

IP_AC003/2567

วันที่ 14 สิงหาคม 2567

เรื่อง คำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ สำหรับไตรมาส 2 ปี 2567

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท อินเตอร์ ฟาร์มา จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ขอนำส่งคำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ สำหรับงวด 3 เดือน และ 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2567 ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท	ไตรมาส 2		เปลี่ยนแปลง		6 เดือนแรก		เปลี่ยนแปลง	
	ปี 2567	ปี 2566	ล้านบาท	%	ปี 2567	ปี 2566	ล้านบาท	%
รายได้จากการขายและบริการ	445.00	444.29	0.71	0.2	929.27	917.32	11.95	1.3
รวมรายได้	449.46	447.68	1.77	0.4	936.86	925.17	11.69	1.3
ต้นทุนขายและบริการ	281.17	274.67	6.50	2.4	583.05	558.88	24.17	4.3
กำไรขั้นต้น	163.83	169.62	-5.79	-3.4	346.23	358.45	-12.22	-3.4
%กำไรขั้นต้น	36.8%	38.2%			37.3%	39.1%		
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	108.21	92.51	15.70	17.0	217.04	166.95	50.09	30.0
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	49.24	54.18	-4.94	-9.1	100.21	109.08	-8.87	-8.1
ค่าใช้จ่ายในการขาย จัดจำหน่ายและบริหาร	157.45	146.69	10.76	7.3	317.26	276.03	41.22	14.9
%ค่าใช้จ่ายในการขาย จัดจำหน่ายและบริหาร	35.4%	33.0%			34.1%	30.1%		
กำไรสุทธิสำหรับงวด	0.71	14.30	-13.59	-95.0	15.84	56.89	-41.05	-72.15
%กำไรสุทธิสำหรับงวด	0.2%	3.2%			1.7%	6.1%		

ภาพรวม

ผลการดำเนินงานสำหรับงวด 3 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2567 บริษัทฯมีรายได้รวม 449 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.4 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน กำไรขั้นต้นลดลงร้อยละ 3.4 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน จากสัดส่วนของรายได้ที่เพิ่มขึ้นของกลุ่มผลิตภัณฑ์เวชภัณฑ์รักษาโรค กลุ่มธุรกิจร้านขายยา ซึ่งมีอัตรากำไรต่ำกว่าผลิตภัณฑ์กลุ่มโภชนเภสัช/อาหารเสริม ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย เพิ่มขึ้นร้อยละ 17 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน จากค่าโฆษณาสร้างแบรนด์ 7 ล้านบาทและค่าใช้จ่ายในการขยายสาขาของธุรกิจร้านขายยา 9 ล้านบาท (ขยายสาขาเพิ่มขึ้น 7 สาขาเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน) ค่าใช้จ่ายในการบริหารลดลง ร้อยละ 9 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน จากการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ดีขึ้น

ผลการดำเนินงานสำหรับงวด 6 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2567 บริษัทฯมีรายได้รวม 937 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.3 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน กำไรขั้นต้นลดลงร้อยละ 3.4 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน จากสัดส่วนของรายได้ที่เพิ่มขึ้นของกลุ่มผลิตภัณฑ์เวชภัณฑ์รักษาโรค กลุ่มธุรกิจร้านขายยา ซึ่งมีอัตรากำไรต่ำกว่าผลิตภัณฑ์กลุ่มโภชนเภสัช/อาหารเสริม ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย สูงขึ้นร้อยละ 30 ส่วนใหญ่เกิดจากค่าโฆษณาสร้างแบรนด์และกิจกรรมทางการตลาด 25 ล้านบาท และค่าใช้จ่ายในการขยายสาขาของธุรกิจร้านขายยา 21 ล้านบาท (ขยายสาขาเพิ่มขึ้น 7 สาขาเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน) ค่าใช้จ่ายในการบริหารลดลง ร้อยละ 8 จากการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ดีขึ้น

รายได้แบ่งตามธุรกิจ

ประเภทรายได้	ไตรมาส 2 ปี 2567		ไตรมาส 2 ปี 2566		เปลี่ยนแปลง		6 เดือนแรก ปี 2567		6 เดือนแรก ปี 2566		เปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
1. ลูกค้ำกลุ่มโรงพยาบาล	52.1	11.7	46.7	10.5	5.4	11.5	112.2	12.1	100.1	10.9	12.1	12.1
2. ลูกค้ำกลุ่มผู้บริโภค	96.9	21.8	110.5	24.9	-13.5	-12.3	224.1	24.1	256.0	27.9	-31.9	-12.5
3. กลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลและส่งเสริมสุขภาพสำหรับสัตว์	85.2	19.1	84.6	19.0	0.6	0.7	166.5	17.9	168.0	18.3	-1.5	-0.9
4. ธุรกิจร้านขายยา	164.7	37.0	146.0	32.9	18.7	12.8	331.8	35.7	283.5	30.9	48.3	17.0
5. ธุรกิจโรงพยาบาลและคลินิก	46.1	10.4	56.5	12.7	-10.4	-18.4	94.6	10.2	109.6	12.0	-15.1	-13.8
รายได้จากการขายรวม	445.0	100	444.3	100	0.7	0.1	929.2	100.0	917.3	100.0	11.9	0.0

รายได้สำหรับงวด 6 เดือนจากลูกค้ำกลุ่มโรงพยาบาล (Hospital Market) มีการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 12 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน ซึ่งสะท้อนถึงความสำเร็จในการขยายตลาดและความแข็งแกร่งในกลุ่มลูกค้ำสำคัญนี้ ในขณะที่เดียวกัน ลูกค้ำกลุ่มผู้บริโภค (Consumer Market) เผชิญกับการลดลงร้อยละ 12 ซึ่งเป็นผลจากการลดลงของการสั่งซื้อจากกลุ่ม Modern trade และร้านขายยา เนื่องจากวันหยุดต่อเนื่องหลายรอบและการพบสินค้าปลอมในบางช่องทางแพลตฟอร์ม อย่างไรก็ตาม การลดลงนี้ถือเป็นโอกาสในการปรับปรุงและเสริมสร้างความเชื่อมั่นของลูกค้ำในช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย รายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลและส่งเสริมสุขภาพของสัตว์ (Animal Healthcare) ยังคงทรงตัว ไม่แตกต่างจากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน ซึ่งแสดงถึงความมั่นคงในกลุ่มผลิตภัณฑ์นี้และความเสถียรในตลาด

การเติบโตในกลุ่มโรงพยาบาลและความมั่นคงในกลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลสัตว์ แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการสร้างความแข็งแกร่งในตลาดที่สำคัญและเป็นโอกาสในการพัฒนาและปรับกลยุทธ์ในกลุ่มผู้บริโภคเพื่อผลลัพธ์ที่ดีขึ้นในอนาคต

รายได้สำหรับงวด 6 เดือนจากธุรกิจร้านขายยามีรายได้สูงขึ้น 48 ล้านบาทเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 17 จากการขยายสาขาเพิ่มขึ้นเป็น 34 สาขา (ขยายสาขาเพิ่มขึ้น 7 สาขาเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน) และประกอบกับการเติบโตของช่องทางการขายออนไลน์ ส่งผลทำให้รายได้รวมเพิ่มสูงขึ้น

รายได้สำหรับงวด 6 เดือนจากธุรกิจโรงพยาบาลและคลินิกมีรายได้ลดลงร้อยละ 14 เกิดจากการปรับปรุงพื้นที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น

หน่วย : ล้านบาท	ไตรมาส 2 ปี 2567		ไตรมาส 2 ปี 2566		เปลี่ยนแปลง		6 เดือนแรก ปี 2567		6 เดือนแรก ปี 2566		เปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
ต้นทุนขายและบริการ	281.17	64.10	274.67	65.19	6.50	2.4	583.05	64.76	558.88	66.94	24.17	4.3
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	108.21	24.67	92.51	21.96	15.70	17.0	217.04	24.11	166.95	20.00	50.09	30.0
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	49.24	11.23	54.18	12.86	-4.94	(9.1)	100.21	11.13	109.08	13.07	-8.87	(8.1)
รวมค่าใช้จ่าย	438.62	100.00	421.37	100.00	17.26	4.1	900.30	100.00	834.91	100.00	65.39	7.8

ต้นทุนขายและกำไรขั้นต้น

ต้นทุนขายสำหรับงวด 3 เดือนและ 6 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2567 อยู่ที่ 281 ล้านบาทและ 583 ล้านบาท ตามลำดับ ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.4 และร้อยละ 4.3 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน การเพิ่มขึ้นนี้สะท้อนถึงการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของธุรกิจและการลงทุนในการเพิ่มยอดขาย แม้อัตรากำไรขั้นต้นลดลงร้อยละ 3.4 เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน สาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนรายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์เวชภัณฑ์รักษาโรค และกลุ่มธุรกิจร้านขายยา ซึ่งมีอัตรากำไรต่ำกว่าผลิตภัณฑ์กลุ่มโภชนเภสัช/อาหารเสริม การเปลี่ยนแปลงนี้เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การขยายตลาดที่มุ่งเน้นการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าหลายกลุ่ม การที่บริษัทมีการเพิ่มสัดส่วนรายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีอัตรากำไรต่ำกว่า แสดงถึงความสามารถในการขยายตลาดและเพิ่มฐานลูกค้าอย่างกว้างขวาง ซึ่งเป็นสิ่งที่ดีสำหรับการเติบโตระยะยาว นอกจากนี้ยังเปิด

โอกาสในการปรับปรุงกลยุทธ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและอัตรากำไรในอนาคต การเติบโตของต้นทุนขายและการปรับสัดส่วนรายได้ย่อมมีกลยุทธ์นี้จะช่วยเสริมสร้างฐานลูกค้าและสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย

ค่าใช้จ่ายในการขายสำหรับงวด 3 เดือนและ 6 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2567 มีจำนวน 108 ล้านบาท และ 217 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้นร้อยละ 17 และ ร้อยละ 30 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน ค่าใช้จ่ายในการขายที่สำคัญรวมถึงการลงทุนในค่าโฆษณาและกิจกรรมทางการตลาดที่มุ่งเน้นไปที่ผลิตภัณฑ์กลุ่มเวชภัณฑ์, กลุ่มโภชนเภสัช/อาหารเสริม, นวัตกรรมความงาม, และกลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลและส่งเสริมสุขภาพของสัตว์เลี้ยง ซึ่งสะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้อย่างดีเยี่ยม นอกจากนี้ยังมีการเพิ่มการลงทุนในค่าใช้จ่ายการขนส่งและกระจายสินค้า รวมไปถึงการเสริมสร้างทีมงานขายและการขยายสาขาของธุรกิจร้านยา โดยเพิ่มขึ้นอีก 7 สาขาเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน ซึ่งจะช่วยเพิ่มความสามารถในการเข้าถึงลูกค้าและขยายฐานลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ นี่เป็นสัญญาณที่แสดงให้เห็นถึงการเติบโตและการลงทุนที่เพิ่มขึ้นในกิจกรรมที่สำคัญ เพื่อสนับสนุนการขยายตัวของธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการบริหารสำหรับงวด 3 เดือนและ 6 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2567 อยู่ที่ 49 ล้านบาท และ 100 ล้านบาท ตามลำดับ ซึ่งลดลงร้อยละ 9 และร้อยละ 8 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน การลดลงนี้แสดงให้เห็นถึงความสำเร็จในการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ

การลดค่าใช้จ่ายนี้เป็นผลจากกลยุทธ์การบริหารจัดการที่ปรับปรุงและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งช่วยให้บริษัทสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายได้ดีขึ้น โดยไม่กระทบต่อการดำเนินงานหลักการประสบความสำเร็จในการลดค่าใช้จ่ายนี้สะท้อนถึงความสามารถในการปรับตัวและบริหารจัดการ ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้างความมั่นคงทางการเงินและเตรียมความพร้อมสำหรับการเติบโตในอนาคต

กำไรสุทธิ

กำไรสุทธิสำหรับงวด 3 เดือนและ 6 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2567 อยู่ที่ 0.71 ล้านบาท และ 15.85 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรต่อรายได้ร้อยละ 0.2 และร้อยละ 1.7 โดยอัตรากำไรต่อรายได้มีการลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน ซึ่งเป็นผลจากการเพิ่มการลงทุนมุ่งเน้นในการขยายตัวและเสริมสร้างแบรนด์ โดยการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ ป้ายโฆษณา และแพลตฟอร์มออนไลน์ ตลอดจนค่าจัดกิจกรรมทางการตลาดที่มุ่งเน้นการสร้างการรับรู้และขยายฐานลูกค้า นอกจากนี้ยังมีการเพิ่มค่าใช้จ่ายในด้านเงินเดือนและค่าใช้จ่ายจากฝ่ายขายที่เกิดจากการขยายสาขาและค่าเช่าพื้นที่ของธุรกิจร้านขายยา

การลงทุนเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงกลยุทธ์ในการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับแบรนด์และเพิ่มศักยภาพในการเติบโตในอนาคต การมุ่งเน้นในการขยายธุรกิจและการสร้างการรับรู้ของตลาด จะเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มรายได้และกำไรในระยะยาว

ฐานะการเงิน

	ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2567	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566	เปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท	%
รวมสินทรัพย์	2,884.43	2,952.37	-67.93	-2.3
รวมหนี้สิน	763.83	834.65	-70.81	-8.5
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	2,120.60	2,117.72	2.88	0.1

สินทรัพย์

สินทรัพย์รวมของบริษัทและบริษัทย่อย ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2567 มีจำนวน 2,884 ล้านบาท ลดลง 68 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.3 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 สาเหตุหลักเกิดจากการลดลงของสินทรัพย์หมุนเวียน 133 ล้านบาท จากเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด และลูกหนี้การค้า และการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน 65 ล้านบาท จากที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ และสินทรัพย์ไม่มีตัวตน

หนี้สิน

หนี้สินรวมของบริษัทและบริษัทย่อย ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2567 มีจำนวน 764 ล้านบาท ลดลงจำนวน 71 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 9 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 สาเหตุหลักเกิดจากการลดลงของหนี้สินหมุนเวียน 49 ล้านบาทจากเงินกู้ยืมระยะสั้นและเจ้าหนี้การค้า และการลดลงของหนี้สินไม่หมุนเวียน 22 ล้านบาท จากการลดลงของเงินกู้ยืมระยะยาว

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทและบริษัทย่อย ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2567 มีจำนวน 2,121 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 3 ล้านบาท เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 สาเหตุหลักมาจากบริษัทมีกำไรสุทธิสำหรับงวดจำนวน 20 ล้านบาท จ่ายเงินปันผลจำนวน 129 ล้านบาทเป็นหุ้นสามัญของบริษัทจำนวน 116 ล้านบาทและจ่ายเป็นเงินสด 13 ล้านบาท

ขอแสดงความนับถือ

นางสาวฉัตรแก้ว กรุดโกศล
ผู้อำนวยการฝ่ายการเงิน