T.MAN

COLLABORATION

TOWARDS INNOVATION

AHEAD OF GLOBAL DEMAND



คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ

บริษัท ที.แมน ฟาร์มาซูติคอล จำกัด (มหาชน)

ไตรมาส 3 ปี 2569

ภาพรวมการดำเนินธุรกิจ

บริษัท ที.แมน ฟาร์มาซูติคอล จำกัด (มหาชน) ("บริษัทฯ") และบริษัทย่อย ได้แก่ บริษัท ที.แมน ฟาร์มา จำกัด บริษัท เฮเว่น เฮิร์บ จำกัด บริษัท โนว่า เฮลธ์ จำกัด บริษัท ทีเอ็มทีโปรสปอร์ต จำกัด และ บริษัท ละมุน ไลฟ์แคร์ 26 จำกัด (รวมเรียกว่า "กลุ่มบริษัทฯ") เป็นหนึ่งในผู้นำธุรกิจผลิต และ/หรือจัดจำหน่ายเวชภัณฑ์ยาและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพในประเทศไทยมากว่า 50 ปี โดยธุรกิจของกลุ่มบริษัทฯ ประกอบด้วย

(1) ผลิต และ/หรือ จัดจำหน่ายเวชภัณฑ์ยาและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพภายใต้แบรนด์ของกลุ่มบริษัทฯ ("Own Brand")
(2) รับจ้างผลิตเวชภัณฑ์ยาและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก ("OEM")
(3) จัดจำหน่ายเวชภัณฑ์ยาและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก ("DBU")

โดยกลุ่มบริษัทฯ มีเวชภัณฑ์ยาและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่

(1) ยาแผนปัจจุบัน
(2) ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
(3) ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องสำอาง
(4) ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอื่น ๆ

ปัจจุบัน กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของกลุ่มบริษัทฯ ประกอบด้วย

(1) กลุ่มลูกค้าองค์กรประเภท (ก) ร้านขายยา (ข) โรงพยาบาล (ค) ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่และร้านค้าปลีกเฉพาะอย่าง (Specialty store) (ง) คลินิก (จ) กลุ่มลูกค้าอื่น ๆ (เช่น หน่วยงานภาครัฐ นิติบุคคลทั่วไป เป็นต้น)
(2) กลุ่มลูกค้าบุคคลทั่วไปผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์

บทสรุปผู้บริหาร

สรุปผลการดำเนินงาน	Q3/68	Q2/69	Q3/69	เปลี่ยนแปลง +/-		9M/68	9M/69	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากการขายและการให้บริการ	656.1	590.8	714.4	8.9%	20.9%	1,780.0	1,935.0	8.7%
กำไรขั้นต้น	**283.7**	**273.3**	**342.3**	**20.6%**	**25.2%**	**849.7**	**910.9**	**7.2%**
EBITDA	168.5	158.8	194.2	15.3%	22.3%	514.9	535.2	4.0%
กำไรสุทธิ	**112.6**	**97.6**	**123.9**	**10.0%**	**26.9%**	**341.3**	**336.1**	**(1.5%)**
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	**42.9%**	**46.0%**	**47.6%**	**4.7%**	**1.6%**	**47.3%**	**46.8%**	**(0.5%)**
อัตรา EBITDA (%)	**25.5%**	**26.7%**	**27.0%**	**1.5%**	**0.3%**	**28.7%**	**27.5%**	**(1.2%)**
อัตรากำไรสุทธิ (%)	**17.0%**	**16.4%**	**17.2%**	**0.2%**	**0.8%**	**19.0%**	**17.3%**	**(1.7%)**

หมายเหตุ: อาจมีการคลาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปัดจุดทศนิยม

ภาพรวมการดำเนินงาน Q3/2569 และ 9M/2569

ในงวด 9 เดือนแรก ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายและการให้บริการรวม 1,935.0 ล้านบาท และสามารถรักษาอัตรากำไรขั้นต้นของธุรกิจหลัก (ไม่รวมส่วนงานจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอกรายใหญ่) อยู่ในระดับที่แข็งแกร่งที่ร้อยละ 50.8 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 49.9 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการดำเนินงานและการบริหารต้นทุนที่ดี ภายใต้กลยุทธ์การเติบโตที่แข็งแกร่ง ทั้งการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง การเพิ่มสินค้าสำหรับจำหน่ายในช่องทางธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่และร้านค้าปลีกเฉพาะอย่าง เพื่อเพิ่มการเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้าง การขยายธุรกิจในกลุ่มจัดจำหน่ายสินค้า (DBU) และธุรกิจในกลุ่มรับจ้างผลิต (OEM) รวมถึงการขยายไปยังช่องทางจัดจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ

ในไตรมาส 3 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายและการให้บริการรวม 714.4 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 8.9 และปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนร้อยละ 20.9 จาก 1) รายได้จากการจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งเพิ่มขึ้นจากการช่องทางโรงพยาบาล ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ คลินิก และแพลตฟอร์มออนไลน์ และ 2) รายได้จากการรับจ้างผลิต (OEM) ในสินค้ากลุ่มสุขภาพและความงาม

นอกจากนี้ ในไตรมาส 3 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ ได้เข้าซื้อแบรนด์ "ละมุน" ซึ่งเป็นแบรนด์ที่เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในตลาดแม่และเด็ก โดยการเข้าซื้อกิจการครั้งนี้ จะช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้แก่กลุ่มบริษัทฯ ด้วยการเพิ่มแบรนด์ที่มีฐานลูกค้าและได้รับการยอมรับในตลาด พร้อมเปิดโอกาสในการต่อยอดผลิตภัณฑ์ ขยายช่องทางการจัดจำหน่าย และใช้ประโยชน์จากความเชี่ยวชาญและทรัพยากรของกลุ่มบริษัทฯ เพื่อสนับสนุนการเติบโตในระยะยาว

โดยภาพรวม กลุ่มบริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการเติบโตของธุรกิจควบคู่กับการรักษาความสามารถในการทำกำไร โดยการเสริมความแข็งแกร่งของธุรกิจหลัก และขยายพอร์ตโฟลิโอไปยังกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจและสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืน

เหตุการณ์สำคัญ



TMAN ได้รับคัดเลือกเข้าสู่ ESG100 ประจำปี 2569 เป็นครั้งแรก ตอกย้ำความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

บริษัท ที.แมน ฟาร์มาซูติคอล จำกัด (มหาชน) หรือ TMAN ได้รับคัดเลือกเข้าสู่ทำเนียบหลักทรัพย์ ESG100 ประจำปี 2569 และ ESG Emerging List จากสถาบันไทยพัฒน์เป็นครั้งแรก สะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) ควบคู่กับการสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว พร้อมเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักลงทุนและผู้มีส่วนได้เสีย



TMan Pharma คว้ารางวัล FDA Quality Award 2026 ตอกย้ำมาตรฐานการผลิตยาคุณภาพระดับประเทศ

บริษัท ที.แมน ฟาร์มา จำกัด ในเครือ TMAN ได้รับรางวัล FDA Quality Award 2026 จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ในฐานะสถานประกอบการดีเด่นด้านการผลิตยา สะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการรักษามาตรฐานการผลิต คุณภาพ และความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ พร้อมตอกย้ำศักยภาพด้านการผลิตยาและเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคและพันธมิตรทางธุรกิจ



TMAN ร่วมงาน CPHI South East Asia 2026 เดินหน้าสร้างพันธมิตรและขยายโอกาสทางธุรกิจในระดับภูมิภาค

บริษัท ที.แมน ฟาร์มาซูติคอล จำกัด (มหาชน) หรือ TMAN เข้าร่วมงาน CPHI South East Asia 2026 เพื่อแสดงศักยภาพและความเชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรมยา ทั้งด้านการวิจัยและพัฒนา (R&D) และมาตรฐานการผลิตยาคุณภาพ พร้อมเปิดโอกาสในการสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจใหม่ ต่อยอดความร่วมมือ และสนับสนุนการขยายธุรกิจสู่ตลาดยาในระดับภูมิภาค



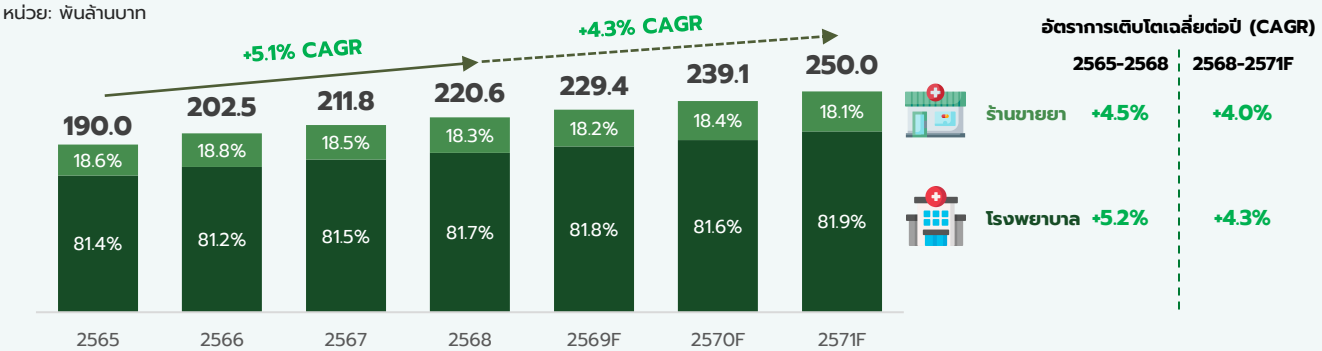
TMAN นำแบรนด์ Propoliz ร่วมงาน Vitafoods Asia 2026 ตอกย้ำศักยภาพนวัตกรรมสุขภาพและขยายโอกาสสู่ตลาดต่างประเทศ

บริษัท ที.แมน ฟาร์มาซูติคอล จำกัด (มหาชน) หรือ TMAN นำผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ Propoliz เข้าร่วมจัดแสดงในงาน Vitafoods Asia 2026 เพื่อแสดงศักยภาพผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพช่องปากและลำคอจากสารสกัดธรรมชาติ พร้อมนำเสนอความเชี่ยวชาญด้านนวัตกรรมสุขภาพ โดยการเข้าร่วมงานครั้งนี้ช่วยเสริมสร้างการรับรู้แบรนด์ Propoliz ขยายเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ และเพิ่มโอกาสการเติบโตทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ภาพรวมอุตสาหกรรม

การจำหน่ายยาในประเทศไทย

หน่วย: พันล้านบาท



มูลค่าตลาดยาในประเทศไทยมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง จาก 190.0 พันล้านบาทในปี 2565 เป็น 220.6 พันล้านบาทในปี 2568 คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR) ร้อยละ 5.1 ต่อปี และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 250.0 พันล้านบาทในปี 2571 ด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 4.3 ต่อปี โดยช่องทางโรงพยาบาลยังคงเป็นช่องทางจำหน่ายหลัก คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 81.9 ของมูลค่าตลาดรวม ขณะที่ร้านขายยามีสัดส่วนประมาณร้อยละ 18.1 ทั้งนี้ คาดว่าการจำหน่ายผ่านโรงพยาบาลและร้านขายยาจะเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 4.3 และ 4.0 ต่อปี ตามลำดับ ในช่วงปี 2568–2571 โดยมีปัจจัยในการเติบโตได้แก่ **1) การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ** ส่งผลให้ความต้องการใช้ยาและบริการรักษาพยาบาลเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง **2) การเพิ่มขึ้นของผู้ป่วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs)** เช่น โรคเบาหวาน ความดันโลหิตสูง และโรคหัวใจ สนับสนุนความต้องการใช้ยาในระยะยาว **3) การขยายสิทธิหลักประกันสุขภาพ**และการเข้าถึงบริการทางการแพทย์ ช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงยาและการรักษาของประชาชน และ **4) กระแสการดูแลสุขภาพเชิงป้องกันและความตระหนักด้านสุขภาพ** สนับสนุนความต้องการผลิตภัณฑ์ยาและสุขภาพผ่านช่องทางร้านขายยา

ที่มา: Krungsri Research

กลยุทธ์ของบริษัท ปี 2569-2571

S1. เสริมสร้างและยกระดับมูลค่าของธุรกิจเดิม

- ตลาดผลิตภัณฑ์ยา OTC และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ
- ธุรกิจรับจ้างผลิต (OEM)
- พัฒนา Propoliz สู่การเป็นแบรนด์ระดับภูมิภาค

S2. เร่งการเติบโตและขยายขนาดธุรกิจที่มีศักยภาพ

- กลุ่มธุรกิจโรงพยาบาล
- ช่องทางอีคอมเมิร์ซ (E-commerce)
- ธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก

S3. แสวงหาและพัฒนาธุรกิจ S-Curve ใหม่สำหรับธุรกิจในอนาคต

- Longevity
  - สุขภาพ
  - ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
  - เทคโนโลยีชีวภาพ
- การเติบโตผ่านการลงทุนหรือความร่วมมือภายนอก

S4. ยกระดับความเป็นเลิศในการดำเนินงาน

การพัฒนาองค์กรและบุคลากร | การปรับปรุงกระบวนการ | การพัฒนานโยบาย

การขับเคลื่อนด้วยความยั่งยืน

ด้านสิ่งแวดล้อม

กลุ่มบริษัทฯ มุ่งมั่นในการพัฒนาโรงงานผลิตที่ทันสมัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยออกแบบโรงงานทั้งสองแห่งเพื่อให้มีประสิทธิภาพในการผลิตและลดผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม

Green Industry กระทรวงอุตสาหกรรม

โรงงานทั้งสองแห่งได้รับการรับรองโครงการอุตสาหกรรมสีเขียวในระดับที่ 2



กลุ่มบริษัทฯ ได้ติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์บนหลังคา (Solar Rooftop) ซึ่งคาดว่าจะสามารถผลิตไฟฟ้าได้ประมาณ 1,300 กิโลวัตต์ เพื่อลดการใช้พลังงานไฟฟ้าและส่งเสริมความยั่งยืนในด้านพลังงาน

ด้านสังคม



ส่งเสริมการเข้าถึงบริการสุขภาพอย่างเท่าเทียม ผ่านการอบรมภาษามือทางการแพทย์



ส่งมอบความช่วยเหลือแก่ผู้ประสบอุทกภัย

ด้านธรรมาภิบาล

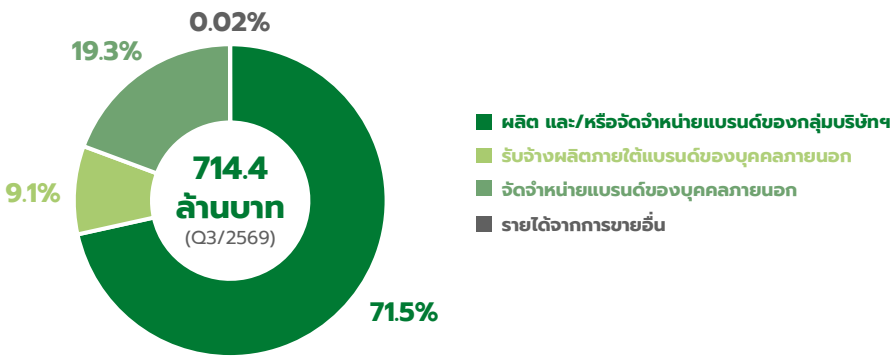
- **การดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม:** ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับของอุตสาหกรรม รวมถึงใช้วัตถุดิบที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน
- **การวิจัยและพัฒนาตามหลักจริยธรรม:** ให้ความสำคัญกับมาตรฐานทางวิทยาศาสตร์และจริยธรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- **การตรวจสอบและติดตามผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อม:** จัดให้มีระบบติดตามและรายงานผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ รวมถึงพัฒนาแนวทางการดำเนินงานให้สอดคล้องกับมาตรฐานด้าน ESG
- **นโยบาย Whistle Blowing:** บริษัทสนับสนุนให้พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียสามารถแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการกระทำที่ไม่โปร่งใส

ผลประกอบการบริษัท

ภาพรวมผลประกอบการ	Q3/68	Q2/69	Q3/69	เปลี่ยนแปลง +/-		9M/68	9M/69	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากการขายและการให้บริการ								
➢ ผลิต และ/หรือจัดจำหน่ายเวชภัณฑ์ยาและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพภายใต้แบรนด์ของกลุ่มบริษัทฯ	451.9	425.2	511.1	13.1%	20.2%	1,533.6	1,437.3	(6.3%)
➢ รับจ้างผลิตเวชภัณฑ์ยาและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก	21.1	54.4	65.2	209.3%	20.0%	31.5	161.5	412.4%
➢ จัดจำหน่ายเวชภัณฑ์ยาและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก	183.0	111.2	138.0	(24.6%)	24.1%	214.8	335.7	56.3%
➢ รายได้จากการขายและการให้บริการอื่น[1]	0.1	0.04	0.2	50.3%	278.2%	0.1	0.4	246.9%
รวมรายได้จากการขายและการให้บริการ	**656.1**	**590.8**	**714.4**	**8.9%**	**20.9%**	**1,780.0**	**1,935.0**	**8.7%**
รายได้อื่น[2]	5.3	3.6	4.5	(15.8%)	25.4%	15.9	12.0	(24.7%)
รวมรายได้	**661.4**	**594.4**	**718.9**	**8.7%**	**21.0%**	**1,795.9**	**1,947.0**	**8.4%**
ต้นทุนขายและการให้บริการ	377.7	321.0	376.7	(0.3%)	17.3%	946.2	1,036.1	9.5%
กำไรขั้นต้น	**283.7**	**273.3**	**342.3**	**20.6%**	**25.2%**	**849.7**	**910.9**	**7.2%**
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	96.7	102.4	122.1	26.3%	19.2%	275.8	321.2	16.5%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	46.7	52.6	62.6	34.0%	19.0%	145.7	169.9	16.6%
ต้นทุนทางการเงิน	6.8	3.6	3.6	(46.9%)	(1.3%)	22.6	11.9	(47.5%)
(กลับรายการ) ขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	1.9	(3.4)	2.3	19.4%	167.4%	4.2	(1.6)	(138.3%)
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	**131.6**	**118.0**	**151.7**	**15.2%**	**28.5%**	**401.4**	**409.5**	**2.0%**
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	19.0	20.4	27.8	46.1%	36.1%	60.1	73.5	22.3%
กำไรสุทธิ	**112.6**	**97.6**	**123.9**	**10.0%**	**26.9%**	**341.3**	**336.1**	**(1.5%)**

หมายเหตุ: อาจมีการคลาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปัดจุดทศนิยม
(1) รายได้จากการขายอื่น โดยหลักประกอบด้วย รายได้จากการขายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์เหลือใช้
(2) รายได้อื่น โดยหลักประกอบด้วย รายได้ค่าสนับสนุนจากภาครัฐในโครงการต่าง ๆ ที่กลุ่มบริษัทเข้าร่วม ผลกำไร(ขาดทุน)จากอัตราแลกเปลี่ยน ผลกำไร(ขาดทุน)จากการจำหน่ายสินทรัพย์ถาวร รายได้จากการขายเศษวัสดุเหลือใช้ รายได้ค่าวิจัยและตรวจสอบคุณภาพ รายได้ดอกเบี้ยรับ และอื่น ๆ เป็นต้น

รายได้จากการขายและการให้บริการตามกลุ่มธุรกิจ



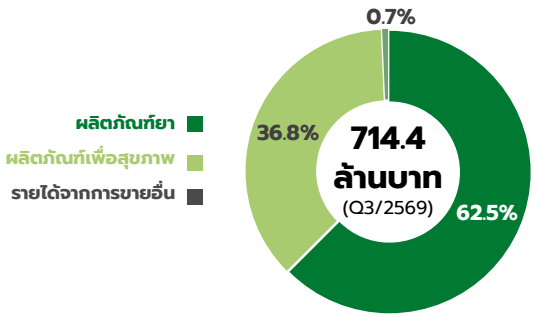
วิเคราะห์ผลการดำเนินงาน

รายได้จากการขายและการให้บริการจำแนกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์

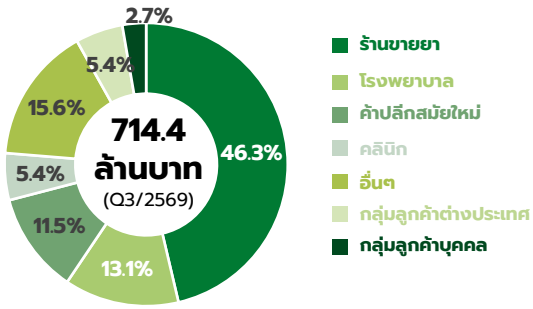
รายได้จากการขายและการให้บริการตามกลุ่มผลิตภัณฑ์[1]	Q3/68	Q2/69	Q3/69	เปลี่ยนแปลง +/-		9M/68	9M/69	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ			%YoY
ผลิตภัณฑ์ยา	**448.0**	**387.0**	**446.6**	**(0.3%)**	**15.4%**	**1,123.7**	**1,232.7**	**9.7%**
ยาแผนปัจจุบัน	263.8	282.3	304.1	15.3%	7.8%	859.1	890.5	3.6%
ผลิตภัณฑ์สมุนไพร	184.1	104.7	142.4	(22.7%)	36.0%	264.6	342.2	29.3%
ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ	**200.2**	**198.7**	**263.0**	**31.4%**	**32.4%**	**648.5**	**686.6**	**5.9%**
ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องสำอาง	182.8	185.8	238.4	30.4%	28.3%	590.9	636.7	7.8%
ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอื่น ๆ[2]	17.4	12.9	24.6	41.4%	90.5%	57.6	50.0	(13.3%)
รายได้จากการขายและการให้บริการอื่น[3]	**7.8**	**5.1**	**4.8**	**(38.9%)**	**(6.3%)**	**7.9**	**15.7**	**99.6%**
รวมรายได้จากการขายและการให้บริการ	**656.1**	**590.8**	**714.4**	**8.9%**	**20.9%**	**1,780.0**	**1,935.0**	**8.7%**

หมายเหตุ: อาจมีการคลาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปัดจุดทศนิยม
(1) การจัดประเภทของกลุ่มผลิตภัณฑ์เป็นไปตามตำรับยาและ/หรือทะเบียนอาหารที่ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)
(2) ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอื่น ๆ ประกอบด้วยอุปกรณ์และวัสดุทางการแพทย์และสินค้าอุปโภคบริโภค
(3) รายได้จากการขายอื่นโดยหลักประกอบด้วย รายได้จากการขายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์เหลือใช้ และรายได้จากการให้บริการจัดจำหน่าย

รายได้จากการขายและการให้บริการตามกลุ่มผลิตภัณฑ์



รายได้จากการขายและการให้บริการตามกลุ่มลูกค้า



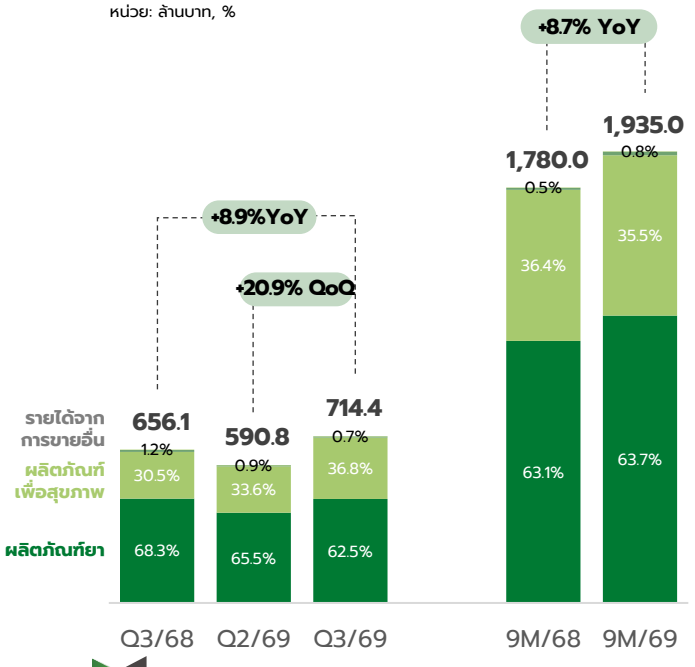
รายได้จากการขายและการให้บริการจำแนกตามกลุ่มลูกค้า

รายได้จากการขายและการให้บริการจำแนกตามกลุ่มลูกค้า	Q3/68	Q2/69	Q3/69	เปลี่ยนแปลง +/-		9M/68	9M/69	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ			%YoY
กลุ่มลูกค้าองค์กร	**652.8**	**580.2**	**695.1**	**6.5%**	**19.8%**	**1,771.3**	**1,898.3**	**7.2%**
กลุ่มลูกค้าในประเทศ	**615.0**	**553.1**	**656.4**	**6.7%**	**18.7%**	**1,657.2**	**1,805.8**	**9.0%**
ร้านขายยา	367.1	280.9	331.0	(9.8%)	17.8%	931.2	930.5	(0.1%)
โรงพยาบาล	82.4	86.9	93.6	13.5%	7.7%	273.8	278.1	1.6%
ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่และร้านค้าปลีกเฉพาะอย่าง	57.5	59.1	82.3	43.2%	39.3%	216.9	211.3	(2.6%)
คลินิก	30.0	32.9	38.3	27.7%	16.3%	105.9	105.0	(0.8%)
อื่น ๆ[1]	78.0	93.3	111.3	42.6%	19.3%	129.4	280.8	117.0%
กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ	**37.8**	**27.1**	**38.8**	**2.5%**	**43.0%**	**114.1**	**92.5**	**(18.9%)**
กลุ่มลูกค้าบุคคล	**3.3**	**10.6**	**19.3**	**487.8%**	**82.2%**	**8.7**	**36.7**	**323.3%**
รวมรายได้จากการขายและการให้บริการ	**656.1**	**590.8**	**714.4**	**8.9%**	**20.9%**	**1,780.0**	**1,935.0**	**8.7%**

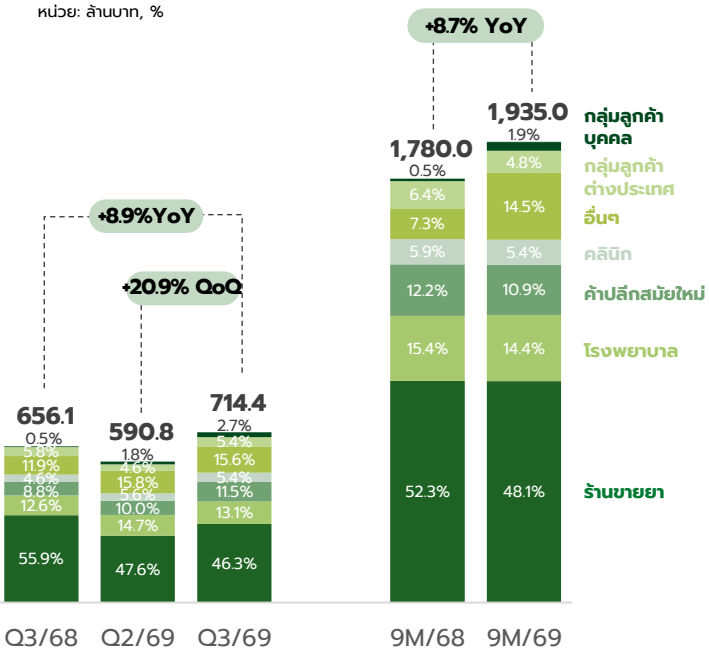
หมายเหตุ: อาจมีการคลาดเคลื่อนของตัวเลขเนื่องจากการปัดจุดทศนิยม
(1) อื่น ๆ โดยหลักประกอบด้วย หน่วยงานรัฐ นิติบุคคลทั่วไป เป็นต้น

รายได้จากการขายและการให้บริการ

รายได้จากการขายและการให้บริการตามกลุ่มผลิตภัณฑ์



รายได้จากการขายและการให้บริการตามกลุ่มลูกค้า



YoY: Q3/2569 vs Q3/2568

ในไตรมาส 3 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายและการให้บริการจำนวน 714.4 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 3 ปี 2568 จำนวน 58.3 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.9 โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการเติบโตของรายได้ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ยาแผนปัจจุบันและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ รวมถึงการขยายรายได้ผ่านช่องทางจำหน่ายที่หลากหลายมากขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

รายได้จากการขายและการให้บริการตามกลุ่มผลิตภัณฑ์: รายได้จากผลิตภัณฑ์ยาอยู่ในระดับใกล้เคียงกันกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อนจากความต้องการใช้ที่เพิ่มขึ้นและการขยายการเข้าถึงกลุ่มโรงพยาบาล ขณะที่รายได้จากผลิตภัณฑ์สมุนไพรลดลงจากการจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอกรายใหญ่ ซึ่งได้รับผลกระทบจากภาวะตลาดและเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงและผู้บริโภคระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้น ในส่วนของผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพมีรายได้เติบโตโดยมีแรงสนับสนุนสำคัญจากผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องสำอาง ซึ่งมีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่หลากหลายรายการให้ครอบคลุมต่อความต้องการของผู้บริโภค

รายได้จากการขายและการให้บริการตามกลุ่มลูกค้า: พบว่ามีการเติบโตจากช่องทางดังนี้ 1) ช่องทางธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่และร้านค้าปลีกเฉพาะอย่าง จากการเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้ครอบคลุมต่อความต้องการของผู้บริโภค 2) ช่องทางอื่นๆ ซึ่งการเติบโตโดยหลักมาจากรายได้จากส่วนงานรับจ้างผลิต (OEM) และ 3) ช่องทางกลุ่มลูกค้าบุคคล จากการมุ่งเน้นการขยายช่องทาง E-commerce มากขึ้นในปี 2569 ทั้งนี้ รายได้จากช่องทางร้านขายยาได้ปรับตัวลดลงตามภาวะตลาดและเศรษฐกิจที่ชะลอตัว

QoQ: Q3/2569 vs Q2/2569

ในไตรมาส 3 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายและการให้บริการจำนวน 714.4 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 2 ปี 2569 จำนวน 123.6 ล้านบาท หรือร้อยละ 20.9โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการฟื้นตัวของรายได้ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ยาแผนปัจจุบันและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ รวมถึงการเติบโตของรายได้ผ่านช่องทางจำหน่ายต่าง ๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้:

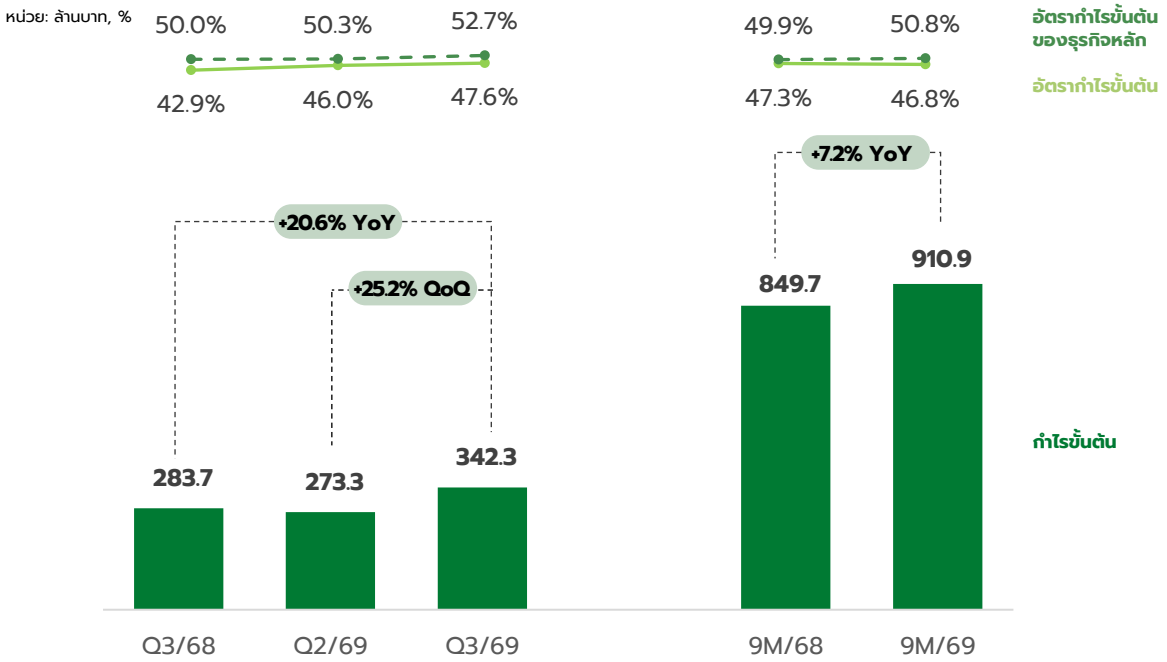
รายได้จากการขายและการให้บริการตามกลุ่มผลิตภัณฑ์: การเติบโตของรายได้ได้รับแรงสนับสนุนจากผลิตภัณฑ์ยาแผนปัจจุบันซึ่งมีความต้องการใช้เพิ่มขึ้นและมีการขยายการเข้าถึงกลุ่มโรงพยาบาล รวมถึงผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องสำอางที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลายมากขึ้น ขณะที่ผลิตภัณฑ์สมุนไพรยังได้รับแรงกดดันจากภาวะตลาดและเศรษฐกิจที่ชะลอตัว โดยเฉพาะสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอกรายใหญ่

รายได้จากการขายและการให้บริการตามกลุ่มลูกค้า: รายได้จากการขายและการให้บริการจำแนกตามกลุ่มลูกค้ามีการเติบโตเพิ่มขึ้นในทุกกลุ่ม สอดคล้องกับกลยุทธ์การขยายตลาดของบริษัทโดยมุ่งเน้นการเพิ่มศักยภาพการกระจายสินค้าในแต่ละช่องทางหลัก ดังนี้ 1) ช่องทางร้านขายยา ที่กลับมาสร้างการเติบโตภายหลังสภาวะเศรษฐกิจหดตัวในช่วงไตรมาสที่ผ่านมา โดยอาศัยความแข็งแกร่งของเครือข่ายร้านขายยาทั่วประเทศ 2) ช่องทางร้านค้าปลีกสมัยใหม่ โดยขยายฐานผู้บริโภคผ่านการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ภายใต้แบรนด์หลักของบริษัท 3) ช่องทางโรงพยาบาล มุ่งสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ยาแผนปัจจุบันสำหรับโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs) และผลักดันผลิตภัณฑ์ยาแผนปัจจุบันอื่นๆ เข้าสู่โรงเรียนแพทย์ โรงพยาบาลรัฐและเอกชนเพิ่มเติม 4) กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ ทั้งรายเดิมและรายใหม่เริ่มทยอยเปิดคำสั่งซื้อเข้ามาในช่วงไตรมาส 3

YoY: 9M/2569 vs 9M/2568

ในงวด 9 เดือนปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากการขายและการให้บริการจำนวน 1,935.0 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากงวด 9 เดือนปี 2568 จำนวน 155.0 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.7 โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักจากการเติบโตของรายได้จากผลิตภัณฑ์ยาแผนปัจจุบันสำหรับโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs) และผลิตภัณฑ์สมุนไพรจากการจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอกรายใหญ่รายใหม่ผ่านช่องทางร้านขายยา นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทฯ ยังมีรายได้เพิ่มขึ้นจากกลุ่มลูกค้าบริษัทในส่วนงานรับจ้างผลิต (OEM) รายได้ค่าบริการจัดจำหน่าย (DBU) และช่องทาง E-commerce ซึ่งเป็นช่องทางที่กลุ่มบริษัทฯ มุ่งเน้นขยายมากขึ้นในปี 2569 อย่างไรก็ตาม รายได้จากช่องทางหลักอื่น ๆ ยังคงได้รับแรงกดดันจากภาวะตลาดและเศรษฐกิจที่ชะลอตัว

กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น



YoY: Q3/2569 vs Q3/2568

กำไรขั้นต้น: ในไตรมาส 3 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 342.3 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 3 ปี 2568 จำนวน 58.5 ล้านบาท หรือร้อยละ 20.6 โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักจากการเพิ่มขึ้นของกำไรขั้นต้นในกลุ่มสินค้าภายใต้แบรนด์ของกลุ่มบริษัทฯ จากการบริหารต้นทุนและการเจรจาต่อรองราคาวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น จากประโยชน์ของการประหยัดต่อขนาด โดยเฉพาะในกลุ่มยาแผนปัจจุบัน ซึ่งมีการเติบโตทั้งด้านรายได้และกำไรขั้นต้น

ส่งผลให้ **อัตรากำไรขั้นต้น:** ในไตรมาส 3 ปี 2569 อยู่ที่ร้อยละ 47.6 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 42.9 ในไตรมาส 3 ปี 2568 และอัตรากำไรขั้นต้นของธุรกิจหลัก (ไม่รวมส่วนงานจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอกรายใหม่) อยู่ที่ร้อยละ 52.7 ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 50.0 สำหรับไตรมาส 3 ปี 2568 ตามที่ได้อธิบายข้างต้น

QoQ: Q3/2569 vs Q2/2569

กำไรขั้นต้น: ในไตรมาส 3 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 342.3 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 2 ปี 2569 จำนวน 68.9 ล้านบาท หรือร้อยละ 25.2 สอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายและการให้บริการในทุกส่วนงาน ประกอบกับการปรับตัวดีขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้นในกลุ่มสินค้า ภายใต้แบรนด์ของกลุ่มบริษัทฯ จากการบริหารต้นทุนวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นตามที่กล่าวข้างต้น

ส่งผลให้ **อัตรากำไรขั้นต้น** ในไตรมาส 3 ปี 2569 อยู่ที่ร้อยละ 47.6 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 46.0 ในไตรมาส 2 ปี 2569 ตามที่ได้อธิบายข้างต้น

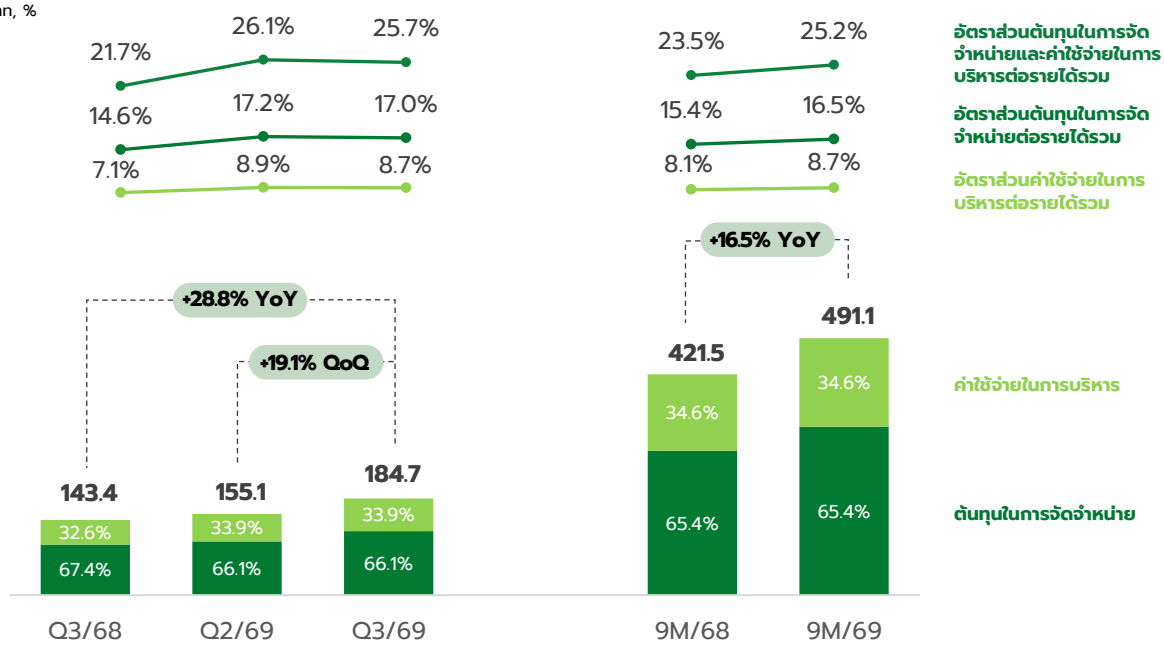
YoY: 9M/2569 vs 9M/2568

กำไรขั้นต้น: ในงวด 9 เดือนปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นจำนวน 910.9 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากงวด 9 เดือนปี 2568 จำนวน 61.2 ล้านบาท หรือร้อยละ 7.2 สอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายและการให้บริการในทุกส่วนงาน และรายได้จากส่วนงานจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอกที่เข้ามาเต็มปีในปี 2569 ประกอบกับการปรับตัวดีขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้นในกลุ่มสินค้าภายใต้แบรนด์ของกลุ่มบริษัทฯ จากการบริหารต้นทุนวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

อัตรากำไรขั้นต้น ในงวด 9 เดือนปี 2569 อยู่ที่ร้อยละ 46.8 ปรับตัวลดลงจากร้อยละ 47.3 ในงวด 9 เดือนปี 2568 เนื่องจากสัดส่วนของรายได้จากส่วนงานจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอกเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งรายได้จากส่วนงานดังกล่าวมีอัตรากำไรขั้นต้นเฉลี่ยต่ำกว่าธุรกิจหลักของกลุ่มบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม การบริหารสัดส่วนการขายตามกลุ่มผลิตภัณฑ์และการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตของบริษัทอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นของธุรกิจหลัก (ไม่รวมส่วนงานจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอกรายใหม่) อยู่ที่ร้อยละ 50.8 ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 49.9 สำหรับงวด 9 เดือนปี 2568 ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นเฉลี่ยของกลุ่มบริษัทฯ ปรับตัวลดลงเพียงเล็กน้อย

ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY: Q3/2569 vs Q3/2568

ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร: ในไตรมาส 3 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 184.7 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 3 ปี 2568 จำนวน 41.3 ล้านบาท หรือร้อยละ 28.8 โดยมีสาเหตุหลักจาก 1) การเพิ่มขึ้นของต้นทุนในการจัดจำหน่ายที่เกี่ยวข้องกับส่วนงานจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอกรายใหญ่รายใหม่ที่เริ่มมีรายได้ตั้งแต่ไตรมาส 3 ปี 2568 เช่น ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับพนักงานขายและค่าขนส่ง เป็นต้น 2) การเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมด้านการขายและการตลาดอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอมากขึ้นในปี 2569 เพื่อสนับสนุนการเติบโตของยอดขาย 3) ค่าใช้จ่ายจากการเข้าซื้อธุรกิจใหม่ แบรนด์ “ละมุน” ภายใต้บริษัท ละมุน ไลฟ์แคร์ 26 จำกัด ในไตรมาส 3 ปี 2569 และ 4) ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของ บริษัท ละมุน ไลฟ์แคร์ 26 จำกัด

ส่งผลให้ **อัตราส่วนต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้** ในไตรมาส 3 ปี 2569 อยู่ที่ร้อยละ 25.7 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 21.7 ในไตรมาส 3 ปี 2568 ตามที่อธิบายข้างต้น ซึ่งเป็นไปตามงบประมาณประจำปี 2569 ที่วางแผนไว้

QoQ: Q3/2569 vs Q2/2569

ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร: ในไตรมาส 3 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 184.7 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 2 ปี 2569 จำนวน 29.6 ล้านบาท หรือร้อยละ 19.1 โดยมีสาเหตุหลักจาก 1) ค่านายหน้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมด้านการขายและการตลาดอย่างต่อเนื่องในไตรมาส 3 ปี 2569 เพื่อสนับสนุนการเติบโตของยอดขาย และ 2) ค่าใช้จ่ายจากการเข้าซื้อแบรนด์ "ละมุน" และต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของธุรกิจใหม่ภายใต้แบรนด์ "ละมุน"

อัตราส่วนต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้ ในไตรมาส 3 ปี 2569 อยู่ที่ร้อยละ 25.7 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 26.1 ในไตรมาส 2 ปี 2569 เนื่องจากรายได้จากการขายและการให้บริการเติบโตในอัตราที่สูงกว่าการเพิ่มขึ้นของต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่ดีขึ้น

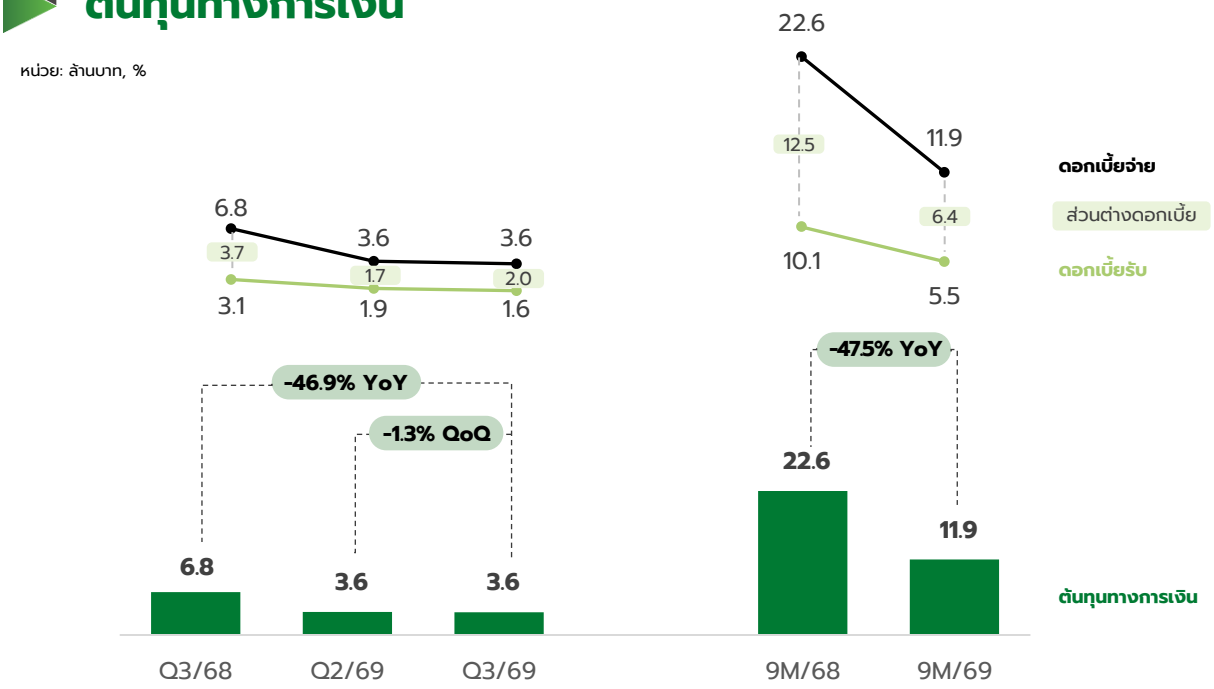
YoY: 9M/2569 vs 9M/2568

ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร: ในงวด 9 เดือนปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 491.1 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากงวด 9 เดือนปี 2568 จำนวน 69.6 ล้านบาท หรือร้อยละ 16.5 โดยมีสาเหตุหลักจาก 1) การเพิ่มขึ้นของต้นทุนในการจัดจำหน่ายที่เกี่ยวข้องกับส่วนงานจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอกรายใหญ่รายใหม่ที่เริ่มมีรายได้ตั้งแต่ไตรมาส 3 ปี 2568 เช่น ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับพนักงานขายและค่าขนส่ง เป็นต้น 2) การเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมด้านการขายและการตลาดอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอมากขึ้นในปี 2569 เพื่อสนับสนุนการเติบโตของยอดขาย 3) ค่าใช้จ่ายจากการเข้าซื้อธุรกิจใหม่ แบรนด์ "ละมุน" ภายใต้บริษัท ละมุน ไลฟ์แคร์ 26 จำกัด ในไตรมาส 3 ปี 2569 และ 4) ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของ บริษัท ละมุน ไลฟ์แคร์ 26 จำกัด

ส่งผลให้ **อัตราส่วนต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้** ในงวด 9 เดือนแรกของปี 2569 อยู่ที่ร้อยละ 25.2 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 23.5 ในงวด 9 เดือนแรกของปี 2568 ซึ่งเป็นไปตามงบประมาณประจำปี 2569 ที่วางแผนไว้

ต้นทุนทางการเงิน

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY: Q3/2569 vs Q3/2568 และ QoQ: Q3/2569 vs Q2/2569

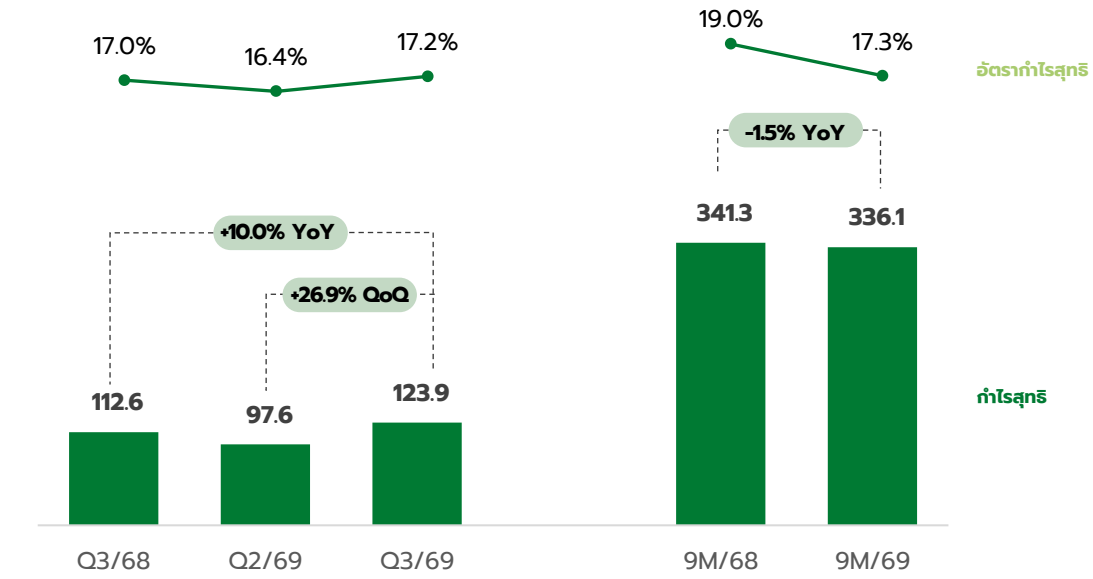
ต้นทุนทางการเงิน: ในไตรมาส 3 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินจำนวน 3.6 ล้านบาท ปรับตัวลดลงจากไตรมาส 3 ปี 2568 จำนวน 3.2 ล้านบาท หรือร้อยละ 46.9 และปรับตัวลดลงจากไตรมาส 2 ปี 2569 จำนวน 0.05 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.3 จากการลดลงของเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินจากการชำระคืน และการลดลงของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้

YoY: 9M/2569 vs 9M/2568

ต้นทุนทางการเงิน: ในงวด 9 เดือนแรกของปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินจำนวน 11.9 ล้านบาท ปรับตัวลดลงจากงวด 9 เดือนแรกของปี 2568 จำนวน 10.8 ล้านบาท หรือร้อยละ 47.5 จากการลดลงของเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินจากการชำระคืน และการลดลงของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้

กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

หน่วย: ล้านบาท, %



YoY: Q3/2569 vs Q3/2568

กำไรสุทธิ: ในไตรมาส 3 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิจำนวน 123.9 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 3 ปี 2568 จำนวน 11.3 ล้านบาท หรือร้อยละ 10.0 โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของกำไรขั้นต้น จากการเติบโตของรายได้จากการขายและการให้บริการและการปรับตัวเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้น ซึ่งนับเป็นปัจจัยบวกของผลการดำเนินงานไตรมาสนี้ อย่างไรก็ตาม ต้นทุนในการจัดจำหน่าย ค่าใช้จ่ายในการบริหาร และค่าใช้จ่ายภาษีได้ ก็ปรับตัวเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ที่อัตราภาษีเงินได้ที่แท้จริงปรับตัวเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 18.3 ในไตรมาส 3 ปี 2569 จากการสิ้นสุดระยะเวลาการได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีภายใต้บัตรส่งเสริมการลงทุนจำนวน 1 บัตร แต่อย่างไรก็ตาม การเพิ่มขึ้นของกำไรขั้นต้นคิดเป็นจำนวนที่สูงกว่าการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายดังกล่าวที่กล่าวมา ส่งผลให้กำไรสุทธิเพิ่มสูงขึ้น

อัตรากำไรสุทธิ: ในไตรมาส 3 ปี 2569 อยู่ที่ร้อยละ 17.2 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 17.0 ในไตรมาส 3 ปี 2568 และอยู่ในระดับสูงกว่าประมาณการเล็กน้อย สะท้อนถึงความสามารถในการรักษาระดับความสามารถในการทำกำไรและการบริหารจัดการของกลุ่มบริษัทฯ

QoQ: Q3/2569 vs Q2/2569

กำไรสุทธิ: ในไตรมาส 3 ปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิจำนวน 123.9 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 2 ปี 2569 จำนวน 26.3 ล้านบาท หรือร้อยละ 26.9 โดยมีสาเหตุหลักจากการเติบโตอย่างมีนัยสำคัญของรายได้รวมและกำไรขั้นต้น ซึ่งสามารถชดเชยผลกระทบจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร รวมถึงค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ ส่งผลให้กำไรสุทธิปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อน

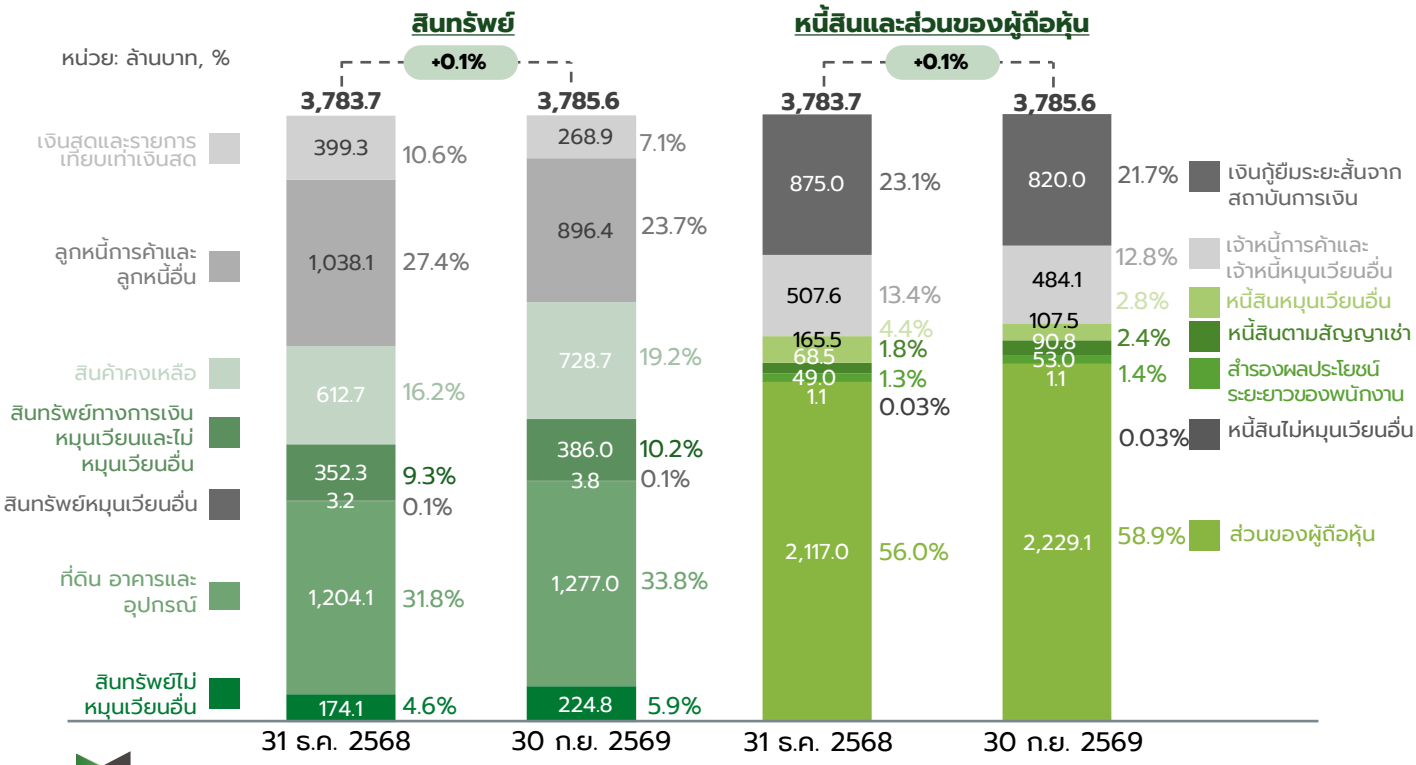
อัตรากำไรสุทธิ: ในไตรมาส 3 ปี 2569 อยู่ที่ร้อยละ 17.2 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 16.4 ในไตรมาส 2 ปี 2569 จากการเติบโตอย่างมีนัยสำคัญของรายได้รวมและกำไรขั้นต้น ซึ่งช่วยเสริมความสามารถในการทำกำไรของกลุ่มบริษัทฯ

YoY: 9M/2569 vs 9M/2568

กำไรสุทธิ: ในงวด 9 เดือนปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีกำไรสุทธิจำนวน 336.1 ล้านบาท ปรับตัวลดลงจากงวด 9 เดือนปี 2568 จำนวน 5.2 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.5 โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร ซึ่งเป็นผลจาก 1) ต้นทุนในการจัดจำหน่ายที่เกี่ยวข้องกับส่วนงานจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอกรายใหญ่รายใหม่ที่เริ่มมีรายได้ตั้งแต่ไตรมาส 3 ปี 2568 2) ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมด้านการขายและการตลาดอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอมากขึ้นในปี 2569 3) ค่าใช้จ่ายจากการเข้าซื้อธุรกิจใหม่ และ 4) ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ที่เพิ่มขึ้นจากการสิ้นสุดระยะเวลาการได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีภายใต้บัตรส่งเสริมการลงทุนจำนวน 1 บัตร

อัตรากำไรสุทธิ: ในงวด 9 เดือนปี 2569 อยู่ที่ร้อยละ 17.3 ปรับตัวลดลงจากร้อยละ 19.0 ในงวด 9 เดือนปี 2568 ซึ่งได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างรายได้ของกลุ่มบริษัทฯ ซึ่งมีสัดส่วนรายได้จากธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอกรายใหญ่เพิ่มขึ้น โดยอัตรากำไรสุทธิของธุรกิจดังกล่าวค่อนข้างต่ำกว่าอัตรากำไรสุทธิของธุรกิจหลักของกลุ่มบริษัทฯ โดยในปี 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีรายได้จากธุรกิจดังกล่าวตลอดทั้ง 9 เดือนของปี ในขณะที่ปี 2568 รายได้จากธุรกิจดังกล่าวเข้ามาเพียง 3 เดือนเท่านั้น ส่งผลให้อัตรากำไรสุทธิโดยรวมปรับตัวลดลง อย่างไรก็ตาม อัตรากำไรสุทธิดังกล่าวยังคงอยู่ในระดับที่สอดคล้องกับเป้าหมายที่บริษัทฯ วางไว้

การวิเคราะห์ฐานะการเงินของบริษัท



สินทรัพย์

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมจำนวน 3,785.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1.9 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.1 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยมีรายละเอียดดังนี้

- **เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด**: 268.9 ล้านบาท ลดลง 130.4 ล้านบาท สอดคล้องกับการใช้ไปในกระแสเงินสดจ่ายจากกิจกรรมลงทุนและจัดหาเงิน เช่น การจ่ายเงินปันผล การจ่ายคืนเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน การจ่ายซื้อสินทรัพย์ถาวร และการจ่ายซื้อเงินลงทุนในธุรกิจใหม่ เป็นต้น
- **ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น**: 896.4 ล้านบาท ลดลง 141.6 ล้านบาท จากการลดลงของลูกหนี้ในส่วนงานจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก เนื่องจากมีความต้องการเงินทุนหมุนเวียนสุทธิลดลง จากการเริ่มสร้างกระแสเงินสดรับจากการดำเนินงานได้ด้วยตนเองในปีนี้ และการได้รับชำระค่าสินไหมทดแทนจากบริษัทประกันภัยเมื่อต้นปี 2569
- **สินค้าคงเหลือ**: 728.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 116.0 ล้านบาท จากบรรจุภัณฑ์เพื่อรองรับการผลิตตามแผนการผลิต และจากงานระหว่างทำและสินค้าสำเร็จรูปคงเหลือ ซึ่งยังอยู่ในระดับปกติในการจัดเตรียมสินค้าให้เพียงพอต่อการขายในไตรมาสถัดไป อย่างไรก็ตาม สินค้าสำเร็จรูปของส่วนงานจัดจำหน่ายภายใต้แบรนด์บุคคลภายนอกมีระดับลดลง เนื่องจากบริษัทได้กำหนดระดับสินค้าคงเหลือสำหรับส่วนงานดังกล่าวให้มีความเหมาะสมมากขึ้น
- **สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนและไม่หมุนเวียนอื่น**: 386.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 33.7 ล้านบาท จากเงินลงทุนในบริษัทอื่นที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนา
- **สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น**: 224.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 50.7 ล้านบาท จากการรับรู้มูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์สุทธิที่ได้มาจากการเข้าทำสัญญาซื้อธุรกิจจากบริษัทแห่งหนึ่งโดยบริษัทย่อยใหม่ของกลุ่มบริษัทฯ

หนี้สิน

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีหนี้สินรวมจำนวน 1,556.5 ล้านบาท ลดลง 110.2 ล้านบาท หรือร้อยละ 6.6 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยมีรายละเอียดดังนี้

- **เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน**: 820.0 ล้านบาท ลดลง 55.0 ล้านบาท จากการชำระคืนในระหว่างงวด
- **เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น**: 484.1 ล้านบาท ลดลง 23.5 ล้านบาท จากเจ้าหนี้ค่าซื้อทรัพย์สินทดแทนจากเหตุการณ์ไฟไหม้ในปี 2568
- **หนี้สินหมุนเวียนอื่น**: 107.5 ล้านบาท ลดลง 58.0 ล้านบาท จากการลดลงของภาษีเงินได้นิติบุคคลค้างจ่าย ซึ่งกลุ่มบริษัทฯ ได้ชำระภาษีเงินได้นิติบุคคลค้างจ่ายปี 2568 ตามกำหนดเมื่อเดือนมิถุนายนที่ผ่านมา และการลดลงของภาระผูกพันจากหนี้สินที่เกิดจากสัญญาตามปกติ

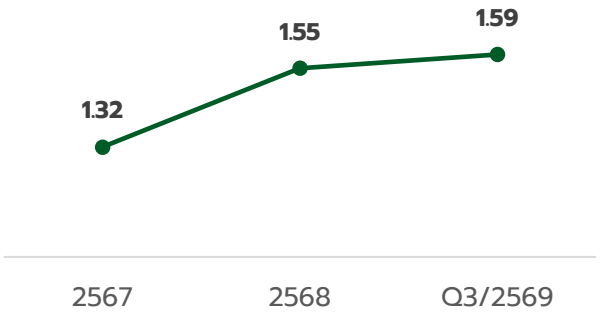
ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 กลุ่มบริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวมจำนวน 2,229.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 112.1 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.3 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากกำไรสุทธิสำหรับงวด 9 เดือนปี 2569 จำนวน 336.1 ล้านบาท สุทธิกับการจ่ายเงินปันผลประจำปี 2568 และการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลสำหรับปี 2569

อัตราส่วนทางการเงิน

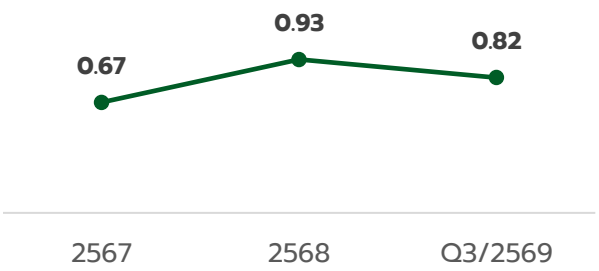
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current Ratio)

หน่วย: เท่า



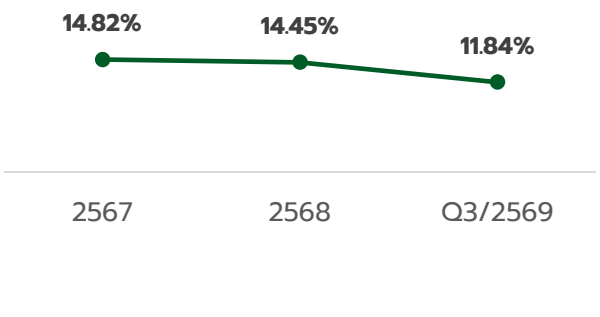
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว (Quick Ratio)

หน่วย: เท่า



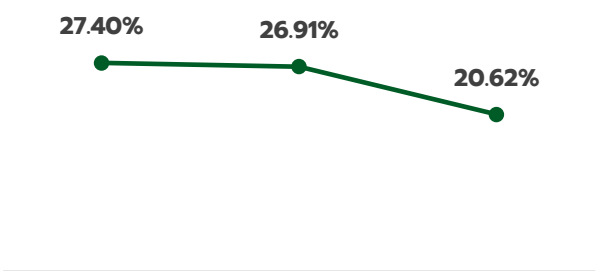
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)

หน่วย: %



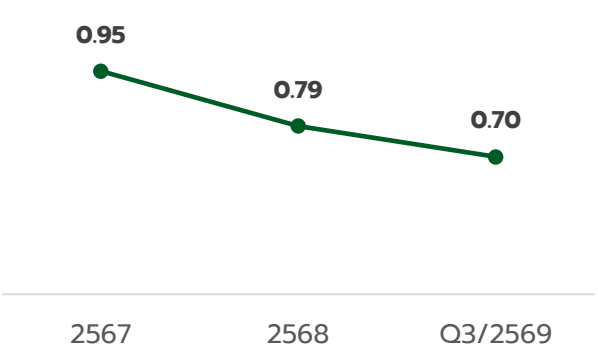
อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)

หน่วย: %



อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E Ratio)

หน่วย: เท่า



อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (IBD/E Ratio)

หน่วย: เท่า

