

PARTNERING WITH NATURE,
EMPOWERING GROWTH.



การวิเคราะห์และคำอธิบายของ
ฝ่ายจัดการต่อผลการดำเนินงาน
สำหรับงวดสามเดือนและหกเดือน

...

สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569



SPECIALTY NATURAL PRODUCTS
PUBLIC COMPANY LIMITED



snpspcl.com



@snpthai



snpthai

เรื่อง การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการต่อผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 2 ปี 2569
สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569

เรียน กรรมการและผู้จัดการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท สเปเชียลตี้ เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“กลุ่มบริษัท”) ขอนำส่งการวิเคราะห์และคำอธิบาย ผลการดำเนินงานของฝ่ายจัดการสำหรับงวดสามเดือนและหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

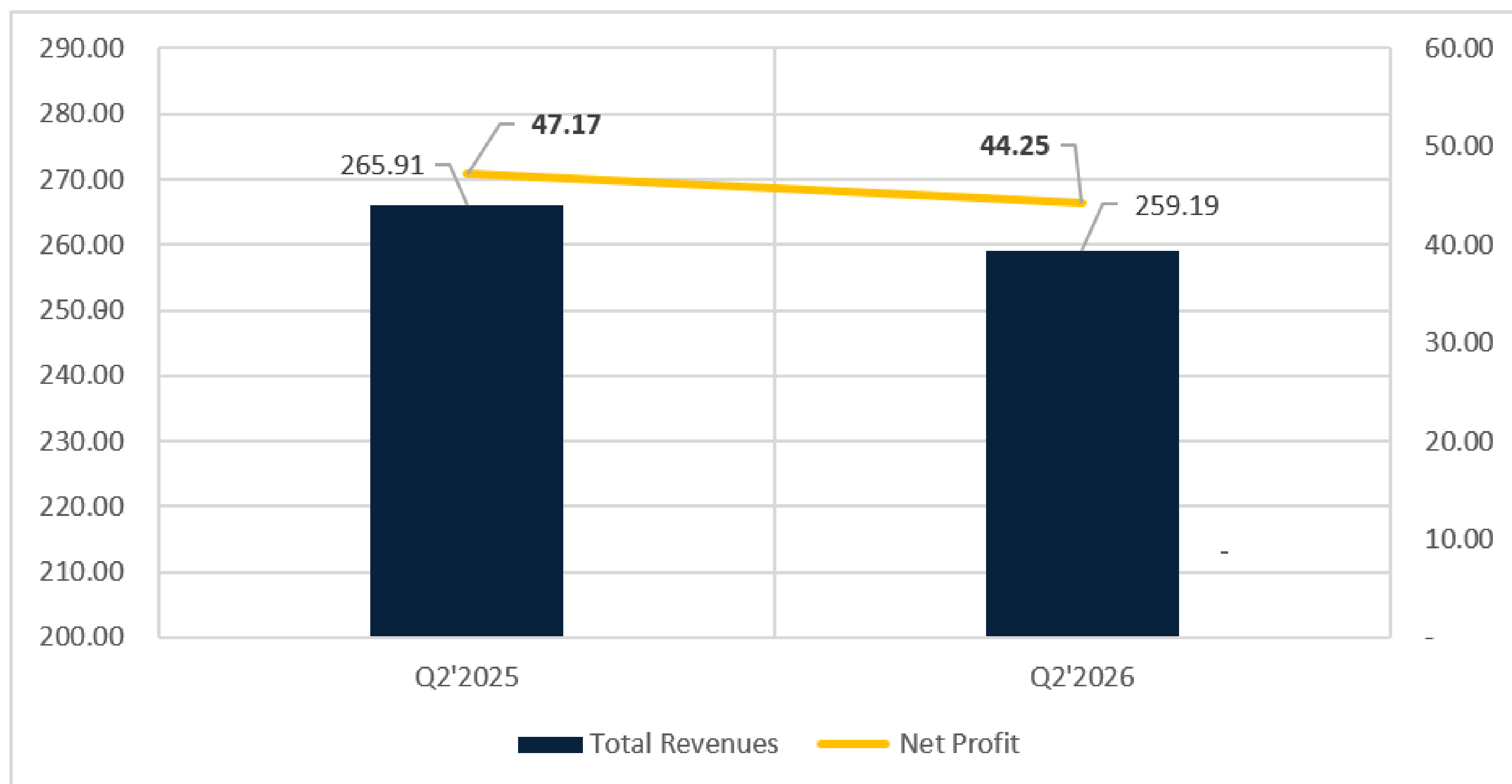
ภาพรวมผลการดำเนินงาน (Executive Overview)

“มุ่งมั่นรักษาเสถียรภาพทางการเงิน ยกระดับประสิทธิภาพการควบคุมต้นทุน และเพิ่มความแข็งแกร่งของอัตราทำกำไรอย่างยั่งยืน”

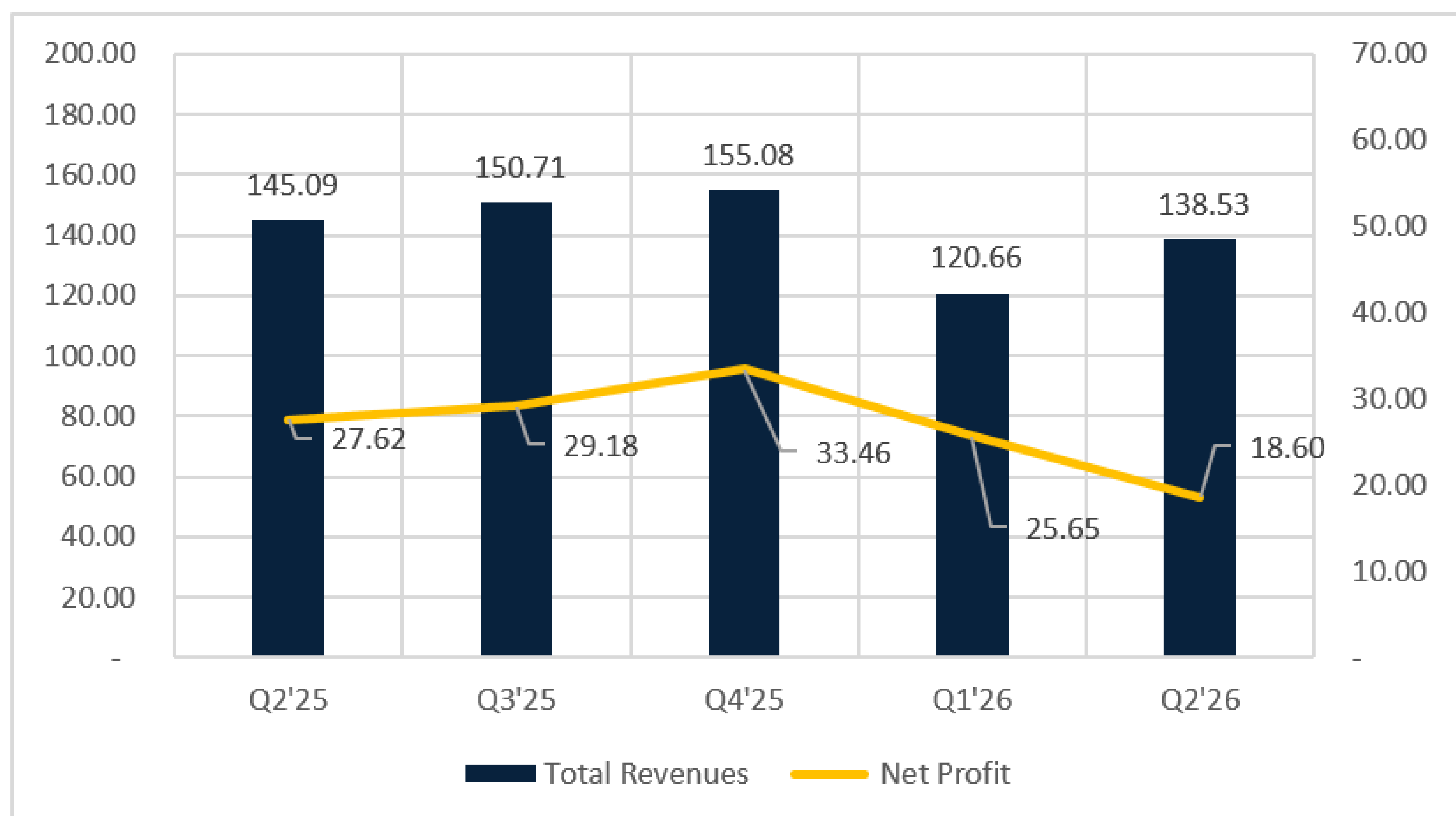
- โครงสร้างรายได้หลักและการเติบโตของรายได้อื่น: ผลการดำเนินงาน 6 เดือนแรกและไตรมาส 2/2569 เติบโตอย่างแข็งแกร่งและมั่นคง ด้วยรายได้รวมครึ่งปีแรกสูงถึง 259.19 ล้านบาท ขยับเคลื่อนโดยรายได้จากการขายและบริการซึ่งเป็นแกนหลักถึง 250.14 ล้านบาท (คิดเป็นร้อยละ 96.51 ของรายได้รวม) เสริมความมั่นคงด้วยการเติบโตอย่างโดดเด่นของรายได้อื่นที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.77 YoY เป็น 9.05 ล้านบาท ซึ่งเข้ามาช่วยชดเชยสภาวะตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกันผลการดำเนินงานในไตรมาส 2/2569 ได้สะท้อนสัญญาณการฟื้นตัวอย่างแรงและชัดเจน โดยรายได้รวมเติบโตอย่างก้าวกระโดดถึง 138.53 ล้านบาท (+14.81% QoQ) จากการขยายตัว อย่างมีนัยสำคัญของรายได้หลักที่พุ่งขึ้นแตะ 131.28 ล้านบาท (+10.45% QoQ) ตอกย้ำถึงศักยภาพการดำเนินธุรกิจที่แข็งแกร่งและความสามารถในการสร้างการเติบโตอย่างต่อเนื่อง
- ผลการดำเนินงานและกำไรสุทธิ: กลุ่มบริษัทฯ สามารถสร้างกำไรสุทธิในงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 ได้สูงถึง 44.25 ล้านบาท โดยยังคงรักษาระดับอัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) ไว้ได้อย่างแข็งแกร่งที่ ร้อยละ 17.07 แม้จะต้องเผชิญกับภาวะความผันผวนของสภาวะเศรษฐกิจที่ได้รับผลกระทบจากความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์และภาวะสงคราม แต่บริษัทยังคงสะท้อนถึงวินัยในการบริหารจัดการทางการเงินและความสามารถในการทำกำไรในระดับสูง
- การรักษาอัตรากำไรขั้นต้นและการบริหารห่วงโซ่อุปทาน: กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 99.79 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นต่อรายได้รวมสูงถึง ร้อยละ 38.50 (หรือร้อยละ 39.89 เมื่อเทียบกับรายได้จากการขายและบริการ) ผลงานดังกล่าวเกิดจากการรักษาระดับประสิทธิภาพในกระบวนการจัดซื้อและการบริหารห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) ที่มีประสิทธิภาพทำให้สามารถรักษาต้นทุนการขายและบริการให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมในช่วงครึ่งปีหลังที่ผ่านมา
- ประสิทธิภาพในการควบคุมค่าใช้จ่ายการดำเนินงาน: กลุ่มบริษัทฯ ประสบความสำเร็จในการบริหาร ต้นทุนในการจัดจำหน่ายซึ่งปรับตัวลดลงร้อยละ 9.95 YoY มาอยู่ที่ 8.87 ล้านบาท สะท้อนถึงการปรับกลยุทธ์การตลาดและการจัดจำหน่ายให้มุ่งเน้นผลลัพธ์ที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย (Precision Marketing) ควบคู่กับการควบคุมค่าใช้จ่ายในการบริหารให้อยู่ในกรอบที่กำหนดส่งผลให้บริษัทฯ มีกำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษี (EBIT) สูงถึง 56.75 ล้านบาท (คิดเป็นอัตรากำไร EBIT ที่ร้อยละ 21.89)



กราฟที่ 1: เปรียบเทียบรายได้รวม และ กำไรสุทธิ YoY



กราฟที่ 2: รายได้รวม และ กำไรสุทธิ รายไตรมาส



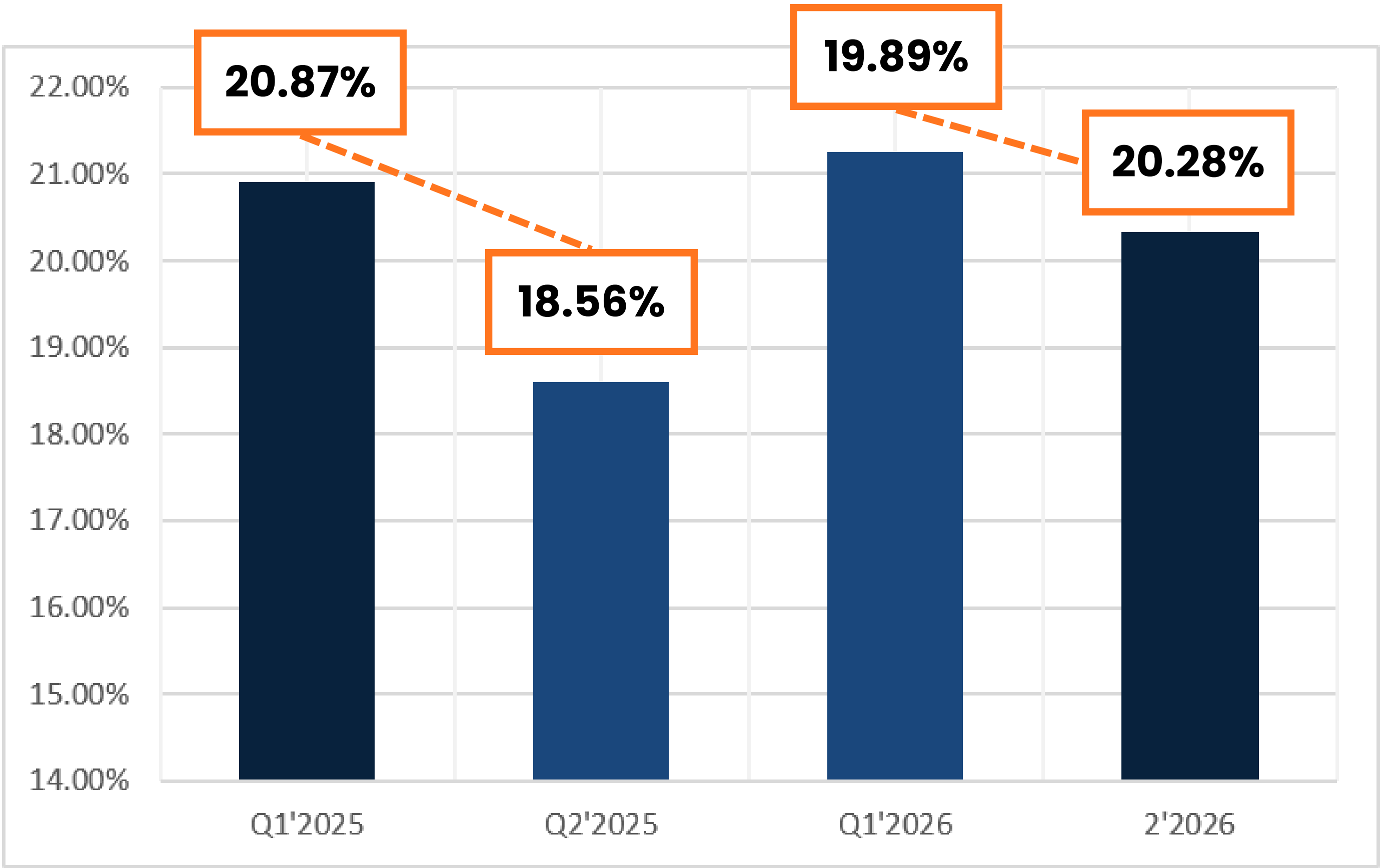
ตารางที่ 1 : ผลการดำเนินงานรวม รายไตรมาส สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569

ผลการดำเนินงานรวม	งวดสามเดือน						เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น(ลดลง) (QoQ) (A – B)		เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น(ลดลง) (YoY) (A– C)	
	สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 (Q2'69) -A-		สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569 (Q1'69) -B-		สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2568 (Q2.68) -C-					
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
รายได้จากการขายและการให้บริการ	131.28	94.77	118.86	98.51	141.38	97.44	12.42	10.45	(10.10)	(7.14)
รายได้อื่น	7.25	5.23	1.80	1.49	3.71	2.56	5.45	302.78	3.54	95.42
รายได้รวม	138.53	100.00	120.66	100.00	145.09	100	17.87	14.81	(6.56)	(4.52)
ต้นทุนขายและต้นทุนการให้บริการ	86.13	62.18	64.22	53.22	83.07	57.26	21.91	34.12	3.06	3.68
กำไรขั้นต้น (ไม่รวมรายได้อื่น)	45.15	32.59	54.64	45.29	58.31	40.18	(9.49)	(17.37)	(13.16)	(22.57)
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	5.24	3.78	3.64	3.02	5.62	3.87	1.60	43.96	(0.38)	(6.76)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	22.86	16.50	20.35	16.87	21.32	3.88	2.51	12.33	1.54	7.22
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษี	24.30	17.54	32.45	26.89	35.08	3.88	(8.15)	(25.12)	1.55	(30.73)
ต้นทุนทางการเงิน	0.24	0.17	0.04	0.03	0.09	3.88	0.20	500.00	1.55	166.67
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	5.46	3.94	6.76	5.60	7.37	3.88	(1.30)	(19.23)	1.55	(25.92)
กำไรสุทธิ	18.60	13.43	25.65	21.26	27.62	3.88	(7.05)	(27.49)	1.55	(32.66)

ผลการดำเนินงานสำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุด วันที่ 30 มิถุนายน 2569

- รายได้จากการขายและบริการ:** กลุ่มบริษัทฯ ยังคงแสดงศักยภาพอย่างต่อเนื่องในการสร้างการเติบโตของรายได้ไตรมาสต่อไตรมาส (QoQ) อย่างแข็งแกร่ง โดยในไตรมาส 2/2569 มีรายได้จากการขายและการให้บริการจำนวน 131.28 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.45 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า (Q1/2569) ที่มีรายได้ 118.86 ล้านบาท และมีรายได้รวมขยับขึ้นมาอยู่ที่ 138.53 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.81 (QoQ) ความสำเร็จดังกล่าวเป็นผลมาจากการขยายฐานลูกค้าเชิงรุกและการฟื้นตัวของคำสั่งซื้อจากกลุ่มลูกค้าหลักอย่างมีนัยสำคัญ แม้ว่าเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) จะได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจในภาพรวมและยอดขายปีก่อนหน้าที่ตั้งไว้ในระดับสูง แต่กลุ่มบริษัทฯ ยังคงรักษารายได้หลักให้อยู่ในระดับที่มั่นคง พร้อมต่อยอดโอกาสทางธุรกิจอีกครั้งปีหลัง
- การบริหารจัดการต้นทุนขาย:** ในไตรมาส 2/2569 กลุ่มบริษัทฯ บันทึกกำไรขั้นต้นจำนวน 45.15 ล้านบาท (อัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 32.59) โดยต้นทุนขายและบริการสะท้อนการรับรู้ต้นทุนวัตถุดิบและการผสมผสานกลุ่มผลิตภัณฑ์ (Product Mix) ตามรอบการผลิตและส่งมอบจริงแก่ลูกค้าในไตรมาสนี้ ซึ่งกลุ่มบริษัทฯ คาดว่าจะสามารถบริหารจัดการต้นทุนเฉลี่ยให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมและถึงอัตรากำไรกลับสู่ระดับปกติได้ในไตรมาสถัดไป กลุ่มบริษัทฯ ยังคงยึดมั่นในกลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต (Supply Chain & Production Optimization) และการบริหารจัดการต้นทุนวัตถุดิบอย่างใกล้ชิด เพื่อยกระดับอัตรากำไรขั้นต้นให้กลับมาเติบโตอย่างโดดเด่นในระยะยาวแม้จะต้องเผชิญกับภาวะความผันผวนของสภาวะเศรษฐกิจที่ได้รับผลกระทบจากความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์และภาวะสงคราม
- การบริหารค่าใช้จ่ายในการจัดจำหน่าย:** กลุ่มบริษัทฯ ยังคงรักษาความสามารถในการควบคุมค่าใช้จ่ายในการจัดจำหน่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพสูง โดยในไตรมาสนี้มีค่าใช้จ่ายในการจัดจำหน่ายจำนวน 5.24 ล้านบาท คิดเป็นเพียงร้อยละ 3.78 ของรายได้รวม ซึ่งปรับตัวลดลงร้อยละ 6.76 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า (YoY) ที่มีค่าใช้จ่าย 5.62 ล้านบาท ตัวเลขดังกล่าวสะท้อนถึงความสำเร็จจากการปรับกลยุทธ์การตลาดเชิงรุกที่มุ่งเน้นการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง (Targeted Approach) แลเพิ่มประสิทธิภาพในการส่งเสริมการขายผ่านกิจกรรมทางการตลาด
- การบริหารค่าใช้จ่ายในการบริหาร:** ด้านค่าใช้จ่ายในการบริหารในไตรมาส 2/2569 อยู่ที่ 22.86 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 16.50 ของรายได้รวม ซึ่งอยู่ในสัดส่วนใกล้เคียงเดิมเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า (Q1/2569) ที่ร้อยละ 16.87 แม้ว่าจะมีการลดลงเล็กน้อยเพื่อรองรับการขยายตัวทางธุรกิจและการลงทุนในระบบโครงสร้างพื้นฐานภายในองค์กร แต่กลุ่มบริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการควบคุมค่าใช้จ่ายคงที่ (Fixed Costs) อย่างเป็นระบบ และมุ่งเน้นการยกระดับกระบวนการทำงานให้มีความคล่องตัว (Workflow Optimization) เพื่อควบคุมต้นทุนการดำเนินงานให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมและคุ้มค่าที่สุด
- กำไรสุทธิและเสถียรภาพทางการเงิน:** จากผลการดำเนินงานข้างต้น กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิในไตรมาส 2/2569 จำนวน 18.60 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) ที่ร้อยละ 13.43 แม้กำไรสุทธิจะชะลอตัวลงเล็กน้อยจากปัจจัยด้านต้นทุนการผลิตชั่วคราว แต่การรักษาระดับอัตรากำไรสุทธิให้อยู่ในระดับสองหลัก (Double-Digit Margin) ได้อย่างต่อเนื่อง สะท้อนถึงความแข็งแกร่งทางการเงิน และความสามารถในการสร้างกระแสเงินสดที่รองรับความผันผวนจากปัจจัยภายนอก โดยเฉพาะความท้าทายทางเศรษฐกิจจากความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์และภาวะสงคราม ทั้งนี้ กลุ่มบริษัทฯ มีความพร้อมอย่างเต็มที่ที่จะเร่งสร้างการเติบโตในช่วงครึ่งปีหลังตามแผนยุทธศาสตร์ที่วางไว้

กราฟที่ 3 : อัตราส่วนต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร (SG&A) ต่อรายได้รวม



ตารางที่ 2 : รายได้จากการขายและการให้บริการแยกตามประเภทสำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ วันที่ 30 มิถุนายน 2569

ผลการดำเนินงานรวม	งวดสามเดือน						เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น(ลดลง) (QoQ) (A – B)		เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น(ลดลง) (YoY) (A – C)	
	สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 (Q2'69)		สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569 (Q1'69)		สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2568 (Q2.68)					
	-A-		-B-		-C-					
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
การจำหน่ายผลิตภัณฑ์สารสกัดสมุนไพรมาตรฐาน (API)	35.43	25.58	34.74	28.79	45.67	31.48	0.69	1.99	(10.24)	(22.42)
การรับจ้างพัฒนาและผลิตภายใต้ตราสินค้าของลูกค้า (ODM)	92.91	67.07	83.43	69.15	94.49	65.13	9.48	11.36	(1.58)	(1.67)
การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ (OBM)	2.94	2.12	0.69	0.57	1.22	0.84	2.25	326.09	1.72	140.98
รายได้อื่น	7.25	5.23	1.80	1.49	3.71	2.56	5.45	302.78	3.54	95.42
รายได้รวม	138.53	100.00	120.66	100.00	145.09	100.00	17.87	14.81	(6.56)	(4.52)

ในไตรมาส 2/2569 บริษัทฯ ทำรายได้รวม 138.53 ล้านบาท พื้นตัวเติบโตร้อยละ 14.81 QoQ (เพิ่มขึ้น 17.87 ล้านบาท) จากไตรมาสก่อน โดยมี กลุ่ม ODM เป็นหลักในการสร้างรายได้ที่ 92.91 ล้านบาท (ร้อยละ 67.07 ของรายได้รวม) ขยายตัวร้อยละ 11.37 QoQ จากการรักษาและขยายมูลค่าคำสั่งซื้อจากฐานลูกค้ารายเดิมอย่างต่อเนื่องและการมุ่งเน้นผลิตภัณฑ์นวัตกรรมกลุ่ม Longevity และ Preventive Health ในขณะที่ กลุ่ม API ทำรายได้ 35.43 ล้านบาท (ร้อยละ 25.58 ของรายได้รวม) ปรับตัวดีขึ้นร้อยละ 1.99 QoQ สะท้อนความต้องการสารสกัดธรรมชาติ ส่วนด้านกลุ่ม OBM ทำรายได้ 2.94 ล้านบาทพุ่งขึ้นร้อยละ 326.09 QoQ และ 141.24 YoY โดยมีปัจจัยหลักมาจากการรับรู้รายได้จากงานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ส่วน รายได้อื่น เพิ่มขึ้นเป็น 7.25 ล้านบาท ช่วยหนุนภาพรวมผลการดำเนินงานให้ฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่ง

รายได้จากการขายและการให้บริการ แยกตามประเภทสำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569

รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สารสกัดสมุนไพรมาตรฐาน (API)

สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์สารสกัดสมุนไพรมาตรฐาน (API) จำนวน 35.43 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 25.58 ของรายได้รวม ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.99 เมื่อเทียบกับงวดก่อนหน้า สะท้อนถึงสัญญาณการฟื้นตัวของความต้องการสารสกัดธรรมชาติในตลาด โดยกลุ่มบริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมเพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิมและขยายโอกาสทางการค้าอย่างต่อเนื่อง

รายได้จากการรับจ้างพัฒนาและผลิตภายใต้ตราสินค้าของลูกค้า (Original Design Manufacturer : ODM)

สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 รายได้จากกลุ่มธุรกิจ ODM ยังคงเป็นแกนหลักในการสร้างรายได้ โดยมีมูลค่าอยู่ที่ 92.91 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 67.07 ของรายได้รวม ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.36 เมื่อเทียบกับงวดก่อนหน้า ผลการเติบโตนี้เป็นผลมาจากการรักษาและขยายมูลค่าคำสั่งซื้อจากฐานลูกค้ารายเดิมอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการส่งมอบผลิตภัณฑ์นวัตกรรมในกลุ่ม Longevity และ Preventive Health ได้ตามแผนงาน

รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ (Original Brand Manufacturer : OBM)

สำหรับกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของตนเอง (OBM) ในงวดนี้ทำรายได้จำนวน 2.94 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 326.09 เมื่อเทียบกับงวดก่อนหน้า และเติบโตร้อยละ 140.98 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักมาจากการรับรู้รายได้จากงานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งช่วยเสริมสร้างมูลค่าเพิ่มและต่อยอดความแข็งแกร่งให้กับพอร์ตผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทฯ ต่อไป

ตารางที่ 3 : สรุปผลการดำเนินงาน สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569

สรุปผลการดำเนินงาน	งวดสามเดือน		เปลี่ยนแปลง เพิ่มขึ้น(ลดลง) (YoY)
	สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569	สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2568	
รายได้รวม (ล้านบาท)	138.53	145.09	(4.52%)
กำไรสุทธิ (ล้านบาท)	18.60	27.62	(32.66%)
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	34.39%	41.24%	(6.85 pp)
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการเทียบรายได้รวม (%)	20.28%	18.56%	1.72 pp



ตารางที่ 4 : ผลการดำเนินงานสำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุด วันที่ 30 มิถุนายน 2569

ผลการดำเนินงานรวม	งวดหกเดือน				เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น(ลดลง)(YoY)	
	สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569		สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2568			
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
รายได้จากการขายและการให้บริการ	250.14	96.51	258.30	97.13	(8.16)	(3.16)
รายได้อื่น	9.05	3.49	7.62	2.87	1.43	18.77
รายได้รวม	259.19	100.00	265.92	100.00	(6.73)	(2.53)
ต้นทุนขายและต้นทุนการให้บริการ	150.35	58.01	153.69	57.80	(3.34)	(2.17)
กำไรขั้นต้น (ไม่รวมรายได้อื่น)	99.79	38.50	104.61	39.33	(4.82)	(4.61)
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	8.87	3.42	9.85	3.70	(0.98)	(9.95)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	43.22	16.68	42.33	15.92	0.89	2.1
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษี	56.75	21.89	60.05	22.58	(3.30)	(5.50)
ต้นทุนทางการเงิน	0.28	0.11	0.18	0.07	0.10	55.56
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	12.22	4.71	12.70	4.77	(0.48)	(3.78)
กำไรสุทธิ	44.25	17.07	47.17	17.74	(2.92)	(6.19)

ตารางที่ 5 : รายได้จากการขายและการให้บริการ แยกตามประเภทสำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569

ผลการดำเนินงานรวม	งวดหกเดือน				เปลี่ยนแปลง เพิ่มขึ้น(ลดลง) (YoY)	
	สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569		สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2568			
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
การจำหน่ายผลิตภัณฑ์สารสกัดสมุนไพรมาตรฐาน (API)	70.17	27.07	92.73	34.87	(22.56)	(24.33)
การรับจ้างพัฒนาและผลิตภายใต้ตราสินค้าของลูกค้า (ODM)	176.34	68.04	155.82	58.60	20.52	13.17
การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ (OBM)	3.63	1.40	9.75	3.66	(6.12)	(62.77)
รายได้อื่น	9.05	3.49	7.62	2.87	1.43	18.77
รายได้รวม	259.19	100.00	265.92	100.00	(6.73)	(2.53)

กลุ่มธุรกิจ ODM ยังคงเป็นกลไกหลักในการเติบโต: รายได้จากกลุ่มธุรกิจรับจ้างพัฒนาและผลิตภายใต้ตราสินค้าของลูกค้า (ODM) ขยายตัวอย่างต่อเนื่องร้อยละ 13.17 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สู่ระดับ 176.34 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 68.04 ของรายได้รวม สะท้อนถึงความสำเร็จจากกลยุทธ์การบริหารจัดการ ที่สามารถรักษาและต่อยอดมูลค่าคำสั่งซื้อจากฐานลูกค้าเดิมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนขีดความสามารถในการส่งมอบผลิตภัณฑ์นวัตกรรมเพื่อสุขภาพในกลุ่มยืดยาว (Longevity) และการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน (Preventive Health) ได้อย่างต่อเนื่อง



ผลการดำเนินงานสำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569

- กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายและการให้บริการรวม 250.14 ล้านบาท ปรับลดลงร้อยละ 3.16 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยรายได้หลักมาจากการรับจ้างพัฒนาและผลิตภายใต้ตราสินค้าของลูกค้า (ODM) ทำรายได้รวม 176.34 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.17 ขณะที่การจำหน่ายผลิตภัณฑ์สารสกัดสมุนไพรมาตรฐาน (API) ทำรายได้รวม 70.17 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 24.33 และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ (OBM) ทำรายได้รวม 3.63 ล้านบาท (หากนับรวมรายได้อื่น จะมีรายได้รวมอยู่ที่ 259.19 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 2.53)
- กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้น (ไม่รวมรายได้อื่น) คิดเป็นร้อยละ 39.89 ปรับลดลงเล็กน้อยจากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 40.50 (ลดลง 0.61 pp) โดยมีกำไรขั้นต้นรวมเท่ากับ 99.79 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 4.61
- สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารเมื่อเทียบกับรายได้รวม ของกลุ่มบริษัทฯ อยู่ที่ร้อยละ 20.10 (แบ่งเป็นค่าใช้จ่ายในการจัดจำหน่าย 8.87 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.42 และค่าใช้จ่ายในการบริหาร 43.22 ล้านบาท หรือร้อยละ 16.68) เพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากร้อยละ 19.62 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน (เพิ่มขึ้น 0.48 pp)
- กำไรสุทธิ สำหรับงวดหกเดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 44.25 ล้านบาท (คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 17.07) ลดลงร้อยละ 6.19 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีกำไรสุทธิ 47.17 ล้านบาท

ตารางที่ 6 : ภาพรวมผลการดำเนินงานสำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569

สรุปผลการดำเนินงาน	งวดหกเดือน		เปลี่ยนแปลง เพิ่มขึ้น(ลดลง) (YoY)
	สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569	สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2568	
รายได้รวม (ล้านบาท)	259.19	265.92	(2.53%)
กำไรสุทธิ (ล้านบาท)	44.25	47.17	(6.19%)
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	39.89%	40.50%	(0.61 pp)
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารเทียบรายได้รวม (%)	20.10%	19.62%	0.48 pp



งบฐานะการเงิน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569

งบฐานะทางการเงิน	ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569		ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568		เปลี่ยนแปลง เพิ่มขึ้น(ลดลง)	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
สินทรัพย์						
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	305.80	30.44	429.81	41.95	(124.01)	(28.85)
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	171.32	17.05	156.19	15.24	15.13	9.69
สินค้าคงเหลือ	138.19	13.76	128.16	12.51	10.03	7.83
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	104.99	10.45	64.59	6.30	40.40	62.55
เงินลงทุนในบริษัทร่วม	3.34	0.33	3.25	0.32	0.09	2.77
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	221.76	22.07	226.10	22.06	(4.34)	(1.92)
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	59.26	5.90	16.58	1.62	42.68	257.42
รวมสินทรัพย์	1,004.66	100.00	1,024.68	100.00	(20.02)	(1.95)
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น						
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	58.49	5.82	72.90	7.11	(14.41)	(19.77)
ภาษีเงินได้มีบุคคลค้างจ่าย	10.22	1.02	13.30	1.30	(3.08)	(23.16)
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	1.85	0.19	2.00	0.20	(0.15)	(7.50)
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	42.52	4.23	11.26	1.10	31.26	277.62
รวมหนี้สิน	113.08	11.26	99.46	9.71	13.62	13.69
ส่วนของผู้ถือหุ้น	891.58	88.74	925.22	90.29	(33.64)	(3.64)
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	1,004.66	100.00	1,024.68	100.00	(20.02)	(1.95)

สินทรัพย์รวม: ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมเท่ากับ 1,004.66 ล้านบาท ลดลง 20.02 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 1.95 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการลดลงของเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดจำนวน 124.01 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 28.85 อย่างไรก็ดี บริษัทฯ มีการนำเงินไปลงทุนและปรับเปลี่ยนโครงสร้างสินทรัพย์ โดยสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่นเพิ่มขึ้น 42.68 ล้านบาท (เพิ่มขึ้นร้อยละ 257.42) และสินทรัพย์หมุนเวียนอื่นเพิ่มขึ้น 40.40 ล้านบาท (เพิ่มขึ้นร้อยละ 62.55) รวมทั้งลูกหนี้การค้าและสินค้าคงเหลือที่เติบโตขึ้นเพื่อรองรับการขยายตัวทางธุรกิจ ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงรักษาสภาพคล่องได้อย่างดีเยี่ยม โดยมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดคิดเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 30.44 ของสินทรัพย์รวม สะท้อนถึงฐานะทางการเงินที่แข็งแกร่งและมีความพร้อมต่อการต่อยอดในอนาคต

หนี้สินรวม: ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีหนี้สินรวมเท่ากับ 113.08 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 13.62 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 13.69 เมื่อเทียบกับสิ้นปี ก่อนหน้า โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของหนี้สินไม่หมุนเวียนอื่นจำนวน 31.26 ล้านบาท ขณะที่เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่นปรับตัวลดลง 14.41 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 19.77 ซึ่งแสดงถึงประสิทธิภาพในการบริหารจัดการชำระหนี้ระยะสั้นและการบริหารกระแสเงินสดที่ดี ทั้งนี้หนี้สินของกลุ่มบริษัทฯ ยังคงอยู่ในระดับที่ต่ำมากเมื่อเทียบกับโครงสร้างเงินทุนทั้งหมด โดยมีสัดส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมเพียงร้อยละ 11.26 เท่านั้น ตอกย้ำถึงโครงสร้างทางการเงินที่ปลอดภัยและมีความเสี่ยงต่ำอย่างมาก

ส่วนของผู้ถือหุ้น: ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 891.58 ล้านบาท ลดลง 33.64 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 3.64 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2568 อย่างไรก็ดีตาม สัดส่วนของส่วนของผู้ถือหุ้นยังคงสูงถึงร้อยละ 88.74 ของยอดรวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด ซึ่งสะท้อนถึงเสถียรภาพทางการเงินที่มั่นคงและพึ่งพาส่วนของผู้ถือหุ้นเป็นหลัก เสริมสร้างความยืดหยุ่นในการดำเนินงาน ควบคู่ไปกับการรักษาศักยภาพในการขยายธุรกิจเพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ส่วนสรุปผู้บริหาร

กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจภายใต้โมเดลธุรกิจบูรณาการมูลค่าสูง (Integrated Business Model) ที่ผสานความเชี่ยวชาญด้านวิทยาศาสตร์ชีวภาพ (Bioscience Expertise) เข้ากับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และระบบการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Optimization) เพื่อสร้างความแตกต่างเชิงผลิตภัณฑ์ และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว ภายใต้บริบทของอุตสาหกรรมสุขภาพ ชะลอวัย (Longevity & Preventive Health) ที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่องทั่วโลก

สำหรับผลการดำเนินงานในไตรมาส 2/2569 รายได้รวมฟื้นตัวเติบโตอย่างแข็งแกร่งที่ 138.53 ล้านบาท (+14.81% QoQ) โดยมีรายได้หลักจากการขายและบริการ 131.28 ล้านบาท (+10.45% QoQ) และทำกำไรสุทธิ 18.60 ล้านบาท รักษาระดับอัตรากำไรสุทธิไว้ได้ในระดับสองหลักที่ร้อยละ 13.43 ปัจจัยขับเคลื่อนหลักมาจากกลุ่ม ODM ที่สร้างรายได้ 92.91 ล้านบาท (+11.36% QoQ) ตามความต้องการผลิตภัณฑ์นวัตกรรมชะลอวัยและดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน (Longevity & Preventive Health) ร่วมกับการฟื้นตัวของกลุ่ม API (35.43 ล้านบาท, +1.99% QoQ) และการเติบโตโดดเด่นของกลุ่ม OBM (2.94 ล้านบาท, +326.09% QoQ) จากการรับรู้รายได้งานวิจัยและพัฒนา (R&D) ส่งผลให้ภาพรวมงวด 6 เดือนแรก ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ ทำกำไรสุทธิรวม 44.25 ล้านบาท (คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 17.07) จากรายได้รวม 259.19 ล้านบาท ตอกย้ำวิสัยทางการเงินและประสิทธิภาพการดำเนินงานที่มั่นคง

แม้ว่าเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) ผลประกอบการจะชะลอตัวลงเล็กน้อยเนื่องจากยอดขายปีก่อนหน้า และการรับรู้ต้นทุนวัตถุดิบที่สูงขึ้นชั่วคราวตามรอบการผลิต แต่การเปรียบเทียบในเชิง QoQ แสดงให้เห็นถึงทิศทางการฟื้นตัวที่ชัดเจน ทั้งนี้ ฝ่ายบริหารยังคงมุ่งเน้นการยกระดับประสิทธิภาพการควบคุมค่าใช้จ่าย โดยค่าใช้จ่ายในการจัดจำหน่ายในไตรมาส 2/2569 ปรับตัวลดลงเหลือเพียง 5.24 ล้านบาท (ร้อยละ 3.78 ของรายได้รวม) หรือลดลงร้อยละ 6.76 YoY จากการปรับใช้กลยุทธ์การตลาดตรงกลุ่มเป้าหมาย (Precision Marketing)

ฝ่ายบริหารมุ่งเน้นการเติบโตที่มีคุณภาพ โดยยึดหลัก 4 เสาหลักเชิงกลยุทธ์ ได้แก่:

- **Strategic Expansion:** ขยายการเติบโตเชิงกลยุทธ์ผ่านการขยายฐานลูกค้าเชิงรุกและการเข้าถึงตลาดเป้าหมายใหม่ทั้งในและต่างประเทศ โดยเฉพาะในกลุ่ม Longevity และ Preventive Health ควบคู่กับการแสวงหาโอกาสร่วมมือทางธุรกิจเพื่อต่อยอดนวัตกรรมสารสกัด
- **Portfolio & Supply Chain Optimization:** นำเทคโนโลยี Data Analytics และระบบบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานมาใช้ในการบริหารต้นทุนวัตถุดิบ ปรับผสมผสานกลุ่มผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิต เพื่อยกระดับอัตรากำไรขั้นต้นกลับสู่ระดับปกติในระยะยาว
- **IP & Innovation:** ลงทุนในงานวิจัยและพัฒนา (R&D) อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) และต่อยอดนวัตกรรมสารสกัดธรรมชาติที่มีผลงานวิจัยรองรับ สร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันที่ยากต่อการเลียนแบบ
- **ESG Leadership & Regenerative Impact:** ดำเนินงานตามมาตรฐาน ESG โดยมุ่งเน้นการสร้างผลกระทบเชิงบวกและฟื้นฟูระบบนิเวศ ชุมชน และห่วงโซ่คุณค่า (Regenerative Impact) ให้ดีขึ้น ตามกรอบ People, Planet, Profit

ภายใต้กรอบกลยุทธ์ทั้ง 4 เสาหลัก ช่วยสนับสนุนให้กลุ่มบริษัทฯ รักษาสภาพคล่องและฐานะทางการเงินที่แข็งแกร่งอย่างยิ่ง ณ สิ้นไตรมาส 2/2569 กลุ่มบริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม 1,004.66 ล้านบาท โดยมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดสูงถึง 305.80 ล้านบาท (คิดเป็นร้อยละ 30.44 ของสินทรัพย์รวม) โครงสร้างเงินทุนพึ่งพาตนเองเป็นหลัก ด้วยส่วนของผู้ถือหุ้นร้อยละ 88.74 และมีสัดส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมในระดับต่ำมากเพียงร้อยละ 11.26 ฝ่ายบริหารมีความพร้อมเต็มที่ในการนำสภาพคล่องนี้ไปรองรับการขยายการลงทุนตามแผนยุทธศาสตร์ครึ่งปีหลัง เพื่อสร้างผลตอบแทนที่ยั่งยืนแก่ผู้ถือหุ้น

ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคม

กลุ่มบริษัทฯ ขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจภายใต้แนวคิด ESG Leadership & Regenerative Impact ซึ่งเป็นหนึ่งในเสาหลักเชิงกลยุทธ์ โดยถือว่าการบริหารจัดการด้านความยั่งยืนมิได้เป็นเพียงความรับผิดชอบต่อสังคม แต่เป็นกลไกสำคัญในการบริหารความเสี่ยง การเพิ่มประสิทธิภาพทางการเงิน และเป็นรากฐานของการเติบโตในระยะยาว ภายใต้กรอบ People, Planet, Profit ที่มุ่งสร้างคุณค่าร่วม (Shared Value) ให้แก่บุคลากร ชุมชนเกษตรกร ห่วงโซ่อุปทาน และระบบนิเวศควบคู่ไปกับผลประโยชน์ของธุรกิจ ในงวด ไตรมาส 2/2569 และครึ่งแรกของปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ ได้สานต่อความสำเร็จจากการได้รับการรับรองเครื่องหมายคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (Carbon Footprint for Organization: CFO) ในช่วงที่ผ่านมา โดยนำฐานข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกมาใช้วิเคราะห์ ติดตาม และบริหารจัดการพลังงานในกระบวนการแปรรูปและสกัดสมุนไพรอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถควบคุมต้นทุนการดำเนินงาน และเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรธรรมชาติได้อย่างมีนัยสำคัญ

ฝ่ายจัดการยังคงเดินหน้าขับเคลื่อนโครงการเชิงปฏิบัติการด้านความยั่งยืนที่สำคัญ ได้แก่:

- Environmental & Energy Optimization (ด้านสิ่งแวดล้อม): ขับเคลื่อนโครงการจัดการพลังงาน ชยะ และของเสียจากการผลิตสารสกัดธรรมชาติอย่างเป็นระบบ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และยกระดับการใช้พลังงานสะอาดในโรงงาน
- Sustainable & Regenerative Sourcing (ด้านการบริหารวัตถุดิบยั่งยืน): ยกระดับการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานวัตถุดิบสมุนไพร ร่วมมือกับเครือข่ายเกษตรกรในท้องถิ่นผ่านการส่งเสริมการปลูกสมุนไพรมาตรฐานและเกษตรฟื้นฟู (Regenerative Agriculture) ซึ่งช่วยสร้างรายได้ที่มั่นคงแก่ชุมชน พร้อมประกันคุณภาพวัตถุดิบต้นน้ำให้ปลอดภัยและได้มาตรฐานระดับสากล
- Transparent ESG Reporting & Governance (ด้านธรรมาภิบาลและความโปร่งใส): พัฒนาระบบการจัดเก็บและรายงานข้อมูลด้านความยั่งยืนตามมาตรฐานสากล เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม (Stakeholders) ตอกย้ำความโปร่งใสในการดำเนินงาน และตระหนักถึงการต่อต้านการทุจริต

จากโครงสร้างทางการเงินที่มั่นคงและมีสัดส่วนหนี้สินต่ำ กลุ่มบริษัทฯ จึงมีความยืดหยุ่นสูงในการลงทุนด้านนวัตกรรมสีเขียว (Green Innovation) และ ESG เพื่อผลักดันให้เป้าหมายด้านความยั่งยืนเป็นแกนหลักในการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) และเป็นเกราะป้องกันความเสี่ยงจากมาตรการการค้าและสิ่งแวดล้อมระดับโลกต่อไป

“เป้าหมายด้านความยั่งยืนถือเป็นหนึ่งในเป้าหมายหลักในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ”

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

นายตฤณ เจียมสุวรรณ

ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายบัญชีและการเงิน

