

ที่ SITHAI-0501/59

13 พฤษภาคม พ.ศ. 2559

เรื่อง คำชี้แจงข้อมูลทางการเงินของไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2559

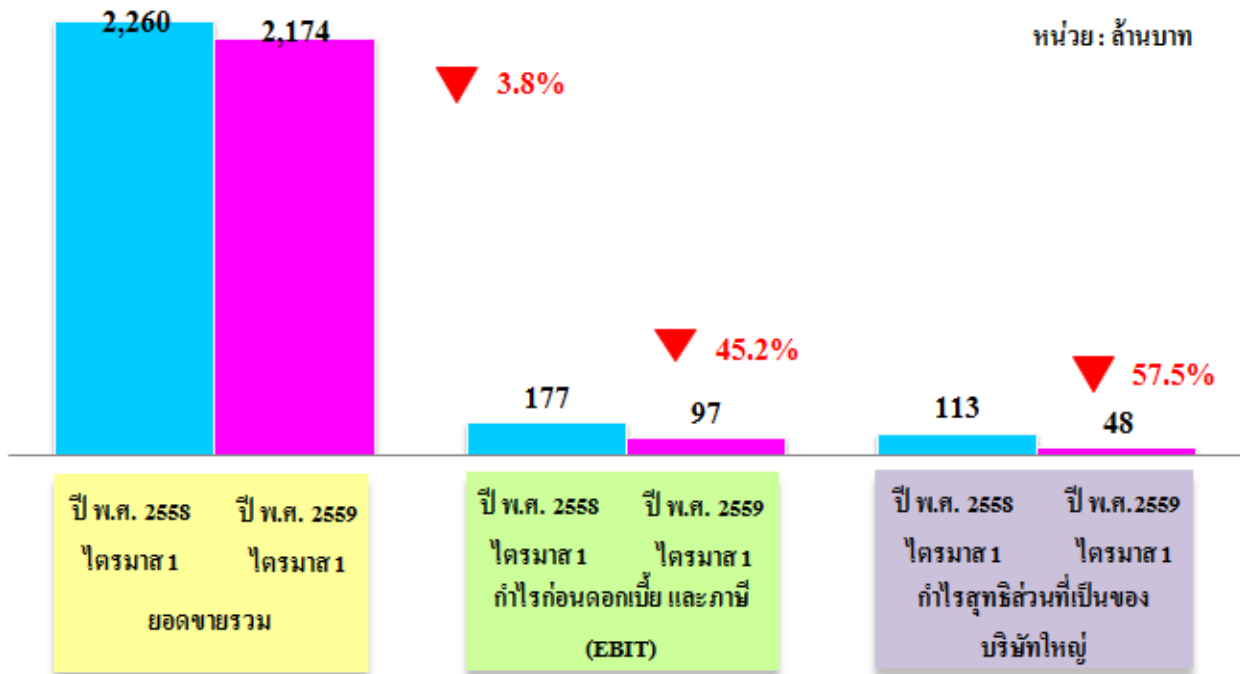
เรียน กรรมการและผู้จัดการ  
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตามที่บริษัทฯ ได้จัดส่งข้อมูลทางการเงินไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2559 ที่ได้รับการสอบทานโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ซึ่งผ่านการพิจารณาของคณะกรรมการตรวจสอบ และอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัทเมื่อวันที่ 13 พฤษภาคม พ.ศ. 2559 นั้น

บริษัทฯ ขอชี้แจงผลการดำเนินงานโดยสังเขป ดังต่อไปนี้

#### 1. ภาพรวมผลการดำเนินงานของบริษัทฯและบริษัทย่อย

ในไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2559 บริษัทฯ และบริษัทย่อย มียอดขายรวมลดลงจากปีก่อนร้อยละ 3.8 อัตรากำไรขั้นต้นลดลงจากร้อยละ 20.8 เป็นร้อยละ 16.7 ของยอดขาย โดยมีกำไรสุทธิสำหรับงวดจำนวน 54 ล้านบาท ซึ่งเป็นกำไรสุทธิเฉพาะส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทใหญ่จำนวน 48 ล้านบาท ลดลงจากไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2558 จำนวน 65 ล้านบาท หรือร้อยละ 57.5 กำไรต่อหุ้น 0.02 บาท ลดลง 0.02 บาทต่อหุ้นจากไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2558 ซึ่งมีกำไรต่อหุ้น 0.04 บาท โดยมีรายการที่มีได้เกิดขึ้นเป็นประจำที่มีสาระสำคัญต่อข้อมูลทางการเงินในไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2559 ได้แก่รายการขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนจำนวน 2 ล้านบาท เปรียบเทียบกับปีก่อนที่ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนจำนวน 7 ล้านบาท ซึ่งเกิดจากเงินบาทที่อ่อนค่าเมื่อเทียบกับเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกา และการรับรู้ค่าเผื่อการค้อยค่าของเงินลงทุนใน Srithai Superware India Limited ในข้อมูลทางการเงินเฉพาะบริษัทจำนวน 6 ล้านบาท

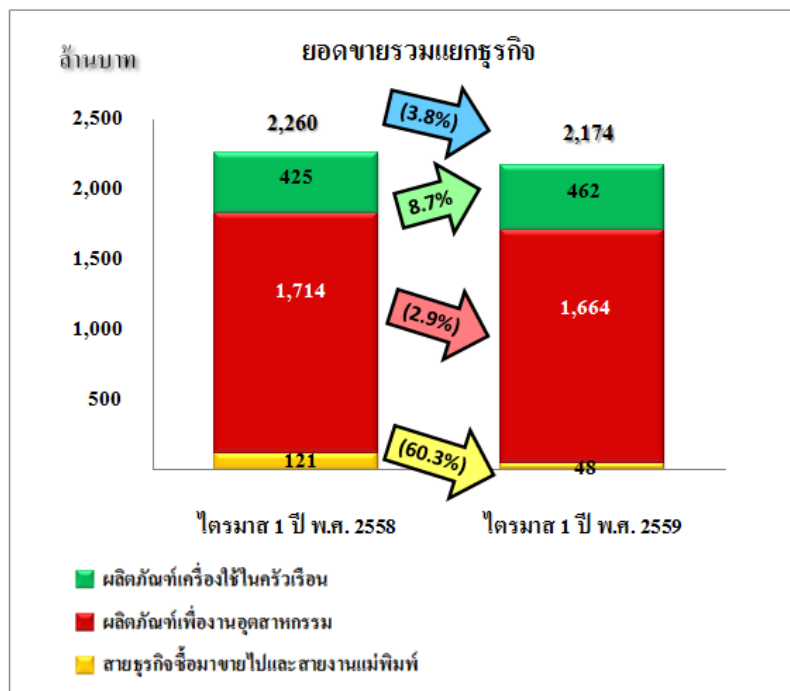
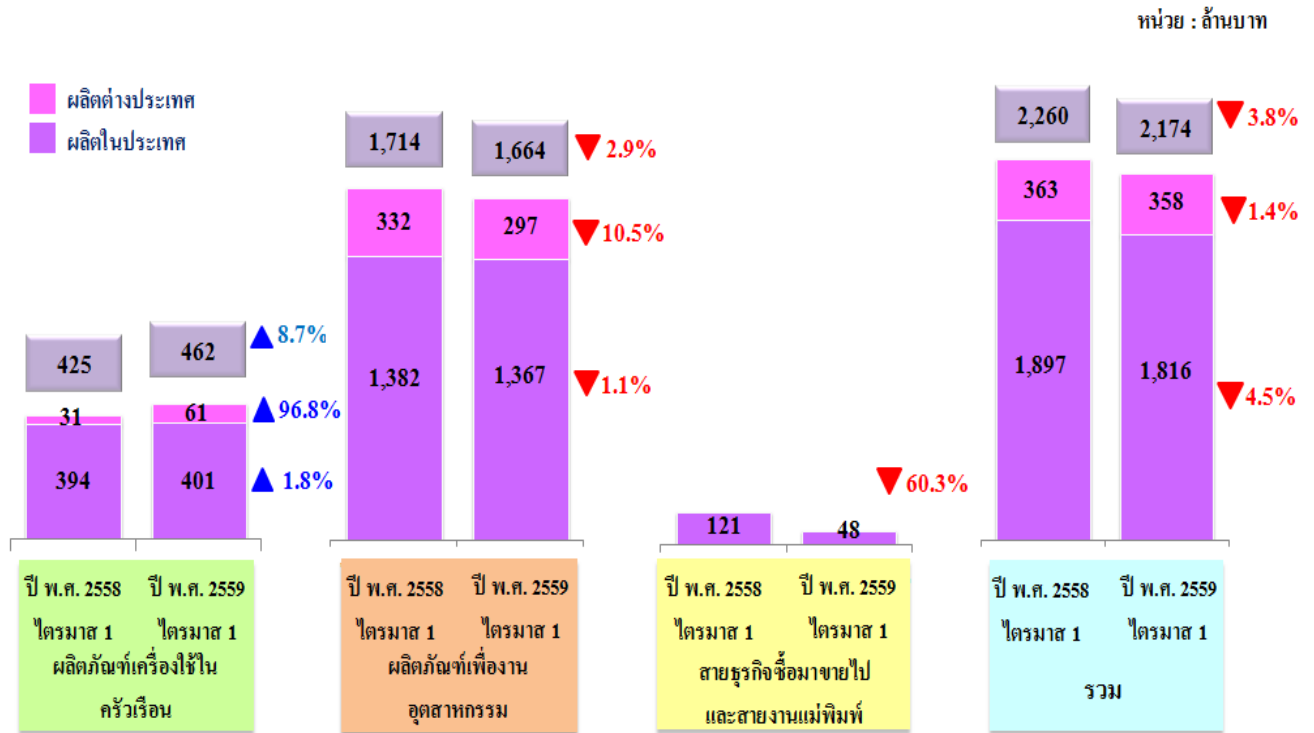
**รูปที่ 1** ภาพรวมข้อมูลกำไรขาดทุนรวม


	หน่วย	ไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2558	ไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2559
กำไรขั้นต้น	%	20.8%	16.7% ▼
กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่	ล้านบาท	113	48 ▼
กำไรสุทธิต่อยอดขาย	%	5.0%	2.2% ▼
กำไรต่อหุ้น	บาท	0.04	0.02 ▼

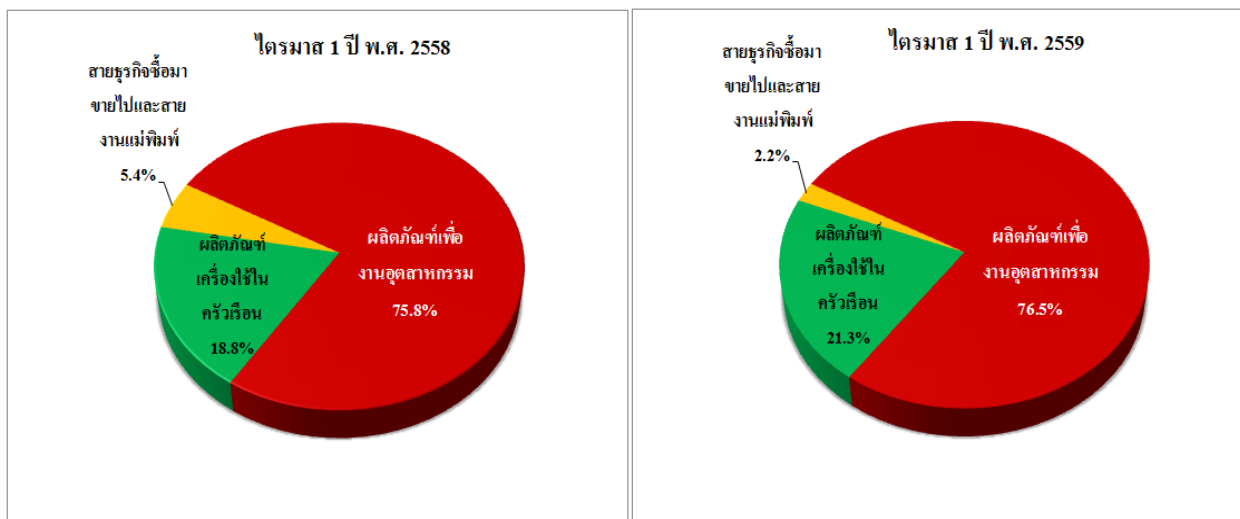
## 2. วิเคราะห์ผลการดำเนินงานของไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2559

### 2.1 ยอดขายรวมแยกตามประเภทธุรกิจ

รูปที่ 2 ยอดขายรวมแยกตามประเภทธุรกิจ



### สัดส่วนยอดขายแยกธุรกิจ



สัดส่วนยอดขายของสายธุรกิจพลาสติกเปรียบเทียบไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2559 กับไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2558 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 94.6 เป็นร้อยละ 97.8 ประกอบด้วย กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือนสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 18.8 เป็นร้อยละ 21.3 และกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่องานอุตสาหกรรมสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 75.8 เป็นร้อยละ 76.5 ส่วนสายธุรกิจซื้อมาขายไปและขายงานแม่พิมพ์สัดส่วนลดลงจากร้อยละ 5.4 เป็นร้อยละ 2.2

#### 1) ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน

ยอดขายกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือนเพิ่มขึ้นในไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2559 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนจำนวน 37 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.7 โดยแบ่งตามฐานการผลิต ดังนี้

- ฐานผลิตในประเทศมียอดขายเพิ่มขึ้นจากการขายผ่านตัวแทนจำหน่าย โดยได้รับคำสั่งซื้อสินค้าเมลามีนจากร้านค้าสะดวกซื้อรายใหญ่ เพื่อใช้เป็นสินค้าแลกเปลี่ยนเนื่องจากช่วงปลายปีก่อน การขายผ่านช่องทางธุรกิจขายตรงเพิ่มขึ้นจากปีก่อน จากผลของการเปลี่ยนรูปแบบการบริหารการขายและการนำเสนอสินค้าใหม่ที่อยู่ในความสนใจของตลาด

- ฐานผลิตต่างประเทศมียอดขายเพิ่มขึ้นจากบริษัทย่อยในต่างประเทศ คือ Srithai (Vietnam) Company Limited ที่ได้รับคำสั่งซื้อสินค้าเมลามีนประเภท OEM ประกอบกับการปรับกลยุทธ์ทางการตลาด ส่งผลให้ยอดขายจากลูกค้ากลุ่มร้านค้าปลีกค้าส่ง (Traditional Market) ห้างสรรพสินค้า (Modern Trade) และกลุ่มส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทย่อยจัดตั้งใหม่ในประเทศอินเดีย คือ Srithai Superware Manufacturing Private Limited ก็เริ่มมีรายได้ตั้งแต่วันที่ไตรมาสสุดท้ายของปีก่อน

## 2) ผลผลิตภัณฑ์เพื่องานอุตสาหกรรม

ยอดขายกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่องานอุตสาหกรรมลดลงในไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2559 จำนวน 50 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.9 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยแบ่งเป็นประเภทผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม ดังนี้

- สินค้ากลุ่มบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มนมมียอดขายลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2558 จากยอดขาย Preform ส่งออกไปประเทศอินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และลาวลดลง เนื่องจากลูกค้าบางรายจัดหา Preform เอง และการปรับราคาขายลงตามราคาวัตถุดิบที่ลดลง และการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นแบบ Lightweight ทำให้ปริมาณการใช้วัตถุดิบลดลง ส่งผลให้ราคาขายลดลงเช่นกัน

- สินค้ากลุ่มบรรจุภัณฑ์อาหารมียอดขายลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2558 โดยเฉพาะกล่องอาหาร (Food Box) เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจที่ชะลอตัวอย่างต่อเนื่อง หนี้ครัวเรือนยังอยู่ในระดับสูง ปัญหาราคาพืชผลทางการเกษตรและรายได้ภาคเกษตรตกต่ำ ทำให้ภาคครัวเรือนระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้น

- ส่วนผลิตภัณฑ์เพื่องานอุตสาหกรรมในกลุ่มสินค้าอื่นๆ โดยรวมมียอดขายเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากได้รับคำสั่งซื้อล่วงหน้าเพื่อบรรจุชิ้นส่วนรถยนต์สำหรับส่งออกไปต่างประเทศ และเพื่อบรรจุผลไม้ในกลุ่มธุรกิจห้างสรรพสินค้า (Modern Trade) รวมถึงได้รับคำสั่งซื้อตามโครงการขนาดใหญ่ สำหรับสินค้าพาเลทของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ ประกอบกับบริษัทย่อยในต่างประเทศได้รับคำสั่งซื้อถังบรรจุขวดจากลูกค้ารายใหญ่

## 3) สายธุรกิจซื้อมาขายไปและสาขางานแม่พิมพ์

ยอดขายสายธุรกิจซื้อมาขายไปและสาขางานแม่พิมพ์ลดลงในไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2559 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนจำนวน 73 ล้านบาท หรือร้อยละ 60.3 เนื่องจาก

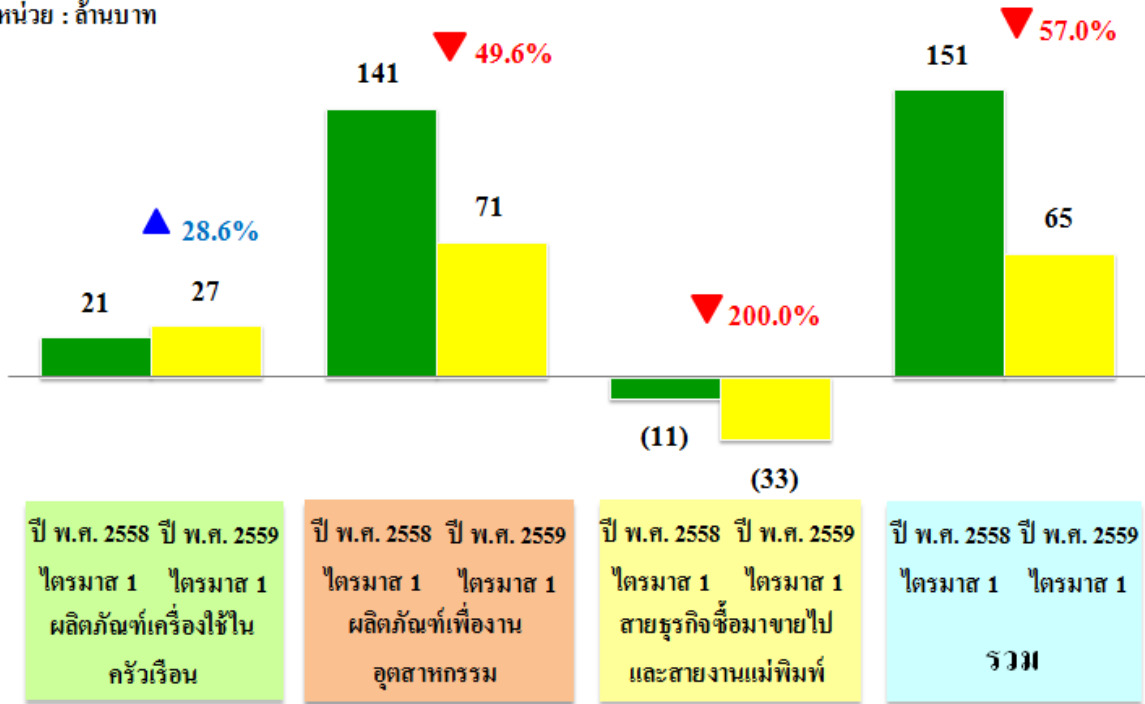
- การลดลงของยอดขายของสายธุรกิจซื้อมาขายไป โดยเฉพาะยอดขายของธุรกิจเครื่องถ่าย เนื่องจากมีการแข่งขันที่รุนแรงจากคู่แข่งภายในตลาดธุรกิจเครื่องถ่าย การเสียนักธุรกิจระดับผู้นำขององค์กร การวางตลาดในสินค้ากลุ่มเกษตรอินทรีย์ของกลุ่มคู่แข่งซึ่งเข้ามาแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจเครื่องถ่าย ปัจจัยลบทางด้านเศรษฐกิจโดยรวมของตลาดสินค้าอุปโภคบริโภค และกำลังซื้อของภาคครัวเรือนที่ลดลง

- ยอดขายของธุรกิจสาขางานแม่พิมพ์ลดลง ตามภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว และคำสั่งผลิตแม่พิมพ์ใหม่ของลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์น้อยลง

## 2.2 กำไร (ขาดทุน) จากการขายตามส่วนงาน

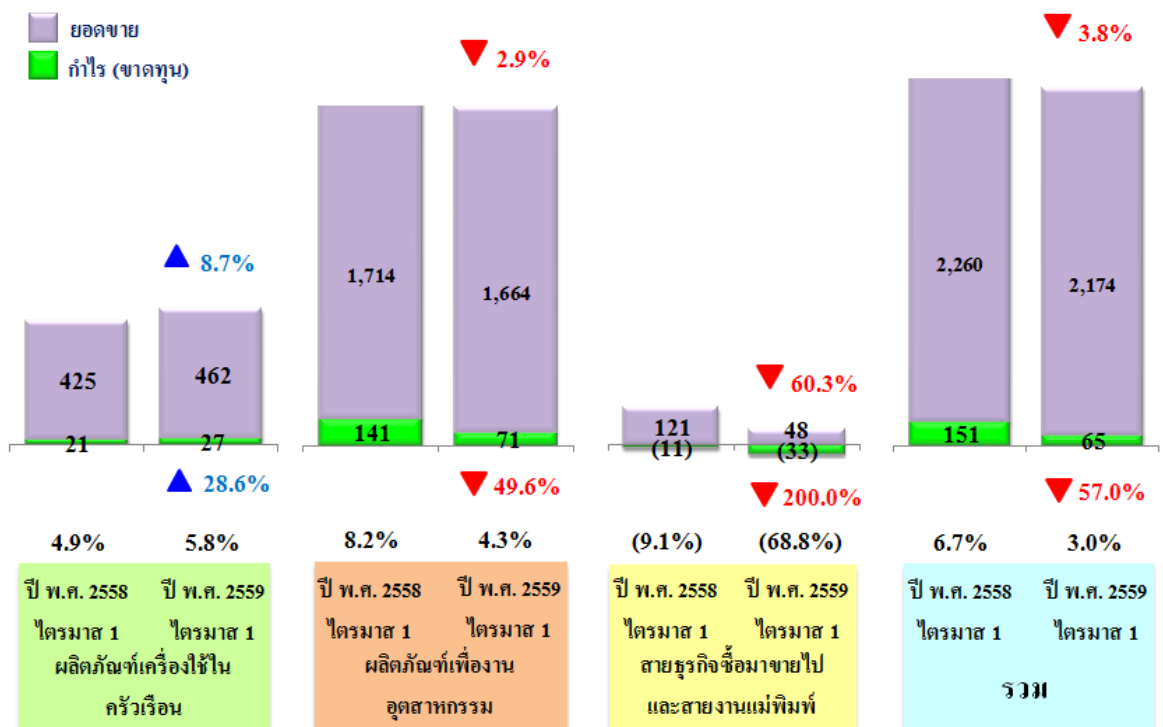
รูปที่ 3 กำไร (ขาดทุน) จากการขายตามส่วนงาน

หน่วย : ล้านบาท



รูปที่ 4 ยอดขายและกำไร (ขาดทุน) จากการขายตามส่วนงาน

หน่วย : ล้านบาท



กำไรจากการขายตามส่วนงานของไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2559 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ลดลง 86 ล้านบาท หรือร้อยละ 57.0 สรุปได้ดังนี้

1) ผลិតภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน

กำไรจากการขายของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือนเพิ่มขึ้นร้อยละ 28.6 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2558 โดยอัตรากำไรต่อยอดขายเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 4.9 เป็นร้อยละ 5.8 เนื่องจากอัตรากำไรใช้เครื่องจักรสูงขึ้น ส่งผลให้กำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นในอัตราที่มากกว่าค่าใช้จ่ายขายและบริหารที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับบริษัทฯ ได้รับคำสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อรายใหญ่ต่อเนื่องจากปีก่อน และการขายสินค้าจากโรงงานหรือ Srithai Super Outlet ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นที่ดี ขณะที่ค่าใช้จ่ายขายและบริหารก็เพิ่มขึ้นตามการขยายตัวของยอดขาย

2) ผลิตภัณฑ์เพื่องานอุตสาหกรรม

กำไรจากการขายของกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่องานอุตสาหกรรมลดลงร้อยละ 49.6 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน และอัตรากำไรต่อยอดขายลดลงจากร้อยละ 8.2 เป็นร้อยละ 4.3 เนื่องจากอัตรากำไรขั้นต้นที่ลดลง ซึ่งเป็นผลมาจากอัตรากำไรใช้เครื่องจักรลดลง การปรับราคาขายลงตามราคาวัตถุดิบในงวดก่อนซึ่งมีผลในไตรมาสนี้ ขณะที่ราคาน้ำมันเริ่มปรับขึ้น

3) สายธุรกิจซื้อมาขายไปและสายงานแม่พิมพ์

สายธุรกิจซื้อมาขายไปและสายงานแม่พิมพ์มีผลขาดทุน 33 ล้านบาท และอัตรขาดทุนต่อยอดขายร้อยละ 68.8 จากการลดลงของยอดขายและกำไรขั้นต้นของทั้งสายธุรกิจซื้อมาขายไปและสายงานแม่พิมพ์ เนื่องจากการแข่งขันที่สูงในตลาดธุรกิจเครื่องช่วย และปัญหาเศรษฐกิจ ขณะที่ยังมีค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรมและรายการส่งเสริมการขาย เพื่อเน้นการระบายสินค้าคงคลัง และเป็นการสร้างสมดุลของอายุสินค้าคงคลังให้เหมาะสม

### 2.3 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

#### ตารางที่ 1 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

หน่วย : ล้านบาท

รายละเอียด	ไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2559		ไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2558		เปลี่ยนแปลงจากไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2558	
	จำนวนเงิน	% ต่อ ยอดขาย	จำนวนเงิน	% ต่อ ยอดขาย	จำนวนเงิน เพิ่มขึ้น(ลดลง)	% +(-)
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	299	13.8%	327	14.5%	(28)	(8.6%)

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารของไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2559 ลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน จำนวน 28 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.6 ซึ่งลดลงมากกว่าอัตราการลดลงของยอดขาย เนื่องจากผลประหยัดของค่านายหน้า ค่าส่งเสริมการขาย และค่าใช้จ่ายส่งออก ตามยอดขายที่ลดลงของสายธุรกิจซื้อไป ขณะที่บริษัทย่อยในต่างประเทศมีค่าใช้จ่ายขายและบริหารเพิ่มขึ้นจากค่าขนส่ง และค่าออกงานแสดงสินค้า

### 3. วิเคราะห์ฐานะการเงินรวม

ตารางที่ 2 ข้อมูลฐานะการเงินรวม (บางส่วน)

หน่วย : ล้านบาท

รายการ	31-มี.ค.-59	31-ธ.ค.-58	เปลี่ยนแปลงจาก 31-ธ.ค.-58	
	จำนวนเงิน	จำนวนเงิน	จำนวนเงิน เพิ่มขึ้น (ลดลง)	% +(-)
ลูกหนี้การค้า-สุทธิ	1,864	1,928	(64)	(3.3%)
สินค้าคงเหลือ-สุทธิ	1,730	1,658	72	4.3%
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์-สุทธิ	5,825	5,852	(27)	(0.5%)
<b>รวมสินทรัพย์ *</b>	<b>11,014</b>	<b>11,107</b>	<b>(93)</b>	<b>(0.8%)</b>
เงินเบิกเกินบัญชีธนาคารและเงินกู้ยืมระยะสั้น	1,252	1,752	(500)	(28.5%)
เจ้าหนี้การค้า	870	959	(89)	(9.3%)
เงินกู้ยืมระยะยาว	3,108	2,656	452	17.0%
ภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน	387	379	8	2.1%
<b>รวมหนี้สิน *</b>	<b>6,010</b>	<b>6,150</b>	<b>(140)</b>	<b>(2.3%)</b>
กำไรสะสม-ยังไม่ได้จัดสรร	1,840	1,792	48	2.7%
ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	251	245	6	2.4%
<b>รวมส่วนของผู้ถือหุ้น *</b>	<b>5,004</b>	<b>4,957</b>	<b>47</b>	<b>0.9%</b>

หมายเหตุ : \* ผลรวมทั้งหมดจากงบแสดงฐานะการเงินรวม

ณ 31 มีนาคม พ.ศ. 2559 ฐานะการเงินรวมที่เปลี่ยนแปลงอย่างมีสาระสำคัญเมื่อเปรียบเทียบกับ ณ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 ประกอบด้วย

- ลูกหนี้การค้าลดลง ตามยอดขายที่ลดลงในช่วงไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2559 เมื่อเทียบกับช่วงไตรมาสสุดท้ายของปีก่อน เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะงักงัน และการจัดหาสินค้าของตนเอง โดยลูกค้าบางราย
- สินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้นจากสินค้าสำเร็จรูปของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน เพื่อรองรับคำสั่งซื้อในช่วงเทศกาลถือศีลคอดในไตรมาส 2 ของชาวมุสลิมจากลูกค้าในตะวันออกกลาง การขายที่ร้านขายสินค้าจาก

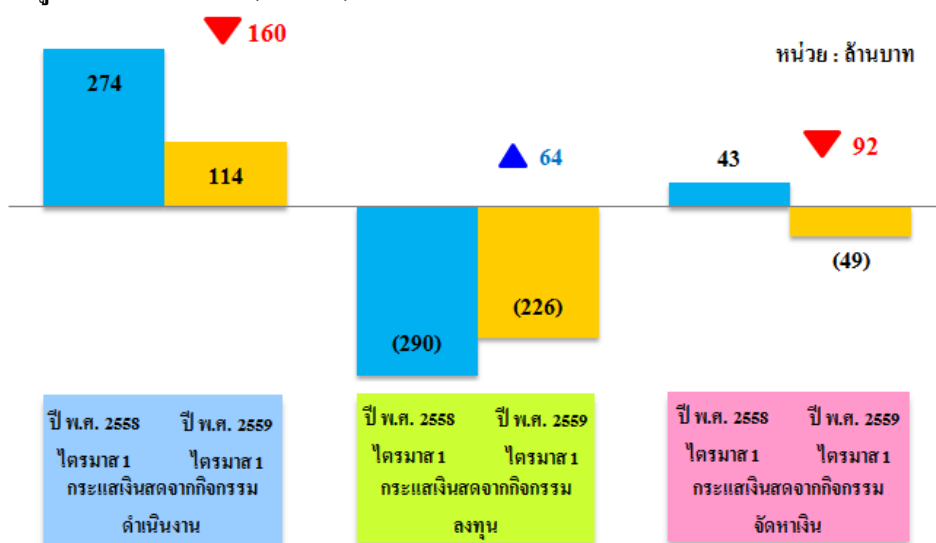


โรงงาน หรือ Srithai Super Outlet และงานระหว่างผลิตกลุ่มแม่พิมพ์ของบริษัทเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับในไตรมาสถัดไป

- ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ ลดลงด้วยค่าเสื่อมราคาและการจำหน่าย สุทธิจากการจัดหาสินทรัพย์เพิ่มเติมระหว่างงวด
- เงินเบิกเกินบัญชีธนาคารและเงินกู้ยืมระยะสั้นลดลง จากการจ่ายชำระคืน
- เจ้าหนี้การค้าลดลง เนื่องจากเจ้าหนี้ค่าสินค้าของธุรกิจเครือข่ายและเจ้าหนี้ของกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่องานอุตสาหกรรมที่ลดลงตามยอดขายที่ลดลง นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทสั่งซื้อและจัดเก็บวัตถุดิบเท่าที่จำเป็นตามแผนการผลิต ควบคู่กับการเจรจากำหนดระยะเวลาชำระหนี้เพื่อให้ได้ราคาวัตถุดิบที่เหมาะสม
- เงินกู้ยืมระยะยาวเพิ่มขึ้นจากการเบิกถอนเงินกู้จากธนาคารพาณิชย์ระหว่างปีเพื่อจัดหาสินทรัพย์ สุทธิด้วยการจ่ายชำระคืนตามกำหนด
- ภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน เพิ่มขึ้นจากการบันทึกค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน ตามกฎหมายและภาระผูกพันอื่นในระหว่างปี
- กำไรสะสม-ยังไม่ได้จัดสรร เพิ่มขึ้นจากปีก่อน จำนวน 48 ล้านบาท จากการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่สำหรับไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2559
- ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมเพิ่มขึ้นตามการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิของบริษัทย่อยสำหรับผลประกอบการไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2559

#### 4. วิเคราะห์สภาพคล่อง

รูปที่ 5 ข้อมูลกระแสเงินสดรวม (บางส่วน)



หน่วย : ล้านบาท

	31-มี.ค.-58	31-มี.ค.-59
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น(ลดลง) สุทธิ	27	(161)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดต้นงวด	473	621
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดปลายงวด	500	460

ในงวด 3 เดือน ปี พ.ศ. 2559 กลุ่มบริษัทมีกระแสเงินสดรับ/จ่ายที่สำคัญ ดังนี้

- 1) กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากการผลกำไรสุทธิลดลง
- 2) กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุนเพิ่มขึ้นจากปีก่อน เนื่องจากปีก่อนมีการจัดหาสินทรัพย์ถาวร และการลงทุนสำหรับโรงงานใหม่ของบริษัทอยู่ในประเทศอินเดียและเวียดนาม
- 3) กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินลดลง เนื่องจากเงินสดที่ได้จากการเบิกถอนเงินกู้ยืมระยะยาวต่ำกว่าการจ่ายคืนเงินกู้ยืมระยะสั้นและระยะยาวที่ครบกำหนด

ณ 31 มีนาคม พ.ศ. 2559 กลุ่มบริษัทยังมีวงเงินสินเชื่อที่ยังไม่ได้เบิกถอน ซึ่งประกอบด้วยเงินเบิกเกินบัญชี เงินกู้ยืมระยะยาว และเงินกู้หมุนเวียนกว่า 4,000 ล้านบาท ด้วยต้นทุนทางการเงินที่เหมาะสม ทำให้เชื่อมั่นได้ว่ากลุ่มบริษัทมีกระแสเงินสดเพียงพอเพื่อการดำเนินงาน และลงทุนได้

## 5. วิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

ตารางที่ 3 อัตราส่วนทางการเงิน (Key Financial Ratio)

รายการ	หน่วย	ไตรมาส 1 พ.ศ. 2559	ไตรมาส 1 พ.ศ. 2558	งวด 12 เดือน พ.ศ. 2558
<b>อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Working Capital Ratios)</b>				
1. ระยะเวลาเก็บหนี้จากลูกค้า (Collection Period)	วัน	77.2	79.7	71.1
2. ระยะเวลาของสินค้าคงเหลือ (Inventory Turnover)	วัน	85.9	85.0	75.4
3. ระยะเวลาจ่ายชำระเจ้าหนี้การค้า (Payment Period)	วัน	43.2	53.1	43.6
4. วงจรเงินสด (Cash Cycle)	วัน	119.9	111.6	102.9
<b>อัตราส่วนแสดงความสามารถในการหากำไร (Profitability Ratios)</b>				
5. อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (Return on Equity)	%	1.0	2.3	9.0
6. อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์เพื่อการดำเนินงาน (Return on Operating Assets)	%	0.8	2.1	7.6
<b>อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน (Financial Policy Ratios)</b>				
7. อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity)	เท่า	1.2	1.2	1.2

## 5.1 อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน

กลุ่มบริษัทมีวงจรเงินสด (Cash Cycle) ณ วันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2559 เท่ากับ 119.9 วัน เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2558 และวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 ซึ่งเท่ากับ 111.6 วัน และ 102.9 วัน ตามลำดับ เนื่องจาก

- 1) ระยะเวลาเก็บหนี้จากลูกค้า ณ วันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2559 เท่ากับ 77.2 วัน ลดลงเมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2558 ซึ่งเท่ากับ 79.7 วัน จากการติดตามหนี้ค้างชำระนาน แต่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 ซึ่งเท่ากับ 71.1 วัน เนื่องจากสัดส่วนยอดขายไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2559 ของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือนและธุรกิจเครือข่ายที่มีการขายเป็นเงินสดลดลงในขณะที่ยอดขายกลุ่มสินค้าที่จำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่ายซึ่งมีเครดิตเทอมนานเพิ่มขึ้น ประกอบกับบริษัทฯ ไม่ได้มีการจัดงานมหกรรมลดราคาสินค้าในไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2559 ซึ่งจำหน่ายสินค้าภายในงานเป็นเงินสด
- 2) ระยะเวลาของสินค้าคงเหลือ ณ วันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2559 เท่ากับ 85.9 วัน เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2558 และวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 ซึ่งเท่ากับ 85.0 วัน และ 75.4 วัน ตามลำดับ จากการจัดเก็บวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปเพื่อรองรับการขายของกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่องานอุตสาหกรรมและผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน ในขณะที่ยอดขายของธุรกิจเครือข่ายชะลอตัว
- 3) ระยะเวลาจ่ายชำระเจ้าหนี้การค้า ณ วันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2559 เท่ากับ 43.2 วัน ลดลงเมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2558 และวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 ซึ่งเท่ากับ 53.1 วัน และ 43.6 วัน ตามลำดับ จากการสั่งซื้อวัตถุดิบเท่าที่จำเป็นตามแผนการผลิต และการลดลงของราคาวัตถุดิบหลักและของสินค้าที่ซื้อมาเพื่อขาย

## 5.2 อัตราส่วนแสดงความสามารถในการหากำไร

- 1) อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2559 เท่ากับร้อยละ 1.0 ลดลงเมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2558 ซึ่งเท่ากับร้อยละ 2.3 ตามผลประกอบการที่มีกำไรลดลง
- 2) อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์เพื่อการดำเนินงาน ณ วันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2559 เท่ากับร้อยละ 0.8 ลดลงเมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2558 ซึ่งเท่ากับร้อยละ 2.1 ตามผลประกอบการที่มีกำไรลดลง ในขณะที่กลุ่มบริษัทมีการจัดหาสินทรัพย์เพื่อการดำเนินธุรกิจเพิ่มเติม ตลอดจนกลุ่มบริษัทไม่สามารถใช้สินทรัพย์เพื่อการดำเนินงานได้เต็มประสิทธิภาพจากผลกระทบของภาวะเศรษฐกิจและเป็นการลงทุนในช่วงเริ่มต้นของการดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อยสองแห่งในต่างประเทศ

### 5.3 อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน

กลุ่มบริษัทมีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2559 เท่ากับ 1.2 เท่า ใกล้เคียงกับ ณ วันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2558 และวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 จากการลดลงของเจ้าหนี้การค้าและภาระหนี้เงินกู้ ในขณะที่กำไรสะสมเพิ่มขึ้นตามผลประกอบการ

## 6. การจัดการความเสี่ยง

กลุ่มบริษัทมีแผนการบริหารความเสี่ยงด้านต่างๆอย่างต่อเนื่อง ดังนี้

### 1) การเคลื่อนไหวของราคาวัตถุดิบ

เนื่องจากต้นทุนวัตถุดิบโดยเฉพาะ เม็ดพลาสติก มีสัดส่วนกว่าร้อยละ 60 ของต้นทุนสินค้า และเป็นสินค้าโภคภัณฑ์ ซึ่งราคาผันแปรไปตามราคาน้ำมันดิบ บริษัทฯจึงให้ความสำคัญของการจัดซื้อวัตถุดิบเพื่อให้ได้ต้นทุนที่เหมาะสม ซึ่งบริหารงานจัดซื้อโดยกลุ่มผู้บริหารที่เกี่ยวข้องในการติดตามราคาวัตถุดิบจากแหล่งข้อมูลต่างๆ การวางแผนซื้อวัตถุดิบทั้งด้านปริมาณและราคา โดยคำนึงถึงช่วงเวลาที่เหมาะสมสั่งซื้อด้วย ตลอดจนการปรับราคาขายสินค้ากับลูกค้าเป็นระยะๆ

### 2) ค่าจ้างแรงงาน

ต้นทุนค่าแรงเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งในกระบวนการผลิต กลุ่มบริษัทได้ปรับเปลี่ยนชั่วโมงการทำงานของพนักงาน เพื่อลดภาระค่าใช้จ่าย และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน โดยไม่ลดผลผลิต

### 3) ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

เนื่องจากกลุ่มบริษัทมียอดขายส่งออกเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 20 และมีการนำเข้าวัตถุดิบ เครื่องจักร และอุปกรณ์การผลิตจากต่างประเทศ การบริหารความเสี่ยงที่กลุ่มบริษัทดำเนินการอยู่ เพื่อกระจายความเสี่ยง และลดผลกระทบจากการพึ่งพาเงินสกุลใดสกุลหนึ่งมากเกินไป ดังนี้

- เน้นการขายหรือซื้อสินค้าด้วยสกุลเงินที่หลากหลายขึ้น
- ขายสินค้าเป็นสกุลเงินบาท สำหรับลูกค้าบางประเทศและบางราย
- เจรจากับลูกค้าหลัก ขอปรับราคาขาย เมื่ออัตราแลกเปลี่ยนมีความผันผวนอย่างมีนัยสำคัญ
- ทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า เพื่อลดผลกระทบตามความเหมาะสมและโอกาส
- บริหารกระแสเงินสดรับและจ่ายเงินตราต่างประเทศให้มีความสมดุล (Natural Hedge)

### 4) การบริหารลูกค้าและสินเชื่อ

กลุ่มบริษัทมีจำนวนลูกค้าน้อยรายสำหรับบางกลุ่มสินค้า จึงได้วางแผนขยายฐานลูกค้าเพิ่มเติม ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อกระจายความเสี่ยง และลดผลกระทบจากการพึ่งพิงลูกค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่งมากเกินไป

ส่วนการบริหารสินเชื่อ ก็มีการวิเคราะห์และติดตามความสามารถในการชำระเงินของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ โดยอาจปรับเปลี่ยนวงเงิน และระยะเวลาการให้เครดิตอย่างเป็นระบบตามพฤติกรรมกรรมการชำระเงินของลูกค้า ตลอดจนกำหนดมาตรการในการติดตามและเร่งรัดการชำระหนี้รายที่มีการชำระเงินล่าช้าเกินกำหนด

#### 5) การลงทุนในต่างประเทศ

กลุ่มบริษัทมีนโยบายบริหารความเสี่ยงของการลงทุนในต่างประเทศ โดยจะพิจารณาโอกาสทางธุรกิจจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โครงสร้างของต้นทุนทางธุรกิจ กฎหมายและระบบการเงินการธนาคาร และเสถียรภาพทางการเมืองเป็นสำคัญ

#### 6) การบริหารเงินทุน

กลุ่มบริษัทมีการลงทุนขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่องทุกปี ดังนั้นเงินทุนจึงมีความสำคัญ ทั้งแหล่งเงิน ซึ่งมาจากเงินสดจากการดำเนินงาน และเงินกู้จากธนาคารพาณิชย์ รวมถึงต้นทุนทางการเงิน แม้ว่ากลุ่มบริษัทจะพึ่งพาแหล่งเงินกู้จากธนาคารพาณิชย์เท่านั้น แต่ก็มีกระจายความเสี่ยง ดังนี้

- จัดหาจากธนาคารพาณิชย์ที่หลากหลาย ขึ้นอยู่กับข้อเสนอและเงื่อนไขทางการเงินที่ดีที่สุดในแต่ละช่วงเวลาที่ต้องการเงินทุน
- อัตราดอกเบี้ยเงินกู้มีทั้งคงที่และลอยตัว
- อัตราดอกเบี้ยลอยตัวที่อ้างอิงหลายเกณฑ์
- กู้เป็นสกุลเงินในประเทศเป็นหลัก เพื่อลดความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน และ
- กำหนดเงื่อนไขการกู้โดยไม่ต้องมีหลักประกัน หรือให้การค้ำประกัน ยกเว้นเฉพาะกรณีพิเศษที่มีผลให้ต้นทุนทางการเงินต่ำลง

### 7. การคาดการณ์ภาพรวมธุรกิจในไตรมาส 2 ปี พ.ศ. 2559

#### 7.1 ผลกระทบที่เครื่องใช้ในครัวเรือน

##### ตลาดภายในประเทศ

● ธุรกิจขายตรงคาดว่าจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากผลของการปรับรูปแบบการบริหารการขาย และการปรับทิศทางการดำเนินงานของผู้บริหารการขาย ซึ่งได้เริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ช่วงปลายปีก่อน เพื่อรองรับรูปแบบของ B2B และ B2C ซึ่งช่วยต่อยอดให้การดำเนินธุรกิจมีความแข็งแกร่งและยั่งยืน รวมทั้งการนำเสนอสินค้าใหม่ที่หลากหลาย และครบตามความต้องการของลูกค้าในจุดเดียว

● ยอดขายที่เพิ่มขึ้นจากร้านขายสินค้าจากโรงงาน หรือ Srithai Super Outlet แห่งแรกที่ชลบุรี ซึ่งได้เริ่มเปิดจำหน่ายอย่างเป็นทางการเมื่อเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2558 โดยรวบรวมสินค้าจากโรงงานทั้งของบริษัทฯ และสินค้าจากบริษัทชั้นนำอื่นๆ ซึ่งเริ่มเป็นที่รู้จักของลูกค้าหลากหลาย และช่วยเสริมสร้างการรับรู้ตราสินค้าของบริษัทฯ ให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น

#### ตลาดส่งออก

- คาดว่าแนวโน้มการส่งออกจะเพิ่มขึ้น จากคำสั่งซื้อของลูกค้าที่ทยอยมาในช่วงต้นไตรมาส 2 ปี พ.ศ. 2559 เนื่องจากเข้าสู่ช่วงเทศกาลถือศีลของชาวมุสลิม ที่มีความเชื่อว่าต้องเปลี่ยนภาชนะ ด้วยซามบงโต๊ะอาหารก่อนการถือศีล

- บริษัทย่อยที่ตั้งใหม่ในประเทศอินเดียคาดว่าจะมียอดขายเพิ่มขึ้นจากการขยายกำลังการผลิต เป็นการขยายฐานตลาดทั้ง Direct Sales และ Wholesale ในประเทศอินเดีย และสามารถแข่งขันทางด้านราคาได้ เพราะการนำเข้าสินค้าจากประเทศไทย ทำให้มีภาระภาษีนำเข้าที่สูง โดยกลุ่มบริษัทยังคงเน้นการสร้างตรา Superware และ Ektra ให้ได้รับการยอมรับมากขึ้นในด้านของคุณภาพ ความคงทน และความสวยงาม

#### 7.2 ผลิตภัณฑ์เพื่องานอุตสาหกรรม

##### สินค้ากลุ่มบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่ม

- ในไตรมาส 2 ปี พ.ศ. 2559 คาดว่ายอดขายกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่องานอุตสาหกรรมประเภทบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่ม จะเพิ่มขึ้นจากไตรมาสแรก เนื่องจากเข้าสู่ฤดูร้อนซึ่งเป็นช่วง high season และเป็นช่วงเทศกาลท่องเที่ยว ได้แก่ เทศกาลสงกรานต์ ซึ่งโดยปกติจะเป็นช่วงที่มีความต้องการในการบริโภคสูง และลูกค้าผู้ผลิตน้ำอัดลมมีการส่งเสริมการขาย

- ยอดขายของบริษัทย่อยในประเทศเวียดนามคาดว่าจะเพิ่มขึ้นจากไตรมาสแรก เนื่องจากฐานการผลิตใหม่ที่เมืองฮานอย ทางตอนเหนือของประเทศเวียดนาม ซึ่งเป็นโรงงานผลิตสินค้ากลุ่มบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่ม เพื่อรองรับการขายตัวของธุรกิจ และการเติบโตของเศรษฐกิจในประเทศ ใช้กำลังการผลิตเพิ่มขึ้น

##### สินค้ากลุ่มบรรจุภัณฑ์อาหาร

- ตลาดบรรจุภัณฑ์อาหารยังคงได้รับผลกระทบจากสภาวะเศรษฐกิจภายในประเทศ บริษัทฯจึงเน้นการขยายตลาดต่างประเทศไปยังลูกค้าธุรกิจโรงพยาบาลในกลุ่มประเทศอาเซียนและประเทศอื่น ๆ มากขึ้น โดยเฉพาะการส่งออกไปยังประเทศเวียดนาม ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย เกาหลีใต้ ฮ่องกง และจีน ซึ่งธุรกิจโรงพยาบาลยังคงเติบโต ประกอบกับมีภาพยนตร์ยอดนิยมเข้าฉาย

##### สินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่องานอุตสาหกรรมอื่น

- ในไตรมาส 2 ปี พ.ศ. 2559 คาดว่ายอดขายจะเพิ่มขึ้นจากคำสั่งซื้อของโครงการขนาดใหญ่ สำหรับสินค้าพลาสติก และสิ่งปลูกสร้าง ซึ่งเป็นกลุ่มสินค้าที่จะเติบโตไปกับอุตสาหกรรมต่างๆที่มีการขยายตัว และบริษัทฯยังคงมุ่งเน้นขยายตลาดถึงสี่ทาบานซึ่งผลิตด้วยระบบ IML และมีคุณภาพสูงกว่าระบบ Silk Screen นอกจากนี้ บริษัทฯได้รับคำสั่งซื้อสินค้าพรีเมียมจากกลุ่มร้านสะดวกซื้อเพิ่มขึ้น โดยจะเริ่มมียอดขายในไตรมาส 3 ปีนี้ และหากรัฐบาลมีการกระตุ้นเศรษฐกิจ มีการเบิกจ่ายงบประมาณมากขึ้น ก็จะส่งผลดีต่อยอดขายสินค้าเฟอร์นิเจอร์และถังขยะของบริษัทฯ

- กลุ่มผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนรถยนต์ของบริษัทย่อยคาดว่าจะลดลง เนื่องจากผู้ผลิตรถยนต์ได้ลดกำลังการผลิตและลดคำสั่งซื้อชิ้นส่วนรถยนต์

### 7.3 สายธุรกิจซื้อมาขายไปและสายงานแม่พิมพ์

#### สายธุรกิจซื้อมาขายไป

- แม้ว่าบริษัทฯ จะเผชิญภาวะการแข่งขันที่รุนแรงของตลาดธุรกิจเครือข่าย ซึ่งส่งผลกระทบต่อทำให้ยอดขายลดลงและเสียส่วนแบ่งตลาดบางส่วนให้คู่แข่ง บริษัทฯ ก็ได้พยายามปรับกลยุทธ์ต่างๆ ทั้งจัดกิจกรรมทางการตลาดและหาฐานลูกค้าเกษตรกรเพิ่มขึ้น เพื่อกระตุ้นกำลังซื้อของผู้บริโภค ดังนี้

- 1) โครงการความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ และนโยบายสนับสนุนด้านเกษตรกรจากภาครัฐบาล เพื่อการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการเกษตรกรรมใหม่ๆ ที่มีมาตรฐานระดับโลก และนำผลิตภัณฑ์กลุ่มเอส-แมทริกซ์ออกสู่ตลาดอาเซียน
- 2) เพิ่มจำนวนการเปิดฟู้ดแมทริกซ์เอ็กซ์เพรส (FoodMatrix Express)
- 3) กระตุ้นยอดขายจากการซื้อซ้ำผ่านช่องทางฟู้ดแมทริกซ์เอ็กซ์เพรส (FoodMatrix Express) และศูนย์เกษตรอินทรีย์เอส-แมทริกซ์ (S-Matrix Center) ผ่านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวระยะสั้น (Motivation Trips)
- 4) จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เพื่อกระตุ้นผู้นำระดับ Leader ขึ้นไป ให้มีแรงจูงใจในการทำธุรกิจผ่านกิจกรรมท่องเที่ยวประจำปี

#### สายงานแม่พิมพ์

- คาดว่ายอดขายแม่พิมพ์ในไตรมาส 2 ปี พ.ศ. 2559 จะลดลงตามความต้องการแม่พิมพ์ใหม่ของลูกค้าหลักในธุรกิจยานยนต์ของกลุ่มบริษัทที่ลดลง เนื่องจากการปรับโฉมรถยนต์ใหม่ไปแล้วในปีก่อน

## 8. เหตุการณ์สำคัญในไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2559

ในไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2559 กลุ่มบริษัทไม่มีนโยบายการบัญชีใหม่เพิ่มเติมจากปีก่อน แต่มีเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นจากการลงทุนใหม่ การเปลี่ยนแปลงในเงินลงทุนต่างๆ และแผนการลงทุนในอนาคต ดังนี้

### 8.1 การลงทุนในบริษัทย่อย

- Srithai Superware Manufacturing Private Limited (“SSMP”)

SSMP ซึ่งเป็นบริษัทย่อยได้จดทะเบียนเพิ่มทุนจาก 600 ล้านบาทเป็น 720 ล้านบาท ตามมติของคณะกรรมการของบริษัทย่อย ซึ่งจะทำให้ทุนจดทะเบียนเมื่อรวมส่วนเกินมูลค่าหุ้นเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 900 ล้านบาท โดยบริษัทฯ ได้จ่ายชำระค่าหุ้นเพิ่มทุนทั้งหมดภายหลังจากวันที่ในงบแสดงฐานะการเงิน

- Srithai (Hanoi) Company Limited

สรุปการลงทุนใน Srithai (Hanoi) Company Limited โดย Srithai (Vietnam) Company Limited

ทุน	ล้านบาท VND	(เทียบเท่า) ล้านบาท
ยอดยกมา 1 ม.ค. 59	270,000	415
เพิ่มทุน ไตรมาส 1	50,000	80
<b>รวมทุน ณ 31 มี.ค. 59</b>	<b>320,000</b>	<b>495</b>

## 8.2 การด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัทย่อย

- Srithai Superware India Limited (“SSI”)

ผู้บริหารของบริษัทได้ประเมินและเห็นสมควรให้รับรู้ค่าเผื่อการด้อยค่าของเงินลงทุนในบริษัทย่อย SSI ในข้อมูลทางการเงินเฉพาะบริษัทจำนวน 6 ล้านบาท เนื่องจากแนวโน้มอัตราการเติบโตของยอดขายที่ลดลงจากประมาณการเดิมทำให้ผลประกอบการเป็นขาดทุนสะสมเพิ่มขึ้น

## 8.3 การจ่ายเงินปันผลของบริษัทย่อย

- บริษัท โคราช ไทย เทค จำกัด

อนุมัติโดย	เงินปันผลจ่าย ทั้งสิ้น (ล้านบาท)	อัตราเงินปันผล ต่อหุ้น (บาท)	สัดส่วนการถือ หุ้นร้อยละ	เงินปันผลที่จะ ได้รับ (ล้านบาท)
ที่ประชุมใหญ่สามัญผู้ถือหุ้นประจำปี วันที่ 25 มีนาคม พ.ศ. 2559	81	27.0	100.0	81

## 9. เหตุการณ์ภายหลังวันที่ในงบการเงิน

### 9.1 การลงทุนในบริษัทย่อย

- Srithai Superware Manufacturing Private Limited (“SSMP”)

เมื่อวันที่ 29 เมษายน พ.ศ. 2559 บริษัทได้จ่ายชำระค่าหุ้นเพิ่มทุนใน SSMP ซึ่งเป็นบริษัทย่อย โดยเป็นการจ่ายชำระค่าหุ้นตามมูลค่าที่ตราไว้และส่วนเกินมูลค่าหุ้นรวมเป็นเงิน 150 ล้านอินเดียรูปี หรือเทียบเท่ากับ 79 ล้านบาท ตามสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 100.0

ทุน	ล้านบาท Rupee	(เทียบเท่า) ล้านบาท
ทุน ณ 31 มี.ค. 59	750	403
เพิ่มทุน เม.ย. 59	150	79
<b>รวมทุน ณ 13 พ.ค. 59</b>	<b>900</b>	<b>482</b>



- Srithai (Hanoi) Company Limited (“SHN”) – บริษัทย่อยโดยอ้อม

ภายหลังวันที่ในงบการเงิน Srithai (Vietnam) Company Limited (“SVN”) ซึ่งเป็นบริษัทใหญ่ ได้จ่ายชำระค่าหุ้นเพิ่มเติมใน SHN ซึ่งเป็นบริษัทย่อย เป็นจำนวนเงินรวม 18,000 ล้านเวียดนามดอง หรือเทียบเท่า 29 ล้านบาท ตามสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 100.0

ทุน	ล้าน VND	(เทียบเท่า) ล้านบาท
ทุน ณ 31 มี.ค. 59	320,000	495
เพิ่มทุน เม.ย. - พ.ค. 59	18,000	29
รวมทุน ณ 13 พ.ค. 59	338,000	524

## 9.2 การจ่ายเงินปันผล

- ในการประชุมใหญ่สามัญผู้ถือหุ้นประจำปีของบริษัทเมื่อวันที่ 29 เมษายน พ.ศ. 2559 ที่ประชุมผู้ถือหุ้นมีมติอนุมัติเสนอให้จ่ายเงินปันผลในอัตราหุ้นละ 0.10 บาท เป็นจำนวนเงินรวม 271 ล้านบาท และมีกำหนดจ่ายชำระในวันที่ 26 พฤษภาคม พ.ศ. 2559
- Srithai (Vietnam) Company Limited (“SVN”)

อนุมัติโดย	เงินปันผลจ่าย ทั้งสิ้น (ล้านดอง)	สัดส่วนการถือ หุ้นร้อยละ	เงินปันผลที่จะ ได้รับ (ล้านดอง)
ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท SVN วันที่ 7 เมษายน พ.ศ. 2559	75,000	100.0	75,000

- บริษัท ศรีไทย มียากาว จำกัด

อนุมัติโดย	เงินปันผลจ่าย ทั้งสิ้น (ล้านบาท)	เงินปันผลจ่ายต่อ หุ้น (บาท)	สัดส่วนการถือ หุ้นร้อยละ	เงินปันผลที่จะ ได้รับ (ล้านบาท)
ที่ประชุมใหญ่สามัญผู้ถือหุ้นประจำปี วันที่ 26 เมษายน พ.ศ. 2559	30	25.0	51.0	15

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นายปรัช ผลิตนิวาศ)

กรรมการและเลขานุการบริษัท