินค้าของแถม (Premium) ที่ได้รับคำสั่งซื้อมาตั้งแต่ไตรมาส 1 และยังคงมียอดขายต่อเนื่องในไตรมาส 2 รวมถึงคาดการณ์ว่าภาครัฐจะเริ่มมีงบประมาณจัดซื้อมากขึ้น

7.3 สายธุรกิจซื้อขายไปและสายงานแม่พิมพ์

สายธุรกิจซื้อขายไป

- คาดว่ายอดขายในไตรมาส 2 ปี พ.ศ. 2558 จะเพิ่มขึ้น เนื่องจากในไตรมาส 1 ธุรกิจเครือข่ายศรีไทยเน็ตเวิร์ก (Srithai Network) ได้มีการจัดกิจกรรมทางการตลาดเพิ่มขึ้นเพื่อกระตุ้นคำสั่งซื้อของผู้บริโภค กิจกรรมที่สำคัญ ได้แก่

1. การเปิดตัวผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (Food Matrix) ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหารแบบ Cell Food ที่ผลิตและนำเข้าจากประเทศสหรัฐอเมริกา และได้รับรางวัลประกันคุณภาพระดับโนเบลไพรซ์ (Nobel Prize) โดยบริษัทฯ ได้รับลิขสิทธิ์เป็นผู้นำเข้าและจัดจำหน่าย และสิทธิในการทำการตลาดแต่เพียงผู้เดียวในภูมิภาคเอเชีย คาดว่าจะได้รับความนิยมอย่างมากในหมู่วัยรุ่นและกลุ่มคนรักสุขภาพ และจะเป็นอีกหนึ่งสินค้าหลักในการสร้างการเติบโตด้านยอดขาย ผลกำไร และชื่อเสียงให้บริษัทฯ
2. การสร้างธุรกิจแบบเปิดศูนย์กระจายสินค้ารายย่อย หรือ Mobile โดยเน้นการขายสินค้าให้สมาชิก เพื่อให้สามารถนำไปทำธุรกิจหรือจำหน่าย ซึ่งในไตรมาส 2 จะมีการมุ่งเน้นการจัดการส่งเสริมการขายให้สมาชิกกลุ่มนี้มากขึ้น เพื่อเจาะจงกลุ่มสมาชิกที่เปิด Mobile และสร้างยอดขายให้ธุรกิจอย่างต่อเนื่อง
3. สำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์นวัตกรรมทางการแพทย์ ในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2558 บริษัทฯ ได้ลงนามบันทึกความร่วมมือกับพันธมิตรทางการค้ารายหนึ่ง เพื่อร่วมกันสร้างตราสินค้าเอสแมททริกซ์ให้เป็นแบรนด์ระดับโลก ตลอดจนยอดขายที่ขายเพิ่มขึ้น

สายงานแม่พิมพ์

- คาดว่ายอดขายในไตรมาส 2 ปี พ.ศ. 2558 จะใกล้เคียงกับไตรมาสแรก แม้ว่าจะมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบรถยนต์ใหม่ตั้งแต่ช่วงปลายปีก่อน ทำให้ยังมียอดคำสั่งซื้อที่สูงในช่วงแรก และจะเริ่มคงที่ในช่วงไตรมาส 2 แต่เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจโลกยังชะลอตัวอยู่ โดยเฉพาะเศรษฐกิจยุโรป และญี่ปุ่น จึงอาจส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมยานยนต์เช่นกัน

8. เหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2558

ในไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2558 กลุ่มบริษัทไม่มีนโยบายการบัญชีใหม่เพิ่มเติมจากปีก่อน แต่มีเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นจากการลงทุนใหม่ การเปลี่ยนแปลงในเงินลงทุนต่างๆ และแผนการลงทุนในอนาคต ดังนี้

8.1 การลงทุนในบริษัทย่อย

- Srithai (Vietnam) Company Limited

เมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558 Srithai (Vietnam) Company Limited ซึ่งเป็นบริษัทย่อยได้จดทะเบียนเพิ่มทุนจากเดิม 20.00 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกาเป็น 40.00 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา โดยบริษัทฯจะเป็นผู้ลงทุนในการเพิ่มทุนของบริษัทย่อยทั้งจำนวนตามสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 100.00 ทั้งนี้บริษัทฯได้ชำระค่าหุ้นเพิ่มทุนบริษัทย่อยบางส่วนเป็นจำนวนเงิน 3.00 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา หรือเทียบเท่า 97.95 ล้านบาท เมื่อวันที่ 11 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558

- Srithai Superware Manufacturing Private Limited

เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558 บริษัทฯได้ชำระค่าหุ้นเพิ่มทุนใน Srithai Superware Manufacturing Private Limited ซึ่งเป็นบริษัทย่อยเป็นจำนวนเงิน 100.00 ล้านอินเดียนรูปี หรือเทียบเท่ากับ 52.80 ล้านบาท ตามสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 100.00

8.2 การจ่ายเงินปันผลของบริษัทย่อย

- บริษัท โคราช ไทย เทค จำกัด

ในการประชุมใหญ่สามัญผู้ถือหุ้นประจำปีของบริษัท โคราช ไทย เทค จำกัด เมื่อวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2558 ที่ประชุมได้มีมติให้จ่ายเงินปันผลจากกำไรสุทธิประจำปี พ.ศ. 2557 ของบริษัทย่อย ในอัตราหุ้นละ 20.00 บาท เป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 60.00 ล้านบาท โดยบริษัทฯจะได้รับเงินปันผลเป็นจำนวนเงิน 60.00 ล้านบาท ตามสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 100.00

9. เหตุการณ์ภายหลังวันที่ในงบการเงิน

9.1 การจดทะเบียนเพิ่มทุนในบริษัทย่อย

- Srithai Superware Manufacturing Private Limited

เมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม พ.ศ. 2558 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทได้มีมติอนุมัติการเพิ่มทุนของ Srithai Superware Manufacturing Private Limited ซึ่งเป็นบริษัทย่อย จำนวนรวมไม่เกิน 400.00 ล้านอินเดียนรูปี หรือเทียบเท่า 240.00 ล้านบาท จากเดิมทุนรวมจำนวน 500.00 ล้านอินเดียนรูปี ทำให้ทุนภายหลังการเพิ่มทุนเป็นจำนวนรวมไม่เกิน 900.00 ล้านอินเดียนรูปี และสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทยังคงเท่าเดิมคือ ร้อยละ 100.00 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรองรับแผนงานลงทุนที่เพิ่มขึ้น

9.2 การอนุมัติเงินปันผล

- บริษัทฯ

ในการประชุมใหญ่สามัญผู้ถือหุ้นประจำปีของบริษัทฯเมื่อวันที่ 29 เมษายน พ.ศ. 2558 ที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้มีมติอนุมัติให้จ่ายเงินปันผลจากกำไรสุทธิของบริษัทประจำปี พ.ศ. 2557 ในอัตราหุ้นละ 0.10 บาท เป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 270.99 ล้านบาท และมีกำหนดจ่ายชำระในวันที่ 27 พฤษภาคม พ.ศ. 2558

- บริษัทย่อย - บริษัท ศรีไทย มิยาเกาวา จำกัด

ในการประชุมใหญ่สามัญผู้ถือหุ้นประจำปีของบริษัท ศรีไทย มิยาเกาวา จำกัด เมื่อวันที่ 25 เมษายน พ.ศ. 2558 ที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้มีมติอนุมัติให้จ่ายเงินปันผลจากกำไรสุทธิของบริษัทย่อยประจำปี พ.ศ. 2557 ในอัตราหุ้นละ 17.00 บาท เป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 20.40 ล้านบาท โดยบริษัทฯจะได้รับเงินปันผลเป็นจำนวนเงิน 10.40 ล้านบาท ตามสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 51.00

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นายปรัชญ์ ผลนิเวศ)

กรรมการ