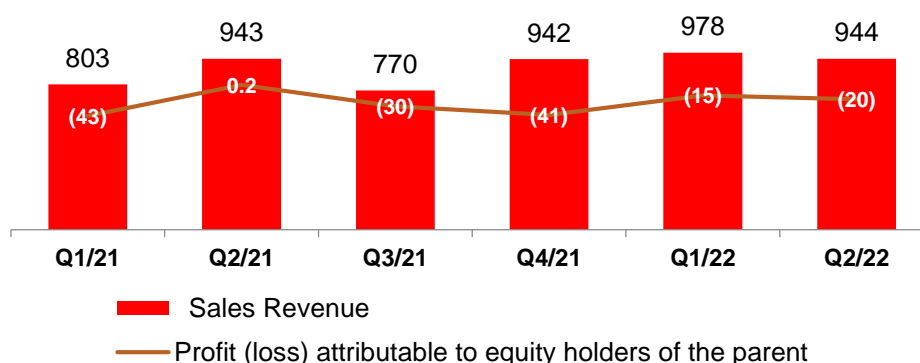


บริษัท มาลีกรุป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย
การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ
สำหรับงวดไตรมาส 2 และงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565

1. สรุปสาระสำคัญในไตรมาส 2/2565

Unit: Million Baht

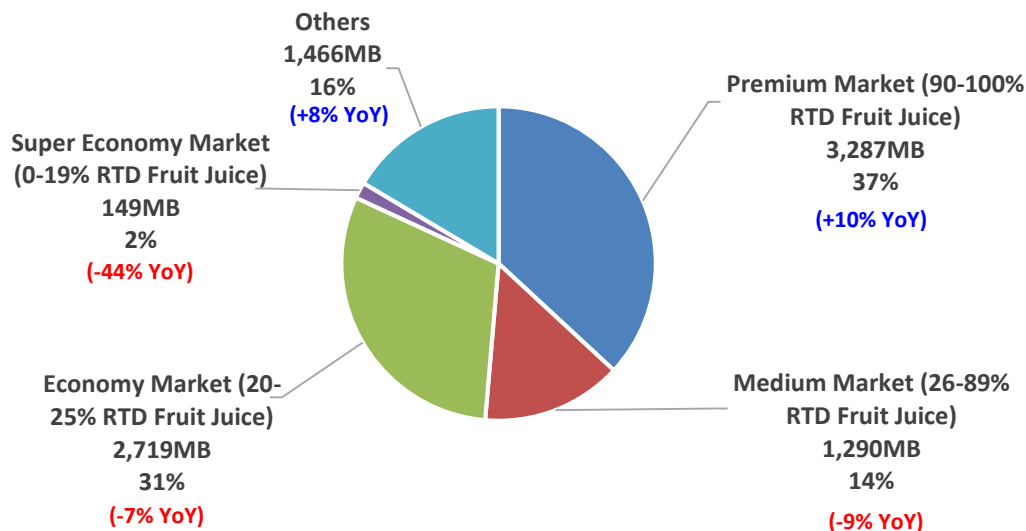


แผนภาพ 1 ผลประกอบการรายไตรมาส

- ในไตรมาส 2/2565 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมียอดขายรวม 944 ล้านบาท ใกล้เคียงกันกับยอดขายไตรมาสเดียวกันกับปีก่อน และมีสัดส่วนการขายในประเทศลดลง 3% YoY ในขณะที่สัดส่วนการขายต่างประเทศเพิ่มขึ้น 4% YoY
- สำหรับ 6 เดือนสิ้นสุด 30 มิถุนายน 2565 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมียอดขายรวม 1,922 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 10% YoY จากสัดส่วนการขายในประเทศเพิ่มขึ้น 9% YoY ในขณะที่สัดส่วนการขายต่างประเทศเพิ่มขึ้น 12% YoY
- บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีผลขาดทุนสุทธิในไตรมาส 2/2565 เท่ากับ 20 ล้านบาท เทียบกับไตรมาส 2/2564 ที่มีผลกำไรสุทธิ 0.2 ล้านบาท ผลการดำเนินงานลดลงมาจากต้นทุนขายที่เพิ่มขึ้น 2% YoY สาเหตุหลักมาจากต้นทุนสินค้าที่มีการปรับราคาสูงขึ้นในทุกๆรายการ (วัตถุดิบ, ภาชนะบรรจุ, สาธารณูปโภค, ค่าขนส่ง หลักๆมาจากราคาน้ำมันที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น) และค่าใช้จ่ายที่ปรึกษา
- สำหรับ 6 เดือนสิ้นสุด 30 มิถุนายน 2565 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีผลขาดทุนสุทธิเท่ากับ 34 ล้านบาท ลดลง 19% YoY ทั้งนี้ผลกระทบมาจากสถานการณ์สังคมรัสเซีย-ยูเครนและการแพร่ระบาดของ COVID-19 เป็นหลัก ถึงแม้จะพยายามลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายลงตามแผนการควบคุมที่บริษัทกำหนดไว้ ก็ไม่อาจชดเชยผลกระทบจากการปรับตัวของต้นทุนสินค้าที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก

2. ภาพรวมเศรษฐกิจและตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มภายในประเทศ

สิ้นสุดไตรมาส 2/2565 ตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มภายในประเทศยังคงปรับตัวลดลง 0.4% YoY ในขณะที่ในรอบระยะเวลา 12 เดือน จนถึงเดือนมิถุนายน 2564 ตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มภายในประเทศมีมูลค่า 8,910 ล้านบาท โดยมีสัดส่วนมูลค่าตลาดและอัตราการเติบโต ปรากฏอยู่ในแผนภาพ 2



แผนภาพ 2 มูลค่าตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่ม MAT Jun 2022 แยกตามประเภทตลาด (ที่มา: Nielsen)

3. ผลการดำเนินงานและความสามารถในการทำกำไร

งบการเงินรวม

(หน่วย : ล้านบาท)	Q2/2022	Q2/2021	%YoY	6M/2022	6M/2021	%YoY
รายได้จากการขายและการให้บริการ	944	943	+0%	1,922	1,746	+10%
ต้นทุนขายและให้บริการ	716	700	+2%	1,472	1,338	+10%
กำไรขั้นต้น	228	243	-6%	449	408	+10%
%กำไรขั้นต้น	24.1%	25.8%		23.4%	23.4%	
ค่าใช้จ่ายในการขาย	113	121	-6%	217	217	-0%
%ค่าใช้จ่ายในการขายต่อยอดขาย	12.0%	12.8%		11.3%	12.4%	
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	128	119	+8%	255	233	+10%
%ค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อยอดขาย	13.6%	12.6%		13.3%	13.3%	
ต้นทุนทางการเงิน	19	15	+25%	37	31	+17%
ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากเงินลงทุนในบริษัทร่วมและการร่วมค้า	(1.9)	(1.7)	-8%	(1)	(3)	+78%
ภาษีเงินได้นิติบุคคล (กลับรายการ)	5	(2)	+410%	(9)	14	-165%
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	(20)	0.2	-9263%	(34)	(43)	+19%
%กำไรสุทธิ	(2.1%)	0.0%		(1.8%)	(2.4%)	

รายได้ ไตรมาส 2/2565

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมียอดขายรวม 944 ล้านบาท ใกล้เคียงกันกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ยอดขายของธุรกิจตราสินค้าของบริษัทฯ (Branded Business: Brand) ในประเทศ เพิ่มขึ้น 5% YoY
- ยอดขายของธุรกิจตราสินค้าของบริษัทฯ (Branded Business: Brand) ต่างประเทศ เพิ่มขึ้น 18% YoY
- ยอดขายของธุรกิจพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามสัญญาและรับจ้างผลิต (Contract Manufacturing Business: CMG) ภาพรวม ลดลง 17% YoY

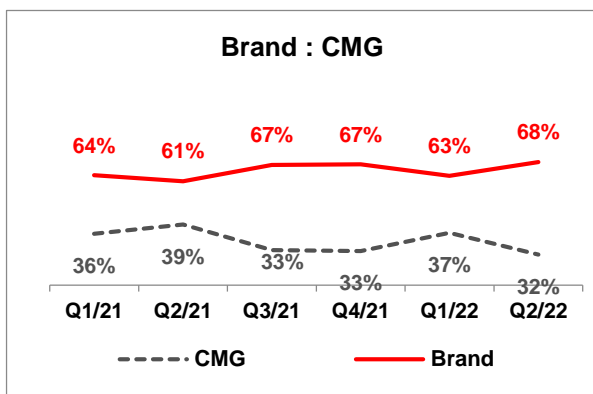
ทั้งนี้สามารถแบ่งสัดส่วนการขายตามประเภทธุรกิจและภูมิศาสตร์ได้ดังนี้

ยอดขายตามประเภทธุรกิจ

- ยอดขาย Brand 643 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 11% YoY
- ยอดขาย CMG 301 ล้านบาท ลดลง 17% YoY
- สัดส่วนยอดขายของ Brand และ CMG เท่ากับ 68:32 เทียบกับสัดส่วน 61:39 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน

ยอดขายตามภูมิศาสตร์

- ยอดขายในประเทศ 492 ล้านบาทลดลง 3%YoY
- ยอดขายต่างประเทศ 452 ล้านบาทเพิ่มขึ้น 4% YoY
- สัดส่วนของยอดขายในประเทศและยอดส่งออก เท่ากับ 52:48 เปรียบเทียบกับ 54:46 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน



รายได้ งวด 6 เดือน ปี 2565

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมียอดขายรวม 1,922 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 10% YoY โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ยอดขายของธุรกิจตราสินค้า (Branded Business: Brand) ในประเทศ เพิ่มขึ้น 13% YoY
- ยอดขายของธุรกิจตราสินค้า (Branded Business: Brand) ต่างประเทศ เพิ่มขึ้น 20% YoY
- ยอดขายของธุรกิจพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามสัญญาและรับจ้างผลิต (Contract Manufacturing Business: CMG) ภาพรวมใกล้เคียงกันกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน

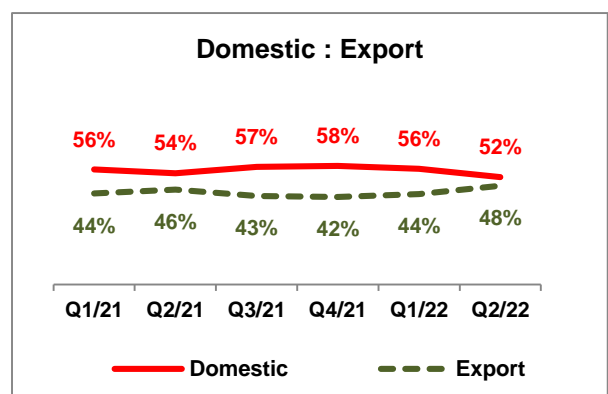
ทั้งนี้สามารถแบ่งสัดส่วนการขายตามประเภทธุรกิจและภูมิศาสตร์ได้ดังนี้

ยอดขายตามประเภทธุรกิจ

- ยอดขาย Brand 1,262 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 16% YoY
- ยอดขาย CMG 659 ล้านบาทใกล้เคียงกันกับไตรมาสเดียวกันกับปีก่อน
- สัดส่วนยอดขายของ Brand และ CMG เท่ากับ 66:34 เทียบกับ 62:38 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน

ยอดขายตามภูมิศาสตร์

- ยอดขายในประเทศ 1,041 ล้านบาทเพิ่มขึ้น 9%YoY
- ยอดขายต่างประเทศ 881 ล้านบาทเพิ่มขึ้น 12%YoY
- สัดส่วนของยอดขายในประเทศและยอดส่งออก เท่ากับ 54:46 เปรียบเทียบกับ 55:45 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน



ต้นทุนขาย ไตรมาส 2/2565

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีต้นทุนขายรวม 716 ล้านบาท โดยมีอัตราส่วนต้นทุนขายต่อยอดขายเท่ากับ 75.9% เพิ่มขึ้นจาก 74.2% ในไตรมาส 2/2564 เนื่องจากต้นทุนสินค้าที่มีการปรับราคาสูงขึ้นในทุกๆรายการ วัตถุดิบ, ภาชนะบรรจุ, สาธารณูปโภค, ค่าขนส่ง เป็นผลมาจากราคาน้ำมันที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น

กำไรขั้นต้น ไตรมาส 2/2565

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีกำไรขั้นต้น 228 ล้านบาท ลดลง 6% YoY คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้น 24.1% ลดลงจาก 25.8% ในไตรมาส 2/2564 เป็นผลมาจากต้นทุนขายที่เพิ่มขึ้น

ค่าใช้จ่ายในการขาย ไตรมาส 2/2565

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีค่าใช้จ่ายในการขาย 113 ล้านบาท ลดลง 6% YoY คิดเป็นอัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายต่อยอดขายเท่ากับ 12.0% ลดลงจาก 12.8% ในไตรมาส 2/2564 เนื่องจากการควบคุมค่าใช้จ่ายในการขายที่มีประสิทธิภาพ

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ไตรมาส 2/2565

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีค่าใช้จ่ายในการบริหาร 128 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 8% YoY คิดเป็นอัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อยอดขายเท่ากับ 13.6% เพิ่มขึ้นจาก 12.6% ในไตรมาส 2/2564 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายที่ปรึกษา

ต้นทุนทางการเงิน ไตรมาส 2/2565

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีต้นทุนทางการเงินไตรมาสที่ 2/2565 เทียบกับไตรมาสที่ 2/2564 ที่จำนวน 19 ล้านบาท และ 15 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 25% YoY เกิดจากภาระเงินกู้และอัตราดอกเบี้ยจากสถาบันทางการเงิน

กำไร(ขาดทุน) สุทธิ ไตรมาส 2/2565

บริษัทฯ และบริษัทย่อย มีผลขาดทุนสุทธิ 20 ล้านบาท เทียบกับไตรมาส 2/2564 ที่มีผลกำไรสุทธิ 0.2 ล้านบาท เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนสินค้าที่มีการปรับราคาสูงขึ้นในทุกๆรายการ วัตถุดิบ, ภาชนะบรรจุ, พลังงาน, ค่าขนส่ง หลักๆมาจากราคาน้ำมันที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น และค่าใช้จ่ายปรึกษา

ต้นทุนขาย งวด 6 เดือน ปี 2565

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีต้นทุนขายรวม 1,472 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 10% โดยมีอัตราส่วนต้นทุนขายต่อยอดขายเท่ากับ 76.6% เท่ากันกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากประสิทธิภาพในการควบคุมต้นทุนขายใน 6 เดือนแรกยังทำได้ดี แม้ว่าต้นทุนสินค้ามีการปรับราคาสูงขึ้นในทุกๆรายการ วัตถุดิบ, ภาชนะบรรจุ, สาธารณูปโภค, ค่าขนส่ง เป็นผลมาจากราคาน้ำมันที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น

กำไรขั้นต้น งวด 6 เดือน ปี 2565

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีกำไรขั้นต้น 449 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 10% YoY คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้น 23.4% เท่ากันกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน เป็นผลมาจากยอดขายที่เพิ่มขึ้นในสัดส่วนเท่ากับกับต้นทุนที่เพิ่มขึ้น

ค่าใช้จ่ายในการขาย งวด 6 เดือน ปี 2565

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีค่าใช้จ่ายในการขาย 217 ล้านบาท เท่ากันกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน คิดเป็นอัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อยอดขายเท่ากับ 11.3% ลดลงจาก 12.4% ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากการควบคุมค่าใช้จ่ายในการขายที่มีประสิทธิภาพ

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร งวด 6 เดือน ปี 2565

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีค่าใช้จ่ายในการบริหาร 255 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 10% คิดเป็นอัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อยอดขายเท่ากับ 13.3% เท่ากันกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากการควบคุมค่าใช้จ่ายในการบริหารที่มีประสิทธิภาพ แม้ว่าจะมีการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายที่ปรึกษา

ต้นทุนทางการเงิน งวด 6 เดือน ปี 2565

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีต้นทุนทางการเงินสำหรับงวด 6 เดือนปี 2565 เทียบกับงวด 6 เดือนปี 2564 ที่จำนวน 37 ล้านบาท และ 31 ล้านบาทเพิ่มขึ้น 17% YoY เกิดจากภาระเงินกู้และอัตราดอกเบี้ยจากสถาบันทางการเงิน

กำไร(ขาดทุน) สุทธิ งวด 6 เดือน ปี 2565

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีผลขาดทุนสุทธิ 34 ล้านบาท ลดลง 19% เทียบกับงวด 6 เดือนปี 2564 ที่มีผลขาดทุนสุทธิ 43 ล้านบาท สาเหตุมาจากยอดขายที่เพิ่มขึ้นและประสิทธิภาพในการควบคุมต้นทุนสินค้าขาย แม้ว่าต้นทุนสินค้ามีการปรับราคาสูงขึ้นในทุกๆรายการ วัตถุดิบ, ภาชนะบรรจุ, สาธารณูปโภค, ค่าขนส่ง เป็นผลมาจากราคาน้ำมันที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น

4. ฐานะการเงินของบริษัทฯ และบริษัทย่อย

หน่วย : ล้านบาท	30/6/2565	31/12/2564	% เปลี่ยนแปลง
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	62	80	(22.4%)
ลูกหนี้การค้า	529	632	(16.4%)
สินค้าคงเหลือ	615	554	11.1%
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	115	71	60.8%
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,321	1,337	(1.3%)
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	1,561	1,582	(1.3%)
ค่าความนิยม	57	55	3.7%
เงินลงทุนในการร่วมค้า	17	14	17.5%
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	1,090	1,058	3.0%
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	2,723	2,708	0.6%
รวมสินทรัพย์	4,044	4,046	(0.0%)
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	1,115	1,128	(1.2%)
เจ้าหนี้การค้า	430	356	20.9%
เงินรับล่วงหน้าค่าสินค้า	23	83	(72.2%)
หนี้สินระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	153	22	605.6%
หนี้สินสัญญาเช่าการเงินที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	41	41	0.2%
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	336	345	(2.6%)
รวมหนี้สินหมุนเวียน	2,098	1,974	6.3%
เงินกู้ยืมระยะยาว-สุทธิจากที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	681	795	(14.4%)
หนี้สินตามสัญญาเช่าการเงิน-สุทธิจากที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	232	224	3.3%
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	309	296	4.4%
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	1,221	1,316	(7.2%)
รวมหนี้สิน	3,320	3,290	0.9%
ทุนจดทะเบียน	138	138	0.0%
ทุนที่ออกและชำระเต็มมูลค่า	138	138	0.0%
ส่วนเกิน (ต่ำกว่า) มูลค่าหุ้น	0	0	-
กำไร (ขาดทุน) สะสม	217	252	(13.7%)
องค์ประกอบอื่นของส่วนของผู้ถือหุ้น	264	254	3.9%
ส่วนของผู้ถือหุ้นบริษัทใหญ่	619	644	(3.8%)
ส่วนของผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	105	112	(6.2%)
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	724	756	(4.2%)
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	4,044	4,046	(0.0%)

สินทรัพย์

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีสินทรัพย์รวม 4,044 ล้านบาท ลดลง 0.03% จาก 4,046 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 โดยมีปัจจัยหลักจากการลดลงของลูกหนี้การค้าและ เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด และมีการเพิ่มขึ้นของสินค้าคงเหลือ

หนี้สิน

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีหนี้สินรวม 3,320 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 0.9% จาก 3,290 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของเจ้าหนี้การค้า

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีส่วนของผู้ถือหุ้นบริษัทใหญ่ 619 ล้านบาท ลดลง 3.8 % จาก 644 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 โดยมีสาเหตุหลักจากผลประกอบการขาดทุน

5. สภาพคล่องและความเพียงพอของเงินทุน (Liquidity and Capital Resources)

อัตราส่วนสภาพคล่อง

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีอัตราส่วนสภาพคล่อง 0.63 เท่า ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับ 0.68 เท่า ณ สิ้นปี 2564

อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยจ่ายต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยจ่ายต่อส่วนของผู้ถือหุ้น 3.20 เท่า ปรับตัวเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับ 3.09 เท่า ณ สิ้นปี 2564

Consolidated	30/6/65	31/12/64
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	0.63	0.68
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยจ่ายต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	3.20	3.09

กระแสเงินสด

หน่วย : ล้านบาท	6M/2565	6M/2564	% เปลี่ยนแปลง
เงินสดจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน	83	71	17.5%
เงินสดจากการเปลี่ยนแปลงสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน	(55)	22	(345.9%)
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	28	93	(69.9%)
เงินสดรับจากการจำหน่ายอุปกรณ์	4	3	39.3%
เงินสดจ่ายซื้ออุปกรณ์	(23)	(16)	(44.4%)
เงินสดจ่ายเพื่อซื้อสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	(1)	(1)	15.1%
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมลงทุน	(20)	(14)	(40.7%)
เงินเบิกเกินบัญชีเพิ่มขึ้น (ลดลง)	(9)	(6)	(41.6%)
เงินสดรับจากเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	1,532	0	-
ชำระคืนเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	(1,537)	0	-
เงินสดรับจากเงินกู้ยืมระยะยาว	20	0	-
ชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาว	(3)	(6)	48.8%
ชำระคืนเงินต้นของหนี้สินตามสัญญาเช่า	(26)	(33)	22.9%
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน	(22)	(46)	52.3%
ผลต่างของอัตราแลกเปลี่ยนจากการแปลงค่าเงิน	(4)	9	(146.1%)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	(18)	43	(142.1%)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดต้นงวด	80	84	(4.0%)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดปลายงวด	62	126	(50.7%)

ณ สิ้นไตรมาส 2/2565 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีเงินสดสุทธิ 62 ล้านบาท ลดลง 64 ล้านบาท จาก ณ สิ้นไตรมาส 2/2564 โดยมีส่วนประกอบหลักมาจากรายการต่างๆ ดังนี้

- เงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน 28 ล้านบาท ประกอบด้วย (1) เงินสดรับจากกิจกรรมดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน 83 ล้านบาท และ (2) เงินสดจากการเปลี่ยนแปลงของสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงานลดลง 55 ล้านบาท
- เงินสดสุทธิใช้ไปจากกิจกรรมลงทุน 20 ล้านบาท ประกอบด้วย (1) เงินสดรับจากการจำหน่ายอุปกรณ์ 4 ล้านบาท (2) เงินสดจ่ายซื้ออุปกรณ์สุทธิ 23 ล้านบาทและ (3) เงินสดจ่ายเพื่อซื้อสินทรัพย์ไม่มีตัวตน 1 ล้านบาท
- เงินสดสุทธิใช้ไปจากกิจกรรมจัดหาเงิน 22 ล้านบาท ประกอบด้วย (1) ชำระคืนเงินเบิกเกินบัญชี 9 ล้านบาท (2) เงินสดรับจากเงินกู้ยืมระยะสั้น 1,532 ล้านบาท (3) ชำระคืนเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน 1,537 ล้านบาท (4) เงินสดรับจากเงินกู้ยืมระยะยาว 20 ล้านบาท (5) ชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาว 3 ล้านบาทและ (6) ชำระคืนเงินต้นของหนี้สินตามสัญญาเช่า 26 ล้านบาท

6. แนวโน้มธุรกิจ

สถานการณ์สงครามรัสเซีย-ยูเครนที่เกิดขึ้นอย่างฉับพลันในไตรมาสที่ 1/2565 ส่งแรงกดดันให้ราคาพลังงานปรับตัวสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นปัจจัยหลักส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจและเกิดภาวะเงินเฟ้ออย่างรุนแรงทั่วโลก ทำให้หลายประเทศต้องประกาศปรับอัตราดอกเบี้ยขึ้นอย่างรุนแรง ปัจจัยทั้งหมดนี้ส่งผลกระทบต่อต้นทุนวัตถุดิบและสินค้าในทุกๆรายการ รวมถึงค่าขนส่ง ขยับตัวสูงขึ้นมาก วัตถุดิบบางรายการเกิดการขาดแคลนแบบฉับพลัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อยอดขายและค่าใช้จ่ายของบริษัทฯ และบริษัทฯ ย่อยอย่างมีนัยยะสำคัญ

บริษัทฯ คาดการณ์ว่าสถานการณ์ในไตรมาสที่ 3/2565 น่าจะดีขึ้น เนื่องจากเริ่มเห็นสัญญาณของสินค้าโภคภัณฑ์ ราคาพลังงาน และราคาวัตถุดิบหลายรายการเริ่มปรับตัวลงบ้าง มีการเดินทางระหว่างประเทศมากขึ้น ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและการจับจ่ายทั้งในส่วนของโรงแรม ร้านอาหาร ฯลฯ กลับมาดำเนินการได้ตามปกติ เห็นได้จากยอดขายช่องทาง food service ที่เติบโตมากขึ้นอย่างมีนัยยะสำคัญ เมื่อเทียบกับช่วงสองปีที่ผ่านมา

บริษัทฯ ยังเน้นให้ความสำคัญกับการติดตามข้อมูลอย่างใกล้ชิด เพื่อการปรับตัวอย่างรวดเร็วให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ต่างๆ โดยเฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการบริหารกระแสเงินสด เน้นการบริหารวัตถุดิบและปัจจัยการผลิตให้มีเพียงพอ สม่ำเสมอ ในระดับราคาที่เหมาะสม ให้ความสำคัญกับการควบคุมค่าใช้จ่าย และการควบคุมประสิทธิภาพของการดำเนินงาน