



COLLABORATION
TOWARDS INNOVATION
AHEAD OF GLOBAL DEMAND

คำอธิบายและการวิเคราะห์ ของฝ่ายจัดการ

บริษัท ที.แมน ฟาร์มาซูติคอล จำกัด (มหาชน)

Q1/2568

ภาพรวมการดำเนินงานธุรกิจ

บริษัท ที.แมน ฟาร์มาซูติคอล จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) และบริษัทย่อย ได้แก่ บริษัท ที.แมน ฟาร์มา จำกัด บริษัท เฮเวน เฮอร์บ จำกัด บริษัท โนวา เฮลธ์ จำกัด และบริษัท ทีเอ็มทีโปรสเปอร์ต จำกัด (รวมเรียกว่า “กลุ่มบริษัท”) เป็นหนึ่งในผู้นำธุรกิจผลิต และ/หรือจัดจำหน่ายเวชภัณฑ์ยาและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพในประเทศไทยมากกว่า 50 ปี โดยธุรกิจของกลุ่มบริษัท ประกอบด้วย

- (1) ผลิต และ/หรือ จัดจำหน่ายเวชภัณฑ์ยาและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพภายใต้แบรนด์ของกลุ่มบริษัท (“Own Brand”)
- (2) รับจ้างผลิตเวชภัณฑ์ยาและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก (“OEM”)
- (3) จัดจำหน่ายเวชภัณฑ์ยาและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก (“DBU”)

โดยกลุ่มบริษัท มีเวชภัณฑ์ยาและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่

- (1) ยาแผนปัจจุบัน
- (2) ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
- (3) ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องสำอาง
- (4) ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอื่น ๆ

ปัจจุบัน กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของกลุ่มบริษัท ประกอบด้วย

- (1) กลุ่มลูกค้าองค์กรประเภท (ก) ร้านขายยา (ข) โรงพยาบาล (ค) ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่และร้านค้าปลีกเฉพาะอย่าง (Specialty store) (ง) คลินิก (จ) กลุ่มลูกค้าอื่น ๆ (เช่น หน่วยงานภาครัฐ นิติบุคคลทั่วไป เป็นต้น)
- (2) กลุ่มลูกค้าบุคคล

บทสรุปผู้บริหาร

สรุปผลการดำเนินงาน	Q1/67	Q4/67	Q1/68	เปลี่ยนแปลง +/-	
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ
รายได้จากการขาย	587.3	574.0	594.2	12%	3.5%
กำไรขั้นต้น	287.3	288.4	286.2	-0.4%	-0.8%
EBITDA	193.4	167.6	184.0	-4.8%	9.8%
กำไรสุทธิ	139.5	108.1	121.9	-12.6%	12.8%
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	48.9%	50.2%	48.2%	-0.8%	-2.1%
อัตรากำไร EBITDA (%)	32.8%	28.9%	30.7%	-2.1%	1.8%
อัตรากำไรสุทธิ (%)	23.7%	18.6%	20.4%	-3.3%	1.7%

หมายเหตุ: อาจมีการเคลื่อนไหวของตัวเลขเนื่องจากการปิดจุดกศนิยม

ภาพรวมการดำเนินงาน Q1/2568

รายได้จากการขายของกลุ่มบริษัท ในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 เติบโตสอดคล้องกับกลยุทธ์การเติบโตที่วางแผนไว้ ทั้งการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ การขยายธุรกิจ DBU การเติบโตของธุรกิจรับจ้างผลิต (OEM) และการเพิ่มรายได้จากการขยายช่องทางจัดจำหน่ายในต่างประเทศ

ในไตรมาสนี้ กลุ่มบริษัท ประสบความสำเร็จในการขยายตลาดเข้าสู่โรงพยาบาล โดยสามารถสร้างรายได้เติบโตจากช่องทางโรงพยาบาลเพิ่มขึ้นร้อยละ 45 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน สะท้อนถึงศักยภาพในการเข้าถึงและเสริมความแข็งแกร่งในช่องทางหลักใหม่ของตลาดยา

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัท ยังสามารถรักษาการเติบโตของแบรนด์ชั้นนำ 5 อันดับแรกไว้ได้อย่างต่อเนื่อง พร้อมเดินหน้าพัฒนาและเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อรักษาความเป็นผู้นำตลาด ทั้งนี้เพื่อกระจายพอร์ตธุรกิจและเพิ่มความสามารถในการทำในระยะยาว กลุ่มบริษัท ได้เร่งขยายแบรนด์ผลิตภัณฑ์ความงาม “Rejuna” ในประเทศไทย โดยกลุ่มบริษัท ยังคงมุ่งมั่นในการขับเคลื่อนนวัตกรรมด้านสุขภาพ เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของทุกคน

เหตุการณ์สำคัญ



การสร้างแบรนด์และขยายฐานผู้บริโภคผ่านกิจกรรมการตลาด

ในไตรมาส 1 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างการรับรู้ในแบรนด์และสนับสนุนการเติบโตของยอดขายในกลุ่มผลิตภัณฑ์หลัก โดยจัดกิจกรรมในหลากหลายรูปแบบ อาทิ การสนับสนุนและเข้าร่วมกิจกรรมคอนเสิร์ต การจัดแคมเปญส่งเสริมการขายร่วมกับร้านขายยา ตลอดจนการออกบูธประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ในโรงพยาบาลและสถานพยาบาลต่าง ๆ

กิจกรรมดังกล่าวมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ และเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งกับพันธมิตรในช่องทางจัดจำหน่าย ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ในการเสริมความแข็งแกร่งด้านแบรนด์และการตลาดของกลุ่มบริษัทฯ ในระยะยาว



การขยายพอร์ตผลิตภัณฑ์และเสริมศักยภาพการผลิต

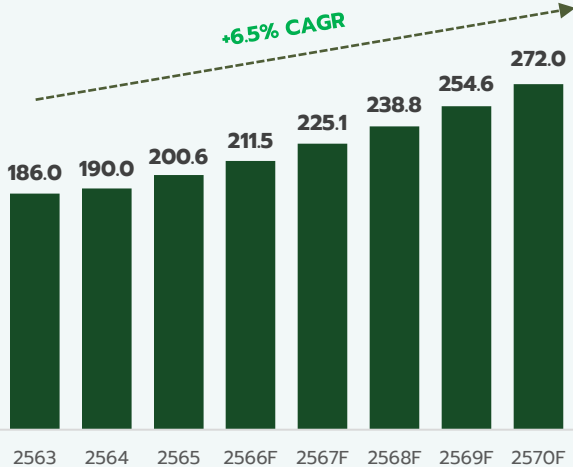
ในไตรมาสแรกของปี กลุ่มบริษัทฯ ได้ดำเนินการตามแผนกลยุทธ์ในการขยายพอร์ตผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและผู้บริโภค โดยมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและตอบโจทย์ด้านสุขภาพอย่างแท้จริง ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ ได้เริ่มผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ภายใต้การผลิตของบริษัทเอง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม Propoliz (เช่น สเปรย์ยาแผนปัจจุบัน), ยารักษาอาการหอบหืด Monlakast และยารักษาโรคผิวหนัง Fudic

การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ดังกล่าวนับเป็นอีกหนึ่งก้าวสำคัญในการยกระดับศักยภาพด้านการผลิตภายในประเทศ พร้อมทั้งเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มบริษัทฯ ในระยะยาว

ภาพรวมอุตสาหกรรม

มูลค่าตลาดยาในประเทศไทย

หน่วย: พันล้านบาท

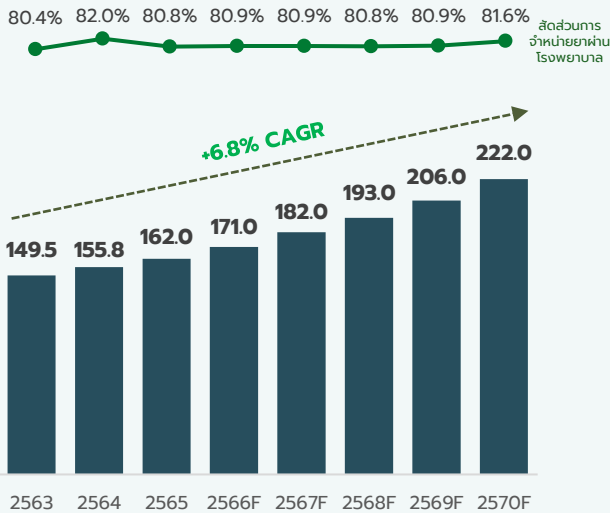


ขนาดตลาดยาในประเทศไทยคาดว่าจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสม (CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 6.5 ทำให้ตลาดมีมูลค่าประมาณ 272.0 พันล้านบาท ภายในปี 2570 โดยมีปัจจัยสนับสนุน ได้แก่ อัตราการเพิ่มขึ้นของโรคติดต่อและโรคเรื้อรัง ความตระหนักด้านสุขภาพที่สูงขึ้นของประชาชนซึ่งส่งผลให้เกิดความสนใจในการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน รวมถึงการเติบโตของกลุ่มผู้ป่วยต่างชาติที่เดินทางเข้ามารับการรักษาพยาบาลในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง

ที่มา: Krungsri Research, Statista

การจำหน่ายยาผ่านโรงพยาบาลในประเทศไทย

หน่วย: พันล้านบาท



มูลค่าการจำหน่ายยาในช่องทางโรงพยาบาลมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง โดยคาดว่าจะเพิ่มขึ้นจาก 149.5 พันล้านบาทในปี 2563 เป็น 222.0 พันล้านบาทในปี 2570 คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสม (CAGR) ที่ร้อยละ 6.8 โดยการจำหน่ายยาในประเทศไทยผ่านช่องทางโรงพยาบาลยังคงเป็นช่องทางหลัก โดยมีสัดส่วนอยู่ในระดับสูงกว่าร้อยละ 80 อย่างต่อเนื่อง สะท้อนถึงบทบาทสำคัญของโรงพยาบาลในการกระจายยา และถือเป็นโอกาสสำคัญของบริษัทฯ ในการขยายตลาดผ่านการเข้าสู่ระบบจัดซื้อของโรงพยาบาล

ที่มา: Krungsri Research

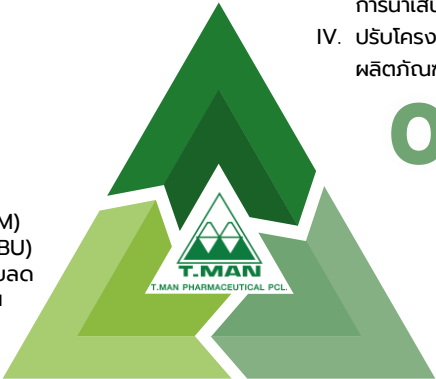
กลยุทธ์ของบริษัท

01 เสริมสร้างความแข็งแกร่งของธุรกิจเดิม

- I. สร้างแบรนด์ใหม่ให้เป็นที่ยอมรับและได้รับการยอมรับในวงกว้าง
- II. สร้างเครือข่ายในกลุ่มลูกค้าใหม่
- III. เพิ่มยอดขายจากลูกค้าเดิมด้วยกลยุทธ์ Upselling ผ่านการนำเสนอสินค้านวัตกรรม คุณภาพสูง
- IV. ปรับปรุงโครงสร้างพอร์ตสินค้าและพัฒนาธุรกิจเพื่อรองรับผลิตภัณฑ์ใหม่

03 การสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่

- I. มองหาโอกาสการเติบโต จากทั้ง
 - สัญญาจ้างผลิตภายใต้แบรนด์ผู้จ้าง (OEM)
 - นำเข้าสินค้าลิขสิทธิ์จากแบรนด์ที่มีชื่อเสียง (DBU)
- II. ใช้ประโยชน์จาก Technology Transfer ช่วยลดขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และลดต้นทุนการผลิต
- III. แผนการร่วมทุน (Joint Venture) ในอนาคตเพื่อกระชับระยะเวลาการเติบโต



02 มุ่งเน้นการส่งออก

- I. นำเสนอสินค้าที่มีอยู่สู่ตลาดต่างประเทศ
- II. สร้างแบรนด์สินค้าใหม่เป็นที่ยอมรับในแต่ละประเทศ
- III. ผลักดันปริมาณการขายในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านการจัดการต้นทุน
- IV. พัฒนาธุรกิจและผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับตลาดในแต่ละประเทศโดยเฉพาะ

เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

- I. บริหารจัดการต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ
- II. เพิ่มการใช้กำลังการผลิตอย่างเต็มประสิทธิภาพ
- III. ใช้ฐานข้อมูลในการวิเคราะห์และปรับปรุงกระบวนการทำงาน
- IV. สรรหาบุคลากรที่เชี่ยวชาญเพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน

การขับเคลื่อนด้วยความยั่งยืน

ด้านสิ่งแวดล้อม



กลุ่มบริษัทฯ มุ่งมั่นในการพัฒนาโรงงานผลิตที่ทันสมัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยออกแบบโรงงานทั้งสองแห่งเพื่อให้มีประสิทธิภาพในการผลิตและลดผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม



โรงงานทั้งสองแห่งได้รับการรับรองโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวในระดับที่ 2



กลุ่มบริษัทฯ ได้ติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์บนหลังคา (Solar Rooftop) ซึ่งคาดว่าจะสามารถผลิตไฟฟ้าได้ประมาณ 1,300 กิโลวัตต์ และเริ่มใช้งานแล้วในไตรมาสที่ 4 ปี 2567 เพื่อลดการใช้พลังงานไฟฟ้าและส่งเสริมความยั่งยืนในด้านพลังงาน

ด้านสังคม



ร่วมส่งเสริมสุขภาพเด็กไทยในวันเด็กแห่งชาติ 2568

กลุ่มบริษัทฯ ร่วมกิจกรรมเพื่อสังคม ภายใต้แนวทาง ESG โดยสนับสนุนผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพในกลุ่มแม่และเด็ก ได้แก่ Vita-C, Fibermate และ Mossiguard แก่มูลนิธิบ้านเด็กอ่อนในสลัมฯ เพื่อส่งเสริมสุขภาพที่แข็งแรงและการดูแลอย่างอบอุ่นให้กับเด็ก ๆ กว่า 60 คน

กิจกรรมดังกล่าวสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของกลุ่มบริษัทฯ ในการยกระดับคุณภาพชีวิตของเด็กไทย ผ่านการสร้างรากฐานสุขภาพที่ดีอย่างยั่งยืน พร้อมต่อยอดวิจัยทัศนในการเป็นส่วนหนึ่งของการเติบโตของสังคมไทยอย่างรับผิดชอบ



ด้านธรรมาภิบาล



การดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม: ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับของอุตสาหกรรม รวมถึงใช้วัตถุดิบที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน



การวิจัยและพัฒนาตามหลักจริยธรรม: ให้ความสำคัญกับมาตรฐานทางวิทยาศาสตร์และจริยธรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์



การตรวจสอบและติดตามผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อม: จัดให้มีระบบติดตามและรายงานผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ รวมถึงพัฒนาแนวทางการดำเนินงานให้สอดคล้องกับมาตรฐานด้าน ESG



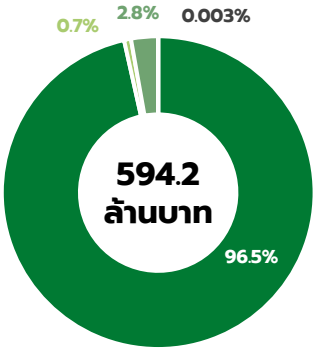
นโยบาย Whistle Blowing: บริษัทสนับสนุนให้พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียสามารถแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการกระทำที่ไม่โปร่งใส

ผลประกอบการบริษัท

ภาพรวมผลประกอบการ	Q1/67	Q4/67	Q1/68	เปลี่ยนแปลง +/-	
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ
รายได้จากการขาย					
> ผลิต และ/หรือจัดจำหน่ายเวชภัณฑ์ยาและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพภายใต้แบรนด์ของกลุ่มบริษัทฯ	561.4	551.4	573.4	2.1%	4.0%
> รับจ้างผลิตเวชภัณฑ์ยาและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก	15.0	8.3	4.2	-71.9%	-49.0%
> จัดจำหน่ายเวชภัณฑ์ยาและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก	10.7	14.3	16.6	55.1%	16.3%
> รายได้จากการขายอื่น ⁽¹⁾	0.2	0.0	0.0	-92.2%	598.3%
รวมรายได้จากการขาย	587.3	574.0	594.2	12%	3.5%
รายได้อื่น ⁽²⁾	1.8	6.1	4.8	160.1%	-21.8%
รวมรายได้	589.1	580.1	599.0	1.7%	3.3%
ต้นทุนขาย	299.9	285.6	308.0	2.7%	7.8%
กำไรขั้นต้น	287.3	288.4	286.2	-0.4%	-0.8%
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	76.6	111.0	90.1	17.6%	-18.9%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	44.1	44.8	46.7	5.8%	4.3%
ต้นทุนทางการเงิน	4.0	10.0	8.3	107.4%	-16.7%
(กลับรายการ) ขาดทุนจากการด้อยค่าด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	-1.6	0.8	0.1	-106.1%	-88.5%
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	166.0	127.9	145.8	-12.2%	14.0%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	26.6	19.8	23.9	-10.0%	20.8%
กำไรสุทธิ	139.5	108.1	121.9	-12.6%	12.8%

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ รายได้จากการขายอื่น โดยหลักประกอบด้วย รายได้จากการขายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์เหลือใช้
⁽²⁾ รายได้อื่น โดยหลักประกอบด้วยรายได้ค่าสนับสนุนจากภาครัฐไปโครงการต่าง ๆ ที่กลุ่มบริษัทฯ เข้าร่วม ผลกำไร (ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยน ผลกำไร (ขาดทุน) จากการจำหน่ายสินทรัพย์ถาวร รายได้จากการขายเศษวัสดุเหลือใช้ รายได้ค่าวิจัยและตรวจสอบคุณภาพ รายได้ดอกเบี้ยรับ และ รายได้ค่าบริการการนำเสนอสินค้าตัวอย่างภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก
: อาจมีการคาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปัดจุดทศนิยม

รายได้จากการขายตามกลุ่มธุรกิจ



- ผลิต และ/หรือจัดจำหน่ายแบรนด์ของกลุ่มบริษัทฯ
- รับจ้างผลิตภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก
- จัดจำหน่ายแบรนด์ของบุคคลภายนอก
- รายได้จากการขายอื่น

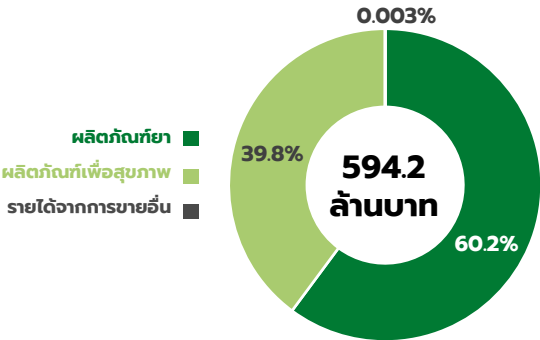
วิเคราะห์ผลการดำเนินงาน

รายได้จากการขายจำแนกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์

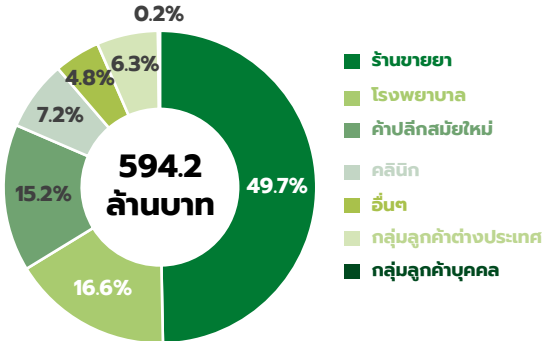
รายได้จากการขายตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ ⁽¹⁾	Q1/67	Q4/67	Q1/68	เปลี่ยนแปลง +/-	
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ
ผลิตภัณฑ์ยา	334.5	341.7	357.4	6.8%	4.6%
ยาแผนปัจจุบัน	288.5	304.2	309.8	7.4%	1.8%
ผลิตภัณฑ์สมุนไพร	46.0	37.5	47.6	3.5%	27.0%
ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ	252.5	232.2	236.7	-6.3%	1.9%
ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องสำอาง	232.6	209.2	216.5	-6.9%	3.5%
ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอื่นๆ ⁽²⁾	19.9	23.0	20.3	1.7%	-12.1%
รายได้จากการขายอื่น⁽³⁾	0.2	0.0	0.0	-92.2%	598.3%
รวมรายได้จากการขาย	587.3	574.0	594.2	12%	3.5%

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ การจัดประเภทของกลุ่มผลิตภัณฑ์เป็นไปตามตำรับยาและ/หรือทะเบียนอาหารที่ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)
⁽²⁾ ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอื่น ๆ ประกอบด้วยอุปกรณ์และวัสดุทางการแพทย์และสินค้าอุปโภคบริโภค
⁽³⁾ รายได้จากการขายอื่นโดยหลักประกอบด้วย รายได้จากการขายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่ใช้
: อาจมีการคาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปิดงวดบัญชี

รายได้จากการขายตามกลุ่มผลิตภัณฑ์



รายได้จากการขายตามกลุ่มลูกค้า



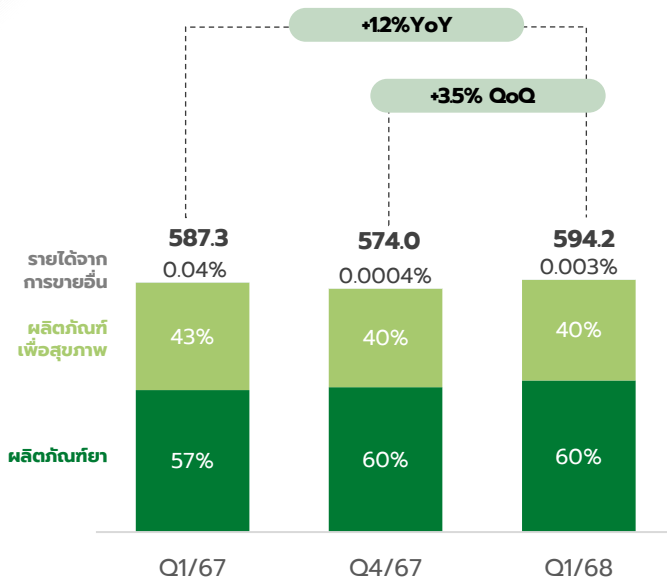
รายได้จากการขายจำแนกตามกลุ่มลูกค้า

รายได้จากการขายจำแนกตามกลุ่มลูกค้า	Q1/67	Q4/67	Q1/68	เปลี่ยนแปลง +/-	
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ
กลุ่มลูกค้าองค์กร	585.5	571.6	593.4	14%	3.8%
กลุ่มลูกค้าในประเทศ	540.6	522.5	555.7	2.8%	6.4%
ร้านขายยา	334.9	289.4	295.5	-11.8%	2.1%
โรงพยาบาล	67.7	95.5	98.5	45.4%	3.1%
ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่และร้านค้าปลีกเฉพาะอย่าง	63.8	67.1	90.5	41.8%	34.9%
คลินิก	34.0	39.2	42.9	26.1%	9.6%
อื่น ๆ ⁽¹⁾	40.0	31.3	28.3	-29.4%	-9.8%
กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ	44.9	49.1	37.7	-16.0%	-23.2%
กลุ่มลูกค้าบุคคล	1.8	2.4	0.8	-56.0%	-66.2%
รวมรายได้จากการขาย	587.3	574.0	594.2	12%	3.5%

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ อื่นๆ โดยหลักประกอบด้วย หน่วยงานรัฐ นิติบุคคลทั่วไป เป็นต้น
: อาจมีการคาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปิดงวดบัญชี

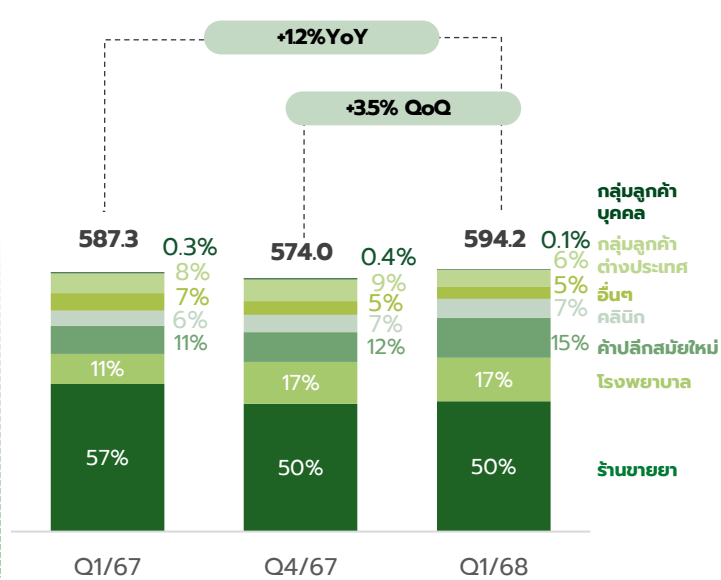
รายได้จากการขายตามกลุ่มผลิตภัณฑ์

หน่วย: ล้านบาท, %



รายได้จากการขายตามกลุ่มลูกค้า

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY: Q1/2568 vs Q1/2567

ในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายจำนวน 594.2 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 1 ปี 2567 จำนวน 6.9 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.2 โดยมีปัจจัยหลักดังต่อไปนี้

รายได้จากผลิตภัณฑ์ยา: มีมูลค่า 357.4 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 22.9 ล้านบาท หรือร้อยละ 6.8 ซึ่งมีปัจจัยหลักจากการเติบโตของผลิตภัณฑ์ยาแผนปัจจุบัน (Generic Drug) โดยกลุ่มบริษัทฯ ได้ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ภายใต้แบรนด์ของกลุ่มบริษัทฯ (Own Brand) และเริ่มจำหน่ายให้แก่โรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ตั้งแต่ช่วงไตรมาสที่ 3 ปี 2567 ซึ่งถือเป็นความสำเร็จในการขยายฐานลูกค้าใหม่ในกลุ่มโรงพยาบาลระดับสูง โดยกลุ่มบริษัทฯ ยังคงมองหาโอกาสการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีการลงทุนในเครื่องจักรขนาดใหญ่ เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจและตอบสนองความต้องการของตลาดได้มากขึ้น

รายได้จากผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ: มีมูลค่า 236.7 ล้านบาท ปรับตัวลดลง 15.8 ล้านบาท หรือร้อยละ 6.3 เป็นผลจากฐานรายได้ที่สูงเป็นพิเศษในปี 2567 เนื่องจากกลุ่มบริษัทฯ มีการรับจ้างผลิตสินค้าเพื่อสุขภาพตามสัญญาจ้างผลิตล็อตใหญ่ ซึ่งได้ดำเนินการส่งมอบแล้วเสร็จในปี 2567 อย่างไรก็ตาม รายได้ในไตรมาสปัจจุบันยังคงอยู่ในระดับที่แข็งแกร่ง สะท้อนถึงความต้องการที่มั่นคงในกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ อีกทั้งกลุ่มบริษัทฯ ยังคงได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าในการสั่งผลิตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งคาดว่าจะส่งผลบวกต่อแนวโน้มการเติบโตในระยะยาว

QoQ: Q1/2568 vs Q4/2567

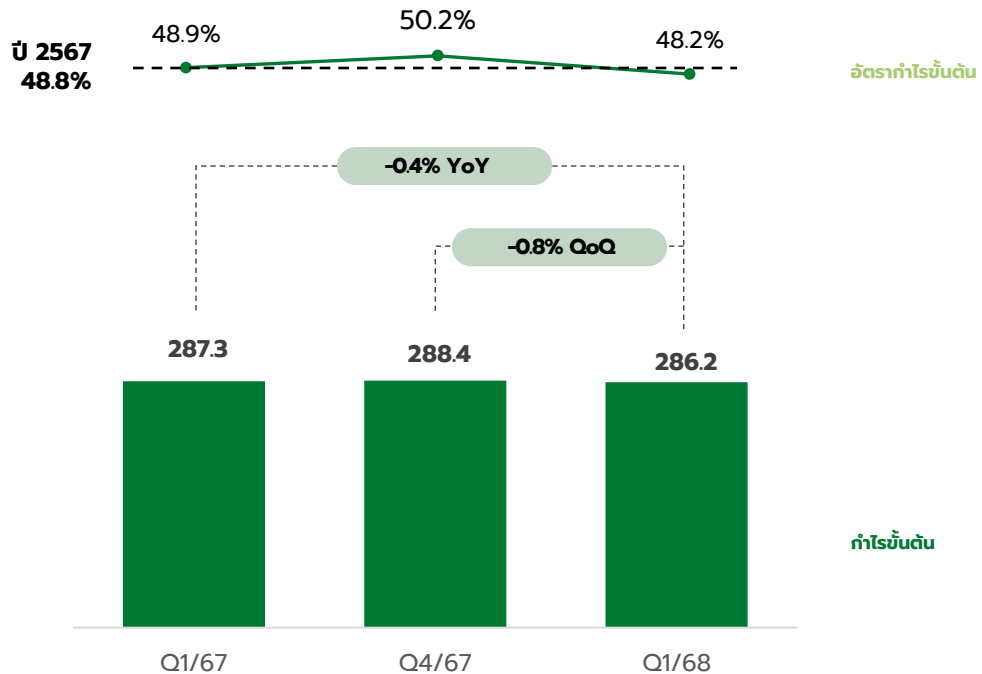
ในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายจำนวน 594.2 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 4 ปี 2567 จำนวน 20.2 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.5 โดยมีปัจจัยหลักดังต่อไปนี้

รายได้จากผลิตภัณฑ์ยา: มีมูลค่า 357.4 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 15.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.6 ซึ่งมีปัจจัยหลักจากการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ภายใต้แบรนด์ของกลุ่มบริษัทฯ (Own Brand) ในช่วงกลางปี 2567 ซึ่งช่วยเสริมความแข็งแกร่งให้กับพอร์ตผลิตภัณฑ์ และส่งผลให้ยอดขายเติบโตอย่างต่อเนื่อง

รายได้จากผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ: มีมูลค่า 236.7 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 4.5 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.9 โดยมีปัจจัยหลักมาจากการขยายตัวของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารภายใต้แบรนด์ของกลุ่มบริษัทฯ (Own Brand) ซึ่งเกิดจากการเพิ่มจำนวน SKU ที่จัดจำหน่ายในตลาด ส่งผลให้กลุ่มบริษัทฯ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้หลากหลายยิ่งขึ้น

กำไรขั้นต้น และอัตรากำไรขั้นต้น

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY: Q1/2568 vs Q1/2567

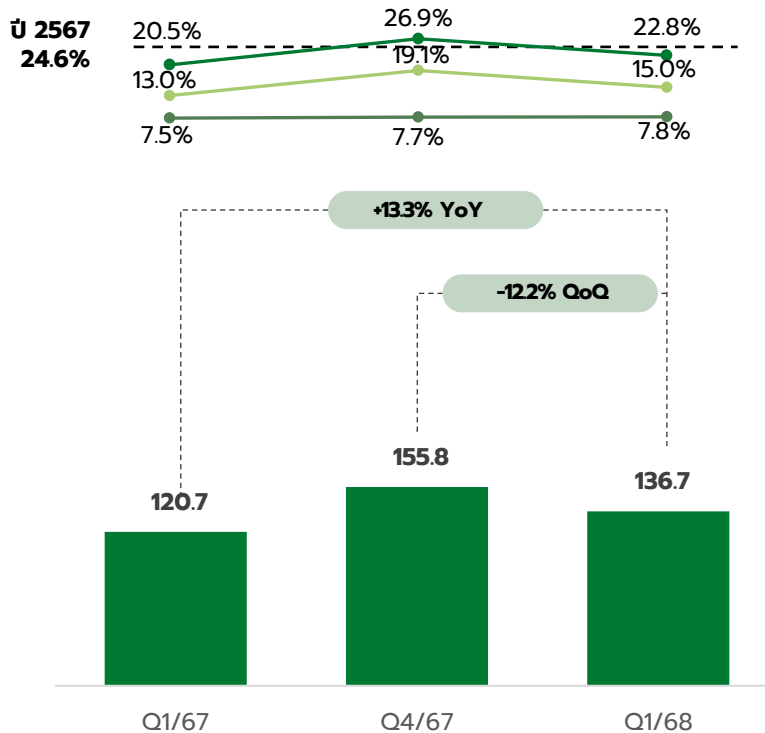
กำไรขั้นต้น: ในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 286.2 ล้านบาท ปรับตัวลดลงจากไตรมาสที่ 1 ปี 2567 จำนวน 1.1 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.4 โดยเป็นผลจากกลยุทธ์การขยายตลาดผ่านการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ยาแผนปัจจุบัน (Generic Drug) ภายใต้แบรนด์ของกลุ่มบริษัทฯ (Own Brand) และการเริ่มจำหน่ายให้แก่โรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ เพื่อขยายฐานลูกค้าใหม่ในกลุ่มโรงพยาบาลระดับสูง ทั้งนี้ แม้ว่าสัดส่วนรายได้จากผลิตภัณฑ์ยา ซึ่งมีกำไรขั้นต้นต่ำกว่าผลิตภัณฑ์อื่นของกลุ่มบริษัทฯ จะเพิ่มขึ้น แต่กลุ่มบริษัทฯ ได้ดำเนินมาตรการในการรักษาระดับอัตรากำไรขั้นต้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 48 ทำให้สามารถรักษาระดับ **อัตรากำไรขั้นต้น** ไว้ได้ที่ร้อยละ 48.2 ใกล้เคียงกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนที่ร้อยละ 48.9 โดยกลุ่มบริษัทฯ เชื่อมั่นว่าการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ จะส่งผลเชิงบวกต่อการเติบโตในระยะยาว ทั้งในด้านการเพิ่มปริมาณการขายและการสร้างประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale)

QoQ: Q1/2568 vs Q4/2567

กำไรขั้นต้น: ในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 286.2 ล้านบาท ปรับตัวลดลงจากไตรมาสที่ 4 ปี 2567 จำนวน 2.2 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.8 โดยมีสาเหตุหลักจากผลกระทบทางบัญชี (Accounting Effect) ซึ่งเกิดจากการกลับรายการบัญชีที่เกี่ยวข้องกับสำรองบางรายการในไตรมาสก่อนหน้า จากปัจจัยดังกล่าว ส่งผลให้ **อัตรากำไรขั้นต้น** ในไตรมาสนี้ อยู่ที่ร้อยละ 48.2 ปรับตัวลดลงจากร้อยละ 50.2 ในไตรมาส 4 ปี 2567 อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ ยังคงรักษาระดับอัตรากำไรขั้นต้นให้อยู่ในระดับที่แข็งแกร่ง ผ่านการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ

ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร

หน่วย: ล้านบาท, %



อัตราส่วนต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้

อัตราส่วนต้นทุนในการจัดจำหน่ายต่อรายได้

อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้

ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร

YoY: Q1/2568 vs Q1/2567

ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร: ในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 136.7 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 1 ปี 2567 จำนวน 16.0 ล้านบาท หรือร้อยละ 13.3 โดยมีปัจจัยหลักจากค่าใช้จ่ายพนักงานที่เพิ่มขึ้นเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ ยังคงควบคุมค่าใช้จ่ายทางการตลาดให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมในไตรมาสนี้ โดยปกติค่าใช้จ่ายทางการตลาดจะอยู่ในระดับสูงในช่วงปลายปีตามลักษณะฤดูกาล (Seasonal Trend) เพื่อสนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมการขายและแผนผลักดันยอดขายช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี

อัตราส่วนต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้: ในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 อยู่ที่ร้อยละ 22.8 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 20.5 ในไตรมาส 1 ปี 2567 สอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายพนักงาน อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ ยังคงสามารถบริหารจัดการค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยรักษาระดับอัตราส่วนค่าใช้จ่ายให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยทั้งปี 2567 ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 24.6

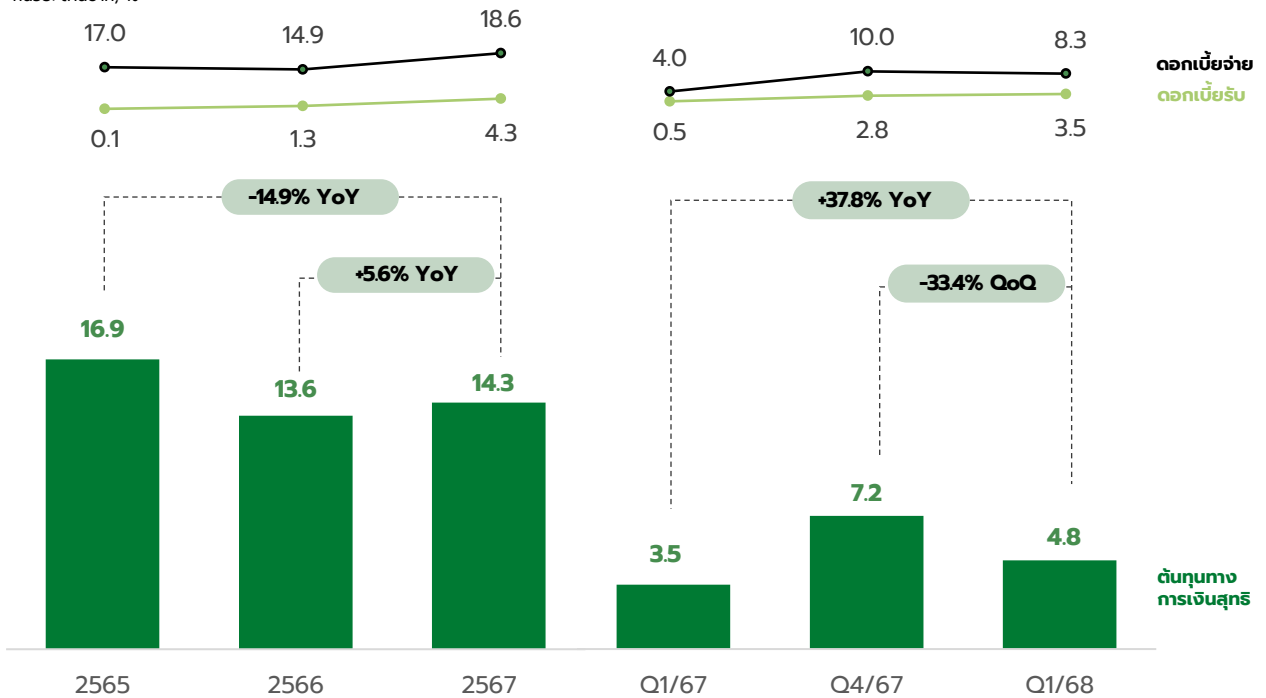
QoQ: Q1/2568 vs Q4/2567

ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร: ในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 136.7 ล้านบาท ปรับตัวลดลงจากไตรมาสที่ 4 ปี 2567 จำนวน 19.0 ล้านบาท หรือร้อยละ 12.2 โดยมีปัจจัยหลักจากค่าใช้จ่ายทางการตลาดที่ปรับตัวลดลง ซึ่งโดยปกติค่าใช้จ่ายทางการตลาดจะอยู่ในระดับสูงในช่วงปลายปีตามลักษณะฤดูกาล (Seasonal Trend) เพื่อสนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมการขายและแผนผลักดันยอดขายช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี

อัตราส่วนต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้: ในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 อยู่ที่ร้อยละ 22.8 ปรับตัวลดลงจากร้อยละ 26.9 ในไตรมาส 4 ปี 2567 สอดคล้องกับการลดลงของค่าใช้จ่ายทางการตลาด

ต้นทุนทางการเงิน

หน่วย: ล้านบาท, %



หมายเหตุ : ต้นทุนทางการเงินสุทธิ คำนวณจากดอกเบี้ยจ่ายหักลบดอกเบี้ยรับ

YoY: Q1/2568 vs Q1/2567

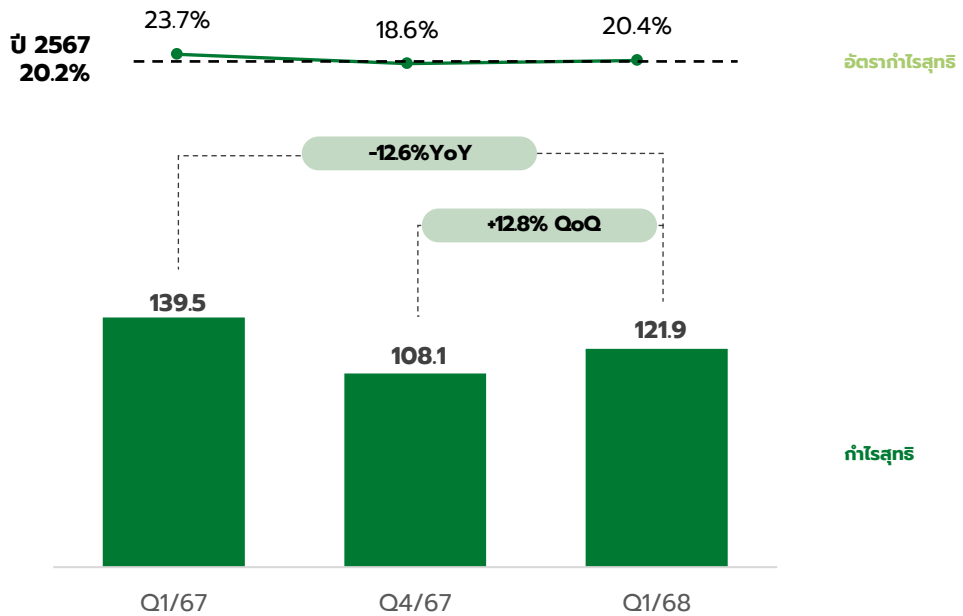
ต้นทุนทางการเงินสุทธิ: ในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินสุทธิจำนวน 4.8 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 1 ปี 2567 จำนวน 1.3 ล้านบาท หรือร้อยละ 37.8 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของดอกเบี้ยเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายการบริหารความเสี่ยงทางการเงินอย่างเหมาะสม

QoQ: Q1/2568 vs Q4/2567

ต้นทุนทางการเงินสุทธิ: ในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินสุทธิจำนวน 4.8 ล้านบาท ปรับตัวลดลงจากไตรมาสที่ 4 ปี 2567 จำนวน 2.4 ล้านบาท หรือร้อยละ 33.4 โดยมีปัจจัยหลักจากการลดลงของดอกเบี้ยเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน จากความสามารถของกลุ่มบริษัทฯ ในการชำระคืนเงินกู้ยืมตามแผนที่วางไว้ และอัตราดอกเบี้ยจ่ายที่ลดลงตามแนวโน้มอัตราดอกเบี้ยที่ลดลง

กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY: Q1/2568 vs Q1/2567

กำไรสุทธิ: ในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิ จำนวน 121.9 ล้านบาท ปรับตัวลดลงจากไตรมาสที่ 1 ปี 2567 จำนวน 17.6 ล้านบาท หรือร้อยละ 12.6 เป็นผลจากสัดส่วนรายได้จากผลิตภัณฑ์ยาที่เพิ่มขึ้น ซึ่งมีกำไรขั้นต้นต่ำกว่าผลิตภัณฑ์อื่นของกลุ่มบริษัทฯ โดยกลุ่มบริษัทฯ มีการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ยาแผนปัจจุบัน (Generic Drug) ภายใต้แบรนด์ของกลุ่มบริษัทฯ (Own Brand) และเริ่มจำหน่ายให้แก่โรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ เพื่อขยายฐานลูกค้าใหม่ในกลุ่มโรงพยาบาลระดับสูง ประกอบกับการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายพนักงาน ทั้งนี้กลุ่มบริษัทฯ เชื่อมั่นว่าการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ จะส่งผลเชิงบวกต่อการเติบโตในระยะยาว ทั้งในด้านการเพิ่มปริมาณการขายและการสร้างประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale)

อัตรากำไรสุทธิ: ในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีอัตรากำไรสุทธิ อยู่ที่ร้อยละ 20.4 ปรับตัวลดลงจากร้อยละ 23.7 ในไตรมาสที่ 1 ปี 2567 เป็นผลจากสัดส่วนรายได้จากผลิตภัณฑ์ยาที่เพิ่มขึ้น ซึ่งมีกำไรขั้นต้นต่ำกว่าผลิตภัณฑ์อื่นของกลุ่มบริษัทฯ

QoQ: Q1/2568 vs Q4/2567

กำไรสุทธิ: ในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิจำนวน 121.9 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 4 ปี 2567 จำนวน 13.8 ล้านบาท หรือร้อยละ 12.8 สอดคล้องกับรายได้จากการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับค่าใช้จ่ายทางการตลาดที่ปรับตัวลดลง ซึ่งโดยปกติค่าใช้จ่ายทางการตลาดจะอยู่ในระดับสูงในช่วงปลายปีตามลักษณะฤดูกาล (Seasonal Trend) เพื่อสนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมการขายและแผนผลักดันยอดขายช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี

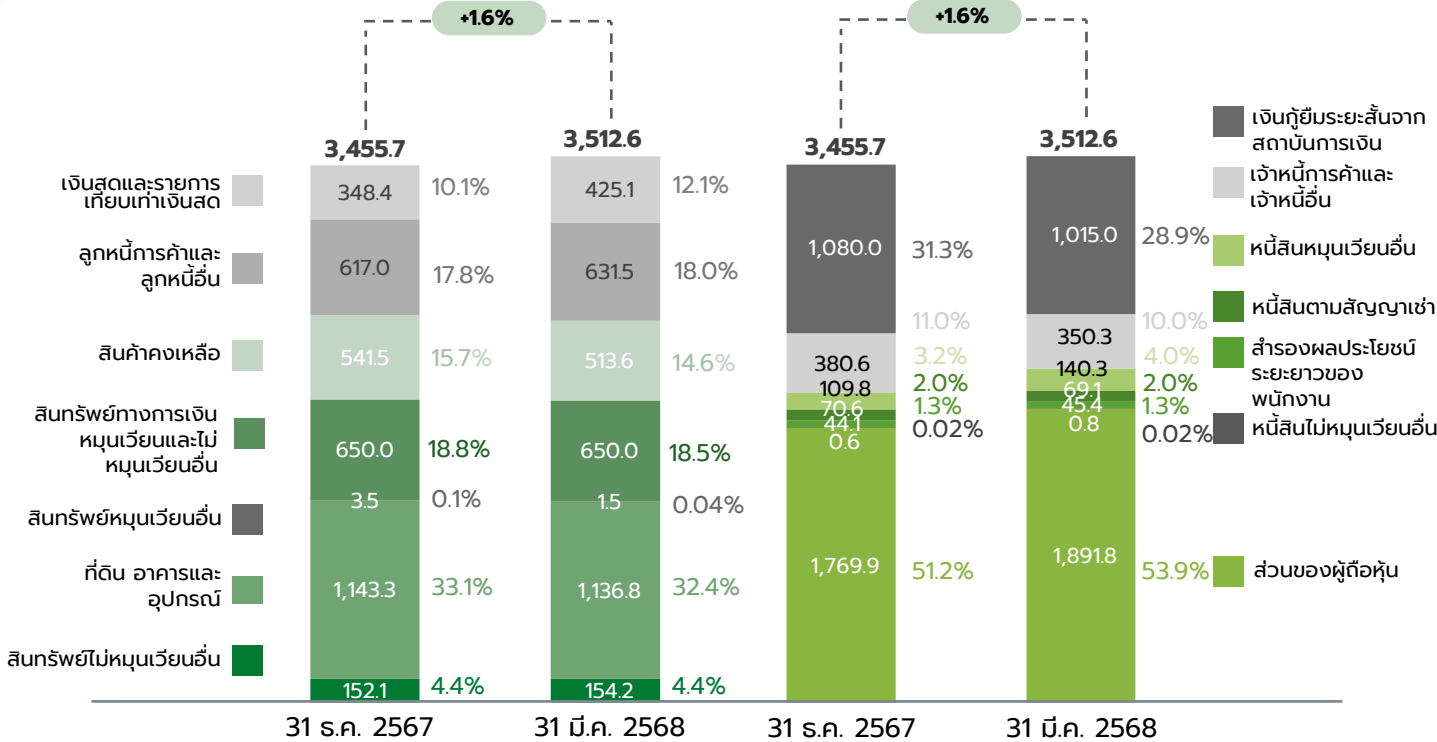
อัตรากำไรสุทธิ: ในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีอัตรากำไรสุทธิ อยู่ที่ร้อยละ 20.4 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 18.6 ในไตรมาสที่ 4 ปี 2567 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการดำเนินงาน ประกอบกับการลดลงของต้นทุนในการจัดจำหน่ายและต้นทุนทางการเงิน

การวิเคราะห์ฐานะการเงินของบริษัท

หน่วย: ล้านบาท , %

สินทรัพย์

หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น



สินทรัพย์

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม จำนวน 3,512.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 57.0 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.6 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 โดยมีรายละเอียดดังนี้

- **เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด:** มีจำนวน 425.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 76.7 ล้านบาท สอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของกระแสเงินสดรับจากกิจกรรมดำเนินงาน โดยกระแสเงินสดรับจากกิจกรรมดำเนินงานส่วนหนึ่ง ได้ถูกนำไปใช้ในการลงทุนและการจ่ายชำระคืนเงินกู้ยืมระยะสั้นตามกำหนด
- **ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หนี้สินอื่น:** มีจำนวน 631.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 14.5 ล้านบาท สอดคล้องกับรายได้ที่เพิ่มขึ้น
- **สินค้าคงเหลือ:** มีจำนวน 513.6 ล้านบาท ลดลง 27.9 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักมาจากการความต้องการสินค้าในตลาดที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น ส่งผลให้มีการจำหน่ายสินค้าได้รวดเร็วขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าประเภทยาแผนปัจจุบัน

หนี้สิน

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีหนี้สินรวม จำนวน 1,620.8 ล้านบาท ลดลง 64.9 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.9 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 โดยมีรายละเอียดดังนี้

- **เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน:** มีจำนวน 1,015.0 ล้านบาท ลดลง 65.0 ล้านบาท จากการชำระคืนเงินกู้ยืมระยะสั้นตามกำหนด
- **เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น:** มีจำนวน 350.3 ล้านบาท ลดลง 30.3 ล้านบาท เป็นผลจากการชำระคืนหนี้การค้าตามกำหนด ซึ่งสอดคล้องกับเงื่อนไขการชำระเงินทางการค้า (Credit Terms) ที่กำหนดไว้กับลูกค้า
- **หนี้สินหนี้สินอื่น:** มีจำนวน 140.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 30.5 ล้านบาท โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของภาษีเงินได้นิติบุคคลค้างชำระ ที่เกิดขึ้นในไตรมาส 1 ปี 2568

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวม จำนวน 1,891.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 121.9 ล้านบาท หรือร้อยละ 6.9 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของกำไรสำหรับงวด ในไตรมาส 1 ปี 2568

อัตราส่วนทางการเงิน

อัตราส่วนเงินหมุนเวียน (Current Ratio)

หน่วย: เท่า



2567

Q1/68

อัตราส่วนเงินหมุนเวียนเร็ว (Quick Ratio)

หน่วย: เท่า

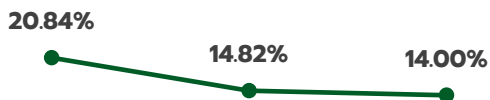


2567

Q1/68

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)

หน่วย: %



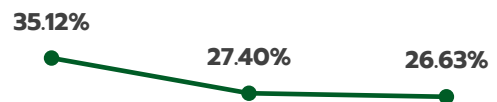
Q1/67

2567

Q1/68

อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)

หน่วย: %



Q1/67

2567

Q1/68

อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E Ratio)

หน่วย: เท่า



2567

Q1/68

อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วน ของผู้ถือหุ้น (IBD/E Ratio)

หน่วย: เท่า



2567

Q1/68