NUT 2611/001

วันที่: 4 พฤศจิกายน 2569

เรื่อง: คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ (MD&A) ไตรมาส 3/2569

เรียน: กรรมการและผู้จัดการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท นูทริชั่น โปรเฟส จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ขอรายงานผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 3 และงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. บทสรุปของผู้บริหาร

ภาพรวมผลการดำเนินงาน	ไตรมาส 3/2569	ไตรมาส 2/2569	ไตรมาส 3/2568	เปลี่ยนแปลง +/-		9 เดือน 2569	9 เดือน 2568	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย: ล้านบาท				*%QoQ*	*%YoY*			*%YoY*
รายได้จากการขาย	**317.68**	**279.72**	**244.67**	***13.57%***	***29.84%***	***869.89***	***774.12***	***12.37%***
กำไรขั้นต้น	**279.08**	**243.18**	**209.32**	***14.76%***	***33.33%***	***762.01***	***662.68***	***14.99%***
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	**264.93**	**228.29**	**197.51**	***16.05%***	***34.13%***	***706.99***	***597.32***	***18.36%***
กำไรสุทธิ	**11.15**	**12.27**	**8.46**	***(9.13%)***	***31.80%***	***43.28***	***52.17***	***(17.04%)***
กำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย(EBITDA)	**25.29**	**27.52**	**23.51**	***(8.10%)***	***(7.54%)***	***90.73***	***99.99***	***(9.27%)***
อัตรากำไรขั้นต้นต่อรายได้จากการขาย	87.85%	86.94%	85.55%	-	-	*87.60%*	*85.60%*	-
อัตราค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	83.40%	81.61%	80.73%	-	-	*81.27%*	*77.16%*	-
อัตรากำไรสุทธิ	3.51%	4.39%	3.46%	-	-	*4.98%*	*6.74%*	-

คำอธิบายภาพรวมธุรกิจ ปี 2569 สำหรับงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569

- บริษัทฯ ดำเนินกลยุทธ์การจัดจำหน่ายผ่านช่องทางที่หลากหลายและครอบคลุม โดยบูรณาการการตลาดและการจำหน่ายสินค้าทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ (Omni-Channel Marketing) เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างทั่วถึงในทุกช่องทาง สอดรับกับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันที่มีความหลากหลายและเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะด้านของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ (Niche Segments) และขยายความหลากหลายของกลุ่มผลิตภัณฑ์ (Product Portfolio) โดยมุ่งเน้นการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีความคุ้มค่าทั้งในด้านราคาและคุณภาพ (Price-Value) ตลอดจนการปรับลดขนาดบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มทางเลือกให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าได้สอดคล้องกับกำลังซื้อ ภายใต้แนวทางการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

- บริษัทฯ มีรายได้จากการขาย อยู่ที่ 869.89 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน จำนวน 95.77 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 12.37 จากการเพิ่มประสิทธิภาพของการทำ Live Commerce, Affiliate Marketing ร่วมกับพันธมิตรและครีเอเตอร์ เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคใหม่ได้อย่างกว้างขวาง รวมถึงการพัฒนาคอนเทนต์ที่ตอบโจทย์ความสนใจของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่ม กระตุ้นการตัดสินใจซื้อ รวมถึงช่วยเสริมสร้างการรับรู้แบรนด์ (Brand Awareness) และขยายฐานลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง

  การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่และการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง อาทิ ผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ Yescare Series, แบรนด์ CMF, แบรนด์ Luuga, แบรนด์ Dr.Skinne และแบรนด์ PNCP, แบรนด์ Party Monster, แบรนด์ Allnii, แบรนด์ Alokaa, แบรนด์ Nuter A* เป็นต้น ส่งผลให้การรับรู้แบรนด์ในกลุ่มผู้บริโภคขยายตัวอย่างมีนัยสำคัญ และช่วยกระตุ้นยอดขายในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาได้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งเหตุการณ์เหล่านี้ถือเป็นปัจจัยสนับสนุนสำคัญต่อการเติบโตของรายได้บริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง

  อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการต้นทุนและการปรับกลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดที่เน้นความคุ้มค่าแก่ผู้บริโภค และเพื่อรักษาความสามารถในการทำกำไรและฐานลูกค้าในระยะยาว
- บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นอยู่ที่ 762.01 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน จำนวน 99.33 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 14.99 ซึ่งเป็นไปตามยอดขายที่เพิ่มขึ้น
- กำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย อยู่ที่ 90.73 ล้านบาท ลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน ร้อยละ 9.27 ทั้งนี้เป็นผลมาจากการเพิ่มการลงทุนด้านการตลาด เพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์ใหม่และผลักดันการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งการลงทุนดังกล่าวเป็นการวางรากฐานในการขยายฐานลูกค้าและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด และคาดว่าจะส่งผลดีต่อการเติบโตของรายได้และความสามารถในการทำกำไรของบริษัทฯ ในระยะยาว
- ส่งผลให้บริษัทฯ มีกำไรสุทธิอยู่ที่ 43.28 ล้านบาท โดยบริษัทฯ มีกำไรสุทธิลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน จำนวน 8.89 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 17.04

  สาเหตุจาก 1) บริษัทฯ เพิ่มการลงทุนด้านการตลาดและการสื่อสารคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิผล ควบคู่กับการพัฒนาและขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ อีกทั้งบริษัทฯ ได้ขยายทีมงานด้านการขาย และการตลาด เพื่อเสริมศักยภาพในการดำเนินงานให้ครอบคลุมทุกช่องทางการจัดจำหน่าย และเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง ส่งผลให้ยอดขายผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้น 97.17 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 16.37 และยอดขายจากการรับจ้างผลิต (OEM) เพิ่มขึ้น 12.83 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 29.23 โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการขยายฐานลูกค้ารายใหม่ที่เพิ่มขึ้น รวมถึงการได้รับคำสั่งซื้ออย่างต่อเนื่องจากลูกค้ารายเดิม และยอดขายผ่านช่องทางออฟไลน์ปรับตัวลดลง อันเป็นผลมาจากการชะลอตัวของยอดขายในกลุ่มลูกค้า

ส่วนใหญ่ประเภท Home shopping และ Modern Trade โดยมียอดขายลดลง 23.57 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 39.88 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

อย่างไรก็ตาม ในไตรมาสที่ 3 ปี 2569 บริษัทฯ ได้เพิ่มการขายและการตลาดของช่องทางออฟไลน์ พร้อมทั้งเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อขยายฐานลูกค้าและสร้างการเติบโตของรายได้อย่างต่อเนื่อง

2) การบริหารจัดการค่าใช้จ่ายในการบริหาร (Administrative Expenses) มีค่าใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้น จำนวน 7.84 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 7.27 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักจากการขยายทีมพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ทั้งในกลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องสำอาง รวมถึงค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวเนื่องกับการขยายพื้นที่สำนักงาน

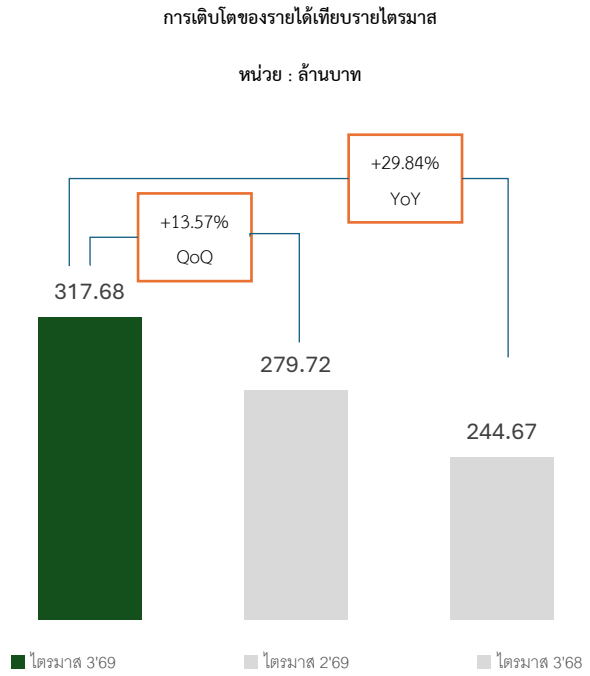
2. ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และคำอธิบาย

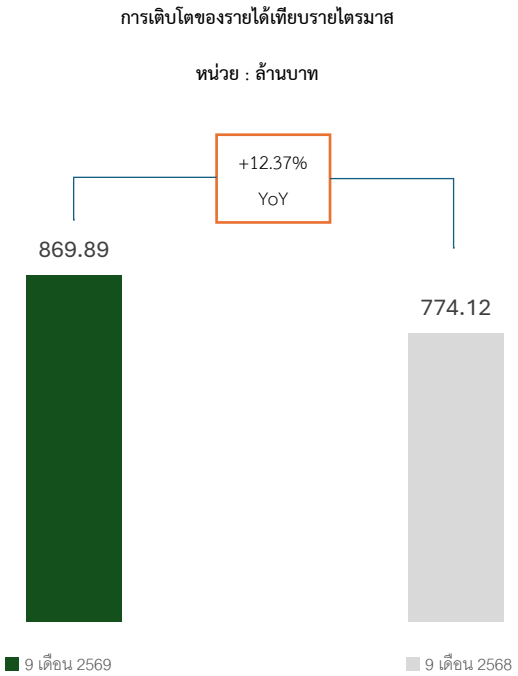
2.1 งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ ไตรมาส 3/2569

	ไตรมาส 3/2569	ไตรมาส 2/2569	ไตรมาส 3/2568	เปลี่ยนแปลง +/-		9 เดือน 2569	9 เดือน 2568	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย: ล้านบาท				%YoY	%QoQ			%YoY
รายได้จากการขาย	**317.68**	**279.72**	**244.67**	***29.84%***	***13.57%***	***869.89***	***774.12***	***12.37%***
รายได้อื่น	0.89	1.77	0.39	*128.21%*	*(49.72%)*	*3.11*	*1.62*	*91.98%*
รายได้รวม	**318.57**	**281.49**	**245.05**	***30.00%***	***13.17%***	***873.00***	***775.73***	***12.54%***
ต้นทุนขาย	38.60	36.54	35.35	*9.19%*	*5.64%*	*107.88*	*111.44*	*(3.19%)*
กำไรขั้นต้น	**279.08**	**243.18**	**209.32**	***33.33%***	***14.76%***	***762.01***	***662.68***	***14.99%***
ค่าใช้จ่ายในการขาย	225.55	189.47	162.51	*38.79%*	*19.04%*	*591.29*	*489.46*	*20.80%*
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	39.38	38.82	35.00	*12.51%*	*1.44%*	*115.70*	*107.86*	*7.27%*
กำไรจากการดำเนินงาน	**15.05**	**16.66**	**12.20**	***23.36%***	***(9.66%)***	***58.14***	***66.98***	***(13.20%)***
ต้นทุนทางการเงิน	1.12	1.24	1.42	*(21.13%)*	*(9.68%)*	*3.73*	*4.17*	*(10.55%)*
กำไรก่อนภาษีเงินได้	**13.93**	**15.42**	**10.78**	***29.22%***	***(9.66%)***	***54.41***	***62.81***	***(13.37%)***
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	2.78	3.15	2.32	*19.83%*	*(11.75%)*	*11.13*	*10.64*	*4.61%*
กำไรสุทธิ	**11.15**	**12.27**	**8.46**	***31.80%***	***(9.13%)***	***43.28***	***52.17***	***(17.04%)***

2.1.1 รายได้จากการขาย

โครงสร้างรายได้	ไตรมาส 3/2569	ไตรมาส 2/2569	ไตรมาส 3/2568	เปลี่ยนแปลง +/-		9 เดือน 2569	9 เดือน 2568	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย: ล้านบาท				*%YoY*	*%QoQ*			*%YoY*
ผลิตภัณฑ์แบรนด์บริษัท (HOUSE BRAND)								
เสริมอาหาร	205.09	179.67	173.22	*18.40%*	*14.15%*	*563.14*	*529.75*	*6.30%*
เครื่องสำอาง	16.54	11.98	7.81	*111.78%*	*38.06%*	*34.07*	*38.67*	*(11.90%)*
รวมผลิตภัณฑ์แบรนด์บริษัท	**221.63**	**191.65**	**181.03**	***22.43%***	***15.64%***	***597.21***	***568.42***	***5.06%***
ผลิตภัณฑ์ที่เป็นตราสินค้าร่วม (CO - BRAND)								
เสริมอาหาร	71.86	66.88	50.31	*42.83%*	*7.45%*	*215.91*	*161.76*	*33.48%*
รวมผลิตภัณฑ์ที่เป็นตราสินค้าร่วม	**71.86**	**66.88**	**50.31**	***42.83%***	***7.45%***	***215.91***	***161.76***	***33.48%***
ผลิตภัณฑ์ที่ขายร่วม (CO - PRODUCT)								
เครื่องสำอาง	0.02	0.02	0.05	*(60.00%)*	*0.00%*	*0.05*	*0.07*	*(28.57%)*
รวมผลิตภัณฑ์ที่ขายร่วม	**0.02**	**0.02**	**0.05**	***(60.00%)***	***0.00%***	***0.05***	***0.07***	***(28.57%)***
รับจ้างผลิต (OEM)								
เสริมอาหาร	22.06	19.62	12.38	*78.19%*	*12.44%*	*52.89*	*42.80*	*23.57%*
เครื่องสำอาง	2.11	1.55	0.90	*134.44%*	*36.13%*	*3.83*	*1.09*	*251.38%*
รวมรับจ้างผลิต	**24.17**	**21.17**	**13.28**	***82.00%***	***14.17%***	***56.72***	***43.89***	***29.23%***
รวมรายได้จากการขาย	**317.68**	**279.72**	**244.67**	***29.84%***	***13.57%***	***869.89***	***774.12***	***12.37%***





YoY: บริษัทฯ มีรายได้จากการขายในไตรมาส 3/2569 อยู่ที่ 317.68 ล้านบาท เพิ่มขึ้น จำนวน 73.01 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 29.84 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาส 3/2568

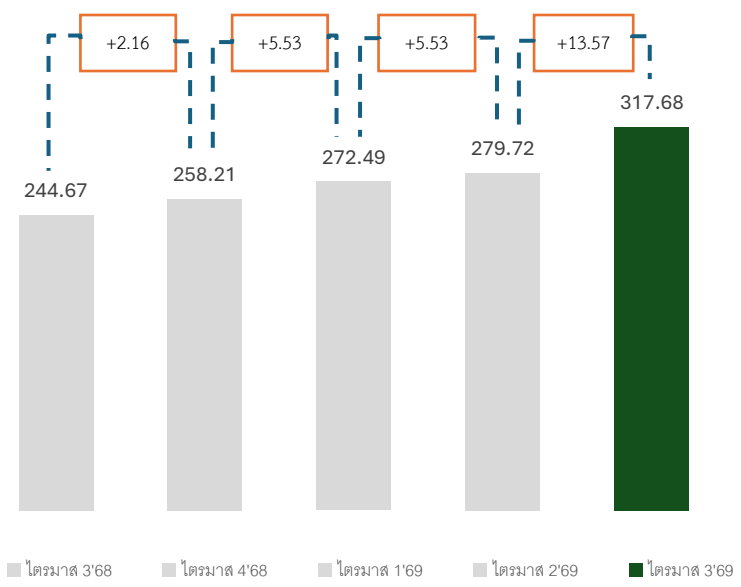
QoQ: บริษัทฯ มีรายได้จากการขายในไตรมาส 3/2569 อยู่ที่ 317.68 ล้านบาท เพิ่มขึ้น จำนวน 37.96 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 13.57 เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาส 2/2569

บริษัทฯ มีรายได้จากการขายสำหรับงวดเก้าเดือนปี 2569 อยู่ที่ 869.89 ล้านบาท เพิ่มขึ้น จำนวน 95.77 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 12.37 เมื่อเปรียบเทียบกับงวดเดียวกันของปี 2568 ทั้งนี้ รายได้จากการขายในไตรมาส 3/2569 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน มีการเปลี่ยนแปลงแยกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ ดังนี้

- ผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม House Brand มีรายได้จากการขายเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน จำนวน 40.60 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 22.43 โดยมีปัจจัยหลักจากการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น ผลิตภัณฑ์ Yescare Series จำนวน 9 รายการ ซึ่งมีคุณยุ้ย จิรนันท์ มโนแจ่ม เป็นพรีเซนเตอร์หลัก ช่วยเสริมสร้างการรับรู้แบรนด์ได้อย่างมีนัยสำคัญ และผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ luuga จำนวน 7 รายการ ที่มุ่งเน้นการสื่อสารคุณภาพของผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อโฆษณาที่สร้างสรรค์ตรงกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการเปิดร้านค้าใหม่ภายใต้ชื่อ Allnii บนแพลตฟอร์ม Lazada และ Shopee เพื่อเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า และการเปิดตัวสินค้าใหม่อีกมากมาย อาทิ แบรนด์ Dr.Skinne, และแบรนด์ PNCP เป็นต้น
- ผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม Co-Brand มีรายได้จากการขายเพิ่มขึ้น 21.55 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 42.83 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยเป็นผลมาจากผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ CMF ได้แก่ Gynomaa, Redori และ Schinora ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภค ประกอบกับการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดร่วมกับ ดารา, นักแสดง, Influencer ที่ได้รับความนิยมในแต่ละช่วงเวลา เพื่อเสริมสร้างการรับรู้แบรนด์และกระตุ้นการตัดสินใจซื้อได้อย่างมีประสิทธิผล
- รายได้จากการรับจ้างผลิตเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน จำนวน 10.89 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 82.00 โดยเพิ่มขึ้นจากคำสั่งผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากลูกค้ารายเดิม และได้รับคำสั่งผลิตสินค้าจากลูกค้ารายใหม่

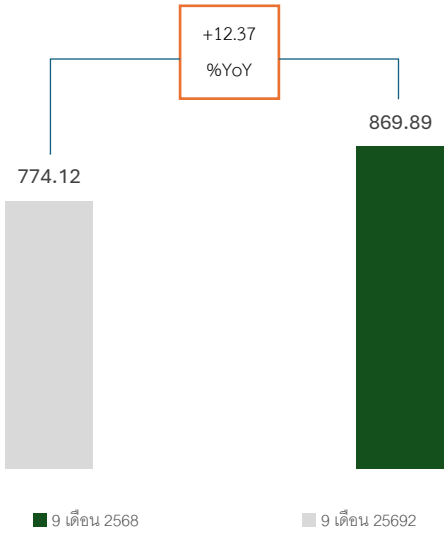
การเติบโตของรายได้เทียบรายไตรมาส QoQ

หน่วย : ล้านบาท



การเติบโตของรายได้เทียบรายไตรมาส

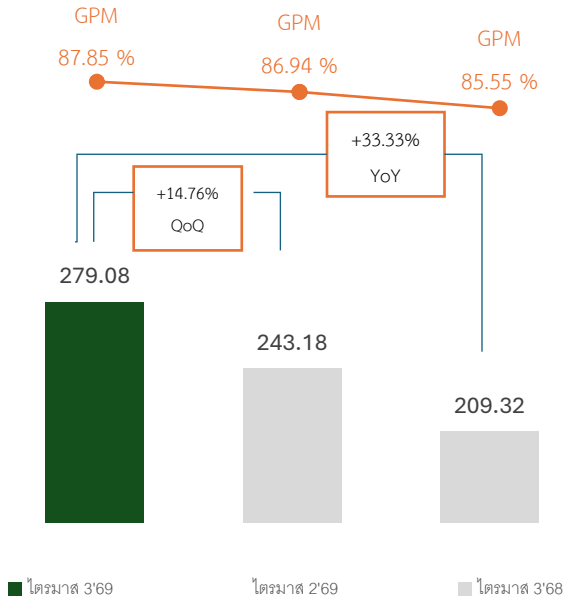
หน่วย : ล้านบาท

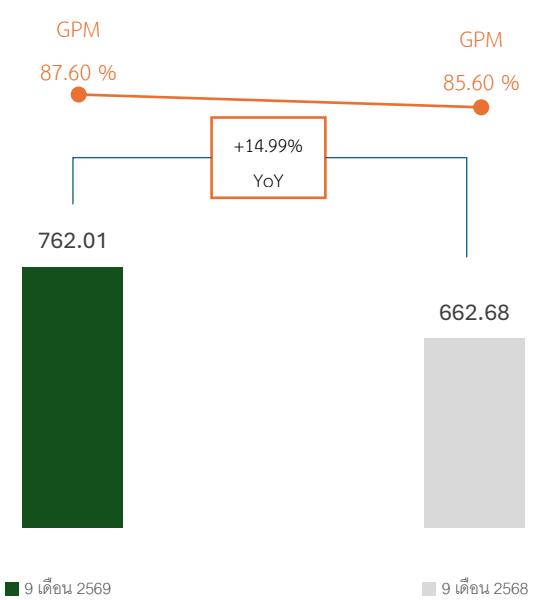


2.1.2 กำไรขั้นต้น (GP) และอัตรากำไรขั้นต้น (GPM)

กำไรขั้นต้น (GP) และอัตรากำไรขั้นต้น (GPM)

หน่วย: ล้านบาท





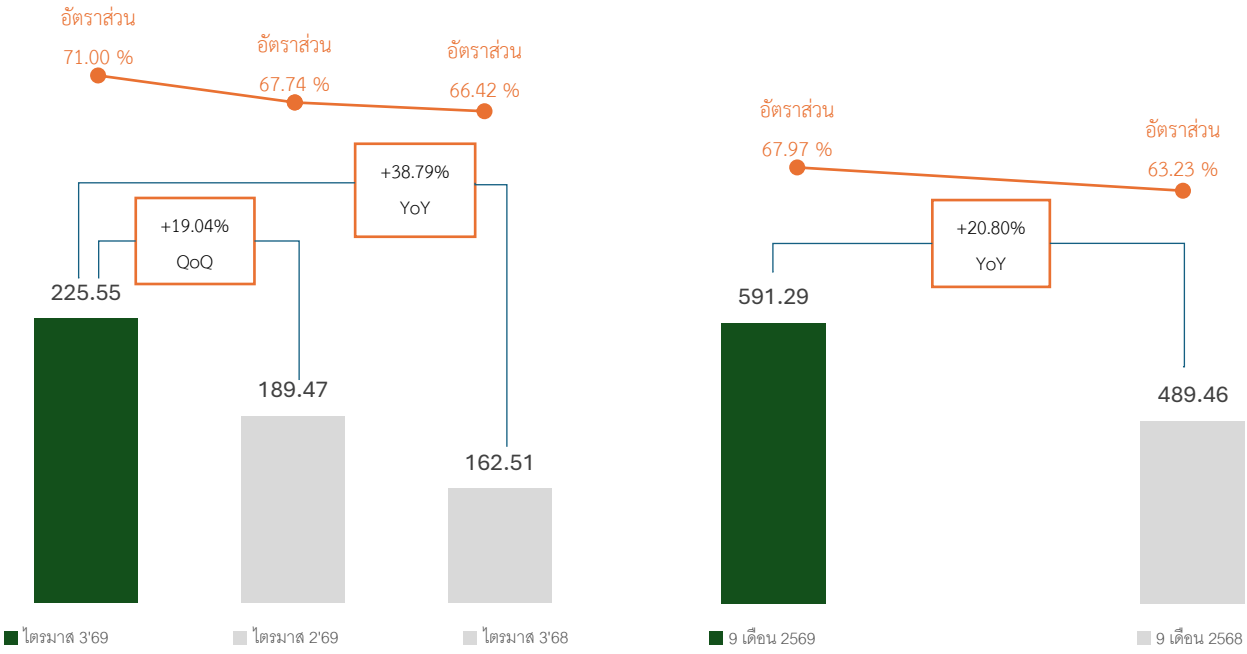
YoY: กำไรขั้นต้นในไตรมาส 3/2569 อยู่ที่ 279.08 ล้านบาท เท่ากับร้อยละ 87.85 เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน จำนวน 69.76 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 33.33

QoQ: กำไรขั้นต้นในไตรมาส 3/2569 อยู่ที่ 279.08 ล้านบาท เท่ากับร้อยละ 87.85 เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาส 2/2569 จำนวน 35.90 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 14.76

กำไรขั้นต้นสำหรับงวดเก้าเดือนปี 2569 อยู่ที่ 762.01 ล้านบาท เท่ากับร้อยละ 87.60 เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน จำนวน 99.33 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 14.99 โดยสอดคล้องกับรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากยอดขายผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม House Brand, Co-Brand และการรับจ้างผลิต (OEM)

2.1.3 ค่าใช้จ่ายในการขาย และอัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้จากการขาย

ค่าใช้จ่ายในการขาย และอัตราค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้จากการขาย **หน่วย: ล้านบาท**



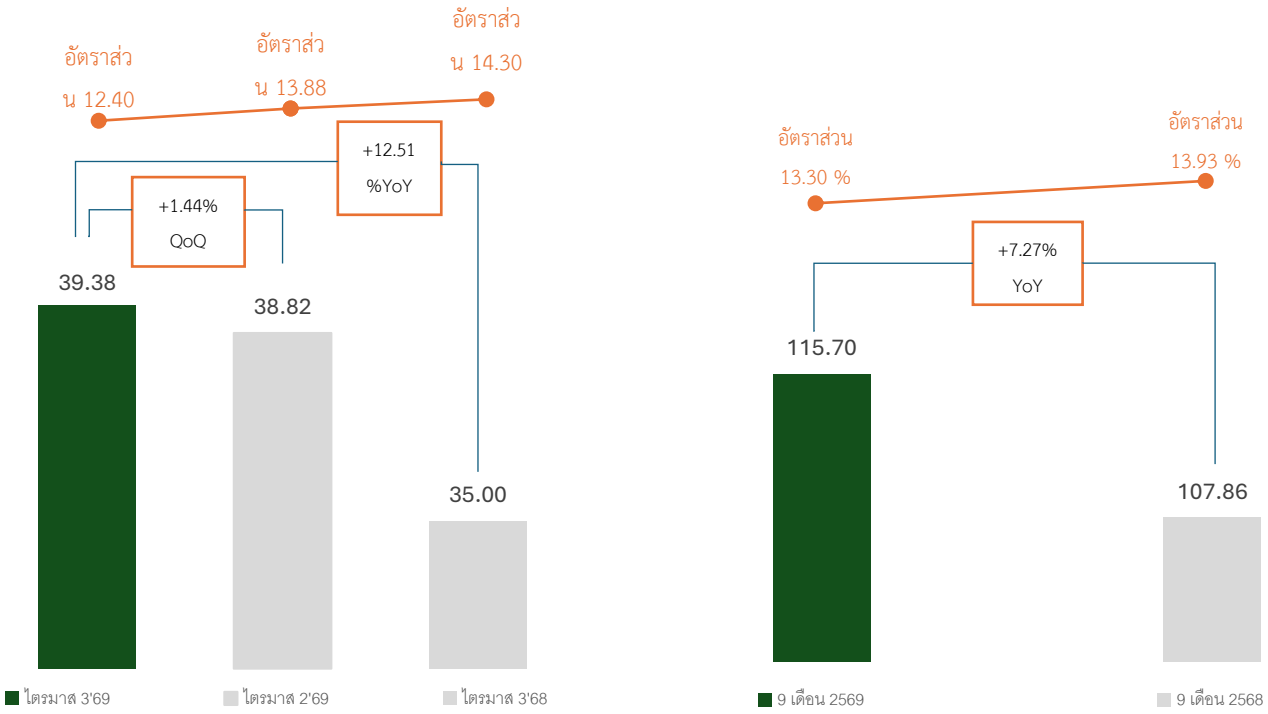
YoY: ค่าใช้จ่ายในการขายในไตรมาส 3/2569 อยู่ที่ 225.55 ล้านบาท บริษัทฯ มีต้นทุนในการจัดจำหน่าย เพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน จำนวน 63.04 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 38.79

QoQ: ค่าใช้จ่ายในการขายในไตรมาส 3/2569 อยู่ที่ 225.55 ล้านบาท บริษัทฯ มีต้นทุนในการจัดจำหน่าย เพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับไตรมาส 2/2569 จำนวน 36.08 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 19.04

ค่าใช้จ่ายในการขายสำหรับงวดเก้าเดือนปี 2569 อยู่ที่ 591.29 ล้านบาท บริษัทฯ มีต้นทุนในการจัดจำหน่าย เพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปี 2568 จำนวน 101.83 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 20.80 ส่วนใหญ่เพิ่มขึ้นจากค่าธรรมเนียมการขายและค่าบริการของแพลตฟอร์มออนไลน์ ค่าพรีเซ็นเตอร์ และค่าอินฟลูเอนเซอร์

2.1.4 ค่าใช้จ่ายในการบริหารและอัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้จากการขาย

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร และอัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้จากการขาย **หน่วย: ล้านบาท**



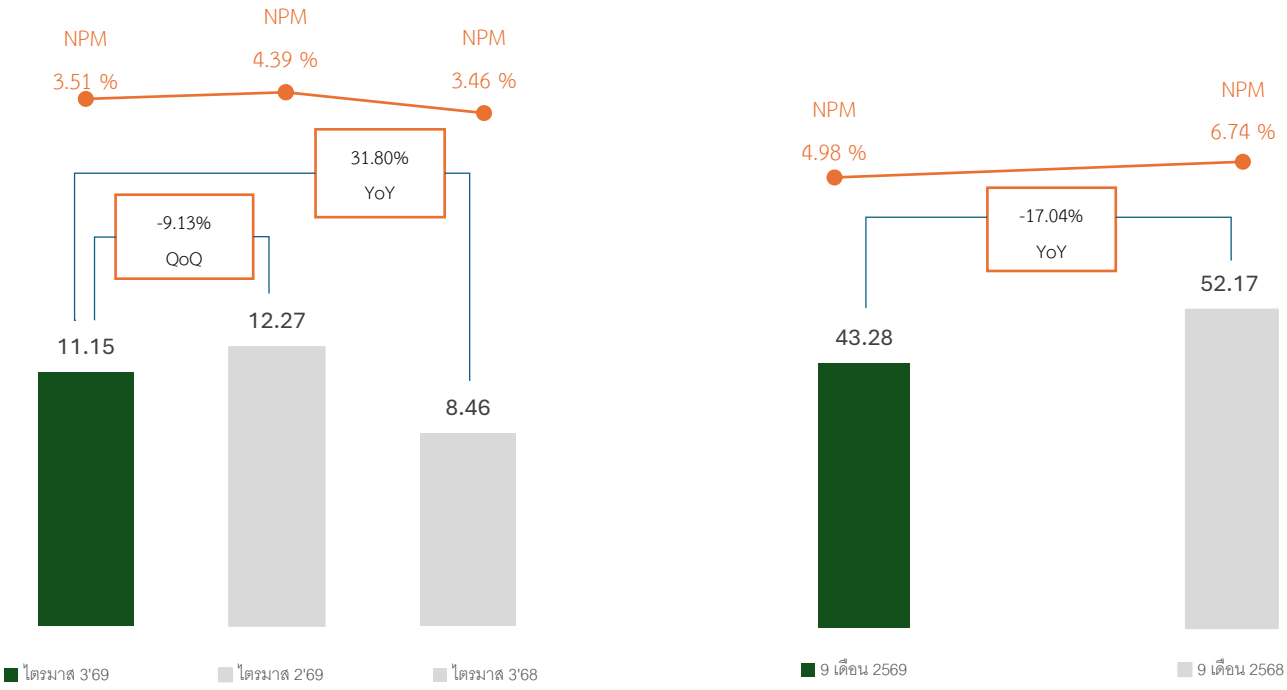
YoY: ค่าใช้จ่ายในการบริหารในไตรมาส 3/2569 อยู่ที่ 39.38 ล้านบาท บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหาร เพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน จำนวน 4.38 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 12.51

QoQ: ค่าใช้จ่ายในการบริหารในไตรมาส 3/2569 อยู่ที่ 39.38 ล้านบาท บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหาร เพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับไตรมาส 2/2569 จำนวน 0.56 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 1.44

ค่าใช้จ่ายในการบริหารสำหรับงวดเก้าเดือนปี 2569 อยู่ที่ 115.70 ล้านบาท บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหาร เพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน จำนวน 7.84 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 7.27 โดยมีสาเหตุหลักจากการเพิ่มอัตรากำลังพลในส่วนงานสนับสนุนที่สำคัญ อาทิ ฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (NPD), ฝ่ายวิจัยและพัฒนา (R&D), ฝ่ายควบคุมคุณภาพ (QC), ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) และฝ่ายจัดซื้อต่างประเทศ เป็นต้น รวมถึงค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวเนื่องกับการขยายพื้นที่สำนักงาน

2.1.5 กำไรสุทธิ (NP) และอัตรากำไรสุทธิ (NPM)

กำไรสุทธิ (NP) และอัตรากำไรสุทธิ (NPM) **หน่วย: ล้านบาท**



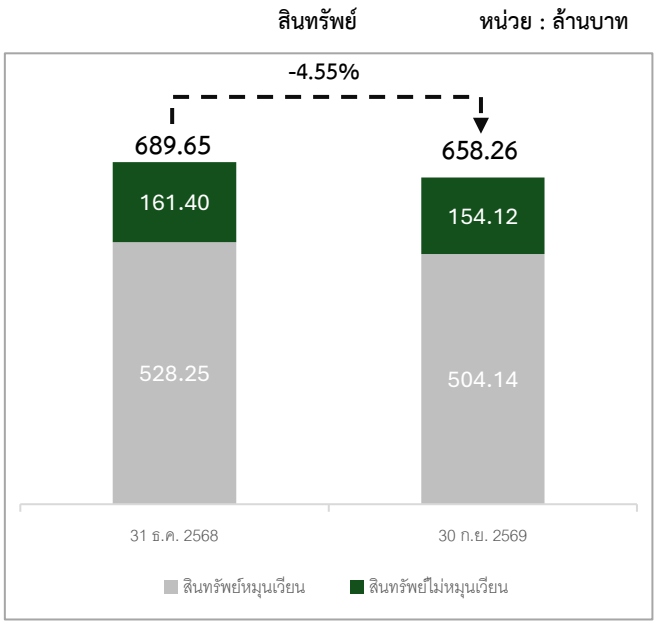
YoY: กำไรสุทธิในไตรมาส 3/2569 จำนวน 11.15 ล้านบาท บริษัทฯ มีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน จำนวน 2.69 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 31.80

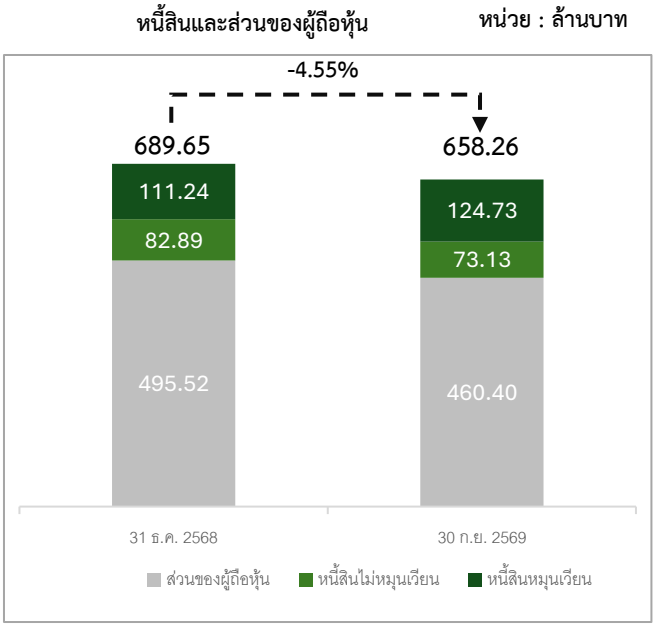
QoQ: กำไรสุทธิในไตรมาส 3/2569 จำนวน 11.15 ล้านบาท บริษัทฯ มีกำไรสุทธิลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาส 2/2569 จำนวน 1.12 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 9.13

กำไรสุทธิสำหรับงวดเก้าเดือนปี 2569 จำนวน 43.28 ล้านบาท บริษัทฯ มีกำไรสุทธิลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน จำนวน 8.89 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 17.04 อันเป็นผลมาจากการปรับเพิ่มขึ้นของค่าธรรมเนียมการขายและค่าบริการของแพลตฟอร์มออนไลน์ ประกอบกับภาวะการชะลอตัวทางเศรษฐกิจภาคครัวเรือนและกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ปรับตัวลดลง

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินมาตรการบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายด้านการขายและการบริหารอย่างเป็นระบบ โดยปรับกลยุทธ์การขายให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างค่าธรรมเนียมที่เปลี่ยนแปลงไป ปรับลดขนาดบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค ตลอดจนการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ และปรับปรุงกระบวนการทำงาน เพื่อลดขั้นตอนที่ไม่เกิดมูลค่าเพิ่ม อันจะส่งผลให้การบริหารจัดการต้นทุนมีประสิทธิผลยิ่งขึ้น โดยบริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นรักษาศักยภาพในการดำเนินงานและสร้างการเติบโตของธุรกิจอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนในระยะยาว

2.2 การวิเคราะห์ฐานะทางการเงินของบริษัทฯ





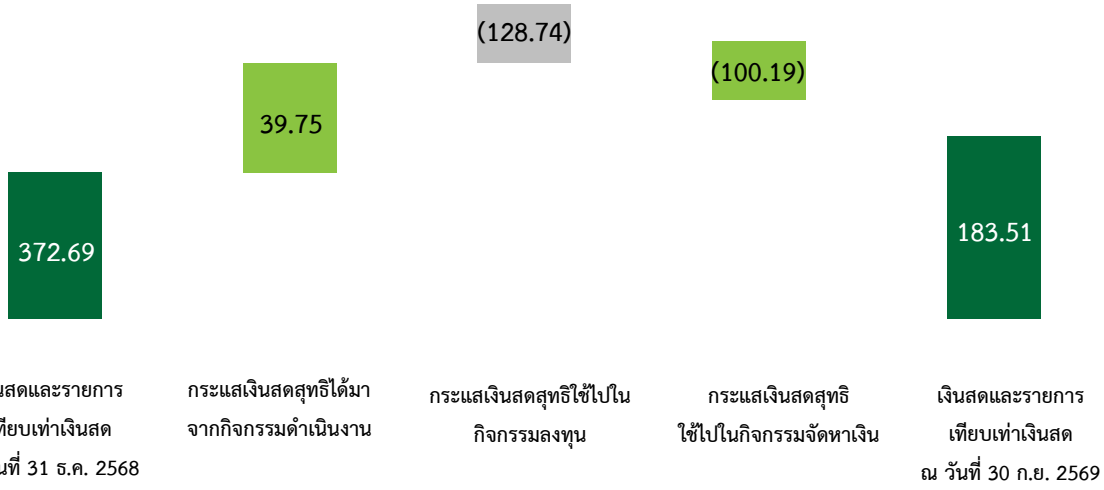
สินทรัพย์รวม ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 มีมูลค่าเท่ากับ 658.26 ล้านบาท ลดลง 31.39 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 4.55 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยบริษัทฯ มีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดลดลงจำนวน 189.18 ล้านบาท สาเหตุหลักจากการลงทุนในกองทุนเปิด จำนวน 110 ล้านบาท เพื่อบริหารสภาพคล่องส่วนเกินให้เกิดผลตอบแทนที่เหมาะสม, สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น (เงินลงทุนในกองทุนเปิด) เพิ่มขึ้นจำนวน 110.03 ล้านบาท, ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่นเพิ่มขึ้นจำนวน 24.67 ล้านบาท ,สินค้าคงเหลือ - สุทธิ เพิ่มขึ้นจำนวน 30.38 ล้านบาท ,ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ – สุทธิ เพิ่มขึ้น 3.47 ล้านบาท ,สินทรัพย์สิทธิการใช้ – สุทธิ ลดลง 11.41 ล้านบาท และสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น ลดลง 0.32 ล้านบาท

หนี้สินรวม ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 มีมูลค่าเท่ากับ 197.86 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 3.73 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 1.92 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยมีสาเหตุหลักจากเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น เพิ่มขึ้นจำนวน 17.35 ล้านบาท, ภาษีเงินได้นิติบุคคลค้างจ่าย ลดลง 0.93 ล้านบาท ,หนี้สินตามสัญญาเช่า (รวมส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี) ลดลง 14.63 ล้านบาท และประมาณการหนี้สินสำหรับผลประโยชน์พนักงานเพิ่มขึ้น 2.45 ล้านบาท

ส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 มีมูลค่าเท่ากับ 460.40 ล้านบาท ลดลง 35.12 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 7.09 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 เกิดจากบริษัทฯ มีกำไรจากผลการดำเนินงานในงวด 43.28 ล้านบาท จ่ายเงินปันผล 67.64 ล้านบาท และซื้อหุ้นทุนซื้อคืน จำนวน 10.84 ล้านบาท

2.3 กระแสเงินสดสำหรับงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569

หน่วย : ล้านบาท



กระแสเงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมดำเนินงานของบริษัทฯ สำหรับงวดเก้าเดือนสิ้นสุด วันที่ 30 กันยายน 2569 อยู่ที่ 39.75 ล้านบาท (รายการหลักมาจาก กำไรสุทธิจำนวน 43.28 ล้านบาท บวกรายการปรับกระทบที่ไม่ใช่เงินสด 46.92 ล้านบาท และหักด้วยเงินทุนหมุนเวียนที่เพิ่มขึ้น 37.40 ล้านบาท)

- เงินสดจ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล จำนวน 12.60 ล้านบาท
- จ่ายชำระภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน จำนวน 0.45 ล้านบาท

กระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุนของบริษัทฯ สำหรับงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 อยู่ที่ 128.74 ล้านบาท โดยการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญดังนี้

- เงินสดจ่ายซื้อสินทรัพย์ไม่มีตัวตน จำนวน 0.31 ล้านบาท
- เงินสดจ่ายซื้อเงินลงทุนในกองทุนเปิด จำนวน 110.00 ล้านบาท
- เงินสดจ่ายซื้อสินทรัพย์ถาวร จำนวน 19.25 ล้านบาท
- เงินสดรับจากการจำหน่ายสินทรัพย์ถาวร 0.81 ล้านบาท

กระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงินของบริษัทฯ สำหรับงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 อยู่ที่ 100.19 ล้านบาท โดยการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญดังนี้

- เงินสดจ่ายชำระหนี้สินตามสัญญาเช่า จำนวน 18.06 ล้านบาท
- เงินสดจ่ายเงินปันผล จำนวน 67.64 ล้านบาท
- เงินสดจ่ายซื้อหุ้นทุนซื้อคืน จำนวน 10.84 ล้านบาท
- จ่ายดอกเบี้ย จำนวน 3.65 ล้านบาท

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ
บริษัท นูทริชั่น โปรเฟส จำกัด (มหาชน)
โทร 02 - 022 - 9400