



COLLABORATION

TOWARDS INNOVATION
AHEAD OF GLOBAL DEMAND

คำอธิบายและการวิเคราะห์ ของฝ่ายจัดการ

บริษัท ที.แมน ฟาร์มาซูติคอล จำกัด (มหาชน)

ประจำไตรมาส 2 ปี 2568

ภาพรวมการดำเนินงานธุรกิจ

บริษัท ที.แมน ฟาร์มาซูติคอล จำกัด (มหาชน) ("บริษัทฯ") และบริษัทย่อย ได้แก่ บริษัท ที.แมน ฟาร์มา จำกัด บริษัท เฮเวน เอิร์ธ จำกัด บริษัท โนวา เฮลท์ จำกัด และบริษัท ทีเอ็มทีโปรสเปอร์ต จำกัด (รวมเรียกว่า "กลุ่มบริษัทฯ") เป็นหนึ่งในผู้นำธุรกิจผลิต และ/หรือจัดจำหน่ายเวชภัณฑ์ยาและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพในประเทศไทยมากกว่า 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	Q2/67	Q1/68	Q2/68	เปลี่ยนแปลง +/-		1H/67	1H/68	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากการขาย	518.0	594.2	529.8	2.3%	(10.8%)	1,105.2	1,123.9	1.7%
กำไรขั้นต้น	242.7	286.2	269.3	10.9%	(5.9%)	530.0	555.5	4.8%
EBITDA	141.8	184.0	162.4	14.5%	(11.7%)	336.9	346.4	2.8%
กำไรสุทธิ	98.9	121.9	106.8	8.0%	(12.4%)	238.4	228.7	(4.1%)
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	46.9%	48.2%	50.8%	3.9%	2.6%	48.0%	49.4%	1.4%
อัตรา EBITDA (%)	27.4%	30.7%	30.7%	3.3%	0.0%	30.5%	30.8%	0.3%
อัตรากำไรสุทธิ (%)	19.0%	20.4%	19.9%	0.9%	(0.5%)	21.5%	20.2%	(1.3%)

หมายเหตุอาจมีการคาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปัดจุดทศนิยม

ภาพรวมการดำเนินงาน Q2/2568

ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ ทำสถิติรายได้สูงสุดใหม่อย่างต่อเนื่อง โดยมีรายได้จากการขายรวม 1,123.9 ล้านบาท และสามารถรักษาอัตรากำไรสุทธิในระดับร้อยละ 20.2 ได้อย่างมั่นคง สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการดำเนินงานและการบริหารต้นทุนที่ดี ภายใต้กลยุทธ์การเติบโตที่ชัดเจน ทั้งการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง การเพิ่มสินค้าสำหรับจำหน่ายในช่องทางธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่และร้านค้าปลีกเฉพาะทาง เพื่อเพิ่มการเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้าง การขยายธุรกิจในกลุ่ม DBU และ OEM รวมถึงการขยายไปยังช่องทางจัดจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ

ในไตรมาสที่ 2 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ ประสบความสำเร็จอย่างโดดเด่นในการเจาะตลาดโรงพยาบาล โดยสร้างการเติบโตของรายได้จากช่องทางดังกล่าวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 45 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนถึงศักยภาพในการขยายฐานลูกค้าและเสริมความแข็งแกร่งในช่องทางตลาดยาที่มีมูลค่าสูง

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังคงรักษาความแข็งแกร่งของแบรนด์ชั้นนำ 5 อันดับแรก พร้อมเดินหน้าพัฒนาและเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาความเป็นผู้นำและสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนเพื่อกระจายความเสี่ยงของพอร์ตธุรกิจและเพิ่มศักยภาพการทำการค้าในระยะยาว ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นขับเคลื่อนนวัตกรรมด้านสุขภาพและความงาม เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดียิ่งขึ้น

เหตุการณ์สำคัญ



TMAN ผนึกกำลัง BERTRAM เดินหน้าแผน “Distributor Synergy” ขยายฐานลูกค้าใหม่ผ่านระบบกระจายสินค้าที่แข็งแกร่ง

กลุ่มบริษัทฯ จับมือ BERTRAM ผู้ผลิต “เซียงเพียว” และ “เป๊ปเปอร์มินต์ พัด” เปิดตัวแผน “Distributor Synergy” เดินหน้าขยายฐานลูกค้าใหม่ ด้วยการใช้จุดแข็งด้านระบบโลจิสติกส์ของกลุ่มบริษัทฯ ในการกระจายสินค้าไปยังร้านขายยาและร้านค้าโมเดิร์นเทรดทั่วประเทศ เสริมความแข็งแกร่งช่องทางจัดจำหน่ายและรองรับการเติบโตของตลาดอย่างต่อเนื่อง



TMAN คว้ารางวัล Marketeer No.1 Brand Thailand 2025 ตอกย้ำความเป็นผู้นำ “Propoliz” สเปรย์สำหรับช่องคออันดับหนึ่งในใจผู้บริโภคไทย

กลุ่มบริษัทฯ คว้ารางวัล Marketeer No.1 Brand Thailand 2025 ในหมวดผลิตภัณฑ์สเปรย์สำหรับช่องคอจากแบรนด์ Propoliz สะท้อนความเชื่อมั่นและความไว้วางใจจากผู้บริโภคชาวไทยอย่างต่อเนื่อง ความสำเร็จครั้งนี้ตอกย้ำความแข็งแกร่งของกลุ่มบริษัทฯ ในฐานะหนึ่งในผู้นำด้านการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพและยาชั้นนำของประเทศ พร้อมเดินหน้ารสร้างสรรคนวัตกรรมเพื่อดูแลสุขภาพของคนไทยอย่างยั่งยืน



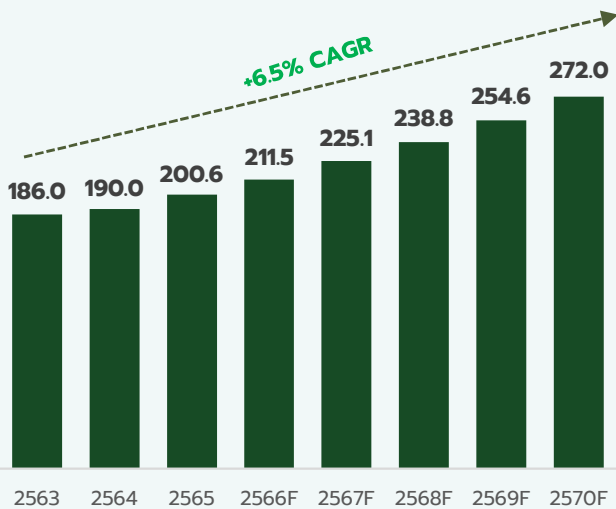
TMAN จับมือรักลูก พลัส รุกตลาดแม่และเด็กผ่าน “Tales & Play 2025”

กลุ่มบริษัทฯ จับมือรักลูก พลัส รุกตลาดแม่และเด็ก ผ่านกิจกรรม “รักลูก Tales & Play 2025” พสานิทานเวทีและกิจกรรมสร้างสรรค์ เสริมพัฒนาการและสุขภาพเด็กไทย นำโดยผู้บริหารรุ่นใหม่ ผลักดันผลิตภัณฑ์ Propoliz Kid, Polar Spray, Vita-C, Nevtral และ MossiGuard เจาะกลุ่มครอบครัว

ภาพรวมอุตสาหกรรม

มูลค่าตลาดยาในประเทศไทย

หน่วย: พันล้านบาท

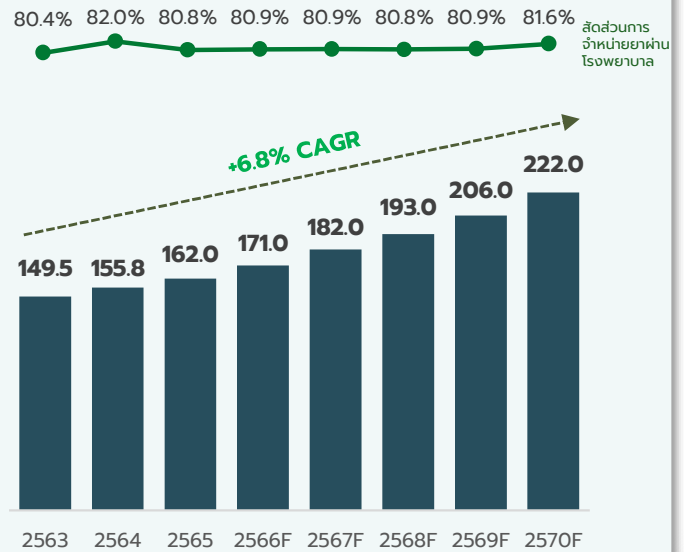


ขนาดตลาดยาในประเทศไทยคาดว่าจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสม (CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 6.5 ทำให้ตลาดมีมูลค่าประมาณ 272.0 พันล้านบาท ภายในปี 2570 โดยมีปัจจัยสนับสนุน ได้แก่ อัตราการเพิ่มขึ้นของโรคติดต่อและโรคเรื้อรัง ความตระหนักด้านสุขภาพที่สูงขึ้นของประชาชนซึ่งส่งผลให้เกิดความสนใจในการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน รวมถึงการเติบโตของกลุ่มผู้ป่วยต่างชาติที่เดินทางเข้ามารับการรักษาพ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

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 และถือเป็นโอกาสสำคัญของบริษัทในการขยายตลาดผ่านการเข้าสู่ระบบจัดซื้อของโรงพยาบาล

ที่มา: Krungsri Research

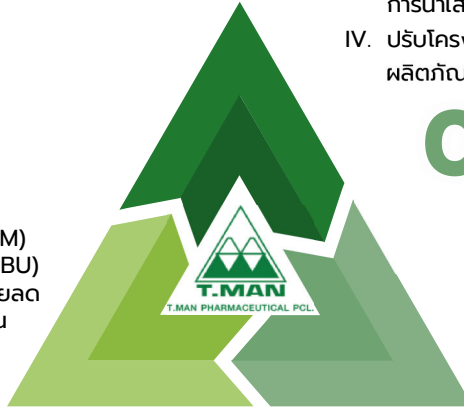
กลยุทธ์ของบริษัท

01 เสริมสร้างความแข็งแกร่งของธุรกิจเดิม

- I. สร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับในวงกว้าง
- II. สร้างเครือข่ายในกลุ่มลูกค้าใหม่
- III. เพิ่มยอดขายจากลูกค้าเดิมด้วยกลยุทธ์ Upselling ผ่านการนำเสนอสินค้านวัตกรรม คุณภาพสูง
- IV. ปรับโครงสร้างพอร์ตสินค้าและพัฒนาธุรกิจเพื่อรองรับผลิตภัณฑ์ใหม่

03 การสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่

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



02 มุ่งเน้นการส่งออก

- I. นำเสนอสินค้าที่มีอยู่สู่ตลาดต่างประเทศ
- II. สร้างแบรนด์สินค้าให้เป็นที่รู้จักในแต่ละประเทศ
- 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 ในสลับฯ

เพื่อส่งเสริมสุขภาพเด็กกว่า 60 คน สะท้อนความมุ่งมั่นยกระดับคุณภาพชีวิตและสร้างรากฐานสุขภาพที่ยั่งยืน พร้อมต่อยาวีรยักศน์การเติบโตของสังคมไทยอย่างรับผิดชอบ

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

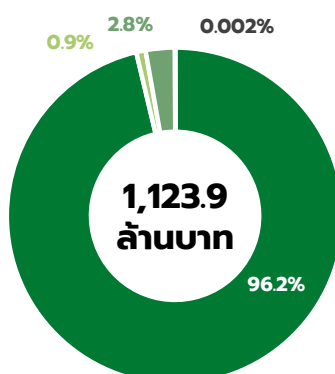
ภาพรวมผลประกอบการ	Q2/67	Q1/68	Q2/68	เปลี่ยนแปลง +/-		1H/67	1H/68	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากการขาย								
➢ ผลิต และ/หรือจัดจำหน่ายเวชภัณฑ์ยาและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพภายใต้แบรนด์ของกลุ่มบริษัทฯ	504.1	573.4	508.3	0.8%	(11.3%)	1,065.5	1,081.7	1.5%
➢ รับจ้างผลิตเวชภัณฑ์ยาและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก	3.7	4.2	6.2	70.0%	47.2%	18.7	10.4	(44.1%)
➢ จัดจำหน่ายเวชภัณฑ์ยาและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก	10.2	16.6	15.2	49.6%	(8.3%)	20.9	31.8	52.4%
➢ รายได้จากการขายอื่น ⁽¹⁾	0.0	0.02	0.01	0.0%	(41.5%)	0.2	0.03	(87.7%)
รวมรายได้จากการขาย	518.0	594.2	529.8	2.3%	(10.8%)	1,105.2	1,123.9	1.7%
รายได้อื่น ⁽²⁾	3.0	4.8	5.8	89.8%	20.2%	4.9	10.6	116.3%
รวมรายได้	521.0	599.0	535.5	2.8%	(10.6%)	1,110.1	1,134.5	2.2%
ต้นทุนขาย	275.2	308.0	260.5	(5.4%)	(15.4%)	575.2	568.5	(1.2%)
กำไรขั้นต้น	242.7	286.2	269.3	10.9%	(5.9%)	530.0	555.5	4.8%
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	79.1	90.1	89.1	12.6%	(1.1%)	155.7	179.1	15.1%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	48.0	46.7	52.3	9.0%	12.0%	92.1	99.0	7.5%
ต้นทุนทางการเงิน	2.7	8.3	7.6	181.5%	(9.3%)	6.7	15.9	137.1%
กลับรายการขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	(0.2)	0.1	2.2	(1,003.6%)	2,201.0%	(1.9)	2.3	(225.4%)
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	116.2	145.8	123.9	6.6%	(15.0%)	282.3	269.7	(4.5%)
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	17.3	23.9	17.1	(1.3%)	(28.4%)	43.9	41.0	(6.6%)
กำไรสุทธิ	98.9	121.9	106.8	8.0%	(12.4%)	238.4	228.7	(4.1%)

หมายเหตุ: อาจมีการคาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปิดงวดบัญชี

⁽¹⁾ รายได้จากการขายอื่น โดยหลักประกอบด้วย รายได้จากการขายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์เหลือใช้

⁽²⁾ รายได้อื่น โดยหลักประกอบด้วยรายได้ค่าสนับสนุนจากภาครัฐในโครงการต่าง ๆ กลุ่มบริษัท เข้าร่วม ผลกำไร (ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยน ผลกำไร (ขาดทุน) จากการจำหน่ายสินทรัพย์ถาวร รายได้จากการขายเศษวัสดุเหลือใช้ รายได้ค่าวิจัยและตรวจสอบคุณภาพ รายได้ดอกเบี้ยรับ และ รายได้ค่าบริการการนำเสนอสินค้าตัวยาภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก

รายได้จากการขายตามกลุ่มธุรกิจ



- ผลิต และ/หรือจัดจำหน่ายแบรนด์ของกลุ่มบริษัทฯ
- รับจ้างผลิตภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก
- จัดจำหน่ายแบรนด์ของบุคคลภายนอก
- รายได้จากการขายอื่น

วิเคราะห์ผลการดำเนินงาน

รายได้จากการขายจำแนกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์

รายได้จากการขายตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ ⁽¹⁾	Q2/67	Q1/68	Q2/68	เปลี่ยนแปลง +/-		1H/67	1H/68	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ			%YoY
ผลิตภัณฑ์ยา	319.4	357.4	318.3	(0.3%)	(10.9%)	653.9	675.7	3.3%
ยาแผนปัจจุบัน	283.3	309.8	285.4	0.8%	(7.9%)	571.8	595.3	4.1%
ผลิตภัณฑ์สมุนไพร	36.1	47.6	32.9	(8.9%)	(30.9%)	82.1	80.4	(2.0%)
ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ	198.6	236.7	211.4	6.5%	(10.7%)	451.1	448.2	(0.6%)
ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องสำอาง	179.4	216.5	191.8	6.9%	(11.4%)	412.0	408.0	(0.9%)
ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอื่นๆ ⁽²⁾	19.2	20.3	19.6	2.4%	(3.1%)	39.1	40.2	2.1%
รายได้จากการขายอื่น⁽³⁾	0.0	0.02	0.01	0.0%	(41.5%)	0.2	0.03	(87.7%)
รวมรายได้จากการขาย	518.0	594.2	529.8	2.3%	(10.8%)	1,105.2	1,123.9	1.7%

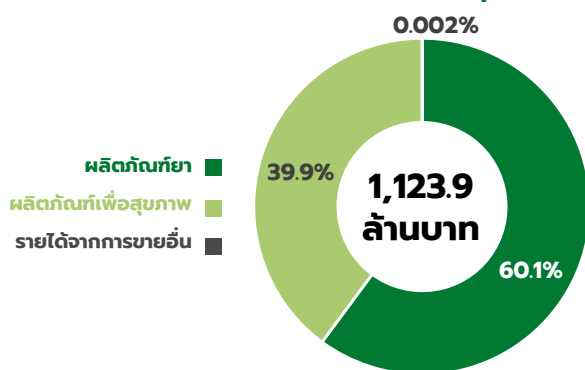
หมายเหตุ : อาจมีการคาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปิดจุดทศนิยม

⁽¹⁾ การจัดประเภทของกลุ่มผลิตภัณฑ์เป็นไปตามตำรับยาและ/หรือทะเบียนอาหารที่ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)

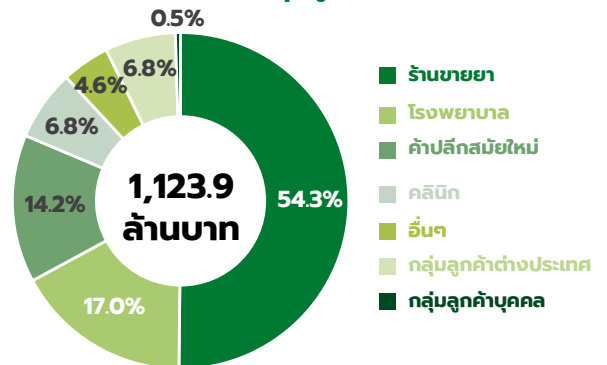
⁽²⁾ ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอื่น ๆ ประกอบด้วยอุปกรณ์และวัสดุทางการแพทย์และสินค้าอุปโภคบริโภค

⁽³⁾ รายได้จากการขายอื่นโดยหลักประกอบด้วย รายได้จากการขายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์เหลือใช้

รายได้จากการขายตามกลุ่มผลิตภัณฑ์



รายได้จากการขายตามกลุ่มลูกค้า



รายได้จากการขายจำแนกตามกลุ่มลูกค้า

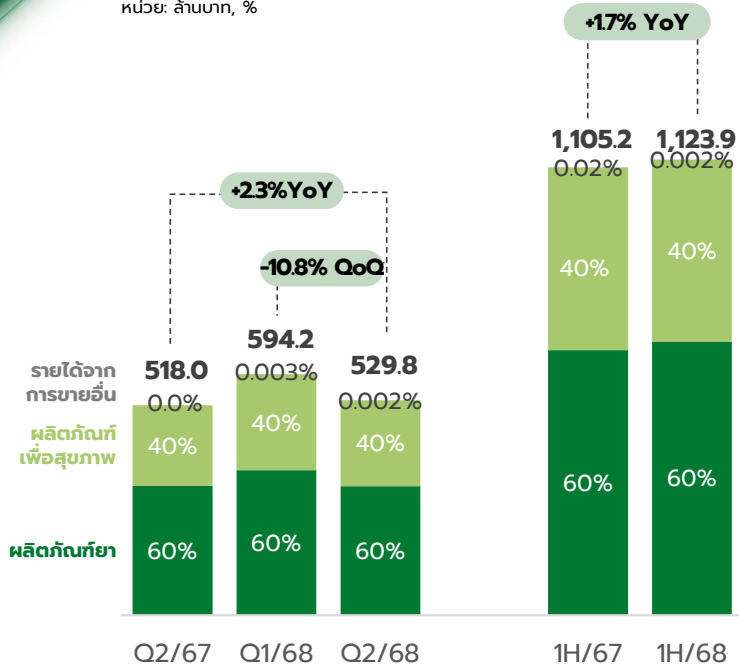
รายได้จากการขายจำแนกตามกลุ่มลูกค้า	Q2/67	Q1/68	Q2/68	เปลี่ยนแปลง +/-		1H/67	1H/68	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ			%YoY
กลุ่มลูกค้าองค์กร	516.5	591.1	527.4	2.1%	(10.8%)	1,100.6	1,118.6	1.6%
กลุ่มลูกค้าในประเทศ	468.1	553.4	488.8	4.4%	(11.7%)	1,007.3	1,042.2	3.5%
ร้านขายยา	287.2	295.5	268.6	(6.5%)	(9.1%)	622.2	564.1	(9.3%)
โรงพยาบาล	65.5	98.5	92.9	41.7%	(5.7%)	133.3	191.4	43.6%
ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่และร้านค้าปลีกเฉพาะอย่าง	58.1	90.5	69.0	18.6%	(23.8%)	121.9	159.5	30.8%
คลินิก	28.4	42.9	33.0	16.1%	(23.2%)	62.5	75.9	21.5%
อื่น ๆ ⁽¹⁾	28.8	26.0	25.4	(11.9%)	(2.4%)	67.5	51.4	(23.9%)
กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ	48.4	37.7	38.6	(20.2%)	2.5%	93.3	76.4	(18.2%)
กลุ่มลูกค้าบุคคล	1.5	3.1	2.3	59.9%	(24.3%)	4.6	5.4	17.0%
รวมรายได้จากการขาย	518.0	594.2	529.8	2.3%	(10.8%)	1,105.2	1,123.9	1.7%

หมายเหตุ : อาจมีการคาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปิดจุดทศนิยม

⁽¹⁾ อื่นๆ โดยหลักประกอบด้วย หน่วยงานรัฐ นิติบุคคลทั่วไป เป็นต้น

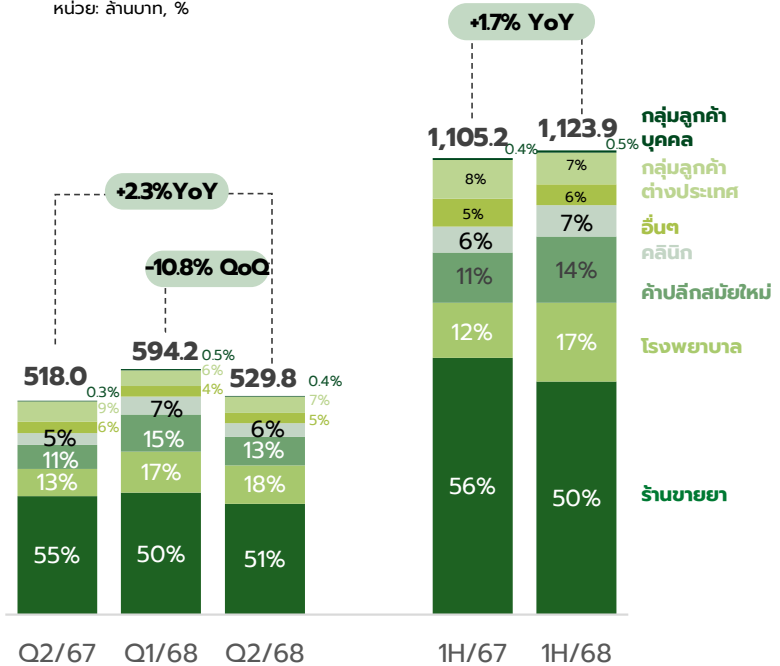
รายได้จากการขายตามกลุ่มผลิตภัณฑ์

หน่วย: ล้านบาท, %



รายได้จากการขายตามกลุ่มลูกค้า

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY: Q2/2568 vs Q2/2567

ในไตรมาสที่ 2 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายจำนวน 529.8 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 2 ปี 2567 จำนวน 11.8 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.3 การเติบโตดังกล่าวได้รับแรงหนุนจากการขยายตัวของรายได้จากช่องทางโรงพยาบาล อันเนื่องมาจากผลิตภัณฑ์ยาแผนปัจจุบันสำหรับโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCD) ที่เปิดตัวปลายปี 2566 และสร้างรายได้ได้มากขึ้น ตั้งแต่ปี 2567 จนถึงปัจจุบัน ซึ่งบริษัทได้เพิ่มขีดความสามารถในการผลิตและยกระดับประสิทธิภาพการบริหารงานโดยรวม ส่งผลให้มีต้นทุนที่สามารถแข่งขันได้และเพิ่มส่วนแบ่งในตลาดได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ รายได้จากช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ และร้านค้าปลีกเฉพาะทางยังเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากการนำเสนอทั้งผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่และผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เข้าถึงผู้บริโภคอย่างทั่วถึง ในขณะที่รายได้จากช่องทางคลินิกขยายตัวอย่างต่อเนื่องจากกลยุทธ์ "One-stop service" ของคลินิกเสริมความงาม ที่มีการเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและให้บริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยอดขายจากการรับจ้างผลิตสินค้ากลุ่มสุขภาพและความงามจากลูกค้ารายใหญ่ยังเติบโตต่อเนื่อง สะท้อนถึงความเชื่อมั่นในศักยภาพของกลุ่มบริษัทฯ ในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพภายใต้แบรนด์ของลูกค้า ซึ่งจะเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

QoQ: Q2/2568 vs Q1/2568

ในไตรมาสที่ 2 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายจำนวน 529.8 ล้านบาท ปรับตัวลดลงจากไตรมาสที่ 1 ปี 2568 จำนวน 64.4 ล้านบาท หรือร้อยละ 10.8 ซึ่งเป็นไปตามฤดูกาลจำหน่ายที่ไตรมาสนี้มักอยู่ในช่วงที่มีรายได้ต่ำสุดของปี

YoY: 1H/2568 vs 1H/2567

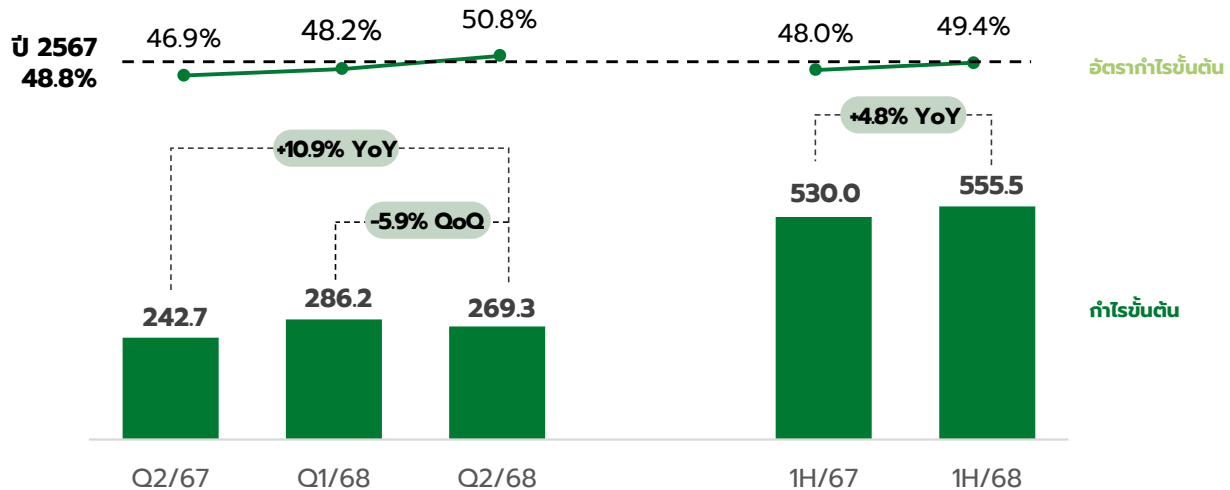
ในช่วง 6 เดือนแรก ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายจำนวน 1,123.9 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากงวด 6 เดือนแรก ปี 2567 จำนวน 18.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.7 โดยมีสาเหตุหลักมาจาก:

รายได้จากการขายจำแนกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์: พบว่ารายได้จากผลิตภัณฑ์ยาเพิ่มขึ้นเนื่องจากผลิตภัณฑ์ยาแผนปัจจุบันสำหรับโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCD) ที่เปิดตัวปลายปี 2566 และสร้างรายได้ได้มากขึ้นตั้งแต่ปี 2567 จนถึงปัจจุบัน ในขณะที่รายได้จากยาแผนโบราณและผลิตภัณฑ์สมุนไพร รายได้จากผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องสำอาง และรายได้จากผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอื่นๆ มีแนวโน้มใกล้เคียงกับปีก่อน ซึ่งบริษัทฯ มีความเชื่อมั่นว่ารายได้จากผลิตภัณฑ์กลุ่มดังกล่าวจะปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างแข็งแกร่งในช่วงครึ่งปีหลัง จากการดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการขายตามแผนที่วางไว้

รายได้จากการขายจำแนกตามกลุ่มลูกค้า: สอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของรายได้จากผลิตภัณฑ์ยาแผนปัจจุบัน ซึ่งเป็นไปตามกลยุทธ์หลักที่ได้วางแผนไว้ โดยรายได้จากช่องทางโรงพยาบาลเติบโตอย่างโดดเด่นจากผลิตภัณฑ์ยาแผนปัจจุบันสำหรับโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCD) และส่งผลให้ยาแผนปัจจุบันรายการอื่นๆ สามารถเข้าจำหน่ายในช่องทางโรงพยาบาลได้เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ รายได้จากช่องทางธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่และร้านค้าปลีกเฉพาะอย่างเพิ่มขึ้น จากการเพิ่มจำนวนสินค้าใหม่เข้าสู่ช่องทางดังกล่าว เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้างมากขึ้น สำหรับรายได้จากช่องทางคลินิก มีการเติบโต จากกลยุทธ์ One-stop Service ของคลินิกเสริมความงาม ที่นำเสนอผลิตภัณฑ์ครอบคลุมหลายประเภท พร้อมสร้างทีมผู้แทนขายที่เข้าถึงลูกค้าเชิงรุก ทำให้สามารถขยายฐานลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม สำหรับรายได้จากช่องทางร้านขายยา แม้รายได้ปรับตัวลดลงตามสภาวะเศรษฐกิจในประเทศ แต่ยังคงเป็นช่องทางรายได้หลักของบริษัท โดยกลุ่มบริษัทฯ ยังคงรักษาความแข็งแกร่งของเครือข่ายร้านขายยาที่มีอยู่ เพื่อนำไปต่อยอดและสร้างโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการอื่นต่อไปในอนาคต

กำไรขั้นต้น และอัตรากำไรขั้นต้น

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY: Q2/2568 vs Q2/2567

กำไรขั้นต้น: ในไตรมาสที่ 2 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 269.3 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 2 ปี 2567 จำนวน 26.6 ล้านบาท หรือร้อยละ 10.9 สอดคล้องกับรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้น โดยเป็นผลจากกลยุทธ์การขายตลาดผ่าน การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ยาแผนปัจจุบัน (Generic Drug) ภายใต้แบรนด์ของกลุ่มบริษัทฯ (Own Brand) และการเริ่มจำหน่าย ให้แก่โรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ เพื่อย้ายฐานลูกค้าใหม่ในกลุ่มโรงพยาบาลระดับสูง ทั้งนี้ แม้ว่าสัดส่วนรายได้จาก ผลิตภัณฑ์ยา ซึ่งมียำกำไรขั้นต้นต่ำกว่าผลิตภัณฑ์อื่นของกลุ่มบริษัทฯ จะเพิ่มขึ้นแต่กลุ่มบริษัทฯ ยังคงสามารถปรับปรุง ประสิทธิภาพการผลิตและการดำเนินงานโดยรวมได้อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ต้นทุนผลิตภัณฑ์โดยรวมปรับตัวลดลง และสามารถ รักษาระดับ **อัตรากำไรขั้นต้น** ไว้ได้ที่ร้อยละ 50.8 ปรับตัวเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนที่ร้อยละ 46.9 โดย กลุ่มบริษัทฯ เชื่อมั่นว่าการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ จะส่งผลเชิงบวกต่อการเติบโตใน ระยะยาว ทั้งในด้านการเพิ่มปริมาณการขายและการสร้างประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale)

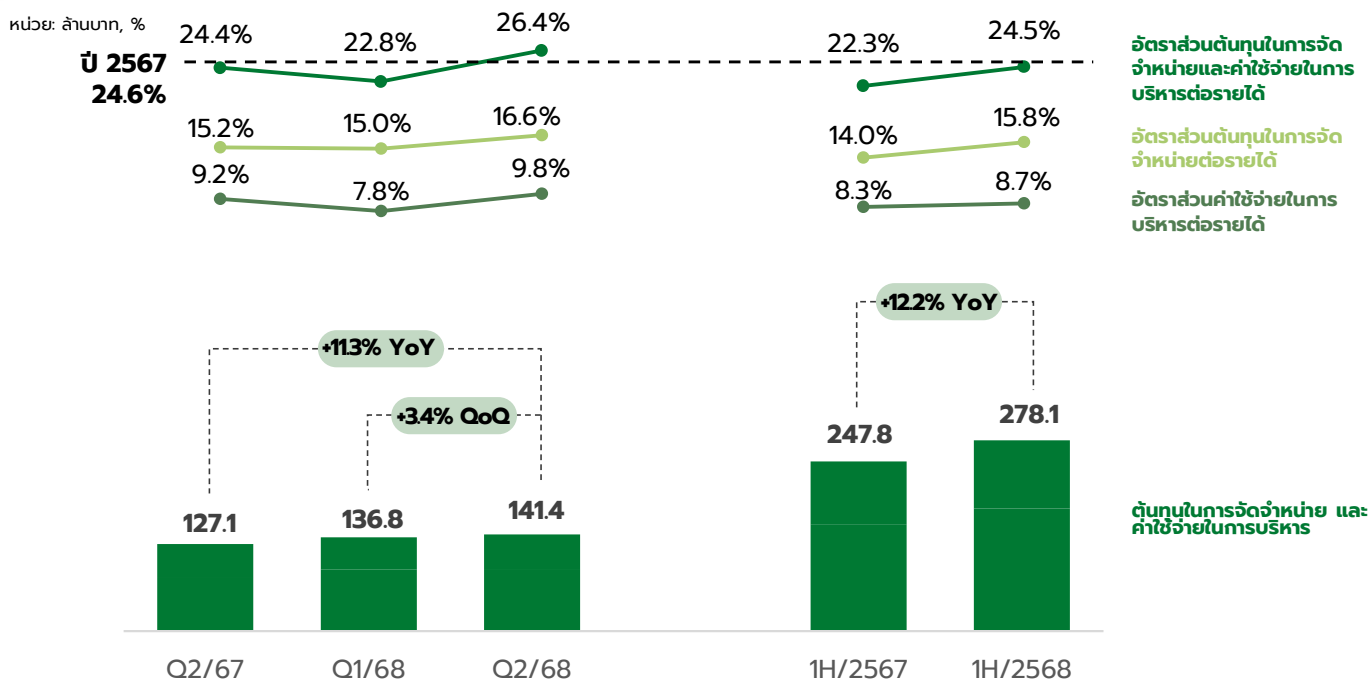
QoQ: Q2/2568 vs Q1/2568

กำไรขั้นต้น: ในไตรมาสที่ 2 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 269.3 ล้านบาท ปรับตัวลดลงจากไตรมาสที่ 1 ปี 2568 จำนวน 16.9 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.9 สอดคล้องกับรายได้จากการขายที่ลดลง โดยมีสาเหตุหลักมาจากการชะลอตัวของ ยอดขายตามฤดูกาลซึ่งโดยปกติรายได้จะอยู่ในระดับต่ำสุดของปีในไตรมาสที่ 2 ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวและ สถานการณ์ทางการเมืองระหว่างประเทศซึ่งส่งผลต่อการส่งออก อย่างไรก็ตาม **อัตรากำไรขั้นต้น** ในไตรมาสนี้ อยู่ที่ร้อยละ 50.8 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 48.2 ในไตรมาส 1 ปี 2568 สะท้อนความสามารถในการบริหารจัดการต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบกับการปรับกลยุทธ์การขายที่เน้นขายสินค้าที่มีอัตรากำไรขั้นต้นที่สูง

YoY: 1H/2568 vs 1H/2567

กำไรขั้นต้น: ในงวด 6 เดือนแรกปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 555.5 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากงวด 6 เดือนแรกปี 2567 จำนวน 25.5 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.8 เป็นผลมาจาก 1) รายได้จากการขายเพิ่มขึ้น ซึ่งมีปัจจัยหลักจากการเติบโต ของผลิตภัณฑ์ยาแผนปัจจุบัน (Generic Drug) และเริ่มจำหน่ายให้แก่โรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ตั้งแต่ช่วงไตรมาสที่ 3 ปี 2567 ซึ่งสร้างรายได้ให้กลุ่มบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง ถือเป็นความสำเร็จในการขยายฐานลูกค้าใหม่ในกลุ่มโรงพยาบาลระดับสูง 2) การลดลงของต้นทุนจากการจัดหาและวางแผนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ และ 3) การปรับโครงสร้างสัดส่วนการขาย (product mix) โดยมุ่งเน้นการจำหน่ายสินค้าที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูง และยกเลิกการจำหน่ายสินค้าที่มีอัตรากำไรขั้นต้นต่ำ ส่งผลให้ **อัตรากำไรขั้นต้น** ในงวด 6 เดือนแรกในปี 2568 อยู่ที่ร้อยละ 49.4 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 48.0 ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2567

ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร



YoY: Q2/2568 vs Q2/2567

ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร: ในไตรมาสที่ 2 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 141.4 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 2 ปี 2567 จำนวน 14.3 ล้านบาท หรือร้อยละ 11.3 โดยมีสาเหตุหลักมาจากต้นทุนในการจัดจำหน่ายที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น จากการเพิ่มจำนวนพนักงานขายเพื่อรองรับการขยายธุรกิจ ซึ่งเริ่มดำเนินการตั้งแต่ปลายไตรมาสที่ 2 ปี 2567 ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในอื่น ๆ ยังคงอยู่ในระดับใกล้เคียงกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

อัตราส่วนต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้: ในไตรมาสที่ 2 ปี 2568 อยู่ที่ร้อยละ 26.4 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 24.4 ในไตรมาส 2 ปี 2567 ทั้งนี้ การเพิ่มขึ้นดังกล่าวอยู่ภายใต้แผนงานที่วางไว้

QoQ: Q2/2568 vs Q1/2568

ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร: ในไตรมาสที่ 2 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 141.4 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 1 ปี 2568 จำนวน 4.6 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.4 โดยมีสาเหตุหลักมาจากค่าใช้จ่ายทางการตลาดที่สูงขึ้นตามแผนการดำเนินงาน โดยปกติค่าใช้จ่ายทางการตลาดจะอยู่ในระดับต่ำในช่วงต้นปี และเพิ่มขึ้นในครึ่งปีหลัง ตามฤดูกาลจำหน่ายของอุตสาหกรรมยา ซึ่งมียอดขายสูงในช่วงฤดูฝนและฤดูหนาว

อัตราส่วนต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้: ในไตรมาสที่ 2 ปี 2568 อยู่ที่ร้อยละ 26.4 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 22.8 ในไตรมาส 1 ปี 2568 ทั้งนี้ การเพิ่มขึ้นดังกล่าวอยู่ภายใต้แผนงานที่วางไว้

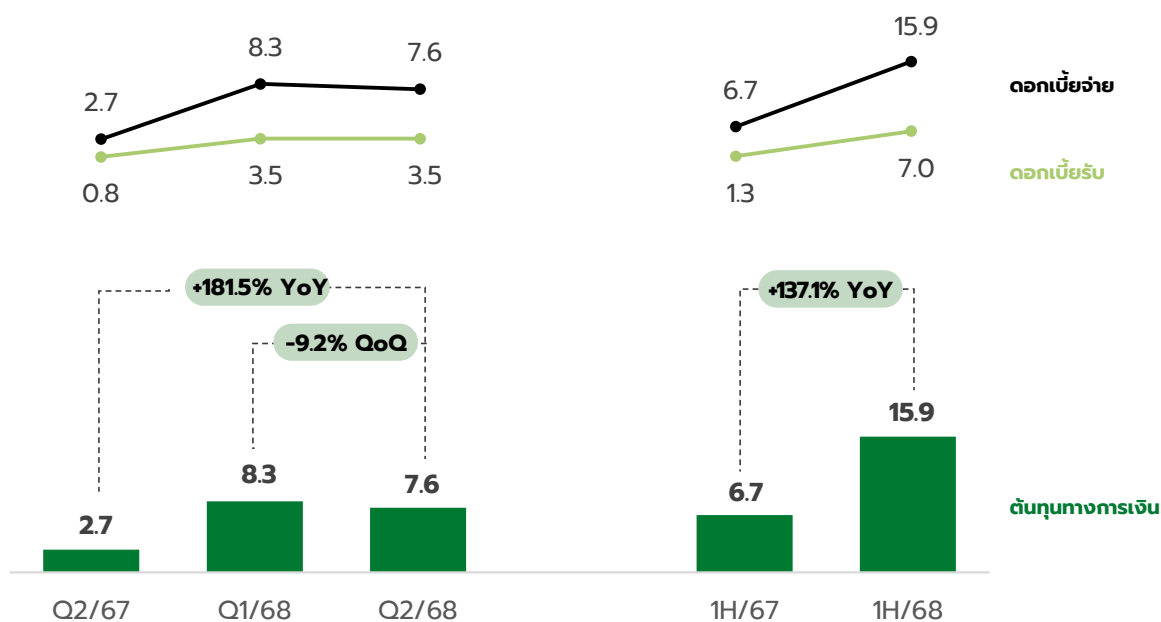
YoY: 1H/2568 vs 1H/2567

ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร: ในงวด 6 เดือนแรกปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 278.1 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากงวด 6 เดือนแรกปี 2567 จำนวน 30.3 ล้านบาท หรือร้อยละ 12.2 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการขยายทีมพนักงานขายในช่วงครึ่งปีหลังของปี 2567 เพื่อสนับสนุนกลยุทธ์การเติบโตในทุกช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเฉพาะช่องทางโรงพยาบาลซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญ อย่างไรก็ตาม การเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายดังกล่าวไม่ส่งผลกระทบต่ออัตราส่วนทางการเงินโดยรวมของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ค่าใช้จ่ายทางการตลาดลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากกลุ่มบริษัทฯ มีแผนมุ่งเน้นการทำการตลาดในช่วงครึ่งปีหลัง

อัตราส่วนต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้: ในงวด 6 เดือนแรกปี 2568 อยู่ที่ร้อยละ 24.5 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 22.3 ในงวด 6 เดือนแรกปี 2567 ทั้งนี้ อัตราดังกล่าวใกล้เคียงกับปี 2567 ซึ่งเป็นไปตามแผนงานที่วางไว้

ต้นทุนทางการเงิน

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY: Q2/2568 vs Q2/2567

ต้นทุนทางการเงิน: ในไตรมาสที่ 2 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินจำนวน 7.6 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 2 ปี 2567 จำนวน 4.9 ล้านบาท หรือร้อยละ 181.5 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของดอกเบี้ยเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ มีนโยบายการบริหารความเสี่ยงทางการเงินอย่างเหมาะสม

QoQ: Q2/2568 vs Q1/2568

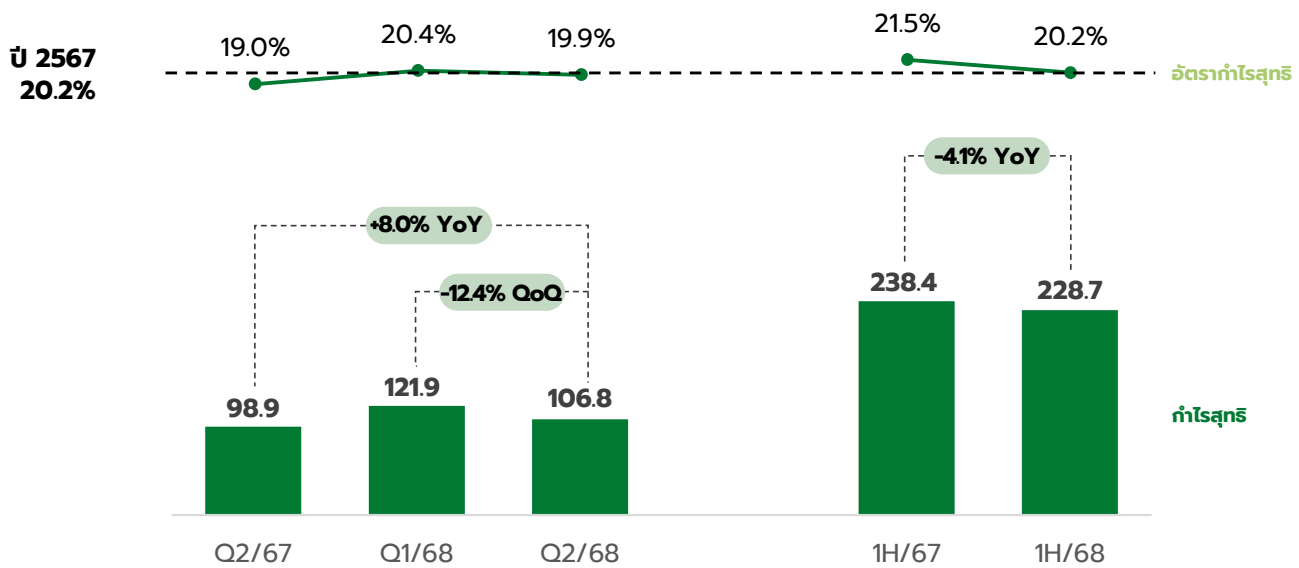
ต้นทุนทางการเงิน: ในไตรมาสที่ 2 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินจำนวน 7.6 ล้านบาท ปรับตัวลดลงจากไตรมาสที่ 1 ปี 2568 จำนวน 0.8 ล้านบาท หรือร้อยละ 9.2 โดยมีปัจจัยหลักจากการชำระคืนเงินกู้ยืมตามแผนที่วางไว้ และอัตราดอกเบี้ยจ่ายที่ลดลงตามแนวโน้มอัตราดอกเบี้ยที่ลดลงในช่วงต้นปี 2568 จนถึงปัจจุบัน

YoY: 1H/2568 vs 1H/2567

ต้นทุนทางการเงิน: ในงวด 6 เดือนแรกปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินจำนวน 15.9 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากงวด 6 เดือนแรกปี 2567 จำนวน 9.2 ล้านบาท หรือร้อยละ 137.1 โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินในไตรมาสที่ 4 ปี 2567 ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ มีแผนการชำระคืนเงินกู้ยืมอย่างสม่ำเสมอเพื่อลดภาระดอกเบี้ยจ่าย โดยกลุ่มบริษัทฯ จำเป็นต้องรักษาเงินค่าหุ้นเพิ่มทุน IPO ไว้เพื่อยุติธุรกรรมตามแผนงานที่วางไว้ ซึ่งเงินดังกล่าวได้ถูกจัดสรรไปลงทุนในบัญชีฝากประจำและออมทรัพย์ในอัตราดอกเบี้ยพิเศษ ทั้งนี้ ฝ่ายจัดการได้บริหารจัดการผลกระทบดังกล่าวต่อผลการดำเนินงานในภาพรวมของกลุ่มบริษัทฯ เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY: Q2/2568 vs Q2/2567

กำไรสุทธิ : ในไตรมาสที่ 2 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิ จำนวน 106.8 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 2 ปี 2567 จำนวน 7.9 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.0 สอดคล้องกับรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้น และต้นทุนขายที่ปรับตัวลดลง ส่งผลให้กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นสูงขึ้น แม้ว่าต้นทุนในการจัดจำหน่าย ค่าใช้จ่ายในการบริหาร และต้นทุนทางการเงินจะเพิ่มขึ้น แต่ยังคงอยู่ในสัดส่วนที่ต่ำกว่าการเพิ่มขึ้นของกำไรขั้นต้น

อัตรากำไรสุทธิ : ในไตรมาสที่ 2 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีอัตรากำไรสุทธิ อยู่ที่ร้อยละ 19.9 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 19.0 ในไตรมาสที่ 2 ปี 2567 สอดคล้องกับรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้น และการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ

QoQ: Q2/2568 vs Q1/2568

กำไรสุทธิ : ในไตรมาสที่ 2 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิจำนวน 106.8 ล้านบาท ปรับตัวลดลงจากไตรมาสที่ 1 ปี 2568 จำนวน 15.1 ล้านบาท หรือร้อยละ 12.4 โดยมีสาเหตุหลักมาจากกำไรขั้นต้นลดลงตามรายได้ที่ลดลง อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ ยังคงรักษาสัดส่วนต่อรายได้รวมของต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร, ต้นทุนทางการเงิน และค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ ให้อยู่ในระดับใกล้เคียงกับไตรมาสก่อนหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อัตรากำไรสุทธิ : ในไตรมาสที่ 2 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีอัตรากำไรสุทธิ อยู่ที่ร้อยละ 19.9 ปรับตัวลดลงเล็กน้อยจากร้อยละ 20.4 ใน ไตรมาสที่ 1 ปี 2568 จากระยะเวลาที่ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งเป็นไปตามแนวโน้มรายได้ตามฤดูกาลของกลุ่มบริษัทฯ

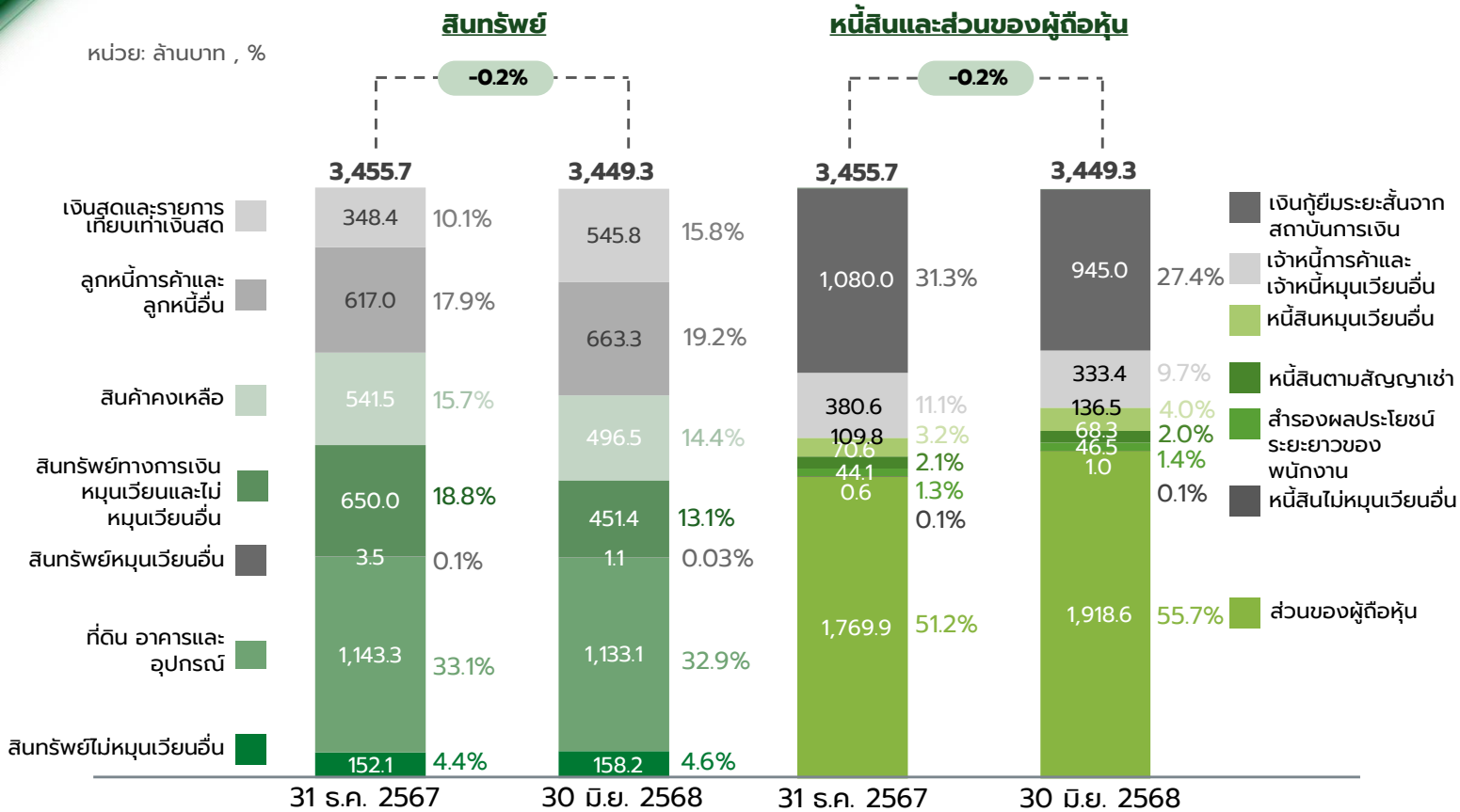
YoY: 1H/2568 vs 1H/2567

กำไรสุทธิ : ในงวด 6 เดือนแรกปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิจำนวน 228.7 ล้านบาท ปรับตัวลดลงจากงวด 6 เดือนแรกปี 2567 จำนวน 9.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.1 โดยสาเหตุหลักมาจากต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารที่เพิ่มขึ้นในอัตราสูงกว่าการเติบโตของกำไรขั้นต้น จากการเพิ่มจำนวนพนักงานขาย เพื่อสนับสนุนกลยุทธ์การเติบโตในทุกช่องทาง โดยเฉพาะช่องทางโรงพยาบาล อย่างไรก็ดี กลุ่มบริษัทฯ ยังคงรักษาสัดส่วนกำไรจากกิจกรรมดำเนินงานต่อรายได้รวมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะที่ต้นทุนทางการเงินเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ส่งผลให้กำไรสุทธิปรับตัวลดลงจากปีก่อนเพียงเล็กน้อย

อัตรากำไรสุทธิ : ในงวด 6 เดือนแรกปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีอัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ร้อยละ 20.2 ปรับตัวลดลงจากร้อยละ 21.5 ในงวด 6 เดือนแรกปี 2567 ซึ่งยังคงเป็นอัตรากำไรสุทธิที่แข็งแกร่งของกลุ่มบริษัทฯ

การวิเคราะห์ฐานะการเงินของบริษัท

หน่วย: ล้านบาท , %



สินทรัพย์

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม จำนวน 3,449.3 ล้านบาท ลดลง 6.3 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.2 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 โดยมีรายละเอียดดังนี้

- เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด:** มีจำนวน 545.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 197.4 ล้านบาท สอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของกระแสเงินสดรับจากกิจกรรมดำเนินงาน อย่างไรก็ตาม กระแสเงินสดรับจากกิจกรรมดำเนินงานดังกล่าว ได้ถูกนำไปใช้ในการจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้น จ่ายคืนเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน และจ่ายชำระดอกเบี้ยจ่ายต่างๆ เป็นต้น
- สินค้าคงเหลือ:** มีจำนวน 496.5 ล้านบาท ลดลง 45.0 ล้านบาท เนื่องมาจากผลกระทบจากเหตุการณ์ไฟไหม้ กลุ่มบริษัทฯ ได้ชะลอการผลิตลงในช่วงระยะเวลาดังกล่าว ทำให้ปริมาณงานระหว่างผลิตและสินค้าสำเร็จรูปลดลงจากการขายสินค้าที่มีอยู่ในคลังสินค้าทดแทนสินค้าที่ไลน์การผลิตได้รับผลกระทบ อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ สามารถกลับมาดำเนินการผลิตได้ตามปกติแล้ว
- สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนและไม่มีหมุนเวียนอื่น:** มีจำนวน 451.4 ล้านบาท ลดลง 198.6 ล้านบาท ซึ่งลดลงจากการครบกำหนดของเงินฝากประจำกับสถาบันการเงินที่เป็นหลักประกันและไม่เป็นหลักประกัน

หนี้สิน

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีหนี้สินรวม จำนวน 1,530.7 ล้านบาท ลดลง 155.0 ล้านบาท หรือร้อยละ 9.2 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 โดยมีรายละเอียดดังนี้

- เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน:** มีจำนวน 945.0 ล้านบาท ลดลง 135.0 ล้านบาท จากการชำระคืนเงินกู้ยืมระยะสั้นแก่สถาบันการเงินตามแผนงานที่บริษัทวางไว้
- เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น:** มีจำนวน 333.4 ล้านบาท ลดลง 47.2 ล้านบาท เป็นผลจากการชำระคืนหนี้ตามกำหนด ซึ่งสอดคล้องกับเงื่อนไขการชำระเงินทางการค้า (Credit Terms) ที่กำหนดไว้กับลูกค้า
- หนี้สินหมุนเวียนอื่น:** มีจำนวนจำนวน 136.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 26.7 ล้านบาท โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของภาษีเงินได้นิติบุคคลค้างชำระที่เกิดขึ้นในปี 2568

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวม จำนวน 1,918.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 148.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.4 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิสำหรับงวด 6 เดือน ปี 2568 จำนวน 228.7 ล้านบาท และการลดลงของกำไรสะสมจากการจ่ายเงินปันผลประจำปี 2567 จำนวน 80.0 ล้านบาท ที่ได้รับอนุมัติจากที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2568 และดำเนินการจ่ายเป็นที่เรียบร้อยแล้วในเดือนพฤษภาคม 2568 ที่ผ่านมา

อัตราส่วนทางการเงิน

อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current Ratio)

หน่วย: เท่า



2566 2567 Q2/2568

อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว (Quick Ratio)

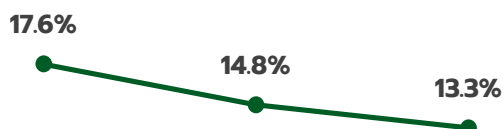
หน่วย: เท่า



2566 2567 Q2/2568

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)

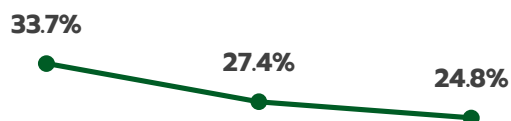
หน่วย: %



2566 2567 Q2/2568

อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)

หน่วย: %



2566 2567 Q2/2568

อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E Ratio)

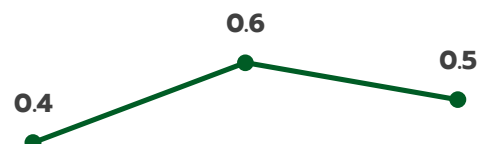
หน่วย: เท่า



2566 2567 Q2/2568

อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วน ของผู้ถือหุ้น (IBD/E Ratio)

หน่วย: เท่า



2566 2567 Q2/2568