



THAI NIPPON RUBBER

# คำอธิบายและ การวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ

บริษัท ไทยนิปปอนรับเบอร์อินดัสตรี จำกัด (มหาชน)

ไตรมาส 1 ปี 2569

WE CAN  
MAKE YOU FEEL  
**WOW**  
EVERYDAY



## บทสรุปผู้บริหาร



สรุปผลการดำเนินงาน	Q1/68	Q4/68	Q1/69	เปลี่ยนแปลง +/-	
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ
รายได้จากการขายและบริการ	435	480	445	2.3%	(7.3%)
กำไรขั้นต้น	110	107	92	(16.4%)	(14.0%)
EBIT	58	7	69	19.0%	885.7%
EBITDA	90	38	102	13.3%	168.4%
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	43	2	57	32.6%	2,750.0%
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	25.3%	22.3%	20.7%	(4.6%)	(1.6%)
อัตรากำไร EBIT (%)	13.3%	1.5%	15.5%	2.2%	14.0%
อัตรากำไร EBITDA (%)	20.7%	7.9%	22.9%	2.2%	15.0%
อัตรากำไร (ขาดทุน) สุทธิ (%)	9.9%	0.4%	12.8%	2.9%	12.4%

หมายเหตุ: อาจมีการเคลื่อนไหวของตัวเลขเนื่องจากการปิดจุดถดถอย

บริษัท ไทยนิปปอนรีबरอินดัสตรี จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยางอนามัยและเจลหล่อลื่น ธุรกิจเกี่ยวกับการผลิตกล่องกระดาษและการพิมพ์อื่น ๆ รวมถึงธุรกิจเกี่ยวกับการผลิตผลิตภัณฑ์ที่สกัดจากพืชสมุนไพรและให้บริการวิเคราะห์ วิจัย ทดสอบเพื่อหาสารสำคัญในพืชสมุนไพรและพืชผลทางการเกษตรทุกชนิด บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจภายใต้วิสัยทัศน์ในการเป็นผู้นำด้านการผลิตและจำหน่ายยางอนามัยและเจลหล่อลื่นที่มีคุณภาพสูงและมีความหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั่วโลก ภายใต้เครื่องหมายการค้าหลัก "ONETOUCH™" และ "PLAYBOY Condoms" รวมถึงการรับจ้างผลิต (OEM) และงานประมูล (Tender) ในตลาดโลก

ในไตรมาส 1 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายและบริการรวม 445 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 10 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.3 จากไตรมาส 1 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเติบโตของยอดขายผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ของบริษัทฯ (OBM) ผ่านช่องทางออนไลน์ รวมถึงรายได้จากงานประมูล (Tender) ภายในประเทศที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 92 ล้านบาท ลดลง 18 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 16.4 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักจากผลกระทบของความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน โดยเฉพาะการแข็งค่าของเงินบาท ซึ่งส่งผลกระทบต่อมูลค่ารายได้จากตลาดต่างประเทศเมื่อแปลงกลับเป็นสกุลเงินบาท แม้กำไรขั้นต้นจะปรับตัวลดลง แต่กลุ่มบริษัทฯ ยังสามารถสร้างกำไรสุทธิได้จำนวน 57 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 14 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 32.6 เมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ปี 2568

สำหรับปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ คาดว่าผลการดำเนินงานจะปรับตัวดีขึ้นจากปีก่อน โดยมีแรงขับเคลื่อนหลักจากธุรกิจยางอนามัยและเจลหล่อลื่น ผ่านการขยายตลาดในต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกาและจีน ได้วางรากฐานด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและกิจกรรมทางการตลาดไว้แล้ว นอกจากนี้ บริษัทฯ จะเร่งผลักดันการเติบโตผ่านช่องทางออนไลน์ภายใต้แบรนด์ PLAYBOY Condoms ซึ่งเป็นช่องทางที่มีศักยภาพในการสร้างอัตรากำไรที่ดี โดยในตลาดสหรัฐอเมริกา บริษัทฯ มีการจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์หลัก ได้แก่ Walmart และ Amazon และอยู่ระหว่างการเจรจาเพื่อนำสินค้าเข้าจำหน่ายผ่านช่องทางค้าปลีกเพิ่มเติม ขณะเดียวกัน บริษัทฯ มีแผนขยายเครือข่ายตัวแทนจำหน่ายในตลาดยุโรปเพิ่มเติมประมาณ 20 ราย เพื่อเพิ่มศักยภาพในการกระจายสินค้าและขยายฐานลูกค้าในภูมิภาคดังกล่าว อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับการขยายธุรกิจรับจ้างผลิตสินค้า OEM เพื่อสร้างฐานรายได้ที่มีความต่อเนื่องมากขึ้น และช่วยชดเชยความผันผวนของรายได้จากงานประมูล ขณะที่ตลาดในประเทศ บริษัทฯ ยังคงเดินหน้าขยายช่องทางจำหน่ายออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มหลัก ได้แก่ TikTok, Lazada และ Shopee เพื่อเพิ่มการเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรงและสนับสนุนการเติบโตของผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ของบริษัทฯ

นอกจากนี้ บริษัทฯ คาดว่าจะมีการเติบโตจากให้บริการทดสอบและวิเคราะห์ทางห้องปฏิบัติการภายใต้ TNR Bioscience สำหรับผลิตภัณฑ์จากพืชกัญชงและกัญชา เพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมกัญชาสำหรับการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศในทวีปยุโรป ส่งผลให้บริษัทฯ เป็นรายเดียวในประเทศไทยที่สามารถออกใบรับรองผลการทดสอบ (COA) ที่ได้รับการยอมรับสำหรับการส่งออกผลิตภัณฑ์จากพืชกัญชงและกัญชาถือเป็นปัจจัยสนับสนุนสำคัญต่อศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจดังกล่าวในระยะต่อไป

ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการต้นทุน การเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน และการบริหารความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนอย่างใกล้ชิด เพื่อรักษาเสถียรภาพของผลประกอบการ ควบคู่กับการขยายช่องทางการขายและตลาดใหม่ ๆ เพื่อสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

# เหตุการณ์สำคัญ



## พิธีมอบรางวัลรางวัลสิ่งแวดล้อม “Green Grow Growth for Sustainability” รางวัลความยั่งยืน” (รองดาวเขียว ต่อเนื่องปีที่ 5) ประจำปี 2568

บริษัท ไทยนิปปอนรีबरอินดัสตรี จำกัด (มหาชน) ได้เข้าร่วมพิธีรับเกียรติบัตรและรางวัลรางวัลสิ่งแวดล้อม ประจำปี 2568 บริษัท ไทยนิปปอนรีबरอินดัสตรี จำกัด (มหาชน) ได้รับรางวัลรองดาวเขียว โรงงานระดับดีเยี่ยม โครงการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการทำโรงงานอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 5



## เข้าร่วมพิธีมอบรางวัล “CSR-DIW Award 2025”

บริษัท ไทยนิปปอนรีबरอินดัสตรี จำกัด (มหาชน) เข้าร่วมพิธีรับโล่และเกียรติบัตร CSR-DIW Continuous ประจำปี 2568 โดยมีโล่แทนประจำปีว่า “Mind as One: Sustaining Industry, Empowering Communities (อุตสาหกรรมยั่งยืน ชุมชนเข้มแข็ง)” ซึ่งเป็นรางวัลอันทรงเกียรติ แสดงถึงการดำเนินกิจการตามหลักความรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชนโดยรอบบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง



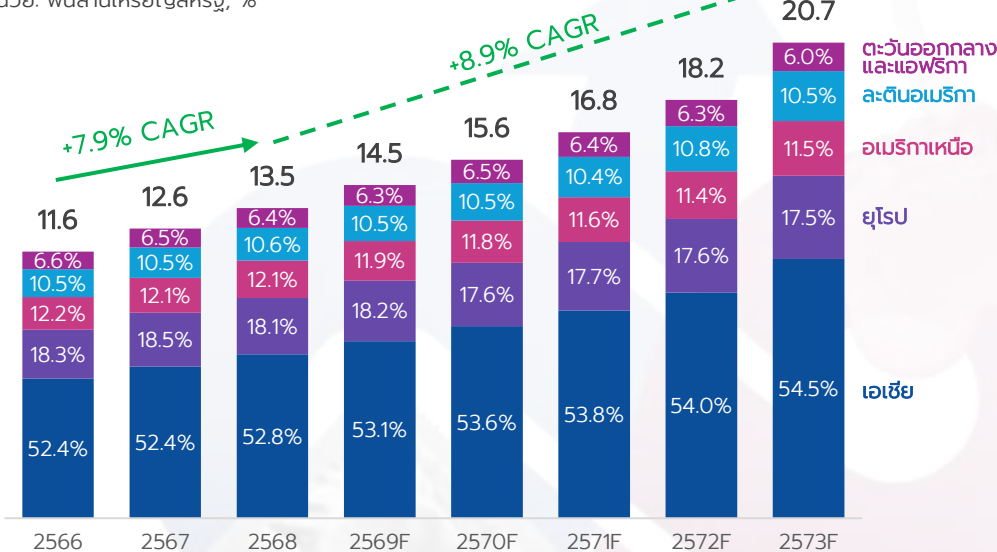
## เข้าร่วมงาน Asia Environmental and Waste Management Expo 2026

คุณจักรพงษ์ ชูพยัคฆ์ ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายผลิตและตัวแทนฝ่ายบริหารด้านการจัดการพลังงาน ได้รับเชิญเป็นวิทยากรร่วมเสวนาภายใต้หัวข้อ “พม. ลดโลกร้อน ภาระที่ต้องรับหรือโอกาสที่อุตสาหกรรมไทยต้องคว้า” ในงาน Asia Environmental and Waste Management Expo 2026 ณ Hall 5 – 6 อิมแพ็คอารีนา เมืองทองธานี จ.ปทุมธานี ซึ่งได้เปิดมุมมองใหม่จากกฎหมายสิ่งแวดล้อมจากผู้เชี่ยวชาญหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อรับมือกับกฎหมายฯ ที่จะถูกปรับใช้ในอนาคต

# แนวโน้มมูลค่าตลาดถุงยางอนามัยทั่วโลก



หน่วย: พันล้านเหรียญสหรัฐ, %



	2566-2568F	2568-2573F
ตะวันออกกลางและแอฟริกา	+6.8%	+7.5%
ละตินอเมริกา	+8.3%	+8.8%
อเมริกาเหนือ	+7.2%	+7.9%
ยุโรป	+7.2%	+8.2%
เอเชีย	+8.3%	+9.6%

มูลค่าตลาดถุงยางอนามัยทั่วโลกในปี 2567 มีมูลค่า 12.6 พันล้านเหรียญสหรัฐ โดย Grandview Research คาดการณ์ว่ามูลค่าตลาดจะขยายเป็น 20.7 พันล้านเหรียญสหรัฐ ภายในปี 2573 คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ราว 8.9% ในช่วงปี 2568–2573 ปัจจัยสนับสนุนการเติบโต ได้แก่ 1) การตระหนักรู้เรื่องการป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์/เอชไอวี 2) การเข้าถึงที่กว้างขึ้นผ่านร้านค้าและช่องทางออนไลน์ 3) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (เช่น ปราศจากน้ำยาง, แบบบาง, แบบมีพื้นผิว) และ 4) โครงการรณรงค์จากภาครัฐและหน่วยงานสาธารณสุข



ที่มา: Grandview Research

# กลยุทธ์ทางธุรกิจ



## นวัตกรรมผลิตภัณฑ์

- เปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง
  - ชนิดไม้ใช้น้ำยาง
  - ผสมสาร CBD
  - แบบบางพิเศษ
  - ผลิตภัณฑ์หล่อลื่น
- ร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่กับพันธมิตรระดับโลก (เช่น PLBY, Calvin Klein, Victoria's Secret)
- เสริมความแข็งแกร่งให้กับแบรนด์ในเครื่องตั้งแต่ Niptex ไปจนถึง GASYM
- ให้บริการ OEM ระดับแนวหน้า พร้อมเครื่องมือสนับสนุนลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

## ประสิทธิภาพการดำเนินงาน

- ปรับปรุงประสิทธิภาพกำลังการผลิต และมาตรฐานสินค้าให้สอดคล้องในแต่ละตลาด
- ยกระดับประสิทธิภาพต้นทุน และความคล่องตัวในห่วงโซ่อุปทาน
- เสริมความร่วมมือระหว่างฝ่ายผลิตและฝ่ายการตลาด
- ดำเนินงานตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Operations)



## ความเป็นเลิศด้านการตลาด

- เสริมสร้างการรับรู้ของแบรนด์ในระดับโลก
  - ผ่านแคมเปญสร้างสรรค์และกิจกรรมทางการตลาด
- เพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค
  - ผ่านกิจกรรมเชิงประสบการณ์และการวางตำแหน่งสินค้าในระดับพรีเมียม
- สร้างภาพลักษณ์ความเป็นแบรนด์พิเศษ
  - ผ่านการเปิดตัวสินค้ารุ่นพิเศษและโครงการสื่อสารเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย

## การขยายตลาดระหว่างประเทศ

- เข้าสู่ตลาดใหม่กว่า 20 ประเทศ
  - ครอบคลุมภูมิภาคอเมริกา เอเชีย แอฟริกา และยุโรป
- ขยายการจัดตั้งฐานธุรกิจค้าปลีกในสหรัฐฯ และขยายการจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อทั่วประเทศไทย
- เสริมความร่วมมือกับตัวแทนจัดจำหน่ายเพื่อขับเคลื่อนการเติบโตอย่างยั่งยืนในตลาดโลก

## ทิศทางการเติบโต



2569

2570

2571

- เปิดตัวผลิตภัณฑ์พรีเมียมและเสริมสร้างความแข็งแกร่งของแบรนด์
- ขยายช่องทางจำหน่ายออนไลน์ในประเทศและต่างประเทศ
- ขยายการดำเนินงานในตลาดต่างประเทศที่มีศักยภาพ
- เพิ่มสัดส่วนรายได้จากธุรกิจรับจ้างผลิต (OEM)
- วางรากฐานการเข้าสู่ตลาดค้าปลีกในสหรัฐฯ และขยายการจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อทั่วประเทศไทย

การเข้าสู่ตลาดและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์

- แสวงหาความร่วมมือระดับโลกเพิ่มเติม
- พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Development)
- ขยายการจำหน่ายในตลาดค้าปลีก และจัดทำแคมเปญการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในประเทศไทย
- เสริมความสัมพันธ์กับตัวแทนจำหน่าย พร้อมยกระดับการวางตำแหน่งในตลาดพรีเมียม
- ขยายธุรกิจค้าปลีกในสหรัฐอเมริกา

เสริมความร่วมมือและขยายการพัฒนา

- เดินหน้าสร้างประสบการณ์ผู้บริโภคที่ยอดเยี่ยมผ่านนวัตกรรมใหม่
- กระตุ้นการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคผ่านแคมเปญการตลาดที่มีประสิทธิภาพ
- เปิดตัวบรรจุภัณฑ์รุ่นพิเศษ (Limited Edition) เพื่อสร้างความพิเศษเฉพาะแบรนด์
- ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคผ่านเทศกาลและกิจกรรมเชิงประสบการณ์
- เสริมความแข็งแกร่งให้ตลาดค้าปลีกในสหรัฐฯ และเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ในประเทศไทย

เพิ่มประสบการณ์และการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคสูงสุด

# การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน (ESG)

## E Environment



**"CSR-DIW Award 2025" ประจำปี 2568**  
**การสนับสนุนคณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา**



**รับประกาศนียบัตรรับรองการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นต์**  
**สนับสนุนเมืองอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ ECO-World Class**

## S Social



**มอบทุนการศึกษาแก่นักเรียนในโรงเรียนของบริษัท**  
**บริจาคโลหิต**



**สนับสนุนกิจกรรมในงานมหกรรมแสดงผลงานนักเรียน**  
**เข้าร่วมงาน "วันสถาปนาคณะสาธารณสุขศาสตร์"**

## G Governance



**ประชุมคณะมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับนิคมอุตสาหกรรม**  
**ศึกษางานด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมขององค์กร**



**ประชุมความคิดเห็นภายใต้โครงการ Factory & Partner Visit**  
**เข้ารับการตรวจประเมินมาตรฐานโรงงาน**

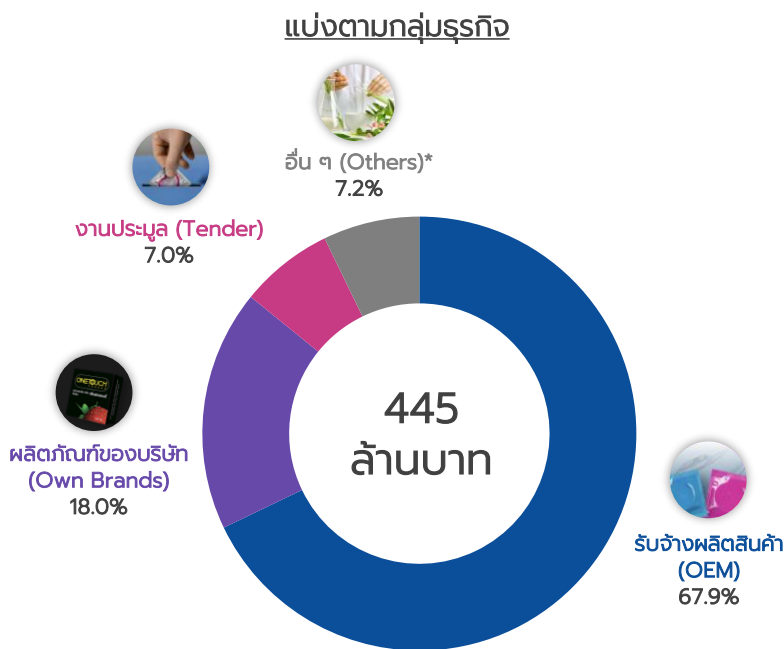
## ผลประกอบการบริษัท



ภาพรวมผลประกอบการ	Q1/68	Q4/68	Q1/69	เปลี่ยนแปลง +/-	
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ
รายได้จากการขายและบริการ	435	480	445	2.3%	(7.3%)
ต้นทุนขาย	(325)	(373)	(353)	8.6%	(5.4%)
กำไรขั้นต้น	110	107	92	(16.4%)	(14.0%)
รายได้อื่น	2	5	2	0.0%	(60.0%)
กลับรายการขาดทุนจากการด้อยค่าของเครื่องหมายความการค้า	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการขาย	(22)	(34)	(35)	59.1%	2.9%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(40)	(37)	(34)	(15.0%)	(8.1%)
กลับรายการ (ผลขาดทุน) ด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	-	(3)	(3)	-	0.0%
กำไร (ขาดทุน) อื่น (สุทธิ)	8	(31)	47	487.5%	(251.6%)
EBIT	58	7	69	19.0%	885.7%
ต้นทุนทางการเงิน	(4)	(6)	(4)	0.0%	(33.3%)
กำไร (ขาดทุน) ก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	54	1	65	20.4%	6,400.0%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(11)	1	(8)	(27.3%)	(900.0%)
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	43	2	57	32.6%	2,750.0%

หมายเหตุ: อาจมีการคาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปัดจุดทศนิยม

# โครงสร้างรายได้จากการดำเนินงาน ไตรมาส 1 ปี 2569



หมายเหตุ: อาจมีการคาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปิดจุดทศนิยม, \*รายได้อื่น ๆ (Others) ประกอบด้วยการผลิตผลิตภัณฑ์กล่องกระดาษและการพิมพ์อื่น ๆ รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่สกัดจากพืชสมุนไพร และให้บริการวิเคราะห์ วิจัยทดสอบเพื่อหาสารสำคัญในพืชสมุนไพรและพืชผลทางการเกษตร

## ผลประกอบการบริษัท

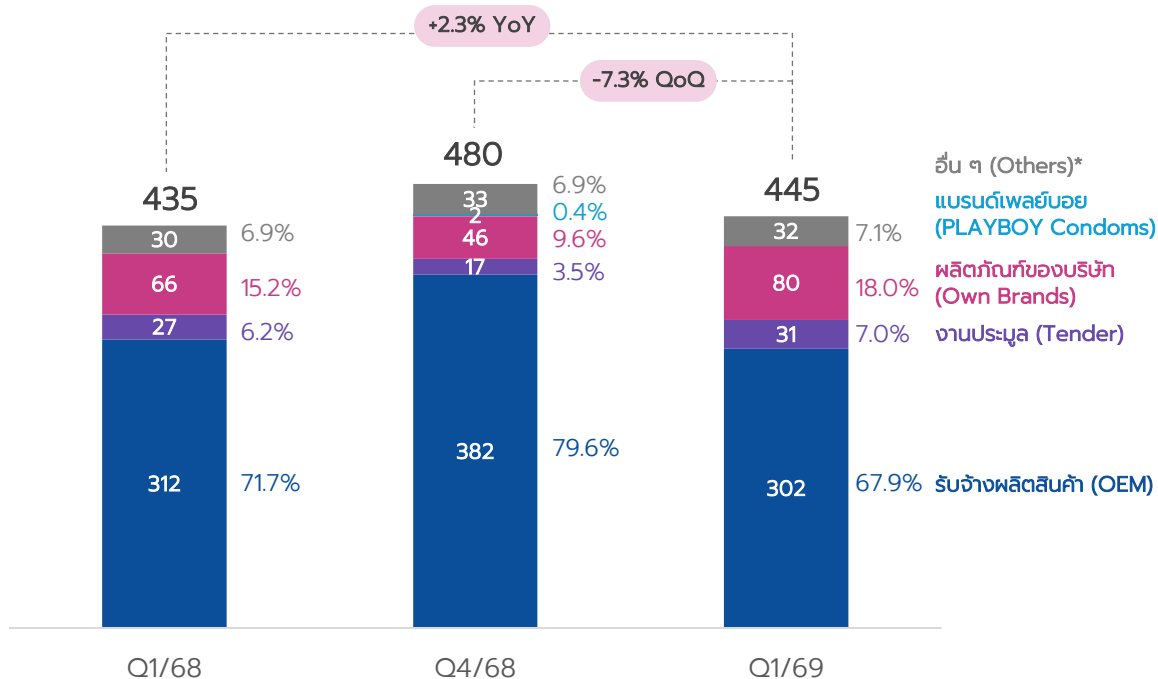


โครงสร้างรายได้	Q1/68	Q4/68	Q1/69	เปลี่ยนแปลง +/-	
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ
<b>รายได้จากการขายและบริการ</b>					
ธุรกิจรับจ้างผลิตสินค้า (OEM)	312	382	302	(3.2%)	(20.9%)
งานประมูล (Tender)	27	17	31	14.8%	82.4%
ผลิตภัณฑ์ของบริษัท (Own Brands)	66	46	80	21.2%	73.9%
ผลิตภัณฑ์แบรนด์เพลย์บอย (PLAYBOY Condoms)	-	2	-	n/a	(100.0%)
รายได้อื่น ๆ (Others)*	30	33	32	6.7%	(3.0%)
<b>รวมรายได้จากการขายและบริการ</b>	<b>435</b>	<b>480</b>	<b>445</b>	<b>2.3%</b>	<b>(7.3%)</b>
รายได้อื่น	2	5	2	0.0%	(60.0%)
<b>รวมรายได้</b>	<b>437</b>	<b>485</b>	<b>447</b>	<b>2.3%</b>	<b>(7.8%)</b>

หมายเหตุ: อาจมีการคาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปิดจุดทศนิยม, \*รายได้อื่น ๆ (Others) ประกอบด้วยการผลิตผลิตภัณฑ์กล่องกระดาษและการพิมพ์อื่น ๆ รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่สกัดจากพืชสมุนไพร และให้บริการวิเคราะห์ วิจัยทดสอบเพื่อหาสารสำคัญในพืชสมุนไพรและพืชผลทางการเกษตร

# 1 รายได้จากการขายและบริการ

หน่วย: ล้านบาท



## YoY Q1/2569 vs Q1/2568

ในไตรมาส 1 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มี**รายได้จากการขายและบริการ** 445 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 10 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.3 เมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจาก:

- 1) การเพิ่มขึ้นของรายได้จากผลิตภัณฑ์ของบริษัท (OBM) โดยเฉพาะช่องทางการขายออนไลน์ ซึ่งช่วยขยายฐานลูกค้า และเพิ่มโอกาสการเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง เพื่อสนับสนุนการเติบโตของรายได้
- 2) การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการได้รับงานประมูล (Tender) ในประเทศ โดยเฉพาะงานจากหน่วยงานภาครัฐ

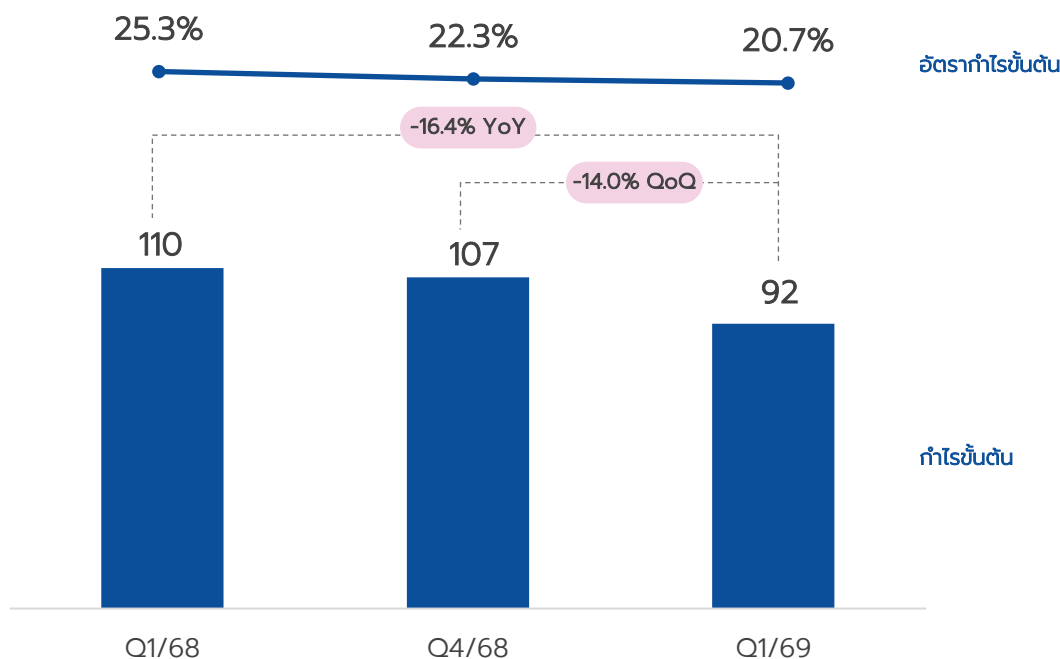
โดยภาพรวมบริษัทฯ สามารถทำยอดขายได้เพิ่มขึ้นทั้งในเชิงปริมาณและมูลค่า ในขณะที่การรับรู้มูลค่าการขายต่างประเทศ ได้รับผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนจากการแข็งค่าของเงินบาท โดยบริษัทใช้อัตราแลกเปลี่ยนในการบันทึกยอดขายเฉลี่ยในไตรมาส 1 ปี 2569 ที่อัตรา 31.65 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ (เทียบกับอัตรา 33.69 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ ในไตรมาส 1 ปี 2568) ซึ่งหากบริษัทใช้อัตราแลกเปลี่ยนเดียวกัน บริษัทจะมียอดขายเพิ่มขึ้นเป็นมูลค่า 467 ล้านบาท)

## QoQ Q1/2569 vs Q4/2568

ในไตรมาส 1 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มี**รายได้จากการขายและบริการ** 445 ล้านบาท ปรับตัวลดลง 35 ล้านบาท หรือร้อยละ 7.3 เมื่อเทียบกับไตรมาส 4 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักจากรายได้ในกลุ่มงานรับจ้างผลิตสินค้า (OEM) ที่ปรับตัวลดลง โดยเฉพาะคำสั่งซื้อจากกลุ่มลูกค้าต่างประเทศ อาทิ รัสเซียและอินโดนีเซีย เนื่องจากราคาได้มีการสั่งซื้อและส่งมอบเป็นจำนวนมากในช่วงไตรมาส 4 ปี 2568

## 2 กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น

หน่วย: ล้านบาท, %



### YoY

Q1/2569 vs Q1/2568

**กำไรขั้นต้น:** ในไตรมาส 1 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้น 92 ล้านบาท ลดลง 18 ล้านบาท หรือร้อยละ 16.4 เมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ปี 2568 โดยสาเหตุหลักมาจากผลกระทบของความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาท โดยบริษัทใช้อัตราแลกเปลี่ยนในการบันทึกยอดขายเฉลี่ยในไตรมาส 1 ปี 2569 ที่อัตรา 31.65 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ (เทียบกับอัตรา 33.69 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ ในไตรมาส 1 ปี 2568) ซึ่งหากบริษัทใช้อัตราแลกเปลี่ยนเดียวกัน บริษัทจะมีกำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นเป็นมูลค่า 114 ล้านบาท ซึ่งมีกำไรขั้นต้นสูงกว่าไตรมาส 1 ปี 2568

อีกทั้ง กลุ่มบริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการต้นทุนการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านการควบคุมต้นทุนวัตถุดิบ ค่าแรง และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการผลิต รวมถึงการปรับปรุงประสิทธิภาพของกระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ **อัตรากำไรขั้นต้น** ในไตรมาส 1 ปี 2569 อยู่ที่ร้อยละ 20.7 หากใช้อัตราแลกเปลี่ยนเดียวกันกับไตรมาส 1 ปี 2568 ในการบันทึกรายได้ บริษัทจะมีอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 24.4

### QoQ

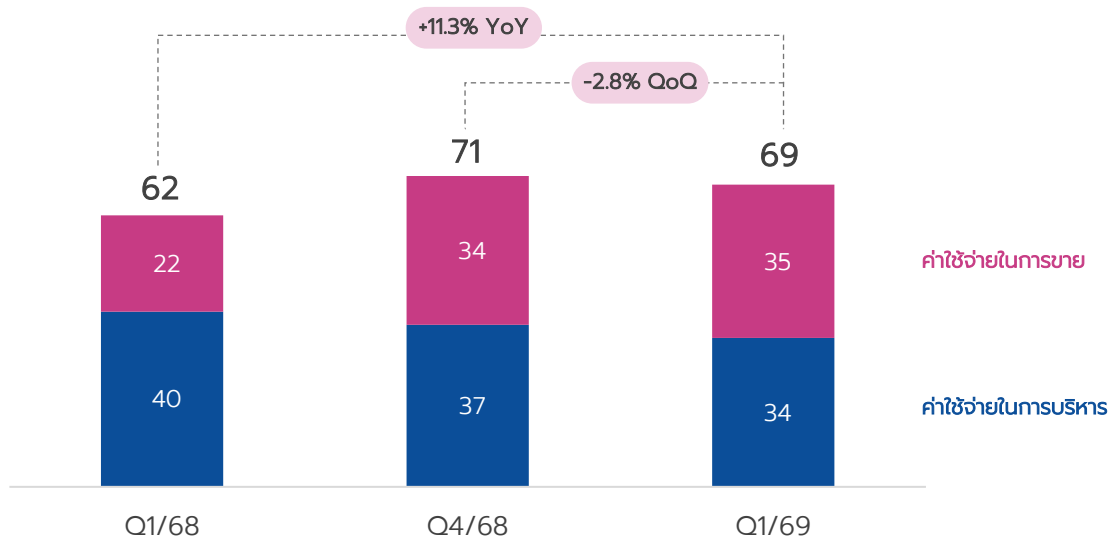
Q1/2569 vs Q4/2568

**กำไรขั้นต้น:** ในไตรมาส 1 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้น 92 ล้านบาท ลดลง 15 ล้านบาท หรือร้อยละ 14.0 เมื่อเทียบกับไตรมาส 4 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักจากรายได้ในกลุ่มงานรับจ้างผลิตสินค้า (OEM) ที่ปรับตัวลดลง โดยเฉพาะคำสั่งซื้อจากกลุ่มลูกค้าต่างประเทศ อาทิ รัสเซียและอินโดนีเซีย เนื่องจากลูกค้าได้มีการสั่งซื้อและส่งมอบเป็นจำนวนมากในช่วงไตรมาส 4 ปี 2568

อีกทั้ง กลุ่มบริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการต้นทุนการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านการควบคุมต้นทุนวัตถุดิบ ค่าแรง และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการผลิต รวมถึงการปรับปรุงประสิทธิภาพของกระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง

### 3 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY

Q1/2569 vs Q1/2568

ในไตรมาส 1 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร 69 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 7 ล้านบาท หรือร้อยละ 11.3 เมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจาก:

**ค่าใช้จ่ายในการขาย:** ในไตรมาส 1 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขาย 35 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 13 ล้านบาท เมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายด้านการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อสนับสนุนการเติบโตของยอดขายผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ของบริษัท (OBM) ทั้งนี้ การลงทุนด้านการตลาดดังกล่าวส่งผลให้ยอดขายผ่านช่องทางออนไลน์ปรับตัวเพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ของปี 2568 สะท้อนถึงประสิทธิภาพของกลยุทธ์การขยายช่องทางการเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง

**ค่าใช้จ่ายในการบริหาร:** ในไตรมาส 1 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหาร 34 ล้านบาท ลดลง 6 ล้านบาท เมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการลดลงของค่าใช้จ่ายตัดจำหน่ายเครื่องหมายความการค้า Playboy อันเนื่องมาจากในช่วงไตรมาส 1 ของปี 2568 บริษัทฯ ยังไม่มีการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายการค้าดังกล่าว จึงมีการรับรู้ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องไว้ในค่าใช้จ่ายในการบริหาร

QoQ

Q1/2569 vs Q4/2568

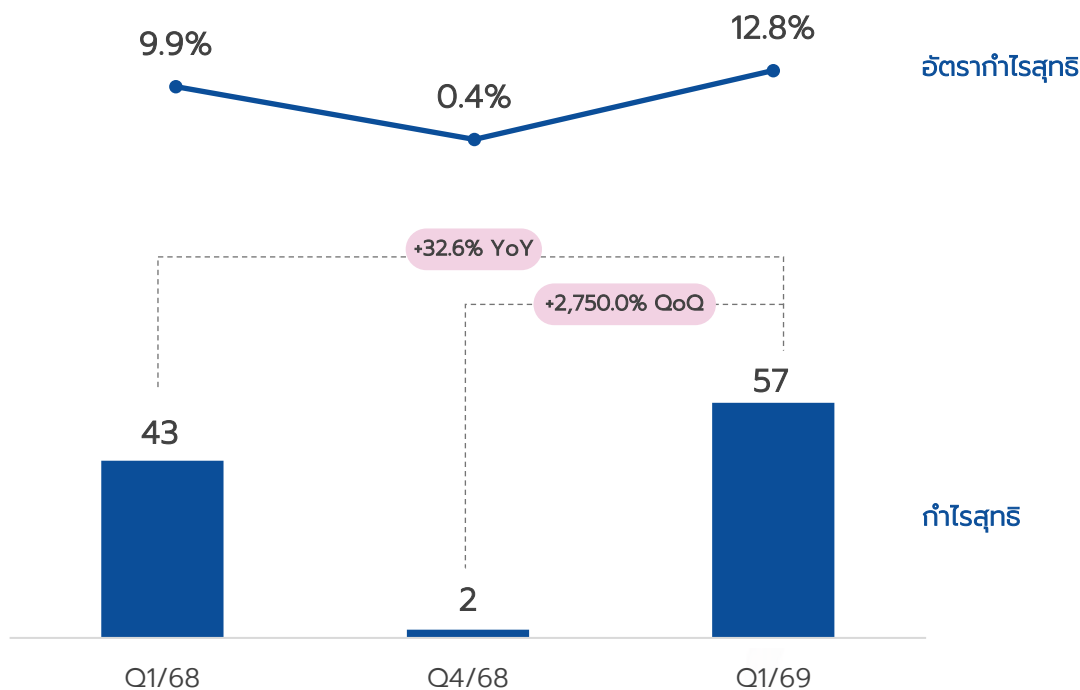
ในไตรมาส 1 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร 69 ล้านบาท ลดลง 2 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.8 เมื่อเทียบกับไตรมาส 4 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจาก:

**ค่าใช้จ่ายในการขาย:** ในไตรมาส 1 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขาย 35 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1 ล้านบาท เมื่อเทียบกับไตรมาส 4 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายด้านการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อสนับสนุนการเติบโตของยอดขายผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ของบริษัท (OBM) ทั้งนี้ การลงทุนด้านการตลาดดังกล่าวส่งผลให้ยอดขายผ่านช่องทางออนไลน์ปรับตัวเพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับไตรมาส 4 ของปี 2568 สะท้อนถึงประสิทธิภาพของกลยุทธ์การขยายช่องทางการเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง

**ค่าใช้จ่ายในการบริหาร:** ในไตรมาส 1 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหาร 34 ล้านบาท ลดลง 3 ล้านบาท เมื่อเทียบกับไตรมาส 4 ปี 2568 อันเนื่องมาจากบริหารจัดการค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน

## 4 กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

หน่วย: ล้านบาท, %



### YoY Q1/2569 vs Q1/2568

**กำไรสุทธิ:** ในไตรมาส 1 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 57 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 14 ล้านบาท หรือร้อยละ 32.6 เมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเติบโตของรายได้จากการขายและบริการ ในเชิงปริมาณที่เพิ่มขึ้น และกลุ่มบริษัทฯ มีการรับรู้กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนที่ยังไม่เกิดขึ้นจริง ณ วันสิ้นงวดของไตรมาส 1 ปี 2569

ส่งผลให้ **อัตรากำไรสุทธิ** อยู่ที่ร้อยละ 12.8 ในไตรมาส 1 ปี 2569 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 9.9 ในไตรมาส 1 ปี 2568

### QoQ Q1/2569 vs Q4/2568

**กำไรสุทธิ:** ในไตรมาส 1 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 57 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 55 ล้านบาท หรือร้อยละ 2,750.0 เมื่อเทียบกับไตรมาส 4 ปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากผลกระทบของความผันผวนจากอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งในไตรมาส 4 ปี 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีการรับรู้ผลขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนที่ยังไม่เกิดขึ้นจริง มูลค่า 31 ล้านบาท และในไตรมาส 1 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีการรับรู้กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนที่ยังไม่เกิดขึ้นจริง มูลค่า 47 ล้านบาท

ส่งผลให้ **อัตรากำไรสุทธิ** อยู่ที่ร้อยละ 12.8 ในไตรมาส 1 ปี 2569 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 0.4 ในไตรมาส 4 ปี 2568

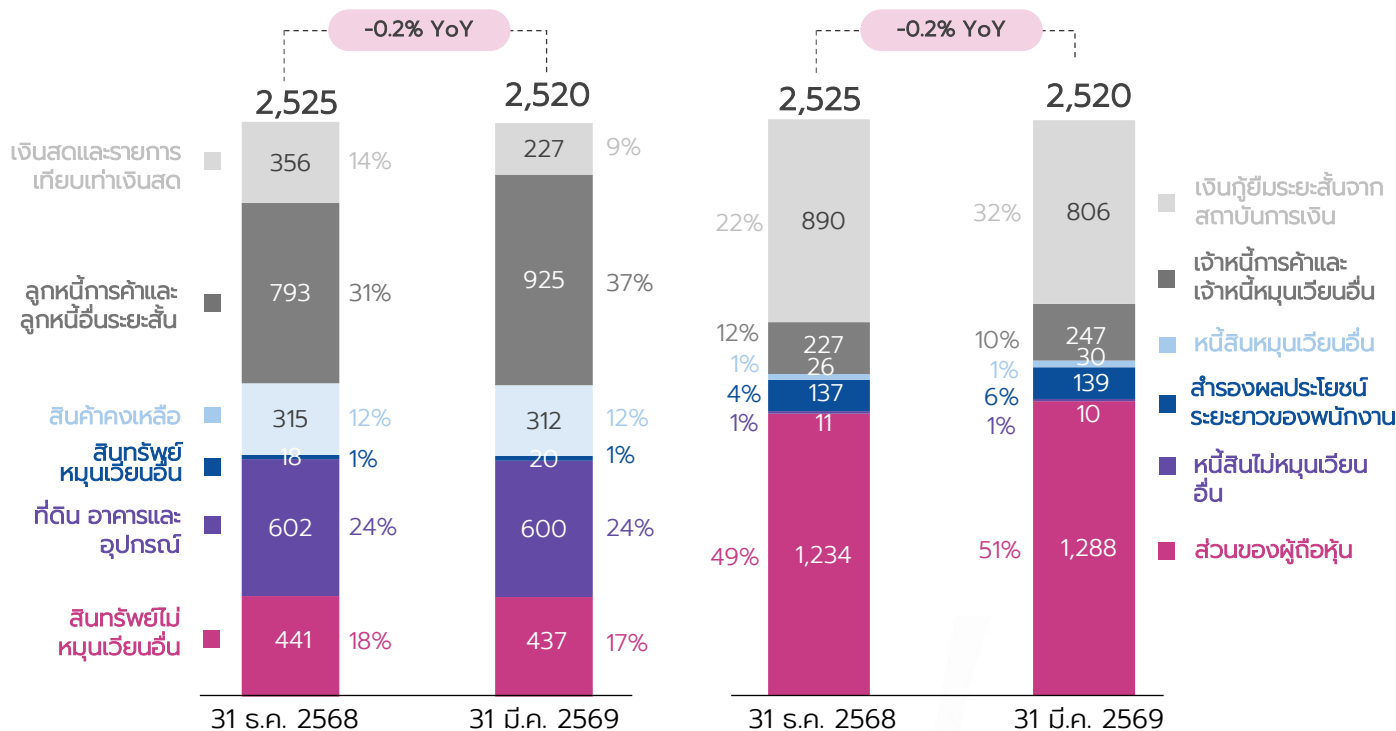
# รายงานแสดงฐานะทางการเงิน



หน่วย: ล้านบาท, %

## สินทรัพย์

## หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น



## 1 สินทรัพย์

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมมูลค่า 2,520 ล้านบาท ลดลง 5 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.2 จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยมีรายละเอียดดังนี้

- **เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด:** มีมูลค่า 227 ล้านบาท ลดลง 129 ล้านบาท เนื่องจากบริษัทฯ มีการบริหารจัดการหมุนเวียนกระแสเงินสดและบริหารความเสี่ยงจากความผันผวนของค่าเงิน
- **ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นระยะสั้น:** มีมูลค่า 925 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 132 ล้านบาท จากการที่บริษัทฯ มีลูกหนี้จากการขายต่างประเทศเพิ่มขึ้นในปี 2568 แต่อย่างไรก็ตามลูกหนี้นี้ดังกล่าวจะมีการทยอยชำระหนี้มาภายในปี 2569
- **สินค้าคงเหลือ:** มีมูลค่า 312 ล้านบาท ลดลง 3 ล้านบาท จากการที่บริษัทฯ มีการส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าตามปกติ
- **ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์:** มีมูลค่า 600 ล้านบาท ลดลง 2 ล้านบาท จากการลงทุนซื้อเครื่องจักรและอุปกรณ์ จำนวน 25 ล้านบาท (ส่วนใหญ่เป็นการลงทุนเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพเครื่องจักร) หักค่าเสื่อมราคาสำหรับงวด จำนวน 27 ล้านบาท

## 2 หนี้สิน

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีหนี้สินรวมมูลค่า 1,232 ล้านบาท ปรับตัวลดลง 59 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.6 จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยมีรายละเอียดดังนี้

- **เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน:** มีมูลค่า 806 ล้านบาท ลดลง 84 ล้านบาท เนื่องจากบริษัทฯ มีการบริหารจัดการกระแสเงินสดและบริหารความเสี่ยงจากความผันผวนของค่าเงิน และการจัดหาเงินทุนหมุนเวียน
- **เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น:** มีมูลค่า 247 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 20 ล้านบาท จากการจ่ายชำระค่าซื้อวัตถุดิบ ซึ่งเป็นปกติของธุรกิจ

## 3 ส่วนของผู้ถือหุ้น

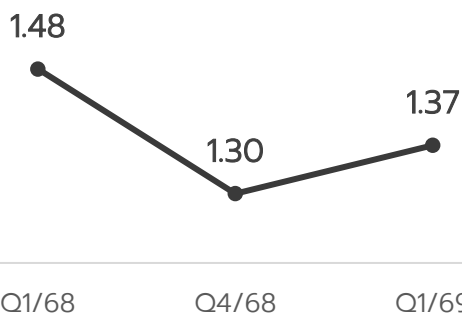
ณ วันที่ 31 มีนาคม 2568 กลุ่มบริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้น 1,288 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 54 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.4 จากวันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากกลุ่มบริษัทมีผลกำไรจากการดำเนินงานในไตรมาส 1 ปี 2569

# อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ



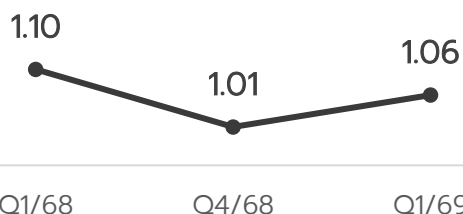
## อัตราส่วนเงินหมุนเวียน

หน่วย: เท่า



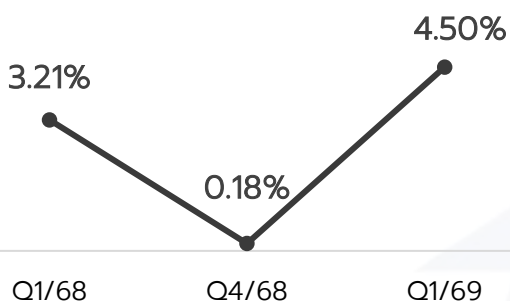
## อัตราส่วนเงินหมุนเวียนเร็ว

หน่วย: เท่า



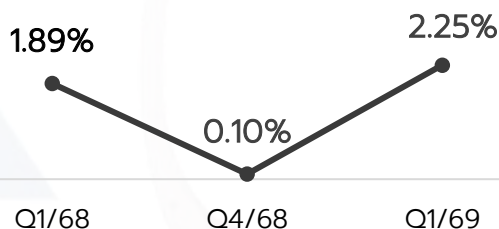
## อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE)

หน่วย: %



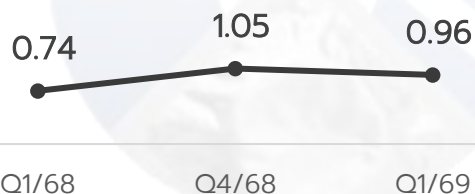
## อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)

หน่วย: %



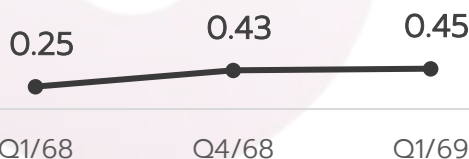
## อัตราส่วนหนี้สินต่อผู้ถือหุ้น (D/E Ratio)

หน่วย: เท่า



## อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนผู้ถือหุ้น

หน่วย: เท่า



จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

.....

นายวิศิษย์ ฐิราวุฒนันท์  
ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและการเงิน  
ผู้มีอำนาจรายงานสารสนเทศ  
บริษัท ไทยนิปปอนรีबरอินดัสตรี จำกัด (มหาชน)

