



บริษัท ทีพีบีไอ จำกัด (มหาชน)
TPBI PUBLIC COMPANY LIMITED



42/174 Moo 5 Soi Srisatian Niwes, Raiking, Sampran, Nakornpathom 73210, Thailand Registration Number : 0107558000199
Tel : +66(0)2 429 0354-7, +66(0)2 429 0693-9 Fax : +66(0)2 429 0358, +66(0)2 812 5030 E-mail : marketing@tpbi.co.th

ที่ TPBI-EXC 023/2018

14 สิงหาคม 2561

เรื่อง คำอธิบายและบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารประจำไตรมาส 2/2561

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ว่าด้วยพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 บริษัท TPBI จำกัด (“บริษัท”) ขอเสนอ
ผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของบริษัท สำหรับไตรมาสสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2561 โดยมี
รายละเอียด ดังนี้

ขอแสดงความนับถือ

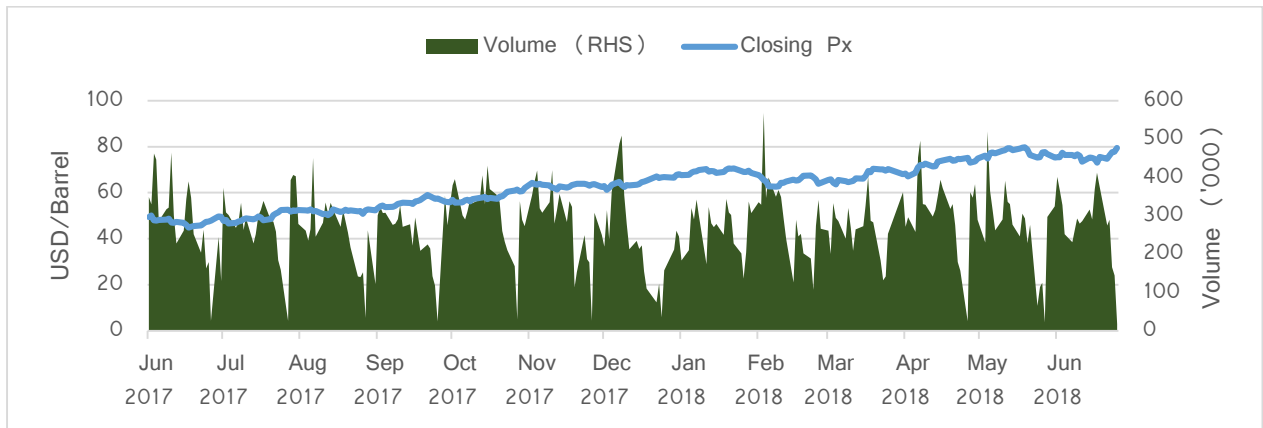
(นายกมล บริสุทธนะกุล)
ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน

ในไตรมาสที่ 2 ปี 2561 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของประเทศไทยมีแนวโน้มอ่อนค่าลงเมื่อเทียบกับเหรียญสหรัฐ โดยอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อเหรียญสหรัฐ อยู่ในช่วงระหว่าง 31.13 – 33.16 บาทต่อเหรียญสหรัฐ และมีค่าเฉลี่ยในไตรมาสนี้อยู่ที่ 31.93 บาทต่อเหรียญสหรัฐ:



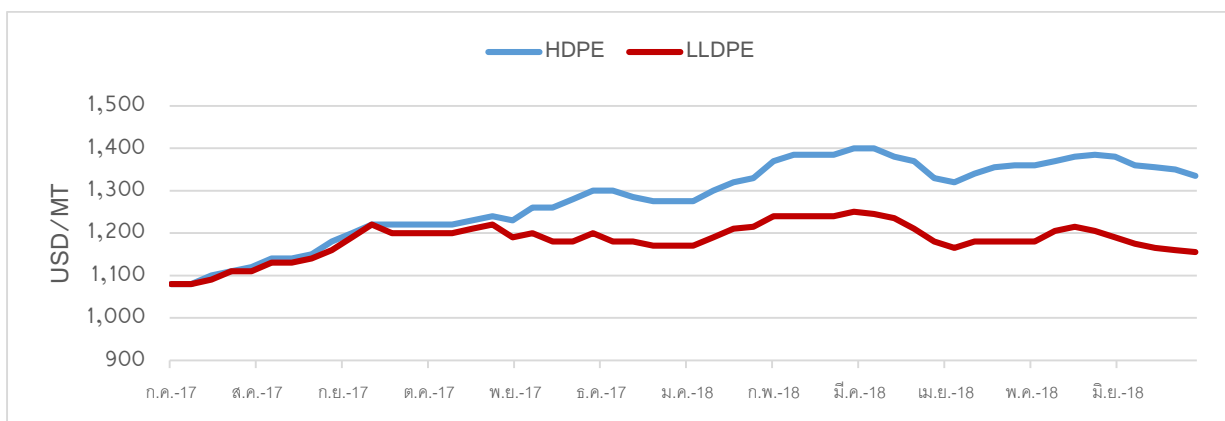
เนื่องจากรายได้และค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ของบริษัทอ้างอิงกับเหรียญสหรัฐ ทำให้ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนของบริษัทมีความสมดุลระดับหนึ่ง (Natural hedging) ซึ่งทำให้บริษัทสามารถบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนได้อย่างมีประสิทธิภาพในภาวะที่อัตราแลกเปลี่ยนมีความผันผวนไม่รุนแรงมากนัก ทั้งนี้เนื่องจากในช่วงไตรมาสที่ 2 ที่ผ่านมามีค่าเงินบาทปรับตัวอ่อนค่าลงซึ่งมีผลกระทบที่ดีกับผลการดำเนินงานของบริษัท

ส่วนปัจจัยราคาน้ำมันดิบในช่วงไตรมาสที่ 2 ราคาน้ำมันดิบปรับตัวสูงขึ้นต่อเนื่องจากสิ้นไตรมาสที่ 1 ที่ผ่านมา โดยอยู่ที่ระดับ 67.11 – 79.80 เหรียญสหรัฐ ต่อบาร์เรล และมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 75.19 เหรียญสหรัฐ ต่อบาร์เรล เพิ่มขึ้น 5.68 เหรียญสหรัฐ ต่อ บาร์เรล เทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา



Source: Bloomberg

ในด้านราคาซื้อขาย HDPE มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจาก 1,330 เหรียญสหรัฐฯต่อตัน เป็น 1,335 เหรียญสหรัฐฯต่อตัน ณ สิ้นไตรมาสหรือเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 0.38 ในขณะที่ราคาซื้อขาย LLDPE ปรับตัวเพิ่มลดลงเล็กน้อยจาก 1,180 เหรียญสหรัฐฯต่อตัน เป็น 1,155 เหรียญสหรัฐฯต่อตัน หรือลดลงเท่ากับร้อยละ 2.12 ในขณะที่ราคาซื้อขายเฉลี่ยของ HDPE และ LLDPE ระหว่างไตรมาสที่ 2 อยู่ที่ 1,357.69 และ 1,181.15 เหรียญสหรัฐฯ ตามลำดับ

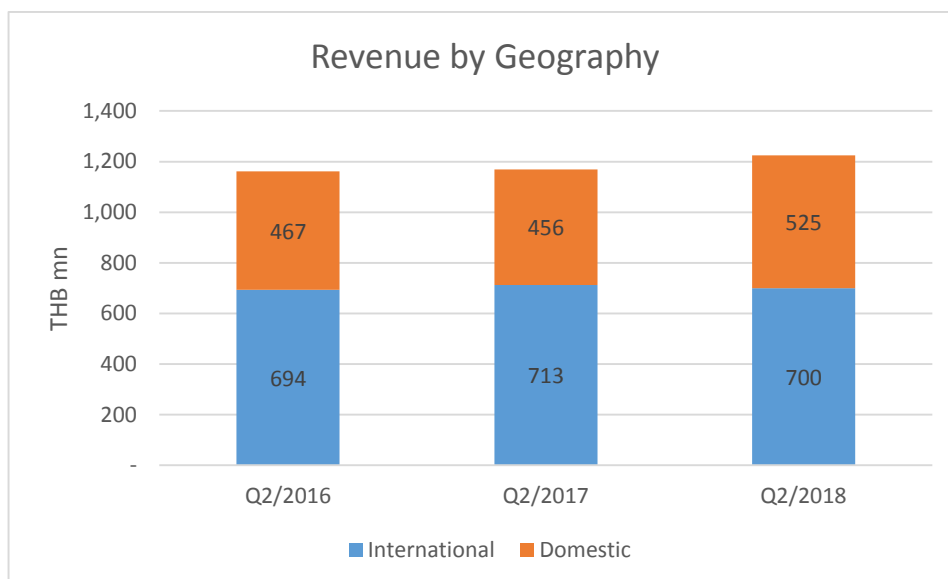


Source: Bloomberg

ถึงแม้ว่านโยบายการลดใช้ถุงพลาสติกชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้งในตลาดต่างประเทศ จะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัท แต่รายได้ของบริษัทสำหรับไตรมาส 2 ของปี 2561 มีรายได้จากการขายในประเทศและยอดขายส่งออกผลิตภัณฑ์ถุงหูหิ้วชนิด Reusable Soft Loop เพิ่มขึ้น ส่งผลให้รายได้ของบริษัทปรับตัวเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับผลการดำเนินงานในช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว ดังรายละเอียดในส่วนต่อไป

รายได้จากการขาย

ในไตรมาส 2/2561 บริษัท มีรายได้รวมอยู่ที่ 1,248.85 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 66.59 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.63 จากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยที่รายได้ส่วนใหญ่ (ประมาณร้อยละ 57.14) ยังคงมาจากการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม บริษัทมีรายได้จากการส่งออกไปยังต่างประเทศลดลงเล็กน้อยจากไตรมาส 2/2560

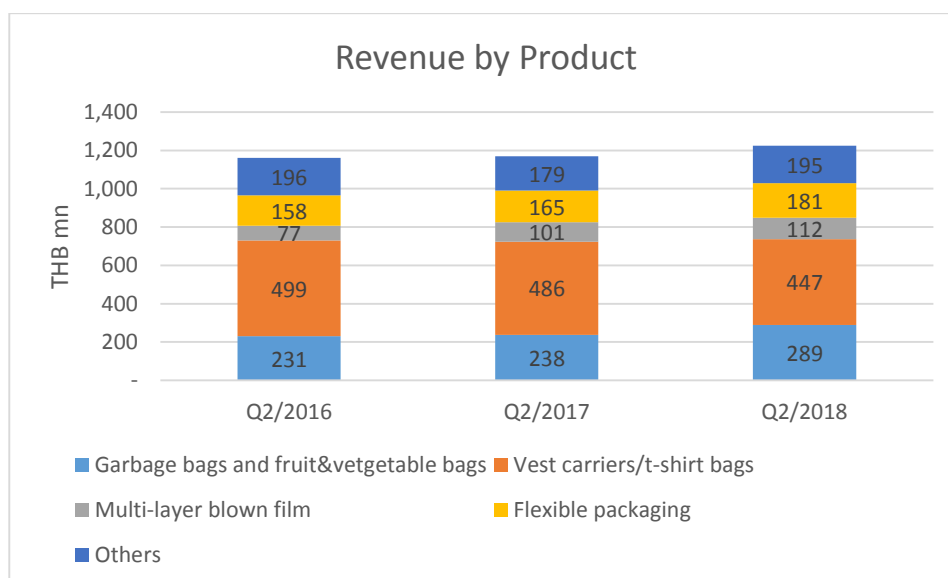


ภาพรวมรายได้ของไตรมาส 2/2561 บริษัทมีรายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ถุงหูหิ้ว (Vest carriers/ t-shirt bags) ลดลง เนื่องจากปริมาณอุปสงค์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์นี้ที่ลดลงในช่วงไตรมาสที่ 2 ของปี 2561 อย่างไรก็ตาม บริษัทมีรายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ ถุงขยะ พลาสติก (Multilayer Blown Film) และกลุ่มบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนสำหรับสินค้าอุปโภคและบริโภค (flexible packaging) เพิ่มขึ้น ทำให้บริษัทมีรายได้เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยผลิตภัณฑ์ถุงหูหิ้ว มียอดขายลดลงจาก 486.35 ล้านบาท เป็น 446.88 ล้านบาท ลดลง 39.47 ล้านบาทหรือลดลงร้อยละ 8.12 จากไตรมาสเดียวกันในปีที่ผ่านมา ทำให้สัดส่วนรายได้ของถุงหูหิ้วต่อรายได้รวมของบริษัทมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 36.50 ของรายได้รวม (ลดลงจากร้อยละ 41.61 ในไตรมาส 1/2560) โดยในยอดขายถุงหูหิ้วนี้รวมยอดขายของถุงประเภท Reusable ด้วย และด้วยยอดขายที่

เพิ่มขึ้นของถุง Reusable จึงทำให้ยอดขายของกลุ่มถุงหิ้วไม่ได้ปรับตัวลดลงมากตามการลดลงของการใช้ถุงหิ้วชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง

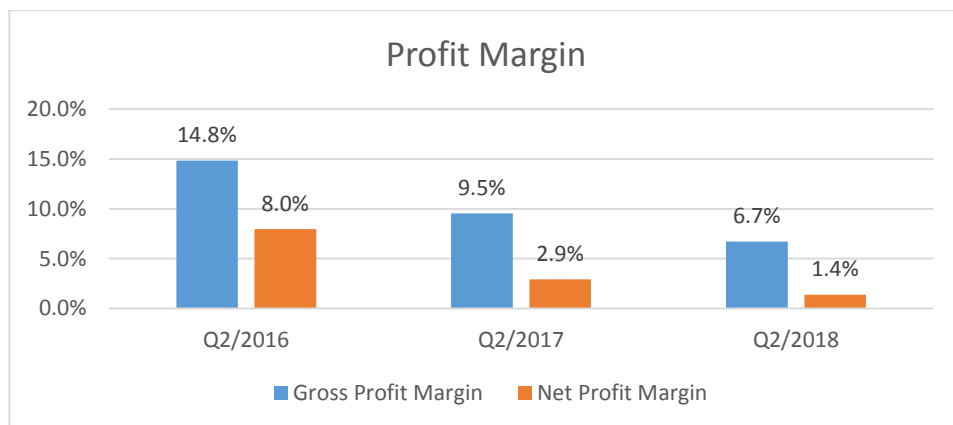
บริษัทมียอดขายจากถุงขยะและถุงใส่ผักผลไม้เพิ่มขึ้นจาก 237.74 ล้านบาท เป็น 288.62 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 50.88 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 21.40 จากไตรมาสเดียวกันในปีที่ผ่านมา ทำให้สัดส่วนรายได้ของถุงขยะและถุงใส่ผักผลไม้ต่อรายได้รวมของบริษัทมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 23.57 ของรายได้รวม (เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 20.34 ในไตรมาส 2/2560)

นอกจากนี้ ยอดขายจากฟิล์มมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นเช่นกันจาก 100.74 ล้านบาท ไปยัง 112.43 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.61 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา ทำให้บริษัทมีสัดส่วนรายได้จากยอดขายฟิล์มต่อรายได้รวมคิดเป็นร้อยละ 9.18 (เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 8.62 ในไตรมาส 2/2560) ในขณะที่บริษัทมีรายได้จากกลุ่มบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนสำหรับสินค้าอุปโภคและบริโภค (flexible packaging) 181.14 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.02 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 14.80 ของรายได้รวม (เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 14.08 ในไตรมาส 2/2560) ทั้งนี้ การเพิ่มขึ้นของสัดส่วนยอดขายของ flexible packaging และ ฟิล์มต่อรายได้รวมที่ผ่านมานั้น สอดคล้องกับนโยบายของผู้บริหารที่ต้องการจะเพิ่มความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยการเน้นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่ม ในขณะที่ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ยอดขายได้ปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 179.45 ล้านบาท เป็น 195.27 ล้านบาทในไตรมาส 2/2561 หรือเพิ่มขึ้น 15.82 ล้านบาท (เพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 8.82 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา)



ความสามารถในการทำกำไร

ในไตรมาส 2/2561 ความสามารถในการทำกำไรของบริษัทมีการปรับลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา เนื่องจากคำสั่งซื้อถุงหูหิ้วของลูกค้าที่อ่อนตัวลง โดยการอ่อนตัวของคำสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ถุงหูหิ้วเกิดจากปัจจัยสำคัญ มาจากการที่หลายประเทศทั้งในทวีปยุโรป, อเมริกา และออสเตรเลีย ได้ออกมาตรการลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทหูหิ้วใช้ครั้งเดียวทิ้ง ดังนั้น บริษัทจึงกำลังอยู่ในช่วงของการปรับพอร์ตสินค้า โดยมีการลงทุนเพื่อทรานฟอร์มธุรกิจ และปรับลดกำลังการผลิตของผลิตภัณฑ์ถุงหูหิ้วบางส่วนเพื่อนำเครื่องจักรและพื้นที่การผลิตไปทำการทรานฟอร์มเมชันธุรกิจ รับเทรนด์การเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกในตลาดโลก ซึ่งในช่วงการเริ่มขึ้นการผลิตสินค้าชนิดใหม่ในช่วงไตรมาสที่ 2 ที่ผ่านมา เป็นการปรับครั้งใหม่จึงส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตปรับตัวสูงขึ้น อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าบริษัทจะได้รับผลกระทบจากปัจจัยข้างต้น การที่บริษัทมียอดขายที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา ส่วนหนึ่งมาจากการที่บริษัทมียอดขายจากผลิตภัณฑ์ถุงขยะเพิ่มขึ้น รวมไปถึงถุงหูหิ้วชนิด Reusable ที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับนโยบายทรานฟอร์มเมชันธุรกิจของบริษัท ทำให้เชื่อมั่นได้ว่าบริษัทได้ดำเนินนโยบายมาในทิศทางที่ถูกต้อง



ในไตรมาส 2/2561 กำไรสุทธิ อยู่ที่ 17.22 ล้านบาทลดลง 17.45 ล้านบาทหรือลดลงร้อยละ 50.33 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยอัตราส่วนกำไรต่อรายได้ลดลงเหลือร้อยละ 1.38 จากร้อยละ 2.93 อย่างไรก็ตาม บริษัทได้ให้ความสนใจในการพัฒนาทักษะในการผลิตสินค้าชนิดใหม่ให้แก่ทีมงานในกระบวนการผลิตเพื่อเพิ่มอัตราการกำไรให้ผลิตภัณฑ์ General Packaging ใหม่ ๆ ให้มีความยั่งยืนและมีความสามารถในการทำกำไรที่ดีขึ้น อีกทั้งบริษัทยังเพิ่มสัดส่วนของกลุ่มบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนสำหรับสินค้าอุปโภคและบริโภค (flexible packaging) ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความสามารถในการทำกำไรสูงกว่า ให้มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ต้นทุนขายสำหรับไตรมาส 2/2561 อยู่ที่ 1,142.29 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 84.73 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 8.01 ทั้งนี้ บริษัทมีต้นทุนขายคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 93.30 ของยอดขาย เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 90.47 ในไตรมาสเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยสาเหตุหลักเกิดขึ้นจากคำสั่งซื้อถุงหิ้วที่อ่อนตัวลง และการปรับกำลังการผลิตตามนโยบายทรานฟอร์มชันธุรกิจ ทำให้ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยสูงขึ้น

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ในไตรมาส 2/2561 เพิ่มขึ้นจาก 78.00 ล้านบาท เป็น 80.03 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2.03 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.61 โดยบริษัทมีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคิดเป็นร้อยละ 6.41% ของรายได้รวม ลดลงเล็กน้อยจากปีที่แล้วที่มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารเท่ากับร้อยละ 6.60% ของรายได้รวม

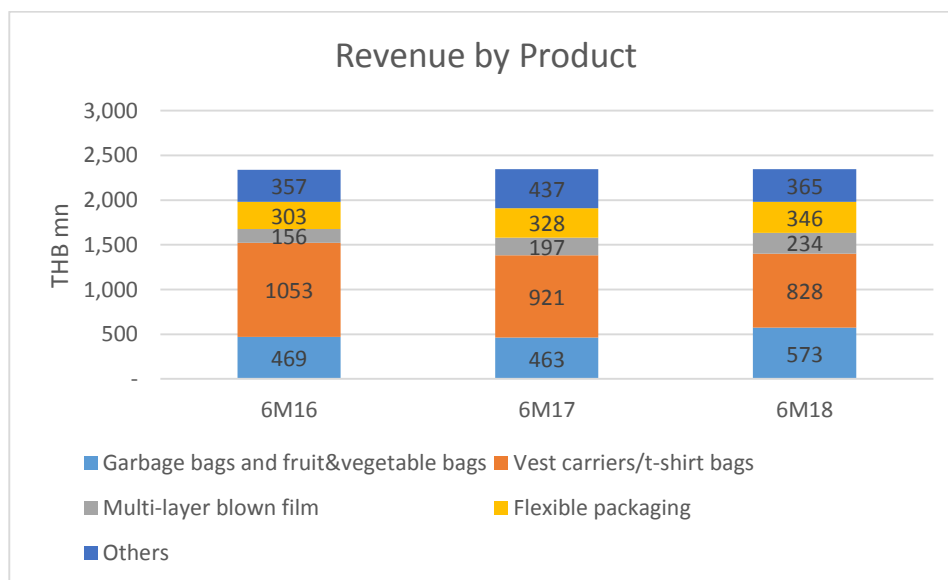
EBITDA ปรับลดลง 9.85 ล้านบาท (หรือลดลงในอัตราร้อยละ 10.57) จาก 93.10 ล้านบาทเป็น 83.26 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา

หน่วย: ล้านบาท	2/2561	2/2560	YoY	
			ล้านบาท	%
ยอดขาย	1,248.85	1,182.26	66.59	5.63%
ต้นทุนในการขาย	1,142.29	1,057.56	84.73	8.01%
รายได้อื่น	21.44	13.35	8.09	60.63%
ค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร	80.03	78.00	2.03	2.61%
EBITDA	83.26	93.10	(9.85)	(10.57%)
กำไรสุทธิ	17.22	34.68	(17.45)	(50.33%)
กำไรสุทธิต่อหุ้น (บาท)	0.04	0.08	(0.04)	(52.85%)

ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2561 บริษัทมีส่วนค่าใช้จ่ายต่อยอดขายที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงระยะเวลาเดียวกันของปีที่แล้ว ส่งผลให้บริษัทมีความสามารถในการทำกำไรที่ลดลง โดยกำไรสุทธิสำหรับงวด 6 เดือนของปี 2561 อยู่ที่ 19.93 ล้านบาท ซึ่งลดลงจาก 94.27 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 78.86 จากปี 2560 การลดลงของกำไรสุทธิในปี 2561 เกิดจากการสาเหตุหลักที่ได้กล่าวมาข้างต้น อันได้แก่ กำส่งซื้อถุงหิ้วของลูกค้าที่อ่อนตัวลง อีกทั้ง บริษัทกำลังอยู่ในช่วงของการปรับพอร์ตสินค้า โดยมีการดำเนินการปรับกำลังการผลิตภายใต้นโยบายทรานฟอร์มเมชันธุรกิจ รับเทรนด์การเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกในตลาดโลก

ทั้งนี้ บริษัทมียอดขายได้ปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อย โดยในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2561 บริษัทมียอดขายได้รวมอยู่ที่ 2,385.83 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 2,364.44 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.63 จากช่วงเดียวกันของปี 2560 ในขณะที่ ต้นทุนในการขายมีการปรับตัวสูงขึ้นอยู่ที่ระดับ 1,142.29 ล้านบาท โดยเพิ่มขึ้นจาก 1,057.56 ล้านบาท ในปีก่อนหน้า ในขณะที่บริษัทมีค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร 158.57 ล้านบาท ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2561 เพิ่มขึ้นเล็กน้อยเมื่อเทียบกับ 149.32 ล้านบาท ในช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา

EBITDA ปรับตัวลดลง 65.56 ล้านบาท (หรือลดลงในอัตราร้อยละ 31.83) จาก 205.96 ล้านบาทเป็น 140.41 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา



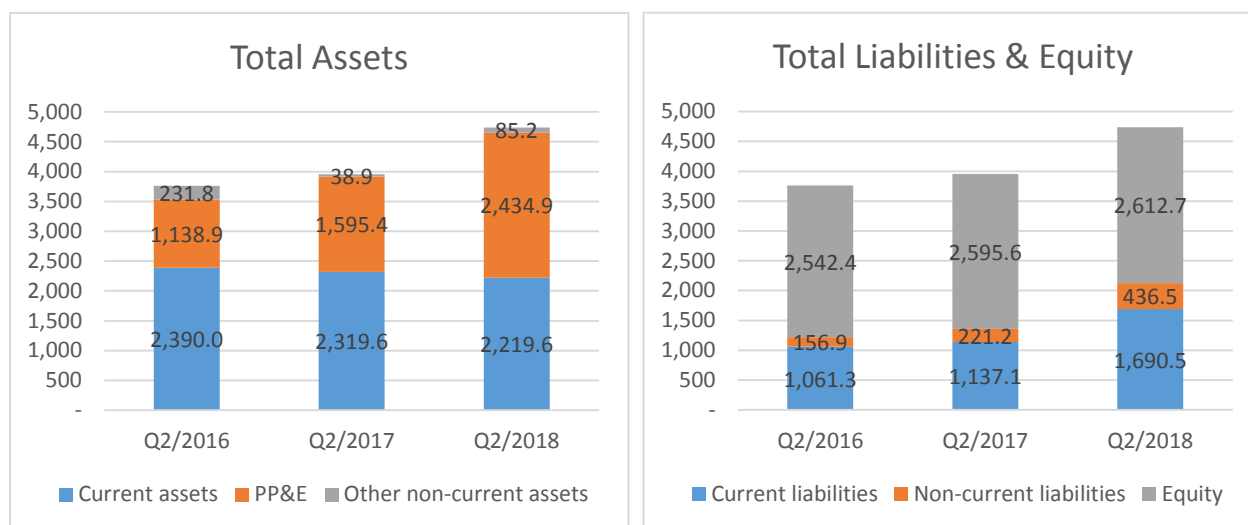
สัดส่วนการขายโดยแบ่งตามรูปแบบของผลิตภัณฑ์ยังคงเป็นไปตามแผนที่ทางทีมผู้บริหารตั้งใจจะเพิ่มสัดส่วนของสินค้าที่มีความสามารถในการทำกำไร โดยจากกราฟข้างต้นแสดงให้เห็นว่า flexible packaging มียอดขายสูงขึ้นในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา โดยเพิ่มขึ้นจาก 303 ล้านบาท ในปี 2559 เป็น 346 ล้านบาท ในปี 2561

อีกทั้ง บริษัทมียอดขายจากผลิตภัณฑ์ถุงขยะเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องด้วยปริมาณคำสั่งซื้อจากต่างประเทศที่มีขึ้น

สำหรับภาพรวมในระยะยาวของบริษัทนั้น บริษัทมีนโยบายที่จะปรับเปลี่ยนพอร์ตสินค้า เพิ่มสัดส่วนยอดขาย และการผลิตของผลิตภัณฑ์ที่มีความสามารถในการทำกำไร และลงทุนตามนโยบายทรานส์ฟอร์มเมชันธุรกิจ เพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่ม General Packaging เพื่อรับเทรนด์การเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกในตลาดโลก อีกทั้งทางบริษัทมีสถานะทางการเงินที่แข็งแกร่ง ประกอบกับ มีสภาพคล่องในระดับสูง ทำให้สามารถขยายกำลังการผลิต และ/หรือ สามารถพิจารณาการลงทุนต่างๆ เพิ่มเติมในอนาคตได้

หน่วย: ล้านบาท	6M18	6M17	YoY	
			ล้านบาท	%
ยอดขาย	2,385.83	2,364.44	21.39	0.90%
ต้นทุนในการขาย	2,190.70	2,100.17	90.53	4.31%
รายได้อื่น	36.14	17.90	18.24	101.91%
ค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร	158.57	149.31	9.25	6.19%
EBITDA	140.41	205.96	(65.56)	(31.83%)
กำไรสุทธิ	19.93	94.27	(74.35)	(78.86%)
กำไรสุทธิต่อหุ้น (บาท)	0.04	0.22	(0.18)	(81.36%)

สินทรัพย์



ณ สิ้นไตรมาส 2/2561 บริษัทมีสินทรัพย์รวม 4,739.65 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 531.25 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.62 จากสิ้นปี 2560 บริษัทมีสินทรัพย์หมุนเวียน 2,219.56 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.32 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.15 โดยสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น เพิ่มขึ้น 84.15 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.85 และสินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้นจำนวน 139.18 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 21.31 อีกทั้ง บริษัทมีสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนเพิ่มขึ้น 527.93 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 26.50 โดยเป็นการเพิ่มขึ้นของที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์สุทธิ 483.33 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 24.77 และค่าเช่าที่ดิน และโรงงานจ่ายล่วงหน้า 40.85 ล้านบาท เนื่องจากการลงทุนเพิ่มเติมเพื่อขยายและปรับปรุงกำลังการผลิต และการเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ของบริษัท

หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น

บริษัทมีหนี้สินรวมเพิ่มขึ้นเป็น 2,130.02 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 621.27 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 41.18 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2560 โดยสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของเงินกู้ระยะสั้นซึ่งประกอบไปด้วย ตัวสัญญาใช้เงิน เจ้าหนี้ทรัสต์รีซีท และเจ้าหนี้แฟคกิ้งเครดิตจากสถาบันการเงิน เพิ่มขึ้น 430.55 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 72.27 และเงินกู้ระยะยาวจากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้น 232.38 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 138.33 เพื่อส่งเสริมการขยายธุรกิจของบริษัท ในขณะที่บริษัทมีเจ้าหนี้การค้า และเจ้าหนี้อื่นลดลง 37.73 ล้านบาท

ส่วนของผู้ถือหุ้น ณ 31 มิถุนายน 2561 มีจำนวน 2,609.62 ล้านบาท ลดลง 90.03 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบกับส่วนของผู้ถือหุ้น ณ 31 ธันวาคม 2560 โดยการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมีสาเหตุหลักมาจากการลดลงของกำไร

สะสมยังไม่ได้จัดสรรจำนวน 143.82 ล้านบาท เนื่องจากบริษัทมีการจ่ายเงินปันผลจำนวน 160 ล้านบาท ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2561 อย่างไรก็ดี บริษัทมีส่วนของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 46.63 ล้านบาท

กระแสเงินสด

บริษัทมีกระแสเงินสดที่ใช้ไปในกิจกรรมดำเนินงานในไตรมาสที่ผ่านมาเท่ากับ 27.37 ล้านบาท ลดลง 85.40 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 147.16 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา บริษัทมีกำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้จำนวน 17.99 ล้านบาท โดยสาเหตุหลักของการลดลงของกระแสเงินสดที่ได้จากกิจกรรมดำเนินงานของบริษัทมาจากการเพิ่มขึ้นของลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น - กิจกรรมอื่น เพิ่มขึ้น 68.30 ล้านบาท และสินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้น 145.54 ล้านบาท

บริษัทมีกระแสเงินสดที่ใช้ไปในกิจกรรมลงทุนจำนวน 623.22 ล้านบาท ซึ่งจำนวน 553.85 ล้านบาทถูกใช้ไปใน PP&E และ 138.65 ล้านบาท นำไปจ่ายซื้อธุรกิจ เพื่อยกระดับศักยภาพและผลิตภาพในการผลิต

บริษัทมีกระแสเงินสดที่ได้มาจากกิจกรรมจัดหาเงินของบริษัทจำนวน 542.13 ล้านบาท เป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นในเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน 430.34 ล้านบาท และการเพิ่มขึ้นของเงินกู้ยืมระยะยาวสถาบันการเงิน 249.32 ล้านบาท ในขณะที่การเพิ่มทุนส่วนของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมในบริษัทย่อย 56.08 ล้านบาทในไตรมาส 2/2561

โดยสรุปบริษัทมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ สิ้นไตรมาส 2/2561 เท่ากับ 373.81 ล้านบาท (เพิ่มขึ้นจากเงินสด ณ สิ้นปี 2560 จำนวน 3.82 ล้านบาท)

อัตราส่วนที่สำคัญทางการเงิน

	2/2561	2/2560
Gross Profit Margin (%)	6.70%	9.53%
Net Profit Margin (%)	1.38%	2.93%
Current Ratio (x)	1.31x	2.04x
Quick Ratio (x)	0.84x	1.46x
D/E Ratio (x)	0.81x	0.52x
EPS (THB/SHARE)	0.04	0.09
BVPS (THB/SHARE)	6.53	6.49