

NUT 2608/001

วันที่: 10 สิงหาคม 2569

เรื่อง: คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ (MD&A) ไตรมาส 2/2569

เรียน: กรรมการและผู้จัดการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท นูทริชั่น โปรเฟส จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ขอรายงานผลการดำเนินงานสำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. บทสรุปของผู้บริหาร

ภาพรวมผลการดำเนินงาน	ไตรมาส 2/2569	ไตรมาส 1/2569	ไตรมาส 2/2568	เปลี่ยนแปลง +/-		6 เดือน 2569	6 เดือน 2568	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย: ล้านบาท				%QoQ	%YoY			%YoY
รายได้จากการขาย	279.72	272.49	239.49	2.65%	16.80%	552.21	529.46	4.30%
กำไรขั้นต้น	243.18	239.75	206.39	1.43%	17.83%	482.93	453.36	6.52
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	228.29	213.77	188.68	6.79%	20.99%	442.06	399.81	10.57%
กำไรสุทธิ	12.27	19.86	14.86	(38.22%)	(17.43%)	32.13	43.71	(26.49%)
กำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย(EBITDA)	27.52	37.92	29.41	(27.43%)	(6.43%)	65.44	76.48	(14.44)
อัตรากำไรขั้นต้นต่อรายได้จากการขาย	86.94%	87.98%	86.18%	-	-	87.45%	85.63%	-
อัตรากำไรขั้นต้นต่อรายได้จากการขายและบริหาร	81.61%	78.45%	78.78%	-	-	80.05%	75.51%	-
อัตรากำไรสุทธิ	4.39%	7.29%	6.20%	-	-	5.82%	8.26%	-

คำอธิบายภาพรวมธุรกิจ ปี 2569 สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569

- บริษัทฯ ดำเนินกลยุทธ์การจัดจำหน่ายผ่านช่องทางที่หลากหลายและครอบคลุม โดยบูรณาการการตลาดและการจำหน่ายสินค้าทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ (Omni-Channel Marketing) เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างทั่วถึงในทุกช่องทาง สอดรับกับพฤติกรรมทางเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันที่มีความหลากหลายและเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Products) ที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะด้าน และมุ่งเน้นความคุ้มค่าในด้านราคาและคุณภาพ (Price-Value) เพื่อรองรับภาวะค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้นและการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค ภายใต้แนวทางการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

- บริษัทฯ มีรายได้จากการขาย อยู่ที่ 552.21 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันกับปีก่อน จำนวน 22.75 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 4.30 จากการเพิ่มประสิทธิภาพของการทำ Live Commerce, Affiliate Marketing และการสร้างคอนเทนต์ที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่และการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง อาทิ ผลิตภัณฑ์ ภายใต้แบรนด์ Yescare Series จำนวน 8 ผลิตภัณฑ์ แบรนด์ CMF จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ รวมถึงแบรนด์ Luuga แบรนด์ Dr.Skinne และแบรนด์ PNCP เป็นต้น ส่งผลให้การรับรู้แบรนด์ในกลุ่มผู้บริโภคขยายตัวอย่างมีนัยสำคัญ และช่วยกระตุ้นยอดขายในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาได้อย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังได้รับคำสั่งผลิตจากลูกค้าในรูปแบบการรับจ้างผลิต (OEM) รายใหม่เพิ่มเติมอีกจำนวน 4 ราย ซึ่งเหตุการณ์เหล่านี้ถือเป็นปัจจัยสนับสนุนสำคัญต่อการเติบโตของรายได้บริษัทฯ อย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการต้นทุนและการปรับกลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดที่เน้นความคุ้มค่าแก่ผู้บริโภค และเพื่อรักษาความสามารถในการทำกำไรและฐานลูกค้าในระยะยาว

- บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นอยู่ที่ 482.93 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันกับปีก่อน หรือคิดเป็นร้อยละ 6.52 ซึ่งเป็นไปตามยอดขายที่เพิ่มขึ้น
- กำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย อยู่ที่ 65.44 ล้านบาท ลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันกับปีก่อน ร้อยละ 14.44 ทั้งนี้เป็นผลมาจากการเพิ่มการลงทุนด้านการตลาด เพื่อเสริมสร้างการรับรู้แบรนด์และสนับสนุนการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง
- ส่งผลให้บริษัทฯ มีกำไรสุทธิอยู่ที่ 32.13 ล้านบาท โดยบริษัทฯ มีกำไรสุทธิลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันกับปีก่อน จำนวน 11.58 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 26.49

สาเหตุจาก 1) บริษัทฯ เพิ่มการลงทุนในการทำการตลาดและการนำเสนอ สื่อสารคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่กับการมุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และการขยายทีมปฏิบัติการด้านการขายและการตลาดให้ครอบคลุมทุกช่องทางจัดจำหน่าย เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่งผลให้ยอดขายผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้น 35.88 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 8.87 และยอดขายจากการรับจ้างผลิต (OEM) เพิ่มขึ้น 1.94 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 6.31 โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการขยายฐานลูกค้ารายใหม่ที่เพิ่มขึ้น รวมถึงการได้รับคำสั่งซื้ออย่างต่อเนื่องจากลูกค้ารายเดิม และยอดขายผ่านช่องทางออฟไลน์ปรับตัวลดลง อันเป็นผลมาจากการชะลอตัวของยอดขายในกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ประเภท Home shopping และ Modern Trade โดยมียอดขายลดลง 15.07 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 15.98 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

อย่างไรก็ตาม ในไตรมาสที่ 3 ปี 2569 บริษัทฯ ได้เพิ่มการขายและการตลาดของช่องทางออฟไลน์ พร้อมทั้งเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อขยายฐานลูกค้าและสร้างการเติบโตของรายได้อย่างต่อเนื่อง

2) การบริหารจัดการค่าใช้จ่ายในการบริหาร (Administrative Expenses) มีค่าใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้น จำนวน 3.45 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 4.73 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันกับปีก่อน บริษัทฯ มีค่าเสื่อมราคาเพิ่มขึ้น อันเป็นผลมาจากการขยายพื้นที่สำนักงานซึ่งทำให้เกิดค่าเสื่อมราคาสวนปรับปรุงอาคารและสิ่งปลูกสร้างเพิ่มขึ้น

2. ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และคำอธิบาย

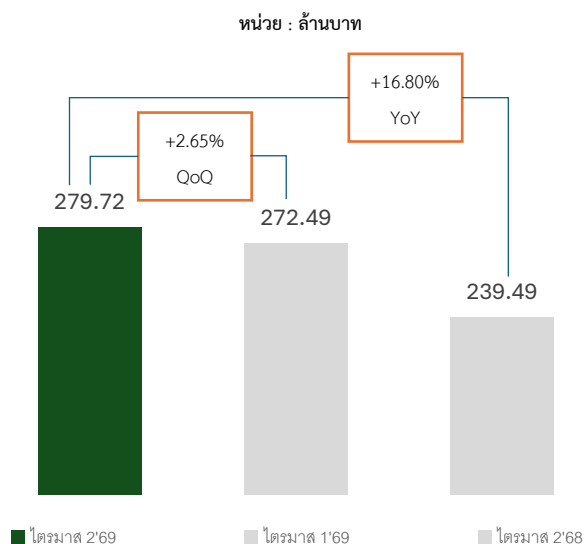
2.1 งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ ไตรมาส 2/2569

	ไตรมาส 2/2569	ไตรมาส 1/2569	ไตรมาส 2/2568	เปลี่ยนแปลง +/-		6 เดือน 2569	6 เดือน 2568	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากการขาย	279.72	272.49	239.49	16.80%	2.65%	552.21	529.46	4.30%
รายได้อื่น	1.77	0.45	0.67	164.18%	293.33%	2.22	1.23	80.49%
รายได้รวม	281.49	272.94	240.16	17.21%	3.13%	554.43	530.69	4.47%
ต้นทุนขาย	36.54	32.74	33.10	10.39%	11.61%	69.28	76.10	8.96%
กำไรขั้นต้น	243.18	239.75	206.39	17.83%	1.43%	482.93	453.36	6.52%
ค่าใช้จ่ายในการขาย	189.47	176.27	152.33	24.38%	7.49%	365.74	326.95	11.86%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	38.82	37.50	36.35	6.80%	3.52%	76.32	72.87	4.73%
กำไรจากการดำเนินงาน	16.66	26.43	18.38	(9.36%)	(36.97%)	43.09	54.78	(21.34%)
ต้นทุนทางการเงิน	1.24	1.37	1.33	(6.77%)	(9.49%)	2.61	2.75	(5.09%)
กำไรก่อนภาษีเงินได้	15.42	25.06	17.05	(9.56%)	(38.47%)	40.48	52.03	(22.20%)
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	3.15	5.20	2.19	43.84%	(39.42%)	8.34	8.32	0.24%
กำไรสุทธิ	12.27	19.86	14.86	(17.43%)	(38.22%)	32.13	43.71	(26.49%)

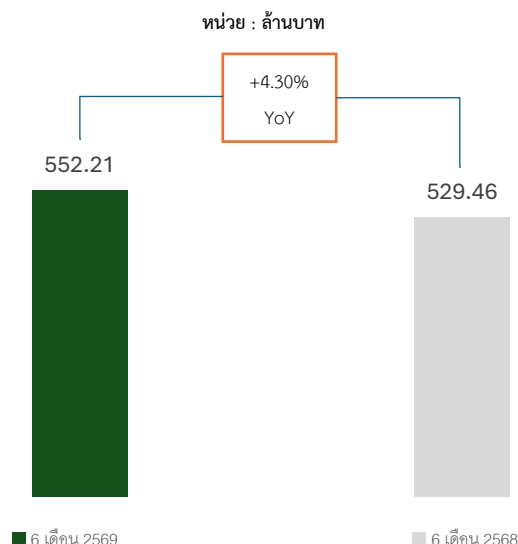
2.1.1 รายได้จากการขาย

โครงสร้างรายได้	ไตรมาส 2/2569	ไตรมาส 1/2569	ไตรมาส 2/2568	เปลี่ยนแปลง +/-		6 เดือน 2569	6 เดือน 2568	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ			%YoY
ผลิตภัณฑ์แบรนด์บริษัท (HOUSE BRAND)								
เสริมอาหาร	179.67	178.38	167.13	7.50%	0.72%	358.05	356.53	0.43%
เครื่องสำอาง	11.98	5.55	10.87	10.21%	115.86%	17.53	30.86	(43.20%)
รวมผลิตภัณฑ์แบรนด์บริษัท	191.65	183.93	178.00	7.67%	4.20%	375.58	387.39	(3.05%)
ผลิตภัณฑ์ที่เป็นตราสินค้าร่วม (CO - BRAND)								
เสริมอาหาร	66.88	77.17	50.70	31.91%	(13.33%)	144.05	111.45	29.25%
รวมผลิตภัณฑ์ที่เป็นตราสินค้าร่วม	66.88	77.17	50.70	31.91%	(13.33%)	144.05	111.45	29.25%
ผลิตภัณฑ์ที่ขายร่วม (CO - PRODUCT)								
เครื่องสำอาง	0.02	0.01	0.01	100.00%	100.00%	0.03	0.02	50.00%
รวมผลิตภัณฑ์ที่ขายร่วม	0.02	0.01	0.01	100.00%	100.00%	0.03	0.02	50.00%
รับจ้างผลิต (OEM)								
เสริมอาหาร	19.62	11.21	10.60	85.09%	75.02%	30.83	30.42	1.35%
เครื่องสำอาง	1.55	0.17	0.19	715.79%	811.76%	1.72	0.19	805.26%
รวมรับจ้างผลิต	21.17	11.38	10.79	96.20%	86.03%	32.55	30.61	6.34%
รวมรายได้จากการขาย	279.72	272.49	239.50	16.79%	2.65%	552.21	529.47	4.29%

การเติบโตของรายได้เทียบรายไตรมาส



การเติบโตของรายได้เทียบรายไตรมาส



YoY: บริษัทฯ มีรายได้จากการขายในไตรมาส 2/2569 อยู่ที่ 279.72 ล้านบาท เพิ่มขึ้น จำนวน 40.23 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 16.80 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาส 2/2568

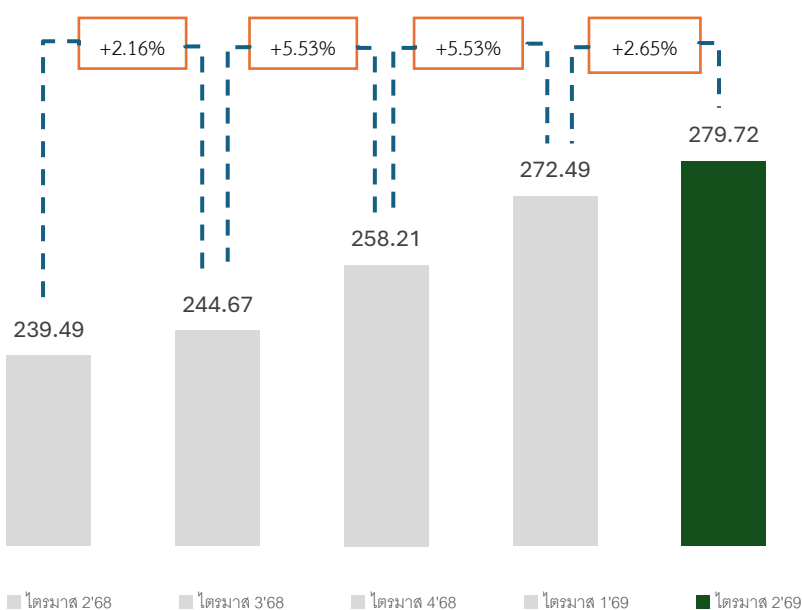
QoQ: บริษัทฯ มีรายได้จากการขายในไตรมาส 2/2569 อยู่ที่ 279.72 ล้านบาท เพิ่มขึ้น จำนวน 7.23 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2.65 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาส 1/2569

บริษัทฯ มีรายได้จากการขายในไตรมาส 2/2569 สำหรับงวดหกเดือน อยู่ที่ 552.21 ล้านบาท เพิ่มขึ้น จำนวน 22.75 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 4.30 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2568 โดยมีสาเหตุแยกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ ดังนี้

- ผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม House Brand มีรายได้จากการขายเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน จำนวน 13.65 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 7.67 เกิดจากเปิดตัว Yescare Series จำนวน 8 ผลิตภัณฑ์ โดยมี คุณยุ้ย จิรินทร์ มโนแจ่ม เป็นพรีเซนเตอร์หลักของแบรนด์ ส่งผลให้การรับรู้แบรนด์เพิ่มขึ้น และช่วยกระตุ้นยอดขาย และได้เริ่มดำเนินการเปิดร้านค้าใหม่ภายใต้ชื่อ Allnii บนแพลตฟอร์ม Lazada และ Shopee เพื่อเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า และการเปิดตัวสินค้าใหม่อีกมากมาย อาทิเช่น แบรนด์ Luuga แบรนด์ Dr.Skinne และแบรนด์ PNCP เป็นต้น
- ผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม Co-Brand มีรายได้จากการขายเพิ่มขึ้น 16.18 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 31.91 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยเป็นผลมาจากผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ CMF ได้แก่ Gynomaa, Redori และ Schinora ซึ่งได้รับการตอบรับอย่างดีจากผู้บริโภค ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้เสริมความแข็งแกร่งด้านการขายและการตลาดด้วยการดำเนินกิจกรรมร่วมกับ Influencer ที่มีความนิยมในแต่ละช่วงเวลา เพื่อเสริมสร้างการรับรู้ในแบรนด์และกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ
- รายได้จากการรับจ้างผลิตเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน จำนวน 10.38 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 96.20 โดยเพิ่มขึ้นจากคำสั่งผลิตผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากลูกค้ารายเดิม นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้รับคำสั่งผลิตสินค้าจากลูกค้ารายใหม่จำนวน 4 ราย

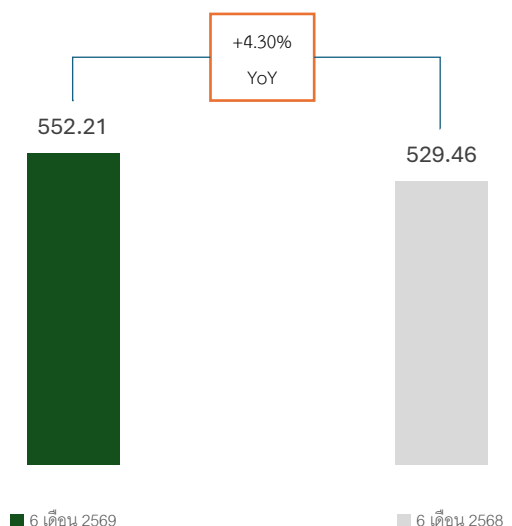
การเติบโตของรายได้เทียบรายไตรมาส QoQ

หน่วย : ล้านบาท



การเติบโตของรายได้เทียบรายไตรมาส

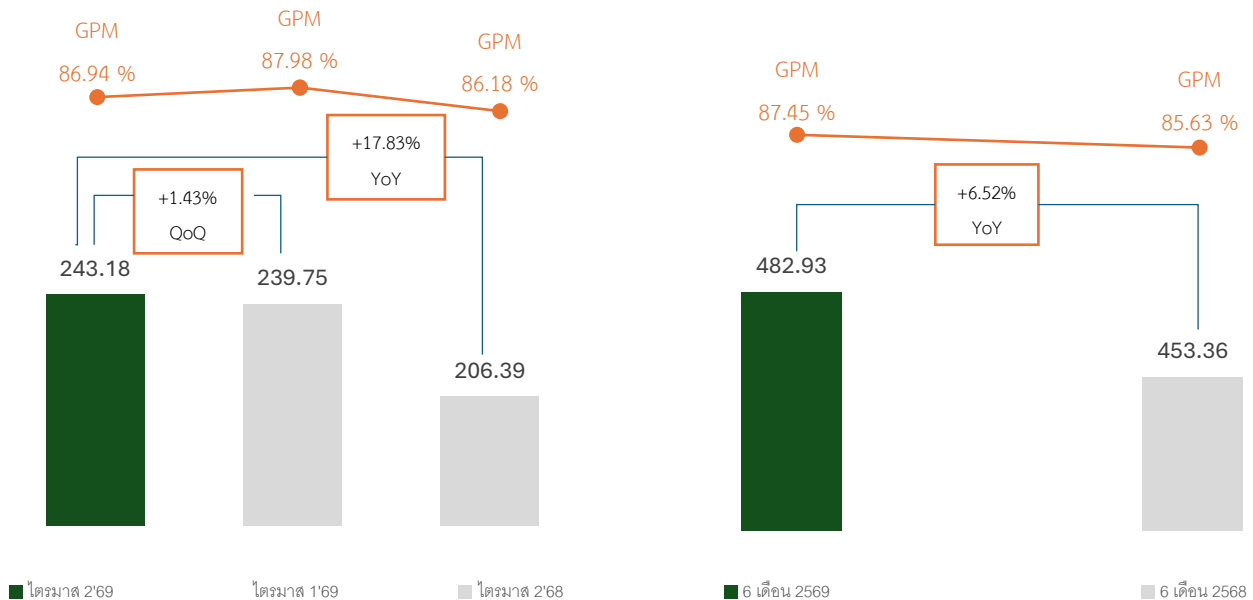
หน่วย : ล้านบาท



2.1.2 กำไรขั้นต้น (GP) และอัตรากำไรขั้นต้น (GPM)

กำไรขั้นต้น (GP) และอัตรากำไรขั้นต้น (GPM)

หน่วย: ล้านบาท



YoY: กำไรขั้นต้นในไตรมาส 2/2569 อยู่ที่ 243.18 ล้านบาท เท่ากับร้อยละ 86.94 เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน จำนวน 36.79 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 17.83

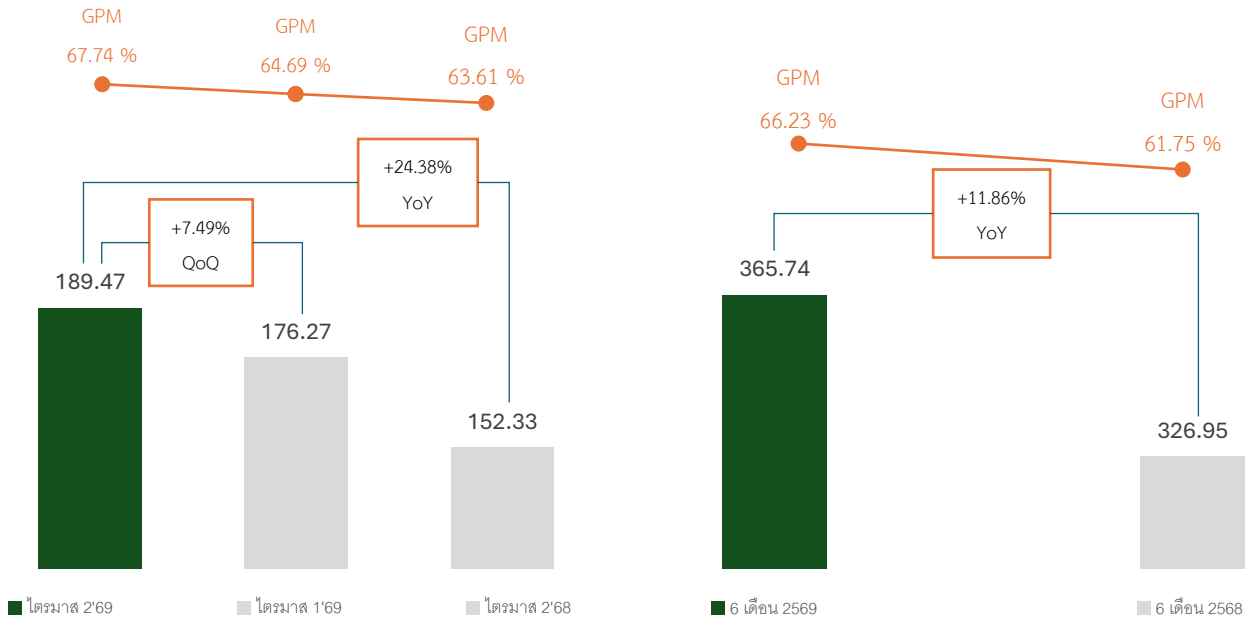
QoQ: กำไรขั้นต้นในไตรมาส 2/2569 อยู่ที่ 243.18 ล้านบาท เท่ากับร้อยละ 86.94 เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาส 1/2569 จำนวน 3.43 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 1.43

กำไรขั้นต้นในไตรมาส 2/2569 สำหรับงวดหกเดือน อยู่ที่ 482.93 ล้านบาท เท่ากับร้อยละ 87.45 เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันกับปีก่อน จำนวน 29.57 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 6.52 โดยสอดคล้องกับรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากยอดขายผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม House-Brand ,Co-Brand และการรับจ้างผลิต (OEM)

2.1.3 ค่าใช้จ่ายในการขาย และอัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้จากการขาย

ค่าใช้จ่ายในการขาย และอัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้จากการขาย

หน่วย: ล้านบาท



YoY: ค่าใช้จ่ายในการขายในไตรมาส 2/2569 อยู่ที่ 189.47 ล้านบาท บริษัทฯ มีต้นทุนในการจัดจำหน่าย เพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน จำนวน 37.14 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 24.38

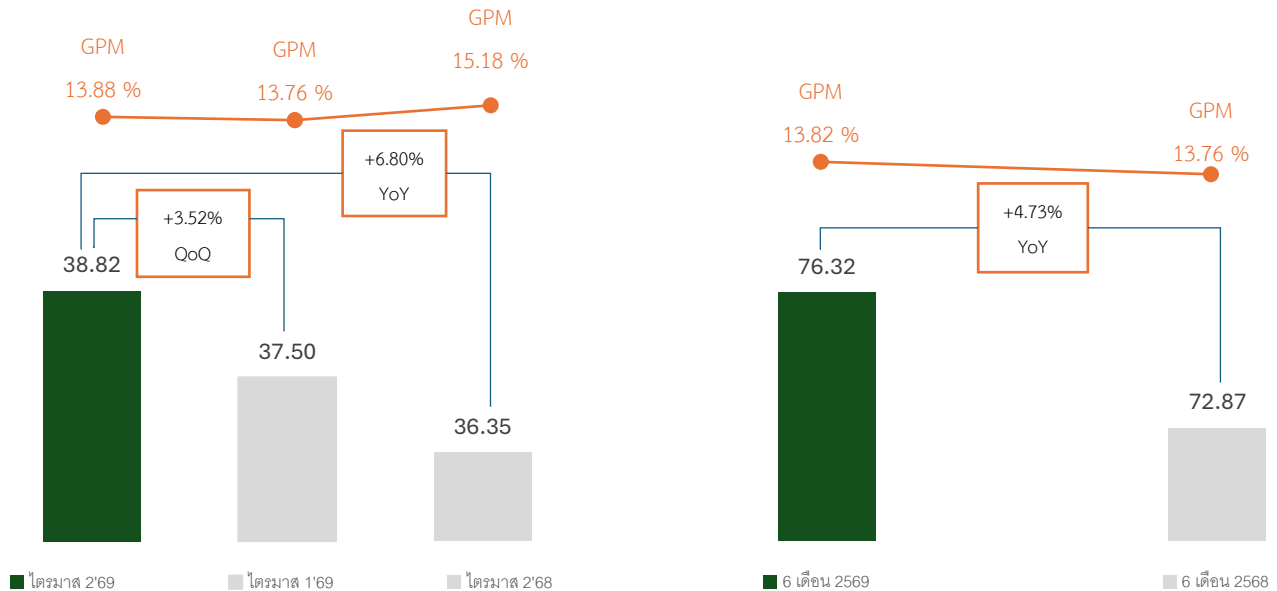
QoQ: ค่าใช้จ่ายในการขายในไตรมาส 2/2569 อยู่ที่ 189.47 ล้านบาท บริษัทฯ มีต้นทุนในการจัดจำหน่าย เพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับไตรมาส 1/2569 จำนวน 13.20 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 7.49

ค่าใช้จ่ายในการขายในไตรมาส 2/2569 สำหรับงวดหกเดือน อยู่ที่ 365.74 ล้านบาท บริษัทฯ มีต้นทุนในการจัดจำหน่าย เพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับปี 2568 จำนวน 38.79 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 11.86 ส่วนใหญ่เพิ่มขึ้นจากค่าธรรมเนียมการขายและค่าบริการของแพลตฟอร์มออนไลน์ ค่าฟรีเซ็นต์เตอร์ ค่าอินฟลูเอนเซอร์

2.1.4 ค่าใช้จ่ายในการบริหารและอัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้จากการขาย

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร และอัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้จากการขาย

หน่วย: ล้านบาท



YoY: ค่าใช้จ่ายในการบริหารในไตรมาส 2/2569 อยู่ที่ 38.82 ล้านบาท บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหาร เพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน จำนวน 2.47 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 6.80

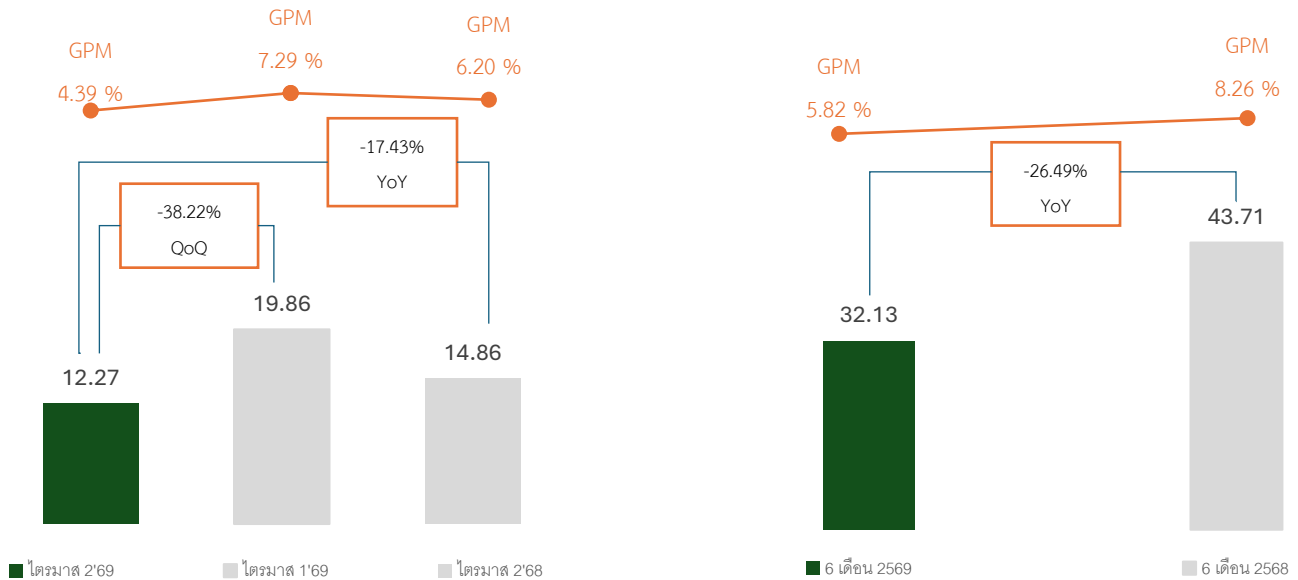
QoQ: ค่าใช้จ่ายในการบริหารในไตรมาส 2/2569 อยู่ที่ 38.82 ล้านบาท บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหาร เพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับไตรมาส 1/2569 จำนวน 1.32 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 3.52

ค่าใช้จ่ายในการบริหารในไตรมาส 2/2569 สำหรับงวดหกเดือน อยู่ที่ 76.32 ล้านบาท บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหาร เพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันกับปีก่อน จำนวน 3.45 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 4.73 สาเหตุจากค่าเสื่อมราคาเพิ่มขึ้น จากการขยายพื้นที่สำนักงานซึ่งทำให้เกิดค่าเสื่อมราคาส่วนปรับปรุงอาคารและสิ่งปลูกสร้างเพิ่มขึ้น

2.1.5 กำไรสุทธิ (NP) และอัตรากำไรสุทธิ (NPM)

กำไรสุทธิ (NP) และอัตรากำไรสุทธิ (NPM)

หน่วย: ล้านบาท



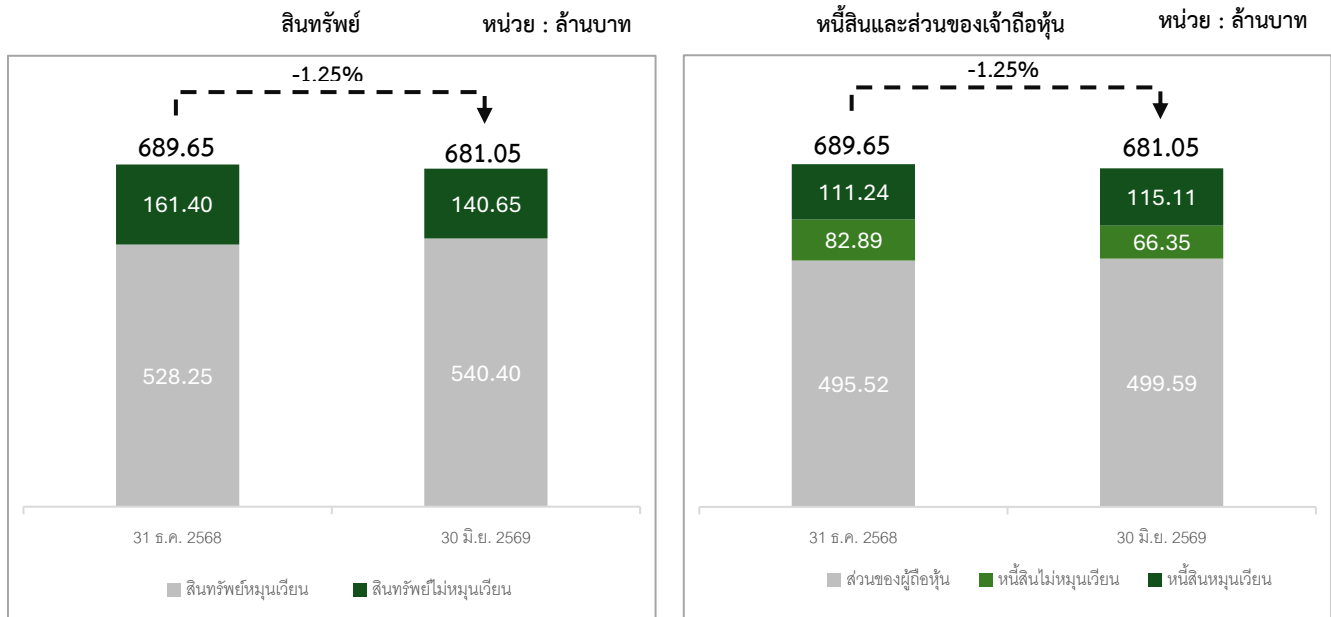
YoY: กำไรสุทธิในไตรมาส 2/2569 จำนวน 12.27 ล้านบาท บริษัทฯ มีกำไรสุทธิลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน จำนวน 2.58 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 17.43

QoQ: กำไรสุทธิในไตรมาส 2/2569 จำนวน 12.27 ล้านบาท บริษัทฯ มีกำไรสุทธิลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาส 1/2569 จำนวน 7.59 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 38.22

กำไรสุทธิในไตรมาส 2/2569 สำหรับงวดหกเดือน จำนวน 32.13 ล้านบาท บริษัทฯ มีกำไรสุทธิลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันกับปีก่อน จำนวน 11.58 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 26.49 อันเป็นผลมาจากการปรับเพิ่มขึ้นของค่าธรรมเนียมการขายและค่าบริการของแพลตฟอร์มออนไลน์ ประกอบกับภาวะการชะลอตัวทางเศรษฐกิจภาคครัวเรือนและกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ปรับตัวลดลง

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินมาตรการบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายด้านการขายและการบริหารอย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งปรับกลยุทธ์การขายให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างค่าธรรมเนียมดังกล่าว รวมถึงการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้เพื่อยกระดับประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อลดขั้นตอนที่ไม่เกิดมูลค่าเพิ่ม อันจะส่งผลให้การบริหารจัดการต้นทุนมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยบริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นรักษาศักยภาพในการดำเนินงานและสร้างการเติบโตของธุรกิจอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนในระยะยาว

2.2 การวิเคราะห์ฐานะทางการเงินของบริษัทฯ



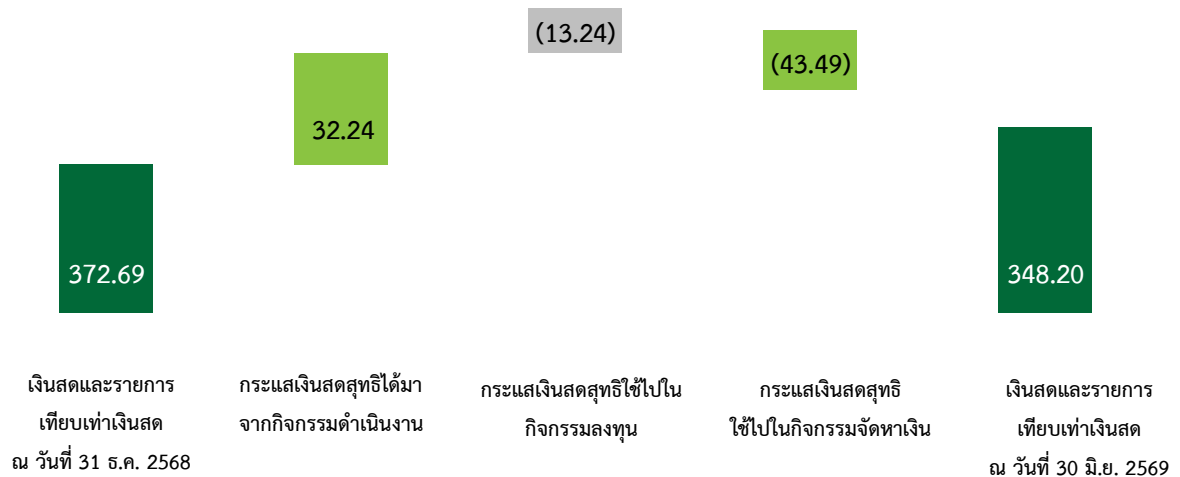
สินทรัพย์รวม ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 มีมูลค่าเท่ากับ 681.05 ล้านบาท ลดลง 8.60 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 1.25 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันกับปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจาก บริษัทฯ มีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดลดลงจำนวน 24.50 ล้านบาท, ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่นเพิ่มขึ้นจำนวน 25.35 ล้านบาท, สินค้าคงเหลือ - สุทธิ เพิ่มขึ้นจำนวน 11.29 ล้านบาท, ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ - สุทธิ เพิ่มขึ้น 6.25 ล้านบาท, สินทรัพย์สิทธิการใช้ - สุทธิ ลดลง 24.65 ล้านบาท และสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่นลดลง 2.57 ล้านบาท

หนี้สินรวม ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 มีมูลค่าเท่ากับ 181.46 ล้านบาท ลดลงจำนวน 12.67 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 6.52 โดยมีสาเหตุหลักจากเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น เพิ่มขึ้นจำนวน 6.84 ล้านบาท, ภาษีเงินได้นิติบุคคลค้างจ่าย เพิ่มขึ้น 4.74 ล้านบาท, หนี้สินตามสัญญาเช่าลดลง 23.88 ล้านบาท

ส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 มีมูลค่าเท่ากับ 499.59 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4.06 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.82 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันกับปีก่อน เกิดจากบริษัทฯ มีกำไรจากผลการดำเนินงานในงวด 32.13 ล้านบาท จ่ายเงินปันผล 20.40 ล้านบาท และซื้อหุ้นทุนซื้อคืน จำนวน 7.75 ล้านบาท

2.1 กระแสเงินสดสำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569

หน่วย : ล้านบาท



กระแสเงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมดำเนินงานของบริษัทฯ สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 อยู่ที่ 32.24 ล้านบาท (รายการหลักมาจาก กำไรสุทธิจำนวน 32.13 ล้านบาท ปรับกระทบยอดกำไรก่อนภาษี 35.25 ล้านบาท และหักด้วยเงินทุนหมุนเวียนลดลง 30.77 ล้านบาท)

- เงินสดจ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล จำนวน 3.93 ล้านบาท
- จ่ายชำระภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน จำนวน 0.45 ล้านบาท

กระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุนของบริษัทฯ สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 อยู่ที่ 13.24 ล้านบาท โดยการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญดังนี้

- เงินสดจ่ายซื้อสินทรัพย์ถาวร จำนวน 13.78 ล้านบาท
- เงินสดรับจากการจำหน่ายสินทรัพย์ถาวร 0.81 ล้านบาท

กระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงินของบริษัทฯ สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 อยู่ที่ 43.49 ล้านบาท โดยการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญดังนี้

- เงินสดจ่ายชำระหนี้สินตามสัญญาเช่า จำนวน 12.79 ล้านบาท
- เงินสดจ่ายจากการซื้อหุ้นทุนซื้อคืน จำนวน 7.75 ล้านบาท
- เงินสดจ่ายเงินปันผล จำนวน 20.40 ล้านบาท

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

บริษัท นูทริชั่น โปรเฟส จำกัด (มหาชน)

โทร 02 - 022 - 9400