

วันที่ 12 พฤษภาคม 2569

เรื่อง คำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ (MD&A) สำหรับไตรมาสที่ 1 สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569
เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท 88(ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัทฯ”) ขอเรียนชี้แจงผลการดำเนินงานรวมสำหรับไตรมาสที่ 1 สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569 โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) ภาพรวมการดำเนินธุรกิจ เศรษฐกิจและภาวะอุตสาหกรรมที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงาน

ภาพรวมการดำเนินธุรกิจ

ในปี 2569 บริษัทฯ วางกลยุทธ์การเติบโตภายใต้ 3 แกนหลัก ได้แก่

- มุ่งเน้นการพัฒนาและขยายสายผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ “LYO” อย่างต่อเนื่อง
- การขยายตลาดต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นตลาดประเทศจีนและฮ่องกง ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการลงนามความร่วมมือทางธุรกิจแล้ว และอยู่ระหว่างการเจรจาและศึกษาความเป็นไปได้ในการขยายตลาดไปยังประเทศอื่นเพิ่มเติม
- การขยายธุรกิจผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยงภายใต้บริษัทย่อยใหม่ “บริษัท มอนสเตอร์ แล็บ จำกัด” ซึ่งเป็นตลาดที่มีมูลค่าสูงและมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างฐานรายได้ใหม่และสนับสนุนการเติบโตในระยะยาว

ด้านการตลาด บริษัทฯ ดำเนินกลยุทธ์เชิงรุกควบคู่กับการบริหารจัดการอย่างมีวินัย โดยให้ความสำคัญกับการใช้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจ รวมถึงการบริหารงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การลงทุนด้านการตลาดเกิดประโยชน์สูงสุด

ทั้งนี้ กลยุทธ์ดังกล่าวถูกนำไปปฏิบัติผ่านเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญ ได้แก่

- การทำการตลาดผ่าน Influencer อย่างเป็นระบบ ครอบคลุมทั้งกลุ่ม Influencer ขนาดใหญ่และกลุ่มเฉพาะทาง เพื่อเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย
- การขับเคลื่อนยอดขายผ่านช่องทาง Social Commerce และ Live Commerce ควบคู่กับการรักษาความแข็งแกร่งของช่องทางจำหน่ายหลัก
- การคัดเลือก Brand Presenter ที่สะท้อนภาพลักษณ์ของแบรนด์และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน เช่น คุณนุฉิรา สำหรับผลิตภัณฑ์ “LYO MY COLOR” เป็นต้น
- การใช้สื่อโฆษณาภายนอกอาคาร (Out-of-Home Media) ในจุดยุทธศาสตร์ เพื่อเสริมสร้างการรับรู้แบรนด์ในวงกว้าง

บริษัทฯ ใช้แนวทางการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร (Integrated Marketing Communication: IMC) โดยเชื่อมโยงทุกช่องทางการสื่อสารให้ดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน

ภาวะแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินงาน

ในส่วนของผลกระทบจากสถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลาง บริษัทฯ ได้มีการวางแผนสั่งซื้อวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ล่วงหน้าตามแผนการผลิตและแผนการขายร่วมกับผู้จัดจำหน่าย (Supplier) ในช่วงที่ระดับราคายังไม่มีความผันผวนสูง เพื่อบริหารจัดการต้นทุนการผลิตและลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยปัจจุบันบริษัทฯ คาดว่าสามารถบริหารจัดการต้นทุนวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ได้ในช่วงระยะเวลา 6-12 เดือนข้างหน้า

สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในอนาคต บริษัทฯ มุ่งเน้นการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และลดการใช้เม็ดพลาสติก เพื่อสนับสนุนแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

ในด้านการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ บริษัทฯ ได้มีการวางแผนการขนส่งสินค้าจากโรงงานมายังคลังสินค้า โดยบริหารปริมาณการขนส่งในแต่ละรอบให้เพิ่มความจุตามข้อกำหนดของกฎหมาย เพื่อช่วยลดจำนวนรอบการขนส่งและเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุนด้านการขนส่ง

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงติดตามสถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลางอย่างใกล้ชิด โดยหากสถานการณ์ดังกล่าวมีแนวโน้มยืดเยื้อ บริษัทฯ จะพิจารณากำหนดแนวทางและมาตรการเพิ่มเติม เพื่อบรรเทาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นให้เหลือน้อยที่สุดอย่างเหมาะสมและทัน่วงที

ภาวะภาพรวมการแข่งขันของอุตสาหกรรม

การแข่งขันในอุตสาหกรรมมีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้น เนื่องจากเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่และสามารถเข้าสู่ธุรกิจได้ค่อนข้างง่าย ปัจจุบันมีผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมมากกว่า 9,000 ราย และมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในแต่ละปี ขณะเดียวกัน จำนวนผู้เลิกกิจการก็เพิ่มขึ้นเช่นกัน ซึ่งสะท้อนถึงความท้าทายด้านการแข่งขันและการบริหารจัดการธุรกิจ

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังต้องเผชิญกับความเสี่ยงจากกระแส Fast Beauty ซึ่งส่งผลให้วงจรความนิยมของสินค้าเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว กระทบต่อการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง รวมถึงการแข่งขันจากแบรนด์เครื่องสำอางจากประเทศจีนที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว ทั้งในตลาดโลกและตลาดไทย โดยเฉพาะการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์โดยตรงจากผู้ผลิต ซึ่งอาจเป็นปัจจัยกดดันต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในระยะต่อไปผลการดำเนินงานรวม

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีแบรนด์สินค้าที่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง และได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี ส่งผลให้บริษัทฯ ยังสามารถสร้างรายได้และผลกำไรได้ตามแผนงานที่วางไว้ อีกทั้ง บริษัทฯ มีความพร้อมในการที่จะพัฒนาสินค้าใหม่ที่มีคุณภาพออกสู่ตลาดเพื่อสร้างการเติบโตของรายได้และกำไรในอนาคต

(2) โครงสร้างเหตุการณ์และพัฒนาการที่สำคัญ

จัดตั้งบริษัทย่อยแห่งใหม่ “บริษัท มอนสเตอร์ แล็บ จำกัด”

สำหรับบริษัท มอนสเตอร์ แล็บ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่เพิ่งจัดตั้งขึ้นใหม่ ปัจจุบันบริษัทฯ อยู่ระหว่างดำเนินการขอใบอนุญาตที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการวิจัยและพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการดำเนินธุรกิจในอนาคต ซึ่ง บริษัทฯ เชื่อมั่นในทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และสร้างความแตกต่างทางการแข่งขันในตลาด

สำหรับแนวโน้มรายได้ บริษัทฯ คาดว่าจะเริ่มรับรู้รายได้จากบริษัทย่อยดังกล่าวในช่วงครึ่งปีหลังของปี 2569 โดยบริษัทฯ จะติดตามและประเมินแนวโน้มการเติบโตของรายได้ของรายได้อย่างใกล้ชิด เพื่อสนับสนุนการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจในระยะถัดไป

การขยายตลาดต่างประเทศ

บริษัทฯ ได้เริ่มส่งมอบสินค้าและรับรู้รายได้จากตลาดต่างประเทศแล้วในไตรมาส 1/2569 คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 2 ของรายได้รวม โดยปัจจุบันผลการดำเนินงานในตลาดต่างประเทศยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการเติบโต และได้รับการตอบรับที่ดีจากทั้งลูกค้าและผู้บริโภค

ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงติดตามและประเมินแนวโน้มการเติบโตของรายได้จากตลาดต่างประเทศอย่างใกล้ชิด พร้อมทั้งศึกษาความเป็นไปได้ในการขยายตลาดเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทฯ มองว่าตลาดต่างประเทศยังมีศักยภาพในการเติบโตอีกมาก และจะเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนการเติบโตของบริษัทฯ ในระยะยาว

การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ (NPD) LYO My Color

บริษัทฯ ได้เปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ (NPD) ภายใต้ชื่อ “LYO My Color” ในช่วงปลายไตรมาสที่ 1/2569 ซึ่งคาดว่าจะเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนการเติบโตของรายได้ในปี 2569 อย่างไรก็ตาม ระดับรายได้ที่จะเกิดขึ้นยังขึ้นอยู่กับตอบรับของตลาด รวมถึงช่วงเวลาในการเปิดตัวและกระจายสินค้า โดยคาดว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจะเริ่มทยอยสร้างรายได้อย่างต่อเนื่องในช่วงไตรมาส 2 เป็นต้นไป

ในด้านค่าใช้จ่าย บริษัทฯ มุ่งเน้นการลงทุนด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์ในช่วงเริ่มต้นของการดำเนินงาน พร้อมทั้งมีการวางแผนงบประมาณอย่างรอบคอบ โดยให้ความสำคัญกับการบริหารต้นทุนให้สอดคล้องกับระดับยอดขาย รวมถึงการควบคุมค่าใช้จ่ายด้านการตลาดและการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อรักษาระดับความสามารถในการทำกำไรของบริษัทฯ

(3) สรุปผลการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงานรวม

รายการ	งบการเงินรวม					
	สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม					
	2568		2569		การเปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขายและบริการ	168.98	100.00	164.61	100.00	(4.37)	(2.59)
ต้นทุนขายและบริการ	57.55	34.06	53.62	32.57	(3.93)	(6.83)
กำไรขั้นต้น	111.43	65.94	110.99	67.43	(0.44)	(0.39)
รายได้อื่น	0.26	0.15	0.06	0.04	(0.20)	(76.92)
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	55.64	32.93	64.08	38.93	8.44	15.17
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	16.12	9.54	19.40	11.79	3.28	20.35
กำไรจากการดำเนินงาน	39.93	23.62	27.57	16.75	(12.36)	(30.95)
ต้นทุนทางการเงิน	(0.08)	(0.04)	(0.10)	(0.06)	(0.02)	25.00
กำไรก่อนภาษีเงินได้	39.85	23.58	27.47	16.69	(12.38)	(31.07)
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(8.01)	(4.74)	(5.57)	(3.38)	2.44	(30.46)
กำไรสำหรับงวด	31.84	18.84	21.90	13.30	(9.94)	(31.22)

รายได้จากการขายและบริการ

โครงสร้างรายได้จากการขายและบริการของบริษัทฯ จำแนกรายละเอียดเป็น 2 รูปแบบ ดังนี้

(1) รายได้จากการขายและบริการแบ่งตามกลุ่มผลิตภัณฑ์

รายได้จากการขายและบริการ แบ่งตามกลุ่มผลิตภัณฑ์	งบการเงินรวม					
	สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม					
	2568		2569		การเปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมและหนังศีรษะ (Hair Care)	152.56	90.28	136.70	83.04	(15.86)	(10.40)
1.1 ผลิตภัณฑ์ลดผมขาดร่วง (LYO Anti-Hair Loss)	47.81	28.29	54.95	33.38	7.14	14.93
1.2 ผลิตภัณฑ์แชมพูปิดผมขาว (LYO Hair Color)	59.70	35.33	50.51	30.69	(9.19)	(15.39)
1.3 ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมจากสารสกัดสมุนไพร (LYO Herbal)	45.05	26.66	24.78	15.05	(20.27)	(44.99)
1.4 ผลิตภัณฑ์เปลี่ยนสีผม (LYO My Color)	-	-	6.46	3.92	6.46	100.00
2. ผลิตภัณฑ์ดูแลผิว (Skincare)	9.78	5.79	9.96	6.05	0.18	1.84
3. ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง (Cosmetics)	3.65	2.16	0.76	0.46	(2.89)	(79.18)
4. รายได้จากการขายและบริการอื่น	2.99	1.77	17.19	10.44	14.20	474.92
รวมรายได้จากการขายและบริการ	168.98	100.00	164.61	100.00	(4.37)	(2.59)

(2) รายได้จากการขายและบริการแบ่งตามช่องทางการจัดจำหน่าย

รายได้จากการขายและบริการ แบ่งตามช่องทางการจัดจำหน่าย	งบการเงินรวม					
	สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม					
	2568		2569		การเปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. ช่องทางตัวแทนจำหน่าย (Agent)	80.75	47.79	40.04	24.32	(40.71)	(50.41)
2. ช่องทางร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) และช่องทางการสั่งซื้อที่บ้าน (Home Shopping)	55.03	32.57	65.79	39.97	10.76	19.55
2.1 ช่องทางร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)	49.65	29.38	55.21	33.54	5.56	11.20
2.2 ช่องทางการสั่งซื้อที่บ้าน (Home Shopping)	5.38	3.18	10.58	6.43	5.20	96.65
3. ช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ (Online)	31.09	18.40	41.97	25.50	10.88	35.01
4. รายได้จากธุรกิจรับจ้างผลิต	2.11	1.25	16.81	10.22	14.70	696.39
รวมรายได้จากการขายและบริการ	168.98	100.00	164.61	100.00	(4.37)	(2.59)

สำหรับผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 1 สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายและบริการเท่ากับ 164.61 ล้านบาท ลดลง 4.37 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 2.59 เทียบกับงวดเดียวกันของปี 2568 โดยการลดลงของรายได้จากการขายและบริการมีสาเหตุหลักดังนี้

- รายได้จากการขายและบริการผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมและหนังศีรษะ (Hair Care) ลดลง 15.86 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 10.40 เทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน
 - โดยมาจากรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมจากสารสกัดสมุนไพร (LYO Herbal) ลดลง 20.27 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 44.99 เทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน และผลิตภัณฑ์แชมพูปิดผมขาว (LYO Hair Color) ลดลง 9.19 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 15.39 เทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน ตามลำดับ ซึ่งรายได้ที่ลดลงสาเหตุหลักมาจากช่องทางตัวแทนจำหน่ายที่มีคำสั่งซื้อลดลง

- ในขณะที่รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ลดผมขาดร่วง (LYO Anti-Hair Loss) เพิ่มขึ้น 7.14 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.93 เทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน
- ประกอบกับผลิตภัณฑ์เปลี่ยนสีผม (LYO My Color) ที่เพิ่มขึ้น 6.46 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 100.00 เทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน ซึ่งบริษัทฯ เริ่มจัดจำหน่าย LYO My Color ในเดือนมีนาคม 2569
- รายได้จากการขายและบริการอื่นเพิ่มขึ้น 14.20 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 474.92 เทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน
- สำหรับรายได้จากการจำหน่ายผ่านช่องทางตัวแทนจำหน่าย (Agent) ลดลง 40.71 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 50.41 เทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน
- รายได้จากการจำหน่ายผ่านช่องทางร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) เพิ่มขึ้น 5.56 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.20 เทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน สะท้อนถึงสินค้าของบริษัทฯ ที่ยังคงได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภค
- รายได้จากการจำหน่ายผ่านช่องทางการสั่งซื้อที่บ้าน (Home Shopping) เพิ่มขึ้น 5.20 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 96.65 เทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน
- รายได้จากการจำหน่ายผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ (Online) เพิ่มขึ้น 10.88 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 35.01 เทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน เป็นไปตามแผนกลยุทธ์ในการขายของบริษัทฯ ที่เน้นการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ (Online) เป็นช่องทางที่มีศักยภาพในการเติบโตสูง
- รายได้จากธุรกิจรับจ้างผลิต เพิ่มขึ้น 14.70 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 696.39 เทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน สะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อมั่นของลูกค้าที่มีต่อมาตรฐานการผลิตของบริษัทฯ

ต้นทุนขายและบริการ และกำไรขั้นต้น

รายการ	งบการเงินรวม					
	สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม					
	2568		2569		การเปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. ต้นทุนขายสินค้าสำเร็จรูป	56.47	98.12	45.96	85.71	(10.51)	(18.61)
2. ต้นทุนขายจากงานรับจ้างผลิต	1.08	1.88	7.66	14.29	6.58	609.26
รวมต้นทุนขายและบริการ	57.55	100.00	53.62	100.00	(3.93)	(6.83)

รายการ	งบการเงินรวม					
	สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม					
	2568		2569		การเปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขายและบริการ	168.98	100.00	164.61	100.00	(4.37)	(2.59)
ต้นทุนขายและบริการ	57.55	34.06	53.62	32.57	(3.93)	(6.83)
กำไรขั้นต้น	111.43	65.94	110.99	67.43	(0.44)	(0.39)

สำหรับผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 1 สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทฯ มีต้นทุนขายและบริการเท่ากับ 53.62 ล้านบาท ลดลง 3.93 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 6.83 เทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน สอดคล้องกับรายได้จากการขายและบริการที่ลดลง

สำหรับอัตราส่วนกำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 65.94 ในงวดเดียวกันของปีก่อนเป็นร้อยละ 67.43 ในไตรมาสที่ 1 ปีปัจจุบัน สาเหตุหลักมาจากสัดส่วนการขายผ่านช่องทางจำหน่ายออนไลน์ (Online) เพิ่มขึ้น ซึ่งอัตรากำไรขั้นต้นที่บริษัทฯ ได้รับจากการขายผ่านช่องทางออนไลน์นั้นสูงกว่าช่องทางอื่นๆ

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย

รายการ	งบการเงินรวม					
	สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม					
	2568		2569		การเปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายการตลาด	44.05	79.17	48.69	75.98	4.64	10.53
เงินเดือนและผลประโยชน์ของพนักงาน	4.82	8.66	5.53	8.63	0.71	14.73
ค่าใช้จ่ายในการจัดส่ง	2.21	3.97	1.44	2.25	(0.77)	(34.84)
ค่าบริการแพลตฟอร์มออนไลน์	4.56	8.20	8.41	13.12	3.85	84.43
ค่าใช้จ่ายในการขายอื่นๆ	0.00	0.00	0.01	0.02	0.01	N.M.
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	55.64	100.00	64.08	100.00	8.44	15.17
สัดส่วนต่อรายได้รวม		32.93		38.93		

หมายเหตุ : N.M. (Not Meaningful) หมายถึง ตัวเลขหรือการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวไม่มีนัยสำคัญเชิงวิเคราะห์ในการเปรียบเทียบข้อมูลทางการเงิน

สำหรับผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 1 สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายเท่ากับ 64.08 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 38.93 ของรายได้จากการขายและบริการ โดยค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น 8.44 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 15.17 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

โดยมีสาเหตุหลักดังนี้

- ค่าใช้จ่ายการตลาดเพิ่มขึ้นจากค่าใช้จ่ายประชาสัมพันธ์ผ่านบุคคลที่มีชื่อเสียงและค่าใช้จ่ายการจัดทำสื่อโฆษณา นอกบ้าน (Out-of-Home Media) ที่สัมพันธ์กับยอดขายผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นไปตามแผนงานทางการตลาดของบริษัทฯ เนื่องจากมีการออกสินค้าใหม่ LYO MY COLOR ในช่วงปลายไตรมาสที่ 1 เพื่อสร้างการรับรู้ให้ตัวสินค้าให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภค
- บริษัทฯ มีค่าโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย (Social Media) และค่าบริการแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากการขึ้นค่าธรรมเนียมแพลตฟอร์มออนไลน์ตามนโยบายและเงื่อนไขของผู้ให้บริการแพลตฟอร์ม ซึ่งสอดคล้องกับรายได้จากการขายและบริการผ่านช่องทางจำหน่ายออนไลน์ (Online) ที่เพิ่มขึ้น
- ค่าใช้จ่ายเงินเดือนและผลประโยชน์ของพนักงานเนื่องจากการปรับขึ้นเงินเดือนประจำปี

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

รายการ	งบการเงินรวม					
	สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม					
	2568		2569		การเปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
เงินเดือนและผลประโยชน์อื่นพนักงาน	10.52	65.25	10.79	55.63	0.27	2.57
ค่าใช้จ่ายสำนักงาน	1.73	10.73	2.27	11.70	0.54	31.21
ค่าใช้จ่ายผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ	2.29	14.21	3.53	18.20	1.24	54.15
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	1.13	7.01	1.16	5.98	0.03	2.65
ค่าใช้จ่ายในการบริหารอื่นๆ	0.45	2.79	1.65	8.51	1.20	266.67
รวมค่าใช้จ่ายในการบริหาร	16.12	100.00	19.40	100.00	3.28	20.35
สัดส่วนต่อรายได้รวม		9.54		11.79		

สำหรับผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 1 สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารเท่ากับ 19.40 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.79 ของรายได้จากการขายและบริการ เพิ่มขึ้น 3.28 ล้านบาท หรือ เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.35 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

โดยมีสาเหตุหลักมาจาก ค่าใช้จ่ายผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ ในการปรึกษาสำหรับการจัดตั้งบริษัทย่อยแห่งใหม่ รวมถึงปรึกษาเกี่ยวกับการตลาดและประชาสัมพันธ์ต่างๆ เทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน และค่าใช้จ่ายในการบริหารอื่นๆ ในการดำเนินการขึ้นทะเบียนสินค้าสำหรับบริษัทย่อยแห่งใหม่

อย่างไรก็ตาม มีการเพิ่มขึ้นของเงินเดือนและผลประโยชน์อื่นของพนักงาน เนื่องจากการปรับขึ้นเงินเดือนประจำปี และค่าใช้จ่ายสำนักงานเพิ่มขึ้นจากการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับบริษัทฯ

กำไรสุทธิ

สำหรับผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 1 สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 21.90 ล้านบาท ลดลง 9.94 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 31.22 เทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน เนื่องจาก บริษัทฯ มีการใช้งบประมาณทางการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้ (Brand Awareness) แก่ผู้บริโภค โดยจะทยอยรับรู้รายได้อย่างเต็มที่ตั้งแต่ช่วงไตรมาสที่ 2 ของปี 2569 เป็นต้นไป รวมถึงค่าใช้จ่ายในการขออนุญาตและจดทะเบียนต่างๆ ของบริษัทฯ ย่อยแห่งใหม่ ซึ่งคาดว่าจะรับรู้รายได้ช่วงครึ่งปีหลังของปี 2569

ส่งผลให้อัตรากำไรสุทธิ บริษัทฯ มีอัตรากำไรสุทธิลดลงจากร้อยละ 18.84 ในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 เป็นร้อยละ 13.30 ในไตรมาสที่ 1 ปี 2569 เช่นเดียวกัน

(4) ฐานะทางการเงิน

ฐานะทางการเงิน

รายการ	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568		ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569		การเปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
สินทรัพย์รวม	555.44	100.00	602.63	100.00	47.18	8.49
หนี้สินรวม	68.81	12.39	94.09	15.61	25.28	36.74
ส่วนของผู้ถือหุ้น	486.64	87.61	508.54	84.39	21.90	4.50

สินทรัพย์

บริษัทฯ มีสินทรัพย์หลัก ประกอบด้วย เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น สินค้าคงเหลือ อาคารและอุปกรณ์ และสินทรัพย์สิทธิการใช้ โดยไตรมาสที่ 1 สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมเท่ากับ 602.63 ล้านบาท โดยสินทรัพย์หลักประกอบด้วย

1. เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด จำนวน 378.53 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 62.81 ของสินทรัพย์รวม
2. ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น จำนวน 74.94 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 12.43 ของสินทรัพย์รวม
3. สินค้าคงเหลือ จำนวน 74.75 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 12.41 ของสินทรัพย์รวม
4. อาคารและอุปกรณ์ จำนวน 26.30 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 4.36 ของสินทรัพย์รวม
5. เงินจ่ายล่วงหน้าค่าสินค้าและบริการ จำนวน 17.24 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2.86 ของสินทรัพย์รวม

หนี้สิน

บริษัทฯ มีหนี้สินหลัก ประกอบด้วย เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น ภาษีเงินได้นิติบุคคลค้างจ่าย ส่วนของหนี้สินตามสัญญาเช่าที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี และหนี้สินตามสัญญาเช่าสุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี โดยไตรมาสที่ 1 สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทฯ มีหนี้สินรวมเท่ากับ 94.09 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 15.61 ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวม โดยหนี้สินหลักประกอบด้วย

1. เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น จำนวน 61.63 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 10.23 ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวม
2. ภาษีเงินได้นิติบุคคลค้างจ่าย จำนวน 16.25 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2.70 ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวม
3. ส่วนของหนี้สินตามสัญญาเช่าที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี จำนวน 5.72 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.95 ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวม
4. หนี้สินตามสัญญาเช่าสุทธิจากส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี จำนวน 3.38 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.56 ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวม

ส่วนของผู้ถือหุ้น

บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวม ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 จำนวน 508.54 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 84.39 ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวม โดยส่วนของผู้ถือหุ้นประกอบด้วย

1. ทุนที่ออกจำหน่ายและชำระแล้ว 212.50 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 35.27 ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวม
2. ส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญ 183.23 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 30.40 ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวม
3. กำไรสะสม – จัดสรรสำรองตามกฎหมาย 12.98 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2.15 ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวม
4. กำไรสะสม – ยังไม่ได้จัดสรร จำนวน 99.83 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 16.57 ของส่วนของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวม

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ	หน่วย	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568	ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569
อัตราส่วนสภาพคล่อง (Current Ratio)	เท่า	8.21	6.31
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E Ratio)	เท่า	0.14	0.19
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)	ร้อยละ	30.38	24.29
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE)	ร้อยละ	28.54	23.92

อัตราส่วนสภาพคล่อง (Current Ratio)

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทฯ มีอัตราส่วนสภาพคล่องเท่ากับ 6.31 เท่า ลดลงจาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นเพิ่มขึ้น 21.5 ล้านบาท เทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 เนื่องจากบริษัทฯ มีการสั่งซื้อวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ล่วงหน้าให้สอดคล้องกับแผนการผลิต รวมทั้งการสั่งซื้อสินค้าสำเร็จรูปสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของบริษัทฯ

อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E Ratio)

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทฯ มีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E Ratio) เท่ากับ 0.19 เท่า เพิ่มขึ้นจาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจาก หนี้สินรวม ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 เพิ่มขึ้น 25.28 ล้านบาท เนื่องจากบริษัทฯ มีการสั่งซื้อวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ล่วงหน้าให้สอดคล้องกับแผนการผลิต รวมทั้งการสั่งซื้อสินค้าสำเร็จรูปสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของบริษัทฯ ประกอบกับมีภาษีเงินได้นิติบุคคลค้างจ่ายเพิ่มขึ้น เป็นผลจากการที่บริษัทฯ มีกำไรสุทธิในไตรมาสที่ 1 ปี 2569

อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทฯ มีอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) เท่ากับร้อยละ 24.29 ลดลง จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ที่มีอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) เท่ากับร้อยละ 30.38 โดยมีสาเหตุหลักมาจาก กำไร(ขาดทุน) ก่อนต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้ (ที่ถูกปรับเป็นตัวเลขเต็มปี (Annualized) โดยใช้ตัวเลขไตรมาสปัจจุบัน บวกด้วยตัวเลขย้อนหลังอีก 3 ไตรมาส) ลดลง ประกอบกับสินทรัพย์รวมเฉลี่ย ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 สูงกว่า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 เป็นผลจากการเพิ่มขึ้นของเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด รวมถึงเงินจ่ายล่วงหน้าค่าสินค้าและบริการ ซึ่งเป็นเงินจ่ายล่วงหน้าสำหรับผลิตสินค้าใหม่

อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทฯ มีอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) เท่ากับร้อยละ 23.92 ลดลง จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ที่มีอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) เท่ากับร้อยละ 28.54 โดยมีสาเหตุหลักมาจาก กำไร(ขาดทุน) สุทธิ (ที่ถูกปรับเป็นตัวเลขเต็มปี (Annualized) โดยใช้ตัวเลขไตรมาสปัจจุบัน บวกด้วยตัวเลขย้อนหลังอีก 3 ไตรมาส) ลดลง และส่วนของผู้ถือหุ้นรวมเฉลี่ย ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 สูงกว่า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 เป็นผลจากการที่บริษัทฯ มีกำไรสุทธิในไตรมาสที่ 1 ปี 2569

วงจรกิจสิน

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ	หน่วย	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568	ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย	วัน	42.00	51.00
ระยะเวลาขายสินค้าสำเร็จรูปเฉลี่ย	วัน	76.00	69.00
ระยะเวลาขายสินค้าคงเหลือเฉลี่ย	วัน	120.00	127.00
ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย	วัน	29.00	49.00
วงจรกิจสิน	วัน	133.00	129.00

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัท มีวงจรกิจสินเท่ากับ 129 วัน ลดลง 4 วัน เทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยมีสาเหตุสำคัญมาจากระยะเวลาการขายสินค้าสำเร็จรูปที่เร็วขึ้น และระยะเวลาการชำระหนี้เฉลี่ยที่เพิ่มขึ้น

(5) ปัจจัยที่อาจมีผลต่อการดำเนินงานหรือการเติบโตในอนาคต

ปี 2569 นับเป็นอีกหนึ่งปีที่เศรษฐกิจไทยยังคงเผชิญแรงกดดันจากหลายปัจจัย ทั้งจากภาวะเศรษฐกิจโลกที่มีแนวโน้มชะลอตัว การดำเนินนโยบายกีดกันทางการค้าของประเศมหาอำนาจ ตลอดจนความเปราะบางเชิงโครงสร้างภายในประเทศ ขณะที่สถานการณ์ทางการเมืองยังคงมีความไม่แน่นอน ซึ่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจจะขึ้นอยู่กับความต่อเนื่องของการดำเนินนโยบายภาครัฐ ปัจจัยดังกล่าวอาจส่งผลให้เศรษฐกิจไทยในปี 2569 มีลักษณะเป็นการประคองตัวมากกว่าการขยายตัวในระดับเร่งตัว

อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยยังมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากการได้รับแรงสนับสนุนจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ และการกลับมาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

รวมถึงมาตรการต่างๆ ของภาครัฐ ซึ่งจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย และคาดว่าจะส่งผลให้มูลค่าการส่งออกเติบโตต่อเนื่องในระยะข้างหน้า

ขอแสดงความนับถือ
บริษัท 88(ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน)
 -นายชนพัฒน์ ขาวอุบล-
 ประธานเจ้าหน้าที่สายงานบัญชีและการเงิน