



COLLABORATION
TOWARDS INNOVATION
AHEAD OF GLOBAL DEMAND

คำอธิบายและการวิเคราะห์ ของฝ่ายจัดการ

บริษัท ที.แมน ฟาร์มาซูติคอล จำกัด (มหาชน)

ไตรมาส 2 ปี 2569

ภาพรวมการดำเนินงานธุรกิจ

บริษัท ที.แมน ฟาร์มาซูติคอล จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) และบริษัทย่อย ได้แก่ บริษัท ที.แมน ฟาร์มา จำกัด บริษัท เฮเวน เวิร์บ จำกัด บริษัท โนวา เฮลธ์ 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	Q2/68	Q1/69	Q2/69	เปลี่ยนแปลง +/-		1H/68	1H/69	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากการขายและการให้บริการ	529.8	629.8	590.8	11.5%	(6.2%)	1,123.9	1,220.6	8.6%
กำไรขั้นต้น	275.0	295.3	273.3	(0.6%)	(7.5%)	566.0	568.7	0.5%
EBITDA	162.4	182.2	158.8	(1.8%)	(9.2%)	346.4	341.0	(1.6%)
กำไรสุทธิ	106.8	114.6	97.6	(8.6%)	(14.9%)	228.7	212.2	(7.2%)
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	51.4%	46.6%	46.0%	(5.4%)	(0.6%)	49.9%	46.3%	(3.6%)
อัตรากำไร EBITDA (%)	30.3%	28.8%	26.7%	(2.5%)	(1.0%)	30.5%	27.8%	(2.7%)
อัตรากำไรสุทธิ (%)	19.9%	18.1%	16.4%	(3.5%)	(1.7%)	20.2%	17.3%	(2.9%)

หมายเหตุ: อาจมีการคลาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปัดจุดทศนิยม

ภาพรวมการดำเนินงาน Q2/2569 และ 1H/2569

ในช่วง 6 เดือนแรก ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายและการให้บริการรวม 1,220.6 ล้านบาท และสามารถรักษาอัตรากำไรขั้นต้นของธุรกิจหลัก (ไม่รวมส่วนงานจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอกรายใหม่) อยู่ในระดับที่แข็งแกร่งที่ร้อยละ 49.8 ปรับตัวลดลงจากร้อยละ 49.9 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนเล็กน้อย สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการดำเนินงานและการบริหารต้นทุนที่ดี ภายใต้กลยุทธ์การเติบโตที่แข็งแกร่ง ทั้งการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง การเพิ่มสินค้าสำหรับจำหน่ายในช่องทางธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่และร้านค้าปลีกเฉพาะอย่าง เพื่อเพิ่มการเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้าง การขยายธุรกิจในกลุ่มจัดจำหน่ายสินค้า (DBU) และธุรกิจในกลุ่มรับจ้างผลิต (OEM) รวมถึงการขยายไปยังช่องทางจัดจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ

ในไตรมาส 2 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายและการให้บริการรวม 590.8 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 11.5 จากระยะรายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอกรายใหม่ ซึ่งส่งผลให้รายได้เพิ่มขึ้นทั้งจากช่องทางร้านขายยาปลีกและค้าส่ง และรายได้จากการรับจ้างผลิต (OEM) ในสินค้ากลุ่มสุขภาพและความงาม อย่างไรก็ตาม รายได้สำหรับไตรมาส 2 ปี 2569 ปรับตัวลดลงจากไตรมาสก่อนร้อยละ 6.2 ซึ่งเป็นไปตามแนวโน้มการขายและการสั่งซื้อของลูกค้าในแต่ละไตรมาสตามปกติของธุรกิจ

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังคงรักษาความแข็งแกร่งของแบรนด์ชั้นนำ 5 อันดับแรกตามสภาวะตลาดและเศรษฐกิจ พร้อมเดินหน้าพัฒนาและเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาความเป็นผู้นำและสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนเพื่อกระจายความเสี่ยงของพอร์ตธุรกิจและเพิ่มศักยภาพการทำการค้าในระยะยาว ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นขับเคลื่อนนวัตกรรมด้านสุขภาพและความงาม เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดียิ่งขึ้น

เหตุการณ์สำคัญ



Propoliz คิวรางวัล No.1 Brand Thailand 2026 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2

Propoliz คิวรางวัล No.1 Brand Thailand 2026 ในกลุ่ม Mouth & Throat Spray ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 สะท้อนความเชื่อมั่นและการยอมรับของผู้บริโภคทั่วประเทศ ตอกย้ำความแข็งแกร่งของแบรนด์ด้านผลิตภัณฑ์ดูแลช่องปากและลำคอจากสารสกัดโพรโพลิสธรรมชาติ พร้อมเดินหน้าพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์สุขภาพของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง



Nova Health พนัก Premier Innova ลงนาม MOU พัฒนาวัฒนธรรม Health & Wellness

Nova Health ร่วมกับ Premier Innova ลงนาม MOU เพื่อพัฒนาวัฒนธรรมด้าน Health & Wellness โดยผสานความเชี่ยวชาญด้านเภสัชกรรม งานวิจัย และนาโนเทคโนโลยี เพื่อต่อยอดนวัตกรรมของไทยสู่ผลิตภัณฑ์สุขภาพมูลค่าสูง พร้อมสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่และเชื่อมโยงงานวิจัย เทคโนโลยี และการต่อยอดเชิงพาณิชย์อย่างเป็นระบบ

เหตุการณ์ภายหลังวันที่ในงบการเงิน



TMAN จัดตั้งบริษัทย่อยใหม่ “ละมูน ไลฟ์แคร์ 26” รองรับการค้าขายธุรกิจแม่ เด็ก และครอบครัว

เมื่อวันที่ 9 กรกฎาคม 2569 TMAN จัดตั้งบริษัท ละมูน ไลฟ์แคร์ 26 จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 20 ล้านบาท เพื่อรองรับการรับโอนสินทรัพย์และขยายธุรกิจผลิตภัณฑ์สำหรับแม่ เด็ก และครอบครัว ภายใต้แบรนด์ Lamoon ซึ่งมีจุดเด่นด้านผลิตภัณฑ์ธรรมชาติและออร์แกนิก เสริมความแข็งแกร่งให้พอร์ต Health & Wellness ของบริษัท



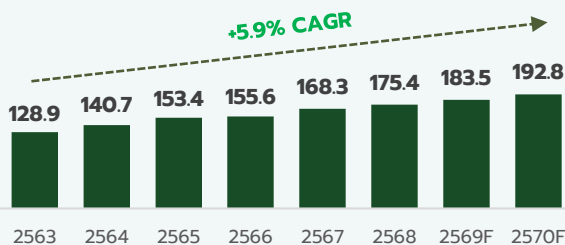
TMAN อนุมัติจ่ายเงินปันผลระหว่างกาล 0.24 บาทต่อหุ้น รวม 96 ล้านบาท

ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ที.แมน ฟาร์มาซูติคอล จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 11 สิงหาคม 2569 มีมติอนุมัติการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลจากกำไรสุทธิสำหรับงวด 6 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 ในอัตรา 0.24 บาทต่อหุ้น คิดเป็นจำนวนเงิน 96 ล้านบาท โดยกำหนด Record Date วันที่ 26 สิงหาคม 2569 และกำหนดจ่ายเงินปันผลในวันที่ 8 กันยายน 2569 สะท้อนถึงความสามารถในการสร้างผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้นควบคู่กับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

ภาพรวมอุตสาหกรรม

มูลค่าตลาดยาในประเทศไทย

หน่วย: พันล้านบาท

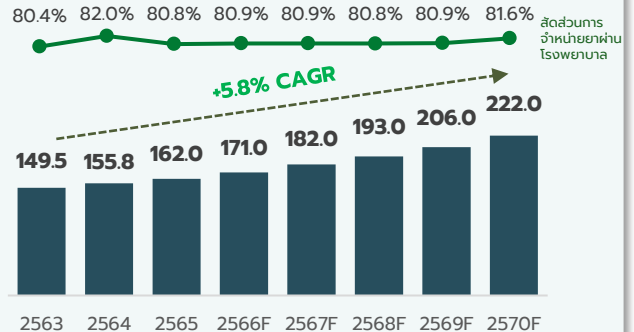


ขนาดตลาดยาในประเทศไทยคาดว่าจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสม (CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 5.9 ทำให้ตลาดมีมูลค่าประมาณ 192.8 พันล้านบาท ภายในปี 2570 โดยมีปัจจัยสนับสนุน ได้แก่ อัตราการเพิ่มขึ้นของโรคติดต่อและโรคเรื้อรัง ความตระหนักด้านสุขภาพที่สูงขึ้นของประชาชนซึ่งส่งผลให้เกิดความสนใจในการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน รวมถึงการเติบโตของกลุ่มผู้ป่วยต่างชาติที่เดินทางเข้ามารับการรักษาพยาบาลในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง

ที่มา: Krungsri Research, Intellify estimates

การจำหน่ายยาผ่านโรงพยาบาลในประเทศไทย

หน่วย: พันล้านบาท



มูลค่าการจำหน่ายยาในช่องทางโรงพยาบาลมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง โดยคาดว่าจะเพิ่มขึ้นจาก 149.5 พันล้านบาทในปี 2563 เป็น 222.0 พันล้านบาทในปี 2570 คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสม (CAGR) ที่ร้อยละ 5.8 โดยการจำหน่ายยาในประเทศไทยผ่านช่องทางโรงพยาบาลยังคงเป็นช่องทางหลัก โดยมีสัดส่วนอยู่ในระดับสูงกว่าร้อยละ 80 อย่างต่อเนื่อง สะท้อนถึงบทบาทสำคัญของโรงพยาบาลในการกระจายยา และถือเป็นโอกาสสำคัญของบริษัทยาในการขยายตลาดผ่านการเข้าสู่ระบบจัดซื้อของโรงพยาบาล

ที่มา: Krungsri Research

กลยุทธ์ของบริษัท ปี 2569-2571



S1. เสริมสร้างและยกระดับมูลค่าของธุรกิจเดิม

- ตลาดผลิตภัณฑ์ยา OTC และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ
- ธุรกิจรับจ้างผลิต (OEM)
- พัฒนา Propolizสู่การเป็นแบรนด์ระดับภูมิภาค



S2. เร่งการเติบโตและขยายขนาดธุรกิจที่มีศักยภาพ

- กลุ่มธุรกิจโรงพยาบาล
- ช่องทางอีคอมเมิร์ซ (E-commerce)
- ธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก



S3. แสวงหาและพัฒนาธุรกิจ S-Curve ใหม่สำหรับธุรกิจในอนาคต

- Longevity
 - สุขภาพ
 - ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
 - เทคโนโลยีชีวภาพ
- การเติบโตผ่านการลงทุนหรือความร่วมมือภายนอก

S4. ยกระดับความเป็นเลิศในการดำเนินงาน

การพัฒนาองค์กรและบุคลากร

การปรับปรุงกระบวนการ

การพัฒนานโยบาย

การขับเคลื่อนด้วยความยั่งยืน



ด้านสิ่งแวดล้อม

กลุ่มบริษัทฯ มุ่งมั่นในการพัฒนาโรงงานผลิตที่ทันสมัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยออกแบบโรงงานทั้งสองแห่งเพื่อให้มีประสิทธิภาพในการผลิตและลดผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม



โรงงานทั้งสองแห่งได้รับการรับรองโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวในระดับที่ 2



กลุ่มบริษัทฯ ได้ติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์บนหลังคา (Solar Rooftop) ซึ่งคาดว่าจะสามารถผลิตไฟฟ้าได้ประมาณ 1,300 กิโลวัตต์ เพื่อลดการใช้พลังงานไฟฟ้าและส่งเสริมความยั่งยืนในด้านพลังงาน



ด้านสังคม

เปิดตัวแคมเปญ "CHARITY YOUR VOICE ส่งเสียง...ถึงใจ" ชวนคนไทยร่วมส่งต่อพลังของเสียงสู่สังคม



เพื่อชวนคนไทยตระหนักถึงคุณค่าของ "เสียงธรรมดา" ในชีวิตประจำวัน ที่อาจกลายเป็นกำลังใจสำคัญของใครบางคน พร้อมร่วมมือกับมูลนิธิอนุเคราะห์คนหูหนวก ในพระบรมราชูปถัมภ์ ในการสนับสนุนโครงการเพื่อผู้มีความบกพร่องทางการได้ยิน และร่วมสร้างการรับรู้ถึงความสำคัญของการสื่อสารในสังคม

ร่วมทำความดีเพื่อสังคม "มอบยา-เวชภัณฑ์" ดูแลประชาชน ณ ก้องสนามหลวง



สนับสนุนผลิตภัณฑ์ยาและเวชภัณฑ์ที่จำเป็น เพื่อดูแลสุขภาพประชาชน ที่เดินทางมาสักการะพระบรมศพ น้อมถวายเป็นพระราชกุศลแด่สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง



ด้านธรรมาภิบาล



การดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม: ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับของอุตสาหกรรม รวมถึงใช้วัตถุดิบที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน



การวิจัยและพัฒนาตามหลักจริยธรรม: ให้ความสำคัญกับมาตรฐานทางวิทยาศาสตร์และจริยธรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์



การตรวจสอบและติดตามผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อม: จัดให้มีระบบติดตามและรายงานผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ รวมถึงพัฒนาแนวทางการดำเนินงานให้สอดคล้องกับมาตรฐานด้าน ESG



นโยบาย Whistle Blowing: บริษัทสนับสนุนให้พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียสามารถแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการกระทำที่ไม่โปร่งใส

COLLABORATION FOR INNOVATION

ร่วมสร้างสรรค์นวัตกรรมสุขภาพไปด้วยกัน

ผลประกอบการบริษัท

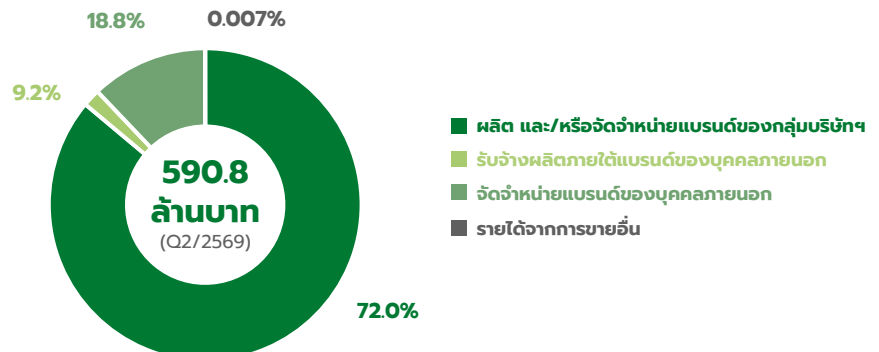
ภาพรวมผลประกอบการ	Q2/68	Q1/69	Q2/69	เปลี่ยนแปลง +/-		1H/68	1H/69	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากการขายและการให้บริการ								
➢ ผลิต และ/หรือจัดจำหน่าย เวชภัณฑ์ยาและผลิตภัณฑ์เพื่อ สุขภาพภายใต้แบรนด์ของกลุ่มบริษัทฯ	508.3	501.1	425.2	(16.4%)	(15.2%)	1,081.7	926.3	(14.4%)
➢ รับจ้างผลิตเวชภัณฑ์ยาและ ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพภายใต้ แบรนด์ของบุคคลภายนอก	6.2	41.9	54.4	775.5%	29.7%	10.4	96.3	823.5%
➢ จัดจำหน่ายเวชภัณฑ์ยาและ ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพภายใต้ แบรนด์ของบุคคลภายนอก	15.2	86.5	111.2	631.2%	28.5%	31.8	197.7	521.8%
➢ รายได้จากการขายและการ ให้บริการอื่น ⁽¹⁾	0.01	0.3	0.04	304.0%	(84.1%)	0.03	0.3	984.5%
รวมรายได้จากการขายและการ ให้บริการ	529.8	629.8	590.8	11.5%	(6.2%)	1,123.9	1,220.6	8.6%
รายได้อื่น ⁽²⁾	5.8	3.9	3.6	(37.9%)	(8.4%)	10.6	7.5	(29.2%)
รวมรายได้	535.5	633.7	594.4	11.0%	(6.2%)	1,134.5	1,228.1	8.2%
ต้นทุนขายและการให้บริการ	260.5	338.4	321.0	23.3%	(5.1%)	568.5	659.4	16.0%
กำไรขั้นต้น	275.0	295.3	273.3	(0.6%)	(7.5%)	566.0	568.7	0.5%
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	89.1	96.7	102.4	15.0%	5.9%	179.1	199.2	11.2%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	52.3	54.7	52.6	0.6%	(3.8%)	99.0	107.3	8.4%
ต้นทุนทางการเงิน	7.6	4.6	3.6	(51.8%)	(21.7%)	15.9	8.3	(47.8%)
(กลับรายการ) ขาดทุนด้านเครดิต ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	2.2	(0.5)	(3.4)	(252.1%)	558.4%	2.3	(3.9)	(267.9%)
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	123.9	139.8	118.0	(4.7%)	(15.6%)	269.7	257.8	(4.4%)
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	17.1	25.2	20.4	19.4%	(18.8%)	41.0	45.6	11.2%
กำไรสุทธิ	106.8	114.6	97.6	(8.6%)	(14.9%)	228.7	212.2	(7.2%)

หมายเหตุ: อาจมีการคลาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปัดจุดทศนิยม

⁽¹⁾ รายได้จากการขายอื่น โดยหลักประกอบด้วย รายได้จากการขายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์เหลือใช้

⁽²⁾ รายได้อื่น โดยหลักประกอบด้วย รายได้ค่าสนับสนุนจากภาครัฐในโครงการต่าง ๆ ที่กลุ่มบริษัทเข้าร่วม ผลกำไร(ขาดทุน)จากอัตราแลกเปลี่ยน ผลกำไร(ขาดทุน)จากการจำหน่ายสินทรัพย์ถาวร รายได้จากการขายเคมียาเหลือใช้ รายได้ค่าวิจัยและตรวจสอบคุณภาพ รายได้ดอกเบี้ยรับ และอื่น ๆ เป็นต้น

รายได้จากการขายและการให้บริการตามกลุ่มธุรกิจ



วิเคราะห์ผลการดำเนินงาน

รายได้จากการขายและการให้บริการจำแนกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์

รายได้จากการขายและการให้บริการตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ ⁽¹⁾	Q2/68	Q1/69	Q2/69	เปลี่ยนแปลง +/-		1H/68	1H/69	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ			%YoY
ผลิตภัณฑ์ยา	318.3	399.1	387.0	21.6%	(3.0%)	675.7	786.1	16.3%
ยาแผนปัจจุบัน	285.4	304.1	282.3	(1.1%)	(7.2%)	595.3	586.3	(1.5%)
ผลิตภัณฑ์สมุนไพร	32.8	95.1	104.7	218.9%	10.2%	80.4	199.8	148.4%
ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ	211.5	224.9	198.7	(6.0%)	(11.7%)	448.2	423.6	(5.5%)
ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องสำอาง	191.5	212.4	185.8	(3.0%)	(12.6%)	408.0	398.2	(2.4%)
ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอื่น ๆ ⁽²⁾	20.0	12.4	12.9	(35.3%)	3.8%	40.2	25.4	(36.9%)
รายได้จากการขายและการให้บริการอื่น⁽³⁾	0.01	5.8	5.1	50,789.0%	(11.9%)	0.03	10.9	39,972.3%
รวมรายได้จากการขายและการให้บริการ	529.8	629.8	590.8	11.5%	(6.2%)	1,123.9	1,220.6	8.6%

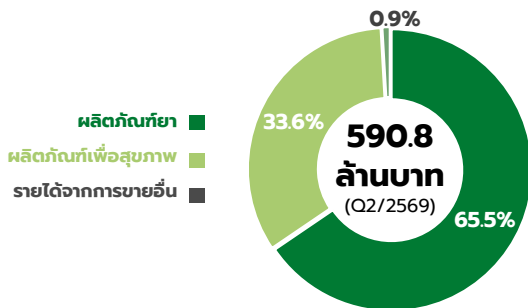
หมายเหตุ: อาจมีการคลาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปัดจุดทศนิยม

⁽¹⁾ การจัดประเภทของกลุ่มผลิตภัณฑ์เป็นไปตามตำรับยาและ/หรือทะเบียนอาหารที่ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)

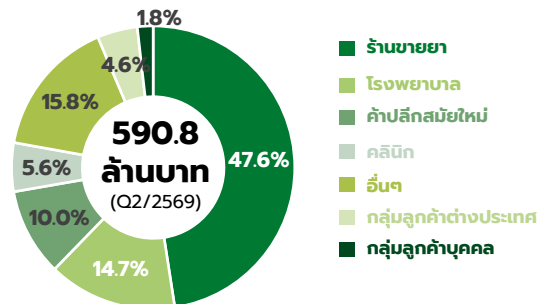
⁽²⁾ ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอื่น ๆ ประกอบด้วยอุปกรณ์และวัสดุทางการแพทย์และสินค้าอุปโภคบริโภค

⁽³⁾ รายได้จากการขายอื่นโดยหลักประกอบด้วย รายได้จากการขายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์เหลือใช้ และรายได้จากการให้บริการจัดจำหน่าย

รายได้จากการขายและการให้บริการตามกลุ่มผลิตภัณฑ์



รายได้จากการขายและการให้บริการตามกลุ่มลูกค้า



รายได้จากการขายและการให้บริการจำแนกตามกลุ่มลูกค้า

รายได้จากการขายและการให้บริการจำแนกตามกลุ่มลูกค้า	Q2/68	Q1/69	Q2/69	เปลี่ยนแปลง +/-		1H/68	1H/69	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ			%YoY
กลุ่มลูกค้าองค์กร	527.4	623.0	580.2	10.0%	(6.9%)	1,118.6	1,203.2	7.6%
กลุ่มลูกค้าในประเทศ	488.8	596.3	553.1	13.2%	(7.3%)	1,042.2	1,149.4	10.3%
ร้านขายยา	268.6	318.6	280.9	4.6%	(11.8%)	564.1	599.6	6.3%
โรงพยาบาล	92.9	97.7	86.9	(6.4%)	(11.0%)	191.4	184.6	(3.6%)
ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่และร้านค้าปลีกเฉพาะอย่าง	69.0	70.0	59.1	(14.3%)	(15.6%)	159.5	129.0	(19.1%)
คลินิก	33.0	33.9	32.9	(0.2%)	(2.8%)	75.9	66.8	(12.0%)
อื่น ๆ ⁽¹⁾	25.4	76.2	93.3	267.6%	22.4%	51.4	169.5	230.0%
กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ	38.6	26.7	27.1	(29.9%)	1.5%	76.4	53.8	(29.6%)
กลุ่มลูกค้าบุคคล	2.3	6.8	10.6	357.0%	56.4%	5.4	17.4	222.8%
รวมรายได้จากการขายและการให้บริการ	529.8	629.8	590.8	11.5%	(6.2%)	1,123.9	1,220.6	8.6%

หมายเหตุ: อาจมีการคลาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปัดจุดทศนิยม

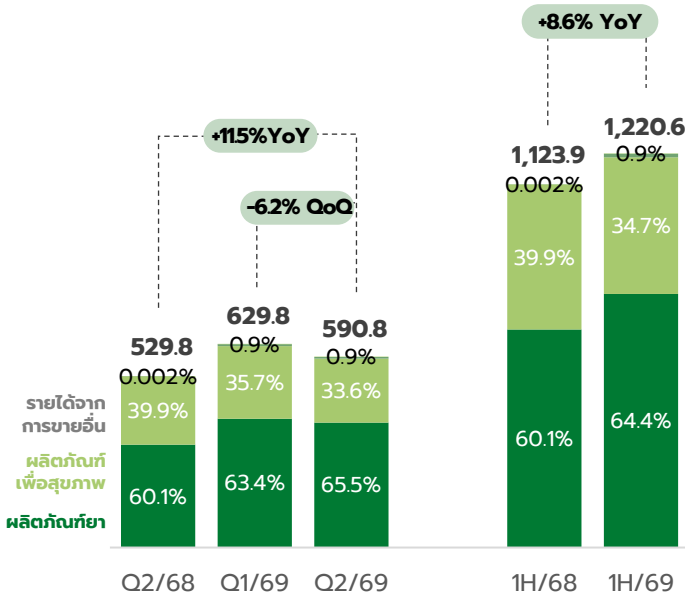
⁽¹⁾ อื่น ๆ โดยหลักประกอบด้วย หน่วยงานรัฐ นิติบุคคลทั่วไป เป็นต้น

รวมสรรสร้างนวัตกรรมสุขภาพเพื่อความยั่งยืน

รายได้จากการขายและการให้บริการ

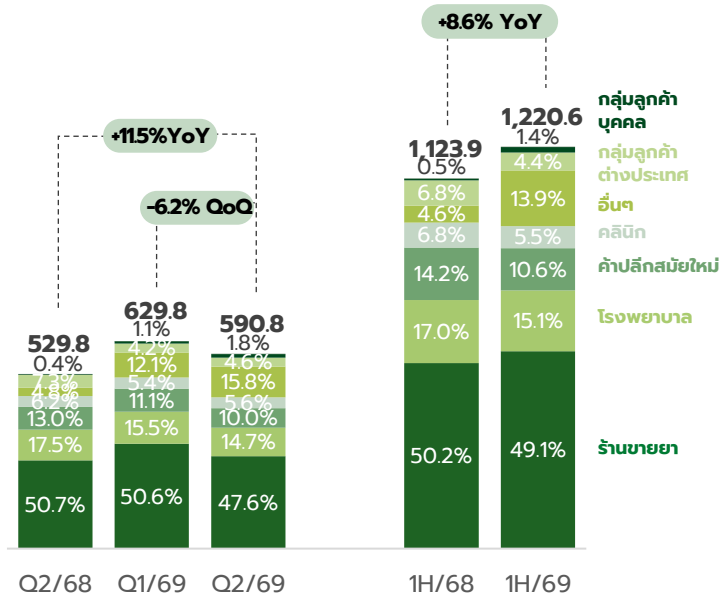
รายได้จากการขายและการให้บริการตามกลุ่มผลิตภัณฑ์

หน่วย: ล้านบาท, %



รายได้จากการขายและการให้บริการตามกลุ่มลูกค้า

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY: Q2/2569 vs Q2/2568

ในไตรมาส 2 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายและการให้บริการจำนวน 590.8 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 2 ปี 2568 จำนวน 61.0 ล้านบาท หรือร้อยละ 11.5 โดยมีปัจจัยหลักดังต่อไปนี้:

รายได้จากการขายและการให้บริการตามกลุ่มผลิตภัณฑ์: พบว่าการเติบโตของรายได้จากผลิตภัณฑ์ยาเพิ่มขึ้น โดยมีปัจจัยหลักจากรายได้จากผลิตภัณฑ์สมุนไพรจากการจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอกภายใต้แบรนด์ใหม่ ในขณะที่รายได้จากผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพปรับตัวลดลงตามภาวะตลาดและเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้น

รายได้จากการขายและการให้บริการตามกลุ่มลูกค้า: พบว่ามีการเติบโตของรายได้จากช่องทางดังนี้ 1) ช่องทางร้านขายยาโดยมีปัจจัยหลักจากรายได้จากผลิตภัณฑ์สมุนไพรจากการจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอกภายใต้แบรนด์ใหม่ 2) ช่องทางอื่นๆ ซึ่งโดยหลัก คือ รายได้จากกลุ่มลูกค้าบริการจากส่วนงานรับจ้างผลิต (OEM) และรายได้ค่าบริการจัดจำหน่ายจากส่วนงานจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก (DBU) และ 3) ช่องทางกลุ่มลูกค้าบุคคล จากการบริการลูกค้าโดยมุ่งเน้นการขายช่องทาง E-commerce มากขึ้นในปี 2569 อย่างไรก็ตาม รายได้จากช่องทางอื่นๆ มีแนวโน้มปรับตัวลดลงตามภาวะตลาดและเศรษฐกิจที่ชะลอตัว

QoQ: Q2/2569 vs Q1/2569

ในไตรมาส 2 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายและการให้บริการจำนวน 590.8 ล้านบาท ปรับตัวลดลงจากไตรมาส 1 ปี 2569 จำนวน 39.0 ล้านบาท หรือร้อยละ 6.2 โดยมีปัจจัยหลักดังต่อไปนี้:

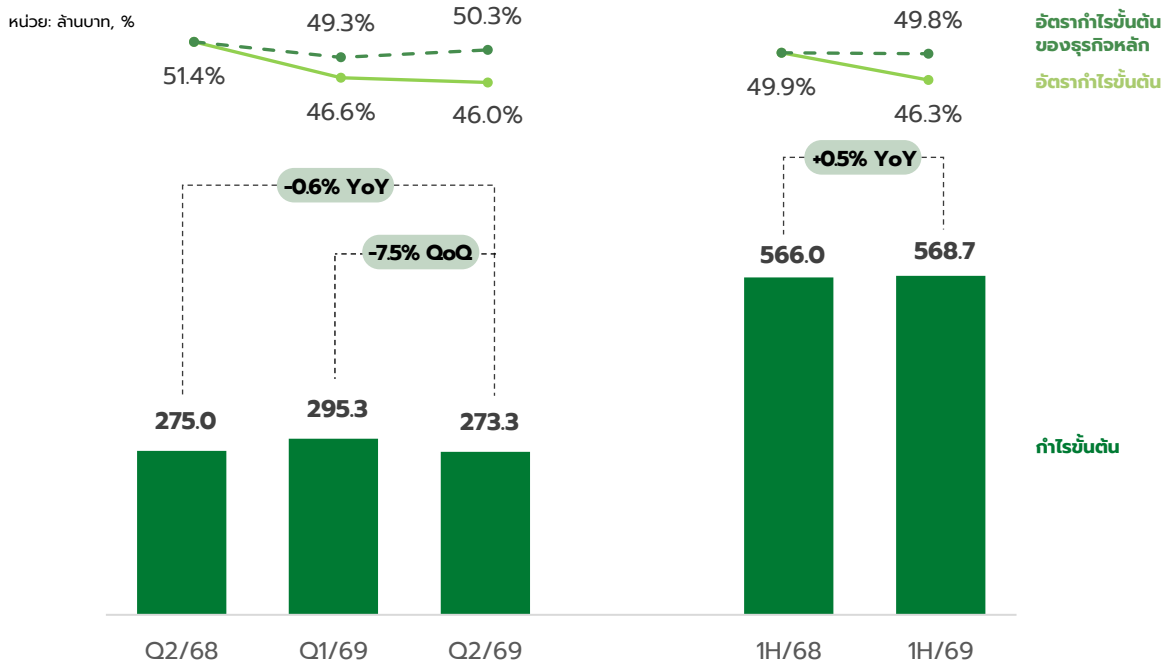
รายได้จากการขายและการให้บริการตามกลุ่มผลิตภัณฑ์: รายได้จากผลิตภัณฑ์ยาปรับตัวลดลงจากไตรมาสก่อน โดยมาจากการลดลงของรายได้จากยาแผนปัจจุบัน ขณะที่รายได้จากผลิตภัณฑ์สมุนไพรยังเติบโตจากการจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอกภายใต้แบรนด์ใหม่ ส่วนรายได้จากผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพมีแนวโน้มลดลงตามรูปแบบการขายในแต่ละช่วงของปี ที่รายได้ของกลุ่มบริษัทฯ ในไตรมาส 2 ของแต่ละปี จะเป็นไตรมาสที่มีรายได้ต่ำสุด

รายได้จากการขายและการให้บริการตามกลุ่มลูกค้า: รายได้จากลูกค้าในประเทศลดลง ซึ่งมีแนวโน้มลดลงตามรูปแบบการขายในแต่ละช่วงของปี ที่รายได้ของกลุ่มบริษัทฯ ในไตรมาส 2 ของแต่ละปี จะเป็นไตรมาสที่มีรายได้ต่ำสุด อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้เพิ่มขึ้นจากรายได้จากกลุ่มลูกค้าบริการ เช่น รายได้จากการขายจากส่วนงานรับจ้างผลิต (OEM) และรายได้ค่าบริการจัดจำหน่ายจากส่วนงานจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก (DBU) และรายได้จากกลุ่มลูกค้าบุคคล จากการบริการลูกค้าโดยมุ่งเน้นการขายช่องทาง E-commerce มากขึ้นในปี 2569

YoY: 1H/2569 vs 1H/2568

ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายและการให้บริการจำนวน 1,220.6 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากช่วง 6 เดือนแรกของปี 2568 จำนวน 96.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.6 โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากผลิตภัณฑ์สมุนไพรจากการจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอกภายใต้แบรนด์ใหม่ในช่องทางร้านขายยา นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังคงมีรายได้เพิ่มขึ้นจากกลุ่มลูกค้าบริษัทจากส่วนงานรับจ้างผลิต (OEM) และรายได้ค่าบริการจัดจำหน่าย (DBU) รวมถึงช่องทาง E-commerce ที่กลุ่มบริษัทฯ มุ่งเน้นมากขึ้นในปี 2569 อย่างไรก็ตาม รายได้จากช่องทางหลักอื่น มีการปรับตัวลดลงตามภาวะตลาดและเศรษฐกิจที่ชะลอตัว

กำไรขั้นต้น และอัตรากำไรขั้นต้น



YoY: Q2/2569 vs Q2/2568

กำไรขั้นต้น: ในไตรมาส 2 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 273.3 ล้านบาท ปรับตัวลดลงจากไตรมาส 2 ปี 2568 จำนวน 1.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.6 โดยเป็นการปรับตัวลดลงแม้ว่ารายได้ในไตรมาส 2 ปี 2569 สูงกว่ารายได้ในไตรมาส 2 ปี 2568 ก็ตาม เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของรายได้ดังกล่าวมาจากส่วนงานจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก ซึ่งมีกำไรขั้นต้นต่ำกว่ากำไรขั้นต้นปกติของกลุ่มบริษัทฯ

ส่งผลให้ **อัตรากำไรขั้นต้น:** ในไตรมาส 2 ปี 2569 อยู่ที่ร้อยละ 46.0 ปรับตัวลดลงจากร้อยละ 51.4 ในไตรมาส 2 ปี 2568 เนื่องจากการรับรู้รายได้จากส่วนงานจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นเฉลี่ยต่ำกว่าธุรกิจหลักของกลุ่มบริษัทฯ ขณะเดียวกัน อัตรากำไรขั้นต้นของธุรกิจหลัก (ไม่รวมส่วนงานจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอกภายใต้แบรนด์ใหม่) อยู่ที่ร้อยละ 50.3 ซึ่งปรับตัวลดลงจากร้อยละ 51.4 สำหรับไตรมาส 2 ปี 2568 จากการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างรายได้ตามประเภทผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย

QoQ: Q2/2569 vs Q1/2569

กำไรขั้นต้น: ในไตรมาส 2 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 273.3 ล้านบาท ปรับตัวลดลงจากไตรมาส 1 ปี 2569 จำนวน 22.0 ล้านบาท หรือร้อยละ 7.5 สอดคล้องกับรายได้จากการขายและการให้บริการที่ปรับตัวลดลง

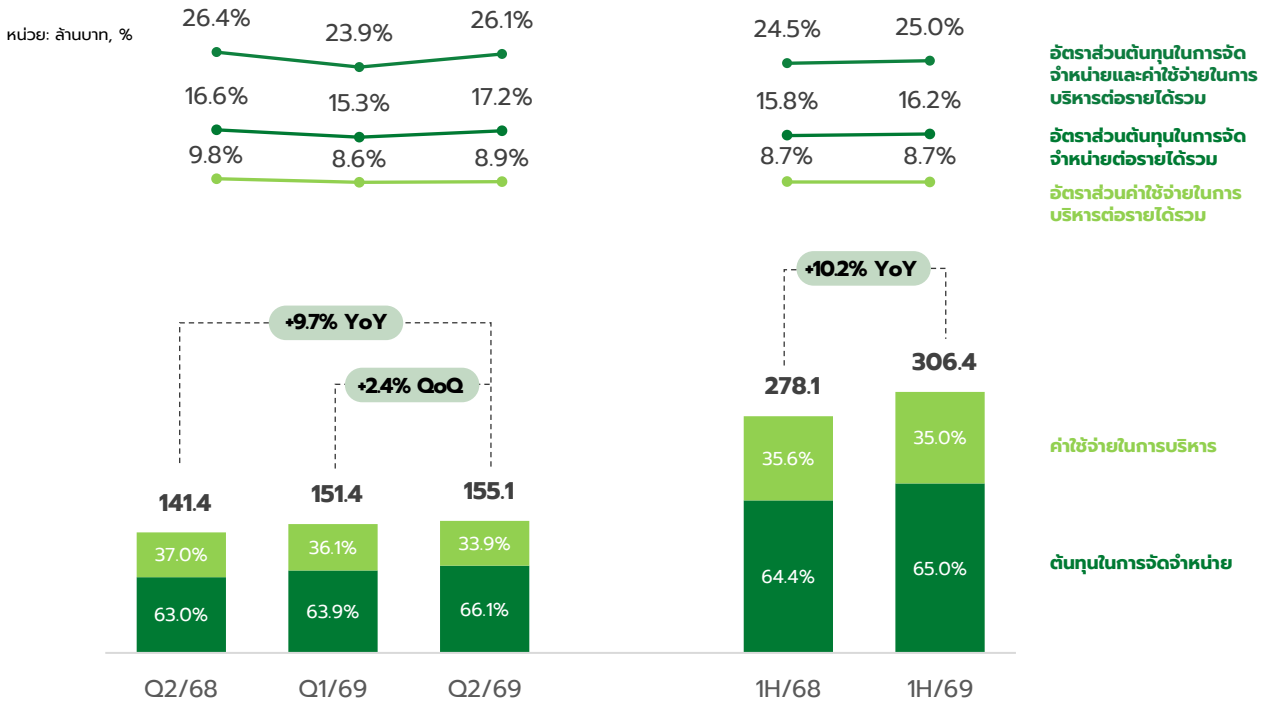
ส่งผลให้ **อัตรากำไรขั้นต้น:** ในไตรมาส 2 ปี 2569 อยู่ที่ร้อยละ 46.0 ปรับตัวลดลงจากร้อยละ 46.6 ในไตรมาส 1 ปี 2569 อย่างไม่เป็นสาระสำคัญ

YoY: 1H/2569 vs 1H/2568

กำไรขั้นต้น: ในงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 568.7 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากงวด 6 เดือนแรกของปี 2568 จำนวน 2.6 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.5 สอดคล้องกับการเติบโตของรายได้จากการขายและการให้บริการ

อัตรากำไรขั้นต้น ในงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 อยู่ที่ร้อยละ 46.3 ปรับตัวลดลงจากร้อยละ 49.9 ในงวด 6 เดือนแรกของปี 2568 เนื่องจากการรับรู้รายได้จากส่วนงานจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นเฉลี่ยต่ำกว่าธุรกิจหลักของกลุ่มบริษัทฯ ขณะเดียวกัน อัตรากำไรขั้นต้นของธุรกิจหลัก (ไม่รวมส่วนงานจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอกรายได้ใหม่) อยู่ที่ร้อยละ 49.8 ซึ่งปรับตัวลดลงจากร้อยละ 49.9 สำหรับงวด 6 เดือนแรกของปี 2568 อย่างไม่เป็นสาระสำคัญ

ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร



YoY: Q2/2569 vs Q2/2568

ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร: ในไตรมาส 2 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 155.1 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 2 ปี 2568 จำนวน 13.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 9.7 โดยมีสาเหตุหลักจาก 1) การเพิ่มขึ้นของต้นทุนในการจัดจำหน่ายที่เกี่ยวข้องกับส่วนงานจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก รายใหญ่รายใหม่ที่มีรายได้ตั้งแต่ไตรมาส 3 ปี 2568 เช่น ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับพนักงานขายและค่าขนส่ง เป็นต้น 2) การเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมด้านการขายและการตลาดอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอมากขึ้นในปี 2569 เพื่อสนับสนุนการเติบโตของยอดขาย

อย่างไรก็ตาม **อัตราร้อยละต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้** ในไตรมาส 2 ปี 2569 อยู่ที่ร้อยละ 26.1 ปรับตัวลดลงจากร้อยละ 26.4 ในไตรมาส 2 ปี 2568 เล็กน้อย

QoQ: Q2/2569 vs Q1/2569

ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร: ในไตรมาส 2 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 155.1 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 1 ปี 2569 จำนวน 3.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.4 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมด้านการขายและการตลาดอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอมากขึ้นในไตรมาส 2 ปี 2569 เพื่อสนับสนุนการเติบโตของยอดขาย

อัตราส่วนต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้ ในไตรมาส 2 ปี 2569 อยู่ที่ร้อยละ 26.1 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 23.9 ในไตรมาส 1 ปี 2569 เนื่องจากกลุ่มบริษัทฯ ยังคงดำเนินกิจกรรมด้านการขายและการตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อสนับสนุนการเติบโตของยอดขาย แม้ไตรมาส 2 จะเป็นช่วงที่ยอดขายตามรูปแบบการดำเนินงานปกติของธุรกิจอยู่ในระดับต่ำกว่าช่วงอื่นของปีก็ตาม

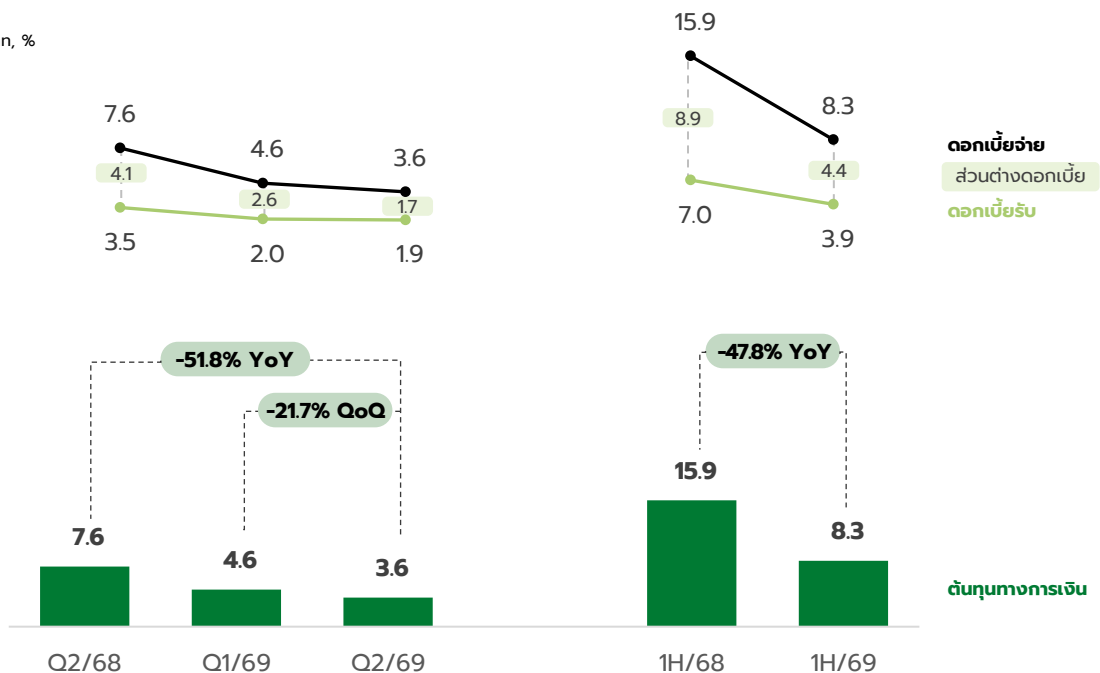
YoY: 1H/2569 vs 1H/2568

ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร: ในงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 306.4 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากงวด 6 เดือนแรกของปี 2568 จำนวน 28.3 ล้านบาท หรือร้อยละ 10.2 โดยมีสาเหตุหลักจาก 1) การเพิ่มขึ้นของต้นทุนในการจัดจำหน่ายที่เกี่ยวข้องกับส่วนงานจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอกภายใต้รายได้ตั้งแต่ไตรมาส 3 ปี 2568 เช่น ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับพนักงานขายและค่าขนส่ง เป็นต้น 2) การเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมด้านการขายและการตลาดอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอมากขึ้นในปี 2569 เพื่อสนับสนุนการเติบโตของยอดขาย

ส่งผลให้ **อัตราส่วนต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้** ในงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 อยู่ที่ร้อยละ 25.0 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 24.5 ในงวด 6 เดือนแรกของปี 2568 เล็กน้อย

ต้นทุนทางการเงิน

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY: Q2/2569 vs Q2/2568 และ QoQ: Q2/2569 vs Q1/2569

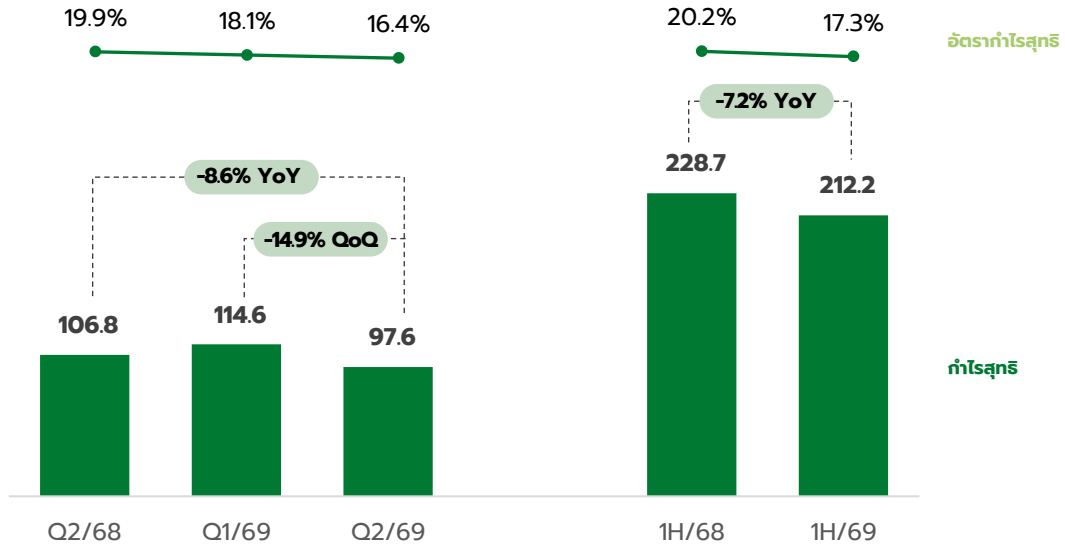
ต้นทุนทางการเงิน: ในไตรมาส 2 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินจำนวน 3.6 ล้านบาท ปรับตัวลดลงจากไตรมาส 2 ปี 2568 จำนวน 4.0 ล้านบาท หรือร้อยละ 51.8 และปรับตัวลดลงจากไตรมาส 1 ปี 2569 จำนวน 1.0 ล้านบาท หรือร้อยละ 21.7 โดยมีปัจจัยหลักจากการทยอยชำระคืนเงินกู้ยืม ส่งผลให้ภาระดอกเบี้ยลดลง ประกอบกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ปรับตัวลดลง

YoY: 1H/2569 vs 1H/2568

ต้นทุนทางการเงิน: ในงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินจำนวน 8.3 ล้านบาท ปรับตัวลดลงจากงวด 6 เดือนแรกของปี 2568 จำนวน 7.6 ล้านบาท หรือร้อยละ 47.8 โดยมีสาเหตุหลักจากการทยอยชำระคืนเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับอัตราดอกเบี้ยที่ปรับตัวลดลง

กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY: Q2/2569 vs Q2/2568

กำไรสุทธิ: ในไตรมาส 2 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิจำนวน 97.6 ล้านบาท ปรับตัวลดลงจากไตรมาส 2 ปี 2568 จำนวน 9.2 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.6 โดยมีสาเหตุหลักจากการปรับตัวลดลงของอัตรากำไรขั้นต้นที่มีผลมาจากการเข้ามาของรายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอกที่มีอัตรากำไรขั้นต้นเฉลี่ยต่ำกว่าอัตรากำไรขั้นต้นของธุรกิจหลักของกลุ่มบริษัทฯ ประกอบกับต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารที่เพิ่มขึ้น จากการที่กลุ่มบริษัทฯ มีการดำเนินกิจกรรมด้านการขายและการตลาดอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอมากขึ้นในปี 2569 เพื่อสนับสนุนการเติบโตของยอดขาย นอกจากนี้ กำไรสุทธิที่ลดลงยังได้รับผลกระทบจากค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ที่เพิ่มขึ้น โดยอัตรากำไรขั้นต้นได้ที่แท้จริงปรับเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 13.8 ในไตรมาส 2 ปี 2568 เป็นร้อยละ 17.3 ในไตรมาส 2 ปี 2569 เนื่องจากสิทธิประโยชน์ทางภาษีจากบัตรส่งเสริมการลงทุนจำนวน 1 บัตรสิ้นสุดลง

อัตรากำไรสุทธิ: ในไตรมาส 2 ปี 2569 อยู่ที่ร้อยละ 16.4 ปรับตัวลดลงจากร้อยละ 19.9 ในไตรมาส 2 ปี 2568 ซึ่งเป็นผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของรายได้ของบริษัท ทั้งนี้ อัตรากำไรสุทธิดังกล่าวเป็นไปตามงบประมาณที่วางแผนไว้

QoQ: Q2/2569 vs Q1/2569

กำไรสุทธิ: ในไตรมาส 2 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิจำนวน 97.6 ล้านบาท ปรับตัวลดลงจากไตรมาส 1 ปี 2569 จำนวน 17.0 ล้านบาท หรือร้อยละ 14.9 ซึ่งสอดคล้องกับการลดลงของรายได้รวมของกลุ่มบริษัทฯ ประกอบกับการที่กลุ่มบริษัทมีต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร และค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ปี 2569 ด้วยเหตุผลเดียวกันกับด้านบน จึงส่งผลให้กำไรสุทธิลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา

อัตรากำไรสุทธิ: ในไตรมาส 2 ปี 2569 อยู่ที่ร้อยละ 16.4 ปรับตัวลดลงจากร้อยละ 18.1 ในไตรมาส 1 ปี 2569 จากผลของการปรับตัวลดลงของรายได้จากการขายและการให้บริการรวม ในขณะที่ระดับค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ปรับตัวเพิ่มขึ้นตามแผนการใช้จ่ายของบริษัท ทั้งนี้ อัตรากำไรสุทธิดังกล่าวเป็นไปตามงบประมาณที่วางแผนไว้

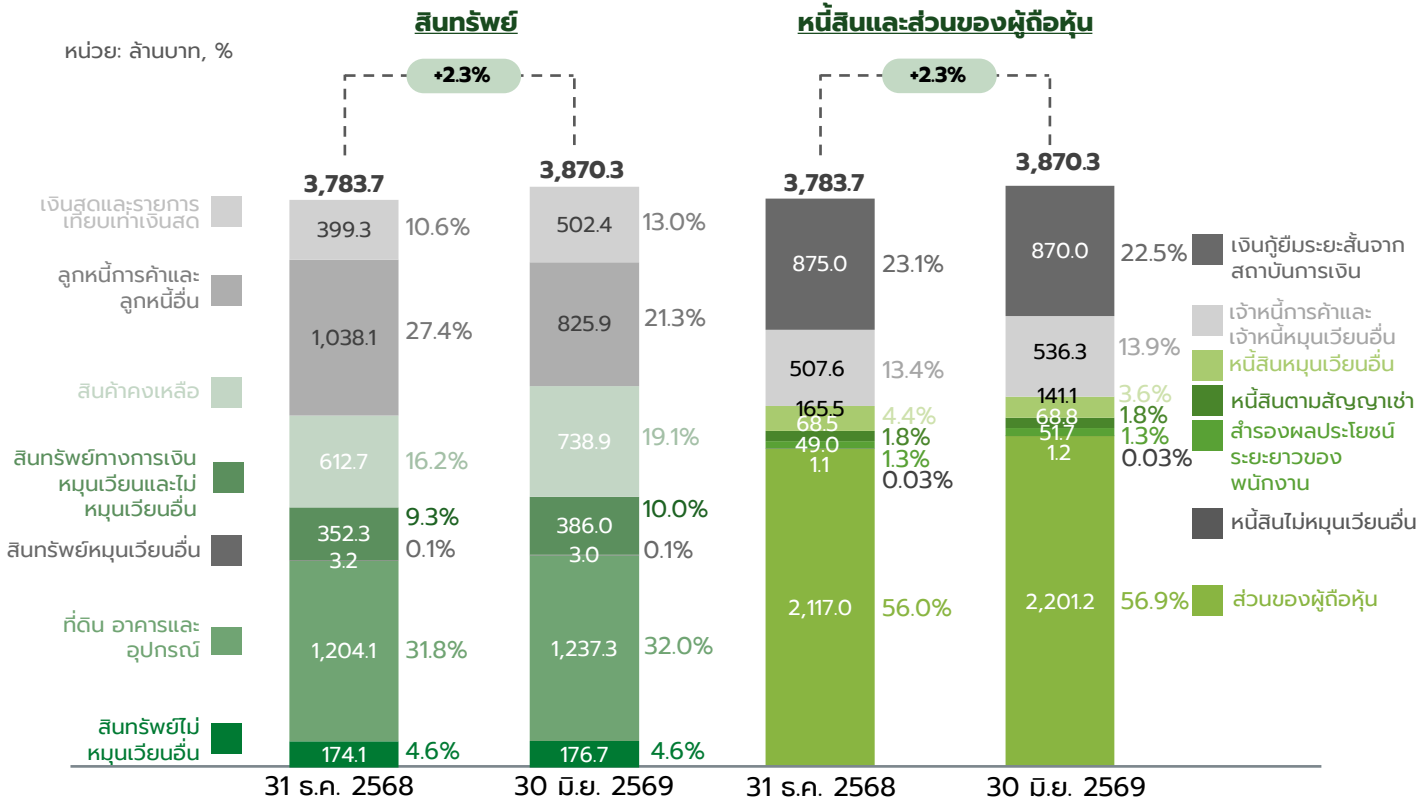
YoY: 1H/2569 vs 1H/2568

กำไรสุทธิ: ในงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิจำนวน 212.2 ล้านบาท ปรับตัวลดลงจากงวด 6 เดือนแรกของปี 2568 จำนวน 16.5 ล้านบาท หรือร้อยละ 7.2 โดยมีสาเหตุหลักจากต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารที่เพิ่มขึ้น จากการดำเนินกิจกรรมด้านการขายและการตลาดอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอมากขึ้น เพื่อสนับสนุนการเติบโตของยอดขาย นอกจากนี้ กำไรสุทธิยังได้รับผลกระทบจากค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ที่เพิ่มขึ้นจากการสิ้นสุดสิทธิประโยชน์ทางภาษีของบัตรส่งเสริมการลงทุนจำนวน 1 บัตร

อัตรากำไรสุทธิ: ในงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 อยู่ที่ร้อยละ 17.3 ปรับตัวลดลงจากร้อยละ 20.2 ในงวด 6 เดือนแรกของปี 2568 ซึ่งได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัทฯ โดยในปี 2569 มีรายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอกรายได้ใหญ่เพิ่มเข้ามา ขณะที่ในงวดหกเดือนแรกของปี 2568 ยังไม่มีรายได้จากส่วนดังกล่าว ส่งผลให้อัตรากำไรสุทธิของกลุ่มบริษัทฯ ปรับตัวลดลง

การวิเคราะห์ฐานะการเงินของบริษัท

หน่วย: ล้านบาท, %



สินทรัพย์

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมจำนวน 3,870.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 86.6 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.3 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยมีรายละเอียดดังนี้

- เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด:** 502.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 103.1 ล้านบาท สอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของกระแสเงินสดรับจากกิจกรรมดำเนินงานที่ได้รับจากส่วนงานจัดจำหน่ายภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอกที่ดำเนินงานได้ครบ 1 ปี และเริ่มสร้างกระแสเงินสดรับของส่วนงานตนเองได้ โดยกระแสเงินสดรับดังกล่าวได้ถูกนำไปใช้ในการจ่ายคืนเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน จ่ายเพื่อซื้อสินทรัพย์ถาวร และจ่ายชำระดอกเบี้ยจ่ายต่าง ๆ เป็นต้น
- ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น:** 825.9 ล้านบาท ลดลง 212.2 ล้านบาท โดยหลักมาจากการลดลงของลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นจากส่วนงานจัดจำหน่ายภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอกที่ดำเนินงานได้ครบ 1 ปี และเริ่มสร้างกระแสเงินสดรับของส่วนงานตนเองได้ในปีนี้ และการลดลงของลูกหนี้ค่าสินค้าใหม่ทดแทนจากบริษัทประกันภัยที่ได้รับชำระในปี 2569
- สินค้าคงเหลือ:** 738.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 126.2 ล้านบาท จากการเพิ่มขึ้นของการสั่งซื้อบรรจุภัณฑ์เพื่อรองรับการผลิตตามแผนในปีนี้ และการชะลอตัวของยอดขาย อย่างไรก็ตาม สินค้าภายใต้ส่วนงานจัดจำหน่ายภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอกลดลงจากการที่บริษัทกำหนดระดับสินค้าคงเหลือสำหรับส่วนงานดังกล่าวให้มีความเหมาะสมมากขึ้น
- สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนและไม่หมุนเวียนอื่น:** 386.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 33.7 ล้านบาท จากการลงทุนในบริษัทอื่นที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนา

หนี้สิน

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีหนี้สินรวมจำนวน 1,669.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2.4 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.1 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยมีรายละเอียดดังนี้

- เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน:** 870.0 ล้านบาท ลดลง 5.0 ล้านบาท จากการชำระคืนเงินกู้ยืมระยะสั้นแก่สถาบันการเงิน
- เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น:** 536.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 28.7 ล้านบาท สอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของสินค้าคงเหลือโดยรวม
- หนี้สินหมุนเวียนอื่น:** 141.1 ล้านบาท ลดลง 24.4 ล้านบาท โดยมีปัจจัยหลักจากการลดลงของภาษีเงินได้นิติบุคคลค้างจ่ายซึ่งกลุ่มบริษัทฯ ได้มีการชำระภาษีเงินได้นิติบุคคลค้างจ่ายปี 2568 ตามกำหนดเมื่อเดือนมิถุนายนที่ผ่านมา

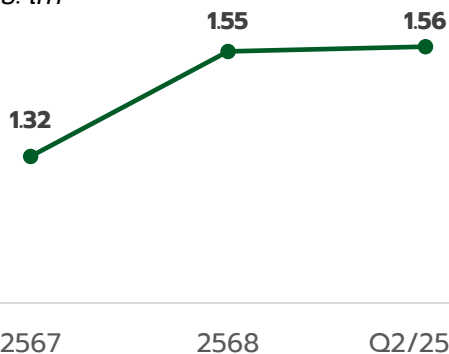
ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวมจำนวน 2,201.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 84.2 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.0 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิสำหรับงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 จำนวน 212.2 ล้านบาท สอดคล้องกับการลดลงของกำไรสะสมจากการจ่ายเงินปันผลประจำปี 2568 ในเดือนพฤษภาคม 2569 ที่ผ่านมา

อัตราส่วนทางการเงิน

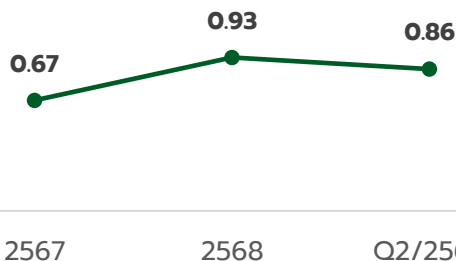
อัตราส่วนเงินหมุนเวียน (Current Ratio)

หน่วย: เท่า



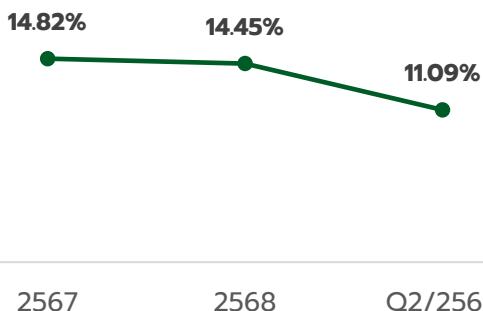
อัตราส่วนเงินหมุนเวียนเร็ว (Quick Ratio)

หน่วย: เท่า



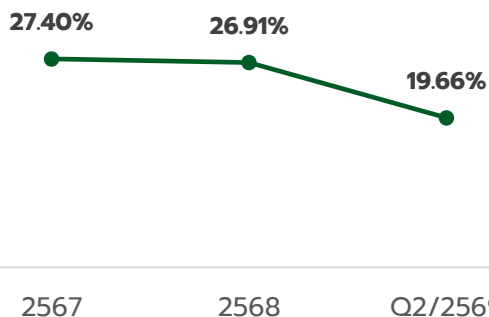
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)

หน่วย: %



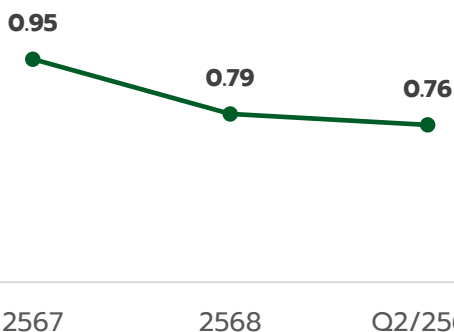
อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)

หน่วย: %



อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E Ratio)

หน่วย: เท่า



อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วน ของผู้ถือหุ้น (IBD/E Ratio)

หน่วย: เท่า

