



ที่ FN 024/2564

คำอธิบายและบทวิเคราะห์ของฝ่ายบริหาร สำหรับผลประกอบการไตรมาส 2 ปี 2564

บริษัท เอฟเอ็น แฟคตอรี เอ๊าท์เลท จำกัด (มหาชน) เริ่มก่อตั้งในปี 2543 โดยดำเนินธุรกิจศูนย์จัดจำหน่ายสินค้าประเภทเอ๊าท์เลท โดยสินค้าที่วางจำหน่ายภายในเอ๊าท์เลทนั้น เป็นสินค้าอุปโภคภายใต้ตราสินค้าของบริษัทแบ่งเป็นกลุ่มสินค้า Apparel ภายใต้แบรนด์ Inco, Cheval, Sleep Mate, ETC และกลุ่มสินค้า Non-Apparel ภายใต้แบรนด์ Cherish, Prim, Rollica, Cushy เป็นต้น และตราสินค้าอื่นๆ บริษัทได้เปิดสาขาขนาดใหญ่ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2563 เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผลประกอบการของบริษัทให้ดียิ่งขึ้น ปัจจุบันบริษัทมีสาขาทั้งสิ้น 11 สาขา ได้แก่ สาขาเพชรบุรี สาขากาญจนบุรี สาขาพญา สาขาปากช่อง สาขาสิงห์บุรี สาขาหัวหิน สาขาศรีราชา สาขาพระนครศรีอยุธยา สาขาฉะเชิงเทรา สาขาระยอง และสาขาไดอานาขนาดใหญ่และให้บริการจำหน่ายสินค้าในช่องทางอื่น เช่น ช่องทางอีคอมเมิร์ซ ทั้งที่เป็นช่องทางของบริษัทเอง (Official Platforms) เช่น FN Application, Facebook: FN Outlet, Line Official: @fnoutlet และตลาดซื้อขายสินค้าออนไลน์ (Marketplace) ต่างๆ เช่น Lazada, Shopee, JD Central และอื่นๆ

นอกจากนี้บริษัทยังได้มีการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางใหม่ๆ เช่น ช่องทางรถคันใจ (Cash Van) ผ่านตัวแทนจำหน่าย (FN Spider) และช่องทางร่วมกับพันธมิตรอื่นเพื่อเพิ่มช่องทางการส่งมอบสินค้าและบริการให้ถึงมือผู้บริโภคได้รวดเร็วและมากขึ้น

สภาวะแวดล้อมทางธุรกิจ

สืบเนื่องจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ระลอกใหม่ที่รุนแรงอย่างต่อเนื่องตลอดในไตรมาสที่ 2/2564 ยังไม่มีที่สิ้นสุด ส่งผลให้จำนวนผู้ติดเชื้อในกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และภูมิภาคหลายจังหวัดเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องในลักษณะการระบาดเป็นกลุ่มก้อนในชุมชนต่างๆ ทั่วประเทศ และศบค.ได้ออกประกาศ พรก.ฉุกเฉิน เกี่ยวกับข้อกำหนดพื้นที่ควบคุมสูงสุดและพื้นที่ควบคุม ตลอดจนการออกมาตรการที่เข้มข้นขึ้นเช่นประกาศ/คำสั่งให้มีการกักตัวผู้ที่เดินทางมาจากพื้นที่ การเปิดสถานที่ได้ตามความจำเป็นตามประกาศเรื่องสั่งปิดสถานที่เป็นการชั่วคราวฉบับที่ 37 เป็นต้น และการเร่งฉีดวัคซีนเพื่อป้องกันและสกัดการระบาดของโรคไวรัสโควิด 19 มาตรการดังกล่าวส่งผลกระทบเป็นวงกว้างในเชิงเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยจะเห็นได้จากการลดลงของการใช้จ่ายต่อครั้งและความถี่ในการจับจ่าย และไม่มีพฤติกรรมในการกักตุนสินค้า เพราะคำสั่งซื้อของประชาชนที่อ่อนตัวลง

ทั้งนี้การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ยังไม่มีที่สิ้นสุด ทำให้ผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมความเป็นอยู่ การบริโภคและการจำกัดการใช้จ่ายโดยหันไปพึ่ง online technology มากขึ้น การใช้จ่ายจะเน้นเรื่องการใช้จ่ายในสิ่งที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวันมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ โดยเฉพาะภาคธุรกิจค้าปลีก บริการร้านอาหาร บันเทิง สายการบินและการท่องเที่ยว ซึ่งสถานการณ์ดังกล่าวมีผลกระทบต่อกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัทในส่วนที่เกี่ยวกับการจำหน่ายสินค้าทั้งทางตรงและทางอ้อม ส่งผลให้ยอดขายของบริษัทลดลง อย่างไรก็ตามบริษัทยังคงพัฒนารูปแบบการจำหน่ายสินค้าไม่ว่าจะเป็นการขายสินค้าผ่านช่องทางแอปพลิเคชันต่างๆ รวมถึง FN Application ซึ่งเป็นการเพิ่มศักยภาพในการขายช่องทางออนไลน์มากขึ้น มุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ที่มีความจำเป็นต่อชีวิตประจำวันการทำให้โปรโมชั่นเพื่อกระตุ้นยอดขาย ตลอดจนมีการควบคุมและลดค่าใช้จ่ายลงเพื่อให้สอดคล้องกับรายได้ที่ลดลง

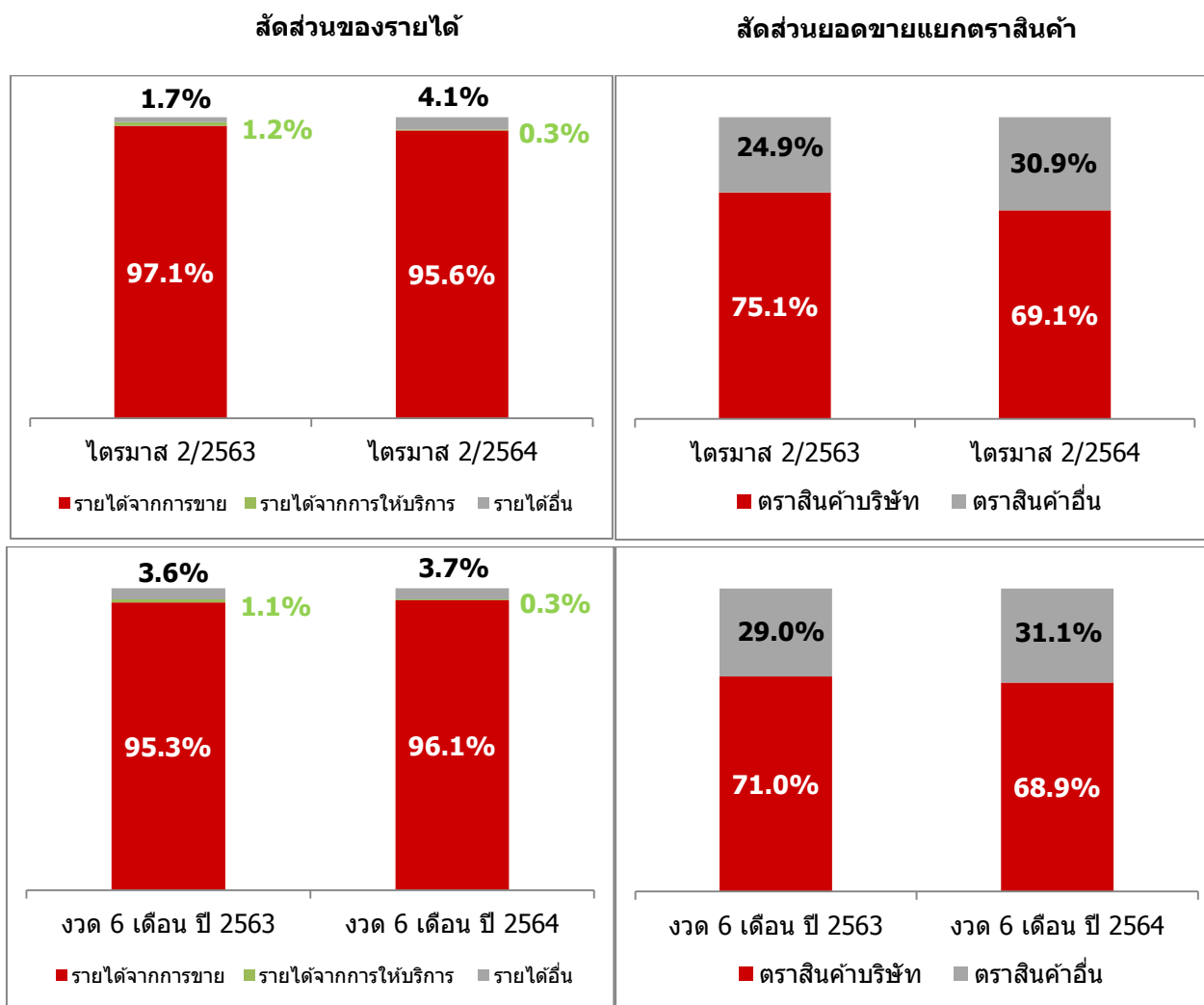
ปัจจุบันบริษัทยังคงมีมาตรการเข้มงวดทางด้านสาธารณสุข เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) อย่างต่อเนื่องตามนโยบายของภาครัฐ เช่น การ work from home การตรวจวัดอุณหภูมิก่อนเข้าสำนักงานหรือสาขา การรณรงค์ให้ล้างมือหรือใช้เจล/สเปรย์แอลกอฮอล์ล้างมือบ่อยๆ การใช้หน้ากากอนามัยระหว่างอยู่ในสถานประกอบการ การเว้นระยะห่างอย่างน้อย 1 เมตร การทำความสะอาด ฆ่าเชื้อโรค ในจุดเสี่ยงและอุปกรณ์ที่ผ่านการสัมผัสอย่างน้อยทุกๆ 1 ชั่วโมง เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทยังให้บริการ DRIVE THRU (Drive Thru) ในส่วนของสาขาและการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางรถคันใจ (Cash Van) เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจในความปลอดภัยในการใช้บริการและสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น

การวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน

หน่วย: ล้านบาท	สำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน		การเปลี่ยนแปลง		สำหรับงวดหกเดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน		การเปลี่ยนแปลง	
	2564	2563	ล้านบาท	ร้อยละ	2564	2563	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขาย	127.48	139.69	(12.21)	(8.74)	265.72	335.53	(69.81)	(20.81)
รายได้จากการให้บริการ	0.43	1.70	(1.27)	(74.71)	0.73	3.76	(3.03)	(80.59)
รายได้อื่น	5.43	2.40	3.03	126.25	10.15	12.67	(2.52)	(19.89)
รวมรายได้	133.34	143.79	(10.45)	(7.27)	276.60	351.96	(75.36)	(21.41)
ต้นทุนขาย	69.11	75.81	(6.70)	(8.84)	142.55	178.58	(36.03)	(20.18)
ต้นทุนการให้บริการ	0.03	0.08	(0.05)	(62.50)	0.03	0.23	(0.20)	(86.96)
ค่าใช้จ่ายในการขายและ ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	83.50	75.07	8.43	11.23	164.52	169.39	(4.87)	(2.88)
- ค่าใช้จ่ายในการขาย	56.87	42.73	14.14	33.09	104.63	104.01	0.62	0.60
- ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	26.63	32.34	(5.71)	(17.66)	59.89	65.38	(5.49)	(8.40)
กำไร(ขาดทุน)ก่อนต้นทุน ทางการเงินและภาษีเงินได้ (EBIT)	(19.30)	(7.17)	(12.13)	169.18	(30.50)	3.76	(34.26)	(911.17)
รายได้ทางการเงิน	0.16	0.48	(0.32)	(66.67)	0.20	0.52	(0.32)	(61.54)
ต้นทุนทางการเงิน	(2.26)	(1.52)	(0.74)	48.68	(4.51)	(4.29)	(0.22)	5.13
รายได้ภาษีเงินได้	4.03	0.42	3.61	859.52	7.34	(0.41)	7.75	(1,890.24)
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	(17.37)	(7.79)	(9.58)	122.98	(27.47)	(0.42)	(27.05)	6,440.48
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงิน ภาษีเงินได้และค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (EBITDA)	4.42	17.77	(13.34)	(75.10)	15.08	53.92	(38.84)	(72.03)
<i>ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย</i>	<i>23.72</i>	<i>24.94</i>	<i>(1.21)</i>	<i>(4.87)</i>	<i>45.58</i>	<i>50.16</i>	<i>(4.58)</i>	<i>(9.14)</i>

อัตราส่วนทางการเงินที่ เกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงาน (ร้อยละ)	สำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน		การ เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	สำหรับงวดหกเดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน		การ เปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	2564	2563		2564	2563	
อัตราส่วนกำไรขั้นต้นจากการขาย (ร้อยละ)	45.79	45.73	0.06	46.35	46.78	(0.42)
อัตราส่วนกำไรขั้นต้นจากการ ให้บริการ (ร้อยละ)	93.84	95.25	(1.42)	95.31	93.79	1.52
อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหารต่อรายได้รวม (ร้อยละ)	62.62	52.21	10.41	59.48	48.13	11.35
อัตราส่วนกำไร(ขาดทุน)สุทธิ (ร้อยละ)	(13.03)	(5.42)	(7.61)	(9.93)	(0.12)	(9.81)

1. รายได้



บริษัทมีรายได้จากการขายไตรมาสที่ 2/2564 เท่ากับ 127.48 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 8.74 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2563 และสำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2564 เท่ากับ 265.72 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 20.81 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2563 เป็นผลมาจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ระลอกใหม่ที่รุนแรงขึ้นตั้งแต่เมษายนจนถึงปัจจุบัน ส่งผลให้กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลงมากและจำกัดอยู่ในกลุ่มสินค้าที่จำเป็น แม้ว่าทางบริษัทจะเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ๆก็ตาม

สำหรับไตรมาสที่ 2/2564 และสำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2564 บริษัทมีรายได้จากการให้บริการ นวัตกรรมฆ่าเชื้อละอองฝอยระดับ10-50ไมครอน ในนาม Virus buster โดยใช้น้ำยาประสิทธิภาพสูงจากแบรนด์ Cherish ซึ่งเป็นตราสินค้าบริษัท เท่ากับ 0.43 ล้านบาท และ 0.73 ล้านบาทตามลำดับ ลดลงร้อยละ 74.71 และ 80.59 ตามลำดับเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

บริษัทมีรายได้อื่นไตรมาส 2/2564 เท่ากับ 5.42 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 126.54 เนื่องจากรายได้ค่าเช่าและค่าบริการเพิ่มขึ้น รวมไปถึงรายได้จากการลงทุนในสินทรัพย์ทางการเงินเพิ่มขึ้น และสำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2564 เท่ากับ 10.15 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 19.89 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักมาจากรายได้ค่าเช่าลดลงเนื่องจากบริษัทฯ ได้ยกเว้นค่าเช่าให้กับผู้เช่าจากคำสั่งให้ปิดสถานประกอบการเป็นการชั่วคราว ถึงแม้ปัจจุบันจะเปิดดำเนินการตามปกติได้แล้วแต่รายได้ค่าเช่ายังคงได้รับผลกระทบจากจำนวนลูกค้าที่น้อยกว่าปกติ

2. ต้นทุนขายและกำไรขั้นต้น

อัตรากำไรขั้นต้นจากการขายของไตรมาสที่ 2/2564 เท่ากับร้อยละ 45.79 ใกล้เคียงจากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2563 และอัตรากำไรขั้นต้นจากการขายของงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2564 เท่ากับร้อยละ 46.35 ใกล้เคียงกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2563 อย่างไรก็ตามบริษัทเห็นความสำคัญในการรักษาอัตรากำไรขั้นต้นจึงมีการปรับแผนการขายโดยระมัดระวังค่าใช้จ่ายในการจัดโปรโมชั่นให้มีประสิทธิภาพ พิจารณากิจกรรมด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพและสร้างการรับรู้ให้แก่ตราสินค้าของบริษัท

3. ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารในไตรมาส 2/2564 เท่ากับ 83.50 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.22 เกิดจากค่าใช้จ่ายในการขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 33.09 เนื่องจากในปีก่อนมีการปิดสาขาตามประกาศรัฐทำให้ค่าใช้จ่ายในปีก่อนน้อยกว่าปกติ และบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ๆเพิ่มขึ้น และค่าใช้จ่ายในการบริหารลดลงร้อยละ 17.66 เนื่องจากการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายและทรัพยากรบุคคลให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และสำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2564 เท่ากับ 164.52 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 2.87 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2563 โดยมีสาเหตุหลักจากยอดขายที่ลดลง การควบคุมรายจ่ายของบริษัท เช่น ค่าใช้จ่ายทางการตลาด ค่าธรรมเนียมบัตรเครดิต ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน

สำหรับอัตราค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่อรายได้รวมในไตรมาส 2/2564 เท่ากับ 62.62% และสำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2564 เท่ากับร้อยละ 59.48 เพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2563 เนื่องจากรายได้รวมของกิจการลดลง

4. ขาดทุนสุทธิและอัตราขาดทุนสุทธิ

บริษัทมีผลขาดทุนสุทธิในไตรมาส 2/2564 เท่ากับ 17.37 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2563 และสำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2564 เท่ากับ 27.47 ล้านบาท ปัจจัยหลักเกิดจากรายได้รวมของบริษัทลดลงเนื่องมาจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่ยังไม่มีที่สิ้นสุดและทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้นส่งผลต่อกำลังซื้อ และการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ถึงแม้บริษัทจะมีมาตรการในการควบคุมการใช้ค่าใช้จ่ายต่างๆให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด แต่ก็ยังมีค่าใช้จ่ายคงที่ที่บริษัทไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้จึงส่งผลต่อผลประกอบการในงวดที่ผ่านมา

อย่างไรก็ตาม บริษัทให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างการเติบโตทางธุรกิจอย่างยั่งยืน จึงได้มีแผนงานสนับสนุนการดำเนินงาน ดังนี้

1. การทำกิจกรรมส่งเสริมการขาย โปรโมชั่น และการตลาด ในรูปแบบที่แตกต่างจากเดิม เพื่อสร้างการรับรู้ในสินค้าที่เป็นตราสินค้าของบริษัทแบ่งเป็นกลุ่มสินค้า Apparel ภายใต้แบรนด์ Inco, Cheval, Sleep Mate, ETC และกลุ่มสินค้า Non-Apparel ภายใต้แบรนด์ Cherish, Prim, Rollica, Cushy เป็นต้น และการสร้างให้เป็น Bedding Destination เพื่อผลักดันสินค้าที่เป็นตราสินค้าของบริษัท เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างกำไร
2. เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย เช่นการเปิด Pop-up Stores ในสถานที่ต่างๆ การจัดจำหน่ายให้กับองค์กรภาคธุรกิจ (B2B) การจัดจำหน่ายทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ทั้งช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัทเอง และร่วมกับพันธมิตรอื่น รวมถึงการเปิดช่องทางการขายใหม่ๆเช่น cash van (รถคันใจ) เป็นต้น
3. เพิ่มช่องทางการให้บริการฉีดพ่นฆ่าเชื้อละอองฝอยระดับ10-50 ไมครอน ในนาม Virus buster โดยใช้ยาน้ำยาประสิทธิภาพสูงจากแบรนด์ Cherish ซึ่งเป็นตราสินค้าบริษัท
4. ให้ความสำคัญในการบริหารจัดการลดค่าใช้จ่ายและเพิ่มประสิทธิภาพให้มากที่สุด โดย
 - การนำระบบสารสนเทศมาใช้เพื่อลดขั้นตอนการทำงานและทรัพยากร
 - การลดต้นทุนให้ต่ำลงในการทำงาน (Cost reduction) เช่นการลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นหรือไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากร
 - การติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์เพื่อใช้พลังงานแสงอาทิตย์ทดแทนการใช้พลังงานไฟฟ้าบางส่วน โดยปัจจุบันติดตั้งแล้วเสร็จไป 2 สาขา ได้แก่ สาขาพระนครศรีอยุธยา และสาขาระยอง และมีแผนที่จะติดตั้งในสาขาอื่นๆ ต่อไปในอนาคต

การวิเคราะห์ฐานะทางการเงิน

หน่วย: ล้านบาท	ณ วันที่		การเปลี่ยนแปลง	
	30 มิถุนายน 2564	31 ธันวาคม 2563	ล้านบาท	ร้อยละ
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	168.05	94.37	73.68	78.08
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	12.90	10.70	2.20	20.56
สินค้าคงเหลือ	411.48	425.41	(13.93)	(3.27)
สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น	62.55	181.24	(118.69)	(65.49)
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	831.55	860.92	(29.37)	(3.41)
สินทรัพย์สิทธิการใช้	147.31	151.21	(3.90)	(2.58)
สินทรัพย์อื่น	61.36	60.94	0.42	0.69
รวมสินทรัพย์	1,695.20	1,784.79	(89.59)	(5.02)
เจ้าหนี้การค้า	41.22	72.04	(30.82)	(42.78)
เงินกู้ยืมระยะยาว	68.47	85.56	(17.09)	(19.97)
หนี้สินตามสัญญาเช่าการเงิน	160.39	162.75	(2.36)	(1.45)
หนี้สินอื่น	17.64	25.80	(8.16)	(31.63)
รวมหนี้สิน	287.72	346.15	(58.43)	(16.88)
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	1,407.48	1,438.65	(31.17)	(2.17)
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	1,695.20	1,784.80	(89.60)	(5.02)

1. สินทรัพย์

สินทรัพย์รวม ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2564 เท่ากับ 1,695.20 ล้านบาท ลดลงจากสิ้นปี 2563 จำนวน 89.59 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักจากการลดลงของสินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น เนื่องจากการขายเงินลงทุนระหว่างงวด การลดลงเนื่องจากการตัดค่าเสื่อมราคาในระหว่างงวดของอาคารและอุปกรณ์ และ สินค้าคงเหลือลดลงเนื่องจากการขายสินค้าระหว่างงวดและการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือ

2. หนี้สิน

หนี้สินรวม ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2564 เท่ากับ 287.72 ล้านบาท ลดลงจากสิ้นปี 2563 จำนวน 58.43 ล้านบาท เนื่องจากการจ่ายชำระเจ้าหนี้การค้าและการควบคุมการสั่งซื้อ การจ่ายชำระเงินกู้ยืมในระหว่างงวด รวมทั้งหนี้สินอื่นลดลงซึ่งเกิดจากเงินมัดจำค่าเช่าลดลง

3. ส่วนของผู้ถือหุ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2564 เท่ากับ 1,407.48 ล้านบาท ลดลงจากสิ้นปี 2563 จำนวน 31.17 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักจากผลประกอบการขาดทุนสำหรับงวด และการจ่ายเงินปันผล

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

	ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2564	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563	การเปลี่ยนแปลง	สาเหตุ
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	7.01	5.73	1.29	เพิ่มขึ้นจากการลดลงของหนี้สินหมุนเวียน เนื่องจากการจ่ายชำระในระหว่างงวด
อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว (เท่า)	2.55	2.24	0.31	เพิ่มขึ้นจากการลดลงของหนี้สินหมุนเวียน เนื่องจากการจ่ายชำระในระหว่างงวด
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น(ร้อยละ)	(3.88)	(1.93)	(1.95)	ลดลงเนื่องจากผลประกอบการลดลง
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.20	0.24	(0.04)	ลดลงเนื่องจากหนี้สินของกิจการลดลงจากการจ่ายชำระในระหว่างงวดในอัตราที่มากกว่าการลดลงของส่วนของผู้ถือหุ้น

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ

ฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์

โทร. 02 300 4951 ต่อ 5109 Email: corporatesecretary@fnoutlet.com