

16. การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ

16.1 คำอธิบายและการวิเคราะห์ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน

16.1.1 ความเป็นมาเกี่ยวกับการปรับโครงสร้างการดำเนินงาน

ในปี 2556 ครอบครัวยุทธจักรได้จัดระเบียบจัดตั้งบริษัท โนวา โบทานิค จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจเป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และบริษัท โนวา ออร์แกนิก จำกัด (มหาชน) เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ต่อมาได้มีการปรับโครงสร้างของกลุ่มบริษัทฯ เพื่อลดความซับซ้อนในการบริหารงาน อีกทั้ง เพื่อเตรียมความพร้อมในการนำหุ้นสามัญของบริษัทฯ เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จึงได้ดำเนินการจดทะเบียนเลิกกิจการและชำระบัญชีของบริษัท โนวา โบทานิค จำกัด แล้วเสร็จในวันที่ 14 ธันวาคม 2560

16.1.2 ภาพรวมการดำเนินงานที่ผ่านมา

บริษัท โนวา ออร์แกนิก จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ประเภทเพื่อความงามและสุขภาพ ภายใต้เครื่องหมายการค้า "LIVNEST" ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนประกอบหลักคือสารสกัดจากถั่งเช่า เครื่องหมายการค้า "DONUTT" ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ในกลุ่มคอลลาเจนและใยอาหาร และเครื่องหมายการค้าอื่น รายได้รวมของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นจาก 331.58 ล้านบาท ในปี 2561 เป็น 478.90 ล้านบาท ในปี 2562 คิดเป็นการเพิ่มขึ้นจำนวน 147.33 ล้านบาท หรือมีอัตราการเติบโตเท่ากับร้อยละ 44.43 จากความนิยมของกลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารภายใต้เครื่องหมายการค้า "LIVNEST" และในปี 2563 รายได้รวมของบริษัทฯ เท่ากับ 2,239.99 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2562 จำนวน 1,761.08 ล้านบาทหรือคิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 367.73 จากปีก่อนหน้า โดยสาเหตุที่ทำให้รายได้ของบริษัทฯ ในปี 2563 เติบโตเป็นอย่างมาก เนื่องจากผลิตภัณฑ์จากกลุ่มสารสกัดจากถั่งเช่า ภายใต้เครื่องหมายการค้า "LIVNEST" ได้รับความนิยมและมียอดขายเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก อันเป็นผลรวมจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าของบริษัทฯ อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านรายการโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมส่งผลให้การประชาสัมพันธ์สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึงทั้งประเทศ และการบริหารช่องทางการจำหน่ายผ่านทางโทรศัพท์ซึ่งเป็นช่องทางการจำหน่ายของบริษัทฯ โดยมีคู่สายรองรับคำสั่งซื้อสินค้าผ่านทางโทรศัพท์ได้อย่างเพียงพอ โดย ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 บริษัทฯ มีจำนวนคู่สายกว่า 250 คู่สาย ส่งผลให้รายได้ในปี 2563 เพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก สำหรับงวด 3 เดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2564 บริษัทฯ มีรายได้รวมเท่ากับ 379.50 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจำนวน 181.57 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 91.73 เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อนหน้า

บริษัทฯ มีอัตรากำไรสุทธิสำหรับปี 2561 ปี 2562 ปี 2563 และงวดสามเดือน ปี 2564 เท่ากับร้อยละ 5.31 ร้อยละ 15.80 ร้อยละ 34.86 และร้อยละ 18.23 ตามลำดับ โดยบริษัทฯ มีอัตรากำไรสุทธิที่เพิ่มขึ้นสูงในปี 2563 เนื่องจากบริษัทฯ จำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางการจำหน่ายของตนเองทำให้สามารถบริหารค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม ในช่วงต้นปี 2564 ที่ผ่านมาเป็นช่วงที่บริษัทฯ ได้รับผลกระทบจากกระแสข่าวเชิงลบเกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร บริษัทฯ จึงชะลอการเผยแพร่สื่อโฆษณาช่องทางต่างๆ ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการจ่ายชำระค่าบริการไปแล้วล่วงหน้า ส่งผลให้บริษัทฯ มีอัตรากำไรสุทธิลดลง ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงสามารถรักษายอดขายและกำไรสุทธิให้อยู่ในระดับที่น่าพอใจ

บริษัทฯ ดำเนินการผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายหลากหลายประเภท ทั้งช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางโทรศัพท์ (Telesales) ที่บริษัทฯ เป็นผู้ดำเนินการเอง และช่องทางการจำหน่ายผ่านช่องทางของคู่ค้า ได้แก่ ช่องทางการจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) และช่องทางการจำหน่ายผ่านช่องทางโฮมช้อปปิ้ง (Home Shopping) ผ่านรายการเสนอขายสินค้าทางโทรทัศน์และการจำหน่ายผ่านแค็ตตาล็อกสินค้า ในปี 2563 บริษัทฯ เน้นการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายทางโทรศัพท์มากขึ้น เพื่อการบริหารช่องทางการขายเองให้มีประสิทธิภาพ โดยบริษัทฯ มีรายได้จากการขายผ่านช่องทางโทรศัพท์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยมีสัดส่วนรายได้ในปี 2561 ถึง 2563 และงวด 3 เดือนปี 2564 เท่ากับร้อยละ 21.47 ร้อยละ 33.47 ร้อยละ 76.10 และร้อยละ 70.84 ในขณะที่รายได้จากช่องทางร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ซึ่งเป็นช่องทางของคู่ค้ามีแนวโน้มสัดส่วนรายได้ที่ลดลงเท่ากับร้อยละ 57.63 ร้อยละ 38.18 ร้อยละ 10.77 และร้อยละ 15.76 ตามลำดับ ในปี 2563 เท่ากับร้อยละ 76.10 ของรายได้จากการขายเพิ่มขึ้นจากปี 2562 ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 33.47 ซึ่งการบริหารช่องทางการขายของบริษัทฯ เองได้อย่างมีประสิทธิภาพส่งผลให้บริษัทฯ สามารถการบริหารต้นทุนได้ดียิ่งขึ้น

บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ถึง 2563 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 เท่ากับ 297.47 ล้านบาท 406.59 ล้านบาท 1,151.29 ล้านบาท และ 1,044.83 ล้านบาท ตามลำดับ ซึ่งการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์รวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 มาจากเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงานที่เพิ่มสูงขึ้น และการลงทุนในที่ดินและเครื่องจักร สำหรับรองรับการขยายกำลังการผลิต และการก่อสร้างโรงงานและคลังสินค้าแห่งใหม่ในอนาคต และบริษัทฯ มีหนี้สินรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ถึง 2563 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 เท่ากับ 199.14 ล้านบาท 170.10 ล้านบาท 561.37 ล้านบาท และ 385.73 ล้านบาท ตามลำดับ ซึ่งอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ นั้นมีการลดลงอย่างต่อเนื่องเป็นเท่ากับ 2.03 เท่า 0.72 เท่า 0.95 เท่า และ 0.59 เท่า ตามลำดับ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 บริษัทฯ ไม่มีภาระการใช้จ่ายเงินกู้ยืมกับสถาบันการเงินใด ยกเว้นการออกหนังสือค้ำประกันมูลค่า 66.00 ล้านบาท เพื่อนำไปเป็นหลักค้ำประกันสัญญาใช้บริการโฆษณาจากคู่ค้ารายหนึ่ง

นอกจากนี้ ในปี 2562 บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 100.00 ล้านบาทเป็น 150.00 ล้านบาท โดยได้มีการขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนบางส่วนให้แก่ ทริสต์เพื่อกิจการเงินร่วมลงทุน กองทุนร่วมลงทุนในกิจการ SMEs (กองทุนย่อยกองที่ 2) และผู้ลงทุนอื่นๆ หลังจากนั้นได้เพิ่มทุนเป็นจำนวน 225.00 ล้านบาท โดยกลุ่มผู้ถือหุ้นเดิม ในปี 2563 และมีการเพิ่มทุนเป็น 300.00 ล้านบาท ในปี 2564 เพื่อรองรับการเสนอขายหุ้นสามัญให้แก่ประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (Initial Public Offering)

16.1.3 การวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน

ตารางโครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม						สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม			
	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563		ปี 2563		ปี 2564	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ										
1.1 กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารภายใต้เครื่องหมายการค้าโดนนัท "DONUTT"	242.84	68.97	237.50	43.61	219.28	9.30	55.58	28.45	56.59	14.57
ผลิตภัณฑ์กลุ่มคอลลาเจน	115.46	32.79	112.67	20.69	90.69	3.85	21.91	11.22	22.40	5.77
ผลิตภัณฑ์กลุ่มโยเกิร์ต	95.18	27.03	98.26	18.04	99.08	4.20	25.52	13.06	27.65	7.12
ผลิตภัณฑ์อื่นๆ	32.20	9.15	26.57	4.88	29.51	1.25	8.15	4.17	6.54	1.68
1.2 กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารภายใต้เครื่องหมายการค้าลิฟเนส "LIVNEST"	30.85	8.76	218.92	40.20	2,087.59	88.54	127.14	65.09	326.65	84.12
1.3 กลุ่มผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าอื่นๆ	78.14	22.27	88.14	16.19	50.99	2.16	12.62	6.46	5.09	1.31
รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ รวม	352.10	100.00	544.56	100.00	2,357.86	100.00	195.34	100.00	388.33	100.00
หัก ส่วนลดทางการค้า	24.18	-	41.95	-	52.69	-	6.83	-	8.61	-
หัก ประมาณการรับคืนสินค้า ^{1/}	2.78	-	20.45	-	9.51	-	(12.65)	-	0.03	-
หัก ค่าบริการส่งสินค้า ^{2/}	-	-	4.45	-	65.46	-	3.98	-	9.74	-
รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ - สุทธิ	325.14	-	477.71	-	2,230.20	-	197.18	-	369.95	-
2. รายได้จากการรับจ้างผลิต (OEM)	2.28	-	0.35	-	1.09	-	-	-	0.27	-
รายได้จากการขายรวม	327.42	-	478.06	-	2,231.29	-	197.18	-	370.22	-
รายได้อื่น ^{3/}	4.16	-	0.83	-	8.70	-	0.75	-	9.28	-
รายได้รวม	331.58	-	478.89	-	2,239.99	-	197.93	-	379.50	-

หมายเหตุ:

^{1/} ประมาณการรับคืนสินค้า – ประมาณการรับคืนสินค้าเป็นประมาณการบนสมมติฐานว่าบริษัทฯ จะต้องรับคืนสินค้าในอนาคต และยังไม่ช่ยอดรับคืนจริง

^{2/} ค่าบริการส่งสินค้า – ในปี 2561 - 2562 บริษัทฯ ไม่มีการเรียกเก็บค่าบริการส่งสินค้าจากลูกค้า และเริ่มเก็บค่าบริการตั้งแต่ช่วงปลายปี 2562 เป็นต้นมา โดยบริษัทฯ หักค่าบริการส่งสินค้าออกจากรายได้จากการขาย เพื่อให้การแสดงผลรายได้จากการขายเป็นเพียงรายได้จากการจำหน่ายสินค้าสุทธิ

^{3/} รายได้อื่น ประกอบด้วย ดอกเบี้ยรับ กำไรจากการขายสินทรัพย์ และกำไรจากการกลับรายการด้อยค่าสินทรัพย์

ตารางโครงสร้างรายได้แบ่งตามช่องทางการจัดจำหน่าย

โครงสร้างรายได้ ช่องทางการจัดจำหน่าย	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม						สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม			
	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563		ไตรมาสที่ 1 ปี 2563		ไตรมาสที่ 1 ปี 2564	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย										
1.1 การจำหน่ายผ่านทางโทรศัพท์ (Telesales)	75.60	21.47	182.30	33.47	1,794.30	76.10	93.02	47.62	275.07	70.84
กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารภายใต้เครื่องหมายการค้าโดนนัท "DONUTT"	33.14	9.41	33.45	6.14	30.43	1.29	7.92	4.05	12.85	3.32
กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารภายใต้เครื่องหมายการค้าลิฟเนส "LIVNEST"	15.06	4.28	115.17	21.15	1,729.77	73.36	79.59	40.74	256.62	66.08
กลุ่มผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าอื่นๆ	27.40	7.78	33.68	6.18	34.10	1.45	5.52	2.83	5.60	1.44
1.2 การจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)	181.76	51.63	207.88	38.18	254.03	10.77	49.56	25.37	61.21	15.76
กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารภายใต้เครื่องหมายการค้าโดนนัท "DONUTT"	149.55	42.48	148.77	27.32	121.49	5.15	33.66	17.23	29.32	7.55
กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารภายใต้เครื่องหมายการค้าลิฟเนส "LIVNEST"	5.77	1.64	34.18	6.28	114.32	4.85	10.92	5.59	27.61	7.11
กลุ่มผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าอื่นๆ	26.44	7.51	24.93	4.58	18.22	0.77	4.98	2.55	4.28	1.10
1.3 จำหน่ายผ่านโฮมช้อปปิ้ง (Home Shopping)	26.01	7.39	104.42	19.17	213.51	9.06	38.34	19.63	17.32	4.46
กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารภายใต้เครื่องหมายการค้าโดนนัท "DONUTT"	15.98	4.54	24.67	4.53	38.63	1.64	7.36	3.77	5.37	1.38
กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารภายใต้เครื่องหมายการค้าลิฟเนส "LIVNEST"	5.18	1.47	57.65	10.59	157.73	6.69	24.35	12.47	10.97	2.82
กลุ่มผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าอื่นๆ	4.85	1.38	22.10	4.05	17.15	0.73	6.63	3.39	0.98	0.26
1.3 การจำหน่ายผ่านช่องทางอื่นๆ เช่น ออนไลน์	68.73	19.51	49.96	9.18	96.02	4.07	14.42	7.38	34.73	8.94
กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารภายใต้เครื่องหมายการค้าโดนนัท "DONUTT"	35.47	10.07	22.09	4.06	14.81	0.63	1.12	0.57	6.85	1.76
กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารภายใต้เครื่องหมายการค้าลิฟเนส "LIVNEST"	4.85	1.38	10.92	2.01	78.09	3.31	12.41	6.35	25.89	6.66
กลุ่มผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าอื่นๆ	28.41	8.06	16.95	3.11	3.12	0.13	0.89	0.46	1.99	0.52
รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ รวม	352.10	100.00	544.56	100.00	2,357.86	100.00	195.34	100.00	388.33	100.00

1. รายได้

รายได้ของบริษัทฯ แบ่งเป็น 3 ประเภทหลัก ได้แก่ 1) รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯ 2) รายได้จากการรับจ้างผลิต OEM และ 3) รายได้อื่นๆ รายได้จากการขายของบริษัทฯ มีการบันทึกรวมรายได้ค่าบริการขนส่งสุทธิรวมในรายได้จากการขาย โดยรายได้ค่าบริการขนส่งคำนวณจากรายได้ค่าขนส่งสินค้าหักด้วยค่าใช้จ่ายการว่าจ้างบริษัทขนส่ง เพื่อให้การแสดงบันทึกที่รายได้จากค่าขนส่งสะท้อนมูลค่าที่แท้จริง

รายได้จากการขายของบริษัทฯ เป็นการแสดงผลค่าสุทธิจากการตั้งประมาณการส่วนลดทางการค้าแก่ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ โดยกำหนดจากอัตราส่วนการให้ส่วนลดตามสถิติของบริษัทซึ่งคำนวณจากค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายสูงสุดของแต่ละรายการสินค้าที่เคยจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในอดีต และพิจารณาร่วมกับอัตราหมุนเวียนของสินค้าแต่ละชนิด โดยหากสินค้ารายการใดมีอัตราหมุนเวียนของสินค้าสูงบริษัทจะตั้งประมาณการค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายในสัดส่วนที่น้อยกว่าสินค้าที่มีการเคลื่อนไหวช้า เนื่องจากสินค้ายังคงได้รับความนิยมซึ่งทำให้มีโอกาสในการจัดโปรโมชั่น ส่วนลดน้อยลง นอกจากนี้ บริษัทฯ ตั้งประมาณการรับคืนสินค้าจากการจำหน่ายผ่านช่องทางต่างๆ โดยคำนวณอัตรายอรับคืนสินค้าจริงในอดีตของบริษัทเฉลี่ย 3 ปี ย้อนหลังเทียบกับยอดขาย โดยที่ผ่านมา บริษัทฯ มีอัตราร้อยละของยอรับคืนสินค้าเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณร้อยละ 1.52 ถึง 4.72

บริษัทฯ มีกลยุทธ์การกำหนดราคาและการจัดชุดสินค้าราคาโปรโมชั่นเป็นระยะๆ เพื่อการกระตุ้นยอดขายและการขยายส่วนแบ่งทางการตลาด โดยจะพิจารณาถึงความนิยมของสินค้าและส่วนแบ่งการตลาดโดยบริษัทฯ จะปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ตามความเหมาะสมในแต่ละช่วงขณะ และหากเป็นการจำหน่ายผ่านช่องทางของคู่ค้า บริษัทฯ จะกำหนดการจัดโปรโมชั่นร่วมกับคู่ค้าตามช่วงการจัดโปรโมชั่นของคู่ค้าแต่ละราย โดยกลยุทธ์การกำหนดราคาดังกล่าวส่งผลให้ปริมาณสินค้าที่จำหน่ายโดยรวมภายใต้ทุกเครื่องหมายการค้าเพิ่มขึ้นทุกปี โดยที่ผ่านมาส่วนใหญ่การเพิ่มขึ้นของปริมาณการขายมาจากการเพิ่มขึ้นของปริมาณการจำหน่ายสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าลิฟเนส ซึ่งเป็นสินค้ากลุ่มที่มีส่วนผสมจากสารสกัดจากถั่งเช่าสายพันธุ์ทิเบต (Cordyceps Sinenses)

รายได้จากการขายในปี 2561 มีจำนวน 352.10 ล้านบาท ส่วนใหญ่มาจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารภายใต้เครื่องหมายการค้าโดนัทท์ "DONUTT" โดยมีสินค้าที่ได้รับความนิยมหลักๆ ได้แก่ สินค้ากลุ่มคอลลาเจนและกลุ่มโยเกิร์ตที่มีให้เลือกซื้อหลากหลายรสชาติและหลากหลายประเภท โดยในปี 2561 นั้นผลิตภัณฑ์เสริมอาหารภายใต้เครื่องหมายการค้าโดนัทท์ที่มียอดขายจำนวน 242.84 ล้านบาทหรือคิดเป็นอัตราร้อยละ 68.97 ของรายได้รวม โดยส่วนใหญ่สินค้า "DONUTT" จำหน่ายผ่านช่องทางร้านค้าปลีกสมัยใหม่ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 42.48 ของรายได้จากการขาย

สำหรับปี 2562 รายได้รวมของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นจาก 331.58 ล้านบาท ในปี 2561 เป็น 478.90 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 147.33 ล้านบาทหรือคิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 44.43 โดยการเพิ่มขึ้นมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของปริมาณการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารภายใต้เครื่องหมายการค้าลิฟเนส "LIVNEST" ได้มากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มที่มีส่วนผสมจากสารสกัดจากถั่งเช่า สินค้าถั่งเช่าผสมวิตามินบี (Cordyceps Plus Multivitamin B) โดยสัดส่วนรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารภายใต้เครื่องหมายการค้าลิฟเนส "LIVNEST" เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 40.20 จากร้อยละ 8.76 ในปี 2561 นอกจากนี้ การวางแผนการขายและการตลาดในการจัดจำหน่ายผ่าน

ช่องทางต่างๆ ที่มีประสิทธิภาพของบริษัทฯ เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผลประกอบการของบริษัทฯ เติบโตสูงขึ้น โดยบริษัทฯ มีสัดส่วนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารภายใต้เครื่องหมายการค้าไลฟ์เนส "LIVNEST" ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ เพิ่มมากขึ้น ดังนี้ การจำหน่ายผ่านช่องทางโทรศัพท์ (Telesales) ที่เป็นการดำเนินการโดยบริษัทฯ เอง มีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 33.48 การจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ซึ่งรวมถึงช่องทางร้านสะดวกซื้อ มีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 38.17 และการจำหน่ายผ่านช่องทางโฮมช้อปปิ้ง (Home Shopping) ในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 19.17 ในปี 2562

สำหรับปี 2563 รายได้รวมของบริษัทฯ เท่ากับ 2,239.99 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,761.08 ล้านบาทหรือคิดเป็นอัตราการเติบโตที่ร้อยละ 367.73 จากปีก่อนหน้า สาเหตุหลักมาจากการให้ความสำคัญในการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายและการเพิ่มประสิทธิภาพของจำนวนคู่สายรองรับคำสั่งซื้อของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง โดย ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 บริษัทฯ ได้เพิ่มจำนวนคู่สายสำหรับรองรับการจัดจำหน่ายผ่านทางโทรศัพท์เป็น 250 คู่สาย และมีจำนวนพนักงานรับสาย จำนวน 114 คน ซึ่งช่องทางการจำหน่ายผ่านทางโทรศัพท์ (Telesales) ถือเป็นช่องทางการจำหน่ายหลัก รองรับการจัดจำหน่ายสินค้าจากการทำการตลาดผ่านการโฆษณาทางโทรทัศน์ บริษัทฯ มีการกำหนดกลยุทธ์วางเป้าหมายการทำการตลาดโดยการนำเสนอภาพลักษณ์ของสินค้าที่ชัดเจน ทำให้ผู้บริโภคจดจำเครื่องหมายการค้าและตัวผลิตภัณฑ์ในวงกว้างมากขึ้น รวมทั้งกลยุทธ์การจูงใจราคาโปรโมชั่นและการกำหนดราคาสินค้าที่เข้าถึงง่ายเพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าเดิมให้เกิดการซื้อซ้ำและกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ เพื่อขยายส่วนแบ่งการตลาด ส่งผลให้การจำหน่ายผ่านช่องทางโทรศัพท์ในปี 2563 มีสัดส่วนที่เพิ่มสูงขึ้นเป็นร้อยละ 76.10 จากร้อยละ 33.47 ในปี 2562 นอกจากนี้ ปัจจัยจากพฤติกรรมและการดูแลสุขภาพของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปจากสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 ที่ผู้คนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพมากขึ้น ทำให้บริษัทฯ ประสบความสำเร็จอย่างมากและได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี ซึ่งเป็นผลให้สัดส่วนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารภายใต้เครื่องหมายการค้าไลฟ์เนส "LIVNEST" เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 88.54 ในปี 2563 จากเดิมที่มีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 40.20 ในปี 2562

สำหรับงวด 3 เดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2564 บริษัทฯ มีรายได้รวมเท่ากับ 379.50 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 181.56 ล้านบาท หรือคิดเป็นเพิ่มขึ้นร้อยละ 91.73 เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน โดยสินค้าหลักที่สามารถสร้างรายได้ให้กับบริษัทฯ ยังคงเป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหารภายใต้เครื่องหมายการค้าไลฟ์เนส "LIVNEST" ที่มีสัดส่วนการจำหน่ายเท่ากับร้อยละ 84.12 จากรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทฯรวม อีกทั้ง การจำหน่ายผ่านช่องทางโทรศัพท์ยังคงเป็นช่องทางหลักที่มีประสิทธิภาพ ทำให้งวด 3 เดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2564 บริษัทฯ มีสัดส่วนการจำหน่ายผ่านช่องทางโทรศัพท์เพิ่มขึ้นเป็นเท่ากับร้อยละ 70.84 เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อนหน้าที่มีสัดส่วนร้อยละ 47.62 อย่างไรก็ตามในช่วงเดือนกุมภาพันธ์และเดือนมีนาคม 2564 บริษัทฯ ได้รับผลกระทบจากกระแสสังคมเชิงลบของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ส่งผลให้บริษัทฯ ต้องชะลอการเผยแพร่สื่อโฆษณาที่ได้มีการวางแผนการขายและทำการตลาดไว้ ส่งผลให้ยอดขายการสั่งซื้อสินค้าภายในเดือนดังกล่าวมีปริมาณการสั่งซื้อที่ลดลง อย่างไรก็ตาม ในงวดไตรมาสที่ 1 ปี 2564 บริษัทฯ ยังสามารถรักษายอดขายให้อยู่ในระดับที่น่าพอใจและยังคงพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

นอกจากการจำหน่ายผ่านทางโทรศัพท์ที่เป็นช่องทางการจำหน่ายหลัก และการจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) บริษัทฯ ได้เพิ่มปริมาณการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางโฮมช้อปปิ้ง หรือการสั่งซื้อสินค้าจาก

ที่บ้าน (Home Shopping) ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอสินค้าผ่านสื่อโทรทัศน์ซึ่งส่วนใหญ่เป็นรูปแบบการออกอากาศสด และนำมานำเสนอซ้ำ มีลักษณะการนำเสนอภาพและเนื้อหาที่น่าสนใจ รวมทั้งสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่น่าเชื่อถือ รวมทั้งการจำหน่ายผ่านแค็ตตาล็อกสินค้ารายเดือน ที่บริษัทฯ สามารถสื่อสารกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้อย่างเฉพาะเจาะจง โดยลูกค้าสามารถทำการสั่งซื้อสินค้าได้ง่ายจากทางบ้านผ่านทางโทรศัพท์ ทำให้ที่ผ่านมาบริษัทฯ มียอดขายจากการจำหน่ายผ่านโฮมช้อปปิ้งสำหรับปี 2561 ปี 2562 ปี 2563 และสำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2564 เท่ากับ 25.80 ล้านบาท 104.42 ล้านบาท 213.51 ล้านบาท และ 17.32 ล้านบาท ตามลำดับ

ในปี 2561 ถึง 2563 และสำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2564 บริษัทฯ มีรายได้จากการรับจ้างผลิต (OEM) เท่ากับ 2.28 ล้านบาท 0.35 ล้านบาท 1.09 ล้านบาท และ 0.27 ล้านบาท ตามลำดับ โดยในอนาคตบริษัทฯ คาดการณ์ว่ารายได้ดังกล่าวจะมีจำนวนและสัดส่วนที่เพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากบริษัทฯ มีแผนในการปรับปรุงโรงงานเดิมไว้เพื่อรองรับการรับจ้างผลิต (OEM) ภายหลังจากการสร้างโรงงานและคลังสินค้าแห่งใหม่แล้วเสร็จ เพื่อที่จะแยกสัดส่วนการผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเองและบุคคลภายนอก ซึ่งรายได้จากการรับจ้างผลิต (OEM) ดังกล่าวจะเป็นช่องทางการสร้างรายได้อีกช่องทางหนึ่งให้กับบริษัทฯ

ในส่วนของรายได้อื่นสำหรับปี 2561 ถึง 2563 และสำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2564 มีจำนวนเท่ากับ 4.16 ล้านบาท 0.83 ล้านบาท 8.70 ล้านบาท และ 9.28 ล้านบาท ตามลำดับ ซึ่งโดยหลักประกอบไปด้วย ดอกเบี้ยรับ กำไรจากการขายสินทรัพย์ และกำไรจากการกลับรายการด้อยค่าสินทรัพย์

2. ต้นทุนขาย

ตารางแสดงรายละเอียดต้นทุนขาย

ต้นทุนขาย	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม						สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม			
	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563		ปี 2563		ปี 2564	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ต้นทุนวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์	139.28	82.61	192.47	84.60	480.66	84.09	64.74	85.91	86.24	75.22
เงินเดือนและค่าจ้าง	15.97	9.47	22.29	9.80	51.53	9.02	7.22	9.58	13.34	11.63
ค่าเสื่อมราคาเครื่องมือและอุปกรณ์	4.32	2.56	4.01	1.76	4.59	0.80	0.92	1.22	2.14	1.87
ต้นทุนขายอื่น	9.04	5.36	8.73	3.84	34.81	6.09	2.48	3.29	12.93	11.28
รวมต้นทุนขาย	168.61	100.00	227.50	100.00	571.59	100.00	75.36	100.00	114.65	100.00
อัตรากำไรขั้นต้น (ร้อยละ)		48.50		52.41		74.38		61.78		69.03

ต้นทุนการขายของบริษัทฯ ประกอบไปด้วยต้นทุนวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ เงินเดือนและค่าจ้าง ค่าเสื่อมราคาเครื่องมือและอุปกรณ์ และต้นทุนขายอื่น ซึ่งต้นทุนขายอื่น ได้แก่ ค่าใช้จ่ายสิ้นเปลืองและค่าบริการในโรงงาน ค่าซ่อมแซมและค่าประกันภัย ค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค และค่าเผื่อการด้อยค่าของสินค้าคงเหลือซึ่งเป็นการตั้งประมาณการตามอายุคงเหลือของสินค้าและลักษณะการเคลื่อนไหวของสินค้าคงเหลือ (Inventory Turnover)

ต้นทุนการขายหลักมาจากต้นทุนวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ อาทิเช่น สารสกัดจากธรรมชาติชนิดต่างๆ สารให้รสชาติ แคปซูล ซองสำหรับบรรจุ และกล่องสินค้า เป็นต้น ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนในปี 2561 ถึง 2563 และสำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2564 ต้นทุนดังกล่าวมีสัดส่วนคิดเป็นเท่ากับร้อยละ 82.60 ร้อยละ 84.60 ร้อยละ 84.09 และร้อยละ 75.22 ของต้นทุนขายรวม ตามลำดับ รองลงมาได้แก่ ต้นทุนเงินเดือนและค่าจ้าง ส่วนใหญ่ได้แก่ ค่าจ้างฝ่ายผลิต ซึ่งมีสัดส่วนต้นทุนในช่วงร้อยละ 9 ถึงร้อยละ 12 ในช่วงที่ผ่านมา โดยต้นทุนปรับตัวเพิ่มขึ้นตามจำนวนพนักงานในส่วนของการผลิตเพื่อให้สอดคล้องกับการขยายกำลังการผลิตรองรับสัดส่วนการเติบโตของยอดขายส่วนที่เหลือ ได้แก่ ต้นทุนขายอื่นซึ่งมีสัดส่วนระหว่างร้อยละ 3 ถึงร้อยละ 12 ในช่วงปีที่ผ่านมา โดยบริษัทฯ บันทึกค่าเมื่อมูลค่าลดลงของสินค้าคงเหลือในปี 2563 เท่ากับ 20.19 ล้านบาท และงวด 3 เดือนแรกปี 2564 เท่ากับ 4.99 ล้านบาท ซึ่งเป็นการบันทึกตามอายุของสินค้าคงเหลือที่เหลือน้อยกว่า 1 ปี และสินค้าคงเหลือที่มีอัตราหมุนเวียนน้อยกว่าที่กำหนด รวมทั้ง บันทึกค่าวัสดุสิ้นเปลืองที่ใช้ในกระบวนการผลิต อาทิเช่น กาวแท่ง ฟิล์ม และพลาสติกกันกระแทก เป็นต้น เท่ากับ 5.95 ล้านบาท และ 2.17 ล้านบาท และค่าซ่อมแซมเครื่องจักรและอุปกรณ์ เท่ากับ 1.92 ล้านบาท และ 0.41 ล้านบาท ในปี 2563 และงวด 3 เดือนแรกปี 2564 ตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีอัตราส่วนต้นทุนขายต่อรายได้จากการขายรวมที่ลดลงตั้งแต่ปี 2561 ที่เท่ากับร้อยละ 51.50 ปี 2562 ที่เท่ากับร้อยละ 47.59 และปี 2563 ที่เท่ากับร้อยละ 25.62 และงวด 3 เดือนแรกของปี 2564 เท่ากับร้อยละ 30.97 ของรายได้จากการขายรวม โดยสาเหตุการลดลงของอัตราส่วนต้นทุนขายต่อรายได้จากการขายรวมเนื่องจากการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายทางโทรศัพท์ (Telesales) ซึ่งเป็นช่องทางที่บริษัทฯ บริหารจัดการเอง ทำให้สามารถลดค่าใช้จ่ายในการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ซึ่งค่าใช้จ่ายดังกล่าวได้นำไปหักออกจากรายได้จากการขายของบริษัทฯ ดังนั้นการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางจัดจำหน่ายของบริษัทฯ เองส่งผลให้บริษัทฯ มีรายได้จากการขายของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นและทำให้สัดส่วนต้นทุนต่อรายได้ลดลง รวมทั้งบริษัทฯ มีความได้เปรียบด้านต้นทุนในการผลิต ซึ่งเกิดจากการเติบโตของยอดขายที่รวดเร็วและปริมาณการขายสินค้าที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้บริษัทฯ มีความสามารถในการต่อรองราคากับคู่ค้ามากขึ้นจากการสั่งซื้อวัตถุดิบในปริมาณมากในแต่ละคราว อีกทั้งยังสามารถผลิตสินค้าได้เต็มประสิทธิภาพการผลิตที่มี ทำให้ต้นทุนในการขายของบริษัทฯ โดยรวมลดลงอย่างต่อเนื่อง

สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2564 บริษัทฯ มีต้นทุนในการขายเท่ากับ 114.65 ล้านบาท คิดเป็นอัตรการเพิ่มขึ้นเท่ากับร้อยละ 52.14 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า ซึ่งเพิ่มขึ้นตามการเติบโตของยอดขาย อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังสามารถลดระดับอัตราส่วนต้นทุนขายต่อรายได้จากการขายเหลือร้อยละ 30.97 ของรายได้จากการขายรวม เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าที่อัตราร้อยละ 38.22 จากความสามารถในการบริหารต้นทุน

3. กำไรขั้นต้น

บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นสำหรับปี 2561 ปี 2562 ปี 2563 และสำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2564 เท่ากับ 158.80 ล้านบาท 250.57 ล้านบาท 1,659.69 ล้านบาท และ 255.57 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นเท่ากับร้อยละ 48.50 ร้อยละ 52.41 ร้อยละ 74.38 และร้อยละ 69.03 ตามลำดับ ซึ่งกำไรขั้นต้นของบริษัทฯ เพิ่มขึ้น

อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2562 จากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการออกสินค้าใหม่ และการกำหนดกลยุทธ์ทางการขายและการตลาดที่ประสบความสำเร็จจากการจัดราคาสินค้าโปรโมชันเพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าให้เกิดการซื้อซ้ำ รวมทั้งการพัฒนาความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และการรักษาคุณภาพของสินค้าเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพอใจสูงสุดจากการพัฒนา นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังสามารถบริหารต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพจากการบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายทางโทรศัพท์ (Telesales) ซึ่งเป็นช่องทางที่บริษัทฯ บริหารเอง ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถลดค่าใช้จ่ายในการจำหน่ายสินค้าผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ รวมถึงการประหยัดต่อขนาดการผลิต ซึ่งทำให้สัดส่วนกำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นอย่างมากในปี 2563 และงวด 3 เดือนแรกปี 2564

4. ค่าใช้จ่ายในการขาย

ตารางแสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการขาย

ค่าใช้จ่ายในการขาย	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม						สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม			
	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563		ปี 2563		ปี 2564	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและค่าส่งเสริมการขาย	60.35	66.74	76.85	75.02	534.81	89.15	29.26	84.25	138.54	90.80
ค่าใช้จ่ายพนักงานขาย	21.08	23.31	14.98	14.62	57.22	9.54	4.98	14.34	12.94	8.48
ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง	8.38	9.27	9.50	9.27	1.66	0.28	0.10	0.29	0.20	0.13
ค่าใช้จ่ายในการขายอื่นๆ ^{1/}	0.61	0.68	1.11	1.09	6.23	1.03	0.39	1.12	0.90	0.59
รวมค่าใช้จ่ายในการขาย	90.42	100.00	102.44	100.00	599.92	100.00	34.73	100.00	152.58	100.00

หมายเหตุ: ^{1/} ค่าใช้จ่ายในการขายอื่น ได้แก่ ค่าไฟฟ้า ค่าหน้าประปา และค่าบริการรักษาความปลอดภัยค่าใช้จ่ายสำนักงาน

บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายสำหรับปี 2561 ถึง 2563 และสำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2564 เท่ากับ 90.42 ล้านบาท 102.44 ล้านบาท 599.92 ล้านบาท และ 152.58 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 27.62 ร้อยละ 21.43 ร้อยละ 26.89 และร้อยละ 41.21 ของรายได้จากการขายรวม ตามลำดับ โดยค่าใช้จ่ายในการขายของ บริษัทฯ ประกอบด้วย 1) ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและค่าส่งเสริมการขาย 2) ค่าใช้จ่ายพนักงานขาย 3) ค่าใช้จ่ายสำนักงาน 4) ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง และ 5) ค่าใช้จ่ายในการขายอื่นๆ

สำหรับค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและค่าส่งเสริมการขายมีสัดส่วนมากที่สุดโดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 66 ถึงร้อยละ 90 ของค่าใช้จ่ายในการขายรวม ประกอบด้วย ค่าเช่าเวลาออกอากาศรายการโทรทัศน์ ค่าจ้างผลิตสื่อโฆษณา ค่าจ้างดารานักแสดง และค่าส่งเสริมการขาย ในปี 2561 ถึง 2563 และสำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2564 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและค่าส่งเสริมการขายเท่ากับ 60.35 ล้านบาท 76.85 ล้านบาท 534.81 ล้านบาท และ 138.54 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นการเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าเท่ากับร้อยละ 27.34 ในปี 2562 ร้อยละ 595.91 ในปี 2563 และร้อยละ 373.48 สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2564

ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและค่าส่งเสริมการขายเพิ่มขึ้นอย่างมากตั้งแต่ปี 2563 เนื่องจากบริษัทฯ เน้นการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางจำหน่ายผ่านทางโทรศัพท์ (Telesales) ของตนเองมากขึ้น จากเดิมที่บริษัทฯ เน้นการจำหน่ายผ่านช่องทางร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) เป็นหลัก โดยสัดส่วนรายได้จากการขายผ่านช่องทางร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ต่อยอดรายได้จากการขายลดลงอย่างต่อเนื่องในปี 2561 ถึงปี 2563 และงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2564 เท่ากับร้อยละ 51.63 ร้อยละ 38.18 ร้อยละ 10.77 และร้อยละ 15.76 ตามลำดับ ซึ่งทดแทนด้วยรายได้จากช่องทางจำหน่ายผ่านทางโทรศัพท์ (Telesales) ซึ่งมีสัดส่วนรายได้ร้อยละ 21.47 ร้อยละ 33.47 ร้อยละ 76.10 และร้อยละ 70.84 ตามลำดับ ในปี 2561 และปี 2562 ตั้งแต่ปี 2563 บริษัทฯ เพิ่มโฆษณาผ่านสื่อรายการโทรทัศน์ดิจิทัลช่องต่าง ๆ มากขึ้น เพิ่มการจ้างผู้นำเสนอสินค้าหรือพรีเซนเตอร์ (Presenter) รวมถึงการซื้อพื้นที่ป้ายโฆษณาทั้งสื่อออนไลน์ (Online) และออฟไลน์ (Offline) เพื่อการสร้างการรับรู้ของสินค้าและเครื่องหมายทางการค้าให้เป็นที่รู้จักและจดจำอย่างกว้างขวางผ่านการโฆษณา และเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทฯ ได้มากขึ้น เมื่อเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและค่าส่งเสริมการขายกับรายได้ในการขายรวมสำหรับปี 2561 ถึง 2563 และงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2564 จะเท่ากับสัดส่วนร้อยละ 18.43 ร้อยละ 16.08 ร้อยละ 23.97 และร้อยละ 37.42 ของรายได้จากการขายรวม ตามลำดับ โดยในงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2564 มีอัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและค่าส่งเสริมการขายต่อยอดรายได้ในการขายรวมที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากบริษัทฯ ได้ลงทุนซื้อสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ในลักษณะรายครั้ง และทำสัญญาเช่าช่วงเวลาออกอากาศล่วงหน้าเป็นระยะเวลา 3 – 12 เดือน แต่ในช่วงไตรมาสที่ 1 ปี 2564 บริษัทฯ ชะลอการเผยแพร่สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์อันเนื่องมาจากผลกระทบของกระแสข่าวในเชิงลบเกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ทำให้รายได้ของบริษัทฯ ลดลง ส่งผลให้สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและค่าส่งเสริมการขายเพิ่มสูงขึ้น

ค่าใช้จ่ายพนักงานขาย ได้แก่ เงินเดือนพนักงาน ค่าคอมมิชชั่น (Commission) และโบนัส สำหรับปี 2561 ถึง 2563 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายพนักงานขายเท่ากับ 21.08 ล้านบาท 14.98 ล้านบาท และ 57.22 ล้านบาท ตามลำดับ โดยในปี 2562 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายพนักงานขายลดลง 6.10 ล้านบาท จากการลดลงของพนักงานขายช่องทางร้านขายยาเนื่องจากเดิมในปี 2561 บริษัทฯ มีช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้กับร้านค้าประเภทร้านค้าขายยาและมีพนักงานขายสำหรับช่องทางดังกล่าวโดยเฉพาะเป็นจำนวน 22 คน แต่การจำหน่ายผ่านช่องทางร้านขายยาไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ทำให้ช่วงปี 2562 เป็นต้นมา บริษัทฯ ได้หยุดการจำหน่ายผ่านร้านขายยาซึ่งทำให้จำนวนของพนักงานขายผ่านช่องทางดังกล่าวลดลง อย่างไรก็ตาม ในปี 2563 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายพนักงานขายเพิ่มขึ้น 42.24 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นอัตราร้อยละ 281.98 จากปี 2562 โดยมีสาเหตุจากจำนวนพนักงานฝ่ายขายและการตลาดที่เพิ่มสูงขึ้นเป็น 161 คน จากเดิมที่มีจำนวน 36 คน ซึ่งเป็นการเพิ่มขึ้นของจำนวนพนักงานขายเพื่อรองรับการจำหน่ายผ่านช่องทางโทรศัพท์ (Telesales) ของบริษัทฯ ที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และการจ่ายค่านายหน้าจากการขาย (Commission) ให้แก่พนักงานขายเพื่อเป็นค่าตอบแทนพิเศษจากการทำงานและทำให้เกิดแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมากขึ้น สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2564 ค่าใช้จ่ายพนักงานขายมีปริมาณและสัดส่วนลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า เนื่องจากบริษัทฯ ไม่ได้ว่าจ้างพนักงานขายทางโทรศัพท์เพิ่มเติมเมื่อมีการลาออก

ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการขนส่งไปยังลูกค้าที่มีการสั่งซื้อผ่านทางโทรศัพท์ (Telesales) และค่าใช้จ่ายในการขนส่งไปยังศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center) ของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)

โดยสำหรับปี 2563 และสำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2564 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขนส่งลดลง เนื่องจากตั้งแต่ช่วงปลายปี 2562 เป็นต้นมา บริษัทฯ ได้เรียกเก็บค่าบริการขนส่งจากลูกค้าจากการสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางโทรศัพท์ (Telesales) และบริษัทฯ มีการจัดประเภทค่าใช้จ่ายในการขนส่ง โดยบริษัทฯ ได้หักค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าออกจากรายได้จากการขาย เพื่อให้การแสดงรายได้จากการขายเป็นเพียงรายได้จากการจำหน่ายสินค้าสุทธิ เพื่อแสดงการรับรู้รายได้ที่แท้จริง

5. ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ตารางแสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม						สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม			
	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563		ปี 2563		ปี 2564	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายพนักงาน	20.15	44.70	23.87	49.07	44.23	53.97	8.87	61.13	13.52	45.14
ค่าที่ปรึกษาและค่าบริการจากบุคคลภายนอก	7.80	17.30	7.42	15.26	13.57	16.56	2.20	15.16	4.40	14.69
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	3.69	8.19	3.29	6.76	5.79	7.07	0.94	6.48	2.55	8.52
ค่าสาธารณูปโภค	1.06	2.35	2.13	4.38	4.50	5.49	0.80	5.51	0.98	3.27
ค่าใช้จ่ายในการบริหารอื่นๆ ^{1/}	12.37	27.46	11.93	24.53	13.86	16.91	1.70	11.72	8.50	28.38
รวมค่าใช้จ่ายในการบริหาร	45.07	100.00	48.64	100.00	81.95	100.00	14.51	100.00	29.95	100.00

หมายเหตุ: ^{1/} ค่าใช้จ่ายในการบริหารอื่น เช่น ค่าใช้จ่ายต้องห้าม ค่าเดินทาง ค่าเบี้ยประชุมกรรมการ เงินบริจาค ฯลฯ

ค่าใช้จ่ายในการบริหารของบริษัทฯ ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานในสำนักงาน ค่าที่ปรึกษาและค่าบริการจากบุคคลภายนอก ค่าใช้จ่ายในสำนักงาน ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย ค่าสาธารณูปโภค และค่าใช้จ่ายในการบริหารอื่นๆ

ในปี 2562 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารเท่ากับ 48.64 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.17 ของรายได้จากการขายรวม เพิ่มขึ้นจากปี 2561 จำนวน 3.57 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.92 จากงวดเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายพนักงาน ประกอบไปด้วย โบนัส ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์พนักงานซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงค่าชดเชยตามกฎหมายแรงงานปรับขึ้นตามอัตราสูงสุด 300 วันของค่าจ้าง เป็น 400 วันของค่าจ้าง และค่าสวัสดิการ ตามจำนวนพนักงานที่เพิ่มขึ้นเพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจ โดยในปี 2562 มีพนักงานบริหารเพิ่มขึ้น 6 คน จาก 27 คน ประกอบไปด้วยพนักงานฝ่ายบัญชีและการเงิน พนักงานฝ่ายทรัพยากรบุคคล พนักงานฝ่ายสารสนเทศ และพนักงานแผนกวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์

ในปี 2563 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารเท่ากับ 81.95 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 33.31 ล้านบาทหรือคิดเป็นอัตราการเพิ่มขึ้นเท่ากับร้อยละ 68.48 จากงวดเดียวกันของปีก่อนหน้า สาเหตุมาจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนพนักงาน

เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจ โดยบริษัทฯ มีจำนวนพนักงานบริหาร เพิ่มขึ้นเป็น 50 คน จากเดิมที่มีจำนวน 33 คน ซึ่งการเพิ่มหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของพนักงานฝ่ายบัญชีและการเงิน พนักงานฝ่ายทรัพยากรบุคคล และพนักงานฝ่ายสารสนเทศ นอกจากนี้ บริษัทฯ มีค่าเสื่อมราคาของอาคารสำนักงานเพิ่มขึ้น เนื่องจากบริษัทฯ ได้ลงทุนซื้ออาคารสำนักงานในช่วงต้นปี 2563 และมีการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการบริหารอื่นๆ ประมาณ 6.01 ล้านบาท โดยมีรายการหลักๆ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายที่ปรึกษา ค่าบริการเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ และค่าซ่อมบำรุงอุปกรณ์สำนักงาน

ค่าใช้จ่ายในการบริหารสำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2564 เท่ากับ 29.95 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.09 ของรายได้จากการขายรวม เพิ่มขึ้น 15.44 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนพนักงาน วัสดุที่ใช้ในสำนักงาน ค่าเสื่อมราคาจากการซื้ออาคารสำนักงาน รวมทั้ง ค่าใช้จ่ายในการบริหารอื่นๆ เช่น ค่าที่ปรึกษา เงินบริจาคซื้ออุปกรณ์ทางการแพทย์ และค่าธรรมเนียมการโอนที่ดิน

ค่าที่ปรึกษาและค่าบริการจากบุคคลภายนอก ได้แก่ ค่าบริการผู้ตรวจสอบบัญชี ค่าบริการผู้ตรวจสอบภายใน ค่าบริการที่ปรึกษากฎหมาย และค่าที่ปรึกษาอื่นสำหรับการดำเนินการ IPO

6. ต้นทุนทางการเงิน

ต้นทุนทางการเงินของบริษัทฯ ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยเงินกู้ยืมจากกรรมการและค่าธรรมเนียมธนาคาร สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 ถึง 2563 บริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินเท่ากับ 9.61 ล้านบาท 5.13 ล้านบาท และ 0.58 ล้านบาท ตามลำดับ ซึ่งการลดลงของต้นทุนทางการเงินในปี 2562 และปี 2563 มีสาเหตุหลักมาจากการจ่ายชำระคืนเงินกู้ยืมระยะสั้นและระยะยาวจากสถาบันการเงิน และบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน ทำให้ ณ ปัจจุบัน บริษัทฯ ไม่มีภาระการใช้จ่ายเงินกับสถาบันการเงินแห่งใด ยกเว้นค่าธรรมเนียมในการออกหนังสือค้ำประกันมูลค่า 66.00 ล้านบาท เพื่อนำไปเป็นหลักค้ำประกันสัญญาใช้บริการโฆษณา กับคู่ค้ารายหนึ่ง และดอกเบี้ยเช่าซื้อรถยนต์

สำหรับงวด 3 เดือน ปี 2564 บริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงิน 0.63 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 0.42 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดยสาเหตุหลักเกิดจากการเพิ่มขึ้นของดอกเบี้ยเช่าซื้อรถยนต์และค่าธรรมเนียมสถาบันการเงิน

7. กำไรสุทธิ

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 ถึง 2563 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิเท่ากับ 17.60 ล้านบาท 75.65 ล้านบาท และ 780.81 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 5.31 ร้อยละ 15.80 และร้อยละ 34.86 ตามลำดับ โดยบริษัทฯ มีอัตรากำไรสุทธิที่เพิ่มขึ้นเป็นผลมาจากการการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของธุรกิจ และการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายทางโทรศัพท์ (Telesales) เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค รวมทั้งการบริหารจัดการต้นทุนจากการขายที่มีประสิทธิภาพ

สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2564 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 69.19 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 18.23 ลดลงจากปี 2563 ที่เท่ากับร้อยละ 29.45 โดยสาเหตุการณ้ลดลง เนื่องจากบริษัทฯ ได้ชำระค่าใช้จ่ายบริการสื่อโฆษณาล่วงหน้า แต่ต้องชะลอการเผยแพร่สื่อโฆษณา อันเนื่องมาจากผลกระทบของกระแสข่าวในเชิงลบเกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ทำให้ยอดขายในช่วงดังกล่าวของบริษัทฯ มีการปรับตัวลดลง ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงสามารถรักษาอัตรากำไรสุทธิให้อยู่ในระดับที่น่าพอใจ

16.1.4 การวิเคราะห์ฐานะทางการเงิน

สินทรัพย์

บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ถึง 2563 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 เท่ากับ 297.47 ล้านบาท 406.59 ล้านบาท 1,151.29 ล้านบาท และ 1,044.83 ล้านบาท ตามลำดับ โดยสินทรัพย์หมุนเวียนของบริษัทฯ ณ วันที่ 31 ธันวาคม ถึง 2563 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 มีมูลค่าเท่ากับ 154.27 ล้านบาท 264.02 ล้านบาท 703.54 ล้าน และ 609.88 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 51.86 ร้อยละ 64.93 ร้อยละ 61.11 และร้อยละ 58.37 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ และสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน ของบริษัทฯ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ถึง 2563 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 มีมูลค่าเท่ากับ 143.20 ล้านบาท 142.57 ล้านบาท 447.75 ล้าน และ 434.94 ล้านบาท หรือ คิดเป็นร้อยละ 48.14 ร้อยละ 35.07 ร้อยละ 38.89 และร้อยละ 41.63 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ

1. เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

บริษัทฯ มีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ถึง 2563 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 เท่ากับ 8.58 ล้านบาท 55.20 ล้านบาท 333.84 ล้านบาท และ 328.95 ล้านบาท โดยคิดเป็น ร้อยละ 2.89 ร้อยละ 13.58 ร้อยละ 29.00 และร้อยละ 31.48 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ โดยรายการเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ประกอบด้วยเงินสดและเงินฝากออมทรัพย์สถาบันการเงิน

2. ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ถึง 2563 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 บริษัทฯ มีลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นสุทธิเท่ากับ 59.59 ล้านบาท 91.20 ล้านบาท 182.02 ล้านบาท และ 64.49 ล้านบาท โดยคิดเป็นร้อยละ 20.03 ร้อยละ 22.43 ร้อยละ 15.81 และร้อยละ 6.17 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ

ตารางรายละเอียดลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น

ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	ณ วันที่ 31 ธันวาคม						ณ วันที่ 31 มีนาคม	
	2561		2562		2563		2564	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
<u>ลูกหนี้การค้า</u>								
ยังไม่ถึงกำหนดชำระ	39.07	67.64	55.32	66.05	119.43	76.12	40.69	64.50
อายุหนึ่งค่างนับจากวันที่ถึงกำหนดชำระ								
ไม่เกิน 3 เดือน	16.53	28.62	26.37	31.48	36.96	23.56	21.78	34.52
3-6 เดือน	0.10	0.17	0.84	1.00	0.16	0.10	0.11	0.17
6-12 เดือน	0.24	0.42	0.13	0.16	0.07	0.04	0.01	0.02
เกินกว่า 12 เดือน	1.82	3.15	1.10	1.31	0.28	0.18	0.50	0.79
ลูกหนี้การค้ารวม	57.76	96.93	83.76	91.84	156.90	86.20	63.09	97.83
หัก ค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ	1.17	-	1.38	-	-	-	-	-
หัก ผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	-	-	-	-	1.75	-	0.93	-
รวมลูกหนี้การค้าสุทธิ	56.59	94.97	82.38	90.33	155.15	85.24	62.16	96.39
<u>ลูกหนี้อื่น</u>	3.00	5.03	8.82	9.67	26.87	14.76	2.33	3.61
รวมลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นสุทธิ	59.59	100.00	91.20	100.00	182.02	100.00	64.49	100.00

บริษัทฯ มีลูกหนี้การค้าสุทธิ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ถึง 2563 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 เท่ากับ 56.59 ล้านบาท 82.38 ล้านบาท 155.15 ล้านบาท และ 62.16 ล้านบาท ลูกหนี้การค้าของบริษัทฯ ส่วนใหญ่ ได้แก่ ลูกค้าประเภทร้านค้าปลีกสมัยใหม่ เนื่องจากลูกค้ารายย่อยจากช่องทางโทรศัพท์มีลักษณะการชำระเงินล่วงหน้าหรือการเก็บเงินปลายทาง รายละเอียดลูกหนี้การค้าประกอบไปด้วยลูกหนี้การค้าที่ยังไม่ถึงกำหนดชำระจำนวนเท่ากับ 39.07 ล้านบาท 55.32 ล้านบาท 119.43 ล้านบาท และ 40.69 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 67.64 ร้อยละ 66.05 ร้อยละ 76.12 และร้อยละ 64.50 ของลูกหนี้การค้ารวม ตามลำดับ ซึ่งบริษัทฯ มีนโยบายการให้สินเชื่อทางการค้า (Credit Term) ตามที่ตกลงกับลูกค้าส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 30 – 90 วัน

ลูกหนี้การค้าส่วนใหญ่ยังไม่ถึงกำหนดชำระและอายุหนึ่งค่างไม่เกิน 3 เดือน มูลค้ำรวมกันมากกว่าร้อยละ 95 ของยอดลูกหนี้การค้ารวม ลูกหนี้การค้าซึ่งมีอายุหนึ่งค่างเกินกำหนดชำระไม่เกิน 3 เดือน ส่วนใหญ่เกิดจากลูกค้ามีรอบกำหนดการวางใบแจ้งหนี้และรอบการชำระเงินในแต่ละเดือนตามนโยบายของลูกค้า ส่งผลให้บริษัทฯ ได้รับรับชำระเงินช้ากว่ากำหนดวันชำระเงิน

ตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 9 เรื่อง เครื่องมือทางการเงิน กำหนดให้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2563 บริษัทฯ ต้องรับรู้รายการผลขาดทุนด้านเครดิต โดยบริษัทฯ ต้องรับรู้ผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นต่อสินทรัพย์ทางการเงิน โดยไม่จำเป็นต้องรอเหตุการณ์ที่มีการด้อยค่าด้านเครดิตเกิดขึ้นก่อน ซึ่งบริษัทฯ ใช้วิธีการอย่างง่าย (Simplified Approach) ในการพิจารณาค่าเผื่อผลขาดทุนที่คาดว่าจะเกิดขึ้นตลอดอายุสำหรับลูกหนี้การค้า และใช้วิธีการทั่วไปในการพิจารณาค่าเผื่อผลขาดทุนจากการด้อยค่าของเงินให้กู้ยืม ซึ่งรายการค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ หรือผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นของบริษัทฯ มีสัดส่วนน้อย เนื่องจากการจำหน่ายโดยปกติของบริษัทฯ มีการทำการ

ขายผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายทางโทรศัพท์ (Telesales) ซึ่งทำให้มีการชำระเงินในทันทีหรือเมื่อส่งสินค้า ซึ่งลูกหนี้การค้าส่วนใหญ่ของบริษัทฯ จึงเป็นลูกหนี้การค้าร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ซึ่งเป็นบริษัทที่มีชื่อเสียงดี และมีการจ่ายชำระหนี้ที่ตรงเวลา ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 บริษัทฯ มีผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น เท่ากับ 0.93 ล้านบาท แบ่งเป็นผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นของลูกหนี้การค้าร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ประมาณ 0.43 ล้านบาท ที่เป็นการคำนวณจากประสบการณ์ของการสูญเสียด้านเครดิตที่เกิดขึ้นจริง 3 ปี ย้อนหลัง คุณด้วยปัจจัยที่สะท้อนสถานะเศรษฐกิจในระหว่างงวดที่เก็บข้อมูล และมุมมองบริษัทฯ ที่มีต่อสถานะเศรษฐกิจตลอดอายุที่คาดการณ์ไว้ของลูกหนี้ และลูกหนี้การค้าตัวแทนจำหน่ายต่างประเทศ ประมาณ 0.44 ล้านบาท ซึ่งเป็นยอดที่ลูกหนี้การค้าค้างชำระมากกว่า 1 ปี ที่มีการตั้งผลขาดทุนด้านเครดิตทั้งจำนวนแล้ว โดยสาเหตุการค้างชำระเกิดจากสินค้าที่ลูกค้านำไปจำหน่ายเคลื่อนไหวช้าและลูกค้าต้องการส่งสินค้าคืน ทั้งนี้ ในเดือนมิถุนายน 2564 บริษัทฯ ได้เจรจากับลูกหนี้การค้าข้างต้น ได้รับชำระเงินคืน 0.13 ล้านบาท และลดหนี้ที่เหลือเนื่องจากสินค้ามีอายุคงเหลือน้อยและไม่คุ้มกับค่าใช้จ่ายในการนำสินค้ากลับ

ลูกหนี้อื่น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ถึง 2563 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 เท่ากับ 3.00 ล้านบาท 8.82 ล้านบาท 9.67 ล้านบาท และ 2.33 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 5.03 ร้อยละ 8.82 ร้อยละ 26.87 และร้อยละ 2.33 ของลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นสุทธิ ตามลำดับ โดยลูกหนี้การค้าอื่นของบริษัทฯ ได้แก่ ลูกหนี้ที่เป็นบริษัทฯ รับขนส่งสินค้า เนื่องจากช่องทางจำหน่ายหลักของบริษัทฯ คือการจำหน่ายผ่านทางโทรศัพท์ (Telesales) โดยเมื่อลูกค้าสั่งซื้อสินค้า ลูกค้าบางรายจะใช้วิธีชำระแบบเรียกเก็บเงินปลายทาง ดังนั้นเงินค่าสินค้าจึงถูกเก็บไว้ที่บริษัทฯ รับขนส่ง แล้วจึงชำระให้กับบริษัทฯ ตามรอบการเรียกเก็บประมาณ 3 วันหลังบริษัทฯ รับขนส่งได้รับเงิน ซึ่งในปี 2563 บริษัทฯ มียอดการสั่งซื้อแบบเรียกเก็บเงินปลายทางเป็นจำนวนมาก ทำให้ลูกหนี้บริษัทฯ รับขนส่งเพิ่มขึ้น

3. สินค้าคงเหลือ

ตารางรายละเอียดสินค้าคงเหลือ

สินค้าคงเหลือ	ณ วันที่ 31 ธันวาคม						ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564	
	2561		2562		2563		ล้านบาท	ร้อยละ
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ		
สินค้าสำเร็จรูป	50.32	69.24	55.24	57.13	64.73	50.69	84.32	58.15
วัตถุดิบ	13.19	18.15	20.40	21.10	51.17	40.07	57.09	39.37
วัสดุและบรรจุภัณฑ์	14.37	19.77	18.66	19.30	29.44	23.06	29.01	20.01
สิทธิการได้รับคืนสินค้า	-	-	10.22	10.57	10.45	8.18	9.79	6.75
รวม	77.88	107.16	104.52	108.10	155.79	122.00	180.21	124.28
หัก ค่าเผื่อการลดลงของมูลค่าสินค้า	5.20	7.16	7.83	8.10	28.09	22.00	35.20	24.28
สินค้าคงเหลือรวม - สุทธิ	72.68	100.00	96.69	100.00	127.70	100.00	145.01	100.00

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ถึง 2563 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 บริษัทฯ มีสินค้าคงเหลือเท่ากับ 72.68 ล้านบาท 96.69 ล้านบาท 127.70 ล้านบาท และ 145.01 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 24.43 ร้อยละ 23.78 ร้อยละ 11.09 และ ร้อยละ 13.88 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ ซึ่งมีจำนวนที่เพิ่มขึ้นในทุกๆ ปี ตามประเภทสินค้าและยอดขายที่เพิ่มมากขึ้น

สินค้าคงเหลือของบริษัทฯ ประกอบไปด้วยสินค้าสำเร็จรูป วัตถุดิบ วัสดุและบรรจุภัณฑ์ และสิทธิการได้รับคืนสินค้า โดยสินค้าคงเหลือส่วนใหญ่ คือ สินค้าสำเร็จรูป และวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้า ซึ่งวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้าหลักๆ ได้แก่ ส่วนประกอบสารสกัดจากธรรมชาติ ที่บริษัทฯ จะดำเนินการสั่งซื้อวัตถุดิบตามแผนประมาณการผลิตที่ได้มีการวางไว้ล่วงหน้า รวมทั้ง มีการกำหนดนโยบายสินค้าคงคลังขั้นต่ำ (Safety Stock) เพื่อป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบสำหรับใช้ในการผลิตประมาณ 2 - 3 เดือน ทำให้ในช่วงที่ผ่านมาบริษัทฯ มีจำนวนวัตถุดิบเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตามปริมาณยอดขายที่เพิ่มสูงขึ้น โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ถึง 2563 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 บริษัทฯ มีวัตถุดิบเท่ากับ 13.19 ล้านบาท 20.40 ล้านบาท 51.17 ล้านบาท และ 57.09 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 18.15 ร้อยละ 21.10 ร้อยละ 40.07 และร้อยละ 39.37 ของสินค้าคงเหลือสุทธิ ตามลำดับ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ถึง 2563 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 บริษัทฯ มีสินค้าสำเร็จรูปเท่ากับ 50.32 ล้านบาท 55.24 ล้านบาท 64.73 ล้านบาท และ 84.32 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 69.24 ร้อยละ 57.13 ร้อยละ 50.69 และร้อยละ 58.15 ของสินค้าคงเหลือสุทธิ ตามลำดับ ซึ่ง ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 บริษัทฯ มีสินค้าสำเร็จรูป เพิ่มขึ้น 19.59 ล้านบาท จากปี 2563 เนื่องจากช่วงที่ผ่านมาบริษัทฯ มีคำสั่งซื้อเป็นจำนวนมาก บริษัทฯ จึงมีการผลิตสินค้าสำเร็จรูปเตรียมไว้เพื่อขาย โดยกำหนดนโยบายสินค้าคงคลังขั้นต่ำ (Safety Stock) สินค้าสำเร็จรูปสำหรับการจำหน่ายในช่วงระยะเวลาประมาณ 45 วัน อย่างไรก็ตาม ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ที่ผ่านมาบริษัทฯ ได้รับผลกระทบจากกระแสข่าวเชิงลบเกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ทำให้ลูกค้าบางรายชะลอคำสั่งซื้อ ส่งผลให้บริษัทฯ มีสัดส่วนสินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้นเป็นอัตราร้อยละ 58.15 ของสินค้าคงเหลือสุทธิ

สิทธิการได้รับคืนสินค้า เป็นต้นทุนของสินค้าที่เกิดจากการประมาณการสินค้าที่อาจได้รับคืนในอนาคต คำนวณจากประมาณการมูลค่าสินค้านับคืนคูณด้วยอัตราส่วนต้นทุนของสินค้าที่คาดว่าจะได้รับคืนในอนาคต และบริษัทฯ ได้ประมาณการสินค้าเสียหายจากการรับคืน ซึ่งคำนวณจากอัตราส่วนมูลค่าสินค้าเสียหายที่ต้องทำลายต่อมูลค่าสินค้าที่รับคืน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ถึง 2563 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 เท่ากับ 10.22 ล้านบาท 10.45 ล้านบาท และ 9.79 ล้านบาท ตามลำดับ

บริษัทฯ มีการกำหนดนโยบายสินค้าคงเหลือและควบคุมการหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ โดยมีการตั้งสำรองค่าเผื่อการลดลงของมูลค่าตามอายุของสินค้าแต่ละชนิด และการเคลื่อนไหวของสินค้าคงเหลือแยกตามแต่ละชนิดสินค้า โดยสินค้าคงเหลือที่มีอายุสินค้าคงเหลือน้อยกว่า 365 วัน บริษัทฯ จะตั้งค่าเผื่อการลดลงของมูลค่าสินค้าในอัตราส่วนร้อยละ 100 ของมูลค่าสินค้าแต่ละประเภท นอกจากนี้บริษัทฯ ได้กำหนดค่าเผื่อการลดลงของมูลค่าสินค้าแยกตามอัตราส่วนหมุนเวียนของสินค้า โดยจะตั้งค่าเผื่อการลดลงของมูลค่าสินค้าน้อยขึ้นอยู่กับการเคลื่อนไหวหรือระยะเวลาที่ใช้ในการจำหน่ายสินค้านั้น ซึ่งบริษัทฯ มีการคำนวณอัตรการหมุนเวียนของสินค้าจากผลรวมของสินค้าสำเร็จรูปต้นงวดและสินค้าสำเร็จรูปที่ซื้อหรือผลิตในงวด ต่อสินค้าสำเร็จรูปปลายงวด โดยหากอัตรการหมุนเวียนของสินค้าสำเร็จรูปดังกล่าวมากกว่า 2 เท่าจะแสดงว่าสินค้านั้นมีสภาพคล่องสูง หากน้อยกว่า 2 เท่าแสดงว่า

สินค้าดังกล่าวมีอัตราหมุนเวียนต่ำซึ่งอาจจะไม่สามารถจำหน่ายได้ทั้งหมด และบริษัทฯ ตั้งค่าเผื่อการลดลงของมูลค่าสินค้าดังกล่าวแยกตามรายการสินค้า โดยบริษัทฯ กำหนดอัตราส่วนการหมุนเวียนของสินค้าปกติที่ 2 เท่า เป็นอัตราปกติที่มาจากอายุของสินค้าส่วนใหญ่ของบริษัทที่มีอายุประมาณ 2 ปี นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังใช้วิธีดังกล่าวในการตั้งค่าเผื่อการลดลงของมูลค่าสินค้ากับวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่มีการเคลื่อนไหวช้าดังกล่าวด้วย ทั้งนี้ บริษัทฯ มีค่าเผื่อการลดลงของมูลค่าสินค้า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ถึง 2563 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 เท่ากับ 5.20 ล้านบาท 7.83 ล้านบาท 28.09 ล้านบาท และ 35.20 ล้านบาท ตามลำดับ ซึ่งในปี 2563 ค่าเผื่อการลดลงของมูลค่าสินค้าเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญจากการตั้งสำรองการด้อยค่าของสินค้าบางรายการที่มีการเคลื่อนไหวช้า อีกทั้ง บริษัทฯ มีอัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ เท่ากับ 2.34 เท่า 2.69 เท่า 5.09 เท่า และ 3.36 เท่า ตามลำดับ ซึ่งมีอัตราที่เพิ่มขึ้นจากความสามารถในการจำหน่ายสินค้าของบริษัทฯ

4. สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ถึง 2563 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 บริษัทฯ มีสินทรัพย์หมุนเวียนอื่น มูลค่า 13.42 ล้านบาท 7.91 ล้านบาท 39.98 ล้านบาท และ 51.44 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 4.51 ร้อยละ 1.94 ร้อยละ 3.47 และ ร้อยละ 4.92 ของสินทรัพย์รวม รายการหลักๆ ได้แก่ ค่าโฆษณาจ่ายล่วงหน้า ค่ามัดจำสินค้าแก่ผู้ขายบรรจุภัณฑ์/ วัตถุดิบ และภาษีซื้อที่ยังไม่ถึงกำหนด

5. เงินฝากธนาคารติดภาระค้ำประกัน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ถึง 2563 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 บริษัทฯ มีเงินฝากธนาคารติดภาระค้ำประกัน เท่ากับ 66.00 ล้านบาท ซึ่งปัจจุบันบริษัทฯ มีภาระการไถ่เงินทั้งสิ้น 66.00 ล้านบาท เพื่อเป็นหลักประกันค้ำประกันในการใช้เงินหนังสือค้ำประกัน (Letter of Guarantee) กับสถาบันการเงินแห่งหนึ่ง โดยหนังสือค้ำประกันจะมีผลสิ้นสุดในวันที่ 31 ธันวาคม 2564 เพื่อนำไปเป็นหลักค้ำประกันสัญญาใช้บริการโฆษณากับคู่ค้ารายหนึ่ง

6. ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ถึง 2563 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 บริษัทฯ มีที่ดินอาคารและอุปกรณ์ เท่ากับ 127.08 ล้านบาท 127.55 ล้านบาท 344.28 ล้านบาท และ 332.33 ล้านบาท โดยคิดเป็นร้อยละ 42.72 ร้อยละ 31.37 ร้อยละ 29.91 และ 31.81 ของสินทรัพย์ทั้งหมด ตามลำดับ

ตารางรายละเอียดที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์

ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	ณ วันที่ 31 ธันวาคม						ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564	
	2561		2562		2563		ล้านบาท	ร้อยละ
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ		
ที่ดิน	42.00	33.05	42.00	32.93	168.68	48.99	159.54	47.87
อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	43.59	34.30	41.99	32.92	57.98	16.84	43.86	13.16
เครื่องจักรและอุปกรณ์	15.89	12.51	15.47	12.13	48.38	14.05	57.03	17.11
เครื่องตกแต่งติดตั้งและอุปกรณ์สำนักงาน	2.22	1.75	2.54	1.99	11.49	3.34	12.89	3.87
ยานพาหนะ	6.48	5.09	5.58	4.37	32.84	9.54	31.91	9.58
สินทรัพย์ระหว่างติดตั้ง	16.90	13.30	19.97	15.66	24.91	7.24	27.10	8.41
รวมที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	127.08	100.00	127.55	100.00	344.28	100.00	332.33	100.00

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีที่ดิน อาคารและส่วนปรับปรุงอาคารเพิ่มขึ้น 142.67 ล้านบาท ประกอบไปด้วยการซื้อที่ดินขนาดประมาณ 200 ตารางวา ณ บริเวณที่ตั้งโรงงานเดิม จังหวัดสมุทรปราการ มูลค่า 8.32 ล้านบาท ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ เพื่อการขยายโรงงานผลิตรองรับการขยายกำลังการผลิต การซื้อที่ดินและอาคารสำนักงานซึ่งเดิมบริษัทฯ เช่าอยู่กับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ขนาดประมาณ 56 ตารางวา บริเวณเขตบางขุนเทียน จังหวัดกรุงเทพมหานคร มูลค่า 14.00 ล้านบาท ในช่วงเดือนเมษายน และการซื้อที่ดินขนาดประมาณ 12 ไร่ บริเวณถนนประชาอุทิศ-คู่สร้าง ตำบลในคลองบางปลากด อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ จากบุคคลภายนอก ในช่วงปลายปี 2563 สำหรับการก่อสร้างโรงงานและคลังจัดเก็บสินค้าแห่งใหม่ในอนาคต มูลค่า 114.00 ล้านบาท

ในส่วนของเครื่องจักรและอุปกรณ์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีเครื่องจักรและอุปกรณ์เพิ่มขึ้น 32.91 ล้านบาท จากการลงทุนในเครื่องจักรสำหรับบรรจุของ และเครื่องจักรสำหรับบรรจุแคปซูล ทั้งแบบอัตโนมัติ กึ่งอัตโนมัติและแบบความเร็วสูง เพื่อเพิ่มกำลังการผลิตรองรับการขยายตัวของยอดขาย นอกจากนี้ บริษัทฯ มียานพาหนะเพิ่มขึ้น 27.26 ล้านบาท จากการซื้อรถยนต์สำหรับผู้บริหารจำนวน 4 คัน ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้จำหน่ายยานพาหนะออกไปจำนวน 2 คัน ในเดือนพฤษภาคม 2564 เนื่องจากไม่ได้ใช้งาน และคืนผู้จัดจำหน่าย 1 คัน เนื่องจากเหตุชำรุด

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ของบริษัทฯ ลดลง 11.95 ล้านบาท โดยมีรายการหลักๆ จากการจำหน่ายที่ดินและอาคาร บริเวณที่ตั้งโรงงานเดิมเพื่อนำเงินจากการจำหน่ายเตรียมไว้เป็นเงินทุนหมุนเวียนสำหรับการก่อสร้างโรงงานและคลังจัดเก็บสินค้าแห่งใหม่และจัดโครงสร้างทรัพย์สินของบริษัทฯ ในอนาคต ซึ่งสินทรัพย์ที่จำหน่ายมีมูลค่าทางบัญชีประมาณ 25.49 ล้านบาท นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ลงทุนซื้อเครื่องจักรและอุปกรณ์หลักๆ ได้แก่ เครื่องจักรสำหรับบรรจุกล่องอัตโนมัติ และเครื่องจักรสำหรับบรรจุแคปซูลอัตโนมัติเพิ่มเติม มูลค่ารวมประมาณ 7.00 ล้านบาท

16.1.5 การวิเคราะห์แหล่งที่มาของเงินทุน

หนี้สิน

บริษัทฯ มีหนี้สินรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ถึง 2563 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 เท่ากับ 199.14 ล้านบาท 170.10 ล้านบาท 561.37 ล้านบาท และ 385.73 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 66.95 ร้อยละ 41.84 ร้อยละ 48.76 และร้อยละ 36.92 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ โดยในจำนวนนี้เป็นหนี้สินหมุนเวียนทั้งหมด 165.70 ล้านบาท 166.79 ล้านบาท 533.44 ล้านบาท และ 358.12 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 55.71 ร้อยละ 41.02 ร้อยละ 46.33 และร้อยละ 34.28 ของสินทรัพย์รวม และหนี้สินไม่หมุนเวียนทั้งหมด 33.44 ล้านบาท 3.31 ล้านบาท 27.94 ล้านบาท และ 27.61 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 11.24 ร้อยละ 0.82 ร้อยละ 2.43 และร้อยละ 2.64 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ

1. เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น

ตารางรายละเอียดเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น

เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	ณ วันที่ 31 ธันวาคม						ณ วันที่ 31 มีนาคม	
	2561		2562		2563		2564	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
เจ้าหนี้การค้า-กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	-	-	18.78	16.46	0.17	0.07	-	-
เจ้าหนี้การค้า-กิจการที่ไม่เกี่ยวข้องกัน	58.86	82.77	56.46	49.50	103.70	40.91	26.96	31.83
เจ้าหนี้อื่น - กิจการที่เกี่ยวข้องกัน	-	-	0.10	0.09	0.17	0.07	-	-
เจ้าหนี้อื่น - กิจการที่ไม่เกี่ยวข้องกัน	-	-	0.05	0.04	0.39	0.15	0.43	0.51
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย - กิจการที่ไม่เกี่ยวข้องกัน	12.25	17.23	38.67	33.91	149.07	58.80	57.30	67.66
รวมเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	71.11	100.00	114.06	100.00	253.50	100.00	84.69	100.00

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ถึง 2563 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 บริษัทฯ มีเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น เท่ากับ 71.11 ล้านบาท 114.06 ล้านบาท 253.50 ล้านบาท และ 84.69 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 23.91 ร้อยละ 28.05 ร้อยละ 22.02 และร้อยละ 8.13 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ

มูลค่าเจ้าหนี้การค้า - กิจการที่เกี่ยวข้องกัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 มีมูลค่า 18.78 ล้านบาท เกิดจากที่ บริษัทฯ ซื้อวัตถุดิบการผลิตประเภทสารสกัดจากธรรมชาติ และวัตถุดิบอื่นๆ จากบริษัทฯ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปผลิตสินค้า

มูลค่าเจ้าหนี้การค้า - กิจการที่ไม่เกี่ยวข้องกัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ถึง 2563 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 เท่ากับ 58.86 ล้านบาท 56.46 ล้านบาท 103.70 ล้านบาท และ 26.96 ล้านบาท ตามลำดับ เกิดจากบริษัทฯ ซื้อวัตถุดิบเพื่อนำไปใช้ในการผลิตสินค้า โดยบริษัทฯ มีระยะเวลาในการชำระหนี้ (Credit term) จากเจ้าหนี้การค้าเฉลี่ย ประมาณ 30 ถึง 60 วัน โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีเจ้าหนี้การค้า-กิจการที่ไม่เกี่ยวข้องกัน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า 47.24 ล้านบาท เนื่องจากบริษัทฯ มีการสั่งซื้อวัตถุดิบเข้ามาเพื่อรองรับการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งสอดคล้อง

กับยอดขายที่เพิ่มขึ้น และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 บริษัทฯ มีเจ้าหนี้การค้า-กิจการที่ไม่เกี่ยวข้องกันลดลงเป็นเท่ากับ 26.69 ล้านบาท เนื่องจากเจ้าหนี้บางรายถึงกำหนดชำระ และบริษัทฯ ชะลอคำสั่งซื้อสินค้าเพิ่มเติม ทั้งนี้ บริษัทฯ มีสัดส่วนเจ้าหนี้การค้า – กิจการที่ไม่เกี่ยวข้องกันลดลงอย่างต่อเนื่อง สาเหตุจากบริษัทฯ มีการชำระหนี้ที่เร็วขึ้นเพื่อที่จะได้รับส่วนลดจากการสั่งซื้อในแต่ละคราว

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ถึง 2563 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายค้างจ่าย- กิจการที่ไม่เกี่ยวข้องกัน เท่ากับ 12.25 ล้านบาท 38.67 ล้านบาท 149.07 ล้านบาท และ 57.30 ล้านบาท ตามลำดับ โดยในปี 2562 มีค่าใช้จ่ายค้างจ่ายเพิ่มขึ้นเท่ากับ 26.43 ล้านบาท หลักๆ ประกอบไปด้วยค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายค้างจ่าย 21.76 ล้านบาท ค่าโฆษณาค้างจ่าย 3.03 ล้านบาท โบนัสค้างจ่าย 2.94 ล้านบาท และค่าขนส่งค้างจ่าย 2.10 ล้านบาท ในปี 2563 เพิ่มขึ้นจำนวน 110.38 ล้านบาท ประกอบไปด้วยรายการหลักๆ ได้แก่ ค่าโฆษณาค้างจ่าย 69.61 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายค้างจ่าย 28.05 ล้านบาท และค่าขนส่งค้างจ่าย 20.37 ล้านบาท

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายค้างจ่ายลดลงจำนวน 91.76 ล้านบาท โดยมีรายการหลักๆ ที่ลดลง ได้แก่ ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายค้างจ่าย ค่าโฆษณาค้างจ่าย และค่าขนส่งค้างจ่าย เป็นต้น

2. เงินกู้ยืม

ตารางรายละเอียดเงินกู้ยืม

เงินกู้ยืม	ณ วันที่ 31 ธันวาคม						ณ วันที่ 31 มีนาคม	
	2561		2562		2563		2564	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	66.00	55.39	-	-	-	-	-	-
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากกิจการอื่น	2.50	2.10	-	-	-	-	-	-
เงินกู้ยืมระยะสั้นจากบุคคลและกิจการที่เกี่ยวข้องกัน	7.97	6.69	-	-	-	-	-	-
หนี้สินส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	11.34	9.52	1.56	100.00	3.91	16.33	3.98	17.24
รวมเงินกู้ยืมหมุนเวียน	87.81	73.69	1.56	100.00	3.91	16.33	3.98	17.24
เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน	28.59	23.99	-	-	-	-	-	-
หนี้สินระยะยาวภายใต้สัญญาเช่าการเงิน	2.76	2.32	-	-	-	-	-	-
หนี้สินตามสัญญาเช่าการเงิน	-	-	-	-	20.03	83.67	19.10	82.76
รวมเงินกู้ยืมไม่หมุนเวียน	31.35	26.31	-	-	20.03	7.90	19.10	82.76
เงินกู้ยืมรวม	119.16	100.00	1.56	100.00	23.94	24.23	23.08	100.00

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ มีเงินกู้ยืมรวมเท่ากับ 1.56 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.38 ของสินทรัพย์รวม โดยลดลงจากปี 2561 จำนวน 117.60 ล้านบาท จากการลดลงของเงินกู้ยืมหมุนเวียน ได้แก่ เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน-ตัวสัญญาใช้เงินจำนวน 66.00 ล้านบาท เงินกู้ยืมระยะสั้นจากกิจการอื่นจากการที่บริษัทฯ นำลูกหนี้

การคำไปขายลดลูกหนี้แบบโอนสิทธิเรียกร้องการรับเงินให้กับบริษัทแฟคตอริง กรณีบริษัทแฟคตอริงไม่ได้รับชำระหนี้จากลูกหนี้การค้า บริษัทฯ ตกลงจะซื้อลูกหนี้กลับคืน จำนวน 2.50 ล้านบาท เงินกู้ยืมระยะสั้นจากบุคคลและกิจการที่เกี่ยวข้องกันจำนวน 7.97 ล้านบาท และหนี้สินส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งจากการทำสัญญาเช่าการเงินเพื่อซื้อยานพาหนะ จำนวน 9.78 ล้านบาท และการลดลงจากเงินกู้ยืมไม่หมุนเวียน ได้แก่ เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน จำนวน 28.89 ล้านบาท ซึ่งเป็นวงเงินสินเชื่อสำหรับซื้อที่ดินพร้อมอาคารที่ใช้เป็นคลังสินค้า และหนี้สินระยะยาวภายใต้สัญญาเช่าการเงินเพื่อซื้อยานพาหนะ จำนวน 2.76 ล้านบาท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีเงินกู้ยืมรวมเท่ากับ 23.94 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2.08 ของสินทรัพย์รวม เพิ่มขึ้นจากปี 2562 จำนวน 22.38 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการทำสัญญาเช่าเพื่อเช่าที่ดินและสิ่งปลูกสร้างอาคารโรงงาน พื้นที่อาคารสำนักงาน และยานพาหนะเพื่อใช้ในการดำเนินงาน ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้จำหน่ายยานพาหนะออกไปจำนวน 2 คัน ในเดือนพฤษภาคม 2564 เนื่องจากไม่ได้ใช้งาน และคืนผู้จัดจำหน่าย 1 คัน เนื่องจากเหตุชำรุด

3. หนี้สินหมุนเวียนอื่น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ถึง 2563 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 บริษัทฯ มีหนี้สินหมุนเวียนอื่นเท่ากับ 4.70 ล้านบาท 29.90 ล้านบาท 73.03 ล้านบาท และ 52.05 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.58 ร้อยละ 7.35 ร้อยละ 6.34 และร้อยละ 4.98 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ มีหนี้สินหมุนเวียนเพิ่มขึ้น 25.20 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลัก ได้แก่ หนี้สินเงินคืนที่เกิดจากการตั้งประมาณการรับคืนสินค้าหรือรายการที่บริษัทฯ คาดว่าจะต้องจ่ายคืนให้แก่ลูกค้าในกรณีที่ลูกค้านำสินค้ามาคืนกับบริษัทฯ ในอนาคต เพิ่มขึ้น 20.46 ล้านบาท ตามยอดขายที่เพิ่มขึ้น และ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 มีหนี้สินหมุนเวียนเพิ่มขึ้น 43.14 ล้านบาท จากการเพิ่มขึ้นของประมาณการส่วนลดทางการค้า 16.67 ล้านบาท ภาษีมูลค่าเพิ่มรอจัดส่ง 13.39 ล้านบาท และหนี้สินเงินคืน 9.45 ล้านบาท และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 บริษัทฯ มีหนี้สินรวมลดลง 20.21 ล้านบาท จากการลดลงของภาษีมูลค่าเพิ่มรอจัดส่ง 15.45 ล้านบาท และเงินรับล่วงหน้า 2.88 ล้านบาท ซึ่งเป็นรายการที่ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางโทรศัพท์แต่ทางบริษัทฯ ยังไม่ได้จัดส่ง

ส่วนของผู้ถือหุ้น

บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ถึง 2563 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 เท่ากับ 98.33 ล้านบาท 236.49 ล้านบาท 589.92 ล้านบาท และ 659.10 ล้านบาท ตามลำดับ โดยในส่วนนี้มีหุ้นที่ได้รับการชำระแล้ว ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 เท่ากับ 225.00 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ จำนวน 2,250,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท

วันที่ 4 พฤศจิกายน และ 2 ธันวาคม 2562 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 2/2562 และ 3/2562 ตามลำดับ มีมติอนุมัติการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลจากกำไรสะสมของปี 2562 ให้แก่ผู้ถือหุ้นสามัญ จำนวน 54.15 ล้านบาท และจำนวน 27.50 ล้านบาท ลำดับ และในวันที่ 18 มิถุนายน 2562 ครอบคลุมวงจรรัฐจตุมาต จัดตั้งบริษัท โนวา ออร์แกนิก โฮลดิ้ง จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 1.00 ล้านบาท เพื่อจัดโครงสร้างการถือหุ้น โดยหลังจัดตั้งบริษัท โนวา ออร์แกนิก โฮลดิ้ง จำกัด ได้เข้าถือหุ้นบริษัทฯ ในสัดส่วนการถือหุ้นที่ครอบคลุมวงจรรัฐจตุมาตถืออยู่เดิม จำนวน

500,000 หุ้น หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 50.00 ของทุนจดทะเบียน นอกจากนี้ ณ วันที่ 24 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิม 100.00 ล้านบาท เป็น 150.00 ล้านบาท แบ่งเป็นการเพิ่มทุนโดย (1) ผู้ถือหุ้นเดิมครอบครัวจันทร์จุฑามาศ จำนวนหุ้นเพิ่มทุน 385,345 หุ้น ในราคาหุ้นละ 100 บาท หรือคิดเป็นสัดส่วน 2.5951 หุ้นเดิม ต่อ 1 หุ้นใหม่ (2) ทรัสต์เพื่อกิจการเงินร่วมลงทุน กองทุนร่วมลงทุนในกิจการ SMEs (กองทุนย่อยกองที่ 2) จำนวนหุ้นเพิ่มทุน 63,000 หุ้น ในราคาหุ้นละ 475 บาท ซึ่งเป็นไปตามมูลค่ายุติธรรมที่ประเมินโดยที่ปรึกษาทางการเงินอิสระ และ (3) ผู้ถือหุ้นอื่น จำนวนหุ้นเพิ่มทุน 51,655 หุ้น ในราคาหุ้นละ 475 บาท ทำให้ภายหลังการเพิ่มทุนครอบครัวจันทร์จุฑามาศถือหุ้นในบริษัทฯ ในสัดส่วนร้อยละ 92.36

ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นปี 2563 วันที่ 30 เมษายน 2563 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 2/2563 และครั้งที่ 4/2563 วันที่ 28 สิงหาคม และ 12 พฤศจิกายน 2563 ตามลำดับ มีมติอนุมัติการจ่ายเงินปันผล ให้แก่ผู้ถือหุ้นสามัญ ทั้งสิ้นจำนวน 501 ล้านบาท นอกจากนี้ ได้มีมติเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 150 ล้านบาทเป็น 225 ล้านบาท โดยกลุ่มผู้ถือหุ้นเดิม เพื่อใช้เป็นเงินทุนในการก่อสร้างโรงงานและคลังสินค้าแห่งใหม่

16.1.6 การวิเคราะห์กระแสเงินสดและสภาพคล่อง

ตารางแสดงรายละเอียดกระแสเงินสด

	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม			สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2564
	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563	
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท
เงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมดำเนินงาน	31.16	126.33	922.17	(19.66)
เงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมลงทุน	(19.97)	(20.64)	(206.59)	16.03
เงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมจัดหาเงิน	(19.89)	(59.07)	(436.94)	(1.26)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	(8.70)	46.62	278.64	(4.89)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดต้นงวด	17.28	8.58	55.20	333.84
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดปลายงวด	8.58	55.20	333.84	328.95

จากการเปลี่ยนแปลงของกระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน กิจกรรมลงทุน และกิจกรรมจัดหาเงิน ส่งผลให้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ถึง 2563 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 บริษัทฯ มีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดปลายงวดเท่ากับ 8.58 ล้านบาท 55.20 ล้านบาท 333.84 ล้านบาท และ 328.95 ล้านบาท ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดการเปลี่ยนแปลงของกระแสเงินสดที่สำคัญดังนี้

1. กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน

สำหรับงวดปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 บริษัทฯ มีเงินสดได้มาจากกิจกรรมการดำเนินงานสุทธิเท่ากับ 31.16 ล้านบาท โดยเงินสดเพิ่มขึ้นมีสาเหตุหลักจากผลการดำเนินงานของบริษัทจำนวน 17.86 ล้านบาท รวมทั้งบริษัท

ได้รับการชำระค่าสินค้าจากลูกค้าการค้าและลูกหนี้อื่น และมีการลดลงของสินทรัพย์หมุนเวียนอื่นรายการเงินมัดจำสินค้าที่เกิดขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังมีการจ่ายชำระหนี้แก่เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นซึ่งทำให้ยอดเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นลดลงจำนวน 56.83 ล้านบาท

สำหรับงวดปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562 บริษัทฯ มีกระแสเงินสดได้มาจากกิจกรรมการดำเนินงานสุทธิเท่ากับ 126.33 ล้านบาท โดยสาเหตุมาจากการเพิ่มขึ้นของผลการดำเนินงานของบริษัทจำนวน 94.73 ล้านบาท รวมถึง การเพิ่มขึ้นของเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นจำนวน 43.23 ล้านบาท และการเพิ่มขึ้นของหนี้สินเงินคืนที่เกิดจากการตั้งประมาณการสินค้าเพิ่มขึ้นจำนวน 20.46 ล้านบาท แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทมียอดขายเพิ่มมากขึ้นทำให้มีการเพิ่มขึ้นของลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นจำนวน 31.69 ล้านบาท และการเพิ่มขึ้นของสินค้าคงเหลือจำนวน 16.44 ล้านบาท เพื่อสำรองไว้สำหรับการจำหน่าย

สำหรับงวดปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทฯ มีกระแสเงินสดได้มาจากกิจกรรมการดำเนินงานสุทธิเท่ากับ 922.17 ล้านบาท โดยสาเหตุมาจากการเพิ่มขึ้นของผลการดำเนินงานของบริษัทจำนวน 984.55 ล้านบาท การเพิ่มขึ้นของเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นจำนวน 139.43 ล้านบาท และหนี้สินเงินคืนที่เกิดจากการตั้งประมาณการสินค้าเพิ่มขึ้นจำนวน 9.45 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม บริษัทมียอดขายที่เพิ่มมากขึ้นอย่างมีสาระสำคัญ ทำให้บริษัทมีการเพิ่มขึ้นของลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นจำนวน 91.21 ล้านบาท ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อีกทั้ง สินค้าคงเหลือของบริษัทเพิ่มขึ้นจำนวน 51.26 ล้านบาท และประมาณการส่วนลดที่เป็นการประมาณการค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายเพิ่มขึ้น 16.67 ล้านบาท รวมทั้งมีรายการเงินฝากธนาคารติดภาระค้ำประกันการใช้วงเงินหนังสือค้ำประกันจำนวน 66.00 ล้านบาท

สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุด วันที่ 31 มีนาคม 2564 บริษัทฯ มีกระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมการดำเนินงานสุทธิเท่ากับ 19.66 ล้านบาท โดยมีสาเหตุมาจากการเพิ่มขึ้นของผลการดำเนินงานของบริษัทจำนวน 82.51 ล้านบาท โดยบริษัทได้รับชำระหนี้จากเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นทำให้ยอดเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นลดลงจำนวน 168.81 ล้านบาท นอกจากนี้ ผลกระทบจากการเผยแพร่ข่าวสารและข้อมูลผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ หรือ สังคมออนไลน์ (Social Media) เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่มีการอวดอ้างสรรพคุณเกินจริง ทำให้บริษัทฯ หยุดการเผยแพร่สื่อโฆษณาที่ได้มีการวางแผนการขายและทำการตลาดไว้ ซึ่งส่งผลให้ยอดการสั่งซื้อสินค้ามีปริมาณการสั่งซื้อที่ลดลง ซึ่งทำให้ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นลดลงจำนวน 116.76 ล้านบาท ในขณะที่สินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้นจำนวน 24.42 ล้านบาท

2. กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน

สำหรับปี 2561 ปี 2562 และปี 2563 พบว่าบริษัทฯ มีกระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน เท่ากับ 19.97 ล้านบาท 20.64 ล้านบาท และ 206.59 ล้านบาท ตามลำดับ โดยการเปลี่ยนแปลงส่วนใหญ่ของกระแสเงินสดที่ใช้ไปในกิจกรรมการลงทุนเกิดจากการที่บริษัทฯ มีการลงทุนซื้อเครื่องจักรประเภทต่างๆ ซื้อที่ดินและอาคารสำหรับขยายโรงงานบริเวณที่ตั้งโรงงานเดิม และที่ดินเปล่าบริเวณตำบลในคลองบางปลากด อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ สำหรับก่อสร้างโรงงานและคลังสินค้าแห่งใหม่เพื่อรองรับกำลังการผลิตและยอดขายที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต และสำหรับงวดสิ้นสุด วันที่ 31 มีนาคม 2564 บริษัทฯ มีกระแสเงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมลงทุน เท่ากับ

16.03 ล้านบาท จากการจำหน่ายที่ดินพร้อมอาคารให้บุคคลที่เกี่ยวข้องกันเพื่อนำเงินไปเป็นเงินทุนหมุนเวียนสำหรับสร้างโรงงานและคลังสินค้าแห่งใหม่

3. กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน

สำหรับปี 2561 ปี 2562 และปี 2563 บริษัทฯ มีกระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงินจำนวน 19.89 ล้านบาท 59.07 ล้านบาท และ 436.94 ล้านบาท ตามลำดับ โดยในปี 2561 บริษัทฯ ได้ชำระเงินคืนกู้ยืมทั้งระยะสั้นและระยะยาว รวมทั้ง จ่ายดอกเบี้ยให้แก่สถาบันการเงินและบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน ทำให้ ณ ปัจจุบัน บริษัทฯ ไม่มีภาระการใช้จ่ายเงินกับสถาบันการเงินแห่งใด ยกเว้นการออกหนังสือค้ำประกันมูลค่า 66.00 ล้านบาท เพื่อนำไปเป็นหลักค้ำประกันสัญญาใช้บริการโฆษณากับคู่ค้ารายหนึ่ง นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 150.00 ล้านบาท และ 225.00 ล้านบาท และมีการจ่ายปันผลรวมจำนวน 81.65 ล้านบาท และ 501.00 ล้านบาท ในปี 2562 และ 2563 ตามลำดับ

16.1.7 การวิเคราะห์อัตราส่วนการเงินที่สำคัญ

อัตราส่วนทางการเงิน	หน่วย	งบการเงิน			
		สำหรับปีบัญชี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม			สำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม
		ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564
อัตราส่วนสภาพคล่อง (Liquidity Ratio)					
อัตราส่วนสภาพคล่อง	เท่า	0.93	1.58	1.32	1.70
อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว	เท่า	0.41	0.88	1.00	1.15
อัตราส่วนสภาพคล่องกระแสเงินสด	เท่า	0.15	0.76	2.63	N/A ³
อัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้า	เท่า	4.40	6.76	18.54	13.46
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย	วัน	82.93	54.03	19.68	27.11
อัตราส่วนหมุนเวียนเจ้าหนี้	เท่า	2.05	3.39	6.38	7.01
ระยะเวลาชำระหนี้	วัน	178.34	107.57	57.19	52.07
อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าสำเร็จรูป	เท่า	3.58	4.31	9.87	6.36
ระยะเวลาขายสินค้าสำเร็จรูปเฉลี่ย	วัน	101.96	84.68	36.97	57.39
อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ	เท่า	2.34	2.69	5.09	3.36
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย	วัน	156.17	135.88	71.65	108.52
วงจรเงินสด (Cash Cycle)	วัน	60.77	82.33	34.14	83.57
อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio)					
อัตรากำไรขั้นต้น	ร้อยละ	48.50	52.41	74.38	69.03
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน	ร้อยละ	8.39	20.98	44.21	22.24
อัตรากำไรอื่น	ร้อยละ	1.26	0.17	0.39	0.02
อัตราส่วนเงินสดต่อการทำกำไร	ร้อยละ	113.41	125.93	93.48	N/A ³
อัตรากำไรสุทธิ	ร้อยละ	5.31	15.80	34.86	18.23
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	ร้อยละ	19.68	45.19	188.97	44.31

อัตราส่วนทางการเงิน	หน่วย	งบการเงิน			
		สำหรับปีบัญชี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม			สำหรับงวดสามเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม
		ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564
อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Efficiency Ratio)					
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์	ร้อยละ	5.49	21.49	100.24	25.20
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวร	ร้อยละ	20.50	64.77	27.26	86.22
อัตรากาไรหมุนของสินทรัพย์	เท่า	1.03	1.36	2.88	1.38
อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน (Financial Policy Ratio)					
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	เท่า	2.03	0.72	0.95	0.59
อัตราส่วนความสามารถชำระดอกเบี้ย	เท่า	3.76	21.05	1,723.54	370.01
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษีเงินได้ ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (interest bearing debt to EBITDA ratio)	เท่า	3.30	0.01	0.02	0.07
อัตราส่วนความสามารถชำระภาระผูกพัน (Cash basis)	เท่า	0.41	69.13	255.47	78.46
อัตราการจ่ายเงินปันผล ¹	ร้อยละ	-	107.93	64.16	-

หมายเหตุ: ¹ อัตราการจ่ายเงินปันผลเกิดจากการจ่ายเงินปันผลจากกำไรสะสมให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม ทั้งนี้ในอนาคตอัตราในการจ่ายเงินปันผลจะเป็นไปตามนโยบายของบริษัท

² ในการคำนวณอัตราส่วนทางการเงินสำหรับงวด 3 เดือนปี 2564 โดยปรับการคำนวณเป็นรายปี (Prorated) เพื่อการเปรียบเทียบ

³ N/A ไม่สามารถคำนวณได้ เนื่องจากกระแสเงินสดจากการดำเนินงานติดลบ

อัตราส่วนสภาพคล่อง

บริษัทฯ มีอัตราส่วนสภาพคล่อง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ถึง 2563 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 เท่ากับ 0.93 เท่า 1.58 เท่า 1.32 เท่า และ 1.70 เท่า ตามลำดับ โดยบริษัทฯ มีอัตราส่วนสภาพคล่องอยู่ในระดับที่ดีขึ้นในทุกๆ ปี ทั้งนี้ ในปี 2563 บริษัทฯ มีอัตราส่วนสภาพคล่องลดลงเล็กน้อยเนื่องจากบริษัทฯ มีภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้นและค่าใช้จ่ายค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้นตามการเติบโตของผลการดำเนินงาน ซึ่งมีรายการหลักๆ ประกอบไปด้วยค่าโฆษณาค้างจ่าย และค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายค้างจ่าย เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายค้างจ่ายปรับตัวลดลง ทำให้บริษัทฯ มีอัตราส่วนสภาพคล่องปรับตัวสูงขึ้นเป็นเท่ากับ 1.70 เท่า

บริษัทฯ มีระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ถึง 2563 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 เท่ากับ 83 วัน 54 วัน 20 วัน และ 27 วัน ตามลำดับ โดยบริษัทฯ มีระยะเวลาในการเก็บหนี้เงินลูกหนี้การค้ากลุ่มร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) อยู่ที่ประมาณ 60 วันนับจากวันส่งสินค้า (Credit Term เฉลี่ย 60 วัน แต่ทั้งนี้ ในการรับชำระหนี้จะขึ้นอยู่กับรอบการวางบิลและการจ่ายเงินของลูกค้านั้นๆ) ทั้งนี้ บริษัทฯ มีระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ยลดน้อยลง เนื่องจากสัดส่วนการจำหน่ายให้แก่กลุ่มลูกค้า Telesales มีจำนวนที่เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งลูกค้ากลุ่มข้างต้นไม่ได้รับเครดิตเทอม และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 บริษัทฯ มีระยะเวลาในการเก็บหนี้เงินลูกหนี้การค้าเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากบริษัทฯ มีสัดส่วนการจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่ได้รับเครดิตเทอมเพิ่มขึ้น

บริษัทฯ มีระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ถึง 2563 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 เท่ากับ 102 วัน 82 วัน 37 วัน และ 57 วัน ตามลำดับ โดยบริษัทฯ มีระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ยลดลง เนื่องจากบริษัทฯ มียอดคำสั่งซื้อเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามในช่วง 3 เดือนของปี 2564 ระยะเวลาการขายสินค้าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นเล็กน้อย เนื่องจากผลกระทบจากกระแสข่าวเชิงลบเกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ส่งผลให้คำสั่งซื้อและการจำหน่ายสินค้าชะลอตัวลง

บริษัทฯ มีระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2561 ถึง 2563 และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2564 เท่ากับ 178 วัน 108 วัน 57 วัน และ 52 วัน ตามลำดับ โดยบริษัทฯ มีระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ยลดลง เนื่องจากบริษัทฯ จะได้รับส่วนลดทางการค้าเมื่อชำระค่าสินค้าเร็วขึ้น และมีข้อตกลงทางการค้าในการชำระหนี้เฉลี่ย 30 ถึง 60 วัน และในส่วนของวงจรเงินสด (Cash Cycle) บริษัทฯ มีวงจรเงินสดเท่ากับ 61 วัน 82 วัน 34 วัน และ 84 วัน ตามลำดับ

อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร

บริษัทฯ มีอัตรากำไรขั้นต้นสำหรับปี 2561 ถึง 2563 และสำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2564 เท่ากับร้อยละ 48.50 ร้อยละ 52.41 ร้อยละ 74.38 และร้อยละ 69.03 ตามลำดับ โดยบริษัทฯ มีอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับรายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าที่เติบโตอย่างรวดเร็วและการบริหารต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ

บริษัทฯ มีอัตรากำไรสุทธิสำหรับปี 2561 ถึง 2563 และสำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2564 เท่ากับร้อยละ 5.31 ร้อยละ 15.80 ร้อยละ 34.86 และร้อยละ 18.23 ตามลำดับ ซึ่งอัตรากำไรเพิ่มขึ้นในทุกๆ ปี จากการวางแผนการขายและการตลาด ประกอบกับการบริหารต้นทุน ทั้งนี้ งวดสามเดือนปี 2564 บริษัทฯ มีอัตรากำไรสุทธิที่ปรับตัวลดลง อันเนื่องมาจากผลกระทบของกระแสข่าวในเชิงลบเกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

บริษัทฯ มีอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นสำหรับปี 2561 ถึง 2563 และสำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2564 เท่ากับร้อยละ 19.68 ร้อยละ 45.19 ร้อยละ 188.97 และร้อยละ 44.31 ตามลำดับ โดยบริษัทฯ มีอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นในทุกๆ ปี เนื่องจากบริษัทฯ มีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา

อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

สำหรับงวดปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม ปี 2561 ถึง 2563 และสำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2564 บริษัทฯ มีอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์เท่ากับร้อยละ 5.49 ร้อยละ 21.49 ร้อยละ 100.24 และร้อยละ 25.20 และอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวรเท่ากับร้อยละ 20.50 ร้อยละ 64.77 ร้อยละ 27.26 และร้อยละ 86.22 มีอัตราการหมุนของสินทรัพย์เท่ากับ 1.03 เท่า 1.36 เท่า 2.88 เท่า และ 1.38 เท่า ตามลำดับ โดยช่วงที่ผ่านมาบริษัทฯ ได้ขยายการลงทุนในเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่มีเทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัยมากขึ้น เพื่อเพิ่มกำลังการผลิต ประสิทธิภาพและคุณภาพในการผลิต รวมทั้งลงทุนในที่ดินและอาคาร เพื่อการก่อสร้างโรงงานและคลังสินค้าแห่งใหม่ในอนาคต

อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน

สำหรับงวดปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม ปี 2561 ถึง 2563 และสำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2564 บริษัทฯ มีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 2.03 เท่า 0.72 เท่า 0.95 เท่า และ 0.59 เท่าตามลำดับ ซึ่งมีอัตราส่วนที่ลดลง เนื่องจากบริษัทไม่มีภาระการใช้งเงินสินเชื่อกับสถาบันการเงินแห่งใด และมีผลการดำเนินงานที่ดี ทำให้มีกำไรสะสมเพิ่มขึ้นทุกปี

สำหรับงวดปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม ปี 2561 ถึง 2563 และสำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2564 บริษัทฯ มีอัตราส่วนความสามารถชำระดอกเบี้ยเท่ากับ 3.76 เท่า 21.05 เท่า 1,723.54 เท่า และ 370.01 เท่า และมีอัตราส่วนความสามารถชำระภาระผูกพันเท่ากับ 0.41 เท่า 69.13 เท่า 255.47 เท่า และ 78.46 เท่า ตามลำดับ เนื่องจากบริษัทไม่มีภาระการใช้งเงินสินเชื่อ แต่มีเพียงค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยเช่าซื้อยานพาหนะและค่าธรรมเนียมธนาคาร

16.2 ปัจจัยและอิทธิพลที่อาจมีผลต่อการดำเนินงานหรือฐานะทางการเงินในอนาคต

16.2.1 ผลกระทบจากกระแสข่าวเชิงลบ

ผลกระทบจากการเผยแพร่ข่าวสารและข้อมูลผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ หรือ สังคมออนไลน์ (Social Media) ที่มีผู้ใช้จำนวนมากแบ่งปันข้อมูลกันบนเครือข่ายผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยข่าวสารที่เผยแพร่เป็นข่าวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่มีการอวดอ้างสรรพคุณเกินจริงซึ่งเป็นลักษณะของโฆษณาหรือสื่อที่ไม่ได้รับอนุญาตให้เผยแพร่ รวมทั้ง ข้อมูลข่าวสารผลกระทบด้านสุขภาพจากการรับประทาน ซึ่งเป็นผลกระทบเชิงลบที่บริษัทฯ ไม่สามารถควบคุมได้ ทำให้เกิดกระแสต่อต้านการบริโภคสินค้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร จนอาจส่งผลให้ผู้บริโภคมีการชะลอคำสั่งซื้อ และบริษัทฯ ต้องปรับเปลี่ยนแผนในการขายและการตลาดที่ทำให้เกิดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีการออกระเบียบขั้นตอนการจัดทำและเผยแพร่โฆษณา เพื่อป้องกันการเผยแพร่สื่อโฆษณาที่ไม่เหมาะสมสู่ผู้บริโภค และตระหนักถึงความสำคัญของการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ โดยบริษัทฯ มีกระบวนการคัดเลือกคู่ค้าผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบที่มีมาตรฐานโดยสามารถดูได้จาก เอกสารรับรองคุณภาพและความปลอดภัยของวัตถุดิบ เช่น ใบรายงานผลตรวจวิเคราะห์ด้านคุณภาพเคมี (Certificate of Analysis : COA) เอกสารข้อมูลความปลอดภัยสารเคมี (Material Safety Data Sheet : MSDS) ใบรับรองมาตรฐาน GMP ISO 9001 และเอกสารฮาลาล เป็นต้น

16.2.2 ผลกระทบจากการเสนอขายหุ้นสามัญ

ภายหลังการเสนอขายหุ้นให้แก่ประชาชนในครั้งนี จำนวนหุ้นของบริษัทฯ จะเพิ่มขึ้นเป็น 600,000,000 หุ้น จากเดิม 450,000,000 หุ้น ณ วันที่ 7 มิถุนายน 2564 มูลค่าตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท หรือเพิ่มขึ้นจำนวน 150,000,000 หุ้น คิดเป็นร้อยละ 25.00 ของทุนชำระแล้วภายหลังการเสนอขายหุ้นดังกล่าว ซึ่งจะมีผลทำให้อัตราส่วนต่างๆ ที่เปรียบเทียบกับสัดส่วนของผู้ถือหุ้นหรือจำนวนหุ้นของบริษัทลดลงในอนาคต เนื่องจากส่วนของผู้ถือหุ้นและจำนวนหุ้นที่ใช้เป็นฐานในการคำนวณเพิ่มขึ้น (Dilution Effect) เช่น กำไรสุทธิต่อหุ้น (Earnings per Share) อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity) เป็นต้น

ทั้งนี้ ในงวด 3 เดือนแรกของปี 2564 บริษัทมีกำไรสุทธิจำนวน 69.19 ล้านบาท หรือคิดเป็นกำไรสุทธิต่อหุ้น (Weighted Average) เท่ากับ 0.15 บาท คำนวณโดยใช้จำนวนหุ้นสามัญถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 450,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้ที่เท่ากับหุ้นละ 0.50 บาท และหากคำนวณกำไรสุทธิต่อหุ้นภายหลังการเพิ่มทุนโดยการเสนอขายหุ้นให้กับประชาชนในครั้งนี้อย่างไรก็ตาม โดยใช้กำไรสุทธิสำหรับงวด 3 เดือนแรกของปี 2564 และใช้จำนวนหุ้นที่ออกจำหน่ายและเรียกชำระแล้วภายหลังการเพิ่มทุนดังกล่าว ที่เท่ากับ 600,000,000 หุ้น เป็นฐานในการคำนวณจะได้กำไรสุทธิต่อหุ้น (Fully Diluted) สำหรับงวดไตรมาสที่ 1 ปี 2564 เท่ากับ 0.12 บาท

อย่างไรก็ตาม ในการเสนอขายหุ้นและนำหุ้นเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ ครั้งนี้ บริษัทฯ เชื่อว่าในระยะยาวบริษัทฯ จะได้รับประโยชน์จากการนำเงินที่ได้จากการเสนอขายหุ้นแก่ประชาชนไปลงทุนตามแผนขยายธุรกิจของบริษัทฯ และใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน รวมทั้งบริษัทฯ จะได้รับผลประโยชน์อื่นๆ เช่น ความน่าเชื่อถือ และภาพพจน์ที่ดีในการเป็นบริษัทจดทะเบียน โดยคาดว่าในอนาคตบริษัทฯ จะสามารถสร้างรายได้และผลตอบแทนที่สูงขึ้นเป็นการชดเชยผลกระทบของจำนวนหุ้นที่เพิ่มขึ้น