

ที่ BLC 090/2569

วันที่ 11 พฤษภาคม 2569

 เรื่อง คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ (Management Discussion and Analysis)  
 สำหรับผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 1 ปี 2569

เรียน กรรมการและผู้จัดการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

**ผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 1 ปี 2569**

งบกำไรขาดทุน หน่วย : ล้านบาท	ไตรมาสที่ 1	ไตรมาสที่ 4	ไตรมาสที่ 1	เปลี่ยนแปลง	
	ปี 2568	ปี 2568	ปี 2569	%YoY	%QoQ
	1Q2568	4Q2568	1Q2569		
รายได้จากการขายและให้บริการ	440.4	410.4	417.8	-5.1%	1.8%
กำไรขั้นต้น	253.1	239.7	229.0	-9.5%	-4.5%
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	57.5%	58.4%	54.8%	-4.6%	-6.2%
รายได้อื่น	3.2	2.2	1.8	-43.8%	-18.2%
ค่าใช้จ่ายในการขาย	112.5	117.6	113.9	1.3%	-3.1%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	70.2	74.3	76.1	8.4%	2.4%
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้	73.6	50.0	40.8	-44.6%	-18.4%
<b>EBITDA</b>	<b>88.1</b>	<b>65.8</b>	<b>56.4</b>	<b>-36.0%</b>	<b>-14.3%</b>
ต้นทุนทางการเงิน	1.6	2.0	2.1	31.3%	5.0%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	16.1	8.8	8.3	-48.4%	-5.7%
กำไรสุทธิ	55.9	39.2	30.4	-45.6%	-22.4%
อัตรากำไรสุทธิ (%)	12.7%	9.6%	7.3%		

**ภาพรวมธุรกิจ**

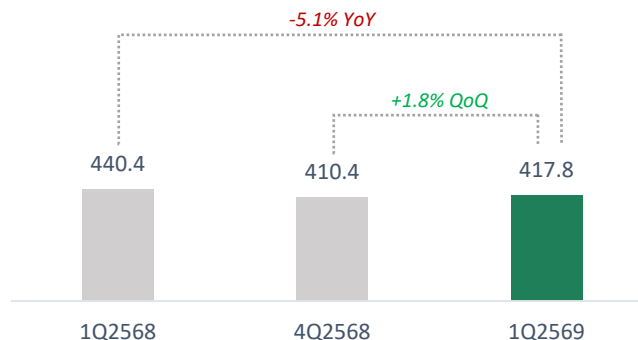
ภาพรวมอุตสาหกรรมยาและสุขภาพของประเทศไทยในปี 2569 ยังคงมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีแรงขับเคลื่อนสำคัญจากการก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ และการขยายตัวของกลุ่มผู้รักสุขภาพเชิงป้องกัน ส่งผลให้อุปสงค์ในกลุ่มยาโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs) และผลิตภัณฑ์เสริมอาหารปรับตัวสูงขึ้น นอกจากนี้ นโยบายภาครัฐที่มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการเข้าถึงบริการสาธารณสุขผ่านร้านยาเครือข่าย รวมถึงบทบาทที่มากขึ้นของสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สปสช.) ในการสนับสนุนการรับยาในอาการเจ็บป่วยเล็กน้อยผ่านร้านยาคุณภาพเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยขยายฐานการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ยาและเวชภัณฑ์ให้ครอบคลุมทั่วประเทศมากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมยังได้รับแรงกดดันและความท้าทายจากความผันผวนของสถานการณ์ภูมิรัฐศาสตร์ รวมถึงสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในตลาดเครื่องสำอางและสมุนไพรจากคู่แข่งทั้งในและต่างประเทศ ท่ามกลางสถานการณ์ดังกล่าว กลุ่มบริษัทมุ่งเน้นการปรับกลยุทธ์การตลาดและนวัตกรรมการผลิตเพื่อยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับ พร้อมทั้งเดินหน้านำการขยายกำลังการผลิตเชิงกลยุทธ์จากอาคารผลิตหลังใหม่ เพื่อสร้างความได้เปรียบด้านต้นทุนและรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน

## เหตุการณ์สำคัญในไตรมาส 1 ปี 2569

- BLC ร่วมกับ WE Fitness สนับสนุนการแข่งขันฟิตเนสระดับโลก HYROX เมื่อวันที่ 6 มีนาคม 2569 โดยได้นำผลิตภัณฑ์ 'Arotika' ซึ่งเป็นนวัตกรรมสมุนไพรไทยจากสิทธิบัตรเฉพาะของกลุ่มบริษัท เข้าไปมีส่วนร่วมในการดูแลและฟื้นฟูกล้ามเนื้อแก่นักกีฬาภายในงาน เป็นการตอกย้ำความเป็นผู้นำในเทรนด์สุขภาพเชิงป้องกันและการขยายฐานลูกค้าเพื่อสร้างการเติบโตของรายได้ในกลุ่มผลิตภัณฑ์นวัตกรรม
- เมื่อวันที่ 23 มีนาคม 2569 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทได้มีมติอนุมัติการเพิ่มทุนจดทะเบียนตามสัดส่วนการถือหุ้นเดิม ในบริษัท บางกอก เมดิก้า จำกัด (บริษัทย่อยทางอ้อม) จากเดิม 5 ล้านบาท เป็น 10 ล้านบาท เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งของโครงสร้างทางการเงินและรองรับแผนการขยายธุรกิจของกลุ่มบริษัทในอนาคต โดยได้ดำเนินการจดทะเบียนเพิ่มทุนดังกล่าวแล้วเสร็จในเดือนพฤษภาคม 2569
- BLC ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนกิจกรรมวิ่งการกุศล 'หมอออริโซฯ ชวนก้าว @ Run Ratch Ri' จัดโดยโรงพยาบาลราชบุรี เพื่อสมทบทุนจัดซื้อเครื่องมือแพทย์เฉพาะทางด้านกระดูกและข้อ สะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการสนับสนุนระบบสาธารณสุขและส่งเสริมสุขภาวะที่ดีให้แก่ชุมชน ควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน
- BLC ได้รับรางวัล CSR-DIW Continuous Award ประจำปี 2568 จากกรมโรงงานอุตสาหกรรม (กรอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งสะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจตามมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างการเติบโตทางธุรกิจ การดูแลชุมชน และการรักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างคุณค่าแก่ผู้มีส่วนได้เสียในระยะยาว

## รายได้จากการดำเนินงาน

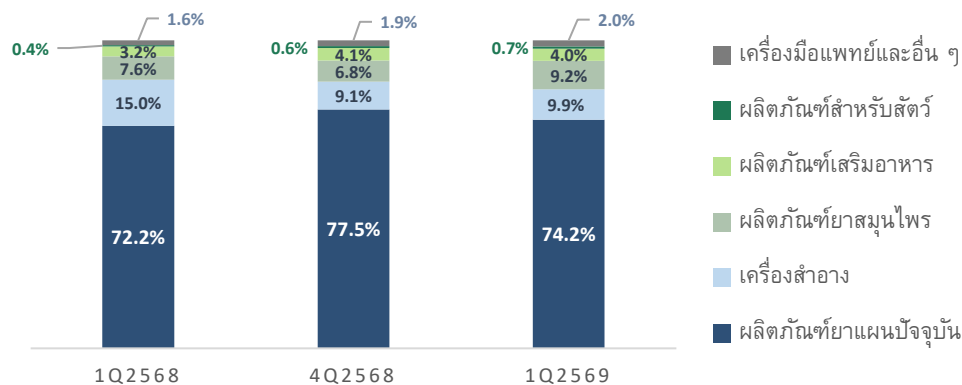


## รายได้จากการขายและให้บริการสำหรับไตรมาส 1 ปี 2569

กลุ่มบริษัทมีรายได้จากการขายและให้บริการสำหรับไตรมาส 1/2569 เท่ากับ 417.8 ล้านบาท ลดลงในอัตรา 5.1% เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันในปีก่อนหน้า (YoY) โดยมีปัจจัยหลักจากสภาวะการชะลอตัวของเศรษฐกิจและแรงกดดันจากสถานการณ์ภูมิรัฐศาสตร์ที่ส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อของผู้บริโภคในภาพรวม อย่างไรก็ตาม รายได้ยังคงมีการเติบโตที่ 1.8% เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า (QoQ) ซึ่งสะท้อนถึงความสามารถในการยกระดับกลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์และการบริหารจัดการช่องทางการจำหน่ายที่ครอบคลุมทั้งออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อรักษาส่วนแบ่งการตลาดในกลุ่มผลิตภัณฑ์หลักได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทมุ่งเน้นการเสริมสร้างพันธมิตรทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งเตรียมเปิดตัวผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่ที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด เพื่อสร้างการเติบโตที่ยั่งยืนในระยะยาว

**รายได้แบ่งตามกลุ่มผลิตภัณฑ์**

งบกำไรขาดทุน หน่วย : ล้านบาท	ไตรมาสที่ 1	ไตรมาสที่ 4	ไตรมาสที่ 1	เปลี่ยนแปลง	
	ปี 2568	ปี 2568	ปี 2569	%YoY	%QoQ
	1Q2568	4Q2568	1Q2569		
ผลิตภัณฑ์ยาแผนปัจจุบัน	317.8	318.1	310.2	-2.4%	-2.5%
เครื่องสำอาง	66.0	37.4	41.2	-37.6%	10.2%
ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร	33.5	27.9	38.5	15.0%	38.1%
ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร	13.9	16.9	16.7	19.8%	-1.5%
ผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์	1.9	2.3	2.7	42.6%	17.8%
เครื่องมือแพทย์และอื่น ๆ	7.3	7.8	8.5	16.7%	9.2%
<b>รวมรายได้จากการขายและให้บริการ</b>	<b>440.4</b>	<b>410.4</b>	<b>417.8</b>	<b>-5.1%</b>	<b>1.8%</b>

**โครงสร้างรายได้แบ่งตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ (%)**


**ผลิตภัณฑ์ยาแผนปัจจุบัน:** รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ยาแผนปัจจุบันในไตรมาส 1/2569 ปรับตัวลดลงเล็กน้อยในอัตรา 2.4% (YoY) และ 2.5% (QoQ) โดยมีสาเหตุหลักมาจากข้อกำหนดด้านการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์ยาควบคุมบางรายการ ซึ่งส่งผลกระทบต่อปริมาณการจำหน่ายในบางกลุ่มผลิตภัณฑ์ ขณะที่รายได้ในภาคการส่งออกยังคงได้รับแรงกดดันจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวของคู่ค้าหลักในต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทยังคงมุ่งเน้นการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายเพื่อลดผลกระทบจากข้อกำหนดดังกล่าว และแสวงหาโอกาสในตลาดส่งออกใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง

**เครื่องสำอาง:** รายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางปรับตัวลดลงในอัตรา 37.6% (YoY) เนื่องจากในปีก่อนหน้ามีการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเชิงรุกผ่านช่องทางออนไลน์และการสร้างกระแสผ่านกลุ่ม Key Opinion Leaders (KOLs) ของผลิตภัณฑ์ Clena Ex ซึ่งส่งผลให้ฐานรายได้ในปีก่อนหน้าอยู่ในระดับสูง อย่างไรก็ตาม ยอดขายในกลุ่มนี้มีการเติบโตที่ 10.2% (QoQ) โดยมีปัจจัยหนุนหลักจากความนิยมในผลิตภัณฑ์ Vitera และ Burnova นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทได้ขยายพอร์ตสินค้าโดยได้รับสิทธิเป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์เซาค้อทะเลญซึ่งเริ่มรับรู้รายได้ตั้งแต่ไตรมาส 1/2569 เป็นต้นไป เพื่อมุ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลายและเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับกลุ่มธุรกิจเครื่องสำอางในระยะยาว

**ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร:** กลุ่มผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรมียอดขายเติบโตอย่างต่อเนื่องในอัตรา 15.0% (YoY) และในอัตรา 38.1% (QoQ) โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักจากความต้องการใช้ยาสมุนไพรในกลุ่มลูกค้าโรงพยาบาล สอดคล้องกับนโยบายส่งเสริมการใช้ยาสมุนไพรในระบบสาธารณสุข นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทยังได้ดำเนินกลยุทธ์การตลาดเชิงรุก และการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์หลักอย่าง Plaivana เติบโตอย่างโดดเด่นกว่า 10% เมื่อเทียบกับทั้ง YoY และ QoQ และในขณะเดียวกัน ยอดขายในไตรมาสนี้ยังได้รับปัจจัยหนุนเพิ่มเติมจากการทยอยรับรู้คำสั่งซื้อจากกลุ่มลูกค้าโรงพยาบาลที่ชะลอมาจากไตรมาสก่อนหน้า

**ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร:** ในไตรมาส 1/2569 รายได้จากผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเติบโตขึ้นในอัตรา 19.8% (YoY) โดยมีปัจจัยหลักมาจากยอดขายของสินค้าในกลุ่ม Deeday, Baidy และ Prozeus ที่มีการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าโรงพยาบาลและร้านขายยาได้มากขึ้น รวมทั้งมีการออกสินค้าใหม่ในภายใต้แบรนด์ Deeday และ Prozeus อย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม รายได้จากกลุ่มสินค้าเสริมอาหารลดลงเล็กน้อยในอัตรา 1.5% (QoQ) จากการจ้างผลิตสินค้า OEM ที่ลดลงในไตรมาสนี้

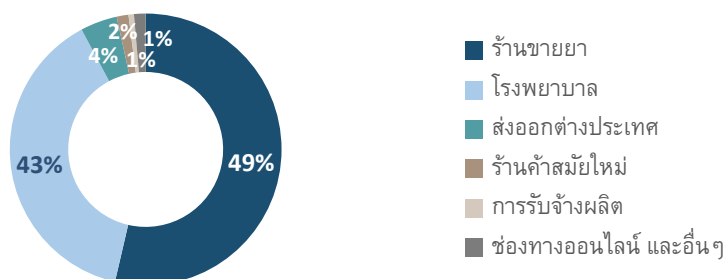
**ผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์:** รายได้จากผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เติบโตขึ้นทั้งเมื่อเทียบกับทั้ง YoY และ QoQ สอดคล้องกับการฟื้นตัวของตลาดปศุสัตว์ โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักจากการขยายตัวของความต้องการในกลุ่มเวชภัณฑ์สัตว์

**ผลิตภัณฑ์เครื่องมือแพทย์และอื่น ๆ:** กลุ่มผลิตภัณฑ์นี้มียอดขายเติบโตขึ้นในไตรมาส 1/2569 ในอัตรา 16.7% (YoY) และในอัตรา 9.2% (QoQ) โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักมาจากกลุ่มผลิตภัณฑ์รักษาแผลเป็น ซึ่งมีการปรับภาพลักษณ์บรรจุภัณฑ์ใหม่เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารอัตลักษณ์ของแบรนด์ให้มีความโดดเด่นและดึงดูดกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น

**รายได้แบ่งตามช่องทางการจัดจำหน่าย**

รายได้แบ่งตามช่องทางการจัดจำหน่าย หน่วย : ล้านบาท	ไตรมาสที่ 1	ไตรมาสที่ 4	ไตรมาสที่ 1	เปลี่ยนแปลง	
	ปี 2568	ปี 2568	ปี 2569	%YoY	%QoQ
	1Q2568	4Q2568	1Q2569		
ร้านขายยา	246.6	215.6	207.0	-16.1%	-4.0%
โรงพยาบาล	160.7	161.8	179.0	11.4%	10.6%
ส่งออกต่างประเทศ	16.8	18.9	16.1	-4.2%	-14.8%
ร้านค้าสมัยใหม่	7.6	5.0	8.0	5.3%	60.0%
การรับจ้างผลิต	3.0	3.1	3.6	20.0%	16.1%
ช่องทางออนไลน์ และอื่น ๆ	5.7	6.0	4.1	-28.1%	-31.7%
<b>รวมรายได้จากการขายและให้บริการ</b>	<b>440.4</b>	<b>410.4</b>	<b>417.8</b>	<b>-5.1%</b>	<b>1.8%</b>

โครงสร้างรายได้แบ่งตามช่องทางการจัดจำหน่าย (%)



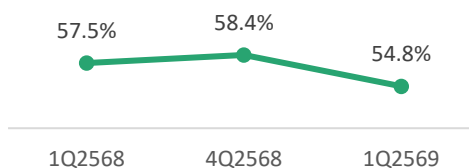
รายได้หลักของกลุ่มบริษัทมาจากการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางร้านขายยา ซึ่งมีสัดส่วน 49% ของรายได้จากการขายและให้บริการรวมในไตรมาส 1/2569 โดยยอดขายในช่องทางนี้ปรับตัวลดลงทั้งแบบ YoY และ QoQ สาเหตุหลักมาจากการจัดจำหน่ายในกลุ่มยาแผนปัจจุบันและเครื่องสำอางที่ลดลงตามปัจจัยที่กล่าวไว้ข้างต้น

สำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านโรงพยาบาลและคลินิก (ทั้งภาครัฐและเอกชน) มีสัดส่วนรายได้คิดเป็น 43% โดยมียอดขายเติบโตขึ้น 11.4% (YoY) และ 10.6% (QoQ) ปัจจัยสนับสนุนหลักมาจากความต้องการในกลุ่มผลิตภัณฑ์สำคัญ เช่น Diabedem, Plaivana และ Gastro Bismol ซึ่งได้รับปัจจัยหนุนจากนโยบายสนับสนุนการใช้ยาของภาครัฐ รวมถึงรอบการจัดซื้อตามงบประมาณประจำปีของกลุ่มโรงพยาบาลที่ชะลอมาจากไตรมาสก่อนหน้าช่วยผลักดันให้ความต้องการใช้ยาเพิ่มขึ้นในงวดปัจจุบัน

สำหรับช่องทางการส่งออกต่างประเทศของกลุ่มบริษัทคิดเป็นสัดส่วน 4% ของรายได้จากการขายและให้บริการทั้งหมดของไตรมาส 1/2569 ซึ่งมียอดขายลดลง 4.2% (YoY) และ 14.8% (QoQ) สาเหตุหลักมาจากการชะลอตัวทางเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศคู่ค้า CLMV ประกอบกับปริมาณการจัดจำหน่ายในประเทศกัมพูชาปรับตัวลดลงจากสถานการณ์ความไม่แน่นอนตามแนวชายแดน ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาระขนส่งและกิจกรรมทางเศรษฐกิจในพื้นที่ดังกล่าวชั่วคราว

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทมีสัดส่วนยอดขายจากช่องทางร้านค้าสมัยใหม่อยู่ที่ 2% การรับจ้างผลิตสินค้าอยู่ที่ 1% และจากช่องทางออนไลน์และอื่น ๆ อยู่ที่ 1% ของรายได้จากการขายและให้บริการทั้งหมดในไตรมาส 1/2569 โดยรายได้ผ่านช่องทางร้านค้าสมัยใหม่ปรับตัวเพิ่มขึ้นในอัตรา 5.3% (YoY) และ 60.0% (QoQ) จากความสำเร็จในการขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์เข้าสู่ช่องทางจำหน่ายใหม่ ๆ ได้ครอบคลุมยิ่งขึ้น เช่นเดียวกับกลุ่มการรับจ้างผลิตที่ขยายตัวได้ดีทั้ง YoY และ QoQ ตามปริมาณคำสั่งซื้อยาสัตว์ที่เพิ่มขึ้นสอดคล้องกับการฟื้นตัวของอุตสาหกรรมปศุสัตว์ อย่างไรก็ตาม ยอดขายจากช่องทางออนไลน์และอื่น ๆ ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนและไตรมาสที่ผ่านมา เนื่องด้วยสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในตลาดเครื่องสำอาง ซึ่งเป็นความท้าทายหลักในการบริหารจัดการยอดขายในช่องทางนี้

### อัตรากำไรขั้นต้น

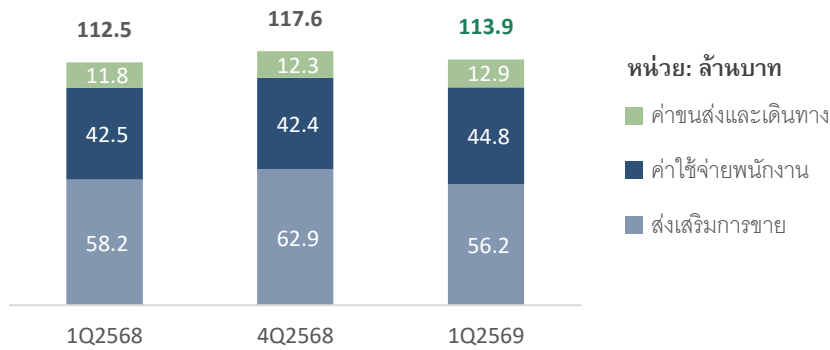


ในไตรมาส 1/2569 กลุ่มบริษัทมีอัตรากำไรขั้นต้นเท่ากับ 54.8% ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนและไตรมาสที่ผ่านมา โดยมีสาเหตุหลักจากการปรับเปลี่ยนของสัดส่วนการขายผลิตภัณฑ์ ซึ่งยอดขายในกลุ่มเครื่องสำอางที่มีอัตรากำไรสูงมีสัดส่วนลดลง ประกอบกับการขยายตัวของกลุ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพรท่ามกลางสภาวะการแข่งขันด้านราคาที่สูงขึ้น โดยบริษัทได้ใช้กลยุทธ์การบริหารจัดการราคาเชิงรุกเพื่อชิงส่วนแบ่งการตลาดในกลุ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่มีแนวโน้มการเติบโตสูง แม้ส่งผลให้กำไรต่อหน่วยลดลงชั่วคราวแต่เป็นการเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและรักษาฐานลูกค้าในระยะยาว

อย่างไรก็ตาม อัตรากำไรขั้นต้นได้รับปัจจัยสนับสนุนบางส่วนจากการแข็งค่าของเงินบาทเมื่อเทียบกับดอลลาร์สหรัฐ ตามทิศทางนโยบายการเงินของประเทศเศรษฐกิจหลัก ซึ่งช่วยลดภาระต้นทุนการนำเข้าวัตถุดิบในสัดส่วนประมาณ 11% ของการจัดซื้อทั้งหมด ช่วยบรรเทาผลกระทบจากปัจจัยด้านราคาขายได้ในระดับหนึ่ง

## ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

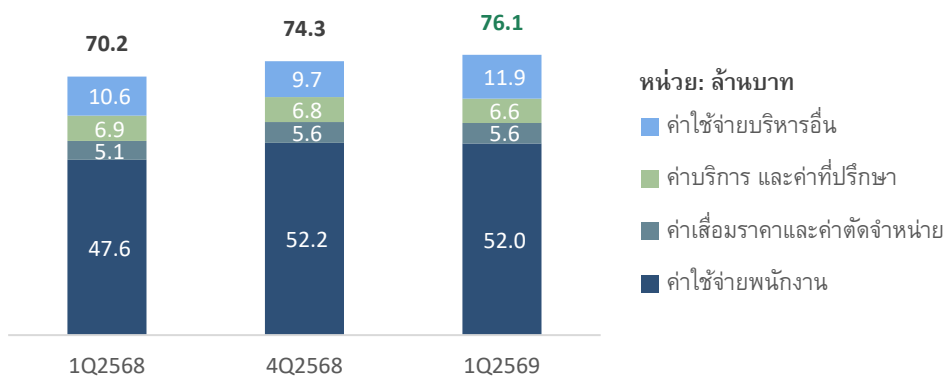
### ค่าใช้จ่ายในการขาย



สำหรับไตรมาส 1/2569 ค่าใช้จ่ายในการขายเพิ่มขึ้น 1.3% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มจำนวนบุคลากรในส่วนงานขายและการตลาดเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจและเป้าหมายการเติบโตของยอดขาย รวมถึงค่าใช้จ่ายในการเดินทางของฝ่ายขายที่เพิ่มขึ้นตามกิจกรรมการขาย

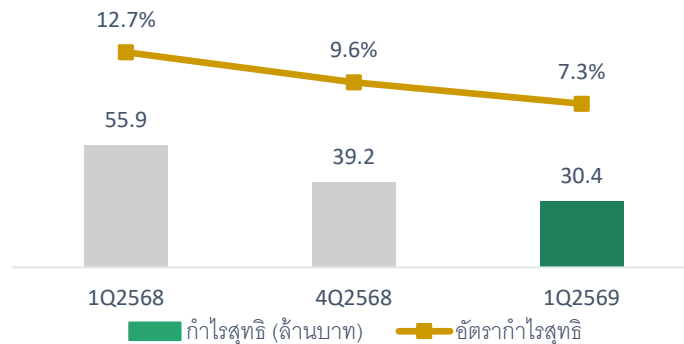
อย่างไรก็ตาม เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า (QoQ) ค่าใช้จ่ายในการขายลดลง 3.1% โดยหลักเป็นผลจากการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายด้านสื่อโฆษณาและกิจกรรมส่งเสริมการขายให้มีความสอดคล้องกับแผนการดำเนินงานในไตรมาสนี้

### ค่าใช้จ่ายในการบริหาร



ค่าใช้จ่ายในการบริหารสำหรับไตรมาส 1/2569 เพิ่มขึ้น 8.4% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) และ 2.4% เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า (QoQ) ปัจจัยหลักมาจากการเพิ่มสัดส่วนบุคลากรในฝ่ายบริหารเพื่อรองรับการขยายฐานธุรกิจ นอกจากนี้ มีการเพิ่มขึ้นของค่าธรรมเนียมเครื่องหมายการค้าและค่าธรรมเนียมขึ้นทะเบียนยาตามแผนการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมถึงการรับรู้ผลขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนซึ่งเป็นผลกระทบจากการชำระค่าเครื่องจักรนำเข้าสำหรับอาคารผลิตใหม่ ซึ่งเป็นผลกระทบจากการผันผวนของค่าเงินในระหว่างงวด

## กำไรสุทธิ



### กำไรสุทธิสำหรับงวดไตรมาส 1 ปี 2569

กลุ่มบริษัทมีกำไรสุทธิจำนวน 30.4 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิที่ 7.3% โดยมีสาระสำคัญดังนี้:

- **รายได้จากการขายและประสิทธิภาพการทำกำไร:**
  - YoY: รายได้ปรับตัวลดลง โดยหลักมาจากกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่เผชิญการแข่งขันรุนแรงและสภาวะตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้สัดส่วนรายได้จากกลุ่มสินค้าที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูงลดลงในไตรมาสนี้
  - QoQ: รายได้ฟื้นตัวขึ้นจากไตรมาสก่อนหน้าจากการเติบโตของกลุ่มยาสมุนไพร ซึ่งเป็นผลสำเร็จจากการทำการตลาดเชิงรุกและการขยายฐานลูกค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม อัตรากำไรขั้นต้นลดลงในไตรมาสนี้ เนื่องจากการปรับกลยุทธ์ด้านราคาเพื่อเร่งสร้างส่วนแบ่งการตลาดในกลุ่มผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร
- **ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร:**
  - YoY: ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นจากงวดเดียวกันในปีก่อนหน้าจากการเพิ่มจำนวนบุคลากร
  - QoQ: สัดส่วนค่าใช้จ่ายต่อรายได้ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน จากการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายภายในอย่างมีประสิทธิภาพ แม้จะมีการลงทุนด้านทรัพยากรบุคคลเพิ่มขึ้นในระหว่างงวด
- **รายได้อื่นและต้นทุนทางการเงิน:**
  - รายได้อื่นลดลงจากดอกเบี้ยรับที่น้อยลง เนื่องจากการนำเงินลงทุนระยะสั้นไปใช้ชำระค่าก่อสร้างและติดตั้งเครื่องจักรสำหรับอาคารผลิตหลังใหม่ ซึ่งเป็นไปตามแผนการใช้จ่ายเงินตามที่ระบุไว้ในหนังสือชี้ชวน
  - ต้นทุนทางการเงินเพิ่มขึ้นจากการเบิกใช้เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน เพื่อเพิ่มสภาพคล่องในเงินทุนหมุนเวียนและสนับสนุนกิจกรรมการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท
- **ภาษีเงินได้:**
  - ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ปรับตัวลดลงสอดคล้องกับกำไรจากการดำเนินงานในระหว่างงวด
  - อัตรากำไรสุทธิที่แท้จริง ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า (YoY) จากการบริหารจัดการรายจ่ายที่ไม่สามารถนำมาหักเป็นรายจ่ายทางภาษีได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า (QoQ) อัตรากำไรสุทธิมีการปรับตัวเพิ่มขึ้น จากการการบวกกลับทางภาษีตามลักษณะของกิจกรรมทางธุรกิจในช่วงต้นปี

## ฐานะทางการเงิน

งบฐานะการเงิน	31 ธ.ค. 2568		31 มี.ค. 2569		เปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
สินทรัพย์รวม	2,365.6	100.0%	2,468.8	100.0%	103.2	4.4%
หนี้สินรวม	686.8	29.0%	759.6	30.8%	72.8	10.6%
ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม	1,678.8	71.0%	1,709.2	69.2%	30.4	1.8%

## สินทรัพย์

สินทรัพย์รวมของกลุ่มบริษัท ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 เท่ากับ 2,468.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากสิ้นปี 2568 จำนวน 103.2 ล้านบาท โดยมาจากการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์หมุนเวียนจำนวน 29.5 ล้านบาท และการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนจำนวน 73.7 ล้านบาท ดังต่อไปนี้

- เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ลดลงจากสิ้นปี 2568 จำนวน 36.8 ล้านบาท โดยหลักมาจากการจ่ายเงินปันผล การชำระหนี้สินตามสัญญาเช่า และการจ่ายเงินเพื่อลงทุนในอาคารผลิตใหม่ และเครื่องจักรเพิ่มเติมในระหว่างงวด
- ลูกหนี้การค้า เพิ่มขึ้นจากสิ้นปี 2568 จำนวน 18.4 ล้านบาท โดยหลักมาจากยอดขายในไตรมาส 1 ปี 2569 ที่เพิ่มขึ้นเล็กน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับยอดขายในไตรมาส 4 ปี 2568 (ระยะเวลาการให้สินเชื่อแก่ลูกค้ามีระยะเวลาตั้งแต่ 30 ถึง 150 วัน) ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทได้มีการตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญแล้วจำนวน 1.3 ล้านบาท ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 โดยยอดลูกหนี้เกินกำหนดชำระคิดเป็นสัดส่วน 3.9% ของลูกหนี้ทั้งหมด (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568: ค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญมีจำนวน 1.2 ล้านบาท โดยยอดลูกหนี้เกินกำหนดชำระคิดเป็นสัดส่วน 7.2% ของลูกหนี้ทั้งหมด)
- สินค้าคงเหลือ เพิ่มขึ้นจำนวน 43.3 ล้านบาท เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2568 โดยเป็นผลจากการบริหารจัดการสินค้าเชิงกลยุทธ์เพื่อรองรับความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบและค่าขนส่ง รวมถึงป้องกันการขาดแคลนสินค้าจากความท้าทายด้านภูมิรัฐศาสตร์ ทั้งนี้ เพื่อรักษาความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจและบริหารจัดการต้นทุนสินค้าให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม นอกจากนี้ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 กลุ่มบริษัทได้มีการตั้งค่าเผื่อการลดมูลค่างานสินค้าแล้วจำนวน 1.8 ล้านบาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568: ค่าเผื่อการลดมูลค่างานสินค้านี้มีจำนวน 0.9 ล้านบาท)
- ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ เพิ่มขึ้นจากสิ้นปี 2568 จำนวน 171.7 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการก่อสร้างอาคารผลิตใหม่ ซึ่งความคืบหน้าอยู่ที่ประมาณ 97% และการซื้อเครื่องจักรเพื่อเพิ่มกำลังการผลิตที่โรงงานจังหวัดราชบุรี
- สินทรัพย์สิทธิการใช้ เพิ่มขึ้นจากสิ้นปี 2568 จำนวน 7.1 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการรับรู้รายการสินทรัพย์สิทธิการใช้เพิ่มขึ้นจากการทำสัญญาเช่าเครื่องจักรใหม่และอุปกรณ์ เพื่อใช้ในการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท
- สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น ลดลงจำนวน 108.9 ล้านบาทเมื่อเทียบกับสิ้นปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักจากการโอนเปลี่ยนประเภทรายการเงินมัดจำค่าก่อสร้างอาคารผลิตใหม่ และค่าเครื่องจักรสำหรับอาคารผลิตเดิมและอาคารผลิตใหม่ ไปบันทึกเป็นสินทรัพย์ระหว่างก่อสร้างและติดตั้ง ภายใต้หัวข้อที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ ตามความคืบหน้าของโครงการ

## หนี้สิน

หนี้สินรวมของกลุ่มบริษัท ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 เท่ากับ 759.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2568 จำนวน 72.8 ล้านบาท โดยเป็นการเพิ่มขึ้นของหนี้สินหมุนเวียนจำนวน 67.7 ล้านบาท และหนี้สินไม่หมุนเวียนจำนวน 5.1 ล้านบาท ดังต่อไปนี้

- เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน เพิ่มขึ้นจำนวน 21.3 ล้านบาท จากการกู้ยืมเพื่อใช้ในการหมุนเวียนของบริษัท โดยเงินกู้ยืมมีอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 2.2 ถึงร้อยละ 5.5 ต่อปี
- เจ้าหนี้การค้า เพิ่มขึ้นจำนวน 62.4 ล้านบาทจากปีก่อนหน้า สอดคล้องกับการปรับเพิ่มขึ้นของสินค้าคงเหลือ จากการวางแผนจัดซื้อเชิงกลยุทธ์เพื่อป้องกันความเสี่ยงด้านภูมิรัฐศาสตร์และความผันผวนของราคาวัตถุดิบ เพื่อให้บริษัทสามารถบริหารต้นทุนการผลิตและรักษาความต่อเนื่องในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- เจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น ลดลงจำนวน 28.3 ล้านบาท สาเหตุหลักจากการจ่ายชำระเงินปันผลค้างจ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้นในช่วงเดือนมกราคม 2569 ที่ผ่านมา
- หนี้สินตามสัญญาเช่า เพิ่มขึ้นจำนวน 8.4 ล้านบาทจากสิ้นปีก่อนหน้า จากการเพิ่มขึ้นของการเช่าทำสัญญาเช่าเครื่องจักรใหม่และอุปกรณ์ของกลุ่มบริษัท

## ส่วนของผู้ถือหุ้น

ส่วนของผู้ถือหุ้นรวมเพิ่มขึ้นจากกำไรเบ็ดเสร็จรวมสำหรับงวดไตรมาส 1 ปี 2569 จำนวน 30.4 ล้านบาท

## อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

อัตราส่วน	3M 2568	3M 2569
<b>อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)</b>		
อัตราส่วนสภาพคล่อง	3.9	1.8
อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว	2.8	0.9
<b>อัตราผลตอบแทน (%)</b>		
ผลตอบแทนจากสินทรัพย์	11.1%	8.2%
ผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	11.2%	8.6%
<b>การบริหารสินทรัพย์และหนี้สิน (วัน)</b>		
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย	81.0	86.9
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย	200.7	234.9
ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย	65.6	85.6
วงจรเงินสด	216.2	236.2
<b>อัตราส่วนหนี้สิน</b>		
หนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.3	0.4
เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินต่อหนี้สิน (%)	10.1%	33.3%
ความสามารถในการชำระดอกเบี้ย (เท่า)	54.1	26.9

**อัตราส่วนสภาพคล่อง** ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 อัตราส่วนสภาพคล่องและสภาพคล่องหมุนเร็ว เท่ากับ 1.8 เท่า และ 0.9 เท่า ตามลำดับ ลดลงจากไตรมาส 1/2568 สาเหตุหลักเนื่องจากการใช้กระแสเงินสดเพื่อลงทุนในโครงการก่อสร้างอาคารผลิตใหม่และติดตั้งเครื่องจักรเพิ่มเติมในระหว่างงวด ประกอบกับการเพิ่มขึ้นของสินค้าคงเหลือตามนโยบายสำรอง

วัตถุประสงค์เพื่อป้องกันความเสี่ยงด้านห่วงโซ่อุปทาน และการบริหารจัดการวงเงินสินเชื่อระยะสั้นเพื่อเสริมสร้างสภาพคล่องในการดำเนินงาน ทั้งนี้ แม้อัตราส่วนดังกล่าวจะปรับตัวลดลงจากการนำเงินไปลงทุนในสินทรัพย์ถาวรเพื่อสร้างการเติบโตในอนาคต แต่กลุ่มบริษัทยังคงรักษาระดับสภาพคล่องให้อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมและเพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ

**อัตราผลตอบแทน** ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 ผลตอบแทนจากสินทรัพย์และผลตอบแทนผู้ถือหุ้นลดลงจากสิ้นไตรมาส 1/2568 เป็น 8.2% และ 8.6% ตามลำดับ เนื่องจากกลุ่มบริษัทอยู่ในช่วงขยายการลงทุนในสินทรัพย์และงานระหว่างก่อสร้างในส่วนของอาคารผลิตใหม่เพื่อขยายกำลังการผลิตและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ส่งผลให้ฐานสินทรัพย์และส่วนของผู้ถือหุ้นขยายตัวขึ้น ในขณะที่โครงการดังกล่าวยังไม่ได้เริ่มสร้างรายได้ในปีปัจจุบัน ทั้งนี้ คาดว่าเมื่อโครงการเสร็จสมบูรณ์และสามารถสร้างรายได้ช่วงครึ่งปีหลังของปี 2569 จะช่วยผลักดันให้อัตราผลตอบแทนปรับตัวดีขึ้นต่อไป

**การบริหารสินทรัพย์และหนี้สิน** ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 วงจรเงินสดปรับตัวเพิ่มขึ้นเป็น 236.2 วัน เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันในปีก่อนหน้า โดยมีสาเหตุจากระยะเวลาถือครองสินค้าเพิ่มขึ้นจาก 200.7 วัน เป็น 234.9 วัน เนื่องจากกลุ่มบริษัทมีกลยุทธ์สำรองวัตถุดิบและสินค้าคงคลังเพื่อป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาและสร้างความมั่นใจในความต่อเนื่องของห่วงโซ่อุปทานท่ามกลางสถานการณ์ภูมิรัฐศาสตร์

ระยะเวลาในการเรียกเก็บหนี้เฉลี่ยเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจาก 81.0 วัน 86.9 วัน ซึ่งบริษัทยังคงติดตามและบริหารจัดการฐานลูกหนี้อย่างใกล้ชิด อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทยังคงให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพในการบริหารเงินทุนหมุนเวียน โดยสามารถบริหารระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ยให้เหมาะสมที่ 85.6 วัน เพื่อลดผลกระทบต่อสภาพคล่องโดยรวม

**อัตราส่วนหนี้สิน** หนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ที่ 0.4 เท่า ปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากสิ้นไตรมาส 1/2568 โดยสัดส่วนเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินต่อหนี้สินรวมเพิ่มขึ้นจาก 10.1% เป็น 33.3% ซึ่งเป็นผลจากการเบิกใช้เงินกู้ยืมเพื่อรองรับการขยายฐานการผลิตและโครงการลงทุนสำคัญของกลุ่มบริษัท ทั้งนี้ บริษัทยังคงรักษาระดับอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E Ratio) ให้อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมและต่ำกว่าเงื่อนไขที่สถาบันการเงินกำหนด

**ความสามารถในการชำระดอกเบี้ย** ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 อยู่ที่ 26.9 เท่า ลดลงเมื่อเทียบกับงวดเดียวกันในปีก่อนหน้า เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนทางการเงินตามยอดเงินกู้ยืมที่เพิ่มขึ้น เพื่อเสริมสร้างสภาพคล่องและรองรับวงเงินทุนหมุนเวียนในช่วงขยายธุรกิจ

## งบกระแสเงินสด

กระแสเงินสด (ล้านบาท)	3M 2569
เงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน	80.8
เงินสดสุทธิใช้ในกิจกรรมลงทุน	(70.1)
เงินสดสุทธิใช้ในกิจกรรมจัดหาเงิน	(47.5)
<b>เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดลดลงสุทธิ</b>	<b>(36.8)</b>
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันที่ 1 มกราคม	123.8
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันที่ 31 มีนาคม	87.0

**กิจกรรมดำเนินงาน** ในไตรมาส 1 ปี 2569 กระแสเงินสดรับสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงานมีจำนวน 80.8 ล้านบาท คิดเป็น 265.8% ของกำไรสุทธิในระหว่างงวด จากการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงานตามธุรกิจปกติ

**กิจกรรมลงทุน** กระแสเงินสดสุทธิใช้ไปจำนวน 70.1 ล้านบาท จากเงินสดจ่ายเพื่อลงทุนในการก่อสร้างอาคารผลิตหลังใหม่ ซึ่งคาดว่าจะแล้วเสร็จในไตรมาส 2 ปี 2569 และการซื้อเครื่องจักรเพื่อเพิ่มกำลังการผลิตจำนวน 53.3 ล้านบาท และเงินสดจ่ายล่วงหน้าเพื่อซื้อสินทรัพย์จำนวน 13.7 ล้านบาท รวมทั้งมีการลงทุนในสินทรัพย์ไม่มีตัวตนเพิ่มเติม เช่น ซอฟต์แวร์และการพัฒนาใหม่จำนวน 3.1 ล้านบาท

**กิจกรรมจัดหาเงิน** กระแสเงินสดสุทธิใช้ไปจำนวน 47.5 ล้านบาท โดยใช้ไปในการจ่ายเงินกู้ยืมธนาคารจำนวน 96.2 ล้านบาท และเพื่อชำระหนี้สินตามสัญญาเช่าจำนวน 6.7 ล้านบาท จ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นจำนวน 60.0 ล้านบาท และจ่ายดอกเบี้ยในระหว่างปีจำนวน 2.1 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม กลุ่มบริษัทมีเงินสดรับจากการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินจำนวน 117.5 ล้านบาทในระหว่างงวด

### **แนวโน้มและกลยุทธ์ในอนาคต**

สำหรับทิศทางการดำเนินงานในปี 2569 กลุ่มบริษัทมุ่งเน้นการสร้างการเติบโตผ่านการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต โดยการใช้ประโยชน์จากการเริ่มเปิดดำเนินการเชิงพาณิชย์ของอาคารผลิตหลังใหม่ในจังหวัดราชบุรีในปี 2569 เพื่อรองรับการขยายกำลังการผลิต รวมถึงการรับรู้ผลประโยชน์จากการลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานของโครงการโซลาร์ฟาร์ม เฟส 2 ควบคู่ไปกับการใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษี (BOI) จากอาคารผลิตใหม่ซึ่งจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการทำกำไรและยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงาน

นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทยังคงเดินหน้านโยบายการตลาดเชิงรุกในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีอัตรากำไรสูง และยาสมุนไพรที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างสมดุลของรายได้และผลตอบแทนที่ยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภคยุคปัจจุบัน พร้อมทั้งขยายช่องทางจำหน่ายออนไลน์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ดียิ่งขึ้น พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการเงินทุนหมุนเวียนและรักษาสภาพคล่องที่เหมาะสม รวมถึงการบริหารจัดการและเพิ่มระดับการสำรองวัตถุดิบอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อรับมือความผันผวนของต้นทุน โลจิสติกส์และราคาวัตถุดิบในตลาดโลก ทั้งนี้เพื่อรองรับความผันผวนของสถานะเศรษฐกิจ รักษาความต่อเนื่องในการผลิต และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ถือหุ้นในระยะยาว

### **พัฒนาการด้านความยั่งยืน**

กลุ่มบริษัทให้ความสำคัญกับการกำหนดนโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืนใน 3 มิติ ได้แก่ สิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการที่ดี โปร่งใส ตรวจสอบได้ เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งของกลุ่มบริษัท สามารถก้าวข้ามความท้าทาย และปัจจัยเสี่ยงในระยะยาว ตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ส่งผลให้เกิดความรับผิดชอบในมิติดังกล่าวได้อย่างยั่งยืน สนับสนุนจุดประสงค์ของบริษัทที่ต้องการสร้างแนวทางการแก้ไขปัญหาสุขภาพที่วางใจได้ เพื่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของทุกคนอย่างยั่งยืน โดยรายละเอียดในแต่ละมิติ มีดังนี้:

#### **มิติสิ่งแวดล้อม**

ในไตรมาส 1/2569 กลุ่มบริษัทอยู่ระหว่างการดำเนินการติดตั้งโซลาร์ฟาร์ม เฟส 2 (Solar Farm phase 2) ขนาด 1.5 เมกะวัตต์ โดยตั้งเป้าใช้พลังงานทดแทนมากกว่า 150,000 kWh/เดือน ควบคู่ไปกับการเปิดประมูลโครงการพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา (Solar Rooftop) เพิ่มเติม นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรน้ำอย่างคุ้มค่าผ่านการจัดเก็บข้อมูลกระบวนการผลิตและระบบบำบัดน้ำเสีย เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ เพื่อนำน้ำส่วนที่ถูแยกออก

จากระบบ RO (Reverse Osmosis) หรือ RO Rejected กลับมาวิเคราะห์คุณภาพให้เป็นไปตามมาตรฐาน เพื่อนำน้ำดังกล่าวกลับมาหมุนเวียนใช้ประโยชน์ใหม่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

### มติสังคม

กลุ่มบริษัทให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยบริษัทได้กำหนดแนวทาง การดูแลและสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มอย่างเหมาะสม ดังนี้

- **พนักงาน:** มุ่งเน้นการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย ส่งเสริมความก้าวหน้าในสายอาชีพ และพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและความผูกพันต่อองค์กร
- **ลูกค้า/ผู้บริโภค:** มุ่งมั่นในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และได้มาตรฐาน พร้อมทั้งรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาพัฒนาสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง
- **ผู้ให้บริการภายนอก และพันธมิตรทางการค้า:** ดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรม โปร่งใส และส่งเสริมการเติบโตไปพร้อมกันอย่างยั่งยืน
- **หน่วยงานกำกับดูแล:** ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด
- **ชุมชน:** สนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนโดยรอบสถานประกอบการ
- **ผู้ถือหุ้น/นักลงทุน:** มุ่งสร้างผลตอบแทนที่เหมาะสม ควบคู่กับการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและมีธรรมาภิบาล
- **คู่แข่ง:** ดำเนินธุรกิจภายใต้การแข่งขันที่เป็นธรรม และเคารพกติกาทางการค้า ผู้ให้บริการภายนอก หน่วยงานกำกับดูแล พันธมิตรทางการค้า ชุมชน ผู้ถือหุ้น/นักลงทุน และคู่แข่ง

### มติการกำกับดูแลกิจการ

กลุ่มบริษัทให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล โปร่งใส และตรวจสอบได้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยในปี 2569 BLC ได้เข้าร่วมโครงการส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าให้กับบริษัทจดทะเบียน (JUMP+) โดยในแผนด้านธรรมาภิบาล บริษัทฯ ได้มีการจัดทำแผนความเป็นอิสระของกรรมการ แผนการยกระดับการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน และแผนการยกระดับการกำกับดูแลความมั่นคงสารสนเทศ ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทมีการติดตามความคืบหน้าและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าสามารถบรรลุเป้าหมายด้านการกำกับดูแลกิจการ และสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

( นายสมชัย พิสิพพุธา )

ประธานเจ้าหน้าที่สายบัญชีและการเงิน