



## คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ (Management Discussion and Analysis)

สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2565

## บทสรุปผู้บริหาร

หน่วย : พันบาท	ไตรมาส 1	ไตรมาส 4	ไตรมาส 1	เปลี่ยนแปลง	
	ปี 2565	ปี 2564	ปี 2565	%QoQ	%YoY
	("1Q22")	("4Q21")	("1Q21")		
รายได้จากการขาย	83,403	111,422	94,812	(25.1%)	(12.0%)
กำไรขั้นต้น	23,297	40,034	34,046	(41.8%)	(31.6%)
EBITDA	(6,822)	13,611	39,448	(150.1%)	(117.3%)
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	(11,582)	4,002	7,477	(389.4%)	(254.9%)
กำไร (ขาดทุน) สุทธิจากการดำเนินงานปกติ <sup>(1)</sup>	(11,582)	7,582	7,477	(252.8%)	(254.9%)
อัตรากำไรขั้นต้น	27.9%	35.9%	35.9%	(8.0%)	(8.0%)
อัตรา EBITDA	(7.9%)	12.1%	41.2%	(20.0%)	(49.1%)
อัตรากำไร (ขาดทุน) สุทธิ	(13.4%)	3.6%	7.8%	(17.0%)	(21.2%)
อัตรากำไร (ขาดทุน) สุทธิจากการดำเนินงานปกติ <sup>(1)</sup>	(13.4%)	6.7%	7.8%	(20.2%)	(21.2%)

ที่มา : ข้อมูลทางการเงินระหว่างกลางงวด 3 เดือนปี 2565 (สอบทานแล้ว) และข้อมูลจากฝ่ายบริหาร

หมายเหตุ : (1) ค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานปกติส่วนใหญ่ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายในการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนต่อประชาชนเป็นครั้งแรก ("IPO")

ในปี 2565 บริษัทพบสถานการณ์ความไม่แน่นอนต่าง ๆ ทั้งในระดับประเทศและระดับโลก สถานการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัท เช่น กำไรขั้นต้นของผู้บริโภคลดลง ต้นทุนวัตถุดิบสูงขึ้น เป็นต้น ฝ่ายจัดการได้ดำเนินหลายอย่างเพื่อลดผลกระทบทางลบจากสถานการณ์ดังกล่าว เช่น การขยายช่องทางการตลาดแบบออนไลน์ การควบคุมต้นทุนวัตถุดิบและค่าก่อสร้าง บริษัทจึงยังคงคาดการณ์ว่าความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจะยังคงเป็นไปตามแผนธุรกิจ

## QoQ (1Q22 vs 4Q21)

- ในงวด 1Q22 บริษัท โรงงานเภสัชอุตสาหกรรม เจเอสพี (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ("บริษัท" หรือ "JP") มีรายได้จากการขายลดลงร้อยละ 25.1 จากงวด 4Q21 สาเหตุหลักเกิดจากสถานการณ์ตลาดในปัจจุบันมีความไม่แน่นอนหลายประการ เช่น สถานการณ์แพร่ระบาดของ COVID-19 ความขัดแย้งทางการเมืองในต่างประเทศ เป็นต้น ทำให้ค่าครองชีพของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นตั้งแต่ต้นปี 2565 ผู้บริโภคจึงมีความต้องการสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์เสริมอาหารลดลงเพราะเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย
- บริษัทมีอัตรากำไรขั้นต้นงวด 1Q22 ลดลงจากงวด 4Q21 ร้อยละ 8.0 เนื่องจากมีรายได้ลดลง แต่บริษัทยังคงมีต้นทุนคงที่ซึ่งส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายพนักงานอยู่
- นอกจากการลดลงของรายได้จากการขาย กำไรสุทธิจากการดำเนินงานปกติของบริษัทลดลงเพราะบริษัทมีค่าใช้จ่ายโฆษณาประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้นเพื่อสร้างความตระหนักถึงตราหือ โดยบริษัทคาดหวังว่ากิจกรรมนี้จะทำให้ขยายฐานลูกค้าได้ในระยะยาว

## YoY (1Q22 vs 1Q21)

- บริษัทมีรายได้จากการขายงวด 1Q22 เมื่อเทียบกับงวด 1Q21 ลดลง 11.4 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 12.0 มีสาเหตุหลักมาจากรายได้จากลูกค้าประเภท OEM ลดลง โดยเฉพาะในผลิตภัณฑ์ประเภทเสริมอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันทำให้ลูกค้ามีความระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้น
- เนื่องจากสถานการณ์ความไม่แน่นอนในช่วง 1Q22 ส่งผลให้ต้นทุนวัตถุดิบบางรายการเพิ่มสูงขึ้น ดังนั้นอัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทงวด 1Q22 อยู่ที่ร้อยละ 27.9
- ถึงแม้ว่าบริษัทจะมีค่าใช้จ่ายโฆษณาประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้นในงวด 1Q22 เมื่อเทียบกับงวด 1Q21 บริษัทมีต้นทุนทางการเงินลดลงเพราะการชำระหนี้เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินอย่างต่อเนื่อง

## อัตราส่วนทางการเงิน 1Q22 vs FY21

- บริษัทมีอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์และผู้ถือหุ้นลดลงใน 1Q22 เนื่องจากขาดทุนสุทธิระหว่างงวด แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทนำเงินที่ได้รับจากการเสนอขายหุ้นไปชำระหนี้เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินทำให้อัตรานี้ดีขึ้น

	1Q22	FY21
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์	(1.0%)	2.4%
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	(1.2%)	3.1%
อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (เท่า)	0.26	0.30



เหตุการณ์สำคัญในไตรมาสที่ 1 ปี 2565



ความร่วมมือกับ บมจ. ทีวี ไดเร็กซ์ เพื่อส่งเสริมการตลาดทางตรง

บริษัทได้เดินหน้าดำเนินการตามบันทึกความร่วมมือกับ บมจ. ทีวี ไดเร็กซ์ เพื่อส่งเสริมการตลาดทางตรงสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภท Own Brand บางรายการ ตลอดปี 2565 ซึ่งจะ เป็นกลไกหนึ่งในการสร้างรายได้ให้เติบโตขึ้น



การได้รับใบอนุญาตครอบครองและผลิตสารสกัดกัญชง

เมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2565 บริษัทได้รับใบอนุญาตผลิต (ที่มีใช้การปลูก) ยาเสพติดให้โทษประเภท 5 (เฉพาะกัญชง) เลขที่ ลพ 1/2565 (มป) จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ส่งผลให้บริษัทสามารถรับจ้างสกัด และจำหน่ายสารสกัด รวมถึงการพัฒนาสารสกัดเป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหารได้ ทั้งนี้บริษัทคาดการณ์ว่าจะสามารถสร้างรายได้จากการสกัดกัญชง ในปี 2565

ผลกระทบจากสถานการณ์ความไม่แน่นอนทั้งในระดับประเทศและระดับโลก

ในปี 2565 สถานการณ์โลกได้เปลี่ยนแปลงหลายประการ เช่น ความขัดแย้งทางการเมืองระหว่างประเทศ ภาวะเงินเฟ้อ และการแพร่ระบาดของ COVID-19 เป็นต้น สถานการณ์ดังกล่าวมีผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทเพราะทำให้ผู้บริโภคมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายมีมากขึ้น นอกจากนี้ สินค้าโภคภัณฑ์ เช่น น้ำมัน เหล็ก มีราคาสูงขึ้น ทำให้มีต้นทุนวัตถุดิบบางรายการและต้นทุนก่อสร้างเพิ่มสูงขึ้น

แนวทางของฝ่ายจัดการ

ฝ่ายจัดการได้ติดตามและประเมินสถานการณ์เหล่านี้อย่างใกล้ชิด ฝ่ายจัดการได้ดำเนินการหลายประการเพื่อสร้างผลกำไรอย่างยั่งยืนในสถานการณ์นี้ โดยจัดการเรื่องรายได้ผ่านการทำการตลาดหลากหลายช่องทาง โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หลากหลายรูปแบบเพื่อขยายฐานลูกค้า ส่วนการควบคุมต้นทุนนั้น บริษัทได้ดำเนินการต่อรองกับผู้ค้าเพื่อตรึงราคาวัตถุดิบ การสำรองวัตถุดิบที่ใช้เป็นประจำบางรายการเพื่อลดความผันผวนของราคา ตลอดจนการควบคุมต้นทุนก่อสร้างให้เป็นไปตามแผนธุรกิจอย่างใกล้ชิด สำหรับกระแสเงินสดของบริษัท บริษัทมีการพิจารณาแผนการลงทุนอย่างระมัดระวังเพื่อป้องกันปัญหากระแสเงินสดและคงความสามารถในการสร้างผลตอบแทนได้ในระยะยาว

จากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นและแผนดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อความเสี่ยงเหล่านี้ บริษัทยังคงคาดการณ์ว่าผลการดำเนินงานสำหรับปี 2565 ยังคงเป็นไปตามแผนธุรกิจที่กำหนดไว้ โดยยังคงคาดการณ์ว่าผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทยังคงสามารถสร้างความพึงพอใจสูงสุดต่อลูกค้าได้

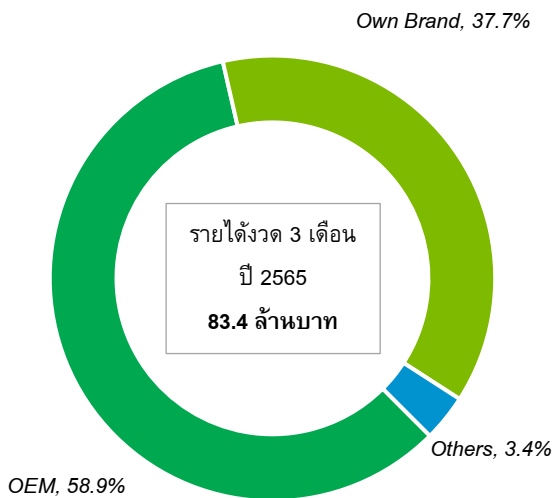


## ผลการดำเนินงาน

หน่วย : พันบาท	ไตรมาส 1	ไตรมาส 4	ไตรมาส 1	เปลี่ยนแปลง	
	ปี 2565	ปี 2564	ปี 2564	%QoQ	%YoY
รายได้จากการขาย	83,403	111,422	94,812	(25.1%)	(12.0%)
ต้นทุนขาย	(60,106)	(71,388)	(60,766)	(15.8%)	(1.1%)
<b>กำไรขั้นต้น</b>	<b>23,297</b>	<b>40,034</b>	<b>34,046</b>	<b>(41.8%)</b>	<b>(31.6%)</b>
รายได้อื่น	2,068	928	943	122.8%	119.3%
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	(22,373)	(13,191)	(11,363)	69.6%	96.9%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(15,981)	(19,346)	(12,057)	(17.4%)	32.5%
<b>กำไรจากการดำเนินงาน</b>	<b>(12,989)</b>	<b>8,425</b>	<b>11,569</b>	<b>(254.2%)</b>	<b>(212.3%)</b>
ต้นทุนทางการเงิน	(1,791)	(2,678)	(2,458)	(33.1%)	(27.1%)
ผลกำไรจากการวัดมูลค่าสินทรัพย์ทางการเงิน	357	-	-	100.0%	100.0%
กลับรายการขาดทุน (ขาดทุน) จากการด้อยค่า ซึ่งเป็นไปตาม TFRS 9	509	(496)	174	(202.6%)	192.5%
<b>กำไรก่อนภาษีเงินได้</b>	<b>(13,914)</b>	<b>5,251</b>	<b>9,285</b>	<b>(365.0%)</b>	<b>(249.9%)</b>
ภาษีเงินได้	2,332	(1,249)	(1,808)	(286.7%)	(229.0%)
<b>กำไรสุทธิ</b>	<b>(11,582)</b>	<b>4,002</b>	<b>7,477</b>	<b>(389.4%)</b>	<b>(254.9%)</b>
<b>กำไรสุทธิจากการดำเนินงานปกติ</b>	<b>(11,582)</b>	<b>7,582</b>	<b>7,477</b>	<b>(252.8%)</b>	<b>(254.9%)</b>

ที่มา : ข้อมูลทางการเงินระหว่างกาลงวด 3 เดือนปี 2565 (สอบทานแล้ว) และข้อมูลจากฝ่ายบริหาร

### 1. โครงสร้างรายได้จากการขาย



#### ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราหือของลูกค้า (OEM)

- บริษัทมีผลิตภัณฑ์หลากหลายรูปแบบเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า
- บริษัทยังมีรายได้ส่วนใหญ่มาจากการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์แบบ OEM

#### ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราหือของบริษัท (Own Brand)

- ตราหือของบริษัท ได้แก่ COX™, JSP™, สุภาพโอสถ™, EVITON™ ซึ่งครอบคลุมหลายช่องทางการจำหน่าย
- บริษัทมีแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดที่จะขยายรายได้จากผลิตภัณฑ์กลุ่ม Own Brand ให้เพิ่มขึ้น

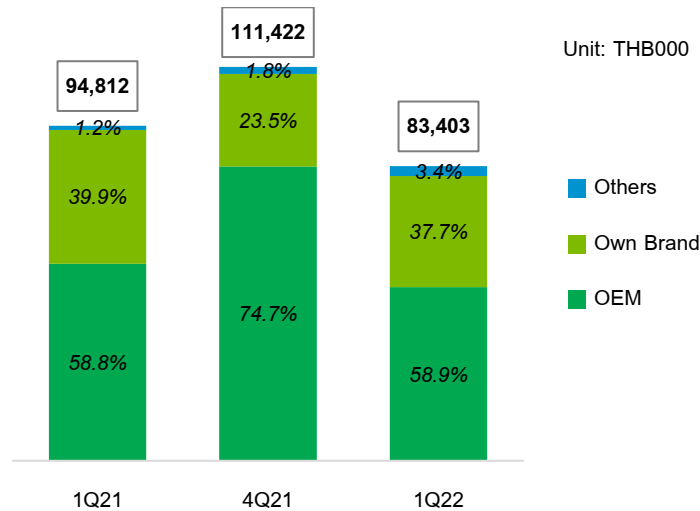
#### ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ (Others)

- บริษัทมีการจำหน่ายสินค้าแบบซื้อมาขายไป เช่น ชุดตรวจ COVID-19 ชุดตรวจสารเสพติด เป็นต้น



หน่วย : พันบาท	ไตรมาส 1	ไตรมาส 4	ไตรมาส 1	เปลี่ยนแปลง	
	ปี 2565 ("1Q22")	ปี 2564 ("4Q21")	ปี 2564 ("1Q21")	%QoQ	%YoY
OEM	49,140	83,276	55,760	(41.0%)	(11.9%)
Own Brand	31,440	26,170	37,872	20.1%	(17.0%)
Others	2,823	1,976	1,180	42.9%	139.2%
<b>รวม</b>	<b>83,403</b>	<b>111,422</b>	<b>94,812</b>	<b>(25.1%)</b>	<b>(12.0%)</b>

ที่มา : ข้อมูลทางการเงินระหว่างกาลงวด 3 เดือนปี 2565 (สอบทานแล้ว) และข้อมูลจากฝ่ายบริหาร



**QoQ (1Q22 vs 4Q21)** รายได้จากการขายงวด 1Q22 ลดลงไปจากงวด 4Q21 ร้อยละ 25.1 มีสาเหตุหลักจาก

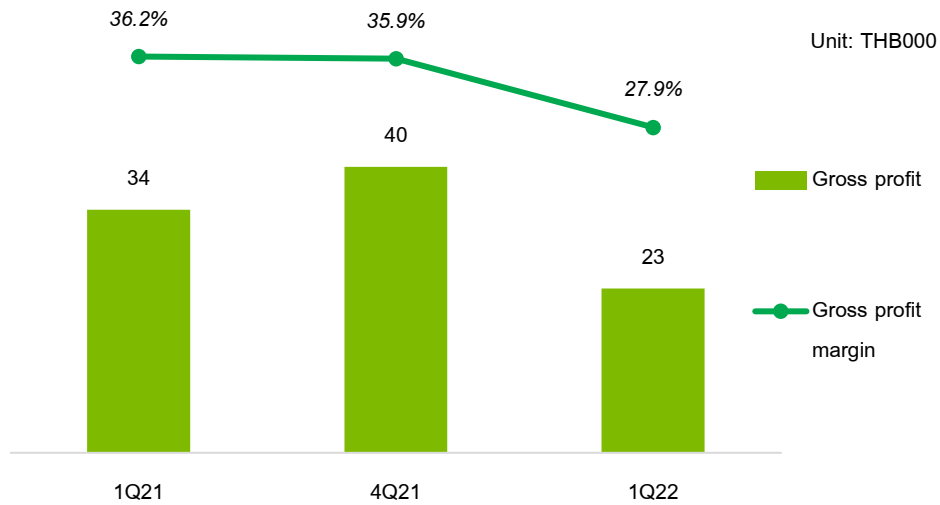
- **ผลิตภัณฑ์ OEM :** บริษัทมีรายได้ลดลงเนื่องจากลูกค้าชะลอการสั่งซื้อตามสถานการณ์ความไม่แน่นอนต่าง ๆ เช่น การแพร่ระบาดของ COVID-19 ความขัดแย้งทางการเมืองในต่างประเทศ เป็นต้น ทำให้ค่าครองชีพของผู้บริโภคเพิ่มสูงขึ้นตั้งแต่ต้นปี 2565 ผู้บริโภคจึงมีความต้องการสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์เสริมอาหารลดลงเพราะเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย
- **ผลิตภัณฑ์ Own Brand :** สัดส่วนรายได้จากผลิตภัณฑ์ Own Brand คิดเป็นร้อยละ 37.7 และร้อยละ 23.5 ของรายได้จากการขายรวมในงวด 1Q22 และงวด 4Q21 ตามลำดับ มีสาเหตุหลักจากบริษัทขยายช่องทางการขายแบบออนไลน์เพิ่มเติม ซึ่งได้รับผลตอบแทนที่ดีจากลูกค้า

**YoY (1Q22 vs 1Q21)** รายได้จากการขายงวด 1Q22 ลดลงไปจากงวด 1Q21 ร้อยละ 12.0 เพราะ

- **ผลิตภัณฑ์ OEM :** บริษัทมีสัดส่วนรายได้จากการขายกลุ่มลูกค้า OEM ในงวด 1Q22 ลดลงจากงวด 1Q21 เล็กน้อย ถึงแม้ว่าบริษัทจะมีรายได้จากผลิตภัณฑ์เสริมอาหารลดลง บริษัทมีรายได้เพิ่มขึ้นจากจำหน่ายสินค้าประเภทยาแผนปัจจุบันและสมุนไพร
- **ผลิตภัณฑ์ Own Brand :** รายได้จากผลิตภัณฑ์ Own Brand ลดลงเนื่องจากในปัจจุบันหน่วยงานราชการมีความเข้มงวดในการแพร่สื่อโฆษณามากขึ้น ส่งผลให้บริษัทไม่สามารถโฆษณาได้ตามแผนที่กำหนดไว้



## 2. กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น



### QoQ (1Q22 vs 4Q21)

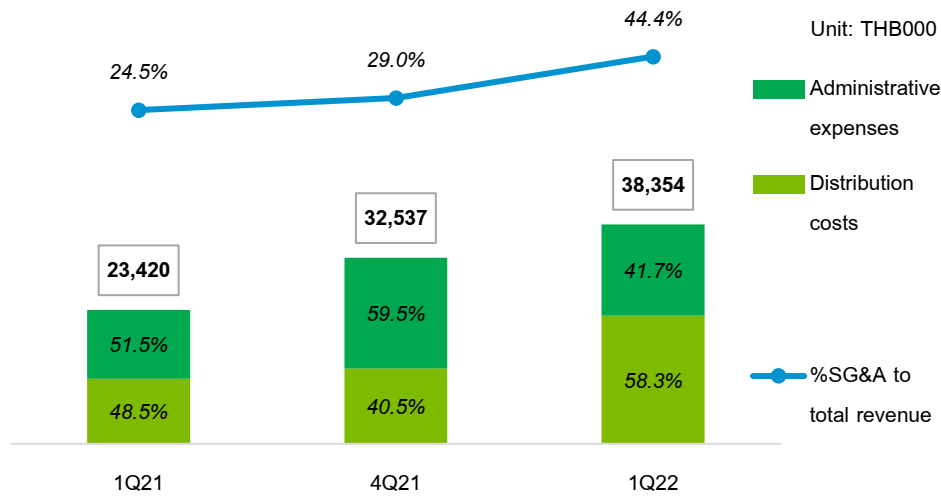
- กำไรขั้นต้นงวด 1Q22 ต่ำกว่างวด 4Q21 จำนวน 1.7 ล้านบาท เนื่องจากบริษัทมีรายได้จากการขายลดลง แต่บริษัทยังคงมีต้นทุนคงที่ซึ่งส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายพนักงาน จึงทำให้อัตรากำไรขั้นต้นลดลง

### YoY (1Q22 vs 1Q21)

- บริษัทมีกำไรขั้นต้นงวด 1Q22 ลดลงไปจากงวด 1Q21 จำนวน 1.1 ล้านบาท เนื่องจากสถานการณ์ความไม่แน่นอนในงวด 1Q22 ส่งผลให้ต้นทุนวัตถุดิบบางรายการเพิ่มสูงขึ้นไปจากงวด 1Q21



### 3. ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร



#### QoQ (1Q22 vs 4Q21)

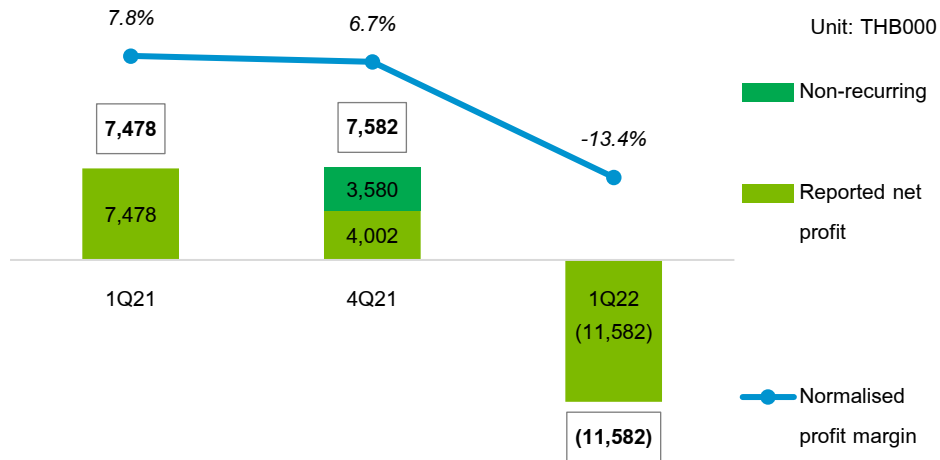
- **ต้นทุนในการจัดจำหน่าย** : บริษัทมีต้นทุนในการจัดจำหน่ายงวด 1Q22 และงวด 4Q21 รวม 22.4 ล้านบาท และ 13.2 ล้านบาท ตามลำดับ ต้นทุนในการจัดจำหน่ายงวด 1Q22 สูงขึ้นมีสาเหตุหลักจากค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความตระหนักในตราหือ โดยบริษัทคาดหวังว่ากิจกรรมนี้จะทำให้ขยายฐานลูกค้าได้ในระยะยาว
- **ค่าใช้จ่ายในการบริหาร** : บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการบริหารงวด 1Q22 และงวด 4Q21 รวม 16.0 ล้านบาท และ 19.3 ล้านบาท ตามลำดับ ค่าใช้จ่ายในการบริหารในงวด 4Q21 สูงกว่างวด 1Q22 เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการเสนอขายหุ้น IPO และค่าธรรมเนียมจากการชำระเงินกู้ยืมก่อนกำหนด

#### YoY (1Q22 vs 1Q21)

- **ต้นทุนในการจัดจำหน่าย** : ต้นทุนในการจัดจำหน่ายงวด 1Q22 เพิ่มขึ้นจากงวด 1Q21 จำนวน 11.0 ล้านบาท เนื่องจากบริษัทมีค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์และค่าบริการสำหรับช่องทางออนไลน์มากขึ้น
- **ค่าใช้จ่ายในการบริหาร** : ค่าใช้จ่ายในการบริหารงวด 1Q22 เพิ่มขึ้นจากงวด 1Q21 ร้อยละ 32.5 มีสาเหตุหลักจากค่าใช้จ่ายพนักงานเพิ่มขึ้น
- **อัตราส่วนต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม** : ในงวด 1Q22 บริษัทมีอัตราส่วนนี้ที่ร้อยละ 44.4 ซึ่งปรับตัวสูงขึ้นจากงวด 1Q21 เนื่องจากรายได้ที่ลดลงและค่าใช้จ่ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่สูงขึ้น



#### 4. กำไรสุทธิจากการดำเนินงานปกติ



##### QoQ (1Q22 vs 4Q21)

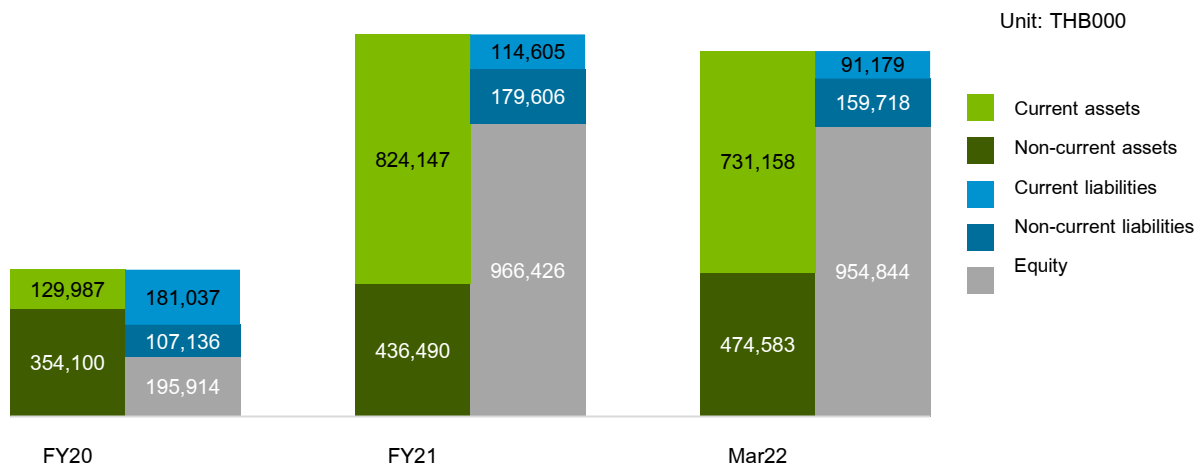
- กำไรสุทธิจากการดำเนินงานปกติงวด 1Q22 ลดลงไปจากงวด 4Q21 จำนวน 19.2 ล้านบาท เนื่องจากกำไรขั้นต้นที่ลดลงและต้นทุนในการจัดจำหน่ายสูงขึ้น

##### YoY (1Q22 vs 1Q21)

- บริษัทมีอัตรากำไร (ขาดทุน) สุทธิงวด 1Q22 และงวด 1Q21 ร้อยละ (13.4) และร้อยละ 7.8 ของรายได้รวมตามลำดับ เนื่องจากอัตรากำไรขั้นต้นลดลงร้อยละ 8.3 และอัตราส่วนต้นทุนในการจัดจำหน่ายต่อรายได้รวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.1



## ฐานะการเงิน



### สินทรัพย์

- **สินทรัพย์หมุนเวียน** : ณ วันที่ 31 มี.ค. 65 ("Mar22") สินทรัพย์หมุนเวียนส่วนใหญ่ประกอบด้วยเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด เงินลงทุนระยะสั้น และสินค้าคงเหลือ รวมคิดเป็นร้อยละ 90.9 ของสินทรัพย์หมุนเวียนรวม เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด Mar22 ลดลงจาก FY21 เพราะบริษัทนำเงินสดบางส่วนไปลงทุนระยะสั้นจำนวน 190.0 ล้านบาท และใช้ลงทุนในสินทรัพย์ถาวรเพื่อขยายกิจการตามแผนธุรกิจ ส่วนสินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้นเนื่องจากบริษัทมีแผนที่จะปรับสัดส่วนการขาย Own Brand ให้เพิ่มมากขึ้น จึงจำเป็นที่จะต้องสำรองสินค้าไว้ให้พร้อมจำหน่าย
- **สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน** : ในงวด 1Q22 บริษัทมีที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ คิดเป็นร้อยละ 34.8 ของสินทรัพย์รวม โดยในงวดปัจจุบันบริษัทมีที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์เพิ่มขึ้นจากงวดก่อนหน้าเพราะมีสินทรัพย์ระหว่างก่อสร้างและติดตั้ง ซึ่งมาจากการปรับปรุงสถานที่ผลิตโรงงาน กรุงเทพฯ และการก่อสร้างโรงงานผลิตเพิ่มเติมที่จังหวัดลำพูน

### หนี้สิน

- **หนี้สินหมุนเวียน** : บริษัทมีหนี้สินหมุนเวียนงวด Mar22 ลดลงจากงวด FY21 จำนวน 23.4 ล้านบาท เพราะบริษัทมีเจ้าหนี้อื่นลดลงจำนวน 11.5 ล้านบาทจากการจ่ายโบนัสให้แก่พนักงาน นอกจากนั้นหนี้สินที่เกิดจากสัญญา (เงินมัดจำรับล่วงหน้าจากลูกค้า) ลดลงจำนวน 7.7 ล้านบาท ซึ่งสอดคล้องรายได้ที่ลดลง
- **หนี้สินไม่หมุนเวียน** : บริษัทมีหนี้สินไม่หมุนเวียนงวด Mar22 ลดลงจากงวด FY21 ร้อยละ 11.1 เพราะบริษัทชำระหนี้เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินก่อนกำหนด

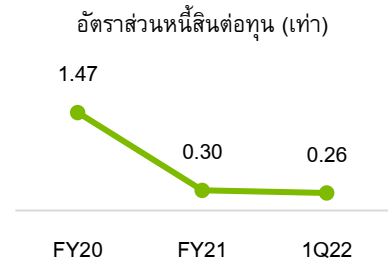
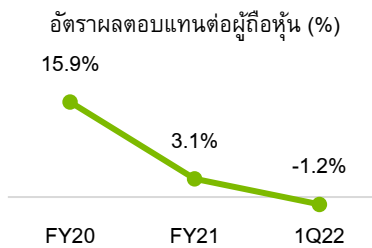
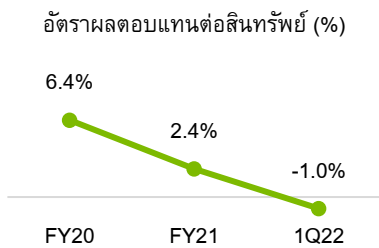
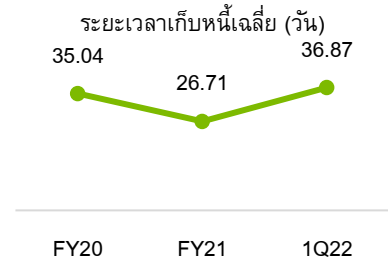
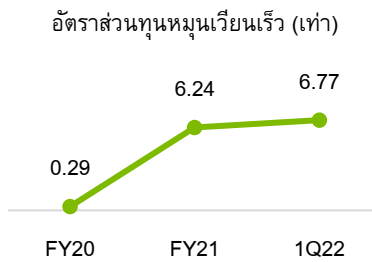
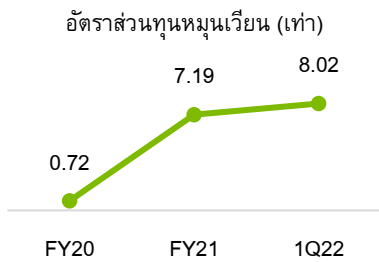
### ส่วนของผู้ถือหุ้น

- ในงวด 1Q22 บริษัทมีกำไรสะสมลดลงเนื่องจากขาดทุนสุทธิ





## อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ



- จากการเสนอขายหุ้น IPO ใน FY21 บริษัทจึงมีสภาพคล่องเพิ่มขึ้น ส่งผลให้บริษัทมีอัตราส่วนทุนหมุนเวียนและอัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็วเพิ่มขึ้นอย่างมีสาระสำคัญ
- อย่างไรก็ตาม ระยะเวลาเก็บหนี้ของงวด 1Q22 สูงขึ้นจาก FY21 เนื่องจากรายได้ที่ลดลง แต่บริษัทยังคงติดตามการรับชำระหนี้อย่างเคร่งครัดเพื่อลดปัญหานี้สูญ
- อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์และอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นลดลงอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากการเสนอขายหุ้น IPO ใน FY21 และผลขาดทุนใน 1Q22
- อัตราส่วนหนี้สินต่อทุนลดลงเนื่องจากการเสนอขายหุ้น IPO ทำให้มูลค่าสินทรัพย์และส่วนของผู้ถือหุ้นสูงขึ้น

นักลงทุนสัมพันธ์

โทร 064 479 1691

Email [ir@jsppharma.com](mailto:ir@jsppharma.com)