



COLLABORATION
TOWARDS INNOVATION
AHEAD OF GLOBAL DEMAND

คำอธิบายและการวิเคราะห์ ของฝ่ายจัดการ

บริษัท ที.แมน ฟาร์มาซูติคอล จำกัด (มหาชน)

ประจำไตรมาส 3 ปี 2568

ภาพรวมการดำเนินงานธุรกิจ

บริษัท ที.แมน ฟาร์มาซูติคอล จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) และบริษัทย่อย ได้แก่ บริษัท ที.แมน ฟาร์มา จำกัด บริษัท เอเว่น เอิร์ธ จำกัด บริษัท โนวา เฮลธ์ จำกัด และบริษัท ทีเอ็มทีโปรสเปอร์ต จำกัด (รวมเรียกว่า “กลุ่มบริษัทฯ”) เป็นหนึ่งในผู้นำธุรกิจผลิต และ/หรือจัดจำหน่ายเวชภัณฑ์ยาและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพในประเทศไทยมากว่า 50 ปี โดยธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ประกอบด้วย

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

โดยกลุ่มบริษัทฯ มีเวชภัณฑ์ยาและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่

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

ปัจจุบัน กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของกลุ่มบริษัทฯ ประกอบด้วย

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

บทสรุปผู้บริหาร

สรุปผลการดำเนินงาน	Q3/67	Q2/68	Q3/68	เปลี่ยนแปลง +/-		9M/67	9M/68	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากการขายและการให้บริการ	533.5	529.8	656.1	23.0%	23.8%	1,638.7	1,780.0	8.6%
กำไรขั้นต้น	263.9	275.0	283.7	7.5%	3.2%	798.8	849.7	6.4%
EBITDA	149.0	164.7	170.4	14.4%	3.5%	483.9	519.1	7.3%
กำไรสุทธิ	104.2	106.8	112.6	8.1%	5.4%	342.6	341.3	(0.4%)
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	49.3%	51.4%	42.9%	(6.4%)	(8.5%)	48.5%	47.3%	(1.2%)
อัตรากำไร EBITDA (%)	27.8%	30.7%	25.8%	(2.0%)	(5.0%)	29.4%	28.9%	(0.5%)
อัตรากำไรสุทธิ (%)	19.4%	19.9%	17.0%	(2.4%)	(2.9%)	20.8%	19.0%	(1.8%)

หมายเหตุ: อาจมีการคาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปิดจุดกศนิยม

ภาพรวมการดำเนินงาน Q3/2568 และ 9M/2568

ในช่วง 9 เดือนแรก ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายและการให้บริการรวม 1,780.0 ล้านบาท และสามารถรักษาอัตรากำไรขั้นต้นของธุรกิจหลัก (ไม่รวมส่วนงานจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอกรายใหม่) อยู่ในระดับที่แข็งแกร่งที่ร้อยละ 49.9 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 48.5 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการดำเนินงานและการบริหารจัดการต้นทุนที่ดี ภายใต้กลยุทธ์การเติบโตที่ชัดเจน ทั้งการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง การเพิ่มสินค้าสำหรับจำหน่ายในช่องทางธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่และร้านค้าปลีกเฉพาะอย่าง เพื่อเพิ่มการเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้าง การขยายธุรกิจในกลุ่ม DBU และ OEM รวมถึงการขยายไปยังช่องทางจัดจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ

ในไตรมาส 3 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ ประสบความสำเร็จอย่างโดดเด่นจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นของช่องทางร้านขายยาทั้งค้าปลีกและค้าส่ง ซึ่งเป็นผลจากการเริ่มดำเนินการจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก ภายใต้สัญญากับ BERTRAM ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ “เซียงเพียว” และ “เป๊ปเปอร์มินท์ พลัส” เพื่อกระจายสินค้าไปยังร้านขายยาและร้านค้าโมเดิร์นเทรดทั่วประเทศ ขณะเดียวกัน รายได้จากการรับจ้างผลิต (OEM) ในสินค้ากลุ่มสุขภาพและความงามจากลูกค้ารายใหญ่มายังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังคงรักษาความแข็งแกร่งของแบรนด์ชั้นนำ 5 อันดับแรก พร้อมเดินหน้าพัฒนาและเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาความเป็นผู้นำและสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนเพื่อกระจายความเสี่ยงของพอร์ตธุรกิจและเพิ่มศักยภาพการทำการค้าในระยะยาว ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นขับเคลื่อนนวัตกรรมด้านสุขภาพและความงาม เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดียิ่งขึ้น

เหตุการณ์สำคัญ



TMAN ลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) กับบริษัท อินโนบิก (เอเซีย) จำกัด ในเครือ ปตท. เพื่อพัฒนาวัตถุดิบผลิตภัณฑ์โปรไบโอติก

บริษัท ที.แมน ฟาร์มาซูติคอล จำกัด (มหาชน) ("TMAN") ได้ลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) กับบริษัท อินโนบิก (เอเซีย) จำกัด ในเครือกลุ่ม ปตท. เพื่อร่วมพัฒนาและต่อยอดงานวิจัยด้านโปรไบโอติกสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ โดยผสานจุดแข็งของกลุ่ม ปตท. ในด้านงานวิจัย นวัตกรรม และเทคโนโลยีชีวภาพ เข้ากับความเชี่ยวชาญของ TMAN ในการผลิตยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพตามมาตรฐานสากล รวมถึงเครือข่ายการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมกว่า 10,000 แห่งทั่วประเทศ ความร่วมมือนี้ นับเป็นอีกก้าวสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสุขภาพไทยสู่ระดับสากล



TMAN ร่วมงาน Vitafoods Asia 2025 โชว์ศักยภาพแบรนด์ "Propoliz" สู่มหานคร

TMAN เข้าร่วมงาน Vitafoods Asia 2025 งานแสดงนวัตกรรมด้านอาหารเสริมและสุขภาพระดับนานาชาติ เพื่อนำเสนอศักยภาพของแบรนด์ "Propoliz" ภายใต้แนวคิด "Power of Nature" ตอกย้ำจุดยืนของบริษัทในฐานะผู้นำด้านนวัตกรรมสุขภาพจากธรรมชาติของประเทศไทย การเข้าร่วมงานดังกล่าวเป็นการแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของ TMAN ในการต่อยอดนวัตกรรมสุขภาพจากสารสกัดโพรโพลิส เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้บริโภคและขยายโอกาสทางธุรกิจสู่ตลาดต่างประเทศ โดยได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการและตัวแทนจัดจำหน่ายจากหลายประเทศทั่วโลก สะท้อนศักยภาพของผลิตภัณฑ์สุขภาพจากธรรมชาติของไทยในระดับสากล



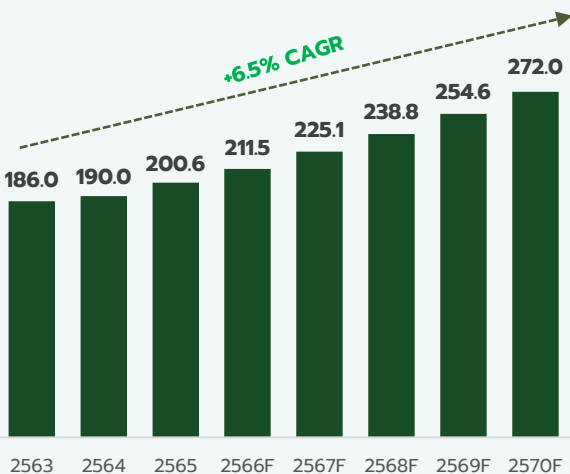
TMAN จ่ายเงินปันผลระหว่างกาลหุ้นละ 0.24 บาท ตอกย้ำศักยภาพทางการเงินและความมุ่งมั่นสร้างผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้น

บริษัท ที.แมน ฟาร์มาซูติคอล จำกัด (มหาชน) ("TMAN") ประกาศจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลในอัตราหุ้นละ 0.24 บาท โดยกำหนดวันขึ้นเครื่องหมาย XD วันที่ 25 สิงหาคม 2568 และกำหนดจ่ายเงินปันผลในวันที่ 9 กันยายน 2568 การจ่ายเงินปันผลดังกล่าวสะท้อนถึง สถานะทางการเงินที่แข็งแกร่งของบริษัท จากผลประกอบการครึ่งปีแรกที่มีรายได้รวม 1,135 ล้านบาท และกำไรสุทธิ 228.7 ล้านบาท แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการสร้างผลกำไรอย่างต่อเนื่อง และความมุ่งมั่นในการสร้างผลตอบแทนที่มั่นคงและยั่งยืนแก่ผู้ถือหุ้น

ภาพรวมอุตสาหกรรม

มูลค่าตลาดยาในประเทศไทย

หน่วย: พันล้านบาท

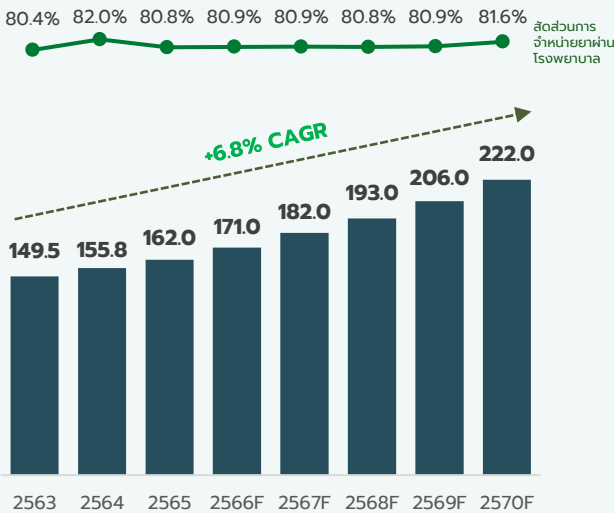


ขนาดตลาดยาในประเทศไทยคาดว่าจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสม (CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 6.5 ทำให้ตลาดมีมูลค่าประมาณ 272.0 พันล้านบาท ภายในปี 2570 โดยมีปัจจัยสนับสนุน ได้แก่ อัตราการเพิ่มขึ้นของโรคติดต่อและโรคเรื้อรัง ความตระหนักด้านสุขภาพที่สูงขึ้นของประชาชนซึ่งส่งผลให้เกิดความสนใจในการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน รวมถึงการเติบโตของกลุ่มผู้ป่วยต่างชาติที่เดินทางเข้ามารับการรักษาพ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

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 และถือเป็นโอกาสสำคัญของบริษัทยาในการขยายตลาดผ่านการเข้าสู่ระบบจัดซื้อของโรงพยาบาล

ที่มา: Krungsri Research

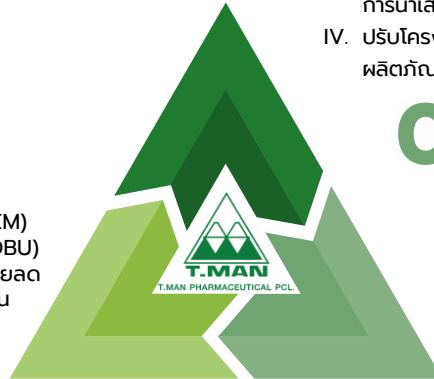
กลยุทธ์ของบริษัท

01 เสริมสร้างความแข็งแกร่งของธุรกิจเดิม

- I. สร้างแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับและได้รับการยอมรับในวงกว้าง
- 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. สร้างแบรนด์สินค้าให้เป็นที่ยอมรับในแต่ละประเทศ
- 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 ดำเนินกิจกรรม ESG โดยสนับสนุนผลิตภัณฑ์สุขภาพกลุ่มแม่และเด็ก เช่น Vita-C, Fibermate และ Mossiguard แก่มูลนิธิบ้านเด็กอ่อน ในสลัมฯ

เพื่อส่งเสริมสุขภาพเด็กกว่า 60 คน สะท้อนความมุ่งมั่นยกระดับคุณภาพชีวิตและสร้างรากฐานสุขภาพที่ยั่งยืน พร้อมต่อยอดวิสัยทัศน์การเติบโตของสังคมไทยอย่างรับผิดชอบ

ต้อนรับนักศึกษาฝึกงานผลิตยาสมุนไพรในอุตสาหกรรม



TMAN เปิดบ้านต้อนรับนักศึกษาแพทย์แผนไทย ม.ธรรมศาสตร์ ศึกษาการผลิตยาสมุนไพร สะท้อนความมุ่งมั่นตามแนวทาง ESG และส่งเสริมพัฒนาศักยภาพบุคลากรรุ่นใหม่ พร้อมสร้างความร่วมมือกับภาคการศึกษาสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนของวงการสุขภาพและชุมชนไทย



ด้านธรรมาภิบาล



การดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม: ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับของอุตสาหกรรม รวมถึงใช้วัตถุดิบที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน



การวิจัยและพัฒนาตามหลักจริยธรรม: ให้ความสำคัญกับมาตรฐานทางวิทยาศาสตร์และจริยธรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์



การตรวจสอบและติดตามผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อม: จัดให้มีระบบติดตามและรายงานผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ รวมถึงพัฒนาแนวทางการดำเนินงานให้สอดคล้องกับมาตรฐานด้าน ESG



นโยบาย Whistle Blowing: บริษัทสนับสนุนให้พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียสามารถแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการกระทำที่ไม่โปร่งใส

ผลประกอบการบริษัท

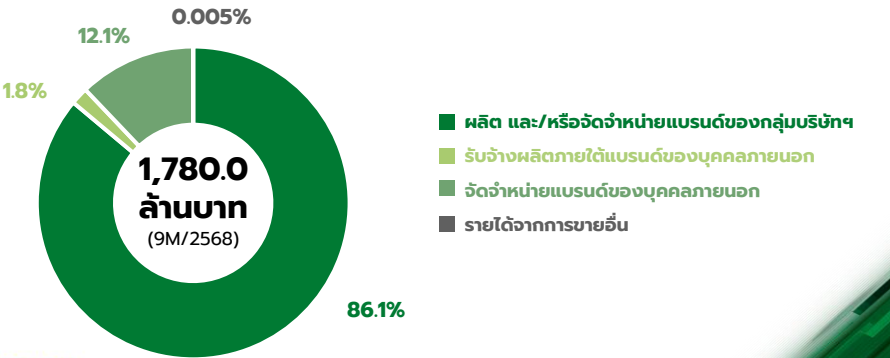
ภาพรวมผลประกอบการ	Q3/67	Q2/68	Q3/68	เปลี่ยนแปลง +/-		9M/67	9M/68	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากการขายและการให้บริการ								
> ผลิต และ/หรือจัดจำหน่าย เวชภัณฑ์ยาและผลิตภัณฑ์ เพื่อสุขภาพภายใต้แบรนด์ ของกลุ่มบริษัทฯ	514.8	508.3	452.0	(12.2%)	(11.1%)	1,580.3	1,533.6	(3.0%)
> รับจ้างผลิตเวชภัณฑ์ยาและ ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพภายใต้ แบรนด์ของบุคคลภายนอก	6.6	6.2	21.1	219.2%	239.7%	25.3	31.5	24.8%
> จัดจำหน่ายเวชภัณฑ์ยาและ ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพภายใต้ แบรนด์ของบุคคลภายนอก	12.0	15.2	183.0	1,420.2%	1,103.2%	32.9	214.8	552.9%
> รายได้จากการขายอื่น ⁽¹⁾	0.05	0.01	0.1	104.8%	916.9%	0.3	0.1	(52.3%)
รวมรายได้จากการขายและการ ให้บริการ	533.5	529.8	656.1	23.0%	23.8%	1,638.7	1,780.0	8.6%
รายได้อื่น ⁽²⁾	2.3	5.8	5.3	129.0%	(7.6%)	7.2	15.9	120.4%
รวมรายได้	535.8	535.5	661.4	23.4%	23.5%	1,645.9	1,795.9	9.1%
ต้นทุนขายและการให้บริการ	271.9	260.5	377.7	38.9%	45.0%	847.1	946.2	11.7%
กำไรขั้นต้น	263.9	275.0	283.7	7.5%	3.2%	798.8	849.7	6.4%
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	95.2	93.0	96.7	1.6%	3.9%	250.8	279.7	11.5%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	47.9	48.4	46.7	(2.5%)	(3.3%)	140.1	141.8	1.2%
ต้นทุนทางการเงิน	1.9	7.6	6.8	247.6%	(10.5%)	8.6	22.6	161.9%
(กลับรายการ) ขาดทุนด้าน เครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	(2.3)	2.2	1.9	(183.6%)	(14.2%)	(4.1)	4.2	(202.3%)
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	121.2	123.9	131.6	8.7%	6.3%	403.5	401.4	(0.5%)
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	17.0	17.1	19.0	12.3%	11.2%	60.9	60.1	(1.3%)
กำไรสุทธิ	104.2	106.8	112.6	8.1%	5.4%	342.6	341.3	(0.4%)

หมายเหตุ: อาจมีการคลาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปัดจุดทศนิยม

(1) รายได้จากการขายอื่น โดยหลักประกอบด้วย รายได้จากการขายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์เหลือใช้

(2) รายได้อื่น โดยหลักประกอบด้วยรายได้ค่าสนับสนุนจากภาครัฐในโครงการต่าง ๆ ที่กลุ่มบริษัทฯ เข้าร่วม ผลกำไร (ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยน ผลกำไร (ขาดทุน) จากการจำหน่ายสินทรัพย์ถาวร รายได้จากการขายเศษวัสดุเหลือใช้ รายได้ค่าวิจัยและตรวจสอบคุณภาพ รายได้ดอกเบี้ยรับ และ รายได้ค่าบริการการนำเสนอสินค้าตัวอย่างภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก

รายได้จากการขายและการให้บริการตามกลุ่มธุรกิจ



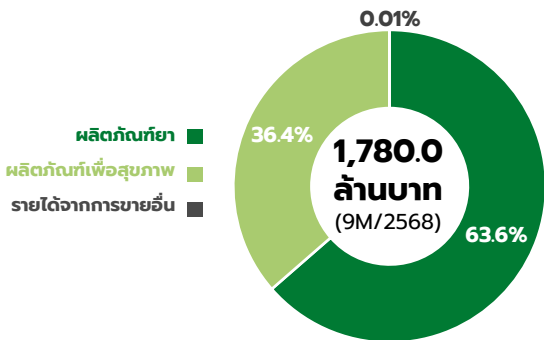
วิเคราะห์ผลการดำเนินงาน

รายได้จากการขายและการให้บริการจำแนกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์

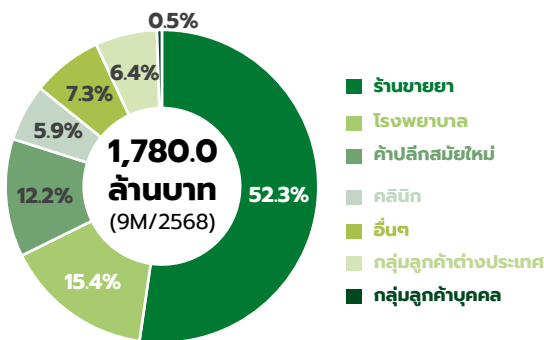
รายได้จากการขายและการให้บริการตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ ⁽¹⁾	Q3/67	Q2/68	Q3/68	เปลี่ยนแปลง +/-		9M/67	9M/68	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ			%YoY
ผลิตภัณฑ์ยา	322.4	318.3	455.7	41.4%	43.2%	976.3	1,131.4	15.9%
ยาแผนปัจจุบัน	286.5	285.4	263.8	(7.9%)	(7.6%)	858.3	859.1	0.1%
ผลิตภัณฑ์สมุนไพร	35.9	32.9	191.9	434.1%	484.4%	118.0	272.3	130.7%
ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ	211.1	211.5	200.3	(5.1%)	(5.3%)	662.1	648.5	(2.1%)
ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องสำอาง	188.7	191.5	182.9	(3.1%)	(4.5%)	600.6	590.9	(1.6%)
ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอื่นๆ ⁽²⁾	22.4	20.0	17.4	(22.3%)	(12.8%)	61.5	57.6	(6.3%)
รายได้จากการขายอื่น ⁽³⁾	0.05	0.01	0.1	104.8%	916.9%	0.3	0.1	(52.3%)
รวมรายได้จากการขายและการให้บริการ	533.5	529.8	656.1	23.0%	23.8%	1,638.7	1,780.0	8.6%

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

รายได้จากการขายและการให้บริการตามกลุ่มผลิตภัณฑ์



รายได้จากการขายและการให้บริการตามกลุ่มลูกค้า



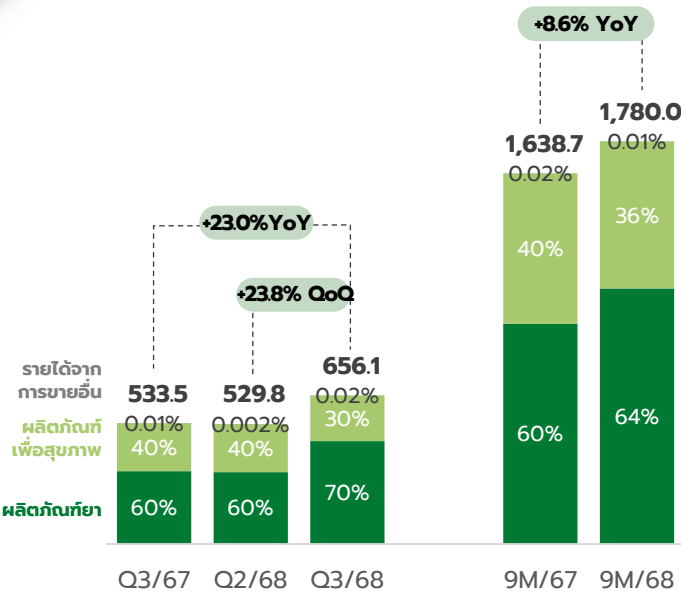
รายได้จากการขายและการให้บริการจำแนกตามกลุ่มลูกค้า

รายได้จากการขายและการให้บริการจำแนกตามกลุ่มลูกค้า	Q3/67	Q2/68	Q3/68	เปลี่ยนแปลง +/-		9M/67	9M/68	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ			%YoY
กลุ่มลูกค้าองค์กร	532.1	527.4	652.8	22.7%	23.8%	1,632.7	1,771.3	8.5%
กลุ่มลูกค้าในประเทศ	492.9	488.8	615.0	24.8%	25.8%	1,500.2	1,657.2	10.5%
ร้านขายยา	290.5	268.6	367.1	26.4%	36.7%	912.6	931.2	2.0%
โรงพยาบาล	74.6	92.9	82.4	10.5%	(11.2%)	207.9	273.8	31.7%
ธุรกิจคำปลั๊กสมัยใหม่และร้านคำปลั๊กเฉพาะอย่าง	69.2	68.9	57.5	(16.9%)	(16.6%)	191.1	216.9	13.5%
คลินิก	35.7	33.0	30.0	(16.1%)	(9.1%)	98.2	105.9	7.8%
อื่น ๆ ⁽¹⁾	22.9	25.4	78.0	240.7%	207.5%	90.4	129.4	43.1%
กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ	39.2	38.7	37.8	(3.6%)	(2.1%)	132.5	114.1	(13.9%)
กลุ่มลูกค้าบุคคล	1.4	2.3	3.3	134.4%	41.7%	6.0	8.7	44.4%
รวมรายได้จากการขายและการให้บริการ	533.5	529.8	656.1	23.0%	23.8%	1,638.7	1,780.0	8.6%

หมายเหตุ : อาจมีการคลาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปิดจุดทศนิยม
(1) อื่นๆ โดยหลักประกอบด้วย หน่วยงานรัฐ วัตถุประสงค์ทั่วไป เป็นต้น

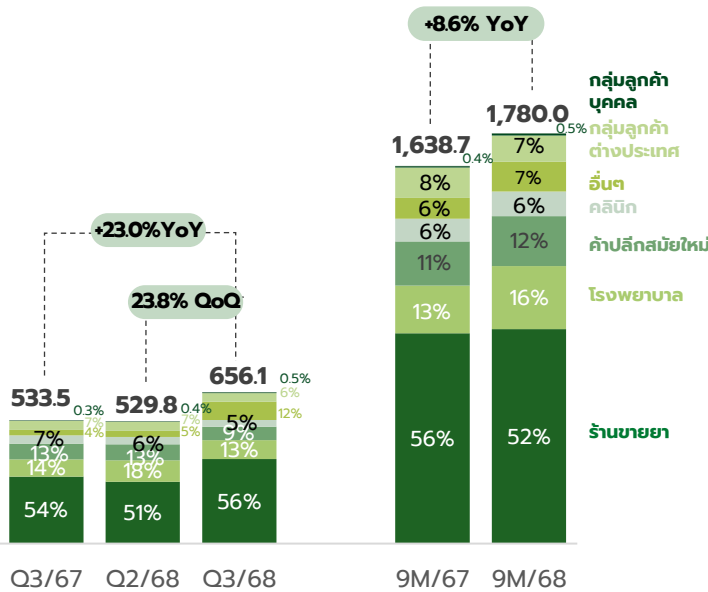
รายได้จากการขายและการให้บริการตามกลุ่มผลิตภัณฑ์

หน่วย: ล้านบาท, %



รายได้จากการขายและการให้บริการตามกลุ่มลูกค้า

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY: Q3/2568 vs Q3/2567 และ QoQ: Q3/2568 vs Q2/2568

ในไตรมาส 3 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายและการให้บริการจำนวน 656.1 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 3 ปี 2567 จำนวน 122.6 ล้านบาท หรือร้อยละ 23.0 และปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 2 ปี 2568 จำนวน 126.3 ล้านบาท หรือร้อยละ 23.8 การเติบโตดังกล่าวได้รับแรงสนับสนุนจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นของช่องทางร้านขายยาทั้งค้าปลีกและค้าส่ง ซึ่งเป็นผลจากการเริ่มดำเนินการจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก ภายใต้สัญญากับ BERTRAM ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ “เซียงเพียว” และ “เป๊ปเปอร์มินท์ ฟลัด” เพื่อกระจายสินค้าไปยังร้านขายยาและร้านค้าโมเดิร์นเทรดทั่วประเทศ นอกจากนี้ รายได้จากการรับจ้างผลิตสินค้ากลุ่มสุขภาพและความงามจากลูกค้ารายใหญ่ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง สะท้อนถึงความเชื่อมั่นของลูกค้าในศักยภาพของกลุ่มบริษัทฯ ในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพภายใต้แบรนด์ของลูกค้า ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว

YoY: 9M/2568 vs 9M/2567

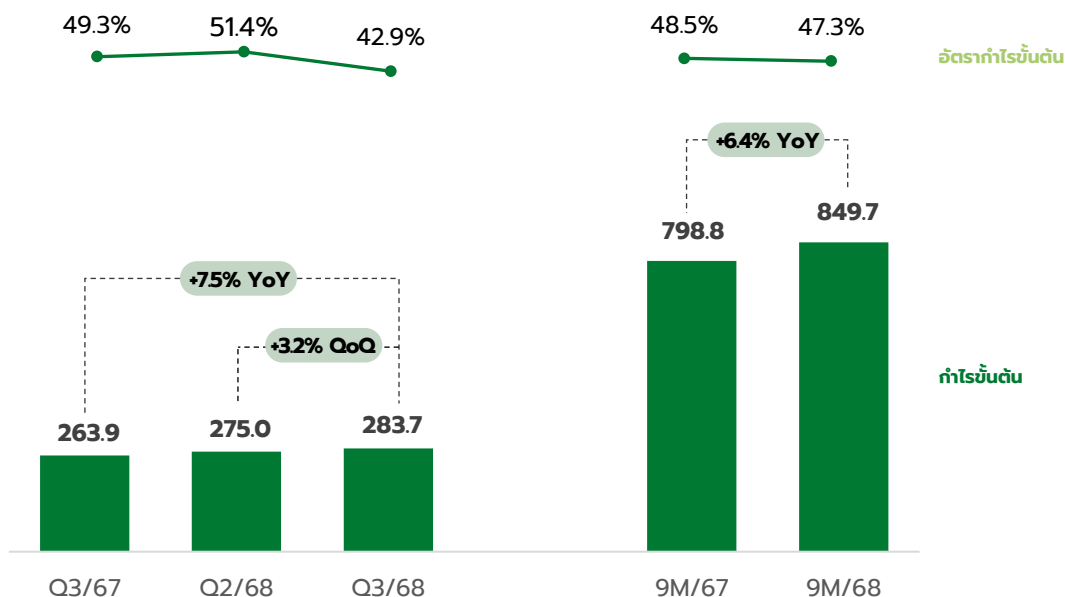
ในงวด 9 เดือนแรก ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายและการให้บริการจำนวน 1,780.0 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากงวด 9 เดือนแรก ปี 2567 จำนวน 141.3 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.6 โดยมีสาเหตุหลักมาจาก:

รายได้จากการขายและการให้บริการจำแนกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์: พบว่าสัดส่วนรายได้จากการขายและการให้บริการของผลิตภัณฑ์ยาเพิ่มขึ้นเป็นประมาณร้อยละ 64 จากร้อยละ 60 เมื่อเทียบกับงวด 9 เดือนแรก ปี 2567 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก ซึ่งเข้ามาเสริมรายได้จากการขายและการให้บริการในกลุ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพร ทั้งนี้ รายได้จากการขายและการให้บริการในกลุ่มผลิตภัณฑ์อื่น ๆ มีการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

รายได้จากการขายและการให้บริการจำแนกตามกลุ่มลูกค้า: พบว่ารายได้จากการขายและการให้บริการจำแนกตามกลุ่มลูกค้ามีการเติบโตเพิ่มขึ้นในทุกกลุ่ม สอดคล้องกับกลยุทธ์การขายตลาดของบริษัทฯ ที่มุ่งเน้นการเพิ่มศักยภาพรายได้ในแต่ละช่องทางหลัก โดยมีแนวทางสำคัญดังนี้ 1) ช่องทางโรงพยาบาล โดยมุ่งสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ยาแผนปัจจุบันสำหรับโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs) และผลิตภัณฑ์สุขภาพแผนปัจจุบันอื่น ๆ เข้าสู่ช่องทางจำหน่ายในโรงพยาบาลเพิ่มเติม 2) ช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ และร้านค้าปลีกเฉพาะอย่าง โดยขยายฐานผู้บริโภคผ่านการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ (NPD) ภายใต้แบรนด์หลักของบริษัทฯ เพื่อเพิ่มการเข้าถึงผู้บริโภคอย่างทั่วถึง 3) ช่องทางคลินิก ด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์แบบครบวงจรสำหรับธุรกิจคลินิกเสริมความงาม พร้อมเสริมศักยภาพทีมผู้แทนขายในการเข้าถึงลูกค้าเชิงรุก และ 4) ช่องทางร้านขายยา ที่สร้างการเติบโตต่อเนื่องผ่านการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย โดยอาศัยความแข็งแกร่งของเครือข่ายร้านขายยาทั่วประเทศ เป็นต้น

กำไรขั้นต้น และอัตรากำไรขั้นต้น

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY: Q3/2568 vs Q3/2567 และ QoQ: Q3/2568 vs Q2/2568

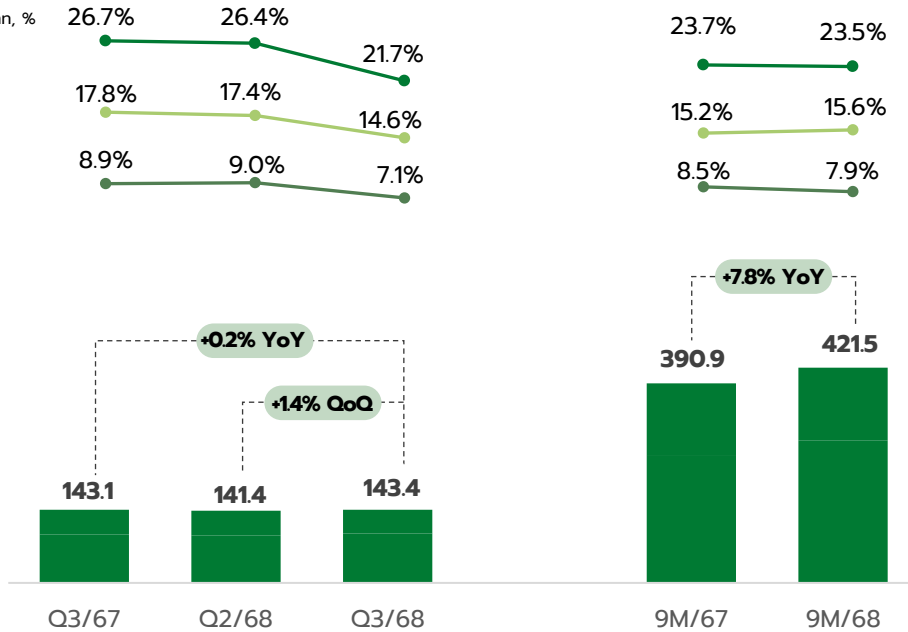
กำไรขั้นต้น: ในไตรมาส 3 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 283.7 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 3 ปี 2567 จำนวน 19.8 ล้านบาท หรือร้อยละ 7.5 และปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 2 ปี 2568 จำนวน 8.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.2 สอดคล้องกับการเติบโตของรายได้จากการขายและการให้บริการ อย่างไรก็ตาม **อัตรากำไรขั้นต้น** ในไตรมาส 3 ปี 2568 อยู่ที่ร้อยละ 42.9 ปรับตัวลดลงจากร้อยละ 49.3 ในไตรมาส 3 ปี 2567 และปรับตัวลดลงจากร้อยละ 51.4 ในไตรมาส 2 ปี 2568 เนื่องจากการรับรู้รายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นเฉลี่ยต่ำกว่าธุรกิจหลักของบริษัท ขณะเดียวกัน อัตรากำไรขั้นต้นของธุรกิจหลัก (ไม่รวมส่วนงานจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก รายใหม่) ยังคงอยู่ที่ร้อยละ 50.0 ซึ่งถือเป็นระดับอัตรากำไรขั้นต้นที่สะท้อนถึงความแข็งแกร่งของธุรกิจและประสิทธิภาพการดำเนินงานของบริษัท

YoY: 9M/2568 vs 9M/2567

กำไรขั้นต้น: ในงวด 9 เดือนแรกปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 849.7 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากงวด 9 เดือนแรกปี 2567 จำนวน 50.9 ล้านบาท หรือร้อยละ 6.4 สอดคล้องกับการเติบโตของรายได้จากการขายและการให้บริการ อย่างไรก็ตาม **อัตรากำไรขั้นต้น** ในงวด 9 เดือนแรกปี 2568 อยู่ที่ร้อยละ 47.3 ปรับตัวลดลงจากร้อยละ 48.5 ในงวด 9 เดือนแรกปี 2567 เนื่องจากการรับรู้รายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นเฉลี่ยต่ำกว่าธุรกิจหลักของบริษัท ขณะเดียวกัน อัตรากำไรขั้นต้นของธุรกิจหลัก (ไม่รวมส่วนงานจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก รายใหม่) ยังคงอยู่ที่ร้อยละ 49.9 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนถึงความสามารถของบริษัทในการบริหารต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ และกระบวนการผลิต รวมถึงการมุ่งเน้นจำหน่ายสินค้าที่มีอัตรากำไรสูงและยกเลิกสินค้าที่มีอัตรากำไรต่ำ ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นโดยรวมอยู่ในระดับที่แข็งแกร่ง

ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร

หน่วย: ล้านบาท, %



อัตราส่วนต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้

อัตราส่วนต้นทุนในการจัดจำหน่ายต่อรายได้

อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้

ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร

YoY: Q3/2568 vs Q3/2567 และ QoQ: Q3/2568 vs Q2/2568

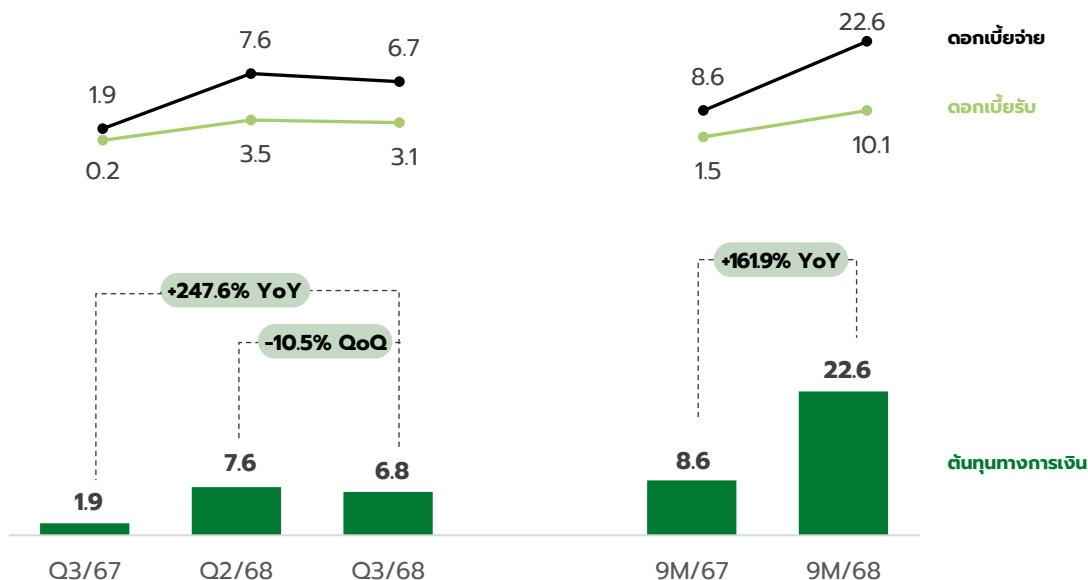
ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร: ในไตรมาส 3 ปี 2568 กลุ่มบริษัท มีต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 143.4 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 3 ปี 2567 จำนวน 0.3 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.2 และปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 2 ปี 2568 จำนวน 2.0 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.4 การเพิ่มขึ้นดังกล่าวเกิดจากต้นทุนในการจัดจำหน่ายที่เกี่ยวข้องกับรายได้จากการขายและการให้บริการสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอกซึ่งเป็นลูกค้ารายใหม่รายใหญ่ เช่น ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผู้แทนขาย (เงินเดือน เบี้ยเลี้ยง และค่าขนานส่ง เป็นต้น ขณะที่ต้นทุนในการจัดจำหน่ายอื่น ๆ ปรับตัวลดลงจากมาตรการควบคุมค่าใช้จ่ายของบริษัทให้เหมาะสมกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน ส่งผลให้ **อัตราส่วนต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้** ในไตรมาส 3 ปี 2568 อยู่ที่ร้อยละ 21.7 ปรับตัวลดลงจากร้อยละ 26.7 ในไตรมาส 3 ปี 2567 และปรับตัวลดลงจากร้อยละ 26.4 ในไตรมาส 2 ปี 2568 เนื่องจากรายได้จากการขายและการให้บริการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ จากการรับรู้รายได้ของลูกค้ารายใหม่รายใหญ่ภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก ซึ่งมีต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้นในอัตราที่ต่ำกว่าการเติบโตของรายได้

YoY: 9M/2568 vs 9M/2567

ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร: ในงวด 9 เดือนแรกปี 2568 กลุ่มบริษัท มีต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 421.5 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากงวด 9 เดือนแรกปี 2567 จำนวน 30.6 ล้านบาท หรือร้อยละ 7.8 โดยมีสาเหตุหลักมาจาก 1) การขยายทีมผู้แทนขายในช่วงครึ่งหลังของปี 2567 ส่งผลให้ต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับผู้แทนขายในงวด 9 เดือนแรกปี 2568 สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และ 2) การเพิ่มขึ้นของต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับทีมผู้แทนขายใหม่ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก ซึ่งเป็นลูกค้ารายใหม่รายใหญ่ของบริษัท เป็นต้น อย่างไรก็ตาม **อัตราส่วนต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้** ในงวด 9 เดือนแรกปี 2568 อยู่ที่ร้อยละ 23.5 ปรับตัวลดลงจากร้อยละ 23.7 ในงวด 9 เดือนแรกปี 2567 เนื่องจากรายได้จากการขายและการให้บริการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ จากการรับรู้รายได้ของลูกค้ารายใหม่รายใหญ่ภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก ซึ่งมีต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้นในอัตราที่ต่ำกว่าการเติบโตของรายได้

ต้นทุนทางการเงิน

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY: Q3/2568 vs Q3/2567

ต้นทุนทางการเงิน: ในไตรมาส 3 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินจำนวน 6.8 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 3 ปี 2567 จำนวน 4.9 ล้านบาท หรือร้อยละ 247.6 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของดอกเบี้ยเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินที่กลุ่มบริษัทฯ เริ่มใช้ในไตรมาส 4 ปี 2567 ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายการบริหารความเสี่ยงทางการเงินอย่างเหมาะสม

QoQ: Q3/2568 vs Q2/2568

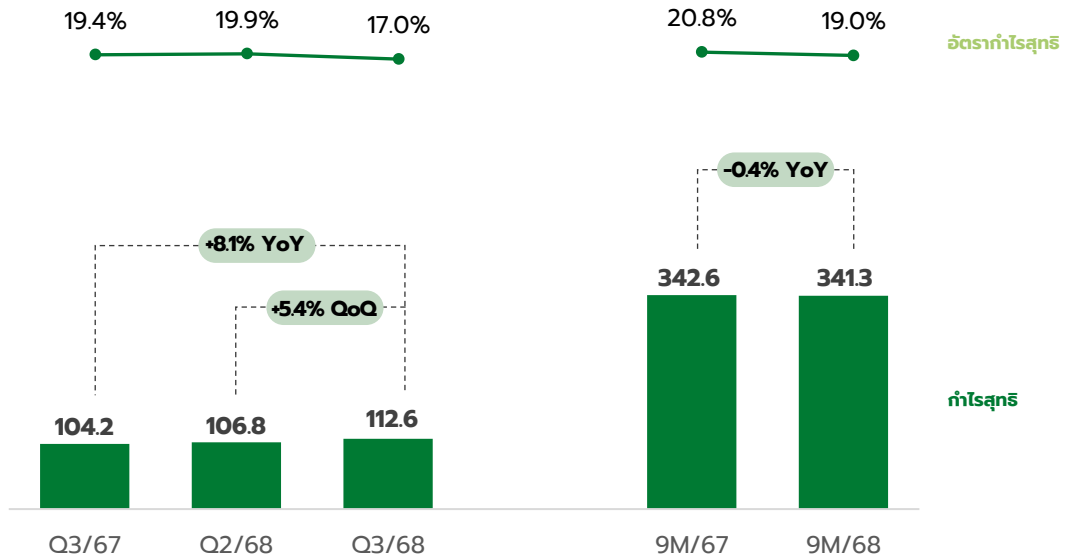
ต้นทุนทางการเงิน: ในไตรมาส 3 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินจำนวน 6.8 ล้านบาท ปรับตัวลดลงจากไตรมาส 2 ปี 2568 จำนวน 0.8 ล้านบาท หรือร้อยละ 10.5 โดยมีปัจจัยหลักจากการชำระคืนเงินกู้ยืมตามแผนที่วางไว้ และอัตราดอกเบี้ยจ่ายที่ลดลงตามแนวโน้มอัตราดอกเบี้ยที่ลดลงในช่วงต้นปี 2568 จนถึงปัจจุบัน

YoY: 9M/2568 vs 9M/2567

ต้นทุนทางการเงิน: ในงวด 9 เดือนแรกปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินจำนวน 22.6 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากงวด 9 เดือนแรกปี 2567 จำนวน 14.0 ล้านบาท หรือร้อยละ 161.9 โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินในไตรมาสที่ 4 ปี 2567 ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ มีแผนการชำระคืนเงินกู้ยืมอย่างสม่ำเสมอเพื่อลดภาระดอกเบี้ยจ่าย โดยกลุ่มบริษัทฯ จำเป็นต้องรักษาเงินค่าหุ้นเพิ่มทุน IPO ไว้เพื่อยุติการระดมทุนตามแผนงานที่วางไว้ ซึ่งเงินดังกล่าวได้ถูกจัดสรรไปลงทุนในบัญชีฝากประจำและออมทรัพย์ในอัตราดอกเบี้ยพิเศษ ทั้งนี้ ฝ่ายจัดการได้บริหารจัดการผลกระทบดังกล่าวต่อผลการดำเนินงานในภาพรวมของกลุ่มบริษัทฯ เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY: Q3/2568 vs Q3/2567 และ QoQ: Q3/2568 vs Q2/2568

กำไรสุทธิ : ในไตรมาส 3 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิจำนวน 112.6 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 3 ปี 2567 จำนวน 8.4 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.1 และปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 2 ปี 2568 จำนวน 5.8 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.4 สอดคล้องกับรายได้จากการขายและการให้บริการที่เพิ่มขึ้น และต้นทุนขายในส่วนของผู้ถือหุ้นหลักของกลุ่มบริษัทฯ (ไม่รวมผู้ถือหุ้นจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอกภายใต้แบรนด์ใหม่รายใหญ่) ที่ปรับตัวลดลง ส่งผลให้กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารยังคงอยู่ในระดับใกล้เคียงเดิม แม้ต้นทุนทางการเงินจะเพิ่มขึ้น แต่โดยรวมแล้วยังคงส่งผลให้กำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจากปีก่อน

อัตรากำไรสุทธิ : ในไตรมาส 3 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีอัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ร้อยละ 17.0 ปรับตัวลดลงจากร้อยละ 19.4 ในไตรมาส 3 ปี 2567 และปรับตัวลดลงจากร้อยละ 19.9 ใน ไตรมาส 2 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของฐานรายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอกภายใต้แบรนด์ใหม่รายใหญ่ ซึ่งมีอัตรากำไรสุทธิเฉลี่ยต่ำกว่าธุรกิจหลักของบริษัท

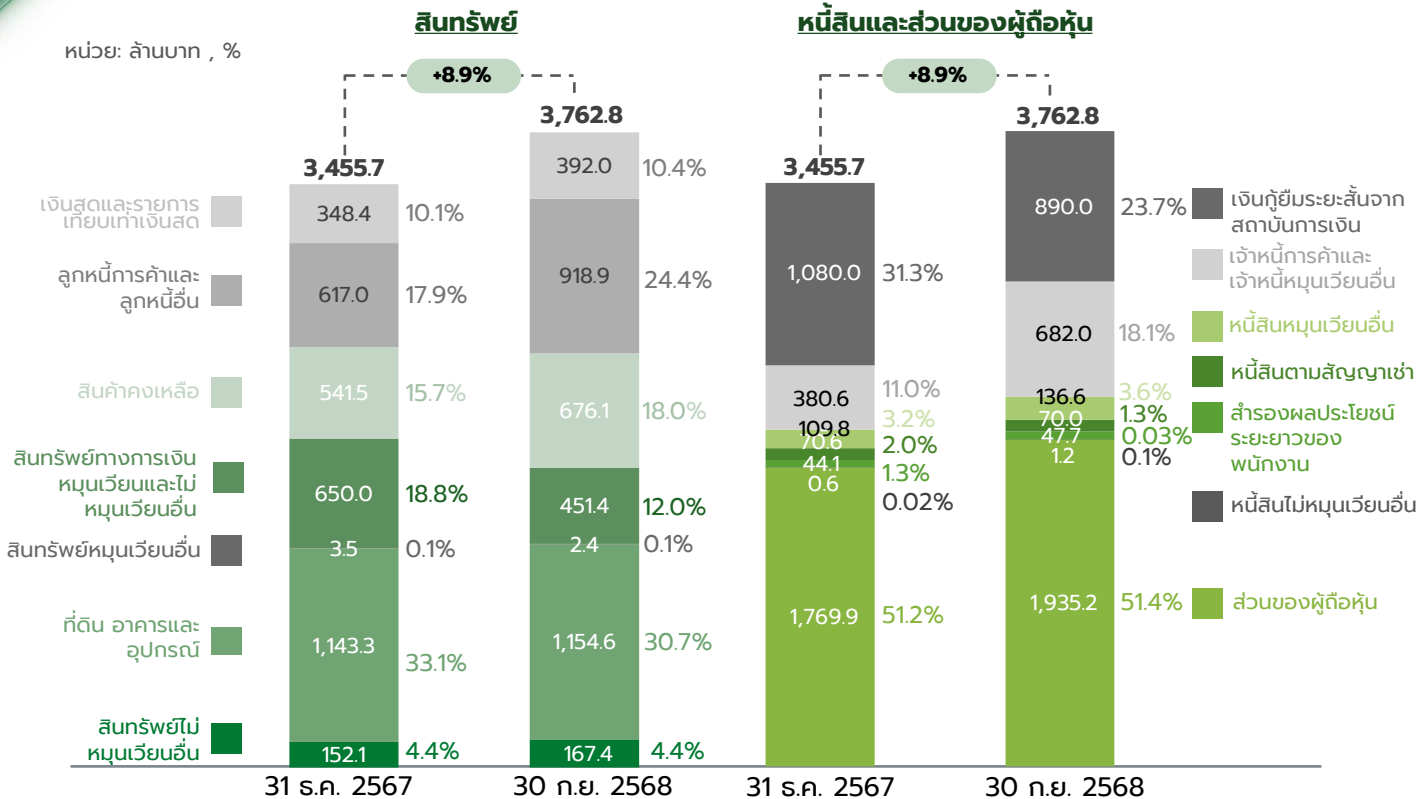
YoY: 9M/2568 vs 9M/2567

กำไรสุทธิ: ในงวด 9 เดือนแรกปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิจำนวน 341.3 ล้านบาท ปรับตัวลดลงเล็กน้อยจากงวด 9 เดือนแรกปี 2567 จำนวน 1.3 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.4 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นในการจัดจำหน่ายที่เพิ่มขึ้นในอัตราสูงว่าการเติบโตของกำไรขั้นต้น จากการเพิ่มจำนวนพนักงานขายเพื่อสนับสนุนกลยุทธ์การเติบโตในทุกช่องทาง โดยเฉพาะช่องทางโรงพยาบาล รวมถึงต้นทุนในการจัดจำหน่ายที่เพิ่มขึ้นจากการขายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอกให้กับลูกค้ารายใหม่รายใหญ่ นอกจากนี้ ต้นทุนทางการเงินได้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ส่งผลให้กำไรสุทธิปรับตัวลดลงจากปีก่อนเพียงเล็กน้อย

อัตรากำไรสุทธิ: ในงวด 9 เดือนแรกปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีอัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ร้อยละ 19.0 ปรับตัวลดลงจากร้อยละ 20.8 ในงวด 9 เดือนแรกปี 2567 ซึ่งยังคงเป็นอัตรากำไรสุทธิที่แข็งแกร่ง สะท้อนถึงความสามารถของกลุ่มบริษัทฯ ในการรักษาความสามารถในการทำกำไรท่ามกลางต้นทุนที่เพิ่มขึ้น

การวิเคราะห์ฐานะการเงินของบริษัท

หน่วย: ล้านบาท , %



สินทรัพย์

ณ วันที่ 30 กันยายน 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม จำนวน 3,762.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 307.1 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.9 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 โดยมีรายละเอียดดังนี้

- เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด:** มีจำนวน 392.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 43.6 ล้านบาท สอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของกระแสเงินสดรับจากกิจกรรมดำเนินงาน อย่างไรก็ตาม กระแสเงินสดรับจากกิจกรรมดำเนินงานดังกล่าว ได้ถูกนำไปใช้ในการจ่ายคืนเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน จ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้น จ่ายเพื่อซื้อสินทรัพย์ที่มีตัวตนและไม่มีตัวตน และจ่ายชำระดอกเบี้ยจ่ายต่างๆ เป็นต้น
- ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น:** มีจำนวน 918.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 301.9 ล้านบาท จากการเพิ่มขึ้นของลูกหนี้การค้าและรายได้ค้างรับอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก ซึ่งเป็นลูกค้ารายใหม่รายใหญ่ที่เข้ามาในไตรมาส 3 ปี 2568
- สินค้าคงเหลือ:** มีจำนวน 676.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 134.6 ล้านบาท จากการเพิ่มขึ้นของสินค้าภายใต้ส่วนงานจัดจำหน่ายแบรนด์บุคคลภายนอก หลังจากบริษัทเริ่มดำเนินการจำหน่ายสินค้าของลูกค้ารายใหญ่รายใหม่ในไตรมาส 3 ปี 2568
- สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนและไม่หมุนเวียนอื่น:** มีจำนวน 451.4 ล้านบาท ลดลง 198.6 ล้านบาท ซึ่งลดลงจากการครบกำหนดของเงินฝากประจำกับสถาบันการเงินที่เป็นหลักประกันและไม่เป็นหลักประกัน

หนี้สิน

ณ วันที่ 30 กันยายน 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีหนี้สินรวม จำนวน 1,827.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 141.8 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.4 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 โดยมีรายละเอียดดังนี้

- เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน:** มีจำนวน 890.0 ล้านบาท ลดลง 190.0 ล้านบาท จากการชำระคืนเงินกู้ยืมระยะสั้นแก่สถาบันการเงินตามแผนงานที่บริษัทวางไว้
- เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น:** มีจำนวน 682.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 301.4 ล้านบาท จากการเพิ่มขึ้นของเจ้าหนี้การค้าสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก ซึ่งเป็นลูกค้ารายใหม่รายใหญ่ที่เริ่มต้นสัญญาตัวแทนจำหน่ายในไตรมาส 3 ปี 2568 ทั้งนี้ การชำระหนี้ของบริษัทเป็นไปตามกำหนด และสอดคล้องกับเงื่อนไขการชำระเงินทางการค้า (Credit Terms) ที่ตกลงไว้กับผู้ค้า
- หนี้สินหมุนเวียนอื่น:** มีจำนวนจำนวน 136.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 26.8 ล้านบาท โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของหนี้สินที่เกิดจากสัญญา ซึ่งสอดคล้องกับการเติบโตของรายได้ที่เป็นฐานในการรับรู้ภาระผูกพันตามสัญญา

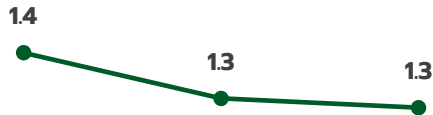
ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 30 กันยายน 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวม จำนวน 1,935.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 165.3 ล้านบาท หรือร้อยละ 9.3 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิสำหรับงวด 9 เดือน ปี 2568 จำนวน 341.3 ล้านบาท และการลดลงของกำไรสะสมจากการจ่ายเงินปันผลในระหว่างปี จำนวน 176.0 ล้านบาท

อัตราส่วนทางการเงิน

อัตราส่วนเงินหมุนเวียน (Current Ratio)

หน่วย: เท่า



2566 2567 Q3/2568

อัตราส่วนเงินหมุนเวียนเร็ว (Quick Ratio)

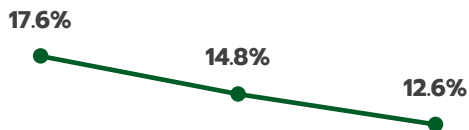
หน่วย: เท่า



2566 2567 Q3/2568

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)

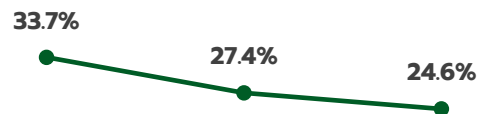
หน่วย: %



2566 2567 Q3/2568

อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)

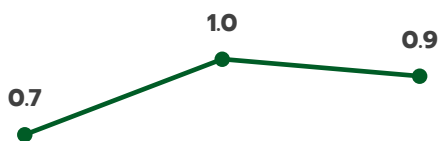
หน่วย: %



2566 2567 Q3/2568

อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E Ratio)

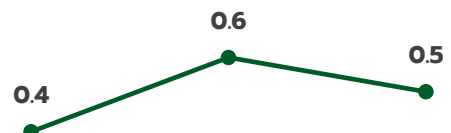
หน่วย: เท่า



2566 2567 Q3/2568

อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วน ของผู้ถือหุ้น (IBD/E Ratio)

หน่วย: เท่า



2566 2567 Q3/2568