

ที่ MAI 6908/001

วันที่ 13 สิงหาคม 2569

เรื่อง คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ สำหรับผลการดำเนินงานงวด 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569

เรียน กรรมการและผู้จัดการ  
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท สกิน ลาบอราทอรี จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ขอรายงานผลการดำเนินงานงวด 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 โดยมีรายละเอียดดังนี้

## 1. ภาพรวมการดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจวิจัย พัฒนา และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลผิวและเครื่องสำอาง โดยปัจจุบันทางบริษัทฯ ได้ทำการตลาดสินค้าภายใต้แบรนด์ “Skinsista” และ “Dermie” โดยใช้โมเดลการผลิตผ่านโรงงานพันธมิตร (OEM) ที่ได้รับมาตรฐานสากล GMP และ ISO 22716:2007 เพื่อส่งมอบนวัตกรรมคุณภาพสูงในราคาที่เข้าถึงได้ โดยบริษัทฯ มุ่งเน้นกลยุทธ์การเข้าถึงผู้บริโภคอย่างครอบคลุมผ่าน 3 ช่องทางหลัก ได้แก่ 1) Modern Trade เช่น ร้านสะดวกซื้อ 7-11 และร้านบิวตี้สโตร์ชั้นนำอย่าง Watsons, Beautrium, EVEANDBOY และ found & found, 2) ช่องทาง General Trade ผ่านร้านค้าทั่วไปทั่วประเทศ และ 3) ช่องทาง Social Commerce และ E-Commerce ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ยอดนิยม เช่น Shopee, Lazada และ TikTok Shop ปัจจุบันบริษัทฯ มีพอร์ตโฟลิโอผลิตภัณฑ์หลากหลายครอบคลุม 5 กลุ่มหลัก ได้แก่ เซรั่มบำรุงผิวหน้า ผลิตภัณฑ์ป้องกันแสงแดด ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้า ครีมบำรุงผิวหน้า เครื่องสำอาง เช่น แป้งผสมรองพื้น บลัช และลิปสติก รวมถึงผลิตภัณฑ์อื่นๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในทุกมิติของการดูแลผิวและความงาม

## 2. สรุปเหตุการณ์และพัฒนาการที่สำคัญ

สำหรับไตรมาส 2/2569 รวมถึงงวด 6 เดือนของปี 2569 บริษัทฯ อยู่ในช่วงเปลี่ยนผ่านสินค้าเก่าพร้อมเริ่มทำการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้สินค้าใหม่ในวงกว้างเพื่อเป็นการเสริมสร้างรากฐานรองรับการเติบโตในระยะยาวโดยมีเหตุการณ์ที่สำคัญ ดังนี้:

- การเปลี่ยนผ่านสู่สินค้ารุ่นใหม่: บริษัทฯ ได้มีการออกสินค้าใหม่เพื่อทดแทนสินค้าเก่าที่เริ่มล้าสมัยทั้งในเชิงการรับรู้และเทคโนโลยีที่ใช้ อันเป็นผลให้ยอดขายของบริษัทฯ ลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า เนื่องจากทางบริษัทฯ ต้องหยุดการจำหน่ายสินค้าเก่าในบางช่องทางเพื่อระบายสินค้าที่อยู่ในช่องทางจำหน่ายต่างๆ ในขณะที่สินค้าใหม่ที่ออกวางตลาดต้องใช้เวลาในการสร้างการรับรู้และยอดขาย
  - บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายที่สูงขึ้นเมื่อเทียบกับสัดส่วนต่อยอดขาย: โดยมีสาเหตุหลัก 2 ประการคือ ค่าใช้จ่ายทางการตลาดที่บริษัทฯ ต้องใช้เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับสินค้าใหม่ (มกราคม: เจลล้างหน้าสูตรใหม่, กุมภาพันธ์: cushion ลดสิว, มีนาคม: ครีมซองรุ่นใหม่, เมษายน: บลัชออนซองรุ่นใหม่) และ ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขายเพื่อเร่งระบายสินค้าเก่าจากช่องทางการจำหน่ายต่างๆ
- นอกจากนี้ บริษัทฯ เร่งสร้างการรับรู้ของแบรนด์ Dermie ผ่านช่องทาง social media ของทาง influencers ต่างๆ อันเป็นผลให้ยอดขายของแบรนด์ Dermie เติบโตอย่างต่อเนื่อง
- ความสำเร็จในการปรับเปลี่ยนช่องทางจัดจำหน่ายสู่ระบบดิจิทัล (Digital Transformation) : บริษัทฯ ประสบความสำเร็จอย่างมีนัยสำคัญในการรื้อตลาด Social Commerce และ E-commerce อย่างเต็มรูปแบบ ส่งผลให้สัดส่วนรายได้จากช่องทางออนไลน์เติบโต จนก้าวขึ้นมาเป็นช่องทางสร้างรายได้หลักแทนที่ช่องทางออฟไลน์เดิม (Modern Trade) สอดคล้องกับกลยุทธ์เชิงรุกในการเข้าถึงผู้บริโภคยุคใหม่บนแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพในการสร้างยอดขายและการรับรู้แบรนด์ได้ในเวลาเดียวกัน

- การขยายจุดจำหน่ายสู่ร้านค้าความงามชั้นนำ: บริษัทฯ เดินหน้าขยายช่องทางจัดจำหน่ายผ่านพันธมิตรกลุ่ม Beauty Specialty Store อย่างต่อเนื่อง โดยล่าสุดได้เพิ่มช่องทางผ่านร้าน Boots เพื่อต่อยอดจากฐานเดิมที่มีใน Watsons, EVEANDBOY และ Beautrium ซึ่งช่วยเพิ่มความครอบคลุมในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

**3. สรุปผลการดำเนินงานสำหรับงวด 6 เดือนปี 2569**

| งบกำไรขาดทุน                                  | 6M/2569        |              | 6M/2568      |            | การเปลี่ยนแปลง |              |
|-----------------------------------------------|----------------|--------------|--------------|------------|----------------|--------------|
|                                               | ล้านบาท        | สัดส่วน      | ล้านบาท      | สัดส่วน    | ล้านบาท        | สัดส่วน      |
| รายได้จากการขาย                               | 66.01          | 100%         | 93.70        | 100%       | (27.69)        | (30%)        |
| ต้นทุนขาย                                     | (20.04)        | (30%)        | (25.85)      | (28%)      | 5.81           | (22%)        |
| <b>กำไรขั้นต้น</b>                            | <b>45.97</b>   | <b>70%</b>   | <b>67.85</b> | <b>72%</b> | <b>(21.88)</b> | <b>(32%)</b> |
| รายได้อื่น*                                   | 1.17           | 2%           | 1.61         | 2%         | (0.44)         | (27%)        |
| <b>กำไรก่อนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน</b>       | <b>47.14</b>   | <b>71%</b>   | <b>69.46</b> | <b>74%</b> | <b>(22.32)</b> | <b>(32%)</b> |
| ต้นทุนในการจัดจำหน่าย                         | (47.56)        | (72%)        | (45.71)      | (49%)      | 1.85           | 4%           |
| ค่าใช้จ่ายในการบริหาร                         | (13.89)        | (21%)        | (14.10)      | (15%)      | 0.21           | (1%)         |
| <b>กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้</b> | <b>(14.32)</b> | <b>(22%)</b> | <b>9.65</b>  | <b>10%</b> | <b>(23.96)</b> | <b>N.A.</b>  |
| ต้นทุนทางการเงิน                              | (0.04)         | (0%)         | (0.09)       | (0%)       | (0.04)         | (52%)        |
| <b>กำไรก่อนภาษีเงินได้</b>                    | <b>(14.36)</b> | <b>(22%)</b> | <b>9.56</b>  | <b>10%</b> | <b>(23.92)</b> | <b>N.A.</b>  |
| (ค่าใช้จ่าย)รายได้ภาษีเงินได้                 | (0.34)         | (1%)         | (1.93)       | (2%)       | 1.59           | (82%)        |
| <b>กำไรสุทธิ</b>                              | <b>(14.70)</b> | <b>(22%)</b> | <b>7.63</b>  | <b>8%</b>  | <b>(22.33)</b> | <b>N.A.</b>  |

หมายเหตุ : \* รายได้อื่น ประกอบด้วย ดอกเบี้ยรับ, กำไรจากการจำหน่ายสินทรัพย์, ค่าขนส่งสินค้า online ที่ platform

เรียกเก็บจากลูกค้าแล้วโอนต่อให้บริษัทฯ, ค่าทำการตลาดผ่าน Affiliate Program จากช่องทาง online ร่วมกับบาง platform,

ค่าขายสินค้าสวัสดิการให้แก่พนักงานของบริษัทฯ เป็นต้น

**ภาพรวมการดำเนินงาน**

สำหรับไตรมาส 2/2569 รวมถึงงวด 6 เดือนของปี 2569 บริษัทฯ อยู่ในช่วงของการเปลี่ยนผ่านเชิงกลยุทธ์ (Strategic Transition) โดยมุ่งเน้นการปรับพอร์ตสินค้าจากกลุ่มผลิตภัณฑ์เดิมที่เริ่มอิ่มตัวไปสู่ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่ รวมถึงการปรับสมดุลช่องทางการจำหน่ายจากออฟไลน์สู่แพลตฟอร์มดิจิทัล แม้ภาพรวมรายได้จะชะลอตัวลงจากผลกระทบของการลดปริมาณสินค้าเดิมในช่องทาง Modern Trade แต่บริษัทฯ มีการขยายฐานลูกค้าผ่าน E-commerce (Shopee) และ Social Commerce (TikTok Shop) ซึ่งก้าวขึ้นมาเป็นช่องทางหลักอันดับ 1 และ 2 ของบริษัทฯ ตามลำดับ

**รายได้จากการขายสินค้า**

งวด 6 เดือนของปี 2569 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายสินค้าจำนวน 66.01 ล้านบาท ลดลง 27.69 ล้านบาท หรือคิดเป็นลดลง 30% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) โดยมีประเด็นสำคัญดังนี้:

- การเปลี่ยนถ่ายสินค้า: มีการลดปริมาณสินค้าเดิมเพื่อเตรียมวางจำหน่ายสินค้านวัตกรรมใหม่ ส่งผลให้ช่องทางหลักเดิมอย่าง 7-11 ลดลง 58% และ Watsons ลดลง 61%
- การเติบโตในช่องทางออนไลน์: TikTok Shop เติบโต 225% โดยมียอดขาย 10.81 ล้านบาท (คิดเป็นสัดส่วน 18% ของยอดขายรวม) Shopee เติบโต 10% มียอดขาย 19.34 ล้านบาท (คิดเป็นสัดส่วน 32% ของยอดขายรวม) ส่งผลให้ Shopee ก้าวขึ้นมาเป็นคู่ค้าผ่านช่องทางออนไลน์อันดับ 1 ของบริษัทฯ
- การขยายฐานลูกค้ารายใหม่: เริ่มรับรู้รายได้จากช่องทางใหม่ เช่น PTT และกลุ่มร้านค้า Beauty Store

**ต้นทุนขายและกำไรขั้นต้น**

งวด 6 เดือนของปี 2569 บริษัทฯ มีต้นทุนขายจำนวน 20.04 ล้านบาท ลดลง 22% ตามทิศทางของยอดขายที่ชะลอตัวอย่างไรก็ตาม สัดส่วนต้นทุนต่อยอดขายขยับขึ้นจาก 28% เป็น 30% ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นปรับลดลงจาก 72% มาอยู่ที่ 70% โดย

มีสาเหตุหลักมาจากสัดส่วนช่องทางจำหน่ายแบบฝากขาย (consignment) ที่ลดลง และการปรับแนวทางการจัดซื้อสินค้า จากการซื้อบรรจุภัณฑ์แยกต่างหาก มาเป็นการจ้างผลิตแบบสินค้าสำเร็จรูปครบวงจร (Finished Goods) ในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น เพื่อเพิ่มความคล่องตัวและลดความซับซ้อนในการบริหารจัดการบรรจุภัณฑ์ แม้แนวทางดังกล่าวจะมีต้นทุนการผลิตต่อหน่วยสูงกว่าเดิมเล็กน้อย แต่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการจัดหาและเตรียมความพร้อมในการกระจายสินค้าได้ดียิ่งขึ้นในระยะยาว

### ต้นทุนในการจัดจำหน่าย

สำหรับงวด 6 เดือนของปี 2569 ต้นทุนในการจัดจำหน่ายมีจำนวน 47.56 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 4% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) โดยมีสาเหตุหลักมาจากการที่บริษัทฯ มีการใช้จ่ายทางการตลาดเพิ่มมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเพื่อรองรับการเปิดตัวสินค้าใหม่หลายรายการ ซึ่งจำเป็นต้องสร้างการรับรู้ในวงกว้าง (Brand Awareness) ประกอบกับค่าธรรมเนียมและค่าบริการในการขายช่องทางจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์ม Social Commerce และ E-commerce โดยเฉพาะ TikTok Shop ที่เติบโตขึ้น ซึ่งการลงทุนทางการตลาดส่วนนี้ยังเป็นปัจจัยชั่วคราว ที่ส่งผลให้กำไรสุทธิของบริษัทฯ ลดลงในระยะสั้นเพื่อเป้าหมายการเติบโตของยอดขายสินค้าใหม่ในระยะยาว

### ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

สำหรับงวด 6 เดือนของปี 2569 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 13.89 ล้านบาท ลดลง 1% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) โดยค่าใช้จ่ายโดยรวมยังอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน

### ต้นทุนทางการเงิน

สำหรับงวด 6 เดือนของปี 2569 บริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินจำนวน 0.04 ล้านบาท ปรับลดลง 52% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY) โดยต้นทุนดังกล่าวเป็นดอกเบี้ยจ่ายที่รับรู้ตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 16 (TFRS 16) เรื่อง สัญญาเช่า ซึ่งลดลงตามการทยอยชำระค่าเช่าตามงวดสัญญาและการลดลงของมูลค่าปัจจุบันของหนี้สินตามสัญญาเช่า ทั้งนี้ บริษัทฯ ไม่มีภาระดอกเบี้ยจากการกู้ยืม

### กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

สำหรับงวด 6 เดือนของปี 2569 บริษัทฯ มีผลขาดทุนสุทธิจำนวน 14.70 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) ที่ -22% ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยมีปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน ดังนี้:

- รายได้จากการขายลดลง: สาเหตุหลักจากการปรับลดปริมาณสินค้าเดิมในช่องทาง Modern Trade เพื่อเตรียมเปลี่ยนถ่ายสู่กลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ (Strategic Transition) ส่งผลให้ยอดขายจากช่องทางออฟไลน์หลักชะลอตัวลง
- อัตรากำไรขั้นต้นปรับลดลง: อยู่ที่ 70% จาก 72% ในปีก่อนหน้า จากผลของการลดลงของสัดส่วนรายได้รูปแบบขายฝาก และการปรับเปลี่ยนรูปแบบการจ้างผลิตเป็นแบบสินค้าสำเร็จรูป (Finished Goods) เพื่อความคล่องตัวในการบริหารจัดการในส่วนของการผลิตสินค้า
- การเพิ่มขึ้นของต้นทุนการจัดจำหน่าย: บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในส่วนนี้เพิ่มขึ้น 4% YoY ซึ่งเป็นผลมาจากงบประมาณทางการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้สำหรับสินค้าใหม่ และค่าบริการที่เกี่ยวข้องกับการขายฐานช่องทางจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์ม E-commerce

ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการปรับสมดุลรายได้ โดยการขยายฐานลูกค้าในช่องทางดิจิทัลและ Social Commerce และ E-commerce (TikTok Shop และ Shopee) ที่มีการเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ ควบคู่ไปกับการบริหารจัดการวงจรผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อให้ผลการดำเนินงานสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ที่วางไว้ในอนาคต

## 4. สรุปฐานะการเงิน ณ 30 มิถุนายน 2569

## สินทรัพย์

| สินทรัพย์                            | 30 มิถุนายน 2569 |             | 31 ธันวาคม 2568<br>(ปรับปรุงใหม่)* |             | การเปลี่ยนแปลง |              |
|--------------------------------------|------------------|-------------|------------------------------------|-------------|----------------|--------------|
|                                      | ล้านบาท          | สัดส่วน     | ล้านบาท                            | สัดส่วน     | ล้านบาท        | สัดส่วน      |
| เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด       | 56.84            | 55%         | 72.36                              | 59%         | (15.52)        | (21%)        |
| ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น | 17.59            | 17%         | 23.54*                             | 19%         | (5.95)         | (25%)        |
| สินค้าคงเหลือ                        | 22.55            | 22%         | 19.22                              | 16%         | 3.33           | 17%          |
| สิทธิในสินค้าที่จะได้รับคืน          | 0.22             | <1%         | 0.14                               | <1%         | 0.08           | 57%          |
| <b>รวมสินทรัพย์หมุนเวียน</b>         | <b>97.21</b>     | <b>95%</b>  | <b>115.26</b>                      | <b>95%</b>  | <b>(18.05)</b> | <b>(16%)</b> |
| ส่วนปรับปรุงอาคารสำนักงานและอุปกรณ์  | 0.86             | 1%          | 1.06                               | 1%          | (0.20)         | (19%)        |
| สินทรัพย์สิทธิการใช้                 | 0.71             | 1%          | 1.33                               | 1%          | (0.62)         | (47%)        |
| สินทรัพย์ไม่มีตัวตน                  | 0.28             | <1%         | 0.30                               | <1%         | (0.02)         | (6%)         |
| สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี    | 3.27             | 3%          | 3.61                               | 3%          | (0.34)         | (9%)         |
| สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น            | 0.37             | <1%         | 0.37                               | <1%         | 0.00           | 1%           |
| <b>รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</b>      | <b>5.50</b>      | <b>5%</b>   | <b>6.67</b>                        | <b>5%</b>   | <b>(1.17)</b>  | <b>(18%)</b> |
| <b>รวมสินทรัพย์</b>                  | <b>102.70</b>    | <b>100%</b> | <b>121.93</b>                      | <b>100%</b> | <b>(19.23)</b> | <b>(16%)</b> |

หมายเหตุ : \* บริษัทฯ มีการปรับปรุงงบการเงินสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 เฉพาะรายการบัญชีที่เกี่ยวข้องกับรายการรับคืนเงินปันผล จำนวน 1.60 ล้านบาท (ศึกษารายละเอียดได้จากงบไตรมาส 2/2569 ในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อที่ 23)

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม 102.70 ล้านบาท ลดลง 19.23 ล้านบาท หรือคิดเป็นลดลง 16% เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจาก

- เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด : ลดลง 15.52 ล้านบาท หรือคิดเป็นลดลง 21% เหลือ 56.84 ล้านบาท แม้จะลดลงแต่ยังคงเป็นสินทรัพย์หลัก (สัดส่วน 55% ของสินทรัพย์รวม) สาเหตุหลักมาจากการแสวงเงินสดที่ใช้ไปในการดำเนินงาน
- ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น: ลดลง 5.95 ล้านบาท หรือคิดเป็นลดลง 25% สอดคล้องกับรายได้จากการขายที่ลดลง 30% ในงบกำไรขาดทุน สะท้อนถึงกิจกรรมการขายที่ชะลอตัวลงในงวด 6 เดือนแรกของปี 2569
- สินค้าคงเหลือ : ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 สินค้าคงเหลือมีจำนวน 22.55 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.33 ล้านบาท หรือคิดเป็นเพิ่มขึ้น 17% เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2568 การเพิ่มขึ้นดังกล่าวมีสาเหตุหลักจากการสำรองสินค้าเพื่อรองรับการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Launches) การสำรองสินค้าดังกล่าวประกอบด้วย (1) กลุ่มผลิตภัณฑ์ Dermie ซึ่งเพิ่มสินค้าประเภทซอง (Sachet) เพื่อขยายตลาดไปยังช่องทางร้านสะดวกซื้อ (2) กลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้าที่มีการเพิ่มขนาดบรรจุใหม่ (45 กรัม) เพื่อเพิ่มความหลากหลายของสินค้า (3) กลุ่มเครื่องสำอางที่มีการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ Skinsista Cushion และ (4) กลุ่มเครื่องสำอางที่มีการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ Skinsista Blush ประเภทซอง (Sachet) ทั้งนี้ การเพิ่มขึ้นของสินค้าคงเหลือเป็นไปตามแผนการบริหารจัดการอุปทานของบริษัทฯ เพื่อเตรียมความพร้อมรองรับการขายช่องทางจัดจำหน่ายและกิจกรรมส่งเสริมการขายในไตรมาสต่อไป

หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น

| หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น                           | 30 มิถุนายน 2569 |             | 31 ธันวาคม 2568<br>(ปรับปรุงใหม่)* |             | การเปลี่ยนแปลง |              |
|-------------------------------------------------------|------------------|-------------|------------------------------------|-------------|----------------|--------------|
|                                                       | ล้านบาท          | สัดส่วน     | ล้านบาท                            | สัดส่วน     | ล้านบาท        | สัดส่วน      |
| เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น                | 11.33            | 11%         | 17.34                              | 14%         | (6.01)         | (35%)        |
| ส่วนของหนี้สินตามสัญญาเช่าที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี | 0.79             | 1%          | 1.33                               | 1%          | (0.54)         | (40%)        |
| ประมาณการหนี้สินจากการรับคืนสินค้า                    | 0.53             | 1%          | 0.35                               | <1%         | 0.19           | 54%          |
| <b>รวมหนี้สินหมุนเวียน</b>                            | <b>12.65</b>     | <b>12%</b>  | <b>19.01</b>                       | <b>16%</b>  | <b>(6.36)</b>  | <b>(33%)</b> |
| หนี้สินตามสัญญาเช่า                                   | 0.00             | 0%          | 0.12                               | <1%         | (0.12)         | (100%)       |
| ประมาณการหนี้สินไม่หมุนเวียนสำหรับผลประโยชน์พนักงาน   | 3.56             | 3%          | 3.21                               | 3%          | 0.35           | 11%          |
| <b>รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน</b>                         | <b>3.56</b>      | <b>3%</b>   | <b>3.33</b>                        | <b>3%</b>   | <b>0.23</b>    | <b>7%</b>    |
| <b>รวมหนี้สิน</b>                                     | <b>16.21</b>     | <b>16%</b>  | <b>22.34</b>                       | <b>18%</b>  | <b>(6.13)</b>  | <b>(27%)</b> |
| ทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว                               | 72.00            | 70%         | 72.00                              | 59%         | 0.00           | 0%           |
| ส่วนเกินมูลค่าหุ้น                                    | 28.17            | 27%         | 28.17                              | 23%         | 0.00           | 0%           |
| กำไรสะสม - สรรองตามกฎหมาย                             | 1.00             | 1%          | 1.00                               | 1%          | 0.00           | 0%           |
| กำไรสะสม - ยังไม่ได้จัดสรร                            | (14.68)          | (14%)       | (1.58)*                            | (1%)        | (13.10)        | (827%)       |
| <b>รวมส่วนของผู้ถือหุ้น</b>                           | <b>86.49</b>     | <b>84%</b>  | <b>99.59</b>                       | <b>82%</b>  | <b>(13.10)</b> | <b>(13%)</b> |
| <b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>                 | <b>102.70</b>    | <b>100%</b> | <b>121.93</b>                      | <b>100%</b> | <b>(19.23)</b> | <b>(16%)</b> |

หมายเหตุ : \* บริษัทฯ มีการปรับปรุงงบการเงินสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568 เฉพาะรายการบัญชีที่เกี่ยวข้องกับรายการรับคืนเงินปันผล จำนวน 1.60 ล้านบาท (ศึกษารายละเอียดได้จากงบไตรมาส 2/2569 ในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อที่ 23)

หนี้สิน

บริษัทฯ มีหนี้สินรวม ณ 30 มิถุนายน 2569 เท่ากับ 16.21 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วน 16% ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น ลดลง 6.13 ล้านบาท หรือคิดเป็นลดลง 27% เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2568 ที่ผ่านมา โดยมีสาเหตุหลักมาจาก

- เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น: ลดลงจำนวน 6.01 ล้านบาท หรือคิดเป็นลดลง 35% เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักมาจาก การปรับลดปริมาณการสั่งซื้อสินค้าและวัตถุดิบให้สอดคล้องกับสถานะตลาดและยอดขายสินค้าเดิมที่ชะลอตัวลง เพื่อเป็นการบริหารจัดการระดับสินค้าคงคลัง
- หนี้สินตามสัญญาเช่า: ลดลงจำนวน 0.12 ล้านบาท หรือคิดเป็นลดลง 100% สอดคล้องกับการทยอยชำระค่าเช่าตามงวดสัญญาในระหว่างปี ซึ่งเป็นการลดลงของภาระผูกพันตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 16 (TFRS 16)
- ประมาณการหนี้สินสำหรับผลประโยชน์พนักงาน: เพิ่มขึ้น 0.35 ล้านบาท หรือคิดเป็นเพิ่มขึ้น 11% ซึ่งเป็นไปตามการขยายตัวของจำนวนบุคลากรและโครงสร้างองค์กร

ส่วนของผู้ถือหุ้น

บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้น ณ 30 มิถุนายน 2569 เท่ากับ 86.49 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วน 84% ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น ลดลง 13.10 ล้านบาท หรือคิดเป็นลดลง 13% เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2568 ที่ผ่านมา โดยมีสาเหตุหลักมาจากผลขาดทุนจากการดำเนินงานงวด 6 เดือนของปี 2569 ขณะที่ทุนจดทะเบียนและส่วนเกินมูลค่าหุ้นไม่มีการเปลี่ยนแปลงในระหว่างงวด

**5. การวิเคราะห์กระแสเงินสด**

| งบกระแสเงินสด (หน่วย : ล้านบาท)                             | 6M/2569        | 6M/2568<br>(ปรับปรุงใหม่)* |
|-------------------------------------------------------------|----------------|----------------------------|
| เงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมดำเนินงาน              | (16.41)        | 14.93                      |
| เงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมลงทุน                  | (0.05)         | (0.09)                     |
| เงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมจัดหาเงิน              | 0.95           | (8.61)                     |
| <b>เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ</b> | <b>(15.52)</b> | <b>6.23</b>                |
| เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ต้นงวด                       | 72.36          | 27.84                      |
| <b>เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ปลายงวด</b>               | <b>56.84</b>   | <b>34.07</b>               |

สำหรับงวด 6 เดือนของปี 2569 กระแสเงินสดของบริษัทฯ มีทิศทางลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยปัจจัยหลักมาจากกระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมดำเนินงานจำนวน 16.41 ล้านบาท ซึ่งเป็นผลจากการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางธุรกิจ (Strategic Transition) ที่ทำให้เกิดผลขาดทุนในช่วงเริ่มต้นของการผลักดันสินค้ากลุ่มนวัตกรรมใหม่และการรุกตลาด Social Commerce / E-Commerce ประกอบกับการเพิ่มขึ้นของสินค้าคงเหลือ เพื่อสำรองสินค้าสำหรับการเปิดตัวแบรนด์ Dermie และกลุ่ม Make Up Care

**6. อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ**

| อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ            | 30 มิถุนายน 2569 | 31 ธันวาคม 2568 |
|----------------------------------------|------------------|-----------------|
| อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)              | 7.68             | 6.06            |
| ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน)           | 38               | 45              |
| ระยะเวลาขายสินค้าสำเร็จรูปเฉลี่ย (วัน) | 178              | 132             |
| วงจรเงินสด (วัน)                       | 153              | 111             |
| อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (%)            | (31.59%)         | 5.43%           |
| อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (%)          | (26.17%)         | 4.23%           |
| อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (เท่า)          | 0.19             | 0.22            |

**7. ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ**

ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ของบริษัทฯ ร่วมพัฒนาและจัดจำหน่าย ยังคงเป็นกลุ่มที่มีการแข่งขันสูงจากทั้งคู่แข่งรายเดิมและรายใหม่ที่เข้าสู่ตลาดได้ง่าย รวมถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็วเข้าสู่ระบบดิจิทัลมากขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ อยู่ในช่วงการเปลี่ยนผ่านเชิงกลยุทธ์ (Strategic Transition) ลดปริมาณสินค้าเดิมในช่องทาง Modern Trade เพื่อเตรียมวางจำหน่ายสินค้านวัตกรรมใหม่ ส่งผลให้รายได้ชะลอตัว และจะส่งผลต่อการเติบโตของรายได้และการทำกำไรสุทธิในระยะยาว ในขณะที่ช่องทางออนไลน์และ Social Commerce และ E-Commerce เติบโตอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการลงทุนงบประมาณทางการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่สินค้าใหม่ที่ทยอยเปิดตัว ควบคู่กับการบริหารโครงสร้างองค์กรเพื่อรองรับแผนการเติบโตในระยะยาว ซึ่งสอดคล้องกับแผนเชิงกลยุทธ์ที่บริษัทฯ วางไว้

**8. พัฒนาการด้านความยั่งยืน**

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจด้วยความตระหนักและให้ความสำคัญกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน และคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (Environmental, Social and Governance: ESG) บริษัทฯ มีพัฒนาการด้านต่างๆ อาทิ

- ได้ทยอยยกเลิกการใช้พลาสติกห่อหุ้มภายนอกสินค้า และปรับเปลี่ยนมาเป็นกล่องกระดาษคุณภาพสูงที่มีความคงทนและสามารถรีไซเคิลได้
- ได้ยกเลิกการใช้สติ๊กเกอร์พลาสติกสำหรับปิดฉลากบนบรรจุภัณฑ์ โดยเปลี่ยนมาเป็นการสกรีนฉลากบนกล่องสินค้าแทนเพื่อเป็นการลดปริมาณขยะ
- นอกจากนี้บริษัทฯ ยังอยู่ในระหว่างการศึกษาการใช้บรรจุภัณฑ์ในรูปแบบ refillable เพื่อเป็นการลดการใช้พลาสติกซึ่งเป็นวัสดุที่ย่อยสลายได้ยากสำหรับสินค้าใหม่ๆ ที่เตรียมออกวางจำหน่ายในอนาคต