T.MAN

COLLABORATION

TOWARDS INNOVATION

AHEAD OF GLOBAL DEMAND

คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ

บริษัท ที.แมน ฟาร์มาซูติคอล จำกัด (มหาชน)

ประจำปี 2568

ภาพรวมการดำเนินธุรกิจ

บริษัท ที.แมน ฟาร์มาซูติคอล จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) และบริษัทย่อย ได้แก่ บริษัท ที.แมน ฟาร์มา จำกัด บริษัท เฮเว่น เฮิร์บ จำกัด บริษัท โนว่า เฮลธ์ จำกัด และบริษัท ทีเอ็มทีโปรสปอร์ต 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	Q4/67	Q3/68	Q4/68	เปลี่ยนแปลง +/-		2567	2568	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากการขายและการให้บริการ	574.0	656.1	726.1	26.5%	10.7%	2,212.6	2,506.1	13.3%
กำไรขั้นต้น	**294.5**	**283.7**	**502.6**	**70.7%**	**77.2%**	**1,093.3**	**1,352.4**	**23.7%**
EBITDA	166.7	168.5	253.5	53.1%	49.5%	654.8	768.4	17.3%
กำไรสุทธิ	**108.1**	**112.6**	**181.8**	**68.2%**	**61.5%**	**450.7**	**523.1**	**16.1%**
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	**50.8%**	**42.9%**	**56.2%**	**5.4%**	**13.3%**	**49.1%**	**50.3%**	**1.2%**
อัตรา EBITDA (%)	**28.7%**	**25.5%**	**28.3%**	**(0.4%)**	**2.8%**	**29.4%**	**28.6%**	**(0.8%)**
อัตรากำไรสุทธิ (%)	**18.6%**	**17.0%**	**20.3%**	**1.7%**	**3.3%**	**20.2%**	**19.4%**	**(0.8%)**

หมายเหตุ:อาจมีการคาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปัดจุดทศนิยม

ภาพรวมการดำเนินงาน Q4/2568 และ ปี 2568

ในปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายและการให้บริการรวม 2,506.1 ล้านบาท และสามารถรักษาอัตรากำไรขั้นต้นของธุรกิจหลัก (ไม่รวมส่วนงานจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอกรายใหม่) อยู่ในระดับที่แข็งแกร่งที่ร้อยละ 50.0 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 49.1 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการดำเนินงานและการบริหารต้นทุนที่ดี ภายใต้กลยุทธ์การเติบโตที่ชัดเจน ทั้งการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง การเพิ่มสินค้าสำหรับจำหน่ายในช่องทางธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่และร้านค้าปลีกเฉพาะอย่าง เพื่อเพิ่มการเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้าง การขยายธุรกิจในกลุ่ม DBU และ OEM รวมถึงการขยายไปยังช่องทางจัดจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ

ในไตรมาส 4 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ ประสบความสำเร็จอย่างโดดเด่นจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นของช่องทางร้านขายยาทั้งค้าปลีกและค้าส่ง ซึ่งเป็นผลจากการเริ่มดำเนินการจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก ภายใต้สัญญากับ BERTRAM ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ “เซียงเพียว” และ “เป็ปเปอร์มิ้นท์ ฟิลด์” เพื่อกระจายสินค้าไปยังร้านขายยาและร้านค้าโมเดิร์นเทรดทั่วประเทศ ขณะเดียวกัน รายได้จากการรับจ้างผลิต (OEM) ในสินค้ากลุ่มสุขภาพและความงามจากลูกค้ารายใหญ่ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังคงรักษาความแข็งแกร่งของแบรนด์ชั้นนำ 5 อันดับแรก พร้อมเดินหน้าพัฒนาและเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาความเป็นผู้นำและสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนเพื่อกระจายความเสี่ยงของพอร์ตธุรกิจและเพิ่มศักยภาพการทำกำไรในระยะยาว ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นขับเคลื่อนนวัตกรรมด้านสุขภาพและความงาม เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดียิ่งขึ้น

เหตุการณ์สำคัญ

TMAN ดำเนินงานเต็มกำลังการผลิต พร้อมยกระดับประสิทธิภาพการทำงาน

บริษัท ที.แมน ฟาร์มาซูติคอล จำกัด (มหาชน) ("TMAN") ได้ปรับปรุงห้องปฏิบัติการใหม่แล้วเสร็จ และพร้อมดำเนินงานอย่างเต็มรูปแบบตั้งแต่ต้นไตรมาส 4 ที่ผ่านมา อีกทั้งบริษัทได้นำเทคโนโลยีที่ได้รับการยกระดับมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและผลผลิต

Propoliz Kid คว้ารางวัล theAsianparent Awards 2025 ตอกย้ำความเชื่อมั่นของคุณพ่อคุณแม่ทั่วประเทศ

บริษัท ที.แมน ฟาร์มาซูติคอล จำกัด (มหาชน) ("TMAN") ได้รับรางวัล theAsianparent Awards 2025 ในหมวด Parents' Choice Awards จากเว็บไซต์ theAsianparent แพลตฟอร์มแม่และเด็กอันดับหนึ่งของเอเชีย โดยรางวัลดังกล่าวมอบให้แก่ผลิตภัณฑ์ Propoliz Kid Mouth Spray สเปรย์พ่นคอสำหรับเด็กที่ได้รับคะแนนโหวตสูงสุดจากคุณพ่อคุณแม่ทั่วประเทศ สะท้อนถึง "ความเชื่อมั่นและเลือกใช้" มากที่สุด ด้วยคุณสมบัติที่ผสานนวัตกรรมและธรรมชาติอย่างลงตัว

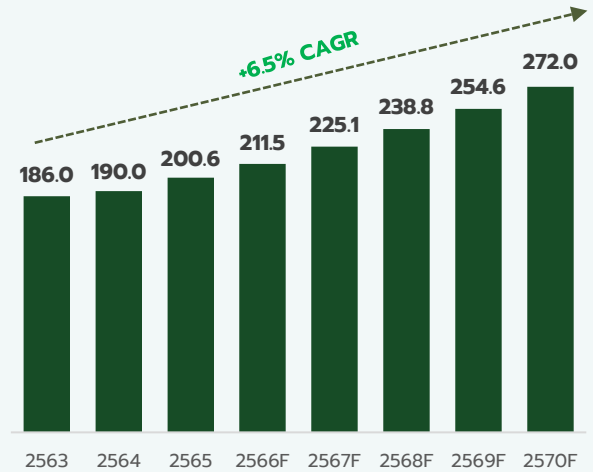
โนว่า เฮลธ์ ผนึก จุฬาฯ - แพเทนท์ ดอค ประกาศความร่วมมือด้านวิจัยและนวัตกรรม

บริษัท โนว่า เฮลธ์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือบริษัท ที.แมน ฟาร์มาซูติคอล จำกัด (มหาชน) ร่วมกับ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และบริษัท แพเท้นท์ ดอค จำกัด โดยมีเป้าหมายสำคัญในด้านการวิจัยและพัฒนา (R&D Ecosystem) ที่ครบวงจร ตั้งแต่การพัฒนางานวิจัยพื้นฐาน การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ไปจนถึงการต่อยอดเชิงพาณิชย์ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลงานวิจัย และเสริมศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมด้านสุขภาพและนวัตกรรมของประเทศ

ภาพรวมอุตสาหกรรม

มูลค่าตลาดยาในประเทศไทย

หน่วย: พันล้านบาท

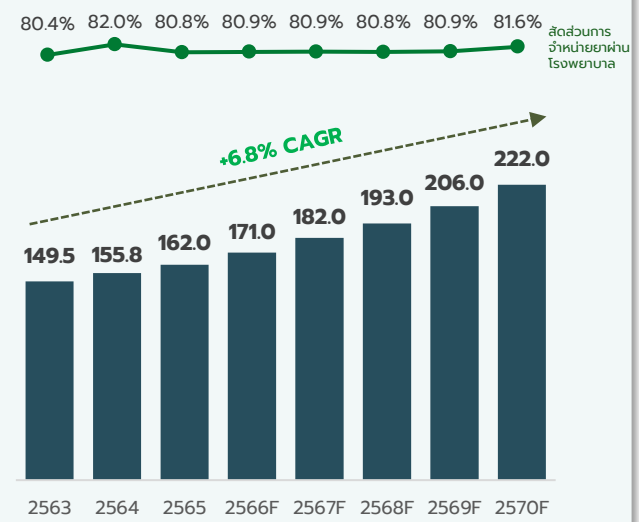


ขนาดตลาดยาในประเทศไทยคาดว่าจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสม (CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 6.5 ทำให้ตลาดมีมูลค่าประมาณ 272.0 พันล้านบาท ภายในปี 2570 โดยมีปัจจัยสนับสนุน ได้แก่ อัตราการเพิ่มขึ้นของโรคติดต่อและโรคเรื้อรัง ความตระหนักด้านสุขภาพที่สูงขึ้นของประชาชนซึ่งส่งผลให้เกิดความสนใจในด้านการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน 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 ปี 2569

เสริมความแข็งแกร่งธุรกิจหลักเดิม | **แสวงหาโอกาสการเติบโตใหม่**

S1 เร่งการเติบโตตลาด OTC

- ปรับพอร์ตผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับศักยภาพการเติบโตและความต้องการตลาด
- ขยายการเข้าถึงผ่านช่องทาง Traditional Trade อย่างเป็นระบบ
- เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งกับลูกค้ากลุ่ม OTC

S2 ยกระดับบทบาทสู่พันธมิตร OEM/ODM ที่ลูกค้าไว้วางใจ

- ขยายฐานลูกค้าองค์กรขนาดใหญ่
- ส่งมอบนวัตกรรมและโซลูชันใหม่อย่างต่อเนื่อง
- ยกระดับระบบและกระบวนการทำงาน เพื่อเพิ่มความคล่องตัวและความยืดหยุ่นในการร่วมดำเนินงานกับคู่ค้า

S3 ขับเคลื่อนการเติบโตตลาดต่างประเทศ

- เร่งการกระจายสินค้าในประเทศหลักที่มีฐานตลาดแข็งแรง ผ่านช่องทางออฟไลน์
- สร้างการเติบโตในตลาดใหม่
  - ✓ การลงทุนด้านแบรนด์และการรับรู้
- ขยายโอกาสสู่ประเทศใหม่
  - ✓ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า

S4 เจาะตลาดโรงพยาบาล

- ประสานงานร่วมกับคณะกรรมการผลิตภัณฑ์ เพื่อขยายพอร์ตสินค้ากลุ่มความต้องการสูง
- ปรับโมเดลทีมขายให้มุ่งเน้นกลุ่มแพทย์เฉพาะทาง

S5 เสริมความแข็งแกร่งช่องทาง E-commerce

- สร้างการครอบคลุมในแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซและโซเชียลมีเดียหลักอย่างครบวงจร
- พัฒนาการมีส่วนร่วมและคอมมูนิตี้ออนไลน์ เพื่อสนับสนุนการเติบโตทั้งออนไลน์และออฟไลน์
- พัฒนาสินค้าเฉพาะช่องทางออนไลน์ เพื่อเพิ่มความแตกต่าง

S6 ยกระดับหน่วยธุรกิจ DBU

- ปรับโครงสร้างพอร์ตผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจน
- เสริมขีดความสามารถของระบบและเครื่องมือเพื่อยกระดับการสนับสนุนคู่ค้าให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

การขับเคลื่อนด้วยความยั่งยืน

ด้านสิ่งแวดล้อม

กลุ่มบริษัทฯ มุ่งมั่นในการพัฒนาโรงงานผลิตที่ทันสมัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยออกแบบโรงงานทั้งสองแห่งเพื่อให้มีประสิทธิภาพในการผลิตและลดผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม

Green Industry กระทรวงอุตสาหกรรม

โรงงานทั้งสองแห่งได้รับการรับรองโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวในระดับที่ 2

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

ด้านสังคม

ให้การสนับสนุนยาและเวชภัณฑ์ช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยในหลายพื้นที่ทั่วประเทศ

กลุ่มบริษัทฯ ร่วมส่งกำลังใจและสนับสนุนการช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยในหลายพื้นที่ทั่วประเทศ เพื่อช่วยบรรเทาความเดือดร้อนและเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับสังคมในช่วงวิกฤตนี้ พร้อมขอให้ทุกท่านผ่านพ้นวิกฤตนี้ไปด้วยความปลอดภัยและสุขภาพที่แข็งแรง

เปิดโลกการเรียนรู้ สู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ยาและเครื่องสำอางสำหรับเยาวชนไทย ในโครงการนักวิจัยเภสัชภัณฑ์รุ่นเยาว์ ครั้งที่ 1 เภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

กลุ่มบริษัทฯ ร่วมสร้างแรงบันดาลใจให้เยาวชนเห็นบทบาทเภสัชกรด้านวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพ พร้อมพัฒนาทักษะคิดวิเคราะห์ สื่อสาร และทำงานเป็นทีม ให้สอดรับอุตสาหกรรมที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว

ด้านธรรมาภิบาล

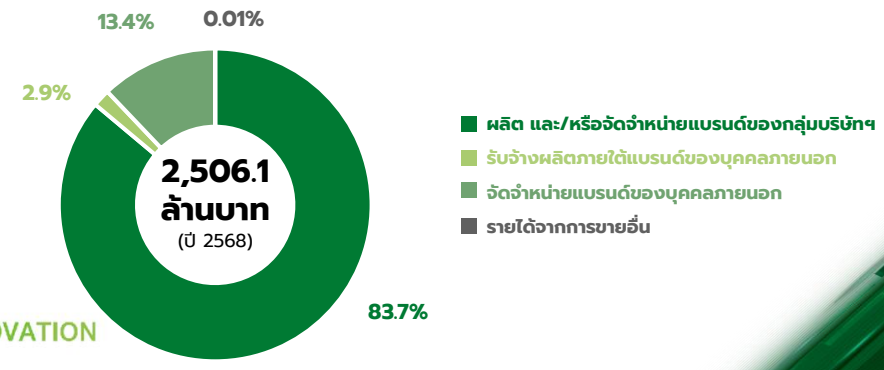
- **การดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม:** ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับของอุตสาหกรรม รวมถึงใช้วัตถุดิบที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน
- **การวิจัยและพัฒนาตามหลักจริยธรรม:** ให้ความสำคัญกับมาตรฐานทางวิทยาศาสตร์และจริยธรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- **การตรวจสอบและติดตามผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อม:** จัดให้มีระบบติดตามและรายงานผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ รวมถึงพัฒนาแนวทางการดำเนินงานให้สอดคล้องกับมาตรฐานด้าน ESG
- **นโยบาย Whistle Blowing:** บริษัทสนับสนุนให้พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียสามารถแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการกระทำที่ไม่โปร่งใส

ผลประกอบการบริษัท

ภาพรวมผลประกอบการ	Q4/67	Q3/68	Q4/68	เปลี่ยนแปลง +/-		2567	2568	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากการขายและการให้บริการ								
➢ ผลิต และ/หรือจัดจำหน่ายเวชภัณฑ์ยาและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพภายใต้แบรนด์ของกลุ่มบริษัทฯ	551.4	452.0	563.0	2.1%	24.6%	2,131.6	2,096.6	(1.6%)
➢ รับจ้างผลิตเวชภัณฑ์ยาและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก	8.3	21.1	41.9	404.8%	98.6%	33.5	73.4	119.1%
➢ จัดจำหน่ายเวชภัณฑ์ยาและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก	14.3	183.0	121.0	746.2%	(33.9%)	47.2	335.8	611.4%
➢ รายได้จากการขายอื่น[1]	0.0	0.1	0.2	9,900.0%	100.0%	0.3	0.3	0.0%
รวมรายได้จากการขายและการให้บริการ	**574.0**	**656.1**	**726.1**	**26.5%**	**10.7%**	**2,212.6**	**2,506.1**	**13.3%**
ค่าสินไหมทดแทนจากเหตุการณ์อัคคีภัย[2]	-	-	164.5	100%	100%	-	164.5	100%
รายได้อื่น[3]	6.1	5.3	4.1	(32.8%)	(22.6%)	13.4	20.0	50.7%
รวมรายได้	**580.1**	**661.4**	**894.7**	**54.2%**	**35.3%**	**2,225.9**	**2,690.6**	**20.9%**
ต้นทุนขายและการให้บริการ	285.6	377.7	392.1	37.3%	3.8%	1,132.7	1,338.2	18.1%
กำไรขั้นต้น	**294.5**	**283.7**	**502.6**	**70.7%**	**77.2%**	**1,093.3**	**1,352.4**	**23.7%**
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	111.0	96.7	115.7	4.2%	19.6%	361.8	391.5	8.2%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	44.8	46.7	59.8	33.5%	28.1%	184.8	205.6	11.3%
ค่าเสียหายจากเหตุการณ์อัคคีภัย[2]	-	-	107.1	100%	100%	-	107.1	100%
ต้นทุนทางการเงิน	10.0	6.8	5.8	(42.0%)	(14.7%)	18.6	28.4	52.7%
(กลับรายการ) ขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	0.8	1.9	1.7	112.5%	(10.5%)	(3.3)	5.9	278.8%
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	**127.9**	**131.6**	**212.5**	**66.1%**	**61.5%**	**531.3**	**613.8**	**15.5%**
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	19.8	19.0	30.7	55.1%	61.6%	80.7	90.7	12.4%
กำไรสุทธิ	**108.1**	**112.6**	**181.8**	**68.2%**	**61.5%**	**450.7**	**523.1**	**16.1%**

หมายเหตุ: อาจมีการคาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปัดจุดทศนิยม
(1) รายได้จากการขายอื่น โดยหลักประกอบด้วย รายได้จากการขายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์เหลือใช้
(2) ค่าสินไหมทดแทนจากเหตุการณ์อัคคีภัยและค่าเสียหายจากเหตุการณ์อัคคีภัยเป็นรายการพิเศษอันเนื่องมาจากเหตุการณ์ไฟไหม้เมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2568 ซึ่งขั้นตอนการเคลมประกันได้สิ้นสุดลงภายในปีนี้แล้ว
(3) รายได้อื่น โดยหลักประกอบด้วย รายได้ค่าสนับสนุนจากการภาครัฐในโครงการต่างๆ ที่กลุ่มบริษัทเข้าร่วม ผลกำไร(ขาดทุน)จากอัตราแลกเปลี่ยน ผลกำไร(ขาดทุน)จากการจำหน่ายสินทรัพย์ถาวร รายได้จากการขายเศษวัสดุเหลือใช้ รายได้ค่าวิจัยและตรวจสอบคุณภาพ รายได้ดอกเบี้ยรับ รายได้ค่าบริการนำเสนอสินค้าตัวอย่างภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก และอื่นๆ เป็นต้น

รายได้จากการขายและการให้บริการตามกลุ่มธุรกิจ



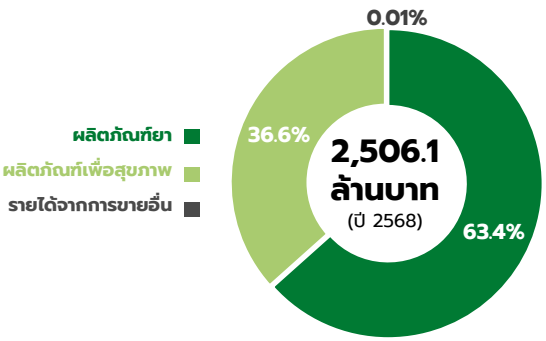
วิเคราะห์ผลการดำเนินงาน

รายได้จากการขายและการให้บริการจำแนกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์

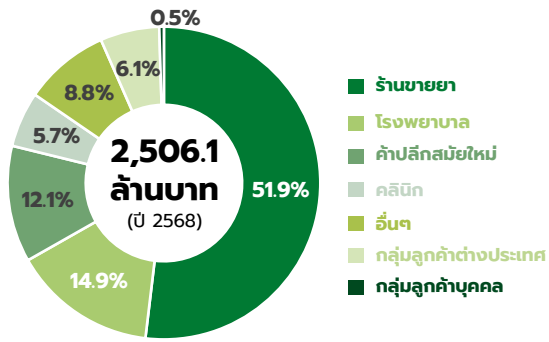
รายได้จากการขายและการให้บริการตามกลุ่มผลิตภัณฑ์[1]	Q4/67	Q3/68	Q4/68	เปลี่ยนแปลง +/-		2567	2568	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ			%YoY
ผลิตภัณฑ์ยา	**341.7**	**448.0**	**457.5**	**33.9%**	**2.1%**	**1,317.9**	**1,588.9**	**20.6%**
ยาแผนปัจจุบัน	304.2	263.8	315.5	3.7%	19.6%	1,162.5	1,174.6	1.0%
ผลิตภัณฑ์สมุนไพร	37.5	191.9	142.0	278.7%	(26.0%)	155.5	414.3	166.4%
ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ	**232.2**	**200.2**	**268.4**	**15.6%**	**34.1%**	**894.4**	**916.9**	**2.5%**
ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องสำอาง	209.2	182.9	252.0	20.5%	37.9%	809.9	842.8	4.1%
ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอื่นๆ[2]	23.0	17.4	16.4	(28.7%)	(5.7%)	84.5	74.1	(12.3%)
รายได้จากการขายอื่น[3]	**0.0**	**0.1**	**0.2**	**9,900.0%**	**100%**	**0.3**	**0.3**	**0.0%**
รวมรายได้จากการขายและการให้บริการ	**574.0**	**656.1**	**726.1**	**26.5%**	**10.7%**	**2,212.6**	**2,506.1**	**13.3%**

หมายเหตุ: : อาจมีการคาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปิดจุดทศนิยม
[1] การจัดประเภทของกลุ่มผลิตภัณฑ์เป็นไปตามตำรับยาและ/หรือทะเบียนอาหารที่ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)
[2] ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอื่น ๆ ประกอบด้วยอุปกรณ์และวัสดุทางการแพทย์และสินค้าอุปโภคบริโภค
[3] รายได้จากการขายอื่นโดยหลักประกอบด้วย รายได้จากการขายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์เหลือใช้

รายได้จากการขายและการให้บริการตามกลุ่มผลิตภัณฑ์



รายได้จากการขายและการให้บริการตามกลุ่มลูกค้า



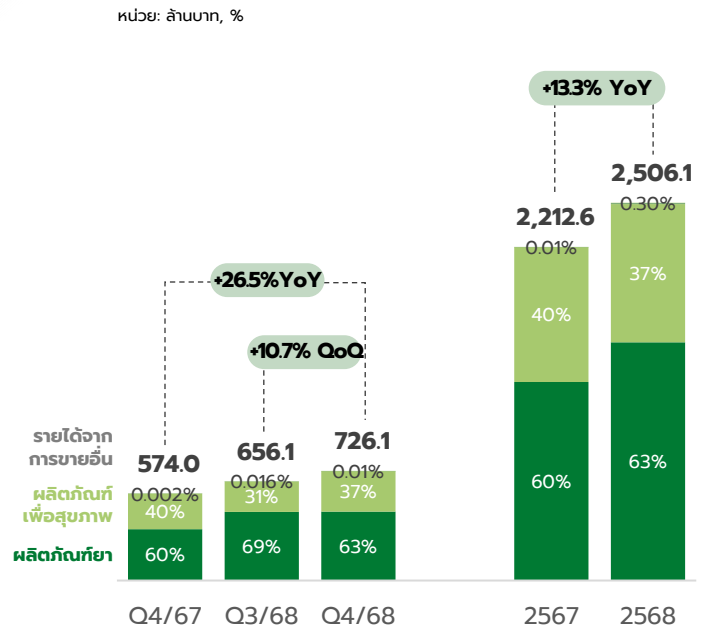
รายได้จากการขายและการให้บริการจำแนกตามกลุ่มลูกค้า

รายได้จากการขายและการให้บริการจำแนกตามกลุ่มลูกค้า	Q4/67	Q3/68	Q4/68	เปลี่ยนแปลง +/-		2567	2568	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ			%YoY
กลุ่มลูกค้าองค์กร	**571.6**	**652.8**	**722.8**	**26.2%**	**10.7%**	**2,204.6**	**2,494.1**	**13.1%**
กลุ่มลูกค้าในประเทศ	**552.5**	**615.0**	**683.6**	**23.5%**	**11.2%**	**2,023.0**	**2,340.8**	**15.7%**
ร้านขายยา	289.4	367.1	369.3	27.4%	0.6%	1,202.1	1,300.5	8.2%
โรงพยาบาล	95.5	82.4	99.4	4.1%	20.6%	303.4	373.2	23.0%
ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่และร้านค้าปลีกเฉพาะอย่าง	67.1	57.5	85.1	18.5%	48.0%	258.1	302.0	17.0%
คลินิก	39.2	30.0	37.6	(4.1%)	25.3%	137.4	143.5	4.4%
อื่น ๆ[1]	31.3	78.0	92.2	209.9%	18.2%	122.0	221.6	81.6%
กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ	**49.1**	**37.8**	**39.2**	**(20.2%)**	**3.7%**	**181.6**	**153.3**	**(15.6%)**
กลุ่มลูกค้าบุคคล	**2.4**	**3.3**	**3.3**	**100.0%**	**0.0%**	**8.0**	**12.0**	**50.0%**
รวมรายได้จากการขายและการให้บริการ	**574.0**	**656.1**	**726.1**	**26.5%**	**10.7%**	**2,212.6**	**2,506.1**	**13.3%**

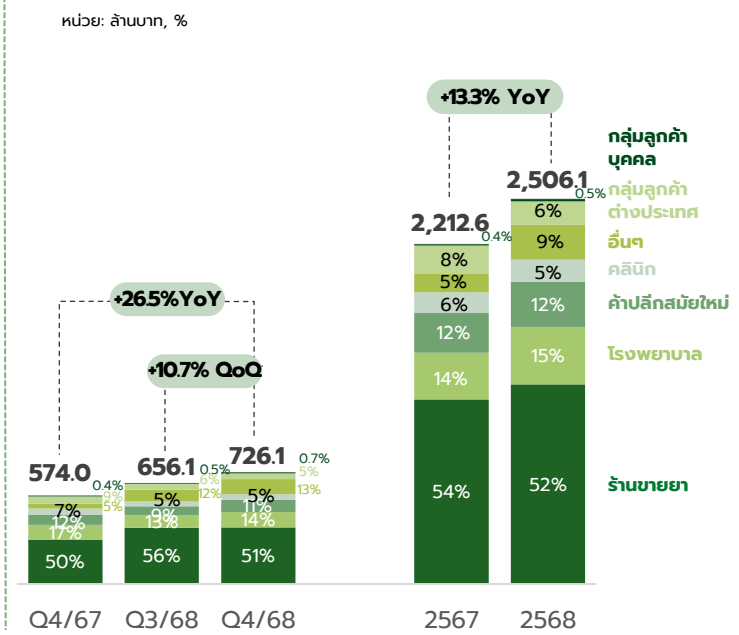
หมายเหตุ: อาจมีการคาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปิดจุดทศนิยม
[1] อื่นๆ โดยหลักประกอบด้วย หน่วยงานรัฐ นิติบุคคลทั่วไป เป็นต้น

รายได้จากการขายและการให้บริการ

รายได้จากการขายและการให้บริการตามกลุ่มผลิตภัณฑ์



รายได้จากการขายและการให้บริการตามกลุ่มลูกค้า



YoY: Q4/2568 vs Q4/2567 และ QoQ: Q4/2568 vs Q3/2568

ในไตรมาส 4 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มี**รายได้จากการขายและการให้บริการ**จำนวน 726.1 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 4 ปี 2567 จำนวน 152.1 ล้านบาท หรือร้อยละ 26.5 และปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 3 ปี 2568 จำนวน 70.0 ล้านบาท หรือร้อยละ 10.7 การเติบโตดังกล่าวได้รับแรงสนับสนุนจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นของช่องทางร้านขายยาทั้งค้าปลีกและค้าส่ง ซึ่งเป็นผลจากการเริ่มดำเนินการจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก ภายใต้สัญญากับ BERTRAM ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ “เซียงเพียว” และ “เป๊ปเปอร์มิ้นท์ ฟิลด์” เพื่อกระจายสินค้าไปยังร้านขายยาและร้านค้าโมเดิร์นเทรดทั่วประเทศ นอกจากนี้ รายได้จากการรับจ้างผลิตสินค้ากลุ่มสุขภาพและความงามจากลูกค้ารายใหญ่ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง สะท้อนถึงความเชื่อมั่นของลูกค้าในศักยภาพของกลุ่มบริษัทฯ ในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพภายใต้แบรนด์ของลูกค้า ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว

YoY: 2568 vs 2567

ในปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มี**รายได้จากการขายและการให้บริการ**จำนวน 2,506.1 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2567 จำนวน 293.5 ล้านบาท หรือร้อยละ 13.3 โดยมีสาเหตุหลักมาจาก:

รายได้จากการขายและการให้บริการจำแนกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์: พบว่าสัดส่วนรายได้จากการขายและการให้บริการของผลิตภัณฑ์ยาเพิ่มขึ้นเป็นประมาณร้อยละ 63 จากร้อยละ 60 เมื่อเทียบกับปี 2567 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก ซึ่งเข้ามาเสริมรายได้จากการขายและการให้บริการในกลุ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพร ทั้งนี้ รายได้จากการขายและการให้บริการในกลุ่มผลิตภัณฑ์อื่น ๆ มีการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

รายได้จากการขายและการให้บริการจำแนกตามกลุ่มลูกค้า: พบว่ารายได้จากการขายและการให้บริการจำแนกตามกลุ่มลูกค้ามีการเติบโตเพิ่มขึ้นในทุกกลุ่ม สอดคล้องกับกลยุทธ์การขยายตลาดของบริษัท ที่มุ่งเน้นการเพิ่มศักยภาพรายได้ในแต่ละช่องทางหลัก โดยมีแนวทางสำคัญดังนี้ 1) ช่องทางโรงพยาบาล โดยมุ่งสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ยาแผนปัจจุบันสำหรับโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs) และผลักดันผลิตภัณฑ์ยาแผนปัจจุบันอื่น ๆ เข้าสู่ช่องทางจำหน่ายในโรงพยาบาลเพิ่มเติม 2) ช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่และร้านค้าปลีกเฉพาะอย่าง โดยขยายฐานผู้บริโภคผ่านการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ (NPD) ภายใต้แบรนด์หลักของบริษัท เพื่อเพิ่มการเข้าถึงผู้บริโภคอย่างทั่วถึง 3) ช่องทางคลินิก ด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์แบบครบวงจรสำหรับธุรกิจคลินิกเสริมความงาม พร้อมเสริมศักยภาพทีมผู้แทนขายในการเข้าถึงลูกค้าเชิงรุก และ 4) ช่องทางร้านขายยา ที่สร้างการเติบโตต่อเนื่องผ่านการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย โดยอาศัยความแข็งแกร่งของเครือข่ายร้านขายยาทั่วประเทศ เป็นต้น

ค่าสินไหมทดแทนจากเหตุการณ์อัคคีภัยและค่าเสียหายจากเหตุการณ์อัคคีภัย

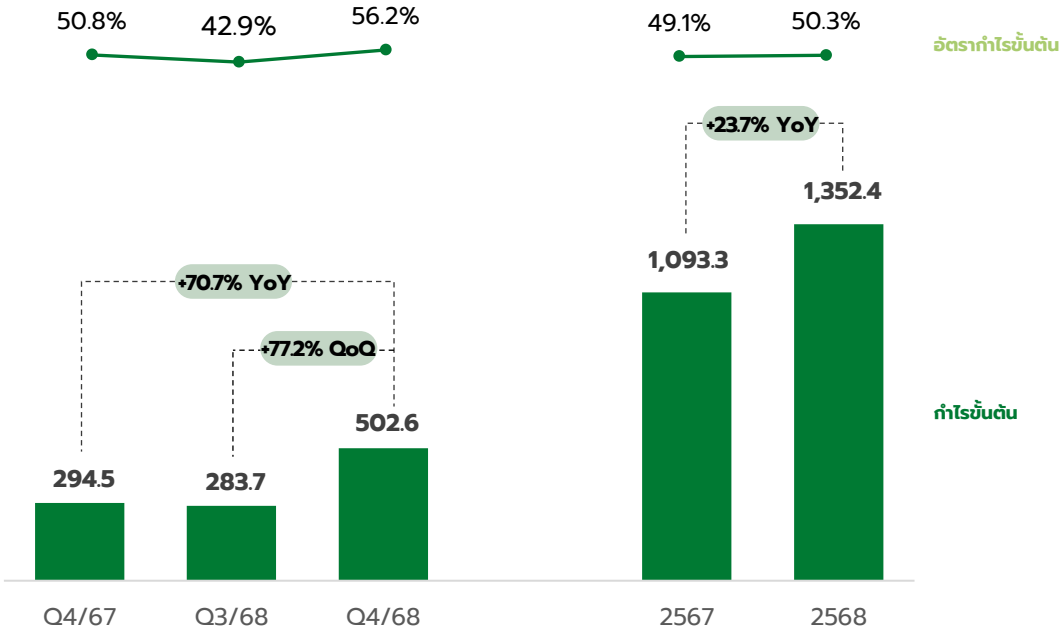
เนื่องจากเหตุการณ์ไฟไหม้บริเวณห้องปฏิบัติการ (ห้องแล็บ) ของบริษัทเมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2568 ส่งผลให้มีสินทรัพย์ของบริษัทเสียหายและต้องเข้าสู่กระบวนการเรียกร้องสินไหมชดเชยจากกรมธรรม์ประกันภัย โดยขั้นตอนในการชดเชยดังกล่าวได้สิ้นสุดภายในปีนี้แล้ว และบริษัทได้รับค่าสินไหมทดแทนจากเหตุการณ์ดังกล่าวจำนวน 164.5 ล้านบาท และมีค่าเสียหายเกิดขึ้นจำนวน 107.1 ล้านบาท คิดเป็นส่วนเพิ่มที่ได้รับจากมูลค่าเสียหายทางบัญชีจำนวน 57.4 ล้านบาทหรือจำนวน 49.5 ล้านบาทสุทธิจากภาษีเงินได้

รายได้อื่น

ในไตรมาส 4 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้อื่นจำนวน 4.1 ล้านบาท ปรับตัวลดลงจากไตรมาส 4 ปี 2567 จำนวน 2.0 ล้านบาท หรือร้อยละ 32.8 และปรับตัวลดลงจากไตรมาส 3 ปี 2568 จำนวน 1.2 ล้านบาท หรือร้อยละ 22.6 และในปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้อื่นจำนวน 20.0 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อนจำนวน 6.6 ล้านบาท หรือร้อยละ 50.7 เนื่องจากในปี 2568 ไม่มีรายได้ค่าบริการนำเสนอสินค้าตัวอย่างภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอกและการปรับตัวลดลงของรายได้ดอกเบี้ยรับจากการลดลงของอัตราดอกเบี้ย

กำไรขั้นต้น และอัตรากำไรขั้นต้น

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY: Q4/2568 vs Q4/2567 และ QoQ: Q4/2568 vs Q3/2568

กำไรขั้นต้น: ในไตรมาส 4 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 502.6 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 4 ปี 2567 จำนวน 208.1 ล้านบาท หรือร้อยละ 70.7 และปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 3 ปี 2568 จำนวน 218.9 ล้านบาท หรือร้อยละ 77.2 อย่างไรก็ตาม หากไม่รวมรายได้จากการรับรู้ค่าสินไหมทดแทนที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์อัคคีภัย กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 338.1 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 4 ปี 2567 จำนวน 43.6 ล้านบาท หรือร้อยละ 14.8 และปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 3 ปี 2568 จำนวน 54.4 ล้านบาท หรือร้อยละ 19.2 สอดคล้องกับการเติบโตของรายได้จากการขายและการให้บริการ

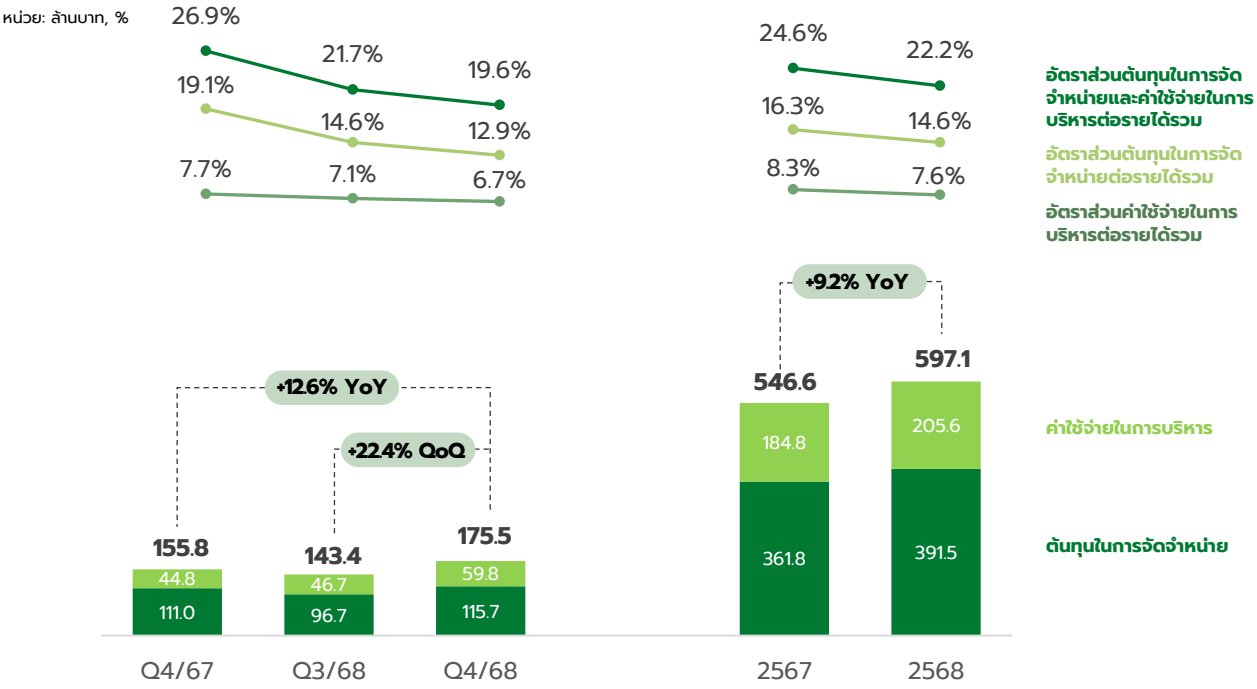
ส่งผลให้ **อัตรากำไรขั้นต้น** ในไตรมาส 4 ปี 2568 อยู่ที่ร้อยละ 56.2 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 50.8 ในไตรมาส 4 ปี 2567 และจากร้อยละ 42.9 ในไตรมาส 3 ปี 2568 อย่างไรก็ตาม หากไม่รวมรายได้จากการรับรู้ค่าสินไหมทดแทน อัตรากำไรขั้นต้น ในไตรมาส 4 ปี 2568 อยู่ที่ร้อยละ 46.3 ปรับตัวลดลงจากร้อยละ 50.8 ในไตรมาส 4 ปี 2567 เนื่องจากการรับรู้รายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นเฉลี่ยต่ำกว่าธุรกิจหลักของบริษัท และปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 42.9 ในไตรมาส 3 ปี 2568 เนื่องจากสัดส่วนยอดขายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอกปรับตัวลดลง ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นในไตรมาส 4 ปรับตัวเพิ่มขึ้น ขณะเดียวกัน อัตรากำไรขั้นต้นของธุรกิจหลัก (ไม่รวมส่วนงานจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอกรายใหม่) ยังคงอยู่ที่ร้อยละ 50.0 ซึ่งถือเป็นระดับอัตรากำไรขั้นต้นที่สะท้อนถึงความแข็งแกร่งของธุรกิจและประสิทธิภาพการดำเนินงานของบริษัท

YoY: 2568 vs 2567

กำไรขั้นต้น: ในปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 1,352.4 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2567 จำนวน 259.1 ล้านบาท หรือร้อยละ 23.7 อย่างไรก็ตาม หากไม่รวมรายได้จากการรับรู้ค่าสินไหมทดแทนที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์อัคคีภัย กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 1,187.8 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก ปี 2567 จำนวน 94.5 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.6 สอดคล้องกับการเติบโตของรายได้จากการขายและการให้บริการ

ส่งผลให้ **อัตรากำไรขั้นต้น** ในปี 2568 อยู่ที่ร้อยละ 50.3 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 49.1 ในปี 2567 อย่างไรก็ตาม หากไม่รวมรายได้จากการรับรู้ค่าสินไหมทดแทน อัตรากำไรขั้นต้น ในปี 2568 อยู่ที่ร้อยละ 47.0 ปรับตัวลดลงจากร้อยละ 49.1 ในปี 2567 เนื่องจากการรับรู้รายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นเฉลี่ย ต่ำกว่าธุรกิจหลักของบริษัท ขณะเดียวกัน อัตรากำไรขั้นต้นของธุรกิจหลัก (ไม่รวมส่วนงานจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอกรายใหม่) ยังคงอยู่ที่ร้อยละ 50.0 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนถึงความสามารถของบริษัทในการบริหารต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ และกระบวนการผลิต รวมถึงการมุ่งเน้นจำหน่ายสินค้าที่มีอัตรากำไรสูงและยกเลิกสินค้าที่มีอัตรากำไรต่ำ ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นโดยรวมอยู่ในระดับที่แข็งแกร่ง

ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร



YoY: Q4/2568 vs Q4/2567 และ QoQ: Q4/2568 vs Q3/2568

ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร: ในไตรมาส 4 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 175.5 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 4 ปี 2567 จำนวน 19.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 12.6 และปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 3 ปี 2568 จำนวน 32.1 ล้านบาท หรือร้อยละ 22.4 การเพิ่มขึ้นดังกล่าวเกิดจากต้นทุนในการจัดจำหน่ายที่เกี่ยวข้องกับรายได้จากการขายและการให้บริการสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอกซึ่งเป็นลูกค้ารายใหม่รายใหญ่ เช่น ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผู้แทนขาย (เงินเดือน เบี้ยเลี้ยง และค่านายหน้า) และค่าขนส่ง เป็นต้น ประกอบกับค่าใช้จ่ายของทีมขายและการตลาดปรับเพิ่มขึ้นตามแผนการใช้งบในช่วงปลายปี ซึ่งโดยปกติเป็นช่วงที่มีการเร่งกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสนับสนุนแนวโน้มยอดขาย

ส่งผลให้ **อัตราส่วนต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้** ในไตรมาส 4 ปี 2568 อยู่ที่ร้อยละ 19.6 ปรับตัวลดลงจากร้อยละ 26.9 ในไตรมาส 4 ปี 2567 และปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 21.7 ในไตรมาส 3 ปี 2568 อย่างไรก็ตาม หากไม่รวมค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับค่าเสียหายจากเหตุการณ์อัคคีภัย อัตราส่วนต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้ในไตรมาส 4 ปี 2568 อยู่ที่ร้อยละ 24.1 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 26.9 ในไตรมาส 4 ปี 2567 และปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 21.7 ในไตรมาส 3 ปี 2568 เนื่องจากรายได้จากการขายและการให้บริการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ จากการรับรู้รายได้ของลูกค้ารายใหม่รายใหญ่ภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก ซึ่งมีต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้นในอัตราที่ต่ำกว่าการเติบโตของรายได้

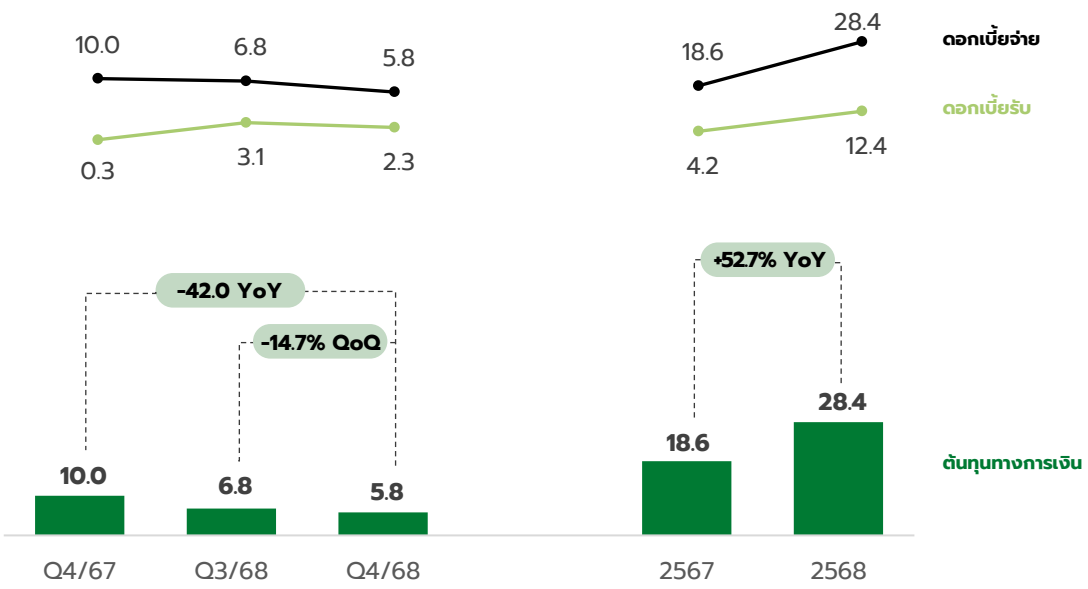
YoY: 2568 vs 2567

ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร: ในปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร จำนวน 597.1 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2567 จำนวน 50.5 ล้านบาท หรือร้อยละ 9.2 โดยมีสาเหตุหลักมาจาก 1) การขยายทีมผู้แทนขายในช่วงครึ่งหลังของปี 2567 ส่งผลให้ต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับผู้แทนขายในปี 2568 สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และ 2) การเพิ่มขึ้นของต้นทุน ที่เกี่ยวข้องกับทีมผู้แทนขายใหม่ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก ซึ่งเป็นลูกค้ารายใหม่รายใหญ่ของบริษัท เป็นต้น

ส่งผลให้ **อัตราส่วนต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้** ในปี 2568 อยู่ที่ร้อยละ 22.2 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 24.6 ในปี 2567 อย่างไรก็ตาม หากไม่รวมค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับค่าเสียหายจากเหตุการณ์อัคคีภัย อัตราส่วนต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้ ในปี 2568 อยู่ที่ร้อยละ 23.6 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 24.6 ในปี 2567 เนื่องจากรายได้จากการขายและการให้บริการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ จากการรับรู้รายได้ของลูกค้ารายใหม่รายใหญ่ภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก ซึ่งมีต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้นในอัตราที่ต่ำกว่าการเติบโตของรายได้

ต้นทุนทางการเงิน

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY: Q4/2568 vs Q4/2567 และ QoQ: Q4/2568 vs Q3/2568

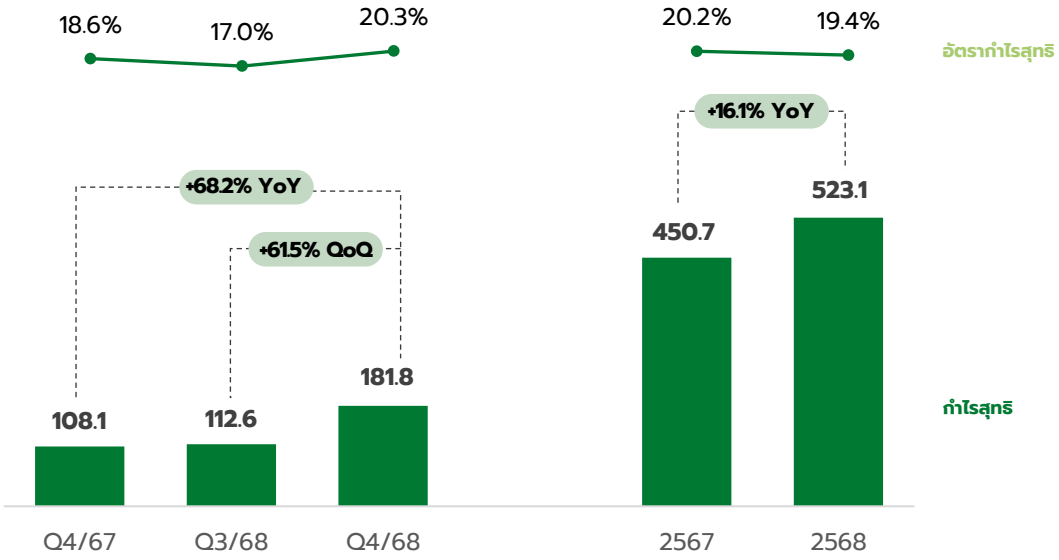
ต้นทุนทางการเงิน: ในไตรมาส 4 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินจำนวน 5.8 ล้านบาท ปรับตัวลดลงจากไตรมาส 4 ปี 2567 จำนวน 4.2 ล้านบาท หรือร้อยละ 42.0 และปรับตัวลดลงจากไตรมาส 3 ปี 2568 จำนวน 1.0 ล้านบาท หรือร้อยละ 14.7 โดยมีปัจจัยหลักจากการทยอยชำระคืนเงินกู้ยืม ส่งผลให้ภาระดอกเบี้ยลดลง ประกอบกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ปรับตัวลดลงในงวดดังกล่าว

YoY: 2568 vs 2567

ต้นทุนทางการเงิน: ในปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินจำนวน 28.4 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2567 จำนวน 9.8 ล้านบาท หรือร้อยละ 52.7 โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินในไตรมาสที่ 4 ปี 2567 ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ มีแผนการชำระคืนเงินกู้อย่างสม่ำเสมอเพื่อลดภาระดอกเบี้ยจ่าย โดยกลุ่มบริษัทฯ จำเป็นต้องรักษาเงินค่าหุ้นเพิ่มทุน IPO ไว้เพื่อขยายธุรกิจตามแผนงานที่วางไว้ ซึ่งเงินดังกล่าวได้ถูกจัดสรรไปลงทุนในบัญชีฝากประจำและออมทรัพย์ในอัตราดอกเบี้ยพิเศษ ทั้งนี้ ฝ่ายจัดการได้บริหารจัดการผลกระทบดังกล่าวต่อผลการดำเนินงานในภาพรวมของกลุ่มบริษัทฯ เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY: Q4/2568 vs Q4/2567 และ QoQ: Q4/2568 vs Q3/2568

กำไรสุทธิ : ในไตรมาส 4 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิจำนวน 181.8 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 4 ปี 2567 จำนวน 73.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 68.2 และปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 3 ปี 2568 จำนวน 69.2 ล้านบาท หรือร้อยละ 61.5 อย่างไรก็ตาม หากไม่รวมกำไรสุทธิจากการรับรู้ค่าสินไหมทดแทนที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์อัคคีภัยสุทธิหลังภาษี กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิจำนวน 135.9 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 4 ปี 2567 จำนวน 27.8 ล้านบาท หรือร้อยละ 25.7 และปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 3 ปี 2568 จำนวน 23.3 ล้านบาท หรือร้อยละ 20.7 สอดคล้องกับรายได้จากการขายและการให้บริการที่เพิ่มขึ้น และต้นทุนขายในส่วนของธุรกิจหลักของกลุ่มบริษัทฯ (ไม่รวมธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอกรายใหม่รายใหญ่) ที่ปรับตัวลดลง ส่งผลให้กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารยังคงอยู่ในระดับใกล้เคียงเดิม ส่งผลให้กำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจากปีก่อน

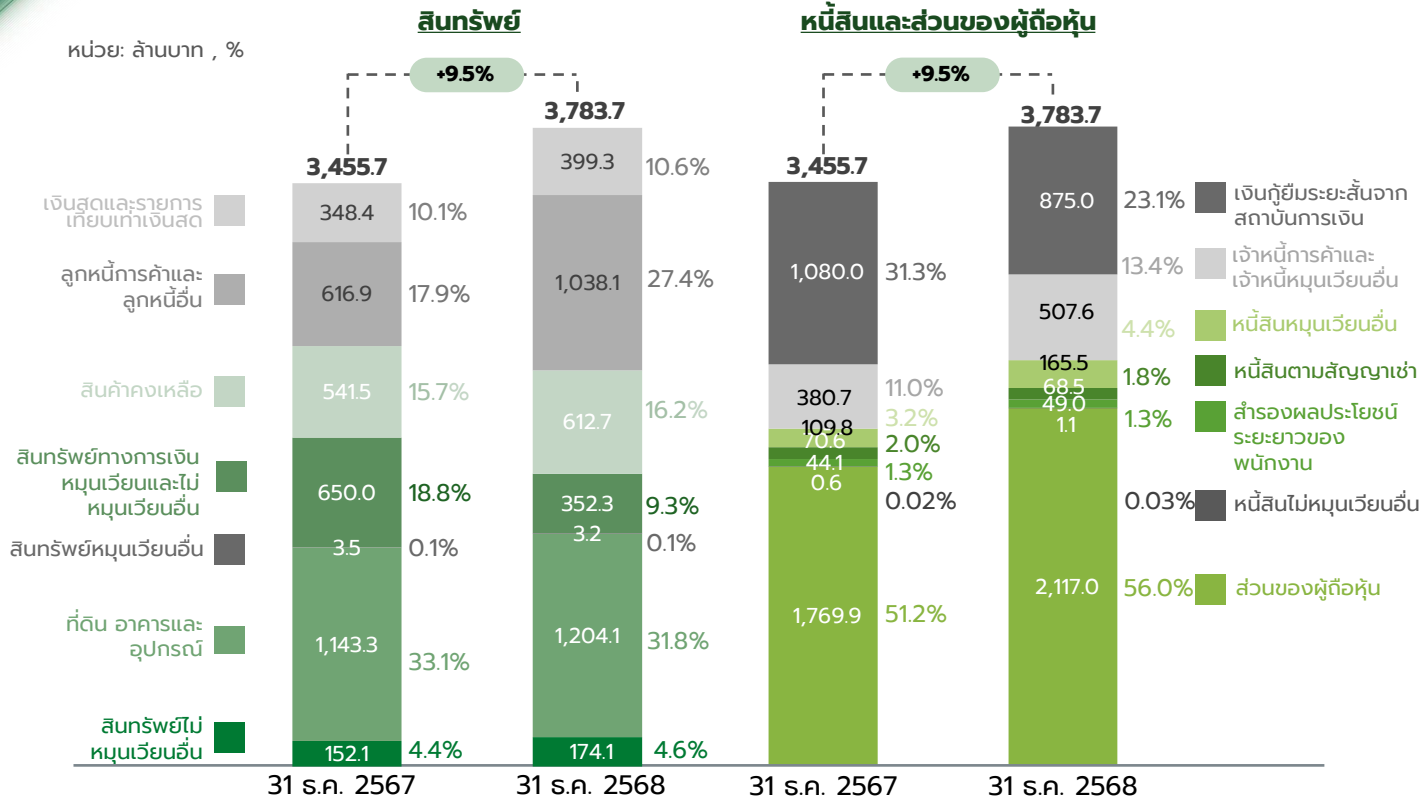
อัตรากำไรสุทธิ : ในไตรมาส 4 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีอัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ร้อยละ 20.3 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 18.6 ในไตรมาส 4 ปี 2567 และปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 17.0 ในไตรมาส 3 ปี 2568 อย่างไรก็ตามหากไม่รวมกำไรสุทธิจากการรับรู้ค่าสินไหมทดแทนที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์อัคคีภัยสุทธิหลังภาษี อัตรากำไรสุทธิในไตรมาส 4 ปี 2568 อยู่ที่ร้อยละ 18.6 ไม่เปลี่ยนแปลงจากร้อยละ 18.6 ในไตรมาส 4 ปี 2567 และปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 17.0 ในไตรมาส 3 ปี 2568 ซึ่งเป็นอัตรากำไรสุทธิที่แข็งแกร่ง สะท้อนถึงความสามารถของกลุ่มบริษัทฯ ในการควบคุมต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ

YoY: 2568 vs 2567

กำไรสุทธิ: ในปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิจำนวน 523.1 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2567 จำนวน 72.4 ล้านบาท หรือร้อยละ 16.1 อย่างไรก็ตาม หากไม่รวมกำไรสุทธิจากการรับรู้ค่าสินไหมทดแทนที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์อัคคีภัยสุทธิหลังภาษี กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิจำนวน 477.2 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2567 จำนวน 26.5 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.9 โดยมีสาเหตุหลักมาจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นของช่องทางร้านขายยาทั้งค้าปลีกและค้าส่ง ซึ่งเป็นผลจากการเริ่มดำเนินการจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก ภายใต้สัญญากับ BERTRAM ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ “เซียงเพียว” และ “เป๊ปเปอร์มิ้นท์ ฟิลด์” เพื่อกระจายสินค้าไปยังร้านขายยาและร้านค้าโมเดิร์นเทรดทั่วประเทศ นอกจากนี้ รายได้จากการรับจ้างผลิตสินค้ากลุ่มสุขภาพและความงามจากลูกค้ารายใหญ่ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง

อัตรากำไรสุทธิ: ในปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีอัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ร้อยละ 19.4 ปรับตัวลดลงเล็กน้อยจากร้อยละ 20.2 ในปี 2567 อย่างไรก็ตาม หากไม่รวมกำไรสุทธิจากการรับรู้ค่าสินไหมทดแทนที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์อัคคีภัยสุทธิหลังภาษี อัตรากำไรสุทธิในปี 2568 อยู่ที่ร้อยละ 18.9 ซึ่งยังคงเป็นอัตรากำไรสุทธิที่แข็งแกร่ง สะท้อนถึงความสามารถของกลุ่มบริษัทฯ ในการรักษาความสามารถในการทำกำไร

การวิเคราะห์ฐานะการเงินของบริษัท



สินทรัพย์

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม จำนวน 3,783.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 328.0 ล้านบาท หรือร้อยละ 9.5 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 โดยมีรายละเอียดดังนี้

- **เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด:** มีจำนวน 399.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 50.9 ล้านบาท สอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของกระแสเงินสดรับจากกิจกรรมดำเนินงาน อย่างไรก็ตาม กระแสเงินสดรับจากกิจกรรมดำเนินงานดังกล่าว ได้ถูกนำไปใช้ในการจ่ายคืนเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน จ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้น จ่ายเพื่อซื้อสินทรัพย์ที่มีตัวตนและไม่มีตัวตน และจ่ายชำระดอกเบี้ยจ่ายต่างๆ เป็นต้น
- **ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น:** มีจำนวน 1,038.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 421.1 ล้านบาท จากการเพิ่มขึ้นของลูกหนี้การค้าและรายได้ค้างรับอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก ซึ่งเป็นลูกค้ารายใหม่รายใหญ่ที่เข้ามาในปี 2568
- **สินค้าคงเหลือ:** มีจำนวน 612.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 71.2 ล้านบาท จากการเพิ่มขึ้นของสินค้าภายใต้ส่วนงานจัดจำหน่ายแบรนด์บุคคลภายนอก หลังจากบริษัทเริ่มดำเนินการจำหน่ายสินค้าของลูกค้ารายใหญ่รายใหม่ในไตรมาส 3 ปี 2568
- **สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนและไม่หมุนเวียนอื่น:** มีจำนวน 352.3 ล้านบาท ลดลง 297.7 ล้านบาท ซึ่งลดลงจากการครบกำหนดของเงินฝากประจำกับสถาบันการเงินที่เป็นหลักประกันและไม่เป็นหลักประกัน

หนี้สิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีหนี้สินรวม จำนวน 1,666.7 ล้านบาท ลดลง 19.0 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.1 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 โดยมีรายละเอียดดังนี้

- **เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน:** มีจำนวน 875.0 ล้านบาท ลดลง 205.0 ล้านบาท จากการชำระคืนเงินกู้ยืมระยะสั้นแก่สถาบันการเงินตามแผนงานที่บริษัทวางไว้
- **เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น:** มีจำนวน 507.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 127.0 ล้านบาท จากการเพิ่มขึ้นของเจ้าหนี้การค้าสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก ซึ่งเป็นลูกค้ารายใหม่รายใหญ่ที่เริ่มต้นสัญญาตัวแทนจำหน่ายในไตรมาส 3 ปี 2568 ทั้งนี้ การชำระหนี้ของบริษัทเป็นไปตามกำหนด และสอดคล้องกับเงื่อนไขการชำระเงินทางการค้า (Credit Terms) ที่ตกลงไว้กับคู่ค้า
- **หนี้สินหมุนเวียนอื่น:** มีจำนวน 165.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 55.7 ล้านบาท โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของหนี้สินที่เกิดจากสัญญา ซึ่งสอดคล้องกับการเติบโตของรายได้ที่เป็นฐานในการรับรู้ภาระผูกพันตามสัญญาและการเพิ่มขึ้นของภาษีเงินได้นิติบุคคลค้างจ่ายเป็นไปตามกำไรประจำปีของกลุ่มบริษัท

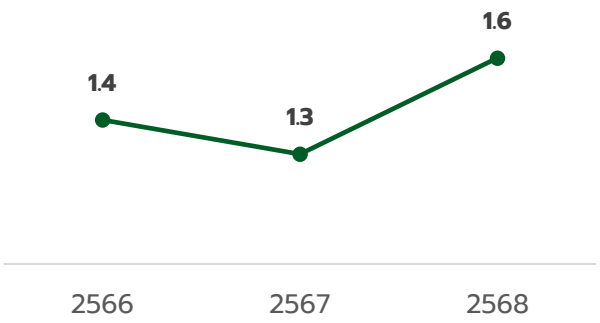
ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวม จำนวน 2,117.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 347.1 ล้านบาท หรือร้อยละ 19.6 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 โดยมีปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิสำหรับปี 2568 จำนวน 523.1 ล้านบาท และการลดลงของกำไรสะสมจากการจ่ายเงินปันผลในระหว่างปี จำนวน 176.0 ล้านบาท

อัตราส่วนทางการเงิน

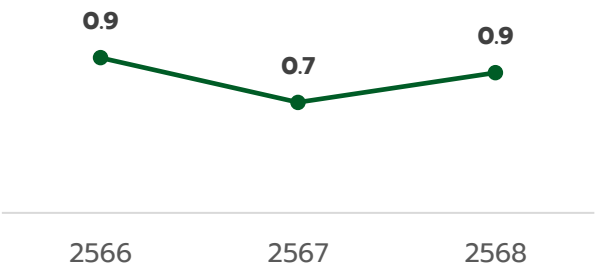
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current Ratio)

หน่วย: เท่า



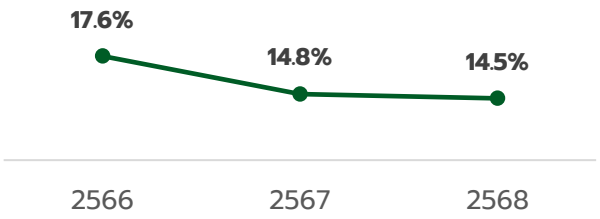
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว (Quick Ratio)

หน่วย: เท่า



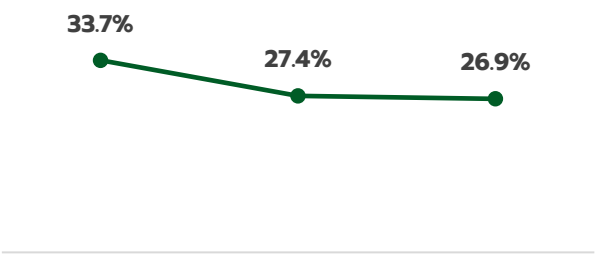
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)

หน่วย: %



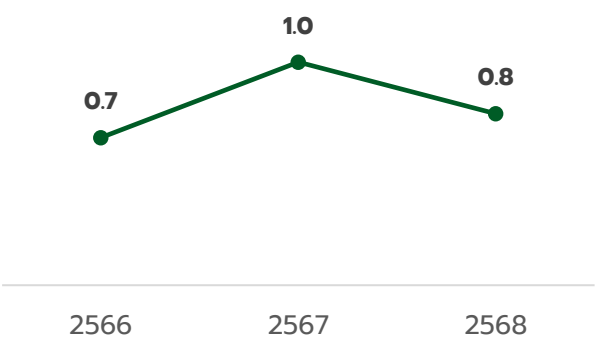
อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)

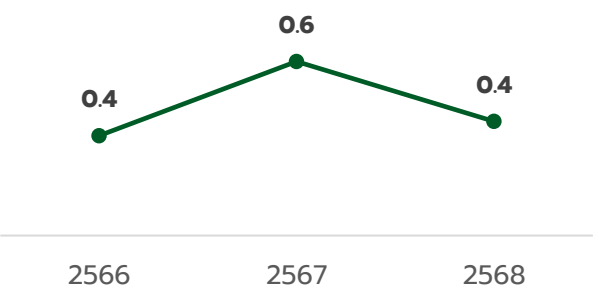
หน่วย: %



อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E Ratio)

หน่วย: เท่า



อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (IBD/E Ratio)

หน่วย: เท่า