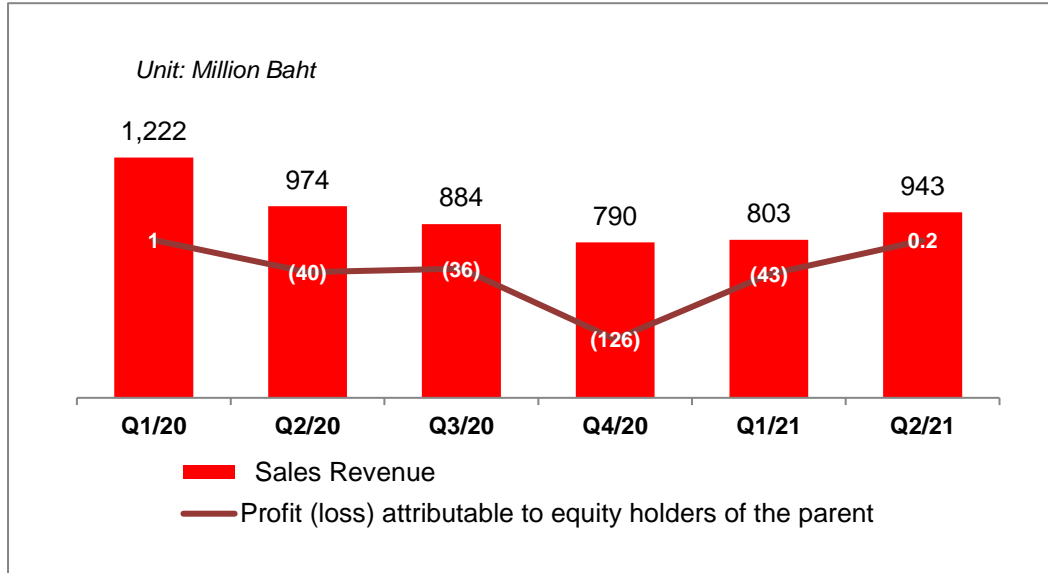


บริษัท มาลีกรุป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย
การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ
สำหรับงวดไตรมาส 2 และงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2564

1. สรุปสาระสำคัญในไตรมาส 2/2564



แผนภาพ 1 ผลประกอบการรายไตรมาส

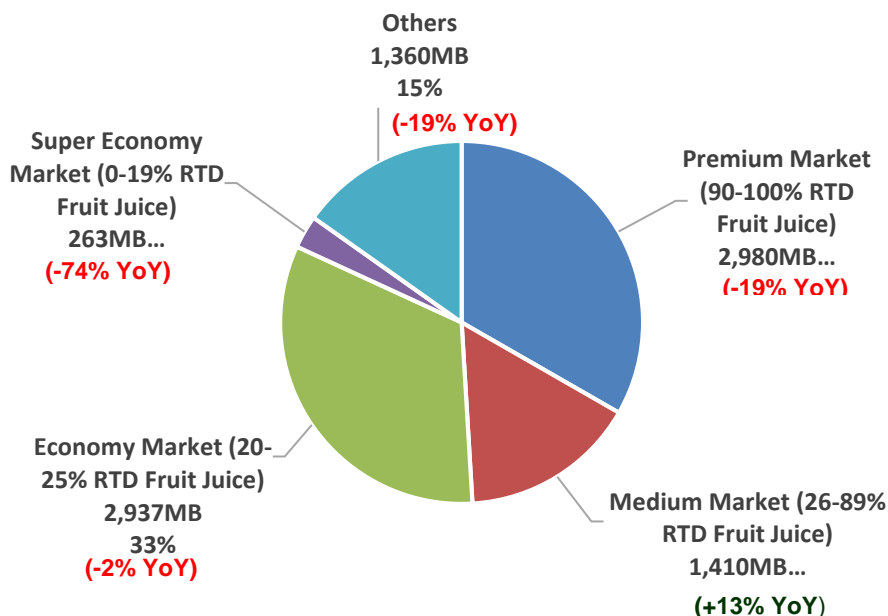
- ในไตรมาส 2/2564 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมียอดขายรวม 943 ล้านบาท ลดลง 3% YoY จากสัดส่วนการขายในประเทศลดลง 10% YoY ในขณะที่สัดส่วนการขายต่างประเทศเพิ่มขึ้น 6% YoY
- สำหรับ 6 เดือนสิ้นสุด 30 มิถุนายน 2564 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมียอดขายรวม 1,746 ล้านบาท ลดลง 20% YoY จากสัดส่วนการขายในประเทศลดลง 31% YoY ในขณะที่สัดส่วนการขายต่างประเทศลดลง 3% YoY

โดยยอดขายที่ลดลงในทั้งสองไตรมาสมีสาเหตุหลักมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาด COVID-19 ทั่วโลกยังคงมีการแพร่ระบาดอย่างต่อเนื่อง และสถานการณ์ในประเทศก็กลับมารุนแรงมากขึ้นจากการแพร่ระบาดระลอกที่ 2 เมื่อเดือนธันวาคม 2563 และ ระลอกที่ 3 เมื่อปลายเดือนมีนาคม 2564 ซึ่งส่งผลกระทบต่อเนื่องทั้งเศรษฐกิจ การจ้างงาน การท่องเที่ยวภายในประเทศ ทำให้กำลังซื้อของประชาชนทั้งในประเทศและต่างประเทศลดลงมาก อีกทั้งการส่งออกถูกกระทบจากเรื่องขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ และราคาตู้คอนเทนเนอร์ที่สูงขึ้นมาก รวมถึงภัยพิบัติทางธรรมชาติที่ประเทศกัมพูชา และสถานการณ์การเมืองภายในของประเทศเมียนมา

- บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีผลการดำเนินงานพลิกฟื้นกลับมาเป็นบวกได้อีกครั้ง โดยมีผลกำไรสุทธิในไตรมาส 2/2564 เท่ากับ 0.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 101% จากไตรมาส 2/2563 ที่มีผลขาดทุนสุทธิ 40 ล้านบาท ผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นมาจากประสิทธิภาพในการควบคุมต้นทุนขาย ค่าใช้จ่ายขายและค่าใช้จ่ายบริหาร ตลอดจนต้นทุนทางการเงิน ตามแผนการควบคุมที่บริษัทกำหนดไว้ ทั้งที่ผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาด COVID-19 ที่รุนแรงขึ้นส่งผลกระทบต่อยอดขายในประเทศลดลงมากถึง 10% YoY
- สำหรับ 6 เดือนสิ้นสุด 30 มิถุนายน 2564 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีผลขาดทุนสุทธิเท่ากับ 43 ล้านบาท ลดลง 8% YoY ทั้งนี้มาจากยอดขายรวมที่ลดลง 20% YoY จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 เป็นหลัก ถึงแม้จะลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายลงได้ตามแผนการควบคุมที่บริษัทกำหนดไว้ก็ไม่อาจชดเชยผลกระทบจากยอดขายที่ลดลงมาก

2. ภาพรวมเศรษฐกิจและตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มภายในประเทศ

สิ้นสุดไตรมาส 2/2564 ตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มภายในประเทศยังคงปรับตัวลดลง 16% YoY ในขณะที่ในรอบระยะเวลา 12 เดือน จนถึงเดือนมิถุนายน 2564 ตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มภายในประเทศมีมูลค่า 8,950 ล้านบาท โดยมีสัดส่วนมูลค่าตลาดและอัตราการเติบโต ปรากฏอยู่ในแผนภาพ 2



แผนภาพ 2 มูลค่าตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่ม MAT Jun 2021 แยกตามประเภทตลาด (ที่มา: Nielsen)

3. ผลการดำเนินงานและความสามารถในการทำกำไร

งบการเงินรวม

(หน่วย : ล้านบาท)	Q2/2564	Q2/2563	%YoY	H1/2564	H1/2563	%YoY
รายได้จากการขายและการให้บริการ	943	974	-3%	1,746	2,196	-20%
ต้นทุนขายและให้บริการ	700	787	-11%	1,338	1,765	-24%
กำไรขั้นต้น	243	187	+30%	408	431	-5%
%กำไรขั้นต้น	25.8%	19.2%		23.4%	19.6%	
ค่าใช้จ่ายในการขาย	121	106	+14%	217	212	+2%
%ค่าใช้จ่ายในการขายต่อยอดขาย	12.8%	10.9%		12.4%	9.7%	
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	119	121	-2%	233	262	-11%
%ค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อยอดขาย	12.6%	12.4%		13.3%	11.9%	
ดอกเบี้ยจ่าย	15	20	-25%	31	36	-14%
ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากเงินลงทุนในบริษัทร่วมและการร่วมค้า	(2)	(5)	+65%	(3)	(6)	+54%
ภาษีเงินได้นิติบุคคล (กลับรายการ)	(2)	(20)	+91%	(14)	(20)	+30%
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	0.2	(40)	+101%	(43)	(40)	-8%
%กำไรสุทธิ	0.0%	(4.1%)		(2.4%)	(1.8%)	

รายได้ ไตรมาส 2/2564

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมียอดขายรวม 943 ล้านบาท ลดลง 3% YoY โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ยอดขายของธุรกิจตราสินค้าของบริษัทฯ (Branded Business: Brand) ในประเทศ ลดลง 6% YoY
- ยอดขายของธุรกิจตราสินค้าของบริษัทฯ (Branded Business: Brand) ต่างประเทศ เพิ่มขึ้น 3% YoY
- ยอดขายของธุรกิจพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามสัญญาและรับจ้างผลิต (Contract Manufacturing Business: CMG) ภาพรวม ลดลง 4% YoY

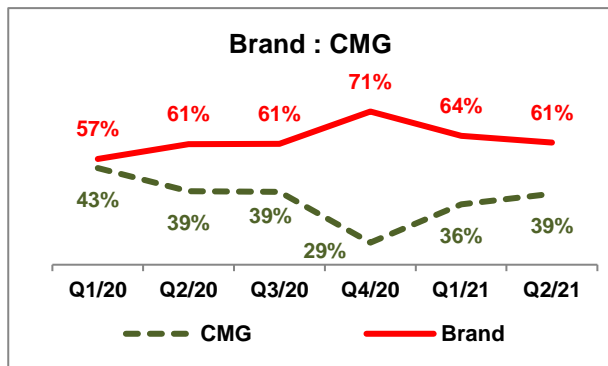
ทั้งนี้สามารถแบ่งสัดส่วนการขายตามประเภทธุรกิจและภูมิศาสตร์ได้ดังนี้

ยอดขายตามประเภทธุรกิจ

- ยอดขาย Brand 580 ล้านบาท ลดลง 2% YoY
- ยอดขาย CMG 363 ล้านบาท ลดลง 4% YoY
- สัดส่วนยอดขายของ Brand และCMG เท่ากับ 61:39 เท่ากันกับสัดส่วน 61:39 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน

ยอดขายตามภูมิศาสตร์

- ยอดขายในประเทศ 510 ล้านบาทลดลง 10%YoY
- ยอดขายต่างประเทศ 434 ล้านบาทเพิ่มขึ้น 6% YoY
- สัดส่วนของยอดขายในประเทศและยอดส่งออก เท่ากับ 54:46 เปรียบเทียบกับ 58:42 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน



รายได้ งวด 6 เดือน ปี 2564

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมียอดขายรวม 1,746 ล้านบาท ลดลง 20% YoY โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ยอดขายของธุรกิจตราสินค้า (Branded Business: Brand) ในประเทศ ลดลง 22% YoY
- ยอดขายของธุรกิจตราสินค้า (Branded Business: Brand) ต่างประเทศ ลดลง 6% YoY
- ยอดขายของธุรกิจพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามสัญญาและรับจ้างผลิต (Contract Manufacturing Business: CMG) ภาพรวม ลดลง 28% YoY

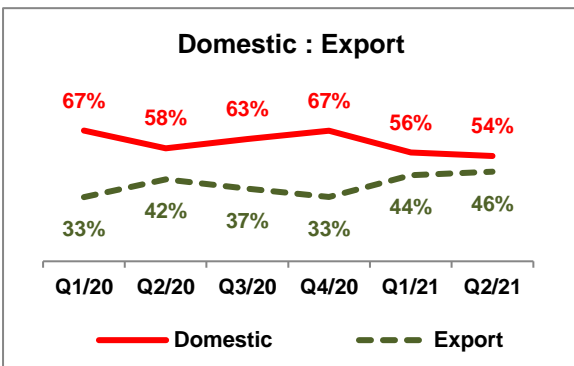
ทั้งนี้สามารถแบ่งสัดส่วนการขายตามประเภทธุรกิจและภูมิศาสตร์ได้ดังนี้

ยอดขายตามประเภทธุรกิจ

- ยอดขาย Brand 1,090 ล้านบาท ลดลง 15% YoY
- ยอดขาย CMG 656 ล้านบาท ลดลง 28% YoY
- สัดส่วนยอดขายของ Brand และ CMG เท่ากับ 62:38 เทียบกับ 59:41 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน

ยอดขายตามภูมิศาสตร์

- ยอดขายในประเทศ 958 ล้านบาท ลดลง 31% YoY
- ยอดขายต่างประเทศ 788 ล้านบาท ลดลง 3% YoY
- สัดส่วนของยอดขายในประเทศและยอดส่งออก เท่ากับ 55:45 เปรียบเทียบกับ 63:37 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน



ต้นทุนขาย ไตรมาส 2/2564

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีต้นทุนขายรวม 700 ล้านบาท โดยมีอัตราส่วนต้นทุนขายต่อยอดขายเท่ากับ 74.2% ลดลงจาก 80.8% ในไตรมาส 2/2563 เนื่องมาจากประสิทธิภาพในการควบคุมต้นทุนขาย และการจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่

กำไรขั้นต้น ไตรมาส 2/2564

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีกำไรขั้นต้น 243 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 30% YoY คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้น 25.8% เพิ่มขึ้นจาก 19.2% ในไตรมาส 2/2563 เป็นผลมาจากต้นทุนขายที่ลดลงจากประสิทธิภาพในการควบคุมต้นทุนขาย และการจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่

ค่าใช้จ่ายในการขาย ไตรมาส 2/2564

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีค่าใช้จ่ายในการขาย 121 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 14% YoY คิดเป็นอัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายต่อยอดขายเท่ากับ 12.8% เพิ่มขึ้นจาก 10.9% ในไตรมาส 2/2563 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายที่มีผลมาจากสถานการณ์ COVID-19

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ไตรมาส 2/2564

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีค่าใช้จ่ายในการบริหาร 119 ล้านบาท ลดลง 2% YoY คิดเป็นอัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อยอดขายเท่ากับ 12.6% ไกล่เคียงกันกับช่วงเดียวกันของปีก่อนที่ 12.4%

ต้นทุนทางการเงิน ไตรมาส 2/2564

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีต้นทุนทางการเงินไตรมาสที่ 2/2564 เทียบกับไตรมาสที่ 2/2563 ที่จำนวน 15 ล้านบาทและ 20 ล้านบาท ลดลง 25% YoY เกิดจากภาระเงินกู้และอัตราดอกเบี้ยจากสถาบันทางการเงินลดลง

กำไร(ขาดทุน) สุทธิ ไตรมาส 2/2564

บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีผลการดำเนินงานพลิกฟื้นกลับมาเป็นบวกได้อีกครั้ง โดยผลกำไรสุทธิในไตรมาส 2/2564 เท่ากับ 0.2 ล้านบาท ผลดำเนินงานดีขึ้น 101% จากไตรมาส 2/2563 ที่มีผลขาดทุนสุทธิ 40 ล้านบาท สาเหตุมาจากประสิทธิภาพในการควบคุมต้นทุนขาย ค่าใช้จ่ายขายและค่าใช้จ่ายในการบริหารที่ดีขึ้น รวมทั้งการลดลงของต้นทุนทางการเงินเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

ต้นทุนขาย งวด 6 เดือน ปี 2564

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีต้นทุนขายรวม 1,338 ล้านบาท โดยมีอัตราส่วนต้นทุนขายต่อยอดขายเท่ากับ 76.6% ลดลงจาก 80.4% ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน เนื่องมาจากประสิทธิภาพในการควบคุมต้นทุนขาย และการจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่

กำไรขั้นต้น งวด 6 เดือน ปี 2564

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีกำไรขั้นต้น 408 ล้านบาท ลดลง 5% YoY คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้น 23.4% เพิ่มขึ้นจาก 19.6% ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน เป็นผลมาจากต้นทุนขายที่ลดลงจากประสิทธิภาพในการควบคุมต้นทุนขาย และการจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่

ค่าใช้จ่ายในการขาย งวด 6 เดือน ปี 2564

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีค่าใช้จ่ายในการขาย 217 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2% YoY คิดเป็นอัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อยอดขายเท่ากับ 12.4% เพิ่มขึ้นจาก 9.7% ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายที่มีผลมาจากสถานการณ์ COVID-19

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร งวด 6 เดือน ปี 2564

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีค่าใช้จ่ายในการบริหาร 233 ล้านบาท ลดลง 11% คิดเป็นอัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อยอดขายเท่ากับ 13.3% เพิ่มขึ้นจาก 11.9% ในช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากยอดขายที่ลดลงมากถึง 20% YoY

ต้นทุนทางการเงิน งวด 6 เดือน ปี 2564

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีต้นทุนทางการเงินสำหรับงวด 6 เดือนปี 2564 เทียบกับงวด 6 เดือนปี 2563 ที่จำนวน 31 ล้านบาท และ 36 ล้านบาทลดลง 14% YoY เกิดจากภาระเงินกู้และอัตราดอกเบี้ยจากสถาบันทางการเงินลดลง

กำไร(ขาดทุน) สุทธิ งวด 6 เดือน ปี 2564

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีผลขาดทุนสุทธิ 43 ล้านบาท ลดลง 8% เทียบกับงวด 6 เดือนปี 2563 ที่มีผลขาดทุนสุทธิ 40 ล้านบาท สาเหตุมาจากประสิทธิภาพในการควบคุมต้นทุนขาย ค่าใช้จ่ายขายและค่าใช้จ่ายในการบริหารที่ดีขึ้น รวมทั้งการลดลงของต้นทุนทางการเงิน แต่ยังคงขาดทุนจากยอดขายที่ลดลงมากจากสถานการณ์ COVID-19

4. ฐานะการเงินของบริษัทฯ และบริษัทย่อย

หน่วย : ล้านบาท	30/6/2564	31/12/2563	% เปลี่ยนแปลง
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	126	84	51.1%
ลูกหนี้การค้า	572	471	21.4%
สินค้าคงเหลือ	520	544	(4.4%)
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	106	129	(17.9%)
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,324	1,227	7.9%
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	1,621	1,670	(2.9%)
ค่าความนิยม	52	48	7.3%
เงินลงทุนในการร่วมค้า	28	21	34.3%
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	1,062	1,036	2.5%
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	2,763	2,776	(0.4%)
รวมสินทรัพย์	4,087	4,003	2.1%
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	1,098	1,104	(0.6%)
เจ้าหนี้การค้า	355	343	3.6%
เงินรับล่วงหน้าค่าสินค้า	84	26	222.9%
หนี้สินระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	152	224	(32.2%)
หนี้สินสัญญาเช่าการเงินที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	55	64	(13.7%)
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	324	274	18.4%
รวมหนี้สินหมุนเวียน	2,068	2,035	1.6%
เงินกู้ยืมระยะยาว-สุทธิจากที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	675	608	11.0%
หนี้สินตามสัญญาเช่าการเงิน-สุทธิจากที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	236	262	(9.9%)
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	281	258	8.9%
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	1,192	1,128	5.6%
รวมหนี้สิน	3,260	3,163	3.1%
ทุนจดทะเบียน	138	138	0.0%
ทุนที่ออกและชำระเต็มมูลค่า	138	138	0.0%
ส่วนเกิน (ต่ำกว่า) มูลค่าหุ้น	0	0	-
กำไร (ขาดทุน) สะสม	323	366	(11.7%)
องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น	255	231	10.4%
ส่วนของผู้ถือหุ้นบริษัทใหญ่	715	734	(2.5%)
ส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	112	106	6.1%
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	827	840	(1.5%)
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	4,087	4,003	2.1%

สินทรัพย์

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2564 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีสินทรัพย์รวม 4,087 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2.1% จาก 4,003 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของลูกหนี้การค้าและ เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

หนี้สิน

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2564 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีหนี้สินรวม 3,260 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.1% จาก 3,163 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของเจ้าหนี้การค้าและเงินรับล่วงหน้าค่าสินค้า

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2564 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีส่วนของผู้ถือหุ้นบริษัทใหญ่ 827 ล้านบาท ลดลง 1.5 % จาก 840 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 โดยมีสาเหตุหลักจากผลประกอบการขาดทุน ในช่วงไตรมาสแรกปี 2564

5. สภาพคล่องและความเพียงพอของเงินทุน (Liquidity and Capital Resources)

อัตราส่วนสภาพคล่อง

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2564 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีอัตราส่วนสภาพคล่อง 0.64 เท่า ปรับตัวเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับ 0.60 เท่า ณ สิ้นปี 2563

อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยจ่ายต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2564 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยจ่ายต่อส่วนของผู้ถือหุ้น 2.73 เท่า ปรับตัวเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับ 2.70 เท่า ณ สิ้นปี 2563

Consolidated	30/6/64	31/12/63
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	0.64	0.60
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยจ่ายต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	2.73	2.70

กระแสเงินสด

หน่วย : ล้านบาท	6M/2564	6M/2563	% เปลี่ยนแปลง
เงินสดจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน	75	153	(50.9%)
เงินสดจากการเปลี่ยนแปลงสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน	18	(62)	129.5%
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	93	91	(2.2%)
เงินฝากธนาคารที่มีภาระค่าประกันลดลง	0	21	(100.0%)
เงินสดรับจากการจำหน่ายอุปกรณ์	3	10	(67.6%)
เงินสดจ่ายซื้ออุปกรณ์	(16)	(17)	7.2%
เงินสดจ่ายเพื่อซื้อสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	(1)	(2)	44.8%
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมลงทุน	(14)	11	(223.2%)
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้น (ลดลง)	(6)	(337)	98.1%
เงินกู้ยืมระยะยาว (เพิ่มขึ้น)	-	298	(100.0%)
เงินกู้ยืมระยะยาว (ลดลง)	(6)	(65)	(90.6%)
เงินสดจ่ายชำระคืนหนี้สินตามสัญญาเข้าการเงิน	(33)	(35)	4.4%
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน	(46)	(139)	67.1%
ผลต่างของอัตราแลกเปลี่ยนจากการแปลงค่างบการเงิน	9	(0)	15369.4%
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	43	(37)	216.5%
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดต้นงวด	84	119	(29.6%)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดปลายงวด	126	82	54.0%

ณ สิ้นไตรมาส 2/2564 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีเงินสดสุทธิ 126 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 43 ล้านบาท จาก ณ สิ้นไตรมาส 2/2563 โดยมีส่วนประกอบหลักมาจากรายการต่างๆ ดังนี้

- เงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน 93 ล้านบาท ประกอบด้วย (1) เงินสดรับจากกิจกรรมดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน 75 ล้านบาท และ (2) เงินสดจากการเปลี่ยนแปลงของสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงานลดลง 18 ล้านบาท
- เงินสดสุทธิใช้ไปจากกิจกรรมลงทุน 14 ล้านบาท ประกอบด้วย (1) เงินสดจ่ายซื้ออุปกรณ์สุทธิ 16 ล้านบาทและ (2) เงินสดจ่ายเพื่อซื้อสินทรัพย์ไม่มีตัวตน 1 ล้านบาท(3) เงินสดรับจากการจำหน่ายอุปกรณ์ 3 ล้านบาท
- เงินสดสุทธิใช้ไปจากกิจกรรมจัดหาเงิน 46 ล้านบาท ประกอบด้วย (1) ชำระคืนเงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน 6 ล้านบาท (2) ชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน 6 ล้านบาทและ (3) ชำระคืนหนี้สินตามสัญญาเข้าการเงิน 33 ล้านบาท

6. แนวโน้มธุรกิจ

เนื่องจากขณะนี้สถานการณ์การแพร่ระบาด COVID-19 ทวีความรุนแรงมากขึ้นภายในประเทศ ทำให้เกิดความไม่แน่นอนและความเสี่ยงในหลายๆเรื่องต่อการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อสุขภาพและชีวิตของพนักงานบริษัท ทางบริษัทฯจึงได้มีการวางแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan : BCP) ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเพื่อป้องกันความเสี่ยงต่างๆที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจและตัวพนักงาน โดยมีการกำหนดบทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบของผู้ที่เกี่ยวข้อง การเตรียมแผนป้องกัน การจัดหาอุปกรณ์เสริมเพิ่มเติม และกำหนดขั้นตอนต่างๆเพื่อบริหารความเสี่ยงอย่างเข้มงวด มีการรักษาระยะห่างระหว่างบุคคล การจัดแบ่งให้พนักงาน WFH การงดบุคคลภายนอกเข้าติดต่อทั้งที่สำนักงานและโรงงาน อีกทั้งมีการจัดหาวัคซีนป้องกัน COVID-19 มาฉีดให้กับพนักงานบริษัททุกคนตามที่สมควรใจ โดยภายในกลางเดือนสิงหาคม 2564 นี้ พนักงานจำนวน 95% จะได้รับการฉีดวัคซีนป้องกัน COVID-19 ครบ 2 เข็ม

ด้วยเหตุนี้ บริษัทฯ ให้ความมั่นใจได้ว่า ผู้บริหารและทีมงานมุ่งเน้นให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับสิ่งต่างๆที่สามารถควบคุมได้ไม่ว่าจะเป็นการควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่ายอย่างเข้มงวด เน้นประสิทธิภาพในการดำเนินงาน เน้นให้ความสำคัญกับการเพิ่มการใช้กำลังการผลิต และการติดตามข้อมูลสถานการณ์ต่างๆอย่างใกล้ชิด เพื่อการปรับตัวอย่างรวดเร็วให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ที่จะมากระทบ โดยเฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการบริหารกระแสเงินสด เพื่อยกระดับผลการดำเนินงานให้ดีขึ้นอย่างแข็งแกร่ง