

ส่วนที่ 1

ข้อมูลสรุป (Executive Summary)

บริษัท น้ำตาลครบุรี จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทน้ำตาลที่มีประสบการณ์มากกว่า 40 ปี โดยบริษัทฯ ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2508 บริษัทฯ มีการพัฒนาและขยายกิจการอย่างต่อเนื่อง ในปัจจุบันการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ สามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วน ได้แก่ ธุรกิจผลิตและจำหน่ายน้ำตาลทราย และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์พลอยได้ที่ได้จากการผลิตน้ำตาลทราย

ในส่วนของธุรกิจผลิตและจำหน่ายน้ำตาลทราย บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับน้ำตาลทรายอย่างครบวงจร โดยเป็นผู้ผลิต จำหน่ายทั้งในและนอกประเทศ รายได้จากการขายน้ำตาลเป็นรายได้หลักของบริษัทฯ โดยคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 80 ของรายได้รวม ส่วนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์พลอยได้จากการผลิตน้ำตาลทรายนั้น ส่วนใหญ่เป็นรายได้จากขายกากน้ำตาล รายได้จากการขายไฟฟ้าที่เหลือจากส่วนที่บริษัทฯ ใช้เอง ให้กับการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.) และรายได้จากการขายวัสดุและอุปกรณ์การเกษตรให้แก่ชาวไร่อ้อย

บริษัทฯ มีบริษัทย่อย 3 บริษัท โดยมีบริษัทฯ ที่ได้ดำเนินการแล้วหนึ่งบริษัท คือ บจ. จักรกลเกษตร ซึ่งดำเนินธุรกิจให้บริการด้านเครื่องจักรกลการเกษตร และยานยนต์ต่างๆ ให้แก่ชาวไร่อ้อย ส่วนอีกสองบริษัท เป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นเพื่อรองรับโครงการในอนาคต ได้แก่ บจ. ผลิตไฟฟ้าครบุรี ซึ่งจัดตั้งขึ้นเพื่อรองรับโครงการผลิตไฟฟ้าจากกากอ้อยเพิ่มเติม และบจ. ครบุรีไบโอเอ็นเนอร์ยี ซึ่งจัดตั้งขึ้นเพื่อรองรับโครงการผลิตเอทานอลจากกากน้ำตาล

บริษัทฯ มีการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพทุกด้านอย่างต่อเนื่อง ในด้านการผลิต บริษัทฯ ลงทุนเพิ่มเพิ่มกำลังการผลิตไฟฟ้าทำให้สามารถขายไฟฟ้าเพิ่มขึ้นจาก 14.3 ล้านกิโลวัตต์ต่อชั่วโมงในปีบัญชี 2552 เป็น 22.5 ล้านกิโลวัตต์ต่อชั่วโมงในปีบัญชี 2553 ในด้านการขายและการตลาด บริษัทฯ พยายามขายผลิตภัณฑ์น้ำตาลที่มีอัตรากำไรสูง เช่น น้ำตาลทรายขาว และน้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์ ให้มากยิ่งขึ้น และพยายามขายผ่านช่องทางที่มีอัตรากำไรสูง เช่น กลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรมและลูกค้าโมเดิร์นเทรด ให้มากยิ่งขึ้นเช่นเดียวกัน บริษัทฯ ประสบความสำเร็จในการดำเนินการตามกลยุทธ์นี้ โดยสามารถเพิ่ม สัดส่วนการขายน้ำตาลทรายขาวและน้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์ต่อรายได้รวมจากการขายน้ำตาลทรายจากร้อยละ 59.9 ในปีบัญชี 2551 เป็นร้อยละ 80.1 ในปีบัญชี 2553 และเพิ่มสัดส่วนในการขายให้แก่ลูกค้าอุตสาหกรรมและลูกค้าโมเดิร์นเทรดต่อรายได้รวมจากการขายน้ำตาลทรายจากร้อยละ 57.5 ในปีบัญชี 2551 เป็นร้อยละ 72.5 ในปีบัญชี 2553 ในด้านการจัดหาวัตถุดิบ บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการบริหารเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีกับชาวไร่อย่างมาก โดยใช้กลยุทธ์ต่างๆ ได้แก่ การปล่อยเงินกู้ยืม การให้ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการปลูกอ้อยอย่างถูกวิธีแก่ชาวไร่อ้อยโดยนักวิชาการเกษตรของบริษัทฯ การพัฒนาพันธุ์อ้อย การให้บริการเครื่องจักรกลทางการเกษตร และการทำแปลงสาธิตและพัฒนาชาวไร่ต้นแบบ เพื่อเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุนในการเพาะปลูกและการตัดอ้อยให้แก่ชาวไร่ในระยะยาว ทำให้บริษัทฯ มีปริมาณอ้อยเข้าหีบเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยปริมาณอ้อยเข้าหีบเพิ่มขึ้นจาก 937,244 ตันในปีการผลิต 2548/49 เป็น 2,012,398 ตันในปีการผลิต 2552/53 หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นอัตราเติบโตถัวเฉลี่ยต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) เท่ากับร้อยละ 17.3

ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกน้ำตาลทรายอันดับ 2 ของโลกรองจากบราซิล โดยมีตลาดส่งออกหลักคือกลุ่มประเทศในทวีปเอเชีย ซึ่งเป็นภูมิภาคที่มีปริมาณการบริโภคน้ำตาลทรายสูงกว่าปริมาณที่ทำการผลิตได้ การบริโภคน้ำตาลในเอเชียยังมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตามการเติบโตของระบบเศรษฐกิจในภูมิภาคนี้ โดยเฉพาะ

การเติบโตในจีนและอินเดีย ประเทศไทยจึงมีความได้เปรียบประเทศผู้ส่งออกน้ำตาลทรายรายใหญ่อื่นๆ เพราะที่ตั้งอยู่ใกล้ประเทศคู่ค้ามากกว่าจึงมีค่าใช้จ่ายในการขนส่งต่ำกว่า

ระดับราคาน้ำตาลในตลาดโลก (อ้างอิงจากราคาสัญญาซื้อขายล่วงหน้าน้ำตาลหมายเลข 11 ในตลาดล่วงหน้านิวยอร์ก หรือ NY#11) ปรับตัวสูงขึ้นอย่างมากจากระดับต่ำกว่า 10 เซนต์ต่อปอนด์ ในปีบัญชี 2551 เป็นสูงสุดมากกว่า 30 เซนต์ต่อปอนด์ในปีบัญชี 2553 ซึ่งการผันผวนของราคาน้ำตาลในตลาดโลกในช่วงเวลาดังกล่าวมีสาเหตุจากหลายปัจจัย ได้แก่ การลดลงอย่างมากของการผลิตน้ำตาลในตลาดโลก โดยเฉพาะในประเทศอินเดียและจีน ซึ่งได้รับผลกระทบจากสภาพอากาศที่แห้งแล้งไม่เหมาะสมกับการปลูกอ้อย การเพิ่มขึ้นของบริโภคน้ำตาล การเก็งกำไรของกองทุนเก็งกำไร (Hedge Fund) เป็นต้น

ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ในช่วงระยะเวลา 3 ปี ที่ผ่านมา บริษัทฯ มีรายได้รวมที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 2,975.7 ล้านบาทในปีบัญชี 2551 เป็น 3,808.8 ล้านบาทในปีบัญชี 2552 และ 4,774.2 ล้านบาทในปีบัญชี 2553 หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตถัวเฉลี่ยต่อปี (CAGR) เท่ากับร้อยละ 26.9 ซึ่งเป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของราคาน้ำตาลในตลาดโลก ประกอบกับการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการขายของบริษัทฯ ทั้งในเรื่องของประเภทผลิตภัณฑ์และช่องทางจำหน่าย และการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายไฟฟ้าของบริษัทฯ

บริษัทฯ ได้ทำการพัฒนาและปรับปรุงทั้งในส่วนของการบริหารจัดการวัตถุดิบและในส่วนของการผลิต ในส่วนของการจัดหาวัตถุดิบ บริษัทฯ ประสบความสำเร็จในการเพิ่มจำนวนชาวไร่จาก 3,845 รายในปีการผลิต 2550/51 เป็น 4,097 รายในปีการผลิต 2552/53 ซึ่งจะลดความเสี่ยงในการจัดหาอ้อย และลดต้นทุนค่าขนส่งอ้อยทางไกล บริษัทฯ ทำการปรับปรุงกระบวนการผลิตน้ำตาลทรายขาวและน้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์ ตลอดจนปรับปรุงเครื่องจักรทำให้สามารถผลิตไฟฟ้าได้มากขึ้น ทั้งหมดนี้ทำให้บริษัทฯ มีต้นทุนการผลิตต่ำลง และเพิ่มรายได้จากการขายกระแสไฟฟ้าให้ กฟภ. มากยิ่งขึ้น

การเพิ่มขึ้นของรายได้และการปรับปรุงประสิทธิภาพดังกล่าว ทำให้บริษัทฯ มีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้น โดยกำไรสุทธิสำหรับปีบัญชี 2551 2552 และ 2553 เท่ากับ 59.8 ล้านบาท 145.7 ล้านบาท และ 167.9 ล้านบาท ตามลำดับ

ภาวะการขาดแคลนน้ำตาลภายในประเทศในช่วงเดือนสิงหาคม 2553 ทำให้ภาครัฐให้โรงงานน้ำตาลนำน้ำตาลโควตา ก สำหรับเดือนตุลาคมถึงธันวาคม 2553 มาขายในเดือนสิงหาคม ส่งผลให้บริษัทฯ มียอดขายน้ำตาลน้อยในช่วงเดือนตุลาคมถึงธันวาคม 2554 โดยรายได้รวมของบริษัทฯ ในไตรมาสที่ 1 ปีบัญชี 2554 เท่ากับ 431.3 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 30.2 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน บริษัทฯ มีกำไรสุทธิสำหรับไตรมาสที่ 1 ปีบัญชี 2554 เท่ากับ 30.4 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 24.4 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน

ผลประกอบการที่ดียังต่อเนื่องทำให้บริษัทฯ มีฐานะการเงินดีขึ้น และมีสภาพคล่องสูง โดยมีกระแสเงินสดจากการดำเนินการสำหรับปีบัญชี 2551 2552 และ 2553 เท่ากับ 296.3 ล้านบาท 319.8 ล้านบาท และ 833.0 ล้านบาท ตามลำดับ ในไตรมาสที่ 1 ปีบัญชี 2554 บริษัทฯ มีกระแสเงินสดใช้ไปจากการดำเนินงานจำนวน 162.8 ล้านบาท บริษัทฯ สามารถจ่ายชำระหนี้กู้ยืมจากสถาบันการเงินตามกำหนด และการลงทุนขยายงานเพื่อเพิ่มศักยภาพของการแข่งขันในอนาคต

บริษัทฯ มีฐานะทางการเงินที่แข็งแกร่งขึ้นอย่างต่อเนื่องซึ่งสามารถพิจารณาได้จากข้อมูลทางการเงินดังต่อไปนี้

	ปีบัญชี 2551	ปีบัญชี 2552	ปีบัญชี 2553	ไตรมาสที่ 1 ปีบัญชี 2554
สินทรัพย์รวม (ล้านบาท)	2,409.6	2,904.4	3,087.6	3,491.2
หนี้สินรวม (ล้านบาท)	1,775.7	1,868.4	1,932.2	2,325.8
ส่วนของผู้ถือหุ้น (ล้านบาท)	633.6	1,072.0	1,155.4	1,165.4
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	2.80	1.74	1.67	2.00

ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจัยความเสี่ยงที่สำคัญซึ่งอาจมีผลกระทบต่อการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท มีดังนี้

1. ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาน้ำตาลโลก

ในการซื้อขายน้ำตาลในตลาดโลกนั้น น้ำตาลจัดได้ว่าเป็นสินค้าหนึ่งที่มีความผันผวนทางด้านราคาสูงเมื่อเทียบกับสินค้าเกษตรอื่นๆ โดยราคาน้ำตาลในตลาดโลกจะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น อุปสงค์ อุปทานของประเทศผู้ผลิต ผู้บริโภค ผู้ส่งออก และผู้นำเข้า รวมถึงการเก็งกำไรจากนักเก็งกำไร ซึ่งจะเกี่ยวพันกับสภาพภูมิอากาศที่เอื้ออำนวยหรือเป็นอุปสรรคต่อการเพาะปลูกของแต่ละประเทศ นโยบายการส่งเสริม การแทรกแซง การส่งออก การนำเข้า ของอุตสาหกรรมน้ำตาลของภาครัฐ โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว อีกทั้งปัจจุบันราคาน้ำตาลยังมีส่วนหนึ่งที่มีสัมพันธ์กับราคาน้ำมันเชื้อเพลิงด้วย เนื่องจากอ้อยรวมถึงกากน้ำตาล สามารถนำไปผลิตเป็นแอลกอฮอล์หรือที่เรียกว่าเอทานอล สำหรับผสมกับน้ำมันเพื่อใช้เป็นเชื้อเพลิงในรถยนต์ได้ด้วย ปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้ราคาซื้อขายน้ำตาลในตลาดโลกมีความผันผวนสูง

เนื่องจากรายได้จากการขายน้ำตาลประมาณร้อยละ 60-70 ของบริษัทฯ เป็นรายได้ที่มาจาก การส่งออกน้ำตาลทรายไปยังต่างประเทศ ราคาของน้ำตาลในตลาดโลกจึงมีผลกระทบต่อโดยตรงกับยอดขายของบริษัทฯ หากราคาน้ำตาลในตลาดโลกลดลง บริษัทฯ ก็จะมีรายได้ที่น้อยลง อย่างไรก็ตามในแง่ของต้นทุนการผลิตน้ำตาล ค่าอ้อยซึ่งเป็นต้นทุนหลักจะเป็นไปตามระบบแบ่งปันผลประโยชน์ 70:30 ในกรณีที่ราคาน้ำตาลปรับตัวลดลงร้อยละ 100.0 ชาวไร่จะได้รับผลกระทบต่อค่าอ้อยที่ปรับตัวลดลงประมาณร้อยละ 70.0 ส่วนโรงงานจะได้รับผลกระทบร้อยละ 30.0

นอกจากนี้ในปี 2552 และ 2553 ราคาน้ำตาลในตลาดโลกมีความผันผวนสูงมาก ทำให้บริษัทฯ ต้องบริหารความเสี่ยงโดยใช้ตราสารทางการเงิน เช่น สิทธิที่จะซื้อหรือขายน้ำตาล เพื่อลดความผันผวนของกำไรของบริษัทฯ จากความเสี่ยงจากการผันผวนของราคาน้ำตาลในตลาดโลก อย่างไรก็ตามการป้องกันความเสี่ยงดังกล่าว อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ รายไตรมาสได้ เนื่องจากบริษัทฯ ต้องบันทึกกำไรขาดทุนจากการป้องกันความเสี่ยงในงบกำไรขาดทุนตามมูลค่ายุติธรรมของตราสารทางการเงินทุกสิ้นงวดบัญชี ซึ่งอาจไม่ตรงกับงวดที่บริษัทฯ ส่งมอบสินค้าน้ำตาล

2. ความเสี่ยงจากการจัดหาวัตถุดิบ – อ้อย

อ้อยเป็นวัตถุดิบในการผลิตน้ำตาลทราย ดังนั้นผลประกอบการของบริษัทฯ จึงมีความสัมพันธ์กับปริมาณอ้อยที่บริษัทฯ จัดหาเข้ากระบวนการผลิตได้ ในปีที่มีปริมาณอ้อยในประเทศไทยน้อย จะทำให้บริษัทฯ ผลิตน้ำตาลได้น้อยลง ต้นทุนต่อหน่วยจะสูงขึ้นและทำให้กำไรต่อหน่วยลดลง นอกจากนี้ในปีที่มีปริมาณอ้อยทั่วประเทศต่ำมากอาจทำให้เกิดการแข่งขันซื้ออ้อยกันมากขึ้นเพื่อรักษาปริมาณอ้อยเข้าหีบไว้ ซึ่งอาจส่งผลให้ต้นทุนค่าวัตถุดิบสูงขึ้นและกำไรของบริษัทฯ ลดลง อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้บริหารความเสี่ยงเกี่ยวกับการจัดหาวัตถุดิบนี้ โดยมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชาวไร่อ้อยเพื่อให้ชาวไร่ขายอ้อยเข้าหีบ และช่วยส่งเสริมการเพาะปลูก โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อให้ชาวไร่ที่อยู่ในการดูแลของบริษัทฯ ได้รับผลตอบแทนที่ดีจากการปลูกอ้อยในระยะยาวเป็นแรงจูงใจให้ชาวไร่ปลูกอ้อยและส่งอ้อยให้กับบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง

3. ความเสี่ยงเรื่องต้นทุนค่าอ้อย

อุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลในประเทศไทย ได้กำหนดระบบการจัดสรรผลประโยชน์ระหว่างชาวไร่อ้อยและโรงงานน้ำตาลตามระบบ 70:30 (โปรดพิจารณาส่วนที่ 2 หัวข้อ 3.7.3 การจัดสรรผลประโยชน์ระหว่างชาวไร่อ้อยและโรงงานน้ำตาล) ซึ่งโรงงานจะต้องจ่ายราคาอ้อยให้ชาวไร่ตามราคาที่คำนวณโดย กอน. เพื่อแบ่งผลประโยชน์จากการผลิตน้ำตาลให้ชาวไร่ได้ผลประโยชน์ 70 ส่วนจาก 100 ส่วน โดย กอน. จะคำนวณค่าอ้อยที่โรงงานน้ำตาลต้องจ่ายให้ชาวไร่โดยอ้างอิงจากราคาน้ำตาลขายเฉลี่ยที่ ोनท. สามารถขายได้จริง

กอน. คำนวณค่าอ้อยที่โรงงานน้ำตาลต้องจ่ายให้ชาวไร่โดยอ้างอิงจากราคาน้ำตาลขายเฉลี่ยที่ ोनท. ขายได้จริงเพราะฉะนั้นต้นทุนวัตถุดิบจึงแปรผันกับราคาที่ ोनท. สามารถขายได้ หากบริษัทฯ ขายน้ำตาลในตลาดต่างประเทศ (ตามโควตา ค.) ได้ในราคาต่ำกว่าราคาเฉลี่ยที่ ोनท. ขายได้จริง จะทำให้บริษัทฯ ต้องจ่ายค่าอ้อยในราคาที่สูงเมื่อเทียบกับยอดขายของบริษัทฯ ส่งผลให้อัตรากำไรและผลกำไรของบริษัทฯ ลดลง

4. ความเสี่ยงจากคุณภาพของวัตถุดิบ – อ้อย

คุณภาพของอ้อยหรือค่าความหวานของอ้อยเป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณน้ำตาลที่ผลิตได้ของบริษัทฯ โดยปัจจัยที่มีผลกระทบต่อคุณภาพของอ้อย ได้แก่ สภาพภูมิอากาศที่แปรปรวน เช่น ฝนหลงฤดู ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้ปริมาณผลผลิตอ้อยลดลง ประกอบกับการขายน้ำตาลส่วนใหญ่เป็นการขายผ่านสัญญาซื้อขายล่วงหน้า กล่าวคือมีการเข้าตกลงซื้อขายโดยกำหนดปริมาณและราคาไว้ก่อนส่งมอบน้ำตาลจริงประมาณ 6 เดือนถึง 1 ปี ดังนั้นในกรณีที่อ้อยที่นำเข้าสู่กระบวนการผลิตมีความหวานน้อยกว่าปกติจะทำให้บริษัทฯ ผลิตน้ำตาลได้น้อยกว่าจำนวนที่คาดการณ์ไว้ และหากบริษัทฯ ได้ทำการขายล่วงหน้าไปก่อนแล้ว บริษัทฯ อาจประสบปัญหาสินค้าไม่เพียงพอที่จะส่งมอบให้แก่ลูกค้าได้

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีการติดตามบริหารความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นจากคุณภาพของอ้อยอย่างใกล้ชิด ในกรณีที่ความหวานของอ้อยลดลงกว่าปกติ บริษัทฯ อาจพิจารณาจัดซื้อสินค้าเพื่อทำการส่งมอบให้แก่ลูกค้าหรือเลือกใช้ตราสารทางการเงินที่เหมาะสม เช่น สิทธิที่จะซื้อหรือขายน้ำตาล เพื่อทำการบริหารความเสี่ยงข้างต้นโดยในปีการผลิต 2553 ซึ่งเป็นปีที่บริษัทฯ ประสบปัญหาในเรื่องคุณภาพอ้อย โดยความหวานของอ้อยน้อยลงจากปีก่อนหน้าประมาณ ร้อยละ 4.2 บริษัทฯ ยังสามารถบริหารความเสี่ยงโดยรักษาอัตรากำไรขั้นต้นไว้ได้ในระดับที่ใกล้เคียงกับการผลิต 2552

5. ความเสี่ยงจากการผันผวนของรายได้จากการขายน้ำตาล

การผลิตและจำหน่ายน้ำตาลจะมีผลกระทบจากฤดูกาลของอ้อย (Seasonal Effect) ปกติฤดูกาลตัดอ้อยในประเทศไทยจะเริ่มตั้งแต่ช่วงปลายเดือนพฤศจิกายนถึงต้นเดือนธันวาคม ทำให้โรงงานเริ่มผลิตน้ำตาลตั้งแต่ต้นเดือนธันวาคม และสิ้นสุดการผลิตน้ำตาลในช่วงปลายเดือนมีนาคมหรือต้นเดือนเมษายน โรงงานน้ำตาลจะเริ่มขายน้ำตาลตั้งแต่เดือนมกราคมเป็นต้นไปและจะทยอยขายไปเรื่อยๆ จนสิ้นสุดฤดูการผลิต บริษัทฯ พิจารณาจังหวะในการขายน้ำตาลจากปัจจัยต่างๆ เช่น ระดับสินค้าคงเหลือที่มีอยู่ การประมาณการผลผลิต และระดับราคาน้ำตาลในตลาดโลก การขายน้ำตาลของบริษัทฯ จึงไม่สม่ำเสมอในแต่ละไตรมาส หากไตรมาสใด บริษัทฯ มีรายได้จากการขายน้ำตาลน้อย จะมีผลให้กำไรของบริษัทฯ ลดลงในไตรมาสนั้น

6. ความเสี่ยงจากนโยบายภาครัฐ

อุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลในประเทศไทยถูกควบคุมและกำกับดูแลโดยคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลภายใต้พระราชบัญญัติอ้อยและน้ำตาลทราย พ.ศ.2527 ซึ่งมีสาระสำคัญของการควบคุม ในการกำหนดการจัดสรร

ช่องทางการจำหน่ายน้ำตาลออกเป็นระบบโควตา (โควตา ก สำหรับน้ำตาลภายในประเทศ และโควตา ข และ ค สำหรับน้ำตาลขายต่างประเทศ) การจัดสรรส่วนแบ่งรายได้ของระบบระหว่างโรงงานน้ำตาลและเกษตรกรชาวไร่อ้อยภายใต้ระบบแบ่งปันผลประโยชน์ 70:30 และการควบคุมการเข้ามาทำธุรกิจของผู้ประกอบการรายใหม่ เป็นต้น จะเห็นได้ว่านโยบาย กฎระเบียบต่างๆ ที่ออกโดยคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย ล้วนมีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตและผลประกอบการของบริษัทฯ เช่น ระบบแบ่งปันผลประโยชน์ 70:30 จะเป็นที่มาของการคำนวณราคาอ้อยที่โรงงานน้ำตาลจะต้องจ่ายให้กับชาวไร่ ข้อกำหนดเกี่ยวกับการส่งออกน้ำตาล กรณีนโยบายการปรับราคาขายน้ำตาลภายในประเทศ หรือกรณีนโยบายการเปิดเสรีของธุรกิจน้ำตาล อาจส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของบริษัทฯ

บริษัทฯ ได้มองเห็นถึงความสำคัญของนโยบายภาครัฐในการกำหนดทิศทางของอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาล จึงร่วมมือกับโรงงานน้ำตาลอื่นๆ และสถาบันชาวไร่อ้อยในการทำความเข้าใจอันดีกับภาครัฐ โดยเชื่อว่าการสื่อสารและการทำความเข้าใจกับภาครัฐ จะเป็นการลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลได้

สรุปข้อมูลหลักทรัพย์ที่เสนอขาย

หุ้นสามัญที่เสนอขายต่อประชาชนในครั้งนี้มีจำนวนรวมไม่เกิน 176,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท โดยแบ่งเป็น

(ก) หุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 150,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 30.0 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทฯ ภายหลังการเสนอขายในครั้งนี้

(ข) หุ้นสามัญเดิมที่เสนอขายโดยผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทฯ จำนวน 26,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.2 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทฯ ภายหลังการเสนอขายในครั้งนี้

ราคาเสนอขายหุ้นละ 9.10 บาท รวมเป็นเงินจากการเสนอขายหุ้นทั้งหมดในครั้งนี้นับทั้งสิ้น 1,601.6 ล้านบาท โดยแบ่งเป็นเงินจากการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนทั้งสิ้น 1,365.0 ล้านบาท และเป็นเงินจากการเสนอขายหุ้นสามัญของผู้ถือหุ้นเดิมของบริษัทฯ ทั้งสิ้น 236.6 ล้านบาท บริษัทฯ จะเสนอขายหุ้นดังกล่าวในวันที่ 19 - 20 พฤษภาคม 2554 และวันที่ 23 พฤษภาคม 2554 ซึ่งเป็นการเสนอขายต่อประชาชนตามดุลพินิจของผู้จัดการการ จัดจำหน่ายและรับประกันการจำหน่ายทั้งนี้

บริษัทฯ มีวัตถุประสงค์ในการใช้เงินที่ได้รับจากการจำหน่ายหุ้นสามัญต่อประชาชนในครั้งนี้ จำนวนรวมประมาณ 1,365.0 ล้านบาท หลังหักค่าใช้จ่ายต่างๆ แล้ว ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์การใช้เงิน	จำนวนเงินที่ใช้โดยประมาณ
1. เพื่อนำไปใช้จ่ายยกรุกกิจด้านพลังงานไฟฟ้า	ประมาณ 500.0 ล้านบาท
2. เพื่อนำไปใช้จ่ายยกรุกกิจด้านการผลิตน้ำตาล และลงทุนในการพัฒนาอุปกรณ์จักรกลเกษตร และพัฒนาพันธุ์อ้อย	ประมาณ 400.0 ล้านบาท
3. เพื่อนำไปใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน	ประมาณ 465.0 ล้านบาท

(ผู้ลงทุนควรพิจารณารายละเอียดข้อมูลในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 ก่อนตัดสินใจลงทุน)