

วันที่ 23 ธันวาคม 2564

เรื่อง คำอธิบายและการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานสำหรับงบการเงินไตรมาสที่ 3 สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2564

เรียน กรรมการและผู้จัดการตลาดหลักทรัพย์

สิ่งที่ส่งมาด้วย คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ สำหรับผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 3 สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2564 ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ฉบับละ 1 ชุด

บริษัท โนวา ออร์แกนิก จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ขอส่งงบการเงินไตรมาสที่ 3 สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2564 ซึ่งผ่านการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแล้วต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

โดยผลการดำเนินงานของบริษัทสำหรับงวดเก้าเดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2564 มีกำไรสุทธิเท่ากับ 74.22 ล้านบาท บริษัทขออธิบายถึงสาเหตุของผลการดำเนินงานของบริษัท โดยมีรายละเอียดตามแนบ

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นายนवल จันทร์จุฑามาศ)

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

บริษัท โนวา ออร์แกนิก จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการสำหรับผลการดำเนินงานงวดเก้าเดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2564

สรุปผลการดำเนินงาน

	9 เดือน ปี 2563	9 เดือน ปี 2564	เพิ่มขึ้น	%เพิ่มขึ้น
	พันบาท	พันบาท	(ลดลง)	(ลดลง)
รายได้จากการขาย	1,269,352	910,136	(359,216)	(28.30)
ต้นทุนขาย	(338,399)	(346,518)	8,119	2.40
กำไรขั้นต้น	930,953	563,618	(367,335)	(39.46)
รายได้อื่น	899	1,848	949	105.56
ค่าใช้จ่ายในการขาย	(277,410)	(413,156)	135,746	48.93
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(53,586)	(72,225)	18,639	34.78
กำไรจากกิจกรรมดำเนินงาน	600,856	80,085	(520,771)	(86.67)
รายได้ทางการเงิน	410	432	22	5.37
กลับรายการขาดทุนจากการด้อยค่าสินทรัพย์	1,492	884	(608)	(40.75)
กำไร(ขาดทุน)จากการจำหน่ายสินทรัพย์	(424)	5,982	6,406	1,510.85
กลับรายการผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	289	1,315	1,026	(355.02)
ต้นทุนทางการเงิน	(333)	(889)	556	166.97
กำไรก่อนภาษีเงินได้	602,290	87,809	(514,481)	85.42
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(122,648)	(13,590)	(109,058)	(88.92)
กำไรสำหรับปี	479,642	74,219	(405,423)	(84.53)

โครงสร้างรายได้

	9 เดือน ปี 2563		9 เดือน ปี 2564		เพิ่มขึ้น	%เพิ่มขึ้น
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ		
1. รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัท						
1.1 กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องหมายการค้าโดนัทท์ "DONUTT"	165.61	12.42	255.08	26.86	89.47	54.02

	9 เดือน ปี 2563		9 เดือน ปี 2564		เพิ่มขึ้น (ลดลง)	%เพิ่มขึ้น (ลดลง)
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ		
ผลิตภัณฑ์กลุ่มคอลลาเจน	65.16	4.89	164.54	17.33	99.38	152.52
ผลิตภัณฑ์กลุ่มโยเกิร์ต	76.43	5.73	77.95	8.21	1.52	1.99
ผลิตภัณฑ์อื่นๆ	24.02	1.80	12.59	1.32	(11.43)	(47.59)
1.2 กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องหมายการค้าลิฟเนส "LIVNEST"	1,134.00	85.03	679.70	71.58	(454.30)	(40.06)
1.3 กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องหมายการค้าอื่นๆ	34.01	2.55	14.81	1.56	(19.20)	(56.45)
รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้ารวม	1,333.62	100.00	949.59	100.00	(384.03)	(28.80)
หัก ส่วนลดทางการค้า	29.20	-	29.50	-		
หัก ประมาณการรับคืนสินค้า	(2.05)	-	(19.01)	-		
หัก ค่าบริการส่งสินค้า	37.93	-	29.48	-		
รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้า-สุทธิ	1,268.54	-	909.62	-	(358.92)	(28.29)
2. รายได้จากการรับจ้างผลิต (OEM)	0.81	-	0.52	-	(0.29)	(35.80)
รายได้จากการขายรวม	1,269.35	-	910.14	-	(359.21)	(28.30)

สำหรับงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2564 บริษัทมีรายได้จากการขายรวมเท่ากับ 910.14 ล้านบาท ลดลงจำนวน 359.21 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 28.30 เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อนหน้า จากการลดลงอย่างมากของรายได้จากการขายสินค้าประเภทถึงเข้าภายใต้เครื่องหมายการค้าลิฟเนส "LIVNEST" ตั้งแต่ช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2564 เป็นต้นมา สาเหตุหลักจากผลกระทบจากการเผยแพร่ข้อมูลกระแสสังคมเชิงลบของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และข่าวคดีความเกี่ยวกับการโฆษณาคุณประโยชน์ คุณภาพหรือสรรพคุณโดยไม่สมควรและไม่ได้รับอนุญาตของสินค้ากลุ่มสารสกัดจากถึงเข้าภายใต้เครื่องหมายการค้าลิฟเนส ("LIVNEST") ส่งผลให้บริษัทต้องชะลอการเผยแพร่สื่อโฆษณาที่ได้มีการวางแผนการขายและทำการตลาดไว้ ซึ่งทำให้ยอดขายการสั่งซื้อสินค้ามีปริมาณการสั่งซื้อที่ลดลง บริษัทจึงปรับกลยุทธ์ทำการตลาด โดยกระจายการนำเสนอโฆษณาสินค้าหลากหลายประเภทนอกเหนือจากสินค้าประเภทถึงเข้าผสมวิตามินบี ได้แก่ กาแฟถึงเข้า และคอลลาเจนไฮโดรไลซ์เสริมแคลเซียม เป็นต้น ซึ่งเป็นแนวทางการจำหน่ายสินค้าของบริษัทที่จะกระจายการทำตลาดครอบคลุมสินค้าให้มีความหลากหลายมากขึ้น ส่งผลให้สัดส่วนรายได้สินค้าหลักที่สร้างรายได้ให้กับบริษัทซึ่งได้แก่ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารภายใต้เครื่องหมายการค้าลิฟเนส "LIVNEST" มีสัดส่วนการจำหน่ายลดลงเป็นเท่ากับร้อยละ 71.58 ของรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทรวม หรือคิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 679.70 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อนหน้าที่เท่ากับร้อยละ 85.03 หรือคิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 1,134.00 ล้านบาท โดยสัดส่วนรายได้จากผลิตภัณฑ์เสริมอาหารภายใต้เครื่องหมายการค้าโดนัทท์ "DONUTT" มีสัดส่วนการจำหน่ายในงวดเก้าเดือนปี

2564 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 26.86 หรือเท่ากับ 255.08 ล้านบาท จากร้อยละ 12.42 ในงวดเก้าเดือนปี 2563 ที่มียอดจำหน่ายเท่ากับ 165.61 ล้านบาท

กำไรขั้นต้น

งวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2564 บริษัทมีอัตรากำไรขั้นต้นลดลงเป็นร้อยละ 61.93 เนื่องจากในช่วงต้นปี 2564 ที่ผ่านมาเป็นช่วงที่บริษัทได้รับผลกระทบจากกระแสข่าวเชิงลบเกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและข่าวคดีความการโฆษณาคุณประโยชน์ คุณภาพหรือสรรพคุณโดยไม่สมควรและไม่ได้รับอนุญาต ส่งผลให้ผู้บริโภคชะลอคำสั่งซื้อ บริษัทจึงชะลอการนำเสนอโฆษณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าลิฟเนส (“LIVNEST”) ที่ได้รับผลกระทบจากข่าว ซึ่งในปี 2563 ผลิตภัณฑ์ได้รับความนิยมนจากผู้บริโภคเป็นอย่างมากซึ่งเป็นสินค้าที่มีอัตรากำไรขั้นต้นที่สูงจากความสามารถเปรียบเทียบต้นทุนการผลิต

ในช่วงไตรมาสที่ 2 ปี 2564 บริษัทมีการปรับเปลี่ยนแผนการทำการตลาดและเผยแพร่สื่อโฆษณา โดยมีการนำเสนอโฆษณาผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นเพื่อเพิ่มความหลากหลายของสินค้า ซึ่งยังไม่ได้มีความได้เปรียบในเรื่องของต้นทุนในการผลิตเช่นเดียวกับสินค้าประเภทถั่งเช่า ประกอบกับบริษัทมีการจัดโปรโมชั่นสินค้าของแถมในการจำหน่ายสินค้าชุดเพื่อกระตุ้นการสั่งซื้อสินค้าของผู้บริโภค จึงส่งผลให้ต้นทุนขายโดยรวมมีจำนวนที่เพิ่มสูงขึ้นและกำไรขั้นต้นมีจำนวนที่ลดลงจากแนวโน้มสัดส่วนรายได้จากผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของถั่งเช่าภายใต้เครื่องหมายการค้าลิฟเนสซึ่งเป็นสินค้าที่มีอัตรากำไรขั้นต้นที่สูงซึ่งมีแนวโน้มลดลง โดยในช่วงเก้าเดือนแรกของปี 2563 มีสัดส่วนรายได้จากสินค้าภายใต้เครื่องหมายลิฟเนส ร้อยละ 85.03 และช่วงเก้าเดือนแรกของปี 2564 แนวโน้มสัดส่วนรายได้จากสินค้าภายใต้เครื่องหมายลิฟเนสลดลงเหลือสัดส่วนร้อยละ 71.58 ซึ่งอัตรากำไรในอนาคตอาจเปลี่ยนแปลงตามสัดส่วนรายได้ของสินค้าแต่ละประเภทซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นที่แตกต่างกันตามสภาวะการแข่งขัน กลยุทธ์การตั้งราคา รวมถึงปัจจัยภายใน เช่น ความประหยัดจากปริมาณสินค้าที่ผลิตมากขึ้น (Economy of Scale) และส่วนลดทางการค้าจากผู้นำเข้าสารสกัดในกรณีสั่งซื้อวัตถุดิบในปริมาณที่ผู้ขายกำหนด

ค่าใช้จ่ายในการขาย

บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการขายสำหรับงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2564 เท่ากับ 413.16 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 135.75 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตรการเพิ่มขึ้นร้อยละ 48.93 โดยสาเหตุหลักเกิดจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและค่าส่งเสริมการขาย

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการบริหารสำหรับงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2564 เท่ากับ 72.23 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 18.64 ล้านบาทหรือคิดเป็นอัตรการเพิ่มขึ้นเท่ากับร้อยละ 34.78 สาเหตุมาจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนพนักงาน

วัสดุที่ใช้ในสำนักงาน ค่าเสื่อมอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานและคอมพิวเตอร์ รวมทั้ง ค่าใช้จ่ายในการบริหารอื่นๆ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายระบบสารสนเทศและโปรแกรมคอมพิวเตอร์ และเงินบริจาค เป็นต้น

ต้นทุนทางการเงิน

บริษัทมีต้นทุนทางการเงินสำหรับงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2564 เท่ากับ 0.88 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 0.56 ล้านบาท จากการเพิ่มขึ้นของดอกเบี้ยหนี้สินตามสัญญาเช่าทางการเงินจากการเช่าอาคารสำนักงานและคลังสินค้า และค่าธรรมเนียมสถาบันการเงินจากค่าธรรมเนียมการทำรายการเงินโอนและการใช้วงเงินหนังสือค้ำประกัน (Letter of Guarantee)

กำไรสุทธิ

บริษัทมีกำไรสุทธิสำหรับงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2564 เท่ากับ 74.22 ล้านบาท ลดลง 405.42 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการลดลงร้อยละ 84.53 เนื่องจากบริษัทได้รับผลกระทบจากกระแสข่าวเชิงลบเกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และข่าวคดีความการโฆษณาคุณประโยชน์ คุณภาพหรือสรรพคุณโดยไม่สมควรและไม่ได้รับอนุญาต จึงมีการปรับเปลี่ยนแผนการดำเนินงานแนวทางการขายและการตลาด ไม่พึ่งพิงการจำหน่ายสินค้าใดสินค้าหนึ่งเป็นหลัก มีการกระจายการทำการตลาดครอบคลุมสินค้าให้มีความหลากหลายมากขึ้นเพื่อการเติบโตในระยะยาว ซึ่งการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การจำหน่ายสินค้าส่งผลให้บริษัทมีต้นทุนในการผลิตที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากสินค้าบางรายการมีต้นทุนในการผลิตอยู่ในระดับที่สูง ประกอบกับอยู่ในช่วงเริ่มการผลิตทำให้ปริมาณการสั่งซื้อวัตถุดิบยังไม่เพียงพอที่จะสามารถต่อรองราคากับคู่ค้าได้ ปริมาณการผลิตยังไม่สูงจึงยังไม่มีข้อได้เปรียบในเรื่องของการประหยัดต่อขนาด นอกจากนี้ บริษัทยังมีค่าใช้จ่ายในการขายเพิ่มขึ้นสูงจากค่าโฆษณาทางโทรทัศน์เพื่อสร้างการรับรู้สินค้า ส่งผลให้กำไรสุทธิสำหรับงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2564 ปรับตัวลดลงอย่างมีนัยสำคัญ

ฐานะทางการเงิน

หน่วย: พันบาท

	ณ 31 ธันวาคม 2563	ณ 30 กันยายน 2564	เพิ่มขึ้น (ลดลง)	%เพิ่มขึ้น (ลดลง)
สินทรัพย์รวม	1,151,286	844,927	(306,359)	(26.61)
หนี้สินรวม	561,369	180,791	(380,578)	(67.79)
ส่วนของผู้ถือหุ้น	589,917	664,136	74,219	12.58

สินทรัพย์รวม

สินทรัพย์รวม ณ วันที่ 30 กันยายน 2564 เท่ากับ 844.93 ล้านบาท ลดลง 306.36 ล้านบาท เนื่องจากเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดลดลงจากการจ่ายชำระภาษีเงินได้ และการลดลงของลูกหนี้การค้าจากปริมาณการจำหน่ายสินค้าที่ปรับตัวลดลง

หนี้สินรวม

หนี้สินรวม ณ วันที่ 30 กันยายน 2564 เท่ากับ 180.79 ล้านบาท ลดลง 380.58 ล้านบาท ส่วนใหญ่มาจากการชำระภาษีเงินได้ค้างจ่าย และเจ้าหนี้การค้าลดลงเนื่องจากเจ้าหนี้บางรายถึงกำหนดชำระ

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 30 กันยายน 2564 เท่ากับ 664.14 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 74.22 ล้านบาท จากการเพิ่มขึ้นของกำไรสะสมจากการดำเนินงาน

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

	หน่วย	สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563	งวดเก้าเดือนสิ้นสุด วันที่ 30 กันยายน 2564
อัตราส่วนสภาพคล่อง	เท่า	1.32	2.69
อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าสำเร็จรูป	เท่า	9.87	6.60 ^{1/}
ระยะเวลาขายสินค้าสำเร็จรูปเฉลี่ย	วัน	37	55
อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ	เท่า	5.09	3.36 ^{1/}
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย	วัน	72	109
อัตรากำไรขั้นต้น	ร้อยละ	74.38	61.93
อัตรากำไรสุทธิ	ร้อยละ	34.86	8.14
อัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น	ร้อยละ	188.97	15.78 ^{1/}
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์	ร้อยละ	100.24	9.91 ^{1/}
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	เท่า	0.95	0.27

หมายเหตุ: ^{1/} ในการคำนวณอัตราส่วนทางการเงินสำหรับงวด 9 เดือนปี 2564 ได้ปรับการคำนวณเป็นรายปี (Prorated) เพื่อการเปรียบเทียบ

อัตราส่วนสภาพคล่อง

ณ วันที่ 30 กันยายน 2564 บริษัทมีหนี้สินหมุนเวียนปรับตัวลดลงจากการจ่ายชำระภาษีเงินได้ ทำให้บริษัทมีอัตราส่วนสภาพคล่องปรับตัวสูงขึ้นเป็นเท่ากับ 2.69 เท่า

บริษัทมีระยะเวลาขายสินค้าสำเร็จรูปเฉลี่ย และระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย ณ วันที่ 30 กันยายน 2564 เท่ากับ 55 วัน และ 109 วัน ตามลำดับ เพิ่มขึ้น เนื่องจากผลกระทบจากกระแสขาเข้าเชิงลบเกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ส่งผลให้คำสั่งซื้อและการจำหน่ายสินค้าชะลอตัวลง

อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร

งวดเก้าเดือนปี 2564 บริษัทมีอัตรากำไรที่ปรับตัวลดลง อันเนื่องมาจากผลกระทบของกระแสขาเข้าในเชิงลบเกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และข่าวคดีความเกี่ยวกับการโฆษณาคุณประโยชน์ คุณภาพหรือสรรพคุณโดยไม่สมควรและไม่ได้รับอนุญาตของสินค้ากลุ่มสารสกัดจากถั่งเช่าภายใต้เครื่องหมายการค้า ลิฟเนส (“LIVNEST”) ส่งผลให้ผู้บริโภคชะลอคำสั่งซื้อ ทำให้รายได้โดยรวมของบริษัทปรับตัวลดลง บริษัทได้ชะลอการนำเสนอโฆษณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของถั่งเช่าภายใต้เครื่องหมายการค้า ลิฟเนส (“LIVNEST”) และปรับเปลี่ยนแผนการทำการขายและการตลาด นำเสนอโฆษณาผลิตภัณฑ์อื่นๆ ซึ่งมีอัตรากำไรที่อยู่ในระดับต่ำกว่าผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของถั่งเช่าทดแทน ส่งผลให้โครงสร้างกำไรขั้นต้นโดยรวมของบริษัทลดลง ประกอบกับบริษัทมีค่าใช้จ่ายการใช้บริการสื่อโฆษณาที่ได้จ่ายชำระล่วงหน้า แต่บริษัทชะลอการโฆษณาผลิตภัณฑ์ถั่งเช่าและลงโฆษณาสินค้าอื่นแทนซึ่งอาจไม่ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่งผลต่อยอดคำสั่งซื้อโดยรวมลดลงไม่เป็นไปตามแผน และส่งผลกระทบต่ออัตรากำไรสุทธิ และอัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นที่ลดลง

อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงานสำหรับงวดสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2564 มีอัตราส่วนที่ลดลง เนื่องจากบริษัทได้รับผลกระทบจากกระแสขาเข้าเชิงลบในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และข่าวคดีความการโฆษณาคุณประโยชน์ คุณภาพหรือสรรพคุณโดยไม่สมควรและไม่ได้รับอนุญาตในช่วงต้นปี 2564 ที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานทำให้อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงานปรับตัวลดลง

อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน

อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นสำหรับงวดสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2564 เท่ากับ 0.27 เท่า ซึ่งมีอัตราส่วนที่ลดลง เนื่องจากบริษัทไม่มีภาระการใช้งเงินสินเชื่อกับสถาบันการเงินแห่งใด