

IP_AC003/2569

วันที่ 14 สิงหาคม 2569

เรื่อง คำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ ไตรมาส 2 ปี 2569

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย**ภาพรวมการดำเนินธุรกิจ ไตรมาส 2 ปี 2569**

ในไตรมาส 2 ปี 2569 บริษัท อินเตอร์ ฟาร์มา จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ยังคงดำเนินธุรกิจภายใต้ยุทธศาสตร์ “นวัตกรรมสุขภาพครบวงจร” (Integrated Healthcare Innovation) ผ่าน 6 กลุ่มธุรกิจหลัก ได้แก่

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ขายในช่องทางตลาดโรงพยาบาล (Hospital Market Healthcare)
2. กลุ่มผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ขายในช่องทางตลาดผู้บริโภค (Consumer Market Healthcare)
3. กลุ่มผลิตภัณฑ์สุขภาพสำหรับสัตว์ (Animal Healthcare)
4. กลุ่มธุรกิจร้านขายยา (Pharmacy Business)
5. กลุ่มธุรกิจโรงพยาบาล (Hospital Business)
6. กลุ่มธุรกิจนวัตกรรมอุปกรณ์ทางการแพทย์ (Medical Device Innovation Business)

สำหรับทิศทางการดำเนินงานในไตรมาส 2 บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับแนวคิด “Growth with Quality” หรือการเติบโตอย่างมีคุณภาพ โดยมุ่งสร้างการเติบโตที่ควบคู่ไปกับความสามารถในการทำกำไร การสร้างกระแสเงินสด และการใช้ทรัพยากรของกลุ่มบริษัทอย่างมีประสิทธิภาพ มากกว่าการมุ่งขยายขนาดธุรกิจเพียงอย่างเดียว

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจหลัก การบริหาร Product Portfolio และช่องทางจำหน่ายให้สามารถสร้างผลตอบแทนที่เหมาะสม ตลอดจนการสร้าง Synergy ระหว่างธุรกิจในกลุ่มเพื่อเพิ่มโอกาสในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการด้านสุขภาพผ่านฐานลูกค้า และช่องทางที่บริษัทฯ มีอยู่แล้ว ขณะเดียวกัน บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่าย การบริหารสินค้าคงคลังและเงินทุนหมุนเวียน รวมถึงการเพิ่ม Productivity ของแต่ละหน่วยธุรกิจ เพื่อให้การเติบโตของรายได้สามารถส่งผ่านไปสู่การเติบโตของกำไรและกระแสเงินสดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ทิศทางและแผนงานสำคัญ

- มุ่งสร้างการเติบโตที่มีคุณภาพ โดยพิจารณาทั้ง Revenue Growth, Gross Profit, Operating Profit และ Cash Flow ควบคู่กัน เพื่อให้การเติบโตสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผู้ถือหุ้นในระยะยาว

- เสริมความแข็งแกร่งของธุรกิจหลัก โดยเฉพาะ Hospital Market Healthcare, Consumer Market Healthcare และ Animal Healthcare ผ่านการบริหาร Product Portfolio การเพิ่มประสิทธิภาพช่องทางจำหน่าย และการให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพในการเติบโตและสร้างอัตรากำไรที่เหมาะสม
- ยกกระดับประสิทธิภาพของธุรกิจร้านขายยา โดยให้ความสำคัญกับยอดขายสาขาเดิม (Same Store Sales Growth) การบริหาร Product Mix และ Gross Margin การเพิ่มยอดขายต่อครั้ง การสร้างฐานลูกค้าประจำ ตลอดจนการบริหารค่าเช่า บุคลากร และค่าใช้จ่ายของแต่ละสาขาให้เหมาะสมกับศักยภาพในการสร้างรายได้
- ใช้ประโยชน์จากเครือข่ายและช่องทางที่มีอยู่ให้เต็มศักยภาพ ทั้งโรงพยาบาล ร้านขายยา ช่องทาง Consumer และเครือข่ายพันธมิตร เพื่อเพิ่มโอกาสในการ Cross-selling และลดต้นทุนในการเข้าถึงลูกค้าใหม่
- พัฒนาธุรกิจโรงพยาบาลและธุรกิจนวัตกรรมอุปกรณ์ทางการแพทย์ โดยเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจเดิม ควบคู่กับการพิจารณาบริการหรือโครงการใหม่ที่สามารถสร้างรายได้และผลตอบแทนที่เหมาะสม และสามารถต่อยอดกับ Healthcare Ecosystem ของกลุ่มบริษัทฯ
- ยกกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยใช้ข้อมูลและระบบสนับสนุนการตัดสินใจในการบริหารยอดขาย สินค้าคงคลัง การจัดซื้อ การกระจายสินค้า และค่าใช้จ่าย เพื่อเพิ่ม Productivity และลดต้นทุนที่ไม่สร้างมูลค่า
- ให้ความสำคัญกับการบริหาร Inventory Turnover ลด Slow-moving และ Obsolete Inventory ตลอดจนบริหารลูกหนี้ เจ้าหนี้ และเงินทุนหมุนเวียนให้สอดคล้องกับการเติบโตของธุรกิจ
- พิจารณาการลงทุนและการขยายธุรกิจ โดยให้ความสำคัญกับผลตอบแทนจากการลงทุน ความสามารถในการสร้างกระแสเงินสด ระยะเวลาคืนทุน และผลกระทบต่อฐานะทางการเงิน เพื่อให้เงินลงทุนถูกจัดสรรไปยังโครงการที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่บริษัทฯ ได้อย่างเหมาะสม

มุมมองของฝ่ายบริหาร

ในช่วงครึ่งหลังของปี 2569 บริษัทฯ จะมุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่าง Growth, Profitability และ Cash Flow โดยให้ความสำคัญกับการเติบโตจากธุรกิจหลักและสินค้าที่มีศักยภาพ การเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจร้านขายยาและธุรกิจโรงพยาบาล รวมถึงการบริหารต้นทุนและเงินทุนหมุนเวียนอย่างมีวินัย บริษัทฯ เชื่อว่าการมีธุรกิจที่ครอบคลุมตั้งแต่ผลิตภัณฑ์สุขภาพ ช่องทางโรงพยาบาลและผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์สุขภาพสำหรับสัตว์ ร้านขายยา โรงพยาบาล และอุปกรณ์ทางการแพทย์ เป็นจุดแข็งที่สำคัญในการสร้าง Healthcare Ecosystem ของกลุ่มบริษัทฯ ดังนั้น เป้าหมายในระยะต่อไปจึงไม่ใช่เพียงการทำให้แต่ละธุรกิจมีขนาดใหญ่ขึ้น แต่คือการทำให้แต่ละธุรกิจมีคุณภาพของรายได้และกำไรที่ดีขึ้น สามารถสร้างกระแสเงินสด และสนับสนุนซึ่งกันและกันภายในกลุ่มเพื่อสร้างการเติบโตที่มีคุณภาพและยั่งยืนให้แก่บริษัทฯ และผู้ถือหุ้นในระยะยาว

สรุปผลการดำเนินงาน สำหรับไตรมาส 2 ประจำปี 2569

หน่วย : ล้านบาท	ไตรมาส 2 ปี 2569	ไตรมาส 2 ปี 2568	เปลี่ยนแปลง		6 เดือนแรก ปี 2569	6 เดือนแรก ปี 2568	เปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท	%	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท	%
รายได้จากการขายและบริการ	555	535	20	4%	1,115	1,066	49	5%
รวมรายได้	557	541	17	3%	1,119	1,074	45	4%
ต้นทุนขายและให้บริการ	319	323	-3	-1%	632	635	-3	0%
กำไรขั้นต้น	236	212	24	11%	483	431	52	12%
% กำไรขั้นต้น	42%	40%			43%	40%		
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	185	175	11	6%	380	357	23	6%
กำไรสุทธิสำหรับงวด	39	31	8	27%	79	59	20	33%
% กำไรสุทธิ	7%	6%			7%	6%		

ภาพรวม

สำหรับงวด 3 เดือนและ 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ ยังคงยึดมั่นในอุดมการณ์การเป็นผู้นำด้านสุขภาพอย่างครบวงจร พร้อมสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน โดยผลการดำเนินงานรวมสะท้อนถึงความสามารถในการทำกำไรที่เติบโตโดดเด่นอย่างต่อเนื่อง แม้ในภาวะเศรษฐกิจที่มีความท้าทาย บริษัทฯ มีรายได้รวมอยู่ที่ 557 ล้านบาท และ 1,119 ล้านบาท ตามลำดับ เติบโตขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนในอัตราร้อยละ 3 และร้อยละ 4 ตามลำดับ โดยมีปัจจัยหลักมาจากการขยายตัวของกลุ่มธุรกิจนวัตกรรมอุปกรณ์ทางการแพทย์ กลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพส่วนตัว กลุ่มธุรกิจร้านขายยาและกลุ่มธุรกิจโรงพยาบาล ซึ่งช่วยเสริมศักยภาพและขยายฐานรายได้จากกลุ่มธุรกิจบริการทางการแพทย์ ส่งผลให้รายได้ของบริษัทฯ เติบโตอย่างมั่นคง จึงทำให้กำไรขั้นต้นในไตรมาส 2 และครึ่งปีแรกอยู่ที่ 236 ล้านบาท และ 483 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 24 ล้านบาท และ 52 ล้านบาท ตามลำดับ เติบโตขึ้นร้อยละ 11 และร้อยละ 12 ตามลำดับ

ค่าใช้จ่ายขายและบริหารสำหรับงวด 3 เดือนและ 6 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 อยู่ที่ 185 ล้านบาทและ 380 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 6 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็นผลจากค่าใช้จ่ายส่วนที่แปรผันตามยอดขายที่สูงขึ้นและจากการดำเนินงานตามแผนการปรับโครงสร้างและเพิ่มประสิทธิภาพเครือข่ายสาขาของธุรกิจร้านขายยา บริษัทฯ ได้ดำเนินการทบทวนผลการดำเนินงานของแต่ละสาขาอย่างต่อเนื่อง และปรับลดหรือยุติการดำเนินงานของสาขาที่มีผลการดำเนินงานไม่เป็นไปตามเป้าหมาย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรและมุ่งเน้นการลงทุนไปยังสาขาและพื้นที่ที่มีศักยภาพในการสร้างผลตอบแทนที่ดี ส่งผลให้อัตรากำไรสุทธิในไตรมาสที่ 2 มีจำนวน 39 ล้านบาท และกำไรสุทธิสะสมครึ่งปีแรกที่ 79 ล้านบาท เติบโตในอัตราร้อยละ 27 และ ร้อยละ 33 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน

สรุปงบการเงินประจำไตรมาส 2 ปี 2569

รายได้จากการขายและให้บริการแบ่งตามธุรกิจ

รายได้จากการขายและให้บริการสำหรับงวด 3 เดือนและ 6 เดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 เพิ่มขึ้น 20 ล้านบาท และ 49 ล้านบาท หรือ เติบโตร้อยละ 4 และร้อยละ 5 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันกับปีก่อน โดยการเติบโตดังกล่าวสะท้อนถึงความแข็งแกร่งของฐานธุรกิจและความสามารถในการสร้างรายได้อย่างต่อเนื่อง แม้สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจยังคงมีความไม่แน่นอน รายได้แบ่งประเภทตามลักษณะธุรกิจได้ดังนี้

ประเภทรายได้	ไตรมาส 2 ปี 2569	ไตรมาส 2 ปี 2568	เปลี่ยนแปลง		6 เดือนแรก ปี 2569	6 เดือนแรก ปี 2568	เปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท	%	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท	%
1. กลุ่มผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ขายในช่องทางตลาดโรงพยาบาล	68	84	-16	-19%	148	182	-33	-18%
2. กลุ่มผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ขายในช่องทางตลาดผู้บริโภค	109	107	2	2%	212	217	-4	-2%
3. กลุ่มผลิตภัณฑ์สุขภาพสำหรับสัตว์	102	92	9	10%	202	178	24	13%
4. กลุ่มธุรกิจร้านขายยา	172	166	6	4%	366	333	32	10%
5. กลุ่มธุรกิจโรงพยาบาล	55	51	3	6%	109	104	6	5%
6. กลุ่มธุรกิจนวัตกรรมอุปกรณ์ทางการแพทย์	49	34	15	46%	78	52	25	48%
รวม	555	535	20	4%	1,115	1,066	49	5%

รายได้จากลูกค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ขายในช่องทางตลาดโรงพยาบาล (Hospital Market Healthcare)

สำหรับงวด 3 เดือนและ 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 รายได้ชะลอตัวลง ร้อยละ 16 และร้อยละ 18 (YoY) ตามลำดับ เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน อย่างไรก็ตาม ความต้องการของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ยังคงอยู่ในระดับที่ดี บริษัทฯ ยังคงเดินหน้าขยายผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับโอกาสการเติบโตในกลุ่มโรงพยาบาล ซึ่งเป็นหนึ่งในตลาดหลักที่มีศักยภาพสูงและสร้างรายได้ในอนาคต

รายได้จาก กลุ่มผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ขายในช่องทางตลาดผู้บริโภค (Consumer Market Healthcare)

สำหรับงวด 3 เดือนและ 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 รายได้มีการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 2 และลดลงร้อยละ 2 (YoY) ตามลำดับ เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน การเติบโตในไตรมาสถัดสะท้อนความเชื่อมั่นและความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพของสินค้าอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากกลุ่มผลิตภัณฑ์เวชภัณฑ์รักษาโรค และกลุ่มโภชนเภสัช อาหารเสริม ผ่านกลยุทธ์การขยายช่องทางจำหน่ายที่ครอบคลุม ควบคู่กับการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเชิงรุกเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคยุคใหม่ ผลิตภัณฑ์หลัก (Hero Products) ยังคงได้รับความนิยมสูง มุ่งเน้นสร้างฐานลูกค้าใหม่พร้อมรักษาลูกค้าเดิมอย่างเหนียวแน่น เป็นความมั่นคงและความยั่งยืนในตลาดผู้บริโภคที่ยังคงมีความต้องการสินค้าหรือบริการจากบริษัทในระดับที่คงที่ในช่วงเวลานี้ ซึ่งเป็นสัญญาณที่ดีในการเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต

ทั้งนี้ อัตราการเติบโตที่ยังทรงตัวในไตรมาสนี้ ถือเป็น สัญญาณบวกสำคัญ ที่ตอกย้ำถึงความแข็งแกร่งของแบรนด์ ความจงรักภักดีของผู้บริโภค และศักยภาพในการขยายตัวของตลาดสุขภาพผู้บริโภค ซึ่งจะยังคงเป็นเครื่องยนต์หลักในการสร้างรายได้และผลกำไรที่มั่นคงและยั่งยืนให้แก่บริษัทฯ ในระยะยาว

รายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์สุขภาพสำหรับสัตว์ (Animal Healthcare)

สำหรับงวด 3 เดือนและ 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 ยังคงสร้างผลการดำเนินงานได้อย่างโดดเด่นและต่อเนื่อง โดยมีรายได้จำนวน 102 ล้านบาท และ 202 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 10 และร้อยละ 13 (YoY) ตามลำดับ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

ความสำเร็จดังกล่าวสะท้อนถึงศักยภาพของพอร์ตผลิตภัณฑ์ (Product Portfolio) ที่มีความหลากหลายละเอียด ครอบคลุม ทั้งในกลุ่มเวชภัณฑ์ดูแลรักษาและผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพสัตว์เลี้ยง (Pet Health) สอดรับกับแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมสัตว์เลี้ยงยุคใหม่ที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการดูแลสัตว์เลี้ยงเหมือนสมาชิกในครอบครัว ซึ่งสะท้อนถึงศักยภาพของผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในการตอบโจทย์ความต้องการของตลาดได้อย่างครอบคลุม และการให้ความสำคัญกับการรักษาความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งกับลูกค้าปัจจุบัน และมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจและความเชื่อมั่น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างการเติบโตอย่างมั่นคงในระยะยาว

รายได้จากกลุ่มธุรกิจร้านขายยา (Pharmacy Business)

สำหรับงวด 3 เดือนและ 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 กลุ่มธุรกิจร้านขายยามีรายได้ 172 ล้านบาท และ 366 ล้านบาท ตามลำดับ เติบโตร้อยละ 4 และร้อยละ 10 (YoY) ตามลำดับ สะท้อนบทบาทของ Lab Pharmacy ในฐานะช่องทางค้าปลีกด้านสุขภาพที่ยังคงเป็นฐานรายได้สำคัญของกลุ่มบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม การเติบโตดังกล่าว มีการพิจารณาควบคู่กับต้นทุนการดำเนินงานของสาขา ค่าเช่าพื้นที่ ค่าใช้จ่ายบุคลากร และค่าใช้จ่ายการตลาดที่เพิ่มขึ้นตามการขยายเครือข่ายในช่วงก่อนหน้า บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญกับการเติบโตที่สร้างผลตอบแทนจริง มากกว่าการขยายจำนวนสาขาเพียงอย่างเดียว โดยมุ่งเน้นขยายสาขาเดิม การเพิ่มสัดส่วนสินค้าที่มีอัตรากำไรเหมาะสม การบริหารสินค้าคงคลัง และการใช้ช่องทางออนไลน์ควบคู่กับหน้าร้าน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเข้าถึงลูกค้า

ในช่วงที่ผ่านมา ธุรกิจร้านขายยาเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญของแผนขยายธุรกิจ Inter Pharma ทั้งในด้านการเพิ่มจำนวนสาขา การเตรียมความพร้อมของ Lab Pharmacy เพื่อรองรับโอกาสการระดมทุนในอนาคต และการใช้เครือข่ายร้านขายยาเป็นช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพของกลุ่มบริษัทฯ ดังนั้น แนวทางการบริหารในปัจจุบันจึงเน้นการปรับสมดุลระหว่างการเติบโตของรายได้และคุณภาพของกำไร โดยทบทวนผลการดำเนินงานรายสาขาอย่างต่อเนื่อง ปรับลดหรือยุติการดำเนินงานของสาขาที่ไม่สามารถสร้างผลตอบแทนตามเป้าหมาย และจัดสรรทรัพยากรไปยังทำเลและรูปแบบสาขาที่มีศักยภาพสูงกว่า

การดำเนินการดังกล่าวจะช่วยลดภาระต้นทุนคงที่ เพิ่มประสิทธิภาพการใช้จ่ายเงินทุนหมุนเวียน และสนับสนุนให้อัตรากำไรของธุรกิจร้านขายยาปรับตัวดีขึ้นในระยะถัดไป ทั้งนี้ บริษัทฯ จะยังคงใช้ประโยชน์จากฐานลูกค้า ความน่าเชื่อถือของเภสัชกร และเครือข่ายหน้าร้านของ Lab Pharmacy เพื่อสร้างยอดขายร่วมกับผลิตภัณฑ์หลักของกลุ่มบริษัทฯ ควบคู่กับการควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างมีวินัย เพื่อให้ธุรกิจร้านขายยาเติบโตอย่างยั่งยืนและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผู้ถือหุ้นในระยะยาว

รายได้จากกลุ่มธุรกิจโรงพยาบาล (Hospital Business)

สำหรับงวด 3 เดือนและ 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 กลุ่มธุรกิจโรงพยาบาลภายใต้โรงพยาบาลนครพัฒน์อินเตอร์มีรายได้เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 6 และร้อยละ 5 (YoY) ตามลำดับ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน การเติบโตดังกล่าวสะท้อนการกลับมาให้บริการได้อย่างต่อเนื่องภายหลังการปรับปรุงพื้นที่ให้บริการบางส่วน โดยเฉพาะโซนผู้ป่วยนอกและศูนย์บริการสำคัญ

โรงพยาบาลนครพัฒน์อินเตอร์อยู่ในช่วงต่อ ยอดผลตอบแทนจากการลงทุนที่ได้ดำเนินการไปก่อนหน้านี้ ทั้งการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน พื้นที่ให้บริการผู้ป่วยนอก ศูนย์รังสีวินิจฉัย และบริการทางการแพทย์เฉพาะทาง การบริหารในระยะถัดไปจึงมุ่งเน้นการเพิ่ม Utilization ของทรัพยากรที่มีอยู่ เช่น ห้องตรวจ แพทย์เฉพาะทาง เครื่องมือแพทย์ และบุคลากรทางการแพทย์ เพื่อให้การเติบโตของรายได้สามารถส่งผ่านไปสู่อัตรากำไรและกระแสเงินสดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ โรงพยาบาลยังคงเป็นหนึ่งในฐานธุรกิจปลายน้ำที่สำคัญของกลุ่มบริษัทฯ ในการต่อยอดระบบนิเวศด้านสุขภาพครบวงจร โดยสามารถสร้าง Synergy กับธุรกิจผลิตภัณฑ์สุขภาพร้านขายยา และธุรกิจนวัตกรรมอุปกรณ์ทางการแพทย์ได้ในระยะยาว อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ จะให้ความสำคัญกับการควบคุมต้นทุนบริการทางการแพทย์ ค่าใช้จ่ายบุคลากร และค่าใช้จ่ายคงที่ของโรงพยาบาลอย่างรอบคอบ ควบคู่กับการพัฒนาบริการที่มีความต้องการสูงและมีผลตอบแทนเหมาะสม เพื่อให้โรงพยาบาลนครพัฒน์อินเตอร์เติบโตอย่างมีคุณภาพ สร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ และเพิ่มมูลค่าให้แก่กลุ่มบริษัทฯ อย่างยั่งยืน

รายได้จากกลุ่มธุรกิจนวัตกรรมอุปกรณ์ทางการแพทย์ (Medical Device Innovation Business)

สำหรับงวด 3 เดือนและ 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 รายได้จากกลุ่มธุรกิจนวัตกรรมอุปกรณ์ทางการแพทย์มีจำนวน 49 ล้านบาท และ 78 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นอัตรากำไรเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญที่ร้อยละ 46 และ ร้อยละ 48 (YoY) เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน การเติบโตแบบก้าวกระโดดดังกล่าว มีปัจจัยหนุนสำคัญมาจากการขยายตัวของรายได้ในส่วนงานคลินิก ประกอบกับปัจจัยทางฤดูกาลของธุรกิจ ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นขับเคลื่อนกลยุทธ์เชิงรุกเพื่อยกระดับศักยภาพทางการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการขยายความร่วมมือกับภาครัฐ การเปิดตัวผลิตภัณฑ์สุขภาพเฉพาะทางที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด ตลอดจนการพัฒนาโซลูชันนวัตกรรมทางการแพทย์ที่ทันสมัยและได้มาตรฐานสากล เพื่อสร้างความแตกต่าง และรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมในระยะยาว ด้วยจุดแข็งของกลุ่มธุรกิจนวัตกรรมอุปกรณ์ทางการแพทย์ ผสานกับการดำเนินกลยุทธ์ที่ตรงจุด จะเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่ผลักดันให้ผลการดำเนินงานเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

ต้นทุนขายและให้บริการและกำไรขั้นต้น

หน่วย : ล้านบาท	ไตรมาส 2 ปี 2569	ไตรมาส 2 ปี 2568	เปลี่ยนแปลง		6 เดือนแรกปี 2569	6 เดือนแรกปี 2568	เปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท	%	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท	%
ต้นทุนขายและให้บริการ	319	323	-3	-1%	632	635	-3	0%
ค่าใช้จ่ายในการขาย	132	123	8	7%	255	248	8	3%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	54	51	2	5%	125	109	15	14%
รวมค่าใช้จ่าย	505	497	7	1%	1,012	992	20	2%

สำหรับงวด 3 เดือนและ 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มีต้นทุนขายและให้บริการจำนวน 319 ล้านบาท และ 632 ล้านบาท ตามลำดับ ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้น ปรับตัวสูงขึ้นมาอยู่ที่ ร้อยละ 42 และ ร้อยละ 43 ตามลำดับ ซึ่งเพิ่มขึ้น ร้อยละ 2 และร้อยละ 3 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ปัจจัยหลักที่ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นปรับตัวดีขึ้น เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของสัดส่วนผลิตภัณฑ์ (Product Mix) โดยบริษัทฯ มีการรับรู้รายได้จากกลุ่มธุรกิจที่มีอัตรากำไรสูงเพิ่มขึ้น ได้แก่ กลุ่มธุรกิจร้านขายยา และกลุ่มธุรกิจนวัตกรรมอุปกรณ์ทางการแพทย์และคลินิกเวชศาสตร์ฟื้นฟู ควบคู่กับการบริหารจัดการต้นทุนสินค้าและการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับงวด 3 เดือน (ไตรมาส 2/2569) ต้นทุนขายและให้บริการลดลงร้อยละ 1 (YoY) ในขณะที่รายได้รวมเติบโตร้อยละ 4 (YoY) ส่วนงวด 6 เดือนแรก ต้นทุนขายและให้บริการทรงตัวใกล้เคียงกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่รายได้รวมขยายตัวได้ร้อยละ 5 (YoY) ดอกล้ำถึงประสิทธิภาพในการควบคุม ที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง และส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นขยายตัวได้สูงกว่าอัตราการเติบโตของรายได้

ค่าใช้จ่ายในการขาย

สำหรับงวด 3 เดือนและ 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายจำนวน 132 ล้านบาท และ 255 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้น 8 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน การปรับตัวเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขาย มีสาเหตุหลักมาจากค่าใช้จ่ายแปรผันที่เติบโตตามสัดส่วนการขายตัวของรายได้ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการขนส่งและกระจายสินค้า ตลอดจนค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจกรรมการตลาดและการขายผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการสนับสนุนการเติบโตของยอดขายและการขยายฐานผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายในการขายและทำการตลาดให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อให้สอดคล้องกับแผนการดำเนินงานและสร้างผลตอบแทนที่คุ้มค่าในระยะยาว

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

สำหรับงวด 3 เดือนและ 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 54 ล้านบาท และ 125 ล้านบาท ตามลำดับ โดยสำหรับงวด 3 เดือน เพิ่มขึ้นเล็กน้อยจำนวน 2 ล้านบาท (หรือคิดเป็นร้อยละ 5 YoY) ขณะที่งวด 6 เดือน เพิ่มขึ้นจำนวน 15 ล้านบาท (หรือคิดเป็นร้อยละ 14 YoY) เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการบริหารสำหรับงวด 6 เดือน มีสาเหตุหลักมาจากการดำเนินงานตามแผนปรับปรุงโครงสร้างและเพิ่มประสิทธิภาพเครือข่ายสาขาของธุรกิจร้านขายยา โดยบริษัทฯ ได้ทำการทบทวนผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง และปรับลดหรือยุติการดำเนินงานของสาขาที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ซึ่งรวมถึงการรับรู้ผลขาดทุนจากการปิดสาขาที่ไม่ทำกำไร เพื่อมุ่งเน้นการจัดสรรทรัพยากรและการลงทุนไปยังพื้นที่ที่มีศักยภาพสูง

กำไรสุทธิ

สำหรับงวด 3 เดือนและ 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 กำไรสุทธิมีจำนวน 39 ล้านบาทและจำนวน 79 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นอัตราส่วนต่อรายได้ร้อยละ 7 โดยกำไรสุทธิปรับตัวเพิ่มขึ้น 8 ล้านบาทหรือร้อยละ 27 และ 20 ล้านบาทหรือร้อยละ 33 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่ง การเติบโตของกำไรสุทธิในอัตราที่สูงกว่าการเติบโตของรายได้อย่างมีนัยสำคัญ สะท้อนถึงประสิทธิภาพการบริหารจัดการเชิงโครงสร้างองค์กรอย่างรัดกุม ตลอดจนผลสำเร็จของการลงทุนเชิงกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการสร้างการเติบโตเชิงคุณภาพ ทั้งการยกระดับอัตรากำไรขั้นต้น การขยายฐานลูกค้า การสร้างความแข็งแกร่งให้กับแบรนด์ และการเจาะตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ ซึ่งเป็นฐานรากสำคัญในการผลักดันให้ผลประกอบการของบริษัทฯ เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว

ฐานะการเงิน

	ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568	เปลี่ยนแปลง ล้านบาท	%
	ล้านบาท	ล้านบาท		
รวมสินทรัพย์	3,247	3,239	8	0%
รวมหนี้สิน	914	940	- 26	-3%
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	2,333	2,299	34	1%

สินทรัพย์

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมจำนวน 3,247 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 8 ล้านบาท เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 สาเหตุหลักมาจากสินทรัพย์หมุนเวียนเพิ่มขึ้นจำนวน 24 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดลดลง 39 ล้านบาทและสินค้างเหลือเพิ่มขึ้น 66 ล้านบาท และสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนลดลง 15 ล้านบาท เกิดจากสินทรัพย์สิทธิการใช้

หนี้สิน

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มีหนี้สินรวมจำนวน 914 ล้านบาท ลดลง 26 ล้านบาท เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 สาเหตุหลักมาจาก หนี้สินตามสัญญาเช่าลดลง จำนวน 11 ล้านบาทและจากการชำระหนี้สินให้กับสถาบันการเงิน

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นจำนวน 2,333 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 34 ล้านบาท เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 สาเหตุหลักมาจากบริษัทฯ มีกำไรสุทธิสำหรับงวดส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯจำนวน 69 ล้านบาท ส่วนของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทฯน้อยเพิ่มขึ้น 9 ล้านบาท และจ่ายเงินปันผล 44 ล้านบาท

พัฒนาการด้านความยั่งยืน

บริษัทฯ ได้กำหนดกลยุทธ์ เป้าหมาย และแผนการดำเนินงานด้านความยั่งยืนอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมทั้งระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว โดยบูรณาการแนวคิดด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) เข้ากับการดำเนินธุรกิจและการบริหารจัดการองค์กร เพื่อให้การพัฒนางองค์กรเป็นไปอย่างรอบด้านและสอดคล้องกับความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย และให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลและขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสีย และสนับสนุนการสร้างคุณค่าให้แก่บริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายอย่างสมดุล อันจะนำไปสู่การเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว

ขอแสดงความนับถือ

นางสาวฉัตรแก้ว กรุดโกศล

ผู้อำนวยการฝ่ายการเงิน