



# ROJUKISS INTERNATIONAL

## Management Discussion & Analysis

As of Q2 / 2024

**ผลการดำเนินงานที่สำคัญของไตรมาส 2/2567**

- รายได้จากการขาย 308.8 ล้านบาท (+29.4% YoY, +45.1% QoQ)
- EBITDA 57.9 ล้านบาท (40.9% YoY, 35.6% QoQ)
- กำไรสุทธิรวม 38.7 ล้านบาท (23.3% YoY, 20.4% QoQ)
- กำไรสุทธิส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทใหญ่ 38.7 ล้านบาท (41.2% YoY, 24.8% QoQ)

ผลการดำเนินงานทางการเงินที่สำคัญ (ล้านบาท)	Q2 2567	%	Q2 2566	%	%YoY	Q1 2567	%	%QoQ
รายได้จากการขายสินค้าและบริการ	308.8	100.0	238.5	100.0	29.4	212.8	100.0	45.1
ต้นทุนขาย	(144.5)	(46.8)	(107.1)	(44.9)	34.9	(103.8)	(48.8)	39.2
กำไรขั้นต้น	164.3	53.2	131.4	55.1	25.0	108.9	51.2	50.8
EBITDA	57.9	18.8	41.1	17.2	40.9	42.7	20.1	35.6
กำไรสุทธิรวม	38.7	12.5	31.4	13.2	23.3	32.1	15.1	20.4
ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	-	-	4.0	-	-	1.1	-	-
กำไรสุทธิ (ส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทใหญ่)	38.7	12.5	27.4	11.5	41.2	31.0	14.6	24.8
กำไรสุทธิต่อหุ้น (บาทต่อหุ้น)	0.06		0.05			0.05		

**บทสรุปของผู้บริหาร**

- ในไตรมาส 2/2567 รายได้โดยรวมของบริษัทเติบโต 29.4% เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยธุรกิจหลักซึ่งได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์ความงาม (Beauty care) ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องถึง 34.3% โดยเป็นการเติบโตในทุกช่องทาง โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ e-Commerce ซึ่งเติบโตสูงถึง 182.5% เทียบกับปีก่อนหน้า
  - กลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลผิว (Skincare) โดยเฉพาะแบรนด์หลักอย่าง Rojukiss ยังคงเติบโตอย่างแข็งแกร่งต่อเนื่อง โดยในไตรมาส 2/2567 ยอดขายของแบรนด์ Rojukiss เติบโตสูงถึง 62% เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน จากการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ Treatment Masks, Sleeping Masks, Pre-serum Toner และ Serum Cleanser ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ที่ขายอยู่ในปัจจุบันกลุ่ม Clinical Grade และ กลุ่ม Affordable Base ซึ่งออกจำหน่ายในไตรมาสก่อนหน้า ยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากการทำการตลาดดิจิทัลและกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องในทุกช่องทาง ในขณะที่ยอดขายจากผลิตภัณฑ์สเปร์ย์พ่นจมูกก็ยังยั้งเชื้อโควิด-19 ภายใต้แบรนด์ Vaill Covitrap ของบริษัท ไฮไบโอไซ จำกัด (“HIB”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ลดลง 57.7% เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งเป็นไปตามคาดการณ์ของบริษัทจากสถานการณ์การแพร่ระบาดที่คลี่คลายลงอย่างมีนัยสำคัญ
  - ยอดขายของบริษัทเติบโตในทุกช่องทาง ทั้งในช่องทางออฟไลน์เติบโต 22.2% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยเฉพาะในช่องทางร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) เติบโตถึง 27.7% และในช่องทางออนไลน์ e-Commerce ที่เติบโตถึง 182.5% จากการทำการตลาดที่เน้นการรีวิวสินค้าโดย KOL/KOC การขายทาง Live Streaming และการขายผ่านทางพันธมิตรเครือข่ายออนไลน์ (Affiliate)

- กำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 23.3% เทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้เป็นเจ้าของของบริษัทใหญ่ ในไตรมาส 2/2567 เท่ากับ 38.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 41.2%
  - กำไรสุทธิของธุรกิจหลักเติบโตขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ส่งผลให้กำไรสุทธิรวมของบริษัทในไตรมาส 2/2567 เท่ากับ 38.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 23.3% เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้เป็นเจ้าของของบริษัทใหญ่ในไตรมาส 2/2567 เท่ากับ 38.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 41.2% โดยกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้เป็นเจ้าของของบริษัทใหญ่นั้นเท่ากับกำไรสุทธิรวม เนื่องจากในไตรมาส 2/2567 บริษัทไม่มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม หลังจากการที่บริษัทได้เข้าถือหุ้นสามัญ 100% ของบริษัท ไฮไบโอไซ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยเมื่อไตรมาส 1/2567 ที่ผ่านมา

### สรุปผลการดำเนินงาน

#### ตาราง 1 : งบกำไรขาดทุนรวม

(หน่วย : ล้านบาท)

งบกำไรขาดทุนรวม	Q2 2567	%	Q2 2566	%	%YoY	Q1 2567	%	%QoQ
รายได้จากการขายสินค้าและบริการ	308.8	100.0	238.5	100.0	29.4	212.8	100.0	45.1
ต้นทุนขาย	(144.5)	(46.8)	(107.1)	(44.9)	34.9	(103.9)	(48.8)	39.2
<b>กำไรขั้นต้น</b>	<b>164.3</b>	<b>53.2</b>	<b>131.4</b>	<b>55.1</b>	<b>25.0</b>	<b>108.9</b>	<b>51.2</b>	<b>50.8</b>
รายได้อื่น	2.0	0.6	1.3	0.6	49.0	2.0	0.9	2.1
ค่าใช้จ่ายในการขาย	(78.0)	(25.3)	(65.3)	(27.4)	19.5	(38.7)	(18.2)	101.7
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(33.5)	(10.9)	(29.2)	(12.3)	14.7	(31.4)	(14.7)	6.8
กำไร(ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยน	0.2	0.1	0.3	0.1	(46.9)	(0.7)	(0.3)	(125.9)
<b>รวมค่าใช้จ่ายและรายได้อื่น</b>	<b>(109.3)</b>	<b>(35.4)</b>	<b>(92.8)</b>	<b>(38.9)</b>	<b>17.8</b>	<b>(68.8)</b>	<b>(32.3)</b>	<b>58.9</b>
<b>กำไรก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้</b>	<b>54.9</b>	<b>17.8</b>	<b>38.6</b>	<b>16.2</b>	<b>42.4</b>	<b>40.1</b>	<b>18.9</b>	<b>36.9</b>
ต้นทุนทางการเงิน	(1.3)	(0.4)	(0.9)	(0.4)	56.4	(1.4)	(0.6)	0.2
<b>กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้</b>	<b>53.6</b>	<b>17.3</b>	<b>37.7</b>	<b>15.8</b>	<b>42.1</b>	<b>38.7</b>	<b>18.2</b>	<b>38.1</b>
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(14.9)	(4.8)	(6.3)	(2.6)	135.9	(6.6)	(3.1)	124.1
<b>กำไรสุทธิรวม</b>	<b>38.7</b>	<b>12.5</b>	<b>31.4</b>	<b>13.2</b>	<b>23.3</b>	<b>32.1</b>	<b>15.1</b>	<b>20.4</b>
- ส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทใหญ่	38.7	12.5	27.4	11.5	41.2	31.0	14.6	24.8
- ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	-	0.0	4.0	1.7	-	1.1	0.5	-

#### รายได้จากการขายสินค้า

รายได้จากการขายสินค้าและบริการในไตรมาส 2/2567 เท่ากับ 308.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 29.4% จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน โดยธุรกิจหลักของบริษัท ได้แก่ธุรกิจผลิตภัณฑ์ความงามเติบโตอย่างแข็งแกร่งต่อเนื่อง

### ต้นทุนขายและกำไรขั้นต้น

สำหรับไตรมาส 2/2567 อัตรากำไรขั้นต้นคิดเป็น 53.2% (ไตรมาส 2/2566: 55.1%) โดยอัตรากำไรขั้นต้นลดลงเล็กน้อย โดยมีสาเหตุจากจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อ US dollar ที่อ่อนค่าลง

### ค่าใช้จ่ายในการขาย

ในไตรมาสที่ 2/2567 บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการขายเท่ากับ 78.0 ล้านบาท คิดเป็น 25.3% ของยอดขาย ซึ่งลดลงเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน (27.4% ของยอดขาย) โดยค่าใช้จ่ายในการขายเพิ่มขึ้นเพียง 19.5% น้อยกว่ายอดขายที่เพิ่มขึ้น 29.4% แสดงให้เห็นให้เห็นว่าบริษัทมีการบริหารค่าใช้จ่ายขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยค่าใช้จ่ายในการขายเพิ่มขึ้นจากค่าใช้จ่ายทางการตลาด และค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายที่ให้กับร้านค้าจากการออกสินค้าใหม่ เพื่อผลักดันการเติบโตของยอดขาย

### ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ในไตรมาส 2/2567 บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการบริหารเท่ากับ 33.5 ล้านบาท คิดเป็น 10.9% ของยอดขาย ซึ่งลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน (12.3% ของยอดขาย) โดยค่าใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้น 14.7% น้อยกว่ายอดขายที่เพิ่มขึ้น 29.4% แสดงให้เห็นว่าบริษัทมีการบริหารค่าใช้จ่ายในการบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ โดยค่าใช้จ่ายในการบริหารที่เพิ่มขึ้นมีสาเหตุหลักจากค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรในส่วนสำนักงานและคลังสินค้าของบริษัทที่เพิ่มขึ้นตามการเติบโตของธุรกิจ

### กำไรสุทธิ

กำไรสุทธิรวมในไตรมาส 2/2567 เท่ากับ 38.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน 23.3% โดยกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทใหญ่ในไตรมาส 2/2567 เท่ากับ 38.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 41.2% กำไรสุทธิที่เพิ่มขึ้นมีสาเหตุหลักจากกำไรสุทธิจากการขายผลิตภัณฑ์ความงาม ซึ่งเติบโตขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ สามารถชดเชยกำไรสุทธิที่ลดลงจากการขายผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สเปรย์พ่นจมูกยั้งยั้งเชื้อโควิด-19 ที่ลดลงได้

อัตรากำไรสุทธิเท่ากับ 12.5% เพิ่มขึ้นจาก 11.5% ในช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากบริษัทฯ มีการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ โดยในไตรมาส 3 และ 4 ของปี 2567 บริษัทยังคงมุ่งมั่นที่จะรักษาระดับค่าใช้จ่ายในการขายต่อยอดขายให้มีประสิทธิภาพเพื่อรักษาอัตราการทำกำไรของบริษัท

ตาราง 2: งบกำไรขาดทุนรวมสำหรับงวด 6 เดือน

(หน่วย: ล้านบาท)

งบกำไรขาดทุนรวมสำหรับงวด 6 เดือน	6M 2567	%	6M 2566	%	%YoY
รายได้จากการขายสินค้าและบริการ	521.5	100.0	445.6	100.0	17.0
ต้นทุนขาย	(248.3)	(47.6)	(205.8)	(46.2)	20.7
<b>กำไรขั้นต้น</b>	<b>273.2</b>	<b>52.4</b>	<b>239.8</b>	<b>53.8</b>	<b>14.0</b>
รายได้อื่น	3.9	0.8	1.5	0.3	(98.4)
ค่าใช้จ่ายในการขาย	(116.7)	(22.4)	(102.9)	(23.1)	13.4
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(64.9)	(12.4)	(47.5)	(10.7)	36.8
กำไร (ขาดทุน) จากอัตราแลกเปลี่ยน	(0.5)	(0.1)	(1.2)	(0.3)	(54.5)
<b>รวมค่าใช้จ่ายและรายได้อื่น</b>	<b>(178.2)</b>	<b>(34.2)</b>	<b>(150.0)</b>	<b>(33.7)</b>	<b>18.7</b>
<b>กำไรก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้</b>	<b>95.1</b>	<b>18.2</b>	<b>89.7</b>	<b>20.1</b>	<b>6.0</b>
ต้นทุนทางการเงิน	(2.7)	(0.5)	(1.6)	(0.4)	69.4
<b>กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้</b>	<b>92.3</b>	<b>17.7</b>	<b>88.1</b>	<b>19.8</b>	<b>4.8</b>
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(21.5)	(4.1)	(15.9)	(3.6)	34.7
<b>กำไรสุทธิ</b>	<b>70.9</b>	<b>13.6</b>	<b>72.2</b>	<b>16.2</b>	<b>(1.8)</b>
- ส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทใหญ่	69.7	13.4	54.4	12.2	28.2
- ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	1.1	0.2	17.8	4.0	(93.6)

### สรุปผลการดำเนินงานทางการเงินสำหรับครึ่งปีแรกของปี 2567

- **รายได้จากการขาย** เท่ากับ 521.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 17.0% จากปีก่อนหน้า โดยมีสาเหตุหลักจากการเติบโตของธุรกิจหลัก โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์บาร์มูวและผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง เติบโตได้เป็นอย่างดีถึง 37.1% โดยเป็นการเติบโตในทุกช่องทาง อันเป็นผลมาจากการออกผลิตภัณฑ์ใหม่และการทำการตลาดตั้งที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น อย่างไรก็ดี ผลิตภัณฑ์สเปรย์พ่นจมูกมียอดขายลดลง 81.2% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า

เมื่อพิจารณาการเติบโตเป็นภูมิภาค ยอดขายในประเทศไทยเติบโต 39.8% โดยช่องทาง Modern Trade เติบโต 34.9% ช่องทาง General Trade 24.2% และช่องทาง e-Commerce เติบโตสูงถึง 235.6% เทียบกับปีก่อนหน้า ในขณะที่ธุรกิจอื่นต่างประเทศมียอดขายลดลง 25.8% ซึ่งบริษัทอยู่ในระหว่างการดำเนินการปรับแผนกลยุทธ์ในระยะอีก 2 ปีข้างหน้า

- **ต้นทุนขายและกำไรขั้นต้น** บริษัทมีอัตรากำไรขั้นต้นคิดเป็น 52.4% (ปี 2566: 53.8%) โดยอัตรากำไรขั้นต้นลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดยมีสาเหตุจากจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อ US dollar ที่อ่อนค่าลง
- **ค่าใช้จ่ายในการขาย** เท่ากับ 116.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 13.4% จากปีก่อนหน้า จากการเพิ่มค่าใช้จ่ายทางการตลาดและส่งเสริมการขายเพื่อผลักดันการเติบโตของยอดขาย อย่างไรก็ดีตาม อัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อยอดขายสำหรับงวด 6 เดือนเท่ากับ 22.4% ลดลงจาก 23.1% ในปีที่แล้ว สะท้อนถึงการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น
- **ค่าใช้จ่ายในการบริหาร** เท่ากับ 64.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 36.8% จากปีก่อน สาเหตุหลักมาจากในครึ่งปีแรกของปี 2566 มีกลับรายการเผื่อหนี้สงสัยจะสูญสำหรับลูกหนี้ค่าบริการให้คำปรึกษาในการขายและการตลาด

สำหรับแบรนด์ Sis2Sis ในประเทศอินโดนีเซียรวมจำนวน 9 ล้านบาท ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการบริหารของงวดครึ่งปีแรกของปี 2566 ลดลง ขณะที่ปี 2567 ไม่มีรายการดังกล่าว ค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อยอดขายสำหรับงวด 6 เดือน เท่ากับ 12.4% เพิ่มขึ้นจาก 10.7% ในงวดเดียวกันของปีก่อน อย่างไรก็ตาม หากตัดค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับประมาณการหนี้สงสัยจะสูญออกทั้งในงวดครึ่งปีแรกของปี 2567 และ 2566 ออก จะพบว่า ค่าใช้จ่ายในการบริหารจะเท่ากับ 61.9 ล้านบาท และ 55.5 ล้านบาท คิดเป็น 11.9% และ 12.5% ต่อยอดขาย สำหรับงวดครึ่งปีแรกของปี 2567 และ 2566 ตามลำดับ

- **กำไรสุทธิรวม** เท่ากับ 70.9 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อน 1.8% อัตรากำไรสุทธิรวมเท่ากับ 13.6% ลดลง 16.2% ในปีที่แล้ว จากอัตรากำไรขั้นต้นที่ลดลง และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารที่เพิ่มขึ้นจากการกลับรายการค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญในครึ่งปีแรกของปี 2566 โดยกำไรสุทธิส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทใหญ่เท่ากับ 69.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 28.2% อัตรากำไรสุทธิ 13.4% เพิ่มขึ้นจาก 12.2% สาเหตุหลักจากส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมลดลง จากการที่บริษัทเข้าซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ไฮไบโอไซ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยทั้ง 100% ในไตรมาส 1/2567

### ฐานะทางการเงิน ณ 30 มิถุนายน 2567

#### สินทรัพย์รวม

รายการทรัพย์สิน	30 มิถุนายน 2567		31 ธันวาคม 2566	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	422.6	30.9	477.5	34.0
สินทรัพย์ทางการเงิน	102.0	7.5	101.5	7.2
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	330.7	24.2	395.9	28.2
สินทรัพย์ที่เกิดจากสัญญา	205.1	15.0	152.6	10.9
สินค้างเหลือ	236.4	17.3	189.5	13.5
สินทรัพย์อื่น	71.2	5.2	85.6	6.1
<b>สินทรัพย์รวม</b>	<b>1,368.5</b>	<b>100.0</b>	<b>1,402.6</b>	<b>100.0</b>

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2567 บริษัทมีสินทรัพย์รวมเท่ากับ 1,368.5 ล้านบาท ลดลง 34.1 ล้านบาทจากสิ้นปี 2566 มีสาเหตุหลักจาก

- เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดลดลง 54.9 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักจากการที่บริษัทคืนเงินสินเชื่อเพื่อการนำเข้า 30.5 ล้านบาทในไตรมาส 2/2567 และบริษัทได้ใช้เงินเพื่อคืนทุนหุ้นบุริมสิทธิ์และเข้าซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ไฮไบโอไซ จำกัด รวม 30.3 ล้านบาทในไตรมาส 1/2567
- สินค้างเหลือเพิ่มขึ้น 46.9 ล้านบาท จากการสังเกตการณ์ใหม่เพื่อรองรับการขาย
- ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น และสินทรัพย์ที่เกิดจากสัญญารวมกันลดลง 12.7 ล้านบาท

### หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น

รายการหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	30 มิถุนายน 2567		31 ธันวาคม 2566	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
ทรัสต์รีซีท	83.3	6.1	113.8	8.1
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	152.5	11.1	146.1	10.4
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	36.4	2.7	37.8	2.7
หนี้สินไม่หมุนเวียน	11.2	0.8	12.3	0.9
<b>รวมหนี้สิน</b>	<b>283.4</b>	<b>20.7</b>	<b>310.0</b>	<b>22.1</b>
ทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว	300.0	21.9	300.0	21.4
กำไรสะสม – จัดสรรไว้เป็นทุนสำรองตามกฎหมาย	30.9	2.3	30.9	2.2
กำไรสะสม – ยังไม่จัดสรร	177.5	13.0	161.8	11.5
รายการอื่นในส่วนของผู้ถือหุ้น	576.8	42.1	523.9	37.4
<b>รวมส่วนของบริษัทใหญ่</b>	<b>1,085.2</b>	<b>79.3</b>	<b>1,016.6</b>	<b>72.5</b>
ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	-	-	76.0	5.4
<b>รวมส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>1,085.2</b>	<b>79.3</b>	<b>1,092.6</b>	<b>77.9</b>
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>1,368.5</b>	<b>100.0</b>	<b>1,402.6</b>	<b>100.0</b>

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2567 บริษัทมีหนี้สินรวม 283.4 ล้านบาท ลดลง 26.6 ล้านบาทจากสิ้นปี 2566 โดยมีสาเหตุหลักจาก

- ทรัสต์รีซีท (สินเชื่อเพื่อการนำเข้า) ลดลง 30.5 ล้านบาท โดยบริษัทปรับปรุงการบริหารสภาพคล่องให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และลดการใช้จ่ายเงินกู้ลงเพื่อลดค่าใช้จ่ายทางการเงินของบริษัท
- เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นเพิ่มขึ้น 6.4 ล้านบาท

### ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2567 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 1,085.2 ล้านบาท ลดลง 7.5 ล้านบาท จากสิ้นปี 2566 โดยมีสาเหตุหลักจาก

- ส่วนของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม (Non-controlling interest) ลดลงจำนวน 76 ล้านบาท เนื่องจากบริษัทได้เข้าซื้อหุ้นสามัญทั้งหมดของบริษัท ไฮไบโอไซ จำกัด ซึ่งได้ดำเนินการแล้วเสร็จในช่วงไตรมาส 1/2567 ส่งผลให้บริษัทมีสัดส่วนการถือหุ้น 100% ในบริษัท ไฮไบโอไซ จำกัด
- รายการอื่นในส่วนของผู้ถือหุ้น เพิ่มขึ้น 52.8 ล้านบาท สาเหตุหลักจากส่วนเกินทุนจากเปลี่ยนสัดส่วนการลงทุนเพิ่มขึ้น 46.9 ล้านบาท จากการเพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัท บริษัท ไฮไบโอไซ จำกัด เป็น 100%
- กำไรสะสมที่ยังไม่ได้จัดสรร เพิ่มขึ้น 15.7 ล้านบาท จากผลกำไรสุทธิในไตรมาส 1 และ 2 ของปี 2567 ซึ่งเท่ากับ 31.0 และ 38.7 ล้านบาท ตามลำดับ รวมเท่ากับ 69.7 ล้านบาท หักด้วยปันผลจ่ายจากผลการดำเนินงานในรอบเดือนกรกฎาคม 2566 ถึงธันวาคม 2566 จำนวน 54 ล้านบาท ซึ่งได้จ่ายไปแล้วในวันที่ 21 พฤษภาคม 2567

สภาพคล่องและกระแสเงินสด



ในช่วงระหว่างวันที่ 31 ธันวาคม 2566 จนถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2567 บริษัทมีกระแสเงินสดรับจากการดำเนินงาน 63 ล้านบาท

บริษัทมีกระแสเงินสดใช้ในกิจกรรมลงทุนลดลง 1 ล้านบาท โดยบริษัทได้มีการลงทุนในตราสารทางการเงินที่มีความเสี่ยงต่ำและให้ผลตอบแทนสูง เพื่อเป็นการบริหารเงินสดส่วนเกิน ซึ่งตราสารดังกล่าวได้ครบกำหนดและได้ต่ออายุในเวลาเดียวกัน

บริษัทมีกระแสเงินสดใช้ในกิจกรรมจัดหาเงินลดลง 117 ล้านบาท จากการจ่ายชำระคืนสินเชื่อเพื่อการนำเข้า (Trust Receipt) เพื่อลดภาระดอกเบี้ยจ่ายของบริษัท นอกจากนั้น ได้มีการจ่ายลดทุนหุ้นบริษัทร่วมของบริษัท ไฮไบโอไซ จำกัด จำนวน 30.3 ล้านบาท และจ่ายเงินเพื่อซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ไฮไบโอไซ จำกัด ทั้งหมด 100% ในไตรมาส 1/2567 และจ่ายเงินปันผลจากผลการดำเนินงานในรอบเดือนกรกฎาคม 2566 ถึงธันวาคม 2566 จำนวน 54 ล้านบาท

ส่งผลให้เงินสดของบริษัท ณ 30 มิถุนายน 2567 เท่ากับ 423 ล้านบาท ลดลง 55 ล้านบาท จาก ณ 31 ธันวาคม 2566



### มุมมองของผู้บริหารต่อผลการดำเนินงานในปี 2567

บริษัทมีมุมมองต่อตลาดผลิตภัณฑ์ความงามในปี 2567 ว่าจะมีการเติบโตจากฟื้นตัวจากสถานการณ์โควิดที่คลี่คลายลง ทั้งนี้ ยังคงมีความเสี่ยงต่อการเติบโตของตลาดจากสภาพเศรษฐกิจโดยรวมที่มีการเติบโต GDP ในระดับต่ำ บริษัทจึงตั้งเป้าการเติบโตของยอดขาย 15–20% จากปีก่อน โดยมีกลยุทธ์เพื่อเร่งการเติบโตดังนี้

- เน้นการสร้าง Brand โดยเน้นการลงทุนเพื่อยกระดับและผลักดันแบรนด์ Rojukiss ซึ่งเป็นแบรนด์หลักของบริษัทฯ ให้กลายเป็นแบรนด์ที่มียอดขายเกิน 1,000 ล้านบาทในปีนี้ ตอกย้ำความเป็นแบรนด์เซรั่มอันดับ 1 จากประเทศเกาหลี โดยพัฒนาสินค้าใหม่อันเป็นนวัตกรรม โดยดำเนินการร่วมกับผู้เชี่ยวชาญในแต่ละประเภทสินค้า ทั้งในกลุ่ม Skincare และ Color Cosmetic

สำหรับกลยุทธ์ของแบรนด์ Rojukiss แบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ออกเป็น 2 กลุ่มหลัก คือกลุ่ม Base Range ซึ่งใส่สารสำคัญในระดับ Active Dose ที่ใช้แล้วเห็นผลได้จริง เพื่อแข่งขันในตลาดแมส และกลุ่ม Derma ซึ่งเป็นสินค้าระดับ Clinical Grade เพื่อแข่งขันในตลาดเวชสำอาง โดยในไตรมาส 2/2567 บริษัทประสบความสำเร็จในการร่วมมือกับพันธมิตรคู่ค้าของบริษัทในการแยกและเพิ่มพื้นที่แสดงสินค้าของบริษัทในร้านสุขภาพและความงามชั้นนำ ออกเป็น 2 กลุ่มอย่างชัดเจน เพื่อยกระดับแบรนด์ สร้างการรับรู้ของผู้บริโภค และเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

นอกจากนั้น ในไตรมาส 3-4 ปี 2567 บริษัทมีแผนในการการออกสินค้าใหม่ทั้งในกลุ่ม Skincare ภายใต้แบรนด์ Rojukiss และ Color cosmetic ภายใต้แบรนด์ใหม่ TattooPro เพื่อสร้างการเติบโตในกลุ่มเครื่องสำอางที่คาดการณ์ว่าตลาดจะยังคงเติบโตต่อเนื่องในปี 2567

- เน้นการลงทุนเพื่อทำการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเน้นการตลาดในช่องทางดิจิทัล เพื่อยกระดับแบรนด์สู่ Clinical Grade หรือการเป็นแบรนด์พันธมิตรกับผู้เชี่ยวชาญในแต่ละประเภทสินค้า เน้นการรีวิวสินค้าโดย KOL/KOC และการขายทาง Live Streaming และการขายผ่านทางพันธมิตรเครือข่ายการขายออนไลน์
- มุ่งเน้นตลาดประเทศไทยทั้งทางออฟไลน์และออนไลน์ โดยเฉพาะในช่องทางร้านค้า Health & Beauty ช่องทางร้านค้าสะดวกซื้อ และ e-Commerce