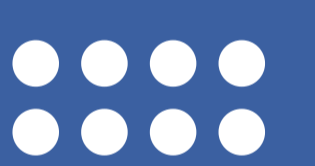


**PARTNERING WITH NATURE,
EMPOWERING GROWTH.**



**การวิเคราะห์และคำอธิบายของ
ฝ่ายจัดการต่อผลการดำเนินงาน
สำหรับงวดสามเดือน**



สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569

SNIPS SPECIALTY NATURAL PRODUCTS
PUBLIC COMPANY LIMITED



snpspcl.com



@snpthai



snpthai

เรื่อง การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการต่อผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 1 ปี 2569 สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569

เรียน กรรมการและผู้จัดการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท สเปเชียลตี้ เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“กลุ่มบริษัท”) ขอนำส่งการวิเคราะห์และคำอธิบายผลการดำเนินงานของฝ่ายจัดการสำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ภาพรวมผลการดำเนินงาน (Executive Overview)

“ยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานที่เป็นเลิศ ควบคู่การขับเคลื่อนการเติบโตอย่างมีคุณภาพด้วยกลยุทธ์การตลาดที่แม่นยำและการบริหารต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ”

- ไตรมาส 1/2569 ถือเป็นไตรมาสที่กลุ่มบริษัทฯ สามารถสร้างผลการดำเนินงานที่โดดเด่นในเชิงคุณภาพ ตอกย้ำขีดความสามารถในการทำกำไรและความแข็งแกร่งของโครงสร้างธุรกิจอย่างชัดเจน โดยมีกำไรสุทธิ 25.65 ล้านบาท เติบโตอย่างก้าวกระโดดถึงร้อยละ 31.13 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนถึงคุณภาพของการเติบโตที่มาจากการบริหารต้นทุนอย่างมีวินัยและการขับเคลื่อนกลยุทธ์การตลาดที่ตรงเป้าหมาย
- กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้รวมสำหรับไตรมาส 1/2569 จำนวน 120.66 ล้านบาท ใกล้เคียงกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยรายได้จากการขายและการให้บริการ ซึ่งเป็นแกนหลักของธุรกิจ ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องที่ร้อยละ 1.66 มาอยู่ที่ 118.86 ล้านบาท ผลจากการปรับกลยุทธ์การตลาดเพื่อรักษาสัดส่วนลูกค้า ควบคู่กับการขับเคลื่อนธุรกิจด้วยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดได้อย่างแม่นยำ ขณะที่รายได้อื่นปรับตัวลดลง 2.11 ล้านบาท จากปัจจัยที่ไม่กระทบต่อความสามารถในการสร้างรายได้หลักของธุรกิจ
- ความสำเร็จในไตรมาสนี้ คืออัตรากำไรขั้นต้นที่ขยายตัวอย่างมีนัยสำคัญมาอยู่ที่ร้อยละ 45.97 เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 16.09 จากร้อยละ 39.60 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งเป็นผลโดยตรงจากการยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานในทุกมิติ ได้แก่ การบริหารจัดการกำลังการผลิตอย่างเหมาะสม การยกระดับการบริหารห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Optimization) อย่างเป็นระบบ และการนำเทคโนโลยีวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) มาใช้ในการคัดเลือกคู่ค้า เพื่อให้ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพสูงในต้นทุนที่เหมาะสม
- ในด้านการบริหารค่าใช้จ่าย อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (SG&A) ปรับตัวลดลงมาอยู่ที่ร้อยละ 19.88 จากร้อยละ 20.87 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนถึงความสามารถในการควบคุมและบริหารจัดการค่าใช้จ่ายดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ (Operational Efficiency) ควบคู่ไปกับการขยายตัวของรายได้ ซึ่งก่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) และผลักดันให้อัตราส่วนค่าใช้จ่ายต่อรายได้ลดลงอย่างต่อเนื่อง

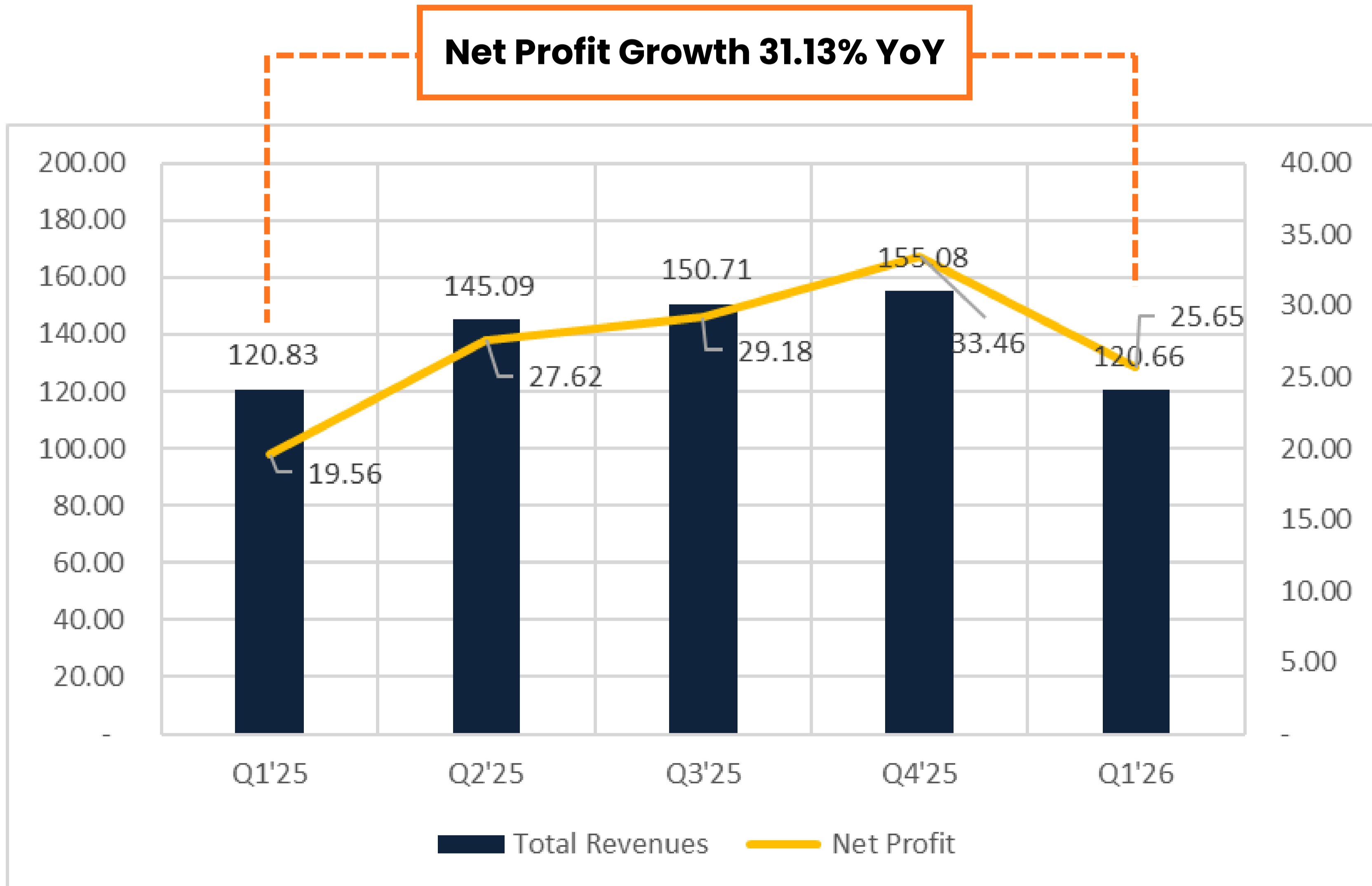


กราฟที่ 1: เปรียบเทียบรายได้รวม และ กำไรสุทธิ YoY



แม้รายได้ในไตรมาสแรกของแต่ละปีมีลักษณะใกล้เคียงกันตามวงจรฤดูกาล แต่กำไรสุทธิและอัตรากำไรของกลุ่มบริษัทฯ แสดงพัฒนาการเชิงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง สืบเนื่องถึงประสิทธิภาพการบริหารต้นทุนและความสามารถในการทำกำไรที่เพิ่มขึ้น

กราฟที่ 2: รายได้รวม และ กำไรสุทธิ รายไตรมาส



ตารางที่ 1 : ผลการดำเนินงานรวม รายไตรมาส สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569

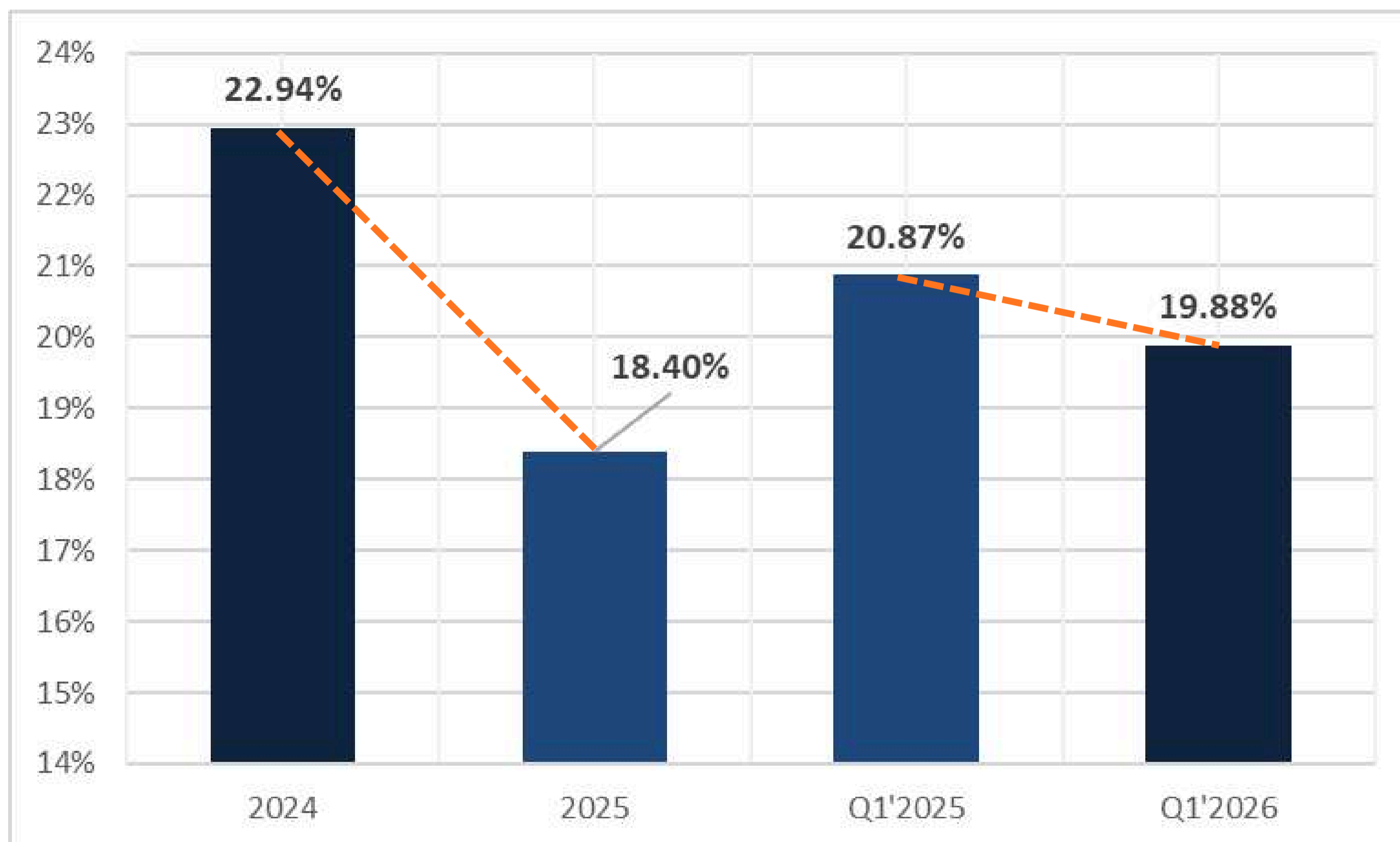
ผลการดำเนินงานรวม	งวดสามเดือน						เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น(ลดลง) (QoQ) (B - A)		เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น(ลดลง) (YoY) (B - C)	
	สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 (Q4'25) A		สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569 (Q1'26) B		สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568 (Q1'25) C					
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
รายได้จากการขายและการให้บริการ	149.85	96.63	118.86	98.51	116.92	96.76	(30.99)	(20.68)	1.94	1.66
รายได้อื่น	5.23	3.37	1.80	1.49	3.91	3.24	(3.43)	(65.58)	(2.11)	(53.96)
รายได้รวม	155.08	100.00	120.66	100.00	120.83	100.00	(34.42)	(22.19)	(0.17)	(0.14)
ต้นทุนขายและต้นทุนการให้บริการ	86.76	55.95	64.22	53.22	70.62	58.45	(22.54)	(25.98)	(6.40)	(9.06)
กำไรขั้นต้น (ไม่รวมรายได้อื่น)	63.09	40.68	54.64	45.29	46.30	38.31	(8.45)	(13.39)	8.34	18.01
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	5.99	3.86	3.64	3.02	4.22	3.49	(2.35)	(39.23)	(0.58)	(13.74)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	20.25	13.06	20.35	16.87	21.00	17.38	0.10	0.49	(0.65)	(3.10)
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษี	42.08	27.13	32.45	26.89	24.99	20.68	(9.63)	(22.88)	7.46	29.85
ต้นทุนทางการเงิน	0.05	0.03	0.04	0.03	0.09	0.07	(0.01)	(20.00)	(0.05)	(55.56)
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	8.57	5.52	6.76	5.60	5.34	4.42	(1.81)	(21.12)	1.42	26.59
กำไรสุทธิ	33.46	21.58	25.65	21.26	19.56	16.19	(7.81)	(23.34)	6.09	31.13

ผลการดำเนินงานสำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุด วันที่ 31 มีนาคม 2569

- กลุ่มบริษัทฯ ยังคงแสดงศักยภาพในการสร้างการเติบโตของรายได้อย่างแข็งแกร่ง โดยในไตรมาส 1/2569 มีรายได้จากการขายและการให้บริการจำนวน 118.86 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.66 เมื่อเทียบกับรายได้ 116.92 ล้านบาท ในช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า ปัจจัยความสำเร็จหลักมาจากการรักษาฐานลูกค้าเดิมที่มียอดคำสั่งซื้อเข้ามาอย่างสม่ำเสมอ ควบคู่ไปกับการปรับกลยุทธ์การตลาดเพื่อบริหารจัดการสัดส่วนคู่ค้าให้มีความสมดุลและเหมาะสมยิ่งขึ้น
- ด้านการบริหารจัดการต้นทุน กลุ่มบริษัทฯ ประสบความสำเร็จอย่างโดดเด่นในการยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยมีกำไรขั้นต้นจำนวน 54.64 ล้านบาท เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนที่มีกำไรขั้นต้น 46.30 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นของกำไรขั้นต้นถึงร้อยละ 18.01 ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin) ปรับตัวดีขึ้นอย่างชัดเจนจากร้อยละ 39.60 ในปีก่อน มาอยู่ที่ร้อยละ 45.97 ในไตรมาสนี้ ความสำเร็จนี้สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการควบคุมต้นทุนการผลิตและการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Optimization) ที่ดีเยี่ยม รวมถึงการใช้ประโยชน์จากกำลังการผลิต (Economy of Scale) ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพมากขึ้น
- ค่าใช้จ่ายในการจัดจำหน่ายปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยในไตรมาสนี้มีจำนวน 3.64 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 13.74 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีค่าใช้จ่าย 4.22 ล้านบาท และลดลงถึงร้อยละ 39.23 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า (QoQ) ผลลัพธ์ดังกล่าวเกิดจากการปรับกลยุทธ์การเข้าถึงตลาดที่เน้นประสิทธิภาพมากขึ้น โดยหันมาให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการกลุ่มลูกค้าเชิงกลยุทธ์ (Strategic Account Management) และการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง (Targeted Approach) ทำให้บริษัทฯ สามารถลดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ซ้ำซ้อน แต่ยังคงรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันและขยายฐานธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพภายใต้โครงสร้างต้นทุนที่เหมาะสม
- สำหรับค่าใช้จ่ายในการบริหาร กลุ่มบริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการบริหารจัดการทรัพยากรภายในอย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่าที่สุด โดยในไตรมาสนี้มีค่าใช้จ่ายจำนวน 20.35 ล้านบาท ปรับตัวลดลงร้อยละ 3.10 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า ความสำเร็จในการลดค่าใช้จ่ายนี้ สะท้อนถึงการควบคุมค่าใช้จ่ายคงที่ (Fixed Costs) ที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงผลจากการยกระดับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยปรับปรุงกระบวนการทำงาน (Workflow Optimization) ให้มีความคล่องตัวและลดความซ้ำซ้อน ส่งผลให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างรวดเร็วและมีต้นทุนการบริหารจัดการที่ลดลงอย่างยั่งยืน
- จากผลการดำเนินงานที่ยอดเยี่ยมในทุกมิติ ส่งผลให้กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิสำหรับไตรมาส 1/2569 จำนวน 25.65 ล้านบาท เติบโตอย่างก้าวกระโดดถึงร้อยละ 31.13 เมื่อเทียบกับกำไรสุทธิ 19.56 ล้านบาทในช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า นอกจากนี้ อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) ยังขยายตัวขึ้นมาอยู่ที่ร้อยละ 21.26 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 16.19 ในปีก่อนหน้า ตัวเลขดังกล่าวเป็นเครื่องยืนยันถึงขีดความสามารถในการทำกำไรและเสถียรภาพทางการเงินที่แข็งแกร่ง สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มบริษัทฯ มีความพร้อมอย่างยิ่งที่จะขับเคลื่อนการเติบโตอย่างยั่งยืนตามแผนยุทธศาสตร์ที่ได้วางไว้



กราฟที่ 3 : อัตราส่วนต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร (SG&A) ต่อรายได้รวม



ตารางที่ 2 : รายได้จากการขายและการให้บริการ แยกตามประเภทสำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569

ผลการดำเนินงานรวม	งวดสามเดือน				เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น(ลดลง) (YoY) (A - B)		สถานะเชิงกลยุทธ์
	สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569 (Q1'26)		สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2568 (Q1'25)		ล้านบาท	%	
	-A-		-B-				
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	
การรับจ้างพัฒนาและผลิตภายใต้ตราสินค้าของลูกค้า (ODM)	83.43	69.15	60.38	49.97	23.05	38.17	Growth engine: ขับเคลื่อนจากกลุ่มดูแลสุขภาพเพื่ออายุยืนยาว (Longevity) และการป้องกันสุขภาพ (Preventive Health)
การจำหน่ายผลิตภัณฑ์สารสกัดสมุนไพรมาตรฐาน (API)	34.74	28.79	48.07	39.78	(13.33)	(27.73)	Core foundation: ฐานรายได้หลัก ปรับตามวงจรการสั่งซื้อของลูกค้า
การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ (OBM)	0.69	0.57	8.47	7.01	(7.78)	(91.85)	Long term investment: ลงทุนเชิงกลยุทธ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม
รายได้อื่น	1.80	1.49	3.91	3.24	(2.11)	(53.96)	รายได้สนับสนุนที่ไม่ใช่ธุรกิจหลัก
รายได้รวม	120.66	100.00	120.83	100.00	(0.17)	(0.14)	

กลไกการเติบโตจากกลุ่มธุรกิจ ODM ขยายตัวเต็มประสิทธิภาพ: รายได้จากกลุ่มธุรกิจรับจ้างพัฒนาและผลิตภายใต้ตราสินค้าของลูกค้า (ODM) เติบโตอย่างก้าวกระโดดร้อยละ 38.17 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สู่ระดับ 83.43 ล้านบาท สะท้อนถึงความสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรมของกลยุทธ์การบริหารจัดการกลุ่มลูกค้าเชิงกลยุทธ์ (Strategic Account Management) และขีดความสามารถในการส่งมอบผลิตภัณฑ์นวัตกรรมในกลุ่มดูแลสุขภาพเพื่ออายุยืนยาว (Longevity) และการป้องกันสุขภาพ (Preventive Health) อย่างต่อเนื่อง

**รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สารสกัดสมุนไพรมาตรฐาน (API)
สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569**

สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์สารสกัดสำคัญ (API) จำนวน 34.74 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 28.79 ของรายได้รวม แม้รายได้ในกลุ่มนี้จะมีการปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าตามสภาวะตลาดชั่วคราว แต่กลุ่มบริษัทฯ ยังคงเดินหน้ากลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรม (Product Innovation) อย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิมที่มีคำสั่งซื้อสม่ำเสมอ พร้อมทั้งขยายโอกาสไปยังกลุ่มลูกค้าใหม่ผ่านมาตรการบริหารจัดการสัดส่วนลูกค้าให้สมดุลและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยผลักดันให้รายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ API กลับมาเติบโตอย่างยั่งยืน และยังคงเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนโครงสร้างรายได้หลักของกลุ่มบริษัทฯ ต่อไป

**รายได้จากการรับจ้างพัฒนาและผลิตภายใต้ตราสินค้าของลูกค้า (Original Design Manufacturer : ODM)
สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569**

สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569 รายได้จากกลุ่มธุรกิจ ODM มีความโดดเด่นอย่างมาก โดยมีมูลค่าอยู่ที่ 83.43 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 69.15 ของรายได้รวมทั้งรวม ซึ่งเป็นการเติบโตอย่างก้าวกระโดดเมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อนหน้าเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 38.17 การฟื้นตัวและเติบโตอย่างมีนัยสำคัญนี้ สะท้อนถึงขีดความสามารถของกลุ่มบริษัทฯ ในการบริหารจัดการกำลังการผลิตให้สอดคล้องกับแผนการตลาดของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบกับสินค้าที่เคยอยู่ในกระบวนการวิจัยและพัฒนาได้เริ่มส่งมอบตามแผนงาน ทำให้กลุ่มธุรกิจ ODM เป็นฟันเฟืองหลักที่ขับเคลื่อนผลการดำเนินงานในไตรมาสนี้ให้เติบโตตามเป้าหมาย

**รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ (Original Brand Manufacturer : OBM)
สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569**

สำหรับกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของตนเอง (OBM) ในไตรมาส 1/2569 มีรายได้จำนวน 0.69 ล้านบาท แม้ปัจจุบันจะยังมีสัดส่วนรายได้ไม่สูงนัก แต่กลุ่มบริษัทฯ ถือเป็นกลุ่มธุรกิจยุทธศาสตร์ที่มุ่งสร้างมูลค่าเพิ่มในระยะยาว โดยกลุ่มบริษัทฯ กำลังเร่งผลักดันแบรนด์ Wellnova™ ผ่านการขยายช่องทางจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมทั้งออฟไลน์และออนไลน์ ควบคู่กับการทำกิจกรรมการตลาดที่เน้นการสร้างการจดจำแบรนด์ในวงกว้าง ฝ่ายบริหารเชื่อมั่นว่าการสร้างความแข็งแกร่งให้กับ Brand Portfolio ของตนเอง จะเป็นปัจจัยสำคัญในการยกระดับอัตรากำไร (Margin) และสร้างความแตกต่างที่ยั่งยืนในอุตสาหกรรม ซึ่งจะเริ่มเห็นการเติบโตของสัดส่วนรายได้ที่ชัดเจนยิ่งขึ้นตามแผนการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ในลำดับถัดไป



งบฐานะการเงิน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569

งบฐานะทางการเงิน	ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569		ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568		เปลี่ยนแปลง เพิ่มขึ้น(ลดลง)	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
สินทรัพย์						
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	429.93	41.19	429.81	41.95	0.12	0.03
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	138.84	13.30	156.19	15.24	(17.35)	(11.11)
สินค้าคงเหลือ	139.42	13.36	128.16	12.51	11.26	8.79
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	84.79	8.12	64.59	6.30	20.20	31.27
เงินลงทุนในบริษัทร่วม	3.29	0.32	3.25	0.32	0.04	1.23
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	223.32	21.40	226.10	22.06	(2.78)	(1.23)
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	24.09	2.31	16.58	1.62	7.51	45.30
รวมสินทรัพย์	1,043.68	100.00	1,024.68	100.00	19.00	1.85
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น						
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	60.18	5.77	72.90	7.11	(12.72)	(17.45)
ภาษีเงินได้มีติดบุคคลค้างจ่าย	19.08	1.83	13.30	1.30	5.78	43.46
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	2.12	0.20	2.00	0.20	0.12	6.00
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	12.37	1.18	11.26	1.10	1.11	9.86
รวมหนี้สิน	93.75	8.98	99.46	9.71	(5.71)	(5.74)
ส่วนของผู้ถือหุ้น	949.93	91.02	925.22	90.29	24.71	2.67
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	1,043.68	100.00	1,024.68	100.00	19.00	1.85

สินทรัพย์รวม: ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมเท่ากับ 1,043.68 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 19.00 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 1.85 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์หมุนเวียนอื่นจำนวน 20.20 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 31.27 และสินค้าคงเหลือที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.79 เพื่อรองรับแผนการขยายการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่ตามกลยุทธ์ของบริษัทฯ ขณะที่บริษัทฯ ยังคงรักษาสภาพคล่องได้อย่างดีเยี่ยม โดยมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดอยู่ในระดับสูงถึง 429.93 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 41.19 ของสินทรัพย์รวมทั้งหมด สะท้อนถึงความแข็งแกร่งและฐานะการเงินที่พร้อมต่อยอดการลงทุนในอนาคต

หนี้สินรวม: ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีหนี้สินรวมเท่ากับ 93.75 ล้านบาท ลดลง 5.71 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 5.74 เมื่อเทียบกับสิ้นปีก่อนหน้า โดยสาเหตุหลักมาจากการลดลงของเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่นจำนวน 12.72 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 17.45 ซึ่งแสดงถึงประสิทธิภาพในการบริหารจัดการกระแสเงินสดและการชำระหนี้ที่ตรงตามกำหนดเวลา ทั้งนี้ หนี้สินของกลุ่มบริษัทฯ ยังคงอยู่ในระดับที่ต่ำมากเมื่อเทียบกับโครงสร้างเงินทุนทั้งหมด โดยมีสัดส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมเพียงร้อยละ 8.98 เท่านั้น ตอกย้ำถึงโครงสร้างทางการเงินที่ปลอดภัยและมีความเสี่ยงต่ำ

ส่วนของผู้ถือหุ้น: ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 949.93 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 24.71 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 2.67 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของกำไรสะสมจากผลการดำเนินงานที่เติบโตอย่างต่อเนื่องในไตรมาสที่ผ่านมา สัดส่วนของผู้ถือหุ้นคิดเป็นร้อยละ 91.02 ของยอดรวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด ซึ่งสะท้อนถึงเสถียรภาพทางการเงินที่มั่นคงและความสามารถในการสร้างผลตอบแทนให้แก่ผู้ถือหุ้นได้อย่างยั่งยืน ควบคู่ไปกับการรักษาศักยภาพในการขยายธุรกิจเพื่อสร้างการเติบโตในระยะยาวตามเป้าหมายขององค์กร



ส่วนสรุปผู้บริหาร

กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจภายใต้โมเดลธุรกิจบูรณาการมูลค่าสูง (Integrated Business Model) ที่ผสานความเชี่ยวชาญด้านวิทยาศาสตร์ชีวภาพ (Bioscience Expertise) เข้ากับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อสร้างความแตกต่างเชิงผลิตภัณฑ์และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว ภายใต้บริบทของอุตสาหกรรมสุขภาพระดับโลกที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

ผลการดำเนินงานในไตรมาส 1/2569 สะท้อนถึงคุณภาพของการเติบโตที่ชัดเจน โดยกลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 25.65 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 31.13 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่รายได้รวมอยู่ที่ 120.66 ล้านบาท ใกล้เคียงกับปีก่อนหน้า โดยรายได้จากการขายและการให้บริการซึ่งเป็นแกนหลักของธุรกิจยังคงเติบโตที่ 118.86 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.66 ผลประกอบการที่เติบโตในเชิงกำไรมากกว่ารายได้นี้สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุน โดยอัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin) ขยายตัวมาอยู่ที่ร้อยละ 45.97 และอัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) อยู่ที่ร้อยละ 21.26

การเติบโตหลักในไตรมาสนี้ได้รับแรงขับเคลื่อนสำคัญจากกลุ่มธุรกิจ ODM ที่สร้างรายได้ถึง 83.43 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 38.17 โดยหลักมาจากความต้องการผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม Longevity และ Preventive Health ที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับการทยอยส่งมอบผลิตภัณฑ์นวัตกรรมตามแผนงาน ขณะที่กลุ่มธุรกิจ API ยังคงเป็นฐานรายได้หลักที่สำคัญ ควบคู่ไปกับการเร่งผลักดันแบรนด์ Wellnova™ ในกลุ่มธุรกิจ OBM เพื่อยกระดับมูลค่าเพิ่มในระยะยาว

ทั้งนี้ ด้วยลักษณะของธุรกิจที่ไตรมาสแรกของปีเป็นช่วงที่มีปัจจัยฤดูกาล (Seasonality) ตามวงจรการสั่งซื้อของลูกค้า และการบริหารสต็อกของลูกค้า ทำให้ผลประกอบการเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า (QoQ) ปรับตัวลดลงตามรูปแบบปกติของอุตสาหกรรม อย่างไรก็ตาม การเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) ซึ่งเป็นมาตรวัดที่สะท้อนแนวโน้มการเติบโตได้อย่างเหมาะสมกว่า ยืนยันถึงพัฒนาการเชิงคุณภาพของกลุ่มบริษัทฯ อย่างชัดเจน

ฝ่ายบริหารมุ่งเน้นการเติบโตที่มีคุณภาพ โดยยึดหลัก 4 เสาหลักเชิงกลยุทธ์ ได้แก่:

- Strategic Expansion: ขยายการเติบโตเชิงกลยุทธ์ผ่านการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าและตลาดเป้าหมายใหม่ ทั้งในและต่างประเทศ โดยเฉพาะในกลุ่ม Longevity และ Preventive Health ที่มีศักยภาพการเติบโตสูง ควบคู่กับการศึกษาโอกาสการลงทุนและความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ที่ต่อยอดธุรกิจหลักของกลุ่มบริษัทฯ
- Portfolio & Supply Chain Optimization: การนำเทคโนโลยี Data Analytics มาใช้ในการคัดเลือกลูกค้าและบริหารต้นทุนวัตถุดิบ เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการผลิตและความสามารถในการทำกำไรอย่างยั่งยืน
- IP & Innovation: ลงทุนในงานวิจัยและพัฒนา (R&D) อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์จากสารสกัดธรรมชาติที่มีงานวิจัยทางวิทยาศาสตร์รองรับ
- อันเป็นรากฐานสำคัญของความได้เปรียบในการแข่งขันระยะยาว
- ESG Leadership & Regenerative Impact: การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) ให้เป็นมาตรฐานพร้อมขับเคลื่อนแนวคิด Regenerative Impact ที่มุ่งฟื้นฟูระบบนิเวศ ชุมชน และห่วงโซ่คุณค่า
- ให้ดีขึ้น ตามกรอบ People, Planet, Profit ของกลุ่มบริษัทฯ

ภายใต้กรอบกลยุทธ์ที่ขยายเป็น 4 เสาหลัก สนับสนุนให้กลุ่มบริษัทฯ รักษาขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างฐานะทางการเงินที่มั่นคง โดย ณ สิ้นไตรมาส 1/2569 มีสินทรัพย์รวม 1,043.68 ล้านบาท และมีเงินสด 429.93 ล้านบาท ซึ่งเป็นระดับสภาพคล่องที่รองรับทั้งการดำเนินงานตามปกติและการต่อยอดการลงทุนตามแผนยุทธศาสตร์ ฝ่ายบริหารมุ่งมั่นที่จะรักษาวินัยทางการเงินและประสิทธิภาพการดำเนินงาน เพื่อสร้างผลตอบแทนที่ยั่งยืนแก่ผู้ถือหุ้นในระยะยาว



ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคม

กลุ่มบริษัทฯ ขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจภายใต้แนวคิด ESG Leadership & Regenerative Impact ซึ่งเป็นหนึ่งในเสาหลักเชิงกลยุทธ์ของกลุ่มบริษัทฯ โดยถือว่าการบริหารจัดการด้านความยั่งยืนเป็นทั้งกลไกในการบริหารความเสี่ยงและรากฐานของการเติบโตในระยะยาว ภายใต้กรอบ People, Planet, Profit ที่มุ่งสร้างคุณค่าให้แก่บุคลากร ชุมชน และระบบนิเวศควบคู่ไปกับผลประโยชน์ของธุรกิจ

ในไตรมาส 1/2569 นี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการดำเนินงานภายใต้กรอบการพัฒนาด้านที่ครอบคลุม ทั้งการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน การบริหารจัดการวัตถุดิบอย่างยั่งยืน และการยกระดับคุณภาพชีวิตของบุคลากรและชุมชนรอบข้าง โดยต่อยอดจากการที่บริษัทฯ ย่อยได้รับการรับรอง Carbon Footprint for Organization (CFO) ในปีที่ผ่านมา ในไตรมาสนี้ ฝ่ายจัดการยังคงใช้ข้อมูลดังกล่าวเป็นฐานสำคัญในการติดตามและวิเคราะห์ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างใกล้ชิด เพื่อให้มั่นใจว่าการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจกเป็นไปตามแผนงานที่วางไว้ในภาพรวมของกลุ่มบริษัทฯ

ฝ่ายจัดการยังคงเดินหน้าขับเคลื่อนโครงการเชิงปฏิบัติการด้านการจัดการพลังงานและของเสียอย่างเป็นระบบ ควบคู่ไปกับการพัฒนากระบวนการรายงานข้อมูลด้านความยั่งยืนให้มีความโปร่งใสและเป็นสากลมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มว่า กลุ่มบริษัทฯ พร้อมจะรักษามาตรฐานการดำเนินงานที่เป็นเลิศและสร้างมูลค่าเพิ่มที่ยั่งยืนให้แก่สังคมและองค์กรต่อไปในอนาคต

“เป้าหมายด้านความยั่งยืนถือเป็นหนึ่งในเป้าหมายหลักของกลุ่มบริษัท”

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ
นายตฤวัฒน์ เจียมสุวรรณ
ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายบัญชีและการเงิน

