

IP_AC004/2567

วันที่ 14 พฤศจิกายน 2567

เรื่อง คำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ สำหรับไตรมาส 3 ปี 2567
เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สรุปเหตุการณ์และพัฒนาการที่สำคัญ

การลงทุนในหุ้นของบริษัท อินเทอร์เน็ตฟาร์มา เมดเทค จำกัด (เดิมชื่อ “บริษัท เมตตา เมดเทค จำกัด”)

ตามมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท อินเทอร์เน็ต ฟาร์มา จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ครั้งที่ 4/2567 เมื่อวันที่ 3 กันยายน 2567 ได้มีมติอนุมัติให้บริษัทเข้าซื้อหุ้นสามัญของบริษัท อินเทอร์เน็ตฟาร์มา เมดเทค จำกัด (“IPM”) ในสัดส่วนร้อยละ 60 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด ซึ่ง IPM ประกอบธุรกิจขายเครื่องมือทางการแพทย์และคลินิกทางด้านเวชศาสตร์ฟื้นฟูและกายภาพบำบัด โดยการเข้าลงทุนดังกล่าวสอดคล้องกับกลยุทธ์หลักของบริษัทที่จะขยายกิจการให้มีการเติบโตได้อย่างมั่นคงและรวดเร็ว (Growth Strategy) และสามารถต่อยอดการดำเนินธุรกิจให้ครบวงจรมากยิ่งขึ้น ซึ่งการขยายกิจการจะเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญของบริษัทที่จะสามารถก้าวไปข้างหน้าให้ธุรกิจมีการเติบโตของรายได้และกำไรของบริษัทได้อย่างเพิ่มขึ้นและมั่นคงได้ในอนาคต

ปัจจัยที่อาจมีผลต่อการดำเนินงานหรือการเติบโตในอนาคต

บริษัทและบริษัทย่อยดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมสุขภาพ ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การผลิตไปจนถึงการขายผ่านช่องทางทั้ง B2B (ธุรกิจสู่ธุรกิจ) และ B2C (ธุรกิจสู่ผู้บริโภค) โดยมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านร้านแกล็บฟาร์มาซีและแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ เพื่อส่งต่อผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพไปยังผู้บริโภคให้สามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ง่ายและสะดวกมากยิ่งขึ้น การเติบโตในธุรกิจนี้ของบริษัทและบริษัทย่อยนั้นสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้นในปัจจุบัน โดยผู้บริโภคมีความต้องการผลิตภัณฑ์สุขภาพ เช่น วิตามิน อาหารเสริม และยารักษาโรคที่ไม่ต้องใช้ใบสั่งแพทย์เพิ่มมากขึ้น สิ่งเหล่านี้ถือเป็นโอกาสของบริษัทในการตอบสนองความต้องการของตลาดโดยขยายรายการสินค้าที่มีคุณภาพให้มากขึ้น แต่ในขณะเดียวกันบริษัทยังต้องเผชิญกับความท้าทายจากสินค้าลอกเลียนแบบในตลาด ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของบริษัทและความเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าที่ผู้บริโภคไว้วางใจ บริษัทยังคงต้องสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งโดยการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่สะดวกสบาย รวมไปถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเพื่อเสริมสร้างความภักดีในระยะยาว ความสามารถในการแข่งขันด้านราคาเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญ เนื่องจากลูกค้าสามารถตรวจสอบและเปรียบเทียบราคาได้อย่างง่ายตามแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ

การเปลี่ยนแปลงในนโยบายภาครัฐที่อาจส่งผลกระทบต่อกำไรของธุรกิจรวม เช่น การควบคุมราคา และการเบิกจ่ายจากสปสช. หรือโครงการ UCEP ซึ่งมีผลกระทบต่อธุรกิจร้านยาและธุรกิจโรงพยาบาลนั้น บริษัทยังคงต้องมีการวางแผนการลดต้นทุน แต่ก็ยังคงต้องรักษาบุคลากรทางการแพทย์ รวมถึงเภสัชกรที่มีคุณภาพ เพื่อรักษาฐานลูกค้าและสร้างความภักดีให้กับแบรนด์ต่าง ๆ ของบริษัท การปรับมาตรฐานการผลิตของโรงงานให้สูงขึ้นระดับ EU standard จะช่วยให้บริษัทสามารถแข่งขันในตลาดโลก สามารถขยายฐานลูกค้าผ่านการส่งออกผลิตภัณฑ์ยาหรืออาหารเสริมไปยังตลาดต่างประเทศได้

สรุปผลการดำเนินงาน

บริษัท อินเตอร์ ฟาร์มา จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ขอนำส่งคำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ สำหรับงวด 3 เดือนและ 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2567 ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท	ไตรมาส 3		เปลี่ยนแปลง		9 เดือนแรก		เปลี่ยนแปลง	
	ปี 2567	ปี 2566	ล้านบาท	%	ปี 2567	ปี 2566	ล้านบาท	%
รายได้จากการขายและบริการ	436.10	438.84	-2.74	-0.6	1,365.38	1,356.17	9.21	0.7
รวมรายได้	440.75	443.03	-2.28	-0.5	1,376.30	1,368.20	8.10	0.6
ต้นทุนขายและบริการ	279.39	282.42	-3.03	-1.1	862.43	843.50	18.93	2.2
กำไรขั้นต้น	156.72	156.42	0.29	0.2	502.95	512.67	-9.72	-1.9
%กำไรขั้นต้น	35.9%	35.6%			36.8%	37.8%		
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	99.77	91.72	8.06	8.8	316.82	258.67	58.15	22.5
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	47.83	40.22	7.61	18.9	148.04	150.68	-2.64	-1.7
ค่าใช้จ่ายในการขาย จัดจำหน่ายและบริหาร	147.60	131.94	15.67	11.9	464.86	409.35	55.51	13.6
%ค่าใช้จ่ายในการขาย จัดจำหน่ายและบริหาร	33.8%	30.1%			34.0%	30.2%		
กำไรสุทธิสำหรับงวด	6.28	13.50	-7.22	-53.5	22.12	66.81	-44.68	-66.88
%กำไรสุทธิสำหรับงวด	1.4%	3.0%			1.6%	4.9%		

ภาพรวม

ผลการดำเนินงานสำหรับงวด 3 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2567 บริษัทฯมีรายได้รวม 436 ล้านบาท ลดลง 3 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 0.6 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน อัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นเล็กน้อยเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย เพิ่มขึ้น 8 ล้านบาทหรือร้อยละ 9 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน จากค่าใช้จ่ายในการขยายสาขาของธุรกิจร้านขายยา 5 ล้านบาท และจากการรวมธุรกิจนวัตกรรมอุปกรณ์ทางการแพทย์ 4 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้น 8 ล้านบาทหรือร้อยละ 19 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน จากการค่าเสื่อมราคาของร้านสาขาธุรกิจร้านขายยา และการปรับปรุงโรงพยาบาล 4 ล้านบาทและจากการรวมธุรกิจนวัตกรรมอุปกรณ์ทางการแพทย์ 4 ล้านบาท

ผลการดำเนินงานสำหรับงวด 9 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2567 บริษัทฯมีรายได้รวม 1,365 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 9 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.7 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน กำไรขั้นต้นลดลงร้อยละ 2 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน จากสัดส่วนของรายได้ที่เพิ่มขึ้นของกลุ่มผลิตภัณฑ์เวชภัณฑ์รักษาโรค กลุ่มธุรกิจร้านขายยา ซึ่งมีอัตรากำไรต่ำกว่าผลิตภัณฑ์กลุ่มโภชนเภสัช/อาหารเสริมซึ่งธุรกิจดังกล่าว มีรายได้ลดลง และมีค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย สูงขึ้น 58 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.8 ส่วนใหญ่เกิดจากค่าโฆษณาสร้างแบรนด์และกิจกรรมทางการตลาด 28 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายในการขยายสาขาของธุรกิจร้านขายยา 25 ล้านบาท (ขยายสาขาเพิ่มขึ้น 8 สาขาจากไตรมาส 3 ของปีก่อนที่มี 29 สาขา เพิ่มขึ้นเป็น 37 สาขา) และจากการรวมธุรกิจนวัตกรรมอุปกรณ์ทางการแพทย์ 4 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายในการบริหารลดลง 2.64 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.7

รายได้แบ่งตามธุรกิจ

ประเภทรายได้	ไตรมาส 3 ปี 2567		ไตรมาส 3 ปี 2566		เปลี่ยนแปลง		9 เดือนแรก ปี 2567		9 เดือนแรก ปี 2566		เปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
1. ลูกค้านักกลุ่มโรงพยาบาล	61.6	14.1	41.1	9.4	20.5	50.0	173.8	12.7	141.2	10.4	32.7	23.1
2. ลูกค้านักกลุ่มผู้บริโภค	59.3	13.6	95.3	21.7	-36.0	-37.8	283.4	20.8	351.4	25.9	-67.9	-19.3
3. กลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลและส่งเสริมสุขภาพสำหรับสัตว์	88.5	20.3	88.3	20.1	0.2	0.2	255.0	18.7	256.3	18.9	-1.3	-0.5
4. ธุรกิจร้านขายยา	154.8	35.5	154.1	35.1	0.7	0.4	486.6	35.6	437.6	32.3	49.0	11.2
5. ธุรกิจโรงพยาบาลและคลินิก	50.8	11.6	60.1	13.7	-9.3	-15.5	145.3	10.6	169.8	12.5	-24.4	-14.4
6. ธุรกิจนวัตกรรมอุปกรณ์ทางการแพทย์	21.1	4.8	-	-	21.1	-	21.1	1.5	-	-	21.1	-
รายได้จากการขายรวม	436.1	100	438.9	100	-2.8	-0.6	1,365.3	100.0	1,356.2	100.0	9.1	0.7

รายได้จากลูกค้านักกลุ่มโรงพยาบาล (Hospital Market) สำหรับงวด 3 เดือนและ 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2567 มีการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 50 และร้อยละ 23 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน ซึ่งสะท้อนถึงความสำเร็จในการขยายตลาดและความแข็งแกร่งในกลุ่มลูกค้าสำคัญนี้

ในขณะเดียวกัน รายได้จากลูกค้านักผู้บริโภค (Consumer Market) ลดลงร้อยละ 38 และร้อยละ 19 ตามลำดับ ซึ่งเป็นผลจากปัจจัยต่างๆ เช่น การลดลงของการสั่งซื้อจากกลุ่ม Modern trade และร้านขายยา หลังการพบสินค้าปลอมในบางช่องทาง แพลตฟอร์ม รวมถึงผลกระทบจากอุทกภัยในหลายจังหวัดของประเทศไทย และการชะลอการผลิเพื่อปรับปรุงโรงงานและระบบสาธารณสุขปลอดภัยต่างๆ เพื่อรองรับการขยายไลน์การผลิตโครงการ EU Standard ในการผลิตยาตา อย่างไรก็ตาม การลดลงนี้ถือเป็นการเตรียมความพร้อมเพื่อการเติบโตในอนาคต โดยเฉพาะจากการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

รายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลและส่งเสริมสุขภาพของสัตว์ (Animal Healthcare) ยังคงทรงตัวเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน ซึ่งสะท้อนถึงความมั่นคงและเสถียรภาพในตลาดผลิตภัณฑ์นี้

รายได้จากธุรกิจร้านขายยา สำหรับงวด 3 เดือนและ 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2567 เพิ่มขึ้น 0.7 ล้านบาท และ 49 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นการเติบโตร้อยละ 0.4 และ 11 โดยได้รับผลดีจากการขยายสาขาเพิ่มขึ้นเป็น 37 สาขา (ขยายเพิ่ม 2 สาขาในไตรมาส 3 และ 8 สาขาเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน) แม้ว่ายอดขายจะลดลงจากการชะลอการใช้จ่ายของผู้บริโภค แต่การขยายสาขาจะช่วยเพิ่มโอกาสในการเติบโตของยอดขายในอนาคต

รายได้จากธุรกิจโรงพยาบาลและคลินิก สำหรับงวด 3 เดือนและ 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2567 ลดลงร้อยละ 16 และร้อยละ 14 ตามลำดับ โดยได้รับผลกระทบจากการปรับปรุงพื้นที่และการพัฒนาภาพลักษณ์ใหม่ของโรงพยาบาล อย่างไรก็ตาม ในเดือนพฤศจิกายน 2567 ได้เริ่มทยอยเปิดโซนรังสีและโซนผู้ป่วยนอกแล้ว คาดว่ารายได้จากธุรกิจนี้จะเริ่มปรับตัวดีขึ้นในไตรมาสถัดไป

รายได้จากธุรกิจธุรกิจนวัตกรรมอุปกรณ์ทางการแพทย์เพิ่มขึ้น 21 ล้านบาท จากการร่วมลงทุนในเดือนกันยายน 2567 โดยวัตถุประสงค์ของการเข้าลงทุนในธุรกิจดังกล่าวเพื่อขยายกิจการให้มีเติบโตได้อย่างมั่นคงและรวดเร็วให้สอดคล้องกับเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพได้อย่างครบวงจรมากยิ่งขึ้น

หน่วย : ล้านบาท	ไตรมาส 3 ปี 2567		ไตรมาส 3 ปี 2566		เปลี่ยนแปลง		9 เดือนแรก ปี 2567		9 เดือนแรก ปี 2566		เปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
ต้นทุนขายและบริการ	279.39	65.43	282.42	68.16	-3.03	-1.1	862.43	64.98	843.50	67.33	18.93	2.2
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	99.77	23.37	91.72	22.14	8.06	8.8	316.82	23.87	258.67	20.65	58.15	22.5
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	47.83	11.20	40.22	9.71	7.61	18.9	148.04	11.15	150.68	12.03	-2.64	-1.7
รวมค่าใช้จ่าย	426.99	100.00	414.36	100.00	12.64	3.0	1,327.29	100.00	1,252.85	100.00	74.44	5.9

ต้นทุนขายและกำไรขั้นต้น

สำหรับงวด 3 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2567 ต้นทุนขายอยู่ที่ 279 ล้านบาท และมีอัตรากำไรขั้นต้นที่ร้อยละ 36 ซึ่งเพิ่มขึ้นเล็กน้อยเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

สำหรับงวด 9 เดือน ต้นทุนขายอยู่ที่ 862 ล้านบาท และมีอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 37 ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 2 สาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนรายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์เวชภัณฑ์รักษาโรคและกลุ่มธุรกิจร้านขายยา ซึ่งมีอัตรากำไรต่ำกว่าผลิตภัณฑ์กลุ่มโภชนเภสัช/อาหารเสริมที่มีรายได้ลดลง

การเปลี่ยนแปลงในสัดส่วนรายได้เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การขายตลาดที่มุ่งตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าหลายกลุ่ม โดยการเพิ่มสัดส่วนรายได้จากผลิตภัณฑ์ที่มีอัตรากำไรต่ำกว่า แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการขยายฐานลูกค้าและตลาดที่กว้างขวาง ซึ่งเป็นการเตรียมความพร้อมสำหรับการเติบโตในระยะยาว นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างรายได้ยังเปิดโอกาสให้บริษัทสามารถปรับปรุงกลยุทธ์ในการเพิ่มประสิทธิภาพและอัตรากำไรในอนาคต การเติบโตของต้นทุนขายและการปรับสัดส่วนรายได้ในลักษณะนี้จะช่วยเสริมสร้างฐานลูกค้าอย่างยั่งยืนและสนับสนุนการเติบโตอย่างต่อเนื่องในระยะยาว

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย

สำหรับงวด 3 เดือนและ 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2567 ค่าใช้จ่ายในการขายมีจำนวน 100 ล้านบาท และ 317 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้นร้อยละ 9 และร้อยละ 23 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน ค่าใช้จ่ายในการขายที่สำคัญประกอบด้วยการลงทุนในค่าโฆษณาและกิจกรรมทางการตลาด ซึ่งมุ่งเน้นไปที่ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเวชภัณฑ์, กลุ่มโภชนเภสัช/อาหารเสริม, นวัตกรรมความงาม, และผลิตภัณฑ์ดูแลและส่งเสริมสุขภาพของสัตว์เลี้ยง การลงทุนในส่วนนี้สะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตอบสนองต่อความต้องการของตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ ยังมีการเพิ่มการลงทุนในค่าใช้จ่ายการขนส่งและกระจายสินค้า รวมถึงการเสริมสร้างทีมงานขายและการขยายสาขาของธุรกิจร้านขายยา โดยในปีนี้ได้ขยายสาขาเพิ่มขึ้น 8 สาขา เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงลูกค้าและขยายฐานลูกค้าอย่างยั่งยืน การลงทุนในค่าใช้จ่ายต่างๆ เช่น การขยายสาขาและการเพิ่มประสิทธิภาพการขาย แสดงถึงการเติบโตและการลงทุนที่มุ่งเน้นในการสนับสนุนการขยายตัวของธุรกิจในอนาคต พร้อมกับการรวมธุรกิจกับกลุ่มธุรกิจนวัตกรรมอุปกรณ์ทางการแพทย์ซึ่งเป็นการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับกลุ่มธุรกิจโดยรวมและต่อยอดการเติบโตในระยะยาว

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

สำหรับงวด 3 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2567 ค่าใช้จ่ายในการบริหารอยู่ที่ 48 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 19 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักมาจากค่าเสื่อมราคาของร้านสาขาธุรกิจร้านขายยา การปรับปรุงโรงพยาบาล และการรวมธุรกิจนวัตกรรมอุปกรณ์ทางการแพทย์

สำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2567 ค่าใช้จ่ายในการบริหารอยู่ที่ 148 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 2 เมื่อเทียบกับปีก่อน การลดลงนี้สะท้อนถึงความสามารถของบริษัทในการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ

การลดค่าใช้จ่ายนี้เป็นผลจากกลยุทธ์การบริหารที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งช่วยให้บริษัทสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยไม่กระทบต่อการดำเนินงานหลัก ความสำเร็จในการควบคุมค่าใช้จ่ายสะท้อนถึงความสามารถในการปรับตัวและบริหารจัดการอย่างรอบคอบ ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้างความมั่นคงทางการเงิน และเตรียมความพร้อมสำหรับการเติบโตในอนาคต

กำไรสุทธิ

สำหรับงวด 3 เดือนและ 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2567 กำไรสุทธิอยู่ที่ 6 ล้านบาท และ 22 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นอัตราส่วนกำไรสุทธิต่อรายได้ร้อยละ 1.4 และร้อยละ 1.6 โดยอัตราส่วนกำไรสุทธิปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักมาจากการเพิ่มการลงทุนเพื่อขยายธุรกิจและเสริมสร้างแบรนด์ การลงทุนหลักในช่วงเวลานี้ รวมถึงค่าใช้จ่ายในการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์, ป้ายโฆษณา, และแพลตฟอร์มออนไลน์ รวมถึงค่าจัดกิจกรรมทางการตลาดที่มุ่งเน้นการสร้างการรับรู้และขยายฐานลูกค้า นอกจากนี้ยังมีกำไรที่เพิ่มขึ้นในด้านเงินเดือนและค่าจ้างจากการขยายทีมขาย รวมถึงค่าเช่าพื้นที่ของธุรกิจร้านขายยา นอกจากนี้ การชะลอการผลิตเพื่อปรับปรุงโรงงานและระบบสาธารณสุขุรกิจต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการในการรองรับโครงการ EU Standard สำหรับการผลิตยา รวมถึงการรวมธุรกิจนวัตกรรมอุปกรณ์ทางการแพทย์ ซึ่งเป็นการต่อยอดและขยายกลุ่มธุรกิจให้ครอบคลุมและครบวงจร

การลงทุนเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงกลยุทธ์ในการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับแบรนด์และเพิ่มศักยภาพในการเติบโตในอนาคต การมุ่งเน้นในการขยายธุรกิจและการสร้างการรับรู้ของตลาด จะเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มรายได้และกำไรในระยะยาว

ฐานะการเงิน

	ณ วันที่ 30 กันยายน 2567	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566	เปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท	%
รวมสินทรัพย์	2,985.83	2,952.37	33.47	1.1
รวมหนี้สิน	847.31	834.65	12.67	1.5
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	2,138.52	2,117.72	20.80	1.0

สินทรัพย์

สินทรัพย์รวมของบริษัทและบริษัทย่อย ณ วันที่ 30 กันยายน 2567 มีจำนวน 2,986 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 33 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.1 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 สาเหตุหลักเกิดจากการลดลงของสินทรัพย์หมุนเวียน 221 ล้านบาท จากเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด และลูกหนี้การค้า และการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน 255 ล้านบาท จากที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ และประมาณการผลแตกต่างระหว่างต้นทุนการซื้อเงินลงทุนในบริษัทย่อยกับสินทรัพย์ที่ระบุได้ของผู้ถูกซื้อ

หนี้สิน

หนี้สินรวมของบริษัทและบริษัทย่อย ณ วันที่ 30 กันยายน 2567 มีจำนวน 847 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 13 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.5 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 สาเหตุหลักเกิดจากการเพิ่มขึ้นของหนี้สินหมุนเวียน 4 ล้านบาท จาก เงินกู้ยืมระยะสั้น และการเพิ่มขึ้นของหนี้สินไม่หมุนเวียน 9 ล้านบาท จากการเพิ่มขึ้นของเงินลงทุนค้างจ่าย

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทและบริษัทย่อย ณ วันที่ 30 กันยายน 2567 มีจำนวน 2,139 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 21 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 1 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 สาเหตุหลักมาจากบริษัทมีกำไรสุทธิสำหรับงวดจำนวน 23 ล้านบาท ส่วนของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อยเพิ่มขึ้น 11 ล้านบาท และการจ่ายเงินปันผล จำนวน 129 ล้านบาทเป็นหุ้นสามัญของบริษัทจำนวน 116 ล้านบาทและจ่ายเป็นเงินสด 13 ล้านบาท

พัฒนาการด้านความยั่งยืน

บริษัทได้ให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน และมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างความเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย บริษัทได้มีการกำหนดกลยุทธ์ เป้าหมาย และแผนการดำเนินงานทั้งระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ซึ่งคณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการพัฒนาด้านความยั่งยืน เพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัทสามารถดำเนินการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืนครบทุกภาคส่วน รวมถึงการดูแลรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และกำกับดูแลกิจการตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งในไตรมาสที่ผ่านมาบริษัทได้ดำเนินการดังต่อไปนี้

- ติดตั้งระบบผลิตพลังงานจากแสงอาทิตย์ (Solar Rooftop) ขนาดรวม 851.20 kWp โดยคาดการณ์ว่าจะสามารถลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้ถึง 630 ตัน/ปี (tCO₂eq) ปัจจุบันได้ดำเนินการติดตั้งเป็นที่เรียบร้อยแล้ว พบว่า Solar rooftop system สามารถผลิตกระแสไฟฟ้าได้ถึง 299,150 kWh ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้ถึง 149.55 ตัน/ปี (tCO₂eq)
- ขกระดับอุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 2 ปฏิบัติการสีเขียว (Green Activity) ของโรงงานที่จังหวัดอยุธยา และโรงงานที่จังหวัดสมุทรปราการ
- การควบคุมการจัดการมลพิษและของเสียให้อยู่ในค่ามาตรฐานอยู่เป็นประจำ

ขอแสดงความนับถือ

นางสาวฉัตรแก้ว กรุด โภศน

ผู้อำนวยการฝ่ายการเงิน