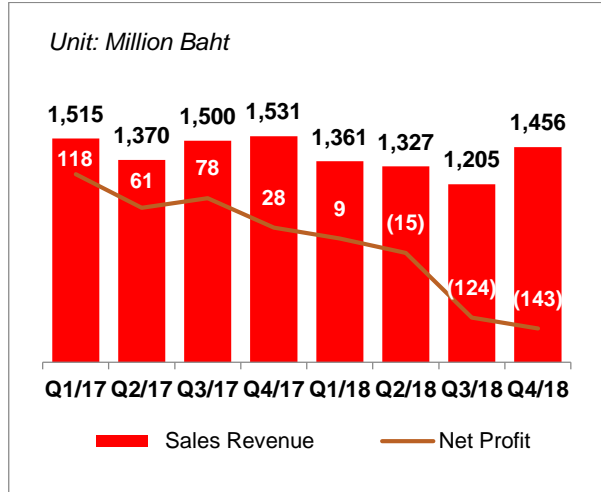




บริษัท มาลีกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย
การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ
สำหรับงวดไตรมาส 4 และสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561

1. สรุปสาระสำคัญในไตรมาส 4/2561

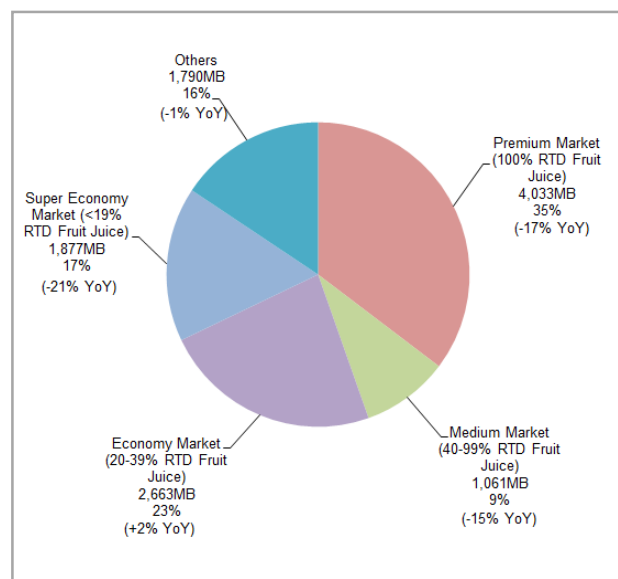


แผนภาพ 1 ผลประกอบการรายไตรมาส

- ในไตรมาส 4/2561 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมียอดขายรวม 1,456 ล้านบาท ลดลง 5% YoY สาเหตุหลักจากการลดลงของธุรกิจ CMG ต่างประเทศ ธุรกิจ CMG ในประเทศ และธุรกิจ Brand ในประเทศ แต่ธุรกิจ Brand ต่างประเทศ เติบโตก้าวกระโดดจากการรับรู้รายได้จาก Long Quan Safe Food JSC (LQSF) ประเทศเวียดนาม อย่างไรก็ตาม ยอดขายได้ผ่านจุดต่ำสุดในไตรมาส Q3/2561 ไปแล้ว โดยยอดขายเพิ่มขึ้น 8% QoQ จากการเติบโตในทุกธุรกิจ
- บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีผลขาดทุนสุทธิในไตรมาส 4/2561 เท่ากับ 143 ล้านบาท รวมค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียวซึ่งเป็นรายการที่ไม่ใช่เงินสด 2 รายการรวม 51 ล้านบาท คือ การตั้งสำรองค่าเผื่อการลดมูลค่าของสินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้น 32 ล้านบาท เนื่องจากการปรับเปลี่ยนนโยบายทางบัญชีเกี่ยวกับการตั้งสำรองฯ ของบริษัทฯ จากเดิมซึ่งเป็นการบันทึกค่าใช้จ่ายทั้งจำนวนเมื่อสินค้าหมดอายุแล้ว มาเป็นการตั้งสำรองฯ ตามอายุของสินค้า และการปรับเพิ่มของภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน 20 ล้านบาท ในส่วนของอัตราค่าชดเชยให้กับลูกจ้างที่ทำงานตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป จากเดิม 300 วัน เป็น 400 วัน ซึ่งเป็นไปตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงานฉบับใหม่ รวมถึงสาเหตุอื่นๆ ได้แก่ การลดลงของยอดขาย การเพิ่มขึ้นของต้นทุนต่อหน่วยจากอัตราการใช้กำลังการผลิตที่ลดลง การเพิ่มขึ้นของค่าเสื่อมราคา การเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขายจากการออกสินค้าใหม่ และการเพิ่มขึ้นของต้นทุนทางการเงินจากการกู้ยืมเพื่อการลงทุนในเครื่องจักร บริษัทย่อย และธุรกิจการรวมค่า
- ทั้งนี้ ถ้าพิจารณาเฉพาะในส่วนการดำเนินงานปกติ ไม่รวมรายการค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียวซึ่งเป็นรายการที่ไม่ใช่เงินสด 51 ล้านบาท ผลขาดทุนในไตรมาส 4/2561 จะเท่ากับ 92 ล้านบาท ผ่านจุดต่ำสุดจากไตรมาส 3/2561 ซึ่งมีผลขาดทุน 124 ล้านบาท
- บริษัทฯ รับรู้ผลกำไร 0.8 ล้านบาท ในไตรมาส 4/2561 จาก Monde Malee Beverage Corporation (MMBC) ธุรกิจร่วมค้าในประเทศฟิลิปปินส์ ซึ่งเป็นกำไรไตรมาสแรกของ MMBC นับตั้งแต่เริ่มธุรกิจในปี 2559

2. ภาพรวมเศรษฐกิจและตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มภายในประเทศ

ในไตรมาส 4/2561 ตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มภายในประเทศยังคงปรับตัวลดลง 10% YoY แต่สามารถทรงตัวได้ QoQ ในขณะที่ในรอบระยะเวลา 12 เดือนจนถึงเดือนธันวาคม 2561 ตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มภายในประเทศมีมูลค่า 11,425 ล้านบาท ลดลง 11% YoY โดยมีสัดส่วนมูลค่าตลาดและอัตราการเติบโตปรากฏอยู่ในแผนภาพ 2 (ที่มา: Nielsen)



แผนภาพ 2 มูลค่าตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่ม MAT Dec 2018 แยกตามประเภทตลาด

3. ผลการดำเนินงานและความสามารถในการทำกำไร

งบการเงินรวม

(หน่วย : ล้านบาท)	Q4/2561	Q4/2560	%YoY	2561	2560	%YoY
รายได้จากการขายและการให้บริการ	1,456	1,531	-5%	5,349	5,916	-10%
ต้นทุนขายและให้บริการ	1,189	1,129	+5%	4,165	4,216	-1%
กำไรขั้นต้น	267	402	-34%	1,184	1,700	-30%
%กำไรขั้นต้น*	18.3%	26.3%	-	22.1%	28.7%	-
ค่าใช้จ่ายในการขาย	290	239	+21%	970	873	+11%
%ค่าใช้จ่ายในการขายต่อยอดขาย	19.9%	15.6%	-	18.1%	14.8%	-
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	154	147	+5%	566	523	+8%
%ค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อยอดขาย**	10.6%	9.6%	-	10.6%	8.8%	-
ดอกเบี้ยจ่าย	17	6	+184%	60	22	+171%
ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากเงินลงทุนในบริษัทร่วมและการร่วมค้า	(0.1)	(11)	+99%	(15)	(22)	+34%
ภาษีเงินได้นิติบุคคล (กลับรายการ)	(48)	(15)	-231%	(106)	46	-328%
กำไร (ขาดทุน) ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นบริษัทใหญ่***	(143)	28	-609%	(273)	286	-195%
%กำไรสุทธิ	(9.8%)	1.8%	-	(5.1%)	4.8%	-
ค่าเสื่อมราคาและตัดจำหน่าย	50	44	+15%	231	181	+28%
EBITDA	(124)	63	-297%	(87)	535	-116%
%EBITDA	(8.5%)	4.1%	-	(1.6%)	8.9%	-

* ต้นทุนขายและให้บริการในไตรมาส 4/2561 มีค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียวและเป็นรายการที่ไม่ใช่เงินสด คือ การตั้งสำรองค่าเผื่อการลดมูลค่าของสินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้น 32 ล้านบาท จากการปรับเปลี่ยนนโยบายการตั้งสำรองฯ ดังกล่าว ของบริษัทฯ ทั้งนี้ ถ้าไม่รวมรายการดังกล่าว อัตรากำไรขั้นต้นจะเพิ่มขึ้นจาก 18.3% เป็น 20.5%

** ค่าใช้จ่ายในการบริหารในไตรมาส 4/2561 มีค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียวและเป็นรายการที่ไม่ใช่เงินสด คือ การปรับเพิ่มของภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน 20 ล้านบาท ซึ่งเป็นไปตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงานฉบับใหม่ ทั้งนี้ ถ้าไม่รวมรายการดังกล่าว อัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อยอดขายจะลดลงจาก 10.6% เป็น 9.2%

*** ถ้าไม่รวมรายการค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียวและเป็นรายการที่ไม่ใช่เงินสด 51 ล้านบาท ผลขาดทุนในไตรมาส 4/2561 จะเท่ากับ 92 ล้านบาท ลดลงจากผลขาดทุน 124 ล้านบาท ในไตรมาส 3/2561

LQSF

(หน่วย : ล้านบาท)	Q4/2561	Q4/2560	%YoY	2561*	2560	%YoY
รายได้จากการขายและการให้บริการ	178	n.a.	n.a.	369	n.a.	n.a.
ต้นทุนขายและการให้บริการ	118	n.a.	n.a.	238	n.a.	n.a.
กำไรขั้นต้น	60	n.a.	n.a.	131	n.a.	n.a.
%กำไรขั้นต้น	33.7%	n.a.	n.a.	35.4%	n.a.	n.a.
ค่าใช้จ่ายในการขาย	47	n.a.	n.a.	111	n.a.	n.a.
%ค่าใช้จ่ายในการขายต่อยอดขาย	26.7%	n.a.	n.a.	29.9%	n.a.	n.a.
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	11	n.a.	n.a.	21	n.a.	n.a.
%ค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อยอดขาย	6.3%	n.a.	n.a.	5.6%	n.a.	n.a.
ดอกเบี้ยจ่าย	1.1	n.a.	n.a.	3.1	n.a.	n.a.
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (สัดส่วน 65%)	0.9	n.a.	n.a.	(0.9)	n.a.	n.a.
EBITDA (สัดส่วน 65%)	2.6	n.a.	n.a.	4.0	n.a.	n.a.

* ตั้งแต่วันที่ 27 เมษายน ถึง วันที่ 31 ธันวาคม 2561

รายได้ ไตรมาส 4/2561

บริษัท และบริษัทย่อยมียอดขายรวม 1,456 ล้านบาท ลดลง 5% YoY แต่เพิ่มขึ้น 21% QoQ โดยยอดขายเติบโตได้ในทุกธุรกิจ เมื่อเทียบกับไตรมาส 3/2561 รายละเอียดดังนี้

- ยอดขายของธุรกิจตราสินค้าของบริษัทฯ (Branded Business: Brand) ในประเทศ ปรับตัวลดลง 7% YoY โดยมีสาเหตุหลักจากการลดลงของยอดขายในกลุ่มน้ำผลไม้ ตามภาวะการหดตัวของตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มภายในประเทศ รวมถึงการแข่งขันทางด้านราคาของคู่แข่งในตลาด อย่างไรก็ตาม ยอดขายธุรกิจ Brand ในประเทศ พื้นตัวเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนโดยเติบโต 8% QoQ
- ยอดขายของธุรกิจพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามสัญญาและรับจ้างผลิต (Contract Manufacturing Business: CMG) ในประเทศ ลดลง 15% YoY โดยมีสาเหตุหลักจากการบริโภคที่ลดลง เนื่องจากราคาสินค้าเพิ่มขึ้นจากผลกระทบของภาษีสรรพสามิตและภาษีสรรพสามิตรวมถึงสินค้าจากปี 2560 ไม่สามารถคงระดับคำสั่งซื้อเดิมในปี 2561 อย่างไรก็ตาม ยอดขายธุรกิจ CMG ในประเทศ เติบโต 32% QoQ จากคำสั่งซื้อของลูกค้ารายใหม่
- ยอดขายของธุรกิจ Brand ต่างประเทศ เติบโต 126% YoY เนื่องจากรับรู้รายได้จาก Long Quan Safe Food JSC (LQSF) ประเทศเวียดนาม ทั้งนี้ ถ้าไม่รวมรายได้จาก LQSF ธุรกิจ Brand ต่างประเทศจะมีรายได้เพิ่มขึ้นเล็กน้อย 1% YoY จากการฟื้นตัวของ การส่งออกไปยังประเทศส่งออกหลักของบริษัทฯ เช่น กัมพูชา จีน และพม่า โดยเป็นไตรมาสแรกของปีที่ ธุรกิจ Brand ต่างประเทศไม่รวม LQSF เติบโต หลังจากติดลบมาตลอดในช่วง 3 ไตรมาสแรก
- ยอดขายของธุรกิจ Brand ต่างประเทศ เติบโต 11% QoQ เนื่องจากมีลูกค้าที่หมดสัญญาการจำหน่ายให้กับผู้ค้าปลีกบางราย ซึ่งส่งผลต่อยอดขายตั้งแต่ช่วงปลายไตรมาส 4/2560 อย่างไรก็ตาม ยอดขายธุรกิจ CMG ต่างประเทศ เติบโต 11% QoQ

รายได้ ปี 2561

บริษัท และบริษัทย่อยมียอดขายรวม 5,349 ล้านบาท ลดลง 10% YoY รายละเอียดดังนี้

- ยอดขายธุรกิจ Brand ในประเทศ ปรับตัวลดลง 6% YoY จากการลดลงของยอดขายในกลุ่มน้ำผลไม้ ตามภาวะการหดตัวของตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มภายในประเทศ รวมถึงการแข่งขันทางด้านราคาของคู่แข่งในตลาด
- ยอดขาย CMG ในประเทศ หดตัวลดลงเล็กน้อย 2% YoY โดยมีสาเหตุหลักจากการบริโภคที่ลดลงเนื่องจากราคาสินค้าเพิ่มขึ้น จากผลกระทบของภาษีสรรพสามิตและภาษีสรรพสามิต
- ยอดขายของธุรกิจ Brand ต่างประเทศ เติบโต 45% YoY เนื่องจากรับรู้รายได้จาก LQSF ตั้งแต่วันที่ 27 เมษายน 2561 ทั้งนี้ ถ้าไม่รวมรายได้จาก LQSF ธุรกิจ Brand ต่างประเทศจะมีรายได้ลดลงประมาณ 14% เนื่องจากในปี 2560 มียอดขายจากน้ำมะพร้าวที่มีระยะสัญญา 1 ปี ซึ่งหมดสัญญาไปแล้ว รวมถึงการลดลงของยอดขายในประเทศส่งออกหลักของบริษัทฯ เช่น ประเทศกัมพูชา ซึ่งมีการปรับเปลี่ยนผู้จำหน่ายรายย่อยในไตรมาส 2/2561 และเหตุการณ์น้ำท่วมที่ส่งผลให้การขนส่งมีปัญหาในไตรมาส 3/2561 ในขณะที่ตัวแทนจำหน่ายบางรายในประเทศจีนประสบปัญหาด้านการทำตลาด และสกุลเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นประมาณ 5% จากช่วงเวลาเดียวกันกับปีก่อน เมื่อเทียบกับสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ อย่างไรก็ตาม ยอดขายธุรกิจ Brand ต่างประเทศ ไม่รวม LQSF พื้นตัวในไตรมาส 4/2561 หลังจากติดลบมาตลอดในช่วง 3 ไตรมาสแรก
- ยอดขายของธุรกิจ CMG ต่างประเทศ ลดลง 45% YoY เนื่องจากมีลูกค้าที่หมดสัญญาการจำหน่ายให้กับผู้ค้าปลีกบางราย ซึ่งส่งผลต่อยอดขายตั้งแต่ช่วงปลายไตรมาส 4/2560 รวมถึงค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นได้ส่งผลกระทบต่อต้นทุนของลูกค้า และส่งผลต่อยอดขาย

ทั้งนี้ สามารถแบ่งสัดส่วนการขายตามประเภทธุรกิจและภูมิศาสตร์ได้ดังนี้

ยอดขายตามประเภทธุรกิจ

- ยอดขาย Brand 833 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 20% YoY และ 18% QoQ
- ยอดขาย CMG 623 ล้านบาท ลดลง 26% YoY แต่เพิ่มขึ้น 25% QoQ
- สัดส่วนยอดขายของ Brand และ CMG เท่ากับ 57:43 เปรียบเทียบกับ 45:55 ในไตรมาส 4/2560

ยอดขายตามภูมิศาสตร์

- ยอดขายในประเทศ 965 ล้านบาท ลดลง 11% YoY แต่เพิ่มขึ้น 18% QoQ
- ยอดขายต่างประเทศ 492 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 9% YoY และ 28% QoQ
- สัดส่วนของยอดขายในประเทศและยอดส่งออก เท่ากับ 66:34 เปรียบเทียบกับ 71:29 ในไตรมาส 4/2560

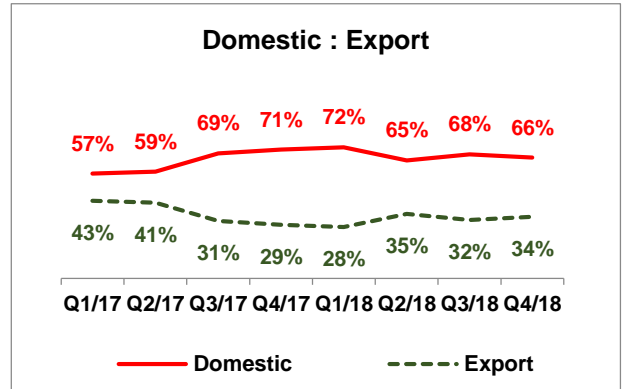
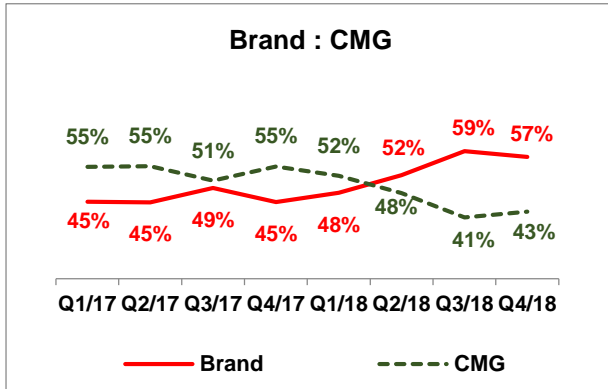
ทั้งนี้ สามารถแบ่งสัดส่วนการขายตามประเภทธุรกิจและภูมิศาสตร์ได้ดังนี้

ยอดขายตามประเภทธุรกิจ

- ยอดขาย Brand 2,885 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5% YoY
- ยอดขาย CMG 2,463 ล้านบาท ลดลง 23% YoY
- สัดส่วนยอดขายของ Brand และ CMG เท่ากับ 54:46 เทียบกับ 46:54 ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

ยอดขายตามภูมิศาสตร์

- ยอดขายในประเทศ 3,621 ล้านบาท ลดลง 4% YoY
- ยอดขายต่างประเทศ 1,727 ล้านบาท ลดลง 19% YoY
- สัดส่วนของยอดขายในประเทศและยอดส่งออก เท่ากับ 68:32 เปรียบเทียบกับ 64:36 ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน



ต้นทุนขาย ไตรมาส 4/2561

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีต้นทุนขายรวม 1,189 ล้านบาท โดยมีอัตราส่วนต้นทุนขายต่อยอดขายเท่ากับ 81.7% เพิ่มขึ้นจาก 73.7% ในไตรมาส 4/2560 เนื่องจากต้นทุนต่อหน่วยเพิ่มขึ้นจากการใช้กำลังการผลิตที่ลดลง ค่าเสื่อมราคาที่สูงขึ้น รวมถึงมีรายการค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียวและเป็นรายการที่ไม่ใช่เงินสด คือ การตั้งสำรองค่าเผื่อการลดมูลค่าของสินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้น 32 ล้านบาท เนื่องจากการปรับเปลี่ยนนโยบายทางบัญชีเกี่ยวกับการตั้งสำรองฯ จากเดิมซึ่งเป็นการบันทึกค่าใช้จ่ายทั้งจำนวนเมื่อสินค้าหมดอายุแล้ว มาเป็นการตั้งสำรองฯ ตามอายุของสินค้า

ทั้งนี้ ถ้าไม่รวมรายการการตั้งสำรองฯ ดังกล่าว อัตราส่วนต้นทุนขายต่อยอดขายจะลดลง จาก 81.7% เป็น 79.5%

ต้นทุนขาย ปี 2561

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีต้นทุนขายรวม 4,165 ล้านบาท โดยมีอัตราส่วนต้นทุนขายต่อยอดขายเท่ากับ 77.9% เพิ่มขึ้นจาก 71.3% ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนต่อหน่วยจากอัตราการใช้กำลังการผลิตที่ลดลง การเพิ่มขึ้นของค่าเสื่อมราคา การเพิ่มขึ้นของต้นทุนภาษีสรรพสามิตและภาษีสรรพสามิต ตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ที่มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 16 กันยายน 2560 การทดสอบและเริ่มการผลิตของเครื่องจักรใหม่ ซึ่งทำให้เกิดค่าใช้จ่ายจากส่วนสูญเสียการผลิต (Yield Loss) ที่เพิ่มขึ้น ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการย้ายการผลิตสินค้าเดิมบางรายการมาที่เครื่องจักรใหม่ในช่วงไตรมาส 1/2561 รวมถึงมีรายการค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียวและเป็นรายการที่ไม่ใช่เงินสด คือ การปรับเปลี่ยนนโยบายทางบัญชีเกี่ยวกับการตั้งสำรองค่าเผื่อมูลค่าสินค้าคงเหลือ จากเดิมซึ่งเป็นการบันทึกค่าใช้จ่ายทั้งจำนวนเมื่อสินค้าหมดอายุแล้ว มาเป็นการตั้งสำรองฯ ตามอายุของสินค้า

ทั้งนี้ ถ้าไม่รวมรายการการตั้งสำรองฯ ดังกล่าว อัตราส่วนต้นทุนขายต่อยอดขายจะลดลง จาก 77.9% เป็น 77.3%

กำไรขั้นต้น ไตรมาส 4/2561

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีกำไรขั้นต้น 267 ล้านบาท ลดลง 34% YoY คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้น 18.3% ลดลงจาก 26.3% ในไตรมาส 4/2560 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนขาย ดังอธิบายข้างต้น

ทั้งนี้ ถ้าไม่รวมรายการตั้งสำรองค่าเพื่อการลดมูลค่าของสินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียวและเป็นรายการที่ไม่ใช่เงินสดข้างต้น อัตรากำไรขั้นต้นจะเพิ่มขึ้นจาก 18.3% เป็น 20.5%

ค่าใช้จ่ายในการขาย ไตรมาส 4/2561

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีค่าใช้จ่ายในการขาย 290 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 21% YoY คิดเป็นอัตราร้อยค่าใช้จ่ายในการขายต่อยอดขายเท่ากับ 19.9% เพิ่มขึ้นจาก 15.6% ในไตรมาส 4/2560 แต่ลดลงจาก 22.2% ในไตรมาส 3/2561 โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขายจากการออกสินค้าใหม่ตั้งแต่ช่วงปลายไตรมาส 3/2561 เช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มอัดลม Fizza Salty Lemon ผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้ที่ใช้นวัตกรรมการกระบวนการความดันสูง หรือ HPP (High Pressure Processing) ผลิตภัณฑ์นมอัดเม็ด กลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนตัว (Personal Care) และน้ำมะพร้าวมาลี โคโค ชนิดบรรจุกล่องโคมใหม่ เป็นต้น ซึ่งรายการค่าใช้จ่ายดังกล่าวเป็นไปตามแผนการออกสินค้าใหม่ รวมถึงมีค่าชดเชยส่วนลดการขายสำหรับผลิตภัณฑ์ตราสินค้าของบริษัท และการรับรู้ค่าใช้จ่ายในการขายจาก LQSF ที่มีค่าใช้จ่ายในการขายต่อยอดขายเท่ากับ 26.7%

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ไตรมาส 4/2561

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีค่าใช้จ่ายในการบริหาร 154 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5% YoY คิดเป็นอัตราร้อยค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อยอดขายเท่ากับ 10.6% เพิ่มขึ้นจาก 9.6% ในไตรมาส 4/2560 โดยมีสาเหตุหลักจากยอดขายลดลง รวมถึงมีรายการค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียวและเป็นรายการที่ไม่ใช่เงินสด จำนวน 20 ล้านบาท จากการปรับเพิ่มภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน ในส่วนของอัตราค่าชดเชยให้กับลูกจ้างที่ทำงานตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป จากเดิม 300 วัน เป็น 400 วัน ซึ่งเป็นไปตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงานฉบับใหม่

ทั้งนี้ ถ้าไม่รวมการปรับเพิ่มภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงานดังกล่าว อัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อยอดขายจะลดลงจาก 10.6% เป็น 9.2%

กำไรขั้นต้น ปี 2561

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีกำไรขั้นต้น 1,184 ล้านบาท ลดลง 30% YoY คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้น 22.1% ลดลงจาก 28.7% ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนขาย ดังอธิบายข้างต้น

ทั้งนี้ ถ้าไม่รวมรายการตั้งสำรองค่าเพื่อการลดมูลค่าของสินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียวและเป็นรายการที่ไม่ใช่เงินสดข้างต้น อัตรากำไรขั้นต้นจะเพิ่มขึ้นจาก 22.1% เป็น 22.7%

ค่าใช้จ่ายในการขาย ปี 2561

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีค่าใช้จ่ายในการขาย 970 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 11% YoY คิดเป็นอัตราร้อยค่าใช้จ่ายในการขายต่อยอดขายเท่ากับ 18.1% เพิ่มขึ้นจาก 14.8% ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน จากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขายจากการออกสินค้าใหม่ ซึ่งเป็นไปตามแผนการออกสินค้าใหม่ รวมถึงค่าชดเชยส่วนลดการขายสำหรับผลิตภัณฑ์ตราสินค้าของบริษัท และการรับรู้ค่าใช้จ่ายในการขายจาก LQSF ที่มีค่าใช้จ่ายในการขายต่อยอดขายเท่ากับ 29.9%

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ปี 2561

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีค่าใช้จ่ายในการบริหาร 566 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 8% YoY คิดเป็นอัตราร้อยค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อยอดขายเท่ากับ 10.6% เพิ่มขึ้นจาก 8.8% ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน 2560 โดยมีสาเหตุหลักจากยอดขายลดลง รวมถึงมีค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนาเพิ่มขึ้น ค่าสอบบัญชีและค่าที่ปรึกษาที่เพิ่มขึ้นจากการจัดตั้งธุรกิจใหม่หลายแห่ง ค่าใช้จ่ายที่ปรึกษาทางการเงินและที่ปรึกษาด้านกฎหมายจากการเข้าลงทุนใน LQSF ในไตรมาส 2/2561 และค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียวและเป็นรายการที่ไม่ใช่เงินสด คือ การปรับเพิ่มภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน ในส่วนของอัตราค่าชดเชยให้กับลูกจ้างที่ทำงานตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป จากเดิม 300 วัน เป็น 400 วัน ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงานฉบับใหม่

ทั้งนี้ ถ้าไม่รวมการปรับเพิ่มภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงานดังกล่าว อัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อยอดขายจะลดลงจาก 10.6% เป็น 10.2%

ต้นทุนทางการเงิน ไตรมาส 4/2561

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีต้นทุนทางการเงิน 17 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 184% YoY เนื่องจากภาระเงินกู้ที่เพิ่มขึ้นจากการทยอยลงทุนในเครื่องจักร รวมถึงการลงทุนในบริษัทย่อย และธุรกิจการร่วมค้า ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อการลงทุนในอาคาร โรงงาน และเครื่องจักร (Capitalized Interest) จะเริ่มคิดเป็นค่าใช้จ่ายเมื่อโครงการดังกล่าวเสร็จสิ้นสมบูรณ์ จนสามารถใช้การได้ตามสภาพ (ดอกเบี้ยเงินกู้ที่เกิดขึ้นระหว่างการลงทุน ก่อนที่โครงการลงทุนจะเสร็จสิ้นจนสามารถใช้การได้ตามสภาพ ถือเป็นรายจ่ายลงทุน)

กำไรสุทธิ ไตรมาส 4/2561

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีผลขาดทุนสุทธิ 143 ล้านบาท เทียบกับกำไรสุทธิ 28 ล้านบาท ในไตรมาส 4/2560 เนื่องจาก 1) การตั้งสำรองค่าเผื่อมูลค่าสินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้น 2) การเพิ่มขึ้นของภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน ในส่วนของอัตราค่าชดเชยให้กับลูกจ้าง 3) การลดลงของยอดขาย 4) การเพิ่มขึ้นของต้นทุนต่อหน่วยจากอัตราการใช้กำลังการผลิตที่ลดลง 5) การเพิ่มขึ้นของค่าเสื่อมราคา 6) การเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขายจากการออกสินค้าใหม่ และ 7) การเพิ่มขึ้นของต้นทุนทางการเงินจากการกู้ยืมเพื่อการลงทุนในเครื่องจักร บริษัทย่อย และธุรกิจการร่วมค้า

ทั้งนี้ ถ้าพิจารณาเฉพาะในส่วนการดำเนินงานปกติ ไม่รวมรายการค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียวซึ่งเป็นรายการที่ไม่ใช่เงินสด 51 ล้านบาท นับได้ว่า ผลประกอบการได้ผ่านจุดต่ำสุดในไตรมาส 3/2561 ไปแล้ว โดยผลขาดทุนจะเท่ากับ 92 ล้านบาท ลดลงจากผลขาดทุน 124 ล้านบาท ในไตรมาส 3/2561

นอกจากนี้ ในไตรมาส 4/2561 บริษัทฯ รับรู้ผลกำไรจาก Monde Malee Beverage Corporation (MMBC) ธุรกิจร่วมค้าในประเทศฟิลิปปินส์ 0.8 ล้านบาท ซึ่งเป็นกำไรไตรมาสแรกของ MMBC นับตั้งแต่เริ่มธุรกิจในปี 2559

ต้นทุนทางการเงิน ปี 2561

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีต้นทุนทางการเงิน 60 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 171% YoY เนื่องจากภาระเงินกู้ที่เพิ่มขึ้นจากการทยอยลงทุนในเครื่องจักร รวมถึงการลงทุนในบริษัทย่อย และธุรกิจการร่วมค้า ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังอธิบายข้างต้น

กำไรสุทธิ ปี 2561

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีผลขาดทุนสุทธิ 273 ล้านบาท เทียบกับกำไรสุทธิ 286 ล้านบาท ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียว ดังนี้ 1) การเพิ่มขึ้นของการตั้งสำรองค่าเผื่อมูลค่าสินค้าคงเหลือ 2) การเพิ่มขึ้นของภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน ในส่วนของอัตราค่าชดเชยให้กับลูกจ้าง 3) ค่าใช้จ่ายที่ปรึกษาทางการเงินและที่ปรึกษาด้านกฎหมายจากการเข้าลงทุนใน LQSF 4) การทดสอบและเริ่มการผลิตของเครื่องจักรใหม่สำหรับสินค้าบางรายการ ซึ่งทำให้เกิดค่าใช้จ่ายจากส่วนสูญเสียการผลิต (Yield Loss) ที่เพิ่มขึ้น รวมถึงค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการย้ายการผลิตสินค้าเดิมบางรายการมาที่เครื่องจักรใหม่ในช่วงไตรมาส 1/2561 รวมถึงค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นในส่วนการดำเนินงานปกติ คือ 5) การลดลงของยอดขาย 6) การเพิ่มขึ้นของต้นทุนต่อหน่วยจากอัตราการใช้กำลังการผลิตที่ลดลง 7) การเพิ่มขึ้นของค่าเสื่อมราคา 8) การเพิ่มขึ้นของภาษีสรรพสามิตและภาษีน้ำตาล ตามพระราชบัญญัติสรรพสามิต พ.ศ. 2560 9) ค่าชดเชยส่วนลดการขายสำหรับผลิตภัณฑ์ตราสินค้าของบริษัทฯ 10) การเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขายจากการออกสินค้าใหม่หลายรายการ 11) ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา 12) การเพิ่มขึ้นของค่าสอบบัญชีและค่าที่ปรึกษาจากการจัดตั้งธุรกิจใหม่ และ 13) การเพิ่มขึ้นของต้นทุนทางการเงินจากการกู้ยืมเพื่อการลงทุนในเครื่องจักร บริษัทย่อย และธุรกิจการร่วมค้า

4. สถานะการเงินของบริษัทฯ และบริษัทย่อย

(หน่วย : ล้านบาท)	31 ธันวาคม 2561	31 ธันวาคม 2560	%เปลี่ยนแปลง
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	122	100	+22%
ลูกหนี้การค้า	705	781	-10%
สินค้าคงเหลือ	909	1,047	-13%
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	173	177	-2%
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,909	2,106	-9%
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	2,089	2,071	+1%
ค่าความนิยม	213	-	-
เงินลงทุนในการร่วมค้า	45	53	-15%
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	267	160	+67%
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	2,614	2,284	+14%
รวมสินทรัพย์	4,523	4,390	+3%
เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	1,512	1,328	+14%
เจ้าหนี้การค้า	427	473	-10%
หนี้สินระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	190	128	+49%
ส่วนของหนี้สินตามสัญญาเช่าการเงินที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	33	40	-16%
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	338	342	-1%
รวมหนี้สินหมุนเวียน	2,500	2,309	+8%
เงินกู้ยืมระยะยาว-สุทธิจากที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	599	246	+143%
หนี้สินตามสัญญาเช่าการเงิน-สุทธิจากที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	58	85	-32%
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	176	137	+28%
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	832	469	+77%
รวมหนี้สิน	3,332	2,778	+20%
ทุนจดทะเบียน	140	140	-
ทุนที่ออกและชำระเต็มมูลค่า	140	140	-
ส่วนเกิน (ต่ำกว่า) มูลค่าหุ้น	6	6	-
กำไร (ขาดทุน) สะสม	925	1,270	-27%
องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น	189	196	-3%
หัก: หนี้ทุนซื้อคืน	(114)	0	-
ส่วนของผู้ถือหุ้นบริษัทใหญ่	1,145	1,612	-29%
ส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	46	0	-
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	1,191	1,612	-26%
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	4,523	4,390	+3%

สินทรัพย์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีสินทรัพย์รวม 4,523 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3% จาก 4,390 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 โดยมีปัจจัยหลักจากการรับรู้สินทรัพย์จาก LQSF จำนวน 267 ล้านบาท ซึ่งมีสินทรัพย์หลักคือ ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ จำนวน 167 ล้านบาท และสินค้าคงเหลือ 71 ล้านบาท ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้รับความนิยม 213 ล้านบาท จากการเข้าลงทุนใน LQSF

หนี้สิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีหนี้สินรวม 3,332 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 20% จาก 2,778 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน เพื่อใช้ในการลงทุนและเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน รวมถึงการรับรู้หนี้สินจาก LQSF จำนวน 167 ล้านบาท ซึ่งหลักๆ เป็นเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน 80 ล้านบาท และเจ้าหนี้การค้า 64 ล้านบาท

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ 1,145 ล้านบาท ลดลง 29% จาก 1,612 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 โดยมีสาเหตุหลักจาก 1) ผลประกอบการขาดทุน 273 ล้านบาท ในปี 2561 2) การบันทึกบัญชีหักรายการหุ้นซื้อคืนจากส่วนของผู้ถือหุ้น เพื่อการบริหารทางการเงิน จำนวน 4 ล้านหุ้น คิดเป็นมูลค่าประมาณ 114 ล้านบาท ในช่วงไตรมาส 1/2561 และ 3) การจ่ายเงินปันผลสำหรับผลประกอบการในช่วงครึ่งหลังของปี 2560 จำนวน 69 ล้านบาท

5. สภาพคล่องและความเพียงพอของเงินทุน (Liquidity and Capital Resources)

อัตราส่วนสภาพคล่อง

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีอัตราส่วนสภาพคล่อง 0.76 เท่า ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับ 0.91 เท่า ณ สิ้นปี 2560 โดยมีสาเหตุหลักจากการลดลงของลูกหนี้การค้าและสินค้าคงเหลือ ในขณะที่หนี้สินหมุนเวียนเพิ่มขึ้นจากการเพิ่มขึ้นของเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินกิจการของบริษัทฯ รวมถึงการเพิ่มขึ้นของหนี้สินระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปีจากการลงทุนของบริษัทฯ

Consolidated	2561	2560
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	0.76	0.91
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยจ่ายต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	2.09	1.13

อัตราส่วนภาระหนี้สินต่อทุน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยจ่ายต่อส่วนของผู้ถือหุ้น 2.09 เท่า ปรับตัวเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับ 1.13 เท่า ณ สิ้นปี 2560 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน เพื่อใช้ในการลงทุนและเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินกิจการของบริษัทฯ รวมถึงการรับรู้นี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยจ่ายจาก LQSF จำนวน 80 ล้านบาท ในขณะที่ส่วนของผู้ถือหุ้นลดลงจากผลประกอบการขาดทุน 273 ล้านบาท ในปี 2561 การบันทึกบัญชีหักรายการหุ้นซื้อคืนจากส่วนของผู้ถือหุ้น 114 ล้านบาท รวมถึงการจ่ายเงินปันผล 69 ล้านบาท

LQSF	2561	2560
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	0.63	n.a.
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยจ่ายต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.80	n.a.

กระแสเงินสด

หน่วย : ล้านบาท	2561	2560	% เปลี่ยนแปลง
เงินสดจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน	(2)	559	-100%
เงินสดจากการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน	153	(403)	+138%
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	151	156	-3%
เงินสดจ่ายซื้อบริษัทย่อย - สุทธิจากเงินสดที่ได้มา	(276)	0	-
เงินสดจ่ายซื้อเงินลงทุนในการร่วมค้า	0	(67)	+100%
เงินสดจ่ายซื้อที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	(92)	(425)	+78%
เงินสดจากกิจกรรมลงทุนอื่นๆ	7	24	-71%
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมลงทุน	(360)	(468)	+23%
เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้น (ลดลง)	186	290	-36%
เงินกู้ยืมระยะยาวเพิ่มขึ้น (ลดลง)	491	369	+33%
เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน	(147)	0	-
เงินสดจ่ายชำระคืนหนี้สินตามสัญญาเช่าการเงิน	(53)	(74)	+28%
ซื้อหุ้นทุนคืน	(114)	0	-
เงินสดจ่ายต้นทุนทางการเงิน	(63)	(22)	-186%
จ่ายเงินปันผล	(69)	(243)	+72%
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน	231	320	-28%
ผลต่างของอัตราแลกเปลี่ยนจากการแปลงค่าบการเงิน	0	0	-
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	22	8	+164%
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดต้นงวด	100	92	+9%
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดปลายงวด	122	100	+22%

ณ สิ้นปี 2561 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีเงินสดสุทธิ 122 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 100 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2560 โดยมี ส่วนประกอบหลักมาจากรายการต่างๆ ดังนี้

- เงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน 151 ล้านบาท ประกอบด้วย (1) เงินสดจ่ายจากกิจกรรมดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน 2 ล้านบาท และ (2) เงินสดรับจากการเปลี่ยนแปลงของสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน 153 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักจากการลดลงของลูกหนี้การค้า สินค้าคงเหลือ และลูกหนี้อื่น
- เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน 360 ล้านบาท ประกอบด้วย (1) เงินสดจ่ายซื้อบริษัทย่อย 276 ล้านบาท (2) การลงทุนในสินทรัพย์ถาวร 92 ล้านบาท และ (3) เงินสดรับจากกิจกรรมลงทุนอื่นๆ 7 ล้านบาท
- เงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมจัดหาเงิน 231 ล้านบาท ประกอบด้วย (1) เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้น 186 ล้านบาท (2) เงินกู้ยืมระยะยาวเพิ่มขึ้น 491 ล้านบาท (3) เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน 147 ล้านบาท (4) เงินสดจ่ายชำระคืนหนี้สินตามสัญญาเช่าการเงิน 53 ล้านบาท (5) เงินสดจ่ายซื้อหุ้นทุนคืน 114 ล้านบาท (6) เงินสดจ่ายต้นทุนทางการเงิน 63 ล้านบาท และ (7) จ่ายเงินปันผล 69 ล้านบาท

6. แนวโน้มธุรกิจ

ปี 2561 ที่ผ่านมา เป็นปีแห่งความท้าทายในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยผลประกอบการของบริษัทฯ ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย เนื่องจากผลกระทบจากทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน โดยปัจจัยภายนอกมาจากการขยายตัวของเศรษฐกิจในประเทศน้อยกว่าที่คาดการณ์ไว้ ความระมัดระวังการบริโภคน้ำตาลของผู้บริโภค รวมถึงความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์เศรษฐกิจโลกจากสงครามการค้า ส่งผลให้ปัจจัยสนับสนุนกำลังซื้อโดยรวมปรับลดลง ส่วนปัจจัยภายในมีสาเหตุหลักการลงทุนในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ตามแผนงานระยะยาวที่มีวัตถุประสงค์ในการสร้างรากฐานของบริษัทฯ เพื่อรองรับการเติบโตในอนาคต แต่การลงทุนบางส่วนยังไม่สามารถสร้างรายได้ในทันที บางส่วนยังใช้ประโยชน์ได้ไม่เต็มที่ หรือยังไม่ถึงจุดที่มีประสิทธิภาพสูงพอ ในขณะที่ยอดขายชะลอตัวลงเร็วและมากกว่าที่คาดการณ์ไว้มาก ส่งผลให้ต้นทุนต่อหน่วยสูงขึ้น และกระทบผลประกอบการของบริษัทฯ ในระยะสั้น นอกจากนี้ ตั้งแต่ต้นปี 2560 ที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน อุตสาหกรรมน้ำตาลไม่พร้อมเต็มในประเทศหดตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นสภาวะการที่บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงมาโดยตลอด รวมถึงได้มีความพยายามในการปรับตัวอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทฯ ได้วางแผนเพิ่มความหลากหลายของสินค้า กลุ่มผลิตภัณฑ์ กลุ่มลูกค้า รวมถึงช่องทางการตลาด ทั้งนี้ บริษัทฯ มีแผนการเพิ่มความหลากหลายในธุรกิจพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามสัญญาและรับจ้างผลิต (CMG) ทั้งจากสินค้าใหม่และลูกค้าใหม่ ซึ่งได้มีการเจรจาและเตรียมความพร้อมมาเป็นระยะเวลาหนึ่ง รวมถึงแผนการสร้างการเติบโตในตลาดต่างประเทศ โดยบริษัทฯ วางแผนที่จะนำเอาจุดแข็งของธุรกิจในแต่ละประเทศมาเสริมความแข็งแกร่งซึ่งกันและกัน ซึ่งบริษัทฯ ได้ดำเนินการวางรากฐานสำหรับการขยายตลาดต่างประเทศไปยังประเทศในกลุ่ม ASEAN มาอย่างต่อเนื่องในช่วงประมาณ 3 ปีที่ผ่านมา

ในปี 2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีเป้าหมายการเติบโตของยอดขายประมาณ 5-10% โดยแผนการดำเนินงานในปี 2562 คือการมุ่งเน้นไปที่การฟื้นตัวของผลประกอบการ โดยไม่มีการลงทุนที่มีนัยสำคัญเพิ่มเติม การเพิ่มปริมาณการผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารสินทรัพย์และต้นทุนคงที่ การควบคุมต้นทุนและลดค่าใช้จ่าย การบริหารจัดการสภาพคล่องของกระแสเงินสดให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น รวมถึงการปรับปรุงกระบวนการทำงาน และการให้ความสำคัญกับข้อมูลแบบทันที เพื่อการบริหารจัดการที่ทันต่อเหตุการณ์และสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงได้รวดเร็วขึ้น โดยทั้งหมดนี้ เป็นการมุ่งใช้ประโยชน์กับสิ่งที่บริษัทฯ ได้ลงทุนไปแล้วให้คุ้มค่าที่สุดได้เร็วที่สุด ทั้งการลงทุนในส่วนของการสร้างบุคลากร โครงสร้างองค์กร และโครงการลงทุนต่างๆ ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา