คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ (Management Discussion and Analysis)

สำหรับงวดสามเดือนและหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565

บทสรุปผู้บริหาร

	ไตรมาส 2 ปี 2565	ไตรมาส 1 ปี 2565	ไตรมาส 2 ปี 2564	เปลี่ยนแปลง		งวด 6 เดือน ปี 2565	งวด 6 เดือน ปี 2564	เปลี่ยนแปลง
หน่วย : พันบาท	("2Q22")	("1Q22")	("2Q21")	%QoQ	%YoY	("6m22")	("6m21")	%YoY
รายได้จากการขาย	98,932	83,403	112,552	*18.6%*	*(12.1%)*	182,335	207,364	*(12.1%)*
กำไรขั้นต้น	20,133	23,297	38,595	*(13.6%)*	*(47.8%)*	43,430	72,641	*(40.2%)*
EBITDA	(7,093)	(7,688)	22,945	*(7.7%)*	*(130.9%)*	(14,781)	39,917	*(137.0%)*
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	**(11,853)**	**(11,582)**	**11,889**	***2.3%***	***(199.7%)***	**(23,435)**	**19,367**	***(221.0%)***
อัตรากำไรขั้นต้น	*20.4%*	*27.9%*	*34.3%*	*(7.6%)*	*(13.9%)*	*23.8%*	*35.0%*	*(11.2%)*
อัตรา EBITDA	*(6.9%)*	*(8.9%)*	*20.2%*	*2.0%*	*(27.1%)*	*(7.8%)*	*19.1%*	*(26.9%)*
อัตรากำไร (ขาดทุน) สุทธิ	***(11.5%)***	***(13.4%)***	***10.5%***	***1.9%***	***(22.0%)***	***(12.4%)***	***9.2%***	***(21.6%)***

ที่มา : ข้อมูลทางการเงินระหว่างกาลงวด 6 เดือนปี 2565 (สอบทานแล้ว) งวด 3 เดือนปี 2565 (สอบทานแล้ว) และข้อมูลจากฝ่ายบริหาร

ในปี 2565 บริษัทพบสถานการณ์ความไม่แน่นอนต่าง ๆ ทั้งในระดับประเทศและระดับโลก สถานการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัท เช่น กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง ต้นทุนวัตถุดิบสูงขึ้น เป็นต้น ฝ่ายจัดการได้ดำเนินหลายอย่างเพื่อลดผลกระทบทางลบจากสถานการณ์ดังกล่าว เช่น การขยายช่องทางการตลาดแบบออนไลน์ การควบคุมต้นทุนวัตถุดิบและค่าก่อสร้าง บริษัทจึงยังคาดการณ์ว่าความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจะยังคงเป็นไปตามแผนธุรกิจ

ไตรมาส 2 QoQ (2Q22 vs 1Q22)

- ในงวด 2Q22 บริษัท โรงงานเภสัชอุตสาหกรรม เจเอสพี (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ("บริษัท" หรือ "JP") มีรายได้จากการขายเพิ่มขึ้น ร้อยละ 18.6 จากงวด 1Q22 สาเหตุหลักเกิดจากบริษัทยังคงมีรายได้เพิ่มขึ้นจากผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและสมุนไพรให้แก่ลูกค้าประเภท Own Brand และ OEM ตามลำดับ
- บริษัทมีอัตรากำไรขั้นต้นงวด 2Q22 ลดลงไปจากงวด 1Q22 ร้อยละ 7.6 เนื่องจากบริษัทยังคงตรึงราคาขายสินค้าหลายประเภทเพื่อรักษาฐานลูกค้า ในขณะที่ต้นทุนผลิตบางรายการสูงขึ้นโดยเฉพาะค่าใช้จ่ายพนักงาน
- ในงวด 2Q22 บริษัทมีขาดทุนสุทธิเพิ่มขึ้นจากงวด 1Q22 จำนวน 0.3 ล้านบาท เพราะถึงแม้จะมีต้นทุนในการจัดจำหน่ายลดลง แต่ค่าใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้นเนื่องจากค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าที่ปรึกษาและบริการวิชาชีพเพิ่มขึ้น

ไตรมาส 2 YoY (2Q22 vs 2Q21)

- บริษัทมีรายได้จากการขายงวด 2Q22 เมื่อเทียบกับงวด 2Q21 ลดลง 13.6 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 12.1 ซึ่งมีสาเหตุหลักมาจากความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจและการเมืองทำให้ค่าครองชีพของผู้บริโภคเพิ่มสูงขึ้นตั้งแต่ต้นปี 2565 ผู้บริโภคจึงมีความต้องการสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์เสริมอาหารลดลงเพราะเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย
- อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทลดลงร้อยละ 13.9 มีสาเหตุหลักจากรายได้ที่ลดลงและผลกระทบของต้นทุนวัตถุดิบบางรายการที่สูงขึ้น
- นอกจากการลดลงของรายได้จากการขาย กำไรสุทธิของบริษัทลดลงเพราะบริษัทมีค่าใช้จ่ายโฆษณาประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้นเพื่อสร้างความตระหนักถึงตรายี่ห้อ โดยบริษัทคาดหวังว่ากิจกรรมนี้จะทำให้ขยายฐานลูกค้าได้ในระยะยาว

งวด 6 เดือน YoY (6m22 vs 6m21)

- รายได้จากการขาย 6m22 ลดลงไปจาก 6m21 ร้อยละ 12.1 มีสาเหตุหลักจากผู้บริโภคมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้นตามสถานการณ์ความไม่แน่นอนหลายประการทั้งในระดับประเทศและระดับโลก บริษัทจึงมีรายได้จากผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทั้งในช่องทาง Own Brand และ OEM ลดลง
- นอกจากการลดลงของรายได้จากการขาย อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัท 6m22 ลดลงจาก 6m21 ร้อยละ 11.2 เนื่องจากการสำรองค่าเผื่อมูลค่าสินค้าเพิ่มขึ้นจำนวน 3.1 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม ฝ่ายจัดการได้ติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิดเพื่อขยายฐานรายได้และเพิ่มอัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือให้มากขึ้น
- ถึงแม้ว่าบริษัทจะมีค่าใช้จ่ายโฆษณาประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้นในงวด 2Q22 บริษัทมีต้นทุนทางการเงินลดลงเพราะการชำระหนี้เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินอย่างต่อเนื่อง

อัตราส่วนทางการเงินงวด 6 เดือน YoY (6m22 vs FY21)

- บริษัทมีอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์และผู้ถือหุ้นลดลงใน 6m22 เนื่องจากขาดทุนสุทธิระหว่างงวด แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทนำเงินที่ได้รับการเสนอขายหุ้นไปชำระหนี้เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินทำให้อัตราหนี้สินต่อทุนดีขึ้น

	6m22	FY21
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์	*(3.9%)*	*2.4%*
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	*(5.0%)*	*3.1%*
อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (เท่า)	0.28	0.30

เหตุการณ์สำคัญในไตรมาสที่ 2 ปี 2565

การเปิดบริษัทย่อยแห่งใหม่

เมื่อวันที่ 28 มิถุนายน 2565 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทมีมติอนุมัติให้เปิดบริษัทย่อยแห่งใหม่ ได้แก่ บริษัท แคร์ซูติก จำกัด (“CST”) โดยมีทุนจดทะเบียนจำนวน 5.0 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 50,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท บริษัทจะถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 99.99 ของทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว ทั้งนี้ CST จะประกอบธุรกิจเป็น Innovation Center และโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องสำอางขนาดเล็ก เพื่อขยายฐานลูกค้า OEM ที่ต้องการผลิตสินค้าในขนาดการผลิตเล็ก

การชำระหนี้เงินกู้ยืมสถาบันการเงิน

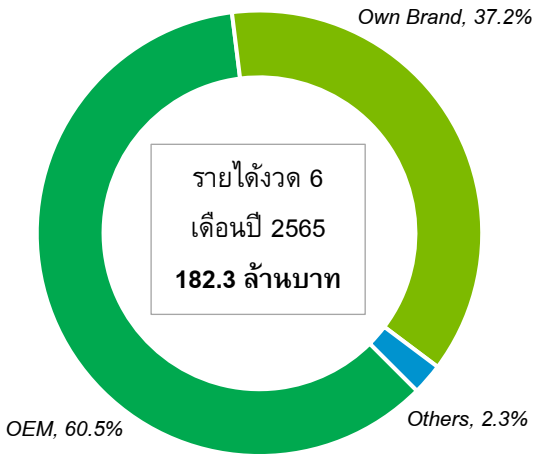
ภายหลังการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนต่อประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก บริษัทได้นำเงินเพิ่มทุนบางส่วนชำระหนี้เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน ขณะนี้บริษัทได้ใช้เงินตามวัตถุประสงค์ดังกล่าวครบถ้วนแล้ว

ผลการดำเนินงาน

	ไตรมาส 2 ปี 2565	ไตรมาส 1 ปี 2565	ไตรมาส 2 ปี 2564	เปลี่ยนแปลง		งวด 6 เดือน ปี 2565	ปี 2564	เปลี่ยนแปลง
หน่วย : พันบาท	(“2Q22”)	(“1Q22”)	(“2Q21”)	%QoQ	%YoY	(“6m22”)	(“6m21”)	%YoY
รายได้จากการขาย	98,932	83,403	112,552	*18.6%*	*(12.1%)*	182,335	207,364	*(12.1%)*
ต้นทุนขาย	(78,799)	(60,106)	(73,957)	*31.1%*	*6.5%*	(138,905)	(134,723)	*3.1%*
กำไรขั้นต้น	**20,133**	**23,297**	**38,595**	***(13.6%)***	***(47.8%)***	**43,430**	**72,641**	***(40.2%)***
รายได้อื่น	3,571	2,068	1,232	*72.7%*	*189.9%*	5,639	2,175	*159.3%*
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	(19,474)	(22,373)	(10,494)	*(13.0%)*	*85.6%*	(41,847)	(21,857)	*91.5%*
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(17,369)	(15,981)	(11,920)	*8.7%*	*45.7%*	(33,350)	(23,976)	*39.1%*
กำไร (ขาดทุน) จากการดำเนินงาน	**(13,139)**	**(12,989)**	**17,413**	***1.2%***	***(175.5%)***	**(26,128)**	**28,983**	***(190.1%)***
ต้นทุนทางการเงิน	(1,843)	(1,791)	(2,318)	*2.9%*	*(20.5%)*	(3,634)	(4,776)	*(23.9%)*
ผลกำไรจากการวัดมูลค่าสินทรัพย์ทางการเงิน	-	357	-	*(100.0%)*	-	357	-	*100.0%*
กลับรายการผลขาดทุน (ขาดทุน) จากการด้อยค่าซึ่งเป็นไปตาม TFRS 9	166	509	(239)	*(67.4%)*	*(169.5%)*	675	(65)	*(1,138.5%)*
กำไร (ขาดทุน) ก่อนภาษีเงินได้	**(14,816)**	**(13,914)**	**14,856**	***6.5%***	***(199.7%)***	**(28,730)**	**24,142**	***(219.0%)***
ภาษีเงินได้	2,963	2,332	(2,967)	*27.1%*	*(199.9%)*	5,295	(4,775)	*(210.9%)*
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	**(11,853)**	**(11,582)**	**11,889**	***2.3%***	***(199.7%)***	**(23,435)**	**19,367**	***(221.0%)***

ที่มา : ข้อมูลทางการเงินระหว่างกาลงวด 6 เดือนปี 2565 (สอบทานแล้ว) งวด 3 เดือนปี 2565 (สอบทานแล้ว) และข้อมูลจากฝ่ายบริหาร

1. โครงสร้างรายได้จากการขาย



ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตรายี่ห้อของลูกค้า (OEM)

- บริษัทมีผลิตภัณฑ์หลากหลายรูปแบบเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า
- บริษัทยังมีรายได้ส่วนใหญ่มาจากการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์แบบ OEM

ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตรายี่ห้อของบริษัท (Own Brand)

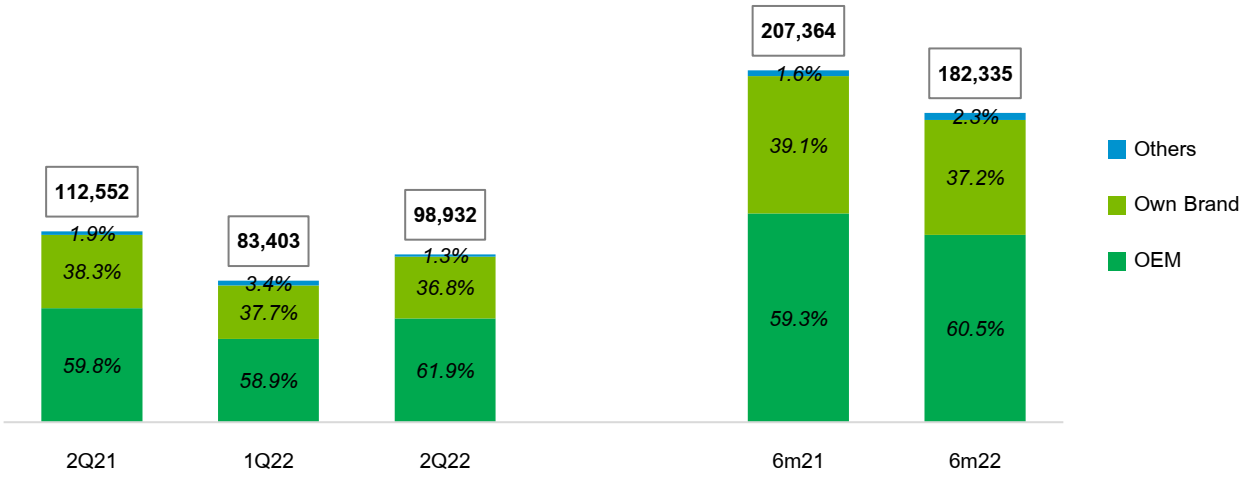
- ตรายี่ห้อของบริษัท ได้แก่ COX™, JSP™, สุภาพโอสถ™, EVITON™ ซึ่งครอบคลุมหลายช่องการจำหน่าย
- บริษัทมีแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดที่จะขยายรายได้จากผลิตภัณฑ์กลุ่ม Own Brand ให้เพิ่มขึ้น

ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ (Others)

- บริษัทมีการจำหน่ายสินค้าแบบซื้อมาขายไป เช่น ชุดตรวจ COVID-19 ชุดตรวจสารเสพติด เป็นต้น

หน่วย : พันบาท	ไตรมาส 2 ปี 2565 (“2Q22”)	ไตรมาส 1 ปี 2565 (“1Q22”)	ไตรมาส 2 ปี 2564 (“2Q21”)	เปลี่ยนแปลง %QoQ	เปลี่ยนแปลง %YoY	งวด 6 เดือน ปี 2565 (“6m22”)	งวด 6 เดือน ปี 2564 (“6m21”)	เปลี่ยนแปลง %YoY
OEM	61,211	49,139	67,271	*24.6%*	*(9.0%)*	110,350	123,032	*(10.3%)*
Own Brand	36,423	31,440	43,126	*15.8%*	*(15.5%)*	67,863	80,998	*(16.2%)*
Others	1,298	2,824	2,155	*(54.0%)*	*(39.8%)*	4,122	3,334	*23.6%*
รวม	**98,932**	**83,403**	**112,552**	***18.6%***	***(12.1%)***	**182,335**	**207,364**	***(12.1%)***

ที่มา : ข้อมูลทางการเงินระหว่างกาลงวด 6 เดือนปี 2565 (สอบทานแล้ว) งวด 3 เดือนปี 2565 (สอบทานแล้ว) และข้อมูลจากฝ่ายบริหาร



ไตรมาส 2 QoQ (2Q22 vs 1Q22) รายได้จากการขายงวด 2Q22 เพิ่มขึ้นจากงวด 1Q22 ร้อยละ 18.6 มีสาเหตุหลักจาก

- **ผลิตภัณฑ์ OEM :** บริษัทมีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากจากลูกค้าจากการคำสั่งซื้อของลูกค้าสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทยาแผนปัจจุบันและสมุนไพร
- **ผลิตภัณฑ์ Own Brand :** รายได้จากผลิตภัณฑ์ Own Brand เพิ่มสูงขึ้นจากผลการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมในวงกว้าง

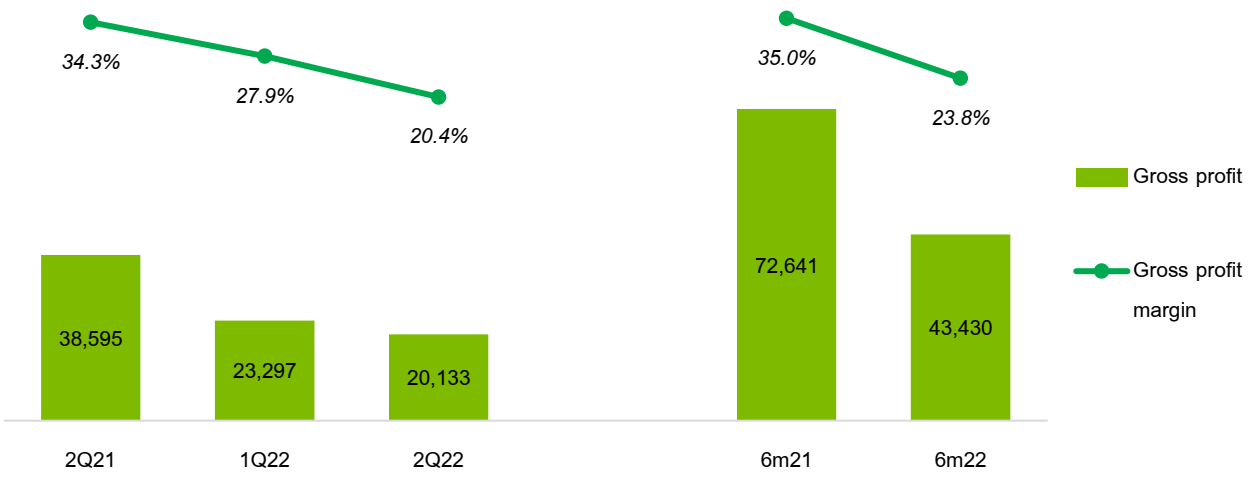
ไตรมาส 2 YoY (2Q22 vs 2Q21) รายได้จากการขายงวด 2Q22 ลดลงไปจากงวด 2Q21 ร้อยละ 12.1 เพราะ

- **ผลิตภัณฑ์ OEM และ Own Brand :** เนื่องจากสถานการณ์ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจและการเมืองในงวด 2Q22 บริษัทได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้าในผลิตภัณฑ์เสริมอาหารลดลงเนื่องจากผู้บริโภคมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้น

งวด 6 เดือน YoY (6m22 vs 6m21) รายได้งวด 6m22 ลดลงไปจากงวด 6m21 ร้อยละ 12.1 เพราะ

- **ผลิตภัณฑ์ OEM :** บริษัทมีสัดส่วนรายได้จากผลิตภัณฑ์ OEM เพิ่มขึ้นเล็กน้อยเนื่องจากมีคำสั่งซื้อของลูกค้าเพิ่มมากขึ้นในกลุ่มผลิตภัณฑ์ยาแผนปัจจุบันและสมุนไพร
- **ผลิตภัณฑ์ Own Brand :** รายได้จากผลิตภัณฑ์ Own Brand ลดลงเนื่องจากความต้องการผลิตภัณฑ์เสริมอาหารลดลง นอกจากนั้น ในปัจจุบันหน่วยงานราชการมีความเข้มงวดในการแพร่สื่อโฆษณามากขึ้น ส่งผลให้บริษัทไม่สามารถโฆษณาได้ตามแผนที่กำหนดไว้ แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อการดูแลรักษาสุขภาพให้แก่ลูกค้าเพื่อขยายฐานรายได้ในอนาคต

2. กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น



ไตรมาส 2 QoQ (2Q22 vs 1Q22)

- กำไรขั้นต้นงวด 2Q22 ต่ำกว่างวด 1Q22 จำนวน 3.2 ล้านบาท ถึงแม้ว่าบริษัทจะมีรายได้เพิ่มขึ้น แต่บริษัทมีการตรึงราคาขายสินค้าหลายรายการเพื่อรักษาฐานลูกค้า และมีต้นทุนวัตถุดิบบางรายการเพิ่มสูงขึ้น

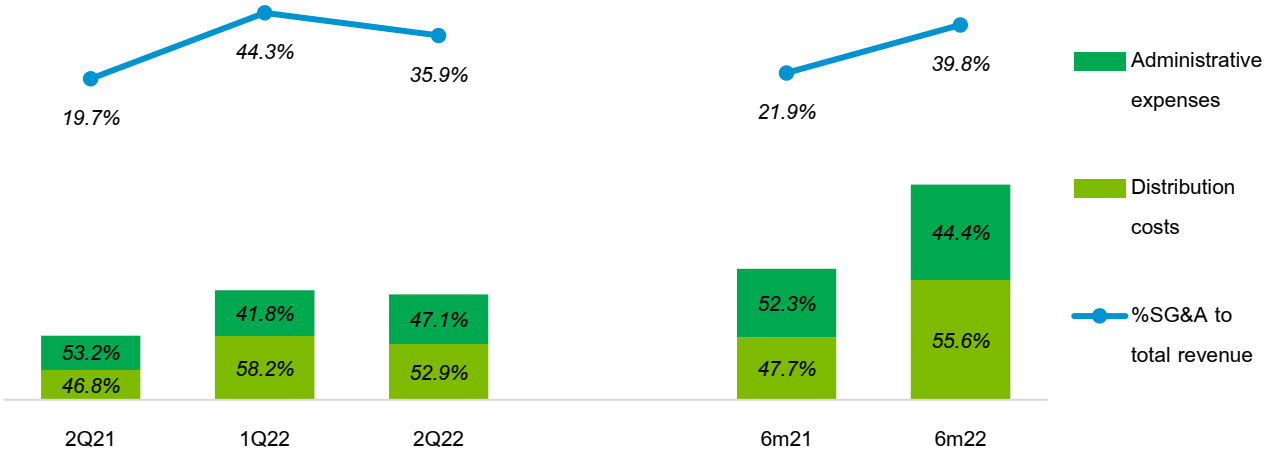
ไตรมาส 2 YoY (2Q22 vs 2Q21)

- ในงวด 2Q22 บริษัทมีกำไรขั้นต้นจำนวน 20.1 ล้านบาท ซึ่งเป็นไปตามรายได้ที่ลดลงและต้นทุนผลิตที่สูงขึ้น

งวด 6 เดือน YoY (6m22 vs 6m21)

- บริษัทมีกำไรขั้นต้นงวด 6m22 ลดลงไปจากงวด 6m21 จำนวน 29.2 ล้านบาท เนื่องจากมีรายได้จากการขายลดลง นอกจากนั้น บริษัทรายงานค่าใช้จ่ายจากการส่งเสริมการขายกับบริษัท ทีวี ไดเร็ค จำกัด (มหาชน) จำนวน 15.7 ล้านบาท เป็นส่วนส่วนหักรายได้ตามข้อกำหนดของ TFRS15 จึงทำให้บริษัทมีอัตรากำไรขั้นต้นภายหลังยกเว้นผลกระทบนี้อยู่ที่ร้อยละ 29.8

3. ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร



ไตรมาส 2 QoQ (2Q22 vs 1Q22)

- **ต้นทุนในการจัดจำหน่าย :** บริษัทมีต้นทุนในการจัดจำหน่ายงวด 2Q22 และงวด 1Q22 รวม 19.5 ล้านบาท และ 22.4 ล้านบาท ตามลำดับ ต้นทุนในการจัดจำหน่ายงวด 2Q22 ลดลงมีสาเหตุหลักจากค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์ลดลง
- **ค่าใช้จ่ายในการบริหาร :** บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการบริหารงวด 2Q22 และงวด 1Q22 รวม 17.4 ล้านบาท และ 16.0 ล้านบาท ตามลำดับ ค่าใช้จ่ายในการบริหารสูงขึ้นเนื่องจากค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับที่ปรึกษาและบริการวิชาชีพเพิ่มขึ้น

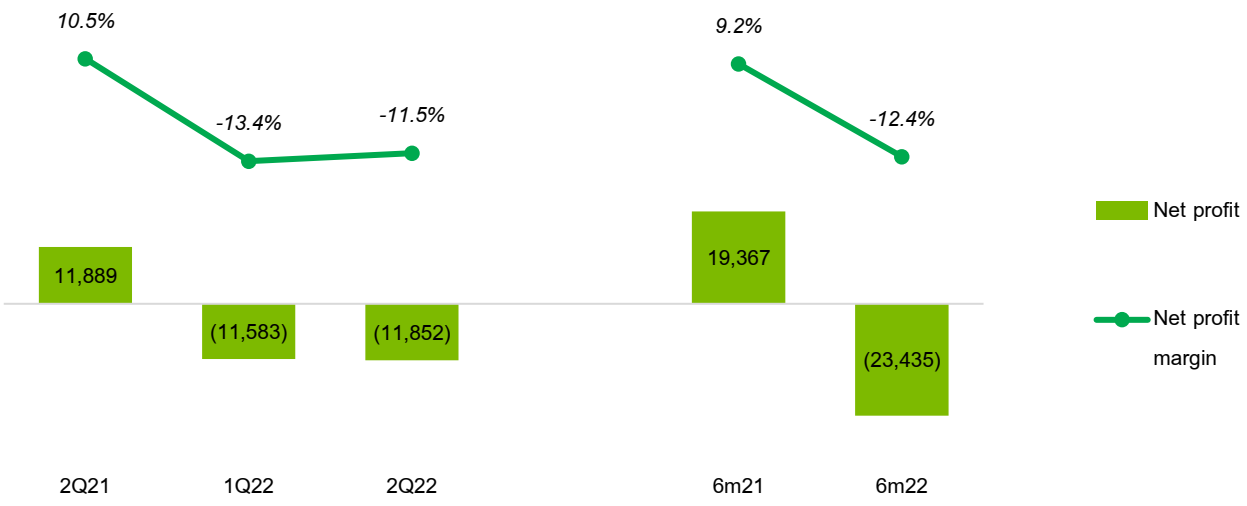
ไตรมาส 2 YoY (2Q22 vs 2Q21)

- **ต้นทุนในการจัดจำหน่าย :** ต้นทุนในการจัดจำหน่ายงวด 2Q22 เพิ่มขึ้นร้อยละ 85.6 เมื่อเทียบกับงวด 2Q21 เนื่องจากค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความตระหนักในตรายี่ห้อ โดยบริษัทคาดหวังว่ากิจกรรมนี้จะทำให้ขยายฐานลูกค้าได้ในระยะยาว
- **ค่าใช้จ่ายในการบริหาร :** ค่าใช้จ่ายในการบริหารงวด 2Q22 เพิ่มขึ้นจากงวด 2Q21 ร้อยละ 45.7 มีสาเหตุหลักจากค่าใช้จ่ายพนักงานเพิ่มขึ้น และค่าที่ปรึกษาและบริการวิชาชีพทางด้านการเงินและการบริหารงาน

งวด 6 เดือน YoY (6m22 vs 6m21)

- **ต้นทุนในการจัดจำหน่าย :** ต้นทุนในการจัดจำหน่ายงวด 6m22 เพิ่มขึ้นจากงวด 6m21 จำนวน 20.0 ล้านบาท เนื่องจากค่าขนส่งสินค้าเพื่อรองรับช่องทางการขายแบบออนไลน์และค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่อตรายี่ห้อ
- **ค่าใช้จ่ายในการบริหาร :** ค่าใช้จ่ายในการบริหารงวด 6m22 สูงกว่างวด 6m21 ร้อยละ 39.1 มีสาเหตุหลักจากค่าใช้จ่ายพนักงานเพิ่มขึ้น และค่าที่ปรึกษาและบริการวิชาชีพทางด้านการเงินและการบริหารงาน
- **อัตราส่วนต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม :** ในงวด 6m22 บริษัทมีอัตราส่วนนี้ที่ร้อยละ 39.8 ของรายได้รวม ซึ่งปรับตัวสูงขึ้นจากงวด 6m21 เนื่องจากรายได้ที่ลดลงและต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารปรับตัวสูงขึ้น

4. กำไรสุทธิ



ไตรมาส 2 QoQ (2Q22 vs 1Q22)

- ขาดทุนสุทธิงวด 2Q22 สูงกว่า 1Q22 ร้อยละ 2.3 เนื่องจากรายได้ที่ลดลงและค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้นเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจ

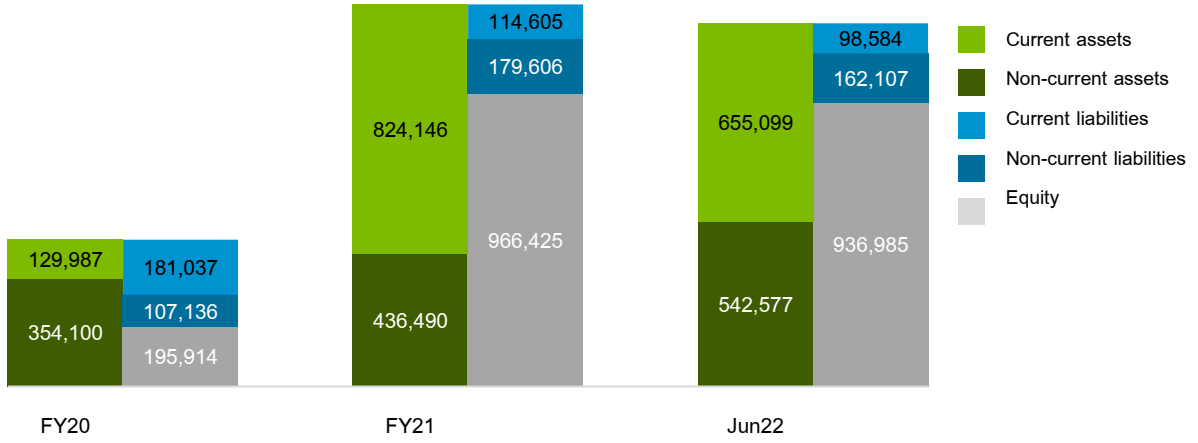
ไตรมาส 2 YoY (2Q22 vs 2Q21)

- ในงวด 2Q22 บริษัทมีกำไรสุทธิลดลงจากงวด 2Q21 รวม 23.7 ล้านบาท ซึ่งมาจากกำไรขั้นต้นที่ลดลงและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่สูงขึ้น

งวด 6 เดือน YoY (6m22 vs 6m21)

- อัตรากำไร (ขาดทุน) สุทธิของบริษัทลดลง โดยใน 6m22 อยู่ที่ร้อยละ (12.4) เนื่องจากรายได้ที่ลดลงแต่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นเพื่อการขยายตัวของธุรกิจ อย่างไรก็ตาม ฝ่ายจัดการมีการควบคุมอย่างใกล้ชิดเพื่อขยายรายได้และลดค่าใช้จ่ายเพื่อสร้างผลกำไรอย่างยั่งยืน

ฐานะการเงิน



สินทรัพย์

- **สินทรัพย์หมุนเวียน :** ณ วันที่ 30 มิ.ย. 65 (“Jun22”) สินทรัพย์หมุนเวียนของบริษัทส่วนใหญ่ประกอบด้วยเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด เงินลงทุนระยะสั้น และสินค้าคงเหลือ รวมคิดเป็นร้อยละ 89.6 ของสินทรัพย์หมุนเวียนรวม เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด Jun22 ลดลงจาก FY21 เพราะบริษัทนำเงินสดบางส่วนไปลงทุนระยะสั้นจำนวน 350.0 ล้านบาท และใช้ลงทุนในสินทรัพย์ถาวรเพื่อขยายกิจการตามแผนธุรกิจ ส่วนสินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้นเนื่องจากบริษัทมีแผนที่จะปรับสัดส่วนการขาย Own Brand ให้เพิ่มมากขึ้น จึงจำเป็นที่จะต้องสำรองสินค้าไว้ให้พร้อมจำหน่าย
- **สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน :** .ณ วันที่ 30 มิ.ย. 65 บริษัทมีที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ คิดเป็นร้อยละ 39.9 ของสินทรัพย์รวม โดยบริษัทมีที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์สำหรับ Jun22 สูงกว่า FY21 เพราะมีสินทรัพย์ระหว่างก่อสร้างและติดตั้ง ซึ่งมาจากการปรับปรุงสถานที่ผลิตโรงงานกรุงเทพฯ และการก่อสร้างโรงงานผลิตเพิ่มเติมที่จังหวัดลำพูน

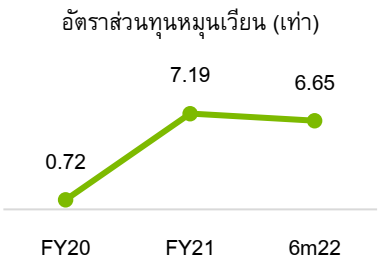
หนี้สิน

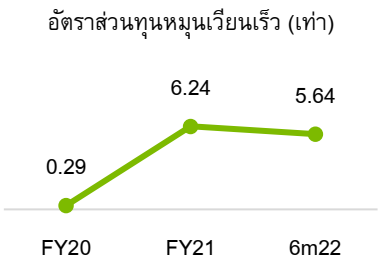
- **หนี้สินหมุนเวียน :** บริษัทมีหนี้สินหมุนเวียนงวด Jun22 ลดลงจากงวด FY21 จำนวน 16.0 ล้านบาท เพราะบริษัทมีเจ้าหนี้อื่นลดลงจำนวน 5.5 ล้านบาทจากการจ่ายโบนัสให้แก่พนักงาน นอกจากนั้นหนี้สินที่เกิดจากสัญญา (เงินมัดจำรับล่วงหน้าจากลูกค้า) ลดลงจำนวน 8.9 ล้านบาท ซึ่งเป็นผลมาจากการส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้า
- **หนี้สินไม่หมุนเวียน :** บริษัทมีหนี้สินไม่หมุนเวียนงวด Jun22 ลดลงจากงวด FY21 ร้อยละ 9.7 เพราะบริษัทชำระหนี้เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินในระหว่างงวด 6m22 แต่บริษัทมีหนี้สินตามสัญญาเช่าเพิ่มขึ้นจากการเข้าทำสัญญาเช่าระยะยาวเพิ่มเติมเพื่อเช่าอาคารและอุปกรณ์สำหรับการดำเนินงาน

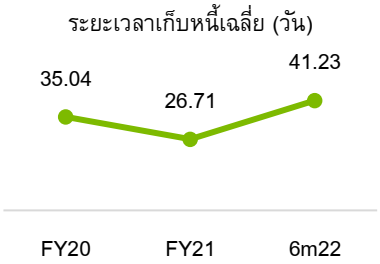
ส่วนของผู้ถือหุ้น

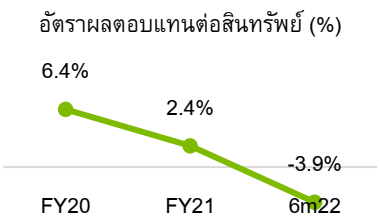
- ในงวด 6m22 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นลดลงเนื่องจากขาดทุนสุทธิจำนวน 23.4 ล้านบาท นอกจากนั้นบริษัทยังจ่ายเงินปันผลจากผลการดำเนินงานปี 2564 จำนวน 6.0 ล้านบาท

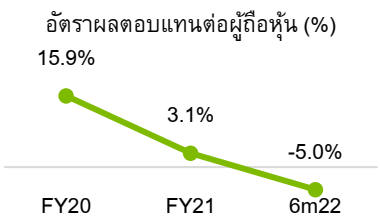
อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

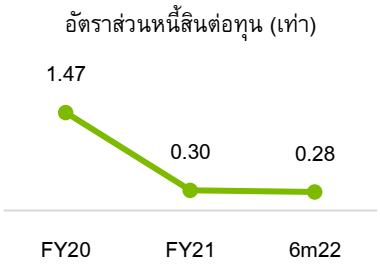












- จากการเสนอขายหุ้น IPO ใน FY21 บริษัทจึงมีสภาพคล่องเพิ่มขึ้น ส่งผลให้บริษัทมีอัตราส่วนทุนหมุนเวียนและอัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็วเพิ่มขึ้นอย่างมีสาระสำคัญ
- อย่างไรก็ตาม ระยะเวลาเก็บหนี้ของงวด 6m22 สูงขึ้นจาก FY21 เนื่องจากรายได้ที่ลดลง แต่บริษัทยังคงติดตามการรับชำระหนี้อย่างเคร่งครัดเพื่อลดปัญหาหนี้สูญ
- อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์และอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นลดลงอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากการเสนอขายหุ้น IPO ใน FY21 และผลขาดทุนใน 6m22
- อัตราส่วนหนี้สินต่อทุนลดลงเนื่องจากการเสนอขายหุ้น IPO ทำให้มูลค่าสินทรัพย์และส่วนของผู้ถือหุ้นสูงขึ้น