บริษัท 88(ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน)
88(THAILAND) PUBLIC COMPANY LIMITED
เลขที่ 48 ซอย สังคมสงเคราะห์ 8 แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร 10230
48 SANGKHOM SONGKHRO 8 ALLEY, LAT PHRAO, LAT PHRAO, BANGKOK 10230
+66 (02) 326-8888
info@88thailand.co.th
88thailand.co.th

วันที่ 9 พฤศจิกายน 2569

เรื่อง คำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ (MD&A) สำหรับไตรมาสที่ 3 และเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท 88(ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัทฯ”) ขอเรียนชี้แจงผลการดำเนินงานรวมสำหรับไตรมาสที่ 3 และเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) ภาพรวมการดำเนินธุรกิจ เศรษฐกิจและภาวะอุตสาหกรรมที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงาน

(1.1) ภาพรวมการดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯ มุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจควบคู่กับการขยายโอกาสทางธุรกิจและสร้างแหล่งรายได้ใหม่ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน และการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมกลุ่มผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น สำหรับธุรกิจหลักด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพและความงาม บริษัทฯ ยังคงมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมและผลิตภัณฑ์ใหม่ พร้อมขยายช่องทางการขายและสร้างการรับรู้ในแบรนด์ ควบคู่กับการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ ขณะที่ธุรกิจรับจ้างผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง (OEM) มุ่งเน้นการรักษาฐานลูกค้าเดิม การขยายฐานลูกค้าใหม่ และการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการผลิต เพื่อสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจ

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้เตรียมความพร้อมในการขยายธุรกิจไปสู่ผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยง โดยมุ่งเน้นการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การดำเนินการด้านใบอนุญาตและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการวางแผนด้านการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อรองรับการเข้าสู่ตลาดเชิงพาณิชย์ ทั้งนี้ การดำเนินงานดังกล่าวสะท้อนถึงแนวทางการขยายธุรกิจของกลุ่มบริษัทที่มุ่งสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน เพื่อรองรับการเติบโตอย่างต่อเนื่องในระยะยาว

(1.2) ภาวะแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินงาน

ภาพรวมการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ได้รับอิทธิพลจากภาวะเศรษฐกิจและกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ยังมีความระมัดระวังในการใช้จ่าย ขณะเดียวกันผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพ ความคุ้มค่า และความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์มากขึ้น ส่งผลให้บริษัทต้องปรับกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาด และช่องทางจัดจำหน่ายให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

การดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามได้รับอิทธิพลจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และกระแสความนิยมผลิตภัณฑ์ใหม่ บริษัทจึงมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด ควบคู่กับการสร้างการรับรู้แบรนด์ผ่านช่องทางออนไลน์ Social Commerce และ Live Commerce

การดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยงได้รับแรงสนับสนุนจากแนวโน้มการเลี้ยงสัตว์เสมือนสมาชิกในครอบครัว (Pet Humanization) ส่งผลให้ความต้องการผลิตภัณฑ์อาหารและผลิตภัณฑ์ดูแลสัตว์เลี้ยงที่มีคุณภาพและตอบโจทย์สุขภาพมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น บริษัทจึงมุ่งเตรียมความพร้อมด้านผลิตภัณฑ์ ใบอนุญาต มาตรฐาน และช่องทางจำหน่าย เพื่อรองรับการเข้าสู่ตลาดเชิงพาณิชย์

การดำเนินธุรกิจรับจ้างผลิต (OEM) ภายใต้แบรนด์สินค้าของลูกค้า ได้รับอิทธิพลจากความต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายและมีนวัตกรรมมากขึ้น บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ การควบคุมคุณภาพ และการพัฒนาศักยภาพการผลิต เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าและสร้างความเชื่อมั่นในมาตรฐานผลิตภัณฑ์

(1.3) ภาวะภาพรวมการแข่งขันของอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมที่บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจยังคงมีการแข่งขันสูง ทั้งด้านราคา คุณภาพ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ การสร้างแบรนด์และช่องทางการจัดจำหน่าย โดยสามารถสรุปภาพรวมการแข่งขันได้ดังนี้

อุตสาหกรรมเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลผิวมีการแข่งขันจากทั้งแบรนด์ในประเทศและแบรนด์ต่างประเทศ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่เน้นนวัตกรรม ส่วนผสมที่มีคุณสมบัติเฉพาะ และความคุ้มค่าด้านราคา นอกจากนี้ การเติบโตของช่องทางออนไลน์และกระแส Fast Beauty ยังส่งผลให้วงจรความนิยมของผลิตภัณฑ์สั้นลง ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องและปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้รวดเร็ว

อุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยงมีแนวโน้มเติบโตจากความต้องการของผู้เลี้ยงสัตว์ที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพ โภชนาการ และการดูแลสุขภาพสัตว์เลี้ยงมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ตลาดมีการแข่งขันจากผู้ผลิตและแบรนด์ที่มีชื่อเสียงทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มอาหารสัตว์เลี้ยงระดับพรีเมียม บริษัทจึงมีโอกาสสร้างความแตกต่างผ่านคุณภาพผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม และการกำหนดระดับสินค้าให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภค

อุตสาหกรรมรับจ้างผลิต (OEM) ภายใต้แบรนด์สินค้าของลูกค้า มีการแข่งขันทั้งด้านราคา คุณภาพ มาตรฐานการผลิต ความรวดเร็วในการพัฒนาสูตร และความสามารถในการผลิตสินค้าที่ตอบโจทย์เฉพาะแบรนด์ลูกค้า ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีความเชี่ยวชาญด้านการวิจัยและพัฒนา รวมถึงระบบควบคุมคุณภาพที่มีประสิทธิภาพ เพื่อรักษาฐานลูกค้าและเพิ่มโอกาสในการรับงานจากแบรนด์ใหม่ภาพรวมดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า ทั้งสามธุรกิจจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ การควบคุมต้นทุน และการพัฒนาช่องทางการขาย เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันและสร้างการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

(2) สรุปเหตุการณ์และพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัทฯ เดินหน้าขยายธุรกิจและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ การขยายช่องทางจัดจำหน่าย และการสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ เพื่อสนับสนุนการเติบโตของรายได้ในระยะยาว บริษัทฯ เดินหน้าพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์หลัก ได้แก่ LYO, HONE และ ver.88 และเดินหน้าเตรียมความพร้อมในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยง ทั้งด้านการขอใบอนุญาตและการปฏิบัติตามข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการดำเนินธุรกิจเชิงพาณิชย์ โดยมีแผนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทาง E-commerce ร้านจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยง และ Modern Trade ในไตรมาสที่ 4 ปี 2569 ทั้งนี้ ธุรกิจดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การขยายธุรกิจใหม่ เพื่อสร้างแหล่งรายได้เพิ่มเติมและสนับสนุนการเติบโตของกลุ่มบริษัทในระยะยาว รวมถึง

ธุรกิจรับจ้างผลิตและออกแบบผลิตภัณฑ์ (OEM) ภายใต้แบรนด์สินค้าของลูกค้า พร้อมต่อยอดความเชี่ยวชาญด้านการวิจัยและพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการควบคุมคุณภาพการผลิต เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าและแบรนด์ต่าง ๆ รวมถึงสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ของกลุ่มบริษัทเอง โดยมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและรักษามาตรฐานคุณภาพสินค้า เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและโอกาสทางธุรกิจในอนาคต

(3) สรุปผลการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงานรวมสำหรับไตรมาสที่ 3 ปี 2569 มีรายละเอียดดังนี้

ผลการดำเนินงานรวม

รายการ	งบการเงินรวม					
	สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน					
	2568		2569		การเปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขายและบริการ	167.56	100.00	190.23	100.00	22.67	13.53
ต้นทุนขายและบริการ	52.07	31.08	62.27	32.73	10.20	19.59
กำไรขั้นต้น	**115.49**	**68.92**	**127.96**	**67.27**	**12.47**	**10.80**
รายได้อื่น	0.13	0.07	0.06	0.03	(0.07)	(52.00)
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	66.83	39.88	86.61	45.53	19.78	29.60
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	16.92	10.10	18.58	9.77	1.66	9.81
กำไรจากการดำเนินงาน	**31.87**	**19.01**	**22.83**	**12.00**	**(9.04)**	**(28.35)**
ต้นทุนทางการเงิน	(0.14)	(0.08)	(0.07)	(0.04)	0.07	(50.00)
กำไรก่อนภาษีเงินได้	**31.73**	**18.93**	**22.76**	**11.96**	**(8.97)**	**(28.26)**
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(6.37)	(3.80)	(4.59)	(2.41)	1.78	(27.94)
กำไรสำหรับงวด	**25.36**	**15.13**	**18.17**	**9.55**	**(7.19)**	**(28.34)**

รายได้จากการขายและบริการ

โครงสร้างรายได้จากการขายและบริการของบริษัทฯ จำแนกรายละเอียดเป็น 2 รูปแบบ ดังนี้

(1) รายได้จากการขายและบริการแบ่งตามกลุ่มผลิตภัณฑ์

รายได้จากการขายและบริการ แบ่งตามกลุ่มผลิตภัณฑ์	งบการเงินรวม					
	สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน					
	2568		2569		การเปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมและหนังศีรษะ (Hair Care)	**150.35**	**89.73**	**156.51**	**82.27**	**6.16**	**4.10**
1.1 ผลิตภัณฑ์ลดผมขาดร่วง (LYO Anti-Hair Loss)	60.92	36.36	44.43	23.36	(16.49)	(27.07)
1.2 ผลิตภัณฑ์แชมพูปิดผมขาว (LYO Hair Color)	50.58	30.19	44.50	23.39	(6.08)	(12.02)
1.3 ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมจากสารสกัดสมุนไพร (LYO Herbal)	38.85	23.19	23.68	12.45	(15.17)	(39.05)
1.4 ผลิตภัณฑ์เปลี่ยนสีผม (LYO My Color)	-	-	4.23	2.22	4.23	100.00
1.5 ผลิตภัณฑ์บำรุงเส้นผม (LYO Hair Oil)	-	-	2.02	1.06	2.02	100.00
1.6 ผลิตภัณฑ์ครีมปิดผมขาว (LYO Silver)	-	-	37.65	19.79	37.65	100.00
2. ผลิตภัณฑ์ดูแลผิว (Skincare)	**8.22**	**4.91**	**11.92**	**6.27**	**3.70**	**45.01**
3. ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง (Cosmetics)	**0.86**	**0.51**	**0.66**	**0.35**	**(0.20)**	**(23.26)**
4. รายได้จากการขายและบริการอื่น	**8.13**	**4.86**	**21.14**	**11.11**	**13.01**	**160.02**
รวมรายได้จากการขายและบริการ	**167.56**	**100.00**	**190.23**	**100.00**	**22.67**	**13.53**

(2) รายได้จากการขายและบริการแบ่งตามช่องทางการจัดจำหน่าย

รายได้จากการขายและบริการ แบ่งตามช่องทางการจัดจำหน่าย	งบการเงินรวม สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน					
	2568		2569		การเปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. ช่องทางตัวแทนจำหน่าย (Agent)	**59.19**	**35.32**	**35.96**	**18.90**	**(23.23)**	**(39.25)**
2. ช่องทางร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) และช่องทางการสั่งซื้อที่บ้าน (Home Shopping)	**50.09**	**29.89**	**57.63**	**30.29**	**7.54**	**15.05**
2.1 ช่องทางร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)	44.19	26.37	42.35	22.26	(1.84)	(4.16)
2.2 ช่องทางการสั่งซื้อที่บ้าน (Home Shopping)	5.90	3.52	15.28	8.03	9.38	158.98
3. ช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ (Online)	**50.59**	**30.19**	**75.72**	**39.80**	**25.13**	**49.67**
4. รายได้จากธุรกิจรับจ้างผลิต	**7.69**	**4.59**	**20.92**	**11.00**	**13.23**	**172.04**
รวมรายได้จากการขายและบริการ	**167.56**	**100.00**	**190.23**	**100.00**	**22.67**	**13.53**

บริษัทฯ มีรายได้จากการขายและบริการเท่ากับ 190.23 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 22.67 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.53 เทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน โดยการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายและบริการมีสาเหตุหลักดังนี้

- รายได้จากการขายและบริการผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมและหนังศีรษะ (Hair Care) เพิ่มขึ้น 6.16 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.10 เทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน
    - โดยมีสาเหตุหลักมาจากรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ครีมปิดผมขาว (LYO Silver) เพิ่มขึ้น 37.65 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 100.00 เทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เริ่มวางจำหน่ายในไตรมาสที่ 2 ของปี 2569 ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการและตอบโจทย์การใช้งานของผู้บริโภค รวมถึงรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ใหม่ ผลิตภัณฑ์เปลี่ยนสีผม (LYO My Color) และผลิตภัณฑ์บำรุงเส้นผม (LYO Hair Oil) เพิ่มขึ้น 4.23 ล้านบาท และ 2.02 ล้านบาท ตามลำดับ หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 100.00 เทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน
    - ในขณะที่รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ลดผมขาดร่วง (LYO Anti-Hair Loss) ลดลง 16.49 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 27.07 รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์แชมพูปิดผมขาว (LYO Hair Color) ลดลง 6.08 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 12.02 และรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมจากสารสกัดสมุนไพร (LYO Herbal) ลดลง 15.17 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 39.05 เทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน ซึ่งรายได้ที่ลดลงสาเหตุหลักมาจากการแข่งขันในตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมและหนังศีรษะที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น
- สำหรับรายได้จากการจำหน่ายผ่านช่องทางตัวแทนจำหน่าย (Agent) ลดลง 23.23 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 39.25 และรายได้จากการจำหน่ายผ่านช่องทางร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ลดลง 1.84 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 4.16 เทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุส่วนหนึ่งมาจากการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งหันมาเลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น
- รายได้จากการจำหน่ายผ่านช่องทางการสั่งซื้อที่บ้าน (Home Shopping) เพิ่มขึ้น 9.38 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 158.98 เทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน สะท้อนถึงสินค้าของบริษัทฯ ที่ยังคงได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภค

- รายได้จากการจำหน่ายผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ (Online) เพิ่มขึ้น 25.13 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 49.67 เทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน เป็นไปตามแผนกลยุทธ์ในการขายของบริษัทที่เน้นการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ (Online) เป็นช่องทางที่มีศักยภาพในการเติบโตสูง
- รายได้จากธุรกิจรับจ้างผลิต เพิ่มขึ้น 13.23 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 172.04 เทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน สะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อมั่นของลูกค้าที่มีต่อมาตรฐานการผลิตภายใต้แบรนด์สินค้าของลูกค้า ซึ่งได้รับคำสั่งซื้อเพิ่มขึ้นจากลูกค้าเดิม สะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อมั่นของลูกค้าให้ความเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าและมาตรฐานการผลิตของบริษัทย่อย

ต้นทุนขายและบริการ และกำไรขั้นต้น

รายการ	งบการเงินรวม					
	สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน					
	2568		2569		การเปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. ต้นทุนขายสินค้าสำเร็จรูป	48.16	92.49	56.26	90.35	8.10	16.82
2. ต้นทุนขายจากงานรับจ้างผลิต	3.91	7.51	6.01	9.65	2.10	53.71
รวมต้นทุนขายและบริการ	**52.07**	**100.00**	**62.27**	**100.00**	**10.20**	**19.59**

รายการ	งบการเงินรวม					
	สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน					
	2568		2569		การเปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขายและบริการ	167.56	100.00	190.23	100.00	22.67	13.53
ต้นทุนขายและบริการ	52.07	31.08	62.27	32.73	10.20	19.59
กำไรขั้นต้น	**115.49**	**68.92**	**127.96**	**67.27**	**12.47**	**10.80**

บริษัทฯ มีต้นทุนขายและบริการเท่ากับ 62.27 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 10.20 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.59 เทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน โดยการเพิ่มขึ้นของต้นทุนขายและบริการดังกล่าวสอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายและบริการ

อย่างไรก็ตาม อัตรากำไรขั้นต้นปรับตัวลดลงจากร้อยละ 68.92 ในไตรมาสที่ 3 ปี 2568 เป็นร้อยละ 67.27 ในไตรมาสที่ 3 ปี 2569 สาเหตุหลักมาจากการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย การให้ส่วนลด และการทำแคมเปญทางการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้น ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นลดลงเมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย

รายการ	งบการเงินรวม					
	สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน					
	2568		2569		การเปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายการตลาด	50.45	75.49	59.98	69.25	9.53	18.89
เงินเดือนและผลประโยชน์อื่นของพนักงาน	5.03	7.53	6.16	7.11	1.13	22.47
ค่าใช้จ่ายในการจัดส่ง	2.04	3.05	1.46	1.69	(0.58)	(28.43)
ค่าบริการแพลตฟอร์มออนไลน์	9.31	13.93	19.00	21.94	9.69	104.08
ค่าใช้จ่ายในการขายอื่นๆ	0.00	0.00	0.01	0.01	0.01	100.00
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	**66.83**	**100.00**	**86.61**	**100.00**	**19.78**	**29.60**
สัดส่วนต่อรายได้รวม		***39.88***		***45.53***		

บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายเท่ากับ 86.61 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 45.53 ของรายได้จากการขายและบริการ โดยค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น 19.78 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 29.60 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

โดยมีสาเหตุหลักดังนี้

- ค่าใช้จ่ายการตลาดเพิ่มขึ้นจากค่าใช้จ่ายประชาสัมพันธ์ผ่านบุคคลที่มีชื่อเสียงและค่าใช้จ่ายการจัดทำสื่อโฆษณานอกบ้าน (Out-of-Home Media) ที่สัมพันธ์กับยอดขายผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นไปตามแผนงานทางการตลาดของบริษัทฯ เพื่อสร้างการรับรู้ให้ตัวสินค้าให้เกิดกับผู้บริโภค
- บริษัทฯ มีค่าโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย (Social Media) และค่าบริการแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากการขึ้นค่าธรรมเนียมแพลตฟอร์มออนไลน์ตามนโยบายและเงื่อนไขของผู้ให้บริการแพลตฟอร์ม ซึ่งสอดคล้องกับรายได้จากการขายและบริการผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ (Online) ที่เพิ่มขึ้น
- ค่าใช้จ่ายเงินเดือนและผลประโยชน์ของพนักงานฝ่ายขายและการตลาดเพิ่มขึ้นเนื่องจากการปรับขึ้นเงินเดือนประจำปี

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

รายการ	งบการเงินรวม					
	สำหรับงวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน					
	2568		2569		การเปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
เงินเดือนและผลประโยชน์อื่นพนักงาน	12.20	72.09	9.28	49.96	(2.92)	(23.93)
ค่าใช้จ่ายสำนักงาน	1.18	6.97	3.27	17.60	2.09	177.12
ค่าใช้จ่ายผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ	1.98	11.70	3.96	21.31	1.98	100.00
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	0.99	5.85	1.66	8.93	0.67	67.68
ค่าใช้จ่ายในการบริหารอื่นๆ	0.57	3.37	0.41	2.21	(0.16)	(28.07)
รวมค่าใช้จ่ายในการบริหาร	**16.92**	**100.00**	**18.58**	**100.00**	**1.66**	**9.81**
สัดส่วนต่อรายได้รวม		***10.10***		***9.77***		

บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารเท่ากับ 18.58 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.77 ของรายได้จากการขายและบริการ เพิ่มขึ้น 1.66 ล้านบาท หรือ เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.81 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

โดยมีสาเหตุหลักมาจากค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นจากการดำเนินงานของบริษัทย่อยแห่งใหม่ ได้แก่ ค่าที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการขึ้นทะเบียนสินค้า ค่าใช้จ่ายด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ รวมถึงค่าเช่าอาคารสำนักงานและคลังสินค้าแห่งใหม่เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจ

ค่าใช้จ่ายเงินเดือนและผลประโยชน์อื่นของพนักงานฝ่ายบริหารลดลงเมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักจากการบริหารจัดการต้นทุนบุคลากรและการปรับโครงสร้างการดำเนินงานภายในบริษัทฯ ให้มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

กำไรสุทธิ

บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 18.17 ล้านบาท ลดลง 7.19 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 28.34 เทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจากค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย ซึ่งบริษัทฯ มีการใช้งบประมาณทางการตลาด เพื่อสร้างการรับรู้ให้ตัวสินค้าให้เกิดกับผู้บริโภค รวมถึงอัตราค่าบริการแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ปรับตัวสูงขึ้น

นอกจากนี้ บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการขออนุญาต การจดทะเบียนต่าง ๆ รวมถึงค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัทย่อยแห่งใหม่ ซึ่งคาดว่าจะเริ่มรับรู้รายได้ในช่วงไตรมาสที่ 4 ของปี 2569

จากปัจจัยดังกล่าว ส่งผลให้อัตรากำไรสุทธิของบริษัทฯ ลดลงจากร้อยละ 15.13 ในไตรมาสที่ 3 ปี 2568 เป็นร้อยละ 9.55 ในไตรมาสที่ 3 ปี 2569

ผลการดำเนินงานรวมสำหรับงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 มีรายละเอียดดังนี้

ผลการดำเนินงานรวม

รายการ	งบการเงินรวม					
	สำหรับงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน					
	2568		2569		การเปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขายและบริการ	474.36	100.00	506.65	100.00	32.29	6.81
ต้นทุนขายและบริการ	152.45	32.14	165.47	32.66	13.02	8.54
กำไรขั้นต้น	**321.91**	**67.86**	**341.18**	**67.34**	**19.27**	**5.99**
รายได้อื่น	0.74	0.16	0.52	0.10	(0.22)	(29.73)
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	177.04	37.32	219.35	43.29	42.31	23.90
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	49.99	10.54	55.35	10.92	5.36	10.72
กำไรจากการดำเนินงาน	**95.62**	**20.16**	**67.00**	**35.22**	**(28.62)**	**(29.93)**
ต้นทุนทางการเงิน	(0.34)	(0.07)	(0.26)	(0.05)	0.08	(23.53)
กำไรก่อนภาษีเงินได้	**95.28**	**20.09**	**66.74**	**35.08**	**(28.54)**	**(29.95)**
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(19.47)	(4.10)	(13.51)	(2.67)	5.96	(30.61)
กำไรสำหรับงวด	**75.81**	**15.98**	**53.23**	**10.51**	**(22.58)**	**(29.78)**

รายได้จากการขายและบริการ

โครงสร้างรายได้จากการขายและบริการของบริษัทฯ จำแนกรายละเอียดเป็น 2 รูปแบบ ดังนี้

(1) รายได้จากการขายและบริการแบ่งตามกลุ่มผลิตภัณฑ์

รายได้จากการขายและบริการ แบ่งตามกลุ่มผลิตภัณฑ์	งบการเงินรวม					
	สำหรับงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน					
	2568		2569		การเปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมและหนังศีรษะ (Hair Care)	**428.01**	**90.23**	**420.74**	**83.04**	**(7.27)**	**(1.70)**
1.1 ผลิตภัณฑ์ลดผมขาดร่วง (LYO Anti-Hair Loss)	157.88	33.28	145.28	28.67	(12.60)	(7.98)
1.2 ผลิตภัณฑ์แชมพูปิดผมขาว (LYO Hair Color)	154.44	32.56	139.84	27.60	(14.60)	(9.45)
1.3 ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมจากสารสกัดสมุนไพร (LYO Herbal)	115.69	24.39	74.17	14.64	(41.52)	(35.89)
1.4 ผลิตภัณฑ์เปลี่ยนสีผม (LYO My Color)	-	-	15.39	3.04	15.39	100.00
1.5 ผลิตภัณฑ์บำรุงเส้นผม (LYO Hair Oil)	-	-	3.04	0.60	3.04	100.00
1.6 ผลิตภัณฑ์ครีมปิดผมขาว (LYO Silver)	-	-	43.02	8.49	43.02	100.00
2. ผลิตภัณฑ์ดูแลผิว (Skincare)	**27.70**	**5.84**	**32.12**	**6.34**	**4.42**	**15.96**
3. ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง (Cosmetics)	**6.00**	**1.26**	**2.15**	**0.42**	**(3.85)**	**(64.17)**
4. รายได้จากการขายและบริการอื่น	**12.65**	**2.67**	**51.64**	**10.19**	**38.99**	**308.22**
รวมรายได้จากการขายและบริการ	**474.36**	**100.00**	**506.65**	**100.00**	**32.29**	**6.81**

(2) รายได้จากการขายและบริการแบ่งตามช่องทางการจัดจำหน่าย

รายได้จากการขายและบริการ แบ่งตามช่องทางการจัดจำหน่าย	งบการเงินรวม สำหรับงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน					
	2568		2569		การเปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. ช่องทางตัวแทนจำหน่าย (Agent)	**193.13**	**40.71**	**110.86**	**21.88**	**(82.27)**	**(42.60)**
2. ช่องทางร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) และช่องทางการสั่งซื้อที่บ้าน (Home Shopping)	**152.84**	**32.22**	**177.78**	**35.09**	**24.94**	**16.32**
2.1 ช่องทางร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)	136.21	28.71	141.84	28.00	5.63	4.13
2.2 ช่องทางการสั่งซื้อที่บ้าน (Home Shopping)	16.63	3.51	35.94	7.09	19.31	116.12
3. ช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ (Online)	**117.87**	**24.85**	**167.37**	**33.03**	**49.50**	**42.00**
4. รายได้จากธุรกิจรับจ้างผลิต	**10.52**	**2.22**	**50.64**	**10.00**	**40.12**	**381.37**
รวมรายได้จากการขายและบริการ	**474.36**	**100.00**	**506.65**	**100.00**	**32.29**	**6.81**

บริษัทฯ มีรายได้จากการขายและบริการเท่ากับ 506.65 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 32.29 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.81 เทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน โดยการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายและบริการมีสาเหตุหลักดังนี้

- รายได้จากการขายและบริการผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมและหนังศีรษะ (Hair Care) ลดลง 7.27 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 1.70 เทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน
    - โดยมีสาเหตุหลักมาจากรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ครีมปิดผมขาว (LYO Silver) เพิ่มขึ้น 43.02 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 100.00 เทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เริ่มวางจำหน่ายในไตรมาสที่ 2 ของปี 2569 ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการและตอบโจทย์การใช้งานของผู้บริโภค รวมถึงรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ใหม่ ผลิตภัณฑ์เปลี่ยนสีผม (LYO My Color) และผลิตภัณฑ์บำรุงเส้นผม (LYO Hair Oil) เพิ่มขึ้น 15.39 ล้านบาท และ 3.04 ล้านบาท ตามลำดับ หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 100.00 เทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน
    - ในขณะที่รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ลดผมขาดร่วง (LYO Anti-Hair Loss) ลดลง 12.60 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 7.98 รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์แชมพูปิดผมขาว (LYO Hair Color) ลดลง 14.60 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 9.45 และรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมจากสารสกัดสมุนไพร (LYO Herbal) ลดลง 41.52 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 35.89 เทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน ซึ่งรายได้ที่ลดลงสาเหตุหลักมาจากการแข่งขันในตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมและหนังศีรษะที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น
- สำหรับรายได้จากการจำหน่ายผ่านช่องทางตัวแทนจำหน่าย (Agent) ลดลง 82.27 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 42.60 เทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุส่วนหนึ่งมาจากการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งหันมาเลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น
- รายได้จากการจำหน่ายผ่านช่องทางร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) เพิ่มขึ้น 5.63 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.13 และรายได้จากการจำหน่ายผ่านช่องทางการสั่งซื้อที่บ้าน (Home Shopping) เพิ่มขึ้น 19.31 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 116.12 เทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน สะท้อนถึงสินค้าของบริษัทฯ ที่ยังคงได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภค

- รายได้จากการจำหน่ายผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ (Online) เพิ่มขึ้น 49.50 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 42.00 เทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน เป็นไปตามแผนกลยุทธ์ในการขายของบริษัทที่เน้นการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ (Online) เป็นช่องทางที่มีศักยภาพในการเติบโตสูง
- รายได้จากธุรกิจรับจ้างผลิต เพิ่มขึ้น 40.12 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 381.37 เทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน สะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อมั่นของลูกค้าที่มีต่อมาตรฐานการผลิตภายใต้แบรนด์สินค้าของลูกค้า ซึ่งได้รับคำสั่งซื้อเพิ่มขึ้นจากลูกค้าเดิม สะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อมั่นของลูกค้าให้ความเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าและมาตรฐานการผลิตของบริษัทย่อย

ต้นทุนขายและบริการ และกำไรขั้นต้น

รายการ	งบการเงินรวม					
	สำหรับงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน					
	2568		2569		การเปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. ต้นทุนขายสินค้าสำเร็จรูป	147.08	96.48	143.55	86.75	(3.53)	(2.40)
2. ต้นทุนขายจากงานรับจ้างผลิต	5.37	3.52	21.92	13.25	16.55	308.19
รวมต้นทุนขายและบริการ	**152.45**	**100.00**	**165.47**	**100.00**	**13.02**	**8.54**

รายการ	งบการเงินรวม					
	สำหรับงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน					
	2568		2569		การเปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขายและบริการ	474.36	100.00	506.65	100.00	32.29	6.81
ต้นทุนขายและบริการ	152.45	32.14	165.47	32.66	13.02	8.54
กำไรขั้นต้น	**321.91**	**67.86**	**341.18**	**67.34**	**19.27**	**5.99**

บริษัทฯ มีต้นทุนขายและบริการเท่ากับ 165.47 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 13.02 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.54 เทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน โดยการเพิ่มขึ้นของต้นทุนขายและบริการดังกล่าวสอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายและบริการ

อย่างไรก็ตาม อัตรากำไรขั้นต้นปรับตัวลดลงจากร้อยละ 67.86 ในงวดเก้าเดือนของปี 2568 เป็นร้อยละ 67.34 ในงวดเก้าเดือนของปี 2569 สาเหตุหลักมาจากการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย การให้ส่วนลด และการทำแคมเปญทางการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้น ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นลดลงเมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย

รายการ	งบการเงินรวม					
	สำหรับงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน					
	2568		2569		การเปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายการตลาด	135.87	76.75	157.29	71.71	21.42	15.77
เงินเดือนและผลประโยชน์อื่นของพนักงาน	15.00	8.47	18.12	8.26	3.12	20.80
ค่าใช้จ่ายในการจัดส่ง	6.31	3.56	4.28	1.95	(2.03)	(32.17)
ค่าบริการแพลตฟอร์มออนไลน์	19.85	11.21	39.65	18.07	19.80	99.75
ค่าใช้จ่ายในการขายอื่นๆ	0.01	0.01	0.01	0.01	-	-
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	**177.04**	**100.00**	**219.35**	**100.00**	**42.31**	**23.90**
สัดส่วนต่อรายได้รวม		***37.32***		***43.29***		

บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายเท่ากับ 219.35 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 43.29 ของรายได้จากการขายและบริการ โดยค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น 42.31 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.90 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

โดยมีสาเหตุหลักดังนี้

- ค่าใช้จ่ายการตลาดเพิ่มขึ้นจากค่าใช้จ่ายประชาสัมพันธ์ผ่านบุคคลที่มีชื่อเสียงและค่าใช้จ่ายการจัดทำสื่อโฆษณานอกบ้าน (Out-of-Home Media) ที่สัมพันธ์กับยอดขายผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นไปตามแผนงานทางการตลาดของบริษัทฯ เพื่อสร้างการรับรู้ให้ตัวสินค้าให้เกิดกับผู้บริโภค
- บริษัทฯ มีค่าโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย (Social Media) และค่าบริการแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากการขึ้นค่าธรรมเนียมแพลตฟอร์มออนไลน์ตามนโยบายและเงื่อนไขของผู้ให้บริการแพลตฟอร์ม ซึ่งสอดคล้องกับรายได้จากการขายและบริการผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ (Online) ที่เพิ่มขึ้น
- ค่าใช้จ่ายเงินเดือนและผลประโยชน์ของพนักงานฝ่ายขายและการตลาดเพิ่มขึ้นเนื่องจากการปรับขึ้นเงินเดือนประจำปี

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

รายการ	งบการเงินรวม					
	สำหรับงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน					
	2568		2569		การเปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
เงินเดือนและผลประโยชน์อื่นพนักงาน	32.03	64.07	29.83	53.89	(2.20)	(6.87)
ค่าใช้จ่ายสำนักงาน	5.62	11.24	7.97	14.40	2.35	41.81
ค่าใช้จ่ายผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ	7.29	14.58	10.86	19.62	3.57	48.97
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	3.44	6.88	3.97	7.17	0.53	15.41
ค่าใช้จ่ายในการบริหารอื่นๆ	1.61	3.22	2.72	4.91	1.11	68.94
รวมค่าใช้จ่ายในการบริหาร	**49.99**	**100.00**	**55.35**	**100.00**	**5.36**	**10.72**
สัดส่วนต่อรายได้รวม		***10.54***		***10.92***		

บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารเท่ากับ 55.35 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.92 ของรายได้จากการขายและบริการ เพิ่มขึ้น 5.36 ล้านบาท หรือ เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.72 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

โดยมีสาเหตุหลักมาจากค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นจากการดำเนินงานของบริษัทย่อยแห่งใหม่ ได้แก่ ค่าที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการขึ้นทะเบียนสินค้า ค่าใช้จ่ายด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ รวมถึงค่าเช่าอาคารสำนักงานและคลังสินค้าแห่งใหม่เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจ

อย่างไรก็ตาม ค่าใช้จ่ายเงินเดือนและผลประโยชน์อื่นของพนักงานฝ่ายบริหารลดลงเมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักจากการบริหารจัดการต้นทุนบุคลากรและการปรับโครงสร้างการดำเนินงานภายในบริษัทฯ ให้มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

กำไรสุทธิ

บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 53.23 ล้านบาท ลดลง 22.58 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 29.78 เทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจากค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย ซึ่งบริษัทฯ มีการใช้งบประมาณทางการตลาด เพื่อสร้างการรับรู้ให้ตัวสินค้าให้เกิดกับผู้บริโภค รวมถึงอัตราค่าบริการแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ปรับตัวสูงขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการขออนุญาต การจดทะเบียนต่าง ๆ รวมถึงค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัทย่อยแห่งใหม่ ซึ่งคาดว่าจะเริ่มรับรู้รายได้ในช่วงไตรมาสที่ 4 ของปี 2569

จากปัจจัยดังกล่าว ส่งผลให้อัตรากำไรสุทธิของบริษัทฯ ลดลงจากร้อยละ 15.98 ในงวดเก้าเดือนของปี 2568 เป็นร้อยละ 10.51 ในงวดเก้าเดือนของปี 2569

(4) สรุปฐานะทางการเงิน

ฐานะทางการเงิน

รายการ	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568		ณ วันที่ 30 กันยายน 2569		การเปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
สินทรัพย์รวม	555.44	100.00	595.87	100.00	40.43	7.28
หนี้สินรวม	68.81	12.39	95.31	16.00	26.51	38.52
ส่วนของผู้ถือหุ้น	486.64	87.61	500.56	84.00	13.92	2.86

สินทรัพย์

บริษัทฯ มีสินทรัพย์หลักประกอบด้วย เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น สินค้าคงเหลือ เงินจ่ายล่วงหน้าค่าสินค้าและบริการ และอาคารและอุปกรณ์ โดยงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมเท่ากับ 595.87 ล้านบาท โดยสินทรัพย์หลักประกอบด้วย

1. เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด จำนวน 325.74 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 54.67 ของสินทรัพย์รวม
2. ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น จำนวน 85.18 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 14.30 ของสินทรัพย์รวม
3. สินค้าคงเหลือ จำนวน 84.92 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 14.25 ของสินทรัพย์รวม
4. เงินจ่ายล่วงหน้าค่าสินค้าและบริการ จำนวน 28.77 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 4.83 ของสินทรัพย์รวม
5. อาคารและอุปกรณ์ จำนวน 27.51 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 4.62 ของสินทรัพย์รวม

หนี้สิน

บริษัทฯ มีหนี้สินหลัก ประกอบด้วย เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น ส่วนของหนี้สินตามสัญญาเช่าที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี ภาษีเงินได้นิติบุคคลค้างจ่าย และประมาณการหนี้สินไม่หมุนเวียนสำหรับผลประโยชน์พนักงาน โดยงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทฯ มีหนี้สินรวมเท่ากับ 95.31 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 16.00 ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวม โดยหนี้สินหลักประกอบด้วย

1. เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น จำนวน 62.44 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 10.48 ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวม
2. ส่วนของหนี้สินตามสัญญาเช่า จำนวน 19.10 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.21 ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวม
3. ภาษีเงินได้นิติบุคคลค้างจ่าย จำนวน 6.37 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 1.07 ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวม
4. ประมาณการหนี้สินไม่หมุนเวียนสำหรับผลประโยชน์พนักงาน จำนวน 4.35 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.73 ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวม

ส่วนของผู้ถือหุ้น

บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวม ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 จำนวน 500.56 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 84.00 ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวม โดยส่วนของผู้ถือหุ้นประกอบด้วย

1. ทุนที่ออกจำหน่ายและชำระแล้ว 212.50 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 35.66 ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวม
2. ส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญ 183.23 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 30.75 ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวม
3. กำไรสะสม – จัดสรรสำรองตามกฎหมาย 12.98 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2.18 ของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวม
4. กำไรสะสม – ยังไม่ได้จัดสรร จำนวน 91.85 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 15.41 ของส่วนของหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวม

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ	หน่วย	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568	ณ วันที่ 30 กันยายน 2569
อัตราส่วนสภาพคล่อง (Current Ratio)	เท่า	8.21	6.76
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E Ratio)	เท่า	0.14	0.19
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)	ร้อยละ	30.38	17.30
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE)	ร้อยละ	28.54	16.31

อัตราส่วนสภาพคล่อง (Current Ratio)

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทฯ มีอัตราส่วนสภาพคล่องเท่ากับ 6.76 เท่า ลดลงจาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ที่มีอัตราส่วนสภาพคล่องเท่ากับ 8.21 โดยมีสาเหตุหลักมาจากเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นเพิ่มขึ้น 14.74 ล้านบาท เทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 เนื่องจากบริษัทฯ มีการสั่งซื้อวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ล่วงหน้าให้สอดคล้องกับแผนการผลิต รวมทั้งการสั่งซื้อสินค้าสำเร็จรูปสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของบริษัทฯ

อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E Ratio)

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทฯ มีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E Ratio) เท่ากับ 0.19 เท่า เพิ่มขึ้นจาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ที่มีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E Ratio) เท่ากับ 0.14 เท่า โดยมีสาเหตุหลักมาจากหนี้สินรวม ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 เพิ่มขึ้น 26.51 ล้านบาท เนื่องจากบริษัทฯ ได้สั่งซื้อวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ล่วงหน้าให้สอดคล้องกับแผนการผลิต รวมถึงการสั่งซื้อสินค้าสำเร็จรูปเพื่อรองรับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ของบริษัทฯ

อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทฯ มีอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) เท่ากับร้อยละ 17.30 ลดลง จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ที่มีอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) เท่ากับร้อยละ 30.38 โดยมีสาเหตุหลักมาจาก กำไร(ขาดทุน) ก่อนต้นทุนทางการเงิน และภาษีเงินได้ (ที่ถูกปรับเป็นตัวเลขเต็มปี (Annualized) โดยใช้ตัวเลขไตรมาสปัจจุบัน บวกด้วยตัวเลขย้อนหลังอีก 3 ไตรมาส) ลดลง ประกอบกับสินทรัพย์รวมเฉลี่ย ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 สูงกว่า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 เป็นผลจากการเพิ่มขึ้นของสินค้าคงเหลือ รวมถึงเงินจ่ายล่วงหน้าค่าสินค้าและบริการ ซึ่งเป็นเงินจ่ายล่วงหน้าสำหรับผลิตสินค้าใหม่

อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทฯ มีอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) เท่ากับร้อยละ 16.31 ลดลง จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ที่มีอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) เท่ากับร้อยละ 28.54 โดยมีสาเหตุหลักมาจาก กำไร(ขาดทุน) สุทธิ (ที่ถูกปรับเป็นตัวเลขเต็มปี (Annualized) โดยใช้ตัวเลขไตรมาสปัจจุบัน บวกด้วยตัวเลขย้อนหลังอีก 3 ไตรมาส) ลดลง ในขณะที่ส่วนของผู้ถือหุ้นเฉลี่ยลดลงจาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 เป็นผลจากการจ่ายเงินปันผลประจำปีให้แก่ผู้ถือหุ้น

วงจรเงินสด

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ	หน่วย	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568	ณ วันที่ 30 กันยายน 2569
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย	วัน	42.00	41.00
ระยะเวลาขายสินค้าคงเหลือเฉลี่ย	วัน	120.00	130.00
ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย	วัน	29.00	28.00
วงจรเงินสด	วัน	133.00	143.00

ณ วันที่ 30 กันยายน 2569 บริษัทฯ มีวงจรเงินสดเท่ากับ 143 วัน เพิ่มขึ้น 10 วัน เทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยมีสาเหตุสำคัญมาจากระยะเวลาการขายสินค้าสำเร็จรูปที่นานขึ้น

(5) ปัจจัยที่อาจมีผลต่อการดำเนินงานหรือการเติบโตในอนาคต

ผลการดำเนินงานและการเติบโตของบริษัทฯ อาจได้รับผลกระทบจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอก โดยเฉพาะความสามารถในการบริหารจัดสรรเงินทุนและทรัพยากรให้เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจเดิมและธุรกิจใหม่ การบริหารกระแสเงินสดและเงินทุนหมุนเวียนเพื่อรองรับการขยายธุรกิจ ตลอดจนความพร้อมของบุคลากรและความต่อเนื่องในการดำเนินงานร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ นอกจากนี้ ภาวะเศรษฐกิจ ความผันผวนของราคาวัตถุดิบและอัตราแลกเปลี่ยน รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค อาจส่งผลต่อรายได้และต้นทุนของกลุ่มบริษัท ทั้งนี้ ความสามารถในการดำเนินงานตามแผนธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการขยายช่องทางจัดจำหน่ายให้สอดคล้องกับสถานการณ์ตลาด จะเป็นปัจจัยสำคัญต่อการสร้างการเติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนในระยะยาว

ขอแสดงความนับถือ
บริษัท 88(ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน)
-นางสาว วิระยา พันพิบูลย์-
ประธานเจ้าหน้าที่สายงานบัญชีและการเงิน