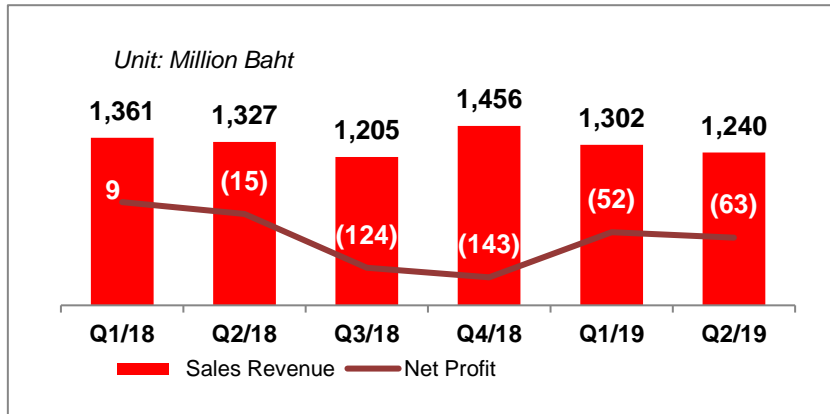




บริษัท มาลีกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย
การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ
สำหรับงวดไตรมาส 2 และงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2562

1. สรุปสาระสำคัญในไตรมาส 2/2562



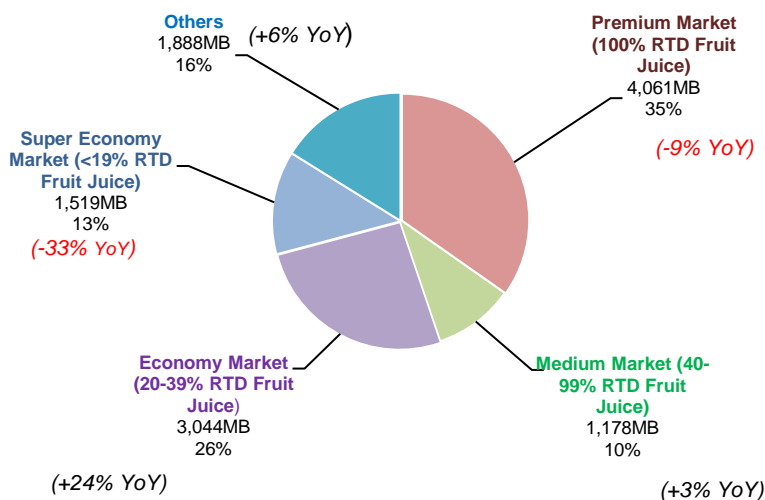
แผนภาพ 1 ผลประกอบการรายไตรมาส

- ในไตรมาส 2/2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมียอดขายรวม 1,240 ล้านบาท ลดลง 7% YoY จากสัดส่วนการขายในประเทศลดลง 12% YoY ในขณะที่สัดส่วนการขายต่างประเทศเติบโตขึ้น 3% YoY ทั้งจากสินค้าใหม่และจากสินค้าเดิมบางรายการ สาเหตุหลักมาจากการเปลี่ยนแปลงการจัดท่างบการเงินตามมาตรฐานการรายงานการเงินฉบับใหม่ ทั้งนี้ตามมาตรฐานการรายงานฉบับเดิมไตรมาส 2/2562 มียอดขายรวมเท่ากับ 1,310 ล้านบาท ซึ่งใกล้เคียงกับยอดขายไตรมาสที่ 2/2561 ที่ 1,327 ล้านบาท
- สำหรับ 6 เดือนสิ้นสุด 30 มิถุนายน 2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมียอดขายรวม 2,542 ล้านบาท ลดลง 5% YoY จากสัดส่วนการขายในประเทศลดลง 11% YoY ในขณะที่สัดส่วนการขายต่างประเทศเติบโตขึ้น 7% YoY ทั้งจากสินค้าใหม่และจากสินค้าเดิมบางรายการ สาเหตุหลักมาจากการเปลี่ยนแปลงการจัดท่างบการเงินตามมาตรฐานการรายงานการเงินฉบับใหม่ ทั้งนี้ตามมาตรฐานการรายงานฉบับเดิม สำหรับ 6 เดือนสิ้นสุด 30 มิถุนายน 2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมียอดขายรวมลดลง 0.70% YoY
- บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีผลขาดทุนสุทธิในไตรมาส 2/2562 เท่ากับ 63 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 2/2561 ที่มีผลขาดทุนสุทธิ 15 ล้านบาท สาเหตุมาจาก 1) ยอดขายที่ลดลงของธุรกิจ CMG และธุรกิจ Brand ในประเทศ 2) การเพิ่มขึ้นของต้นทุนต่อหน่วยจากอัตราการใช้กำลังการผลิตที่ลดลง 3) ต้นทุนทางการเงินที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุนในเครื่องจักรและลงทุนในธุรกิจร่วมค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ และ 4) มีการขาดทุนที่ไม่ได้เป็นรายการเงินสดและเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียวจากการขายเครื่องจักรเก่าที่ไม่ได้ใช้งาน

- มาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้าที่มีการปรับปรุงใหม่ ซึ่งมีผลบังคับใช้หลังวันที่ 1 มกราคม 2562 จะส่งผลกระทบต่อรายงานทางการเงินของบริษัทฯ ในเรื่องดังต่อไปนี้
 - Brand : เป็นการจัดรายการใหม่ของค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายบางรายการ มาบันทึกปรับลดยอดขายและไปปรับลดในส่วนของค่าใช้จ่ายการขายลง โดยไม่มีผลกระทบต่อผลกำไรสุทธิ
 - CMG : การเปลี่ยนแปลงการรับรู้รายได้จากการรับรู้การส่งมอบสินค้าให้ลูกค้า มาเป็นการรับรู้เมื่อสินค้าผลิตเสร็จพร้อมส่งมอบ มีผลกระทบต่อรายงานทางการเงินในส่วนยอดขายและกำไรสุทธิที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงจากการเปลี่ยนแปลงของสินค้าคงเหลือปลายงวดที่พร้อมส่งมอบ

2. ภาพรวมเศรษฐกิจและตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มภายในประเทศ

สิ้นสุดไตรมาส 2/2562 ตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มภายในประเทศยังคงปรับตัวลดลง 4% YoY ในขณะที่ในรอบระยะเวลา 12 เดือน จนถึงเดือนมิถุนายน 2562 ตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มภายในประเทศมีมูลค่า 11,690 ล้านบาท โดยมีสัดส่วนมูลค่าตลาดและอัตราการเติบโต ปรากฏอยู่ในแผนภาพ 2



แผนภาพ 2 มูลค่าตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่ม MAT Jun 2019 แยกตามประเภทตลาด(ที่มา: Nielsen)

3. ผลการดำเนินงานและความสามารถในการทำกำไร

งบการเงินรวม

(หน่วย : ล้านบาท)	Q2/2562	Q2/2561	%YoY	H1/2562	H1/2561	%YoY
รายได้จากการขายและการให้บริการ	1,240	1,327	(7%)	2,542	2,687	(5%)
ต้นทุนขายและให้บริการ	1,069	998	7%	2,143	2,020	6%
กำไรขั้นต้น	171	329	(48%)	399	667	(40%)
%กำไรขั้นต้น	13.8%	24.8%		15.7%	24.8%	
ค่าใช้จ่ายในการขาย	125	208	(40%)	279	412	(32%)
%ค่าใช้จ่ายในการขายต่อยอดขาย	10.1%	15.7%		11.0%	15.3%	
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	117	151	(23%)	258	277	(7%)
%ค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อยอดขาย	9.4%	11.4%		10.1%	10.3%	
ดอกเบี้ยจ่าย	18	15	19%	34	27	25%
ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากเงินลงทุนในบริษัทร่วมและการร่วมค้า	(1.0)	(5)	82%	(2)	(12)	79%
ภาษีเงินได้นิติบุคคล (กลับรายการ)	(21)	(19)	(10%)	(36)	(23)	(60%)
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	(63)	(15)	(324%)	(115)	(5)	(2019%)
%กำไรสุทธิ	(5.0%)	(1.1%)		(4.5%)	(0.2%)	

รายได้ ไตรมาส 2/2562

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมียอดขายรวม 1,240 ล้านบาท ลดลง 7% YoY จากการเปลี่ยนแปลงการจัดทำงบการเงินตามมาตรฐานการรายงานการเงินฉบับใหม่ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ยอดขายของธุรกิจตราสินค้าของบริษัทฯ (Branded Business: Brand) ในประเทศลดลง 13% YoY
- ยอดขายของธุรกิจ Brand ต่างประเทศ เดิมโต 13% YoY เนื่องจากยอดขายที่เพิ่มขึ้นของกลุ่มผลิตภัณฑ์นม และระยะเวลาของการรับรู้รายได้จาก Long Quan Safe Food JSC (LQSF) ประเทศเวียดนามที่มากกว่าไตรมาส 2/2561 ที่เริ่มรับรู้ตั้งแต่วันที่ 27 เมษายน
- ยอดขายของธุรกิจพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามสัญญาและรับจ้างผลิต (Contract Manufacturing Business: CMG) ภาพรวมลดลง 9% YoY

ทั้งนี้สามารถแบ่งสัดส่วนการขายตามประเภทธุรกิจและภูมิศาสตร์ได้ดังนี้

ยอดขายตามประเภทธุรกิจ

- ยอดขาย Brand 665 ล้านบาท ลดลง 3% YoY
- ยอดขาย CMG 575 ล้านบาท ลดลง 7% YoY
- สัดส่วนยอดขายของ Brand และ CMG เท่ากับ 54:46 เปรียบเทียบกับ 52:48 ในไตรมาส 2/2561

ยอดขายตามภูมิศาสตร์

- ยอดขายในประเทศ 756 ล้านบาทลดลง 12% YoY
- ยอดขายต่างประเทศ 484 ล้านบาทเพิ่มขึ้น 3% YoY
- สัดส่วนของยอดขายในประเทศและยอดส่งออก เท่ากับ 61:39 เปรียบเทียบกับ 65:35 ในไตรมาส 2/2561

รายได้ งวด 6 เดือน ปี 2562

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมียอดขายรวม 2,542 ล้านบาท ลดลง 5% YoY จากการเปลี่ยนแปลงการจัดทำงบการเงินตามมาตรฐานการรายงานการเงินฉบับใหม่ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ยอดขายธุรกิจ Brand ในประเทศลดลง 16% YoY
- ยอดขายของธุรกิจ Brand ต่างประเทศ เดิมโต 48% YoY เนื่องจากยอดขายที่เพิ่มขึ้นของกลุ่มผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้และนม และการรับรู้รายได้จาก Long Quan Safe Food JSC (LQSF) ประเทศเวียดนาม
- ยอดขายของธุรกิจพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามสัญญาและรับจ้างผลิต (Contract Manufacturing Business: CMG) ภาพรวมลดลง 11% YoY

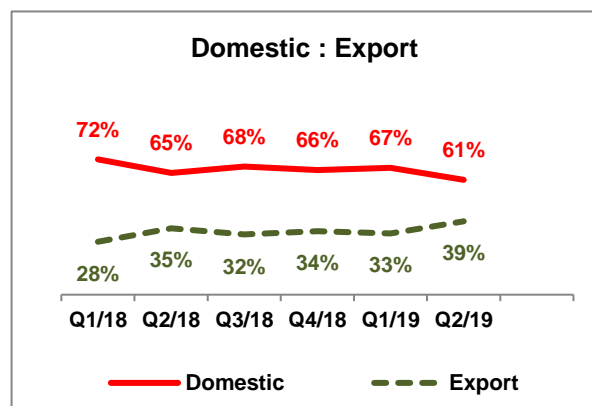
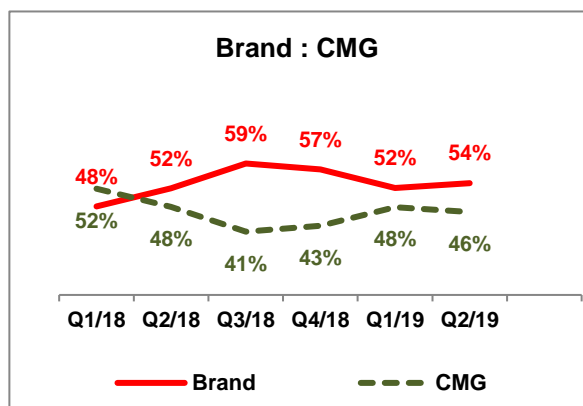
ทั้งนี้สามารถแบ่งสัดส่วนการขายตามประเภทธุรกิจและภูมิศาสตร์ได้ดังนี้

ยอดขายตามประเภทธุรกิจ

- ยอดขาย Brand 1,349 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 0.3% YoY
- ยอดขาย CMG 1,193 ล้านบาท ลดลง 11% YoY
- สัดส่วนยอดขายของ Brand และ CMG เท่ากับ 53:47 เทียบกับ 50:50 ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

ยอดขายตามภูมิศาสตร์

- ยอดขายในประเทศ 1,634 ล้านบาท ลดลง 11% YoY
- ยอดขายต่างประเทศ 909 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 7% YoY
- สัดส่วนของยอดขายในประเทศและยอดส่งออก เท่ากับ 64:36 เปรียบเทียบกับ 68:32 ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน



ต้นทุนขาย ไตรมาส 2/2562

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีต้นทุนขายรวม 1,069 ล้านบาท โดยมีอัตราส่วนต้นทุนขายต่อยอดขายเท่ากับ 86.2% เพิ่มขึ้นจาก 75.2% ในไตรมาส 2/2561 สาเหตุหลักจากการเปลี่ยนแปลงการจัดท่างบการเงินตามมาตรฐานการรายงานการเงินฉบับใหม่และต้นทุนต่อหน่วยเพิ่มขึ้นจากการใช้กำลังการผลิตที่ลดลง ค่าเสื่อมราคาเพิ่มขึ้น

กำไรขั้นต้น ไตรมาส 2/2562

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีกำไรขั้นต้น 171 ล้านบาท ลดลง 48% YoY คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้น 13.8% ลดลงจาก 24.8% ในไตรมาส 2/2561 สาเหตุหลักจากการเปลี่ยนแปลงการจัดท่างบการเงินตามมาตรฐานการรายงานการเงินฉบับใหม่และต้นทุนต่อหน่วยเพิ่มขึ้นจากการใช้กำลังการผลิตที่ลดลง ค่าเสื่อมราคาเพิ่มขึ้น

ค่าใช้จ่ายในการขาย ไตรมาส 2/2562

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีค่าใช้จ่ายในการขาย 125 ล้านบาท ลดลง 40% YoY คิดเป็นอัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายต่อยอดขายเท่ากับ 10.1% ลดลงจาก 15.7% ในไตรมาส 2/2561 ทั้งนี้เกิดจากการเปลี่ยนแปลงการจัดท่างบการเงินตามมาตรฐานการรายงานการเงินฉบับใหม่ การรับรู้ค่าใช้จ่ายในการขายของ LQSF และการควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ไตรมาส 2/2562

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีค่าใช้จ่ายในการบริหาร 117 ล้านบาท ลดลง 23% YoY คิดเป็นอัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อยอดขายเท่ากับ 9.4% ลดลงจาก 11.4% ในไตรมาส 2/2561 สาเหตุหลักมาจากการควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ แม้ว่าจะยอดขายลดลงจากการเปลี่ยนแปลงการจัดท่างบการเงินตามมาตรฐานการรายงานการเงินฉบับใหม่จะทำให้อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อยอดขายเพิ่มขึ้น

ต้นทุนทางการเงิน ไตรมาส 2/2562

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีต้นทุนทางการเงิน 18 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 19% YoY เนื่องจากภาระเงินกู้ที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุนในเครื่องจักร รวมถึงการลงทุนในบริษัทย่อยและธุรกิจการร่วมค้า ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ต้นทุนขาย งวด 6 เดือน ปี 2562

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีต้นทุนขายรวม 2,143 ล้านบาท โดยมีอัตราส่วนต้นทุนขายต่อยอดขายเท่ากับ 84.3% เพิ่มขึ้นจาก 75.2% ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักจากการเปลี่ยนแปลงการจัดท่างบการเงินตามมาตรฐานการรายงานการเงินฉบับใหม่และต้นทุนต่อหน่วยเพิ่มขึ้นจากการใช้กำลังการผลิตที่ลดลง ค่าเสื่อมราคาเพิ่มขึ้น

กำไรขั้นต้น งวด 6 เดือน ปี 2562

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีกำไรขั้นต้น 399 ล้านบาท ลดลง 40% YoY คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้น 15.7% ลดลงจาก 24.8% ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักจากการเปลี่ยนแปลงการจัดท่างบการเงินตามมาตรฐานการรายงานการเงินฉบับใหม่และต้นทุนต่อหน่วยเพิ่มขึ้นจากการใช้กำลังการผลิตที่ลดลง ค่าเสื่อมราคาเพิ่มขึ้น

ค่าใช้จ่ายในการขาย งวด 6 เดือน ปี 2562

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีค่าใช้จ่ายในการขาย 279 ล้านบาท ลดลง 32% YoY คิดเป็นอัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อยอดขายเท่ากับ 11.0% ลดลงจาก 15.3% ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน ทั้งนี้เกิดจากการเปลี่ยนแปลงการจัดท่างบการเงินตามมาตรฐานการรายงานการเงินฉบับใหม่ การรับรู้ค่าใช้จ่ายในการขายของ LQSF และการควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร งวด 6 เดือน ปี 2562

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีค่าใช้จ่ายในการบริหาร 258 ล้านบาท ลดลง 7% YoY คิดเป็นอัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อยอดขายเท่ากับ 10.1% ลดลงจาก 10.3% ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักมาจากการควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ แม้ว่าจะยอดขายลดลงจากการเปลี่ยนแปลงการจัดท่างบการเงินตามมาตรฐานการรายงานการเงินฉบับใหม่จะทำให้อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อยอดขายเพิ่มขึ้น

ต้นทุนทางการเงิน งวด 6 เดือน ปี 2562

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีต้นทุนทางการเงิน 34 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 25% YoY เนื่องจากภาระเงินกู้ที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุนในเครื่องจักร รวมถึงการลงทุนในบริษัทย่อยและธุรกิจการร่วมค้า ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

กำไรสุทธิ ไตรมาส 2/2562

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีผลขาดทุนสุทธิ 63 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 2/2561 ที่มีผลขาดทุนสุทธิ 15 ล้านบาท สาเหตุมาจาก 1) ยอดขายที่ลดลงของธุรกิจ CMG และธุรกิจ Brand ในประเทศ 2) การเพิ่มขึ้นของต้นทุนต่อหน่วยจากอัตราการใช้กำลังการผลิตที่ลดลง 3) ต้นทุนทางการเงินที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุนในเครื่องจักรและลงทุนในธุรกิจร่วมค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ และ 4) มีรายการขาดทุนที่ไม่ได้เป็นรายการเงินสดและเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียวจากการขายเครื่องจักรที่ไม่ได้ใช้งาน

กำไรสุทธิ งวด 6 เดือน ปี 2562

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีผลขาดทุนสุทธิ 115 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน ที่มีผลขาดทุนสุทธิ 5 ล้านบาท สาเหตุมาจาก 1) ยอดขายที่ลดลงของธุรกิจ CMG และธุรกิจ Brand ในประเทศ 2) การเพิ่มขึ้นของต้นทุนต่อหน่วยจากอัตราการใช้กำลังการผลิตที่ลดลง 3) ต้นทุนทางการเงินที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุนในเครื่องจักรและลงทุนในธุรกิจร่วมค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ และ 4) มีรายการขาดทุนที่ไม่ได้เป็นรายการเงินสดและเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียวจากการขายเครื่องจักรที่ไม่ได้ใช้งาน

4. ฐานะการเงินของบริษัทฯ และบริษัทย่อย

(หน่วย : ล้านบาท)	30 มิถุนายน 2562	31 ธันวาคม 2561	%เปลี่ยนแปลง
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	103	122	(15%)
ลูกหนี้การค้า	911	705	29.2%
สินค้าคงเหลือ	592	897	(34%)
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	152	173	(12%)
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,759	1,898	(7%)
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	2,041	2,130	(4%)
ค่าความนิยม	51	55	(6%)
เงินลงทุนในการร่วมค้า	51	45	12.5%
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	588	577	1.8%
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	2,730	2,807	(3%)
รวมสินทรัพย์	4,489	4,705	(5%)
เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	1,456	1,512	(4%)
เจ้าหนี้การค้า	429	433	(1%)
หนี้สินระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	156	190	(18%)
ส่วนของหนี้สินตามสัญญาเข้าการเงินที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	32	33	(4%)
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	362	349	3.6%
รวมหนี้สินหมุนเวียน	2,435	2,517	(3%)
เงินกู้ยืมระยะยาว-สุทธิจากที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	607	599	1.4%
หนี้สินตามสัญญาเข้าการเงิน-สุทธิจากที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	43	58	(25%)
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	274	276	(1%)
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	925	932	(1%)
รวมหนี้สิน	3,359	3,450	(3%)
ทุนจดทะเบียน	140	140	0.0%
ทุนที่ออกและชำระเต็มมูลค่า	140	140	0.0%
ส่วนเกิน (ต่ำกว่า) มูลค่าหุ้น	6	6	0.0%
กำไร (ขาดทุน) สะสม	803	908	(12%)
องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น	178	189	(6%)
หัก: ทุนทุนซื้อคืน	(114)	(114)	0.0%
ส่วนของผู้ถือหุ้นบริษัทใหญ่	1,013	1,129	(10%)
ส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	117	126	(7%)
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	1,130	1,255	(10%)
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	4,489	4,705	(5%)

สินทรัพย์

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีสินทรัพย์รวม 4,489 ล้านบาท ลดลง 5% จาก 4,705 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 โดยมีปัจจัยหลักจากการลดลงของสินค้าคงเหลือ

หนี้สิน

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีหนี้สินรวม 3,359 ล้านบาท ลดลง 3% จาก 3,450 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 โดยมีปัจจัยหลักจากการลดลงของเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ 1,013 ล้านบาท ลดลง 10% จาก 1,129 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 โดยมีสาเหตุหลักจากผลประกอบการขาดทุน 115 ล้านบาท ในช่วงครึ่งปีแรกปี 2562

5. สภาพคล่องและความเพียงพอของเงินทุน (Liquidity and Capital Resources)

อัตราส่วนสภาพคล่อง

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีอัตราส่วนสภาพคล่อง 0.72 เท่า ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับ 0.75 เท่า ณ สิ้นปี 2561 เนื่องจากมีการลดลงของสินค้าคงเหลือมากกว่าหนี้สินหมุนเวียนที่ลดลงจากการชำระคืนเงินกู้ยืมสถาบันการเงิน

อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยจ่ายต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นจาก 2.12 เท่า เป็น 2.26 เท่า เนื่องจากเงินกู้สถาบันลดลงน้อยกว่าส่วนของผู้ถือหุ้นใหญ่ที่ลดลง

Consolidated	Q2/2562	2561
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	0.72	0.75
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยจ่ายต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	2.26	2.12

กระแสเงินสด

หน่วย : ล้านบาท	H1/2562	H1/2561	% เปลี่ยนแปลง
เงินสดจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน	78	138	(44%)
เงินสดจากการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน	78	65	19.7%
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	156	203	(23%)
เงินสดจ่ายซื้อบริษัทย่อย - สุทธิจากเงินสดที่ได้มา	0	(307)	100.0%
เงินสดจ่ายลงทุนเพิ่มในการรวมค่า	(10)	-	-
เงินสดจ่ายซื้อที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	(50)	(89)	44.1%
เงินสดจากกิจกรรมลงทุนอื่นๆ	11	12	(11%)
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมลงทุน	(49)	(384)	87.2%
เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้น (ลดลง)	(56)	342	(116%)
เงินกู้ยืมระยะยาวเพิ่มขึ้น (ลดลง)	-	189	(100%)
เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน	(26)	(71)	63.5%
เงินสดจ่ายชำระคืนหนี้สินตามสัญญาเข้าการเงิน	(16)	(36)	56.9%
ซื้อหุ้นทุนคืน	0	(114)	100.0%
เงินสดจ่ายต้นทุนทางการเงิน	(34)	(31)	(10%)
จ่ายเงินปันผล	(0)	(69)	100.0%
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน	(131)	210	(162%)
ผลต่างของอัตราแลกเปลี่ยนจากการแปลงค่าเงิน	5	4	36.6%
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	(19)	33	(156%)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดต้นงวด	122	100	21.5%
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดปลายงวด	103	134	(23%)

ณ สิ้นไตรมาส 2/2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีเงินสดสุทธิ 103 ล้านบาท ลดลง 19 ล้านบาท ณ สิ้นไตรมาส 2/2561 โดยมีส่วนประกอบหลักมาจากรายการต่างๆ ดังนี้

- เงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน 156 ล้านบาท ประกอบด้วย (1) เงินสดรับจากกิจกรรมดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน 78 ล้านบาท และ (2) เงินสดรับจากการเปลี่ยนแปลงของสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน 78 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของลูกหนี้การค้าและการลดลงของสินค้าคงเหลือ
- เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน 49 ล้านบาท ประกอบด้วย (1) การลงทุนในสินทรัพย์ถาวร 50 ล้านบาท (2) การลงทุนเพิ่มในกิจการร่วมค้า 10 ล้านบาท และ (3) เงินสดรับจากกิจกรรมลงทุนอื่นๆ 11 ล้านบาท
- เงินสดสุทธิใช้ไปจากกิจกรรมจัดหาเงิน 131 ล้านบาท ประกอบด้วย (1) ชำระคืนเงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน 56 ล้านบาท (2) เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน 26 ล้านบาท (3) เงินสดจ่ายชำระคืนหนี้สินตามสัญญาเช่าการเงิน 16 ล้านบาท และ (4) เงินสดจ่ายต้นทุนทางการเงิน 34 ล้านบาท

6. แนวโน้มธุรกิจ

บริษัทฯ มุ่งขยายธุรกิจ Brand ต่างประเทศ โดยครึ่งปีแรกมีการเติบโตขึ้น 48% YoY บางส่วนมาจากการรับรู้รายได้จาก Long Quan Safe Food JSC (LQSF) ประเทศเวียดนาม แต่ถ้านับรวม LQSF ยังคงเติบโต 19% YoY นอกจากนี้บริษัทฯ ยังคงเร่งการฟื้นตัวของผลการดำเนินงานโดยการควบคุมปรับลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายอย่างเคร่งครัด เพิ่มการใช้สินทรัพย์เพื่อบริหารต้นทุนคงที่ และที่สำคัญที่สุดคือการบริหารเงินสดเพื่อเสริมสภาพคล่อง ด้วยความพยายามดังกล่าว ในไตรมาสที่ 2 ปี 2562 เราได้เห็นสัญญาณการลดลงของค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจน สำหรับครึ่งปีหลังนี้บริษัทฯ จะดำเนินการตามแผนงานดังกล่าวต่อไป